第５期島根県消費者基本計画

令和２年３月

島　　根　　県

はじめに

島根県では、「島根県消費生活条例」に基づき平成１７年１２月に「島根県消費者基本計画」を策定し、消費生活相談体制の充実、取引行為の適正化、高齢消費者等の被害防止など、４期１５年間にわたり消費者施策を推進してまいりました。

昨今、消費者トラブルは、少子高齢化の進行、高度情報化社会の進展や経済のグローバル化等により、一層複雑・多様化するとともに、高齢者を巻き込む悪質商法や特殊詐欺による消費者被害件数は、高止まりとなっています。

また、民法改正による成年年齢の引下げを見据え、学校教育現場で実践的な消費者教育を進めていくことが喫緊の課題となっています。

一方、令和元年１２月には、県域の消費者団体として「消費者ネットしまね」が設立され、消費者問題解決に向けた消費者主体の新たな挑戦も始まっています。

このような状況を踏まえ、県では、これらの課題に的確に対応していくため、従来の計画を見直し、新たに「第５期島根県消費者基本計画」を策定しました。

この計画では、消費者の権利を尊重し、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため、自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援するとともに、消費生活上特に配慮を要する消費者の利益を擁護し安全な生活環境を確保することを基本理念としています。

この基本理念の下、県民の消費生活の安定及び向上を確保するため、「消費者教育の推進」、「消費生活相談体制の充実・強化」、「消費生活の安全・安心の確保」を基本方針に掲げ、消費者施策の推進に全力で取り組んでまいります。

「安全安心なくらしを守る」ことは、「島根創生計画」に掲げた基本目標の一つであり、その達成のため、今後とも県民の皆様、関係者の皆様のご理解とご協力を賜りますようお願い申し上げます。

結びに、この計画を策定するにあたり、熱心にご審議いただきました島根県消費生活審議会の委員の皆様をはじめ、貴重なご意見をいただきました県民の皆様に心からお礼を申し上げます。

令和２年３月

島根県知事
丸　山　達　也

目　　次

第１章　計画の基本的な考え方・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
１　計画策定の趣旨・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
２　計画の位置付け・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
３　計画の目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
４　基本理念・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
５　計画の期間・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2

第２章　消費生活をめぐる現状と課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
１　消費者を取り巻く経済・社会環境の変化・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
（１）高度情報通信社会の進展・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
（２）消費生活のグローバル化の進展・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 5
（３）取引の多様化・複雑化・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 7
（４）キャッシュレスの推進・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 7
（５）人口減少と高齢化、独居化の進展・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 8
（６）民法改正による成年年齢の引下げ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 10
（７）外国人住民等の増加・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 11
（８）環境問題の顕在化と環境に配慮した消費活動・・・・・・・・・・・・・・・ 12
（９）消費者意識とその変化・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 13
（10）消費者志向の経営・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 15

２　国における消費者行政をめぐる状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 16
（１）消費者行政体制の強化・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 16
（２）消費者行政に関連する法整備・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 16
（３）消費者教育の推進・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 19
（４）持続可能な社会とエシカル消費・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 20

３　島根県における消費者行政の状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 21
（１）消費生活相談の状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 21
（２）県の消費者行政事業の状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 24

４　消費生活に関する県民意識の概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 28

５　今後の取り組むべき課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 34
（１）消費者教育の充実・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 34
（２）相談体制の充実・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 35
（３）消費生活上特に配慮を要する消費者の被害防止・・・・・・・・・・・・・・ 35
（４）消費生活の安全確保・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 36

第３章　計画の目的と基本理念・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 37
１　計画の目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 37
２　基本理念・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 37
３　施策体系・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 38

第４章　施策の展開・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 39
１　指標・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 39
（１）全体指標の設定・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 39
（２）個別指標の設定・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 39

２　施策の内容・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 40
《基本方針Ⅰ　消費者教育の推進》
施策①　消費者教育の総合的・一体的推進・・・・・・・・・・・・・・・ 40
施策②　消費者団体等の活動への支援・・・・・・・・・・・・・・・・・ 45
施策③　消費生活情報の発信・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 46
《基本方針Ⅱ　消費生活相談体制の充実・強化》
施策④　県消費者センターの充実・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 47
施策⑤　市町村相談体制の充実に向けた支援・・・・・・・・・・・・・・ 49
《基本方針Ⅲ　消費生活の安全・安心の確保》
施策⑥　消費生活上特に配慮を要する消費者の被害防止・・・・・・・・・ 50
施策⑦　消費者事故等の未然防止・拡大防止・・・・・・・・・・・・・・ 52
施策⑧　規格・表示、取引行為の適正化・・・・・・・・・・・・・・・・ 54
施策⑨　県民意見の反映・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 56

第５章　関係機関との連携・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 57
１　国、他都道府県、県内市町村、関係部局との連携・・・・・・・・・・・ 57
（１）国、他都道府県との連携・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 57
（２）県内市町村との連携・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 57
（３）関係部局との連携・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 57

２　関係団体との連携・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 57
（１）弁護士会等との連携・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 57
（２）消費者団体等との連携・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 57
（３）事業者団体等との連携・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 57

第６章　推進体制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 58
１　計画の推進・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 58
２　島根県消費生活審議会への報告・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 58
３　計画の進行管理と公表・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 58

附属資料・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 60

第１章　計画の基本的な考え方

１．計画策定の趣旨

島根県消費者基本計画（以下「基本計画」という。）は、島根県消費生活条例（平成17年７月19日条例第47号）第８条の規定に基づき、県の消費者施策の推進に関する基本計画として、平成17年12月に策定しました。

その後、第２期（平成20年度～23年度）、第３期（平成24年度～27年度）、第４期（平成28年度～令和元年度）の基本計画を策定し、県民の消費生活の安定及び向上を確保するため、様々な施策に取り組んできました。

この間、高度情報通信社会の進展や経済のグローバル化などにより、消費者トラブルはますます複雑・多様化するとともに、高齢者を狙った悪質商法や特殊詐欺も依然として多く発生しており、大きな社会問題となっています。

また、平成30年６月に成立した「民法の一部を改正する法律」により、令和４年４月には成年年齢が18歳に引き下げられることとなりました。18歳、19歳の若者が契約主体者となり積極的な社会参加が促される一方で、未成年者保護の対象から外れるため消費者被害の拡大が懸念されています。

さらに今日では、地球温暖化や貧困、大規模災害の発生、地域経済の活性化等の社会的課題について、消費者である国民全体が果たし得る役割を考え、理解を深め、それに対するアクションを進めていくことが必要であるとの認識が広まりつつあります。これは、「誰一人取り残されない」社会の実現に向け2015年９月国連において「持続可能な開発目標（ＳＤＧs)」が採択されたことがあり、我が国においても「ＳＤＧs実施指針」が策定され、目標達成に向け取り組んでいます。

このような状況のなか、本県では、第４期基本計画が令和２年３月をもって終了することから、消費者行政を今後も総合的かつ計画的に推進するために、このたび第５期基本計画を策定することとしました。

第５期基本計画では、消費者を取り巻く経済・社会環境の変化や、平成30年11月から12月にかけて実施した島根県消費者意識基本調査の結果等を踏まえて整理した「今後の取り組むべき課題」に的確に対応し、県民の消費生活の安定及び向上を確保するため、３つの基本方針に基づき消費者施策を展開してまいります。

２．計画の位置付け

本計画は、島根県消費生活条例に基づき、本県の消費者行政の取組の方向や目標を定めるものです。

また、県の上位計画である「島根創生計画」における消費者行政分野の個別計画として位置付けます。

加えて、消費者教育の推進に関する法律（以下「消費者教育推進法」という。）第10条第１項の規定に基づく、本県の消費者教育を具体的に推進していくための「島根県消費者教育推進計画」として位置付けます。

３．計画の目的

消費者施策の推進を図り、もって県民の消費生活の安定及び向上を確保します。

４．基本理念

消費者の権利を尊重し、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援するとともに、消費生活上特に配慮を要する消費者の利益を擁護し安全な生活環境を確保します。

５．計画の期間

令和２年度から令和６年度までの５年間とします。

第５期島根県消費者基本計画

目　　的	県民の消費生活の安定及び向上を確保する

基本理念	消費者の権利を尊重し、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援するとともに、消費生活上特に配慮を要する消費者の利益を擁護し安全な生活環境を確保する。

計画の位置付け	○「島根県消費生活条例」に基づく、県の消費者施策の推進に関する計画 ○「島根創生計画」における消費者行政分野の個別計画 ○「消費者教育推進法」に基づく、島根県消費者教育推進計画

基本方針	Ⅰ　消費者教育の推進 Ⅱ　消費生活相談体制の充実・強化 Ⅲ　消費生活の安全・安心の確保

計画期間	令和２年度から令和６年度までの５年間

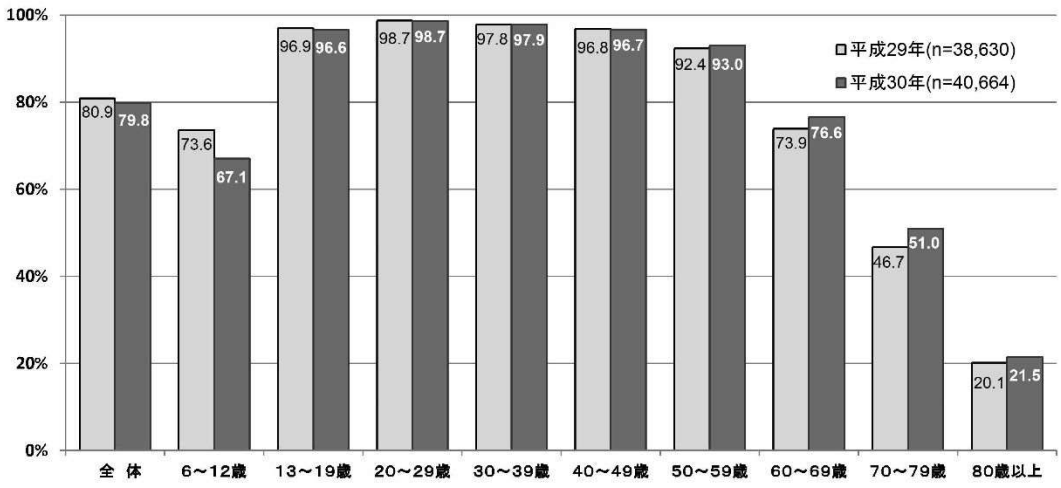
第２章　消費生活をめぐる現状と課題

１．消費者を取り巻く経済・社会環境の変化

（１）高度情報通信社会の進展

情報通信インフラの整備等によりインターネットは急速に普及し、パソコン、スマートフォン、タブレット型端末等の情報通信機器も発達しました。インターネットの利用率は全国民の約８割に達し、あらゆる年代で利用が進んでいます。【図表１】

【図表1】インターネット利用状況（全国）



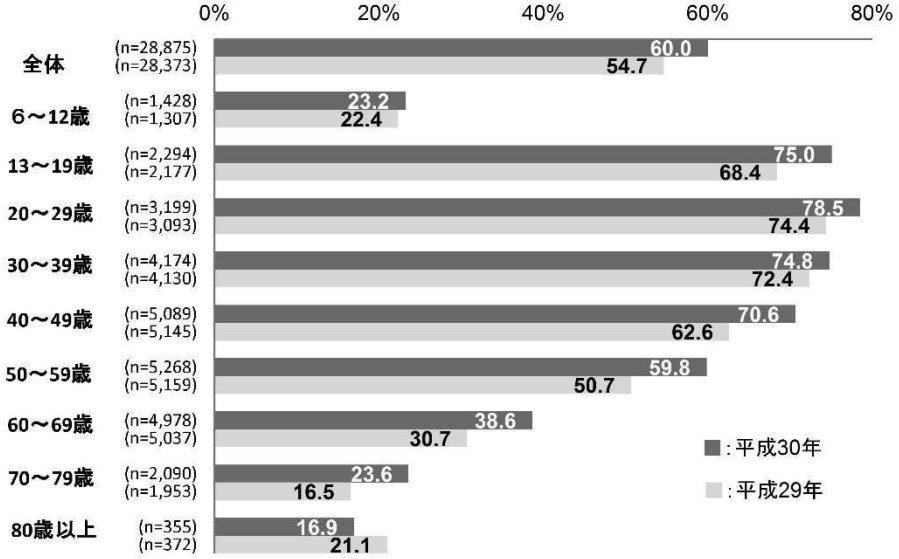
（注）過去１年間にインターネットを利用したことがある個人の割合

出典：総務省「平成30年度通信利用動向調査」より作成

それに伴い、インターネット取引やＳＮＳ（ソーシャルネットワーキングサービス）の利用も大幅に増え、インターネット利用者のうち、13歳から49歳までの年齢層ではＳＮＳの利用が７割を超えています。【図表２】

ＳＮＳは利用者間における新たな情報交換の手段となり、ＳＮＳのクチコミ情報やＳＮＳを通じたマーケティング、双方向コミュニケーション等が消費者の商品・サービスの選択に大きな影響を与えるようになりました。

【図表2】ソーシャルネットワーキングサービスの利用状況（全国）



（注）インターネット利用者に占める割合

出典：総務省「平成30年度通信利用動向調査」より作成

スマートフォンの普及によって消費者は場所・時間に関係なく商品・サービスの購入や契約ができるようになりました。その結果、世界規模で検索エンジンやネット通販などを運営するＩＣＴ企業（いわゆるＧＡＦＡ※1等）が提供する巨大なデジタルプラットフォームが出現し、今や消費者だけでなく事業者にとっても社会経済上不可欠な基盤を提供する存在となっています。

一方で、個人情報の厳格な取扱いや消費者被害の実効性のある救済手段等に係るルール化などの課題や、ＩＣタグや二次元バーコード（ＱＲコード）等の新たな技術を利用した情報提供が主流となりスマートフォン等の利用の有無で消費者間の情報格差が生じるといった問題も出現しています。

ＩＣＴの高度化により、人工知能（ＡＩ）、ＩｏＴ※2、ビッグデータの活用、ロボット等、革新的な技術が発展し、官民挙げて「Society5.0※3」の実現を目指している中、私たちの消費生活も大きく変化することが予想されます。技術革新の進展は、消費者にとって利便性向上の正の側面と、リスクや新たな課題の出現という負の側面があることから、両者の適切なバランスを図った社会基盤を整備することが求められます。

※１　ＧＡＦＡ
　世界の巨大ＩＴ企業であるGoogle、Apple、Facebook、Amazonの頭文字をとったものです。

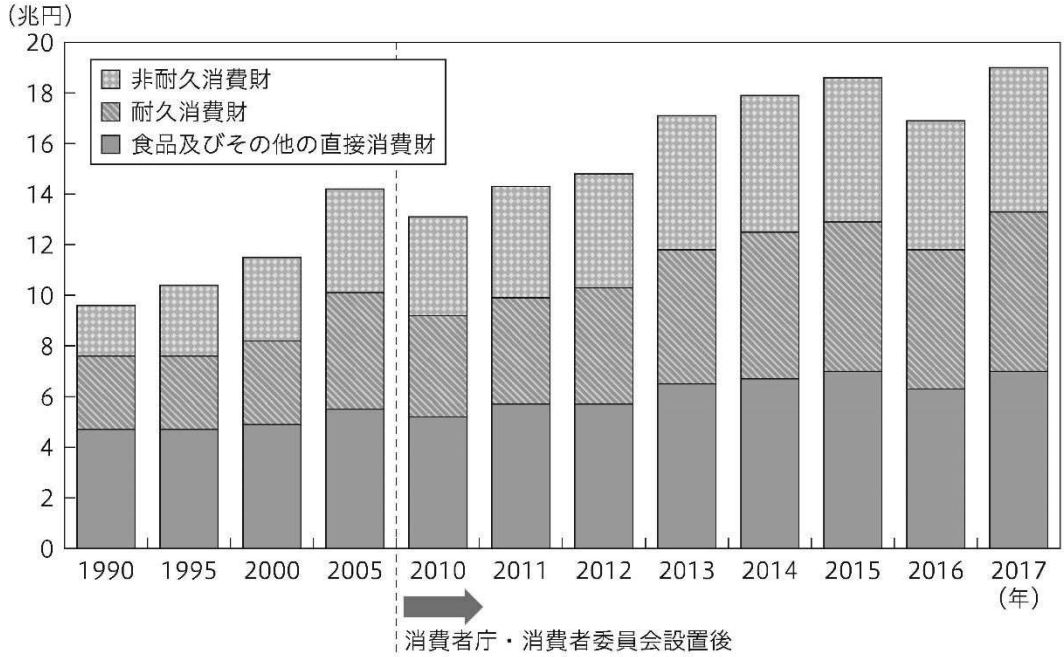
※２　ＩｏＴ 　Internet of Thingsを略したもので、「インターネットに多様かつ多数の物が接続されて、それらの物から送信され、又はそれらの物に送信される大量の情報の活用に関する技術（官民データ活用推進基本法（平成28年法律第103号））」と定義されています。
※３ Society5.0 　サイバー空間（仮想空間）とフィジカル空間（現実空間）を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会のことです。狩猟社会、農耕社会、工業社会、情報社会に続く、新たな社会を指すもので、第５期科学技術基本計画において我が国が目指すべき未来社会の姿として初めて提唱されました。

（２）消費生活のグローバル化の進展

海外製品の輸入は、日本と諸外国との経済連携協定の締結等により障壁が低くなったことを受け、消費財の輸入額は増加傾向となっています。【図表３】

また、消費者個人が海外の事業者とインターネットを通じて直接契約するケースも増えています。こうした越境的な取引ができるようになり、商品・サービスの選択の幅が広がっている反面、トラブルに巻き込まれるケースも生じています。海外事業者との越境消費者取引に関するトラブルの相談内容では「解約」が最も多く、「詐欺疑い」「商品未到着」「模倣品到着」等もあり、県では国民生活センター越境消費者センター（ＣＣＪ）と連携して対応しています。【図表４】

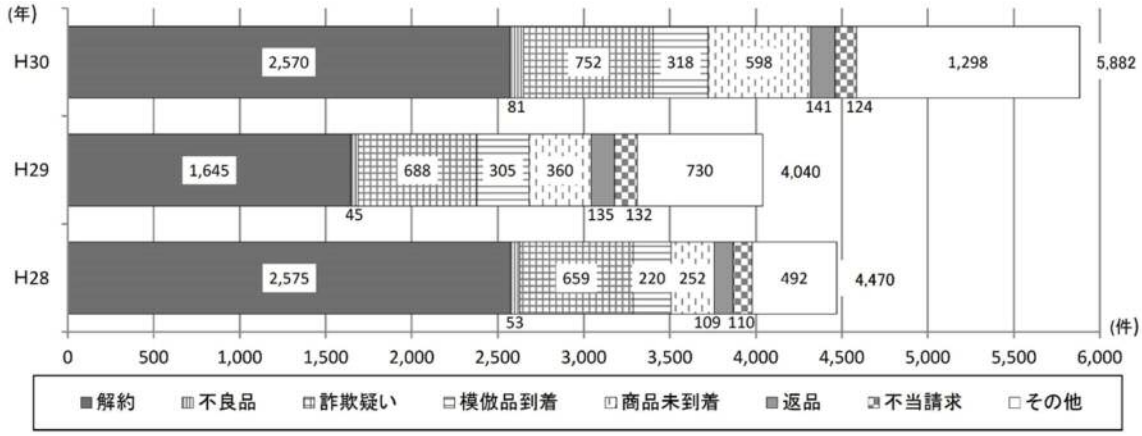
【図表3】消費財の輸入額の推移（全国）



（備考） 1．財務省「貿易統計」により作成。
2．日本の輸入額のうち、消費財（食品及びその他の直接消費財、耐久消費財及び非耐久消費財）。

出典：消費者庁「平成30年度消費者政策の実施の状況・消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告」より作成

【図表4】国境を越えた取引に関する相談の受付件数（全国）



（備考） 1 国民生活センター越境消費者センター（CCJ）が受け付けた相談件数（2019年1月22日検索分）
2 「詐欺疑い」は、注文及び決済の事実が確認できるにもかかわらず、何も届かないまま事業者とのコミュニケーションが途絶え（又は事業者が合理的な対応をしない）、なおかつ事業者の実態が正確に把握できない相談

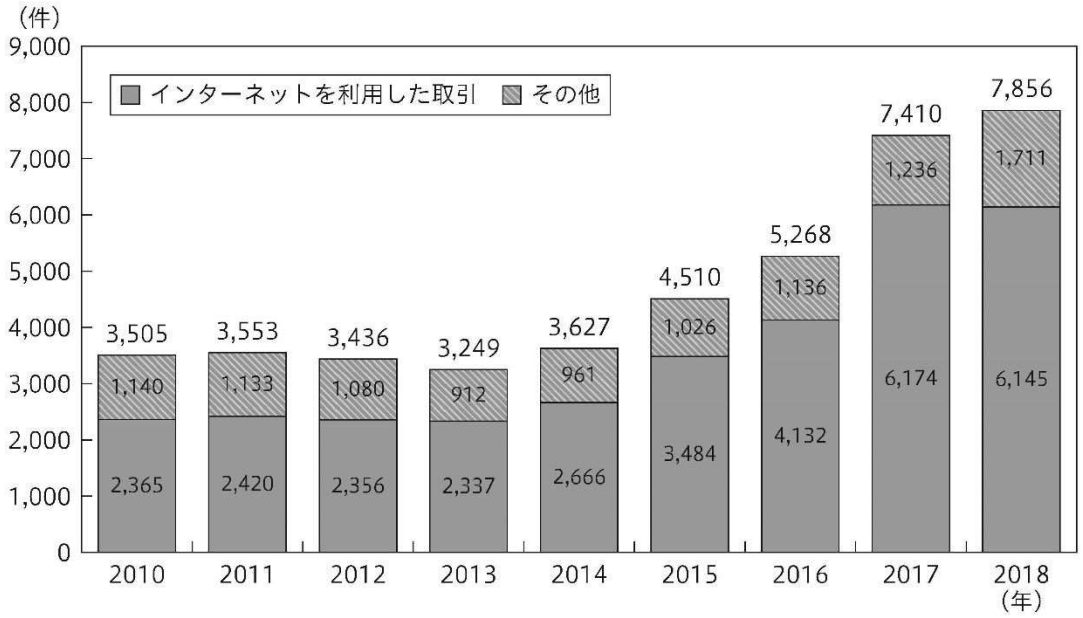
出典：消費者庁「平成30年度消費者政策の実施の状況・消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告」より作成

