岩手県消費者施策推進計画

（平成 26 年度改訂版）

平 成 27 年 3 月

岩　　手　　県

目　　次

第１章　計画改訂に当たって
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 ･･････････････････････････････ 2
(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 ･･13
(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：事業概要及び主要指標 ･･15
主要指標一覧 ･･38
参考指標一覧 ･･42

参考資料 ･･46

第１章　計画改訂に当たって

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 月に改訂した計画（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原子力発電所の事故など、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。

(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[3]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[4]（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[5]（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。

(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。

---

[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] 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。

[4] 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」。

[5] 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」。

(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[6]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等が発生

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、「食材偽装表示問題」として社会問題化しました。

また、原子力発電所事故や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ました。

---

[6] 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[7]」や「二次被害[8]」「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[9]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。

---

[7] 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。

[8] 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。

[9] 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[10]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[11]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。

---

[10] 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。

[11] 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、宮古市、大船渡市、北上市、久慈市、一関市、釜石市、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。

「過去５年間の相談件数の推移」のグラフを見ると、市町村の相談体制整備に伴い、県に寄せられる相談件数は減少する一方、市町村に寄せられる相談件数は増加しており、住民の方により身近な市町村での相談受付が進んでいると言えます。

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、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。

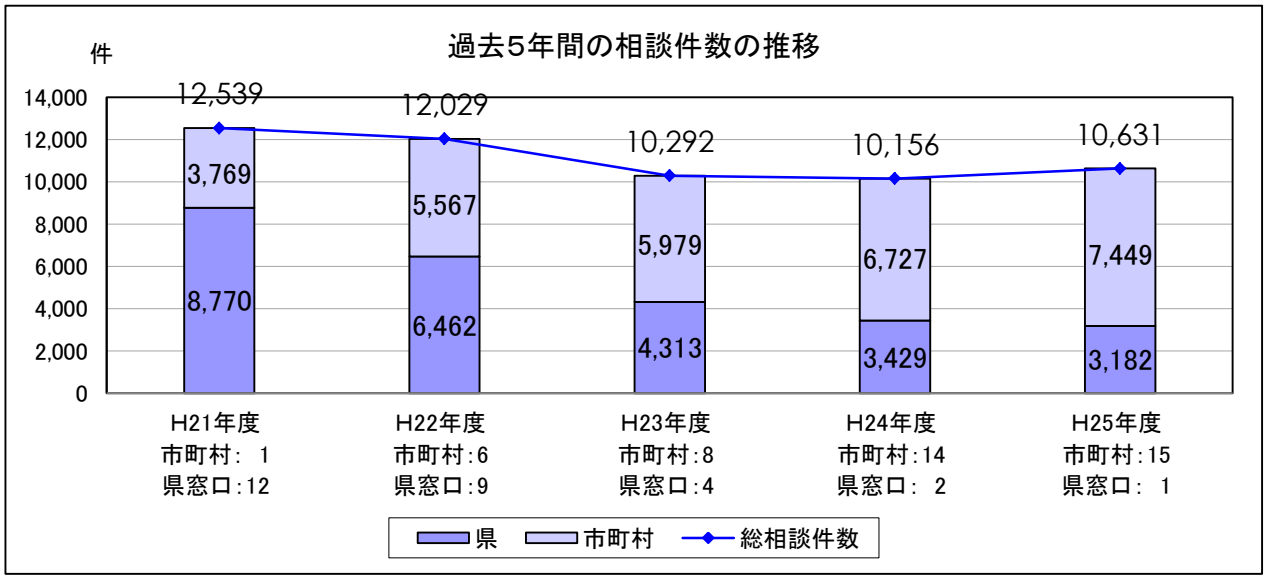
(3)　本県における消費生活相談の現状

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）[12]に登録されたデータに基づくものであること。］

[12] 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。

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。

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**

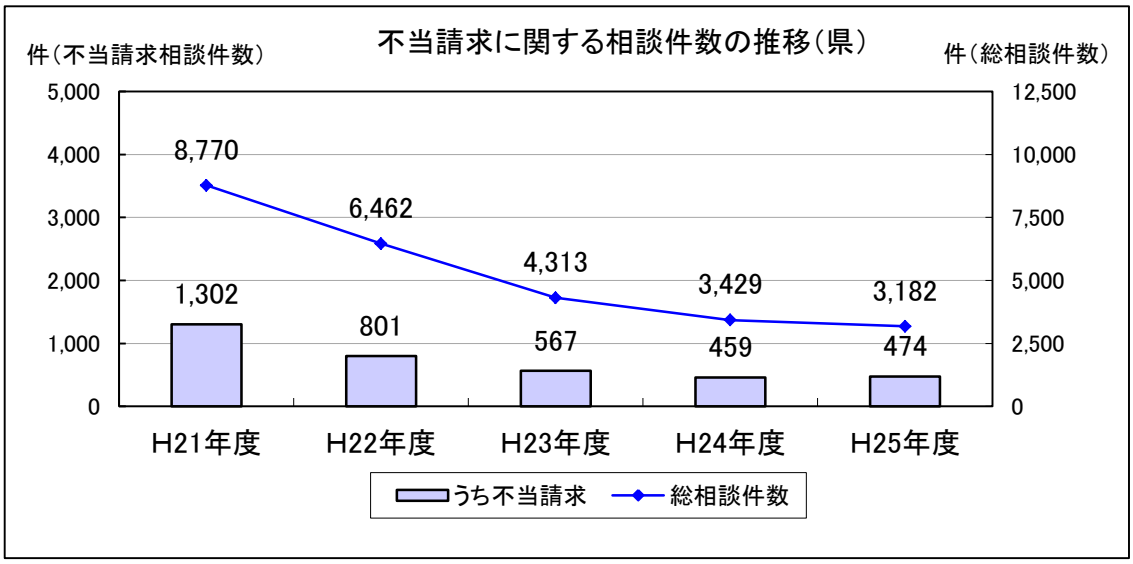
行政サービス	85	98	146	98	210
他の相談	1,276	1,514	1,442	1,399	1,472

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

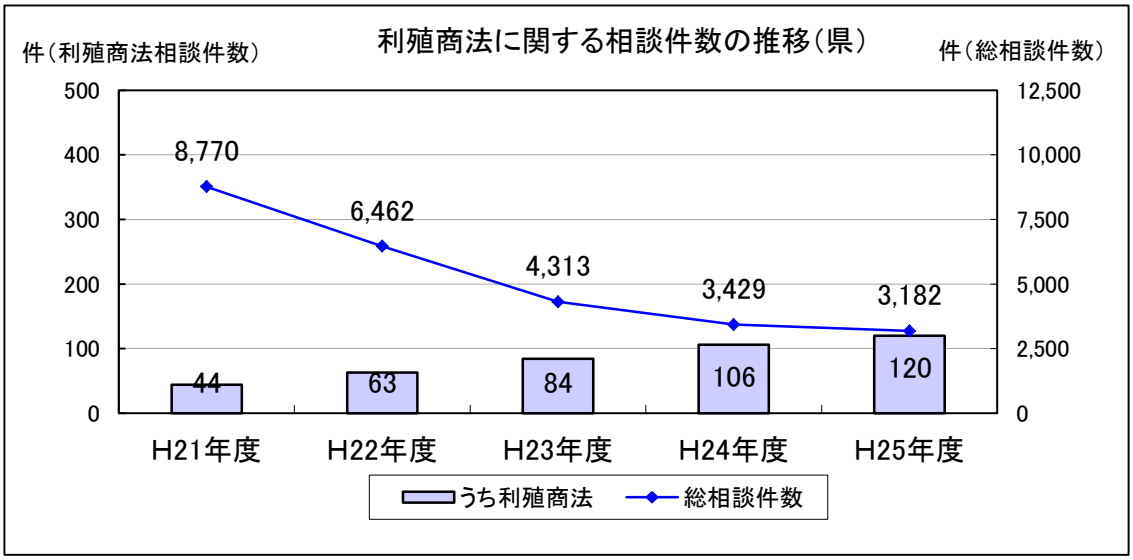
パソコンや携帯電話のアダルト情報サイトなどにおいて、契約が成立したとは言えないにもかかわらず料金を請求するワンクリック請求などの「不当請求[13]」に関する相談は減少してきていましたが、平成 25 年度は 474 件と再び増加しています。



