

別冊 6

三重県消費者施策基本指針

計画期間：令和 2 年度～令和 6 年度

(骨子案)

令和元年 10 月

三重県

(目次)

第1章	「三重県消費者施策基本指針」改定の考え方
1	「三重県消費者施策基本指針」改定の趣旨
2	「三重県消費者施策基本指針」改定の視点
3	「三重県消費者施策基本指針」の計画期間
4	「三重県消費者施策基本指針」の実効性の確保
5	「三重県消費者施策基本指針」の体系
第2章	消費者を取り巻く現状と課題
1	社会経済状況の変化
2	三重県における消費生活をめぐる現状
3	三重県における消費生活相談の状況
第3章	消費者施策の具体的展開
第1項	自主的かつ合理的な消費活動への支援（消費者教育推進計画）
1	消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育の推進
2	消費者教育の担い手の育成と多様な主体との連携
3	消費生活に関する情報提供と啓発
4	公正で持続可能な社会の形成に向けた取組
第2項	消費者の安全・安心と適正な取引等の確保
1	食の安全・安心の確保
2	製品等の安全の確保
3	取引の安全の確保
4	表示・計量の適正化
5	事業者指導の強化と事業者の自主的な取組の支援
6	生活関連物資の安定供給
第3項	消費者被害の防止・救済
1	三重県消費生活センターの相談機能の充実
2	市町の相談体制等の充実に向けた支援

- 3 多重債務者問題への対応
- 4 消費者事故情報の迅速な収集・提供
- 5 消費生活上特に配慮を要する消費者への支援
- 6 紛争の適切かつ迅速な解決

第4章 消費者行政の総合的・効果的推進

- 1 消費者の意見の消費者施策への反映と透明性の確保
- 2 市町・国との連携
- 3 消費者行政推進体制の充実・強化

(付録)

- 用語の解説

第1章 「三重県消費者施策基本指針」改定の考え方

1 「三重県消費者施策基本指針」改定の趣旨

三重県では「三重県消費生活条例（平成7年三重県条例第49号）」（以下「条例」という。）第3条に規定する「県民の消費生活の安定及び向上を図るために必要な消費者施策を策定し、及びこれを実施するものとする」という責務に基づき、平成19年3月に「三重県消費者施策基本指針」（以下、「基本指針」という。）を策定し、2度の改定を経て消費者施策を進めてきました。

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

しかしながら、高齢者等をターゲットにした悪質商法が巧妙化、複雑化し、県民の消費生活にかかわる問題は依然として後を絶ちません。また、平成30年の民法改正により令和4年4月から成年年齢が18歳に引下げられることに伴い、これまで未成年者取消権で保護されてきた18歳、19歳の若年者が保護の対象から外れることとなるため、若年者の消費者被害拡大の防止に向けた取組が急務とされています。

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

このような社会的背景の中、県では、県民が一消費者として、自らの権利の擁護及び増進のため、自主的かつ合理的な消費生活を営むことができるよう、社会経済情勢の変化に対応した施策を計画的に展開していくために、これまでの基本指針を見直します。

2 「三重県消費者施策基本指針」改定の視点

(1) 三重県消費生活条例との関係

基本指針では、条例第2条に規定する基本理念の方向性を具体的に示します。第2条では消費者の権利を尊重し、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的な行動ができるよう消費者の自立を支援することを基本としています。

「三重県消費生活条例」第2条に規定する消費者の権利

- 一 消費生活に係る商品及び役務（以下「商品等」という。）によって生命、身体及び財産を侵されず、

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

(2) みえ県民力ビジョンとの関係

基本指針では、みえ県民力ビジョンにおける「消費生活の安全の確保（県や市町、消費者団体、事業者団体、地域住民等さまざまな主体が連携することにより、消費者一人ひとりが消費生活に関する正しい知識を得て、事業者との契約トラブル等を回避する自主的かつ合理的な消費活動を行うとともに、単なるサービスの受け手としてではなく、社会、経済、環境などに消費が与える影響を考慮して商品・サービスを選ぶなど、公正で持続可能な社会の形成に寄与するような消費生活を営む社会）」の実現を目標にしつつ、目まぐるしく変化する社会経済情勢を勘案しながら、時代に合った、より具体的な方向性を示します。

(3) 「消費者基本計画」との関係

国においては、「消費者基本法（昭和43年法律第78号）」第9条の規定に基づき、政府が消費者政策の計画的な推進を図るため、長期的に講ずべき消費者政策の大綱及び消費者政策の計画的な推進を図るために必要な事項について定めた「消費者基本計画」（計画期間：平成27年度～令和元年度）を策定しており、令和2年度からは、新たな「消費者基本計画」に基づき取組を進めていくこととしています。三重県においても国の取組方向に沿った施策を実施するほか、地域の実情に応じたよりきめ細やかな取組を推進します。

