

平成 26 年 3 月 策定

～ 暮らしの理想郷“ふじのくに”を目指して～

第 2 次 静岡県消費者行政  
推進基本計画

平成 26 年度～平成 29 年度

静 岡 県

# 目 次

## 第1章 基本計画の策定に当たって

1 計画の基本理念	1
2 計画の性格	2
3 計画の期間	2
4 計画の体系図	3

## 第2章 消費者を取り巻く状況

1 消費者行政の状況	4
2 第1次計画の成果と課題	7
3 本県の消費者問題の状況	9

## 第3章 消費者施策の展開の方向

1 自ら学び自立する消費者の育成	21
2 安全な商品・サービスの提供による安心の確保	24
3 消費者被害の防止と救済	29
4 環境に配慮した暮らしづくりの推進	35

## 第4章 施策推進のための体制整備

1 多様な消費者問題に迅速に対応するための連携強化	38
2 県民生活センターの「センター・オブ・センターズ」 としての機能充実	42

## 第5章 計画の実効性の確保

## 参考資料

1 静岡県の消費者行政の沿革	46
2 静岡県消費生活条例	48
3 用語の説明	61

# ◇◇第1章 基本計画の策定に当たって◇◇

## 1 計画の基本理念

この計画は、「ヒト」と「モノ」を大切にし、徳のある人が物心ともに豊かに暮らせる富国有徳の理想郷“ふじのくに”を実現するため、静岡県が、消費生活に関する様々な施策や事業を、総合的かつ計画的に推進するために策定するものです。

この計画では、目指す姿として「くらしの理想郷“ふじのくに”」を掲げています。「くらしの理想郷“ふじのくに”」とは、ヒトとモノが調和し、よりよい商品・サービスが循環する地域社会です。

そこでは、消費者が「ものづくり」に心を配り、よりよい消費生活づくりに参画することにより、事業者が「ものづくり」において、消費者を第一に考えるようになり、適正な事業活動が展開されています。また、消費者と事業者は、よりよい消費生活づくりを支援する地域団体等と連携しています。

これを実現するために、県は、消費者の権利<sup>(注)</sup>を尊重するとともに、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、関係機関と連携して、消費者行政を総合的に推進します。

(注) 消費者の権利（静岡県消費生活条例第2条）

- (1) 消費者の安全が確保される権利
- (2) 商品又は役務について、適正な表示等に基づいて選択をする権利
- (3) 商品又は役務の取引について、不当な行為から保護され、及び不当な条件を強制されない権利
- (4) 商品若しくは役務又はこれらの取引行為により不当に受けた被害から速やかに救済される権利
- (5) 消費生活を営む上で必要な情報が速やかに提供される権利
- (6) 消費生活に関する意見が県民の消費生活の安定及び向上に関する施策及び事業者の活動に反映される権利
- (7) 消費生活に関する教育を受け、及び学習の機会が提供される権利

## 2 計画の性格

静岡県消費者行政推進基本計画は、静岡県消費生活条例（平成 11 年静岡県条例第 35 号）第 8 条の 2 に基づき策定する、県民の消費生活の安定及び向上に関する総合的な施策を計画的に推進するため、消費者施策に関する基本的な計画を定めたものです。

また、静岡県総合計画「富国徳の理想郷 “ふじのくに” のグランドデザイン（基本構想の計画期間：平成 22 年度から概ね 10 年を想定）」（以下「総合計画」という。）の目指す姿を実現するため、総合計画をはじめ、県のその他の関連計画とも整合をとりながら、消費生活に関する様々な施策や事業を、総合的かつ計画的に推進する消費者施策の指針とするものです。

## 3 計画の期間

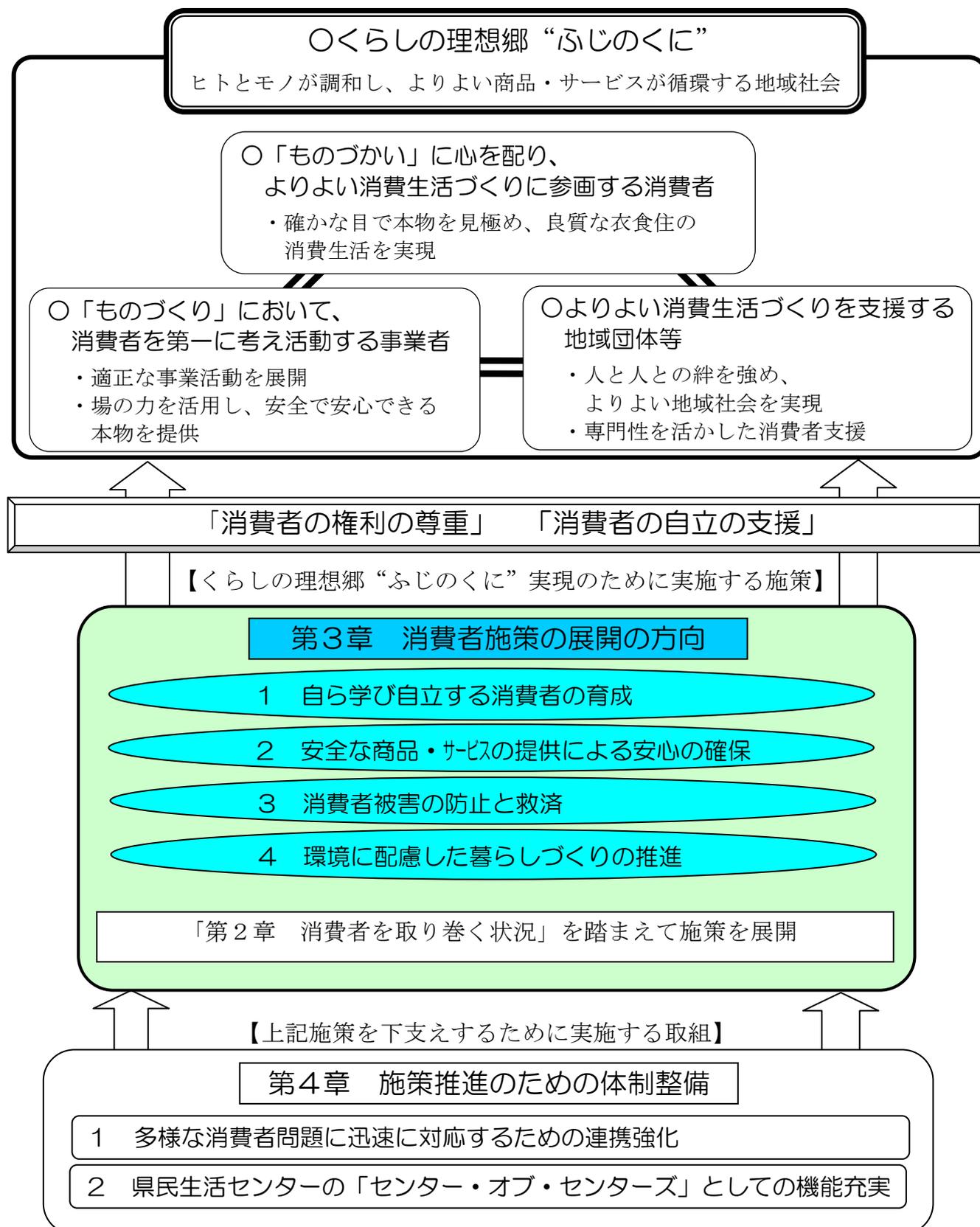
この計画は、平成 22 年度から平成 25 年度までを計画期間とした「静岡県消費者行政推進基本計画」の後継となる第 2 次の計画にあたります。

計画期間は平成 26 年度から平成 29 年度までの 4 年間とします。

ただし、社会経済情勢の急激な変化、消費者行政に関する国の基本的な政策の変更等を勘案し、必要に応じて見直しを行います。

22 年度	23 年度	24 年度	25 年度	26 年度	27 年度	28 年度	29 年度
第 1 次 静岡県消費者行政推進基本計画				第 2 次 静岡県消費者行政推進基本計画			

## 4 計画の体系図



## ◇◇ 第2章 消費者を取り巻く状況 ◇◇

平成21年の消費者庁発足以降、国の法整備や地方への財政的支援等により消費者行政の体制強化が図られる一方で、経済のグローバル化や高度情報化が一層進んだ複雑な社会においては、消費者が自ら学び、適切で合理的な消費行動をとることが重要となってきています。

また、平成23年3月に発生した東日本大震災は、消費者が食の安全や暮らしの在り方について考える大きな契機となりました。

### 1 消費者行政の状況

#### (1) 国の動き

平成21年9月1日の消費者庁・消費者委員会創設以降、国は消費者基本法<sup>\*1</sup>に基づく消費者基本計画を定め、各種消費者政策に取り組んでいます。

地方消費者行政活性化交付金による地方消費者行政の強化・体制整備、消費者教育推進法<sup>\*2</sup>の制定、消費者安全法<sup>\*3</sup>の改正による消費者事故調査委員会の設置及び実体のない利用権の取引等財産分野の「すき間事案」（他の法律に基づく措置のない事案）への対応、特定商取引法<sup>\*4</sup>の改正による「押し買い」規制並びに食と放射能に関するリスクコミュニケーションの推進等、多様化・複雑化する消費者問題に対応し、消費者被害の防止と消費者の自立を促すため、様々な法改正や体制整備を行っています。

また、食品表示に関する法令は多数存在し、消費者、事業者双方にとって分かりにくいことから、国は平成25年6月、食品表示を規定する主な3法（JAS法<sup>\*5</sup>、食品衛生法<sup>\*6</sup>及び健康増進法<sup>\*7</sup>）を一つにまとめた「食品表示法」<sup>\*8</sup>を成立させ、食品表示法は公布後2年以内を目処に施行される予定です。