（３）取引の多様化・複雑化

インターネットを活用した取引が増加傾向にあり、インターネットを経由して国内外の事業者と気軽に取引を行うことが可能となるなど、消費者にとっても利便性が向上している一方で、消費者がトラブルに遭遇するリスクも増大しています。ネットによる取引では、商品・サービス提供事業者だけでなく決済業者（クレジット会社や電子マネー管理会社など）、決済代行業者、収納代行業者、債権管理業者からネット管理会社まで関係者が多岐にわたるという特性があり、トラブルの内容も多様化・複雑化しているため、トラブル処理の手続も長期化しています。

インターネットオークションやフリマアプリなどが普及し、消費者同士が売り手と買い手となって個人間取引を行うケースが増えており、それに伴ってトラブルも増加しています。【図表５】

【図表5】「個人間売買」に関する消費生活相談件数（全国）



（備考）PIO-NET（全国の消費生活センター等をネットワークで結び、全国の相談内容を共有できるシステム）に登録された消費生活相談情報（2019年３月31日までの登録分）

出典：消費者庁「平成30年度消費者政策の実施の状況・消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告」より作成

（４）キャッシュレスの推進

少子高齢化や人口減少に伴う労働力人口減少の時代を迎え、生産性向上が喫緊の課題といわれる中、キャッシュレスの推進は、実店舗等の無人化・省力化や消費の利便性の向上など、様々なメリットが期待されています。また、2020年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会や2025年の大阪・関西万博を見据え、インバウンド需要の取込み等に向けたキャッシュレス環境整備の動きが加速して

います。

加えて、令和元年10月の消費税率引上げに伴う経済対策においては、消費喚起の後押しとキャッシュレスの促進を目的として、政府による「キャッシュレス・消費者還元事業」が実施され、中小・小規模事業者におけるキャッシュレス決済手段を用いた支払に対するポイント還元等の支援が行われました。このような動きを背景に、キャッシュレス決済に対する消費者の関心も高まっています。

経済産業省が平成30年４月に公表した「キャッシュレス・ビジョン」では、大阪・関西万博が開催される2025年（令和７年）に向けて、キャッシュレス決済比率※4を40％とする目標を掲げ、将来的には、世界最高水準の80％を目指すとしています。

その一方で、不正利用や個人情報等の流出に不安を感じたり、便利なあまり使いすぎたり、あるいは「仕組みが分からない」、「現金がないと不安」と考える消費者もいます。

キャッシュレス社会の実現に当たっては、国や業界全体で不正利用防止等に向けた取組が進められています。また、消費者への金融教育を通じて、キャッシュレス決済についての正しい知識を持ち、金融リテラシー（金融に関する知識・判断力）が高まるよう取り組んでいくことも重要となっています。

※４　キャッシュレス決済比率

2017年５月に経済産業省が公表した「FinTechビジョン」に基づき、以下の計算式を用いて算出したもの

計算式：キャッシュレス支払手段による年間支払金額÷国の家計最終消費支出

［参考］

日本のキャッシュレス決済比率（2016年）　20.0％

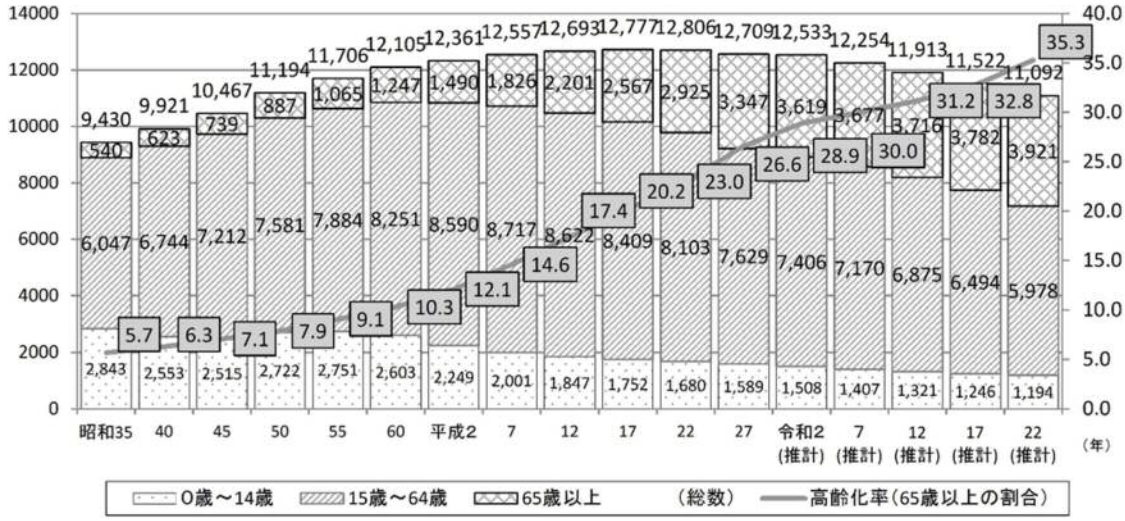
（出典：経済産業省「キャッシュレス・ビジョン」）

（５）人口減少と高齢化、独居化の進展

日本の人口は、未婚化・晩婚化等の要因により、出生率が低下しており、人口減少社会に入っています。また、医療技術の進歩等により、平均寿命が伸びており、高齢化率は上昇し続けています。【図表６】

また、高齢化や核家族化の進展に伴い、一人暮らしの高齢者や高齢夫婦のみの世帯の割合も増加傾向にあります。【図表７】

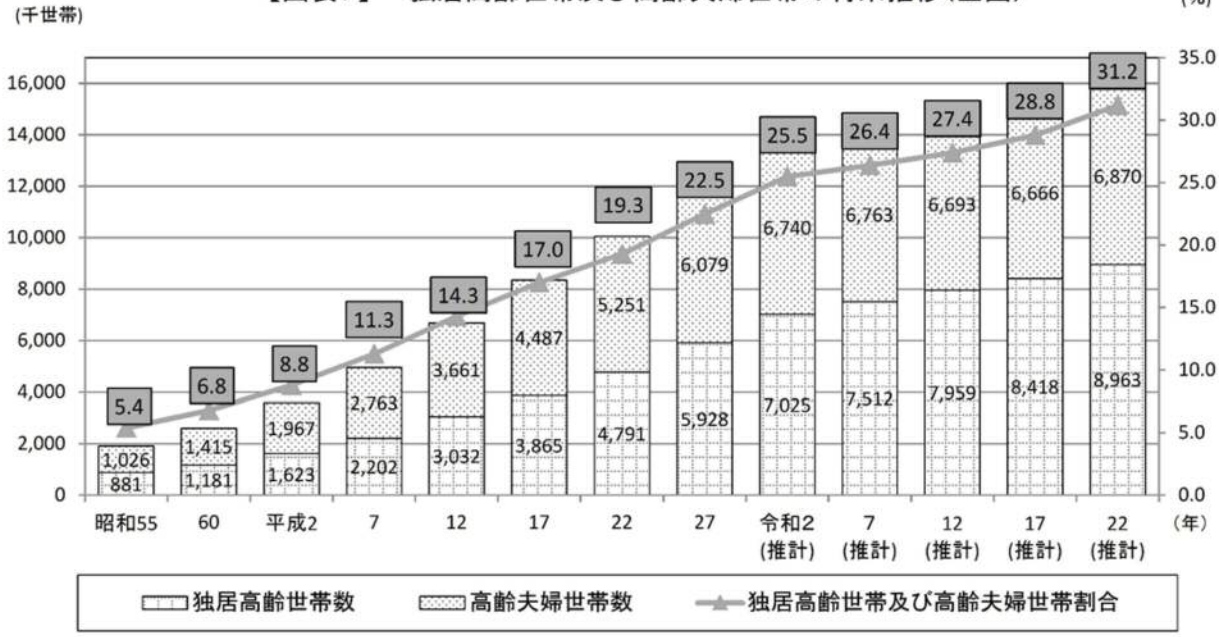
【図表6】　総人口と高齢化の将来推移（全国）



（注）昭和35年から平成27年の総数は年齢不詳を含む。

出典：平成27年までは総務省「国勢調査」、令和2年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」より作成

【図表7】　独居高齢世帯及び高齢夫婦世帯の将来推移（全国）



（注）「独居高齢世帯」とは、65歳以上の一人暮らしの高齢者の世帯をいう。
「高齢夫婦世帯」とは、夫が65歳以上、妻が60歳以上の夫婦1組のみの世帯をいう。ただし、令和2年以降の推計値においては、世帯主が65歳以上の夫婦のみの世帯をいう。

出典：平成27年までは総務省「国勢調査」、令和2年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」より作成

一方、島根県の人口は、昭和30年の92万９千人をピークに減少傾向にあり、高齢化率は全国を上回るスピードで上昇し続けています。【図表６】【図表８】

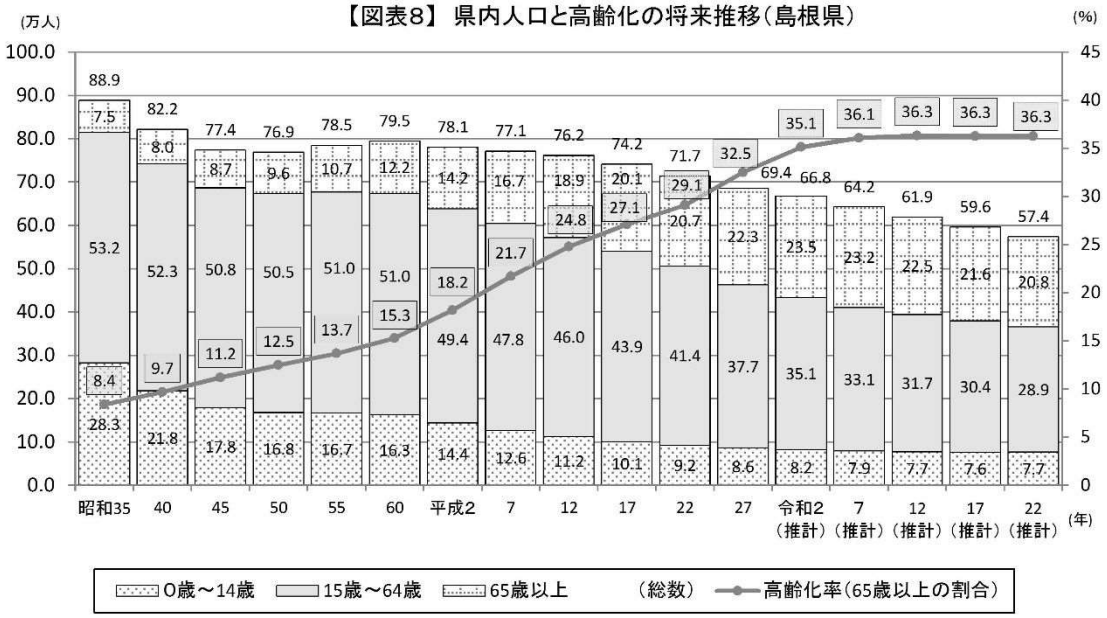
また、一人暮らしの高齢者や高齢夫婦のみの世帯の割合も全国と同様に増加傾向にあります。

人口構成に占める高齢者の割合の高まりは、高齢者による消費活動の拡大や高齢者向けの商品・サービスの充実に寄与する一方で、認知症等で判断力が低下した高齢者等を狙った悪質商法や特殊詐欺の増加等、高齢者の消費者トラブルも増えていくことが懸念されます。

また、人口減少や過疎化により地域経済の規模が縮小し、商品等の販売店舗数が減少すること等により、住んでいる地域での日常の買物をしたり、生活に必要なサービスを受けたりするのに困難を感じる「買物弱者」の問題が生じています。

さらに、地域における住民の減少は地域コミュニティの衰退等により地域社会における人々のつながりを弱め、高齢単身者等自立困難な消費者の孤立につながるおそれもあることから、高齢者の見守りネットワーク等地域住民に対する消費者トラブルを防止するための取組が重要となってきています。

【図表8】 県内人口と高齢化の将来推移（島根県）



（注）昭和35年から平成27年の総数は年齢不詳を含む。

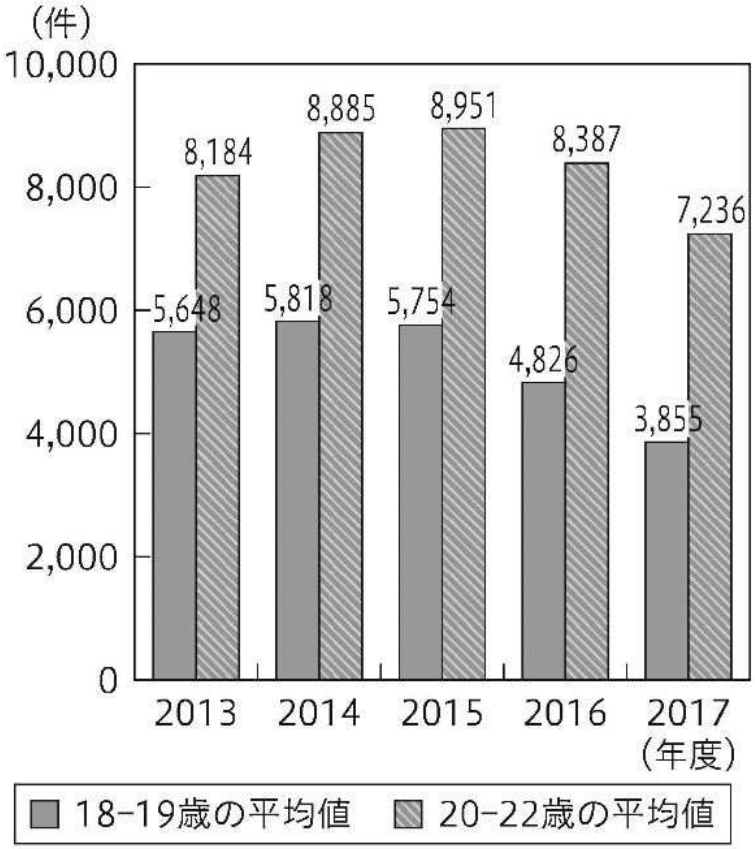
出典：平成27年までは総務省「国勢調査」、令和2年以降は島根県「島根創生計画　島根県の将来人口の推計」（令和12年までに社会移動の均衡、令和17年までに合計特殊出生率2.07という目標が達成された場合）により作成

（６）民法改正による成年年齢の引下げ

平成30年６月に成立した「民法の一部を改正する法律」により、令和４年４月から、民法の成年年齢が20歳から18歳に引き下げられます。

このため、新たに成年となる18歳、19歳の若者は契約主体者として積極的な社会参加が促される一方、未成年者取消権による保護がなくなるため悪質な事業者のターゲットとなることが懸念されます。このため、若者が主体的に判断し、責任を持って行動できるよう早期の段階で実践的な消費者教育を確実に行うことが喫緊の重要課題です。【図表９】

【図表9】契約当事者18-22歳の年度別消費生活相談件数（平均値）（全国）



（備考）１　PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2018年３月31日までの登録分）
２　成年になった若者に注目すると、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った後に、悪質な事業者のターゲットとなった事例もみられる。

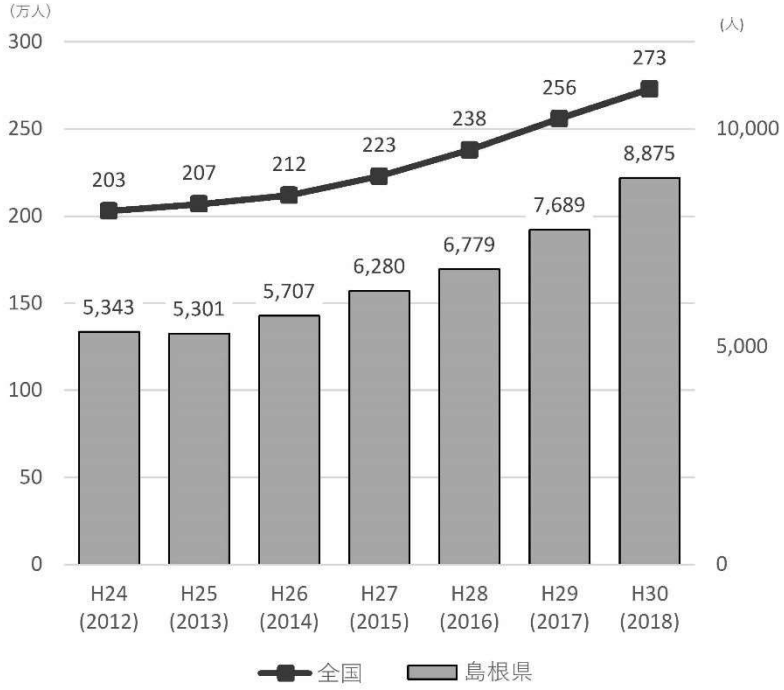
出典：消費者庁「平成29年度消費者政策の実施の状況・消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告」より作成

（７）外国人住民等の増加

日本に在住する外国人や訪日外国人観光客の数は2018年末に過去最高を記録し、県内においても2020年（令和２年）開催の東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けさらに増加することが予想されています。【図表10】【図表11】

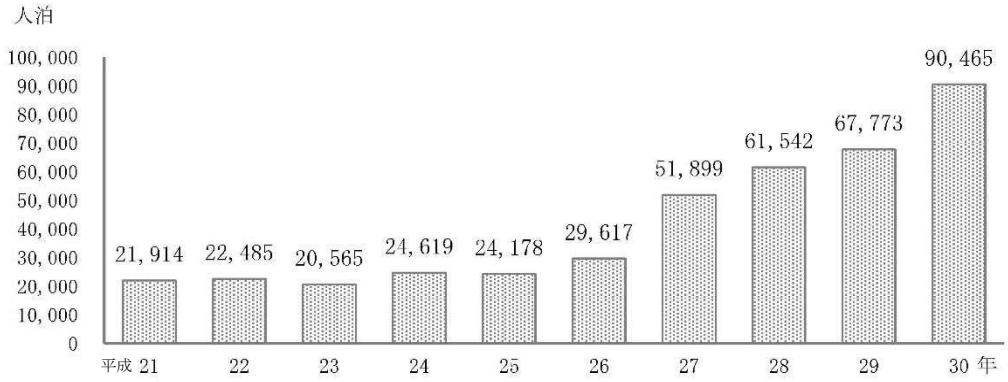
こうした外国人住民等の増加により、全国の消費生活センター等に寄せられる外国人との取引等における消費者トラブルの相談件数も増加することが見込まれます。このため、文化や言語の違う外国人との共生に向け国と地方公共団体が連携して、通訳を介した消費生活相談の実施や多言語リーフレット等の充実、商品事故や契約トラブル等についてやさしい日本語での情報提供などに取り組むことが必要です。

【図表10】外国人住民人口の推移



出典：島根県は、島根県文化国際課調べ（外国人の住民人口について、県内の各市町村の協力を得て作成したもの）、全国は、法務省「在留外国人統計」より作成

【図表11】外国人宿泊客延べ数の推移（島根県）



出典：島根県「平成30年島根県観光動態調査」より作成

（８）環境問題の顕在化と環境に配慮した消費活動

地球規模での人口増加や経済規模の拡大の中で、人間活動による地球環境の悪化はますます深刻となっています。

豪雨や台風、記録的な高温、干ばつなど世界的に異常気象が頻発しています。

農作物の品質低下、動植物の分布域の変化、熱中症リスクの増加など、気候変動の影響が全国各地で起きており、今後も長期にわたり拡大するおそれがあり、長期的な地球温暖化の傾向と一致しているといわれています。

また、必要以上の豊富な商品は大量の廃棄物を生み出し、開発による自然破壊は生態系に大きな影響を与えています。

このように、私たちが利便性を追求するあまり、様々な環境問題を生み出してきています。

平成27年（2015年）には、2030年度までの我が国の温室効果ガス削減目標を目指し産学官民が一致団結して取り組む国民運動である「COOL CHOICE（賢い選択）」が始まり、消費者一人ひとりが自主的に脱炭素型製品やサービス、ライフスタイル等を選択することで更なるCO_2削減が期待されています。

環境負荷を低減するための３Ｒ（リデュース、リユース、リサイクル）の推進など環境に配慮した消費活動が徐々に浸透する中、令和元年（2019年）には「食品ロスの削減の推進に関する法律」が成立し、食べることができる食品が廃棄されないようにするための社会的な取組に対する国・地方公共団体・事業者の責務と消費者の役割が明記され、具体的な取組が求められています。

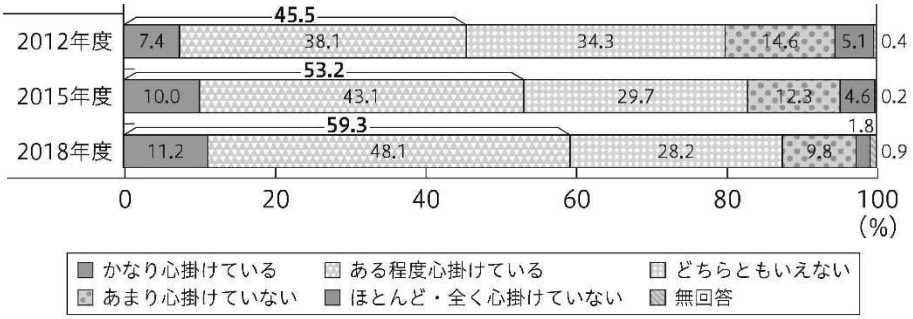
（９）消費者意識とその変化

2015年に国連の持続可能な開発サミットにおいて「持続可能な開発目標（ＳＤＧs）」が採択され、2030年までに「持続可能で誰一人取り残さない」社会の実現を目指すことが国際目標となりました。これを受け我が国も2016年に「ＳＤＧs実施指針」を策定し、様々な具体的施策を示して取組を推進しています。消費者の意識としても、環境や被災地の復興、開発途上国の労働者の生活改善等に配慮した商品やサービスを選択して消費することへの関心が高まっています。【図表12】

