

～くらしの理想郷「美しい“ふじのくに”」を目指して～

第3次 静岡県消費者行政
推進基本計画

(2018年度～2021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2次計画の成果と課題	7
3 本県の消費者問題の状況	10

第3章 消費者施策の展開の方向

1 自ら学び自立し行動する消費者の育成	26
2 安全な商品・サービスの提供による安心の確保	34
3 消費者被害の防止と救済	42

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	52
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	56

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	61
2 関係条例	63
3 用語の説明	78

◇◇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、徳のある人（士）と豊かな物産（富）を備えた自立した地域である「富国有徳の美しい“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『美しい“ふじのくに”』」を掲げています。「くらしの理想郷『美しい“ふじのくに”』」とは、^{消費者・事業者}人^{商品・サービス}と物が調和し、安全で安心して暮らせる地域社会です。そこでは、消費者が社会や環境に与える影響を意識した消費行動を通じて社会参画することにより、事業者が消費者を第一に考えた「安全な商品・サービス」を提供するようになり、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^(注)を尊重するとともに、消費者の自立及び社会参画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、「静岡県の新ビジョン 富国有徳の美しい“ふじのくに”の人づくり・富づくり」（基本構想の計画期間：2018 年度から概ね 10 年間で想定）」（以下「静岡県の新ビジョン（総合計画）」という。）の目指す姿を実現するため、静岡県の新ビジョン（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、2014 年度から 2017 年度までを計画期間とした「第 2 次静岡県消費者行政推進基本計画」の後継となる第 3 次の計画にあたります。

計画期間は 2018 年度から 2021 年度までの 4 年間とします。

ただし、計画期間中であっても、社会情勢の変化や関係法令、県総合計画の改訂等を踏まえ、必要に応じて内容を見直すなど、柔軟な対応を図ります。

2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
第 2 次 静岡県消費者行政推進基本計画				第 3 次 静岡県消費者行政推進基本計画			

4 計画の体系図

○「くらしの理想郷『美しい“ふじのくに”』」

消費者・事業者 商品・サービス

人と物が調和し、安全で安心して暮らせる地域社会

○自ら学び自立し行動する消費者

自らの消費行動が、公正かつ持続可能な社会の形成に影響を与えることを自覚して、商品やサービスを選択し、消費行動を通じて社会に参画する

○消費者を第一に考え活動する事業者

消費者の安全に配慮し、法令を遵守した事業活動を展開し、安全な商品・サービスを提供する

○よりよい消費生活のための支援を行う地域団体等（県、市町、消費者団体等）

・人と人との絆を強め、よりよい地域社会を実現する
・専門性を活かした消費者支援を行う

「消費者の権利の尊重」

「消費者の自立及び社会参画の支援」

【くらしの理想郷「美しい“ふじのくに”」実現のために実施する施策】

「第2章 消費者を取り巻く状況」を踏まえて施策を展開

第3章 消費者施策の展開の方向

1 自ら学び自立し行動する消費者の育成

2 安全な商品・サービスの提供による安心の確保

3 消費者被害の防止と救済

【上記施策を下支えするために実施する取組】

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

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

消費者行政

◇◇ 第2章 消費者を取り巻く状況 ◇◇

1 消費者行政の状況

(1) 国の動き

消費者基本法^{*1}に基づき、消費者庁では、2015年3月に閣議決定された「第3期消費者基本計画」のもと、さまざまな施策を実施しています。とりわけ、消費者行政の最前線である「地域」に対して支援を行い、2015年3月には「地方消費者行政強化作戦」を改定し、相談体制の質の向上や消費者教育の推進といった目標の実現に向け、都道府県や市町村に対し「地方消費者行政推進交付金」を交付し、地方の取組みを支援してきました。

また、2015年4月から食品表示法^{*2}が施行され、消費者の自主的かつ合理的な食品の選択に資するため、加工食品への栄養表示成分の義務化や、アレルギー表示に関するルールの改善、機能性表示食品制度の創設等を図りました。

加えて、消費者保護のための法令を厳正に執行し、適正な取引を実現するため、2014年12月に消費者安全法^{*3}を改正し、景品表示法^{*4}における措置命令権限を都道府県に付与したほか、2017年6月には改正消費者契約法^{*5}、同年12月には改正特定商取引法^{*6}を施行し、消費者と事業者の間の情報量や交渉力の格差に配慮し、消費者トラブルの未然防止に努めました。

近年の消費者行政関連の法令改正等

年月	内容
2014年12月	改正消費者安全法施行① →景品表示法における措置命令権限を都道府県に付与
2015年3月	地方消費者行政強化作戦 改定 第3期消費者基本計画 閣議決定
2015年4月	食品表示法の施行（食品衛生法 ^{*7} 、JAS法 ^{*8} 、健康増進法 ^{*9} に規定されていた食品表示に関する規定が統合し、一元化） →加工食品への栄養表示成分の義務化、アレルギー表示に関するルールの改善、機能性表示食品制度の創設
2015年7月	消費者ホットライン3桁（188） ^{いやや!} 化

2015年9月	「持続可能な開発のための2030アジェンダ（「持続可能な開発目標」 ^{エスディージーエス} SDGs：Sustainable Development Goals）」の採択
2016年4月	改正消費者安全法の施行②→相談体制の整備
	改正景品表示法の施行→課徴金制度の導入
2016年10月	第1回消費生活相談員資格試験の実施
	消費者裁判手続特例法の施行 →集団的消費者被害回復制度の創設
2017年6月	改正消費者契約法の施行
2017年12月	改正特定商取引法の施行

（2）県の動き

県では、国の地方消費者行政活性化交付金及び地方消費者行政推進交付金を財源として、2009年度から2017年度まで、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消費生活相談窓口の高度化、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・講座開催等による消費者教育・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。

2014年度以降の主な取り組みとしては、2012年8月に消費者教育推進法^{※10}が制定されたことを受け、消費者教育推進計画を策定し、本計画とともに、消費者教育の推進に計画的に取り組んでいます。例えば、県内の関係団体とは2015年度から「ふじのくに消費者教育推進県域協議会」を、県庁内では2016年度から、消費者教育に関連する部局との連携を高めるためのワーキングを開催しています。また、2017年度には消費者教育の講師を養成する講座を開催し、受講者には消費者教育講師人材バンクに登録していただき、2018年度以降、県や各市町で開催する出前講座への派遣を予定しています。

また、警察や市町と連携して、消費者被害が疑われる相談情報を迅速に共有し、効果的かつ厳正な事業者指導に取り組んだほか、2015年7月のホットラインの3桁化に伴い、ホットラインの周知とあわせ高齢者の見守り活動を支援するなど、地域が一体となって、消費者被害の防止に取り組みました。

さらに、2017年5月には、本県にも適格消費者団体の認定を目指す準備団体が設立され、消費者の被害救済の道が広がりつつあります。県では、このような地域団体等の取組を支援し、関係団体とともに消費者被害の救済にも取り組んでいます。

(3) 市町の動き

2016年4月に改正消費者安全法が施行され、消費生活相談の充実・強化のため、広域連携等の活用による消費生活相談体制の整備について規定するとともに、消費生活センターを設置する地方公共団体は、センターの組織及び運営についての条例を整備することが定められており、消費者が「どこに住んでいても、質の高い相談・救済が受けられる体制」を構築するよう求められています。

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。2016年4月には、賀茂地域1市5町と県が賀茂広域消費生活センターを共同設置しました。その結果、2009年度末には18市4町であった県内の消費生活センター設置市町は、2017年8月には19市9町となりました。

また、改正消費者安全法では消費者行政担当部局のみならず、関係部局や地域団体等との連携をよりいっそう強化し、地域のネットワークによる消費者被害防止のための見守り体制の構築を図るため「消費者安全確保地域協議会」を設置できることが定められたことから、県では各市町に対し、福祉部門や地域コミュニティとの連携を促し、消費者が被害に遭わないための地域づくりを支援しました。

さらに、消費者教育推進法に基づき、市町においても2017年9月までに5つの市で消費者教育推進計画を策定し、4つの市で消費者教育推進地域協議会を設置しています。

県内市町における消費生活相談体制

区 分	第2次計画施行時 (2014年4月)	現在(2017年8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	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、菊川市、牧之原市、 長泉町、小山町、清水町、 函南町	19市9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、 下田市 長泉町、小山町、清水町、 函南町、 東伊豆町、河津町、 南伊豆町、松崎町、西伊豆町
消費生活相談員 を相談窓口にあ づける(週3日以内)	5市1町 熱海市、伊東市、下田市、 伊豆市、伊豆の国市、吉田町	4市1町 熱海市、伊東市、 伊豆市、伊豆の国市、 森町
職員が対応	7町 東伊豆町、河津町、南伊豆町、 松崎町、西伊豆町、川根本町、 森町	2町 川根本町、吉田町

※網掛けは、2014年度以降に消費生活センター又は消費生活相談員を設置した市町

※下田市、東伊豆町、河津町、南伊豆町、松崎町、西伊豆町の賀茂地域1市5町は
賀茂広域消費生活センターを県と共同で設置

2 第2次計画の成果と課題

第2次消費者行政推進基本計画は、2014年度から2017年度までを計画期間として2014年3月に策定し、専門家からの意見を踏まえ、2016年2月に一部改正しました。

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。

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	2017目標	達成状況
(1) 自ら学び 自立する 消費者の 育成	消費者市民社会の考え方を意識した行動をとっている県民の割合	(2014) 38.7%	(2016) 52.1%	59.2%	B
	【成果と課題】 消費者教育の担い手向けの講座や出前講座を開催した結果、割合は順調に増えている。引き続き、消費者教育を担う人材の育成とその活用、及び多様な分野の講座に消費者教育の視点を取り入れることにより、消費者市民社会の意識の普及を図る。				
	県が実施する消費者教育講座の受講者数	(2012) 10,078 人	(2016) 8,693 人	11,600 人	基準値 以下
	【成果と課題】 職域向けの情報誌等に出前講座の情報を掲載し、PRを行ったが、出前講座の依頼が県から市町にシフトしていることもあり、県が実施する出前講座の受講者数は減少傾向にある。 今後は民法改正による成年年齢の引下げの動きを見据え、育成した講師を高校や大学等に派遣し、県内全体の消費者教育の底上げを図る。				
(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	(2013) 65.4%	(2016) 67.9%	75%	C
	【成果と課題】 食に対する不安を解消するため、食品の検査や監視指導の結果等をホームページ等で公表するとともに、消費者団体等の意見交換会を開催したが、信頼度はわずかに上昇しているものの、目標値の達成には至っていない。 県民に対するPR不足との意見もいただいているため、食の安全に関する情報を様々な機会・媒体を利用し、更なる情報発信に努める。				
	食品表示合同調査*1における適正表示の割合	(2008～ 2012平均) 95.8%	(2016) 93.0%	96%	基準値 以下
	【成果と課題】 出前講座など食品表示制度に関する普及啓発に取り組むとともに、食品事業者に対して適正表示の作成を支援しているが、目標値の達成には至らなかった。今後も、食品事業者に対する適正表示の作成支援により食品表示の自主管理の推進を図るとともに、食品表示に係る監視指導や検査の充実を図る。				
	食品表示監視の件数	(2008～ 2012平均) 254件	(2016) 269件	260件/年	目標値 以上
【成果と課題】 他部局との合同監視や外食店表示調査の着実な監視活動の実施により順調に推移している。今後も価格表示や外食店のメニュー表示に対する監視を強化し、表示の適正化を推進する。					

(3) 消費者被害の防止と救済	消費生活相談における平均既支払額 *2	(2012) 34万7千円	(2016) 17万円	16万1千円/年 以下	B
	【成果と課題】 消費者トラブルの情報提供や消費生活相談窓口の周知啓発、消費生活相談への対応や、法令に基づく事業者指導を通じた消費者被害の防止と救済に向けた取組により、おおむね順調に推移している。引き続き、相談員の資質向上のための研修、啓発活動や情報提供に取り組む。				
	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	(2008 ~ 2012 平均) 24.6 件	(2016) 30 件	30 件/年	目標値 以上
	【成果と課題】 市町と連携して不当取引に係る相談情報の早期把握に努めたことにより、順調に推移している。引き続き、法に基づく効果的かつ厳正な事業者指導を実施し、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)	(2012) 943g/人日	(2015) 896g/人日	859g/人日 以下	B
	【成果と課題】 「ごみ削減運動」の実施等により、一般廃棄物の排出量（1人1日あたり）は着実に減少している。第3次循環型社会形成計画に基づき、ごみ削減に向けた取組を引き続き実施する。				
	地球温暖化防止の 県民運動参加人数	(2012) 154,168 人	(2016) 204,021 人	16万7千人	目標値 以上
	【成果と課題】 環境に対する県民の意識は高く、目標を上回った。 引き続き、地球温暖化防止のための複数年の“約束”募集などを実施するとともに、新国民運動「COOL CHOICE」と連携した県民運動を展開し、参加人数の増加を図る。				