平成21年9月	消費者庁及び消費者委員会の設置 消費者安全法の施行（都道府県消費生活センターの設置の義務付け、消費者事故情報の通知の義務付け等）
平成21年12月	改正特定商取引法の施行（指定商品・指定役務制の廃止、訪問販売での再勧誘の禁止等）

	改正割賦販売法 <sup>※9</sup> の施行（顧客の年間支払可能見込額を超えるクレジット契約締結の禁止）
平成 22 年 3 月	「消費者基本計画」閣議決定（22 年度～26 年度）
平成 22 年 6 月	改正貸金業法 <sup>※10</sup> の完全施行（個人の借入額の総量規制の導入、上限金利の引下げ等）
平成 24 年 10 月	改正消費者安全法の施行（消費者事故等の調査機関（消費者安全調査委員会）の設置）
平成 24 年 12 月	消費者教育推進法の施行（消費者教育推進における国及び地方自治体の責務の明確化）
平成 25 年 2 月	改正特定商取引法の施行（訪問購入の規制）
平成 25 年 3 月	改正消費者安全法の施行（財産分野に係るすき間事案への行政措置の導入）
平成 25 年 6 月	食品表示法（食品 3 法 <sup>（注）</sup> 一元化）の成立（公布後 2 年以内に施行予定）
平成 25 年 12 月	消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律 <sup>※11</sup> の成立（公布後 3 年以内に施行予定）

（注）JAS法、食品衛生法及び健康増進法のことをいう。

## （2）県の動き

県では、国の地方消費者行政活性化交付金を財源として、平成 20 年度に造成した静岡県消費者行政活性化基金（以下本章において「基金」という。）を活用し、平成 21 年度から平成 25 年度まで、県内市町とともに消費者行政の強化に取り組んできました。

県においては、基金を活用して、消費生活専門アドバイザーの委嘱や消費生活相談員の研修参加支援による県相談窓口の高度化、消費生活相談員資格取得支援講座の開催による新たな消費生活相談員の養成、メディアの活用や、戸別訪問・講座開催等の消費者教育・啓発の充実・拡大とともに、市町消費生活センターの設置促進や市町消費生活相談員に対する研修の開催等、市町の消費生活相談体制整備を支援し、幅広く消費者行政の強化に取り組んできました。

また、悪質商法や詐欺的商法等が増加する中、平成 23 年 12 月に、県警察本部との間で「消費生活侵害事犯の被害拡大防止等に向けた連携に関する協定」を締結し、協定に基づき相互に情報提供等を行うことにより、消費者の被害拡大防止を図るとともに被害回復を支援しています。

さらに、消費者教育推進法を踏まえて、平成 26 年 3 月には「静岡県消費者教育推進計画」を策定しました。

### (3) 市町の動き

本県では、全 35 市町が消費生活相談窓口を設置していますが、平成 22 年 4 月以降、基金の活用等により、2 市 2 町が新たに消費生活センターを設置し、平成 21 年度末には 16 市 2 町であった県内の消費生活センター設置市町は、平成 25 年 4 月には 18 市 4 町となりました。

また、消費生活相談員の増員、相談窓口の開設日や開設時間の拡大等により相談体制を充実した市町もあります。

これに伴い、県全体の消費生活相談件数における市町受付割合は、平成 21 年度の 67.9%から平成 24 年度には 72.8%と増加するなど、県内市町の消費生活相談体制は着実に強化されています。

さらに、基金を活用して、住民に対する講座開催や啓発広報など、住民に身近であるという特性を生かし、地域の実情に応じた消費者行政を展開しています。

地方分権が進む中、地域主権戦略大綱(平成 22 年 6 月 22 日閣議決定)を踏まえ、平成 23 年 8 月 26 日に成立した、基礎自治体への権限移譲に係る第 2 次一括法<sup>※12</sup>(平成 24 年 4 月施行)により、消費生活用製品安全法<sup>※13</sup>、家庭用品品質表示法<sup>※14</sup>の権限の一部(店舗等の立入検査権限等)が市町に移譲されました。

(本県においては、平成 11 年 4 月に市町に権限移譲済み)

その他、平成 24 年 4 月から静岡市及び浜松市に、平成 25 年 4 月から富士市に、県から JAS 法(3 法一元化後は「食品表示法」)の権限の一部である、不適正表示に係る事業者への立入検査等の権限が移譲されました。

このように、事業者指導に関する権限の一部が、住民に身近な基礎自治体に移譲されています。

### 県内市町における消費生活相談体制

区 分	基本計画策定前（21年度末）	現在（25年4月）
消費生活センターを 設置  ※消費生活相談 員が週4日以上 相談業務を実施	16市2町 静岡市、浜松市、沼津市、 三島市、富士宮市、島田市、 富士市、磐田市、焼津市、 掛川市、藤枝市、御殿場市、 袋井市、裾野市、湖西市、御 前崎市、長泉町、小山町	18市4町 静岡市、浜松市、沼津市、 三島市、富士宮市、島田市、 富士市、磐田市、焼津市、 掛川市、藤枝市、御殿場市、 袋井市、裾野市、湖西市、 御前崎市、 <b>菊川市、牧之原市、 長泉町、小山町、清水町、 函南町</b>
消費生活相談員 を相談窓口配置（週3日以内）	7市1町 熱海市、伊東市、下田市、 伊豆市、菊川市、牧之原市、 伊豆の国市、清水町	5市 熱海市、伊東市、下田市、 伊豆市、伊豆の国市
職員が対応	11町 東伊豆町、河津町、南伊豆町、 松崎町、西伊豆町、函南町、 芝川町 <sup>*</sup> 、吉田町、川根本町、 森町、新居町 <sup>*</sup>	8町 東伊豆町、河津町、南伊豆町、 松崎町、西伊豆町、吉田町、 川根本町、森町

※網掛けは、平成 22 年度以降に消費生活センターを設置した市町

※芝川町は平成 22 年 3 月に富士宮市と合併、新居町は平成 22 年 3 月に湖西市と  
合併

## 2 第1次計画の成果と課題

第1次消費者行政推進基本計画は、平成 22 年度から平成 24 年度までを計画期間として平成 22 年4月に策定しましたが、総合計画との整合性から、平成 25 年3月に計画期間を1年延長し、平成 25 年度までとしました。

計画の実効性を確保するため、4つの消費者施策の展開の方向に対し、進捗状況を示す数値目標を設定して、毎年度、進行管理を行ってきました。

計画期間を通した最終的な各施策の展開の方向の達成状況と成果・課題の概要は次のとおりです。

施策の展開の方向	数値目標	基準値	現状値	H25目標	達成状況
(1) 自ら学び自立する消費者の育成	消費生活相談において消費者が自主的に交渉できるよう助言した割合	(H21) 84.4%	(H24) 74.8%	90%	C
	【成果と課題】 相談内容の複雑・高度化等により、現状値は基準値から後退しており、自ら学び自立する消費者の育成をより一層図っていく必要がある。消費者教育推進法を踏まえた消費者教育推進計画の策定に取り組み、体系的な消費者教育を推進する。				
(2) 安全な商品・サービスの提供による安心の確保	食の安全に対する県民の信頼度	(H21) 54.7%	(H25) 県政世論調査 65.4%	66%	B
	【成果と課題】 食の安全に関するリスクコミュニケーションを推進した結果、現状値は60%以上を推移しているが、平成25年度は数値目標を僅かに下回った。更なる信頼度向上を目指して、引き続き食の安全に対する正しい知識の理解普及を進める。				
(3) 消費者被害の防止と救済	消費生活相談体制が確立された市町の割合	(H21) 48.6%	(H24) 62.9%	100%	D
	【成果と課題】 消費者安全法に規定する消費生活センターの設置を促進した結果、現状値は62.9%まで増加した。目標達成には至らなかったが、本県では既に全ての市町が相談窓口を設置し、住民への対応は行われている。今後は、相談員の資質向上により相談対応力を高めることで、消費者被害の防止と救済を図る。				
(4) 環境に配慮した暮らしづくりの推進	一般廃棄物排出量 (1人1日当たり) * ( )内は外国人人口を含んだ県内総人口での算出※1	(H21) 1,012g (987g)	(H24) 962g (942g)	974g 以下 (948g以下)	A
	【成果と課題】 環境に配慮した暮らしづくりはおおむね順調に進んでいる。今後も県民総参加の3R※2を推進するほか、省エネ・節電の普及啓発に努め、県民や事業者が自ら行う地球温暖化防止の取組を一層促進する。				

※1 第2次計画では、外国人人口を含んだ県内総人口で算出した一般廃棄物排出量を指標としたため、参考までに掲載した。

※2 3R：リデュース（廃棄物の発生抑制）、リユース（再使用）、リサイクル（再生利用）

達成状況の見方

- A 目標達成
- B<sup>+</sup> 現状値が目標設定時の推移の想定以上であり、目標達成が見込まれる
- B 現状値から判断し、目標達成が見込まれる
- B<sup>-</sup> 現状値に若干の遅れが見られるが、目標達成は十分可能と見込まれる
- C 目標達成に向け、より一層の推進を要する
- D 目標達成困難

### 3 本県の消費者問題の状況

#### (1) 県内における消費生活相談の現状

静岡県内の消費生活相談の受付件数は、架空請求に関する相談の減少に伴い、年々減少しています。

住民に身近な市町の消費生活相談体制の整備が進んだことにより、県全体に占める市町の受付割合が増加しています。

商品・サービス別では、近年は、「フリーローン・サラ金」に関する相談や「アダルト情報サイト」「出会い系サイト」「デジタルコンテンツ」等インターネット関連の相談が上位となっています。