消費者の行動が社会経済に大きな影響を与えるとの認識のもとに、日常生活において環境や労働問題等の人権問題、社会、地域等の持続可能性を配慮した消費行動である「エシカル消費（倫理的消費）」を実践する人が増えています。

【図表13】

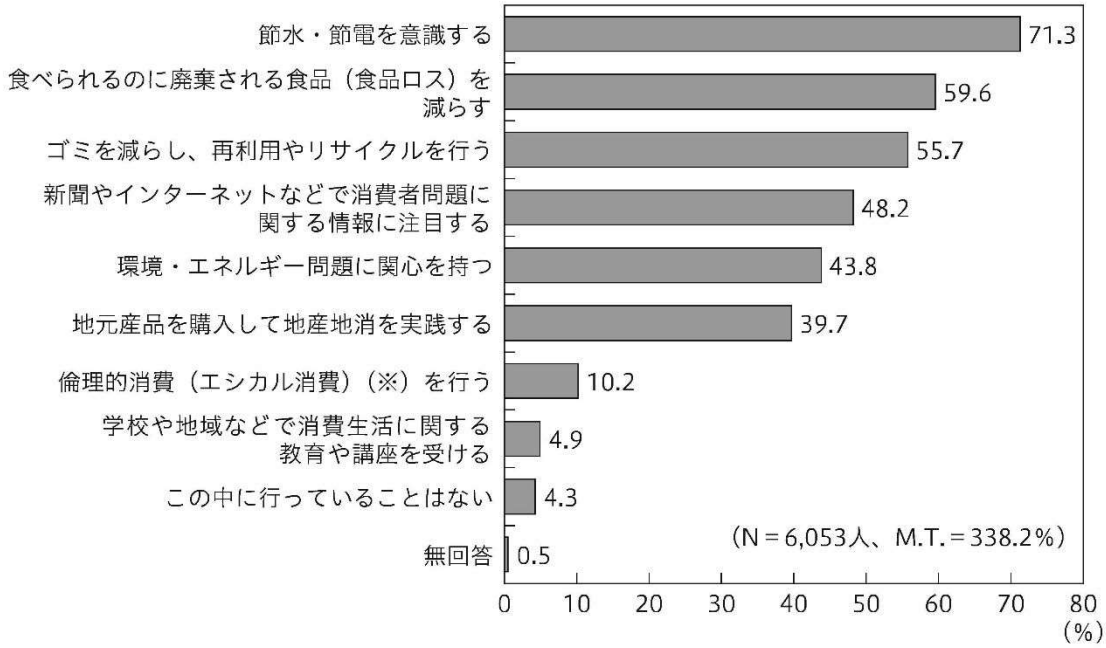
【図表12】 環境に配慮した商品やサービスを選択する人の割合



（備考）1　消費者庁「消費者基本調査」により作成
　　2　「あなたは、消費者として、以下の行動をどの程度心掛けていますか。」との問に対する回答
　　3　四捨五入のため合計は必ずしも一致しない

出典：消費者庁「平成30年度消費者政策の実施の状況・消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告」より作成

【図表13】 日頃の消費生活で行っていること



（備考）1．消費者庁「消費者意識基本調査」（2018年度）により作成。
　　2．「あなたは、日頃の消費生活で以下のようなことを行っていますか」との問いに対する回答（複数回答）。
　　3．（※）倫理的消費（エシカル消費）とは、より良い社会に向けた、人や社会、環境に配慮した消費行動のこと。

出典：消費者庁「平成30年度消費者政策の実施の状況・消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告」より作成

（10）消費者志向の経営

健全な市場の実現により消費者の安全・安心を確保するには、規制や法執行等に加えて、消費者、事業者、行政等関係者が価値観を共有しコミュニケーションを深化することで連携・協働し、より効果的に取り組むことが必要です。

今日、多くの事業者・事業者団体が消費者の権利の確保や利益の向上等に資する事業活動を行っており、そうした「消費者志向」の理念に基づく経営を「見える化」して消費者や社会に周知する取組を展開しています。こうした取組により、消費者は商品･サービスの品質が確保され、またニーズをとらえた商品・サービスが提供されることにより、自主的・合理的な選択をすることが可能になり、結果として満足度が向上することが期待されます。

消費者、事業者がそれぞれ社会における責任を自覚し、相互に作用しながら進んでいくことによって消費の拡大、企業価値の向上を通じ、経済の好循環を生み出すことが求められています。

２．国における消費者行政をめぐる状況

（１）消費者行政体制の強化

① 消費者庁及び消費者委員会の設置

消費者行政の一元化を図り、消費者の利益を擁護するため、平成21年９月に消費者庁と消費者委員会が設置されて10年が経過しました。

消費者庁は、各府省庁や地方公共団体等が把握した消費者事故等に関する情報を一元的に集約し、調査・分析を行い、必要に応じて担当府省庁に対し措置要求を行うとともに、担当府省庁や適用する法令等が明確でない取引行為等（いわゆる「すき間事案」）については、消費者庁が直接事業者に対して勧告や命令等の行政措置を実施するなど「消費者行政の司令塔」としての役割を果たしています。

また、消費者委員会は、消費者行政全般を監視する組織として「消費者事故情報の収集及び活用」や「健康食品の表示等の在り方」など、これまで数多くの建議を行ってきました。

② 国の消費者基本計画

国の消費者基本計画は、消費者基本法第９条の規定に基づき、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業について閣議決定するもので、平成17年、平成22年、平成27年と３期にわたり策定されました。これにより、各府省庁の施策を一元的に取りまとめ、効果的な推進を図っています。

③ 地方消費者行政の強化に向けた取組

平成21年度に、消費者相談窓口の設置や消費生活相談員の養成、消費者教育の推進など、地方の消費者行政を強化する取組を支援するための「地方消費者行政活性化交付金」による事業が創設され、平成26年度から実施された「地方消費者行政推進交付金」と合わせ、必要な予算措置が行われてきました。

平成30年度からは、「地方消費者行政強化交付金」の創設により、これまでの事業の継続に加え、国として取り組むべき新たな消費者問題や重要課題に取り組む地方公共団体の支援が行われています。

また、平成26年１月に「地方消費者行政強化作戦」を定め、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられる地域体制の全国的な整備に取り組んでいます。

これらの取組の結果、平成24年４月時点の、全国で消費生活相談窓口が設置されていない市町村は19か所でしたが、平成27年度には全ての市町村に消費生活相談窓口が設置され、相談体制の空白地域は解消されました。

（２）消費者行政に関連する法整備

① 消費者安全法の制定・一部改正

平成21年６月に、地方公共団体に消費生活センターを設置することや消費者事故等の情報を消費者庁に集約することを定めた消費者安全法が制定されました。

また、平成24年９月には、消費者事故等の調査機関の設置や、財産被害（すき間事案）への行政措置の導入を内容とする改正が行われました。

さらに、平成26年６月には、一人暮らしの高齢者や障がい者等を消費者被害から防ぐための「地域見守りネットワーク」の構築をはじめとして、消費生活相談員の国家資格化や地方公共団体の消費生活相談体制の強化などを内容とする改正が行われました。

② 不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）の一部改正

平成26年に二度にわたる改正が行われ、不当な表示を行う事業者に対してその行為の差止めを命ずる権限を都道府県に付与することや、課徴金制度の導入など、不当表示に対する対策が強化されました。

③ 特定商取引に関する法律（以下「特定商取引法」という。）の一部改正

平成28年６月に、業務停止の行政処分（業務停止命令）の期間を最長１年から最長２年に延伸することや、業務停止命令を受けた法人の役員や業務を統括する使用人等に対して、新たに法人を設立して業務を継続することなどを禁止する行政処分（業務禁止命令）を新設するなどの改正が行われました。

④ 食品表示法の制定・一部改正

平成25年６月に、それまで食品表示に関するルールを定めた法律であった食品衛生法、ＪＡＳ法、健康増進法の三つの法律を一元化し、消費者、事業者双方にとって分かりやすい表示とすることや「機能性表示食品制度」を新設した食品表示法が制定されました。

食品表示法の規定に基づき平成27年４月に施行された「食品表示基準」では、原則として個別の原材料や添加物にアレルゲンを表示することや、加工食品の栄養成分表示が義務化され、平成29年９月からは全ての加工食品に原材料の産地を表示することが義務化されました。

また、平成30年12月には、アレルゲンや消費期限など、安全性に重要な影響を及ぼす事項について食品表示基準に従った表示がされていない食品について、自主回収を行う場合の行政機関への届出を事業者に義務付けるとともに、その自主回収の情報を行政機関が消費者に情報提供する規定を新設する改正が行われ、令和３年６月１日に施行されます。

⑤ 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（消費者裁判手続特例法）の制定

消費者被害を回復するために、特定適格消費者団体※5が財産被害に遭った消費者の代わりに事業者に対して債務履行請求や不当利得返還請求等を行うことができる旨を定めた「消費者裁判手続特例法」が平成25年12月に成立し、平成28年10月に施行されました。

※５ 適格消費者団体と特定適格消費者団体について

適格消費者団体とは、消費者全体の利益擁護のために事業者に対し差止請求権を行使することができる消費者団体（ＮＰＯ法人や民法に規定している法人、消費者の利益を守るための活動を主な目的としている団体等）であり、内閣総理大臣の認定を受けた団体のことです。

特定適格消費者団体とは、適格消費者団体のうち、消費者被害の回復業務に関連する人員や物品が確保されている等の要件を満たした団体であり、内閣総理大臣の認定を受けた団体のことです。

⑥ 民法の一部改正

平成29年５月に、社会経済情勢の変化に対応するため、「民法の一部を改正する法律」が成立し、主に債権法（民法の契約等に関する部分）が改正され、令和２年４月１日に施行されます。保証人の保護を図るための保証債務に関する規定の整備や定型約款に関する規定の新設、法定利率や消滅時効に関する改正、そのほか、民法の条文に明記されていなかったものを明文化するなど、民法制定以来の大きな改正といわれ、消費生活にも少なからず影響があります。

なお、平成30年６月に成立した成年年齢の引下げに関する改正については、令和４年４月１日に施行となります。

⑦ 消費者契約法の一部改正

社会経済情勢の変化等に対応し、平成28年６月改正法では、消費者にとって通常の分量を著しく超えることを事業者が知っていながら勧誘したことにより承諾の意思表示をした場合（いわゆる過量販売）には、契約の取消しができる規定や、重要事項の不実告知による契約の承諾の意思表示に関しては、その意思表示を取り消すことができる条件である重要事項の範囲が拡大されたほか、取消権の行使期間のうち、追認をすることができるときからの期間が６箇月から１年に延伸されるなどの改正が行われ、平成29年６月に施行されました。

平成30年６月改正法では、取り消しうる不当な勧誘行為として、社会生活上の経験不足に乗じて不安をあおったり、好意の感情を不当に利用したりして勧誘する行為（いわゆるデート商法）や、加齢などにより判断力が著しく低下している消費者の不安をあおって勧誘する行為、それに霊感など合理的に実証することが困難な特別な能力による知見として不安をあおって勧誘する行為（いわゆる霊感商法）が追加されました。また、損害賠償責任の有無等を事業者が自ら決定する条項などの不当な契約条項を無効とするなどの改正が行われ、令和元年６月に施行されました。

⑧ ギャンブル等依存症対策基本法

ギャンブル等にのめり込むことにより、本人とその家族の日常生活や社会生活に支障が生じ、多重債務等の重大な社会問題となることから、家庭や学校などでの教育や広報活動等を通じギャンブル等依存症への関心と理解を深め、予防等を図るとともに、医療機関や民間団体などの連携協力体制の整備を図り、相談支援や社会復帰の支援など、必要な施策を講ずること等を定めた法律が平成30年７月に公布、同年10月に施行されました。

⑨ 特定興行入場券の不正転売の禁止等による興行入場券の適正な流通の確保に関する法律（チケット不正転売禁止法）

音楽コンサート等の興行の入場券が転売目的で購入され、興行主の同意を得ずに定価を大幅に超える価格で転売される例が後を絶たず、また、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会等の開催に当たり、不正転売対策を講ずることが課題となっていたことから、平成30年12月に、特定興行入場券の不正転売や、不正転売を目的とした譲受けを禁止することなどを定めた法律が平成30年12月に公布、令和元年６月に施行されました。

⑩ 食品ロスの削減の推進に関する法律

令和元年５月に、国、地方公共団体、事業者、消費者などの多様な主体が連携し、国民運動として食品ロスの削減を推進するため、それぞれの責務や役割などを定めた法律が公布され、同年10月に施行されました。事業者による積極的な取組、食品の購入や調理方法の改善などによる消費者の自主的な取組、国や地方公共団体による普及啓発や食品関連事業者等の取組に対する支援など、食品ロスの削減を総合的に推進するための取組が盛り込まれています。

（３）消費者教育の推進

消費者の自立を支援するために行われる消費者教育を総合的・一体的に推進することを目的とする「消費者教育推進法」が、平成24年８月に制定されました。この法律では、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目指す「消費者市民社会の形成」の概念が明記されました。

平成25年６月に定められた「消費者教育の推進に関する基本方針」は、策定から５年となる平成30年３月に変更が加えられ、当面の重点事項の一つとして、民法の成年年齢引下げを見据え「若年者の消費者被害の防止・救済のため、また、自主的かつ合理的に社会の一員として行動する自立した消費者の育成のための効果的な消費者教育の方策として、学校における消費者教育の推進を図る」ことが

示されました。

若年者への消費者教育については、平成30年２月に関係省庁（消費者庁・金融庁・法務省・文部科学省）が連携して決定した「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」において、令和２年度までの３年間を集中強化期間と位置付け、実践的な能力を身に付けることを目的として、消費者庁が作成した高校生向けの消費者教育教材「社会への扉」を活用した授業の実施や、消費者教育コーディネーターの育成・配置に向けた支援等を進めています。

（４）持続可能な社会とエシカル消費

「持続可能な開発目標（ＳＤＧs)」は、17の目標とそれらの達成のための169のターゲットで構成され、2030年までの国際目標として、2015年９月に国連の持続可能な開発サミットにおいて採択されました。

日本では、内閣総理大臣を本部長とする「ＳＤＧs推進本部」を設置するとともに、「持続可能で強靭、そして誰一人取り残さない、経済、社会、環境の統合的向上が実現された未来への先駆者を目指す」ことを基本的なビジョンとする「ＳＤＧs実施指針」を策定し、８つの優先課題と具体的な施策を示して取組を推進しています。

消費者政策では、全ての消費者が安全・安心で豊かに暮らすことができる社会を実現するという使命の下、「消費者の安全の確保」、「適正な取引の実現」、「消費者の被害救済、利益保護の枠組みの整備」、エシカル消費※6の普及啓発や消費者志向経営※7の推進といった「消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成」など、様々な施策を推進しています。

※６ エシカル消費（倫理的消費） より良い社会に向けて、地域の活性化や雇用等を含む人や社会・環境に配慮した消費行動をいいます。消費者の意識としても、環境や被災地の復興、開発途上国の労働者の生活改善等に配慮した商品・サービスを選択して消費することへの関心が高まっています。
※７ 消費者志向経営（サステナブル経営） 事業者が、消費者全体の視点に立ち、健全な市場の担い手として、消費者の信頼を獲得するとともに、持続可能で望ましい社会の構築に向けて、社会的責任を自覚して事業活動を行うことをいいます。

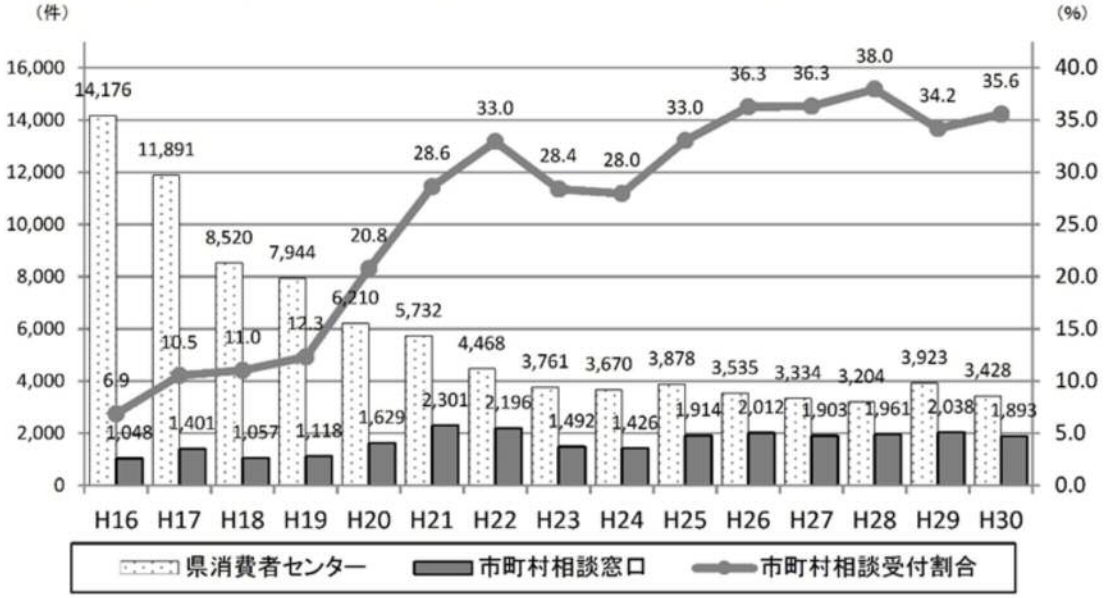
３．島根県における消費者行政の状況

（１）消費生活相談の状況

県民の消費生活の安定及び向上を図るため、昭和46年に婦人会館（松江市）に開設された県消費者センターは、現在、島根県市町村振興センター（タウンプラザしまね）に事務室を置き、消費者行政部門（環境生活総務課消費とくらしの安全室）と一体化した体制をとっています。また、昭和53年に益田市中央公民館に開設された県消費者センター石見地区相談室は、昭和56年に島根県益田合同庁舎に移転し、現在に至っています。

消費生活相談の状況を見ると、県消費者センターで受け付けた相談件数は、平成16年度をピークに減少に転じ、平成27年度には3,500件を下回りました。しかし、はがきやメールによる架空請求や訴訟通知に関する相談が増えた平成29年度には前年度より719件（22.4%）多い3,923件を記録するなど、年度間で変動が見られます。一方、市町村相談窓口で受け付けた相談件数は、近年2,000件程度で推移し、平成30年度は1,893件となっています。【図表14】

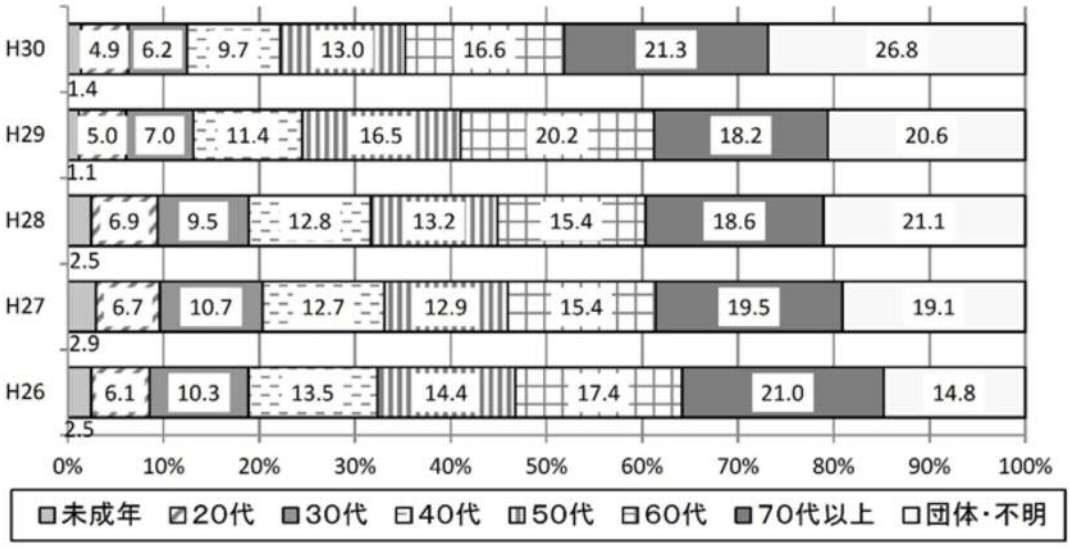
【図表14】 相談件数の推移（県消費者センター・市町村相談窓口受付分）



出典：島根県環境生活総務課消費とくらしの安全室調べ

また、県消費者センターで受け付けた相談を年代別で見ると、特に60歳代以上の契約者に関する相談件数の割合が高く、平成30年度は全体の約４割を占めています。【図表15】

【図表15】 契約当事者の年代別割合（県消費者センター受付分）



出典：島根県環境生活総務課消費とくらしの安全室調べ

各年代ごとの苦情相談内容（平成30年度県消費者センター受付分）をみると、20歳未満から30歳代までの各年代では、インターネットによる有料メール交換サイト等の利用料に関する不当請求やワンクリック請求などを中心とした「デジタルコンテンツ」の相談が最も多くなっています。【図表16】

40歳代以上については、はがきやメールによる架空請求や訴訟通知に関する相談などを内容とする「商品一般」に関する相談が最も多くなっています。

【図表16】平成30年度　年代別の苦情相談内容（県消費者センター受付分）上位

（件）

20歳未満		
1	デジタルコンテンツ	14
2	健康食品	4
3	商品一般	3
3	紳士・婦人洋服	3
3	テレビ放送サービス	3

（件）

20歳代		
1	デジタルコンテンツ	31
2	商品一般	15
3	フリーローン・サラ金	14
4	紳士・婦人洋服	7
4	自動車	7
6	化粧品	6
6	不動産貸借	6
6	携帯電話サービス	6
9	インターネット通信サービス	5

