

岐阜県消費者施策推進指針（案）

平成29年 月

岐阜県環境生活部県民生活相談センター

目 次

第1章 指針の概要

1 策定の趣旨	1
2 基本的視点	1
3 位置付け	2
4 計画期間	2

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

1 社会環境の変化	3
（1）人口減少・高齢化の進行	3
（2）高度情報通信社会の進展	3
（3）消費生活におけるグローバル化の進展	3
2 国における消費者行政をめぐる状況	4
（1）概況	4
（2）関連法令の整備状況	4
3 県の消費生活に関する現状と課題	5
（1）消費生活相談の現状と課題	5
① 概況	5
② 高齢者層からの相談状況	6
③ 若年層からの相談状況	8
④ 多重債務に関する相談状況	9
⑤ 取り組むべき課題	10
（2）消費生活相談体制の現状と課題	10
① 県における相談体制	10
② 市町村における相談体制	10
③ 取り組むべき課題	11
（3）消費者教育・啓発の現状と課題	11
① 概況	11
② 学校における教育	13
③ 地域における教育	16
④ 職域における教育	17
⑤ 取り組むべき課題	20

第3章 消費者施策の取組みの方向性

1 指針の全体構成	21
（1）施策体系図	21
（2）3つの柱（知・相・連）と5つの基本方針	22
（3）平成31（2019）年度までの目標	23
2 【知】ライフステージに応じた消費者教育の推進	25

消費者教育・啓発	25
① 場や消費者の特性に応じた学ぶ機会の提供	26
② 消費者教育・啓発を担う人材の育成と活用	31
③ 消費者教育教材の作成と活用	32
④ 消費生活情報の提供	33
⑤ 多様な教育の担い手との連携	34
3 【相】消費生活相談窓口の機能の充実・体制の強化	35
(1) 消費者の安全・安心の確保	35
① 商品・サービスの安全性の確保	35
② 消費者事故等の情報提供	35
③ 不当な取引方法や表示の防止	36
④ 生活関連物資の安定供給	37
(2) 消費者被害の救済	37
① 県相談窓口の充実・強化	37
② 市町村消費者行政への支援	38
③ 紛争処理体制の整備	39
④ 多重債務問題への対応	39
4 【連】多種多様な団体とのネットワークの構築	41
(1) 消費者の組織活動の推進	41
① 消費者団体等との協働	41
② 高齢者・障がい者等への啓発や見守り活動の推進	41
(2) 消費者意見の反映	42
消費者の県政への参画	42
第4章 指針の推進体制と進行管理	43
1 推進体制	43
2 進行管理	43
3 消費者施策推進指針に関する目標指標	43
付属資料	45

第1章 指針の概要

1 策定の趣旨

近年、消費者を取り巻く環境は、人口減少・高齢化の進行、高度情報通信社会の進展、消費生活におけるグローバル化の進展など、大きく変化しており、それに伴う消費者トラブルの内容等も多様・複雑化しています。食品表示の偽装、高齢者や障がい者など社会的弱者を狙った悪質商法などによる消費者被害は跡を絶たず、消費生活の安定・向上を確保するため消費者施策の更なる推進が必要となっています。

岐阜県（以下「県」という。）では、平成19年（2007）度以降「岐阜県消費生活条例」（昭和50年条例第29号、以下「条例」という。）第37条の規定に基づき「消費者施策推進指針」を毎年策定し、県民の消費生活の実態に即して消費者施策の方向性を定め、施策に反映させてきました。

また、平成25（2013）年度には、「消費者教育推進法」（平成24年法律第61号）第10条に基づき「岐阜県消費者教育推進計画」を策定し、中長期的な視点から消費者教育を総合的かつ一体的に推進するための方策を示したところです。

この間、県内の消費生活相談窓口の設置・充実、消費生活相談員等の育成と資質向上などを進めてきた結果、平成24（2012）年1月には県内全市町村に消費生活相談窓口が開設され、県内の消費生活相談窓口に寄せられる消費生活相談件数は、平成26（2014）年度以降、市町村の消費生活相談窓口に寄せられる件数が県の消費生活相談窓口に寄せられる相談件数を上回るようになりました。

一方、国では平成27（2015）年3月に消費者を取り巻く環境の変化や新たな課題等に適切に対応した消費者政策を更に推進していくために、第3次消費者基本計画（計画期間：平成27（2015）年度～平成31（2019）年度）が策定され、地方消費者行政強化作戦として定められた政策目標の改定がなされました。

このような状況の中、県では今後の消費者施策を総合的かつ計画的に推進するために、「岐阜県消費者教育推進計画」を包含した新たな「岐阜県消費者施策推進指針（以下「指針」という。）」を策定することにしました。

2 基本的視点

条例第2条では、県民の消費生活の安定と向上の促進のため、「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」ことを基本理念に掲げています。

本指針では、この基本理念に掲げる「消費者の権利の尊重」及び「消費者の自立の支援」の2つを基本的な視点とします。

<消費者の権利>

- 1 消費者の安全が確保される権利
- 2 商品及びサービス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
- 3 消費生活を営む上で必要な情報が提供される権利
- 4 消費生活を営む上で必要な教育の機会が提供される権利
- 5 消費者の意見が県の消費者政策に反映される権利
- 6 消費者に生じた被害から適切かつ迅速に救済される権利
- 7 商品及びサービスの取引において、不当な取引方法を強制されない権利

3 位置付け

本指針は、条例第 37 条の規定に基づき、消費者政策の推進を図るために総合的な消費者施策の方向性を示すとともに、消費者教育推進法第 10 条に基づく都道府県消費者教育推進計画を兼ねるものです。

4 計画期間

本指針の計画期間は平成 29（2017）年度から平成 31（2019）年度までとします。

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

1 社会環境の変化

(1) 人口減少・高齢化の進行

我が国の人口は、長期の人口減少過程に入る一方で、65歳以上の高齢者人口は平成27(2015)年10月1日現在で過去最高の3347万人となっています。

県の人口は、国勢調査によると平成12(2000)年の約210.8万人をピークに減少傾向にあり、平成27(2015)年の人口は約203.2万人(平成27年10月1日現在)であり、平成12(2000)年に比べ7.6万人の減少となっています。

また、県の65歳以上の人口が、総人口に占める割合を示した高齢化率が、28.1%(平成27年10月1日現在)という状況であり、過去最高となりました。

65歳以上の高齢者層の消費生活相談件数の増加率は、国・県ともに高齢者人口の増加率を上回っています。(国：平成20年度～平成25年度、県：平成22年度～平成27年度)

(2) 高度情報通信社会の進展

情報通信技術の発達と情報通信機器・サービスの急速な普及により、インターネット上の情報量が飛躍的に増加するとともに、インターネットで様々な商品・サービスの取引が時間や場所にかかわらず可能となりました。それに伴い、「電子商取引」に区分される消費生活相談が年々増加傾向にあります。

また、クレジットカードや電子マネーなど、決済手段も多様化しているため、情報通信に関連する新しい種類の消費者トラブルが次々と発生し、相談内容も、インターネット通販による商品の購入に関するものや、アダルト情報サイトやオンラインゲーム等のコンテンツに関するもの、迷惑メールや個人情報不正入手に関するものなど多岐にわたっています。

(3) 消費生活におけるグローバル化の進展

消費生活におけるグローバル化の進展に伴い、食料品、衣料品、電気製品等様々な商品が広く国境を越えて流通しています。

また、インターネット等を通じて、消費者が海外から直接商品を購入することが容易になっています。一方、商品の未達や模倣品問題など消費者がトラブルに巻き込まれる事例も発生しています。

2 国における消費者行政をめぐる状況

(1) 概況

○ 平成 16 (2004) 年 6 月「消費者基本法」施行

消費者の利益保護を目的に制定した「消費者保護基本法」(昭和 43 年法律第 78 号)が、「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立支援」を消費者施策の基本とする「消費者基本法」として抜本的に改正されました。

○ 平成 21 (2009) 年 9 月「消費者庁」発足

消費者の視点から消費者行政を一元的に推進する司令塔として消費者庁が設置され、同時に消費者の安全を確保するための「消費者安全法」(平成 21 年法律第 50 号)が施行されました。

○ 平成 24 (2012) 年 8 月「消費者教育推進法」制定

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 (2012) 年 8 月に制定され、同年 12 月に施行されました。

○ 平成 27 (2015) 年 3 月「第 3 次消費者基本計画」の策定

消費者を取り巻く環境の変化や新たな課題等に適切に対応した消費者政策を更に推進していくため、平成 27 (2015) 年度から平成 31 (2019) 年度を計画期間とする「第 3 次消費者基本計画」が策定されました。

(2) 関連法令の整備状況

○ 消費者安全法の制定及び改正

制定：平成 21 (2009) 年 6 月 消費生活相談センターの設置等

改正：平成 24 (2012) 年 8 月 財産被害のすき間事案への行政措置の導入

改正：平成 26 (2014) 年 6 月 消費生活相談員の国家資格化等

○ 特定商取引法の改正

改正：平成 24 (2012) 年 8 月 法の対象として「訪問購入」を追加

改正：平成 28 (2016) 年 5 月 不公正な勧誘行為等の取締り等を強化

○ 消費者教育推進法の制定

制定：平成 24 (2012) 年 8 月 消費者教育に関する基本方針の策定、消費者教育推進会議の設置等

○ 食品表示法の制定

制定：平成 25 (2013) 年 6 月 食品表示に関して食品衛生法、J A S 法及び健康増進法の規定を一元化

○ 景品表示法の改正

改正：平成 26 (2014) 年 6 月 都道府県知事に措置命令権限付与

改正：平成 26 (2014) 年 11 月 課徴金制度の導入

○ 貸金業法の改正

改正：平成 18 (2006) 年 12 月 上限金利の引き下げ、総量規制の導入等
平成 22 (2010) 年 6 月完全施行

3 県の消費生活に関する現状と課題

(1) 消費生活相談の現状と課題

① 概況

県（県民生活相談センター及び3県事務所）及び県内市町村（42市町村）の消費生活相談窓口寄せられた相談件数は、図表1のとおりです。

相談件数は、平成25（2013）年度以降12,000件台で推移していますが、全相談件数に占める市町村相談窓口寄せられる相談件数の割合は、年々増加しており、平成26（2014）年度以降は、県相談窓口寄せられる件数を上回っています。販売購入形態別相談件数は、図表2のとおりです。

販売購入形態別相談件数は、平成25（2013）年度以降、「通信販売」に関するものが最も多く、次いで「店舗購入」となっています。

■ 図表1 県・市町村別相談件数の推移 (単位:件)

	H23 年度	H24 年度	H25 年度	H26 年度	H27 年度
県窓口の相談件数	7,115	6,173	6,424	6,056	5,765
市町村窓口の相談件数	4,497	5,230	6,130	6,727	6,959
相談件数合計	11,612	11,403	12,554	12,783	12,724
市町村窓口の割合	38.7%	45.9%	48.8%	52.6%	54.7%

■ 図表2 販売購入形態別の相談件数等の推移 (単位:件)

		H23 年度	H24 年度	H25 年度	H26 年度	H27 年度
販売 購入 形態	店舗購入	3,810	3,562	3,501	3,320	3,105
	訪問販売	1,262	1,236	1,208	1,162	1,228
	通信販売	3,716	3,478	4,074	4,316	4,331
	（うちインターネット通販）	(2,608)	(2,339)	(2,858)	(3,280)	(3,362)
	マルチ・マルチまがい	149	154	141	174	251
	電話勧誘販売	1,149	1,304	1,485	1,266	1,168
	送りつけ商法(ネガティブオプション)	24	47	75	41	58
	訪問購入	—	7	94	111	82
	その他無店舗	117	97	111	102	81
	不明・無関係	1,385	1,518	1,865	2,291	2,420
相談件数合計		11,612	11,403	12,554	12,783	12,724
契約当事者の平均年齢(歳)		48.5	50.4	51.6	51.6	51.4
平均契約金額(万円)		130.5	132.1	111.2	95.8	74.9

