資料2-2

岩手県消費者施策推進計画の基本的方向について

（中間答申案）

岩　　手　　県

目　　次

第１章　計画改定に当たって
１　計画策定の趣旨 ･･1
２　計画の位置づけ ･･1
３　計画の期間 ･･1

第２章　現状と課題
１　旧計画の実施結果 ･･2
(1)　商品やサービスの安全の確保 ･･2
(2)　消費者と事業者との取引の適正化 ･･2
(3)　消費者に対する有用な情報や教育機会の提供 ･･････････････････････････････3
(4)　消費者被害の救済 ･･3
(5)　地方公共団体、関係機関等との連携 ･･････････････････････････････････････3
２　現状 ･･3
(1)　消費者を取り巻く社会環境の変化 ･･3
(2)　消費者行政の状況 ･･5
(3)　本県における消費生活相談の現状 ･･6
３　課題 ･･10
(1)　商品やサービスに起因する消費者事故の未然防止、被害拡大の防止 ･･････････10
(2)　不当な表示や不公正な契約などによる消費者トラブルの未然防止 ･･････････10
(3)　多様な主体との連携による消費者教育の推進 ･･････････････････････････････10
(4)　消費者被害や多重債務問題の解決力の向上 ･･････････････････････････････10
(5)　市町村相談体制の支援 ･･10

第３章　施策の方向
１　計画の基本目標 ･･11
２　５つの柱（施策方向）とそれを推進するための 14 の具体的な施策【体系図】 ･･････････11
(1)　商品やサービスの安全の確保 ･･12
(2)　消費者と事業者との取引の適正化 ･･12
(3)　消費者教育の推進 ･･12
(4)　消費者被害の救済 ･･12
(5)　市町村・関係機関等との連携及び活動支援 ････････････････････････････････13

第４章　計画の進行管理・検証
１　事業の実施・進捗状況の管理 ･･14
２　事業の検証 ･･14
３　県民への公表 ･･14

事業編：事業概要及び指標 ･･15

主要指標一覧 ･･45

参考資料 ･･49

第１章　計画改定に当たって

１　計画策定の趣旨

岩手県消費者施策推進計画は、岩手県消費生活条例（平成 17 年３月 28 日条例第 34 号。以下「条例」という。）第３条（県の責務）の規定を受け、具体的な消費者施策を総合的・計画的に進めるために策定しているものです。

平成 22 年 12 月に改定した計画（以下「旧計画」という。）は、平成 22 年度から平成 26 年度までの５年間を計画期間とし、「消費者被害のない地域づくりをすすめ、消費生活の安定と向上を図る」という基本目標を掲げ、「消費者が被害に遭わないための環境づくりや教育機会の提供を図る」「消費者の視点に立って施策を推進し、消費者トラブルの解決力向上を図る」の２つの基本方針のもと、様々な取組を進めてきました。

この間、食材偽装表示、高齢者の消費者被害の増加、スマートフォンの爆発的な普及、東日本大震災津波の発生や東京電力福島第一原子力発電所の事故に伴う放射性物質汚染問題など、消費者を取り巻く社会環境は大きく変化しました。

また、国においては、平成 24 年８月に「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。）が制定され、平成 25 年６月には、消費者教育推進法に基づき「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（以下「消費者教育基本方針」という。）が策定されました。「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し、効果的に推進する」ことが消費者教育基本方針の方向とされ、地方における消費者教育を推進するための計画の策定が求められています。

今般、これまで実施してきた消費者施策の取組結果を総括するとともに、現在の消費者を取り巻く社会環境の変化や消費者行政の動きに対応し、今後の消費者施策を総合的に推進するため、平成 27 年度以降の計画を策定するものです。

２　計画の位置づけ

本計画は、条例を具体的に展開し、条例が目的とする消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図り、県民の消費生活の安定及び向上に資するための行動計画であるとともに、本県の総合計画である「いわて県民計画」（平成 21 年度～平成 30 年度）の一分野である「消費者施策の推進」の具体的な事業実施計画でもあります。

また、消費者教育推進法及び消費者教育基本方針を踏まえ、本県の「消費者教育推進計画」としての性格も有するものです。

【いわて県民計画の体系（抜粋）】
７つの政策：　４　安全・安心～「安心して、心豊かに暮らせるいわて」の実現～
政策推進の基本的方向：　安全・安心なまちづくりの推進
主な取組内容：　消費者施策の推進

３　計画の期間

平成 27 年度から平成 31 年度までの５年間とします。

第２章　現状と課題

１　旧計画の実施結果

(1)　商品やサービスの安全の確保

消費生活用製品安全法[1]に規定する特定製品や、医薬品等販売施設、生活衛生施設[2]など、事業者等への監視指導及び検査を実施しました。平成 23 年３月に発生した東日本大震災津波の影響から、一時取組が低下した事業もありましたが、おおむね計画どおりに実施されました。

しかしながら、平成 24 年７月、花巻市の機械式立体駐車場において子どもの死亡事故が発生するなど、依然として消費者事故[3]は発生しています。

(2)　消費者と事業者との取引の適正化

家庭用品品質表示法[4]等に基づき、事業者等への監視指導及び検査を実施したほか、特定商取引に関する法律[5]（以下「特定商取引法」という。）や不当景品類及び不当表示防止法[6]（以下「景品表示法」という。）等に基づき、消費者契約の適正化のため、必要に応じて悪質な事業者への指導、処分等を行いました。