(4) 消費者教育推進法との関係

消費者教育推進法により、各地方公共団体では、「消費者教育推進計画」の策定が努力義務として位置づけられています。三重県では、基本指針のうち、「第3章 消費者施策の具体的展開」の「第1項 自主的かつ合理的な消費活動への支援」を、「消費者教育推進計画」として位置づけ、消費者教育を計画的に進めていきます。

3 「三重県消費者施策基本指針」の計画期間

計画期間は、令和2年度～令和6年度の5年間とします。

4 「三重県消費者施策基本指針」の実効性の確保

主要な施策の進捗状況を「三重県消費生活対策審議会」に報告するとともに、審議会の意見を踏まえて施策に反映させていきます。

また、特に消費者教育に関しては、消費者教育推進法に基づく「消費者教育推進地域協議会」として位置づけている「三重県消費生活対策審議会消費者教育研究部会」における意見を十分に反映させ、進捗管理していきます。

5 「三重県消費者施策基本指針」の体系(「第3章 消費者施策の具体的展開」)

三重県消費者施策基本指針

第1項 自主的かつ合理的な消費活動への支援(消費者教育推進計画)

消費者市民社会形成に寄与するための消費者教育の体系的・効果的な推進と実践的能力の育成

- 1 消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育の推進
- 2 消費者教育の担い手の育成と多様な主体との連携
- 3 消費生活に関する情報提供と啓発
- 4 公正で持続可能な社会の形成に向けた取組

第2項 消費者の安全・安心と適正な取引等の確保

法令に基づく監視・指導、消費者への適正かつ迅速な情報提供や事業者の自主的な取組支援等

- 1 食の安全・安心の確保
- 2 製品等の安全の確保
- 3 取引の安全の確保
- 4 表示・計量の適正化
- 5 事業者指導の強化と事業者の自主的な取組の支援
- 6 生活関連物資の安定供給

第3項 消費者被害の防止・救済

さまざまな主体が参画した相談体制や見守り体制の確立

- 1 三重県消費生活センターの相談機能の充実
- 2 市町の相談体制等の充実に向けた支援
- 3 多重債務者問題への対応
- 4 消費者事故情報の迅速な収集・提供
- 5 消費生活上特に配慮を要する消費者への支援
- 6 紛争の適切かつ迅速な解決

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

1 社会経済状況の変化

(1) 国の動き

消費者を取りまく環境は、少子高齢化、規制改革や高度情報通信化等の進展、電子商取引の拡大や決済手段の多様化・高度化など大きく変化しており、それに伴う商取引の多様化・複雑化は、新たな消費者トラブル、消費者被害の発生をまねいています。

全国の消費生活相談窓口に寄せられる相談の傾向として、全相談数に占める高齢者の相談割合は増えてきています。こうしたことに対応するため国においては、平成28年、平成30年に「消費者契約法」を改正し消費者保護の強化をはかるとともに、平成28年には「特定商取引に関する法律」を改正し、悪質業者への対応の強化をはかってきました。

また、国においては、消費者が「どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、安全・安心が確保される地域体制」の整備を進めており、平成27年度から「地方消費者行政推進交付金」制度を創設し、「地方消費者行政強化作戦」の5つの政策目標により、地方消費者行政の充実・強化に取り組んできました。さらに、平成30年度からは、「地方消費者行政強化交付金」制度を創設し、「持続可能な開発目標（SDGs）」に関連する施策や社会経済状況の変化に対応した地方消費者行政の体制整備など、重要な消費者政策に積極的に取り組む地方公共団体を支援しています。

(2) 民法改正による成年年齢の引下げ

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

20歳になった若年者（成人）に注目すると、消費生活相談件数は未成年者と比べて多くなっており、それらの相談の中には、未成年者取消権による保護がなくなる満20歳を迎えた直後に、悪質な事業者のターゲットとなった事例もみられます。

平成30年に民法が改正され、令和4年4月から成年年齢が18歳に引き下げられます。この成年年齢引下げに伴い、18歳から単独で契約行為が行えるようになる一方で、これまで未成年ということで保護されていた18、19歳の若年者が、保護の対象から外れることになるため、消費者被害の未然防止、拡大防止に向け、学校等における消費者教育の取組を強化していく必要があります。