また、利殖商法が問題となる中、「ファンド型投資商品」「未公開株」等金融商品に関する相談や、健康食品の送りつけ商法の増加に伴い「健康食品」に関する相談が目立つようになりました。

契約当事者別では、60歳以上の相談件数が4割近く(平成24年度)を占めています。

#### 県及び県内市町で受け付けた消費生活相談件数

(単位：件)

	21年度	22年度	23年度	24年度	24/21
県 受 付	8,150 32.1%	6,950 28.5%	6,471 26.5%	6,538 27.2%	80.2%
市 町 受 付	17,264 67.9%	17,477 71.5%	17,970 73.5%	17,482 72.8%	101.3%
合 計	25,414 100.0%	24,427 100.0%	24,441 100.0%	24,020 100.0%	94.5%
う ち 架空請求	3,863 15.2%	3,199 13.1%	2,703 11.1%	2,374 9.9%	61.5%

※下段は、合計に占める構成比

商品・サービス別の苦情相談件数(PIO-NET 登録分※)

(単位：件)

順位	平成 21 年度		平成 22 年度		平成 23 年度		平成 24 年度	
	商品名	件数	商品名	件数	商品名	件数	商品名	件数
1	フリーローン・サラ金	2,440	フリーローン・サラ金	2,176	アダルト情報サイト	2,359	アダルト情報サイト	1,550
2	商品一般	1,463	アダルト情報サイト	2,077	フリーローン・サラ金	1,844	フリーローン・サラ金	1,084
3	アダルト情報サイト	1,434	出会い系サイト	793	出会い系サイト	733	商品一般	806
4	出会い系サイト	952	商品一般	766	ファンド型投資商品	649	デジタルコンテンツ	698
5	デジタルコンテンツ	868	デジタルコンテンツ	390	商品一般	607	ファンド型投資商品	635
6	賃貸アパート	385	賃貸アパート	376	修理サービス	454	他のデジタルコンテンツ	565
7	修理サービス	315	未公開株	363	宝くじ	391	出会い系サイト	545
8	普通・小型自動車	313	修理サービス	335	デジタルコンテンツ	368	賃貸アパート	487
9	他のデジタルコンテンツ	284	他のデジタルコンテンツ	290	賃貸アパート	340	健康食品	484
10	他の健康食品	262	普通・小型自動車	290	未公開株	340	他の健康食品	407
その他	その他	13,602	その他	13,436	その他	13,771	その他	13,945
合計	合計	22,318	合計	21,292	合計	21,856	合計	21,206

※県及び PIO-NET 端末（30 頁参照）設置市町（21 年度末 19 市 3 町→24 年度末 21 市 4 町）の相談件数について、PIO-NET 端末を使用して集計した消費生活に関する苦情相談件数である。よって、計の数字が 9 頁の表と合わない。以下同じ。

- 「健康食品」……ブランドや商品名、成分がわからない健康食品
- 「他の健康食品」…ブランドや商品名はわかるが、クロレラやローヤルゼリー等特定の成分区分に該当しない健康食品（例：ゲルマニウム飲料、コラーゲン粉末）
- 「デジタルコンテンツ」…インターネットを通じて得られる情報で内容が特定できないサイト等
- 「他のデジタルコンテンツ」…内容は特定できるが「アダルト情報サイト」、「出会い系サイト」等特定のサイトには該当しないもの（例：占いサイト、懸賞サイト等）
- 「商品一般」…商品等が特定できないもの、多重債務の相談のように商品等が複数の分類にまたがるもの

## 契約当事者の性別・年代別の苦情相談件数（平成 24 年度）(PIO-NET 登録分)

(単位：件)

年代	男	女	無回答・不明	計
20歳未満	368	185	10	563
20歳代	830	823	6	1,659
30歳代	1,426	1,323	8	2,757
40歳代	1,560	1,573	6	3,139
50歳代	1,301	1,213	7	2,521
60歳代	1,555	1,572	6	3,133
70歳以上	1,762	2,902	13	4,677
無回答	1,038	867	852	2,757
計	9,840	10,458	908	21,206

### (2) 高齢者の消費者被害

少子高齢化の進行により、平成 25 年 4 月 1 日現在、県内の高齢化率（65 歳以上の人口割合）は 24.9%、4 人に 1 人が高齢者となっており、これに伴い 60 歳以上の相談件数が増加していますが、その増加率は高齢化率を上回っており、高齢者の消費者被害対策が急務となっています。

高齢者は、高度情報化社会の中で商品やサービスの適切な情報に接する機会が少なく、商品などの選択のための知識が十分でないこと、一人暮らしや昼間ひとりで過ごしていることが多く、訪問販売や電話勧誘を受けやすいことが、消費者被害に遭いやすい原因として考えられます。

また、高齢者は「お金」「健康」「孤独」に関する不安を持っていると言われ、それを反映して平成 24 年度は、ファンド型投資商品や健康食品に関する相談が上位となっています。

さらに、平均既支払額も他の年代に比べて高額となる傾向があり、老後に備えて蓄えてきた資金が消費者被害に遭うなど非常に深刻です。

身体的・心理的に不安を抱える高齢者の消費者被害を防ぐには、高齢者本人のみならず家族や介護事業者など周囲の「見守り者」たちへの啓発も重要となっています。

### 60歳以上が当事者の苦情相談件数(PIO-NET 登録分)

(単位：件)

	21年度	22年度	23年度	24年度
60歳代	3,008 (13.5%)	3,200 (15.0%)	3,288 (15.1%)	3,133 (14.8%)
70歳以上	3,270 (14.6%)	3,752 (17.7%)	4,223 (19.3%)	4,677 (22.0%)
60歳以上 合計	6,278 (28.1%)	6,952 (32.7%)	7,511 (34.4%)	7,810 (36.8%)
全年齢	22,318 (100.0%)	21,292 (100.0%)	21,856 (100.0%)	21,206 (100.0%)

### (参考) 静岡県の高齢化率(毎年4月1日現在の65歳以上の人口の割合)

	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度
静岡県 の高齢化率	22.4%	23.0%	23.3%	23.8%	24.9%

※発表・静岡県健康福祉部長寿政策課

### 60歳以上の苦情相談の商品・サービス別内訳(平成24年度)(PIO-NET登録分)

(単位：件)

	相談件数	1位	2位	3位	4位	5位
60歳 以上	7,810	ファンド型投資商品 (493)	健康食品 (369)	商品一般 (328)	他の健康食品 (324)	フリーローン・サラ金 (277)
全年齢	21,206	アダルト情報サイト (1,550)	フリーローン・サラ金 (1,084)	商品一般 (806)	デジタルコンテンツ (698)	ファンド型投資商品 (635)

### 60歳以上の苦情相談件数と平均既支払額\* (PIO-NET登録分)

(単位：件)

		21年度	22年度	23年度	24年度
60歳 以上	相談件数	6,278	6,952	7,511	7,810
	平均既支払額	410千円	554千円	586千円	604千円
全年齢	相談件数	22,318	21,292	21,856	21,206
	平均既支払額	228千円	319千円	332千円	347千円

※相談時に聞き取った、相談案件に関して消費者が支払った額の平均額

### (3) 若年層の消費者被害

少子化に伴い、30歳未満の若年層の相談件数及び全相談に占める構成比は近年減少しています。

しかし、インターネット、携帯電話やスマートフォン等の普及により、未成年者を含む若年層が簡単にインターネット上の情報やコンテンツにアクセスできる環境となり、アダルト情報サイトや出会い系サイト、オンラインゲーム等を通じて意図せず高額な請求を受ける等というトラブルに巻き込まれやすくなっています。

契約の知識が不足し、社会経験も少ない若年層は、気軽に契約したり、契約だという意識なく契約行為を行っていたりしてトラブルに遭うケースが多くあります。

今後ますます複雑化していく社会を担っていく若者が、自立した消費者として暮らしていくためには、早期からの消費者教育が必要となっています。

#### 30歳未満が当事者の苦情相談件数 (PIO-NET登録分)

(単位：件)

	21年度	22年度	23年度	24年度
30歳未満	3,106 (13.9%)	2,643 (12.4%)	2,319 (10.6%)	2,222 (10.5%)
全年齢	22,318 (100.0%)	21,292 (100.0%)	21,856 (100.0%)	21,206 (100.0%)

#### 30歳未満の苦情相談の商品・サービス別内訳 (平成24年度) (PIO-NET登録分)

(単位：件)

	相談件数	1位	2位	3位	4位	5位
30歳未満	2,222	アダルト情報サイト (428)	フリーローン・サラ金 (131)	出会い系サイト (117)	デジタルコンテンツ (114)	他のデジタルコンテンツ (94)
全年齢	21,206	アダルト情報サイト (1,550)	フリーローン・サラ金 (1,084)	商品一般 (806)	デジタルコンテンツ (698)	ファンド型投資商品 (635)

#### (4) インターネットに関する相談事例の多様化

高度情報化社会の進展により、パソコンや携帯電話に加え、この数年でスマートフォンが急速に普及し、消費者はより手軽に、年代を問わず、いつでも、どこからでもインターネットを通じて情報の入手や商品・サービスの購入取引が行えるようになり便利になりました。その一方で、インターネット上での取引は、実態の見えない事業者との取引であることも多く、意図せず高額な商品・サービスを購入してしまう等の危険性も高い上、取引形態は複雑化し、トラブルが生じた場合の解決も困難化しています。

相談内容を商品・サービス別にみると、アダルト情報サイトや、「サクラサイト商法」<sup>(注)</sup>を主とする出会い系サイトに関する相談は依然として多く、悩みを抱えている芸能人等になりすまし、相談に応じさせてサイトを利用させる等誘導手口が巧妙化しています。

