

三重県消費者施策基本計画 (最終案)

計画期間：令和 7（2025）年度～令和 11（2029）年度

三重県

(目次)

第1章 「三重県消費者施策基本計画」策定の考え方	
1 趣旨	1
2 策定の視点	2
3 計画期間	3
4 実効性の確保	3
5 体系（「第3章 消費者施策の具体的展開」）	4
第2章 消費者を取り巻く現状と課題	
1 社会状況の変化	5
2 三重県における消費生活相談の状況	10
第3章 消費者施策の具体的展開	
第1項 自主的かつ合理的な消費行動への支援（消費者教育推進計画）	18
1 若年者や高齢者等の世代に応じた消費者教育の推進	18
2 消費者教育の担い手の育成とさまざまな主体との連携	22
3 合理的な消費行動の推進	23
4 公正で持続可能な社会の形成に向けた取組	24
第2項 消費者の安全・安心と適正な取引等の確保	28
1 食の安全・安心の確保	28
2 商品・サービスの安全の確保	30
3 取引の安全の確保	32
4 表示・計量の適正化	33
5 生活関連物資の安定供給	35
第3項 消費者被害の防止・救済	36
1 三重県消費生活センターの相談機能の充実	36
2 市町の相談体制等の充実に向けた支援	38
3 多重債務者問題への対応	38
4 消費生活上特に配慮を要する消費者への支援	39
5 紛争の適切かつ迅速な解決	40

第4章 消費者行政の総合的・効果的推進

- 1 消費者の意見の消費者施策への反映と透明性の確保 41
- 2 市町・国等との連携 41
- 3 消費者行政の推進体制と進行管理 42

資料

- 用語の解説 44

本文中の「*」(アスタリスク)は、巻末の用語解説にその語句の説明が掲載されていることを表しています。なお、「*」は、初出時のみ付けています。

第1章 「三重県消費者施策基本計画」策定の考え方

1 趣旨

本県では、「三重県消費生活条例（平成7年三重県条例第49号）」（以下「条例」という。）第3条に規定する「県民の消費生活の安定及び向上を図るために必要な消費者施策を策定し、及びこれを実施するものとする」という責務に基づき、平成19（2007）年3月に「三重県消費者施策基本指針」（以下「基本指針」という。）を策定し、以後3度の改定を経て消費者施策を進めてきました。

また、平成27（2015）年度からは、基本指針の第3章第2項「自主的かつ合理的な消費行動への支援」を、「消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号）」（以下「消費者教育推進法」という。）に基づく「消費者教育推進計画」として位置づけ、消費者教育を実施してきました。

しかしながら、令和4（2022）年4月から成年年齢が18歳に引き下げられたことに伴い、18歳、19歳の若年者が未成年者取消権の保護対象から外れたほか、高齢者人口の増加や高齢者世帯の単身化等が進行する中、悪質商法が巧妙化・複雑化するなど、県民の皆さんの消費者被害の未然防止・拡大防止が求められています。

加えて、デジタル技術の革新等により消費者を取り巻く環境に著しい変化が生じるとともに、本県においては、外国人住民数が過去最多となるなど社会状況も複雑化してきています。

また、国連においては、平成27（2015）年9月に「持続可能な開発目標（SDGs）*」が採択され、消費者には、自らの消費行動が現在および将来の世代にわたって内外の社会情勢や地球環境に影響を及ぼし得ることを自覚し、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画することが求められており、そのための消費者教育がますます重要となってきました。

このような社会状況の中、県民の皆さんが消費生活に関する正しい知識を得て、商品やサービスを自主的かつ合理的に選択・利用できるよう、若年者や高齢者等の世代に応じた消費者教育や啓発を行うとともに、誰もが利用しやすい消費生活相談体制の構築を計画的に展開していくために、これまでの基本指針を改定するとともに、名称を「三重県消費者施策基本計画」（以下「基本計画」という。）に改めることとします。

2 策定の視点

(1) 条例との関係

条例第2条では消費者の権利を尊重し、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本としています。

このため、基本計画では、条例第2条に規定する基本理念の方向性を具体的に示します。

条例第2条に規定する消費者の権利

- 一 消費生活に係る商品及び役務（以下「商品等」という。）によって生命、身体及び財産を侵されず、消費者の安全が確保されること。
- 二 消費生活に係る商品等に適正な表示を行わせること。
- 三 消費生活を不当な取引行為によって侵害されず、及び不当な取引条件を強制されないこと。
- 四 消費生活において受けた不当な被害から速やかに救済されること。
- 五 消費生活に必要な情報、知識及び教育の機会が提供されること。
- 六 消費者の意見が県の消費者施策に反映されること。

(2) 「みえ元気プラン」との関係

みえ元気プラン施策3-3「消費生活の安全確保」では、「めざす姿」を「県民の皆さんが消費生活に関する正しい知識を得て、商品やサービスを自主的かつ合理的に選択・利用できるよう、若年者や高齢者等の世代に応じた消費者教育や啓発の取組が充実しています。また、トラブルに遭った場合でも、誰もが利用しやすい消費生活相談体制の構築が進んでいる」としています。基本計画では、この「めざす姿」の実現に向けて、消費者を取り巻く社会状況の変化に的確に対応した、より具体的な取組の方向性を示します。

(3) 「消費者基本計画」との関係

国においては、「消費者基本法（昭和43年法律第78号）」第9条の規定に基づき、政府が消費者政策の計画的な推進を図るため、長期的に講ずべき消費者政策の大綱および消費者政策の計画的な推進を図るために必要な事項について定めた「消費者基本計画」（計画期間：令和2（2020）年度～令和6

(2024)年度)を策定しています。令和7(2025)年度からは、新たな「消費者基本計画」に基づき取組を進めていくこととされており、本県においても国の取組方向に沿った施策を実施するほか、本県の実情に応じたよりきめ細かな取組を推進します。

(4)「消費者教育推進法」との関係

消費者教育推進法では、地方公共団体ごとの「消費者教育推進計画」の策定を努力義務としています。本県では、今回改定する基本計画のうち、「第3章 消費者施策の具体的展開」の「第1項 自主的かつ合理的な消費行動への支援」を、「消費者教育推進計画」として位置づけ、消費者教育を計画的に進めていきます。

3 計画期間

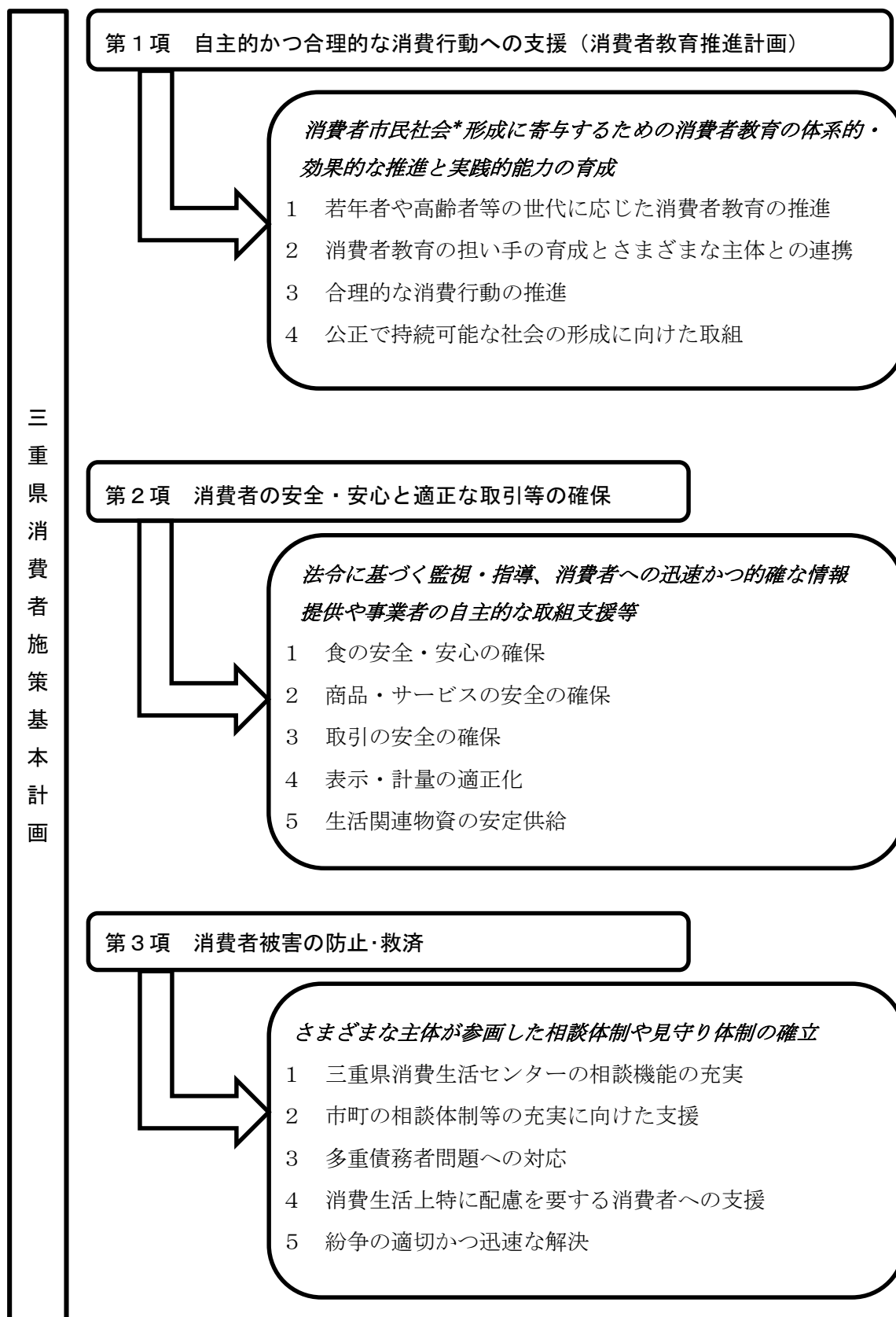
計画期間は、国の「消費者基本計画」に合わせ、5年間(令和7(2025)年度～令和11(2029)年度)とします。

4 実効性の確保

基本計画における主要な施策の進捗状況を「三重県消費生活対策審議会*」(以下「審議会」という。)に報告するとともに、審議会の意見をふまえて施策に反映させていきます。

特に消費者教育に関しては、消費者教育推進法に基づく「消費者教育推進地域協議会」として位置づけている審議会消費者教育研究部会(「三重県消費者教育推進地域協議会*」)の意見を十分に施策に反映させ、進捗管理をしていきます。

5 体系(「第3章 消費者施策の具体的展開」)