*1 鮮魚、緑茶等の食品の表示について、県民生活センター、保健所、農林事務所等関係する機関が合同で実施している調査

*2 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

《達成状況の見方》

目標値以上 「現状値」が「目標値」以上のもの

目標値～基準値

A 「現状値」が「期待値」の推移の+30%超え～「目標値」未満のもの

B 「現状値」が「期待値」の推移の±30%の範囲内のもの

C 「現状値」が「期待値」の推移の-30%未満～「基準値」超えのもの

基準値以下 「現状値」が「基準値」以下のもの

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、2万5千件から2万6千件程度と、ほぼ横ばいで推移しています。

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は、4分の3程度となっています。

商品・サービス別では、スマートフォンの普及が進む中、近年は、「アダルト情報サイト」「デジタルコンテンツ」「光ファイバー」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、「お試し」と思ってインターネットのサイトから購入した健康食品が定期購入となっていたなど、インターネットの普及に伴う新たな手口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、65歳以上の相談件数が3割以上(2016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)

	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2016/2013
県 受 付	6,243 24.1%	6,258 24.2%	6,800 25.7%	6,155 24.2%	98.6%
市 町 受 付	19,680 75.9%	19,620 75.8%	19,650 74.3%	19,304 75.8%	98.1%
合 計	25,923 100.0%	25,878 100.0%	26,450 100.0%	25,459 100.0%	98.2%
う ち 架空請求	1,161 4.5%	1,780 6.9%	2,330 8.8%	2,250 8.8%	193.8%

*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	2013 年度		2014 年度		2015 年度		2016 年度	
	商品名	件数	商品名	件数	商品名	件数	商品名	件数
1	アダルト情報サイト	1,904	アダルト情報サイト	2,770	アダルト情報サイト	2,512	デジタルコンテンツ	1,805
2	商品一般	1,307	商品一般	1,381	デジタルコンテンツ	1,527	アダルト情報サイト	1,617
3	フリーローン・サラ金	852	フリーローン・サラ金	930	商品一般	1,181	光ファイバー	1,255
4	健康食品	787	デジタルコンテンツ	785	光ファイバー	976	商品一般	1,042
5	他の健康食品	783	光ファイバー	689	フリーローン・サラ金	948	フリーローン・サラ金	749
6	ファンド型投資商品	572	賃貸アパート	536	賃貸アパート	580	他のデジタルコンテンツ	637
7	デジタルコンテンツ	546	インターネット接続回線	449	他のデジタルコンテンツ	496	賃貸アパート	485
8	賃貸アパート	545	他のデジタルコンテンツ	437	出会い系サイト	400	他の健康食品	450
9	他のデジタルコンテンツ	458	ファンド型投資商品	435	携帯電話サービス	389	相談・その他	404
10	出会い系サイト	405	出会い系サイト	417	修理サービス	373	修理サービス	388
その他	その他	14,472	その他	15,246	その他	14,807	その他	14,525
合計	合計	22,631	合計	24,075	合計	24,189	合計	23,357

*県及びPIO-NET(全国消費生活情報ネットワークシステム(Practical living Information Online Network system の略) 端末設置市町(2012 年度末 21 市 4 町→2016 年度末 23 市 10 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 10 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（2016年度）(PIO-NET登録分)

(単位：件)

年代	男	女	無回答・不明	計	構成比
20歳未満	272	192	9	473	2.0%
18～19歳	111	101	3	215	0.9%
20歳代	904	880	7	1,791	7.7%
30歳代	1,352	1,349	13	2,714	11.6%
40歳代	1,667	1,705	11	3,383	14.5%
50歳代	1,545	1,568	5	3,118	13.3%
60～64歳	933	815	8	1,756	7.5%
65歳以上	3,432	3,773	35	7,240	31.0%
65～69歳	1,221	922	7	2,150	9.2%
70～74歳	835	904	13	1,752	7.5%
75～79歳	642	805	5	1,452	6.2%
80歳以上	734	1,142	10	1,886	8.1%
無回答	1,160	851	871	2,882	12.3%
計	11,265	11,133	959	23,357	100.0%

(2) 高齢者の消費者被害

少子高齢化の進行により、2017年4月1日現在、県内の高齢化率（65歳以上の人口割合）は28.2%、4人に1人以上が高齢者となっています。苦情相談全体に占める65歳以上の割合は、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、訪問販売や訪問購入、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、高齢者の間にも携帯電話やスマートフォンが広がったため、相談内容はインターネットに関するものが増え、65歳以上の相談傾向は、全年齢の相談内容と似た傾向を示しています。

さらに、平均既支払額（被害額）も他の年代に比べて高額となる傾向があり、老後に備えた貯蓄が消費者被害により奪われる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。

65歳以上が当事者の苦情相談件数(PIO-NET登録分)

(単位：件)

	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
65～69歳	1,620 (7.2%)	1,851 (7.7%)	1,853 (7.7%)	2,150 (9.2%)
70～74歳	1,899 (8.4%)	1,810 (7.5%)	1,744 (7.2%)	1,752 (7.5%)
75～79歳	1,779 (7.9%)	1,539 (6.4%)	1,452 (6.0%)	1,452 (6.2%)
80歳以上	2,332 (9.9%)	1,911 (8.0%)	1,889 (7.8%)	1,886 (8.1%)
65歳以上 合計	7,630 (33.7%)	7,111 (29.5%)	6,938 (28.7%)	7,240 (31.0%)
(参考) 全年齢	22,631	24,075	24,189	23,357

※カッコ内は全相談のうち、各年齢の相談件数の占める割合

(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)

	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度
静岡県 の高齢化率	24.9%	25.9%	26.8%	27.6%	28.2%

*発表：静岡県健康福祉部長寿政策局長寿政策課

65歳以上の苦情相談の商品・サービス別内訳(2016年度)(PIO-NET登録分)

(単位：件)

	相談件数	1位	2位	3位	4位	5位
65～ 69歳	2,150	デジタルコンテンツ 220	光ファイバー 169	アダルト情報サイト 165	商品一般 118	他のデジタルコンテンツ 74
70～ 74歳	1,752	デジタルコンテンツ 124	商品一般 109	光ファイバー 107	社会保険 94	アダルト情報サイト 93
75～ 79歳	1,452	商品一般 94	社会保険 90	デジタルコンテンツ 79	光ファイバー 74	相談その他 45
80歳 以上	1,886	商品一般 110	他の健康食品 96	光ファイバー 74	健康食品 66	相談その他 64
65歳 以上 合計	7,240	デジタルコンテンツ 460	商品一般 431	光ファイバー 424	アダルト情報サイト 318	社会保険 309
(参考) 全年齢	23,357	デジタルコンテンツ 1,805	アダルト情報サイト 1,617	光ファイバー 1,255	商品一般 1,042	フリーローン・サラ金 749

65歳以上の苦情相談の販売形態別内訳（2016年度）（PIO-NET登録分）

（単位：件）

	店舗 購入	訪問 販売	通信 販売	マルチ (まがい)	電話勧誘 販売	初回・ オプション	訪問 購入	その他 無店舗	不明・ 無関係	合計
65～ 69歳	482 (8.8%)	213 (8.8%)	724 (8.9%)	19 (5.4%)	257 (11.8%)	5 (6.6%)	35 (11.1%)	19 (11.4%)	396 (9.4%)	2,150 (9.2%)
70～ 74歳	362 (6.6%)	227 (9.4%)	450 (5.5%)	23 (6.6%)	227 (10.4%)	5 (6.6%)	37 (11.71%)	10 (6.0%)	411 (9.7%)	1,752 (7.5%)
75～ 79歳	274 (5.0%)	212 (8.7%)	275 (3.4%)	15 (4.3%)	234 (10.7%)	10 (13.2%)	43 (13.6%)	7 (4.2%)	382 (9.0%)	1,452 (6.2%)
80歳 以上	291 (5.3%)	438 (18.1%)	242 (3.0%)	13 (3.7%)	307 (14.1%)	20 (26.3%)	79 (25.0%)	14 (8.4%)	482 (11.4%)	1,886 (8.1%)
65歳 以上 合計	1,409 (26.7%)	1,090 (44.9%)	1,691 (20.7%)	70 (20.1%)	1,025 (47.0%)	40 (52.6%)	194 (61.4%)	50 (30.1%)	1,671 (39.6%)	7,240 (31.0%)
(参考) 全年齢	5,458	2,425	8,163	349	2,179	76	316	166	4,225	23,357

*カッコ内は各販売形態ごとの、各年齢の相談件数の占める割合

65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）

		2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
65～ 69歳	相談件数	1,620	1,851	1,853	2,150
	平均既支払額	1,153千円	432千円	485千円	485千円
70～ 74歳	相談件数	1,899	1,810	1,744	1,752
	平均既支払額	752千円	573千円	648千円	559千円
75～ 79歳	相談件数	1,779	1,539	1,452	1,452
	平均既支払額	1,175千円	748千円	646千円	377千円
80歳 以上	相談件数	2,332	1,911	1,889	1,886
	平均既支払額	414千円	777千円	564千円	1,028千円
65歳 以上 合計	相談件数	7,630	7,111	6,938	7,240
	平均既支払額	812千円	632千円	580千円	642千円
(参考) 全年齢	相談件数	22,631	24,075	24,189	23,357
	平均既支払額	553千円	405千円	381千円	398千円

*平均既支払額：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、スマートフォン等の普及により、誰でも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、未成年者を含む若年層が、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るケースが多くなっています。

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したりしてトラブルに遭うケースが多くあります。18歳、19歳と比べて20歳から22歳の相談が、2倍以上に急増しています。これは、成年になり親権者の同意なく契約できるようになることで、契約トラブルに巻き込まれやすくなることを示しています。

成年年齢が18歳に引下げられる動きのある中、今後の社会を担っていく若者が、トラブルの回避等、適切な対応ができる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)～年齢別～ (単位：件)

		20歳未満		20歳代		30歳未満合計	(参考)全年齢
			うち18～19歳		うち20～22歳		
2013年度	男	409	129	744	245	1,153	9,908
	女	211	95	887	261	1,098	11,890
	その他	8	2	4	2	12	833
	計	628 (2.8%)	226 (1.0%)	1,635 (7.2%)	508 (2.2%)	2,263 (10.0%)	22,631
2014年度	男	436	150	867	256	1,303	11,413
	女	247	117	932	280	1,179	11,601
	その他	12	1	4	1	16	1,061
	計	695 (2.9%)	268 (1.1%)	1,803 (7.5%)	537 (2.2%)	2,498 (10.4%)	24,075
2015年度	男	407	142	860	287	1,267	11,577
	女	263	112	951	288	1,214	11,582
	その他	16	5	11	5	27	1,030
	計	686 (2.8%)	259 (1.1%)	1,822 (7.5%)	580 (2.4%)	2,508 (10.4%)	24,189
2016年度	男	272	111	904	273	1,176	11,265
	女	192	101	880	291	1,072	11,133
	その他	9	3	7	4	16	959
	計	473 (2.0%)	215 (0.9%)	1,791 (7.7%)	568 (2.4%)	2,264 (9.7%)	23,357

*カッコ内は全相談のうち、各年齢の相談件数の占める割合

30歳未満が当事者の苦情相談件数 (PIO-NET登録分)～属性別～ (単位：件)

		学生・無職	その他(会社員等)
2013年度	男	522	631
	女	328	770
	その他	8	4
	計	858	1,405
2014年度	男	530	773
	女	372	807
	その他	8	8
	計	910	1,588
2015年度	男	526	741
	女	388	826
	その他	15	12
	計	929	1,579
2016年度	男	401	775
	女	312	760
	その他	11	5
	計	724	1,540

30歳未満の苦情相談の商品・サービス別内訳 (2016年度) (PIO-NET登録分)～年齢別～
(単位：件)

年齢	相談件数	1位	2位	3位	4位	5位
20歳未満	473	アダルト情報サイト (119)	オンラインゲーム (38)	デジタルコンテンツ (31)	テレビ放送サービス (22)	他のデジタルコンテンツ (15)
18～19歳	215	アダルト情報サイト (32)	テレビ放送サービス (22)	デジタルコンテンツ (10)	光ファイバー (9)	他の健康食品 (7)
20歳代	1,791	アダルト情報サイト (140)	デジタルコンテンツ (136)	賃貸アパート (77)	出会い系サイト (72)	フリーローン・サラ金 (62)
20～22歳	568	アダルト情報サイト (58)	デジタルコンテンツ (32)	出会い系サイト (21)	賃貸アパート (20)	興信所 (20)
30歳未満 合計	2,264	アダルト情報サイト (259)	デジタルコンテンツ (167)	出会い系サイト (80)	賃貸アパート (77)	フリーローン・サラ金 (63)
全年齢	23,357	デジタルコンテンツ (1,805)	アダルト情報サイト (1,617)	光ファイバー (1,255)	商品一般 (1,042)	フリーローン・サラ金 (749)