（件）

30歳代		
1	デジタルコンテンツ	47
2	商品一般	17
3	健康食品	11
4	フリーローン・サラ金	9
5	自動車	8
6	不動産貸借	7
7	化粧品	6
7	インターネット通信サービス	6
9	電気	5
9	クリーニング	5

（件）

40歳代		
1	商品一般	68
2	デジタルコンテンツ	61
3	健康食品	16
4	複合サービス会員	14
5	自動車	11
5	フリーローン・サラ金	11
5	インターネット通信サービス	11
8	紳士・婦人洋服	6
8	教室・講座	6

（件）

50歳代		
1	商品一般	144
2	デジタルコンテンツ	70
3	健康食品	30
4	インターネット通信サービス	23
5	化粧品	16
6	金融関連サービス	10
7	フリーローン・サラ金	8
8	自動車	6
8	修理・補修	6

（件）

60歳代		
1	商品一般	189
2	デジタルコンテンツ	82
3	インターネット通信サービス	36
4	健康食品	18
5	化粧品	15
5	ソーラー・給湯システム	15
7	電気	12
7	フリーローン・サラ金	12
9	音響・映像製品	10
10	携帯電話サービス	9

（件）

70歳以上		
1	商品一般	198
2	デジタルコンテンツ	48
3	健康食品	43
4	インターネット通信サービス	37
5	フリーローン・サラ金	19
6	電気	18
7	書籍・印刷物	15
7	修理・補修	15
9	工事・建築	14
10	医療用具	13

出典：島根県環境生活総務課消費とくらしの安全室調べ

そのほか、スマートフォンやパソコンを使ったネット通販では、「１回だけのつもりで健康食品や化粧品等を注文したら、実際には定期購入だった」というような苦情相談も増えています。

（２）県の消費者行政事業の状況

① 消費者安全法に基づく消費者事故情報の収集と提供

消費者問題の中でも、製品の安全性等に不備がある場合は、消費者の生命身体事故に直結するおそれがあるため、消費者事故の未然防止・拡大防止を図るうえで、情報収集や広報を迅速・適切に行う必要があります。

そのため、県では、消費者事故等が発生したときの対応方法を定めた「消費者事故等の通知事務等処理マニュアル」に基づき、関係機関と情報共有を行い適切な対応に努めています。

② 事業者に対する法令遵守の指導及び取締り

事業者に対する取締りに関する法令としては、特定商取引法、景品表示法、消費者安全法、消費生活用製品安全法、家庭用品品質表示法、ゴルフ場等に係る会員契約の適正化に関する法律、国民生活安定緊急措置法、生活関連物資等の買占め及び売惜しみに対する緊急措置法、島根県消費生活条例などがあります。

これらの法令に基づき調査を行い、必要に応じて、事業者に対して文書又は口頭による行政指導や、業務停止等の行政処分を行い、消費者被害の防止に努めています。

県では、不当な取引行為を防止するため、平成28年度から平成30年度までの間に特定商取引法に基づく行政指導を７件実施しました。

また、商品・サービスの不適正な表示を防止するため、平成28年度から平成30年度までの間に景品表示法に基づく行政指導を47件実施し、消費生活用製品安全法や家庭用品品質表示法に基づく事業者への立入検査を実施しました。

このほか、消費者安全法に基づく消費者への注意喚起に関し、消費者庁との合同調査を平成29年度から平成30年度にかけて２回実施しています。

③ 消費者教育の取組

次代を担う消費者は、自らの消費行動が将来の社会経済情勢や地球環境に影響を及ぼすことを自覚し、消費生活に関する知識の取得・情報収集に努め、自身で合理的な意思決定を行い、被害を認識し、危害を回避し、被害に遭った場合には適切に対処する能力を身に付けることが求められます。そうした自立した消費者を育成するためには、学校、地域、家庭、職域等のライフステージに応じた様々な場を活用して消費者教育を行っていくことが必要です。

学校教育の分野では、県内の小・中学校（義務教育学校を含む。）、高等学校、特別支援学校及び高等専門学校に勤務する教員やその団体等を対象に様々な教育事業を実施しています。

「学校における消費者教育に関する実践研究委託事業」では、各教科別研究会等を対象に消費者教育に関する研究及び教材開発の支援を行い、その成果を刊行物「すくすく消費者」にまとめ県内の教員に配布することで学校現場に還元して

います。

「若年者消費者教育研修支援事業」では、成年年齢引下げを見据え、弁護士や消費生活相談員等実務経験者を学校の外部講師として効果的な活用を推進する事業や現職教員の消費者教育指導力向上を図るための研修事業等を支援しています。

さらに、小学校６年生、中学校２年生を対象に教材の作成・配布、高校生を対象に消費者庁作成教材「社会への扉」を配布しています。

社会教育の分野では、地域で活動する様々な団体・グループ等を対象に県消費者センターの消費生活相談員等を講師として、相談事例や解決策等のアドバイスを行う「消費者問題出前講座」を実施しています。また、地域における消費者教育や啓発を担うリーダーの育成のため、「消費者リーダー育成講座」や「レベルアップ研修会」を開催し、地域の消費者問題解決力向上を図っています。

④ 広報啓発活動の取組

県民に対し消費者被害等に関する情報を伝え、意識を啓発することは、消費者の自立を促進し消費者被害の防止につながります。

このため、新聞、テレビ、ラジオ、刊行物、ホームページ、フェイスブックやツイッター等のソーシャルメディアといった様々な媒体を利用して、消費者被害に関する情報等の広報・啓発を行っています。

特に、毎年５月には消費者月間の取組として、パネル展示、チラシ配布等の啓発イベント、消費者問題に関する特別講座などを集中的に行っています。

⑤ 消費者団体等への支援及び協働

消費者基本法、島根県消費生活条例のいずれも「消費者の自立を支援する」ことを理念としていますが、消費者の自立を促進するうえで、消費者団体等の果たす役割は極めて重要であり、県では、それぞれの地域で消費者問題に取り組む消費者団体等との協働事業として、「明日への消費者活動支援事業（県委託事業）」を実施しています。

また、県内の消費者団体や消費者活動を支援する団体、有識者等を相互につなぐ県域のネットワークが令和元年12月に設立され、消費者問題解決に向けた住民主体の取組を推進しています。県では、消費者団体等ネットワーク支援事業として、啓発イベントや消費者教育の推進の取組などを支援しています。

⑥ 消費生活相談体制の充実・強化

県では、複雑・多様化する相談に適切に対応するため、国民生活センター等が実施する研修会に相談員を派遣し、資質の向上に努めています。

市町村の相談体制は、平成22年度までに全ての市町村に消費生活相談窓口が設置されました。そのうち６市において国の地方消費者行政活性化交付金等を活用して消費生活センター※8が設置され、８市で計12名の消費生活相談員が配置されています。【図表17】・【図表18】

県から市町村への支援として、相談窓口担当者である相談員や行政職員の資質

の向上を目的に研修会の開催や巡回訪問を実施しています。

また、県内には平成28年度から国家資格となった消費生活相談員の資格を持つ者が少ないことから、市町村において有資格相談員を確保しやすい環境を整備することを目的に、資格取得を目指す人を対象とする「消費生活相談員育成講座」を開講しました。

※８ 消費生活センターについて

消費生活相談窓口のうち、消費者安全法の規定する次の３つの基準を満たす場合に「消費生活センター」を公表することができ、平成31年４月１日時点で県内の市町村においては６市が消費生活センターを設置しています。【図表17】

(1)消費生活相談について専門的な知識及び経験を有する者を配置していること

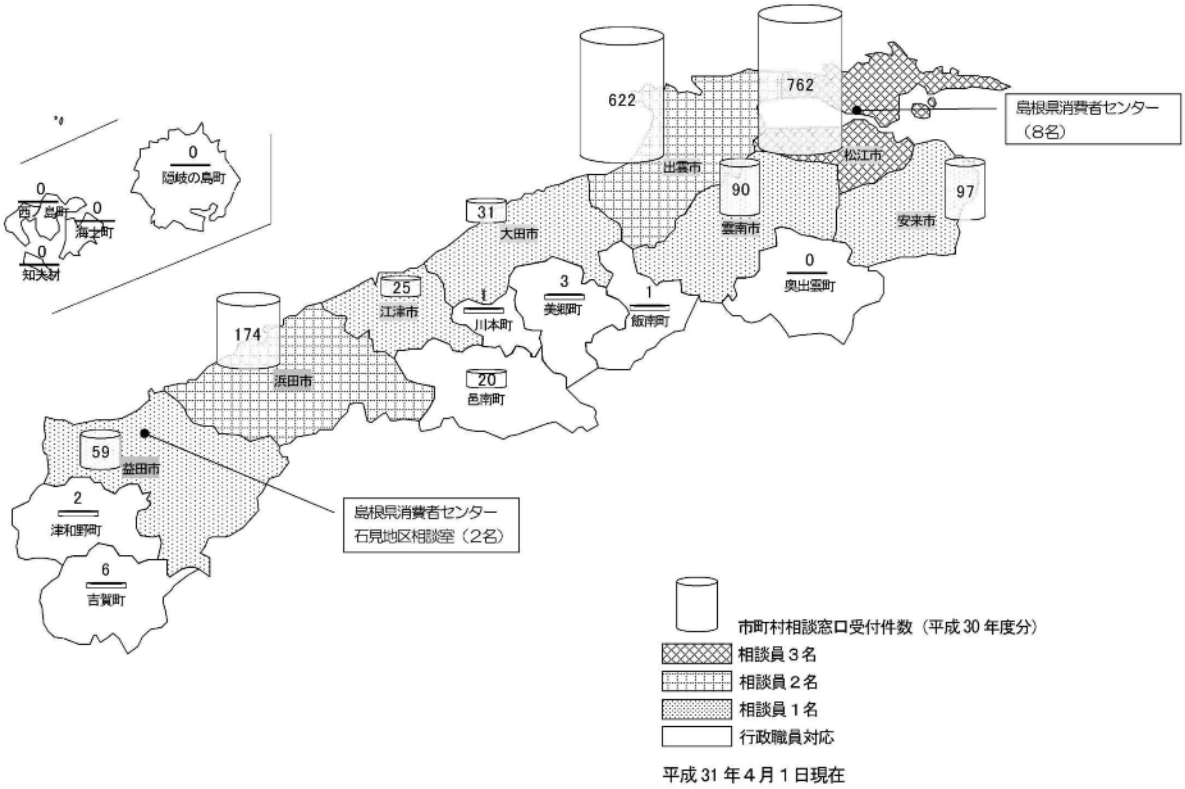
(2)電子情報処理組織その他の設備(PIO-NET：全国の消費生活センター等をネットワークで結び、全国の相談内容を共有できるシステム)を備えていること

(3)１週間に４日以上相談窓口を開所していること

【図表17】市町村消費生活センター設置状況

出典:島根県環境生活総務課消費とくらしの安全室調べ

【図表18】県内市町村における相談員配置及び相談受付状況



出典：島根県環境生活総務課消費とくらしの安全室調べ

⑦ 地域見守りネットワーク構築支援

平成28年４月、改正消費者安全法が施行され、高齢者等消費生活上特に配慮を要する消費者の消費者被害を防ぐため、行政や警察、医療や福祉など様々な関係者が連携して見守り活動を行う「消費者安全確保地域協議会（地域見守りネットワーク）」を設置できることとなり、県では、平成28年４月に「島根県高齢消費者被害防止対策会議」を地域見守りネットワークとして位置付けました。

また、市町村における設置を支援するため、市町村担当者会議や巡回訪問を通じて地域見守りネットワークの意義や設置・運営のポイント説明、先進事例の紹介を行う一方、地域における設置の気運醸成を図るための地域研修会や見守る側の資質向上を目的とした見守りサポーター養成講座を開催しています。

平成30年度末で、３市２町で地域見守りネットワークが設置されていますが、今後、全市町村での設置を目指し、引き続き地域でのネットワーク構築の取組を支援します。

４．消費生活に関する県民意識の概要

県では、県民からの多様な意見や要望を踏まえた効果的な消費者施策の推進を図るために、島根県消費者意識基本調査を実施しました。調査結果の概要は次のとおりです。

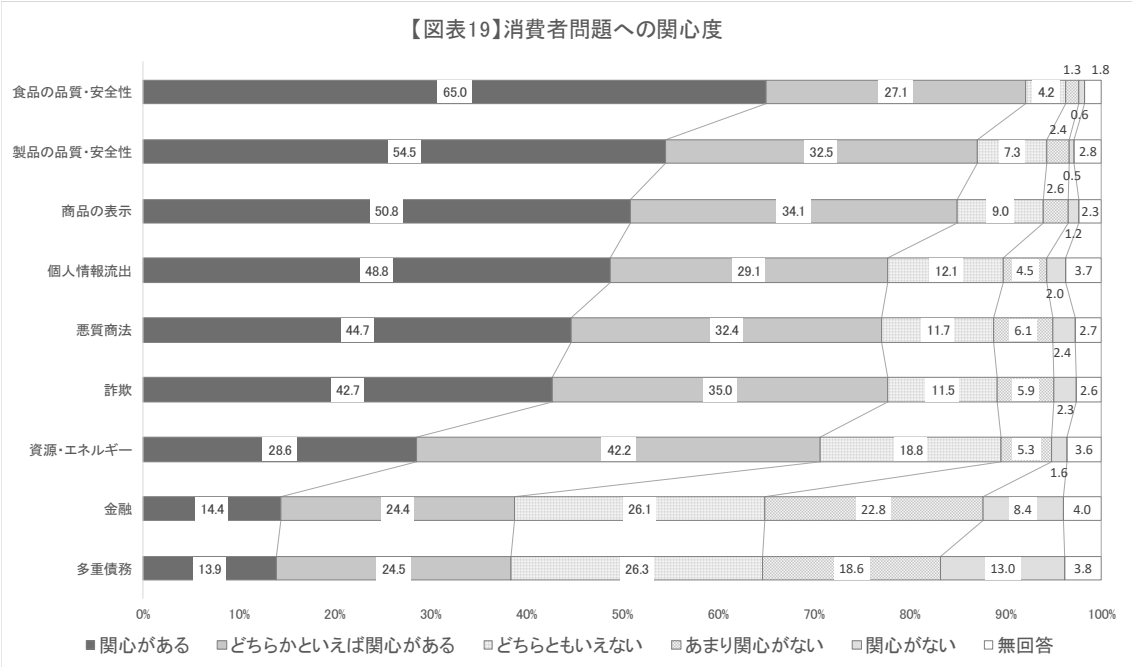
【調査内容】

・調査対象　　島根県内在住の満18歳以上の男女2,000人
・調査方法　　郵送による調査票の配布・回収
・調査時期　　平成30年11月５日～平成30年12月４日
・有効回答数　1,120人（有効回答率56.0%）

① 特に関心の高い消費者問題は食品や製品の品質・安全性、個人情報流出や悪質商法も比較的高い

様々な消費者問題への関心度について調査したところ、「食品の品質・安全性」、「製品の品質や安全性」、「商品の表示」の項目では８割以上の人が「関心がある」と回答し、そのほか「個人情報流出」、「悪質商法」、「詐欺」も関心が高くなっています。【図表19】

【図表19】消費者問題への関心度

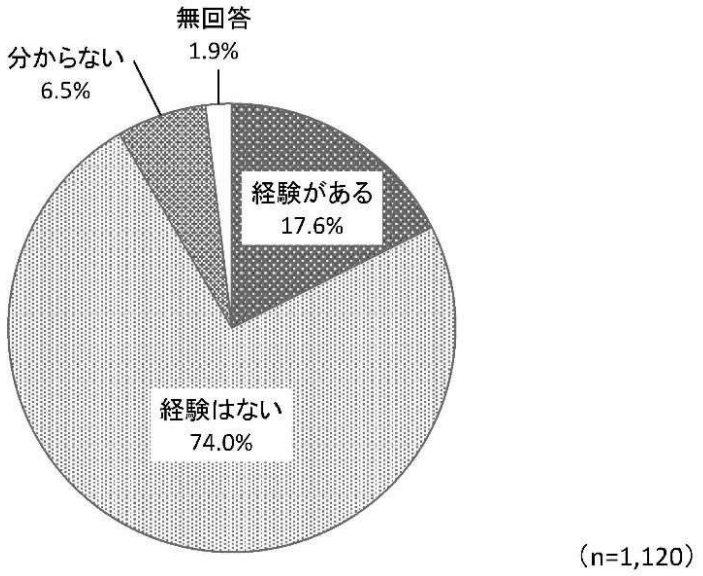


出典：島根県「平成30年度島根県消費者意識基本調査」より作成

② 消費者トラブルを経験したことがある人のうち、県消費者センター及び市町村の消費生活センターや消費生活相談窓口に相談した人は少数

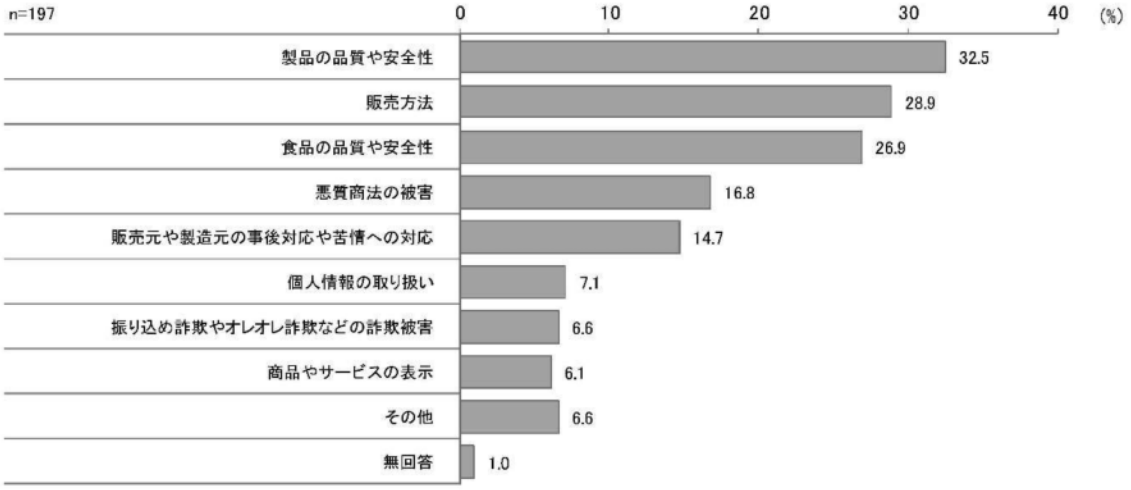
購入した商品・サービスを原因とする消費者トラブルの経験の有無については、約２割の人が「経験がある」と回答しており、具体的な消費者トラブルとしては、「製品の品質や安全性」についてが最も多くなっています。【図表20】【図表21】

【図表20】 消費者トラブルの経験の有無（家族が被害に遭った場合も含む）



出典：島根県「平成30年度島根県消費者意識基本調査」より作成

【図表21】 経験した消費者トラブルの内容

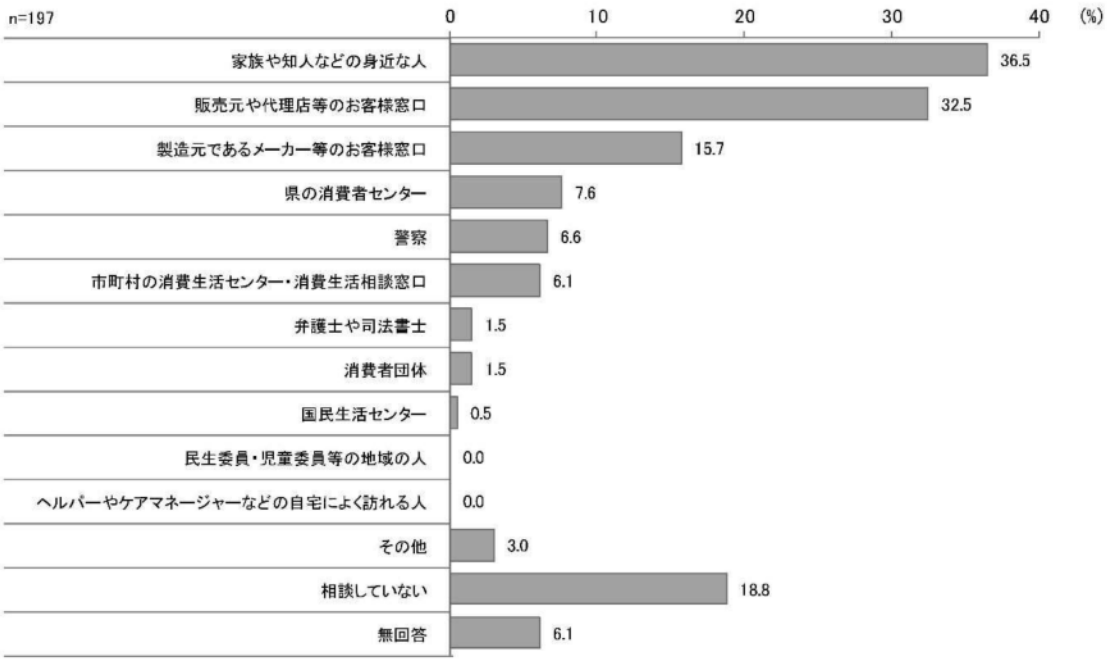


出典：島根県「平成30年度島根県消費者意識基本調査」より作成

また、「経験がある」と回答した人のうち、相談先について調査したところ「家族や知人などの身近な人」が36.5％と最も多く、以下「販売元や代理店等のお客様窓口」、「製造元であるメーカー等のお客様窓口」と続いています。