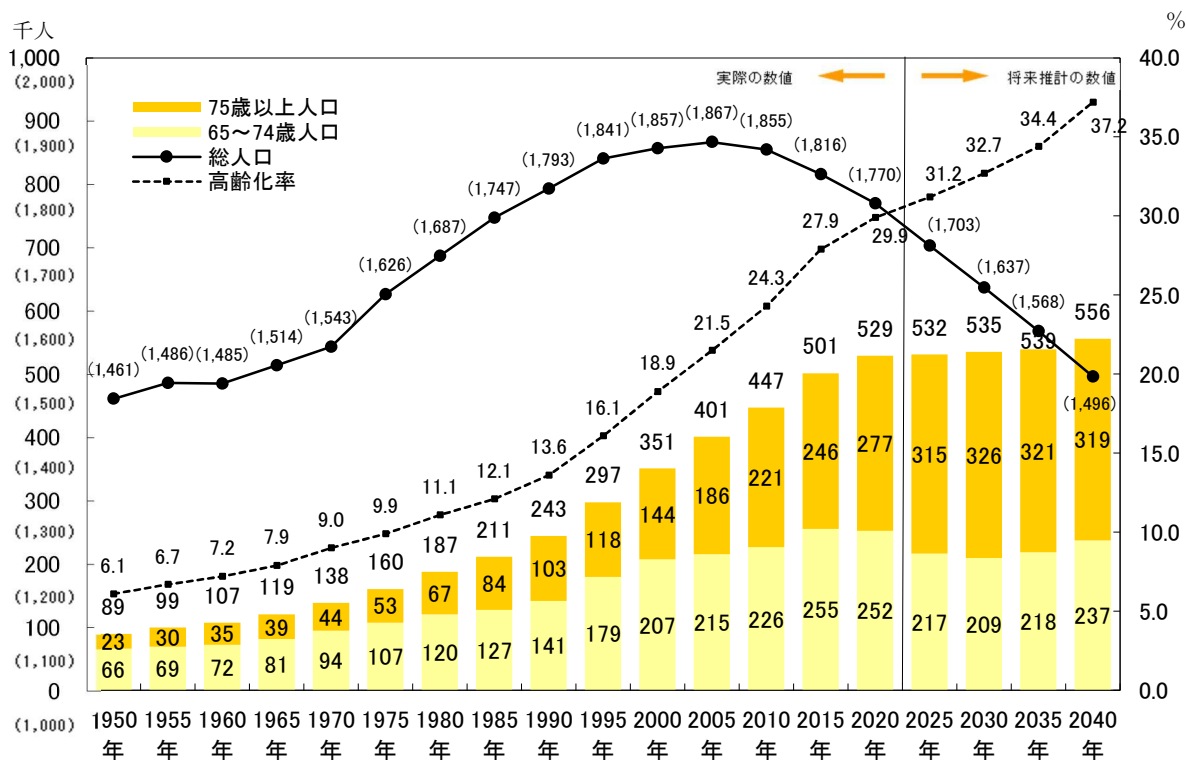
第2章 消費者を取り巻く現状と課題

1 社会状況の変化

(1) 高齢化の進展

本県の総人口に占める高齢者（65歳以上）人口の割合は、令和2（2020）年には29.9%でしたが、年々増加し、令和12（2030）年には32.7%、令和22（2040）年には37.2%となり、およそ4割が高齢者になると推計されています。

三重県の高齢化の推移と将来推計



資料：2020年以前は総務省統計局「国勢調査」、2025年以後は国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（令和5年推計）」から作成

また、国立社会保障・人口問題研究所の「日本の世帯数の将来推計」（都道府県別推計令和元（2019）年推計）によれば、本県の高齢者世帯に占める一人暮らし世帯の割合は、令和2（2020）年の30.6%から、令和22（2040）年には37.6%となり、高齢者世帯の4割近くが一人暮らしになると推計されています。

このようなことから、高齢者の消費者トラブル防止のための啓発を一層

進めるとともに、消費者に身近な市町における相談体制および見守り体制の充実に向けた取組が求められています。

(2) 民法改正による成年年齢の引下げ

民法では、法定代理人の同意なく未成年者が単独で行った法律行為については、法定代理人が取り消すことができると規定されています（未成年者取消権）。

令和4（2022）年4月1日から成年年齢が18歳に引き下げられ、18歳から単独で契約行為が行えるようになった一方で、これまで未成年ということで保護されていた18歳、19歳の若年者が、保護の対象から外れました。

国民生活センターの発表によると、令和4（2022）年4月の成年年齢引下げ以降、全国的に18歳、19歳の若年者からの相談件数の大幅な変化はみられないものの、儲け話（副業）や美容（脱毛エステ）等に関する相談が依然として一番大きな割合を占めている状況です。

そのため、消費者被害の未然防止・拡大防止に向け、引き続き、学校等における消費者教育の取組を強化していくとともに、家庭等における未然防止対策を実施していく必要があります。

(3) デジタル化の進展

スマートフォン等の情報通信機器の急速な普及に伴うインターネット、SNS等の利用拡大は、豊かで便利な消費生活を実現した一方で、新たな消費者トラブルを生じさせています。

総務省「通信利用動向調査」によると、令和5（2023）年におけるインターネット利用者の割合は、13～69歳の各年齢階層で9割を超え、スマートフォンを保有している世帯の割合は90.6%、個人の保有率も78.9%に達しています。

また、インターネット利用者の利用目的・用途は、「SNS（無料通話機能を含む）の利用」の割合が80.8%と最も高くなっています。

このようなデジタル化の進展により、消費者は自宅にいながらにして豊富な商品・サービスを購入・利用できるようになった一方、決済手段や取引環境が多様化・複雑化し、全世代にわたり意図しない定期購入の契約や架空請求に巻き込まれるなどの消費者トラブルが続発しています。

さらに、SNSやマッチングアプリ等を通して投資勧誘等を行うSNS型投資・ロマンス詐欺や、コード決済を悪用した返金詐欺等の新たな手口の特種詐欺等が社会問題となっています。

そのため、消費者被害の拡大防止に向けて、国や県、市町が役割分担し、

一体となって消費者行政に取り組んでいくとともに、消費者団体や事業者団体等と連携し、地域や職域等での消費者教育を推進することが求められています。

(4) 外国人住民の増加

本県の調査では、令和5(2023)年12月末現在の県内の外国人住民数は62,561人と過去最多を更新し、10年前(平成25(2013)年41,221人)と比較すると約1.52倍になっています。また、県内の総人口に占める外国人住民の割合についても、3.56%と過去最高となりました。

なお、総務省の調査「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数」によると、県内の総人口に占める外国人住民の割合は、令和5(2023)年1月1日現在では3.23%で、全国第4位となっています。

また、「出入国管理及び難民認定法」の改正に伴い、平成31(2019)年4月に在留資格「特定技能」が創設されるとともに、令和5(2023)年には特定技能2号の対象職種が拡大、令和6(2024)年6月には技能実習制度に代わる育成就労制度を創設する「出入国管理及び難民認定法及び外国人の技能実習の適正な実施及び技能実習生の保護に関する法律の一部を改正する法律」が公布されるなど、外国人労働者を受け入れる制度が整備されてきており、今後さらに外国人住民が増加することが予想されます。

このようなことから、外国人住民の消費者トラブルの未然防止・拡大防止に向け、市町や関係機関と連携し、多言語に対応した相談や啓発活動を実施することが求められています。

(5) 学習指導要領の改訂

平成29(2017)年に小・中学校の学習指導要領が改訂され、平成30(2018)年には、高等学校の学習指導要領が改訂されたことにより、小学校においては令和2(2020)年度より、中学校においては令和3(2021)年度より、高等学校においては令和4(2022)年度より、児童生徒の発達段階に応じた消費者教育を実施しています。

しかし、20歳未満からのインターネットゲーム等に関する相談は依然多く、若者が消費者トラブルに巻き込まれるケースは少なくないため、学校現場における消費者教育の推進が必要です。

そのため、教職員に対し、消費者教育に必要な知識を身につけるための研修機会を提供するなど、指導力を向上させることが求められています。

(6) カスタマーハラスメントの防止

企業等に対する、消費者からの商品やサービス等に対する問い合わせや意見等は、商品やサービス等の改善や新たな商品等の開発につながるものがある一方で、一部には過大な要求や不当な言いがかり等により、企業等における労働環境の悪化や従業員の心身への悪影響をもたらすものがあり、社会問題となっています。

本県の調査では、令和6（2024）年5月1日時点において、過去3年間にカスタマーハラスメントが発生した県内企業の割合は25.1%となっており、そのうち、従業員のメンタル不調による休業や配置転換を必要とするなどの影響が出た企業の割合は45.3%となっています。

このようなことから、カスタマーハラスメントの防止に向けて、若年者から高齢者までの全世代の消費者に対して、適切な消費行動をとるための教育・啓発を実施することが求められています。

(7) 「持続可能な開発目標（SDGs）」達成への貢献

「持続可能な開発目標（SDGs）」は、平成27（2015）年9月に国連の「持続可能な開発サミット」で採択された令和12（2030）年までの国際目標です。SDGsでは、17の持続可能な開発目標を達成することにより「誰一人取り残さない」社会の実現に向けて、開発途上国のみならず、先進国自身が取り組むものとなっています。

SDGsの目標12では「つくる責任・つかう責任」が掲げられ、世界全体の一人当たりの食料廃棄の半減や人々があらゆる場所において、持続可能な開発および自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにすることなどが盛り込まれています。

しかし、本県が令和6（2024）年に実施した「エシカル消費の認知度に関するアンケート」では、エシカル消費という意味を「知っている」「ある程度知っている」と回答した割合は12.4%、「聞いたことがある」と回答した割合と合わせても34.9%に留まるなど、県民の皆さんの認知度や関心を高めていくことが、引き続きの課題となっています。

全ての人は消費者であり、消費者の活動規模は社会経済活動全体の中で大きな割合を占めていることから、持続可能な社会の実現に向け、消費者一人ひとりが人・社会・地域・環境に配慮した消費行動を意識して実践することが求められています。

【持続可能な開発目標（SDGs）】

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



SDG s ポスター（出展：国際連合広報センターホームページ）

【消費者施策とSDG s の関連】

消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費行動を行うエシカル消費の普及・啓発は、SDG s の目標「12. つくる責任・つかう責任」に関連する取組です。

また、消費者施策は、SDG s の目標「1. 貧困をなくそう」「4. 質の高い教育をみんなに」「17. パートナーシップで目標を達成しよう」との関連が強く、これらの目標達成に貢献するものです。



2 三重県における消費生活相談の状況

(1) 三重県消費生活センターにおける消費生活相談の状況

三重県消費生活センター（以下「県消費生活センター」という。）では、消費生活に関する問い合わせや消費者トラブルの苦情を受け付け、解決に向けた助言やさまざまな情報を提供しています。

ア 県消費生活センターにおける消費生活相談体制

令和6（2024）年4月1日現在

	開設年月	相談員数	相談時間	
			週5	平日 9:00～12:00 13:00～16:00
三重県	S46. 4	4名	週5	平日 9:00～12:00 13:00～16:00

イ 相談件数の推移（受付件数）

県消費生活センターで受け付けた相談件数は、令和元（2019）年度では、約2,300件でしたが、令和5（2023）年度には約1,800件となっており、やや減少傾向にあります。

（表1）県消費生活センターにおける相談受付件数の推移（件）

項目	令和元年度 (2019)	令和2年度 (2020)	令和3年度 (2021)	令和4年度 (2022)	令和5年度 (2023)
相談受付件数	2,294	2,317	2,114	1,793	1,817
対前年度増減件数	▲292 (▲11.3)	23 (1.0)	▲203 (▲8.8)	▲321 (▲15.2)	24 (1.3)
苦情相談件数	2,180	2,213	2,024	1,703	1,723
問い合わせ・要望	114	104	90	90	94
あっせんによる トラブル解決率(%)	93.5%	92.9%	88.9%	93.5%	95.6%

※相談受付件数は、苦情相談件数と問い合わせ・要望の合計です。

※表中の()内は対前年度増減率(%)

ウ 年代別苦情相談件数の推移

契約当事者の年代別苦情相談件数をみると、令和元（2019）年度は、40歳代から60歳代は300件台と、ほぼ横並びとなっており、令和5（2023）年度においても、200件台とほぼ横並びで推移しています。

