

「滋賀県消費者基本計画（第 3 次）」原案について

1 これまでの策定経緯

本県の消費者施策については、現在、「消費者基本計画（平成 23 年 9 月策定）」に基づき、消費者の自立支援や消費者トラブルの防止と救済等の 4 つの基本的方針のもと、9 つの重点施策を定めて取組を進めているが、平成 27 年度をもって計画期間が終了する。

この間、消費者を取り巻く社会経済情勢は、高齢者の増加や急速な I C T (情報通信技術) 化など大きく変化しており、また、消費者教育推進法の制定や景品表示法の改正など、消費者行政を巡る状況も変化してきている。

こうした課題や環境の変化を踏まえ、今後 5 年間の施策の展開方向を示す新たな基本計画を策定することとし、昨年度から、現行計画の進捗状況と課題の整理を行うとともに、次期計画の基本的な方向等について、滋賀県消費生活審議会で検討を進めてきた。

2 策定に向けたスケジュール（予定）

平成 26 年 9 月 4 日 平成 26 年度第 1 回審議会（消費者教育専門部会設置等について）

10～12 月 消費者教育専門部会（第 1 回～第 3 回）の開催

平成 27 年 2 月 6 日 平成 26 年度第 2 回審議会（諮問、消費者をめぐる現状等について）

6 月 5 日 平成 27 年度第 1 回審議会（答申素案について）

7 月 22 日 関係団体との意見交換

8 月 26 日 平成 27 年度第 2 回審議会（答申原案について）

10 月 6 日 常任委員会（「滋賀県消費者基本計画」答申原案について）

10 月 30 日 平成 27 年度第 3 回審議会（答申案について）

11 月 17 日 審議会答申

12 月 15 日 常任委員会（「滋賀県消費者基本計画（第 3 次）」原案について）

12 月 22 日 県民政策コメント〔1 か月間〕

平成 28 年 3 月 常任委員会（県民政策コメント結果について）

3 月 策定・公表

滋賀県消費者基本計画（第3次）原案【概要版】

第1章 計画の基本的な考え方

1 計画改定の趣旨

消費者を取り巻く社会経済情勢や、消費者行政を巡る状況の変化を踏まえ、今後の施策の展開方向を示す。

2 計画の性格

①滋賀県消費生活条例に基づく、消費者施策に関する基本的な方向等を定め、消費者施策の計画的な推進を図るための計画

②「消費者教育推進法」第10条に規定される滋賀県消費者教育推進計画

3 計画の期間：平成28年度から32年度までの5年間

第2章 消費生活をめぐる現状と課題

1 これまでの取組

第2次基本計画に4つの基本的方向と9つの重点施策を定め、消費者施策を展開

2 消費者を取り巻く現状と課題

(1) 社会経済情勢の変化

①人口減少社会の到来と高齢化の進行

・高齢者の単独世帯の増加

②高度情報通信社会の進展

・スマートフォンの急激な普及

・デジタルコンテンツに関する相談増加

③商品や取引形態の複雑化・多様化

・消費者向け電子商取引の規模拡大

・消費生活におけるグローバル化の進展

④環境・エネルギー問題

・持続可能社会への転換の必要性

⑤食品表示その他「食」の諸問題

・メニュー等における不適正な表示問題

・食品ロスの増加

(2) 国における消費者行政の現状

・消費者教育推進法および食品表示法の制定

・特定商取引法、景品表示法等の改正

(3) 滋賀県における消費生活相談体制の状況

・消費生活相談窓口の設置（平成23年度より全市町に設置。）

・消費生活相談窓口の認知度（県消費生活センター：50.9% 市町相談窓口：62.2%）

(4) 滋賀県における消費生活相談の状況

・相談件数は平成22年度以降概ね12,000件台で推移。平成25、26年度と約14,000件に増加。

・65歳以上の高齢者の相談件数が急増（全相談の3割超過）

・デジタルコンテンツ（アダルト情報サイト、出会い系サイト等）に関する相談が約2,600件と全体の2割を占める。

・通信販売に関する相談割合が高く、特にインターネット通販の相談件数が増加。

(5) 滋賀県における事業者指導等の状況

・特定商取引法や景品表示法等による指導

・特殊詐欺の発生（被害件数の半数が65歳以上。65歳以上の被害額総額は全体の76%を占める。）

(6) 消費者教育の状況

①消費者教育推進法の施行（平成24年12月）

【基本的方向】誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けられる機会を提供し、効果的に推進する。

②滋賀県における消費者教育の現状

・幼稚園では「環境に配慮したくらし」や「安全安心な遊具の使い方」に関することが中心。

・小学校、中学校、高校、特別支援学校では、平成23～25年度に完全実施された新学習指導要領に基づき実施。

・大学や専修学校での実施状況は、大学に比べ専修学校での実施率が低く4割未満。

・事業所における従業員への消費者教育は半数以上で実施されず。ただし、従業員300人以上規模では約6割で実施。

・消費者教育を推進するための支援としては、実践事例の紹介や、消費者教育教材の提供等へのニーズが高い。

第3章 消費者施策推進の基本方針

1 基本理念

県、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体の相互の信頼を基調とし、消費生活条例に掲げられた消費者の8つの権利を尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護および増進のため自主的、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。

2 目指す姿

みんなでつくる 滋賀の消費者安全・安心社会

3 基本方針

- I 安全・安心な消費生活の確保
- II 「自ら考え行動する」消費者になるための支援
- III 消費者被害の防止と救済

消費者の8つの権利

- ①基本的な需要が満たされること
- ②健全な生活環境が確保されること
- ③安全が確保されること
- ④適正な商品等が供給されること
- ⑤商品等の選択機会が確保されること
- ⑥消費者教育を受けられること
- ⑦被害の救済を受けられること
- ⑧意見が反映されること

第4章 消費者施策の展開

I 安全・安心な消費生活の確保

■重点施策1 消費者取引の適正化

- (1) 取引等の適正化
- (2) 広告・表示等の適正化

■重点施策2 商品・サービスの安全性の確保

- (1) 商品・サービスの安全性の確保
- (2) 食の安全・安心の確保
- (3) 消費者事故情報等の収集・提供

■重点施策3 生活関連物資およびサービスの安定供給

II 「自ら考え行動する」消費者になるための支援

■重点施策4 消費生活情報の発信・啓発

■重点施策5 消費者教育・学習の推進

- (1) 消費者教育・学習の機会拡大と体系的な消費者教育の推進
 - ①学校等における消費者教育の推進
 - ②消費者の特性や場の特性に応じた消費者教育の推進
 - ③消費生活に関連する教育との連携推進
- (2) 消費者教育の担い手（人材）の育成と支援
- (3) 消費者市民社会の構築に向けた気運づくり

■重点施策6 環境に配慮した消費者行動の推進

- (1) 環境に配慮した消費者行動の推進
- (2) 環境学習・環境保全活動の支援

III 消費者被害の防止と救済

■重点施策7 消費生活相談体制の充実強化

- (1) 県の消費生活相談体制の充実強化
- (2) 市町の消費生活相談体制の充実強化支援

■重点施策8 高齢者等への支援

- (1) 高齢者等への的確な情報提供
- (2) 高齢者等の見守り体制の充実強化

■重点施策9 法令違反事業者等への指導強化

第5章 関係機関・団体との連携強化

1 行政機関との連携

- ・国、他都道府県との連携
- ・市町との連携
- ・庁内関係部局等との連携

2 消費者団体・NPOとの連携

3 事業者・事業者団体との連携

4 弁護士会、福祉関係団体等多様な主体との連携

5 消費者等の意見の施策への反映と透明性の確保

- ・関係者の意見の消費者施策への反映
- ・施策や審議会での審議状況のホームページ等での公表

第6章 計画の推進体制と進行管理

1 計画の推進体制

- ・滋賀県消費者行政推進連絡調整会議での総合調整
- ・社会的、経済的状況の急激な変動への対応

2 計画の進行管理

- ・PDCAサイクルに基づき、施策の実効性の確保を図る。

3 計画の見直し

- ・必要に応じ計画の見直しを行う

「滋賀県消費者基本計画(第3次)」(原案)