30歳未満の苦情相談の商品・サービス別内訳（2016年度）（PIO-NET登録分）

～属性別～

属性	相談件数	1位	2位	3位	4位	5位
学生・無職	724	アダルト情報サイト 140	デジタルコンテンツ 51	オンラインゲーム 41	テレビ放送サービス 26	他のデジタルコンテンツ 22
その他 (会社員等)	1,540	アダルト情報サイト 119	デジタルコンテンツ 116	出会い系サイト 67	賃貸アパート 61	フリーローン・サラ金 52

18歳以上22歳以下の苦情相談の商品・サービス別内訳（2016年度）

（PIO-NET登録分）～属性別～

属性	相談件数	1位	2位	3位	4位	5位
学生・無職	364	アダルト情報サイト 53	テレビ放送サービス 24	デジタルコンテンツ 20	興信所 13	光ファイバー 12
その他 (会社員等)	419	アダルト情報サイト 37	デジタルコンテンツ 22	出会い系サイト 22	普通・小型自動車 17	商品一般 15

（4）高度情報通信社会における相談事例の多様化

高度情報通信社会の進展により、パソコンや携帯電話に加え、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、仮想通貨の登場など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デジタルコンテンツ、光ファイバーに関する相談が上位を占めているほか、インターネットで検索した興信所にアダルト情報サイトなどのトラブルを相談して二次被害に遭うなど、インターネットを発端とした新たなトラブルに関する相談も増えています。

今後も高度情報化はより一層進んでいくため、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。

情報・通信サービスに関する苦情相談件数（PIO-NET 登録分）

（単位：件）

	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度
アダルト情報サイト	1,904(1位)	2,770(1位)	2,512(1位)	1,617(2位)
デジタルコンテンツ	546(7位)	785(4位)	1,527(2位)	1,805(1位)
他のデジタルコンテンツ	458(9位)	437(8位)	496(7位)	637(6位)
出会い系サイト	405(10位)	417(10位)	400(8位)	291(14位)
光ファイバー	301(12位)	689(5位)	976(4位)	1,255(3位)
携帯電話サービス	263(14位)	308(12位)	389(9位)	347(12位)
興信所	51(70位)	90(38位)	142(27位)	244(17位)

*カッコ内は、商品・サービス別分類による苦情相談件数の順位

（5）多重債務問題

2010年6月18日に改正貸金業法^{※11}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、近年、総量規制の対象外とされた銀行ローンによる多額の貸付など、新たな多重債務問題が発生しています。加えて、自己破産者も増加していることから、県では、社会状況や^{アイアール}IR法^{※12}の制定により懸念されるギャンブル依存症対策等の国の動きを注視していく必要があります。

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）

	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度
相 談 件 数	321	307	310	223

*相談のピークは、2007年度（1,676件）

(6) 手口や被害の多様化と不当取引事業者への指導

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。

年代別で見ると、昼間ひとりで過ごしている高齢者の被害が多く、布団の訪問販売や貴金属の訪問買取において、強引な勧誘により高額な購入契約や意に反した買取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、「月々レンタル料が受け取れる」などと勧誘され、高額な商品購入契約と購入商品のレンタルに関する契約を締結させられ、しばらくするとレンタル料が受け取れなくなる、いわゆるレンタルオーナー契約に関するトラブルや、エステティックサロンにおける長時間勧誘など、若者が被害に遭うケースも増えています。

県では、こうした悪質商法による被害の拡大を防止するため、次のとおり不当取引事業者に対して厳正な行政処分を実施しています。

- 消費者の意思と関係なく一方的に契約書を差し出して契約を迫るなど強引な勧誘で商品を購入させていた布団の訪問販売業者に対して6ヶ月の業務停止命令
- 空き店舗で一定期間、食料品などを無料提供・格安販売して集客し、常連客となった消費者に対して高額な健康食品を大量に購入させていた業者に対して6ヶ月の業務停止命令
- 消費者が何度も断っているにもかかわらず執拗に契約を迫り、高額な役務契約を締結させていたエステ業者に対して業務改善指示

今後も市町や警察と連携して、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、悪質な手口等に関する注意喚起や、法・条例に基づく厳正な事業者指導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 ^{※13} 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	
			全国 (国・県)	全国 (国・県)						
2013	12	5	82	3	36	7	0	0	2	7
2014	12	3	63	1	32	7	0	0	4	8
2015	14	2	56	0	28	11	0	0	2	12
2016	23	0	39	1	23	22	0	0	1	22

*県消費生活条例に基づく勧告は特定商取引法に基づく業務停止命令及び指示処分と
同時に実施。

*県消費生活条例に基づく指導のうち、2014年度1件、2015年度1件は条例に基づく
指導のみ実施。その他は特定商取引法に基づく指導と同時に実施。

利殖商法に関する苦情相談件数 (PIO-NET 登録分)

(単位：件)

	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
20歳未満	0	0	1	3
18～19歳	0	0	1	3
20歳代	11	23	17	47
30歳代	25	24	24	35
40歳代	50	40	25	40
50歳代	83	52	42	35
60～64歳	89	44	22	21
65歳以上	488	353	147	123
65～69歳	83	61	27	24
70～74歳	147	105	51	27
75～79歳	133	103	33	30
80歳以上	125	84	36	42
無回答 (未回答)	37	40	27	25
計	783	576	305	329

(7) 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、県は景品表示法に基づく指導を行っています。

景品表示法については、2014年12月の法改正により都道府県に措置命令の権限が付与され、本県では2017年3月、中国産の「アキアミ(小エビ)」を「駿河湾直送桜えび」と偽って表示し販売していた事業者に対して、本県初となる措置命令を行いました。

また、2017年8月には、インターネット上のショッピングサイトにおいて、ポリエステル使用のパジャマを「シルクパジャマ」などと偽って表示し、販売していた事業者2社に対して措置命令を行うなど、積極的に取り組んでいます。

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)

年度	処分・指導件数	内 訳			
		指示・公表	措置命令・公表	文書注意	口頭注意
2013	73	2	—	26	45
2014	66	0	0	8	58
2015	83	—	0	2	81
2016	60	—	1	1	58

(8) 食の安全・安心への関心の高まり

食品への異物混入事件や大規模な食中毒被害等、健康への悪影響が懸念される問題が発生しており、消費者の「食の安全」に対する関心が高まっています。

そのため、消費者への食の安全・安心に関する適切な情報提供や、生産から消費に至る食品の安全性を一貫して確保するための対策が必要であり、消費者が食品を摂取する際、品質や安全性を判断する上で重要となる、食品表示の適正化も求められています。

食品表示については、JAS法、食品衛生法、健康増進法の食品表示に関する規定を統合した食品表示法が、2013年6月に公布され、2015年4月より施行されました。

食品表示法では、上記3法で定められていた食品表示基準を1本に統合し、アレルギー表示に係るルールや加工食品への栄養成分表示の義務化について規定されたほか、今後、全ての加工食品に原材料の原産地を表示するよう義務付けることが検討されています。

また、事業者の責任で科学的根拠をもとに食品の健康効果等の機能性を表示することができる機能性表示食品制度が創設され、「おなかの調子を整える」「骨の健康維持に役立つ」などの機能性を表示した加工食品、生鮮食品が販売されています。

本県では食品表示法の施行に伴い、2015年度から、県民生活課で所管していた旧JAS法などの業務を健康福祉部に移管して食品表示に関する業務を一元的に所管し、食品表示責任者の設置及び養成、食の都ブランド適正表示マークの導入、監視・指導体制の強化など食品表示の適正化に向けた取組を推進しています。

今後も、関係部局が連携して、食の安全に対する県民の信頼確保に努めていきます。

食の安全や食品表示に対する県民の信頼度

	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
食の安全に対する県民の信頼度*1	65.4%	67.3%	69.1%	67.9%
食品表示の信頼度*2	66.3%	67.2%	73.3%	77.7%

*1 県政世論調査

*2 県政インターネットモニターアンケート

食品表示監視件数

(単位：件)

	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
くらし・環境部実施分	221	276	268	269
健康福祉部実施分	—	—	8,014	14,276

(9) 環境問題とライフスタイル

今日の環境問題の特徴は、地球温暖化の原因のひとつである二酸化炭素の排出や、生活排水による水質汚濁など、私たちの誰もが原因者にも被害者にもなり得ることにあります。

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、「知っている」から「行動する」主体となることが重要です。

県内の一般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^{*14}など各種リサイクル法が整備され取組が進みつつある一方で、リサイクルよりも、より環境負荷の低いリデュース、リユースの取組が遅れているとされています。

国際的には、2015年に国連で、2030年度までに達成すべき17の「持続可能な開発目標（SDGs）」^{エスディー・ジーズ}が採択され、世界レベルで、快適な暮らしを次世代へ残す動きが注目を集めています。こうした動きを追い風に、新たな消費者行政の展開に積極的に取り組んでいきます。

一般廃棄物排出量（1人1日当たり）

	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
一般廃棄物排出量 (1人1日当たり)	917g/人日	902g/人日	896g/人日	2018年度 公表

*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「美しい“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3つの方向で消費者施策を展開します。

また、計画をより体系的に整理するため、各施策群に大柱、中柱、小柱を設定しました。

消費者施策の展開の方向	
1 自ら学び自立し行動する消費者の育成	
(1) 消費者教育の推進	①「消費者市民社会」の理念の普及 ②消費者教育の担い手となる人材の育成 ③トラブルの未然防止と消費者の自立支援
(2) 消費者啓発の強化	①啓発事業の強化 ②消費者団体等への活動支援
(3) 暮らしに関する情報提供	①主体的に合理的な消費行動をとるための情報提供 ②くらしの理想郷「美しい“ふじのくに”」ならではの情報提供
(4) 環境に配慮した暮らし方の推進	①廃棄物の発生抑制 ②資源循環の確保 ③環境に優しいライフスタイルの確立
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	①生産から流通までを通じた食の安全の確保 ②食に対する信頼の確保
(2) 製品等の安全の確保	①製品・サービスの安全の確保 ②消費者事故情報の通知・注意喚起 ③消費者志向経営の普及
(3) 適正な取引の確保	①事業者への指導・啓発 ②適正な計量 ③災害時における生活物資の価格動向の把握
(4) 適正な表示の確保	①選択に資する適正な表示の確保 ②事業者への指導・啓発
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	①相談員の確保と資質向上 ②情報通信サービス等高度化複雑化する相談への対応 ③被害拡大防止のための情報提供 ④外国人に対する相談体制の整備
(2) 見守り体制の強化	①高齢者への見守り ②障害のある方への見守り ③地域コミュニティづくりの活性化
(3) 事業者に対する指導	①不当取引行為防止のための指導 ②適正な表示のための指導 ③適正な事業活動促進のための指導
(4) 苦情処理と紛争解決	①消費者団体訴訟制度 ②その他の紛争解決手段
(5) 多重債務問題への対応	①社会を見据えた対応 ②消費者問題連絡会議での情報共有

1 自ら学び自立し行動する消費者の育成

消費者が自らの消費行動を通じ、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する「消費者市民社会」の実現に向け、消費者教育や消費活動に関する情報提供の充実を図ります。

代表指標名	基準値	2021 目標
消費者教育出前講座実施回数 (県民生活課調査)	(2016) 105 回	毎年度 120 回
消費者市民社会の考え方を意識した行動をとっている県民の割合 (県民生活課調査)	(2016) 52.1%	59.2%

民法改正により、成年年齢の引き下げが検討されています。学生や、社会人として働き始めたばかりの 18 歳、19 歳の方も現在の 20 歳以上の方と同じように契約できることになるため、消費者被害の増加が懸念されています。

そこで県では、出前講座を実施し、消費者教育をより一層充実させることで、若者をはじめとした県民の消費者被害の未然防止を図ります。

また出前講座では、被害防止の観点だけでなく、環境、地産地消、開発途上国の労働者の生活改善など、自らの消費行動が社会貢献につながることも伝え、自ら考え適切に行動できる消費者の育成に努めます。

<重点的に取り組む事項> 消費者教育の推進

インターネットの更なる発展によって、消費者を取り巻く社会環境はめまぐるしく変化しており、日々消費者トラブルの新しい手口が登場しています。また、世界的規模で環境破壊が進行し、将来にわたって持続可能なライフスタイルへの転換が求められています。消費者の豊かな暮らしを実現するためには、消費者自身が消費生活に関する知識を習得し、適切な行動が取れるよう、消費者に対する教育が必要不可欠です。

県では消費者教育の一層の充実を図るため、出前講座の実施だけでなく、消費者教育の担い手となる人材を育成し、県内各市町へ派遣し、県内どこでも質の高い消費者教育が受けられるようにします。

また各ライフステージや場の特性に応じた消費者教育を、体系的に実施するため、詳細な消費者教育の内容について「第 2 次静岡県消費者教育推進計画」を策定し、より効果的な消費者教育の機会の提供を目指します。