令和5（2023）年度は、60歳代以上の高齢者からの相談件数は682件で、全体の約4割を占めています。

また、令和5（2023）年度の年代別苦情相談の割合は、令和元（2019）年度と比較すると20歳代および70歳以上で増加しています。

（表2）契約当事者の年代別苦情相談件数の推移（件）

	令和元年度 (2019)	令和2年度 (2020)	令和3年度 (2021)	令和4年度 (2022)	令和5年度 (2023)
20歳未満	52 (2.4)	56 (2.5)	51 (2.5)	28 (1.6)	26 (1.5)
20歳代	147 (6.7)	159 (7.2)	176 (8.7)	153 (9.0)	119 (6.9)
30歳代	179 (8.2)	206 (9.3)	166 (8.2)	118 (6.9)	125 (7.3)
40歳代	315 (14.4)	324 (14.7)	270 (13.4)	229 (13.4)	208 (12.1)
50歳代	361 (16.6)	399 (18.0)	326 (16.1)	295 (17.4)	275 (16.0)
60歳代	382 (17.5)	343 (15.5)	296 (14.6)	295 (17.4)	288 (16.7)
70歳以上	481 (22.1)	456 (20.6)	504 (24.9)	389 (22.8)	394 (22.9)
年齢不明	263 (12.1)	270 (12.2)	235 (11.6)	196 (11.5)	288 (16.6)
合計	2,180	2,213	2,024	1,703	1,723

※苦情相談件数は、P.10（表1）の相談受付件数から問い合わせ・要望を除いた件数です。

※表中の（ ）内は構成比（％）

エ 販売方法別苦情相談件数の推移

販売方法別の苦情相談件数をみると、令和2（2020）年度以降、通信販売に関する相談が約4割と最も高く、次に店舗販売に関する相談が約2割となっています。これは、スマートフォン等の利用により、手軽に商品やサービスが購入できるようになった一方で、店舗販売等に比べ、消費者トラブルになるケースが多いことが推察されます。

また、通信販売や訪問販売、電話勧誘販売については、令和元（2019）年度に比べ令和5（2023）年度の相談件数は減少しているものの、相談件数に占める割合は増加しており、依然として消費者トラブルの大きな要因となっています。

（表3-1）販売方法別苦情相談件数の推移（件）

項目	令和元年度 (2019)	令和2年度 (2020)	令和3年度 (2021)	令和4年度 (2022)	令和5年度 (2023)
通信販売	744 (34.1)	913 (41.3)	799 (39.5)	674 (39.6)	694 (40.3)
店舗販売	602 (27.6)	500 (22.6)	507 (25.0)	420 (24.7)	348 (20.2)
訪問販売	180 (8.3)	169 (7.6)	229 (11.3)	172 (10.1)	160 (9.3)
電話勧誘 販売	120 (5.5)	132 (6.0)	102 (5.1)	87 (5.1)	116 (6.7)
マルチ商法	28 (1.3)	23 (1.0)	20 (1.0)	16 (0.9)	15 (0.9)
訪問購入	22 (1.0)	13 (0.6)	10 (0.5)	13 (0.8)	12 (0.7)
ネガティブ オプション	8 (0.4)	8 (0.4)	1 (0.0)	5 (0.3)	3 (0.2)
その他 無店舗販売	13 (0.6)	8 (0.4)	2 (0.1)	5 (0.3)	6 (0.3)
不明等	463 (21.2)	447 (20.2)	354 (17.5)	311 (18.2)	369 (21.4)
合計	2,180	2,213	2,024	1,703	1,723

※苦情相談件数は、P.10（表1）の相談受付件数から問い合わせ・要望を除いた件数です。

※表中の（ ）内は構成比（％）

なお、60歳代以上における販売方法別の苦情相談件数をみると、令和元（2019）年度には店舗販売が通信販売を上回っていましたが、令和2（2020）年度以降は通信販売の方が多くなっています。

また、令和元（2019）年度に比べ令和5（2023）年度の販売方法別苦情相談は、通信販売や訪問販売の相談割合が増えている一方で、店舗販売や電話勧誘販売、訪問購入の相談割合が減っています。

（表3-2）60歳代以上における販売方法別苦情相談件数の推移（件）

項目 （上位5項目）	令和元年度 （2019）	令和2年度 （2020）	令和3年度 （2021）	令和4年度 （2022）	令和5年度 （2023）
通信販売	220 (25.5)	273 (34.2)	262 (32.8)	248 (36.3)	255 (37.4)
店舗販売	231 (26.8)	169 (21.2)	187 (23.4)	149 (21.8)	132 (19.4)
訪問販売	89 (10.3)	82 (10.3)	128 (16.0)	75 (11.0)	83 (12.2)
電話勧誘販売	69 (8.0)	59 (7.4)	54 (6.8)	45 (6.6)	42 (6.2)
訪問購入	16 (1.9)	7 (0.9)	11 (1.4)	11 (1.6)	7 (1.0)
60歳以上の相談 件数（総数）	863	799	800	684	682

※令和5（2023）年度の上位5項目にあわせて表記しています。

※表中の（ ）内は構成比（％）

オ 商品・役務別苦情相談件数の推移

商品・役務別苦情相談件数をみると、令和元（2019）年度では、商品一般に関する相談の次に健康食品に関する相談が多かったですが、その後、健康食品に関する相談は減少し、一方で化粧品に関する相談が増加しました。

なお、令和元（2019）年度に比べ令和5（2023）年度の合計相談件数は減少している一方で、化粧品や紳士・婦人洋服、金融関連サービスに関する相談件数は増加しています。

（表4-1）商品・役務別苦情相談件数の推移（件）

項目 （上位10項目）	令和元年度 （2019）	令和2年度 （2020）	令和3年度 （2021）	令和4年度 （2022）	令和5年度 （2023）
商品一般	256	172	132	160	156
化粧品	80	83	120	168	122
健康食品	160	159	82	64	76
工事・建築	61	54	54	45	60
不動産貸借	59	54	68	42	47
四輪自動車	57	40	48	47	43
携帯電話サービス	60	59	49	30	43
紳士・婦人洋服	28	44	42	35	36
フリーローン・サラ金	45	34	47	32	34
金融関連サービス	18	14	16	18	30
その他	1,356	1,500	1,366	1,062	1,076
合計	2,180	2,213	2,024	1,703	1,723

※令和5（2023）年度の上位10項目にあわせて表記しています。

※苦情相談件数は、P.10（表1）の相談受付件数から問い合わせ・要望を除いた件数です。

令和5（2023）年度における年代別の商品・役務別苦情相談件数をみると、20歳未満はインターネットゲームに関する相談が最も多く、20歳代はエステティックサービス（脱毛エステ等）や不動産賃借、副業に関する相談が多くなっています。

30～40歳代では、商品一般やフリーローン・サラ金に関する相談割合が高くなっています。また、50歳代以上は商品一般や化粧品、健康食品に関する相談が多くなっています。

（表4-2）令和5（2023）年度 年代別の商品・役務別苦情相談件数

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	団体・不明
1	インターネットゲーム 6 23.07	エステティックサービス 6 5.04	商品一般 10 8.00	フリーローン・サラ金 14 6.73	化粧品 24 8.73	化粧品 33 11.46	商品一般 55 13.96	商品一般 38 13.19
2	化粧品 3 11.54	不動産賃借 6 5.04	携帯電話サービス 8 6.40	商品一般 13 6.25	健康食品 17 6.18	商品一般 24 8.33	化粧品 37 9.39	広告代理サービス 19 6.60
3	紳士・婦人洋服 2 7.69	内職・副業 6 5.04	玩具・遊具 7 5.60	化粧品 10 4.81	四輪自動車 11 4.00	健康食品 23 7.99	健康食品 20 5.08	不動産賃借 16 5.56
4	教養娯楽品その他 2 7.69	金融コンサルティング 5 4.21	不動産賃借 5 4.00	紳士・婦人洋服 9 4.33	商品一般 10 3.64	工事・建築 11 3.82	携帯電話サービス 15 3.81	工事・建築 14 4.86
5	アダルト情報 2 7.69	商品一般 5 4.21	フリーローン・サラ金 4 3.20	工事・建築 9 4.33	工事・建築 8 2.91	四輪自動車 6 2.08	工事・建築 14 3.55	化粧品 10 3.47
6	内職・副業 2 7.69	異性交際関連サービス 4 3.36	紳士・婦人洋服 4 3.20	不動産賃借 8 3.85	ファンド型投資商品 8 2.91	金融関連サービスその他 6 2.08	金融関連サービスその他 12 3.05	四輪自動車 7 2.43
7	商品一般 1 3.85	ファンド型投資商品 4 3.36	工事・建築 4 3.20	四輪自動車 6 2.88	携帯電話サービス 7 2.55	新聞 6 2.08	新聞 11 2.79	健康食品 5 1.74
8	健康食品 1 3.85	モバイルデータ通信 3 2.52	教養・娯楽サービスその他 3 2.40	健康食品 6 2.88	紳士・婦人洋服 6 2.18	ファンド型投資商品 6 2.08	固定電話サービス 9 2.28	新聞 5 1.74
9	不動産賃借 1 3.85	四輪自動車 3 2.52	金融関連サービスその他 3 2.40	インターネット接続回線 4 1.92	アダルト情報 5 1.82	フリーローン・サラ金 5 1.74	四輪自動車 8 2.03	フリーローン・サラ金 4 1.39
10	コンサート 1 3.85	健康食品 3 2.52	化粧品 3 2.40	携帯電話サービス 4 1.92	インターネット接続回線 5 1.82	紳士・婦人洋服 5 1.74	修理・補修 8 2.03	固定電話サービス 4 1.39
その他	5 19.23	74 62.18	74 59.20	125 60.10	174 63.26	163 56.60	205 52.03	166 57.63
計	26 100.00	119 100.00	125 100.00	208 100.00	275 100.00	288 100.00	394 100.00	288 100.00

上段 商品名

中段 件数

下段 構成比 (%)

(2) 三重県内の市町における消費生活相談の状況

令和6年4月1日時点で、県内全ての市町（29市町）において消費生活相談窓口が設置されており、県民のより身近な場所で消費生活に関する相談が受けられる体制が整備されています。また、県内8市3町において消費生活センターが設置されているほか、12市5町において相談窓口消費生活相談員を配置するなど、相談業務の充実が図られています。

なお、市町における相談受付件数は約8千件で推移しており、県における相談受付件数と合わせた県内全体の相談受付件数は、約1万件で推移しています。

ア 市町における消費生活相談体制

(ア) 消費生活センターの設置（8市3町） 令和6（2024）年4月1日現在

	開設年月	相談員数	相談時間	
四日市市	S47.6	4名	週5	平日 9:00～12:00 13:00～16:00
鈴鹿・亀山地区 広域連合	H18.4	3名	週5	電話相談：平日 9:00～12:00 13:00～17:00 来訪相談：平日 10:00～17:00
津市	H19.1	3名	週5	平日 9:00～12:00 13:00～16:00
伊勢市 (鳥羽市・志摩市・玉城町・大紀町・南伊勢町)	H22.10	4名	週5	平日 9:00～12:00 13:00～16:00
松阪市	H31.4	2名	週5	平日 9:00～12:00 13:00～16:00

(イ) 消費生活相談員の配置 (※4市2町) 令和6(2024)年4月1日現在

	配置年月	相談員数	相談員駐在時間	
桑名市	H19.6	6名 (1日1名)	週5	平日 10:00~12:00 13:00~15:00
いなべ市	H21.10	1名	週3	月・水・金曜日 10:00~15:00
明和町	H22.10	1名	予約制	平日 9:00~12:00 13:00~17:00
名張市	H23.4	2名	週5	平日 8:30~17:15
伊賀市	H23.4	1名	週5	平日 8:30~12:00 13:00~16:30
東員町	H23.6	1名	月2	第2・4金曜日 9:00~12:00