(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。



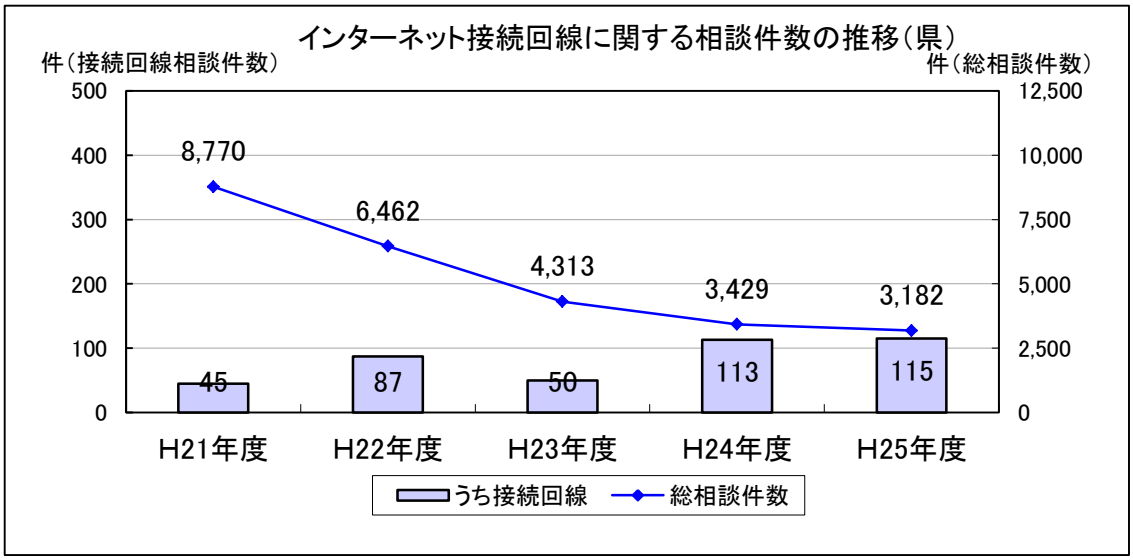
[13] 不当請求
利用した事実はあるが、利用料の説明がなく、無料だと思っていたら利用料を請求されたり、有料であることは知っていたが、認識より高額な利用料金を請求されたりすることを言います。

(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）[14]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[15]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。

---

[14] 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）。

[15] 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[16]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。

[16] 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。

事業編：事業概要及び主要指標

(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 ・・・17
　①　生活用製品販売事業者等の監視指導 ・・・17
　②　医薬品等販売施設の監視指導 ・・17
　③　食品関係施設の監視指導及び検査の徹底 ・・17
　④　生活衛生施設の監視指導 ・・・18
　⑤　水道施設の監視指導 ・・・18
イ　消費者事故の調査・公表 ・・18
　①　商品テストの実施及び結果の情報提供 ・・・18
　②　消費者安全法に基づく情報提供 ・・・18
ウ　生活関連物資の安定供給・価格の安定化 ・・19
　①　生活関連物資の価格動向調査及び緊急時等における対応 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・19

(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 ・・・19
　①　家庭用品品質表示法に基づく品質表示の適正化 ・・・19
　②　単位価格表示の推進 ・・20
　③　食品表示法に基づく食品表示の適正化 ・・・20
　④　計量法に基づく内容量表示の適正化 ・・21
イ　消費者契約の適正化の推進 ・・・21
　①　特定商取引に関する法律及び岩手県消費生活条例に基づく事業者への処分・指導 ・・・・・・21
　②　不当景品類及び不当表示防止法に基づく事業者への行政指導等 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・21
　③　割賦販売法に基づく契約の適正化 ・・・21
　④　旅行業法に基づく旅行契約の適正化 ・・22
　⑤　貸金業法に基づく契約の適正化 ・・22
　⑥　宅地建物取引業法に基づく賃貸借契約の適正化 ・・22
　⑦　生活経済関係法令に基づく取締りの実施 ・・22

(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 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・23
　①　消費生活に関する情報の提供 ・・・23
　②　消費生活サポーターを通じた情報提供 ・・24
　③　消費生活全般に関する教育の実施 ・・25
　④　消費生活に関する出前講座の実施 ・・26
　⑤　食の安全安心に関する出前講座の実施 ・・・26
　⑥　住宅に関する情報の提供 ・・26
　⑦　医薬品等の適正使用に関する啓発講座の実施 ・・・27

イ　多様な主体との連携による消費者教育の推進 ……27
①　学校における消費者教育の推進 ……27
②　障がい者に対する消費者教育支援 ……28
ウ　高度情報通信社会への対応 ……28
①　情報モラル教育の推進 ……28
エ　環境に配慮した消費生活の推進 ……29
①　３Ｒ（リデュース、リユース、リサイクル）の普及啓発とリサイクル製品の利用促進 ……29
②　小売店に対するエコショップの認定 ……29

(4)　消費者被害の救済

ア　相談対応の充実 ……29
①　消費生活相談対応の推進 ……29
②　消費生活相談員の資質向上 ……30
③　法的サポートの推進 ……31
④　警察への情報提供 ……31
⑤　警察安全相談に係る関係機関等との連携 ……31
⑥　高齢者・障がい者の相談に係る関係機関等との連携 ……32
イ　多重債務問題に対する解決支援 ……32
①　多重債務者弁護士無料相談の実施 ……32
②　多重債務・生活再建関係機関等との連携 ……33
ウ　ＡＤＲ（裁判外紛争解決手続）の活用 ……34
①　消費生活審議会紛争解決部会による紛争の解決 ……34
②　市町村等弁護士あっせん事業による紛争の解決 ……34

(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 ……35
①　市町村相談体制の支援 ……35
イ　関係団体との連携及び活動支援 ……36
①　オール岩手の連携・協働 ……36
②　消費者団体との連携・活動支援 ……36
③　事業者団体との連携 ……37

【用語説明】
主要指標：県が目標値を定め、施策として取り組むもの
参考指標：目標には馴染まないが、実施した事業内容を数値化できるもの

【室課名：総合防災室、県民生活センター】

1　項目	(1)　商品やサービスの安全の確保
2　小項目	ア　監視指導及び検査の徹底
3　事業・取組名	①　生活用製品販売事業者等の監視指導
4　事業概要	技術上の基準に対する適合性の表示がない特定製品、電気用品、ガス器具等が、販売又は販売の目的で陳列されていないか、消安法、電安法[34]、液石法[35]に基づき、生活用製品販売事業者等に対して立入検査による監視指導を行います。 あわせて、特定保守製品取引時に適切な説明がなされるよう、特定保守製品取引事業者に対して立入検査を通じ啓発指導します。

【室課名：健康国保課】

1　項目	(1)　商品やサービスの安全の確保
2　小項目	ア　監視指導及び検査の徹底
3　事業・取組名	②　医薬品等販売施設の監視指導
4　事業概要	医薬品や医薬部外品、化粧品、医療機器等の品質、安全性、有効性の確保のため、各保健所の薬事監視員が、医薬品医療機器等法[36]に基づき、医薬品等販売施設に対して監視指導を行います。

【室課名：県民くらしの安全課】

1　項目	(1)　商品やサービスの安全の確保
2　小項目	ア　監視指導及び検査の徹底
3　事業・取組名	③　食品関係施設の監視指導及び検査の徹底
4　事業概要	①食品の安全性の確保のため、各保健所の食品衛生監視員が、食品衛生法に基づき、食品関係施設に対して監視指導を行います。あわせて、表示に関する講習会を開催し、食品表示の適正化を図ります。 ②安全な食品の流通・販売の推進のため、各保健所において、食品衛生法に基づき、「食品、添加物等の規格基準」に定める成分規格に適合した食品が販売されているかなどの観点から、輸入食品も含めた流通食品の収去検査を行います。 ③平成27年４月に施行された食品表示法[37]に基づき、適正な食品表示に係る指導や収去等を行うとともに、表示に関する講習会を開催し、食品表示の適正化を図ります。(H27改正)

[34] 電安法
正式名称：電気用品安全法。電気用品の安全を確保するため、生産者・販売者の義務などを定めた法律です。

[35] 液石法
正式名称：液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律。一般消費者等に対する液化石油ガスの販売、液化石油ガス器具等の製造及び販売等を規制することにより、液化石油ガスによる災害を防止するとともに液化石油ガスの取引を適正にし、もって公共の福祉を増進することを目的とする法律です。

[36] 医薬品医療機器等法
正式名称：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（平成 26 年 11 月 25 日施行)。旧薬事法。

[37] 食品表示法
食品衛生法、ＪＡＳ法（農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律）及び健康増進法の食品表示に関する規定が統合された食品の表示に関する包括的かつ一元的な法律で、平成 25 年６月に制定され、平成 27 年４月１日に施行されました。法律の目的が統一されたことにより、整合性の取れたルールの策定が可能となり、消費者、事業者の双方にとって分かりやすい表示を実現することができるようになりました。

【室課名：県民くらしの安全課】

1　項目	(1)　商品やサービスの安全の確保
2　小項目	ア　監視指導及び検査の徹底
3　事業・取組名	④　生活衛生施設の監視指導
4　事業概要	生活衛生の安全性の確保のため、各保健所の環境衛生監視員が、生活衛生関係法令に基づき、生活衛生施設に対して監視指導を行います。

【室課名：県民くらしの安全課】

1　項目	(1)　商品やサービスの安全の確保
2　小項目	ア　監視指導及び検査の徹底
3　事業・取組名	⑤　水道施設の監視指導
4　事業概要	水質の安全性確保や水道施設の適切な維持管理のため、各保健所の職員が、水道法に基づき、水道施設に対して基幹施設を中心とした監視指導を行います。

【室課名：県民生活センター】

1　項目		(1)　商品やサービスの安全の確保
2　小項目		イ　消費者事故の調査・公表
3　事業・取組名		①　商品テストの実施及び結果の情報提供【重点】
4 事業概要	(1)現状	消費者が購入する商品の欠陥や、商品の誤使用によって、消費者が危険に曝される事故が発生しています。
	(2)課題	相談者が必要とする商品に係る情報を提供する必要があります。さらに、商品に関する情報を公開し、消費者が商品に対して理解を深めて、商品の誤使用による事故の再発防止及び安全安心な商品購入に寄与することが求められています。
	(3)事業・取組の内容	誤使用・不注意による事故が起きている製品など、消費者の関心の高い商品等について試買テストを行い、その結果をホームページ等で情報提供します。また、消費者から依頼を受けた商品について、内容によっては、製品評価技術基盤機構、国民生活センター等と協力して苦情テストを実施し、その結果をホームページ等で情報提供します。
5　指標設定の考え方		○主要指標 試買テスト品目数とし、毎年１品目を目指します。