～みんなでつくる 滋賀の消費者安全・安心社会～

平成27年(2015年)12月

滋 賀 県

目 次

第1章 計画の基本的な考え方	1
1 計画改定の趣旨	1
2 計画の性格	2
3 計画の期間	2
第2章 消費生活をめぐる現状と課題	3
1 これまでの取組	3
2 消費者を取り巻く現状と課題	4
(1) 社会経済情勢の変化	4
(2) 国における消費者行政の現状	8
(3) 滋賀県における消費生活相談体制の状況	10
(4) 滋賀県における消費生活相談の状況	12
(5) 滋賀県における事業者指導等の状況	16
(6) 消費者教育の状況	17
第3章 消費者施策推進の基本方針	24
1 基本理念	24
2 目指す姿	24
3 基本方針	25
第4章 消費者施策の展開	26
基本方針Ⅰ 安全・安心な消費生活の確保	26
重点施策1 消費者取引の適正化	26
重点施策2 商品・サービスの安全性の確保	28
重点施策3 生活関連物資およびサービスの安定供給	30
基本方針Ⅱ 「自ら考え行動する」消費者になるための支援	30
重点施策4 消費生活情報の発信・啓発	31
重点施策5 消費者教育・学習の推進	32
重点施策6 環境に配慮した消費者行動の推進	36
基本方針Ⅲ 消費者被害防止と救済	37
重点施策7 消費生活相談体制の充実強化	38
重点施策8 高齢者等への支援	39
重点施策9 法令違反事業者等への指導強化	41

第5章 関係機関・団体との連携強化	42
1 行政機関との連携	42
2 消費者団体・NPO等との連携	42
3 事業者・事業者団体との連携	43
4 弁護士会、福祉関係団体等多様な主体との連携	43
5 消費者等の意見の施策への反映と透明性の確保	43
第6章 計画の推進体制と進行管理	45
1 計画の推進体制	45
2 計画の進行管理	45
3 計画の見直し	45

用語解説

第1章 計画の基本的な考え方

1 計画改定の趣旨

消費者政策は、「滋賀県消費生活条例」（以下「消費生活条例」という。）に定められているとおり、消費者の利益の擁護および増進に関する施策として、消費者の権利の尊重や自立の支援等の基本理念を定め、県民の消費生活の安定・向上を図ることを目的とするものです。

消費生活条例において、知事は「消費者施策の計画的な推進を図るため、消費者施策の推進に関する基本的な計画」（消費者基本計画）を策定し、「消費者施策に関する基本的な方向その他消費者施策の計画的な推進を図るために必要な事項」を定めると規定しています。

消費者基本計画は、これまで平成18年と平成23年の2回策定してきました。（以下、平成18年に作成した計画を「第1次基本計画」、平成23年に作成した計画を「第2次基本計画」という。）平成23年に策定した第2次基本計画では、平成23年度から平成27年度までの5年間を対象として、「消費者の自立のための支援」、「消費者トラブルの防止と救済」、「安全・安心な消費生活の確保」、「環境に配慮した消費者行動の推進」の4つの基本的方向を示し、それぞれの方向ごとに重点施策を定め、これら施策の実施状況については、毎年度、検証・評価を行いながら、消費者に関する施策を総合的かつ計画的に進めてきました。

しかしながら、消費者を取り巻く環境は、少子高齢化の進行、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¹の進展など、この5年間で大きく変化しています。次々と新しい商品やサービスが供給され、インターネットをはじめとした様々な取引手法が現れるなど、消費者の選択肢が広がり、利便性が高まる反面、消費者トラブルがより悪質化、巧妙化するなど、消費者問題はますます複雑・多様化しています。

県内においても、高齢者等を狙った悪質商法による消費者被害の多発や、インターネット通販に関する相談の急増、食品の表示を巡る問題など、くらしの安全・安心を揺るがす事案が生じています。

一方、国においては、「特定商取引に関する法律（特定商取引法）」、「消費者安全法」の一部改正、消費者教育の総合的・一体的な推進等を目的とする「消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）」の制定と同法に基づく「消費者教育の推進に関する基本方針（消費者教育基本方針）」が示されました。さらに、「食品表示法」の制定や「不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）」の一部改正が行われています。

こうした状況を踏まえ、第2次基本計画が平成27年度（2015年度）末をもって終了することから、消費生活条例の基本理念のもと、消費者を取り巻く環境の変化や新たな課題に対応した消費者政策を更に推進していくため、「滋賀県消費者基本計画（第3次）」（以下、「第3次基本計画」という。）を策定することとします。

2 計画の性格

この計画の性格は次のとおりです。

- 「滋賀県消費生活条例」に基づき、消費者施策に関する基本的な方向や施策推進のために必要な事項を定め、消費者施策の計画的な推進を図るための計画です。
- 「消費者教育の推進に関する法律」に基づく滋賀県における消費者教育を推進するための計画です。
- 滋賀県長期構想の推進に関する規程に基づき策定された滋賀県基本構想および県の関連各種計画との整合性を図るとともに、国において長期的に講ずべき消費者政策の大綱等を定めた「消費者政策の推進に関する基本的な計画」を踏まえた計画です。

3 計画の期間

平成 28 年度(2016 年度)から平成 32 年度(2020 年度)までの5年間とします。

第2章 消費生活をめぐる現状と課題

1 これまでの取組

第2次基本計画は、平成23年度（2011年度）から平成27年度（2015年度）を計画期間とし、4つの基本的方向と9つの重点施策を定め、消費者施策を展開してきました。

基本的方向Ⅰ 消費者の自立のための支援

消費者の権利を実現し、消費生活の安定と向上を図るためには、個々の消費者の意識の向上が必要です。そのため、消費者が主体的に行動することができるような消費者教育や啓発に取り組みました。

消費生活に関する最新情報を提供する際、テレビやラジオ、広報誌等を、対象に応じて使い分け、消費者トラブルをはじめとする消費者問題への関心を効果的に高めるよう努めました。特に高齢者等の消費者被害増加を受けて、高齢者等を地域で支援している人を対象にした講座を開催することにより、高齢者等を地域全体で見守っていく意識を高めることができました。

また、学校や地域における消費者教育推進のため、教育委員会や消費者団体と連携して消費者教育教材の作成・配布や出前講座に取り組みました。社会人を対象とした消費者教育講座の開催に当たっては、会場や開催日の設定に工夫するなど、より多くの人のニーズに応えられるように努めました。

基本的方向Ⅱ 消費者トラブルの防止と救済

消費者がどこに住んでいても相談を受けやすくするため、全市町における消費生活相談窓口の設置に努め、平成23年度に県内すべての市町に消費生活相談窓口が設置されました。既にすべての市に専門相談員が設置されていましたが、平成27年度からは、2町においても専門相談員が設置されたほか、市においても相談員の複数化や増員が進み、相談体制の充実強化が進みました。

また、複雑・困難化する消費相談に的確に対応するため、県内の消費生活相談員等が各分野の専門知識を身につける機会を設け、相談員等の資質向上を図ったほか、弁護士等の専門家との連携により、処理困難事案への対応を充実させました。

基本的方向Ⅲ 安全・安心な消費生活の確保

消費者被害の未然防止や被害拡大防止のため、また、商品やサービス、食品の安全や安心の確保に向けて、特定商取引法や消費生活条例等を適正に運用し、悪質事業者を対象に行政処分・指導を行いました。

また、商取引や表示の適正化を図るため、研修会等を実施して事業者（法令（条例・規則を含む。以下同じ。）遵守を促し、県民の安全な消費生活の確保に努めました。

基本的方向Ⅳ 環境に配慮した消費者行動の推進

「持続可能な滋賀社会」の実現に向けて、家庭部門での自主的・積極的な省エネ推進のため、家庭省エネ診断事業を実施したほか、身近な行動から環境に配慮した取組を進めるため、マイバッグ等持参運動やグリーン購入²の普及啓発を図りました。また、食品販売事業者等と連携して「おいしが うれしが」キャンペーンに取り組み、地産地消³を推進するとともに、環境こだわり農業⁴の理念や取組について理解を促進するためのPR活動等を行い、環境こだわり農産物⁵の消費拡大を図りました。