これらの取組がおおむね計画どおりに実施されたことにより、法執行を行うべき大きな不正事案等は発生しませんでした。

---

[1] 消費生活用製品安全法・「特定製品」「特別特定製品」

一般家庭で使用される製品の欠陥による事故から消費者を守るための法律で、昭和 48 年に制定され、平成 23 年に最終改正されました。消費者に危害が及ぶ可能性のある生活製品で、家庭用圧力鍋、乗車用ヘルメットなどを「特定製品」に指定し、同法で定めた安全基準検査を製造会社に義務づけています。さらに、第三者検査機関の検査を義務づけた「特別特定製品」として乳幼児用ベッド、浴槽用温水循環器などを指定しています。国で定めた技術上の基準に適合し、ＰＳＣマークを表示していないものは、販売や販売目的での陳列ができません。略称「消安法」。

[2] 生活衛生施設

生活衛生関係営業施設のことで、理容所、美容所、クリーニング所、興行場、旅館、公衆浴場等を指します。

[3] 消費者事故

消費者安全法第２条第５項第１号に規定されており、事業者が供給する商品（製品）や、提供する物品（施設、工作物）又はサービスを、消費者が使用すること等に伴い生じた事故であって、消費者の生命や身体について一定の被害が発生したものをいいます。ただし、商品等が有すべき消費安全性を欠くことにより生じたものではないことが明らかな場合は除かれます。

[4] 家庭用品品質表示法

家庭用品の品質に関する表示の適正化を図り、消費者の利益を保護するための法律で、昭和 37 年に制定されました。消費者の通常生活に使用されている繊維製品、合成樹脂加工品、電気機械器具及び雑貨工業品のうち、消費者がその購入に際し、品質を識別することが困難で、特に品質を識別する必要性の高いものが、「品質表示の必要な家庭用品」として指定されることになっています。

[5] 特定商取引に関する法律

消費者取引の公正を確保するための法律で、昭和 51 年に制定され、平成 24 年に最終改正されました。消費者トラブルが生じやすい７つの取引類型（訪問販売、通信販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引、特定継続的役務提供、業務提供誘引販売取引、訪問購入）について、事業者による不公正な行為等を規制するための「氏名や勧誘目的等の明示義務」等といった行為規制と「申込みの撤回又は契約の解除（いわゆるクーリング・オフ）」等のトラブル防止のための民事ルールを定めています。行為規制に違反した場合には、１年以内の業務停止や指示といった行政処分や罰則の適用があります。また、原則として全商品・全役務が規制の対象となっています。略称「特定商取引法」「特商法」。

[6] 不当景品類及び不当表示防止法

過大な景品類の提供や虚偽・誇大な表示（不当な表示）による不当な顧客誘引を防止し、消費者の利益の保護を図るための法律で、昭和 51 年に制定され、平成 24 年に最終改正されました。消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれのある行為の制限（景品類の価額の最高額や総額等の制限）、商品・サービスの内容が実際のもの又は事実に相違して他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示す表示（優良誤認）や、取引条件について実際のもの又は他の事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると消費者に誤認される表示（有利誤認）の禁止について定めています。略称「景品表示法」「景表法」。

(3)　消費者に対する有用な情報や教育機会の提供

広報誌やホームページ、メールマガジンなどの様々な広報媒体を活用し、消費生活に関する情報提供を行ったほか、消費者被害に遭わない環境づくりのための各種セミナー、出前講座、学校における金融教育や情報モラル教育を行いました。

しかしながら、パソコンや携帯電話の普及に伴い、消費者の間にインターネットの利用が急速に広まったことで、消費生活の利便性が向上した一方、それに関するトラブルも増加しています。高度通信社会の進展に対応した消費者教育を一層充実させていくことが必要です。

(4)　消費者被害の救済

年々複雑化・巧妙化する悪質商法やインターネット取引による消費者トラブル等に的確に対応するため、消費生活相談員研修や弁護士無料相談等を実施したことにより、相談スキルが向上し、複雑事案への相談体制も確立されました。

しかし、多重債務相談は大幅に減少しましたが、背後の多様な問題への対応には、より一層、関係機関等との連携が必要です。

(5)　地方公共団体、関係機関等との連携

適格消費者団体[7]の設立促進に向けた機運醸成や県・市町村・関係団体によるネットワークの構築などを行ったほか、県内全ての市町村に相談体制が整備されました。

しかし、市町村中心の相談体制は緒に就いたばかりであり、引き続き支援が必要です。

２　現状

(1)　消費者を取り巻く社会環境の変化

ア　商品やサービスの欠陥等に起因する被害の拡大

家計の支出構造は、高齢化の進展、インターネット・携帯電話の普及を始めとする高度情報化の進展、国際化の進展等、社会経済の様々な変化によるライフスタイルの多様化を反映し、「モノ」から「サービス」へシフトしています。