	基準年（H25 年度）	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度
主要指標：試買テスト品目数	1 品目	1 品目	1 品目	1 品目	1 品目	1 品目

【室課名：県民生活センター】

1　項目	(1)　商品やサービスの安全の確保
2　小項目	イ　消費者事故の調査・公表
3　事業・取組名	②　消費者安全法に基づく情報提供
4　事業概要	①消費者庁から公表された重大事故情報をホームページに掲載し、迅速な情報提供をします。特に広く県民に注意喚起等が必要と認められる情報は、市町村と連携して情報提供を行います。 ②必要に応じ、国に対して事業者への立入調査等の実施を要請します。

【室課名：県民生活センター】

1　項目		(1)　商品やサービスの安全の確保
2　小項目		ウ　生活関連物資の安定供給・価格の安定化
3　事業・取組名		①　生活関連物資の価格動向調査及び緊急時等における対応【重点】
4 事業概要	(1)現状	生活関連物資は自然気候や国際情勢などにより、値上がり、供給不足となるおそれがあります。
	(2)課題	・生活関連物資の価格動向を県民に情報提供する必要があります。 ・生活関連物資の価格が高騰し、買占め等が行われるなどの緊急時には流通の円滑化と価格の安定化を図る必要があります。
	(3)事業・取組の内容	①消費者の関心の高いレギュラーガソリン、灯油について、レギュラーガソリンは通年、灯油は需要期（10月～３月）に価格調査を行うとともに、その他の生活関連物資についても、必要に応じ、需給状況や価格動向に関する調査を行い、その結果を公表します。 ②生活関連物資の流通の円滑化や価格の安定が必要な場合は、事業者に対し、必要な措置をとるよう協力を要請します。特に、流通の円滑化を図るために指定した物資の価格が高騰し、買占め・売惜しみが行われるおそれがあるときは、事業者に対して売り渡しに関する勧告を行います。
5　指標設定の考え方		○主要指標 ・レギュラーガソリンの調査回数とし、年間12回、１広域振興局当たり各10店舗を調査します。 延べ調査回数：４広域局×10店舗×12回＝480回 ・灯油価格の調査回数とし、年間６回（10月～３月）、１広域振興局当たり各10店舗を調査します。 延べ調査回数：４広域局×10店舗×６回＝240回

	基準年（H25 年度）	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度
主要指標：ガソリンの延べ調査回数	480 回	480 回	480 回	480 回	480 回	480 回
主要指標：灯油の延べ調査回数	480 回	240 回	240 回	240 回	240 回	240 回

【室課名：県民生活センター】

1　項目	(2)　消費者と事業者との取引の適正化
2　小項目	ア　規格・表示の適正化の推進
3　事業・取組名	①　家庭用品品質表示法に基づく品質表示の適正化
4　事業概要	家庭用品の品質表示の適正化の確保のため、家庭用品品質表示法に基づき、販売店等に対して立入検査を行います。

【室課名：県民生活センター】

1　項目		(2)　消費者と事業者との取引の適正化
2　小項目		ア　規格・表示の適正化の推進
3　事業・取組名		②　単位価格表示の推進【重点】
4 事業概要	(1)現状	消費者の商品選択に役立つよう、条例に基づき、対象店舗では単位価格の表示に努めることとされています。
	(2)課題	より多くの店舗で単位価格の表示がなされることで、消費者の商品選択に役立てることができます。
	(3)事業・取組の内容	消費者が自主的、合理的に商品を選択できるようにするため、条例に基づく単位価格表示制度の周知を行い、販売店等に対し、表示の実施について協力を依頼します。
5　指標設定の考え方		○主要指標 実施対象店舗に対する単位価格表示実施状況調査の実施回数とし、年１回を目指します。 単位価格表示に取り組んでいる店舗の割合とし、毎年63.8%（平成25年度の取組店舗割合）以上を目指します。 取組店舗割合：（単位価格表示実施店舗（対象品目中、いずれかの品目について実施している店舗）／調査対象店舗（調査回答店舗－対象品目を扱っていない店舗））×100

	基準年（H25 年度）	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度
主要指標：実施状況調査実施回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
主要指標：取組店舗割合	63.8%	63.8%以上	63.8%以上	63.8%以上	63.8%以上	63.8%以上

【室課名：県民くらしの安全課】

1　項目	(2)　消費者と事業者との取引の適正化
2　小項目	ア　規格・表示の適正化の推進
3　事業・取組名	③　食品表示法に基づく食品表示の適正化
4　事業概要	①食品表示の適正化の確保のため、食品表示法に基づき、販売店等に対して店頭での表示の点検を行います。 ②県内の消費者に食品表示ウォッチャーの委嘱を行い、県内での食品表示のモニタリングを実施します。 ③食品表示110番を設置し、食品表示に関する苦情、相談、違反情報等を受け付けます。 ④食品表示専門員を配置し、県民からの通報や情報提供などに基づいて、店舗点検等の監視指導を行います。

【室課名：商工企画室】

1　項目	(2)　消費者と事業者との取引の適正化
2　小項目	ア　規格・表示の適正化の推進
3　事業・取組名	④　計量法に基づく内容量表示の適正化
4　事業概要	内容量表示に係る適正な計量の実施を確保するため、計量法に基づき、特定商品を製造及び販売する事業所に対して立入検査を行います。

【室課名：県民生活センター】

1　項目	(2)　消費者と事業者との取引の適正化
2　小項目	イ　消費者契約の適正化の推進
3　事業・取組名	①　特定商取引に関する法律及び岩手県消費生活条例に基づく事業者への処分・指導
4　事業概要	消費者契約の適正化の確保のため、特定商取引に関する法律及び岩手県消費生活条例に基づき、悪質な事業者に対して行政処分や行政指導を行います。

【室課名：県民生活センター】

1　項目	(2)　消費者と事業者との取引の適正化
2　小項目	イ　消費者契約の適正化の推進
3　事業・取組名	②　不当景品類及び不当表示防止法に基づく事業者への行政指導等
4　事業概要	消費者契約の適正化の確保のため、不当景品類及び不当表示防止法に基づき、法違反の疑いのある景品の提供や表示を行った事業者に対して措置命令又は行政指導を行います。

【室課名：県民生活センター】

1　項目	(2)　消費者と事業者との取引の適正化
2　小項目	イ　消費者契約の適正化の推進
3　事業・取組名	③　割賦販売法[38]に基づく契約の適正化
4　事業概要	①前払式特定取引業者に対し、国と連携を図りながら、適正な業務運営の確保を図ります。 ②信販会社の加盟店調査義務違反又は不適正な与信契約があった場合には、国と連携し、行政処分を適時適切に行います。

[38] 割賦販売法
割賦販売における公正で健全な取引の維持と消費者の保護とを目的とした法律で、昭和 36 年に制定されました。昭和 47 年の改正で、クーリングオフなどによる購入者の保護や、割賦販売が終了するまで割賦販売業者に商品の所有権があること、割賦購入の斡旋業務には経産相の認可（割賦購入あっせん業者登録簿への登録）が必要であることなどが規定されました。また、平成 20 年の改正で、クレジット契約の規制を強化し、訪問販売業者の調査義務と、割賦販売による既払い金の返還義務をクレジット会社に課しました。略称「割販法」。

【室課名：観光課、県民生活センター】

1　項目	(2)　消費者と事業者との取引の適正化
2　小項目	イ　消費者契約の適正化の推進
3　事業・取組名	④　旅行業法に基づく旅行契約の適正化
4　事業概要	旅行契約の適正化の確保のため、旅行業法に基づき、知事が登録を行う旅行業者に対して立入検査を実施するとともに、全ての知事登録業者に対して自己点検の実施による業務の適正確保を促しています。また、（一社）岩手県旅行業協会及び県民生活センターと連携を図りながら、旅行業者に対して適切な指導監督を行います。

【室課名：経営支援課、県民生活センター】

1　項目	(2)　消費者と事業者との取引の適正化
2　小項目	イ　消費者契約の適正化の推進
3　事業・取組名	⑤　貸金業法に基づく契約の適正化
4　事業概要	金銭消費貸借契約の適正化の確保のため、貸金業法に基づき、貸金業者に対して立入検査を行います。また、借入申込や契約時における執拗な説得や威圧的な言動など、岩手県消費生活条例に規定する不当な取引については、県民生活センターと連携を図りながら、貸金業者に対して適切な指導監督を行います。

【室課名：建築住宅課】

1　項目	(2)　消費者と事業者との取引の適正化
2　小項目	イ　消費者契約の適正化の推進
3　事業・取組名	⑥　宅地建物取引業法に基づく賃貸借契約の適正化
4　事業概要	契約時に貸主借主双方へ適切なアドバイスを行うなど、賃貸借契約の適正化の確保のため、宅地建物取引業法に基づき、宅地建物取引業者に対して立入指導を行います。