② 高齢者層（65歳以上）からの相談状況

高齢者層が契約当事者である相談件数の割合は、近年全体の約4分の1を占めています。また、平均契約金額は全体の平均契約金額を上回っています。（図表3、4）

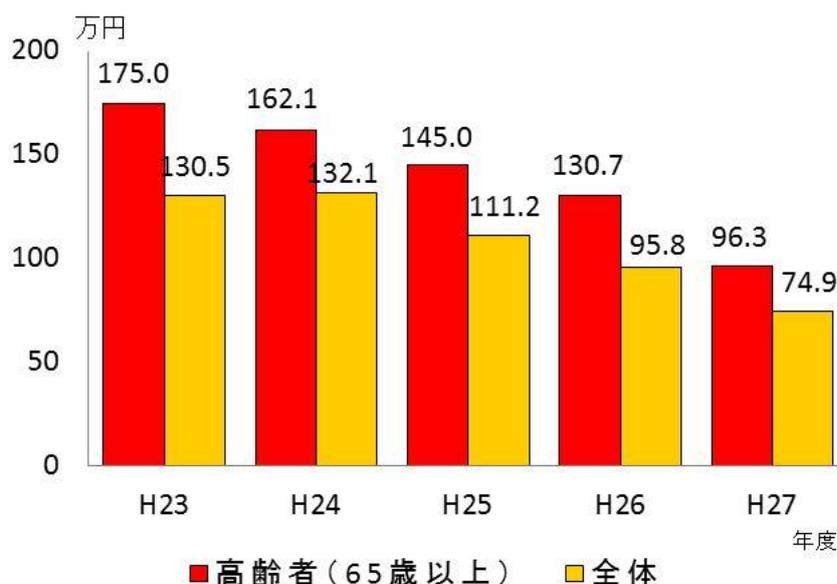
高齢者層からの販売購入形態別の相談件数は、図表5のとおりです。

平成27（2015）年度の販売購入形態別の構成比でみると、高齢者層からの相談割合は「電話勧誘販売」と「訪問販売」において全体に比べ高いという特徴があります。（図表6）

■ 図表3 高齢者層（65歳以上）の相談件数等の推移



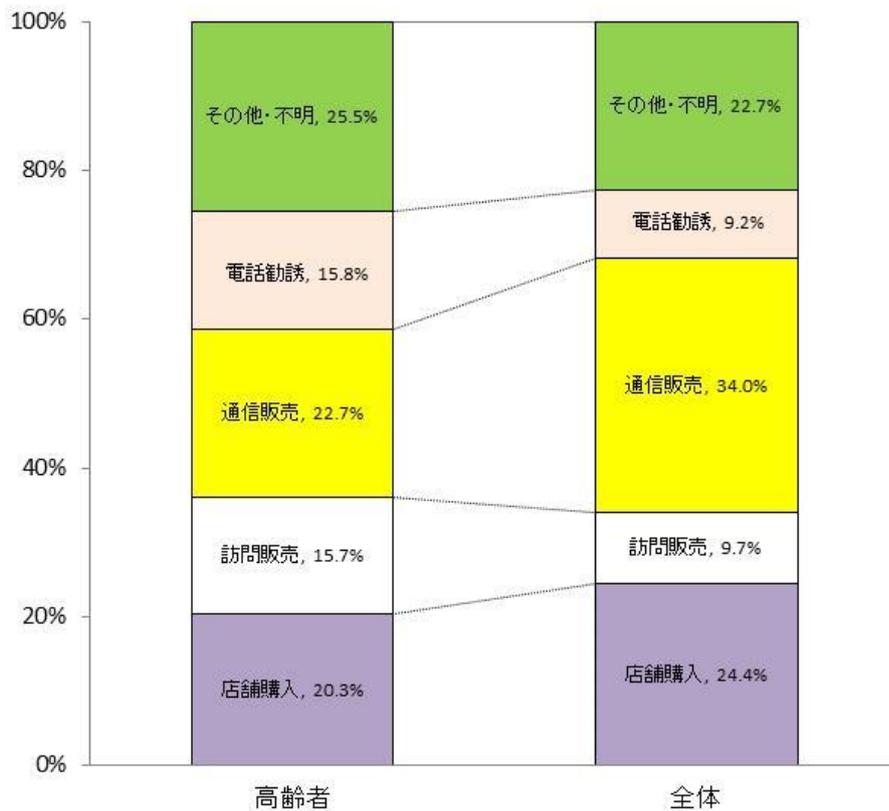
■ 図表4 高齢者層（65歳以上）の契約金額の推移



■ 図表 5 高齢者層（65歳以上）の販売購入形態別の相談件数等の推移（単位：件）

		H23 年度	H24 年度	H25 年度	H26 年度	H27 年度
販売 購入 形態	店舗購入	636	649	698	655	633
	訪問販売	452	457	450	511	490
	通信販売	407	450	639	740	706
	（うちインターネット通販）	(115)	(147)	(216)	(381)	(415)
	マルチ・マルチまがい	31	27	28	26	53
	電話勧誘販売	495	692	834	607	491
	送りつけ商法（ネガティブオプション）	11	26	52	22	29
	訪問購入	—	5	43	48	42
	その他無店舗	33	22	24	34	19
	不明・無関係	346	360	505	685	651
	相談件数	2,411	2,688	3,273	3,328	3,114

■ 図表 6 高齢者層（65歳以上）の販売形態別の構成比（平成27年度）



③ 若年層（29歳以下）からの相談状況

若年層が契約当事者である相談件数の割合は、例年全体の約10分の1を占めています。また、そのうち約3割が未成年者が契約当事者である相談です。（図表7）

若年層からの販売購入形態別の相談件数は、図表8のとおりです。

平成27（2015）年度の若年層の販売購入形態別の構成比で見ると、「通信販売」に関するものが最も多く、特に未成年者が契約当事者である相談の約8割を占めています。（図表9）

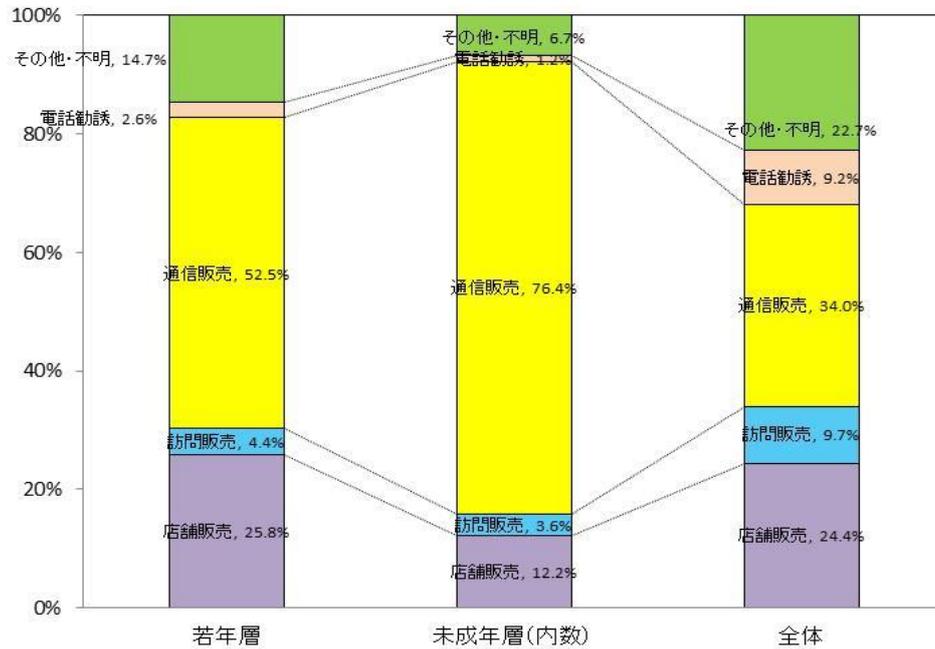
■ 図表7 若年層（29歳以下）の相談件数の推移



■ 図表8 若年層（29歳以下）の販売購入形態別の相談件数等の推移（単位：件）

		H23 年度	H24 年度	H25 年度	H26 年度	H27 年度
販売 購入 形態	店舗購入	488	369	373	381	361
	訪問販売	86	76	74	79	62
	通信販売	832	665	767	766	734
	（うちインターネット通販）	730	558	682	685	649
	マルチ・マルチまがい	35	35	34	58	76
	電話勧誘販売	14	22	36	47	36
	送りつけ商法(ネガティブオプション)	0	0	0	2	1
	訪問購入	—	0	3	3	3
	その他無店舗	15	9	13	9	8
	不明・無関係	95	102	107	112	118
相談件数		1,565	1,278	1,407	1,457	1,399

■ 図表 9 若年層（29 歳以下）の販売購入形態別の構成比（平成 27 年度）

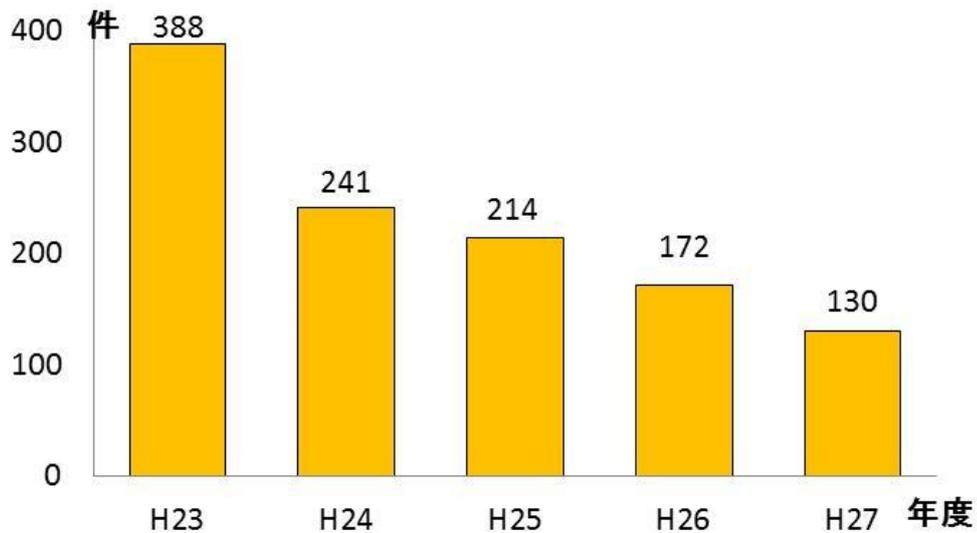


④ 多重債務に関する相談状況

県相談窓口に寄せられる多重債務に関する相談状況は、図表 10 のとおりです。

多重債務に関する相談件数は減少しており、平成 27（2015）年度は 130 件となっています。

■ 図表 10 多重債務に関する相談状況（相談件数）の推移



⑤ 取り組むべき課題

- ・ 「高齢者層」「若年層」というように、世代によって主たる相談内容が異なる傾向があることから、それぞれの世代の特徴をとらえた消費者教育・啓発が必要です。
- ・ 「通信販売」の中でも特に、急速な高度情報通信社会の進展を背景として今後も利用者の増加が見込まれる「インターネット通販」に関するトラブル防止のための消費者教育・啓発を充実させることが必要です。

(2) 消費生活相談体制の現状と課題

① 県における相談体制

平成 21 (2009) 年 6 月に制定 (9 月施行) された消費者安全法において、県は、消費者安全の確保に関し、消費者からの苦情に係る相談やあっせんのうち、各市町村の区域を超えた広域的な見地を必要とするものに応じることとされています。

現在、県の消費生活相談窓口として県民生活相談センター及び 3 箇所(可茂・東濃・飛騨)の県事務所に専任の消費生活相談員を配置しています。

県民生活相談センターを中心とする県相談窓口では、豊富な相談事例の蓄積などを活かし、市町村では対応が難しい高度で専門的な知識を必要とする事案の解決に向けて取り組んでいます。

② 市町村における相談体制

消費者安全法において市町村は、消費者安全の確保に関し、事業者に対する消費者からの苦情に係る相談に応じること、また、苦情の処理のためのあっせんを行うこととされています。

県内市町村においては、平成 24 (2012) 年 1 月に全ての市町村に消費生活相談のための窓口が開設されました。そのうち、専任の消費生活相談員が配置されている市町村は、28 市町村 (平成 28 (2016) 年 4 月 1 日現在) です。

■ 市町村消費生活相談窓口の設置状況（平成28（2016）年4月1日現在）

圏域	専任消費生活相談員配置	行政職員対応
岐阜	岐阜市、各務原市、羽島市、瑞穂市、 本巣市、岐南町、笠松町、北方町、 山県市	
西濃 (揖斐)	大垣市、海津市、養老町 大野町	垂井町、関ヶ原町、神戸町、安八町、輪之内町 揖斐川町、池田町
中濃 (中濃)	美濃加茂市、可児市、坂祝町、富加 町、川辺町、御嵩町 関市、美濃市、郡上市	七宗町、八百津町、白川町、東白川村
東濃 (恵那)	多治見市、土岐市、瑞浪市 恵那市、中津川市	
飛驒	高山市	下呂市、飛驒市、白川村
計	28	14