(3) 学習指導要領の改訂

平成29年には、小・中学校の学習指導要領が改訂され、小学校の社会科、家庭科で、また、中学校の社会科（公民的分野）、技術・家庭科（家庭分野）で消費者教育に関する内容が充実されました。さらに、平成30年には、高等学校の学習指導要領が改訂され、成年年齢の引下げをふまえ、公民科、家庭科等において消費者教育に関する内容の充実が図られました。今後、移行期間を経て、新たな学習指導要領に基づく体系的な消費者教育の実施が求められます。

(4) 高度情報通信社会の進展

情報通信技術の高度化等によるパソコンやタブレット型端末、スマートフォン等の情報通信機器の急速な普及は、消費者のライフスタイルに大きな変化をもたらしています。

このような高度情報通信社会の進展により、インターネットは、事業活動だけでなく日常生活でも欠くことのできないものとなり、消費者は自宅に居ながらにして手軽に商品やサービスを購入できるようになりました。

この結果、全世代にわたりインターネットを利用した通信販売や架空請求トラブルに巻き込まれるケースが後を絶ちません。

さらに、IoTや人工知能（AI）等の新技術を活用した新たなビジネスの登場や電子マネーや暗号資産（仮想通貨）の利用など決済手段の多様化・高度化が進むなど、消費者の利便性が高まる一方で、新たな消費者トラブルの発生が懸念されます。

こうしたことから新たな消費者被害に対応するため、国や県、市町が役割分担し、一体となって消費者行政に取り組んでいくとともに、安全で安心できる消費生活を確保するためには、消費者団体、事業者団体、市町等と連携し、幅広く啓発活動を行う必要があります。

(5) 持続可能な開発目標（SDGs）達成への貢献

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

SDGsの目標12では「持続可能な生産・消費形態の確保」が掲げられ、世界全体の一人当たりの食料廃棄の半減や人々があらゆる場所において、

持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにすることなどが盛り込まれています。

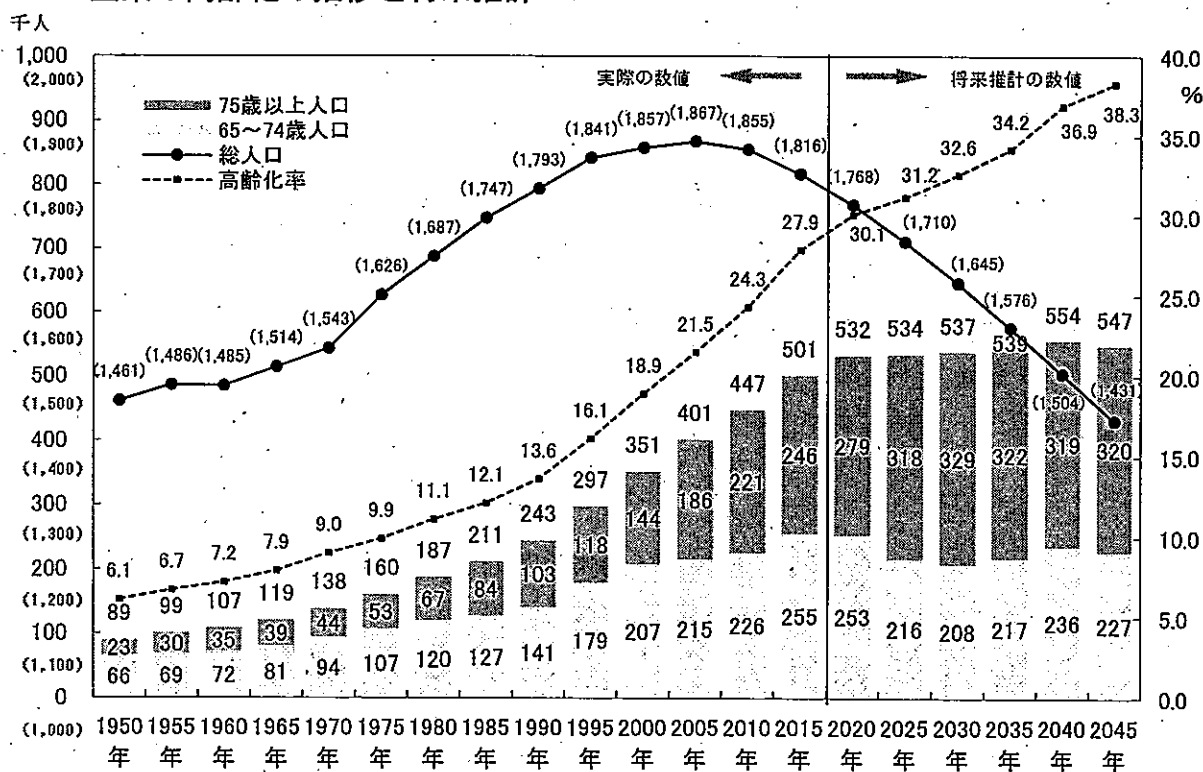
全ての人々は消費者であり、消費者の活動規模は社会経済活動全体の中で大きな割合を占めていることから、公正・健全な社会と安全・安心な消費生活の実現をはかる消費者施策の取組を通じて、SDG.sの達成に貢献することが求められます。