今後も高度情報化は進んでいくと見込まれるため、世代性別を問わず、インターネットに関連したトラブルの防止を図っていく必要があります。

#### アダルト情報サイト又は出会い系サイトに関する苦情相談件数（PIO-NET 登録分）

(単位：件)

	21年度	22年度	23年度	24年度
アダルト情報サイト	1,434(3位)	2,077(2位)	2,359(1位)	1,550(1位)
出会い系サイト	952(4位)	793(3位)	733(3位)	545(7位)

※ ( ) 内は、商品・サービス別分類による苦情相談件数の順位

(注) サクラサイト商法…サイト業者に雇われたサクラが異性、タレント、社長、弁護士、占い師などのキャラクターになりすまして、消費者の様々な気持ちを利用し、サイトに誘導し、メール交換等の有料サービスを利用させ、その度に支払いを続けさせるサイトによる商法

#### (5) 食の安全・安心への関心の高まり

牛肉やうなぎ等の相次ぐ産地偽装や生肉による食中毒被害等、「食の安全」に対する消費者の不安を増幅させる問題は後を絶たず、健康への悪影響を未然に防止するため、生産から消費にわたるリスク管理が必要となっています。

また、平成23年3月に発生した東日本大震災の福島第一原発事故に起因する放射性物質汚染問題により、食に対する安全・安心への消費者の関心はますます高まっており、消費者への迅速で正確な情報提供が求められています。

### 食の安全に対する県民の信頼度

	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度
食の安全に対する 県民の信頼度	54.7%	実施されず	69.5%	68.8%	65.4%

※県政世論調査

表示についても、消費者が品質や安全性などを判断する上で重要となる、食品表示の適正化が求められており、法律による規制が強化されています。

平成19年に発覚した、牛ミンチ肉の原材料偽装事案が契機となり、加工食品の最終製品の製造業者のみに、表示義務を課すだけでは十分ではないとの考えから、平成20年度から、JAS法では業者間取引においても表示が義務化され、規制が強化されました。

また、平成20年に発覚した、事故米が不正規流通した事案が契機となり、平成21年度には米トレーサビリティ法<sup>※15</sup>が施行され、米穀等の取引の記録の作成や、加工品の原料米に関する産地表示が、義務付けられるようになりました。

一方、平成23年に発生した福島第一原発事故に起因する放射性物質汚染問題などにより、消費者の表示に対する関心は、高まっています。

このような表示に関する規制の強化や、消費者の表示に対する関心の高まりの一方で、事業者による、問題のある表示は後を絶ちません。平成25年度には県内にあるうなぎの製造販売事業者等による産地偽装が発覚し、また、ホテル等のメニュー表示についての不適切表示が全国的に次から次へと明るみになり、消費者を第一に考えるという意識が未だ事業者に徹底されていない状況です。

消費者の関心の高い食品表示について、今後も啓発・監視・指導を計画的に行っていく必要があります。

### 食品表示の信頼度

	21年度	22年度	23年度	24年度
食品表示の信頼度	49.9%	55.0%	58.9%	60.0%

※県政インターネットモニターアンケート

## 食品表示指導件数

(単位：件)

年度	立入検査等	行政指導				計
		口頭指導	文書指導	嚴重注意 (公表)	指示 (公表)	
21	629	323	9	0	3	335
22	519	299	2	0	2	303
23	525	333	5	0	0	338
24	696	395	6	0	2	403

### (6) 商品・サービスの表示指導

実際の商品・サービスよりも良く見せかける表示等により、消費者が誤認させられるケースがあります。このような、虚偽・誇大な表示による不当な顧客の誘引を防止するため、県は景品表示法<sup>\*16</sup>に基づく指導を行っています。実際よりも、著しく安い値段で商品を購入できるかのように表示していた美容機器販売事業者に対し、平成24年に指示・公表の措置を実施するなど、悪質な事例については、厳正な対応をしていますが、指導件数は、年々増加しています。

虚偽・誇大な表示によって、消費者が利益を損なうことのないよう、今後も、景品表示法に基づく指導を行う必要があります。

### 景品表示法に基づく指導件数

(単位：件)

	21年度	22年度	23年度	24年度
景品表示法に基づく指導件数	39	64	73	116

### (7) 不当取引事業者の指導・処分

悪質商法による消費者被害は後を絶たない状況であり、その手口も消費者の年代やライフスタイルに合わせて、多様化、巧妙化してきています。

特に、ひとり暮らしや昼間ひとりで過ごしている高齢者の被害が多く、布団や屋根工事などの訪問販売において、強引な勧誘により高額な契約を締結させられるといった被害が発生しています。

また、頼んでいないにも関わらず、突然健康食品を代金引換配達等で送り

つけられる「健康食品の送りつけ商法」による被害が全国的に急増するなど、広域で活動する不当取引事業者が増加しています。

こうした悪質商法による被害の拡大を防止するためには、消費者被害が疑われる相談情報の迅速かつ的確な把握に努め、被害が広域に及ぶ事案については他都県と連携しながら、不当取引事業者に対する厳正な指導・処分を実施していく必要があります。

### 不当取引事業者等に対する指導等実績

(単位：件)

年度	処分 指導 事業者数	特定商取引法に係る措置件数					割賦販売法に 係る措置件数		県消費生活条例に 係る措置件数			
		業務停止命令 及び 公表		指示処分		指導	改善 命令	指導	勧告	指導	公表	情報 提供
		全国 (国・県)	全国 (国・県)	全国 (国・県)	全国 (国・県)							
21	6	2	100	0	38	4	—	—	1	4	0	0
22	15	7	143	0	45	7	0	1	7	7	0	0
23	11	3	91	0	34	6	1	1	2	6	0	1
24	23	4	82	3	37	13	0	2	5	12	0	3

### (8) 手口や被害の多様化

消費者被害を防止するため、法令もその都度改正されてきていますが、そのすき間を縫って、事業者が巧妙な勧誘を行う等、悪質事業者の手口や消費者被害は多様化しています。

「必ず儲かる」等儲けになることを強調して株・公社債・ファンド型投資商品や新エネルギーへの投資や出資を勧誘する「利殖商法」に関する相談件数は平成24年度は平成23年度より減少しましたが、依然として相談件数は多くなっています。

また、以前受けた被害を回復するという新たな勧誘による「二次被害」や、複数の人が入れ替わり立ち代わり勧誘する「劇場型勧誘」、突然訪問した業者に貴金属等を安値で買い取られる「訪問買取り（押し買い）」等、消費者トラブルの手口は多様化しています。

その時々で話題になった商品を利用する等して消費者の心に巧みにつけている悪質事業者は手を変え品を変え消費者を狙うため、新たな手口についての消費者への速やかな情報提供及び啓発の徹底が重要になっています。

## 利殖商法に関する苦情相談件数（PIO-NET 登録分）

（単位：件）

	21 年度	22 年度	23 年度	24 年度
60 歳以上	168 (51.1%)	442 (61.4%)	807 (69.4%)	783 (74.0%)
全年齢	329 (100.0%)	720 (100.0%)	1,163 (100.0%)	1,058 (100.0%)

## 利殖商法に関する苦情相談の商品・サービス別内訳（平成24年度）（PIO-NET登録分）

（単位：件）

	相談件数	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
60 歳以上	783	ファンド型投資商品 (332)	公社債 (134)	未公開株 (119)	株 (26)	金融関連サービスその他 (25)
全年齢	1,058	ファンド型投資商品 (423)	公社債 (153)	未公開株 (151)	新築分譲マンション (37)	金融関連サービスその他 (30)

※「金融関連サービスその他」…クレジットカードの入退会・会費、外貨両替の発行等

### （9）多重債務問題

平成 22 年 6 月 18 日に改正貸金業法が完全施行され、上限金利の引下げや返済能力を超えた貸付の禁止（総量規制の導入）が盛り込まれ、高金利での過剰融資に歯止めがかかりました。同法の施行後、県その他の機関における多重債務に関する相談件数は大幅に減少しました。

しかし、長引く景気の低迷等により、多重債務に陥る人は依然として存在し、他県においては偽装質屋の問題など、ヤミ金業者の手口の巧妙化が指摘されており、多重債務者問題は深刻な状況にあります。

また、多重債務者の多くは精神的に不安定な傾向にあると言われ、最悪の場合自殺に追い込まれるという問題も生じており、精神面でのケアや生活をいかに再建していくかが課題となっています。

## 多重債務に関する苦情相談件数（県受付分）

（単位：件）

	21 年度	22 年度	23 年度	24 年度
相 談 件 数	1,048	816	620	415

※相談のピークは、平成 19 年度（1,676 件）

## (10) 環境問題とライフスタイル

今日の環境問題の特徴は、廃棄物の増大、生活排水による河川等の汚濁、電化製品の多様化や大型化に伴う家庭からの温室効果ガス排出量の増加など、私たちの日常生活に起因し、それと同時に私たちがその影響を受けることにあります。

したがって、その解決のためには、消費者一人ひとりが日頃から、環境に配慮したライフスタイルに変えていくことが必要であり、消費者自身が社会の一構成員としての自覚を持ち、主体的に行動する必要があります。

県内の一般廃棄物排出量（1人1日当たり）や産業廃棄物排出量は減少傾向にあります。この傾向を定着させるためには、消費者が家庭、事業所、地域で3Rに取り組む必要があります。

3Rのうちリサイクルについては、容器包装リサイクル法<sup>※17</sup>など各種リサイクル法が整備され取組が進んでいます。一方、リデュース・リユースについては、ごみを出さない、少なくする取組を行う人は多くなっていますが、物を修理して長く使ったり、中古品を利用する取組は低い状況にあり、より一層の推進が必要な状況となっています。