③ 取り組むべき課題

- ・ 高度情報化社会の進展や経済のグローバル化に伴う新しい商品・サービスに関する取引形態に対応するために、相談員等の資質の向上が必要です。
- ・ 県内全ての市町村に消費生活相談窓口が設置されていますが、どこか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ために、引き続き市町村に対して相談体制の拡充を働きかけるとともに、専任の消費生活相談員を配置するための人材育成や、継続的な財政支援が必要です。

(3) 消費者教育・啓発の現状と課題

① 概況

県では県内の消費者教育に関する実態を把握するために、平成25(2013)年度に「消費者教育に関する県政モニターアンケート調査（以下「アンケート調査」という。）」及び「岐阜県消費者教育に関する実態調査（以下「実態調査」という。）」を実施しました。

その結果、消費者教育を受けたことがある方は、44.3%と過半数を下回りました。（図表11）

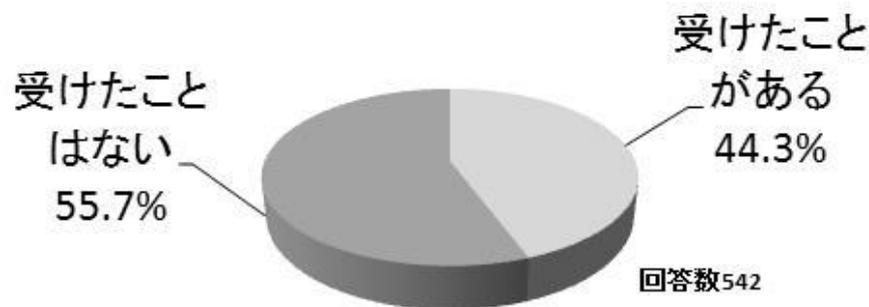
を受けたことがある消費者教育の内容で最も多かったのが「契約のルールや取引のトラブル防止策（クーリング・オフの仕方など）」(60.0%)、次いで「安全・安心な商品（食べ物含む）の選び方、表示の見方」と「環境に

配慮した生活（環境に配慮した製品の購入やゴミの減量）」（52.9%）でした。（図表 12）

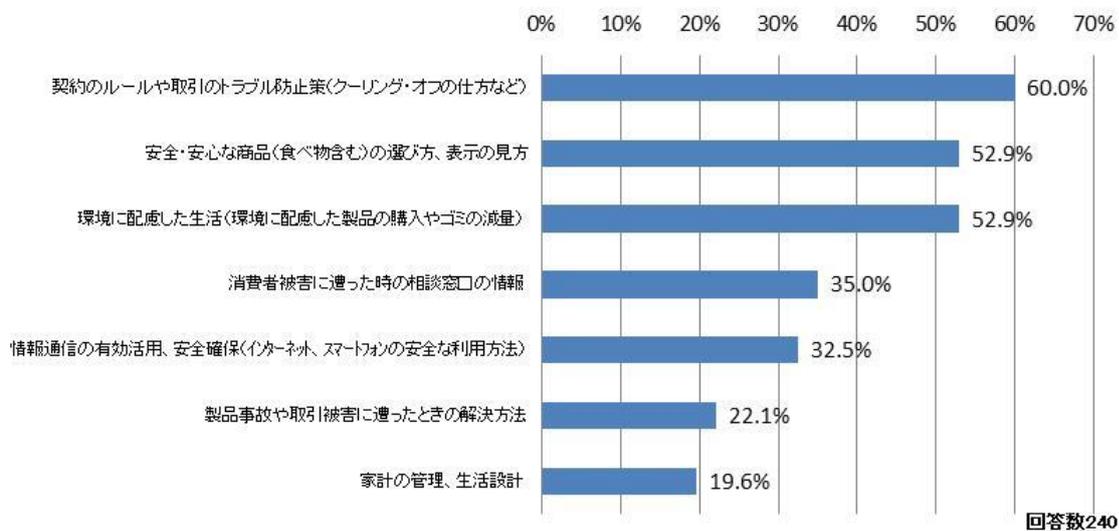
教育を受けた場所については、「会社・職場での講座など」（48.5%）が最も多く、次いで「学校の授業」（27.9%）、次に「地域（町内会など）が行う講座など」と「県・市町村が行う研修会など」（それぞれ 21.8%）という結果でした。（図表 13）

このことから、消費者教育を受けたことがある方のうち 2 人に 1 人は会社で、また、4 人に 1 人は学校で受けていることが分かりました。

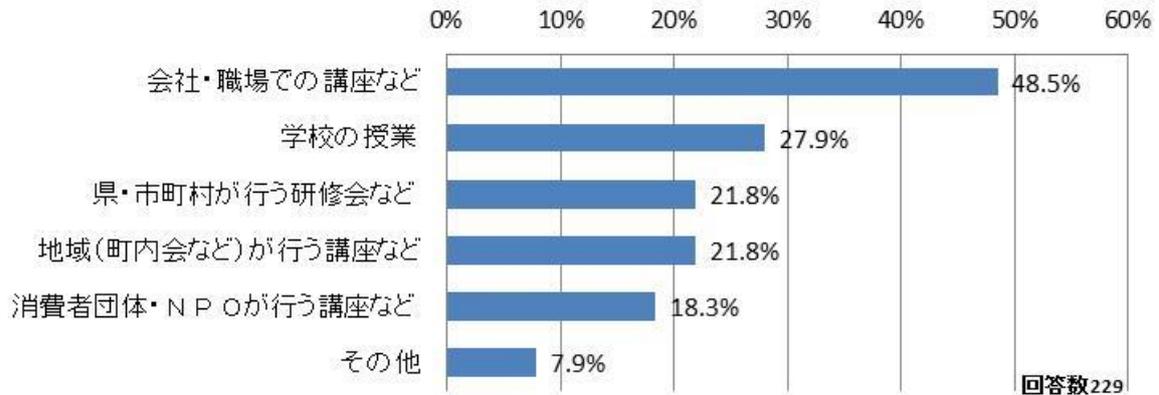
■ 図表 11 消費者教育を受けた経験について（アンケート調査）



■ 図表 12（複数回答） 受けたことがある消費者教育の内容（アンケート調査）



■ 図表 13 (複数回答) 消費者教育を受けた場所について (アンケート調査)



② 学校における教育

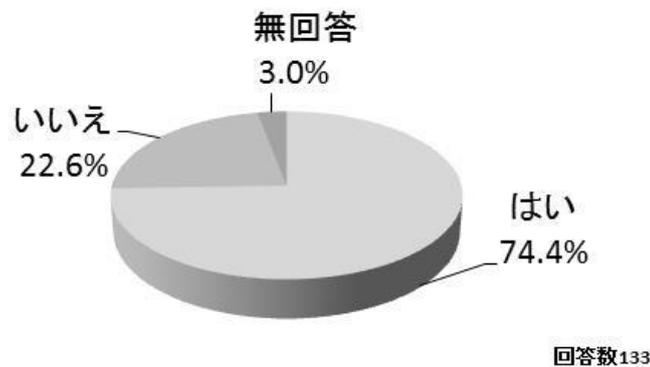
(ア) 幼稚園・小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等

県内幼稚園で幼児に対して消費者教育を実施している園は 74.4% でした。また、実施していない園の理由で最も多かった回答は、「どのように実施したらよいかわからない」(70.0%) でした。(図表 14、15)

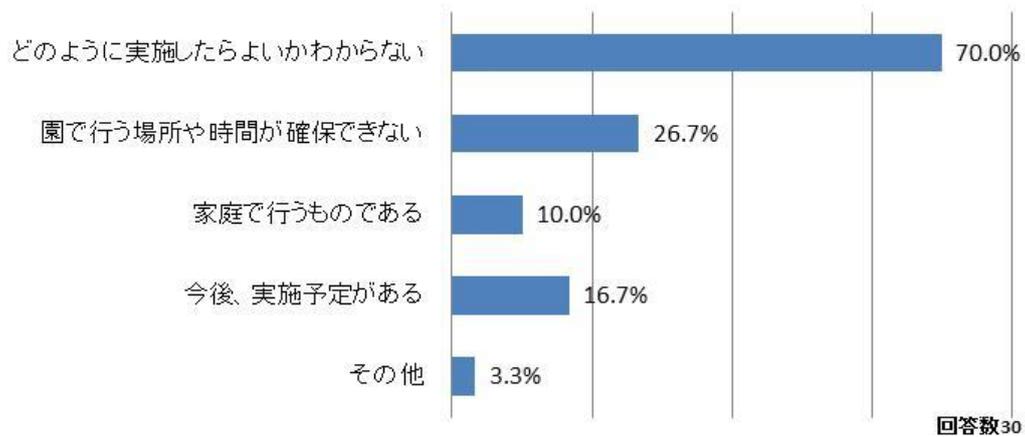
消費者教育の取り組み内容については、最も多かったのが「安全な遊具や用具の選択と利用の仕方」(75.8%)、次いで「環境に配慮した生活(環境に配慮した製品の購入やゴミの減量、節電など)」(69.7%) でした。(図表 16)

一方、20代から30代の回答者について、「消費者教育を受けたことがない」と回答した方が50%ありました。また、受けた場所について「学校の授業」を選択した方は、28.5%でした。(図表 17)

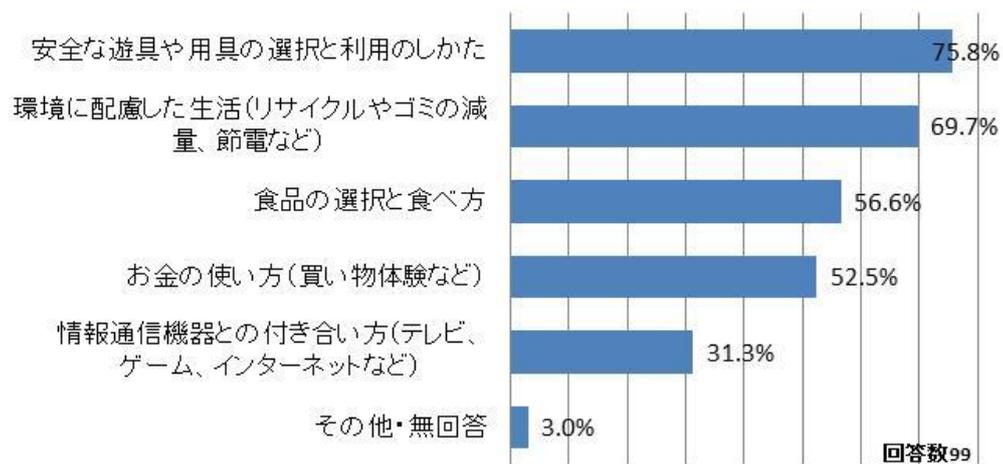
■ 図表 14 幼児に対して消費者教育を実施していますか (実態調査)



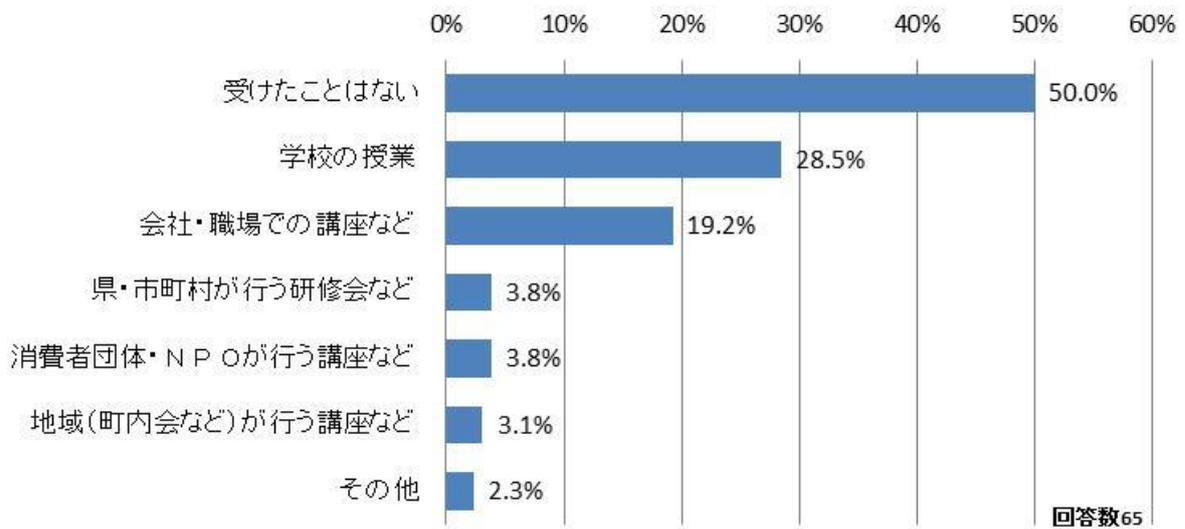
■ 図表 15 (複数回答) 実施していない理由 (実態調査)