2 三重県における消費生活をめぐる現状

(1) 高齢化の進展

三重県の総人口に占める高齢者（65歳以上）人口の割合は、2015年には27.9%でしたが、年々増加し、2020年には30%を超え、2035年には34.2%、2045年には38.3%となり、およそ4割が高齢者になると推計されています。

三重県の高齢化の推移と将来推計



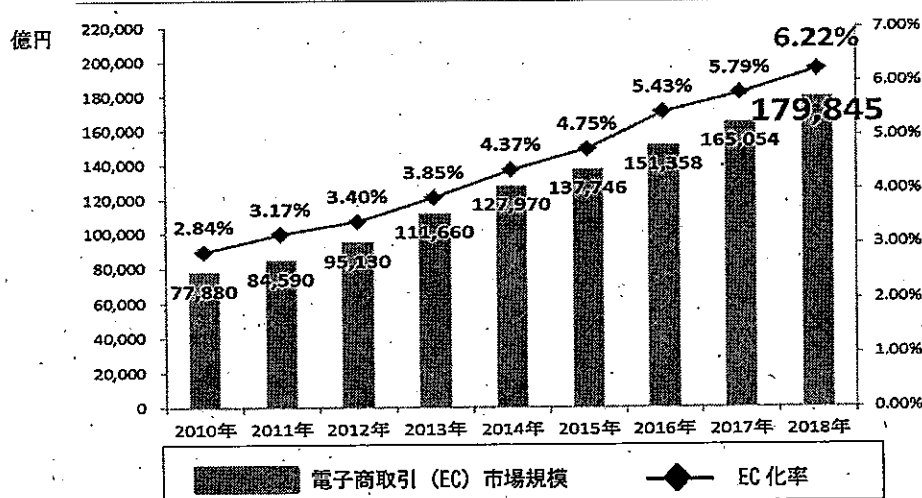
資料：2015年以前は総務省統計局「国勢調査」、2020年以後は国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（平成30年3月推計）」から作成

また、国立社会保障・人口問題研究所の『日本の世帯数の将来推計』（2018年調査）によれば、三重県の高齢者人口に占める一人暮らしの世帯の割合は、2015年の16.3%から、2035年には20.0%となり、高齢者の5人に1人は一人暮らしになると推計されています。

(2) インターネット社会の急激な進展

日本国内の消費者向けの電子商取引の市場規模は年々増加してきており、2010年の7.8兆円から2018年には18兆円となり、8年間で約2.3倍となっています。

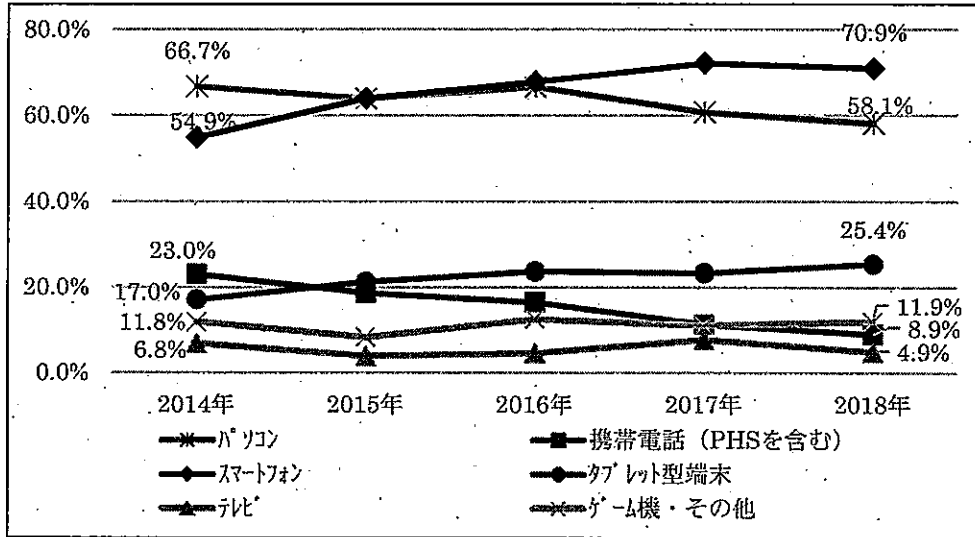
消費者向け電子商取引市場規模の推移



資料：「平成 30 年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」（経済産業省）から作成

このような中で、総務省「通信利用動向調査」によると、三重県においてインターネットを閲覧する際にスマートフォンを利用する人の割合は2014年の54.9%から2018年には70.9%に増加しており、パソコンを上回る結果となっています。また、タブレット型端末についても利用する人の割合が増加しています。スマートフォンやタブレット型端末の利用により、いつでも、どこでも、手軽に商品やサービスの購入が可能となっています。