また、東日本大震災をきっかけに家庭や事業所などにおいて、省エネや節電などの取組が進みましたが、時間の経過とともに意識の希薄化が懸念されており、家庭における省エネ行動等の促進が求められるとともに、東日本大震災以降取組を強化した太陽光発電を始めとする再生可能エネルギーの導入等によるエネルギーの地産地消についても消費者へ普及啓発していく必要があります。

### 一般廃棄物排出量（1人1日当たり）

	21年度	22年度	23年度	24年度
一般廃棄物排出量 (1人1日当たり)	987g/人日	953g/人日	947g/人日	942g/人日

※県廃棄物リサイクル課調査

## ◇◇第3章 消費者施策の展開の方向◇◇

この計画は、第2章で記載した消費者を取り巻く状況に的確に対応するとともに、くらしの理想郷“ふじのくに”の実現を目指して、消費者の目線に立って、以下の4つの方向で消費者施策を展開します。

### 消費者施策の展開の方向

#### 1 自ら学び自立する消費者の育成

- ①消費者啓発の強化
- ②暮らしに関する情報提供
- ③消費者教育の推進

#### 2 安全な商品・サービスの提供による安心の確保

- ①食の安全の確保
- ②製品等の安全の確保
- ③適正な取引の確保
- ④適正な表示の確保
- ⑤地産地消の推進と高品質な県産農林水産物の提供
- ⑥適正な計量の確保
- ⑦生活物資の供給状況の把握

#### 3 消費者被害の防止と救済

- ①消費者からの相談への対応と情報の提供
- ②苦情処理と紛争解決
- ③多重債務問題への対応
- ④不当な取引行為の防止
- ⑤事業者に対する指導
- ⑥高齢者の取引の安全の確保
- ⑦若年層の取引の安全の確保
- ⑧障害のある人の取引の安全の確保
- ⑨外国人に対する相談体制の整備
- ⑩地域コミュニティの活性化

#### 4 環境に配慮した暮らしづくりの推進

- ①廃棄物の発生抑制
- ②資源循環の確保
- ③地球温暖化対策の推進

## 1 自ら学び自立する消費者の育成

確かな目で本物を見極めることができ、自ら考え行動できる「自立する消費者」を育成・支援するため、消費者への情報提供や消費者教育の充実を図ります。

指標名	基準値	H29 目標
県民生活センター及び市町が受け付けた消費生活に関する苦情相談件数 (PIO-NET データ及び「市町消費者行政関係調査」、県民生活課調査)	(H24) 21,761 件	19,800 件以下
県が実施する消費者教育講座の受講者数 (県民生活課調査)	(H24) 10,078 人	11,600 人

消費者啓発等の充実により、消費生活センターの認知度は約8割と多くの人に知られるようになりました※。今後も引き続き、センターを周知し相談を掘り起こす一方で、消費者教育を推進し消費者被害に遭わない、またトラブルへの対処方法を身に付けた「自立する消費者」を増やし、消費生活に関する苦情相談件数が減少することを目指すものです。

※ 消費者庁「消費者意識基本調査（2012年度）」より

### <重点的に取り組む事項> 消費者教育の推進

インターネット関連の消費者問題の増加や悪質商法の手口の多様化により、消費者被害は若者から高齢者まであらゆる年代に発生していることから、生涯を通じてライフステージに対応した消費者教育を推進します。

消費者教育の推進に当たっては、自分だけでなく、周囲の人々の豊かな消費生活にも寄与する「社会的価値行動ができる消費者」の育成を目指します。

また、消費者教育推進法の趣旨に沿った消費者教育が県内で展開され、県民が消費生活の各方面において適切な行動がとれることを目指して、「消費者市民社会」の理念の普及・啓発、県民生活センターの拠点化に向けた取組、学校における消費者教育の充実等に努めるとともに、多様な主体が連携して消費者教育を実践できるよう取り組みます。

## ①消費者啓発の強化

自ら考え行動できる「自立する消費者」を育成し、自主的な取組を支援します。

- 消費者啓発強化事業の実施（くらし・環境部県民生活局）
- 消費者団体への活動支援（くらし・環境部県民生活局）
- 消費生活協同組合の育成・指導（くらし・環境部県民生活局）
- 地産地消運動の推進（経済産業部振興局）

## ②暮らしに関する情報提供

消費者が主体的に合理的な消費行動をとるために必要な情報を提供します。

- 消費に関する統計調査の実施・公表（企画広報部情報統計局）
- 消費生活情報誌「くらしのめ」の発行等消費生活に関する情報提供  
（くらし・環境部県民生活局）
- 住まいに関する情報提供（くらし・環境部建築住宅局）
- 医療機関・薬局に関する情報提供  
（健康福祉部医療健康局・生活衛生局）
- 食育指導者の育成や食育教室の開催等望ましい食生活に関する知識の普及や情報提供（健康福祉部医療健康局）
- タウンミーティングの開催等による食の安全に関する情報提供  
（健康福祉部生活衛生局）
- 医薬品に関する情報提供による医薬品等の適正使用の推進  
（健康福祉部生活衛生局）
- 食品衛生消費者講座や消費者懇談会の開催（健康福祉部生活衛生局）
- 県産農林水産物に関する情報提供（経済産業部振興局）

### ③消費者教育の推進

消費者教育推進法では、消費者の自立の支援とともに、消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することが求められているため、体系化した消費者教育が必要です。

本県においては、消費者教育推進法第 10 条に基づき、社会的価値行動ができる消費者の育成を目的とする「静岡県消費者教育推進計画」を策定し、消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場で消費者教育の充実を図ります。

- 県消費者教育推進計画の推進（くらし・環境部県民生活局）
- 通信講座の実施等消費者学習支援の推進（くらし・環境部県民生活局）
- 大学等での消費者教育の促進  
（くらし・環境部県民生活局、文化・観光部文化学術局）
- 私立学校での消費者教育の支援（文化・観光部文化学術局）
- 環境に配慮した消費生活に関する環境教育・環境学習の推進  
（くらし・環境部環境局）
- 自然体験・社会体験・社会貢献活動の推進（教育委員会）
- 公立学校での消費者教育の推進（教育委員会）
- 社会教育施設における消費者教育の推進（教育委員会）
- その他の消費生活に関連する教育（関係部局）

## 2 安全な商品・サービスの提供による安心の確保

消費者が安心して消費生活を送れるよう、商品やサービスそのものの安全を確保するとともに、取引や表示の適正化などに取り組みます。

また、地産地消運動の推進等を通じ、消費者を第一に考え、事業活動を展開する事業者の育成に努めます。

指標名	基準値	H29 目標
食の安全に対する県民の信頼度 (県政世論調査)	(H25) 65.4%	75%
ウォッチャー調査*における原産地等の適正表示の割合 (県民生活課調査)	(H25) 94.6%	100%
食品表示監視の件数 (県民生活課調査)	(H20~24 平均) 254 件	260 件/年

※県民に委嘱した食品表示ウォッチャーが、県内食品販売店において、生鮮食品及び加工食品の原産地や原料原産地の表示状況の調査を行う。

食の安全に対する県民の信頼度は、ここ数年6割を超える一定水準を維持していますが、依然として食の安全・安心を脅かす事案が後を絶ちません。今後も引き続き、食品表示の厳格な監視に取り組み、不適正表示に対する社会的な抑止力を高め、コンプライアンス意識の高い事業者を増やし、適正表示の割合を増やすことにより、食の安全に対する県民の信頼度の更なる向上を目指すものです。

### <重点的に取り組む事項> 食の安全の確保

食中毒被害、放射性物質汚染問題や、産地偽装などの食品表示の問題等、食の安全性に対する消費者の不安を解消し、消費者が安心して食生活を送ることができるよう、食の安全の確保に取り組みます。

生産から消費までの全過程における総合的な食の安全・安心の確保や消費者、事業者及び行政間のリスクコミュニケーションを推進し、商品・サービスの適切な選択を確保するため、県民への食の安全性に関する正しい情報の提供や食品関連事業者のコンプライアンス（法令順守）意識の確保に努めます。また、食品表示に関しては、事業者等への一層の啓発に取り組むとともに、国や関係機関との連携による監視体制の強化を図り、悪質な事案に対しては厳正に対処していきます。

## ①食の安全の確保

消費者が、安全安心な食生活を送れるようにするため、関係部局が連携し、「消費者の食に対する信頼確保」「生産から流通・消費における食品の安全確保」のための施策を推進します。

また、福島第一原発事故に起因する放射性物質汚染問題に関連して、県内に流通する農畜水産物や加工食品等の検査及び検査結果等の適時公表、食品と放射性物質に関する正しい知識普及などにより、食品の信頼度の向上を図ります。

### ○消費者の信頼を確保するための施策（関係部局）

- ・消費者意見の反映【タウンミーティングや意見交換会の開催等】
- ・食品の安全に関する情報提供・公開の推進【ちゅっぴーの食品安全インフォメーション事業等】
- ・食品表示の適正化の推進【食品表示調査、食品表示合同監視指導等】
- ・県産食品の信頼確保【地産地消に取り組む団体・企業等の活動支援、環境保全型農業の推進等】

### ○生産から流通・消費における食品の安全確保のための施策（関係部局）

- ・生産段階における指導の強化【畜産物の抗生物質残留検査等】
- ・製造、加工、調理段階における監視指導の強化【食品営業許可施設、学校等集団給食施設に対する監視指導、食品添加物製造施設の監視指導等】
- ・流通段階における監視指導の強化【卸売市場（青果・水産物）の指導・検査等】
- ・試験検査体制の充実【流通食品の収去検査等】
- ・食品の安全に係る調査研究の実施
- ・自主管理体制の推進の支援【畜産農家に対する巡回指導等】
- ・食品の安全に係る関係機関との連携強化