※消費生活センター設置8市3町を除く

イ 市町を含めた県内における相談受付件数の推移 (件)

	令和元年度 (2019)	令和2年度 (2020)	令和3年度 (2021)	令和4年度 (2022)	令和5年度 (2023)
市町における相談	7,894	8,527	7,868	8,739	8,507
県における相談	2,294	2,317	2,114	1,793	1,817
県内全体 (合計)	10,188	10,844	9,982	10,532	10,324

(3) 県と市町との連携強化

社会状況の変化に伴い、県消費生活センターや市町消費生活センター・消費生活相談窓口における相談内容が高度化・複雑化しています。また、相談員の高齢化に伴い、新たな人材の確保が求められています。

消費生活の安全確保のため、県消費生活センターの専門性を高め、消費者被害救済のための相談に適切かつ迅速に対応するとともに、市町を含む消費生活相談員の確保と資質向上等を図り、相談者が県内どこに住んでいても質の高い相談を受けられるよう、広域連携も含めた市町における消費生活センターの設置促進を図るなど、県と市町との連携を強化し、県全体の相談対応能力の向上を図ることが求められています。

第3章 消費者施策の具体的展開

第1項 自主的かつ合理的な消費行動への支援

(消費者教育推進計画)

成年年齢引下げなど消費者を取り巻く状況の変化に対応し、消費生活の安全・安心を確保するためには、県民の皆さんが消費生活に関する知識を習得し、正しい情報のもと、適切な行動に結びつける実践的能力を身につける必要があります。そのためには、ライフステージに応じた体系的な消費者教育を実施することが必要です。また、自らの消費行動が将来にわたって社会経済情勢や地球環境に影響を及ぼしうることを自覚し、持続可能な消費行動の必要性を理解することが重要です。

「持続可能な開発目標（SDGs）」の観点もふまえるとともに、消費者教育推進法の基本理念にのっとり、消費者教育を体系的、効果的に推進することで、消費者市民社会の形成をめざします。

1 若年者や高齢者等の世代に応じた消費者教育の推進

消費者教育推進法第3条第3項には「消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行われるとともに、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮した適切な方法で行わなければならない。」と規定されています。

このため、県教育委員会等との連携により学校に講師を派遣し、消費生活に関して生徒が学ぶ「青少年消費生活講座」や、各地域に講師を派遣し、高齢者等が消費者トラブルへの対処法等について学ぶ「消費生活出前講座」を実施するなど、各世代の特性に応じた内容により、消費者教育を推進します。

(1) 学校教育等における消費者教育の推進

(部局：環境生活部、教育委員会事務局)

ア 幼児期における消費者教育の推進

幼児期はさまざまな気づきや体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心を持ち、それを取り入れる時期です。

生活や遊びをとおして生涯にわたる人間形成の基礎が培われる極めて重要な時期であることから、楽しみながら学べる体験型の各種イベント等の実施により、物やお金を大切にすることや、身近な暮らしの中に潜む危険や商品の安全な使い方を理解し、困ったことがあった時に身近な人に伝

えること、約束やきまりを守り、欲しい物があっても時には我慢すること等を学べる機会を提供していきます。

イ 小学生期における消費者教育の推進

小学生期は主体的な行動、社会や環境への興味をとおして、消費者としての素地の形成が望まれる時期です。

小学生期における消費者教育は、学習指導要領に沿って、社会科や家庭科等において、買い物の仕組みや工夫、売買契約の基礎の理解や、消費者の役割についての態度を育成することが求められています。

県では、市町教育委員会の指導主事を対象とした会議の社会科部会や家庭科部会等において、消費者教育について説明を行い、趣旨および内容の周知徹底を図ることで、各学校で学習指導要領に基づく適切な教育が行われるよう促します。

ウ 中学生期における消費者教育の推進

中学生期は行動の範囲が広がり、消費者の権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期です。

中学生期における消費者教育は、学習指導要領に沿って、社会科や技術・家庭科の家庭分野等において、個人や企業の経済活動における役割と責任の理解や、自立した消費者として責任ある消費行動を育成することが求められています。

県では、市町教育委員会の指導主事を対象とした会議の社会科部会や技術・家庭科部会等において、消費者教育について説明を行い、趣旨および内容の周知徹底を図ることで、各学校で学習指導要領に基づく適切な教育が行われるよう促します。

エ 高校生期における消費者教育の推進

高校生期は生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的に判断し行動することが望まれます。

高校生期における消費者教育は、学習指導要領に基づいて、家庭科や公民科等において、契約の重要性および消費者保護の仕組みの理解を深めることや、エシカル消費等の消費行動を実践できる態度を育成することが求められています。

県では、外部の専門家等の協力を得ながら、「消費者教育」「法教育」「金融経済教育」等各種の実務教育を実施し、消費者として主体的に判断し行動することができる力を養います。

また、生徒等の発達段階に応じた金融経済教育を実践する金融経済教育研究校に係る委嘱について、令和6（2024）年4月に設立されたJ－F L E C*（金融経済教育推進機構）との連携をすすめます。

オ 県立特別支援学校における消費者教育の推進

県立特別支援学校では、消費者トラブルに遭わないために金銭管理等の基本的な知識が得られるよう、校外学習等で買い物学習等を行うなど、学校の実情や児童生徒の特性、発達段階に応じた消費者教育を推進します。

また、高等部の生徒においては、社会に参画する準備段階として、外部の専門家等の協力を得ながら、金銭管理やインターネットトラブル・詐欺被害に遭わないための消費者教育に取り組みます。

カ 大学・専門学校等における消費者教育の推進

大学生等の若年者は生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し主体的に行動する時期です。

大学や専門学校等での消費者教育の推進にあたり、各学校等と積極的に連携・協働し、啓発や情報提供を行うことで、大学生等の消費者被害の未然防止・拡大防止に取り組みます。また、大学生等が若年層への消費者教育の担い手となるよう、学生消費者リーダーの育成を推進します。

（2）地域社会における高齢者等への消費者教育の推進（部局：環境生活部）

ア 高齢者や障がい者等に対する消費者教育の推進

高齢者や障がい者等の消費者被害を防止するため、市町と連携し、社会福祉協議会や地域包括支援センター等へ働きかけを行うことにより、各地域において消費生活に関する出前講座を実施します。

また、地域におけるきめ細かな啓発活動を実施するため、日常的に地域での啓発を担う「消費者啓発地域リーダー*」の養成を行うとともに、市町における「消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）*」の設置を促進し、地域における見守り力の向上を図ります。

イ 外国人に対する消費者教育の推進

外国人住民は、自国との商習慣の違いや、日本語の理解が必ずしも十分ではなく情報の入手が限定的になりがちであることから、契約トラブルや消費者被害に遭うケースが散見されます。

外国人住民が、日々の暮らしの中での消費行動や契約にかかる注意点を

理解できるよう、県の多言語行政生活情報ホームページ(M i e I n f o)を活用し、情報発信するとともに、市町や関係機関と連携し、多言語に対応した消費者被害防止のための出前講座やチラシの作成等を実施します。

(3) 家庭における消費者教育の推進(部局：環境生活部、教育委員会事務局)

家庭においては、保護者が、子どもの成長段階に応じて適切な規範やルールを身につけ、他者との関わりを持ちながら社会性を身につけていけるよう、教えていくことが大切です。特に、消費行動は、子どもの生活の中で社会と直に接する部分であり、金銭や物を大切にするという意識を身に付けさせることが大切です。また、デジタル社会の進展とともに、低年齢でもインターネット等を通じた商品の売買やサービスの利用に関するトラブルが発生していることから、保護者自身がインターネット等に関する知識を持ち、子どもに対して、スマートフォンやインターネットの使い方・危険性について積極的に教育するとともに、フィルタリングを設定するなど、未然防止対策を実施することが大切です。

家庭の中で消費者教育や未然防止対策を実施することが重要であることから、市町等関係機関と連携し、社会教育施設の活用や学校における保護者会・PTA等への啓発、情報提供等を通じた取組を行います。

(4) 事業者における消費者教育の推進(部局：環境生活部)

事業者においては、公正で持続可能な社会の形成に寄与するため、「持続可能な開発目標(SDGs)」の視点を持った経営が求められます。また、消費者と事業者による健全な市場の実現のためには、消費者の意見等を生かした商品・サービスを提供するなど、消費者を重視した事業活動「消費者志向経営*」を行うことが期待されています。

さらに、消費者教育推進法第14条では、「事業者は、その従業員に対し、研修を実施し、又は事業者団体等が行う講習会を受講させることなどを通じ、消費生活に関する知識及び理解を深めるよう努める」とされています。そこで、事業者は従業員の年齢層に合わせて、巻き込まれやすい消費者トラブルの注意喚起や金融リテラシー向上に向けた金融経済教育等の従業員教育を実施することが必要です。

企業において消費者教育に取り組むことは、企業の社会的責任(CSR)の観点からも有意義であり、事業者団体等をとおして、「消費者志向経営」やJ-FLECの講師派遣(出張授業)等の情報提供を行うとともに、情報交換を積極的に行うなど、企業における消費者教育を支援します。

2 消費者教育の担い手の育成とさまざまな主体との連携

消費者教育推進法では、消費者教育を担う人材育成および資質向上のための講座開設等の取組を行うとともに、関係機関との連携・協働のもとに、消費者教育推進の施策を実施することが定められています。

関係機関と緊密に連携しながら、地域特性に応じた手法や内容により、消費者教育を推進します。

(1) 消費者教育の担い手の育成（部局：環境生活部、教育委員会事務局）

ア 「消費者教育コーディネーター*」の配置

消費生活相談に占める高齢者からの相談割合が増加しているとともに、成年年齢の引下げに伴い若年者の消費者被害拡大が懸念されていることから、今後、若年者や高齢者の被害拡大防止に向けた取組を一層進める必要があります。

県消費生活センターに「消費者教育コーディネーター」を配置することにより、消費者教育を全般的に企画・調整するとともに、特に学校現場と専門家との連携強化を図ることで、消費者教育を効果的に進めます。

イ 「消費者啓発地域リーダー」の養成

地域における消費者教育・啓発を促進するため、養成講座を県内各地で開催し、「消費者啓発地域リーダー」を養成するとともに、フォローアップ講座の開催や啓発資料を提供するなど、活動を支援します。

また、学生等が消費者問題に係る判断能力を身につけられるようにするとともに、若年層への消費者教育を推進するため、大学等と連携し、大学生等が消費者教育の担い手となる学生消費者リーダーを育成します。（再掲）

ウ 教職員の指導力向上

学校現場において、消費者教育を推進するためには、教職員が常に変化
する消費者トラブル事案等に関する基礎的な知識を身につけ、指導力を向上させることが必要です。このため、若年者の被害等の実態に応じた研修講座を継続的に実施するとともに、インターネットを活用した研修（ネットDE研修）を配信し、研修講座と組み合わせることで視聴の推奨を行うなど、教職員の指導力向上に促します。

(2) さまざまな主体との連携による消費者教育の推進 (部局：環境生活部)

消費者が主役となる消費者市民社会の実現のため、市町や県民、消費者団体、事業者団体、NPO、学校等の教育関係者、福祉関係者など、さまざまな主体と連携、協働することにより、効果的に消費者教育を推進します。

また、消費者がどこに住んでいても消費者教育を受けられるよう、市町や学校等の消費者教育の取組を支援します。

3 合理的な消費行動の推進

消費者が、消費生活に関する知識を習得し、正確な情報のもと、適切な消費行動に結びつけるためには、消費者に対して、きめ細かな情報を迅速かつ的確に提供することが重要です。