【室課名：警察本部 生活環境課】

1　項目	(2)　消費者と事業者との取引の適正化
2　小項目	イ　消費者契約の適正化の推進
3　事業・取組名	⑦　生活経済関係法令に基づく取締りの実施
4　事業概要	消費者被害の拡大を防止するため、生活経済関係法令に基づき、ヤミ金融[39]や悪質商法などの生活経済事犯の取締りを行います。違反事実に関し、検挙可能であれば積極的に検挙を行います。

[39] ヤミ金融
貸金業の登録をしていない貸金業者が行う融資のことで、多くは法定金利を超える高金利が伴います。又はその不法な貸金業者のことを言います。

【室課名：県民生活センター】

<table>
<tr><td colspan="2">１　項目</td><td colspan="6">(3)　消費者教育の推進</td></tr>
<tr><td colspan="2">２　小項目</td><td colspan="6">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">３　事業・取組名</td><td colspan="6">①　消費生活に関する情報の提供【重点】</td></tr>
<tr><td rowspan="3">４
事
業
概
要</td><td>(1)現状</td><td colspan="6">問題のある商法や架空請求、不当請求などの消費者トラブル、多重債務等に係る相談が後を絶たない状況です。</td></tr>
<tr><td>(2)課題</td><td colspan="6">・消費者トラブルを未然に防止するためには、消費者自らがトラブルの原因や手口、対処法など、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ることが大事です。
・また、ターゲットになりやすい若者や高齢者等を守り、支えるため、これらの情報を家族や周囲の方々など、地域社会全体で共有することも重要です。</td></tr>
<tr><td>(3)事業・取組の内容</td><td colspan="6">情報格差に配慮しつつ、次のような方法により、適時的確な情報提供に努めます。
①パンフレットや広報誌、ホームページ、モバイルメール、リーフレット等の各種媒体を活用した情報提供
※特に高齢者に対しては、地域で見守る支援者にも情報が行き届くよう、民生児童委員協議会や包括支援センターにも情報提供を行います。
②報道機関に対する積極的な情報提供、県全体の広報の活用による新聞・テレビ・ラジオ・生活情報誌等を通じた情報提供
③出前講座や各種セミナー等におけるリーフレットを活用した情報提供やモバイルメールの登録促進</td></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="2">５　指標設定の考え方</td><td colspan="6">○主要指標
県民又は報道機関向けの情報提供回数とし、年間213回（平成25年度の回数）を目指します。</td></tr>
<tr><td>基準年
（H25 年度）</td><td>H27 年度</td><td>H28 年度</td><td>H29 年度</td><td>H30 年度</td><td>H31 年度</td></tr>
<tr><td colspan="2">主要指標：情報提供回数</td><td>213回</td><td>213 回</td><td>213 回</td><td>213 回</td><td>213 回</td><td>213 回</td></tr>
</table>

【室課名：県民生活センター】

<table>
<tr><td colspan="2">１　項目</td><td colspan="6">(3)　消費者教育の推進</td></tr>
<tr><td colspan="2">２　小項目</td><td colspan="6">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">３　事業・取組名</td><td colspan="6">②　消費生活サポーターを通じた情報提供【重点】</td></tr>
<tr><td rowspan="3">４
事
業
概
要</td><td>(1)現状</td><td colspan="6">消費者被害の未然防止を図るため、各地域において消費生活に関する情報提供等の活動を行う「消費生活サポーター」を広く募集し、人数は大幅に増加しました。
しかしながら、消費者被害は依然として発生しており、特にも高齢者が被害に遭うケースが増加しています。</td></tr>
<tr><td>(2)課題</td><td colspan="6">・消費者トラブルを未然に防止するためには、消費者自らがトラブルの原因や手口、対処法など、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ることが大事です。
・また、ターゲットになりやすい若者や高齢者等を守り、支えるため、これらの情報を家族や周囲の方々など、地域社会全体で共有することも重要です。</td></tr>
<tr><td>(3)事業・取組の内容</td><td colspan="6">①県内各地域において消費生活に関する活動をしたいという意向を持つ者を広く募集し、消費生活サポーターとして登録します（無償ボランティア）。
②消費生活サポーターに対し、消費生活に関する情報提供を行い、可能な範囲で地域住民へ情報を広めてもらうほか、地域における悪質商法等の情報を県に提供してもらいます。</td></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="4">５　指標設定の考え方</td><td colspan="6">〇主要指標
消費生活サポーターの登録者数とし、県内全市町村に総数300人の登録を目指します。
消費生活サポーターに対する情報提供回数とし、年間６回を目指します。</td></tr>
<tr><td>基準年
(H25 年度)</td><td>H27 年度</td><td>H28 年度</td><td>H29 年度</td><td>H30 年度</td><td>H31 年度</td></tr>
<tr><td>主要指標：サポーター登録者数</td><td>270 人</td><td>300 人</td><td>300 人</td><td>300 人</td><td>300 人</td><td>300 人</td></tr>
<tr><td>主要指標：サポーターへの情報提供回数</td><td>6 回</td><td>6 回</td><td>6 回</td><td>6 回</td><td>6 回</td><td>6 回</td></tr>
</table>

【室課名：県民生活センター、学校教育室、法務学事課】

１　項目		(3)　消費者教育の推進
２　小項目		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
３　事業・取組名		③　消費生活全般に関する教育の実施【重点】
４事業概要	(1)現状	消費者被害を未然に防止するために、消費者が必要とする知識や消費生活環境の変化の状況などを学習する場を提供していますが、県民からの消費生活の相談や苦情が、依然後を絶たない状況です。
	(2)課題	県民に消費生活に関する正しい知識を身に付けてもらうため、幅広い年齢層に対するより一層の教育・啓発が必要です。
	(3)事業・取組の内容	消費者被害を防止するため、また、消費者の自立を支援するため、ライフステージに応じた体系的な消費者教育を行います。 ①〔小学生・保護者向け〕消費生活セミナー ②〔高校生・専門学校生向け〕金融経済セミナー ③〔専門学校生向け〕消費生活セミナー ④〔一般向け〕くらしとお金のセミナー
５　指標設定の考え方		○主要指標 ①〔小学生・保護者向け〕消費生活セミナーの開催回数とし、毎年２回を目指します。 ②〔高校生・専門学校生向け〕金融経済セミナーの実施校数とし、毎年40校（平成25年度の回数）を目指します。 ③〔専門学校生向け〕消費生活セミナーの実施校数とし、毎年２校を目指します。

	基準年（H25 年度）	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度
主要指標：小学生等向けセミナーの開催回数	1 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
主要指標：高校生等向けセミナーの実施校数	40 校	40 校	40 校	40 校	40 校	40 校
主要指標：専門学校生向けセミナーの実施校数	1 校	2 校	2 校	2 校	2 校	2 校

【室課名：県民生活センター】

1　項目		(3)　消費者教育の推進
2　小項目		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
3　事業・取組名		④　消費生活に関する出前講座の実施【重点】
4 事業概要	(1)現状	悪質商法等による消費者被害の未然防止を図るため、各市町村の自治会、老人クラブ等からの要請を受け、出前講座を実施してきましたが、消費者被害は、依然として発生しており、特にも高齢者が被害に遭うケースが増加しています。
	(2)課題	・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ていただくために、引き続き、消費者に対する教育や啓発を実施するとともに、よりきめ細かな教育を行うためには、より一層、市町村と協力していくことが必要です。 ・また、ターゲットになりやすい高齢者等を守り、支えるため、これらの情報を家族や周囲の方々など、地域社会全体で共有することも重要です。
	(3)事業・取組の内容	地域からの要請により、ライフステージに合わせた出前講座を直接出向いて実施します。
5　指標設定の考え方		○主要指標 県民生活センターが実施した出前講座の回数とし、年間25回以上を目指します。

	基準年（H25 年度）	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度
主要指標：出前講座実施回数	25 回	25 回以上	25 回以上	25 回以上	25 回以上	25 回以上

【室課名：県民くらしの安全課】

1　項目	(3)　消費者教育の推進
2　小項目	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
3　事業・取組名	⑤　食の安全安心に関する出前講座の実施
4　事業概要	生産から販売に至る食品の安全性の確保や食品表示制度等について、県民の理解を深め、適正な判断力を養うため、食の安全安心に関する出前講座を実施します。

【室課名：建築住宅課】

1　項目	(3)　消費者教育の推進
2　小項目	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
3　事業・取組名	⑥　住宅に関する情報の提供
4　事業概要	①一定の整備基準を満たすことに加え高齢者の入居を拒否しない賃貸住宅（サービス付き高齢者向け住宅）及び高齢者、障がい者、外国人、子育て世帯の入居を受け入れる賃貸住宅（あんしん賃貸住宅）の登録を行い、その情報をホームページ等で情報提供します。 ②ホームページ及びメールマガジンを活用し、リフォーム講習会の開催や相談コーナーの開設、その他住まいに関することなど、住宅に関する情報提供を行います。

【室課名：健康国保課】

1　項目	(3)　消費者教育の推進
2　小項目	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
3　事業・取組名	⑦　医薬品等の適正使用に関する啓発講座の実施
4　事業概要	薬の正しい知識の普及を図るため、医薬品等の適正使用に関する健康管理講座「みんなの薬の学校」を実施します。