### ○県産農林水産物の安全性確保と情報提供の仕組みを促進するための農林水産物認証制度の推進（経済産業部振興局）

### ○農薬の適正使用の推進（経済産業部農林業局）

### ○畜産物安全確保のための検査・指導（経済産業部農林業局）

### ○水産用医薬品等の適正使用指導の推進（経済産業部水産業局）

## ②製品等の安全の確保

消費生活用製品安全法及び家庭用品品質表示法で指定されている製品について、権限移譲している市町に立入検査等を促すとともに、その報告に基づき、必要な対応を取ることで、製品やサービスの安全の確保と、消費者事故の未然防止を図ります。

また、製品事故等の被害の拡大と再発の防止のため、リコール情報や消費者事故情報等を県民に対し迅速に提供します。

- 消費生活用製品安全法及び家庭用品品質表示法に基づく市町の立入検査の促進とその報告に基づく対応（くらし・環境部県民生活局）
- 消費者事故等の状況や動向に関する調査・分析  
（くらし・環境部県民生活局）
- 製品事故等危害・欠陥に関する情報提供（くらし・環境部県民生活局）
- 苦情の多い商品や危害・危険のあった商品等について、商品テストの実施  
（くらし・環境部県民生活局・環境局）
- リコール情報の周知（くらし・環境部県民生活局）

## ③適正な取引の確保

悪質な事業者による不当な勧誘や販売方法による消費者被害を防止するため、関係法令による取締りを強化します。

- 特定商取引法、割賦販売法、県消費生活条例による商品・サービスの取引適正化の推進（くらし・環境部県民生活局）

#### ④適正な表示の確保

消費者の適切な商品選択の機会を確保するため、事業者への啓発に取り組むとともに、悪質な事案に対しては厳正に対処することで、県民の食の安全・安心の確保に努めていきます。

また、レストラン等におけるメニューの不適切表示を契機として、景品表示法について、県の権限を強化する法改正の動きもあることから、国や関係機関との連携による監視体制の強化を図っていきます。

なお、食品表示を規定する主な3法（JAS法、食品衛生法、健康増進法）が一元化された「食品表示法」が平成25年6月21日に成立し、公布後2年以内に施行される予定です。本県においては、関係部局と連携をとりながら、「食品表示法」に適切に対応していきます。

- 景品表示法、JAS法などによる表示適正化の推進  
（くらし・環境部県民生活局、経済産業部振興局・農林業局・水産業局）
- 事業者に対する食品表示制度の啓発（くらし・環境部県民生活局）
- 食品衛生法、健康増進法などによる食品表示の適正化指導  
（健康福祉部生活衛生局）
- 温泉利用施設の温泉成分の表示の適正化指導（健康福祉部生活衛生局）
- 栄養成分表示店登録制度の普及（健康福祉部医療健康局）
- 電気用品表示に関する販売者指導（経済産業部商工業局）

#### ⑤地産地消の推進と高品質な県産農林水産物の提供

消費者が安心して県産農林水産物を購入することができるよう、生産者の顔が見える「地産地消」を推進するとともに、消費者の高品質な県産農林水産物に対する認知を高める取組を推進します。

- 静岡ブランドの育成等による地産地消運動の推進（経済産業部振興局）
- 高品質な県産農林水産物及びそれらを原材料とした加工品の認定・認証制度  
（経済産業部振興局）

## ⑥適正な計量の確保

商品の適正な取引を確保するため、計量の適正化を推進します。

- 工場・店舗等への立入検査による、適正な計量業務の促進  
(経済産業部商工業局)

## ⑦生活物資の供給状況の把握

県民に生活物資が安定して供給されるよう、価格の動向、需給状況等について把握し、情報提供に努めます。また、災害時においても、生活物資の安定供給が維持されるよう努めます。

- 消費に関する統計調査の実施・公表（企画広報部情報統計局）
- 物価調査（くらし・環境部県民生活局）
- 消費生活モニター制度（くらし・環境部県民生活局）
- 災害時における生活関連物資の価格需給調査（くらし・環境部県民生活局）

### 3 消費者被害の防止と救済

消費者からの相談への対応等を通じ、消費者被害の発生の防止と、被害者救済に努めます。

また、法令に基づく事業者指導等を通じ、消費者を第一に考え、適正な事業活動を展開する事業者の育成に努めます。

指標名	基準値	H29 目標
消費生活相談における平均既支払額※ (PIO-NET データから県民生活課算出)	(H24) 347 千円	340 千円/年以下
県民から不当取引行為防止に向けた協力が得られた件数 (県民生活課調査)	(H20~24 平均) 24.6 件	25 件/年

※相談時に聞き取った、相談案件に関して消費者が支払った額の平均額

高齢者が当事者の相談等の増加により、消費生活相談における平均既支払額は年々増加しており(12 頁参照)、今後もこの傾向が続くことが懸念されています。消費生活相談窓口及び事業者指導を強化し、不当な取引行為や高齢者の消費者被害を防止することにより、平均既支払額の増加を食い止め、これ以上増やさないことを目指すものです。

また、本県は不当取引事業者に厳正に対応しており、その処分件数は全国でもトップレベルとなっています。処分には県民からの情報が必要不可欠であり、今後もこのレベルを維持するため、相談窓口でのきめこまやかな対応により質の高い情報を入手し、その情報に基づき改めて相談者への詳細な聴取を行うなど、県民からの協力を求めるものです。

#### <重点的に取り組む事項> 消費生活相談窓口及び事業者指導の強化

市町の消費生活相談体制が整備されつつある中で、県民生活センターにおいては、市町の補完・バックアップを適切に行うとともに、多様化する相談内容への対応能力を強化し、消費者被害の救済を図ります。

高齢者の消費者被害防止については、高齢者本人に対するきめ細かな啓発を行うだけでなく、その見守り者に対する啓発により被害の未然防止を図ります。

また、依然としてなくならない悪質商法や不当取引事業者に対しては、県民生活センターや市町相談窓口等に寄せられた相談等を端緒に、法に基づく事業者指導を早期かつ機動的に行い、消費者被害の拡大防止を図ります。

## ①消費者からの相談への対応と情報の提供

全国消費生活情報ネットワークシステム（Practical living Information Online Network system。以下「P I O-N E T」という。）を活用し、主として各市町の区域を超えた広域的な消費生活相談に対応するとともに、市町の相談体制を積極的に支援します。

また、相談に的確に対応し、消費者被害を救済するため、消費生活相談員の資質向上に努めます。

さらに、相談事例を基に、消費者トラブルに関する情報を県民に迅速かつ的確に提供し、消費者被害の発生の防止に努めます。

- 消費者被害の防止策等の情報提供（関係部局）
- 消費生活相談員を対象とした研修等による消費生活相談体制の強化  
（くらし・環境部県民生活局）
- 各市町の区域を超えた広域的な消費生活相談への対応  
（くらし・環境部県民生活局）
- 医療安全相談の推進（健康福祉部医療健康局）
- 食品表示の不審情報等食の総合相談窓口に寄せられる相談への対応  
（健康福祉部生活衛生局）
- 施主と請負業者との間の建設工事の紛争に関する相談への対応  
（交通基盤部建設支援局）
- 危機管理情報（安全・安心情報）による消費者への注意喚起  
（危機管理部）

## ②苦情処理と紛争解決

関係機関との連携や調整を図りながら相談者への情報提供、あっせん等を行うとともに、関係機関との連携により、不当取引や悪質商法等による消費者被害の救済等に努めます。

また、必要に応じて、静岡県消費生活審議会の苦情処理委員会や裁判所調停、裁判外紛争処理機関を活用し、紛争の早期解決に努めます。

- 各市町の区域を超えた広域的なあっせんの実施  
(くらし・環境部県民生活局)
- 消費生活審議会の苦情処理委員会や紛争処理機関の活用  
(くらし・環境部県民生活局)
- 食品中の異物混入の苦情処理等、苦情食品への対応  
(くらし・環境部県民生活局、健康福祉部生活衛生局)

### ③多重債務問題への対応

平成 19 年に設置した静岡県多重債務者対策会議を中心に、「静岡県多重債務者問題改善アクションプラン」に基づいて、多重債務問題の解消に努めます。

- 静岡県多重債務者対策会議の開催 (くらし・環境部県民生活局)
- 多重債務者対策庁内連絡会議での情報共有 (関係部局)
- 多重債務者相談ウイークの実施等による対象者の掘り起こし  
(くらし・環境部県民生活局)
- 福祉部門のセーフティネット関連事業との連携による生活再建支援の推進 (くらし・環境部県民生活局、健康福祉部福祉長寿局)
- ヤミ金融取締りの強化 (警察本部)

#### ※静岡県多重債務者問題改善アクションプラン

(平成 19 年 7 月 31 日 静岡県多重債務者対策会議決定、平成 21 年 11 月 9 日 改定)

改善プログラム 1 …情報の共有、対策の検討、総合調整

改善プログラム 2 …相談体制等の整備・充実

改善プログラム 3 …対象者の掘り起こし、相談窓口への誘導

改善プログラム 4 …多重債務者の発生の予防

改善プログラム 5 …ヤミ金融業者の撲滅

#### ④不当な取引行為の防止

悪質商法事案等に対応するため、関係法令を厳正に適用して、不当な取引行為に対する事業者指導を強化し、消費者被害の未然防止や拡大防止に努めます。

- 特定商取引法、割賦販売法、県消費生活条例による商品・サービスの取引適正化の推進（くらし・環境部県民生活局）
- 特定商取引法違反や詐欺罪等、違法な取引の取締り（警察本部）