■ 図表 16 (複数回答) 幼児に対する教育 (啓発) の内容 (実態調査)



■ 図表 17 (複数回答) 20代、30代の教育を受けた場所について
(アンケート調査)

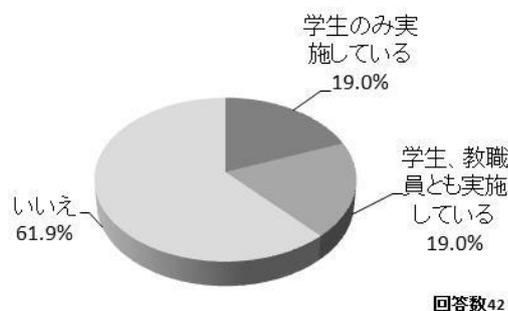


(イ) 大学・専門学校等

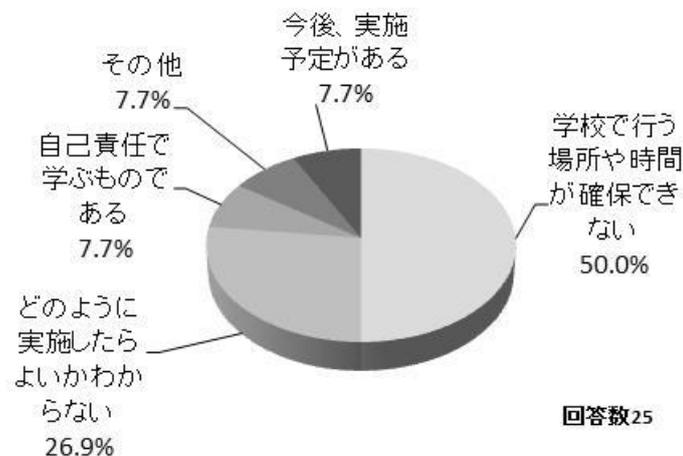
県内大学・短大・専修学校（以下「大学等」という。）で学生、教職員に対して消費者教育を実施している大学等は 38.0%でした。また、実施していない大学等の理由で最も多かった回答は、「学校で行う場所や時間が確保できない」（50.0%）次いで「どのように実施したらよいかわからない」（26.9%）でした。（図表 18、19）

消費者教育の取り組み内容については、最も多かったのが「契約のルールや取引のトラブル防止（クーリング・オフの仕方など）」(93.8%)、次いで「情報通信機器の有効活用、安全確保（インターネット等の安全な利用方法など）」(81.3%) でした。（図表 20）

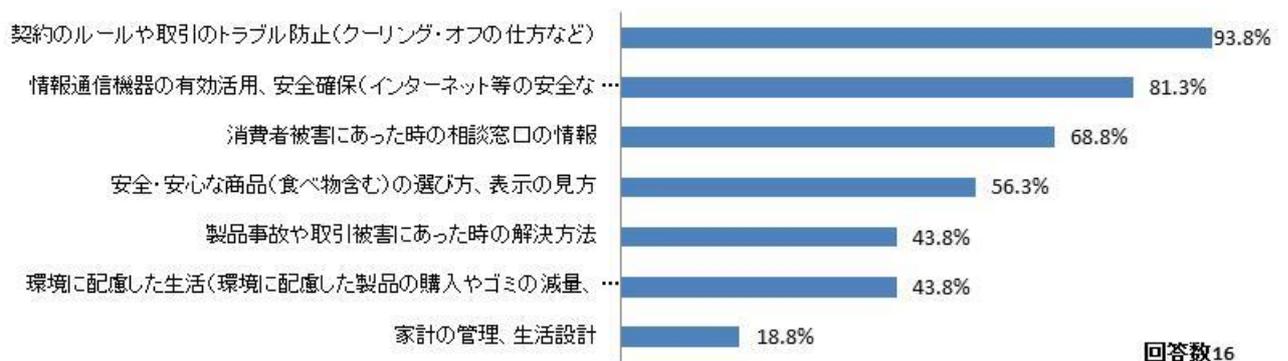
■ 図表 18 学生、教職員に対して消費者教育を実施していますか
(実態調査)



■ 図表 19 実施していない理由（実態調査）



■ 図表 20（複数回答） 実施している教育（啓発）の内容（実態調査）

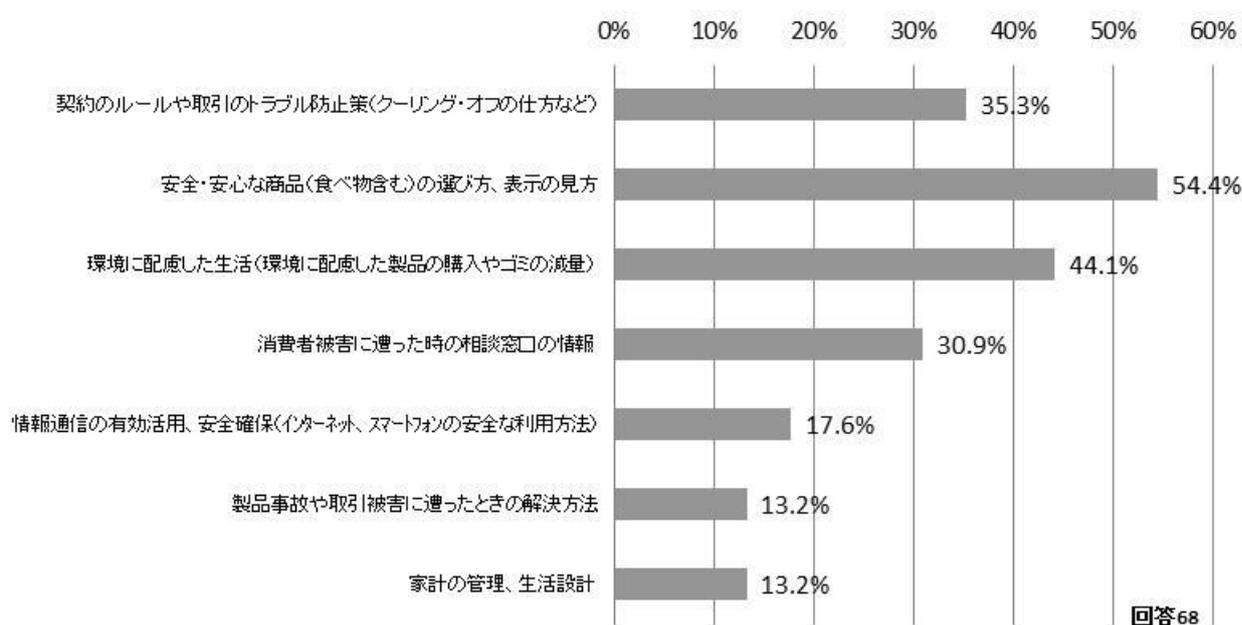


② 地域における教育

消費者教育を受けたことがある方のうち、「主として地域での講座等（「地域（町内会など）が行う講座など」、「県・市町村が行う研修会など」、「消費者団体・NPOが行う講座など）」の3つの選択肢のいずれか」と回答した方は全体の48.5%でした。

受けたことがある消費者教育の内容については、最も多かったのが、「安全・安心な商品（食べ物含む）の選び方、表示の見方」（54.4%）、次いで「環境に配慮した生活（環境に配慮した製品の購入やゴミの減量）」（44.1%）、次に「契約のルールや取引のトラブル防止（クーリング・オフの仕方など）」（35.3%）でした。（図表 21）

■ 図表 21 (複数回答) 地域での講座等で受けたことがある消費者教育の内容
(アンケート調査)



③ 職域における教育

消費者教育を受けたことがある方のうち、「会社・職場での講座」と回答した方は 48.5% でした。(図表 13)

受けたことがある消費者教育の内容については、最も多かったのが、「契約のルールや取引のトラブル防止(クーリング・オフの仕方など)」(60.3%)、次いで「環境に配慮した生活(環境に配慮した製品の購入やゴミの減量)」、「情報通信の有効活用、安全確保(インターネット、スマートフォンの安全な利用方法)(それぞれ 42.9%)」でした。(図表 22)

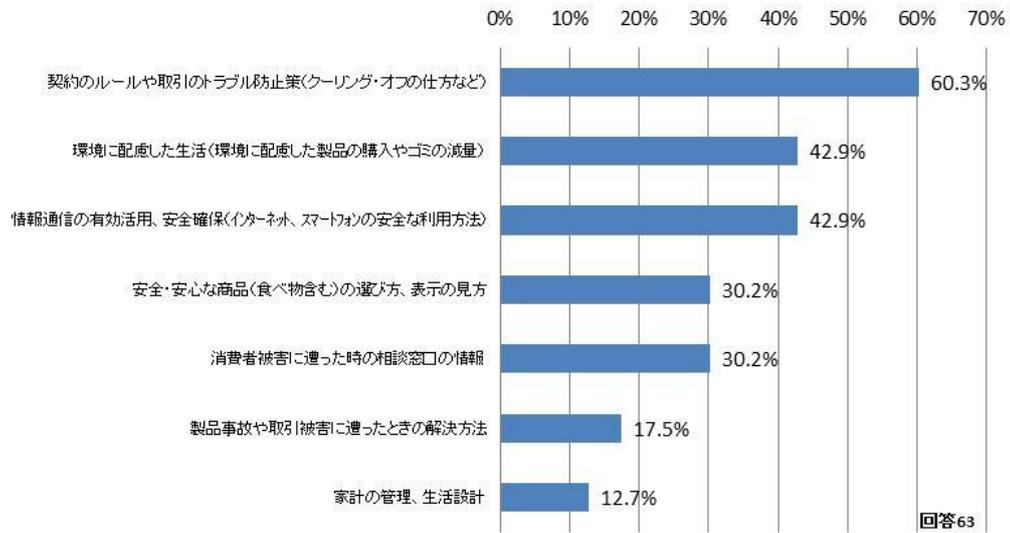
「従業員に対する教育を実施している」と回答した事業者は 58.8% でした。

また、実施していない事業者の理由で最も多かった回答は、「自社で行う時間的・経済的余裕がない」(28.6%)、次いで「自己責任で学ぶものである」(19.5%) でした。(図表 23、24)

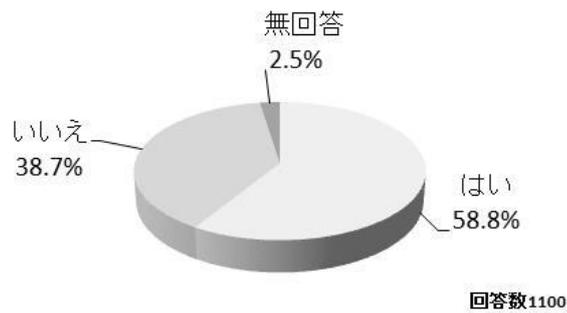
従業員に対する教育を実施している事業者の従業員教育の方法について最も多い回答は、「新入社員研修(自社)」(60.4%) で、次いで「事業者団体等の実施する研修への参加」(45.4%) でした。(図表 25)

消費者教育の取り組み内容について最も多い回答は、「環境に配慮した生活(環境に配慮した製品の購入やゴミの減量、節電など)」(36.8%)、次いで「契約のルールや取引のトラブル防止(クーリング・オフの仕方など)」(32.0%) でした。(図表 26)