【室課名：県民生活センター、学校教育室、法務学事課】

1　項目		(3)　消費者教育の推進
2　小項目		イ　多様な主体との連携による消費者教育の推進
3　事業・取組名		①　学校における消費者教育の推進【重点】
4 事業概要	(1)現状	自立した消費者の育成のため、学校教育において、主体的に社会に参画し、その発展に寄与していく態度を養っていくうえでの消費者教育が求められています。
	(2)課題	消費者問題に取り組む専門機関や有識者が積極的に学校と連携し、消費者教育を充実させていくことが必要です。
	(3)事業・取組の内容	①学校段階において積極的に消費者教育を行えるよう研修会等を開催し、教員のスキルアップを図ります。 ②教育委員会と連携し、学校教育における消費者教育推進のリーダーとなる人材を育成するため、先進校視察や先進事例調査への派遣などにより、消費者教育に係る学習支援を行います。 ③消費者教育推進専門員を配置し、学校訪問や要請に応じて出前講座等を実施するほか、消費者教育に関する啓発活動、情報提供を行います。また、学校と関係機関をつなぎ、消費者教育がより効果的に行われるよう支援します。
5　指標設定の考え方		○主要指標 ・学校教員を対象とした研修会の開催回数とし、年間２回を目指します。 ・学校訪問校数とし、県内の公立小中学校（約510校）をおおむね５年間で全て訪問することを目指します。

	基準年（H25 年度）	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度
主要指標：研修会開催回数	―	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
主要指標：延べ学校訪問校数	―	102 校	102 校	102 校	102 校	102 校

【室課名：県民生活センター、地域福祉課、障がい保健福祉課、学校教育室、法務学事課】

1　項目		(3)　消費者教育の推進
2　小項目		イ　多様な主体との連携による消費者教育の推進
3　事業・取組名		②　障がい者に対する消費者教育支援【重点】
4 事業概要	(1)現状	・金銭管理をめぐる消費者トラブルに遭いやすい傾向にある知的障がい者や精神障がい者について、地域における見守り支援者も対応に苦慮しています。 ・また、特別支援学校においても、標準的なテキスト等がないこともあり、十分な金銭管理指導を行うことが難しい状況にあります。
	(2)課題	特別支援教育や知的障がい者等支援に係る地域の社会資源が連携し、特別支援学校から社会人初期の段階において、金銭管理面の指導や支援が切れ目なく行われる必要があります。
	(3)事業・取組の内容	①社会福祉協議会、地域活動支援センター、障がい者自立支援協議会や特別支援学校等の関係機関に対し、知的障がい者等の金銭管理指導に係る支援（テキスト・教材についての情報提供）を行います。 ②消費者教育推進専門員を配置し、実態に即した金銭管理指導ができるよう、関係機関の効果的な連携を支援します。
5　指標設定の考え方		○主要指標 各種研修会等での情報提供回数とし、年２回を目指します。

	基準年（H25 年度）	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度
主要指標：研修会等での情報提供回数	―	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回

【室課名：学校教育室】

1　項目	(3)　消費者教育の推進
2　小項目	ウ　高度情報通信社会への対応
3　事業・取組名	①　情報モラル教育の推進
4　事業概要	①総合教育センターの開発した教材を用いて、有害サイトやコミュニティサイトなどの仕組みと危険性について体験的に学ばせる授業や研修を実施します。 ②情報モラル教育指導資料等を活用し、各教科の学習やＨＲ活動で繰り返し指導します。 ③各学校や地域、ＰＴＡ等の団体の要請に応じ、高機能携帯端末（スマートフォン、タブレット型ＰＣ等）を活用した体験型研修を実施します。

【室課名：資源循環推進課】

1　項目	(3)　消費者教育の推進
2　小項目	エ　環境に配慮した消費生活の推進
3　事業・取組名	①　３Ｒ（リデュース、リユース、リサイクル）の普及啓発とリサイクル製品の利用促進
4　事業概要	３Ｒの普及啓発とリサイクル製品の利用促進を図るため、次の取組を行います。 ①ごみの排出抑制を第一とする３Ｒの推進のための普及啓発活動及び情報提供を行います。 ②一定水準のリサイクル製品について、岩手県再生資源利用認定製品として認定するとともに、消費者にその製品の周知を行うなど、利用を促進します。 ③10月の「３Ｒ推進月間」に、１か月間「環境にやさしい買い物キャンペーン」を実施し、ホームページ等各種情報媒体を活用した情報提供を行います。

【室課名：資源循環推進課】

1　項目	(3)　消費者教育の推進
2　小項目	エ　環境に配慮した消費生活の推進
3　事業・取組名	②　小売店に対するエコショップの認定
4　事業概要	流通から消費にかけての廃棄物の抑制を図るため、その対策に積極的に取り組む小売店をエコショップ又はエコレストランとして認定し、取組の拡大と消費者による利用の促進を図ります。

【室課名：県民生活センター】

1　項目		(4)　消費者被害の救済					
2　小項目		ア　相談対応の充実					
3　事業・取組名		①　消費生活相談対応の推進【重点】					
4 事業概要	(1)現状	相談件数は高い水準のまま推移しており、市町村の相談体制が整備されたことから、市町村での相談受付が増加しています。相談内容は年々複雑多様化しています。					
	(2)課題	消費者トラブルが複雑多様化している中で、県全体として消費者苦情及び紛争の相談に的確に対応し､その被害の救済を図る必要があります。					
	(3)事業・取組の内容	①消費生活相談に対し、助言、情報提供、あっせん等により、消費者苦情及び紛争の解決に取り組みます。 ②弁護士や他の相談機関と密に連携を図り、消費者苦情及び紛争の解決に取り組みます。					
5　指標設定の考え方		○主要指標 受理した相談のうち、助言やあっせんにより解決となった割合とし、毎年95%以上を目指します。					
		基準年（H25 年度）	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度
主要指標：相談解決割合		95.7%	95.0%以上	95.0%以上	95.0%以上	95.0%以上	95.0%以上

【室課名：県民生活センター】

1　項目		(4)　消費者被害の救済
2　小項目		ア　相談対応の充実
3　事業・取組名		②　消費生活相談員の資質向上【重点】
4 事業概要	(1)現状	・相談内容が年々複雑化・巧妙化し、相談対応に当たり新しい知識や情報を得ることが必要不可欠となっている一方、消費生活相談の担当者の知識や業務経験が、必ずしも十分とは言えない状況です。 ・平成26年６月の消費者安全法の改正において、消費生活センターには消費生活相談員を配置することとされました。
	(2)課題	消費生活相談業務に関する研修等を実施し、知識や手法の取得など、資質向上を図ることが必要です。
	(3)事業・取組の内容	市町村等における消費生活相談員の資質向上を図るため、次の事業を実施します。 ①消費生活相談員等レベルアップ講座 ②消費生活相談員等スキルアップセミナー ③生活相談事例研究会 ④国民生活センター研修への随時派遣　等
5　指標設定の考え方		○主要指標 ①消費生活相談員等レベルアップ講座の実施回数とし、年間10回の実施を目指します。 実施回数：１回／月×10か月 ②消費生活相談員等スキルアップセミナーの実施回数とし、年間10回の実施を目指します。 実施回数：１回／月×10か月 ③生活相談事例研究会の実施回数とし、年間10回の実施を目指します。 実施回数：１回／月×10か月

	基準年（H25 年度）	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度
主要指標：レベルアップ講座実施回数	12 回	10 回	10 回	10 回	10 回	10 回
主要指標：スキルアップセミナー実施回数	11 回	10 回	10 回	10 回	10 回	10 回
主要指標：生活相談事例研究会実施回数	10 回	10 回	10 回	10 回	10 回	10 回

【室課名：県民生活センター】

1　項目		(4)　消費者被害の救済
2　小項目		ア　相談対応の充実
3　事業・取組名		③　法的サポートの推進【重点】
4 事業概要	(1)現状	・市町村の相談窓口が整備されましたが、多くの市町村で法律的解釈を要する相談への対応が十分ではありません。 ・県民生活センターにおいても、法律的解釈が必要となる高度な相談への早急な対応が困難です。
	(2)課題	・県が市町村をサポートする体制づくりが必要です。 ・県民生活センターにおいて、法律の専門家である弁護士から助言を受けることができる体制を構築することが必要です。
	(3)事業・取組の内容	市町村及び県の消費生活相談窓口の解決力向上を図るため、複雑かつ専門性が高いなどの高度な消費生活相談について、弁護士の無料相談を実施します。
5　指標設定の考え方		○主要指標 高度消費生活弁護士無料相談の実施回数とし、年間24回の実施を目指します。

	基準年（H25 年度）	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度
主要指標：高度消費生活弁護士無料相談の実施回数	24 回	24 回	24 回	24 回	24 回	24 回

【室課名：県民生活センター、警察本部 生活環境課】

1　項目	(4)　消費者被害の救済
2　小項目	ア　相談対応の充実
3　事業・取組名	④　警察への情報提供
4　事業概要	消費生活相談窓口で得た消費生活侵害事犯が疑われる相談に関する情報について、相談者の同意が得られた場合、警察への情報提供を行います。