#### ⑤事業者に対する指導

関係法令に基づき、関係事業者に対する指導を通じ、適正な事業活動の促進を図ります。

- 液化石油ガス法に基づくLPガス販売店等の許認可等の審査、検査、指導（危機管理部）
- 特定商取引法、割賦販売法、景品表示法、JAS法等による商品・サービスの取引及び表示の適正化に関する指導（くらし・環境部県民生活局）
- 宅建業者等の指導・監督（くらし・環境部建築住宅局）
- 医療機関等への立入検査（健康福祉部医療健康局）
- 医薬品販売業者等への許認可・監視指導（健康福祉部生活衛生局）
- 動物取扱業、旅館業等の許認可・監視指導（健康福祉部生活衛生局）
- 食品営業に関する許認可・監視指導（健康福祉部生活衛生局）
- 食品衛生監視指導等、食品関係事業者の指導（健康福祉部生活衛生局）
- 農薬販売者・使用者及び肥料生産者・販売者の事業場等への立入検査（経済産業部農林業局）
- 動物用医薬品等の許認可・監視指導（経済産業部農林業局）
- 飼育動物診療施設への立入検査（経済産業部農林業局）
- 家畜用飼料等の製造・販売施設等への立入検査（経済産業部農林業局）
- 貸金業者に対する指導・監督（経済産業部商工業局）
- 電気工事業者に対する指導・監督（経済産業部商工業局）
- 旅行業者に対する指導・監督（文化・観光部観光・空港振興局）
- 建設業者の指導・監督（交通基盤部建設支援局）

## ⑥高齢者の取引の安全の確保

高齢者に対する商品・サービスの安全性に関する情報提供を充実し、消費者被害の防止を図ります。また、介護保険やその他福祉サービスに関する利用者や家族等高齢者の見守り者からの相談、苦情に適切に対応するとともに、高齢者本人及びその見守り者への啓発に努めます。

- 高齢者に身近で接する福祉関係者や地域の住民等の見守りを活用した「高齢者見守りネットワーク」の活用（くらし・環境部県民生活局）
- 地域包括支援センターの設置等、高齢者・家族等が安心して暮らすための施策の推進（健康福祉部福祉長寿局）
- 介護サービス事業者の指導・監督等による、提供される介護サービスの適正化（健康福祉部福祉長寿局）
- 介護サービス事業者の情報の提供等による、適切な介護サービス利用の促進（健康福祉部福祉長寿局）

## ⑦若年層の取引の安全の確保

社会経験の乏しい若年層に対して、消費生活に関する情報を提供し、消費者被害の防止を図ります。

- 学校・大学等における、発達段階に応じた消費者教育の充実（くらし・環境部県民生活局、文化・観光部文化学術局、教育委員会）
- 豊かな人間性と高い規範意識を持つ青少年の健全育成とそのための環境整備（教育委員会）
- 若者が被害に遭いやすい商法等の情報提供（くらし・環境部県民生活局）

## ⑧障害のある人の取引の安全の確保

障害のある人が安心して消費生活を送ることができるよう相談体制を充実します。

また、障害福祉関係法令に基づき、障害福祉サービス事業者等に対する指導を通じ、適正な事業活動の促進を図ります。

- 障害のある人に対する相談体制の充実（健康福祉部障害者支援局）
- 提供される障害福祉サービス等の適正化（健康福祉部障害者支援局）

### ⑨外国人に対する相談体制の整備

県内に在住する外国人が安心して消費生活を送ることができるよう相談体制を整備するとともに、消費生活に関する情報を提供します。

- 多文化ソーシャルワーカーの育成等による外国人住民が生活しやすい環境づくり（企画広報部地域外交局）

### ⑩地域コミュニティの活性化

悪質商法の被害や高齢者の消費者被害などの地域課題の解決に向けて、住民自らの主体的な取組を促進し、地域コミュニティを活性化するため、住民が参加しやすい地域コミュニティの環境づくりを推進します。

- 地域活動を牽引するリーダー等の養成による地域コミュニティの活性化（経営管理部自治局）

## 4 環境に配慮した暮らしづくりの推進

静岡県環境基本計画等により、県民総参加のもと、環境に配慮したライフスタイルへの転換・継続を促進します。

指標名	基準値	H29 目標
一般廃棄物排出量（1人1日当たり） （県廃棄物リサイクル課調査）	(H24) 942g/人日	900g/人日以下
地球温暖化防止の県民運動参加人数 （ふじのくにエコチャレンジ実行委員会発表）	(H24) 154,168人	16万7千人

消費者が、日々の暮らしにおいて実践する廃棄物の減量化や地球温暖化防止などの取組を促進し、環境にやさしいライフスタイルへの転換の進展を目指すものです。

### <重点的に取り組む事項> 廃棄物の発生抑制

日常生活における廃棄物や温室効果ガスの排出量の削減等、県民自らが環境にやさしいライフスタイルへの転換へ取り組むことができるよう、消費者の環境への関心を高め、3Rが進展する仕組みの推進や普及啓発に努めます。

#### ①廃棄物の発生抑制

大量消費のライフスタイルを見直し、余分なものを買わない、ものを大切に長く使うなど、ごみの発生を抑制し、環境負荷の軽減を目指します。

- 「マイグッツ」の利用拡大等による一般廃棄物の発生抑制の推進  
（くらし・環境部環境局）

## ②資源循環の確保

ごみのリサイクルや適正処理の促進等による持続可能な循環型社会の実現を目指します。

- ごみの減量・リサイクルと環境美化の推進（くらし・環境部環境局）
- 水の出前教室の開催等による水資源の大切さの理解を深める活動の推進（くらし・環境部環境局）

## ③地球温暖化対策の推進

温室効果ガス排出量の削減により地球温暖化防止を図るため、県民運動の展開や環境マネジメントの導入支援などにより、各層の主体的な取組を促進するとともに、太陽光発電を始めとする再生可能エネルギーの導入など、小規模分散型のエネルギー体系への転換によるエネルギーの地産地消を図ります。

- 温室効果ガス排出量削減への取組（くらし・環境部環境局）
- 太陽光発電の導入促進（企画広報部政策企画局）

## ◇◇第4章 施策推進のための体制整備◇◇

消費者安全法に定められた都道府県と市町村の役割分担に基づき、効果的かつ強力に消費者行政を推進するため、県は、平成 21 年度から消費者行政活性化基金事業を実施し、県と市町の消費者行政の強化に取り組んできました。

今後も、国の地方への財政支援の動きはありますが、これまでに整備された体制を持続的に維持・充実し、県全体が一体となって更なる消費者行政の強化に努めます。

また、消費者行政は多くの行政部門に関連する総合行政です。複雑化・多様化する消費者問題への迅速かつ柔軟な対応や、新たに施行された消費者教育推進法に基づく消費者教育の推進など、消費者行政を総合的に推進するため、県庁内の各部局、国、他都道府県、市町及び多様な主体と十分な連携を図ります。

### 施策推進のための体制整備

#### 1 多様な消費者問題に迅速に対応するための連携強化

- ①県庁内の連携体制
- ②国等との連携
- ③都道府県との連携
- ④市町との連携
- ⑤県民や消費者団体等からの意見の反映
- ⑥弁護士会・司法書士会等との連携
- ⑦消費者団体・NPO 等との連携

#### 2 県民生活センターの「センター・オブ・センターズ」としての機能充実

- ①消費生活相談の対応力の強化
- ②市町相談窓口の支援
- ③事業者指導の早期・確実な実施
- ④地域の消費者教育の拠点化

# 1 多様な消費者問題に迅速に対応するための連携強化

全庁を挙げて消費者行政を推進するとともに、関係機関等と連携し、多様な消費者問題に迅速に対応します。

## ①県庁内の連携体制

消費者行政の総合的な推進を図るため、静岡県消費者行政推進本部を中心に、複雑化・多様化する消費者問題に迅速かつ柔軟に対応します。特に危機事案や法令違反に関する情報等は、危機管理部、警察本部をはじめ、担当部局へ速やかに情報提供し、連携強化に努めます。さらに、平成 23 年度に県と警察本部の間で締結した「消費生活侵害事犯の被害拡大防止等に向けた連携に関する協定」に基づき、悪質商法や詐欺的商法等による被害拡大防止や被害回復の支援及び再発防止を図ります。

また、消費者教育推進法の施行を受け、教育委員会をはじめ、関係部局と連携し、消費者教育を推進していきます。

### ○静岡県消費者行政推進本部の設置（くらし・環境部県民生活局）

本部長：副知事

#### 静岡県消費者行政推進本部

本部員：経営管理部長、企画広報部長、くらし・環境部長、文化・観光部長、健康福祉部長、経済産業部長、交通基盤部長、危機管理部長、教育長、警察本部生活安全部長

#### 消費者行政推進本部幹事会（推進本部を構成する各部局等の課長等）

基本計画の調整、推進調整

個別案件対応

（新たな事案の発生時に、関係課等で迅速・柔軟に組織）

ワーキンググループ（幹事会を構成する各課等担当者）

### ○危機管理連絡調整会議の開催（危機管理部）※

#### 危機管理連絡調整会議

構成：危機管理監兼危機管理部長、くらし・環境部県民生活局長ほか関係部局の局長

○危機事案に関する情報の警察本部への情報提供（危機管理部）

○悪質商法等による被害が疑われる相談情報の警察本部への情報提供等

（くらし・環境部県民生活局、警察本部）

※ 県民の生命、身体及び財産に直接的かつ重大な被害が生じ、又は生じる恐れがある危機事案（以下「危機事案」と言う。）に該当する消費者問題が発生した場合に迅速に対応するため、必要により、危機管理監をトップとした危機管理連絡調整会議を開催し、応急の対策体制を確保します。また、事案の重大性や拡大性を勘案し、必要な場合は、対策本部を設置します。