(1) 消費者教育の推進

消費者が消費生活に関する知識を習得し、適正な消費行動がとれるよう、「第2次消費者教育推進計画」に基づき、幼児期から高齢期までの各段階や、学校・地域・家庭・職域などの場の特性に応じて、消費者教育を総合的かつ一体的に推進します。

活動指標名	基準値	2021 目標
消費者教育講師人材バンクに登録している講師の派遣回数 (県民生活課調査)	—	80 回
高校・大学等での出前講座の参加者数 (県民生活課調査)	(2016) 2,081 人	2,400 人

①「消費者市民社会」の理念の普及

公平かつ公正で持続可能な社会の実現に向け、環境保全や社会貢献の視点で商品・サービスを選択する「エシカル消費」等、消費者自らが自発的、積極的に行動できるよう「消費者市民社会」の理念の普及に取り組みます。

- 静岡県消費者教育推進計画の推進（くらし・環境部県民生活局）
- 消費者団体と連携した消費者学習支援の推進（くらし・環境部県民生活局）
- 学校・地域・家庭・職域における消費者教育の推進（くらし・環境部県民生活局、教育委員会）
- 静岡ブランドの育成等による地産地消の推進（経済産業部産業革新局、農業局、水産局）
- 消費者教育講師人材バンクの活用（くらし・環境部県民生活局）
- 消費者教育出前講座の実施（くらし・環境部県民生活局）
- 消費者教育関連事業の推進（くらし・環境部県民生活局）

②消費者教育の担い手となる人材の育成

消費者被害の未然防止や持続可能な社会・環境の実現に向け、地域における消費者教育及び関連教育の担い手となる人材のスキルアップと、新たな人材の掘り起こしに取り組みます。

- 教職員に対する消費者教育の充実
(くらし・環境部県民生活局、文化・観光部総合教育局、教育委員会)
- 消費者教育講師の育成(くらし・環境部県民生活局)
- 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)
- 食農学習を推進する人材の育成(経済産業部農業局)
- 「ケータイ・スマホルール」アドバイザーの養成
(くらし・環境部県民生活局、教育委員会)

③トラブルの未然防止と消費者の自立支援

消費者トラブルを未然に回避するとともに、万が一消費者トラブルに遭ってしまった場合にも適切に対応できる能力を身につけられるよう、消費者を支援します。また、消費者が主体的に生涯を見通した、安全で安心な消費生活を計画的に送ることができるよう、消費者の自立を支援します。

- 公立・私立小中学校での消費者教育の推進
(文化・観光部総合教育局、教育委員会)
- 高校・大学等における消費者教育の推進
(くらし・環境部県民生活局、文化・観光部総合教育局、教育委員会)
- 情報モラル・情報リテラシー教育の推進
(くらし・環境部県民生活局、教育委員会)
- 地域や職域における消費者教育の推進
(くらし・環境部県民生活局、教育委員会)
- その他の消費生活に関連する教育(関連部局)

(2) 消費者啓発の強化

社会の変化とともに、日々新しい消費者トラブルの手口が発生しています。消費者により身近な組織である消費者関係団体とも連携し、啓発活動を実施することで、消費者が被害に自ら立ち向かい、行動できるよう支援します。

活動指標名	基準値	2021 目標
消費生活情報誌「くらしのめ」発行回数 (県民生活課調査)	(2016) 4回	4回

①啓発事業の強化

出前講座を積極的に実施し、民法の成年年齢引下げの動きをはじめとした、消費生活を取り巻く様々な環境の変化に対応した消費者トラブルの手口を紹介し、消費者被害に遭わないよう、消費者の啓発を継続して実施します。

- 消費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)
- インターネット等の情報ツールも活用した消費者啓発の強化
(くらし・環境部県民生活局)
- 出前講座等の消費者啓発強化事業の実施 (くらし・環境部県民生活局)
- 食品衛生消費者講座や消費者講習会の開催 (健康福祉部生活衛生局)

②消費者団体等への活動支援

自ら行動する消費者を積極的に支援するため、消費者により身近な組織である消費者団体等の活動を支援します。

- 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 (くらし・環境部県民生活局)

(3) 暮らしに関する情報提供

災害に備えた情報や多彩で高品質な農林水産物の情報等、静岡県の風土や特性を考慮した、消費生活に関する情報を提供することで「暮らしの理想郷」を実現します。

活動指標名	基準値	2021 目標
「暮らしのめ〜ル」登録者数 (県民生活課調査)	(2016) 2,454 人	2,500 人

①主体的に合理的な消費行動をとるための情報提供

消費者が適切な消費行動が取れるよう、消費活動に関する様々な情報を提供します。

- 消費に関する統計調査の実施・公表（経営管理部 ICT 推進局）
- 消費生活情報誌「暮らしのめ」の発行等消費生活に関する情報提供（暮らし・環境部県民生活局）
- ユニバーサルデザインに関する情報提供（暮らし・環境部県民生活局）
- 住まいに関する情報提供（暮らし・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）
- 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）
- 介護サービス事業者の情報の提供等による、適切なサービス利用の促進（健康福祉部福祉長寿局）
- 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）
- 食品の安全に関する情報提供・公開の推進（健康福祉部生活衛生局）

②くらしの理想郷「美しい“ふじのくに”」ならではの情報提供

本県の特徴である、命を守る防災情報や、多彩で高品質な農林水産物の情報等、消費者の選択に資する情報を提供します。また、このような情報を提供することにより「地産地消」運動を推進します。

- 静岡ブランドの育成等による地産地消の推進
（経済産業部産業革新局、農業局、水産業局）
- 高品質な県内農林水産物及びそれらを原材料とした加工品の認定・表彰制度（経済産業部産業革新局）
- 県産農林水産物に関する情報提供
（経済産業部産業革新局、農業局、森林・林業局、水産業局）
- 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）

(4) 環境に配慮した暮らし方の推進

貴重で豊かな環境資源を保護し、「持続可能な社会」を実現するため、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。

活動指標名	基準値	2021 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）	(2015) 896g/人日	(2020) 815g/人日 以下
環境保全活動を実践している県民の割合 （県環境政策課調査）	(2016) 82.1%	100%

① 廃棄物の発生抑制

「衣・食・住」の各分野に着目した廃棄物の削減等に資する啓発活動を展開し、県民総参加のリデュース、リユースの推進を図ります。

- 県民総参加による廃棄物の発生抑制（リデュース）・再使用（リユース）の推進（くらし・環境部環境局）
- 食品ロスの削減に向けたキャンペーン等の実施（くらし・環境部環境局）

② 資源循環の確保

家電等の各種リサイクルの推進や、水資源の大切さを周知する啓発活動等により、持続可能な循環型社会の実現を目指します。

- 各種リサイクル法に基づくリサイクルの推進（くらし・環境部環境局）
- リサイクル製品認定制度の普及推進（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への理解を深める活動の推進（くらし・環境部環境局）

③環境に優しいライフスタイルの確立

環境に配慮した商品・サービスの購入や、再生可能エネルギーの導入を促進することにより、環境に優しいライフスタイルへの転換を促進します。

- 環境に配慮した行動の実践に向けた環境教育・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）
- 温室効果ガス排出量削減への取組（くらし・環境部環境局）
- 太陽光発電の導入の促進（経済産業部産業革新局）

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。

代表指標名	基準値	2021 目標
食の安全に対する県民の信頼度 (県政世論調査)	(2016) 67.9%	80%以上
表示適正化調査件数 (県民生活課調査)	(2016) 269 件	毎年度 270 件

食品への異物混入事件や大規模な食中毒被害等、食の安全を脅かす事件が後を絶ちません。県では、事業者への監視・指導や検査に取り組み、県民の食の安全に対する信頼度の向上を図ります。

また景品表示法については、2014年12月の法改正により都道府県に措置命令の権限が付与され、厳正な法執行など、表示の適正化に向けた県の担う役割は大きくなっています。引き続き国や市町等関係機関とも連携し、法・条例に基づく厳正な事業者指導を実施していきます。

<重点的に取り組む事項> 食の安全の確保・適正な取引の確保

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。

2014年に景品表示法が改正され、都道府県知事の監視指導権限が強化されました。続いて2017年には改正特定商取引法が施行され、訪問販売など消費者トラブルを生じやすい商法に対する事業者への取締りが強化されました。このような国の動きを受け、県では、景品表示法違反や消費者被害が疑われる相談情報を早期に把握し、効率的かつ厳正な事業者指導を行い、コンプライアンス意識の高い事業者を増やし、県内取引全体の安全を確保します。

(1) 食の安全の確保

食品事業者に対する監視指導や検査の充実を図り、食の安全を確保します。

また、食品の安全性に関する情報提供やタウンミーティングの開催により、食品の安全性に対する正しい知識の理解普及を促進し、県産食品の安全性をアピールします。

活動指標名	基準値	2021 目標
人口 10 万人あたりの食品を原因とする健康被害者数 (県衛生課調査)	(2016) 34.5 人	10 人以下

①生産から流通までを通じた食の安全の確保

事業者による食品の自主管理の推進を図るとともに、食品の生産から流通までの各段階における監視指導や検査の充実を図ることで、食の安全を確保します。

- 生産段階における指導の強化（経済産業部農業局、水産業局）
- 製造、加工、調理段階における監視指導の強化
（健康福祉部生活衛生局、教育委員会）
- 流通段階における監視指導の強化
（健康福祉部生活衛生局、経済産業部農業局、水産業局）
- 試験検査体制の充実（健康福祉部生活衛生局）
- 食の都ブランド適正表示マークの普及（健康福祉部生活衛生局）
- 「^ハACCP（Hazard Analysis and Critical Control Point：食品の衛生管理に関する手法）」導入を目的とした講習会の開催
（健康福祉部生活衛生局）
- 食品の自主回収報告制度（健康福祉部生活衛生局）
- 食品表示の不審情報等、食の総合相談窓口寄せられる相談への対応
（健康福祉部生活衛生局）
- 「^{ギャップ}GAP（Good Agricultural Practice：農業生産工程管理）」の推進
（経済産業部農業局、森林・林業局）
- 農薬の適正使用の推進（経済産業部農業局）
- 畜産物安全確保のための検査・指導（経済産業部農業局）
- 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）
- 食品の安全に係る関係機関との連携強化（関係部局）

②食に対する信頼の確保

食品の安全性に関する情報提供や、正しい知識の普及の促進等により、県産食品の安全性をアピールします。

- 食品衛生消費者講座や消費者講習会の開催（健康福祉部生活衛生局）
- 消費者意見の反映（健康福祉部生活衛生局）
- 県産食品の信頼確保（経済産業部農業局、水産業局）
- 自主管理体制の推進の支援
（健康福祉部生活衛生局、経済産業部農業局、水産業局）
- 食品表示の適正化の推進
（くらし・環境部県民生活局、健康福祉部生活衛生局、
経済産業部農業局、森林・林業局、水産業局）

(2) 製品等の安全の確保

消費者事故等に関する報告を受けた場合に、迅速な情報提供等、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、県の環境衛生科学研究所において、商品の安全性や信頼性に関する科学的な試験・検査等を実施し、消費者の安全を確保します。

さらに、事業者が消費者のことを第一に考えて経営を行う「消費者志向経営」を促進します。

活動指標名	基準値	2021 目標
商品テスト件数（試買・持込） (県環境衛生科学研究所調査)	(2016) 5件	3件以上

①製品・サービスの安全の確保

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、市町で実施する立入検査の結果を集計し、国へ報告するとともに、製品・サービスの安全性・信頼性に関する調査及び調査結果の情報発信を行うことにより、製品・サービスの安全を確保します。

- 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）
- 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）
- 医療安全相談の実施（健康福祉部医療健康局）
- 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）

②消費者事故情報の通知・注意喚起

県に寄せられた、消費者事故等に関する情報について、国へ迅速に通知し、また消費者に対し速やかに注意喚起を行います。

- 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）
- リコール情報の周知（くらし・環境部県民生活局）

③消費者志向経営の普及

現在の顧客だけでなく、消費者全体の視点に立ち、消費者の権利の確保及び利益の向上を図ることを経営の中心と位置づける「消費者志向経営」の考え方を普及し、事業者が消費者の安全や取引の公正性を確保するよう促します。

- 「消費者志向経営」の理念の普及（くらし・環境部県民生活局）
- エアコン、テレビ、冷蔵庫、電気便座を販売する店舗に対する製品の省エネルギー性能情報の提出義務付け（くらし・環境部環境局）
- エコアクション21等の環境マネジメントシステムの認証取得促進（くらし・環境部環境局）