さまざまな学習の場の提供、あるいは、多様な手法・情報媒体を活用し、自主的かつ合理的な消費行動をとるための消費者教育・啓発を実施します。

(1) 情報提供や学習の場の提供 (部局：環境生活部)

県消費生活センターでは、消費者が商品やサービスの内容を十分理解したうえで、自主的判断に基づいた消費生活を営むことができるよう、消費者庁と連携し、商品やサービスに関する安全情報や消費者トラブルの事例等について、ホームページやSNS、出前講座、講演会等、消費者が利用しやすい手段や方法で情報提供します。

また、各地の消費生活センター等につながる全国共通の「消費者ホットライン*」（「188」番）や最寄りの警察本部等の相談窓口につながる全国共通の「警察相談専用電話」（「#9110」番）の周知を図るとともに、消費者団体、事業者団体、行政等が参画する「みえ・くらしのネットワーク*」における連携を強化し、各団体間の情報共有や各地域で開催されるイベントへの出展など、消費者トラブル防止に向けた啓発活動を推進します。

さらに、県消費生活センター展示ホールの展示物や消費生活にかかる書籍、DVD、パンフレット等を充実させ、学習の場や啓発物品等を提供します。

(2) 金融リテラシー向上に向けた消費者教育の推進 (部局：環境生活部)

決済手段や取引環境の多様化・複雑化や、成年年齢の引下げ等を背景に、一人ひとりが金融リテラシーを身につける必要性が高まっています。

投資詐欺等に騙されず、経済的に自立し、安心かつ豊かな生活を送るためには、家計管理や生活設計といった基本的な金融知識に加え、クレジットカード、各種ローン等の金融トラブル防止のための知識を習得することなどにより、それぞれのライフプランに合った金融商品・サービスをより適切に選

択し、安定的な資産形成を行う必要性を理解するなど金融リテラシーを向上させていくことが重要です。

また、金融経済教育を通じて金融リテラシーを高めることは、一人ひとりが描くファイナンシャル・ウェルビーイング*の向上につながります。

三重県金融広報委員会と連携し、J-F L E Cによる講師派遣(出張授業)や学習教材の利用を促進するとともに、学校等における生徒等の発達段階に応じた金融経済教育の研修・実践を支援するため、金融経済教育研究校の委嘱を行うなど、企業や学校等における金融経済教育の実施を支援します。(再掲)

(3) カスタマーハラスメント防止に向けた対策(部局：環境生活部、雇用経済部)

顧客等から従業員への暴力や悪質なクレーム等の著しい迷惑行為であるカスタマーハラスメントを防止するため、条例の制定や指針の整備等を行います。

また、自立した消費者として、事業者側に適正な内容・方法で意見を伝えるためのポイント等について、出前講座の実施や啓発チラシの配布等による消費者教育・啓発を行います。

4 公正で持続可能な社会の形成に向けた取組

持続可能な消費生活を確保するためには、消費者それぞれが社会的な課題に気付き、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動であるエシカル消費を心掛け、自発的に行動することが重要です。

市町や関係機関、団体等と連携し、環境教育、食育、国際理解教育等についての消費者教育を効果的に推進し、エシカル消費の普及啓発を推進します。

(1) 社会的課題に配慮した消費行動の促進(部局：環境生活部、教育委員会事務局)

ア 社会的課題に配慮した消費行動の普及啓発

フェアトレード*認証商品や福祉事業所等の製品等を選ぶことは、開発途上国の生産者や労働者、障がいのある人の支援と自立への後押しにつながります。

消費者それぞれが社会的課題の解決を考慮し、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら日々の消費行動を行うことは、消費者市民社会の形成にとって重要です。

みえ環境フェア等への出展や市町、関係機関、団体等との連携を通じて、

県民の皆さんのエシカル消費に係る認知度や関心を高め、エシカル消費につながる行動をとることができるよう普及啓発を推進します。また、県自らがフェアトレード認証商品を優先的に選択するなど、エシカル消費の考え方をふまえた物品調達についても検討を行っていきます。

学校教育においては、環境教育等と関連付けたSDGsの学習や、フェアトレードの取組等から公平・公正を考える学習等をとおして、エシカル消費等の消費行動を実践できる態度を育成していきます。

イ 国際理解教育との連携

国際理解教育は、海外の文化や外国の人々との接点を理解させ、環境や資源など地球規模の社会問題を考えさせることをねらいとしており、国内外の社会情勢および地球環境に与える影響を自覚させることは、消費者教育を行ううえで重要です。

外国語指導助手（ALT）をはじめ、地域に暮らす外国の人たちとのコミュニケーションの機会の提供等、学校教育における効果的な国際理解教育の推進に努めながら、消費者教育との連携を図ります。

また、ユニセフ、ユネスコ、NGO、NPO等のさまざまな機関と連携し、子どもたちが多様な生き方、価値観、文化等に触れる機会を創出します。

(2) 環境に配慮した消費行動の促進（部局：環境生活部、教育委員会事務局）

ア 環境に配慮した消費行動への取組

グリーン購入の取組や、企業・学校・行政の連携による、子どもたちが家庭内において取り組む環境マネジメントプログラムを実施するとともに、「脱炭素社会の実現」「気候変動」「プラスチックごみ問題」「食品ロス」など環境的課題をテーマに取り入れた県民向け環境講座等を通じて、環境に配慮した消費行動の啓発を行います。

また、自動車やバイクによる通勤から、公共交通機関や自転車等による通勤への転換を促すため、企業との連携によるエコ通勤の取組や、毎週水曜日に実施する「みえエコ通勤デー」の周知を図ります。さらに、プラスチック等に係る資源のスマートな利用*を推進するためにマイバック・マイボトル運動を実施するなど、ワンウェイプラスチックをできる限り利用しないよう啓発を行うとともに、ごみ拾いSNSアプリを活用した楽しみながらできる取組を通じて、散乱ごみ対策に取り組みます。

イ 環境教育との連携

県内全ての幼稚園、小中学校、高等学校、特別支援学校で、特に「学校環境デー（6月5日）」を中心として、地域の実情に応じた、工夫した取組を行います。また、「ESD*（持続可能な開発のための教育）推進の手引き」（改訂版）や、学習指導要領においても触れられている「持続可能な社会の創り手」の育成について、周知および取組を進めます。

小中学校では、異学年や幼稚園・小中学校間等の連携や保護者・地域社会等との連携など、創意工夫ある活動をとおして、環境教育に取り組む意欲を一層高め、主体的によりよい環境を作り、環境に配慮した望ましい行動をとることができる子どもたちの育成を図ります。

県立高等学校では、「県立学校環境マネジメント」に基づき環境教育・環境保全活動に取り組みます。また、引き続き環境教育に関する全体計画を作成し、家庭・地域・企業等と連携しながら、創意工夫ある活動を行い、生徒の環境学習に取り組む意欲を一層高めるとともに、ESDを推進し、現代社会における地球規模の諸課題を自らに関わる問題として子どもたちが自ら考え、主体的に環境保全活動に参画していくために、実践的で探究的な環境学習を推進します。

県立特別支援学校では、具体的な活動を通して学習することが効果的なことから、環境保全につながる体験活動などさまざまな学習場面において環境教育を推進します。

(3) 食育と食品ロス削減に向けた取組（部局：環境生活部、農林水産部、教育委員会事務局）

ア 食育との連携

食育については、「食育基本法」に基づき推進されていますが、食への感謝の念や地産地消の推進、食品ロス削減等の取組は、持続可能な社会の形成をめざす消費者教育の課題でもあるため、関係機関が連携し、食育と消費者教育との連携に努める必要があります。

学校での食の教育を進めるため、学校給食への地場産物の活用割合を高める「みえ地物一番給食の日」を通じ、子どもたちの農林水産業に対する理解を深めるとともに、学校給食に活用しやすい地場産物を使用した商品開発を実施していきます。

また、学校教育活動全体で計画的・継続的に取り組む食育の充実を図るため、引き続き、各学校における食育推進組織の充実を働きかけます。

地産地消については、身近にある地域の農林水産物やそれらに由来するサービスを消費・享受することで、自らの生活や地域のあり方を消費者に

見つめ直してもらうことが重要です。そのために、食品関連事業者等と連携した「みえ地物一番の日」キャンペーンにより、県産農林水産物の取扱を定期的にクローズアップし、食材の魅力を伝え、日常の食生活等における活用を推進するとともに、農林漁業体験活動等により、食への理解と感謝の念を醸成することで、食品ロス削減につなげていきます。

イ 食品ロス削減に向けた取組

食品ロスを削減していくため、県、市町、事業者、消費者等のさまざまな主体がこの課題に取り組み、社会全体として対応していけるよう、食べ物を無駄にしない意識の醸成とその定着を図ります。このため、食品ロス削減月間等の全国的な取組をはじめ、さまざまな機会をとらえ、効果的な啓発活動を実施します。

また、まだ食べることができる食品については、廃棄することなく、できるだけ食品として活用していくため、「三重県食品提供システム（みえ〜る）」により、食品提供企業とフードバンク*団体等をつなぎ、ネットワーク化を促進する取組等を行います。

第2項 消費者の安全・安心と適正な取引等の確保

消費者の安全・安心を確保するためには、衣食住をはじめとした生活に関わる商品やサービスについて、法令に基づき適正に監視・指導を行うほか、表示の適正化や生命・身体への危害防止に向けた取組の推進、消費者への迅速かつ的確な情報提供を行う必要があります。

また、事業者における自主的な取組の支援を行うほか、災害時等における生活関連物資の安定供給などについて、事業者との連携推進を図る必要があります。

1 食の安全・安心の確保

「県民の健康の保護」「地産地消等の推進を通じた食品関連事業者と県民との間の信頼関係の構築」「安全で安心できる食品の供給及び消費の拡大」に寄与することを目的として定めた「三重県食の安全・安心確保基本方針*」に基づき、県民、食品関連事業者、県等のさまざまな主体の相互理解、連携および協働により、食の安全・安心の確保に関する施策を総合的に推進します。

(1) 「三重県食の安全・安心確保基本方針」に基づく監視・指導

(部局：医療保健部、環境生活部、農林水産部、教育委員会事務局)

ア 「三重県食品監視指導計画*」に基づく取組

食中毒の発生を防止するため、食肉および食鳥肉の取扱施設、飲食店、集団給食施設、食品製造業等を重点的に監視指導します。

また、観光客や来県者の増加が見込まれる観光地等での食中毒発生の予防対策を重点項目として、監視指導します。

さらに、食品等事業者がHACCP*に沿った衛生管理の取組を適切に実施していることを確認します。

イ 農薬、肥料、飼料、動物・水産用医薬品等の適正使用

農薬の販売業者や使用者、肥料の生産業者や販売業者に対して立入検査・指導を実施するとともに、適正使用のための情報提供や指導を行います。

また、安全・安心な畜水産物を消費者に提供するため、飼料および飼料添加物並びに動物・水産用医薬品の販売業者に対しては、適正な流通について監視・指導を行うとともに、生産者に対しては、飼料等や動物・水産用医薬品の適正な使用および管理について、監視・指導を行います。

