

第1章 「三重県消費者施策基本計画」策定の考え方

三重県消費者施策基本指針は、消費者基本法第4条「地方公共団体は、国の施策に準じて施策を講ずるとともに、当該地域の社会的、経済的状況に応じた消費者政策を推進する責務を有する」及び三重県消費生活条例第3条「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」に基づき、消費者施策を計画的に展開していくために策定

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

- 本県の高齢者（65歳以上）人口の割合は、令和2年29.9%、令和22年には37.4%（推計）
高齢者世帯に占める一人暮らし世帯の割合は、令和2年30.6%、令和22年には37.6%（推計）
- 民法改正による成年年齢引き下げにより18,19歳の若年者が保護対象外となった
- スマートフォンを保有している世帯の割合は、令和5年度には90.6%まで増加
- 令和6年12月末時点の外国人住民数は、66,836人と過去最多を更新（県内総人口に占める外国人住民の割合：3.82%）

＜現行指針の課題＞

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)

- ①18,19歳からの儲け話（副業）や美容（脱毛エステ）等に関する相談が依然として高位
- ②60歳以上からの相談が全体の約4割と高位、外国人住民の増加に伴い、外国人からの相談が増加
- ③教育機関のみならず、地域や職域での消費者教育の実施
- ④投資詐欺等に騙されないための金融リテラシー向上
- ⑤カスタマーハラスメントの対応
- ⑥エシカル消費の認知度が34.9%と不十分

第2項 消費者の安全・安心と適正な取引等の確保

- 実際のものより著しく優良と誤解させるような表示など、消費者に誤解を招く不適切な表示などが依然として存在

第3項 消費者被害の防止・救済

- ①複雑化する各種相談への適切かつ迅速な対応
- ②外国人住民の増加に伴い、外国人からの相談が増加（再掲）
- ③市町における相談体制の充実（消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）設置自治体は3市1町のみ）
- ④SNS型投資・ロマンス詐欺等特殊詐欺の消費者被害の増加

改定のポイント
(主な変更点)

① 高校生期における消費者教育の推進、教職員の指導力向上

青少年消費生活出前講座の実施強化、教職員に対する消費者教育にかかる研修の受講促進

② 高齢者や障がい者等に対する消費者教育の推進、外国人に対する消費者教育の推進

社会福祉協議会や地域包括支援センター等への働きかけ、高齢者への出前講座等の実施強化、多言語行政生活情報ホームページ（MieInfo）を活用した情報発信、多言語に対応した出前講座やチラシ作成等による啓発の強化

③ 「消費者啓発地域リーダー」の養成、事業者における消費者教育の推進

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の育成、企業における消費者教育を支援

④ 【新規】金融リテラシー向上に向けた消費者教育の推進

三重県金融広報委員会と連携し、J-FLEC(金融経済教育推進機構)による金融経済教育の促進

⑤ 【新規】カスタマーハラスメント防止に向けた対策

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等による消費者教育・啓発を実施

⑥ 社会的課題に配慮した消費行動の促進

エシカル消費の認知度向上に向けた、環境関連イベント等への出展などをとおした普及啓発を推進

● 商品・サービスの適正な表示の確保

事業者に適正な表示を行うよう行政処分や指導を行うほか、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

① 【新規】相談体制のDX化

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など）による消費生活相談体制の充実

② 国際化の進展への対応

「みえ外国人相談サポートセンター(MieCo)」において外国人住民等からの相談を受付

③ 市町の消費生活相談体制充実のための支援と連携

「三重県消費生活相談員人材バンク」による相談員の人材確保や広域連携等も含めた市町消費生活センターの設置を促進

④ 【新規】特殊詐欺等被害防止対策の推進

特殊詐欺等被害を未然防止するための啓発を推進するとともに、関係機関と連携した被害防止対策を強化

第4章 消費者行政の総合的・効果的推進

- 市町における消費者施策の取組にかかる情報発信力およびイベント等における集客力が低迷
- 計画の進捗状況を把握し、実効性を評価する指標がない

● 市町との連携と支援

消費者月間等において、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、市町との連携を強化

● 【新規】進行管理

みえ元気プランに記載のKPI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設定

評価指標一覧（一部抜粋）	現状値 (R6)	目標値 (R11)
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	32回	48回
エシカル消費の認知度	—※	50.0%
景品表示法に係る調査件数	5件	12件
消費生活相談員等勉強会の参加者数	331人	360人

※令和6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%

第3章 消費者施策の具体的展開