一方、「県の消費者センター」や「市町村の消費生活センター・消費生活相談窓口」に相談した人は、13.7％にとどまっています。【図表22】

【図表22】 消費者トラブルの経験のある人のうち、相談した相手方

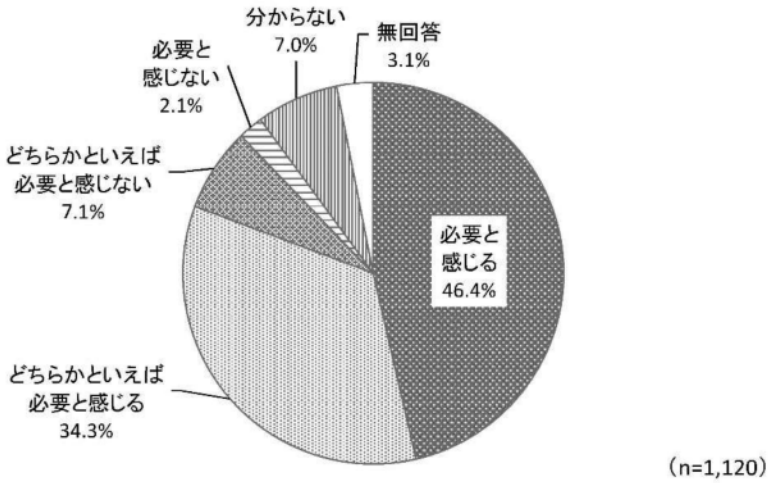


出典：島根県「平成30年度島根県消費者意識基本調査」より作成

③ 消費者被害に遭いやすい高齢者や障がい者等の見守りが必要と感じている

高齢者や障がい者を狙った悪質商法などによる被害を防止するため、地域で行われる見守り活動については、「必要と感じる」が46.4％、「どちらかといえば必要と感じる」は34.3％で、８割以上の人が必要と感じています。【図表23】

【図表23】地域における高齢者や障がい者の見守り活動の必要性



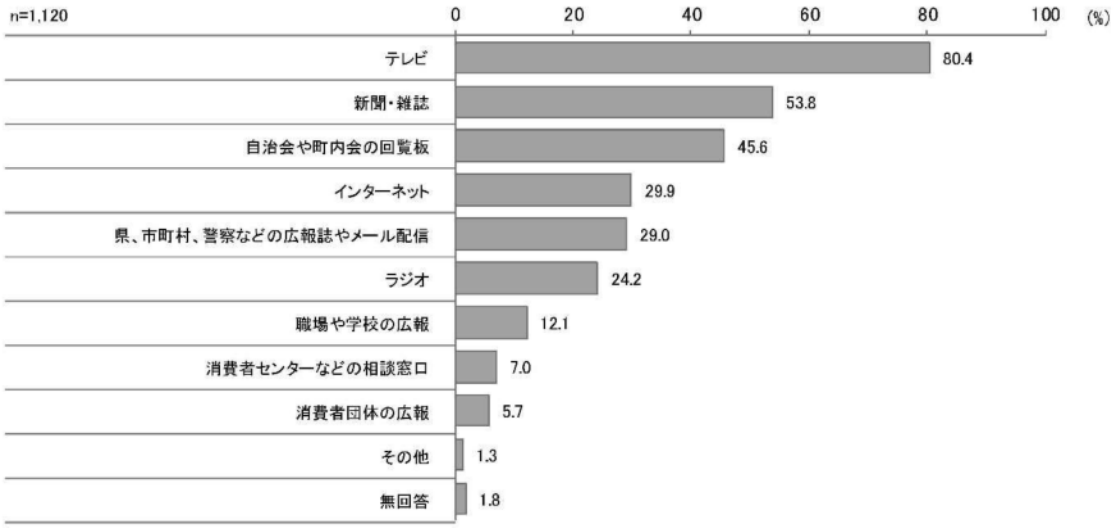
出典：島根県「平成30年度島根県消費者意識基本調査」より作成

④ 県消費者センターが発信する情報提供の手段は、テレビと新聞が有効

県消費者センターが情報を発信する際の効果的な手段については、「テレビ」が80.4％と最も多く、以下「新聞・雑誌」が53.8％、「自治会や町内会の回覧板」が45.6％と続いています。【図表24】

今後、より効果的と考えられる手段については、インターネットを挙げる人が29.9％あったほか、メール配信やＳＮＳなどに期待する意見もありました。

【図表24】県消費者センターによる情報発信の効果的な手段

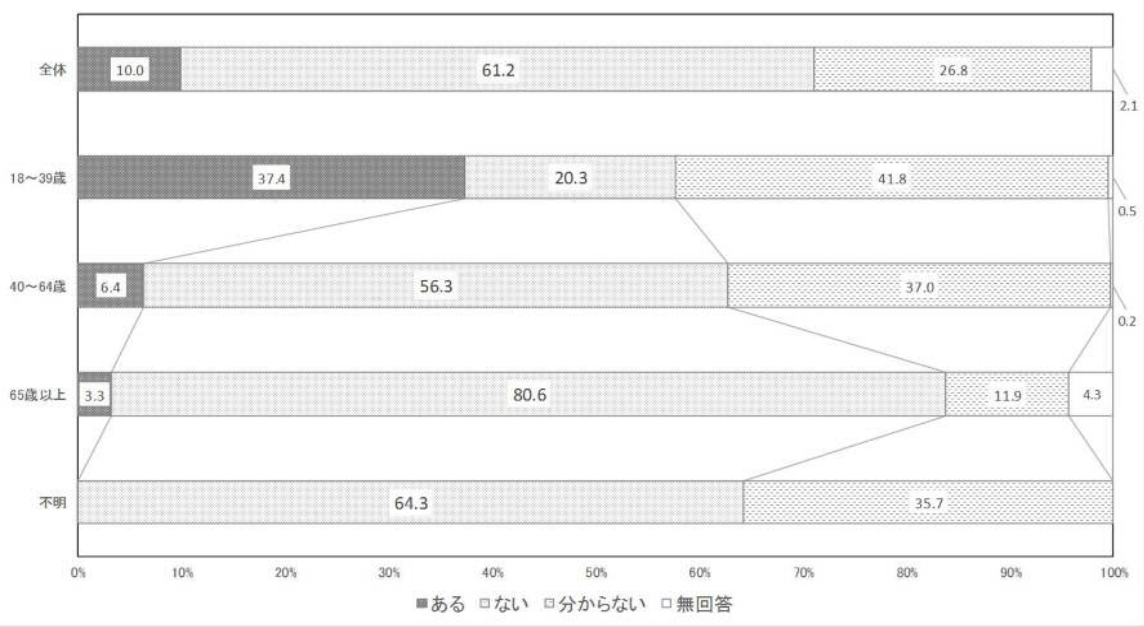


出典：島根県「平成30年度島根県消費者意識基本調査」より作成

⑤ 消費者教育を受けた経験がある人が若年者を中心に増加傾向

学校（小学校・中学校・高等学校・専門学校・大学）での消費者教育に関する授業を受けた経験については、「ある」と答えた人が18歳から39歳までの年代では３人に１人以上を占めており、以前と比較して増加しています。【図表25】

【図表25】学校における消費者教育に関する授業を受けた経験

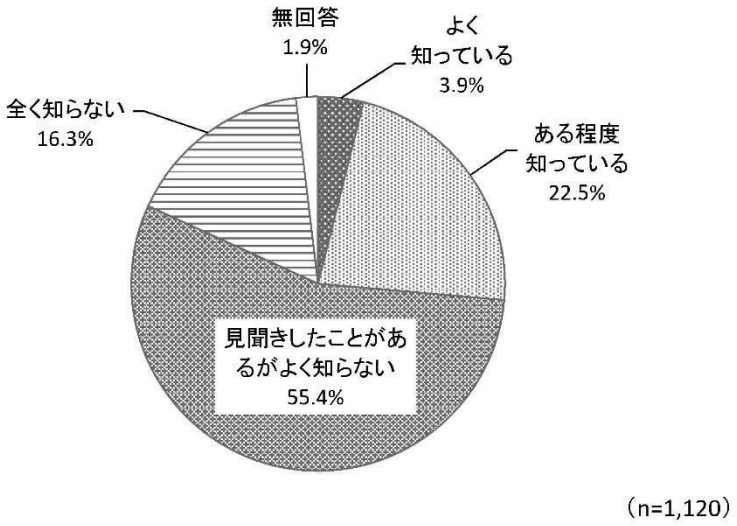


出典：島根県「平成30年度島根県消費者意識基本調査」より作成

⑥ 消費生活相談窓口の詳細を知らない人が多数

県の消費者センターや市町村消費生活センター・消費生活相談窓口の認知度については、「見聞きしたことがあるがよく分からない」と回答した人は55.4％と最も多く、一方で「よく知っている」が3.9％、「ある程度知っている」は22.5％で、これらを合わせた『知っている』と回答した人は全体の約４分の１にとどまっています。【図表26】

【図表26】県及び市町村の消費生活相談窓口の認知度



出典：島根県「平成30年度島根県消費者意識基本調査」より作成

５．今後の取り組むべき課題

消費者を取り巻く経済・社会環境の変化やこれまでの行政の取組状況に加え、このたび実施した島根県消費者意識基本調査の結果を踏まえると、今後県民の消費生活の安定及び向上を確保するために県が取り組むべき主な課題は、次のとおりです。

（１）消費者教育の充実

消費者教育推進法第９条に基づき平成25年６月に閣議決定された「消費者教育の推進に関する基本的な方針」が平成30年３月に変更され、消費者教育に係る当面の重点事項として次の３点が示されました。

①若年者の消費者被害の防止・救済、及び自主的かつ合理的に社会の一員として行動する自立した消費者の育成のための学校における消費者教育の推進

②消費者の特性に配慮し、ライフステージに応じた消費者教育の推進

③高度情報通信ネットワーク社会の発展に対応した消費者教育の推進

特に、若年者への消費者教育については、令和４年４月からの民法の成年年齢引下げに向け、実践的な消費者教育の実施が喫緊の課題となったことから、平成30年２月に関係４省庁（消費者庁・金融庁・法務省・文部科学省）が連携し、平成30年度から３年間を集中期間とする「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」が示されました。

実践的な消費者教育の取組の推進の方向として、学校教育において社会科や家庭科を中心に関係教科等における学習指導要領の趣旨の周知・徹底、消費者教育教材の開発や手法の高度化、消費生活相談員や弁護士等実務経験者の学校教育現場での活用、大学の教員養成課程や現職教員研修、教員免許更新講習等における消費者教育への取組等の施策が掲げられています。

具体的な数値目標として、新たに次の２点が掲げられました。

○消費者庁が作成した高校生向け消費者教育教材「社会への扉」を2020年度（令和２年度）までに全国の全ての高等学校に提供し、活用を促すこと

○学校教育現場における外部講師の活用（実務経験者の有する知識や経験を有効活用）するため、2020年度（令和２年度）までにすべての都道府県で消費者教育コーディネーターを育成・配置すること

消費者教育推進法では、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できるよう、その育成を積極的に支援することを旨として消費者教育を行うことが基本理念の一つとされています。これは、2030年までの国際目標である「持続可能な開発目標（ＳＤＧｓ）」の達成に向けた取組にも通じるものがあります。私たちの日々の消費活動が社会経済に与える影響は大きく、様々な社会的課題を解決し、持続可能な社会を形成するためには、消費者が社会

の一員としての責任を果たし、エシカル消費（倫理的消費）など人や環境に配慮した消費活動を行う必要があります。世界の未来を変えるのは日々の消費であるとの共通認識に立ち、より良い社会の実現に向けて積極的に行動する自立した消費者を育成することが今、求められています。

学校教育では、県・市町村教育委員会、私立学校、大学等関係教育機関や弁護士会等専門家組織と緊密に連携して各種取組を進めます。

社会教育では、ライフステージに応じて生涯を通じた切れ目のない学びの機会を提供するため、消費生活センターを地域における消費者教育の拠点として位置付け、様々な情報を集積し、地域住民に消費者教育を提供すると共に、消費者教育の担い手を育成していく必要があります。

今後は、新たに設立された県域の消費者ネットワークも消費者教育の担い手として、地域の要請に応じきめ細やかな教育・啓発事業を展開します。

（２）相談体制の充実

消費生活に関する相談内容は、高度情報通信社会の進展や経済のグローバル化に伴い、新たな商品・サービスの提供や取引形態が生じたことにより、ますます複雑・多様化しており、こうした相談に迅速かつ的確に対応していくためには、相談員等の資質の向上が求められます。

また、県内全ての市町村に消費生活相談窓口が設置されましたが、相談員を配置していない町村もあることから、どこの地域に住んでいても質の高い消費生活相談が受けられる体制を整備することも求められています。

このため、県消費者センター相談体制の充実として、相談員の研修機会を確保するとともに、より適切な相談対応ができるよう法律や福祉の専門機関等との連携を深めていく必要があります。

また、市町村相談体制の充実に向けては、相談対応についての技術的支援を強化するとともに、相談員を配置するための人材育成や、単独での相談員の配置が困難な町村には、複数の団体が連携して相談窓口の事務を処理するための仕組みづくりも検討していく必要があります。

（３）消費生活上特に配慮を要する消費者の被害防止

高齢化や核家族化が進んだことにより、一人暮らしの高齢者や高齢夫婦のみの世帯の割合は増加傾向にあります。

また、県消費者センターでは、60歳以上の契約者に関する相談件数の割合が高く、平成30年度は約４割を占めており、この傾向は今後も続くものと考えられます。

加えて、島根県消費者意識基本調査では、県民の多くが「高齢者や障がい者の消費者被害を防止するためには、地域の人たちの見守りが必要である」と回答しています。

このような状況から、消費生活上特に配慮を要する消費者の被害の未然防止の

ためには、本人や家族等に対しての注意喚起や啓発等に加え、地域の中で自治会、民生委員、福祉団体、消費者団体、警察等の人たちが連携して見守っていくことが必要です。

（４）消費生活の安全確保

島根県消費者意識基本調査では、多くの人が「食品・製品の安全性」や「悪質商法・詐欺」に関心があると回答しています。

実際に、食の安全性を脅かすような事案や、家電製品による火災など、生命や身体に危害を及ぼす事故の発生や、悪質商法・特殊詐欺による消費者被害も依然として多数発生しています。

このような状況から、消費者の安全で安心な消費生活を確保するため、消費者事故や悪質商法の手口等の情報を、新聞・テレビ・インターネットなどの様々な情報手段を活用して、分かりやすく迅速に提供していく必要があります。

また、事業者に対しては、商品・サービスの安全性や表示の適正化を確保するため立入検査等を行い、違法・不当な取引を行う悪質な事業者には、法令に基づき厳正な指導・取締りを実施することが必要です。

なお、事業者に対する立入検査、処分等の権限については、これまでも関係法令に基づき、県から市町村へ移譲されてきましたが、平成30年４月１日には松江市が中核市※9に移行し、多くの保健衛生業務を担うなど、権限が移譲されたことから、法令に基づく事業者への指導・取締りに当たっては、市町村との連携が重要となっています。

※９　中核市

地方分権を進めるための都市制度の一つです。

平成30年４月１日に中核市となった松江市は、保健所を設置し、食品衛生法、食品表示法、健康増進法等の保健衛生業務を担うなど、多くの権限の移譲を受けました。

第３章　計画の目的と基本理念

１．計画の目的

消費者施策の推進を図り、もって県民の消費生活の安定及び向上を確保します。

２．基本理念

消費者の権利を尊重し、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援するとともに、消費生活上特に配慮を要する消費者の利益を擁護し安全な生活環境を確保します。

基本理念

＜消費者の権利の尊重＞

島根県消費生活条例では、次の８つを消費者の権利として規定しており、これらの権利を尊重した消費者施策を進めます。

① 商品・サービスにより消費者の生命・身体・財産に危害を与えられないこと
② 消費者の自らの意思で事業者や商品・サービスの選択が自由にできること
③ 不当な手段で契約させる行為などを押し付けられないこと
④ 業者や商品・サービスを選択するうえで、必要となる情報が提供されること
⑤ 消費生活に関する教育を受ける機会が提供されること
⑥ 県の消費者施策に消費者の意見が反映されること
⑦ 消費者に被害が生じた場合に適切かつ迅速に救済されること
⑧ 消費者の個人情報の適正な取扱いが確保されること

＜消費者の自立の支援＞

消費者の自立とは、次のことをいい、県民が自主的かつ合理的に行動できる消費者になることを支援します。

① 自分なりの考え方をもち、合理的・論理的な思考に基づいて消費行動をすること
② 事業者や商品・サービスを選択する際に必要な情報をできるだけ多く収集し、的確に判断すること
③ 消費者トラブルに遭ったときに、自らで解決すること、又は専門の相談機関に相談すること

＜消費生活上特に配慮を要する消費者の利益の擁護＞

高齢者や障がい者等の社会的孤立や判断能力の低下等の要因による消費者被害を防止するため、「消費者被害に遭いやすい人の擁護」を進めます。

↓

目的　県民の消費生活の安定及び向上を確保する

３．施策体系

県民の消費生活の安定及び向上を確保するため、３つの基本方針と９つの施策に基づき消費者施策を展開します。

（１）基本方針Ⅰ　消費者教育の推進

成年年齢の引下げを見据え、学校における消費者教育を推進するとともに、地域、家庭、職場等、消費者のライフステージに応じた様々な教育の場を活用した消費者教育を推進します。

また、消費者団体ネットワークによる消費者活動を支援することにより、消費生活の様々な課題解決に向けた住民主体の取組を促進します。

施策①　消費者教育の総合的・一体的推進
施策②　消費者団体等の活動への支援
施策③　消費生活情報の発信

（２）基本方針Ⅱ　消費生活相談体制の充実・強化

相談案件の複雑化や外国人住民の増加などの環境の変化に対応した相談体制を確保するとともに、住民にとって身近な相談窓口である市町村相談体制の充実・強化を支援します。

施策④　県消費者センターの充実
施策⑤　市町村相談体制の充実に向けた支援

（３）基本方針Ⅲ　消費生活の安全・安心の確保

安全で安心な消費生活を確保するため、消費生活上特に配慮を要する消費者への見守り体制の推進や、消費者事故等の未然防止・拡大防止、取引行為の適正化等に取り組みます。

施策⑥　消費生活上特に配慮を要する消費者の被害防止
施策⑦　消費者事故等の未然防止・拡大防止
施策⑧　規格・表示、取引行為の適正化
施策⑨　県民意見の反映

第４章　施策の展開

１．指　標

（１）全体指標の設定

計画全体の目的の達成度を測るため、全体指標を次のとおり設定します。

クーリング・オフ制度は、消費者トラブルに遭遇した場合、消費者自らがそのトラブルを解決することができる重要な手段のひとつです。そのため「消費者の自立」を測る全体指標として『クーリング・オフ制度の認知度』を設定します。

目標値については、認知度が最も高かった平成23年度の85%から低下し、近年は80%前後で推移していることから、第４期の目標値と同じ85%に設定しました。

また、自ら消費者トラブルを解決できない人には、相談ができる専門的な機関があることを知ってもらうことが必要です。そのため、『消費生活相談窓口の認知度』を全体指標として設定します。

目標値については、消費生活相談窓口の存在を知っていることが消費者被害を救済するための第一歩であることから、第４期の目標値と同じ100%に設定しました。

今計画では、その基本理念である自主的かつ合理的に行動する自立した消費者の指標として、『社会や環境等に配慮した商品・サービスを選択している人の割合』を新たに設定します。

目標値については、平成30年度に国が実施した「消費者意識基本調査」によると環境に配慮した商品やサービスを選択する人は約６割ですが、エシカル消費（倫理的消費）を実践している人は約１割であることから、50%に設定します。

これらの数値は、県が実施する島根県政世論調査等において毎年調査を行います。

この３つの目標値の達成に向けて、今後５年間総合的・一体的に各消費者施策に取り組みます。

【全体指標】

指　標　名	前期目標値	現状(R元)	目標(R6)
クーリング・オフ制度を知っている人の割合	85%	81.9%	85%
消費生活相談窓口を知っている人の割合	100%	91.0%	100%
社会や環境等に配慮した商品・サービスを選択している人の割合	―	―	50%

※クーリング・オフ制度の認知度は、制度の内容まで理解して初めて活用できる制度であるため、「よく知っている」「ある程度知っている」と回答した人のあわせた割合です。

※消費生活相談窓口の認知度は、まず、相談窓口の存在を知ってもらうことが消費者被害の救済の第一歩であることから、「よく知っている」「ある程度知っている」「見聞きしたことがある」と回答した人のあわせた割合です。

※社会や環境等に配慮した商品・サービスを選択している人の割合は、直近の１年間にこうした商品・サービスを「購入又は利用したことがある」と回答した人の割合です。

（２）個別指標の設定

本県における消費者施策を推進するため、前章において３つの基本方針と９つの施策を設けました。

これらの達成度を測る指標として、各施策に個別指標を設定しました。

２．施策の内容

≪基本方針Ⅰ　消費者教育の推進≫

施策①　消費者教育の総合的・一体的推進

消費者教育は、知識を一方的に与えるのではなく、日常生活の中で実践的な能力を育み行動できる消費者の育成を目指して行われるものです。

消費者教育推進法では、自立した消費者の育成に加え、自らの消費行動が現在及び将来の世代にわたり社会経済及び地球環境に与える影響を自覚し、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参加する「消費者市民社会」の形成を目指して行います。

また、国の定めた「消費者教育の推進に関する基本的な方針」において、消費者教育の推進にあたっては、年齢や性別等の消費者の特性に配慮するとともに、学校、地域、職域等の様々な場において消費者教育を総合的・一体的に行っていくこととしています。

特に、民法の成年年齢引下げを見据え、若年者の消費者被害の防止・救済のため、また、自主的かつ合理的に社会の一員として行動する自立した消費者の育成のため実践的な消費者教育を推進することが喫緊の課題となっています。

このため、県消費者行政所管部局に消費者教育コーディネーターを配置し、教育委員会とも連携して県内の小・中・高等学校や特別支援学校、大学等に外部人材を講師として派遣し、実践的な消費者教育を推進します。外部講師の選定・派遣においては、弁護士会、司法書士会、金融広報委員会、消費者団体、事業者団体等の関係団体と連携します。

１ 様々な場における消費者教育の推進

（１）学校における消費者教育の推進

① 小学校、中学校、高等学校等における消費者教育

学校教育では、教育基本法や学校教育法の基本理念を踏まえ、学習指導要領に基づく児童生徒の「生きる力」を育むことを目指し、自立した消費者として成長するための基盤を培う消費者教育を実施しています。