- ウ 「米トレーサビリティー法」に基づく取組
「米穀等の取引等に係る情報の記録及び産地情報の伝達に関する法律」に基づき、米穀事業者に対する立入調査を実施します。
- エ コンプライアンス意識の向上の取組
事業者におけるコンプライアンス意識の向上や関係法令に関する理解の促進を図ります。
- オ 食の安全・安心の確保に関する知識の普及と理解の促進
消費者に対して、食の安全・安心についての正確な情報提供を行うとともに、食の安全・安心の確保に努力する事業者の情報を発信し、理解の促進を図ります。また、食に関する風評被害の防止に向けた取組を行います。
さらに、食の安全・安心について考える力や選択する力を養うため、食育をとおして学校や家庭・地域の食の安全・安心の確保に関する知識と理解を深めるための教育を推進します。
- カ 生産、製造、流通各段階における監視・指導等
食品監視指導計画および食の安全・安心確保行動計画に基づき、食品および農畜水産物等の生産段階や製造・流通段階での監視、指導、検査を実施するとともに、これらに係る情報の公開・提供を行い、消費者の意見を反映して内容の充実を図ります。
- キ G A P *手法の導入促進
農畜産物の安全確保、労働安全等のため、生産者に対してG A P手法の導入を促進します。
- ク トレーサビリティーシステム*導入等への支援
農産物の生産から流通・販売までの履歴情報を確認できるトレーサビリティーシステム等の導入に取り組む事業者を支援します。

2 商品・サービスの安全の確保

消費者が、消費生活に係る商品やサービスによって生命、身体および財産を侵されることがないように、事業者の監視・指導等を行うとともに、事故情報等を幅広く収集し、県民の皆さんに情報提供を行うなど、消費者の安全の確保に向けた取組を推進します。

(1) 家庭用品等の安全の確保（部局：防災対策部、医療保健部、環境生活部）

ア 家庭用品の安全の確保

「消費生活用製品安全法」および「家庭用品品質表示法」に基づく立入検査を実施し、販売事業者等に対する指導を行います。

また、家庭用品による健康被害の発生を未然に防ぐため、「有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律」に基づき、販売事業者等に対する監視・指導を行うとともに、家庭用品衛生監視員の資質向上に努め、監視体制の強化を図ります。

イ 電気用品・ガス用品等の安全の確保

電気用品・ガス用品等の安全性を確保するため、「電気用品安全法」「ガス事業法」および「液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律」に基づき、販売事業者に対する立入検査・指導を行います。

(2) 住宅等の安全性の確保（部局：県土整備部）

ア 建築物の耐震化の促進

住宅を含む建築物の地震による倒壊を防ぐため、建築物の耐震化を促進します。

イ 適正な建築確認制度等の運用

防災や構造上の安全性を確保し、安全で安心な建物づくりのため、特定行政庁や各機関との連絡・調整を図り、円滑かつ適正な建築確認制度の運用を進める必要があります。

また、木造の一戸建て住宅等については、適正な工事監理が行われるよう工事監理者への指導を行います。

県内で業務を行う指定確認検査機関、指定構造計算適合性判定機関への立入調査を実施します。

省エネ基準への適合が適正に確保できるよう、特に制度拡充直後の時期において、制度の周知・啓発および設計者等への指導を行います。

ウ 建設業者等への指導・監督

住宅等の工事に際して不正行為等を行った建設業者に対して、適切な指導・監督を行います。また、適正な宅地建物取引やトラブルの未然防止に向け、宅地建物取引業者に対する立入検査や、宅地建物取引士に対する法定講習等を実施するとともに、不適切な行為に対しては、厳格に指導・監督等を行います。

さらに、関係機関と連携した住宅相談窓口講習会の開催や情報提供等により、住宅相談窓口の充実や住宅性能表示制度等の普及・啓発に努めます。

(3) さまざまなサービス等の適正な運営の確保（部局：医療保健部、子ども・福祉部、雇用経済部、観光部）

ア 生活衛生関係営業の適正な運営の確保

生活衛生営業施設等の監視指導や講習会等を行い、生活衛生営業施設等営業者の自主的な衛生管理の促進を図ります。

また、利用客が多いと見込まれる宿泊施設の監視指導を実施するとともに、入浴施設におけるレジオネラ症感染防止対策の監視指導を重点的に行います。

イ 福祉サービス業務の適正な運営の確保

介護保険サービス事業者等の高齢者に対する適切なサービスの提供および業務の適正な運営を確保するため、「介護保険法」等に基づく指導・監督を実施します。

また、障害福祉サービス事業者等の障がい者に対する適切なサービスの提供および業務の適正な運営を確保するため、「障害者の日常生活及び社会生活を総合的に支援するための法律」等に基づく指導や立入検査を実施します。

ウ 旅行業務の適正な運営の確保

旅行の安全の確保および旅行者の利便の増進を図るため、「旅行業法」に基づく指導や立入検査を実施します。

エ 貸金業務の適正な運営の確保

貸金業を営む者の業務の適正な運営の確保および資金需要者等の利益の保護を図るとともに、国民経済の適切な運営に資するため、「貸金業法」等に基づく指導や立入検査を実施します。

(4) 消費者事故*情報等の消費者への迅速かつ的確な情報の提供（部局：環境生活部）

消費者庁や国民生活センター等と連携し、消費者の生命や身体に危害を及ぼす疑いのある商品・サービスについて情報収集を行い、消費者への迅速かつ的確な情報の提供に努めます。

また、消費者事故が発生した場合には情報を集約し、消費者庁へ迅速に報告するとともに、必要に応じて国や市町の協力を得ながら被害の拡大防止のための注意喚起、調査等を実施します。

3 取引の安全の確保

不当な取引に侵害されず、不当な取引条件を強制されないため、消費者の利益を保護し、商品等の流通を円滑にするために、悪質な事業者に対して監視・指導等を行います。

また、事業者や事業者団体等と連携することで、事業者の自主的な取組を支援します。

(1) 「特定商取引に関する法律」（以下「特定商取引法」という。）の厳正な執行（部局：環境生活部）

ア 悪質商法対策の充実・強化

高齢者のみならず、若年層をターゲットにした悪質商法対策の充実・強化を図るため、最新の事例等を情報収集し、特定商取引法の趣旨、消費者被害の実態をふまえ、同法に基づく厳正な執行を行います。

また、特定商取引法の対象とならない商取引における不当取引行為についても、条例に基づき調査・指導等を行います。

イ 連携による効果的な事業者指導の実施

不当な取引行為に対しては、被害の拡大防止に向けて、国の関係機関や警察等と連携し、適切な事業者指導を実施します。また、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県で構成する「東海地域悪質事業者対策会議*」において、消費者被害の状況や問題解決手法等の情報の共有を図り、効果的な事業者指導を行います。

(2) 事業者指導の充実・強化（部局：環境生活部）

県内の消費生活センターや相談窓口に寄せられた相談等の内容をふまえ、不適正な取引行為を行う事業者を抽出し、県消費生活センターにおいて不当商取引指導専門員による悪質事業者への指導を速やかに実施します。

(3) 事業者の健全な育成（部局：環境生活部）

事業者が自ら健全な取引環境を構築するため、相談時の適切な助言や研修会の開催を通じて、「消費者契約法」「特定商取引法」および「不当景品類及び不当表示防止法」（以下「景品表示法」という。）等に基づくコンプライアンスを遵守した経営等の取組を支援します。

(4) 事業者による自主的な改善の促進（部局：環境生活部）

表示の適正化、商品の安全性、適正な商取引の確保を図るため、事業者に対し、関係法令や条例に基づく調査・指導および立入検査等を行い、自主的な改善を促進します。

4 表示・計量の適正化

商品等が誤って選択・使用・保存されることによって消費者の利益が損なわれないよう、表示についての調査を実施するとともに、事業者に対して適正な表示を行うよう、監視・指導、啓発等を実施します。

(1) 商品・サービスの適正な表示の確保（部局：医療保健部、環境生活部、農林水産部）

ア 景品表示法の厳正な執行

景品表示法に基づき、過大な景品付き販売を規制します。また、広告等の表示において、商品やサービスの内容が、実際のものより著しく優良と誤認させるような表示や、取引条件が、実際のものより著しく有利であると誤認させるような表示を行った事業者に対して、適正な表示を行うよう行政処分や指導を行います。

さらに、景品表示法に基づく事業者への調査を実施し、消費者を不当に惑わす表示を規制するとともに、ステルスマーケティング*に対する監視を強化します。

加えて、景品表示法の法令への理解を促進し、適正な表示が行われるよう、事業者に対して研修や啓発を実施します。

イ 連携による効果的な調査・指導の実施

「東海4県広告表示等適正化推進会議*」および「三重県食品表示監視協議会*」において、関係機関等と表示に関する情報の共有を図り、効果的な調査・指導を行います。

ウ 食品表示の適正化に向けた監視・指導等

食品表示の適正化に向け、「食品表示法」および「三重県食品監視指導計画」に基づき監視指導を行います。

また、一般社団法人食品衛生協会と連携し、食品衛生指導員の協力のもと、食品表示を行う食品等事業者へ「食品表示法」に基づく表示制度の普及啓発等周知を図ります。

エ 健康食品等の表示の適正化

「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律」に基づき、医薬品的な効能効果を標ぼうする健康食品等の広告等の表示について監視を行うとともに、不適切な表示に対しては、事業者への指導を行います。

オ 「健康増進法」に基づく広告等の表示規制

「健康増進法」に基づき、食品として販売されるものに関し、健康の保持増進の効果等について著しく事実に相違する、または著しく人を誤認させるような広告等を表示ごとに個別具体的に判断し指導することにより、消費者の適切な健康管理や診察の機会を妨げる広告等の表示を規制します。

また、消費者および事業者に対し、それぞれ正しい表示の活用や提供ができるよう、引き続き積極的な情報発信による啓発を行います。

カ 食品表示の適正化に向けた情報提供

「食品表示法」を遵守し適正な表示を行うよう、食品事業者に対し普及啓発を行います。特に、食品表示基準の改正があった場合は、その内容をふまえ、ホームページやパンフレットによる周知を行います。

また、監視指導時以外に、食品等事業団体と連携し団体が主催する講習会等の機会を捉え、必要な情報を適切に提供していきます。

(2) 商品の適正な計量の確保（部局：雇用経済部）

「計量法」に基づき、適正な計量の実施を確保し、安全・安心な商取引や消費生活を実現していくために、質量計の定期検査や燃料油メーター、タクシーメーター等の検定・検査を行うとともに、小売店舗・ガソリンスタンド、計量証明事業者等への立入検査を実施します。

5 生活関連物資の安定供給

社会情勢の急変などの非常時における生活関連物資の需給および価格の安定のための施策を実施します。

(1) 生活関連物資の流通の円滑化および価格の安定（部局：環境生活部）

生活関連物資の価格動向を把握するとともに、生活関連商品の流通の円滑化および価格の安定を図るため、必要があると判断した場合は、事業者に対して、生活関連商品の円滑な供給とその他必要な措置について協力を要請します。

(2) 生活関連物資の円滑な供給と正確な情報の提供（部局：環境生活部）

社会情勢の急変などの非常時において、生活関連商品の買い占めまたは売り惜しみを行う事業者に対して、必要に応じて商品の売り渡しを勧告し、生活関連商品の円滑な供給を促します。

また、消費者に対して、不安に駆られて必要以上の買い占めを行わないよう、正確な情報を収集したうえで、情報提供を行います。

第3項 消費者被害の防止・救済

県の消費者行政の中核センターである県消費生活センターの相談体制の充実に努め、専門的な相談対応を行うとともに、多重債務や特殊詐欺など相談状況に応じて、警察や関係機関等と連携して、消費者トラブルの未然防止・拡大防止を図ります。