国際化の進展に伴い、日常生活においても数多くの外国産品に囲まれており、情報化の進展とも相まって、インターネット等を通じて消費者が海外から購入することが容易となっており、消費生活においても国際化が進展しています。

生産、販売ルート、販売方法が多様化し、商品やサービスの欠陥等に起因する被害が拡大しやすくなっています。

イ　全国的に食材偽装表示問題が発生

食品をめぐる問題としては、平成 25 年度に大手ホテルチェーンやレストラン、百貨店等において、メニュー表示と異なる食材が使われていた事例が明らかになり、「食品偽装」や「食品表示問題」として社会問題化しました。これら一連の問題は、景品表示法が禁止する優良誤認の表示（商品又はサービスの品質、規格その他の内容について、一般消費者に対し、実際のもの又は競争事業者のものよりも著しく優良であると誤認させる表示）となり得るものでした。

また、平成 23 年３月に発生した東日本大震災津波に伴う東京電力福島第一原子力発電所の事故が引き起こした放射性物質による食品の汚染や平成 25 年 12 月の冷凍食品への農薬混入事件など、食の安全・安心を脅かすような事案が発生しています。

---

[7] 適格消費者団体
消費者全体の利益擁護のために差止請求権を適切に行使することができる適格性を備えた消費者団体として内閣総理大臣の認定を受けたものです。（消費者契約法第２条第４項）

ウ　高齢者の消費者被害が増加

近年、高齢者を中心に「劇場型勧誘[8]」や「二次被害[9]」「健康食品の送り付け商法」、いわゆる「振り込め詐欺」等の被害が深刻化していますが、高齢者の場合は、様々な身体能力の低下や判断力の衰えにより、消費者トラブルに巻き込まれるリスクが高まると考えられます。

また、高齢者の一人暮らし世帯が増えることで、周囲の目から隔離されて、消費者トラブルに巻き込まれやすくなる、トラブルに巻き込まれた際に誰にも相談できずに一人で抱え込むといった問題が大きくなっていることも考えられます。

それを表すように、高齢者については、消費生活センター[10]等への本人相談の割合が小さいといった特徴があることから、トラブルの未然防止や拡大防止には、周囲が気付いて対応していくなどの取組が必要です。

エ　高度通信社会の進展に伴う消費者トラブルが増加

パソコン、携帯電話等の情報通信機器に加え、スマートフォンの普及が急速に進んでいるほか、情報通信技術の発達により、インターネットでは様々な商品・サービスの購入・取引、金融取引等が可能となり、実際に多くの消費者がこうした利便性の高いインターネット経由の取引を行うようになっています。

また、決済手段においても電子化・多様化が進み、クレジットカードやコンビニエンスストアでの支払いなど、様々な手段が用いられています。

このように情報通信ツールが私たちの暮らしと切り離せないものとなる中で、電気通信サービス契約、インターネット通販での商品・サービスの購入、インターネットサイトを利用したアダルト情報サイト・出会い系サイト・オンラインゲーム等のコンテンツに関するもの、覚えのない連絡先からの「連絡を下さい」とのメールや、一方的に送り付けられる「迷惑メール」、フィッシング等による個人情報の不正入手など、新しい消費者トラブルが発生しているほか、海外事業者との国境を超えた取引に伴うトラブルも増えています。

オ　多重債務相談は減少、各種施策との連携が必要

多重債務問題改善プログラムによる多重債務者向けの相談窓口の整備等が行われたことや、平成 22 年 6 月には、貸し手への規制を通じて、新たな多重債務者の発生を抑制するため、改正貸金業法が完全施行されたことなどに伴い、多重債務に関する県の相談受付件数は、ピークであった平成 20 年度の 2,213 件から、平成 25 年度には 148 件と大幅に減少しました。

また、岩手弁護士会との協働で、平成 20 年度から県内各地において多重債務弁護士相談を開催していますが、その相談件数も、平成 20 年度の 1,465 件から平成 25 年度は 192 件と減少しています。

しかし、相談件数は減少していますが、多額の借入残高を有する層は、現在も相当数存在することから、継続的に多重債務者対策を講じていく必要があるとともに、平成 25 年末に成立した生活困窮者自立支援法を始めとした各種施策との連携を図っていく必要があります。

---

[8] 劇場型勧誘
複数の業者が役回りを分担し、パンフレットを送り付けたり、電話で勧誘したりして、消費者があたかも得をするように信じ込ませて実体不明の金融商品等を買わせる手口を言います。

[9] 二次被害
以前契約した商品・サービスについて、「解約してあげる」「損を取り戻してあげる」等と説明し、これまでに遭った被害の救済を装って被害に遭った人を勧誘し、金銭を支払わせる等の手口を言います。

[10] 消費生活センター
地方公共団体が設置している行政機関で、消費者の事業者に対する苦情処理、商品テスト、消費者啓発活動、消費者教育等を行っています。
消費者安全法では、事業者に対する消費者からの苦情に係る相談等の事務を行う施設等の設置義務を都道府県に課し、市町村に設置の努力義務を課しています。

カ　東日本大震災津波による被災者の生活再建支援

平成 23 年３月 11 日に発生した東日本大震災津波により、本県は沿岸地区を中心に甚大な被害を受けました。今なお多くの被災者の方が仮設住宅での暮らしを余儀なくされるなど、震災による生活への影響は続いています。