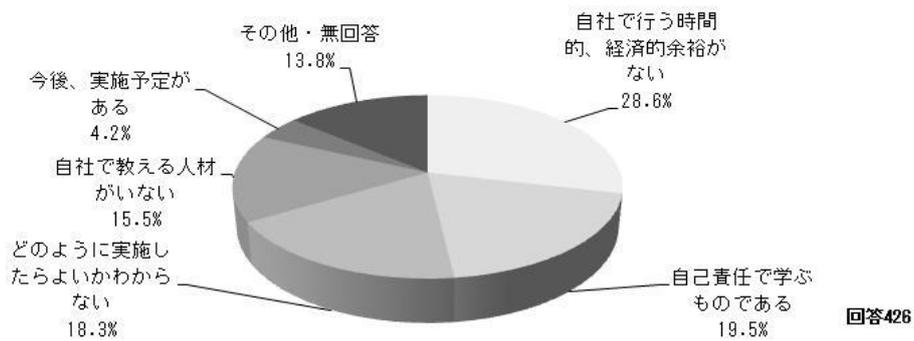
■ 図表 22 (複数回答) 会社・職場で受けたことがある消費者教育の内容 (アンケート調査)



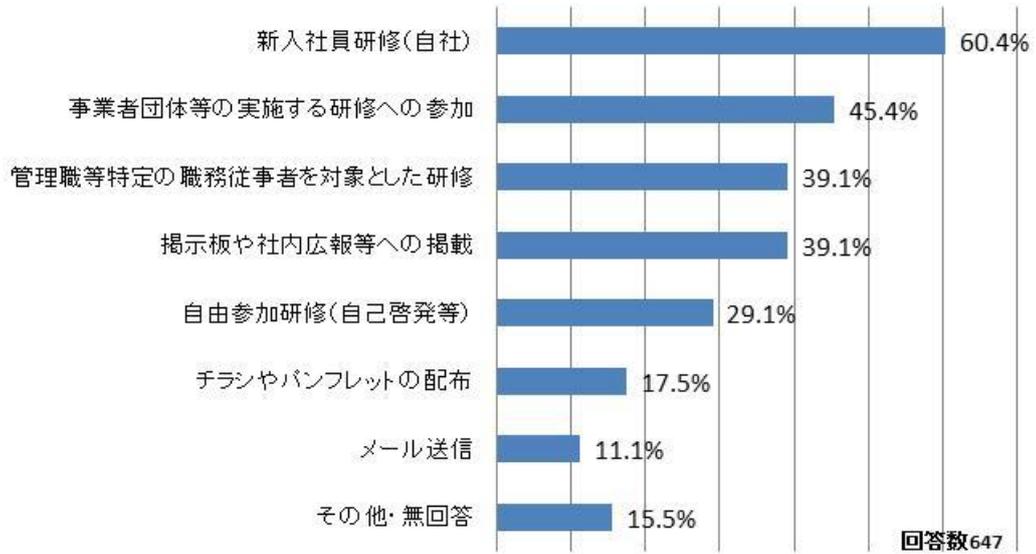
■ 図表 23 従業員に対する教育を実施していますか (実態調査)



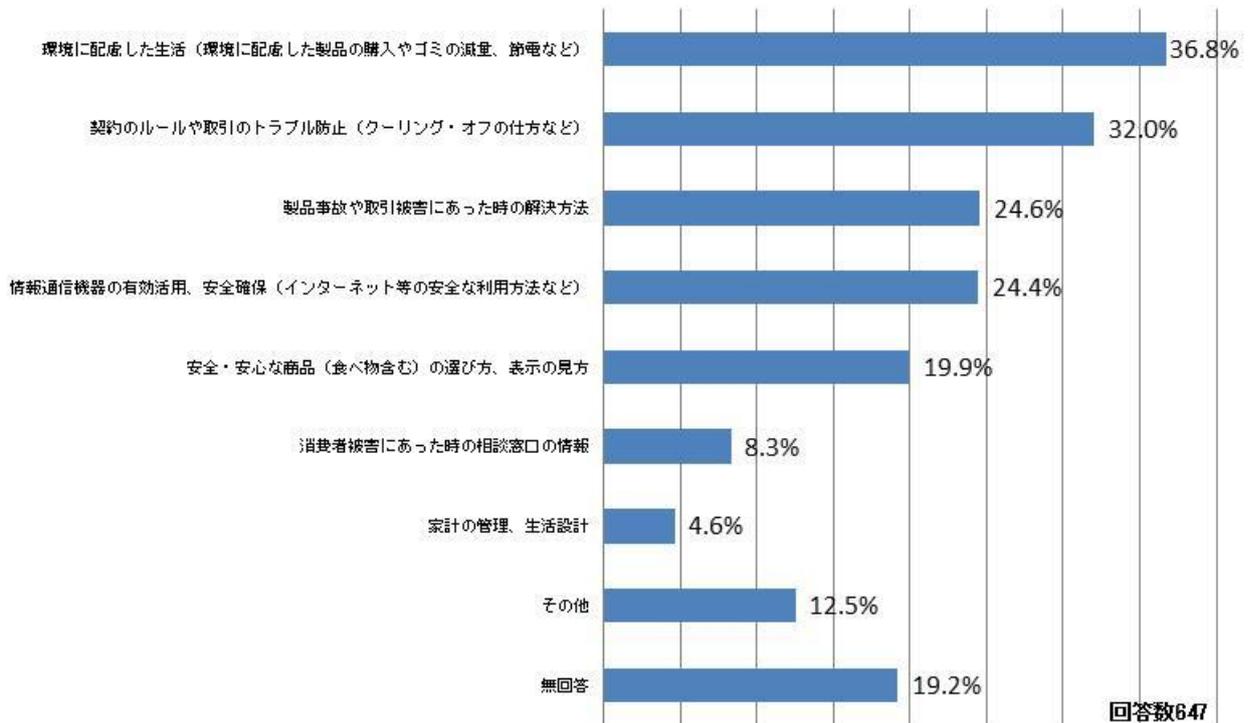
■ 図表 24 実施していない理由 (実態調査)



■ 図表 25 (複数回答) 教育 (啓発) の方法 (実態調査)



■ 図表 26 (複数回答) 従業員教育 (啓発) の内容 (実態調査)



③ 取り組むべき課題

- ・ 県内の小・中・高等学校及び特別支援学校の各学校においては、学習指導要領により、社会科、家庭科等の関係する各教科で消費者教育が取り組まれているところですが、消費者教育を効果的に推進するためには、教科横断的な教職員同士の連携や外部機関との連携、消費者問題の変化に対応した教材の開発や活用、さらには教職員の指導力向上のための研修等を充実させることが必要です。
- ・ 大学等や職域においては、消費者教育に取り組まれている学校、職場もありますが、今後は各主体の実態に合わせた消費者教育への取り組みの支援が必要です。
- ・ 「賢い消費者」育成のために、啓発資料の配布のみにとどまらず、学校、職場、地域など様々な場において消費生活に関して学ぶ場を提供できるよう、「消費生活出前講座」の実施が必要です。
- ・ 商品等の安全や消費者被害防止に関する内容のみならず、消費者市民社会の構築に関する分野についても、消費者教育の体系を意識しながら、対象分野や内容に偏りがないよう関係各課と連携して、教育内容や方法の検討が必要です。

第3章 消費者施策の取組みの方向性

1 指針の全体構成

- 目的 消費者生活の安定と向上の促進
- 基本的視点 「消費者の権利の尊重」「消費者の自立支援」
- 3つの柱 「ライフステージに応じた消費者教育の推進」 【知】
「消費生活相談窓口の機能の充実・体制の強化」【相】
「多種多様な団体とのネットワークの構築」 【連】

指針においては、条例の目的である「消費者生活の安定と向上の促進」を実現するため、条例の理念である「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立支援」を基本的視点におき、3つの柱として、「【知】ライフステージに応じた消費者教育の推進」、「【相】消費生活相談窓口の機能の充実・体制の強化」、「【連】多種多様な団体とのネットワークの構築」を定め、行政・消費者団体・事業者等様々な主体が連携して、それらに応じた各種施策を総合的かつ計画的に推進します。

(1) 施策体系図

分野	3つの柱	基本方針	基本施策
知	ライフステージに応じた消費者教育の推進	消費者教育・啓発	<ul style="list-style-type: none"> ・場や消費者の特性に応じた学ぶ機会の提供 ・消費者教育・啓発を担う人材の育成と活用 ・消費者教育教材の作成と活用 ・消費生活情報の提供 ・多様な教育の担い手との連携
相	消費生活相談窓口の機能の充実・体制の強化	消費者の安全・安心の確保	<ul style="list-style-type: none"> ・商品・サービスの安全性の確保 ・消費者事故等の情報提供 ・不当な取引方法や表示の防止 ・生活関連物資の安定供給
		消費者被害の救済	<ul style="list-style-type: none"> ・県相談窓口の充実・強化 ・市町村消費者行政への支援 ・紛争処理体制の整備 ・多重債務問題への対応
連	多種多様な団体とのネットワークの構築	消費者の組織活動の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者団体等との協働 ・高齢者への啓発や見守り活動の推進
		消費者意見の反映	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者の県政への参画

(2) 3つの柱（知・相・連）と5つの基本方針

【知】ライフステージに応じた消費者教育の推進

基本方針1 消費者教育・啓発

- ・ 消費者教育について、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行い、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、それぞれの場における多様な主体の連携及び他の消費者政策との有機的な連携を確保しつつ効果的に行います。
- ・ 「自ら考え行動する」自立した消費者を育成するだけでなく、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「消費者市民社会」の形成を目指して、消費者教育・啓発を推進します。

【相】消費生活相談窓口の機能の充実・体制の強化

基本方針2 消費者の安全・安心の確保

- ・ 消費者を取り巻く環境は、人口減少・高齢化の進行、高度情報通信社会の進展、消費生活のグローバル化など大きく変化しており、商品・サービスの多様化・複雑化が益々進み、それに伴い、消費者がトラブルに巻き込まれる事例が後を絶ちません。

このような中で、県民が消費者として生命・身体・財産の安全を確保され、安心して豊かな消費生活をおくることができるよう、商品・サービス等の安全安心の確保に取り組むとともに、適正な取引を実現するための事業者指導を推進します。

基本方針3 消費者被害の救済

- ・ 消費生活に関するトラブルが発生したときには、身近な相談窓口で相談できることが必要であり、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ことが重要です。

そのために、市町村の消費生活相談窓口の充実・強化を図るために、市町村消費者行政に対して適切な支援を行います。

- ・ 複雑・多様化する相談内容に対応するため、消費生活相談員の資質向上に努め、県民生活相談センターを中心とする県相談窓口が「センター・オブ・センターズ」としての機能の充実を図ります。

【連】多種多様な団体とのネットワークの構築

基本方針4 消費者の組織活動の推進

- 行政・消費者団体・事業者等が、それぞれの問題意識や可能な取組について情報交換し、認識を共有することは、効率的・効果的に消費者被害の未然防止を行うために有効と考えられることから、消費者団体等様々な主体と情報・意見交換を実施するとともに、連携・協働による活動等の実施を支援・促進します。
- 特に、高齢者の消費者被害の未然防止等については、地域の見守りネットワークの構築・推進など、地域の様々な主体との連携・協働が必要なことから、消費者団体等の支援を推進します。

基本方針5 消費者意見の反映

- 消費者施策の透明性を確保する観点から、県公式ホームページ等を活用して情報発信し、消費者から寄せられる意見について誠実に対応します。
- 岐阜県消費生活安定審議会等を活用して、消費者の意見を適切に消費者施策に反映させます。

(3) 平成31(2019)年度までの目標

本指針の効果的な推進のために、目標として平成31(2019)年度を目標年次とした「目標指標」を各取組分野で設定し、その達成に向けた施策を集中的に進めることとします。

【知】ライフステージに応じた消費者教育の推進

消費者教育・啓発

項目	基準値 (H27年度末)	目標値 (H31年度末)
消費生活相談員及び消費者啓発推進員※の研修参加率	80.4%	100%(各年度)
消費者教育教員研修の開催回数及び参加教員数	12回 1,706人	12回 1,800人 (各年度)
消費生活に関する出前講座の小・中・高等学校生の参加者数(累計)	11,522人	27,000人
消費生活に関する出前講座の高齢者の参加者数(累計)	29,154人	69,000人
市町村消費者教育推進地域協議会の設置数	1市	4市町村
市町村消費者教育推進計画の策定数	1市	4市町村

※ 消費者教育の推進及び消費生活に関する普及啓発活動を実施するために、岐阜県が委嘱した者

【相】消費生活相談窓口の機能の充実・体制の強化

(1) 消費者の安全・安心の確保

項目	基準値 (H27 年度末)	目標値 (H31 年度末)
適正な表示に関する事業者向けの講習会の受講者数(累計)*	864 人	1,000 人 (H30 年度末)
食品表示に関する調査の実施回数(合同調査含む)(累計)*	1,376 回	2,500 回 (H30 年度末)