たとえば、小学校では、社会科において地域の社会生活を営む上で大切な法やきまりを、家庭科において物や金銭の大切さや計画的な使い方などを学習します。

中学校では、社会科において、身近な消費生活を中心に契約の重要性やそれを守ることの意義及び個人の責任、金融などの仕組みや働き、消費者行政などを学ぶほか、技術・家庭科において、消費者の基本的な権利と責任、販売方法の特徴や生活に必要な物資・サービスの選択・購入・活用、環境に配慮した消費生活などについて学習します。

高等学校では、公民科において、消費者に関する問題を学習するほか、家庭科

において、消費生活の現状と課題や消費者の権利と責任、消費生活と生涯を見通した経済の計画、契約、消費者信用及びそれらをめぐる問題や消費者の自立と支援などを学習します。

今後、県の消費者行政所管部局に消費者教育コーディネーターを配置し、実務経験者（消費生活相談員、弁護士、司法書士、金融経済教育の実務者等）を外部講師として活用するよう学校等に働きかけます。

さらに、県内のすべての高等学校等において、消費者庁作成「社会への扉」をはじめ実践的な消費者教育教材を活用し主体的・対話的で深い学びが実現されるようアクティブ・ラーニングの視点に立った授業改善が行われるよう支援します。

② 大学・専門学校等における消費者教育

成年者と未成年者が混在する大学や専門学校においては、消費者の権利と責任が大きく変化することを踏まえ、社会的経験の浅い学生が安心して学生生活を送れるよう、入学ガイダンス等の早い段階で、契約に関するトラブルやその対処方法について啓発を行うことが必要です。

令和４年４月１日からの民法の成年年齢引下げ後は、すべての大学生・専門学校生が成年となるため、大学や専門学校等での消費者教育は一層重要なものとなります。

このため、県消費者センター等による消費者問題出前講座や県金融広報委員会による金融講座、消費者被害防止に関する啓発活動や相談対応、外部人材を講師とする消費者問題の講義やゼミ等を通じ、学生に対する消費者教育が一層推進されるよう支援します。

（２）地域における消費者教育の推進

健全な消費生活を送るためには、学校における消費者教育のほか、成年になってから高齢期までの生涯にわたる消費者教育も必要であり、地域における取組みは重要です。

本県では、公民館やコミュニティセンターでの社会教育活動が盛んであり、地域の人々に身近な学習や交流の場として、消費者問題に関する普及・啓発を実施するなど大きな役割を果たしています。

また、県域の消費者ネットワーク、市町の消費者問題研究会、消費生活協同組合やＮＰＯ団体などの消費者団体が行っている普及・啓発の取組も地域における消費者教育を進めるうえで大変重要です。

このため、公民館や消費者団体などが開催する講座への講師派遣や、啓発冊子の配布を行うなど、連携して地域の消費者教育を推進します。

（３）家庭における消費者教育の推進

家庭において、子どもと保護者が一緒になって、金銭や物を大切に扱うことや、スマートフォン・インターネットの適正な利用方法などについて話し合うことは、家庭でのルールづくりにもつながり、幼児期からの消費者教育の一環として考えられます。

このため、保護者が子どもの消費者教育に活用できるパンフレット等を配布するなど、家庭における消費者教育を支援します。

（４）職場における消費者教育の推進

就職して社会に出ると、自ら合理的に判断し行動することがますます求められます。特に被用者の場合は、消費者教育の学びの場が少なくなるため、事業者がその従業員に対して行う消費者教育は重要なものとなります。

このため、事業者が実施する社員研修に県消費者センターから講師を派遣するなど、職場での消費者教育を支援します。

２ 他の消費生活に関連する教育と消費者教育との連携推進

（１）環境教育

環境教育は、「環境教育等による環境保全の取組の促進に関する法律」に基づいて推進されており、その中でも持続可能な社会を実現するための視点を取り入れた環境教育の実践が特に重要となっています。

こうした環境教育は、持続可能な消費の実践を目指す消費者教育と関わりが深いことから、庁内関係課と連携した消費者教育を推進します。

（２）食育

食育は、食育基本法や国の食育基本計画、また、島根県食育推進計画に基づいて推進されています。

食育の中で、望ましい食習慣の確立、食への感謝の心の醸成、食品ロスの削減、地産地消の推進などの取組は、持続可能な社会の形成を目指す消費者教育においても重要なものです。

また、質の良い食品の選択や適切な食生活を行うことは、食品の安全性などに関する知識を深めることになり、消費者教育と密接な関係があることから、庁内関係課と連携した消費者教育を推進します。

（３）法教育

法教育は、法律の専門家ではない一般の方が、法や司法制度などを理解し、法的なものの考え方を身につけるための教育のことです。

法教育の一部には、契約自由の原則※10や私的自治の原則※11など、消費活動の前提となる身近な法律の理解も含まれていることから、法教育は消費者が自立した消費生活を営むために大切なものです。

このため、弁護士会、大学等が実施する法教育と連携した消費者教育を推進します。

※10　契約自由の原則について 　契約を当事者の自由にまかせ、国家はこれに干渉してはならないとする原則
※11　私的自治の原則について 　私人間の法律関係（権利義務の関係を成立させること）は、一切自主的決定にまかせ、国家が干渉してはならないとする原則

（４）金融教育

金融教育は、県民一人ひとりが、金融リテラシー（金融に関する知識・判断力）を身につけ、金融や経済の知識だけでなく、家計管理や将来の資金を確保するための長期的な生活設計を行う習慣や能力を身につけるための教育のことです。

また、保険商品やローン商品等の金融商品を利用するときの適切な知識について理解することも、金融教育の一部です。

これらの知識は、自立した消費生活を営むうえで必要不可欠であり、消費者教育の重要な要素といえます。

このため、島根県金融広報委員会が実施する金融教育と連携した消費者教育を推進します。

【個別指標】

指　標　名	前期目標値	現状(H30)	目標(R6)
消費者問題出前講座の開催回数	１７０回	１７２回	１７０回
学校における消費者教育の実践研究数	５団体	５団体	５団体

【事務事業】

事業名	事業内容	担当課
消費者教育コーディネート事業	県に消費者教育コーディネーターを配置し、県内の学校に外部人材を講師として派遣し、実践的な消費者教育を推進します。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
消費者教育実践研究委託事業	消費者教育の技術向上のため、学校教育で消費者教育を行う各教科研究会に対して教育手法や教材開発等の研究を委託し､その成果を県内教員に周知します。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
社会人向け講座の開催（消費者リーダー育成事業）	住民に身近な地域で消費者教育や啓発活動を行うことができる人材を育成するための入門編の講座を開催するとともに、修了者に対して継続的に情報提供を行います。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
消費者問題出前講座事業	学校や公民館等に県消費者センターの相談員等を講師として派遣し、年齢に応じた相談事例や解決策のアドバイスを行います。	環境生活総務課消費とくらしの安全室

出前講座講師派遣バンク事業	消費者リーダー育成講座の修了生や相談員等を消費者問題出前講座の講師として登録し、県が実施する出前講座に派遣します。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
エシカル消費の普及（環境や社会問題に配慮した消費活動の普及）	消費者が地球環境やフェアトレード、食品ロス削減に配慮した行動を行い、持続可能な社会の形成に参画する「消費者市民社会」の実現に向けて、環境への負担の少ないライフスタイル等を促進する研修会、啓発資料の作成・配布やＳＮＳ等による情報提供を行います。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
金融広報委員会事務	県民が健全で合理的な家計運営を実現できるように、島根県金融広報委員会と連携して、金融に関する広報または消費者教育を実施します。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
児童生徒、保護者を対象とした金銭・金融教育研究指定事業	児童生徒に適切な金銭感覚を育てる場として、小中学校及び高等学校において保護者や島根県金融広報委員会と協力して金銭・金融教育を行います。	教育指導課
小中学校における消費者教育推進のための支援	各小中学校が教育活動全体を通じて消費者教育が実施されるよう、消費者教育の全体計画を作成し、消費者教育の指導の充実を目指すとともに、指導主事の派遣等により、授業研究等の校内研修の充実を支援します。	教育指導課
高等学校及び特別支援学校における消費者教育の充実	高等学校では、公民科、家庭科などの授業において、消費生活の現状と課題やこれからの消費生活の在り方、消費者の自立と支援などを指導します。また、生徒の実情に応じ、外部講師や教員による消費生活セミナー等を実施します。	教育指導課
しまね流エコライフ推進事業	環境に配慮したライフスタイルへの転換を図るため、学校での体験型の環境教育の支援や、婦人会等との連携による食べ残し削減についての普及啓発を行います。	環境政策課
食育活動を通じた食の安全に関する意識の向上	島根県食育・食の安全推進協議会や、地域における啓発活動を通じて「食の安全」に関する各種情報の提供を行います。	健康推進課
高齢者被害防止対策事業	自治体や防犯ボランティアと連携しながら高齢者を対象とした防犯講習等を実施し、高齢者の被害防止活動を行います。	警察本部生活安全企画課

施策②　消費者団体等の活動への支援

県内には、消費者活動を行う様々な団体や組織が数多くあり、消費者の自立に向けた取組を推進するうえで、現に消費者問題に取り組み、地域に密着して消費者教育や啓発活動を行っている消費者団体等の役割は非常に重要です。一方で、その活動に取り組む新たな担い手の育成・確保が課題となっています。

このため、県では消費者団体等への財政的・技術的支援を行うとともに、効果的な消費者教育・啓発を行うための情報提供や意見交換会を実施します。

また、県域の消費者ネットワークと連携・協力し、県内の消費者団体間の連携や交流を深め、組織や取組の活性化につながる活動を支援します。

【個別指標】

指　標　名	前期目標値	現状(H30)	目標(R6)
県と民間の消費者行政事業協働件数	１５件	１７件	２０件

【事務事業】

事業名	事業内容	担当課
明日への消費者活動支援事業（消費者団体教育機能強化事業）	人口減少と高齢化が進む中で、エシカル消費やＳＤＧｓなど新たな課題にも取り組んで消費者市民社会の形成を図るために消費者団体が行う事業を支援します。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
市町村消費者問題研究協議会等との意見交換会の開催	各市町村圏域で活動している消費者問題研究協議会等との意見交換を行い、今後の消費者施策を推進するにあたっての意見を取り入れます。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
社会人向け講座の開催（消費者リーダー育成事業）【再掲】	住民に身近な地域で消費者教育や啓発活動を行うことができる人材を育成するための入門編の講座を開催するとともに、修了者に対して継続的に情報提供を行います。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
消費者団体ネットワーク支援事業	県域の消費者ネットワークの自立的、持続的活動を支援するとともに、当該ネットワークと連携・協力し、地域で消費者活動を行う様々な団体・組織の活性化を支援します。	環境生活総務課消費とくらしの安全室

施策③　消費生活情報の発信

消費者が自主的かつ合理的に行動し、消費者被害を未然に防止するためには、消費生活に関する正しい知識を習得することが重要です。

そのため、県では、ワンクリック請求やマルチ商法などの悪質商法、また、マイナンバー制度や医療費の還付金制度など、社会の仕組みを悪用した詐欺の手口等の最新の消費者問題に関する情報や、平成27年７月からスタートした「消費者ホットライン（最寄りの相談窓口を案内するシステム）＝１８８（いやや）」をはじめとする消費生活相談窓口の情報を、様々な世代に応じた効果的な広報媒体を利用して、わかりやすく迅速に発信します。

また、毎年５月の消費者月間において広報啓発を集中的に行い、県民の消費者問題への関心を高めるとともに、消費生活に関する知識の普及に努めます。

【個別指標】

指　標　名	前期目標値	現状(H30)	目標(R6)
消費生活に関する情報の提供回数	５００回	７１３回	６００回

※テレビ、新聞、ラジオ、ＳＮＳによる情報提供回数
（テレビ、ラジオCMは１本につき１回とする）

【事務事業】

事業名	事業内容	担当課
消費者啓発推進事業	各種相談窓口（(独)国民生活センター、県消費者センター、市町村相談窓口）の周知や消費者トラブルの未然・拡大防止を図るため、年齢や地域の特徴に応じて、テレビ、ラジオ、ホームページ、広報誌、ＳＮＳ等の様々な広報媒体を利用して情報発信を行います。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
消費者問題出前講座事業【再掲】	学校や公民館等に県消費者センターの相談員等を講師として派遣し、年齢に応じた相談事例や解決策のアドバイスを行います。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
青少年を健やかに育む意識向上事業	社会全体で青少年育成に取り組む意識を高める体制づくりを進めるため、学校や家庭、地域、関係機関・団体との連携を強化します。	青少年家庭課

≪基本方針Ⅱ　消費生活相談体制の充実・強化≫

施策④　県消費者センターの充実

高度情報通信社会の進展や経済のグローバル化に伴い、新たな商品・サービスが次々に登場し、消費生活に関する相談はますます複雑・多様化してきています。

このような消費者からの相談に迅速・的確に対応するため、県消費者センターの相談体制の更なる充実に努めます。

具体的には、相談員の一層の資質向上を図るため、(独)国民生活センターが実施する研修会等への積極的な派遣や、高度な法律知識を必要とする相談に対応するため、弁護士会等の専門機関との連携強化に取り組みます。

また、個人情報保護に関する苦情、多重債務やギャンブル等依存症に関する相談に対して的確に対応できるよう庁内関係課との連携を図ります。さらに、消費生活相談以外の事案については他の相談機関と連携して適切な対応に努めます。

【個別指標】

指　標　名	前期目標値	現状(H30)	目標(R6)
消費者相談のあっせん時解決率	87.0%	90.6%	91.0%

※相談者と事業者との交渉が円滑に行われるよう、県消費者センターがあっせんし解決に至った割合

【事務事業】

事業名	事業内容	担当課
国民生活センター研修等への相談員派遣	相談員の資質向上を図るため、(独)国民生活センター等が実施する各種研修に相談員を派遣します。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
消費生活審議会苦情処理部会によるあっせん	消費者からの苦情相談のうち、解決困難な事案を消費生活審議会苦情処理部会に付託し、より公平な立場からの解決策を提案します。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
外国人住民対象消費生活相談窓口の開設	（公財）しまね国際センターと連携し、消費生活上の法制度や商習慣等の違いから生じるトラブルの相談に多言語で対応します。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
弁護士無料相談会	島根県弁護士会と連携し、高度な法律知識を必要とする相談に対応するため、定期的に弁護士による無料法律相談会を実施します。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
多重債務無料相談会	多重債務者に債務の整理方法などを助言するため、島根県弁護士会等と連携した無料相談会を開催します。	環境生活総務課消費とくらしの安全室

法律アドバイザーの設置	島根県弁護士会とアドバイザー契約を結び、相談業務の中で法律上の問題が生じた場合、弁護士から助言を受け、相談の早期解決を図ります。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
訴訟費用貸付制度	少額の消費者被害（数十万円）でも訴訟を行いやすくし､被害を受けた消費者の法的救済を拡充するため、訴訟に充てる資金の貸付を実施します。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
消費者被害連絡会議	県消費者センターと県警察本部広報県民課、生活安全企画課及び生活環境課が連絡を密にし、消費者被害の効率的な処理及び未然防止に努めます。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
島根県弁護士会との懇談会	県消費者センターと消費者問題に携わる県内の弁護士と意見交換会を実施し、島根県弁護士会との連携強化や相談員の資質向上に努めます。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
非常時における相談体制の整備	災害や事故等の非常事態に際して、国や県が定めた行動計画に基づき、消費者相談が継続できるよう体制の整備に努めます。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
個人情報の適切な取扱い	島根県個人情報保護条例に基づき県の保有する個人情報の適切な取扱いに努めるとともに、個人情報保護制度に関し、県民等の相談に対応することにより「消費者」の個人情報の保護に努めます。	総務課
生活困窮者自立支援制度	経済的に困窮し、最低限度の生活を維持できなくなるおそれのある人に対し、自立相談支援事業の実施、住居確保給付金の支給、その他生活再建に向けた支援を実施することにより、生活困窮者の自立の促進を図ります。	地域福祉課

施策⑤　市町村相談体制の充実に向けた支援

県では、県民がどこの市町村に住んでいても質の高い消費生活相談を受けられるよう、国が掲げる地方消費者行政強化作戦に基づき、市町村の消費生活相談体制の充実に向けて支援します。

具体的には、国の地方消費者行政強化交付金による財政支援を行うとともに、市町村に助言、協力、情報提供その他の援助を行う指定消費生活相談員を県消費者センターに配置し、研修会・巡回訪問の拡充などにより、相談業務にかかる助言、協力、情報提供などの技術的支援を行います。

また、相談員を確保しやすい環境を整備するために、「島根県消費生活相談員人材バンク」を活用し、市町村等の消費生活相談員として勤務を希望する有資格者等を把握、登録し、市町村等へ人材情報の提供を行います。

【個別指標】

指　標　名	前期目標値	現状(H30)	目標(R6)
巡回訪問を実施した市町村数 （Ｒ６までの累計）	19市町村	19市町村	19市町村

【事務事業】

事業名	事業内容	担当課
島根県消費者行政推進・強化事業	国の地方消費者行政強化交付金を財源として、市町村の消費者行政の強化に資する取組を支援します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
指定消費生活相談員の配置	市町村に助言、協力、情報提供その他の援助を行う指定消費生活相談員を県消費者センターに配置します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
市町村相談窓口担当者研修会	複雑・多様化する消費者相談に、迅速・的確に対応できるよう、市町村相談窓口の相談員や行政職員を対象にスキルアップ研修会を実施します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
市町村巡回訪問	指定消費生活相談員等が市町村を訪問して、相談担当者に相談業務にかかる具体的な助言、協力、情報提供を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
島根県消費生活相談員人材バンク	市町村等の消費生活相談員として勤務を希望する有資格者等を把握、登録し、市町村等へ人材情報の提供を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室

施策⑥　消費生活上特に配慮を要する消費者の被害防止

高齢者や障がい者等は、社会的孤立や判断力の低下等の要因により、悪質商法や特殊詐欺の被害に遭いやすく、県消費者センターへの相談は高止まりの傾向にあります。

また、本人からの相談がなく、その対応が遅れることで被害が拡大しているケースもあります。

こうした消費生活上特に配慮を要する消費者の被害を未然に防止するためには、本人に対しての注意喚起や啓発等に加え、地域の関係者で見守り、不審な電話や大量に商品を購入させられている等の変化に早い段階で気づき、家族や相談機関等に適切につなぐことが大切です。

このため、県内に今なお残る、人と人との繋がりや人を思いやるやさしさなどの“地域コミュニティの強さ”を活かして、行政や警察、医療・福祉などの様々な関係者を構成員とする「地域見守りネットワーク」の構築を進めていきます。

また、分かりやすく隅々まで行きわたるような情報提供を行うため、警察や関係団体と連携して個別訪問を実施するとともに、必要に応じて弁護士会等と連携し、成年後見制度の活用等により、高齢者や障がい者の権利擁護に努めます。

【個別指標】

指　標　名	前期目標値	現状(H30)	目標(R6)
地域見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会）が設置されている市町村数（Ｒ６までの累計）	19市町村	５市町村	19市町村
市町村の地域見守りネットワーク設置による県内人口カバー率（Ｒ６までの累計）	－	43.7%	100%

【事務事業】

事業名	事業内容	担当課
県地域見守りネットワーク（島根県高齢消費者被害防止対策会議）の開催	近年、増加・悪質化する高齢消費者被害に対し、関係機関・団体等が連携をとり、被害の未然防止を図るため、島根県高齢消費者被害防止対策会議を開催します。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
市町村地域見守りネットワーク（市町村消費者安全確保地域協議会）の構築支援	行政職員や民生委員、自治会等の見守る立場の人への研修や情報提供を実施し、「市町村地域見守りネットワーク(市町村消費者安全確保地域協議会)」の構築を支援します。	環境生活総務課消費とくらしの安全室

消費者啓発推進事業【再掲】	消費者センターの周知や消費者トラブルの未然・拡大防止を図るため、年齢や地域の特徴に応じて、テレビ、ラジオ、ホームページ、広報誌、ＳＮＳ等の様々な広報媒体を利用して情報発信を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
個別訪問等による被害防止広報・啓発	警察官や民生委員等による個別訪問活動の際に、悪質商法や特殊詐欺等の手口について、直接的な被害防止広報・啓発を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室 警察本部生活安全企画課
地域福祉セーフティネット推進事業	地域の福祉活動をコーディネートするコミュニティソーシャルワーカーの実践力強化研修を実施します。また、福祉教育推進事業やボランティアセンター事業を実施し、県民の福祉活動への参加を促進します。	地域福祉課
日常生活自立支援事業	認知症高齢者、障がい者などのうち判断能力が十分でない人たちが地域において自立した生活が送れるよう、利用者との契約に基づき、福祉サービスの利用援助などを行います。	地域福祉課
民生委員活動推進事業	民生委員・児童委員の活動を支え、そのレベルアップを図るため、活動費の支給及び研修機会の提供などを行います。	地域福祉課
健康長寿しまね推進事業	健康長寿日本一を掲げ、健康で明るく、生きがいをもって生活する地域社会の実現をめざし、住民相互の支え合いなど地域の絆を大切にすることにより地域力を高め、「生涯現役の健康なまちづくり」を推進します。	健康推進課
高齢者介護予防推進事業（地域包括支援センター運営支援事業）	高齢者の総合相談機能を担う地域包括支援センター職員の資質の向上を図るための研修を実施するとともに、広く地域包括支援センターについて周知します。	高齢者福祉課
認知症施策推進事業	認知症に関して早期の段階からの適切な診断と対応ができる仕組みづくりや、認知症に対する正しい知識や理解の普及など、市町村等関係機関と連携し、総合的な認知症施策を推進します。	高齢者福祉課
市町村地域生活支援事業（成年後見制度利用支援事業等）	判断能力が十分でない知的障がい者又は精神障がい者の成年後見制度の利用を促進するため、市町村が実施する成年後見制度の利用経費助成事業等を支援します。	障がい福祉課

施策⑦　消費者事故等の未然防止・拡大防止

県民の生命・身体に危害をおよぼすおそれのある食品の異物混入や製品のリコール情報を、テレビ、ラジオ、ホームページ、ＳＮＳ等を活用して、迅速かつ的確に消費者へ周知します。