被災者の方が消費者被害に遭遇することは生活再建の大きな妨げとなることから、県としても、弁護士等の専門家派遣事業、仮設住宅での出前講座や隣戸訪問等を通じて、被災者が消費者被害に遭わないための取組を進めています。

今後とも市町村や関係機関と連携し、被災者が消費者被害に遭わないための環境づくりに努めていく必要があります。

(2)　消費者行政の状況

ア　国の状況

(ｱ)　消費者庁の設置と法改正

平成 21 年９月に消費者行政を一元的に行う消費者庁及び消費者行政の監視を行う消費者委員会が設置されました。

消費者庁では、平成 22 年３月に新たな消費者基本計画を策定し、国の消費者行政を進めています。これに基づき、集団的消費者訴訟制度を創設する消費者裁判手続特例法の制定や、既存の法体制では対応の難しい「隙間事案」への行政措置の仕組み等を規定する消費者安全法[11]が改正されました。

また、新たに問題となった「押し買い」を規制する特定商取引法の改正、「食品偽装」等に対応する景品表示法の改正、消費生活相談員の職を法的に位置づけ、消費生活センターには消費生活相談員を必置とする消費者安全法の改正が行われました。

(ｲ)　消費者教育推進法の施行

平成 24 年に消費者教育を総合的、一体的に推進し、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した消費者教育推進法が施行され、平成 25 年には、平成 25 年度から平成 29 年度までの「消費者教育基本方針」が閣議決定されました。

消費者教育推進法においては、消費者教育を「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及びこれに準ずる啓発活動」と定義づけ、消費者の自立を支援するための教育に加え、消費者が主体的に消費者市民社会[12]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こととされました。

基本理念として、幼児期から高齢期までの段階特性に配慮した体系的な消費者教育の推進や、学校や地域等の場の特性、多様な主体間や環境教育等の各種施策との連携による効果的な消費者教育の推進等を掲げ、地方公共団体の努力義務として消費者教育推進計画の策定が規定されました。

---

[11] 消費者安全法

消費者の消費生活における被害を防止し、その安全を確保するため、内閣総理大臣による基本方針の策定について定めるとともに、都道府県及び市町村による消費生活相談等の事務の実施及び消費生活センターの設置、消費者事故等に関する情報の集約等、消費者被害の発生又は拡大の防止のための措置その他の措置を講ずることにより、関係法律による措置と相まって、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に寄与することを目的として平成 21 年に制定されました。

[12] 消費者市民社会

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する社会を言います。一人一人の消費者が、自分だけでなく周りの人々や、将来生まれる人々の状況、内外の社会経済情勢や地球環境にまで思いをはせて生活し、社会の発展と改善に積極的に参加する社会を意味します。

イ　県の状況

盛岡市、北上市、大船渡市、釜石市、宮古市、久慈市、二戸市には近隣市町村との連携による広域センター、花巻市、遠野市、奥州市には単独のセンターが設置されるなど、平成 25 年４月、全市町村において消費生活相談体制が整備されました。

各相談窓口には、国際化や高度情報化社会の進展による新たな商品取引に関する相談等が寄せられるなど、助言やあっせんを行う消費生活相談員には高度な知識や技術が必要となっています。

市町村中心の相談体制は緒に就いたばかりであり、県には、技術的な支援や消費生活相談員の資質向上に向けた取組など、市町村の相談体制の維持・充実に向けた支援が求められています。