※ 岐阜県食品安全行動基本計画（第3期）による目標

(2) 消費者被害の救済

項目	基準値 (H27 年度末)	目標値 (H31 年度末)
消費生活センターの設置率(広域相談体制含む)	64.2%	100%
消費生活相談員の配置市町村率(広域相談体制含む)	64.2%	100%
消費生活相談員の有資格者率	68.6%	75%
消費生活相談員の研修参加率	87.8%	100%(各年度)

【連】多種多様な団体とのネットワークの構築

(1) 消費者の組織活動の推進

項目	基準値 (H27 年度末)	目標値 (H31 年度末)
県と消費者団体等との意見交換・消費者行政事業協働件数	2 件	3 件
消費者安全確保地域協議会の設置数	0 市町村	13 市町村

(2) 消費者意見の反映

項目	基準値 (H27 年度末)	目標値 (H31 年度末)
県と消費者団体等との意見交換・消費者行政事業協働件数(再掲)	2 件	3 件

2 【知】ライフステージに応じた消費者教育の推進

消費者教育・啓発

○方針

消費者教育推進法第3条第3項には、「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なければならない。」と消費者教育に関する基本理念を定めています。

このため、消費者庁では、消費者と消費者教育の推進に従事する者が、取り組むべき消費者教育の意義や目標を理解できるよう、「消費者教育の体系イメージマップ※（以下「イメージマップ」という。）」に対象領域ごと、発達段階ごとの学習目標を整理し、全体像を明示し、消費者教育の「見える化」を図っています。

本指針では、イメージマップに示された対象領域ごと、発達段階ごとの内容を参考にしながら学習目標を整理し、「消費者教育が育むべき力」（教育が目指す目標）を設定することで、計画を体系的に推進していきます。

※1「消費者教育の体系イメージマップ」

消費者教育の推進のための体系的プログラム研究会（消費者庁設置）が、平成25（2013）年1月に公表したもの（付属資料参照）。

※2「消費者教育が育むべき力」（対象領域ごとの具体的な目標）

【】・・・イメージマップの領域
・・・具体的な目標

【消費者市民社会の構築】

消費が社会に与える影響を考慮し適切な選択ができる力

- ・ 自らの消費が環境、経済、社会及び文化等の幅広い分野において、他者に影響を及ぼし得るものであることを理解し適切な商品やサービスを選択できる力
- ・ 持続可能な社会の必要性に気づき、その実現に向けて多くの人々と協力して取り組むことができる力
- ・ 消費者が、個々の消費者の特性や消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、主体的に社会参画することの重要性を理解し、他者と協働して消費生活に関連する諸課題の解決のために行動できる力

【商品等やサービスの安全】

商品等やサービスの安全性を確認し危険を回避できる力

- ・ 商品等やサービスの情報収集に努め、内在する危険を予見し、安全性に関する表示等を確認し、危険を回避できる力
- ・ 商品等やサービスによる事故・危害が生じた際に、事業者に対して補償や改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力

【生活の管理と契約】

健全な家計運営ができ、消費者トラブルを回避し対処する力

- ・ 適切な情報収集と選択による、将来を見通した意思決定に基づき、自らの生活の管理と健全な家計運営をすることができる力
- ・ 契約締結による権利や義務を明確に理解でき、違法・不公正な取引や勧誘に気づき、トラブルの回避や事業者等に対して補償、改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力

【情報とメディア】

様々な情報を読み解く力と活用できる力

- ・ 高度情報化社会における情報や通信技術の重要性を理解し、情報の収集・発信により消費生活の向上に役立てることができる力
- ・ 情報、メディアを批判的に吟味して適切な行動をとるとともに、個人情報管理や知的財産保護等、様々な情報を読み解く力を身に付け、活用できる力

① 場や消費者の特性に応じた学ぶ機会の提供

◆学校（幼稚園、小学校、中学校、高等学校、特別支援学校）

【現状・課題】

- ・ 学校教育においては、幼児、児童及び生徒の「生きる力」を育むことを目指し、生涯にわたり学習する基盤が培われるよう、基礎的な知識及び技能を習得させるとともに、これらを活用して課題を解決するために必要な思考力、判断力、表現力等の能力を育み、主体的に学習に取り組む態度を養うことを理念としています。
- ・ 消費者教育に関しては、平成 20（2008）年及び 21（2009）年に改訂された小・中・高等学校の学習指導要領において、社会科、公民科、家庭科、技術・家庭科などを中心に教育内容が充実されました。
- ・ 消費者教育は、知識を一方向的に与えることではなく、日常生活の中での実践的な能力を育み、社会の消費者力の向上を目指して行われるべきものですので、学校教育においては、学習指導要領に基づく教育

を充実させると同時に、学校で学んだ内容を日常生活で実践する能力を養うことが大切です。

- ・ 近年は、急速に普及した携帯電話、スマートフォン等の情報通信機器や、インターネットの利用による契約トラブルも増加しています。
このような消費者被害等の状況から、高校生までに契約に関する基本的な考え方や契約に伴う責任、消費者市民社会の形成に参画することの重要性などについて理解させ、社会において消費者として主体的に判断し責任を持って行動できるような能力を育む必要があります。

【方向性】

- ・ 学校教育で得た知識は家庭で、家庭教育で得た知識は学校でといった相互作用により実践力を高めるため、P T A活動などで体験型講座を実施するなど、消費者教育の内容が学校、家庭で共有される取り組みを進めていきます。
- ・ 時代の要請に応じた消費者教育を学校で行っていくために、新しい教材に関する情報を収集、紹介だけでなく、専門的知識を有する外部人材の活用も進めていきます。
- ・ 幼稚園においては、消費者教育のニーズ把握に努めるとともに、モデルケースを発掘し、園で使用できる教材を作成する等、園での取り組みを支援していきます。
- ・ 小・中・高等学校及び特別支援学校においては、関係部局との連携によるモデルケースの発掘や情報提供の取り組みを進めていきます。

【県の主な施策・取り組み】

- ・ P T A活動などで体験型講座を実施
- ・ 新しい教材に関する情報を収集、紹介
- ・ 専門的知識を有する外部人材の活用
- ・ (幼稚園) モデルケースの発掘と教材作成、情報提供
- ・ (小学校・中学校・高等学校・特別支援学校) 関係部局との連携によるモデルケースの発掘と情報提供

◆学校（大学、専門学校等）

【現状・課題】

- ・ 成年と未成年が混在する大学、専門学校等（以下「大学等」という。）においては、消費者の権利と責任が大きく変化することも踏まえ、学生のもつ様々な側面に応じ、大学等として積極的に消費者教育に取り組み、学生への生活支援を行うのみならず、自立した社会人としての

消費者、職業人としての生産者・サービス提供者の育成等を行うことが求められています。

- ・ 大学等は、社会的経験の浅い学生が、安心して充実した学生生活を送るための支援を行う役割を担っており、これまでも学習面での支援にとどまらず、多様な学生の相談に応じ、生活面での支援を行っています。しかし、悪質商法等の被害や契約等のトラブルに遭う学生は少なくなく、学生からの相談に対応するほかにも、学生に対する各種の消費生活や消費者問題に関する知識の提供機会を拡大していくことが求められています。

【方向性】

- ・ 大学等における消費者教育のニーズ把握に努めるとともに、モデルケースを発掘し、入学時のガイダンスや、学生支援に従事する教職員等に対する研修の実施を支援していきます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ モデルケースの発掘と情報提供
- ・ 入学時のガイダンス等の実施支援
- ・ 教職員等に対する研修の実施支援

◆地域

【現状・課題】

- ・ 自立した消費者を育成するためには、地域においても消費者教育に取り組むことが重要です。県及び市町村の消費生活相談窓口は、消費者被害の救済だけではなく、商品・サービスの基礎知識や契約知識について情報を発信することで、地域の消費生活を支えるとともに、消費者問題に関する普及・啓発活動をしています。
- ・ 公民館、図書館を始めとする社会教育施設においては、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。これらの取り組みを継続していくとともに、一層推進していくことが求められています。
- ・ 情報や支援を求めて学習の場に自ら足を運ぶ人よりも、関心を持たない人の方こそ、消費者教育が必要だという意見もあります。

【方向性】

- ・ 市町村、町内会、老人クラブといった地域団体との連携により、人が多く集まる商業施設等での地域イベント、講演会等での啓発活動や、県が委嘱する消費者啓発推進員や県・市町村の消費生活相談員の活用

による出前講座により、地域での教育を推進していきます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 市町村や地域団体等との連携によるイベントや講演会等での啓発
- ・ 消費者啓発推進員や県市町村相談員の活用による出前講座の実施

◆高齢者、障がい者

【現状・課題】

- ・ 消費者教育推進法第13条では、「地域において高齢者、障がい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、社会福祉主事、介護福祉士その他の高齢者、障がい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。」としています。
- ・ 高齢者や障がい者など生活に支援が必要な方に対しては、その支援者（介護従事者等）に対する働きかけが特に重要です。
- ・ 高齢化の進行や核家族化が進展することで、孤立しがちな単身の高齢者や、判断力が十分でない障がい者を地域で支え合うための仕組みが求められており、直接その人々に対して消費者教育を行う機会を設けるだけでなく、支え合いの仕組みの中で、消費者教育がなされる必要もあります。

【方向性】

- ・ これまでの出前講座のほか、老人クラブの会合や見守りネットワークを活用した啓発や障がい者支援施設、支援者ネットワークを活用した啓発に取り組んでいきます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 高齢者や障がい者またはその支援者に対する啓発
- ・ 老人クラブの会合や見守りネットワークを活用した啓発
- ・ 障がい者支援施設、支援者ネットワークを活用した啓発

◆家庭

【現状・課題】

- ・ 家庭においては、子どもに対して親などの保護者が小遣いの与え方を考え、買い物を手伝わせることなどにより、金銭や物を大切に扱うことについての意識を子どもに身に付けさせていくことが大切です。
- ・ オンラインゲームの課金トラブルが低年齢でも発生していることか

ら、携帯電話やインターネット等の使い方について、家族で考え、家庭でのルールづくりを行うことも重要です。

- ・ 高齢者に対しては、高齢者世帯を狙った悪質性の高い勧誘の被害を防止するため、家族間で常に情報共有をしていくことが重要です。

【方向性】

- ・ 幼児期から保護者等の行う家庭教育を支援するための教材を作成し、活用します。また、高齢者世帯への家族による見守りを支援するため、家族への高齢者被害についての情報提供等を行っていきます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 親子で学べる教材の作成・活用
- ・ 家族への高齢者被害情報の提供

◆職域

【現状・課題】

- ・ 消費者教育推進法第14条第2項では、「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に努めるものとする。」とされています。
- ・ 事業者がお客様相談室などを設け、そこで直接的、間接的に消費者の声を聴き、その声を事業者自らの顧客満足度の向上に生かすことは、事業者の活動として今や必須であると考えられます。さらに、その声を生かし、消費者が公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画できるような、情報提供や商品やサービスの開発、提供が期待されます。このように、消費者教育に取り組むことは、事業者の社会的責任（CSR）の観点からも有意義です。
- ・ 消費者教育推進法第14条第3項では、「事業者は、その従業員に対し、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。」とされています。
- ・ 従業員、特に、初めて社会に出て経済的に自立し、自己の責任において消費生活を実現する新入社員等については、自ら合理的に判断し消費者として行動することが求められます。しかしながら、時代が変化する中で、学校教育の中で得た知識と、社会に出てから必要となる知識は必ずしも一致しないことがあります。
- ・ 社会に出てからの学びの場は少ないことから、新入社員向けに契約

のルールや生活設計・管理に係る社会人としての基礎知識や食生活向上のための知識、あるいは、中高年層向けに定年退職後の生活設計情報や注意すべき消費者トラブル事例情報などの提供の場が必要です。

- ・ 消費者市民社会の構築に向け、事業の形態や、事業分野、その事業者の事情、特性に応じ、従業者へ環境保護活動への参加を促すなど、消費者市民社会を形成する消費者を育成するという観点から消費者教育を行うことも大切です。