さらに、持続可能な社会づくりに向けて主体的に行動できる人材の育成を目指し、環境学習・環境保全活動の支援を行いました。

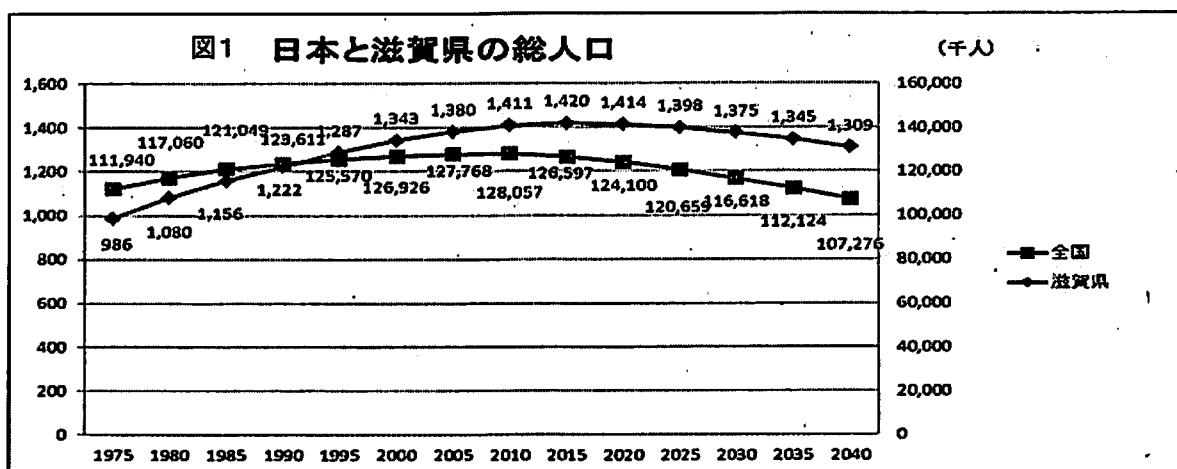
2 消費者を取り巻く現状と課題

(1) 社会経済情勢の変化

①人口減少社会の到来と高齢化の進行

滋賀県の人口は、昭和42年(1967年)から増加し続け、平成20年(2008年)には140万人を超えました。しかし、平成26年(2014年)10月1日現在の人口(推計値)は前年比較で48年ぶりの減少となっており、人口減少局面に入ったと推測されます。国立社会保障・人口問題研究所(社人研)の推計によると、平成52年(2040年)の滋賀県の総人口は130.9万人と、平成22年(2010年)に比べて7.2%減少するとされています。(図1)

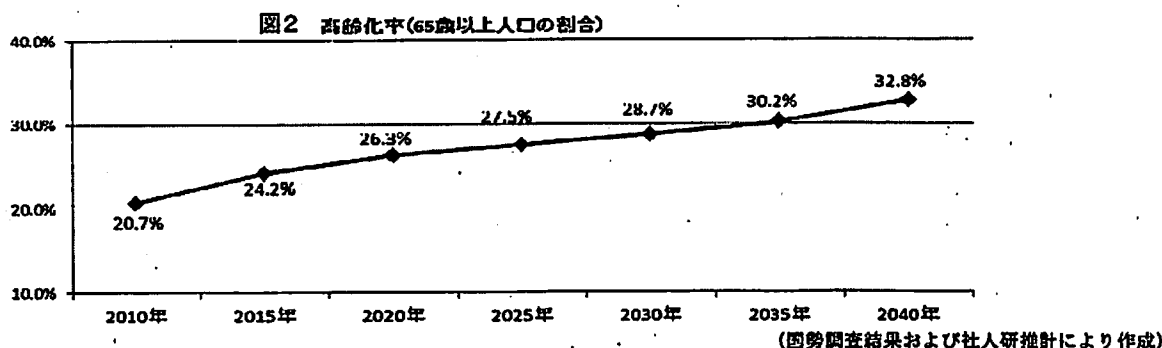
人口減少の状況は、市町によって大きく異なり、社人研推計によると、平成52年(2040年)には、南部地域の3市以外の16市町において平成22年(2010年)と比較して減少するとされています。特に人口減少率が高いとされているのは、甲良町、多賀町で30%以上、高島市、米原市、竜王町で20%以上となっています。



(国勢調査結果および社人研推計により作成)

こうしたことから県では、「人口減少を見据えた豊かな滋賀づくり総合戦略」を定め、人口減少に歯止めをかけながら滋賀の強みを伸ばし、活かすことにより豊かな滋賀をつくるための取組を推進していくこととしています。

人口の構成比を見ると、高齢者の人口比率は、平成 22 年(2010 年)の 20.7%から平成 52 年(2040 年)には 32.8%まで上昇するとされ、高齢者人口は 29.2 万人から 42.9 万人へと、30 年間で約 1.5 倍に増加するとされています。(図2)



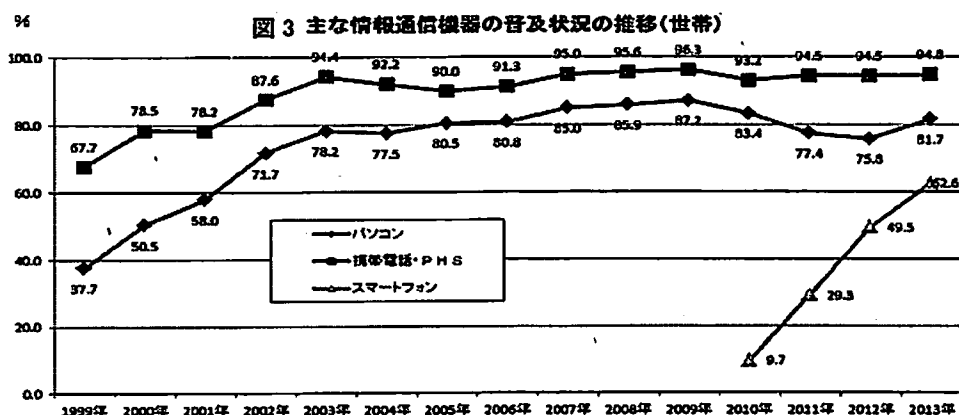
高齢者には、加齢や病気等による健康不安や判断能力の低下などにより、消費者トラブルに巻き込まれる方もあり、高齢消費者の被害の防止と救済を図ることが急務となっています。

加えて、高齢者の増加に伴い、世帯主が 65 歳以上の高齢単独世帯の増加も見込まれています。高齢単独世帯は、周囲の目が届きにくいいため、消費者トラブルに巻き込まれやすく、加えて、誰にも相談できずに一人で抱え込み放置することで、一層深刻化する傾向があります。従って、単独世帯の高齢消費者の被害防止と早期発見に努め、地域社会全体で見守りを行うことが重要です。

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、インターネットを巡る状況は日々刻々と変化しています。我が国におけるインターネットの利用者数は、平成 25 年(2013 年)末には初めて1億人を超え、人口普及率(個人)は 82.8%に上りました。さらに滋賀県では、全国平均を超える 86.5%という高い利用率になっています。

また、世帯普及率(平成 25 年(2013 年)末)を見ると、パソコンが8割以上、携帯電話は9割以上にまで上っています。特に、携帯電話の中でもスマートフォンの普及が急速に進んでおり、平成 22 年(2010 年)末には 1 割にも満たなかったにもかかわらず、平成 25 年末には6割を超えるまで急上昇しています。(図3)



端末別インターネット利用率では、スマートフォン、タブレット型端末によるインターネット利用が急増しています。50 歳代以下の世代でスマートフォンの伸びが顕著になっており、特に 20 歳代および 30 歳代では、スマートフォンでのインターネット利用がパソコンを抜いて最も高くなっています。

これらを背景に、近年、県内の消費生活相談窓口に寄せられる相談内容（商品・サービス別）は、「デジタルコンテンツ（アダルト情報サイト、出会い系サイトなどインターネット上で得られる情報・サービス）」に関する内容がその他の商品や役務に比べ圧倒的に多くなっています。（相談状況の詳細は後述。）

消費者にとっては膨大な情報を入手できるという利便性が増し、多くの選択肢を得た一方、自らの責任で必要な情報を選び出し、商品等を選択することが求められます。情報を読み解く能力が重要となるため、それらへの支援とともに、情報弱者となりがちな高齢者等への適切な対応も求められます。

さらに、急速な ICT（情報通信技術）化⁶により子どもを取り巻く環境はかつてないほど大きく変化していますが、保護者や教員を含む大人が十分に対応しきれていない状況も生じています。また、平成 28 年 1 月から社会保障・税番号（マイナンバー）の利用が始まりますが、これに対する適切な対策も喫緊の課題です。

③商品や取引形態の複雑化・多様化

②で示した高度情報通信社会の進展等を背景として、様々な商品やサービスの取引が時間や場所に関係なく可能となった結果、多くの消費者がインターネットを利用した電子商取引を行うようになっていきます。国内の消費者向け電子商取引の市場規模は、平成 20 年（2008 年）の 6.1 兆円から平成 25 年（2013 年）には 11.2 兆円と、5 年間で 1.8 倍にまで増加しており、決済手段も、現金以外にクレジットカードや電子マネー⁷の使用など多様化しています。