【室課名：警察本部 県民課】

1　項目	(4)　消費者被害の救済
2　小項目	ア　相談対応の充実
3　事業・取組名	⑤　警察安全相談に係る関係機関等との連携
4　事業概要	相談対応の充実のため、複雑多岐にわたる消費者トラブルの相談に対し、関係機関や団体との連携を図ります。

【室課名：地域福祉課、長寿社会課、障がい保健福祉課、県民生活センター】

1	項目	(4)　消費者被害の救済
2	小項目	ア　相談対応の充実
3	事業・取組名	⑥　高齢者・障がい者の相談に係る関係機関等との連携【重点】
4 事業概要	(1)現状	高齢者や障がい者については、金銭管理に支障がある場合があり、消費者トラブルに巻き込まれたときには、自力での問題解決が困難です。
	(2)課題	・高齢者や障がい者の相談支援や生活支援等を行う福祉関係者（市町村、地域包括支援センター、県高齢者総合支援センター、福祉施設、地域生活支援者、介護支援専門員、社会福祉協議会、民生委員、障がい者相談員、障がい者の保護者等）と消費生活相談の関係者が連携し、消費者トラブルを防ぐ必要があります。 ・消費者被害が起きた場合は、速やかに解決に向けて連携する必要があります。 ・高齢者・障がい者の判断能力に応じ、日常生活自立支援事業や成年後見制度を活用する必要があります。
	(3)事業・取組の内容	①高齢者・障がい者の消費者トラブルを未然に防止するため、各種会議等を通じて関係者間の情報共有・連携を図ります。 ②地域の見守り者に対する出前講座等により、消費者トラブルの事例や相談窓口を周知します。 ③判断能力が十分でない高齢者・障がい者については、金銭・財産管理などを援助する日常生活自立支援事業や成年後見制度の周知や利用の促進を図ります。
5	指標設定の考え方	○主要指標 県民生活センターが実施した出前講座の回数とし、年間25回以上を目指します。（再掲）

	基準年（H25 年度）	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度
主要指標：出前講座実施回数	25 回	25 回以上	25 回以上	25 回以上	25 回以上	25 回以上

【室課名：県民生活センター】

1	項目	(4)　消費者被害の救済
2	小項目	イ　多重債務問題に対する解決支援
3	事業・取組名	①　多重債務者弁護士無料相談の実施【重点】
4 事業概要	(1)現状	借りたお金の返済が困難になったなど、多重債務に関する相談は減少傾向にありますが、なお深刻な相談が寄せられています。
	(2)課題	現在の債務を早期に整理し、安定した生活の再建を図るまでの法的な解決の道筋をサポートすることが必要です。
	(3)事業・取組の内容	多重債務問題の法的な解決を図るため、関係団体と連携し、「多重債務者弁護士無料相談」を実施します。
5	指標設定の考え方	○主要指標 多重債務者弁護士無料相談の実施回数とし、年間114回の実施を目指します。

	基準年（H25 年度）	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度
主要指標：多重債務者弁護士無料相談の実施回数	144回	114回	114回	114回	114回	114回

【室課名：県民生活センター、庁内関係室課】

１　項目		(4)　消費者被害の救済
２　小項目		イ　多重債務問題に対する解決支援
３　事業・取組名		②　多重債務・生活再建関係機関等との連携【重点】
４事業概要	(1)現状	庁内関係室課等において、多重債務や生活再建に関する関係者間の情報共有を図っていますが、債務の金額に関わらず生活困窮に陥いるなど、多重債務に係る相談は多様化してきています。
	(2)課題	多重債務者の掘り起こしに努め、相談窓口へ誘導することが必要です。 また、債務を整理した後の安定した生活再建へつなげていくことが重要です。
	(3)事業・取組の内容	①庁内の関係室課（注１）や関係団体（注２）と連携し、生活再建に向けた多重債務問題解決を図るための会議を開催します。 ②会議の構成団体と連携し、生活再建を含め、多重債務問題の早期解決に努めます。 （注１）庁内関係室課 政策推進室、若者女性協働推進室、医療政策室、健康国保課、地域福祉課、長寿社会課、障がい保健福祉課、子ども子育て支援課、福祉総合相談センター、経営支援課、雇用対策・労働室、団体指導課、建築住宅課、税務課、医療局医事企画課、教育委員会事務局学校教育室、教育委員会事務局生涯学習文化課、警察本部県民課、警察本部生活環境課 （注２）関係団体 岩手弁護士会消費者問題対策委員会、岩手県司法書士会、岩手県市長会、岩手県町村会、消費者信用生活協同組合、東北労働金庫岩手県本部、東北財務局盛岡財務事務所、日本司法支援センター岩手地方事務所、岩手県社会福祉協議会、全国クレジット・サラ金被害者連絡協議会加盟の県内４団体（岩手県商工団体連合会・民主商工会・ウミネコ道場、みちのく道場、盛岡クレ・サラ・商工ローン・ヤミ金被害者の会 きつつきの会、遠野かりんの会)、盛岡市消費生活センター、岩手県警察本部、県民生活センター
５　指標設定の考え方		○主要指標 会議の開催回数とし、年１回を目指します。

	基準年（H25 年度）	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度
主要指標：会議開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回

【室課名：県民生活センター】

１　項目	(4)　消費者被害の救済
２　小項目	ウ　ＡＤＲ（裁判外紛争解決手続）の活用
３　事業・取組名	①　消費生活審議会紛争解決部会による紛争の解決
４　事業概要	消費者が抱える紛争解決のため、市町村と連携して紛争解決部会において解決を図ることが適当な事案の把握を行い、必要に応じ、部会を開催して紛争解決に努めます。 また、この部会における解決結果を公表し、類似の紛争の未然防止に役立てます。

【室課名：県民生活センター】

１　項目	(4)　消費者被害の救済
２　小項目	ウ　ＡＤＲ（裁判外紛争解決手続）の活用
３　事業・取組名	②　市町村等弁護士あっせん事業による紛争の解決
４　事業概要	消費者が抱える紛争解決のため、市町村等の求めに応じて弁護士を派遣し、紛争解決に努めます。

【室課名：県民生活センター】

1　項目		(5)　市町村・関係機関等との連携及び活動支援
2　小項目		ア　市町村の相談体制の充実への支援
3　事業・取組名		①　市町村相談体制の支援【重点】
4 事業概要	(1)現状	・市町村における消費生活センター設置の支援を進め、センター基準は満たさないものの相談員を配置している市町村を含めると、平成25年４月時点で、県内全市町村において消費生活相談窓口が設置されました。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。 ・消費者安全法の改正に伴い、消費生活センター設置要件等が変更されたことから、それらに対応していく必要があります。
	(2)課題	住民に最も身近な市町村における相談体制は確立したものの、消費者をきめ細かく支援し、安全・安心な地域づくりを進めるためには、相談体制を更に充実させることが必要です。
	(3)事業・取組の内容	市町村における相談対応スキルの向上、市町村消費生活センター等訪問による情報・課題の共有、相談内容に即した助言の実施等、市町村支援を推進します。
5　指標設定の考え方		○主要指標 ・消費生活相談員等レベルアップ講座の実施回数とし、年間10回の実施を目指します。（再掲） ・市町村消費生活センター等への訪問回数とし、毎年14回以上を目指します。 ・市町村への助言回数とし、毎年50回以上を目指します。

	基準年（H25 年度）	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度
主要指標：レベルアップ講座実施回数	12 回	10 回	10 回	10 回	10 回	10 回
主要指標：市町村消費生活センター等延べ訪問回数	24 回	14 回以上	14 回以上	14 回以上	14 回以上	14 回以上
主要指標：市町村への助言回数	53 回	50 回以上	50 回以上	50 回以上	50 回以上	50 回以上

【室課名：県民生活センター】

1　項目		(5)　市町村・関係機関等との連携及び活動支援
2　小項目		イ　関係団体との連携及び活動支援
3　事業・取組名		①　オール岩手の連携・協働【重点】
4 事業概要	(1)現状	平成25年４月時点で、県内全市町村において消費生活相談窓口が設置されましたが、消費者トラブルや多重債務に係る相談・苦情が後を絶ちません。
	(2)課題	多様な消費者トラブルを解決するために市町村、弁護士会、セーフティーネット貸付機関等関係団体が緊密に連携するとともに、こうしたトラブルが生じないよう、県全体の関係機関が協働することにより消費者被害のない地域づくりを進める必要があります。
	(3)事業・取組の内容	①県、市町村、関係団体によるネットワークにおいて、橋渡し役も含め、専門的・広域的な観点から中核的機能を果たすことにより、連携・協働による消費者行政を推進します。 ②県民生活センターを核として、ネットワークを活かした多重債務者の解決に向けた対応、効果的な消費者啓発等を推進します。 ③消費者月間（５月）事業の一環として、関係機関が合同で、多重債務や悪質商法等の消費者トラブル（震災に伴うものも含む。）で悩みを抱える消費者からの相談を受け付ける「消費者110番」を実施します。
5　指標設定の考え方		○主要指標 ・岩手県消費者行政推進ネットワーク会議の開催回数とし、年間２回を目指します。 ・消費者110番の実施回数とし、毎年１回を目指します。

	基準年（H25 年度）	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度
主要指標：ネットワーク会議開催回数	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
主要指標：消費者110番実施回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