(3) 適正な取引の確保

事業者による不当な表示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。

活動指標名	基準値	2021 目標
不当取引事業者に対する処分・指導件数 (県民生活課調査)	(2013～ 2016 平均) 15.25 件	16 件以上

①事業者への指導・啓発

事業者に対し、法令に基づく指導を実施し、事業者のコンプライアンス意識の向上を推進します。

○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）

②適正な計量

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、適正な計量業務の推進（経済産業部商工業局）

③災害時における生活物資の価格動向の把握

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、価格の動向等についての情報収集に努めます。

○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）

(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、適正な表示の確保に努めていきます。

また、2014年12月に改正景品表示法が施行されたことに伴い、都道府県の監視指導権限が強化されたことから、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。

活動指標名	基準値	2021 目標
食品表示合同調査*における適正表示の割合 (県民生活課調査)	(2013~ 2016 平均) 92.1%	96%

*食品表示合同調査…鮮魚、緑茶など食品の表示について、県民生活センター、保健所、農林事務所等関係する機関が合同で実施する調査

①選択に資する適正な表示の確保

消費者が安心して商品・サービスを購入することができるよう、事業者に対し適正な表示に関する啓発を実施します。また、消費者にとって有益な表示の確保に努めます。

- 景品表示法による商品・サービスの表示適正化の推進
(くらし・環境部県民生活局)
- 不当表示 110 番 (くらし・環境部県民生活局)
- 食品表示の適正化の推進
(くらし・環境部県民生活局、健康福祉部生活衛生局、
経済産業部産業革新局、農業局、森林・林業局、水産業局)

②事業者への指導・啓発

食品表示合同調査の実施など、関係部局が連携して監視・指導体制を強化し、表示の適正化を推進します。

- 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、健康福祉部生活衛生局）
- 景品表示法、食品表示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、健康福祉部生活衛生局、
経済産業部産業革新局、農業局、森林・林業局、水産業局）
- 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）

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、市町・警察とも連携し、消費者被害が疑われる相談情報を早期に把握し、効果的かつ厳正な事業者指導を行い、更なる消費者被害の拡大防止や軽減、予防を図ります。

代表指標名	基準値	2021 目標
消費生活相談における被害額* (PIO-NET データから県民生活課算出)	(2016) 474 千円 /人	380 千円/人 以下
消費生活相談員のスキルアップ研修開催回数 (県民生活課調査)	(2016) 13 回	毎年度 15 回

*県民生活センターで受け付けた消費生活相談において聞き取った、相談案件に関して消費者が支払った額の平均額

消費生活相談窓口での対応や事業者に対する指導の結果、消費生活相談における被害額は減少傾向にあります。

しかし、依然としてインターネットを利用した被害が後を絶たず、さらには被害を自力で解決しようと、公の相談窓口によく似た名称の興信所に相談し、解決金を請求されるといった、二次被害に関する相談も増加しています。また、昼間ひとりで家にいる高齢者の被害が多く、被害額も他の年代に比べて高くなっています。

そこで県では、複雑化、巧妙化する消費生活相談に対し適切に対応するため、消費生活相談員に対するスキルアップ講座を開催するほか、地域に対する見守りを推進し、消費者被害の防止、被害額の減少に努めます。

<重点的に取り組む事項> 見守り体制の強化

高齢者や障害のある方の消費者被害防止については、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や早期発見を図ることが大切です。

2016年4月に施行された改正消費者安全法により、地方公共団体は、消費生活上特に配慮が必要な消費者への見守り活動を目的とする「消費者安全確保地域協議会」を組織できることとなりました。県では、各市町に対し、消費者安全確保地域協議会の設置を促し、地域全体で消費者被害の防止を図る体制整備に努めます。

(1) 消費者からの相談への対応と情報の提供

相談員に対し研修の機会を提供し、相談員の資質向上を図ることで、様々な消費相談に適切に対応します。

また、新たな消費者トラブルの手口等を速やかに情報発信し、消費者被害を未然に防止します。

活動指標名	基準値	2021 目標
消費生活相談員の研修参加回数 (県民生活課調査)	(2013~ 2016 平均) 97 回	97 回以上

①相談員の確保と資質向上

2019 年度から設置が努力義務となる指定消費生活相談員への対応も含め、相談員に対し研修の機会を提供し、資質向上を図ることで、様々な消費相談に臨機応変に対応します。

- 消費生活相談員を対象とした研修等参加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）
- 消費生活相談員資格の取得支援（くらし・環境部県民生活局）
- 消費生活相談員人材バンクの運用（くらし・環境部県民生活局）

②情報通信サービス等高度化複雑化する相談への対応

インターネットの発達により、誰もが気軽に情報を利用できるようになった反面、被害も増加していることから「メディアリテラシー」の向上を図ります。

またインターネットの普及に伴い登場する、仮想通貨への投資詐欺といった複雑な取引形態に関する相談にも即時に対応できるよう、相談情報の収集に努めます。

- 消費生活相談員を対象とした研修の実施（くらし・環境部県民生活局）
- 消費者教育講師を対象とした研修の実施（くらし・環境部県民生活局）
- 新たな消費者トラブルの手口等の情報提供（くらし・環境部県民生活局）
- 「ケータイ・スマホルール」の啓発（教育委員会）

③被害拡大防止のための情報提供

県民生活センター等に寄せられた相談事例をもとに、消費生活を取り巻く様々な環境の変化にも対応しながら、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、被害拡大の防止に努めます。

また、成年年齢の引下げを見据え、若者が利用しやすいツールを活用した情報提供に努めます。

- 消費者被害の防止策等の情報提供
(くらし・環境部県民生活局、関係部局)

④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(知事直轄組織地域外交局)
- 外国語による消費生活情報の提供(くらし・環境部県民生活局)

(2) 見守り体制の強化

消費者トラブルに遭った際、自力で解決するのが難しい「生活弱者」と呼ばれる、高齢者や障害のある方を家族や地域で見守り、消費者被害を防止します。

活動指標名	基準値	2021 目標
65 歳以上の高齢者の消費生活相談における被害額 (PIO-NET データから県民生活課算出)	(2016) 642 千円/人	408千円/人 以下

①高齢者への見守り

高齢者の家族や介護保険その他福祉サービスに従事する方といった、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、高齢者本人及び見守り者への消費者被害に関する啓発に努めます。

- 「^{いやや!}188で見守り隊」による、高齢者への声かけや見守り活動を通じた高齢者に対する消費者被害の未然防止・拡大防止の推進
(くらし・環境部県民生活局)
- 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)

②障害のある方への見守り

障害のある方が安心して消費生活を送ることができるよう、消費者被害に関する啓発に努めるとともに、相談体制の充実を図ります。

- 特別支援学校に対する出前講座の実施（くらし・環境部県民生活局）
- 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）

③地域コミュニティづくりの活性化

各地域で発生している消費者トラブルの被害等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。

- 地域における消費者教育の推進（くらし・環境部県民生活局）
- 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（経営管理部地域振興局）

(3) 事業者に対する指導

消費者被害が疑われる事案に対応するため、関係法令を厳正に適用して、不当な表示や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。

活動指標名	基準値	2021 目標
不当取引行為防止に向けた県民からの聞き取り 件数 (県民生活課調査)	(2013~ 2016 平均) 30.5 件	31 件

① 不当取引行為防止のための指導

法令に基づき、厳正な事業者指導を実施し、不当な取引行為による被害の拡大防止を図ります。

- 不当取引行為防止に向けた情報収集（くらし・環境部県民生活局）
- 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）

② 適正な表示のための指導

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、景品表示法等に基づく指導を実施します。

- 景品表示法、食品表示法等による表示の適正化に関する指導（くらし・環境部県民生活局、健康福祉部生活衛生局）

③適正な事業活動促進のための指導

各業種の営業に関する法律を厳正に適用し、県内の様々な業種の事業者に対する監視指導を徹底することで、消費者被害を未然に防止します。

- 消費生活協同組合に対する指導・監督（くらし・環境部県民生活局）
- 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）
- 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）
- 障害福祉サービス事業者、介護サービス事業者の指導・監督等による、提供されるサービスの適正化（健康福祉部福祉長寿局）
- 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（経済産業部農業局）
- 動物用医薬品販売業者等の許認可・監視指導（経済産業部農業局）
- 飼育動物診療施設への立入検査（経済産業部農業局）
- 飼料等の製造・販売施設等への立入検査（経済産業部農業局）
- 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・観光部観光交流局）
- 建設業者の指導・監督（交通基盤部建設支援局）

(4) 苦情処理と紛争解決

関係機関と連携し、事案に応じた紛争解決手段を活用できるようにすることで、不当な取引や消費者トラブルにより被害に遭った消費者の救済に努めます。

活動指標名	基準値	2021 目標
消費生活相談におけるあっせん件数 (PIO-NET データから県民生活課算出)	(2013~ 2016 平均) 270.8件	271 件程度

①消費者団体訴訟制度

適格消費者団体の設立を支援し、実際に被害に遭った消費者の紛争解決を支援します。

- 県内の適格消費者団体や、適格消費者団体の認定を目指す団体への支援
(くらし・環境部県民生活局)
- 消費者団体訴訟制度の周知 (くらし・環境部県民生活局)

②その他の紛争解決手段

関係機関との連携や調整を図りながら、必要に応じ、あっせんや裁判外紛争
手続 (ADR)、^{エーディーアール}裁判所の調停、静岡県消費生活審議会の苦情処理委員会等を
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
(健康福祉部生活衛生局)
- 静岡県建設工事紛争審査会による紛争解決 (交通基盤部建設支援局)

(5) 多重債務問題への対応

2010年6月に改正資金業法が施行された後、多重債務に関する相談は大幅に減少しました。しかし近年、銀行系カードローンによる多額の貸付など、新たな多重債務問題が発生しています。県では状況を注視し、多重債務問題が再燃した際には、関係機関と連携し、多重債務者の精神面のケアや生活の再建も含めた、多重債務問題の解消に努めます。

活動指標名	基準値	2021 目標
静岡県消費者問題連絡会議開催回数 (県民生活課調査)	(2016) 1回	1回

①社会を見据えた対応

消費生活相談窓口で受け付けた相談内容を分析し、多重債務問題の再燃に備えます。また I R 法等、^{アイアール}関連法案の成立の動きにも注視します。

- 福祉部門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)
- ヤミ金融事犯の取締(警察本部)

②消費者問題連絡会議での情報共有

「静岡県消費者問題連絡会議」において、県内の金融機関を含む関係団体と消費者問題について情報交換を行います。また、現在の多重債務被害の動向について注視し、多重債務問題が再燃した際には、「静岡県多重債務者対策会議」を開催し、2007年に策定した「静岡県多重債務者問題改善アクションプラン」に基づき、多重債務問題の解消に努めます。

- 静岡県消費者問題連絡会議の開催(くらし・環境部県民生活局)
- 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)
- 「ふじのくに多重債務者相談推進月間」キャンペーンの実施
(くらし・環境部県民生活局)

◇◇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、2009年度から消費者行政活性化基金事業（2015年度からは消費者行政強化促進事業）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、国の地方への財政支援が縮小される方向の中、これまでに整備された体制を維持し、県全体が一体となって更なる消費者行政の充実に努めます。

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、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、2011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、消費者行政推進本部のワーキング部会として消費者教育関連事業ワーキングを設置し、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：地域外交局長兼文化・観光部理事（観光担当）兼経済産業部理事（通商担当）、危機管理部長兼危機管理監代理、経営管理部長、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、教育長、県警本部生活安全部長

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）

○消費者教育関連事業の推進（くらし・環境部県民生活局）

○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、くらし・環境部管理局長ほか関係部局の局長等

○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）

○消費者被害が疑われる事案による被害の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。

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

自立し行動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。

- 静岡県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及び食の安全推進のための意見交換会の開催
（くらし・環境部県民生活局、健康福祉部生活衛生局ほか）

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の開催（くらし・環境部県民生活局）
- 静岡県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 等と協働し、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 等との協働の推進（くらし・環境部県民生活局）
- 適格消費者団体の設立支援（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、市町域を越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、今後も各県民生活センターの置かれた地域の実情に応じた役割を果たしてまいります。

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

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、国が都道府県に対して交付した地方消費者行政活性化交付金を原資に2008年度に造成した静岡県消費者行政活性化基金、及び2015年度からは新たな財政支援である地方消費者行政推進交付金を活用し、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。

今後も消費生活相談員の資質向上を図っていくとともに、国が講ずる地方財政支援措置の動向も注視しながら、県民生活センターの消費生活相談体制の強化・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。

2016年4月には、下田市、東伊豆町、河津町、南伊豆町、松崎町及び西伊豆町の1市5町及び県が連携し、「賀茂広域消費生活センター」を共同で設置しました。引き続き、消費生活センター未設置市町に対して、それぞれの市町の実情に応じた支援を行います。

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。

また、2019年度からの設置が努力義務になっている、市町支援を担当する指定消費生活相談員の設置についても検討していきます。

- 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、引き続き悪質事業者に対する適時、適切な指導を行うとともに、県民生活課と緊密に連携して、消費者被害の発生や拡大の防止を図っていきます。