県内の消費生活相談窓口に寄せられる電子商取引に関する相談件数も増加しており、平成 26 年（2014 年）度の特殊販売（店舗以外の販売形態）に関する相談は、販売形態購入別では 53.2%と最も多く、その半数以上（56.6%）が通信販売によるものとなっています。（相談状況の詳細は後述。）

また、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、電化製品等の様々な商品が輸入され、広く流通しています。インターネット等を通じて、消費者が自ら海外から商品を購入することも容易になっており、消費者が無意識のうちに海外との取引（越境取引）を行っていたということもあります。海外の相手との取引でトラブルが生じた場合は、法律や商習慣、文化や言葉の違いなどから交渉や解決が困難になることもあります。

こうした取引形態の複雑化・多様化に対応できる相談体制の充実等が求められます。

④環境・エネルギー問題

大量生産、大量消費型の社会経済活動は、便利で快適な生活をもたらした一方で、

地球温暖化⁹や資源の枯渇、生物多様性¹⁰の喪失など地球規模での環境問題を引き起こしてきました。

国民生活センターによる「国民生活動向調査」の結果等をみると、東日本大震災を契機として、『自分の消費行動次第で、将来の社会や地球環境をよくすることができる』と意識して行動するという消費者の割合が増えるなど、消費者の意識には変化が生まれており、大量の資源やエネルギーを消費する社会のあり方を見つめ直し、持続可能な社会へと転換していく必要性が改めて意識されています。

「県政世論調査」（平成26年(2014年)度）では、約9割の県民が「不要な電灯を消したり、エアコンなどの温度設定は過度にならないように調節している」、「買い物袋を持参している」と回答しています。また、買い物等をする際の選択意向として、「省エネ性能の高い家電製品」「低燃費車やハイブリッド車、電気自動車などのエコカー」等について、「環境負荷の高い類似製品と、価格が同程度であれば選択する」とした人が約半数を占めました。このように、多くの県民が、日常生活での身近な温暖化対策行動の実践とともに、価格が同程度であれば環境に配慮した製品を選択する意識を持っていることがうかがえます。

滋賀県では、環境の保全に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため、「環境総合計画」を策定していますが、平成26年(2014年)10月策定の「第四次滋賀県環境総合計画」では、目指すべき将来の姿を『「めぐみ豊かな環境といのちへの共感を育む社会」の実現～子や孫の世代まで幸せや豊かさを実感できる安全・安心な環境の創造』としています。

この将来像の実現に向けて、「環境の未来を拓く『人』・『地域』の創造」、「琵琶湖環境の再生と継承」および「低炭素化など環境への負荷が少ない安全で快適な社会の実現」を基本目標とし、「ライフスタイルやビジネススタイルの転換」「暮らしと湖との関わりの再生」「3R（リデュース、リユース、リサイクル）の推進」などに取り組んでいくこととしています。

また、環境学習の体系的・総合的および効果的な推進を図ることを目的として、「滋賀県環境学習推進計画」を策定しています。

⑤食品表示その他「食」の諸問題

「食」は、生命・健康に直接関わるものであり、消費者にとっても特に関心の高い分野です。消費者が食品を購入したり、食品を適切に選択したり、安全に食べたりするうえで、食品の表示は、その内容を正しく理解するための重要な情報源です。消費者が安心・安全な食生活を送るための大前提として、食品表示は適切でなければなりません。

しかしながら平成25年(2013年)、全国のホテルやレストラン等において、メニュー表示と異なった食材を使用して料理を提供していた事案が多数報告され、一部の事業者に対し消費者庁から景品表示法に基づく措置命令も行われるなど、大きな問題となりました。

消費者庁では、一連の問題を受け、メニュー・料理等の食品表示に関する景品表示法上の考え方を整理し、事業者による表示の適正化を促進するため、平成 26 年（2014 年）3 月に「メニュー・料理等の食品表示に係る景品表示法上の考え方について」（ガイドライン）を策定し、公表しました。また、同年には景品表示法が改正され、消費者庁長官の権限のうち措置命令および合理的根拠の提出要求に関する事務等を都道府県知事が行うこととされたほか、不当表示を行った事業者に対する課徴金制度が設けられています。

また、これまで食品表示に関するルールを定めた法律としては、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）、健康増進法の三法がありましたが、用語の定義が各法律で異なる等、分かりにくいものとなっていました。そのため、各法律の食品表示に係る部分を一元化する食品表示法が制定され、平成 27 年（2015 年）4 月に施行されました。

このほか、豊かな食生活の裏側で生じている食品ロス¹も問題になっています。日本の米の年間収穫量（平成 24 年、約 850 万トン）の約 75%にも匹敵する食品ロス（平成 24 年度推計で年間約 642 万トン）の約半分は家庭から発生しています。また、食品関連事業者から発生する食品ロスについても、その背景には、消費者側の鮮度や品質に対する過度な意識があると考えられることから、消費者が食品ロス削減に対する認識を深められるような啓発が必要です。国においては、関係府省庁が連携して「食品ロス削減国民運動」が展開されています。

なお、滋賀県の食に関する施策については、「滋賀県食の安全・安心推進計画」や「滋賀県食育推進計画」により、食の安全・安心の確保や食育について、総合的かつ計画的に推進をしています。

（2）国における消費者行政の現状

国における消費者行政は、消費者基本法の基本理念である「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立支援」を基本に、高度情報化社会や国際化の進展、高齢化の一層の進行など消費者を取り巻く環境の変化に配慮しながら実施されています。

また、地方公共団体における消費者行政に対する国の支援の必要性や、社会・経済情勢の変化に柔軟に対応することの重要性を踏まえ、消費者基本法の基本理念のもとで、「消費者基本計画」が策定されています。平成27年度を初年度とする当計画では、消費者政策の基本的方針を次のとおりとし、政府を挙げた計画的・一体的な取り組みが行われています。

消費者政策の基本的方針（計画期間：平成27年度～31年度）

<目指すべき姿>

- 消費者の権利が尊重され、安全な商品・サービスを安心して消費できる
- 消費者が自主的・合理的に選択できる環境を整備することにより、消費の効用・満足度が高まり、豊かな消費生活を営める
- 消費者が公正で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」を目指す

<考慮すべき視点>

- ◆多くの主体の連携
- ◆地域の体制・取組の充実
- ◆規制改革による影響の考慮
- ◆新たな問題への機動的対応

なお地方自治体に対しては、消費者がどこに住んでいても消費生活相談を受けられる体制整備と、地域社会での消費者問題解決能力の向上等に向けて、地方消費者行政活性化基金等を活用した地方の事業への支援が図られてきています。

また、「消費者教育推進法」の制定や「景品表示法」の改正など、様々な消費者行政に関連する法律の制定や改正もなされています。

近年、制定・改定された消費者行政関連法等

<平成24年>

- 特定商取引法（改正）…訪問買取りに係る制度を規定
- 消費者安全法（改正）…財産被害の拡大防止を図るために適用する法律がない場合、事業者に対する取引の取りやめなど必要な措置を規定
- 消費者教育推進法（制定）…消費者教育の総合的・一体的推進のため、定義や基本理念、国や地方公共団体の責務等を規定

<平成25年>

- 食品表示法（制定）…食品衛生法、JAS法、健康増進法の食品表示規定を統合し、食品表示に関する包括的かつ一元的な制度を創設

<平成26年>

- 景品表示法（改正）…行政の監視指導体制の強化、課徴金制度の創設等
- 消費者安全法（改正）…高齢者等への地域の見守りネットワークの構築、地方自治体における消費生活相談体制の強化等

(3) 滋賀県における消費生活相談体制の状況

① 県域における消費生活相談窓口

平成 20 年度の時点では、県内の 6 町には消費生活相談窓口が設置されていませんでしたが、消費者行政活性化基金が活用され、平成 23 年度には県内すべての市町に消費生活相談窓口（消費者安全法に規定する消費生活センターの要件を満たす窓口）が設置されました。これにより、消費者がどこに住んでいても相談を受けやすくなりました。

また、従来から、消費生活の専門的な知識・経験を持つ消費生活相談員がすべての市に設置されていましたが、さらに平成 27 年度には 2 町において専門の相談員が設置されました。また、市においても相談員の複数化や増員が進み、相談体制の強化が進んでいます。