【室課名：県民生活センター】

1　項目	(5)　市町村・関係機関等との連携及び活動支援
2　小項目	イ　関係団体との連携及び活動支援
3　事業・取組名	②　消費者団体との連携・活動支援
4　事業概要	①活動の機会や場の提供、情報提供、講師の派遣等により、消費者団体の自主的な活動を支援します。 ②消費生活協同組合等の指導検査を実施し、適正な運営に係る助言指導を行います。 ③消費者と行政との協働を促進するため、消費者団体との意見交換会等を行い、必要に応じて意見を施策に反映させていきます。 ④消費者契約法の制度の趣旨に基づき、適格消費者団体の設立の動きがある場合は、必要に応じて情報提供を行うなど、支援を行います。

【室課名：県民生活センター】

1　項目	(5)　市町村・関係機関等との連携及び活動支援
2　小項目	イ　関係団体との連携及び活動支援
3　事業・取組名	③　事業者団体との連携
4　事業概要	事業者団体から要請があった場合は、事業者団体と連携しながら、事業者団体が行う次の取組を支援します。 ①事業者と消費者との間に生じた苦情の処理体制整備 ②事業者自らがその事業活動に関して遵守すべき基準の作成 ③その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動

主要指標一覧

(1)　商品やサービスの安全の確保

小項目	事業・取組名	指標設定の考え方	単位	基準年(H25)	H27	H28	H29	H30	H31
イ　消費者事故の調査・公表	①　商品テストの実施及び結果の情報提供	試買テスト品目数とし、毎年１品目を目指します。	品目	1	1	1	1	1	1
ウ　生活関連物資の安定供給・価格の安定化	①　生活関連物資の価格動向調査及び緊急時等における対応	レギュラーガソリンの調査回数とし、年間12回、１広域振興局当たり各10店舗を調査します。	回	480	480	480	480	480	480
		灯油価格の調査回数とし、年間６回（10月～３月）、１広域振興局当たり各10店舗を調査します。	回	480	240	240	240	240	240

(2)　消費者と事業者との取引の適正化

小項目	事業・取組名	指標設定の考え方	単位	基準年(H25)	H27	H28	H29	H30	H31
ア　規格・表示の適正化の推進	②　単位価格表示の推進	実施対象店舗に対する単位価格表示実施状況調査の実施回数とし、年１回を目指します。	回	1	1	1	1	1	1
		単位価格表示に取り組んでいる店舗の割合とし、毎年63.8%（平成25年度の取組店舗割合）以上を目指します。	%	63.8	63.8	63.8	63.8	63.8	63.8

(3)　消費者教育の推進

小項目	事業・取組名	指標設定の考え方	単位	基準年(H25)	H27	H28	H29	H30	H31
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	①　消費生活に関する情報の提供	県民又は報道機関向けの情報提供回数とし、年間213回（平成25年度の回数）を目指します。	回	213	213	213	213	213	213
	②　消費生活サポーターを通じた情報提供	消費生活サポーターの登録者数とし、県内全市町村に総数300人の登録を目指します。	人	270	300	300	300	300	300
		消費生活サポーターに対する情報提供回数とし、年間６回を目指します。	回	6	6	6	6	6	6
	③　消費生活全般に関する教育の実施	〔小学生・保護者向け〕消費生活セミナーの開催回数とし、毎年２回を目指します。	回	1	2	2	2	2	2
		〔高校生･専門学校生向け〕金融経済セミナーの実施校数とし、毎年40校（平成25年度の回数）を目指します。	校	40	40	40	40	40	40
		〔専門学校生向け〕消費生活セミナーの実施校数とし､毎年２校を目指します。	校	1	2	2	2	2	2
	④　消費生活に関する出前講座の実施	県民生活センターが実施した出前講座の回数とし、年間25回以上を目指します。	回	25	25	25	25	25	25
イ　多様な主体との連携による消費者教育の推進	①　学校における消費者教育の推進	学校教員を対象とした研修会の開催回数とし、年間２回を目指します。	回	―	2	2	2	2	2
		学校訪問校数とし、県内の公立小中学校（約510校）をおおむね５年間で全て訪問することを目指します。	校	―	102	102	102	102	102
	②　障がい者に対する消費者教育支援	各種研修会等での情報提供回数とし、年２回を目指します。	回	―	2	2	2	2	2

(4)　消費者被害の救済

小項目	事業・取組名	指標設定の考え方	単位	基準年(H25)	H27	H28	H29	H30	H31
ア　相談対応の充実	①　消費生活相談対応の推進	受理した相談のうち、助言やあっせんにより解決となった割合とし、毎年95%以上を目指します。	%	95.7	95.0	95.0	95.0	95.0	95.0
	②　消費生活相談員の資質向上	消費生活相談員等レベルアップ講座の実施回数とし、年間10回の実施を目指します。	回	12	10	10	10	10	10
		消費生活相談員等スキルアップセミナーの実施回数とし、年間10回の実施を目指します。	回	11	10	10	10	10	10
		生活相談事例研究会の実施回数とし、年間10回の実施を目指します。	回	10	10	10	10	10	10
	③　法的サポートの推進	高度消費生活弁護士無料相談の実施回数とし、年間24回の実施を目指します。	回	24	24	24	24	24	24
	⑥　高齢者・障がい者の相談に係る関係機関等との連携	県民生活センターが実施した出前講座の回数とし、年間25回以上を目指します。（再掲）	回	25	25	25	25	25	25
イ　多重債務問題に対する解決支援	①　多重債務者弁護士無料相談の実施	多重債務者弁護士無料相談の実施回数とし、年間114回の実施を目指します。	回	114	114	114	114	114	114
	②　多重債務・生活再建関係機関等との連携	会議の開催回数とし、年１回を目指します。	回	1	1	1	1	1	1

(5)　市町村・関係機関等との連携及び活動支援

小項目	事業・取組名	指標設定の考え方	単位	基準年(H25)	H27	H28	H29	H30	H31
ア　市町村の相談体制の充実への支援	①　市町村相談体制の支援	消費生活相談員等レベルアップ講座の実施回数とし、年間10回の実施を目指します。(再掲)	回	12	10	10	10	10	10
		市町村消費生活センター等への訪問回数とし、毎年14回以上を目指します。	回	24	14	14	14	14	14
		市町村への助言回数とし、毎年50回以上を目指します。	回	53	50	50	50	50	50
イ　関係団体との連携及び活動支援	①　オール岩手の連携・協働	岩手県消費者行政推進ネットワーク会議の開催回数とし、年間２回を目指します。	回	2	2	2	2	2	2
		消費者110番の実施回数とし、毎年１回を目指します。	回	1	1	1	1	1	1

参考指標一覧

(1)　商品やサービスの安全の確保

小項目	事業・取組名	指標設定の考え方	指標		単位	基準年(H25)
ア　監視指導及び検査の徹底	①　生活用製品販売事業者等の監視指導	県及び市町村が行った立入検査における監視指導件数及び違反件数とします。	監視指導件数	消安法（特定製品）	件	57
				消安法（特定保守製品）	件	44
				電安法	件	17
				液石法	件	14
			違反件数	消安法（特定製品）	件	1
				消安法（特定保守製品）	件	0
				電安法	件	0
				液石法	件	0
	②　医薬品等販売施設の監視指導	監視指導件数及び違反件数とします。	監視指導件数		件	1,463
			違反件数		件	4
	③　食品関係施設の監視指導及び検査の徹底	監視指導件数及び不良食品等違反件数、事業者に対する衛生講習会の開催回数並びに食品の収去検査件数及び不適合件数とします。	監視指導件数		件	33,355
			不良食品等違反件数		件	67
			講習会開催回数		回	292
			収去検査件数		件	16,986
			収去検査不適合件数		件	14
	④　生活衛生施設の監視指導	監視指導件数及び違反件数とします。	監視指導件数		件	1,106
			違反件数		件	3
	⑤　水道施設の監視指導	監視指導件数及び違反件数とします。	監視指導件数		件	281
			違反件数		件	5
イ　消費者事故の調査・公表	①　商品テストの実施及び結果の情報提供	消費者からの依頼を受けて実施した苦情テスト件数とします。	苦情テスト件数		件	1
	②　消費者安全法に基づく情報提供	県内で発生した消費者事故報告件数及び重大事故報告件数とします。（消費者庁事故情報データバンクシステムの登録件数のうち、消費者安全法に基づく登録件数）	消費者事故報告件数		件	18
			重大事故報告件数		件	10