また、行政指導権限を持たない市町を補完するため、悪質事業者に関する情報を迅速に収集し共有する体制を強化する等、一層市町と連携していきます。

一方、不当表示の監視については、県民生活センターにおいて表示に関する不審情報を受け付け、不当表示が疑われる場合は、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、保健衛生担当部署等と連携しながら、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）
- 消費者被害拡大事案情報の迅速な伝達（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、消費者教育講師人材バンクを活用した講師の派遣など、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等の多様な主体と連携し、消費者教育推進地域連絡会・連絡会議等において、消費者教育を効果的に推進していきます。

さらに、県民生活センターは、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）
- 消費者教育講師の派遣（くらし・環境部県民生活局）
- 消費者教育推進地域連絡会・連絡会議の運営
（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"> ○市町相互間の連絡調整 ○市町に対する技術的支援 ○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 	○消費者対応、あっせん、情報収集・提供
相談対応	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・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 	<ul style="list-style-type: none"> ・住民に身近な市町が相談を受けることが原則（消費者ホットラインの市町接続）
市町支援	<ul style="list-style-type: none"> ・市町相談員からの解決困難事案への相談対応・助言 ・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 	/
啓発	<ul style="list-style-type: none"> ・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 	<ul style="list-style-type: none"> ・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
事業者指導	<ul style="list-style-type: none"> ・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、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） 	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・静岡市は、市条例に基づく指導権限を行使
消費者教育	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・講師派遣、情報提供等による市町等の取組支援 ・消費者教育の担い手育成 	<ul style="list-style-type: none"> ・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

参考：食品表示法に基づく調査・指導権限は、県保健所に移行

◇◇ 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。

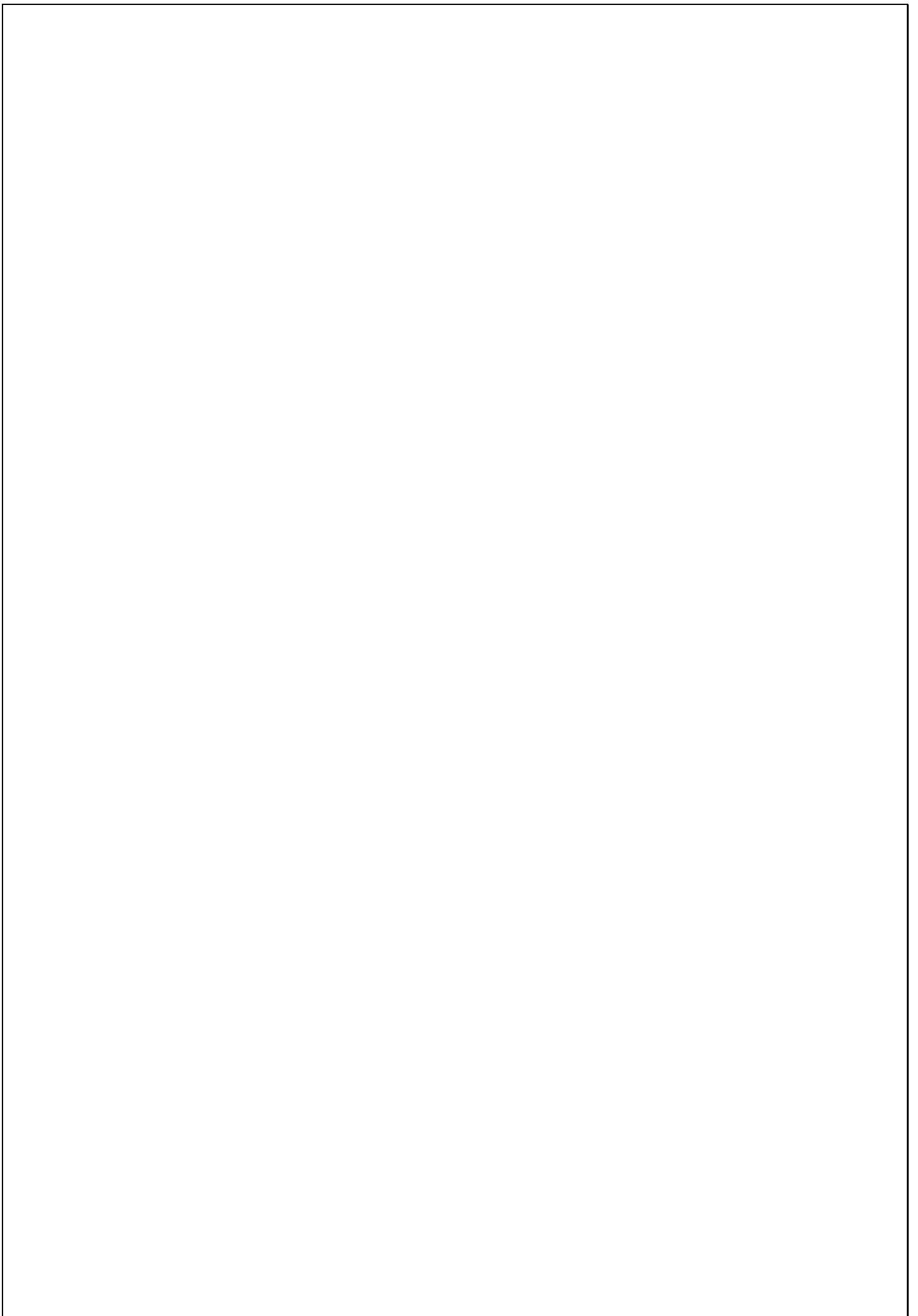
また、毎年、施策の進捗状況を示す代表的な数値目標により施策の進捗管理を行うこととし、消費者行政の推進の視点から検証します。

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。

<本文中に出てくる法令>

- ※1 消費者基本法（昭和 43 年法律第 78 号）
- ※2 食品表示法（平成 25 年法律第 70 号）
- ※3 消費者安全法（平成 21 年法律第 50 号）
- ※4 景品表示法…不当景品類及び不当表示防止法（昭和 37 年法律第 134 号）
- ※5 消費者契約法（平成 12 年法律第 61 号）
- ※6 特定商取引法…特定商取引に関する法律（昭和 51 年法律第 57 号）
- ※7 食品衛生法（昭和 22 年法律第 233 号）
- ※8 JAS 法…農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（昭和 25 年法律第 175 号）
- ※9 健康増進法（平成 14 年法律第 103 号）
- ※10 消費者教育推進法…消費者教育の推進に関する法律（平成 24 年法律第 61 号）※9
- ※11 貸金業法（昭和 58 年法律第 32 号）
- ※12 IR 法…特定複合観光施設区域の整備の推進に関する法律（平成 28 年法律第 115 号）
- ※13 割賦販売法（昭和 36 年法律第 159 号）
- ※14 容器包装リサイクル法…容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律（平成 7 年法律第 112 号）



参 考 资 料

1 静岡県の消費者行政の沿革

1969年3月の地方自治法の改正により、初めて「消費者の保護」が地方公共団体の固有事務として位置付けられて以来、49年、地方公共団体における消費者行政は着実に発展充実してきました。

静岡県では、1964年4月、当時の商工部商政課内に専管の係である消費者行政係が設置されて以来、数回の組織改正を経ながら、今日まで53年間にわたって消費者行政を充実させてきました。

1975年には、「静岡県消費者保護条例」を制定、1999年には「静岡県消費者保護条例」を全面改正し、「静岡県消費生活条例」（平成11年例第35号）を制定し、消費者行政に取り組んできました。

時代の変化と共に、規制緩和や高度情報化、国際化の進展等により、新しい商品やサービスが登場し、消費生活を営む上での利便性が向上しましたが、その反面、消費者トラブルの多様化・複雑化、食品等の安全性に対する不安の増大、消費生活が環境に与える影響への懸念等、消費者を取り巻く経済・社会環境が大きく変化しました。

こうした経済・社会環境の変化の中で、県民が安全で安心できる豊かな暮らしを実現するためには、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必要があることから、県では2008年10月に「静岡県消費生活条例」の改正を行い、消費生活に関する基本的な計画を策定することとしました。

そして、静岡県消費生活審議会での審議やパブリックコメントの実施、消費者団体等の意見や提案の聴取等を経て、2010年4月に「静岡県消費者行政推進基本計画」を策定し、毎年度進捗状況の評価を行いながら消費者施策を進めてきたところです。

年	内 容
1964年	商工部商政課に消費者行政係設置
1968年	企画調整部に県民生活室設置
1969年	県民生活室を県民生活課に改める。 静岡市に県消費生活センター設置
1972年	沼津市に東部消費生活センター設置
1973年	県民生活課を消費生活課に改める。 浜松市に西部消費生活センターを設置
1975年	静岡県消費者保護条例制定
1977年	静岡県消費者行政総合施策を策定
1980年	消費生活課を県民生活課に改める。

1982年	各消費生活センターを県民サービスセンターに改める。
1988年	企画調整部内に県民局を設置し県民生活課を県民局消費生活課に改める。
1991年	環境・文化部を設置し消費生活課を移管 県民サービスセンターを県民生活センターに改め、県下9か所に設置 静岡県消費者行政総合施策を改定
1992年	県民生活センターを県行政センターに改める。
1995年	環境・文化部消費生活課を生活・文化部県民生活課に改める。
1999年	県民生活課を県民生活室に改める。 静岡県消費者保護条例を全面改正し、静岡県消費生活条例を制定
2005年	静岡県消費生活条例を一部改正 県行政センターの廃止に伴い、県下4か所に県民生活センターを設置し、5か所に県民相談室を設置
2007年	生活・文化部県民生活室を県民部県民生活室に改める。
2008年	静岡県消費生活条例を一部改正 消費者基本計画を策定することとする。
2009年	熱海、富士、藤枝、中遠及び北遠の各県民相談室を廃止し、賀茂県民生活センターを東部県民生活センター賀茂県民相談室に再編
2010年	県民部県民生活室をくらし・環境部県民生活課に改める。 「静岡県消費者行政推進基本計画」（2010年度～2012年度）を策定
2011年	県と警察本部の間で「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
2013年	静岡県総合計画「富国有徳の理想郷“ふじのくに”のグランドデザイン」と整合性をとるため、「静岡県消費者行政推進基本計画」の計画期間を2013年度まで1年延長
2014年	「第2次静岡県消費者行政推進基本計画」（2014年度～2017年度）を策定 「静岡県消費者教育推進計画」（2014年度～2017年度）を策定
2015年	食品表示法の施行（JAS法、食品衛生法、健康増進法の3法を一元化）に伴い、旧JAS法及び米トレーサビリティ法に関する業務を県民生活課から健康福祉部衛生課及び保健所へ移管（食品表示に関する業務の一元化）
2016年	賀茂広域消費生活センター開設
2017年	「第3次静岡県消費者行政推進基本計画」（2018年度～2021年度）を策定 「第2次静岡県消費者教育推進計画」（2018年度～2021年度）を策定

2 関係条例

○静岡県消費生活条例

平成11年3月19日
条例第35号

静岡県消費生活条例をここに公布する。

静岡県消費生活条例

静岡県消費者保護条例(昭和50年静岡県条例第47号)の全部を改正する。

目次

第1章 総則(第1条―第8条の2)

第2章 県民の消費生活の安定及び向上に関する施策等

第1節 啓発活動の推進等(第9条―第12条)

第2節 消費者の安全の確保(第13条―第16条)

第3節 規格等の適正化等(第17条―第22条)

第4節 不当な取引行為の禁止等(第23条―第28条)

第5節 小規模事業者への配慮(第29条)

第3章 消費者からの苦情の処理に関する措置等(第30条―第33条)

第4章 生活関連物資に関する措置(第34条―第36条)

第5章 静岡県消費生活審議会(第37条)

第6章 雑則(第38条―第42条)

附則

第1章 総則

(目的)

第1条 この条例は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、県民の消費生活における利益の擁護及び増進を基本とした消費生活の安定及び向上に関し、消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念を定め、県及び事業者の果たすべき責務、消費者の果たすべき役割等を明らかにするとともに、県の実施する施策について必要な事項を定めることにより、県民生活の安定及び向上を図ることを目的とする。

(一部改正〔平成17年条例39号〕)

(基本理念)

第2条 県民の消費生活の安定及び向上は、県民の消費生活における基本的需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、次に掲げる消費者の権利

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、県、事業者、消費者等の相互の信頼と協力の下に実現されなければならない。

- (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 消費者の自立の支援に当たっては、前項各号に掲げる消費者の権利に関して事業者による適正な事業活動の確保が図られるとともに、消費者の年齢その他の特性に配慮されなければならない。
- 3 県民の消費生活の安定及び向上は、高度情報通信社会の進展に的確に対応することに配慮して行われなければならない。
(一部改正〔平成17年条例39号〕)

(県の責務)