相談窓口および相談員設置状況

平成 27 年 10 月 1 日現在

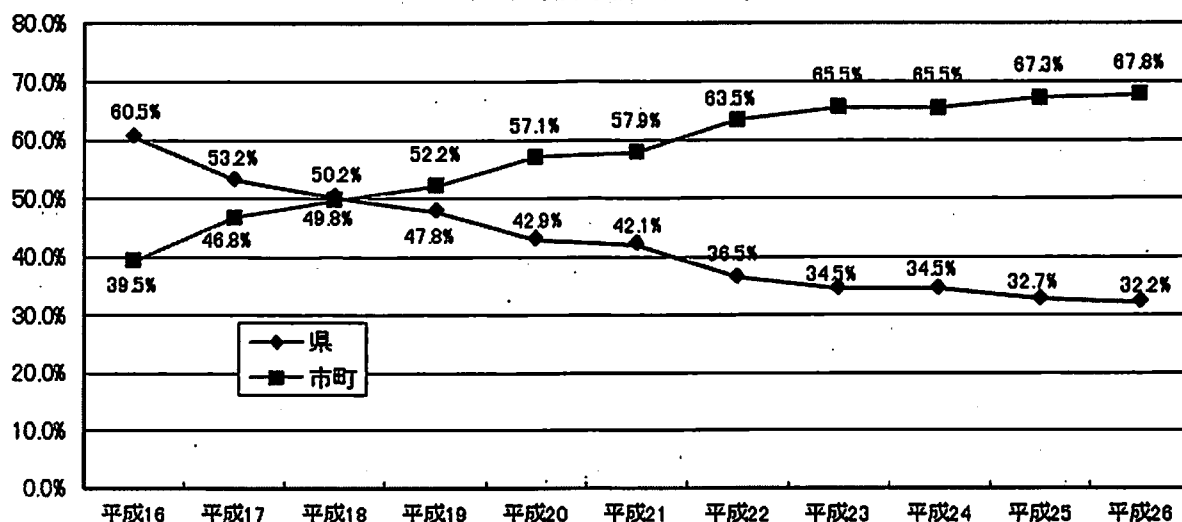
	窓口数	相談員数
県	2 か所	11 人
市町	19 か所※1	32 人※2

※1:全市町に設置

※2:13 市(全市)で 30 人、2 町で 2 人(4 町では行政職員が対応)

市町における消費生活相談体制の充実とともに、身近な相談窓口である市町の消費生活相談窓口の相談受付件数は増加しています。県と市町の相談受付割合は、平成 16 年度に「県 6 割、市町 4 割」でしたが、平成 26 年度には「県 3 割、市町 7 割」となっています。(図 4)

図 4 県・市町別相談件数割合(年度別)



② 消費生活センター(消費生活相談窓口)の認知度

平成 26 年度に実施した「県政世論調査」によると、滋賀県に消費生活センターがあること、また、住んでいる市町に消費生活センター(消費生活相談窓口)があることを知っているとした人は、「滋賀県消費生活センター」は 50.9%、「市町の消

費生活センター(消費生活相談窓口)」については62.2%となりました。特に、より身近な市町の窓口の認知度が高くなっています。ただし、消費生活センター等でどんな業務を行っているか、その内容まで知っている人の割合は、県、市町の消費生活センター(消費生活相談窓口)とも、15%前後にとどまっています。(図5-1)

また、地域により認知度には差があることがわかりました。(図5-2)

図5-1【認知度】

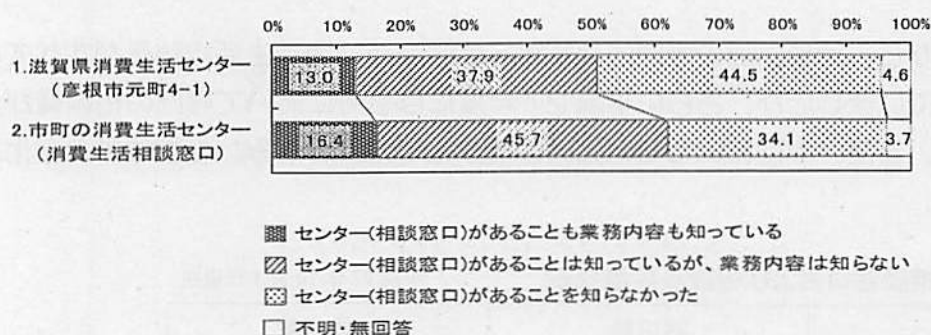
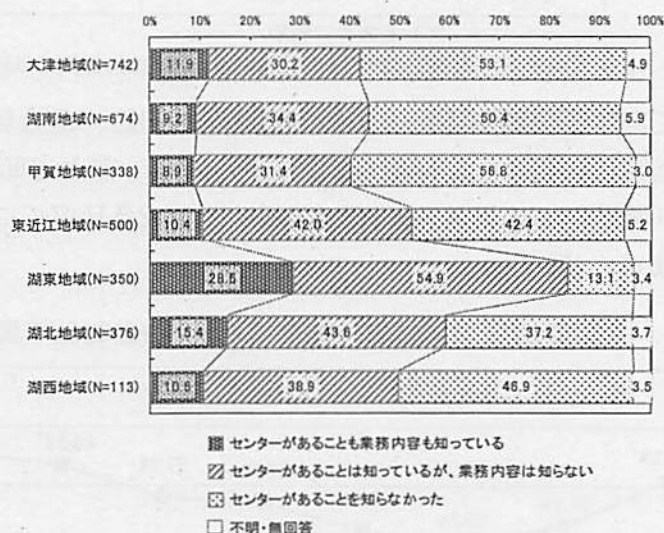


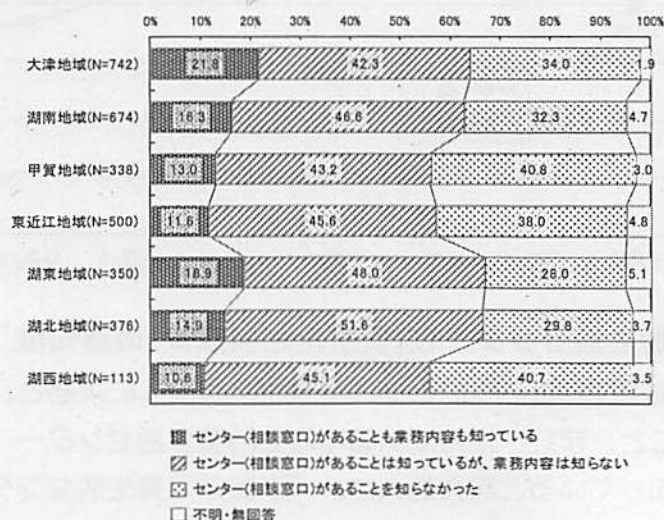
図5-2【地域別認知度】

○ 滋賀県消費生活センター



○ 市町の消費生活センター

(消費生活相談窓口)

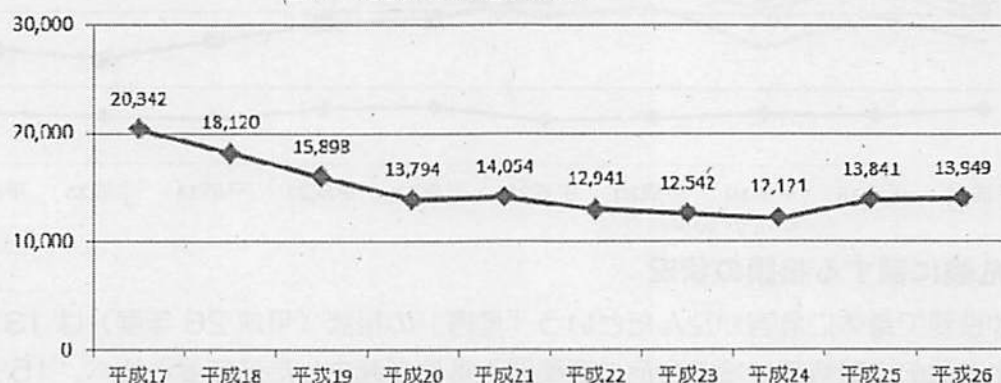


(4) 滋賀県における消費生活相談の状況

①消費生活相談件数の推移

相談件数は、近年徐々に減少し、平成22年度以降は概ね12,000件台で推移していましたが、平成25年度に前年度比14.2%増と4年ぶりに増加に転じ、平成26年度においても13,949件と前年度を上回る相談が寄せられ、2年連続して増加しています。(図6)