また、市町村においてもこうした情報を広報誌や防災無線等に取り上げられるよう、市町村への情報提供に努めます。

県消費者センターに消費生活製品の事故情報が寄せられたときは、必要に応じて(独)国民生活センター等に技術的な調査と評価を依頼し、事故原因の究明を行います。

また、地震や風水害、新型インフルエンザ等の非常事態が発生したときは、生活関連物資の便乗値上げや買占め及び売惜しみを防ぎ、安定的な供給が行われるよう必要に応じて調査監視を行います。

併せて、消費者自らが食品や製品についての品質や安全性等を適正に判断し、その選択や取扱ができるよう普及啓発します。

【個別指標】

指　標　名	前期目標値	現状(R元)	目標(R6)
消費生活相談窓口を知っている人の割合	100%	91.0%	100%

【事務事業】

事業名	事業内容	担当課
消費者安全法に基づく情報提供	消費者安全法に基づく消費者庁からの消費者事故等の情報を受け、各市町村に対し事故防止や注意喚起の周知を行います。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
消費生活用製品安全法に基づく情報提供	消費生活用製品による県民の生命または身体に対する危害の防止を図るために、消費者庁が公表した消費生活用製品の重大製品事故や新規リコール情報を各市町村に提供します。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
消費者啓発推進事業【再掲】	県民の生命・身体に危害をおよぼすおそれのある消費者事故の未然防止・拡大防止を図るため、テレビ、ラジオ、ホームページ、広報誌、ＳＮＳ等の様々な広報媒体を利用して、速やかに情報を発信します。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
非常時における生活関連物資に関する調査	地震、風水害、新型インフルエンザ等の非常事態が発生した際、県民の消費生活に関連の高い物資（生活関連物資等）の円滑な供給を確保するため、需給状況や流通の実態等について、必要な調査を行います。	環境生活総務課消費とくらしの安全室

医薬品等の安全確保事業	「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律」に基づいて、医薬品等の製造業、薬局及び医薬品販売業等への監視を行い、医薬品の管理や情報提供等が適正に行われるよう指導を行います。	薬事衛生課
食品衛生に関する啓発・情報発信事業	監視指導結果、食中毒事例等について、県ホームページ等を通じて情報の提供に努めます。また、家庭における食中毒の発生防止等を目的として、衛生講習会の開催ＴＶスポットにより食中毒予防の呼びかけを実施します。	薬事衛生課
食品衛生関係指導育成事業	食品衛生施設の監視に際しては、原材料の仕入れ、調理・製造、出荷等の各工程に潜在する危害を分析したうえで、食品製造事業者が実施する危害発生防止対策の妥当性の評価と実施状況について確認助言を行います。	薬事衛生課
美味しまね認証制度を核としたＧＡＰ推進事業	マーケットが求めるＧＡＰの高度化への対応、県内におけるＧＡＰ取組のレベルアップを図るため、上位認証「美味しまねゴールド」を含む「国際水準ＧＡＰ」認証取得を進めます。	農産園芸課

施策⑧　規格・表示、取引行為の適正化

不当な取引行為を行う悪質事業者に対しては、特定商取引法や島根県消費生活条例に基づき、厳正な指導取締りを実施します。

具体的には、県域を越えて活動する悪質事業者に対しては、県警察本部や国及び他都道府県と連携して指導取締りを実施するとともに、市町村の相談窓口に寄せられる悪質事業者の情報についても、県と市町村で情報共有を図り、県内の悪質事業者の指導取締りを行います。

また、商品・サービスの不適切な広告や表示により、適正な取引を阻害するおそれがある場合には、事業者に対して景品表示法に基づく立入検査や行政指導を実施します。

併せて、家庭用品品質表示法や消費生活用製品安全法に基づく立入検査は県と市がそれぞれの管轄区域について行うことになっており、県と市が一層連携して表示の適正化に取り組みます。

さらに、庁内の表示等に関わる法令担当課と悪質事業者等の情報共有を図り、指導取締りを適正に行うことにより、事業者と消費者の健全な取引関係を保ちます。

【個別指標】

指　標　名	前期目標値	現状(H30)	目標(R6)
家庭用品品質表示法、消費生活用製品安全法に基づく事業所への立入検査件数	２０件	２６件	２８件

【事務事業】

事業名	事業内容	担当課
特定商取引法に基づく事業者への指導	消費者保護と取引ルールの適正化を図るため、訪問販売や電話勧誘販売等を行う事業者のうち、迷惑勧誘や不実告知等を行う悪質事業者に対して、処分や指導を行います。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
景品表示法に基づく事業者への指導	不当表示や不当景品から、消費者の利益を保護するために、商品・サービスの品質、内容、価格等を偽って表示を行うことを規制するとともに、悪質事業者に対して、立入検査や指導、措置命令を行います。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
家庭用品品質表示法に基づく販売店等への立入検査	家庭用品の品質表示の適正化を図るために、販売店等に対して立入検査を行い、必要に応じて、表示状況の監督又は不当表示の指導を行います。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
消費生活用製品安全法に基づく販売店等への立入検査	消費生活用製品の品質表示の適正化を図るために、販売店等に対して立入検査を行い、必要に応じて、表示状況の監督又は不当表示の指導を行います。	環境生活総務課消費とくらしの安全室

島根県消費生活条例に基づく事業者への指導	条例で指定する不当な取引行為（不実告知、威迫困惑による契約等）を行う事業者に対して、指導または勧告を行い、必要に応じて公表を行います。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
健康増進法に基づく事務	消費者に食品の正しい情報を提供するため、健康増進法に基づき、事業者による適切な食品表示（虚偽誇大表示の禁止）が行われるよう相談・指導を行います。	健康推進課
食品表示法に基づく事務	食品表示の適正化を図るため、販売店等へ立入検査を行い、必要に応じて指導を行います。また、事業者に対する研修会等を開催し、事業者が適正な食品表示を作成できるよう支援します。	薬事衛生課
計量法に基づく事務	計量器の修理・販売事業者等計量関係事業者を指導・監督し並びに県内各事業所において取引・証明に使用される計量器の検定・検査により正確な計量器の供給を図ります。また、立入検査により、事業者が適正な計量を行っているかを監視します。	商工政策課
割賦販売法に基づく事務	島根県内においてのみ営業所・代理店を有する許可前払式割賦販売業者及び許可前払式特定取引業者への立入検査の実施等により、割賦販売業の適正運用を確保し、その取引の健全な発展と、購入者及び役務の提供を受ける者の利益を確保します。	中小企業課
貸金業法に基づく事務	島根県内においてのみ事務所・営業所を有する貸金業者に対して貸金業法第３条に基づく登録を行い、登録事業者への立入検査の実施等により、貸金業の適性な運用を確保し資金需要者の利益を確保します。	中小企業課
宅地建物取引業法に基づく事務	消費者からの苦情相談、例年実施している業者の立入調査等により、業者が宅地建物取引業法に反する疑いのある行為を行っていることが発覚した際、それに対する処分または指導を行います。	建築住宅課
介護保険指定事業者指導監督事業	介護サービス事業者に対して指導・監査を行い、適正なサービスが提供される体制づくりを進めます。	高齢者福祉課
身近な経済犯罪対策事業	ヤミ金融や利殖勧誘等生活経済事犯の検挙及び被害拡大防止対策の推進を図ります。	警察本部生活環境課

施策⑨　県民意見の反映

消費者行政を推進するにあたっては、消費者が日々、安全で安心して暮らせるよう消費者の立場に立った施策展開が求められています。そのため、各地域で相談や啓発などの様々な消費者活動を行っている消費者団体や消費生活に関する有識者等との意見交換会を積極的に行い、県民の意見を参考にして施策を推進していきます。

また、島根県消費生活審議会へ施策の実施状況を報告することにより、行政の透明性を高めます。

【個別指標】

指　標　名	前期目標値	現状(H30)	目標(R6)
消費者団体等との意見交換回数	６回	10回	10回

【事務事業】

事業名	事業内容	担当課
市町村消費者問題研究協議会等との意見交換会の開催【再掲】	各市町村圏域で活動している消費者問題研究協議会等との意見交換を行い、今後の消費者施策を推進するにあたっての意見を取り入れます。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
消費生活協同組合との意見交換会の開催	県民生活の安定と生活向上を目的に活動する生協組合と意見交換会を行い、今後の消費者施策を推進するにあたっての意見を取り入れます。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
島根県消費生活審議会の開催	消費者・事業者の代表者及び学識経験者で組織された島根県消費生活審議会において、消費者基本計画の進行管理や消費者教育の推進、消費生活関連諸施策などの重要な事項の調査・審議を行います。	環境生活総務課消費とくらしの安全室

第５章　関係機関との連携

県の消費者行政を推進するにあたっては、多様な消費者問題に迅速・的確に対応するため、国、他都道府県、市町村、関係部局、弁護士会、消費生活協同組合、消費者団体、事業者団体等の関係機関・団体との連携に努めます。

１．国、他都道府県、県内市町村、関係部局との連携

（１）国、他都道府県との連携

特定商取引法や景品表示法に抵触する疑いがある県域を超えて活動する事業者に対して、国や他都道府県と連携を図り、厳正な事業者指導を実施します。

（２）県内市町村との連携

市町村域を越えた相談への対応や消費生活に関する広報啓発などに市町村と連携して取り組みます。

（３）関係部局との連携

悪質事業者の指導取締りや高齢者等の見守り活動などに、警察本部と連携を図り、消費者被害の未然防止・拡大防止に努めます。

また、学校や地域等における消費者教育を推進するため、教育委員会と連携を図り、自立した消費者の育成に努めます。

さらに、多様化する消費者問題に対し迅速かつ適切に対応できるよう、全庁各部局との連携を図ります。

２．関係団体との連携

（１）弁護士会等との連携

多重債務や契約解除等の専門的な法律知識を必要とする消費者相談に適切に対応するため、弁護士会等の各種団体と連携を図ります。

（２）消費者団体等との連携

自立した消費者を育成するため、消費生活協同組合や消費者問題研究協議会、消費者ネットワークなどの消費者団体と連携して、地域での消費者教育や啓発活動等に取り組みます。

（３）事業者団体等との連携

消費者からの信頼を確保するため、製造業や小売業などの事業者団体と連携して、事業者の苦情処理体制の整備を求めていきます。

第６章　推進体制

１．計画の推進

計画の推進にあたっては、関係部局で構成する「消費者行政推進会議」で全庁的な調整を行います。

計画策定後の新たな変化に対応できるよう、進行管理は毎年度の計画（Plan）→施策実施（Do）→実績評価（Check）→施策改善（Action）のマネジメントサイクルを実施します。

２．島根県消費生活審議会への報告

毎年度、計画の実施状況の結果を取りまとめて、島根県消費生活審議会（島根県消費者教育推進地域協議会）へ報告し、評価と改善意見を受けることとします。

３．計画の進行管理と公表

各施策の実施状況と島根県消費生活審議会による評価については、島根県ホームページにより公表し県民からの意見を受け付けます。

附属資料

用語の説明 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 61

島根県消費生活条例 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 64

消費者教育の推進に関する法律 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 70

用 語 の 説 明

＝アルファベット順＝

■ＧＡＦＡ

世界の巨大ＩＴ企業であるGoogle、Apple、Facebook、Amazonの頭文字をとったもの。

■ＩｏＴ

Internet of Thingsを略したもので､｢インターネットに多様かつ多数の物が接続されて、それらの物から送信され、又はそれらの物に送信される大量の情報の活用に関する技術（官民データ活用推進基本法（平成28年法律第103号))」と定義されている。

■Society5.0

サイバー空間（仮想空間）とフィジカル空間（現実空間）を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会のこと。狩猟社会、農耕社会、工業社会、情報社会に続く、新たな社会を指すもので、第５期科学技術基本計画において我が国が目指すべき未来社会の姿として初めて提唱された。

＝５０音順＝

■エシカル消費（倫理的消費）

より良い社会に向けて、地域の活性化や雇用等を含む人や社会・環境に配慮した消費行動をいう。消費者の意識としても、環境や被災地の復興、開発途上国の労働者の生活改善等に配慮した商品・サービスを選択して消費することへの関心が高まっている。

■キャッシュレス決済比率

2017年５月に経済産業省が公表した「FinTechビジョン」に基づき、以下の計算式を用いて算出したもの

計算式：キャッシュレス支払手段による年間支払金額÷国の家計最終消費支出

［参考］

日本のキャッシュレス決済比率（2016年）　20.0％

（出典：経済産業省「キャッシュレス・ビジョン」）

■契約自由の原則・私的自治の原則

⑴　契約自由の原則

契約を当事者の自由にまかせ、国家はこれに干渉してはならないとする原則

⑵　私的自治の原則

私人間の法律関係（権利義務の関係を成立させること）は、一切自主的決定にまかせ、国家が干渉してはならないとする原則

■適格消費者団体・特定適格消費者団体

⑴　適格消費者団体

消費者全体の利益擁護のために事業者に対し差止請求権を行使することができる消費者団体（ＮＰＯ法人や民法に規定している法人、消費者の利益を守るための活動を主な目的としている団体等）であり、内閣総理大臣の認定を受けた団体のこと。

⑵　特定適格消費者団体

適格消費者団体のうち、消費者被害の回復業務に関連する人員や物品が確保されている等の要件を満たした団体であり、内閣総理大臣の認定を受けた団体のこと。

■消費者志向経営（サステナブル経営）

事業者が、消費者全体の視点に立ち、健全な市場の担い手として、消費者の信頼を獲得するとともに、持続可能で望ましい社会の構築に向けて、社会的責任を自覚して事業活動を行うこと。

■消費生活センター

消費生活相談窓口のうち、消費者安全法の規定する次の３つの基準を満たす場合に「消費生活センター」を公表することができ、平成31年４月１日時点で県内の市町村においては６市が設置している。

⑴　消費生活相談について専門的な知識及び経験を有する者を配置していること。

⑵　電子情報処理組織その他の設備(PIO-NET：全国の消費生活センター等をネットワークで結び、全国の相談内容を共有できるシステム)を備えていること。

⑶　１週間に４日以上相談窓口を開所していること。

■中核市

地方分権を進めるための都市制度の一つ。平成30年４月１日に中核市となった松江市は、保健所を設置し、食品衛生法、食品表示法、健康増進法等の保健衛生業務を担うなど、多くの権限の移譲を受けた。

○島根県消費生活条例

平成17年７月19日
島根県条例第47号

島根県消費生活条例をここに公布する。

島根県消費生活条例

島根県消費者保護条例（昭和51年島根県条例第37号）の全部を改正する。

目次

第１章　総則（第１条―第８条）
第２章　消費生活の安全の確保等
第１節　危害の防止（第９条―第12条）
第２節　規格、表示等の適正化（第13条―第15条）
第３節　不当な取引行為に関する措置（第16条―第20条）
第４節　生活関連物資に関する措置（第21条―第23条）
第３章　啓発活動及び消費者教育の推進等（第24条・第25条）
第４章　消費者の意見の反映及び透明性の確保（第26条）
第５章　消費者被害の救済（第27条―第30条）
第６章　消費者の個人情報の保護（第31条）
第７章　高度情報通信社会等への対応等（第32条・第33条）
第８章　島根県消費生活審議会の設置（第34条・第35条）
第９章　雑則（第36条―第40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、消費者の利益の擁護及び増進に関し、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、事業者及び事業者団体の責務並びに消費者及び消費者団体の果たすべき役割を明らかにするとともに、県の施策について必要な事項を定めることにより、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策（以下「消費者施策」という。）の推進を図り、もって県民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的とする。

（基本理念）

第２条　消費者施策の推進は、県民の消費生活における基本的な需要が満たされ、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行われなければならない。

⑴　消費者の安全が確保される権利
⑵　商品及び役務（以下「商品等」という。）について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保される権利
⑶　不当な取引条件及び取引方法を強制されない権利
⑷　消費者に対し必要な情報が提供される権利
⑸　消費生活に関する教育を受ける機会が提供される権利
⑹　消費者の意見が県の消費者施策に反映される権利
⑺　消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済される権利
⑻　消費者の個人情報の適正な取扱いが確保される権利

２　消費者の自立の支援に当たっては、消費者の安全の確保等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　消費者施策の推進は、高度情報通信社会、少子高齢社会及び男女共同参画社会（以下「高度情報通信社会等」という。）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。

４　消費者施策の推進は、環境の保全に配慮して行われなければならない。

（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、消費者施策を策定し、及びこれを推進するものとする。

２　県は、市町村が実施する消費生活の安定及び向上を図るための施策に協力するものとする。

（事業者の責務）

第４条　事業者は、第２条に定める基本理念にかんがみ、その供給する商品等について、次に掲げる責務を有する。

⑴　消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。
⑵　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。
⑶　消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。
⑷　消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。
⑸　県又は市町村が実施する消費者施策に協力すること。
２　事業者は、その供給する商品等に関し環境の保全に配慮するとともに、当該商品等について品質等を向上させ、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。

（事業者団体の責務）
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。
２　事業者団体は、県又は市町村が実施する消費者施策に協力するものとする。

（消費者の役割）
第６条　消費者は、自ら進んで、その消費生活に関し、必要な知識を修得し、及び意見を表明する等自主的かつ合理的に行動するよう努めることにより、消費生活の安定及び向上に積極的な役割を果たすものとする。
２　消費者は、消費生活に関し、環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めなければならない。

（消費者団体の役割）
第７条　消費者団体は、この条例の趣旨にかんがみ、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。

（消費者基本計画）
第８条　知事は、消費者施策の計画的な推進を図るため、消費者施策の推進に関する基本となる計画（以下「基本計画」という。）を定めなければならない。
２　基本計画は、次に掲げる事項について定めるものとする。
⑴　消費者施策の大綱
⑵　前号に掲げるもののほか、消費者施策の計画的な推進を図るために必要な事項
３　知事は、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。これを変更したときも、同様とする。

第２章　消費生活の安全の確保等

第１節　危害の防止

（危害の防止）
第９条　事業者は、その供給する商品等が、消費者の生命、身体又は財産に対して及ぼす危害を防止するため、製造、加工、販売等に関して必要な措置を講じなければならない。

（危害に関する調査）
第10条　知事は、事業者の供給する商品等が、消費者の生命、身体又は財産に関し、安全性に疑いがあると認めるときは、当該商品等の製造、加工、販売等に関し、当該事業者から資料の提出を求め、又は説明を聴くとともに調査を行うものとする。
２　知事は、前項の調査を行うに当たり必要があると認めるときは、当該商品等を供給する事業者に対し、当該商品等が消費者の生命、身体又は財産に対して危害を及ぼさず、かつ、及ぼすおそれがないものであることの立証を求めることができる。

（危害防止の勧告）
第11条　知事は、前条の規定による調査の結果、事業者の供給する商品等が、消費者の生命、身体又は財産に対して危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがあると認めるときは、速やかに、消費者に対し、その旨の情報を提供するとともに、当該事業者に対し、当該商品等の製造、加工、販売等の中止、回収その他の必要な措置を執るよう勧告するものとする。
２　知事は、前項の規定による勧告をした場合において、当該事業者に対し、当該勧告に基づいて執った措置及びその結果について報告を求めることができる。

（緊急危害防止措置）
第12条　知事は、事業者の供給する商品等が消費者の生命、身体又は財産に対して重大な危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがあると認める場合において、当該危害を防止するため緊急の必要があると認めるときは、法令に基づく措置が執られる場合を除き、直ちに、当該商品等の名称、これ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県民に提供しなければならない。

第２節　規格、表示等の適正化

（規格、表示等の適正化）

第13条　事業者は、その供給する商品等について、消費者の適正かつ合理的な選択に資するため、次に掲げる事項の遵守に努めなければならない。

⑴　品質、成分、構造、形状、寸法、重量等について適正な規格によること。

⑵　品質、機能、消費期限又は賞味期限、事業者の住所及び氏名又は名称、価格、単位価格等を適正に表示すること。

⑶　適正に計量し、又は量目の明示を行うこと。

⑷　内容物の保護又は品質保全の限度を超えた包装、内容物の価格に比して必要以上に経費を要した包装等過大な包装をしないこと。

⑸　保証期間、修理の内容等アフターサービスについて適正に明示すること。

⑹　商品等の広告に当たっては、虚偽又は誇大な表現、消費者が選択を誤るおそれのある表現その他の不適正な表現をしないこと。

（自主基準の設定）

第14条　事業者又は事業者団体は、消費者の信頼を確保するため前条各号に掲げる事項に関し必要な基準を定めるよう努めなければならない。この場合において、知事は、必要な指導又は助言を行うものとする。

（自動販売機等の管理）

第15条　事業者は、商品等を自動販売機その他これに類する機械（以下「自動販売機等」という。）により供給する場合は、当該自動販売機等を安全上又は衛生上支障のない場所に設置し、管理者が常駐していない場所に設置される自動販売機等にあっては、その管理者の住所及び氏名又は名称その他の必要な事項を消費者の見やすい場所に表示しなければならない。

第３節　不当な取引行為に関する措置

（不当な取引行為の指定）

第16条　知事は、島根県消費生活審議会の意見を聴いて、事業者が消費者との間で行う商品等の取引に関して、次の各号のいずれかに該当する行為を不当な取引行為として指定し、その旨を告示するものとする。これを解除したときも、同様とする。

⑴　消費者に対し、販売の意図を隠し、商品等の品質、安全性、内容及び取引条件に関する十分な情報を提供せず、若しくは誤信を招く情報を提供し、執ように説得し、又は不安な状況に陥れる等の不当な取引方法を用いて契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

⑵　取引における信義誠実の原則に反して消費者に不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させる行為

⑶　消費者若しくはその関係人を欺き、威迫し、困惑させる等の不当な手段を用いて契約に基づく債務の履行を求め、若しくは債務の履行をさせ、又は債務の履行を不当に拒否し、若しくは遅延させる行為

⑷　消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消しの申出若しくは契約の無効の主張を不当に妨げて契約の成立若しくは存続を強要し、又は契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消し若しくは契約の無効の主張が有効に行われたにもかかわらず、これらによって生じた債務の履行を不当に拒否し、若しくは遅延させる行為