- 第3条 県は、前条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのっとり、経済社会の発展に即応して、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策定し、及びこれを実施するものとする。
- 2 県は、前項の施策を実施する上で市町が果たす役割の重要性にかんがみ、同項の施策を市町と協力して実施するとともに、市町が消費生活の安定及び向上に関する施策を実施しようとする場合には、その求めに応じて、技術的助言その他の必要な支援を行うものとする。
(一部改正〔平成17年条例39号・19年42号〕)

(事業者の責務)

- 第4条 事業者は、第2条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのっとり、その供給する商品又は役務について、次に掲げる責務を有する。
- (1) 消費者の安全の確保並びに規格、表示、容器及び包装並びに取引行為の適正化その他必要な措置を講じ、かつ、品質その他の内容の向上、価格の安

定及び流通の円滑化を図ること。

- (2) 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。
- (3) 消費者との取引に関して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。
- (4) 取引に関して知り得た消費者の個人に関する情報を適正に取り扱うこと。
- (5) 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理し、及びその事業活動に消費者の意見を反映させるとともに、これらに必要な体制を整備すること。
- (6) 県が実施する消費生活の安定及び向上に関する施策に協力すること。

2 事業者は、その事業活動に関し自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

(全部改正〔平成17年条例39号〕)

(事業者団体の役割)

第5条 事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理の体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。

(全部改正〔平成17年条例39号〕)

(消費者の役割)

第6条 消費者は、経済社会の発展に即応して、自ら進んで、消費生活に関する必要な知識を修得し、及び情報を収集することにより、自主的かつ合理的に行動するとともに、県が実施する消費生活の安定及び向上に関する施策に協力するよう努めるものとする。

(一部改正〔平成17年条例39号〕)

(消費者団体の役割)

第7条 消費者団体は、消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明、消費者に対する啓発及び教育、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めるものとする。

(追加〔平成17年条例39号〕)

(環境への配慮)

第8条 県は、消費生活の安定及び向上に関する施策の策定及び実施に当たっては、消費生活が環境に及ぼす影響に配慮するものとする。

- 2 事業者は、商品又は役務の供給に当たっては、環境の保全に資するため、再商品化が容易な容器及び包装の使用その他必要な措置を講じ、環境への負荷（静岡県環境基本条例（平成8年静岡県条例第24号）第2条第1項に規定する環境への負荷をいう。以下同じ。）の低減を図るよう努めなければならない。
- 3 消費者は、商品の選択、使用及び廃棄並びに役務の選択及び利用に当たっては、環境に及ぼす影響に配慮し、環境への負荷の低減を図るよう努めるものとする。

（一部改正〔平成17年条例39号〕）

（消費者基本計画）

第8条の2 知事は、県民の消費生活の安定及び向上に関する総合的な施策（以下この条において「消費者施策」という。）の計画的な推進を図るため、消費者施策に関する基本的な計画（以下「消費者基本計画」という。）を定めるものとする。

- 2 消費者基本計画は、消費者施策の大綱その他消費者施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るものとする。
- 3 知事は、消費者基本計画を定めるに当たっては、あらかじめ、広く県民の意見を聴くとともに、静岡県消費生活審議会に意見を求めるものとする。
- 4 知事は、消費者基本計画を定めたときは、これを公表しなければならない。
- 5 前2項の規定は、消費者基本計画の変更について準用する。

（追加〔平成20年条例42号〕）

第2章 県民の消費生活の安定及び向上に関する施策等

第1節 啓発活動の推進等

（啓発活動及び教育の推進）

- 第9条 知事は、消費者の自立を支援するため、商品及び役務、これらの取引行為並びに消費生活が環境に及ぼす影響に関する知識の普及及び情報の提供、生活設計に関する知識の普及等消費者に対する啓発活動を推進するものとする。
- 2 知事は、消費者が生涯にわたって消費生活について学習することができるようにするため、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて消費生活に関する教育を充実するものとする。

（一部改正〔平成17年条例39号〕）

(消費者の組織活動の促進)

第10条 知事は、消費者の自立を支援するため、消費者の健全かつ自主的な組織活動が促進されるよう必要な施策を講ずるものとする。

(一部改正〔平成17年条例39号〕)

(消費者等の意見の反映等)

第11条 知事は、県民の消費生活の安定及び向上に関する施策の策定及び実施に当たっては、消費者、消費者団体、静岡県消費生活審議会及び静岡県消費生活モニター(消費生活についての意見、要望、情報等を把握するため、知事が消費者のうちから委嘱した者をいう。)の意見を反映させるとともに、当該施策の策定及び実施の過程の透明性を確保するよう努めるものとする。

(一部改正〔平成17年条例39号〕)

(試験、検査等の機能の整備等)

第12条 知事は、県民の消費生活の安定及び向上を図るため、商品又は役務の試験、検査等を行う機能を整備し、及び拡充するとともに、その実施した試験、検査等の結果についての情報を必要に応じて消費者に提供するものとする。

第2節 消費者の安全の確保

(一部改正〔平成17年条例39号〕)

(安全確保の措置)

第13条 事業者は、消費者の安全を確保するため、その供給する商品又は役務の生産、販売等に関して必要な措置を講じなければならない。

(一部改正〔平成17年条例39号〕)

(安全に関する調査等)

第14条 知事は、事業者が供給する商品又は役務が消費者の安全を害し、又は害するおそれがあると認めるときは、速やかに必要な調査を行うとともに、必要があると認めるときは、当該調査の結果についての情報を消費者に提供することができる。

2 知事は、前項の調査のため必要があると認めるときは、当該商品又は役務を供給する事業者に対し、当該商品又は役務についてその安全性を明らかにするよう求めることができる。

(一部改正〔平成17年条例39号〕)

(指導、勧告等)

第15条 知事は、事業者が供給する商品又は役務が消費者の安全を害し、又は害するおそれがあると認めるときは、法令に特別の定めがある場合を除き、当該事業者に対し、当該商品又は役務の供給の中止、当該商品の回収その他必要な措置を執るよう指導し、又は勧告することができる。

2 知事は、前項の規定による指導又は勧告をした場合において必要があると認めるときは、当該事業者に対し、当該指導又は勧告に基づいて執った措置の内容及びその結果について報告を求めることができる。

3 知事は、消費者の安全を確保するため必要があると認めるときは、第1項の規定による指導又は勧告に基づいて当該事業者が執った措置の内容及びその結果についての情報を消費者に提供することができる。

(一部改正〔平成17年条例39号〕)

(緊急安全確保措置)

第16条 知事は、商品又は役務が消費者の安全を相当程度に害し、又は害するおそれがあると認める場合において、消費者の安全を確保するため緊急の必要があると認めるときは、法令に特別の定めがある場合を除き、直ちに、当該商品又は役務の名称、当該商品又は役務を供給する事業者の住所及び氏名又は名称その他必要な情報を消費者に提供するものとする。

(一部改正〔平成17年条例39号〕)

第3節 規格等の適正化等

(規格の適正化)

第17条 事業者及び事業者団体は、商品の品質の改善及び県民の消費生活の合理化に寄与するため、商品について適正な規格を定めるよう努めなければならない。

(一部改正〔平成17年条例39号〕)

(表示の適正化)

第18条 事業者は、その供給する商品又は役務について、消費者がその購入若しくは使用又は利用に際し、その選択等を誤ることがないようにするため、品質、価格、内容等を適正に表示するよう努めなければならない。

2 事業者は、その供給する商品又は役務の使用又は利用により消費者の安全を害するおそれがある場合には、前項に定めるもののほか、その具体的内容、安全を確保するための使用又は利用の方法等を適正に表示するよう努めなければならない。

(一部改正〔平成17年条例39号〕)

(容器及び包装の適正化)

第19条 事業者は、その供給する商品について、消費者が誤認し、又は消費者の負担が著しく増大することのないようにするため、適正に容器を用い、及び包装を行うよう努めなければならない。

(規格等の適正化の指導)

第20条 知事は、前3条の規定による規格、表示並びに容器及び包装の適正化の推進を図るため、事業者に対し、必要な指導を行うよう努めるものとする。

(県の規格又は基準の設定)

第21条 知事は、県民の消費生活の安定及び向上を図るため特に必要があると認めるときは、法令に特別の定めがある場合を除き、事業者が供給する商品について規格を定め、及び事業者が供給する商品又は役務について表示等の基準を定めることができる。

- 2 知事は、前項の規定により規格又は基準を定めようとするときは、静岡県消費生活審議会の意見を聴くものとする。
- 3 知事は、第1項の規定により規格又は基準を定めたときは、これを告示するものとする。
- 4 前2項の規定は、第1項の規定により定めた規格又は基準の変更又は廃止について準用する。

(県の規格又は基準への適合義務)

第22条 事業者は、前条の規定により規格又は基準が定められているときは、当該規格又は基準に適合する商品又は役務を供給しなければならない。

2 知事は、事業者が前項の規定に違反していると認めるときは、当該事業者に対し、当該規格又は基準に適合する商品又は役務を供給するよう指導し、又は勧告することができる。

第4節 不当な取引行為の禁止等

(取引行為の適正化)

第23条 事業者は、消費者との間で行う商品又は役務の取引行為を適正に行うよう努めなければならない。

(取引行為の適正化の指導)

第24条 知事は、前条の規定による取引行為の適正化の推進を図るため、事業者に対し、必要な指導を行うよう努めるものとする。

(不当な取引行為の指定)

第25条 知事は、消費者が受けることのある被害の防止を図るため特に必要があると認めるときは、事業者が行う消費者に不当に不利益を与えるおそれのある取引行為を不当な取引行為として指定することができる。

2 知事は、前項の規定により不当な取引行為を指定しようとするときは、静岡県消費生活審議会の意見を聴くものとする。

3 知事は、第1項の規定により不当な取引行為を指定したときは、これを告示するものとする。

4 前2項の規定は、第1項の規定による不当な取引行為の指定の解除について準用する。

(不当な取引行為の禁止)

第26条 事業者は、消費者との間で行う商品又は役務の取引において、前条第1項の規定により指定された不当な取引行為(以下「不当取引行為」という。)を行ってはならない。

2 知事は、不当取引行為が行われているとき又は行われている疑いがあるときは、速やかに必要な調査を行うとともに、必要があると認めるときは、当該調査の結果についての情報を消費者に提供することができる。

3 知事は、前項の調査のため必要があると認めるときは、当該不当取引行為に係る事業者に対し、文書若しくは口頭による説明を求め、又は資料の提出を求めすることができる。

(指導、勧告等)

第27条 知事は、事業者が不当取引行為を行っているとき、当該事業者に対し、当該不当取引行為の改善を指導し、又は勧告することができる。

2 知事は、前項の規定による指導又は勧告をした場合において必要があると認めるときは、当該事業者に対し、当該指導又は勧告に基づいて執った措置の内容及びその結果について報告を求めることができる。

3 知事は、不当取引行為による消費者の被害の防止を図るため必要があると認めるときは、第1項の規定による指導又は勧告に基づいて当該事業者が執った措置の内容及びその結果についての情報を消費者に提供することができる。

(重大な被害についての情報提供)

第28条 知事は、不当取引行為による被害の重大性等を考慮し、当該被害の防止を図るため必要があると認めるときは、速やかに、当該不当取引行為に係る事業者の住所及び氏名又は名称その他必要な情報を消費者に提供するものとする。

2 知事は、前項の規定による情報の提供をしようとするときは、静岡県行政手続条例(平成7年静岡県条例第35号)第3章第3節の規定の例により、当該事業者について、意見陳述のための手続を執るものとする。

第5節 小規模事業者への配慮

第29条 知事は、県民の消費生活の安定及び向上に関する施策の実施に当たり特に必要があると認めるときは、小規模事業者に対し、技術的な援助及び資金の融資を行うことができる。

第3章 消費者からの苦情の処理に関する措置等 (一部改正〔平成17年条例39号〕)

(苦情の処理)

第30条 知事は、消費者から苦情(事業者が供給する商品又は役務に関して消費者と事業者との間に生じた苦情をいう。以下同じ。)の処理の申出があったときは、当該苦情の内容を調査し、市町との連携を図りつつ、主として高度の専門性又は広域の見地への配慮を必要とする苦情の処理のあっせん等の措置を行うものとする。

2 知事は、前項の措置を行うため必要があると認めるときは、当該苦情に係る事業者、消費者その他関係者に対し、文書若しくは口頭による説明を求め、又は資料の提出を求めることができる。

3 知事は、消費者からの苦情が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に処理されるようにするため、人材の確保及び資質の向上その他の必要な施策を講ずるよう努めるものとする。

(一部改正〔平成17年条例39号・19年42号〕)

(静岡県消費生活審議会のあっせん及び調停)

第31条 知事は、前条第1項の規定による処理の申出のあった苦情であって、その解決が著しく困難であると認めるものについては、静岡県消費生活審議会のあっせん又は調停に付することができる。

2 静岡県消費生活審議会は、前項のあっせん又は調停を行うため必要があると

認めるときは、当該苦情に係る事業者、消費者その他関係者に対し、文書若しくは口頭による説明を求め、又は資料の提出を求めることができる。

(消費者訴訟費用の貸付け)