三重県におけるインターネット閲覧時の利用機器



資料：平成30年「通信利用動向調査」（総務省）から作成

また、三重県教育委員会事務局が実施した、平成30年度「スマートフォン等の使用に関する実態調査」によれば、小学生の39.3%、中学生の72.2%、高校生の98.2%が、自分専用の携帯電話やスマートフォンを所持して使用していると回答しており、若年者にもスマートフォン等が普及していることがわかります。

スマホ（携帯電話やスマートフォン）の所持率

	小学生	中学生	高校生
自分専用のスマホを所持して使用している	39.3%	72.2%	98.2%
自分は所持していないが、保護者・友だち等のスマホを借りて使用している、または使用したことがある	50.7%	20.7%	0.6%
自分は所持しておらず、使用したこともない	10.0%	7.1%	1.2%

資料：平成30年度「スマートフォン等の使用に関する実態調査」（三重県教育委員会事務局）から作成

(3) 外国人住民の増加

平成30年12月末現在の三重県の外国人住民数は50,612人で、前年より2,947人(6.2%)増加し、平成26年から5年連続で増加しました。

また、県の総人口に占める外国人住民の割合は2.77%であり、「平成30年版在留外国人統計」（総務省）によると、三重県の全国的な順位は、平成29年末で第4位(2.73%)となっています。

「出入国管理及び難民認定法」が平成30年に改正されたことに伴い、今後さらに外国人住民が増加することが予想されます。

3 三重県における消費生活相談の状況

(1) 三重県消費生活センターにおける消費生活相談の状況

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

① 相談件数の推移（受付件数）

三重県消費生活センターで受け付けた相談件数は、平成26年度は4,056件でしたが、減少傾向にあり、平成30年度には2,586件でした。

平成29年度には3,056件と前年度に比べて増加しましたが、これは、訴訟をほのめかす、はがきによる架空請求の増加が主な要因です。

(表1) 三重県消費生活センターにおける相談受付件数の推移 (件)

項目	H26	H27	H28	H29	H30
相談受付件数	4,056	2,753	2,487	3,056	2,586
対前年度増減	-274	-1,303	-266	569	-470
増減率(%)	▲6.3	▲32.1	▲9.7	22.9	▲15.4
問合せ	194	176	145	139	99
架空請求	947	621	526	870	472
その他相談	2,915	1,956	1,816	2,047	2,015

② 年代別苦情相談件数の推移

契約当事者の年代別苦情相談件数をみると、平成26年度は、30歳代以上は500件から600件台と、ほぼ横並びとなっています。

平成30年度には30歳代及び40歳代の割合が減少し、50歳代以上の割合が増加しています。特に60歳代以上の高齢者の相談件数に占める割合は年々増加しており、平成30年度には40%を超えました。

一方、未成年者や20歳代の若年者の相談件数は少ないですが、20歳代の相談件数は未成年者のおよそ3倍となっており、その要因の一つとして、成人を契機に消費者トラブルに巻き込まれるケースが考えられます。

(表2) 契約当事者の年代別苦情相談件数の推移 (件)

	H26	H27	H28	H29	H30
未成年	141 (3.7)	99 (3.8)	64 (2.7)	49 (1.7)	45 (1.8)
20歳代	328 (8.5)	216 (8.4)	205 (8.8)	187 (6.4)	141 (5.7)
30歳代	526 (13.6)	296 (11.5)	285 (12.2)	250 (8.6)	204 (8.2)
40歳代	690 (17.9)	466 (18.1)	394 (16.8)	452 (15.5)	358 (14.4)
50歳代	581 (15.0)	434 (16.8)	384 (16.4)	558 (19.1)	419 (16.8)
60歳代	584 (15.1)	395 (15.3)	415 (17.7)	624 (21.4)	462 (18.6)
70歳以上	606 (15.7)	400 (15.5)	337 (14.4)	467 (16.0)	542 (21.8)
不明	405 (10.5)	271 (10.5)	258 (11.0)	330 (11.3)	316 (12.7)
合計	3,861	2,577	2,342	2,917	2,487