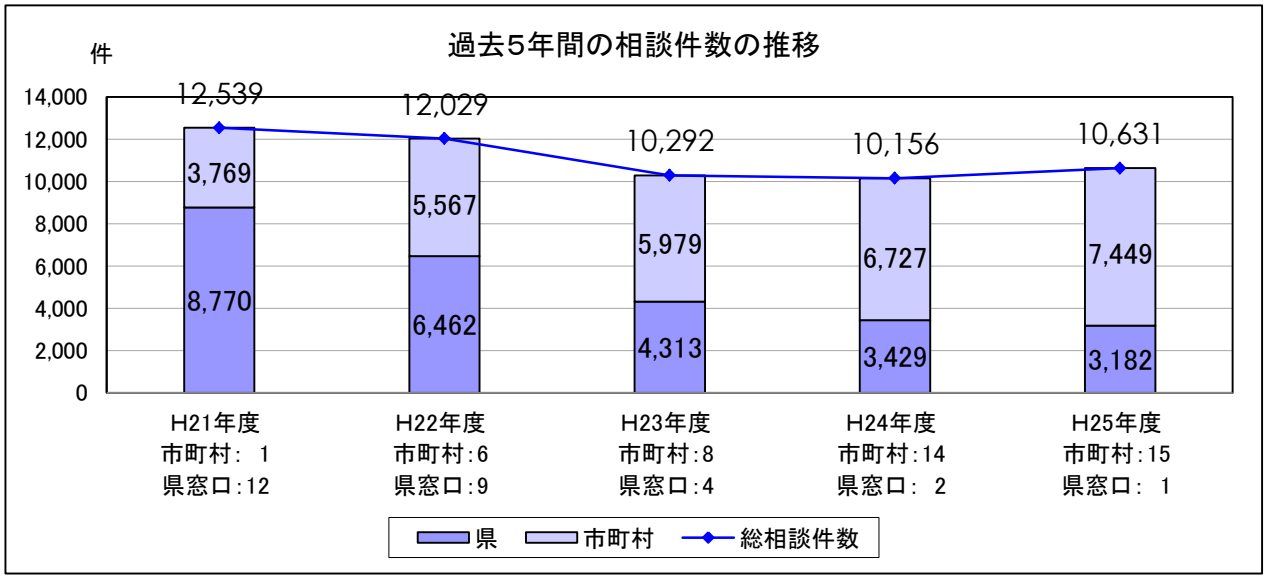
(3)　本県における消費生活相談の現状

ア　消費生活相談件数等

県及び市町村に寄せられた消費生活相談の総相談件数は、減少が続いていましたが、平成 25 年度は 10,631 件と増加に転じていて、全国と同じ傾向となっています。

原因としては、「健康食品の送り付け商法」によるトラブルが平成 24 年度から引き続き増加傾向にあったことが挙げられます。

また、市町村の相談体制整備に伴い、住民の方により身近な市町村での相談受付が増えていることも一因と考えられます。



［平成 26 年８月１日現在で PIO-NET（パイオネット）[13]に登録されたデータに基づくものであること。］

イ　契約当事者の男女別、年代別件数

平成 25 年度の相談における契約当事者の属性は、男性からの相談割合が 43.6%、女性からの相談割合が 46.0%となっています。

年代別では、70 歳代以上の方からの相談割合が 22.5%、60 歳代が 14.5%と、高齢者からの相談割合が大きくなっています。

また、70 歳代以上の方からの相談を見ると、女性が契約当事者である割合は 64.5%となっており、高齢の女性からの相談が多い状況となっています。

---

[13] PIO-NET（パイオネット）
全国消費生活情報ネットワーク・システム。国民生活センターと全国の消費生活センターをネットワークで結び、消費者から消費生活センターに寄せられる消費生活に関する苦情相談情報（消費生活相談情報）の収集を行っているシステムです。

ウ　商品・サービス別相談件数

平成25年度においては、商品に関する相談は「食料品」に関する相談が多く、中でも「健康食品」に関する相談が多くなっています。これは前述した「健康食品の送り付け商法」によるトラブルが平成24年度から引き続き増加傾向にあったことが挙げられます。

また、過去５年間の相談状況の推移を見ると、商品に関する相談では、何に対する請求か不明な架空請求などの「商品一般」の相談がいったん減少したものの、再び増加傾向にあります。

サービスに関する相談は、「運輸・通信サービス」に関する相談が増加しており、アダルト情報サイト、携帯電話に関する相談のほか、光ファイバー等のインターネット接続回線に関する相談も増加しています。「金融・保険サービス」に関する相談は大幅に減少しているものの、ファンド型投資商品に関する相談が増加してきています。

【商品・サービス別相談件数】

商品関連相談件数（件）					
区　　分	H21年度	H22年度	H23年度	H24年度	H25年度
商品一般	881	467	763	380	458
食料品	384	404	324	601	840
住居品	289	280	226	214	204
光熱水品	54	215	68	79	63
被服品	206	193	182	222	283
保健衛生品	235	190	182	156	191
教養娯楽品	487	550	447	438	506
車両・乗物	228	251	251	213	219
土地・建物・設備	357	476	431	364	403
他の商品	13	19	28	27	51
商　品　計	**3,134**	**3,045**	**2,902**	**2,694**	**3,218**

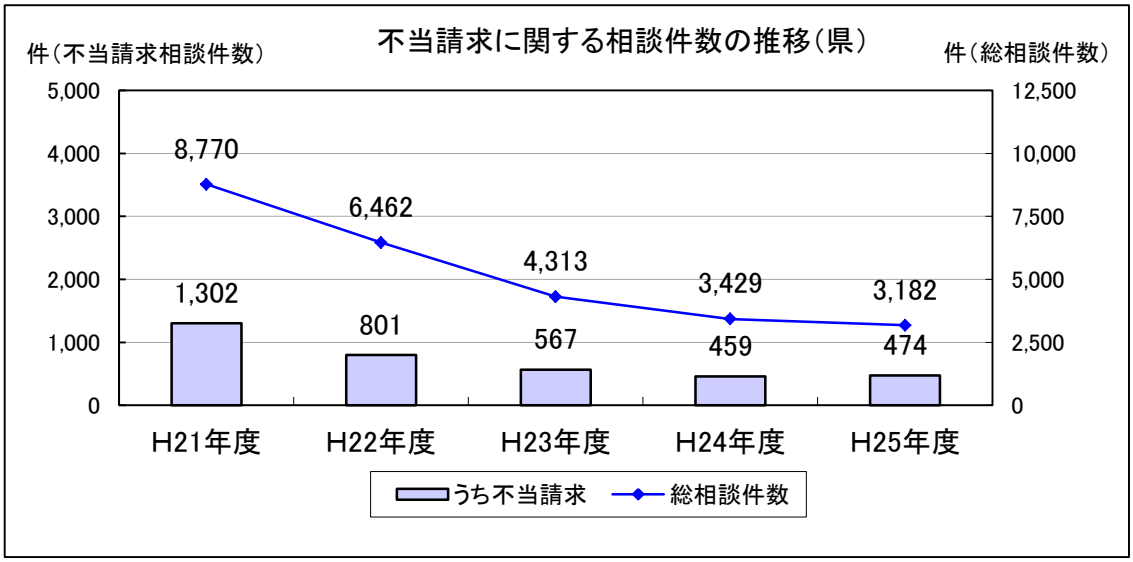
行政サービス	85	98	146	98	210
他の相談	1,276	1,514	1,442	1,399	1,472