⑸　商品等を供給する事業者又はその取次店等実質的な販売行為を行う者からの商品等の購入を条件又は原因として信用の供与をする契約若しくは保証を受託する契約（以下「与信契約等」という。）について、消費者の利益を不当に害することが明白であるにもかかわらず、その締結を勧誘し、若しくは締結させ、又は消費者の利益を不当に害する方法で与信契約等に基づく債務の履行を迫り、若しくは債務の履行をさせる行為

（不当な取引行為の禁止）

第17条　事業者は、消費者との間で行う商品等の取引に当たり、前条の規定により指定された不当な取引行為（以下単に「不当な取引行為」という。）を行ってはならない。

（不当な取引行為に関する調査）

第18条　知事は、事業者が不当な取引行為を行っている疑いがあると認めるときは、当該事業者が消費者との間で行う商品等の取引の実態等について必要な調査を行うことができる。

（不当な取引行為の指導又は勧告）

第19条　知事は、前条の規定による調査の結果、事業者が不当な取引行為を行っていると認めるときは、当該事業者に対し、当該不当な取引行為を改善するよう指導し、又は勧告するものとする。

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及びその結果について報告を求めることができる。

（緊急被害防止措置）
第20条　知事は、事業者が不当な取引行為を行うことにより相当多数の消費者に不利益を生じさせるおそれが高いと認める場合において、当該不利益の発生又は拡大を防止するため緊急の必要があると認めるときは、当該不当な取引行為の内容、これを行っている、又は行うおそれのある事業者の住所及び氏名又は名称その他必要な情報を県民に提供するものとする。

第４節　生活関連物資に関する措置

（価格等の調査）
第21条　知事は、別に定める県民の消費生活に関連の高い物資（以下「生活関連物資」という。）について、必要があると認めるときは、その価格の動向、需給状況、流通の実態等の調査を行うとともに、必要な施策を講ずるものとする。
２　事業者又は事業者団体は、前項の規定による調査に協力するものとする。
３　知事は、生活関連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、関係事業者又は事業者団体に対し、当該生活関連物資の円滑な供給、価格の安定その他の必要な協力を求めることができる。

（特別生活関連物資の指定等）
第22条　知事は、前条に規定する生活関連物資が著しく不足し、若しくはその価格が著しく上昇し、又はこれらのおそれがあるときは、当該生活関連物資を特別の調査を要する生活関連物資として指定し、その旨を告示するものとする。
２　知事は、前項の規定により指定した生活関連物資（以下「特別生活関連物資」という。）について、供給不足又は価格の上昇の原因に関し、直ちに調査を行うものとする。
３　知事は、第１項に規定する事態が消滅したと認めるときは、同項に規定する指定を解除し、その旨を告示するものとする。

（不当な事業活動に対する勧告）
第23条　知事は、事業者又は事業者団体が特別生活関連物資の流通を不当に妨げ、又は適正な価格を著しく超える価格でこれを販売していると認めるときは、これらを不当な事業活動として当該事業者又は事業者団体に対し、その是正を勧告するものとする。

第３章　啓発活動及び消費者教育の推進等

（啓発活動及び教育の推進）
第24条　県は、消費者の自立を支援するため、消費生活に関する知識の普及、情報の提供等消費者に対する啓発活動を推進するとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場及びあらゆる機会を通じて消費生活に関する教育を充実するための必要な施策を講ずるものとする。

（消費者団体及び事業者団体の自主的な活動の促進）
第25条　知事は、県民の消費生活の安定及び向上を図るため、消費者団体の健全かつ自主的な活動が促進されるよう必要な施策を講ずるものとする。
２　知事は、消費者の信頼を確保するための自主的な活動を行う事業者団体に対し、その活動を促進するために必要な情報の提供等に努めるものとする。
３　知事は、消費者と事業者との間における情報の格差を解消するため、消費者及び消費者団体と事業者及び事業者団体との情報交換の機会の確保に努めるものとする。

第４章　消費者の意見の反映及び透明性の確保

第26条　知事は、消費者施策の推進に資するため、消費生活に関する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透明性を確保する等必要な施策を講ずるものとする。

第５章　消費者被害の救済

（苦情処理及び紛争解決の促進）
第27条　知事は、消費者から商品等に関する苦情の申出があったときは、速やかに、その調査を行い、解決のため、あっせん等に努めなければならない。この場合において、知事は、市町村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を行うものとするとともに、多様な苦情に柔軟かつ弾力的に対応するものとする。
２　知事は、前項前段のあっせん等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ものとする。
４　知事は、市町村が行う苦情の処理について、必要に応じ、技術的助言、情報の提供その他の必要な支援を行うものとする。

（消費生活審議会のあっせん等）
第28条　知事は、前条第１項の規定により申出のあった消費者の苦情のうち、解決の困難なものについては、島根県消費生活審議会のあっせん等に付することができる。
２　島根県消費生活審議会は、あっせん等のため必要があると認めるときは、関係者から意見を聴き、又は関係資料の提出を求めることができる。
（訴訟費用の貸付け等）
第29条　知事は、消費者が事業者に対して訴訟（民事訴訟法（平成８年法律第109号）第275条に規定する和解及び民事調停法（昭和26年法律第222号）に規定する調停を含む。以下同じ。）を提起しようとする場合において、当該訴訟が次に掲げる要件を備えているときは、規則で定めるところにより当該訴訟費用に充てる資金の貸付けその他の必要な援助を行うことができる。
⑴　前条第１項に規定するあっせん等が不調となったもの
⑵　同一又は同種の被害が多数発生し、又は発生するおそれがあるもの
⑶　１件当たりの被害額が規則で定める額以下のもの
⑷　島根県消費生活審議会が援助を適当であると認めたもの
（貸付金の返還）
第30条　前条の規定により訴訟費用の貸付けを受けた者は、訴訟終了後、速やかに、貸付けを受けた資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、訴訟費用の貸付けを受けた者が訴訟の結果、当該貸付金に相当する額の金銭を得ることができなかったときその他の事由があるときは、規則で定めるところにより、貸付金の全部又は一部の返還を免除し、又は猶予することができる。

第６章　消費者の個人情報の保護

第31条　事業者は、商品等の取引に関して知り得た消費者の個人情報を適正に取り扱わなければならない。
２　知事は、消費者の個人情報の取扱いに関し消費者と事業者との間に生じた苦情が適切かつ迅速に処理されるようにするため、苦情の処理のあっせんその他必要な措置を講ずるものとする。

第７章　高度情報通信社会等への対応等

（高度情報通信社会等の進展への的確な対応）
第32条　県は、消費者の年齢その他の特性に配慮しつつ、消費者と事業者との間の適正な取引の確保、消費者に対する啓発活動及び教育の推進、苦情処理及び紛争解決の促進等に当たって高度情報通信社会等の進展に的確に対応するために必要な施策を講ずるものとする。
（環境の保全への配慮）
第33条　県は、商品等の品質等に関する広告その他の表示の適正化等、消費者に対する啓発活動及び教育の推進等に当たって環境の保全に配慮するために必要な施策を講ずるものとする。

第８章　島根県消費生活審議会の設置

（島根県消費生活審議会の設置）
第34条　知事の諮問に応じ、消費者の利益の擁護及び増進に関する重要な事項を調査審議するとともに、第28条第１項の規定によるあっせん等を行うため、知事の附属機関として島根県消費生活審議会を設置する。
（組織運営等）
第35条　この条例に定めるもののほか、島根県消費生活審議会の組織、運営その他必要な事項は、規則で定める。

第９章　雑則

（知事への申出）
第36条　県民は、この条例の規定に違反する事業者の事業活動により、又はこの条例の規定に基づく知事の措置が執られていないことにより、第２条第１項各号に掲げる消費者の権利が侵され、又はそのおそれがあるときは、知事に対し、その旨を書面により申し出て、適切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、その申出に理由があると認めるときは、この条例に基づき適切な措置を執るものとする。
３　知事は、第１項の規定による申出に係る処理の経過及び結果を当該申出を行った者に通知するものとする。
４　知事は、必要があると認めるときは、当該申出の内容並びにその処理の経過及び結果を公表することができる。

（立入検査等）
第37条　知事は、第10条第１項、第18条又は第22条第２項に規定する調査を行うときは、必要な限度において、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、事業所、店舗、倉庫その他の場所に立ち入り、帳簿、書類その他の物件を検査させ、若しくは関係者に質問させることができる。
２　前項の規定により、職員が立入検査又は質問を行うときは、その身分を示す証明書を携帯し、関係者に提示しなければならない。
３　第１項に規定する立入検査又は質問の権限は、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38条　知事は、事業者が次の各号のいずれかに該当し、かつ、当該事業者に正当な理由がないと認めるときは、その旨を公表することができる。
⑴　第11条第１項若しくは第19条第１項の規定による勧告に従わなかったとき、又は当該勧告に基づいて執った措置及びその結果を知事に報告しなかったとき。
⑵　第23条の規定による勧告に従わなかったとき。
⑶　前条第１項の規定による報告をせず、若しくは虚偽の報告をし、又は同項の規定による検査を拒み、妨げ、若しくは忌避し、若しくは同項の規定による質問に対し答弁せず、若しくは虚偽の答弁をしたとき。
２　知事は、前項の規定による公表をしようとするときは、あらかじめ当該公表に係る事業者に対し、意見を述べる機会を与えなければならない。
（国等への措置要請）
第39条　知事は、この条例の目的を達成するために必要があると認めるときは、国及び関係地方公共団体並びに県外の事業者に対して、適切な措置を執るよう要請し、又は協力を求めるものとする。
（委任）
第40条　この条例に定めるもののほか、この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

附　則
（施行期日）
１　この条例は、平成17年10月１日から施行する。
（経過措置）
２　この条例による改正後の島根県消費生活条例（以下「改正後の条例」という。）第19条第２項の規定は、この条例の施行の日（以下「施行日」という。）前に行った指導又は勧告については、適用しない。
３　施行日前にこの条例による改正前の島根県消費者保護条例（以下「改正前の条例」という。）の規定により行われた処分、手続その他の行為は、改正後の条例中これに相当する規定があるときは、当該規定によって行われた処分、手続その他の行為とみなす。
４　改正前の条例第20条の規定により設置された島根県消費生活審議会は、施行日において改正後の条例第34条の規定により設置された島根県消費生活審議会となり、同一性をもって存続するものとする。

○消費者教育の推進に関する法律

平成24年８月22日
法 律 第 ６ １ 号

消費者教育の推進に関する法律をここに公布する。

消費者教育の推進に関する法律

目次

第１章　総則（第１条―第８条）
第２章　基本方針等（第９条・第10条）
第３章　基本的施策（第11条―第18条）
第４章　消費者教育推進会議等（第19条・第20条）
附則

第１章　総則

（目的）

第１条　この法律は、消費者教育が、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止するとともに、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その自立を支援する上で重要であることに鑑み、消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利であることを踏まえ、消費者教育に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、基本方針の策定その他の消費者教育の推進に関し必要な事項を定めることにより、消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、もって国民の消費生活の安定及び向上に寄与することを目的とする。

（定義）

第２条　この法律において「消費者教育」とは、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をいう。

２　この法律において「消費者市民社会」とは、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。

（基本理念）

第３条　消費者教育は、消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結び付けることができる実践的な能力が育まれることを旨として行われなければならない。

２　消費者教育は、消費者が消費者市民社会を構成する一員として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できるよう、その育成を積極的に支援することを旨として行われなければならない。

３　消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行われるとともに、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮した適切な方法で行われなければならない。

４　消費者教育は、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場の特性に応じた適切な方法により、かつ、それぞれの場における消費者教育を推進する多様な主体の連携及び他の消費者政策（消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策をいう。第９条第２項第３号において同じ。）との有機的な連携を確保しつつ、効果的に行われなければならない。

５　消費者教育は、消費者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与える影響に関する情報その他の多角的な視点に立った情報を提供することを旨として行われなければならない。

６　消費者教育は、災害その他非常の事態においても消費者が合理的に行動することができるよう、非常の事態における消費生活に関する知識と理解を深めることを旨として行われなければならない。

７　消費者教育に関する施策を講ずるに当たっては、環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育に関する施策との有機的な連携が図られるよう、必要な配慮がなされなければならない。

（国の責務）

第４条　国は、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自立した消費者の育成が極めて重要であることに鑑み、前条の基本理念（以下この章において「基本理念」という。）にのっとり、消費者教育の推進に関する総合的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。

２　内閣総理大臣及び文部科学大臣は、前項の施策が適切かつ効率的に策定され、及び実施されるよう、相互に又は関係行政機関の長との間の緊密な連携協力を図りつつ、それぞれの所掌に係る消費者教育の推進に関する施策を推進しなければならない。

（地方公共団体の責務）

第５条　地方公共団体は、基本理念にのっとり、消費生活センター（消費者安全法（平成21年法律第50号）第10条の２第１項第１号に規定する消費生活センターをいう。第13条第２項及び第20条第１項において同じ。）、教育委員会その他の関係機関相互間の緊密な連携の下に、消費者教育の推進に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の社会的、経済的状況に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。

（消費者団体の努力）

第６条　消費者団体は、基本理念にのっとり、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われる消費者教育に協力するよう努めるものとする。

（事業者及び事業者団体の努力）

第７条　事業者及び事業者団体は、事業者が商品及び役務を供給する立場において消費者の消費生活に密接に関係していることに鑑み、基本理念にのっとり、国及び地方公共団体が実施する消費者教育の推進に関する施策に協力するよう努めるとともに、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるものとする。

（財政上の措置等）

第８条　政府は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講じなければならない。

２　地方公共団体は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講ずるよう努めなければならない。

第２章　基本方針等

（基本方針）

第９条　政府は、消費者教育の推進に関する基本的な方針（以下この章及び第４章において「基本方針」という。）を定めなければならない。

２　基本方針においては、次に掲げる事項を定めるものとする。

⑴　消費者教育の推進の意義及び基本的な方向に関する事項

⑵　消費者教育の推進の内容に関する事項

⑶　関連する他の消費者政策との連携に関する基本的な事項

⑷　その他消費者教育の推進に関する重要事項

３　基本方針は、消費者基本法（昭和43年法律第78号）第９条第１項に規定する消費者基本計画との調和が保たれたものでなければならない。

４　内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成し、閣議の決定を求めなければならない。

５　内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成しようとするときは、あらかじめ、関係行政機関の長に協議するとともに、消費者教育推進会議及び消費者委員会の意見を聴くほか、消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講じなければならない。

６　内閣総理大臣及び文部科学大臣は、第４項の規定による閣議の決定があったときは、遅滞なく、基本方針を公表しなければならない。

７　政府は、消費生活を取り巻く環境の変化を勘案し、並びに消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を踏まえ、おおむね５年ごとに基本方針に検討を加え、必要があると認めるときは、これを変更するものとする。

８　第４項から第６項までの規定は、基本方針の変更について準用する。

（都道府県消費者教育推進計画等）

第10条　都道府県は、基本方針を踏まえ、その都道府県の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画（以下この条及び第20条第２項第２号において「都道府県消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。

２　市町村は、基本方針（都道府県消費者教育推進計画が定められているときは、基本方針及び都道府県消費者教育推進計画）を踏まえ、その市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画（以下この条及び第20条第２項第２号において「市町村消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。

３　都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めようとするときは、あらかじめ、その都道府県又は市町村の区域の消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。この場合において、第20条第１項の規定により消費者教育推進地域協議会を組織している都道府県及び市町村にあっては、当該消費者教育

推進地域協議会の意見を聴かなければならない。
４　都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表するよう努めるものとする。
５　都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めた場合は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を行うよう努めるとともに、必要があると認めるときは、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を変更するものとする。
６　第３項及び第４項の規定は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の変更について準用する。

第３章　基本的施策

（学校における消費者教育の推進）
第11条　国及び地方公共団体は、幼児、児童及び生徒の発達段階に応じて、学校（学校教育法（昭和22年法律第26号）第１条に規定する学校をいい、大学及び高等専門学校を除く。第３項において同じ。）の授業その他の教育活動において適切かつ体系的な消費者教育の機会を確保するため、必要な施策を推進しなければならない。
２　国及び地方公共団体は、教育職員に対する消費者教育に関する研修を充実するため、教育職員の職務の内容及び経験に応じ、必要な措置を講じなければならない。
３　国及び地方公共団体は、学校において実践的な消費者教育が行われるよう、その内外を問わず、消費者教育に関する知識、経験等を有する人材の活用を推進するものとする。
（大学等における消費者教育の推進）
第12条　国及び地方公共団体は、大学等（学校教育法第１条 に規定する大学及び高等専門学校並びに専修学校、各種学校その他の同条 に規定する学校以外の教育施設で学校教育に類する教育を行うものをいう。以下この条及び第16条第２項において同じ。）において消費者教育が適切に行われるようにするため、大学等に対し、学生等の消費生活における被害を防止するための啓発その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。
２　国及び地方公共団体は、大学等が行う前項の取組を促進するため、関係団体の協力を得つつ、学生等に対する援助に関する業務に従事する教職員に対し、研修の機会の確保、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。
（地域における消費者教育の推進）
第13条　国、地方公共団体及び独立行政法人国民生活センター（以下この章において「国民生活センター」という。）は、地域において高齢者、障害者等に対する消費者教育が適切に行われるようにするため、民生委員法（昭和23年法律第198号）に定める民生委員、社会福祉法（昭和26年法律第45号）に定める社会福祉主事、介護福祉士その他の高齢者、障害者等が地域において日常生活を営むために必要な支援を行う者に対し、研修の実施、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。
２　国、地方公共団体及び国民生活センターは、公民館その他の社会教育施設等において消費生活センター等の収集した情報の活用による実例を通じた消費者教育が行われるよう、必要な措置を講じなければならない。
（事業者及び事業者団体による消費者教育の支援）
第14条　事業者及び事業者団体は､消費者団体その他の関係団体との情報の交換その他の連携を通じ、消費者の消費生活に関する知識の向上が図られるよう努めるものとする。
２　事業者は、消費者からの問合せ、相談等を通じて得た消費者に有用な消費生活に関する知識を広く提供するよう努めるものとする。
３　事業者は、その従業者に対し、研修を実施し、又は事業者団体等が行う講習会を受講させること等を通じ、消費生活に関する知識及び理解を深めるよう努めるものとする。
４　事業者団体は、消費者団体その他の民間の団体が行う消費者教育の推進のための活動に対し、資金の提供その他の援助に努めるものとする。
（教材の充実等）
第15条　国及び地方公共団体は、消費者教育に使用される教材の充実を図るとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において当該教材が有効に活用されるよう、消費者教育に関連する実務経験を有する者等の意見を反映した教材の開発及びその効果的な提供に努めなければならない。
（人材の育成等）
第16条　国、地方公共団体及び国民生活センターは、消費者安全法に定める消費生活相談員その他の消費者の利益の擁護又は増進を図るための活動を行う者に対し、消費者教育に関する専門的知識を修得するための研修の実施その他その資質の向上のために必要な措置を講じなければならない。

２　国及び地方公共団体は、大学等、研究機関、消費者団体その他の関係機関及び関係団体に対し、消費者教育を担う人材の育成及び資質の向上のための講座の開設その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

（調査研究等）

第17条　国及び地方公共団体は、消費者教育に関する調査研究を行う大学、研究機関その他の関係機関及び関係団体と協力を図りつつ、諸外国の学校における総合的、体系的かつ効果的な消費者教育の内容及び方法その他の国の内外における消費者教育の内容及び方法に関し、調査研究並びにその成果の普及及び活用に努めなければならない。

（情報の収集及び提供等）

第18条　国、地方公共団体及び国民生活センターは、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われている消費者教育に関する先進的な取組に関する情報その他の消費者教育に関する情報について、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮しつつ、これを収集し、及び提供するよう努めなければならない。

２　国は、消費生活における被害の防止を図るため、年齢、障害の有無その他の消費者の特性を勘案して、その収集した消費生活に関する情報が消費者教育の内容に的確かつ迅速に反映されるよう努めなければならない。

第４章　消費者教育推進会議等

（消費者教育推進会議）

第19条　消費者庁に、消費者教育推進会議を置く。

２　消費者教育推進会議は、次に掲げる事務をつかさどる。

⑴　消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進会議の委員相互の情報の交換及び調整を行うこと。

⑵　基本方針に関し、第９条第５項（同条第８項において準用する場合を含む。）に規定する事項を処理すること。

３　消費者教育推進会議の委員は、消費者、事業者及び教育関係者、消費者団体、事業者団体その他の関係団体を代表する者、学識経験を有する者並びに関係行政機関及び関係する独立行政法人（独立行政法人通則法（平成11年法律第103号）第２条第１項に規定する独立行政法人をいう。）の職員のうちから、内閣総理大臣が任命する。

４　前２項に定めるもののほか、消費者教育推進会議の組織及び運営に関し必要な事項は、政令で定める。

（消費者教育推進地域協議会）

第20条　都道府県及び市町村は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育を推進するため、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センターその他の当該都道府県又は市町村の関係機関等をもって構成する消費者教育推進地域協議会を組織するよう努めなければならない。

２　消費者教育推進地域協議会は、次に掲げる事務を行うものとする。

⑴　当該都道府県又は市町村の区域における消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進地域協議会の構成員相互の情報の交換及び調整を行うこと。

⑵　都道府県又は市町村が都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を作成し、又は変更しようとする場合においては、当該都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の作成又は変更に関して意見を述べること。

３　前２項に定めるもののほか、消費者教育推進地域協議会の組織及び運営に関し必要な事項は、消費者教育推進地域協議会が定める。

附　則　抄

（施行期日）

１　この法律は、公布の日から起算して６月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。

（検討）

２　国は、この法律の施行後５年を目途として、この法律の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。

附　則（平成26年６月13日法律第71号）　抄

（施行期日）

第１条　この法律は、公布の日から起算して６月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。ただし、次の各号に掲げる規定は、当該各号に定める日から施行する。

⑴　〔略〕

⑵　第１条中不当景品類及び不当表示防止法第10条の改正規定及び同法本則に１条を加える改正規定、第２条の規定（次号に掲げる改正規定を除く。）並びに附則第３条及び第７条から第11条までの規定　公布の日から起算して２年を超えない範囲内において政令で定める日