## ②国等との連携

消費者庁に重大事故や消費者事故等に関する情報を速やかに通知するとともに、状況に応じて消費者の安全確保に必要な措置の実施を要請します。

関係省庁や国民生活センター、消費者安全調査委員会（消費者事故調）など関係機関との連携を強化し、消費者行政の課題について情報交換するとともに、本県だけでは実態把握、分析、対応が困難な事例等について、国との緊密な連携を図ります。

- 重大事故・消費者事故情報等の内閣総理大臣（消費者庁）への通知  
（くらし・環境部県民生活局、健康福祉部生活衛生局ほか）
- 消費者の安全確保に必要な措置の消費者庁への要請  
（くらし・環境部県民生活局ほか）
- 国等との情報交換  
（くらし・環境部県民生活局、健康福祉部生活衛生局ほか）
- 商品テストの情報交換（くらし・環境部県民生活局） など

## ③都道府県との連携

本県だけでは対応が難しい広域的な事案に関して、関係する自治体との連携を図り、迅速な対応を進めます。

- 周辺都道府県等との対策会議などへの参加による連携  
（くらし・環境部県民生活局、健康福祉部生活衛生局ほか） など

#### ④市町との連携

PIO-NETのデータの共有化と有効活用を図ります。また、研修開催等により市町相談員の資質向上を支援するとともに、消費者からの専門性の高い相談や市町域を超えた広域的見地を必要とする相談について市町と連携して解決に必要な措置を講じます。

また、消費者教育についても、市町がそれぞれの実情にあわせて、自主的に取り組むことができるよう支援します。

- 消費者安全法に基づく県、市町の役割分担  
(くらし・環境部県民生活局)
- 市町との消費者事故等の発生に関する情報交換  
(くらし・環境部県民生活局)
- 消費生活相談員対象の研修開催等による相談業務市町支援  
(くらし・環境部県民生活局)
- 担当者会議の開催等による市町消費者行政の推進  
(くらし・環境部県民生活局)
- 市町が行う啓発の支援(くらし・環境部県民生活局)
- 市町の消費者教育の取組支援(くらし・環境部県民生活局) など

#### ⑤県民や消費者団体等からの意見の反映

自立する消費者の育成のためには、多様な主体が、それぞれの役割を果たしながら、消費者問題に取り組むことが重要であり、また、消費者が消費生活に関する意見を表明することが必要であることから、県民や消費者団体等との懇談会を開催して、情報交換の場を提供します。

- 消費者問題連絡会議の開催(くらし・環境部県民生活局)
- タウンミーティングの開催  
(くらし・環境部県民生活局、健康福祉部生活衛生局ほか)
- 消費生活モニター制度による消費者の意見・要望の把握  
(くらし・環境部県民生活局)
- 食の安全推進のための意見交換会の開催(健康福祉部生活衛生局)

## ⑥弁護士会・司法書士会等との連携

消費者施策を推進する上で、迅速な被害者救済や質の高い相談対応が重要であることから、弁護士会や司法書士会、日本司法支援センター（法テラス）などとの連携を推進します。また、相談内容に応じて、それぞれの専門家と連携した相談対応を図るとともに、消費者教育についても連携して、体系的かつ効果的に推進します。

- 特別法律相談の実施（くらし・環境部県民生活局）
- 静岡県多重債務者対策会議への参画（くらし・環境部県民生活局）
- 消費者問題連絡会議の開催（くらし・環境部県民生活局）
- 消費生活専門アドバイザーの委嘱（くらし・環境部県民生活局）

## ⑦消費者団体、NPO等との連携

消費者団体、NPO等との連携を強化し、多様な消費者問題に迅速に対応するとともに、消費者教育を推進します。

- 消費者団体、NPO等との連携強化（くらし・環境部県民生活局）

## 2 県民生活センターの「センター・オブ・センターズ」 としての機能充実

市町の消費生活相談体制が整備される中で、県民生活センターは、市町域を超えた広域的見地を必要とする案件への対応や、市町相談窓口の補完や調整、技術的支援により県全体の相談対応能力を高める「センター・オブ・センターズ」としての役割を果たしていきます。

併せて、消費者被害の未然防止を図るため、事業者指導を一層強化するとともに、地域の消費者教育の拠点としての役割を果たします。

### ①消費生活相談の対応力の強化

国は、地方公共団体の消費生活相談窓口の強化に向けての取組を集中的に支援するため、都道府県に対し地方消費者行政活性化交付金を交付しました。これを活用して、県では、平成20年度に静岡県消費者行政活性化基金を造成し、消費生活相談員の資質向上や消費生活専門アドバイザーの委嘱等、県民生活センターの相談窓口の充実に取り組んできました。

消費生活相談員が相談から得た知見を、相談者の救済や助言にとどまらず、市町相談窓口の支援、事業者指導及び消費者教育の推進に生かすために、今後も消費生活相談員の資質向上を図っていきます。

また、国が講ずる地方財政支援措置の動向も注視しながら、引き続き県民生活センターの相談窓口の充実に努めます。

○専門アドバイザーの設置による相談窓口の充実

(くらし・環境部県民生活局)

○消費生活相談員の研修参加支援

(くらし・環境部県民生活局)

### ②市町相談窓口の支援

市町は、住民に最も身近な相談窓口として、相談対応やあっせんの実施、消費者の安全確保のための情報収集及び住民への情報提供などの一義的機能を担うことが求められています。

県民生活センターは、県民がどこに住んでいても相談員による相談が受けられるよう、市町を補完するとともに、市町相互間の連絡調整や相談対応等の技

術的支援、市町相談員に対する研修等の実施により、市町相談窓口の充実・強化を支援します。

- 市町相互間の連絡調整及び技術的支援（くらし・環境部県民生活局）
- 市町消費生活相談員に対する研修開催（くらし・環境部県民生活局）

### ③事業者指導の早期・確実な実施

県では、県民生活センターに、不当取引担当職員、不当取引指導員を配置して事業者指導体制の強化に努め、悪質事業者に対する適切な指導を実施してきました。

県民生活センターにおいては、不当取引行為に対する監視を強化するとともに、悪質事業者に対する行政指導を引き続き適切に行い、消費者被害の発生や拡大の防止を図っていきます。

また、行政指導権限を有さない市町を補完するため、市町からの情報収集体制を強化する等、一層市町と連携していきます。

一方、食品表示の監視については、県民生活センターに食品表示不審情報窓口を設置しており、窓口寄せられた不審情報に対しては、調査、指導等適切な措置を講じていきます。また、県民生活センターの職員が、食品の加工施設や販売施設に出向いて、食品表示の監視指導を行っていきます。

- 不当取引指導員の配置（くらし・環境部県民生活局）
- 商品役務改善監視員の配置（くらし・環境部県民生活局）

### ④地域の消費者教育の拠点化

県民生活センターは、県民が県内どこに住んでいても消費者教育が受けられる体制を確保し、市町の消費者教育の取組を支援します。

また、管内の消費者団体、NPO等の多様な主体が連携し、消費者教育が効果的に推進されるよう、連絡調整を行うとともに、消費者教育に関する情報を収集し、地域住民や市町等に提供していくなど、地域の消費者教育の拠点としての機能強化を目指します。

- 消費者教育の担い手の育成（くらし・環境部県民生活局）
- 消費者教育推進地域協議会の設置（くらし・環境部県民生活局）

◇ 県民生活センターと市町消費生活相談窓口の役割分担 ◇

	県民生活センター	市町消費生活相談窓口
基本的事項 (消費者安全法)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○市町相互間の連絡調整</li> <li>○市町に対する技術的支援</li> <li>○市町域を超えた広域的見地を必要とする相談対応、あっせん、情報収集・提供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○消費者対応、あっせん、情報収集・提供</li> </ul>
相談対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県内どこに住んでいても県民が専門相談員による相談を受けられる体制を確保</li> <li>・ 複数市町で発生する事案を市町から引継ぎ、一括で事業者に対してあっせん</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 住民に身近な市町が相談を受けられることが原則（消費者ホットラインの市町接続）</li> </ul>
市町支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 市町相談員からの解決困難事案への相談対応・助言</li> <li>・ 研修、情報提供、OJT、巡回指導等により市町相談体制の強化を支援</li> </ul>	
啓発	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 複数市町で発生する事案についての、管内市町に対する迅速な注意喚起・情報提供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 住民と顔の見える関係を築き、地域団体との連携によるきめ細かな啓発</li> </ul>
事業者指導	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 相談情報や不審情報等から不当な取引事業者や違法表示等を把握し、早期・確実に法令（特定商取引法、割賦販売法、JAS法、景品表示法、県消費生活条例等）に基づく調査・指導権限を行使（センサー機能）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地方分権に係る第2次一括法又は県事務処理特例条例※18により、市町に移譲された権限を行使</li> <li>・ 静岡市は、市条例に基づく指導権限を行使</li> </ul>
消費者教育	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県内どこに住んでいても消費者教育を受けられる体制を確保</li> <li>・ 講師派遣、情報提供等による市町等の取組支援</li> <li>・ 消費者教育の担い手育成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 幅広く住民生活に関わる市町が消費者教育の機会を提供</li> </ul>

## ◇◇ 第5章 計画の実効性の確保 ◇◇

### 1 計画の推進と進捗管理

消費者行政の関連施策を推進する関係部局で構成する静岡県消費者行政推進本部が、全庁的な総合調整を行い、計画を推進していきます。

また、毎年、施策の進捗状況を示す代表的な数値目標により施策の進捗管理を行うこととし、消費者行政の推進の視点から検証します。

### 2 進捗状況の評価と公表

静岡県消費生活審議会に計画の進捗状況について報告し、その内容について評価をいただきます。なお、その実施状況については、ホームページ上で公表していきます。