サービス関連相談件数（件）					
区　　分	H21年度	H22年度	H23年度	H24年度	H25年度
クリーニング	43	29	44	43	33
レンタル・リース	504	477	531	518	474
工事・建築・加工	264	225	290	257	323
修理・補修	74	104	145	105	107
管理・保管	16	3	10	12	7
役務一般	24	28	29	19	35
金融・保険サービス	4,314	3,781	2,154	2,094	1,813
運輸・通信サービス	1,627	1,744	1,626	1,932	1,986
教育サービス	32	35	35	32	25
教養・娯楽サービス	323	272	248	294	239
保健・福祉サービス	283	226	270	236	252
他の役務	428	393	374	387	404
内職・副業・相場	112	55	46	36	33
サ　ー　ビ　ス　計	**8,044**	**7,372**	**5,802**	**5,965**	**5,731**

エ　県で受け付けた相談の特徴

(ｱ)　不当請求に関する相談

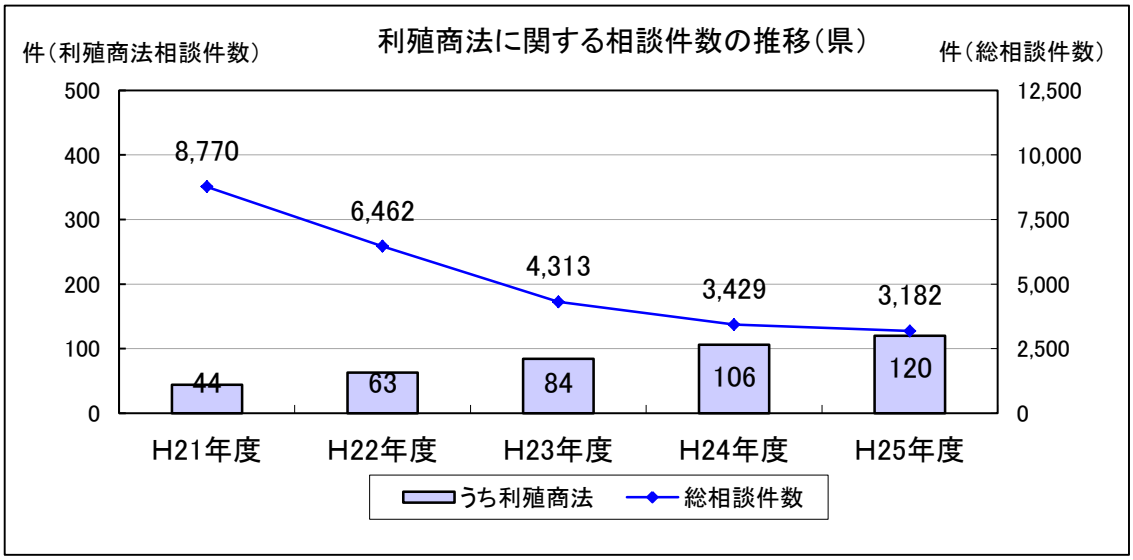
パソコンや携帯電話のアダルト情報サイトなどにおいて、契約が成立したとは言えないにもかかわらず料金を請求するワンクリック請求などの「不当請求[14]」に関する相談は減少してきていましたが、平成 25 年度は 474 件と再び増加しています。



(ｲ)　利殖商法に関する相談

利益となることを強調して投資や出資を勧誘し、結局は儲かることのないような「利殖商法」に関する相談は、平成 25 年度においても 120 件と増加しました。県での相談受理件数が減少している中で、利殖商法に関する相談は増加しています。

契約当事者の男女別では、男性が 49 件（構成比 40.8%）、女性が 70 件（構成比 58.3%）となっており、年代別では 70 歳以上が 57.5%と最も多く、特に 70 歳以上の高齢の女性の相談が全体の 43.3%を占めています。