【方向性】

- ・ 県内事業所においては、既に自然環境保全活動等の社会貢献活動に取り組んでいるところもありますが、今後は、消費者教育のニーズの把握に努めるとともに、モデルケースを発掘し、各事業者の実態に適した消費者教育の方法や人材について情報提供することで、消費者教育への取り組みを支援していきます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ ニーズ把握とモデルケースの発掘
- ・ 各事業者等に適した教育方法や人材についての情報提供

② 消費者教育・啓発を担う人材の育成と活用

◆教員を対象とした研修、教材開発

【現状・課題】

- ・ 学校の教職員には、消費者教育の推進役としての役割が期待される場所であり、その指導力の向上を図ることが求められます。また、県民生活相談センターをはじめとする消費生活センターでは、専門的な知識や経験を有する消費生活相談員が相談に応じていることから、教職員が消費者教育の担い手となることは大変有効です。
- ・ 県内全域で消費者教育の機会を提供するためには、新たな教育人材の育成が不可欠であることから、大学や職域、地域で教育できる人材を育成していく必要があります。

【方向性】

- ・ 各地域で取り組まれている優れた実践事例についての情報を収集し、家庭科、社会科等の関係教員へ情報提供するとともに、教育研究会等の教員が集まりやすい機会を利用して、消費者教育の専門家を派遣する等の研究支援を行うことにより、教員に対する研修機会を提供していきます。

- ・ 消費者教育の専門家や教員の意見を取り入れながら、教科書以外の副教材を作成、充実させることで、消費者教育が学校現場で効果的に実施されるよう支援します。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 優れた実践事例等の関係教員への情報提供
- ・ 教育研究会等への専門家派遣による研究支援
- ・ 学校現場で使える副教材の作成、充実

◆ 消費者教育拠点機能の充実

【現状・課題】

- ・ 県で実施する消費生活出前講座は、年間 118 件の実績があり、うち 62%を県が委嘱する消費者啓発推進員が寸劇の講座として実施しています。（平成 25（2013 年）年度～平成 27（2015）年度の 3 年間平均）
- ・ 誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けることができる機会を提供するためには、地域に根差した教育人材をさらに育成し、県内全域を網羅できるような教育体制を整備する必要があります。

【方向性】

- ・ 県及び市町村の相談員、相談窓口担当職員に対しては、伝えるだけでなく、教えるノウハウも身につけられるよう、消費者教育実践マニュアルを作成するとともに、「消費者教育人材育成研修」等を開催していきます。
- ・ 消費者啓発推進員については、新たな人材の発掘と教育スキルの向上を図っていきます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 消費者教育実践マニュアルの作成・活用
- ・ 相談員等を対象とした「消費者教育人材育成研修」の実施
- ・ 相談員経験者等の教育人材発掘と教育スキルの向上

③ 消費者教育教材の作成と活用

【現状・課題】

- ・ 県では、これまで学校用副教材の作成のほか、啓発冊子やパンフレット等の広報媒体を作成し、消費者の年齢等の特性に応じた啓発を行ってきました。

- ・ 消費者市民社会の形成のためには、消費者一人一人が豊かな消費生活の実現に向けて、主体的に消費生活に関する正確な知識や的確な判断力を身に付けていくという「消費者学習」が必要です。

【方向性】

- ・ 消費者教育の必要性に対する県民の理解を深めていく取り組みを行っていくとともに、消費者教育の担い手のすそ野を広げるための取り組みを行っていきます。
- ・ 県の作成する教材だけでは限界があることから、誰もが使いやすい教材を選ぶことができるよう、国が提供する「消費者教育ポータルサイト」についても、活用例を周知するなどしていきます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 消費者教育普及啓発パンフレットの作成・配布・活用
- ・ 各ライフステージや場に応じた内容の教材の作成・活用
- ・ 消費者教育ポータルサイトの活用例の周知

④ 消費生活情報の提供

【現状・課題】

- ・ 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修得することが重要です。
- ・ 消費者事故の中には、事前に事故情報を知っていれば防ぐことができた事例も少なくありません。また、悪質商法の手口や対処方法についても、知っていれば、自分だけでなく、家族や知人の被害に対して迅速な対応が可能となります。こうしたことから、様々な媒体を活用して消費者事故情報や消費生活に関する情報を幅広く情報発信していくことが必要です。

【方向性】

- ・ 様々な媒体を活用して消費者事故情報や消費生活に関する情報を幅広く発信します。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 消費生活出前講座での情報提供
- ・ 県ホームページを活用した情報提供
- ・ 市町村、消費者団体等と連携した広報紙の活用
- ・ 新聞等マスメディアを通じた情報提供

⑤ 多様な教育の担い手との連携

【現状・課題】

- ・ 消費者教育推進法では、国や地方公共団体の責務等について規定しているだけでなく、消費者教育の様々な担い手、消費者団体、事業者・事業者団体の努力についても定めています。
- ・ 地域には、これまで自らの活動が消費者教育の活動であることを意識しないで実践している担い手があり、限られた時間、資源において効率的・効果的に消費者教育を推進するには、こうした各主体が情報を共有し、自らが行う取り組みの位置づけの理解を進めながら相互の連携・協働を図っていく必要があります。

【方向性】

- ・ 地域における消費者教育の推進のための体制づくりを支援します。
- ・ 消費者団体や事業者等の自主性を尊重しつつ、それぞれの取り組みを支援し、協力関係を築きながら、相互の連携により情報共有を図っていきます。
- ・ 行政、消費者団体、事業者等、消費者自身も含め、幅広い教育の担い手それぞれが連携することで、県民の誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けることができる機会や学び合う機会を提供していきます。

【県の主な施策・取り組み】

- ・ 関係部局、関係団体との連携による推進（学校、職場、地域等）
- ・ 岐阜県金融広報委員会等、他の出前講座実施機関との連携

3 【相】消費生活相談窓口の機能の充実・体制の強化

(1) 消費者の安全・安心の確保

① 商品・サービスの安全性の確保

【現状・課題】

- ・ 安全性が確保されていない商品・サービスの提供により、消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼすおそれがあるので、事業者がこうした安全性に欠ける商品・サービスを提供しないよう指導する必要があります。
- ・ 特に、食の安全については、消費者にとって重大な関心事項であることから、県の関係部局と連携しながら安全な食品等が供給されるような方策を講じる必要があります。

【方向性】

- ・ 製品の安全性や品質などの適正な表示を事業者に義務づける製品安全三法（消費生活用製品安全法、家庭用品品質表示法、電気用品安全法）に基づき、販売事業者への立入検査・指導を行う市町村に対し、関係業務が円滑に遂行されるよう、研修の実施や、指導・助言を行っていきます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 製品安全三法に基づく立入検査・指導を実施する市町村への指導及び助言
- ・ 他部局との連携による食品等の安全性の確保

② 消費者事故等の情報提供

【現状・課題】

- ・ 悪質商法による財産被害や商品等による製品事故などの消費者事故等は、同種の事故等が繰り返されるおそれがあるため、こうした情報の収集に努めるとともに、事故等の拡大防止のため、国、他の都道府県、市町村、関係機関等と連携し、消費者に対して迅速に情報提供していくことが必要です。

【方向性】

- ・ 消費者事故等に関しては、国や国民生活センター、N I T E（独立行政法人 製品評価技術基盤機構）等と連携して情報を収集し、県ホームページ等を活用して消費者への迅速かつ的確な情報提供を行い、

被害の拡大防止を図ります。

- ・ 消費者安全法に基づき、消費者事故等の情報については、迅速に国に通知し、被害拡大を防止するとともに、消防、医療、福祉、学校をはじめ、他県、他部局、警察、市町村等とも連携を図り、情報の共有に努めます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 消費者事故等の情報収集
- ・ 県民への情報提供
- ・ 国・他県・他部局間、警察、市町村等との連携による情報共有

③ 不当な取引方法や表示の防止

【現状・課題】

- ・ 住家の点検を目的に訪問した事業者から、点検後、不安を煽られ、直ちに高額なリフォーム契約を結ばされる事案や、不当な表示により消費者を錯誤に陥らせる事案など、不当な取引方法や表示による消費者被害の防止のためには、消費者に不利益を及ぼす不当な取引方法や表示を用いた事業者に対して、厳正な対応が必要です。
- ・ 県境を越えて活動する事業者もあるため、消費者被害の拡大防止のためには、国や他の都道府県との連携強化を図ることも必要です。

【方向性】

- ・ 消費生活相談や特定商取引法に基づく知事への申出、公益通報等を通じて不当な取引方法を行う事業者の情報を入手した際は、消費生活関連法令に基づき、必要な調査を行った上で改善勧告や事業者名の公表を含めた行政処分等を行い、消費者被害の拡大防止を図ります。
- ・ 指導・処分に当たっては、県関係部局や警察等関係機関との連携を密にして対応します。さらに、県境を越えて広域的に活動する事業者に対しては、国や他の都道府県と連携・協力し、不当な取引方法の改善指導等に努めます。
- ・ 不当な表示については、景品表示法のほか、分野別の個別法に基づき適正な指導に努めます。特に、様々な法律が関係する食品表示については、県関係部局や保健所を設置している岐阜市と連携して、定期的に合同監視を実施し、不当な表示によって消費者の利益が損なわれることがないように努めます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 不当な取引方法や表示の防止のための事業者指導・法執行
- ・ 表示の適正化の推進
- ・ 国・他県・他部局間、警察、市町村等との連携による情報共有

④ 生活関連物資の安定供給**【現状・課題】**

- ・ 県民の消費生活に関連性の高い商品（生活関連物資）は、安定した価格で需要に見合う供給がなされることが必要です。

【方向性】

- ・ 生活関連物資が円滑に流通するように、関係機関と連携し、生活関連物資の供給状況の監視に努めます。
- ・ 県民の消費生活の安定及び向上を図るため、生活関連物資の価格動向を定期的に把握し、県民への情報提供に努めます。
- ・ 海外での事変による輸入の支障や、大規模災害の発生など緊急事態が生じた場合は、県内の小売店における生活関連物資等の需給バランスの動向を把握するとともに、それらの価格の高騰が県民の消費生活に重大な影響を与えると懸念される場合には、調査等速やかに対応します。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 生活関連物資等の価格調査の実施
- ・ 県公式ホームページによる情報提供

（２）消費者被害の救済**① 県相談窓口の充実・強化****【現状・課題】**

- ・ 社会経済情勢の変化に伴い、より多様・複雑化していく相談に対応していくためには、消費者に最も身近な市町村が一義的に相談を受け付け、県は主として広域的な見地を必要とする相談への対応等を行うなど、県と市町村間での一定の機能分担が必要です。
- ・ 県の消費生活相談窓口においては、広域的な見地を必要とする相談への対応や市町村相互間の連絡調整、市町村相談窓口への助言、協力、情報提供が求められており、消費生活相談員の資質向上を図るととも

に、様々な分野において高度な知識を持つ専門家との連携が必要です。

【方向性】

- ・ 市町村相談窓口との機能分担を果たすため、県消費生活相談窓口の相談機能の高度化・専門化を図り、県民生活相談センターを中核的な機能を担う機関として強化していきます。
そのため、消費生活相談員に対する実践的研修を実施するとともに、消費者庁、国民生活センター等が実施する専門性の高い研修への派遣など消費生活相談員の資質向上を図ります。
また、弁護士など各分野の専門家と連携し、高度な相談に対応していきます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 県民生活相談センター等の相談窓口の機能強化

② 市町村消費者行政への支援

【現状・課題】

- ・ 消費者被害の迅速な救済には、住民に最も身近な市役所や町村役場で相談できる体制整備が重要です。県内では、全市町村において消費生活相談窓口が開設され、住民にとって身近なところで相談が受けられるようになりました。
また、専任の消費生活相談員の配置についても、市町村の実情に応じて配置が進んでいます。
- ・ 消費者安全法において、消費者からの相談に応じることは市町村の責務として明記されていることから、県としては、県民の誰もがどこでも等しく適切な相談が受けられるよう、各市町村の実情を考慮しながら、市町村相談窓口機能の充実・強化のための支援を行っていくことが必要です。

【方向性】

- ・ 消費者庁の地方消費者行政推進交付金を最大限に活用して、市町村の消費者行政に対する支援を行っていきます。
- ・ 市町村相談窓口機能を担う人材を確保するため、消費生活相談員資格取得のための支援を行うとともに、資格取得者については、県で整備する資格取得者名簿への登録を促し、市町村に登録者情報を提供していきます。
- ・ 市町村相談窓口機能の充実・強化については、県民生活相談センターと市町村の専用ホットラインや巡回訪問指導などにより、県消費生