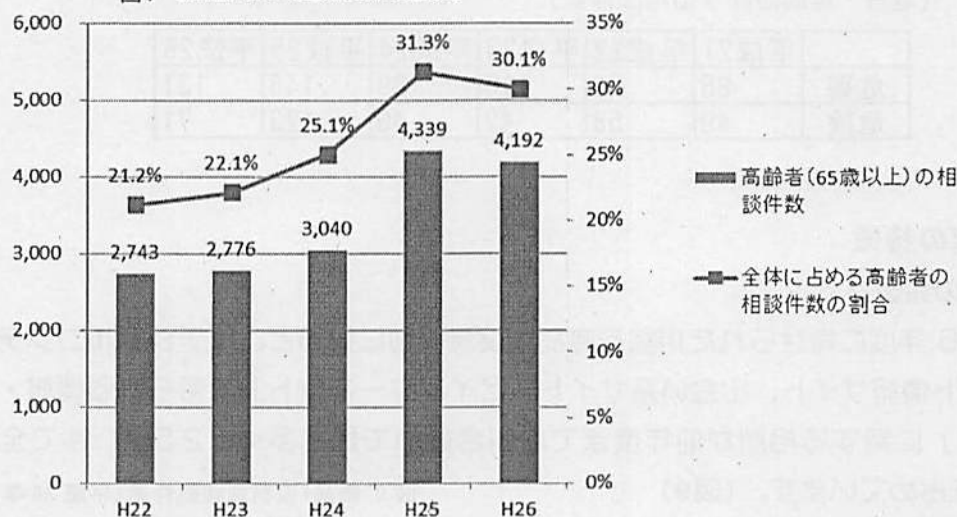
図6 相談件数の推移(年度)



②年代別相談割合の状況

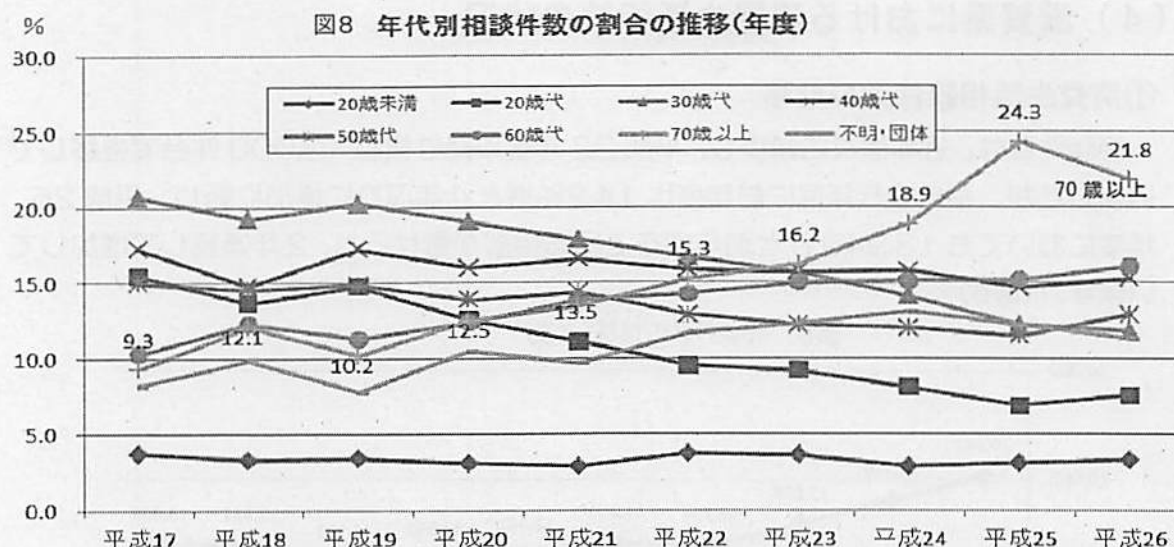
高齢者(65歳以上)の相談件数は、平成25年度に前年度比42.7%増と急増し、平成26年度は前年度比3.4%減となったものの、相談件数全体に占める高齢者の相談件数の割合は、2年連続で30%を超えています。(図7)

図7 【高齢者の相談件数の推移】



相談件数における契約当事者の年齢別割合の推移をみると、ここ数年ほとんどの年代が減少してきた中で、70歳以上の相談件数は平成19年度以降急速に増加しています。平成17年度には相談件数全体の9.3%でしたが、平成25年度は24.3%、平成26年度は21.8%と大幅に増加しています。(図8)

高齢者は、被害に遭っていること自体に気づいていなかったり、被害に気づいても騙されたことを恥と感じ、誰にも話すことなく一人で抱え込んでいる傾向があります。寄せられた相談以上の消費者トラブルが潜んでいると考える必要があります。



③危害・危険に関する相談の状況

商品や役務で身体に危害が及んだという「危害」の相談（平成26年度）は131件で、化粧品の白斑被害や冷凍食品の農薬混入事件が発生した前年度と比べ、15件減少しました。このうち、化粧品や医療機器などの保健衛生品に関するものが28件、医療や美容エステなどの保健・福祉サービスに関するものが27件とそれぞれ多く、これに食料品と、家事用品などの住居品がともに19件で続いています。

また、身体に危害を受けるおそれのある「危険」の相談（平成26年度）についても71件と、前年度と比べ52件減少しました。

【危害・危険に関する相談件数】

	平成21	平成22	平成23	平成24	平成25	平成26
危害	85	76	110	89	146	131
危険	49	58	42	46	123	71

④相談内容の特徴

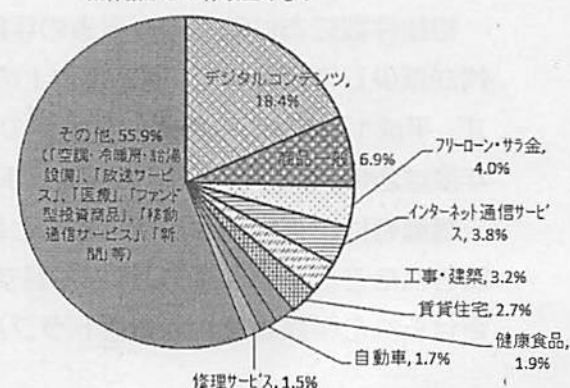
＜内容別の特徴＞

平成26年度に寄せられた相談を商品・役務等別に見ると、「デジタルコンテンツ（アダルト情報サイト、出会い系サイトなどインターネット上で得られる情報・サービス等）」に関する相談が前年度までに引き続いて最も多く、2,567件で全体の18.4%を占めています。（図9）

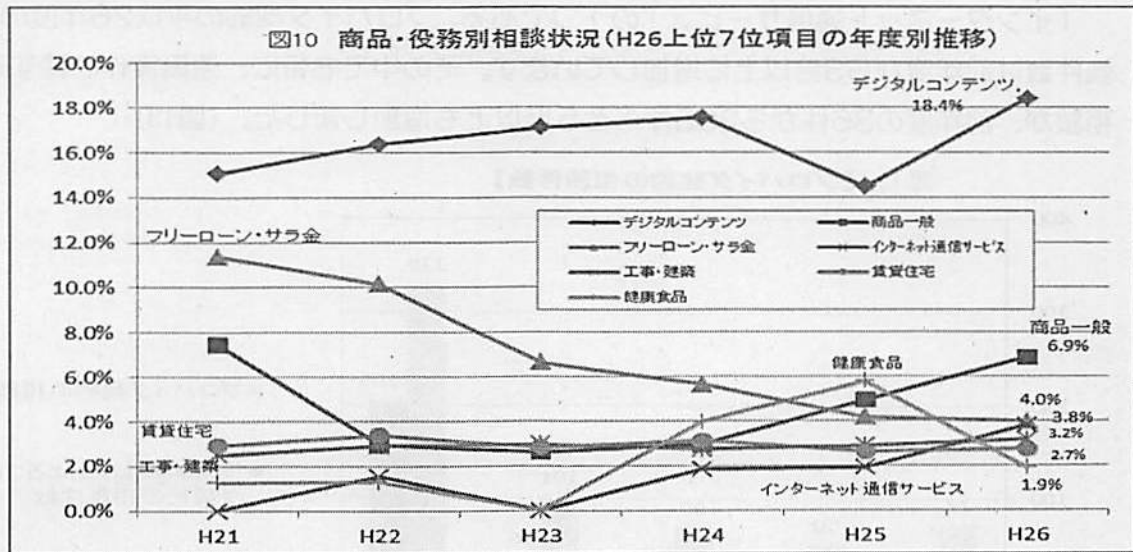
また、前年度より相談件数が増えたものとしては、架空請求などの「商品一般」（959件）、「インターネット通信サービス」（529件）、「工事・建築」（441件）、「賃貸住宅」（379件）となっています。