また、市町における相談体制の充実に向けた取組を支援するとともに、消費生活上特に配慮を要する消費者のトラブル防止のため、市町や関係団体等のさまざまな主体と連携し、地域における見守り体制の強化に向けた取組を推進します。

1 三重県消費生活センターの相談機能の充実

県内各消費者行政の中核センターとして、広域的・専門的課題に取り組みます。

また、さまざまな相談に適切かつ迅速に対応するため、相談体制の充実や消費生活相談員の資質の向上、専門性の向上に取り組むとともに、国や市町等の関係機関との連携を強化することで、県民からの相談に的確に対応します。

(1) 相談体制の充実（部局：環境生活部）

ア 相談体制のDX化

相談体制のDX化を推進することで、相談者の利便性向上（Webによる相談予約、メール相談等の相談手法の多様化など）および相談員の業務支援（同様の相談対応事例の自動表示等）による相談体制の充実に努めます。

イ 消費生活相談員の人材確保

消費生活相談員の高齢化等により担い手不足が進んでいることから、新たな人材を確保するため、「三重県消費生活相談員人材バンク*」を運用するとともに、県広報誌等へ募集情報の広報を行います。

また、対応が困難な相談事例については、相談員が1人で抱え込まないように組織で対応するとともに、相談員のメンタルケアを実施します。

ウ 連携による相談業務の充実

国民生活センターや日本司法支援センター（法テラス）、弁護士会、司

法書士会、警察など関係機関との情報交換や連携等により相談業務の充実を図ります。また、市町、消費者団体や事業者団体が参画する「みえ・くらしのネットワーク」を通じて、関係機関と連携を図り、消費者トラブルに関する情報交換や相談窓口の周知等の啓発を実施します。

(2) 消費生活相談の充実・強化 (部局：環境生活部)

ア 専門的な相談への対応

より高度で専門的な相談に対応するため、国民生活センター等が主催する研修等に参加し、消費生活相談員の資質の向上を図るとともに、弁護士等専門家の活用を進めます。

また、全国の消費生活相談を収集・蓄積したシステムであるP I O - N E T (全国消費生活情報ネットワークシステム)に掲載された緊急情報や事故情報等については、速やかに県ホームページやSNS等を活用し、幅広く県民の皆さんに情報共有するとともに、相談対応への活用を進めます。

イ あっせんの実施

消費者自身での解決が困難な消費者トラブル等に対応するため、消費生活相談員が必要に応じて事業者とのあっせんを行います。

(3) デジタル化の進展への的確な対応 (部局：環境生活部)

デジタル化の進展による新たな商品やサービスの提供に伴う消費者トラブルの防止や早期解決に向け、市町や事業者団体等と連携し、消費者への情報提供を行うほか、利便性やリスク等についての理解の促進を図ります。

(4) 国際化の進展への対応 (部局：環境生活部)

ア 消費生活の国際化への対応

個人輸入など消費生活の国際化に伴い、消費者と事業者との間の適正な取引を確保するため、消費者への情報提供や関係機関への紹介を行います。

イ 外国人住民への相談対応等

外国人住民等の消費者トラブルの未然防止・拡大防止に向け、市町や関係機関と連携した、外国人住民向けの相談や啓発に取り組みます。

また、「みえ外国人相談サポートセンター (M i e C o) *」において、外国人住民等からの生活に係る相談を対面又は電話で受け付け、適切な情報提供や関係機関への取次ぎを行います。

2 市町の相談体制等の充実に向けた支援

消費者に身近な市町における消費生活相談の充実のため、働きかけや助言を行うとともに、必要な支援を実施します。

(1) 市町の消費生活相談体制充実のための支援と連携（部局：環境生活部）

ア 市町の消費生活相談体制の充実

消費者が身近なところで安心して相談できるよう、市町の消費生活相談員の人材を確保するため、「三重県消費生活相談員人材バンク」により支援するとともに、国交付金の活用を促進し、相談員の研修費用等の支援を行います。

また、広域連携も含めた市町における消費生活センターの設置促進を図るなど、市町の消費生活センターや相談窓口の機能の充実、専門性の強化を進めます。

イ 市町の相談対応への支援

市町の消費生活相談窓口の相談能力の向上のため、弁護士や事業者団体等に講師を依頼し、消費生活相談員や相談窓口担当職員を対象とした勉強会を毎月さまざまなテーマで開催するとともに、当日参加できない方も後日視聴できるよう、市町に対して勉強会の録画データを提供します。

また、市町の相談員等からの問い合わせに対応するため、市町ホットラインや弁護士相談の利用を促進するとともに、必要な情報提供を行います。

3 多重債務者問題への対応

多重債務者に対しては、市町等さまざまな関係機関と連携した対応を行うとともに、特に多重債務に陥る一因であるギャンブル等依存症について、「ギャンブル等依存症対策基本法」に基づき、県の取組を推進します。

(1) 多重債務者のサポート体制の確保（部局：医療保健部、環境生活部）

県ホームページやリーフレットを活用し、行政機関等の相談窓口を広く周知し、当事者のみならず家族からの相談に対応するとともに、県、市町、弁護士会、司法書士会、東海財務局津財務事務所、社会福祉協議会等が連携・協力する「多重債務者相談連携システム*」により、迅速に多重債務相談窓口から弁護士等専門家につなぐなど、生活再建を支援します。

また、相談窓口への誘導および常設の相談窓口の認知度向上等を目的として、三重県多重債務者対策協議会による無料電話相談会を開催します。

さらに、こころの健康センターでは、支援機関や関係団体と連携し、多重債務者のこころのサポートによる自殺防止等の対策を進めます。

(2) ギャンブル等依存症対策の推進（部局：医療保健部、環境生活部）

「三重県ギャンブル等依存症対策推進計画」に基づき、ギャンブル依存症の予防教育・普及啓発や早期発見・早期介入、当事者・家族等からの相談に応じる支援体制の充実、治療体制の整備・充実、人材育成を実施します。

また、こころの健康センターでは、ギャンブル等依存症相談や家族教室を実施し、本人や家族の支援を行います。

4 消費生活上特に配慮を要する消費者への支援

高齢や障がい、認知症等により判断能力が十分ではない方など、消費生活上特に配慮を要する消費者のトラブル未然防止・拡大防止のための取組を推進します。

(1) 高齢者や障がい者等の消費生活の安全確保（部局：医療保健部、子ども・福祉部、環境生活部）

ア 見守り体制の強化と啓発の実施

市町に対して「消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）」の設置を働きかけ、見守り体制を強化します。

また、「消費者啓発地域リーダー」を養成し、地域における自主的な講座や啓発活動の取組を促進するとともに、消費生活出前講座の実施や社会福祉協議会、消費者団体、地域包括支援センター等の関係機関と連携した啓発を実施します。

イ 地域における自立した生活の支援

高齢や障がい、認知症等により判断能力が十分ではない方などで、適切な福祉サービスの利用を受けることができない方に対して、福祉サービスの利用援助や日常的な金銭管理等の代行を行う日常生活自立支援事業を推進し、地域で自立した生活が送れるように支援します。

ウ 成年後見制度*の活用促進

高齢や障がい、認知症等により判断能力が十分ではない方などへの権利侵害を防ぐため、成年後見制度の活用促進に係る市町の取組を支援します。

また、本人と同じ目線で考え、相談し合える、寄り添い型の支援をするため、市民後見人*の担い手の確保・育成等を推進します。

(2) 特殊詐欺等被害防止対策の推進（部局：環境生活部、県警本部）

増加する特殊詐欺等の被害から高齢者をはじめとした県民の皆さんを守るため、「高齢者が犯罪組織からの電話を受けないための対策の推進（自動通話録音警告機の貸出等）」「県民の警戒心・抵抗力を向上させる広報啓発の推進」「金融機関、コンビニエンスストア等と連携した水際対策の強化」など各種施策の推進により、被害の未然防止を図ります。

また、「安心して暮らせるまちづくり出前講座」の開催により、県内のさまざまな安全・安心に向けた活動事例や自主防犯に関する基礎的な知識等について周知を図ります。

5 紛争の適切かつ迅速な解決

消費者からの苦情等について、消費生活センターにおける相談だけでは解決が困難と判断するものについては、適切な相談機関を紹介するなど、紛争の適切かつ迅速な解決に努めます。

(1) 紛争の適切かつ迅速な解決（部局：環境生活部）

ア 民間相談機関等との連携

必要に応じて、他の民間相談機関や公的機関等、適切な裁判外紛争解決機関等を紹介します。

イ あっせんや調停の実施

必要に応じて、「三重県消費者苦情処理委員会*」において、あっせんや調停を行います。

第4章 消費者行政の総合的・効果的推進

1 消費者の意見の消費者施策への反映と透明性の確保

より効果的な事業実施のため、啓発事業や消費生活相談等を通じて消費者の意見の把握に努めるとともに、県が実施する消費者施策について、積極的な情報提供を行います。

(1) 消費生活に関する消費者等の意見の把握（部局：環境生活部）

「みえ・くらしのネットワーク」会議での意見や事業参加者へのアンケート等を通じて、消費者や事業者等の消費生活に関する意見を把握し、施策に反映します。

(2) 消費者施策に関する透明性の確保（部局：環境生活部）

審議会や審議会消費者教育研究部会を公開で開催するとともに、消費生活相談の状況等について、情報提供を行います。

2 市町・国等との連携

消費者に身近な基礎自治体である市町と密接に連携し、消費者行政を推進するとともに、市町における消費者施策の充実に向けた取組を支援します。

また、国や他の都道府県と連携して取組を行うほか、国が推進する地方消費者行政の強化に向けた取組をふまえた施策を実施します。

(1) 市町との連携と支援（部局：環境生活部）

市町へ国交付金の活用や消費者施策の充実に向けた働きかけを行うとともに、県と市町で啓発イベント（大型商業施設での街頭キャンペーン等）を共同で開催するなど、連携した取組を行います。

(2) 国等との連携（部局：環境生活部）

消費者庁をはじめ関係省庁や国民生活センターが開催する専門研修に担当職員を派遣し、より専門性の高い人材を育成します。

また、消費者月間*や多重債務者相談強化キャンペーン*など、全国的な取組と連動した取組を行うとともに、特に、東海・北陸の各県をはじめとする他の都道府県と連携し、情報収集、情報共有を行うことで、効果・効率的な事業の実施を図ります。

3 消費者行政の推進体制と進行管理

審議会からの意見を消費者施策に反映するとともに、消費者を取り巻くさまざまな課題に対して、庁内連携体制のもと消費者行政を総合的に推進します。

(1) 審議会による調査審議（部局：環境生活部）

毎年度、基本計画に基づく消費者施策の実施状況を審議会に報告し、進捗を管理するとともに、審議会からの意見を消費者施策の具体的な取組に反映していきます。

なお、審議会の開催状況については、県ホームページで公表することにより、県民の皆さんに情報提供を行います。

(2) 庁内連携体制の充実（部局：環境生活部、関係各部局）

みえ元気プランにおける「消費生活の安全確保」のめざす姿の実現に向け、「三重県消費者行政推進会議」の場において消費生活相談の傾向等の情報を共有し、啓発活動等に連携して取り組むなど、本県の消費者行政を総合的に推進します。

また、持続可能な社会の形成に向けた取組や食の安全・安心の確保、ギャンブル等依存症対策など、消費者を取り巻くさまざまな課題に対して、庁内連絡会議を積極的に活用することで、着実な推進を図ります。

(3) 進行管理（部局：環境生活部）

基本計画の進捗状況を把握し、消費者行政の実効性を評価するため、みえ元気プランに記載のK P I（重要業績評価指標）に加え、多様化・複雑化する課題に対応するための評価指標を別表のとおり設定します。