(表2)の苦情相談件数は(表1)の相談受付件数から問合せ(H26年度は「個人情報のみの苦情」1件を加える。)を除いた件数です。

表中の()内は構成比(%)

③ 販売方法別苦情相談件数の推移

販売方法別の苦情相談件数をみると、いずれの年度においても通信販売に関する相談が最も多く、次に店舗販売に関する相談が多くなっています。スマートフォン等の利用により、手軽に商品やサービスが購入できる一方で、店舗販売などに比べ、消費者トラブルになるケースが多いことが伺えます。

また、訪問販売、電話勧誘販売やマルチ商法など、その他の販売方法については、平成26年度に比べ平成30年度の相談件数は減少しているものの、相談件数に占める割合に大きな変化はなく、依然として多くの消費者がトラブルに巻き込まれている現状があります。

(表3-1) 販売方法別苦情相談件数の推移 (件)

項目	H26	H27	H28	H29	H30
通信販売	1,422 (36.8)	1,003 (38.9)	943 (40.3)	985 (33.8)	789 (31.7)
店舗販売	1,064 (27.6)	720 (27.9)	658 (28.1)	675 (23.1)	623 (25.1)
訪問販売	446 (11.6)	290 (11.3)	240 (10.2)	292 (10.0)	249 (10.0)
電話勧誘販売	372 (9.6)	223 (8.7)	187 (8.0)	174 (6.0)	155 (6.2)
マルチ商法	53 (1.4)	57 (2.2)	48 (2.0)	50 (1.7)	42 (1.7)
訪問購入	23 (0.6)	18 (0.7)	22 (0.9)	21 (0.7)	21 (0.8)
初タイプオプション	13 (0.3)	13 (0.5)	11 (0.5)	17 (0.6)	12 (0.5)
その他無店舗 販売	20 (0.5)	22 (0.9)	15 (0.6)	11 (0.4)	17 (0.7)
不明等	448 (11.6)	231 (9.0)	218 (9.3)	692 (23.7)	579 (23.3)
合計	3,861	2,577	2,342	2,917	2,487

(表3-1)の苦情相談件数は(表1)の相談受付件数から問合せ(H26年度は「個人情報のみの苦情」1件を加える。)を除いた件数です。

表中の()内は構成比(%)

なお、60歳代以上における販売方法別の苦情相談件数をみると、平成26年度には店舗販売が通信販売を上回っていましたが、平成27年度以降は通信販売の方が多くなっています。

また、全年代に比べると、通信販売や店舗販売の相談割合が低く、訪問販売、電話勧誘販売や訪問購入の相談割合が高くなっています。これは、他の年代と比べて在宅機会が多いことによるものと考えられます。

(表3-2) 60歳代以上における販売方法別苦情相談件数の推移 (件)

項目 (上位5項目)	H26	H27	H28	H29	H30
通信販売	294 (24.7)	219 (27.5)	252 (33.5)	279 (25.6)	255 (25.4)
店舗販売	304 (25.5)	199 (25.0)	202 (26.9)	207 (19.0)	218 (21.7)
訪問販売	196 (16.5)	134 (16.9)	92 (12.2)	127 (11.6)	120 (12.0)
電話勧誘販売	202 (17.0)	102 (12.8)	93 (12.4)	83 (7.6)	77 (7.7)
訪問購入	15 (1.3)	13 (1.6)	12 (1.6)	14 (1.3)	16 (1.6)
60歳以上の相談件数 (総数)	1,190	795	752	1,091	1,004

(表3-2)は平成30年度の上位5項目にあわせて表記しています。

表中の()内は構成比(%)

④ 商品・役務別苦情相談件数の推移

商品・役務別苦情相談件数をみると、平成26年度から平成28年度までは、デジタルコンテンツに関する相談が最も多くありましたが、平成29年度からは、商品の特定されない架空請求等の商品一般が急増しています。これは、訴訟をほのめかす、はがきによる架空請求が急増したためです。

また、健康食品や化粧品に関する相談が増加しています。

(表4-1) 商品・役務別苦情相談件数の推移 (件)

項目 (上位10項目)	H26	H27	H28	H29	H30
商品一般	182	85	78	517	401
デジタルコンテンツ	895	624	519	467	254
健康食品	76	59	72	86	106
工事・建築	161	88	72	108	89
不動産貸借	113	71	77	87	75
化粧品	39	36	34	51	73
ファンド型投資商品	75	20	26	30	68
インターネット接続回線	155	140	129	94	58
フリーローン・サラ金	85	60	61	52	55
携帯電話サービス	56	35	39	48	50