特に、前年度と比較すると、「インターネット通信サービス」の相談割合が伸びてお

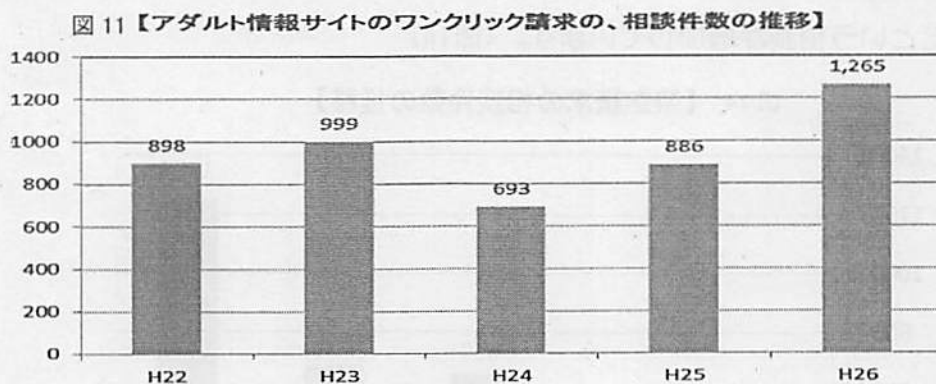
図9 商品・役務別相談件数(平成26年度)
※件数が200件以上のもの



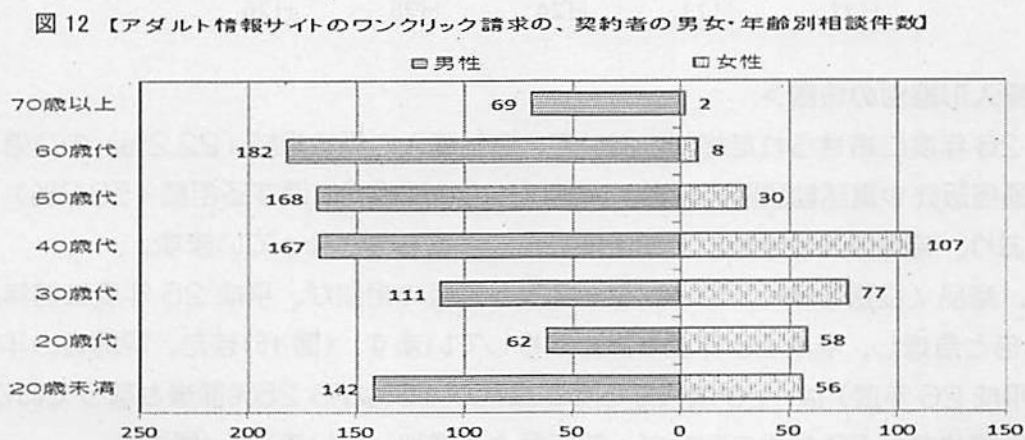
り、一方、「健康食品」は相談割合を大きく減らしています。(図10)



インターネット関連では、アダルト情報サイトのワンクリック請求に関する相談件数が2年連続して増加し、平成26年度は前年度比40%増の1,265件となっています。(図11)

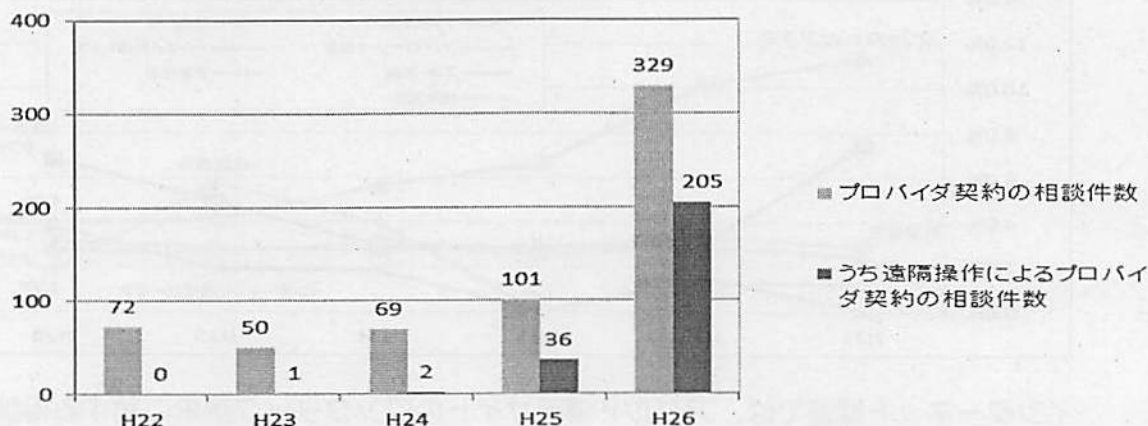


アダルト情報サイトのワンクリック請求については、20歳未満および40歳代から60歳代までの男性の相談件数が多くなっています。また、20歳代から40歳代では、女性の割合が4割前後となっています。(図12)



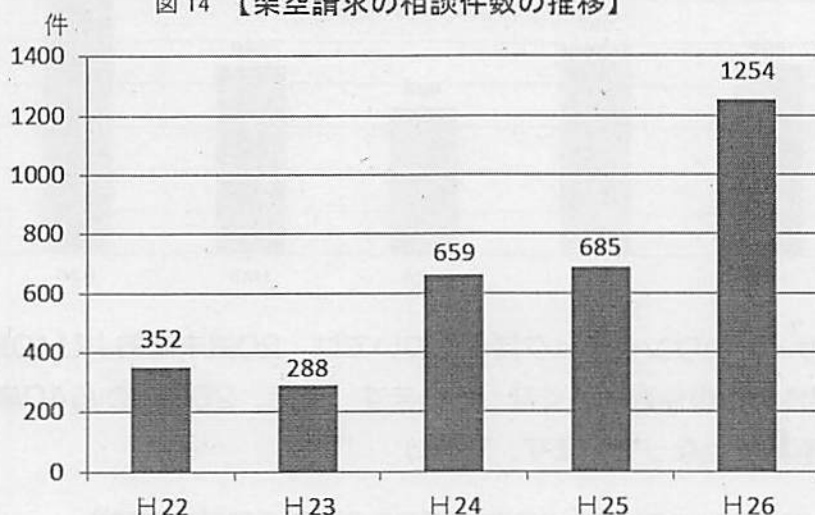
「インターネット通信サービス」の1つである、プロバイダ契約の平成26年度の相談件数は前年度から3倍以上に増加しています。その中でも特に、遠隔操作に関する相談が、前年度の36件から205件へと5倍以上も増加しました。(図13)

図 13 【プロバイダ契約の相談件数】



その他、架空請求の相談件数が平成26年度は前年度の2倍近く増加しています。従来のはがきによる請求に加え、デジタルコンテンツの利用料や会費等について請求メールを受信したという相談が増加しています。(図14)

図 14 【架空請求の相談件数の推移】



<販売購入形態別の特徴>

平成26年度に寄せられた相談において、店舗購入に係る相談(22.2%)の2倍以上が、通信販売や電話勧誘販売など、店舗以外の特殊販売に関する相談(53.2%)となっており、特殊販売の半数以上が通信販売によるものとなっています。

特に、商品(役務を除く)のインターネット通販の相談が、平成25年度に前年度の1.8倍と急増し、平成26年度も高止まりしています。(図15)また、契約者の年齢構成(平成26年度)は、20歳代から50歳代が15%から25%前後となっており、特に40歳代から60歳代の割合が、前年度より増加しています。(図16)

図 15 【インターネット通販(商品)の相談件数の推移】

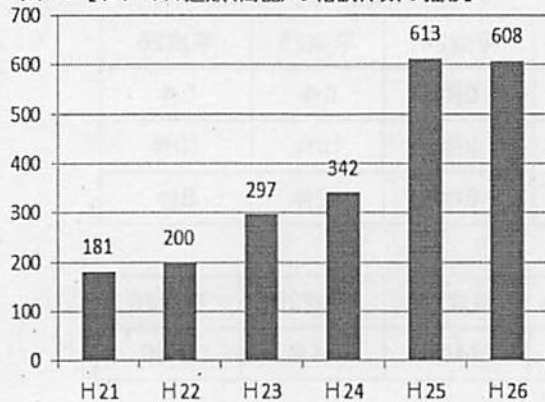
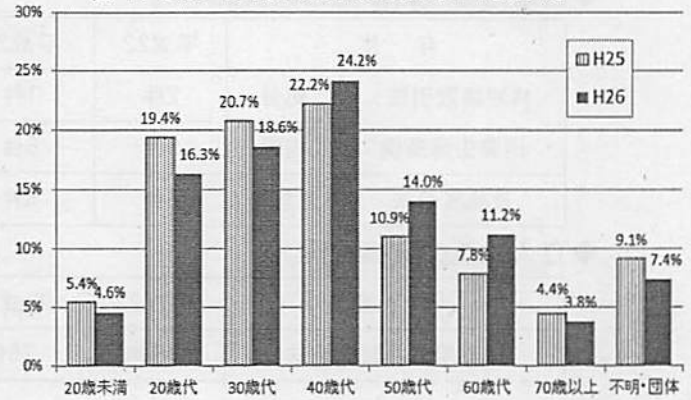