【別表】評価指標一覧

1 自主的かつ合理的な消費行動への支援

項目	現状値 令和6(2024) 年12月末時点	目標値 令和11(2029) 年度	項目の説明
講習等の実施学校数(累計) (みえ元気プランに記載のKPI)	90校	270校	若年者教育事業として出前講座の講習等を実施した学校数(みえ元気プランに合わせて、令和3(2021)年度からの累計)
消費生活トラブルに遭ったときに消費生活相談を利用するとした人の割合 (みえ元気プランに記載のKPI)	82.6%	87.0%	消費生活トラブルに遭ったときに消費生活センターや市町の消費生活相談窓口を利用するとした人の割合
高齢者等を中心とした消費者トラブルの未然防止に向けた情報発信回数	24回	48回以上	最新の消費者トラブルや相談窓口の情報について、高齢者等を中心情報発信した回数
エシカル消費の認知度	— ※	50.0%	エシカル消費という言葉を知っていると回答した人の割合

※令和6(2024)年度に実施した県電子アンケート(e-モニター)におけるエシカル消費の認知度は34.9%

2 消費者の安全・安心と適正な取引等の確保

項目	現状値 令和6(2024) 年12月末時点	目標値 令和11(2029) 年度	項目の説明
景品表示法に係る調査件数	5件	12件	商品・サービスの表示等が景品表示法上適正であるかについて、調査した件数

3 消費者被害の防止・救済

項目	現状値 令和6(2023) 年12月末時点	目標値 令和11(2029) 年度	項目の説明
消費生活相談においてあっせんにより消費者トラブルが解決した割合 (みえ元気プランに記載のKPI)	94.2%	95.0%	消費生活相談において、「三重県消費生活センター」があっせんを行った相談のうち、消費者トラブルが解決した割合
消費生活相談員等の研修参加者数	260人	360人	消費生活相談員等の資質向上を目的に開催する研修会への県や市町等の消費生活相談員等の参加者数

現状値に令和6(2024)年12月末時点の実績値を示していますが、最終的な計画には、令和6(2024)年度の数値が入る予定です。

資料

用語の解説

さ行

○ 資源のスマートな利用

製品の生産、流通、販売、廃棄等に至るライフサイクルの各段階で、環境負荷低減を図りつつ、資源循環を推進する取組。

○ 持続可能な開発目標（SDGs／エス・ディー・ジーズ）

平成27（2015）年9月に国連の「持続可能な開発サミット」で採択された、令和12（2030）年までの国際目標。17の持続可能な開発目標を達成することにより「誰一人取り残さない」社会の実現に向けて、開発途上国のみならず先進国も実施に取り組むものとなっている。日本では、国内外の取組を府省横断的に総括し、優先課題を特定した上で「SDGs実施指針」を策定するとともに、平成28（2016）年5月に内閣総理大臣を本部長とする推進本部が設置されている。

○ 市民後見人

弁護士や司法書士、社会福祉士などの資格をもたない、親族以外の市民による成年後見人等。

○ 消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）

高齢者、障がい者、認知症等により判断力が不十分となった者の消費者被害を防ぐため、地方公共団体及び地域の関係者が連携して見守り活動を行うために設置する消費者安全法に基づく組織。

○ 消費者教育コーディネーター

コーディネーターは、担当地域における消費者教育を全般的に企画・調整し推進する者をいう。消費者教育の拠点となる行政組織内で、所管地域全体の消費者教育の効果的実践を支援する。

○ 消費者啓発地域リーダー

平成19（2007）年度から高齢者被害防止のため、市町推薦による民生委員、社会福祉協議会職員、消費者団体等を対象に「消費者啓発地域リーダー」の養成講座を実施し、修了生を登録。地域で自主的に講座、啓発活動を行っている。

○ 消費者月間

「消費者保護基本法（消費者基本法の前身）」が昭和43（1968）年5月に施行されたことから、その施行20周年を機に、昭和63（1988）年から毎年5月が「消費者月間」とされた。

- **消費者事故**
事業者が供給する商品、提供する施設・役務等が通常有すべき安全性を欠くことにより、その使用等に伴い生命・身体に被害が生じた事故。
- **消費者志向経営**
事業者が、消費者全体の視点に立ち、健全な市場の担い手として、消費者の信頼を獲得するとともに、持続可能で望ましい社会の構築に向けて、社会的責任を自覚して事業活動を行うこと。
- **消費者市民社会**
消費者が公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会。消費者一人一人が周囲の人や将来生まれる人々の状況、社会経済情勢に思いをはせて生活し社会の発展と改善に積極的に取り組む社会。
- **消費者ホットライン（１８８）**
全国共通の電話番号で、地方公共団体が設置している身近な消費生活相談窓口を案内するため消費者庁が創設した制度。平成27（2015）年7月1日より3桁化（１８８番）。平成31（2019）年からは毎年5月18日を「消費者ホットライン１８８の日」として制定。
- **ステルスマーケティング**
一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示。
- **成年後見制度**
判断能力（事理弁識能力）の不十分な者を保護するため、一定の場合に本人の行為能力を制限するとともに本人のために法律行為をおこない、または本人による法律行為を助ける者を選任する制度。

た行

- **多重債務者相談強化キャンペーン**
金融庁を中心とした多重債務対策本部が、相談窓口の認知度向上や、潜在的な相談者の掘り起こし等を目的として実施。キャンペーン期間中に都道府県、当該都道府県の弁護士会、司法書士会、中小企業団体及び財務局が連携して、消費者及び事業者向けの無料相談会等の取組を行う。
- **多重債務者相談連携システム**
平成20（2008）年4月に創設。県、市町、市町社会福祉協議会、東海財務局津財務事務所において、多重債務者を専門機関である弁護士や司法書士に紹介・誘導するシステム。
- **東海地域悪質事業者対策会議**
平成17（2005）年度から東海地域（岐阜県、静岡県、愛知県、三重県）で連携して「特定商取引法」に基づく、悪質事業者の情報共有や合同指導等

を行う会議。

○ **東海4県広告表示等適正化推進会議**

平成24（2012）年度から東海地域で（岐阜県、静岡県、愛知県、三重県）で「不当景品類及び不当表示防止法」について事例研究、情報共有や調査・指導に関する検討を行う会議。

○ **トレーサビリティシステム**

食品の安全を確保するために、栽培・飼育から加工、製造、流通等の過程を明確にし、品質追跡・遡及ができるシステム。

は行

○ **ファイナンシャル・ウェルビーイング**

自らの経済状況を管理し、必要な選択をすることによって、現在及び将来にわたって、経済的な観点から一人ひとりが多様な幸せを実現し、安心感を得られている状態

○ **フードバンク**

食品企業の製造工程で発生する規格外品などを引き取り、福祉施設等へ無料で提供する団体・活動。まだ食べられるにもかかわらず廃棄されてしまう食品（いわゆる食品ロス）の削減にもつながる。

○ **フェアトレード**

開発途上国の生産品を、現地生産者の生活支援や環境保護等も配慮した価格で購入する運動。

ま行

○ **みえ外国人相談サポートセンター（みえこ「M i e C o」）**

三重県国際交流財団（津市羽所町700番地 アスト津3F）に運営を委託し開設した多言語相談窓口。令和元（2019）年8月1日開設。外国語が可能な相談員または三者間通話による電話通訳により、11言語で相談に対応。

○ **みえ・くらしのネットワーク**

平成22（2010）年2月、県民が安全な消費生活を安心して送ることができるよう、消費者団体、事業者団体、行政等が連携して啓発活動を行うことを目的に創設。

○ **三重県消費者教育推進地域協議会（三重県消費生活対策審議会消費者教育研究部会）**

消費者教育推進法第20条に規定する地域協議会で、三重県消費生活対策審議会の部会として平成26（2014）年2月に設置された協議会。

- **三重県消費者苦情処理委員会**
消費者苦情に関するあっせん、調停等を行うため三重県消費生活条例第36条の規定に基づき昭和50（1975）年に設置された委員会。
- **三重県消費生活相談員人材バンク**
人材バンクへ登録をした者について、消費生活センターおよび消費生活相談窓口で消費生活相談員の配置を希望する市町に対して、人材情報を提供することにより、県内市町における消費生活相談員の確保を支援する制度。
- **三重県消費生活対策審議会**
県民の消費生活の安定及び向上に関する事項を調査審議するため、三重県消費生活条例第39条の規定に基づき昭和50（1975）年に設置された審議会。
- **三重県食の安全・安心確保基本方針**
三重県食の安全・安心の確保に関する条例に基づき、「県民の健康の保護」「地産地消等の推進を通じた食品関連事業者と県民との間の信頼関係の構築」「安全で安心できる食品の供給及び消費の拡大」に寄与することを目的として定められた方針。
- **三重県食品監視指導計画**
食の安全・安心を確保するため、食品衛生法第24条の規定による「食品衛生監視指導計画」に、食品表示法に基づく食品表示の監視指導等を加えた計画。
- **三重県食品表示監視協議会**
不適切な食品表示に関する監視を強化するため、食品表示を担当する行政機関等との間で、食品表示に関する情報共有や意見交換を行うことにより、連携の強化を図るとともに、不適切食品表示を行っている事業者に対する処分等の必要な対応を迅速かつ円滑に実施することを目的に設置。事務局：東海農政局三重県拠点。

アルファベット

- **ESD（Education for Sustainable Development）**
持続可能な開発のための教育。環境、貧困、人権、平和、開発といったさまざまな現代社会の課題を自らの問題としてとらえ、身近なところから取り組むことにより、それらの課題の解決につながる新たな価値観や行動を生み出すこと、そしてそれによって持続可能な社会を創造していくことをめざす学習や活動のこと。

- **G A P (Good Agricultural Practice)**
農業生産工程管理。農薬の使い方、土や水等の生産を取り巻く環境、農場の労働者の状況など、あらゆる工程を記録・点検・改善して、安全な農産物の生産につなげる取組。
- **H A C C P (Hazard Analysis Critical Control Point)**
危害分析重要管理点。食品の製造において、施設の清掃や食品取扱者の衛生管理等の従来的一般衛生管理に加え、製造の工程ごとに微生物や異物混入の危害があるか分析し、管理することで食品の安全性を高め、食中毒等の被害を未然に防ぐ衛生管理方式。
- **J - F L E C (Japan Financial Literacy and Education Corporation)**
金融経済教育推進機構。幅広い年齢層に向け、かつ、国民各々のニーズに応えた金融経済教育の機会を官民一体で全国的に拡充していくことを目的として「金融サービスの提供及び利用環境の整備等に関する法律」に基づき、令和6（2024）年4月に設立された認可法人。

三重県環境生活部くらし・交通安全課

消費生活センター班

住 所：三重県津市栄町1丁目954番地

電 話：059-224-2400

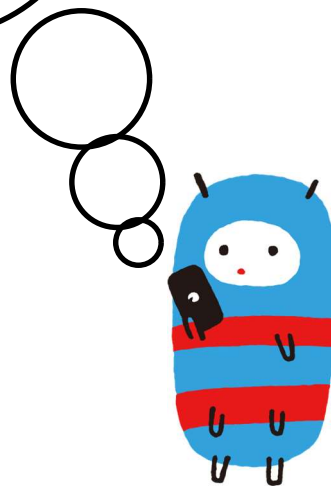
FAX：059-224-3372

E-mail：shouhi@pref.mie.lg.jp

H P：https://www.pref.mie.lg.jp/shouhi/hp/



携帯・スマホからでもご覧いただけます。



三重県消費生活センター
キャラクター「ダンコムシ」