(表4-1)は平成30年度の上位10項目にあわせて表記しています。

平成30年度における年代別の商品・役務別苦情相談件数をみると、40歳代以下はデジタルコンテンツに関する相談が最も多くなっており、その割合は年代が下がるほど高くなっています。特に未成年においてはその割合が4割程度と極めて高くなっています。また、50歳代以上は商品一般に関する相談が最も多くなっています。

(表4-2) 平成30年度 年代別の商品・役務別苦情相談件数

	未成年	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	団体・不明
1	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ	商品一般	商品一般	商品一般	商品一般
	17 37.78	26 18.44	31 15.20	45 12.57	80 19.09	137 29.65	102 18.82	32 10.13
2	携帯電話サービス	四輪自動車	化粧品	商品一般	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ	ファンド型投資商品	電気
	3 6.67	9 6.38	13 6.37	39 10.89	51 12.17	50 10.82	33 6.09	17 5.38
3	テレビ放送サービス	不動産貸借	不動産貸借	健康食品	化粧品	インターネット接続回線	健康食品	リースサービス
	3 6.67	8 5.67	9 4.41	20 5.59	18 4.30	15 3.25	31 5.72	16 5.06
4	健康食品	エステティックサービス	商品一般	化粧品	健康食品	健康食品	工事・建築	広告代理サービス
	2 4.44	5 3.55	8 3.92	16 4.47	16 3.82	15 3.25	26 4.80	14 4.43
5	学習教材	健康食品	フリーローン・サラ金	不動産貸借	フリーローン・サラ金	工事・建築	デジタルコンテンツ	工事・建築
	1 2.22	5 3.55	8 3.92	16 4.47	14 3.34	15 3.25	24 4.43	14 4.43
6	運動靴	フリーローン・サラ金	工事・建築	複合サービス会員	携帯電話サービス	ファンド型投資商品	新聞	健康食品
	1 2.22	5 3.55	7 3.43	14 3.91	13 3.10	14 3.03	17 3.14	11 3.48
7	紳士・婦人洋服	他の内職・副業	インターネット接続回線	四輪自動車	工事・建築	携帯電話サービス	インターネット接続回線	不動産貸借
	1 2.22	5 3.55	7 3.43	11 3.07	13 3.10	12 2.60	15 2.77	11 3.48
8	パソコンソフト	工事・建築	健康食品	工事・建築	不動産貸借	不動産貸借	修理サービス	デジタルコンテンツ
	1 2.22	4 2.84	6 2.94	10 2.79	13 3.10	9 1.95	12 2.21	10 3.16
9	不動産貸借	ふとん類	エステティックサービス	フリーローン・サラ金	修理サービス	化粧品	化粧品	インターネット接続回線
	1 2.22	4 2.84	4 1.96	10 2.79	11 2.63	8 1.73	11 2.03	9 2.85
10	自動車運転教習所	化粧品	四輪自動車	携帯電話サービス	ファンド型投資商品	テレビ放送サービス	固定電話サービス	固定電話サービス
	1 2.22	3 2.13	3 1.47	8 2.23	8 1.91	8 1.73	9 1.66	5 1.58
その他								
	14 31.11	67 47.52	108 52.94	169 47.21	182 43.44	179 38.74	262 48.34	177 56.01
計								
	45 100.00	141 100.00	204 100.00	358 100.00	419 100.00	462 100.00	542 100.00	316 100.00

上段 商品名
 中段 件数
 下段 構成比 (%)

(2) 三重県内の市町における消費生活相談の状況

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

この結果、市町における相談受付件数は増加傾向であり、県における相談受付件数と合わせ、県内全体の相談受付件数は、おおむね1万件程度となっています。

①市町における消費生活相談体制

消費生活センターの設置(6市)

H31.4現在

	開設年月	相談員数	相談時間	
			週5	平日 9:00~12:00 13:00~16:00
四日市市	S47.6	3名	週5	平日 9:00~12:00 13:00~16:00
鈴鹿・亀山地区 広域連合	H18.4	3名	週5	平日 9:00~12:00 13:00~16:00
津市	H19.1	7名 (1日3名)	週5	平日 9:00~12:00 13:00~16:00
伊勢市	H22.10	3名	週5	平日 9:00~12:00 13:00~16:00
松阪市	H23.9(H31 .4センター化)	2名	週5	平日 9:00~12:00 13:00~16:00

消費生活相談員の配置(5市3町)