[14] 不当請求

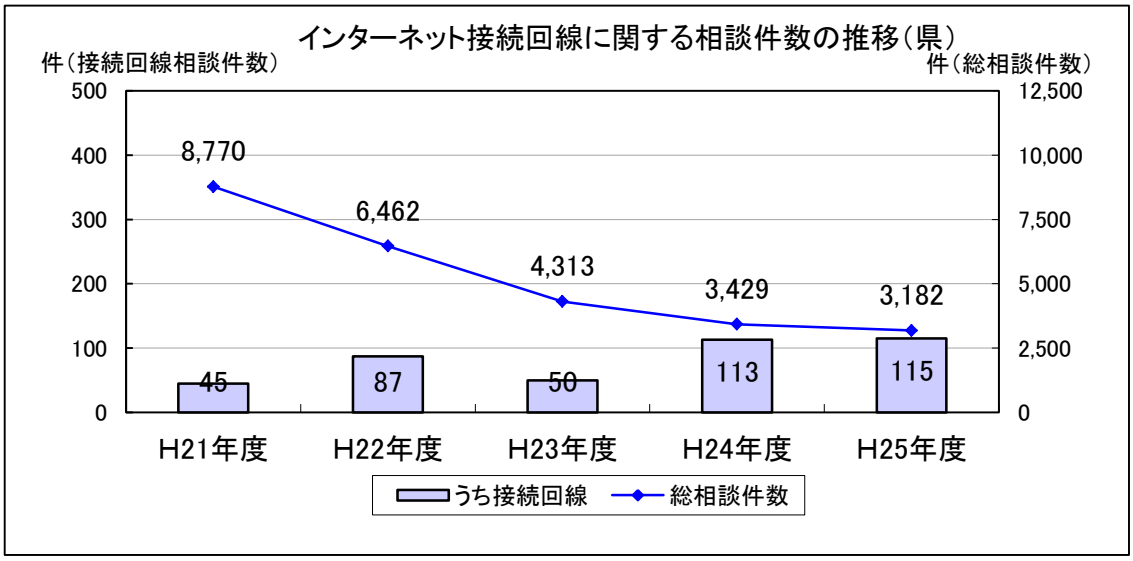
利用した事実はあるが、利用料の説明がなく、無料だと思っていたら利用料を請求されたり、有料であることは知っていたが、認識より高額な利用料金を請求されたりすることを言います。

(ｳ)　インターネット接続回線に関する相談

インターネット接続回線に関する相談は、平成 21 年度には 45 件であったものが、平成 25 年度には 115 件となるなど、高い水準で推移しています。

インターネット接続回線等の電気通信サービスは、サービスの仕組み自体が複雑で、契約内容のみならず、契約先についても消費者の理解が不十分なまま契約が成立するケースが多く見られます。

また、電気通信事業法は、特定商取引法の適用除外とされているため、クーリング・オフの適用がないといった問題点もあります。



３　課題

これまでの成果や社会情勢等の変化を踏まえ、県として次のような課題に対応していく必要があります。

(1)　商品やサービスに起因する消費者事故の未然防止、被害拡大の防止

生活用製品等の監視指導及び検査の実施や、消費者事故情報等の収集・共有を図ることにより、消費者事故の再発・拡大防止、未然防止に取り組む必要があります。

(2)　不当な表示や不公正な契約などによる消費者トラブルの未然防止

日用品、食品等の規格・表示に係る監視指導や立入調査等の法執行の充実により、消費者トラブルの未然防止に取り組む必要があります。

(3)　多様な主体との連携による消費者教育の推進（※）

ア　被害に遭いやすい高齢者等に対し、見守り活動などを行う関係団体等との連携による啓発を行っていく必要があります。

イ　消費者教育推進法が施行され、体系的な消費者教育や、各種施策との連携による効果的な消費者教育の推進が求められています。

単に消費者被害の防止にとどまらず、消費者の自立支援に向け、多様な主体との連携・協働により、消費生活に関する教育や啓発活動を行っていく必要があります。

ウ　インターネットやスマートフォン等が普及する中、高度通信社会に対応した消費者教育を行っていく必要があります。

(4)　消費者被害や多重債務問題の解決力の向上（※）

ア　年々手口が変わり、複雑化・巧妙化する悪質商法やインターネット取引による消費者トラブルの相談に、的確に対応していく必要があります。

イ　多重債務問題については、背後に抱えている多様な問題も含め、関係機関と連携して生活再建等に取り組む必要があります。

(5)　市町村相談体制の支援（※）

相談体制の一層の充実を図るため、消費生活相談員の資質向上や高度専門的な相談事案への解決の支援を継続していく必要があります。

※　生活再建途上にある被災者の生活状況について、市町村や県復興局等の関係機関と連携して動向を注視し、必要に応じて注意喚起を行うなど、消費者被害に遭わない環境づくりに特に配慮していく必要があります。

第３章　施策の方向

１　計画の基本目標

【基本目標】
消費者被害のない地域づくりをすすめ、消費生活の安定と向上を図る

２　５つの柱（施策方向）とそれを推進するための 14 の具体的な施策

【体系図】

- (1) 商品やサービスの安全の確保
  - ア 監視指導及び検査の徹底
  - イ 消費者事故の調査・公表
  - ウ 生活関連物資の安定供給・価格の安定化
- (2) 消費者と事業者との取引の適正化
  - ア 規格・表示の適正化の推進
  - イ 消費者契約の適正化の推進
- (3) 消費者教育の推進
  - ア 高齢者等の消費者被害の未然防止に向けた情報提供の充実
  - イ 多様な主体との連携による消費者教育の推進
  - ウ 高度情報通信社会への対応
  - エ 環境に配慮した消費生活の推進
- (4) 消費者被害の救済
  - ア 相談対応の充実
  - イ 多重債務問題に対する解決支援
  - ウ ＡＤＲ（裁判外紛争解決手続）の活用
- (5) 市町村・関係機関等との連携及び活動支援
  - ア 市町村の相談体制の充実への支援
  - イ 関係団体との連携及び活動支援