第32条 知事は、消費者が事業者に対して提起する訴訟であって、次の各号に該当し、かつ、静岡県消費生活審議会が適当と認めたものに要する費用を、当該訴訟を提起した者に対し、貸し付けることができる。

- (1) 前条第1項の規定による静岡県消費生活審議会の調停によっては解決されない苦情に係るもの
- (2) 同一又は同種の原因による被害が多数発生し、又は発生するおそれがある商品又は役務に係るもの
- (3) 1件当たりの被害額が規則で定める額を超えないもの
- (4) その他規則で定める要件に該当するもの

(貸付金の返還)

第33条 前条の規定による貸付けを受けた者は、当該貸付けに係る訴訟が終了したときは、規則で定めるところにより、当該貸付けに係る貸付金を返還しなければならない。

2 知事は、前項の規定にかかわらず、必要があると認めるときは、規則で定めるところにより、当該貸付金の全部又は一部の返還を猶予し、又は免除することができる。

第4章 生活関連物資に関する措置

(価格動向等の調査)

第34条 知事は、県民生活の安定を図るため必要があると認めるときは、県民の消費生活との関連性が高い物資(以下「生活物資」という。)について、価格の動向、需給の状況等を調査するものとする。

2 事業者は、前項の規定による調査に協力しなければならない。

(生活物資の供給の協力要請)

第35条 知事は、生活物資の円滑な供給を確保するため必要があると認めるときは、当該生活物資に係る事業者に対し、その供給について協力を求めるものとする。

(特定生活物資)

第36条 知事は、生活物資の価格が異常に上昇し、又は上昇するおそれがある

場合において、当該生活物資の買占め又は売惜しみが行われ、又は行われるおそれがあると認めるときは、法令に特別の定めがある場合を除き、当該生活物資を特定生活物資として指定することができる。

- 2 知事は、前項に規定する事態が消滅したと認めるときは、同項の規定による指定を解除するものとする。
- 3 知事は、前2項の規定により生活物資を特定生活物資として指定し、又は解除したときは、これを告示するものとする。
- 4 知事は、事業者が第1項の規定により特定生活物資として指定された生活物資(以下「特定生活物資」という。)を買占め又は売惜しみにより多量に保有していると認めるときは、当該事業者に対し、売渡しをすべき期限及び数量を定めて、当該特定生活物資を適正な価格で売り渡すよう指導し、又は勧告することができる。

第5章 静岡県消費生活審議会

第37条 県に、静岡県消費生活審議会(以下「審議会」という。)を置く。

- 2 審議会は、この条例の規定によりその権限に属することとされた事項を処理するほか、知事の諮問に応じ、県民の消費生活の安定及び向上に関する重要事項を調査審議する。
- 3 審議会は、前項に規定する事項に関して、知事に意見を述べることができる。
- 4 審議会の組織及び運営に関し必要な事項は、規則で定める。

第6章 雑則

(知事に対する申出)

第38条 消費者は、この条例の規定に違反する事業活動が行われることにより、又はこの条例に規定する措置が執られないことにより、第2条第1項に掲げる消費者の権利が侵害されている疑いがあるときは、知事に対し、その旨を申し出て、適当な措置を執るべきことを求めることができる。

- 2 知事は、前項の規定による申出があったときは、必要な調査を行い、その申出の内容が事実であると認めるときは、この条例に基づいて適当な措置を執るものとする。

(一部改正〔平成17年条例39号〕)

(立入調査等)

第39条 知事は、第14条第1項、第15条第1項、第22条第2項、第26条第2項、第27条第1項及び前条第2項の規定の施行に必要な限度において、商品又は役務に係る事業者に対し報告を求め、又はその職員に、当該事業者の事務所、

工場、事業場、店舗、倉庫若しくは住居に立ち入り、帳簿、書類その他の物件を調査させ、若しくは関係者に質問させることができる。

- 2 知事は、第36条第4項の規定の施行に必要な限度において、特定生活物資に係る事業者に対し報告を求め、又はその職員に、当該事業者の事務所、工場、事業場、店舗、倉庫若しくは住居に立ち入り、帳簿、書類その他の物件を調査させ、若しくは関係者に質問させることができる。
- 3 知事は、前項の規定により立入調査又は質問をさせた場合において、特に必要があると認めるときは、当該特定生活物資を保管していると認められる者の倉庫その他の場所に立ち入り、帳簿、書類その他の物件を調査させ、若しくは関係者に質問させることができる。
- 4 前3項の規定により立入調査又は質問をする職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係者の請求があったときは、これを提示しなければならない。
- 5 第1項から第3項までの規定による立入調査及び質問の権限は、犯罪捜査のために認められたものと解釈してはならない。

(公表)

第40条 知事は、事業者が次の各号のいずれかに該当するときは、その旨及び当該勧告等の内容を公表することができる。

- (1) 第15条第1項、第22条第2項、第27条第1項又は第36条第4項の規定による勧告に従わなかったとき。
 - (2) 第14条第2項、第26条第3項、第30条第2項又は第31条第2項の規定による求めに正当な理由がなく従わなかったとき。
 - (3) 前条第1項又は第2項の規定による報告を求められて、正当な理由がなくこれに従わず、若しくは虚偽の報告をし、又はこれらの規定による調査を、正当な理由がなく、拒み、妨げ、若しくは忌避したとき。
- 2 第28条第2項の規定は、前項の規定による公表について準用する。

(関係行政機関への協力要請等)

第41条 知事は、この条例の施行に関し必要があると認めるときは、他の地方公共団体又は国の行政機関の長に対して、情報の提供、調査の依頼その他の協力を求めるとともに、協力を求められたときは、その求めに応ずるよう努めるものとする。

(委任)

第42条 この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

附 則

- 1 この条例は、公布の日から施行する。
- 2 この条例の施行前に静岡県消費者保護条例(昭和50年静岡県条例第47号)の規定によりなされた勧告その他の行為は、この条例の相当規定によりなされた行為とみなす。

附 則(平成17年3月25日条例第39号)

この条例は、公布の日から施行する。

附 則(平成19年3月20日条例第42号抄)
(施行期日)

- 1 この条例は、公布の日から施行する。

附 則(平成20年10月24日条例第42号)

この条例は、公布の日から施行する。

○静岡県消費生活センターの組織及び運営に関する事項等に関する条例

平成27年12月25日

条例第52号

静岡県消費生活センターの組織及び運営に関する事項等に関する条例をここに公布する。

静岡県消費生活センターの組織及び運営に関する事項等に関する条例
(趣旨)

第1条 この条例は、消費者安全法（平成21年法律第50号。以下「法」という。）第10条の2第1項の規定に基づき、消費生活センターの組織及び運営に関する事項並びに消費生活相談等の事務の実施により得られた情報の安全管理に関する事項に関し必要な事項を定めるものとする。

(消費生活センターの組織及び運営に関する事項等)

第2条 法第10条の2第1項に規定する条例で定める事項は、次のとおりとする。

- (1) 知事は、消費生活センターを設置したときは、遅滞なく、次に掲げる事項を公示すること。当該事項を変更したときも、同様とする。
 - ア 消費生活センターの名称及び住所
 - イ 法第10条の3第2項に規定する消費生活相談の事務を行う日及び時間
- (2) 消費生活センターには、消費生活センターの事務を掌理する消費生活センター長及び消費生活センターの事務を行うために必要な職員を置くこと。
- (3) 消費生活センターには、法第10条の3第1項に規定する消費生活相談員資格試験に合格した者（不当景品類及び不当表示防止法等の一部を改正する等の法律（平成26年法律第71号）附則第3条の規定により合格した者とみなされた者を含む。）を消費生活相談員として置くこと。
- (4) 消費生活センターは、消費生活相談員が実務の経験を通じて専門的な知識及び技術を体得していることに十分配慮し、任期ごとに客観的な能力実証を行った結果として同一の者を再度任用することは排除されないことその他の消費生活相談員の専門性に鑑み適切な人材及び処遇の確保に必要な措置を講ずること。
- (5) 消費生活センターは、当該消費生活センターにおいて法第8条第1項各号に掲げる事務に従事する職員に対し、その資質の向上のための研修の機会を確保すること。
- (6) 消費生活センターは、法第8条第1項各号に掲げる事務の実施により得

られた情報の漏えい、滅失又は毀損の防止その他の当該情報の適切な管理のために必要な措置を講ずること。

附 則

この条例は、不当景品類及び不当表示防止法等の一部を改正する等の法律附則第1条第2号に掲げる規定の施行の日（平成28年4月1日）から施行する。

3 用語の説明

○消費者委員会

消費者庁を含めた各府省庁の消費者行政全般に対して監視機能を有する独立した第三者機関として、2009年9月に設置された。消費者行政に関わる重要事項について調査審議するとともに、内閣総理大臣に対し勧告・報告要求を行い、関係する行政機関に対して資料要求等を行い、重要事項について建議等を行う機関。

○リスクコミュニケーション

施策の策定に当たって、消費者等の意見を施策に反映し、当該施策の策定の過程の公正性・透明性を確保するため、消費者の安全に対するリスクについて情報・意見の交換を行うこと。

○トレーサビリティ

トレース（追跡）とアビリティ（可能）の2つの用語を合わせた言葉で、直訳すると「追跡できる可能性、能力」という意味。食品トレーサビリティは、生産、処理・加工、流通・販売の各段階で食品の仕入先、販売先、生産・製造方法などを記録・保管し、食品とその情報を追跡できるようにすること。

○社会的価値行動

「食育の観点及び地産地消の観点から商品を選択する」「環境に配慮した商品を選択する」「モノを大切に使う」など、自分の消費行動が、現在及び将来の世代にわたって、内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に寄与する行動をいう。それは、消費者市民社会の形成に参画することに通じる行動である。

○消費者市民社会

消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、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をいう。（消費者教育推進法第2条第2項）

○しずおか農林水産物認証制度

県内で生産されている農林水産物への消費者の安心と信頼を確保することを目的に、農林水産物の「生産から出荷までの工程全体を安全に管理する取組」と、「ホームページや問い合わせ窓口などを通して生産情報を提供する取組」について、約40項目の認証基準に適合した取組を行っている農林水産物の生産者と品目を認証する制度。

○栄養成分表示店登録制度

外食料理や惣菜を利用する方の健康づくりを支援するため、提供される料理のエネルギー、脂質、食塩相当量などの栄養成分表示をしている飲食店、惣菜店などの登録制度。

○裁判所調停

生活の中で生じる身近なトラブルや事業の立て直し、親族間の問題などについて、裁判所の調停機関が、当事者の間に入って話し合い、解決を図る制度。

○裁判外紛争処理機関

裁判外で、調停、あっせん等の紛争解決業務を行う民間事業者のうち、法務大臣が、法定の基準・要件に適合しているものとして認証した機関。

○静岡県多重債務者問題改善アクションプラン

2007年4月に国（内閣府）が示した「多重債務問題改善プログラム」を受け、静岡県多重債務者対策会議においてまとめた、静岡県としての多重債務者対策プログラム。

○環境基本計画

国や都道府県、市町村における環境の保全に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、環境保全に関する総合的かつ長期的な施策の大綱を定めるもの。国では、環境基本法に基づき、2012年4月に第4次環境基本計画を策定した。また、本県は、環境基本条例に基づき、2016年3月に＜改定版＞第3次静岡県環境基本計画を策定した。県下の市町については、2017年4月現在、23市4町で策定されている。

○消費者教育

消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動
（消費者教育推進法第 2 条第 1 項）

○（消費者）啓発

消費者トラブル事例や悪質商法の手口等の消費者被害に関する情報が乏しい消費者に対し、その情報を示して、消費者被害に対する注意喚起を行うこと

○エシカル（倫理的）消費

人や社会、環境等に配慮した商品・サービスを利用すること
具体的な例としては、

- ・「人への配慮」として、
障害のある人が働く「授産所」でつくられた商品を購入すること
- ・「社会への配慮」として、
開発途上国の原料や製品を適正な価格で取引した「フェアトレード商品」を購入すること
- ・「環境への配慮」として、
環境保全に配慮した「エコマーク」のついた商品を購入すること
等が挙げられる

○持続可能な開発目標（SDGs：Sustainable Development Goals）

「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」の略称
2015 年の国連総会で採択された国際社会の行動計画で、2030 年までに国際社会が達成すべき包摂的な 17 のゴールと 169 のターゲットを設定

○適格消費者団体

直接の被害者である消費者に代わって事業者の不当な行為、不当な契約条項の差止請求ができる消費者団体。消費者契約法第 13 条に基づき内閣総理大臣が認定する。

2018年3月

静岡県暮らし・環境部 県民生活課 消費者支援班

〒420-8601 静岡市葵区追手町9番6号

電話番号 054-221-2175

FAX番号 054-221-2642

E-mail shohi@pref.shizuoka.lg.jp