H31.4現在

	配置年月	相談員数	相談員駐在時間	
			週5	平日 10:00~12:00 13:00~15:00
桑名市	H19.6	3名 (1日1名)	週5	平日 10:00~12:00 13:00~15:00
鳥羽市	H20.4	1名	週2	月・金曜日 9:00~12:00 13:00~16:00
いなべ市	H21.10	2名	週3	月・水・金曜日 9:00~16:00
明和町	H22.10	1名	月1	第2火曜日 10:00~12:00 13:00~15:00
名張市	H23.4	2名	週5	平日 8:30~17:15
伊賀市	H23.4	1名	週5	平日 9:00~12:00 13:00~16:00
東員町	H23.6	1名	月2	第2・4月曜日 9:00~12:00
玉城町	H23.7	1名	週1	水曜日 9:00~12:00 13:00~16:00

消費生活センター設置6市を除く

②市町における消費生活相談受付件数

	H26	H27	H28	H29	H30
市町における相談件数	7,331	7,443	7,088	8,458	7,812
県における相談件数	4,056	2,753	2,487	3,056	2,586
県内全体の相談件数合計	11,387	10,196	9,575	11,514	10,398

第3章 消費者施策の具体的展開

第1項 自主的かつ合理的な消費活動への支援

(消費者教育推進計画)

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

三重県では、持続可能な開発目標（SDGs）の観点も踏まえ、「消費者教育の推進に関する法律」の基本理念にのっとり、消費者教育を体系的、効果的に推進することで、消費者市民社会の形成をめざします。

1 消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育の推進

① 成年年齢引下げを見据えた学校等における消費者教育の推進

② 地域社会における消費者教育の推進

③ 家庭における消費者教育の推進

④ 事業者における消費者教育の推進

2 消費者教育の担い手の育成と多様な主体との連携

① 消費者教育の担い手の育成

② 多様な主体との連携による消費者教育の推進

3 消費生活に関する情報提供と啓発

- ① 情報提供や学習の場の提供により消費者が合理的な選択ができる環境の整備
- ② 多様な手法・情報媒体を活用した効果的な啓発活動の推進

4 公正で持続可能な社会の形成に向けた取組

- ① 環境に配慮した消費活動の促進
- ② 食育と食品ロス削減に向けた取組
- ③ 人や社会に配慮した消費活動の促進

第2項 消費者の安全・安心と適正な取引等の確保

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

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

1 食の安全・安心の確保

- ① 「三重県食の安全・安心確保基本方針」に基づく監視・指導

2 製品等の安全の確保

- ① 家庭用品等の安全の確保
- ② 住宅等の安全性の確保
- ③ 消費者への迅速かつ的確な情報の提供

3 取引の安全の確保

- ① 「特定商取引法」の厳正な執行
- ② 適正な消費者取引の確保

4 表示・計量の適正化

- ① 商品・サービスの適正な表示の確保
- ② 商品の適正な計量の確保
- ③ 商品・サービスの適正な表示の促進

5 事業者指導の強化と事業者の自主的な取組の支援

- ① 事業者指導の充実・強化
- ② 事業者の健全な育成
- ③ 適正な事業活動の促進

6 生活関連物資の安定供給

- ① 生活関連商品の流通の円滑化及び価格の安定
- ② 生活関連商品の円滑な供給

第3項 消費者被害の防止・救済

県内消費者行政の中核センターである三重県消費生活センターの相談体制の充実に努め、専門的な相談対応を行うとともに、相談の多い架空請求やデジタルコンテンツ関連のトラブルのほか、特殊詐欺など相談状況に応じて、警察や関係団体等と連携して、消費者トラブルの未然防止、拡大防止を図ります。

さらに、必要に応じて消費者苦情に関するあっせん、調停等を行うことで、消費者トラブルからの救済を図ります。

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

1 三重県消費生活センターの相談機能の充実

- ① 相談体制の充実
- ② 消費生活相談の充実・強化
- ③ 高度情報通信社会の進展への的確な対応
- ④ 国際化の進展への対応

2 市町の相談体制等の充実にに向けた支援

- ① 市町の消費生活相談体制充実のための支援と連携

3 多重債務者問題への対応

- ① 多重債務者のサポート体制の確保

② ギャンブル等依存症対策の推進

4 消費者事故情報の迅速な収集・提供

① 消費者事故情報の発生への対応

5 消費生活上特に配慮を要する消費者への支援

① 判断能力が十分でない消費者の消費生活の安全確保

6 紛争の適切かつ迅速な解決

① 紛争の適切かつ迅速な解決

第4章 消費者行政の総合的・効果的推進

1 消費者の意見の消費者施策への反映と透明性の確保

① 消費生活に関する消費者等の意見の把握

② 消費者施策に関する透明性の確保

2 市町・国との連携

① 市町との連携と支援

② 国等との連携

3 消費者行政推進体制の充実・強化

① 三重県消費生活対策審議会による調査審議

② 庁内連携体制の充実