本県における消費者施策を総合的、体系的に実施していくため、５つの施策方向により、14 の具体的な施策を展開していきます。

⑴　商品やサービスの安全の確保

ア　監視指導及び検査の徹底

消費生活用製品、電気用品、医薬品、食品、水道水、建物などの安全性を確保するため、監視指導及び検査を実施します。

イ　消費者事故の調査・公表

商品の安全性に関する情報を得るために、商品テストの結果を情報提供するとともに、消費者安全法に基づく消費者事故情報を収集し、迅速に情報を提供していきます。

ウ　生活関連物資の安定供給・価格の安定化

消費生活と関連性が高い物資について、需給状況及び価格動向の情報を収集し、提供するほか、必要に応じて事業者への協力要請や勧告を行います。

⑵　消費者と事業者との取引の適正化

ア　規格・表示の適正化の推進

商品やサービスの品質等の向上や消費者の自主的、合理的な選択の機会を確保するため、日用品、食品等の規格・表示についての監視指導を実施します。

イ　消費者契約の適正化の推進

不当な取引が行われないよう、事業者に対する指導監督、立入調査等法執行の充実を図ります。

⑶　消費者教育の推進（※１）

ア　高齢者等の消費者被害の未然防止に向けた情報提供の充実

消費者自らが消費生活に関する正しい知識や的確な判断力を身に付けられるよう、様々な広報媒体やライフステージに合わせた出前講座、各種セミナー等による情報提供の充実を図ります。

特に、高齢者等に対しては、見守り活動を行う関係団体等と連携し、啓発を行います。

イ　多様な主体との連携による消費者教育の推進

消費者が自主的・合理的に行動できるよう、学校教育等、多様な主体との連携・協働により、体系的・総合的な消費者教育の推進を図ります。

ウ　高度情報通信社会への対応

インターネットやスマートフォン等の普及による様々な消費者トラブルを未然に防止するため、情報通信機器等を活用した体験型研修などの学習機会の提供や、高度通信社会に対応した情報モラル教育の推進を図ります。

エ　環境に配慮した消費生活の推進

持続可能な社会を実現していくため、消費者や事業者が、消費生活の中で実践できる環境に配慮した取組を促進します。

(4)　消費者被害の救済（※１）

ア　相談対応の充実

消費生活相談員の資質向上や弁護士相談の実施による法的サポートの推進により、複雑化・巧妙化する悪質商法やインターネット取引等、消費者トラブルへの相談対応の充実強化を図ります。

イ　多重債務問題に対する解決支援

多重債務問題の背後の多様な問題も含め、福祉等関係機関との連携を強化し、多重債務問題の法的な解決や、生活再建に向けたサポート体制の充実を図ります。

ウ　ＡＤＲ（裁判外紛争解決手続）[15]の活用

適切かつ迅速な解決が困難な事案について、岩手県消費生活審議会紛争解決部会[16]や弁護士あっせんの活用により、紛争解決を図るための法的サポートを推進します。

(5)　市町村・関係機関等との連携及び活動支援（※１）

ア　市町村の相談体制の充実への支援（※２）

複雑化、多様化、広域化している消費者問題に対応するため、消費生活相談員の資質向上や高度専門的な相談事案の解決を支援します。

イ　関係団体との連携及び活動支援

よりきめ細やかな消費者支援を行うため、県・市町村・関係団体等のネットワークを活用し、連携・協働による消費者行政を推進します。

※１　被災者及び被災市町村には、特に配慮して取組を行います。

※２　国に対して、相談体制の維持継続のための安定的な支援を要望していきます。

---

[15] ＡＤＲ（裁判外紛争解決手続）
調停・仲裁・あっせんなど、訴訟を起こさずに、中立的な第三者が介入して紛争を解決する方法を言います。裁判所による民事調停や弁護士会、業界団体による解決策の提案等があります。裁判外紛争処理。代替的紛争解決。ＡＤＲ（Alternative Dispute Resolution）。

[16] 岩手県消費生活審議会紛争解決部会
消費生活審議会に、紛争のあっせん、調停、紛争の解決のための知事の助言に関する事項を処理させるために設置された部会です。

第４章　計画の進行管理・検証

１　事業の実施・進捗状況の管理

計画の着実な事業の実施に当たっては、国、都道府県、市町村、関係団体等との連携を図るとともに、毎年度、計画の進捗状況の点検・評価を行い、その結果を岩手県消費生活審議会[17]に報告します。

２　事業の検証

計画の計画期間は５年間としておりますが、３年目（平成 29 年度）に事業及び指標の見直しを行います。

また、毎年度の評価結果や消費者を取り巻く社会環境の変化等を踏まえ、必要に応じて見直しを行います。

この場合、岩手県消費生活審議会に意見等を求めることとします。

３　県民への公表

計画をより多くの県民に知っていただくため、毎年度、計画の実施状況について、県のホームページで公表します。

[17] 岩手県消費生活審議会
消費者施策に関する重要事項の調査審議、紛争のあっせん、調停、紛争の解決のための知事への助言を行わせるために設置された審議会です。