活相談員や弁護士などの専門家等から助言を行うなど、市町村の相談業務に対する支援を行うとともに、実務に役立つ研修を開催するなど消費生活相談員等の資質向上を図ります。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 市町村相談窓口機能の充実・強化に向けた支援

③ 紛争処理体制の整備

【現状・課題】

- ・ 消費者被害の救済方法の一つに裁判がありますが、解決までに時間や経費がかかることから、裁判以外の紛争解決手段等について周知し、その活用を促すことが必要です。

【方向性】

- ・ 裁判外紛争解決手続のための機関として「岐阜県苦情処理委員会」を設置し、調停を行います。
- ・ 委員会の調停に付され、一定の条件を満たす案件について、消費者が訴訟を提起する場合は、その費用に充てる資金の貸付等の援助を行います。
- ・ 県以外の紛争処理機関や適格消費者団体による「消費者団体訴訟制度」などの制度について周知を図ります。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 岐阜県苦情処理委員会の運営
- ・ 消費者が提起する訴訟費用の貸付
- ・ その他の紛争解決手段の周知

④ 多重債務問題への対応

【現状・課題】

- ・ 多重債務に関する相談件数は、平成 22（2010）年 6 月に改正貸金業法が完全施行されたことなどから、減少傾向が続いていますが、多重債務者が抱える問題は単に債務整理にとどまらず、個々の状況に応じた経済的支援や生活再建支援を行う必要があります。
- ・ 一人でも多くの多重債務者を救済するために、県や市町村における相談体制の充実と関係機関との連携強化、相談窓口の周知が必要です。

【方向性】

- ・ 相談窓口で対応に当たる県・市町村職員及び相談員に対して、多重債務相談に関する研修を実施し、債務整理及び生活再建支援等の救済方法や関係機関との連携についての知識を修得を図ります。
- ・ 様々な媒体を活用して相談窓口や債務整理の方法などの情報提供を行います。
- ・ 関係機関の協力を得ながら、法律の専門家による無料相談会を開催します。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 担当職員の資質の向上
- ・ 相談窓口、早期相談、解決方法に関する周知
- ・ 法律の専門家による無料相談会の実施
- ・ 関係機関との連携

4 【連】多種多様な団体とのネットワークの構築

(1) 消費者の組織活動の推進

① 消費者団体等との協働

【現状・課題】

- ・ 消費生活情報の提供や消費者に対する教育・啓発などは、行政の取り組みだけでなく、消費者団体や事業者、事業者団体など多様な主体の連携・協働により行われることが必要です。

【方向性】

- ・ 様々な場の特性に応じた消費者教育を効果的に実施するために、消費者団体や事業者、事業者団体等の自主的な活動を支援します。
- ・ 行政、消費者団体、事業者等多様な主体の連携による消費者教育・啓発活動を推進します。
- ・ 事業者に対する指導・処分に当たっては、県関係部局や警察等関係機関との連携を密にして対応します。さらに、県境を越えて広域的に活動する事業者に対しては、国や他の都道府県と連携・協力し、不当な取引方法の改善指導等に努めます(再掲)。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 消費者団体等への情報提供、自主的な活動の支援
- ・ 消費者団体等との連携による消費者教育・啓発活動の推進
- ・ 事業者団体等との連携による消費者の安全・安心の確保
- ・ 国・他県・他部局間、警察、市町村等との連携による情報共有

② 高齢者・障がい者等への啓発や見守り活動の推進

【現状・課題】

- ・ 県に寄せられる相談のうち高齢者からの割合は全体の約4分の1を占める(平成27(2015)年度)など、高齢者の消費者被害の未然防止は喫緊の課題です。
- ・ 高齢者や障がい者等は、社会的孤立や判断力の低下等などの要因により、悪質商法の被害に遭いやすい状況にあります。
また、高齢者や障がい者等、本人は自身が騙されていることに気づかず、後で被害に気づいた家族等から相談が寄せられる場合もあり、対応が遅れ、被害回復が困難になる場合も少なくありません。
- ・ 高齢者や障がい者等の消費者被害を未然に防止するためには、悪質

商法の手口や対処方法について、本人のみならず、家族や地域の方々、福祉事業者等、日常本人に接する機会の多い方々等、周囲の方へも注意を促す必要があります。

【方向性】

- ・ 高齢者や障がい者を対象とした出前講座を充実させるとともに、市町村などの地域における高齢者等の見守りネットワークの構築の取り組みを支援します。
- ・ 消費者安全法に規定された「消費者安全確保地域協議会」の設立を推進します。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 高齢者や障がい者等への啓発や見守り活動の推進

(2) 消費者意見の反映

消費者の県政への参画

【現状・課題】

- ・ 県が実施する消費生活の安定・向上を図るための消費者施策は、県民の意見が反映されることが必要です。

【方向性】

- ・ 施策の推進にあたっては、消費者から寄せられた意見を消費者施策に反映するように努めます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 岐阜県消費生活安定審議会等を通じた意見交換・情報共有
- ・ 県公式ホームページ、県民意見募集を通じて寄せられる消費者の意見への対応
- ・ 消費者団体等から寄せられる意見への対応

第4章 指針の推進体制と進行管理

1 推進体制

県民の消費生活の安定及び向上を図るための重要な事項を調査審議する「岐阜県消費生活安定審議会（消費者教育推進地域協議会）」において情報交換と調整を行うとともに、計画の策定や修正について協議します。

また、国、他都道府県、県の他部局、市町村、消費者団体、事業者、事業者団体等との連携により効果的な推進に努めます。

2 進行管理

県や市町村だけでなく、地域で展開している様々な消費者施策の取り組み状況について、毎年、岐阜県消費生活安定審議会において報告します。

県の取り組みについては、この指針への位置づけを確認しながら、必要に応じて見直しを行います。

3 消費者施策推進指針に関する目標指標（再掲）

【知】ライフステージに応じた消費者教育の推進

消費者教育・啓発

項目	基準値 (H27 年度末)	目標値 (H31 年度末)
消費生活相談員及び消費者啓発推進員※ の研修参加率	80.4%	100%(各年度)
消費者教育教員研修の開催回数及び参加教員数	12回 1,706人	12回 1,800人 (各年度)
消費生活に関する出前講座の小・中・高等学校生の参加者数(累計)	11,522人	27,000人
消費生活に関する出前講座の高齢者の参加者数(累計)	29,154人	69,000人
市町村消費者教育推進地域協議会の設置数	1市	4市町村
市町村消費者教育推進計画の策定数	1市	4市町村

※ 消費者教育の推進及び消費生活に関する普及啓発活動を実施するために、岐阜県が委嘱した者

【相】消費生活相談窓口の機能の充実・体制の強化

(1) 消費者の安全・安心の確保

項目	基準値 (H27 年度末)	目標値 (H31 年度末)
適正な表示に関する事業者向けの講習会の受講者数(累計)*	864 人	1,000 人 (H30 年度末)
食品表示に関する調査の実施回数(合同調査含む)(累計)*	1,376 回	2,500 回 (H30 年度末)

※ 岐阜県食品安全行動基本計画（第3期）による目標

(2) 消費者被害の救済

項目	基準値 (H27 年度末)	目標値 (H31 年度末)
消費生活センターの設置率(広域相談体制含む)	64.2%	100%
消費生活相談員の配置市町村率(広域相談体制含む)	64.2%	100%
消費生活相談員の有資格者率	68.6%	75%
消費生活相談員の研修参加率	87.8%	100%(各年度)

【連】多種多様な団体とのネットワークの構築

(1) 消費者の組織活動の推進

項目	基準値 (H27 年度末)	目標値 (H31 年度末)
県と消費者団体等との意見交換・消費者行政事業協働件数	2 件	3 件
消費者安全確保地域協議会の設置数	0 市町村	13 市町村

(2) 消費者意見の反映

項目	基準値 (H27 年度末)	目標値 (H31 年度末)
県と消費者団体等との意見交換・消費者行政事業協働件数(再掲)	2 件	3 件

		成人期			Ver.1.0		
		特に関与者	成人一般	特に関与者	特に関与者	成人一般	特に関与者
各期の特徴		成人期			Ver.1.0		
幼児期		小学生期			中学生期		
小学生期		中学生期			高校生期		
中学生期		高校生期			成人期		
高校生期		成人期			Ver.1.0		
重点領域	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての意識の形成が望まれる時期	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期	生涯を豊かにした生活の管理や計画の重要性、主体的な判断が望まれる時期	生活において自立を準備し、消費生活のルールや価値観を確立するための行動を始める時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に様々な人々と協働し取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での重要な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期
	消費がもつ影響力の理解	消費をめぐる物と金銭の流れを考えよう	消費者の行動が環境や経済にも与える影響を考えよう	生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会にも与える影響を考えよう	生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会にも与える影響を身に付けよう	生産・流通・消費・産業が環境、経済、社会にも与える影響に配慮して行動しよう	消費者の行動が環境、経済、社会にも与える影響を伝えることの大切さを伝えよう
	持続可能な消費の実践	自分の生活と身近な環境とのかけがえのないもの、使い方を工夫しよう	消費生活が環境にも与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう	持続可能な社会を目指して、ライフスタイルを考えよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを確立しよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践しよう	持続可能な社会について伝えよう
	消費者の参画・協働	身近な消費生活問題に目を向けよう	身近な消費生活問題及び社会問題の解決や、公正な社会の形成に向けて取り組むことの重要性を理解しよう	身近な消費生活問題及び社会問題の解決や、公正な社会の形成に向けて取り組むことの重要性を理解しよう	消費生活問題の他の社会問題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう	消費生活問題の他の社会問題の解決や、公正な社会をつくりよう	考えあいがながら協働して消費生活問題の他の社会問題を解決し、公正な社会をつくりよう
	商品安全の理解と危険を回避する能力	くらしの中の危険や、ものの安全な使い方を知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手際を知り、使おう	安全で危険の少ないくらしと消費生活を目指すことの大切さを理解しよう	安全で危険の少ないくらし方を学ぶ準備を付けよう	安全で危険の少ないくらしと消費生活をつくりよう	安全で危険の少ないくらしの大切さを伝えよう
	トラブル対応能力	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する準備を付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しやすい社会をつくりよう	考えあいがならトラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう
	選択し、契約することへの理解と考える態度	物の選び方、買い方を考え、適切な購入しよう	商品を通じて選択するとともに、契約とそのルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう	適切な意思決定に基づいて行動しよう	契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する準備を付けよう	契約とそのルールを理解し、くらしに活かそう	契約とトラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝えよう
	生活を設計・管理する能力	欲しいものがあったときは、よく考え、断りは強要することをおぼえよう	消費に関する生活管理の技術を活用しよう	主体的に生活設計を立ててみよう	生涯を豊かにした生活設計の計画や計画を管理しよう	経済社会の質化に対応し、生涯を豊かにした計画的な暮らしをしよう	生活環境の質化に対応し、考えあいがながら生活を管理しよう
	情報の収集・発信能力	身の回りのさまざまな情報に気づこう	消費に関する情報の集め方や活用の仕方を知ろう	消費生活に関する情報の収集と発信の技術を身に付けよう	情報と情報技術を適切に利用する準備を身に付けよう	情報と情報技術を適切に利用するくらしをしよう	考えあいがながら情報と情報技術を適切に利用しよう
	情報社会のルールや情報モラルの理解	自分や家族を大切にしよう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを守ろう	著作権や取得した情報への責任を知ろう	情報社会のルールや情報モラルを守る準備を付けよう	情報社会のルールや情報モラルを守られる情報社会をつくりよう	考えあいがなく、トラブルが守られる情報社会をつくりよう
消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜだろう」と考えよう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう	消費生活情報の特徴、選択の方法について学び、社会問題の解決に役立てよう	消費生活情報を主体的に活用する準備を付けよう	消費生活情報を主体的に活用して行動しよう	考えあいがなく消費生活情報を上手に活用しよう	

※本イメージマップはあくまで内容ではなく、学校、家庭、地域における学習内容に示唆を促すものであり、関係者間で協議を要するものではありません。

岐阜県消費者施策推進指針（平成29年度～平成31年度）

平成29年 月発行

《発行者》

岐阜県環境生活部県民生活相談センター

岐阜県岐阜市藪田南5-14-53 ふれあい福寿会館1棟5階

電話 058-272-8204