(2)　消費者と事業者との取引の適正化

小項目	事業・取組名	指標設定の考え方	指標	単位	基準年(H25)
ア　規格・表示の適正化の推進	①　家庭用品品質表示法に基づく品質表示の適正化	県及び市町村が行った立入検査における検査製品件数及び違反製品件数とします。	立入検査件数	件	467
			違反件数	件	5
	③　食品表示法に基づく食品表示の適正化	食品表示ウォッチャーによる食品表示点検店舗数及び違反店舗数とします。	食品表示点検店舗数	店舗	372
			違反店舗数	店舗	15
	④　計量法に基づく内容量表示の適正化	立入検査件数及び違反件数（立入検査後、改善措置のなかったもの）とします。	立入検査件数	件	32
			違反件数	件	0
イ　消費者契約の適正化の推進	①　特定商取引に関する法律及び岩手県消費生活条例に基づく事業者への処分・指導	行政処分及び行政指導の件数とします。	行政処分及び行政指導件数	件	1
	②　不当景品類及び不当表示防止法に基づく事業者への行政指導等	措置命令及び行政指導の件数とします。	措置命令及び行政指導件数	件	13
	③　割賦販売法に基づく契約の適正化	立入検査件数とします。	立入検査件数	件	0
	④　旅行業法に基づく旅行契約の適正化	立入検査件数とします。	立入検査件数	件	10
	⑤　貸金業法に基づく契約の適正化	立入検査件数とします。	立入検査件数	件	1
	⑥　宅地建物取引業法に基づく賃貸借契約の適正化	立入検査件数とします。	立入検査件数	件	57
	⑦　生活経済関係法令に基づく取締りの実施	ヤミ金関係検挙件数及び悪質商法関係検挙件数とします。	ヤミ金関係検挙件数	件	3
			悪質商法関係検挙件数	件	2

(3)　消費者教育の推進

小項目	事業・取組名	指標設定の考え方	指標	単位	基準年(H25)
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	③　消費生活全般に関する教育の実施	〔一般向け〕くらしとお金のセミナーの開催回数とします。	一般向けセミナーの開催回数	回	12
		各種セミナーの参加者の合計人数とします。	各種セミナー参加者の合計人数	人	4,418
	④　消費生活に関する出前講座の実施	県民生活センターが実施した出前講座の受講者数とします。	出前講座受講者数	人	1,167
		県民生活センター以外の市町村が実施した出前講座の回数とします。	市町村の出前講座実施回数	回	282
	⑤　食の安全安心に関する出前講座の実施	出前講座の回数とします。	出前講座実施回数	回	52
	⑥　住宅に関する情報の提供	ホームページのアクセス件数及びメールマガジンの配信回数とします。	ホームページアクセス件数	件	33,715
			メールマガジン配信回数	回	50
	⑦　医薬品等の適正使用に関する啓発講座の実施	健康管理講座の回数とします。（（一社）岩手県薬剤師会に業務委託）	健康管理講座回数	回	37
イ　多様な主体との連携による消費者教育の推進	①　学校における消費者教育の推進	県民生活センターが実施した出前講座の回数のうち、学校で実施した回数とします。（再掲）	学校への出前講座実施回数	回	—
ウ　高度情報通信社会への対応	①　情報モラル教育の推進	体験型研修の開催回数とします。	研修開催回数	回	47
エ　環境に配慮した消費生活の推進	①　３Ｒ（リデュース、リユース、リサイクル）の普及啓発とリサイクル製品の利用促進	再生資源利用認定製品数及びリサイクル率とします。	再生資源利用認定製品数	製品	211
			リサイクル率	%	18.7
	②　小売店に対するエコショップの認定	エコショップ認定店舗数とします。	エコショップ認定店舗数	店舗	247

(4)　消費者被害の救済

小項目	事業・取組名	指標設定の考え方	指標	単位	基準年(H25)
ア　相談対応の充実	①　消費生活相談対応の推進	県及び市町村の相談件数とします。	県の相談件数	件	3,182
			市町村の相談件数	件	7,448
	③　法的サポートの推進	高度消費生活弁護士無料相談における相談件数とします。	高度消費生活弁護士無料相談の相談件数	件	121
	④　警察への情報提供	県民生活センターにおいて消費生活侵害事犯が疑われる相談に関する情報を警察本部に提供した件数とします。	警察への情報提供件数	件	13
	⑤　警察安全相談に係る関係機関等との連携	警察への相談件数とします（数値は暦年（１月～12月）のもの）。	警察への相談件数	件	24,136
イ　多重債務問題に対する解決支援	①　多重債務者弁護士無料相談の実施	多重債務者弁護士無料相談における相談件数とします。	多重債務者弁護士無料相談の相談件数	件	192
ウ　ＡＤＲ（裁判外紛争解決手続）の活用	①　消費生活審議会紛争解決部会による紛争の解決	紛争解決部会が行ったあっせん等の実施件数とします。	あっせん等の実施件数	件	0
	②　市町村等弁護士あっせん事業による紛争の解決	市町村等弁護士あっせん事業の実施件数とします。	市町村等弁護士あっせん事業の実施件数	件	3

参考資料

年	国の動き	県の動き・消費者問題等
平成 17 年 (2005 年)	４月　「消費者基本計画」閣議決定 ５月　「保険業法」改正 ６月　「ＪＡＳ法」改正	３月　「岩手県消費生活条例」制定 11 月　耐震偽装問題 ・この頃、多重債務問題の深刻化
平成 18 年 (2006 年)	７月　「犯罪被害財産等による被害回復給付金の支給に関する法律」公布（被害回復給付金支給制度開始） 12月　「貸金業法（貸金業等の規制に関する法律より改称）」、「出資法」、「利息制限法」改正	２月　「岩手県消費者施策推進計画」（H17～H21 年度）策定 ６月　シンドラー社エレベーター事故 11 月 ・この頃、パロマ工業社製のガス瞬間湯沸器の一酸化炭素中毒死亡事故問題の顕在化
平成 19 年 (2007 年)	５月　「特定住宅瑕疵担保責任の履行の確保等に関する法律（住宅瑕疵担保履行法）」公布 10月　国民生活センター、こんにゃく入りゼリーの窒息による死亡事故情報を公表 11月　「消費生活用製品安全法」改正 11月　「電気用品安全法」改正 12月　「犯罪利用預金口座等に係る資金による被害回復分配金の支払等に関する法律（振り込め詐欺救済法）」公布	６月　ＮＯＶＡ事件 10月　Ｌ＆Ｇ（円天）事件 11月 ・この頃、ミートホープ事件等の食品偽装表示事件の発覚
平成 20 年 (2008 年)	３月　文科省、小学校、中学校の学習指導要領改訂（消費者教育の充実） ５月　「消費者契約法等の一部を改正する法律」公布（特商法、景品表示法へ差止請求の対象拡大） ６月　「消費者行政推進基本計画」閣議決定	１月　中国冷凍ギョウザ問題 ９月　事故米穀不正規流通問題
平成 21 年 (2009 年)	３月　文科省、高等学校の学習指導要領改訂（消費者教育の充実） ４月　「ＪＡＳ法」改正 ６月　「消費者庁関連３法（消費者庁及び消費者委員会設置法、消費者庁及び消費者委員会設置法の施行に伴う関係法律の整備に関する法律、消費者安全法等）公布 ９月　消費者庁及び消費者委員会設置	３月　消費者行政活性化基金造成 ８月　「岩手県消費者行政活性化計画」策定 11月 ・この頃、新型インフルエンザの流行 ・この頃、劇場型勧誘による被害多発

年	国の動き	県の動き・消費者問題等
平成 22 年 (2010 年)	２月　「地方消費者行政の充実・強化のためのプラン」策定 ３月　「消費者基本計画」閣議決定 ３月　「消費者安全の確保に関する基本的な方針」内閣総理大臣決定 ６月　「貸金業法」、「出資法」、「利息制限法」完全施行 11月　「消費生活用製品安全法施行令」改正（いわゆる使い捨てライターを追加指定）	４月　口蹄疫の発生 ５月 ・この頃、外国通貨購入の被害が増加 ・この頃、クレジットカード現金化問題 ９月　貴金属等の訪問買取り被害多発 12 月　「岩手県消費者施策推進計画」（H22～H26 年度）策定
平成 23 年 (2011 年)	７月　「消費者基本計画」一部改定 11月　越境消費者センター開設	３月　東日本大震災　原発事故発生 ・この頃、震災に便乗した商法続発 ・この頃、放射性物質に対する不安広がる ４月 ・この頃、小麦加水分解物を含有する「茶のしずく石鹸」によるアレルギー発覚 ７月 ・この頃、安愚楽牧場事件（５月民事再生法の適用申請、11 月破産手続きへ） 12 月 ・この頃、スマートフォンのトラブル急増
平成 24 年 (2012 年)	７月　「地方消費者行政の充実・強化のための指針」策定 ８月　「特商法」改正（訪問購入の追加） ８月　「消費者教育の推進に関する法律」公布 ８月　「消費者基本法」改正 ８月　「消費者安全法」改正（消費者安全調査委員会の設置、消費者の財産被害に係る隙間事案への行政措置の導入）	・この頃、サクラサイト商法の被害拡大 ５月　「コンプガチャ」問題（景品表示法違反の見解） ・この頃、劇場型投資被害増大 ・この頃、被害を取り戻すという「二次被害」増加 ・この頃、健康食品の送り付け商法多発

年	国の動き	県の動き・消費者問題等
平成 25 年 (2013 年)	６月　「食品表示法」公布、「食品衛生法」、「ＪＡＳ法」「健康増進法」「消費者契約法」（食品表示法へ差止請求の対象拡大）改正 12月　「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」公布	４月　県内全市町村において、消費生活相談体制が整備 **<u>７月　カネボウ化粧品、白斑の症状が確認された美白化粧品を自主回収</u>** **<u>10 月　ホテル、百貨店、レストラン等における食品表示等の不正事案多発</u>**

出典：ハンドブック消費者 2014（抜粋）【編集：消費者庁消費者政策課】

なお、下線部分は、全国的に発生した消費者問題等である。