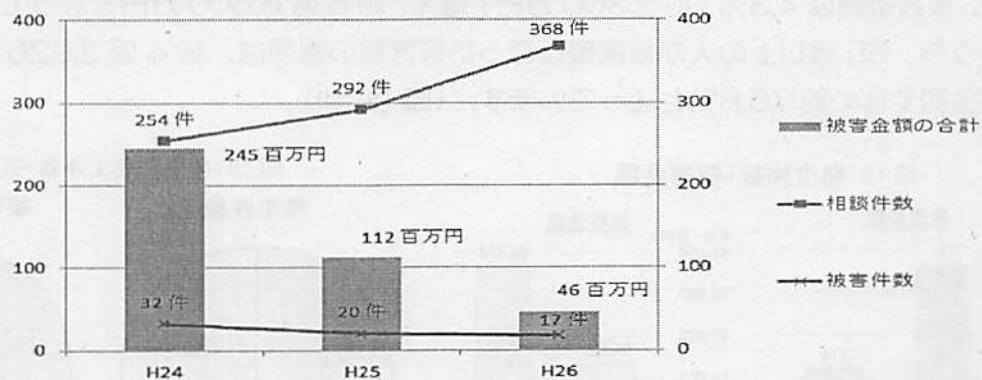
図 16 【インターネット通販(商品)の契約者の年齢構成】



＜特徴的な相談内容＞

業者や公的機関、弁護士を名乗る者など、複数の人物が登場し、言葉巧みに消費者から高額なお金を巻き上げる「劇場型勧誘」の相談は、平成 24 年度に 254 件、平成 25 年度に 292 件、平成 26 年度に 368 件と相談件数は増加していますが、このうち実際に被害に遭ったという相談件数と被害金額の合計額は減少しています。(図 17)

図 17 【劇場型勧誘の相談件数・被害件数・被害金額の推移】



(5) 滋賀県における事業者指導等の状況

①事業者に対する行政処分、指導等

消費者が、自主的かつ合理的な判断のもとに商品やサービスを選択できるようにするため、また、安全な商品・サービスの確保のため、県では消費生活相談情報を基に、消費生活条例や特定商取引法、景品表示法、家庭用品品質表示法等に基づき監視するとともに、法令違反のおそれのある行為を行っている事業者に対しては、行政指導・処分を行っています。

特に、平成25年度に問題になったホテル等におけるメニューの不適正表示については、県内のホテルや飲食店などが加盟する業界団体に対して要請書を手渡し、適正な表示の徹底について依頼するとともに、違反事実の確認できた5件につき、口頭注意を行いました。

◆行政指導・行政処分の実施状況

年 度		平成22	平成23	平成24	平成25	平成26
特定商取引法・消費生活条例	処分	2件	1件	0件	0件	0件
	指導	9件	6件	3件	10件	10件
景品表示法	注意等	6件	5件	6件	12件	8件

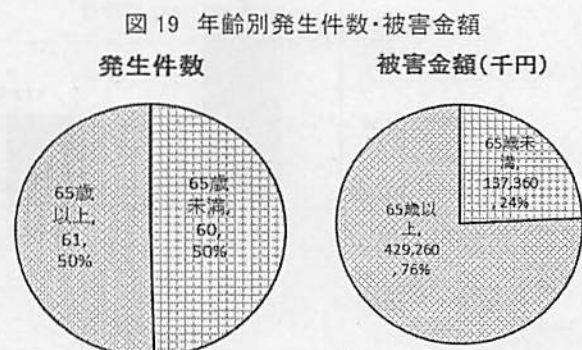
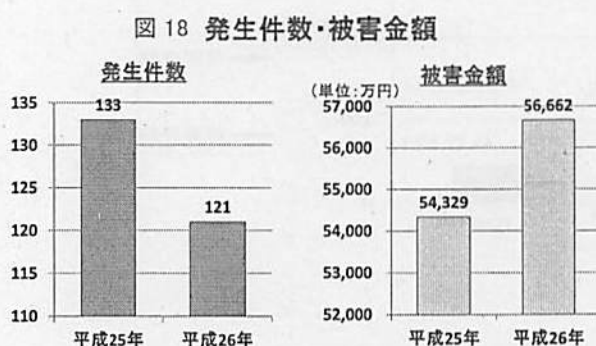
◆立入検査の実施状況

年 度	平成22	平成23	平成24	平成25	平成26
家庭用品品質表示法	75件	75件	74件	74件	61件

②特殊詐欺の発生

特殊詐欺とは、被害者に電話をかけるなどして、指定した預貯金口座への振込み等の方法により、不特定多数から現金等をだまし取る犯罪の総称であり、その代表的なものが振り込み詐欺（オレオレ詐欺^{注1}、架空請求詐欺^{注2}、融資保証金詐欺^{注3}および還付金等詐欺^{注4}）です。

滋賀県では、平成26年に121件発生しており、そのうち65歳以上の被害者が61人と半数（50.4%）を占めました。発生件数は前年より9%（12件）減りましたが、被害金額は4.3%（約2,300万円）増え、約5億6,600万円となっています。そのうち、65歳以上の人が被害者となった被害額の総額は、約4億2,926万円と被害金額全体の約75.8%となっています。（図18、19）



注1：親族、警察官、弁護士等に身分を偽った者から告げられた交通事故、痴漢等の架空の事件の解決に必要な示談金等の名目で、被害者から現金等を振り込ませる方法等によりだまし取る詐欺

注2：架空の事実に対する未払金等の請求に係る精算に必要な料金等の名目で、被害者から現金等を振り込ませる方法等によりだまし取る詐欺

注3：架空の融資の勧誘に係る当該融資の保証金等の名目で、被害者から現金等を振り込ませる方法等によりだまし取る詐欺

注4：国、地方公共団体その他公共的団体の職員等の身分を偽り、税金の還付等に必要な手続と誤信させ、被害者から現金等を振り込ませる方法等によりだまし取る詐欺

(6) 消費者教育の状況

①国における消費者教育の推進（「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の概要）

平成25年6月に消費者教育推進法に基づき策定された「消費者教育の推進に関する

基本的な方針（基本方針）」では、「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。」ことを、消費者教育を推進する方向としており、「幅広い担い手（国・地方、行政・民間、消費者自身）の支援、育成、担い手間の連携、情報共有の促進」により、これを推進していくとしています。

また、地方公共団体は、社会的状況や経済的状況に応じた施策を策定して実施するものとし、地域特性に応じた消費者教育推進計画の策定や各種施策への自主的・自立的な取り組みを行うものとしています。

さらに、都道府県には、広域的な観点からの市町村支援および市町村間の消費者教育の格差を埋める役割を担うほか、教育委員会との共同事業の実施をはじめ、福祉、衛生、環境等の行政各部との情報共有や連携が求められています。

②滋賀県における消費者教育の現状

ア 消費者教育推進の取組状況

本県における学校や地域における消費者教育の推進を図るため、小中学校においては、インターネットの普及に伴う消費者問題を中心に、授業に活用できるDVD等の教材の作成・配布を行っています。また、高等学校においては、各校の消費者教育に使用できる副教材の作成・配布のほか、出前講座を実施しています。

一方、地域における消費者教育の推進に関しては、くらしの情報セミナーや消費生活講座の開催、出前講座等を中心に取り組んでいるほか、滋賀県金融広報委員会¹²と連携した金融経済講演会等を実施しています。

○小中学生向けDVD



「子どもと学ぶネット社会」

○くらしの情報セミナー



「もっと知って！消費生活センター」

○消費生活講座inBKC



イ 学校や事業所等における消費者教育の実施状況

県内における消費者教育の実態を把握するため、平成26年度に県内の学校、事業所、公民館等を対象に、「消費者教育に関する実態調査」を実施しました。

<小学校・中学校・高校・特別支援学校>

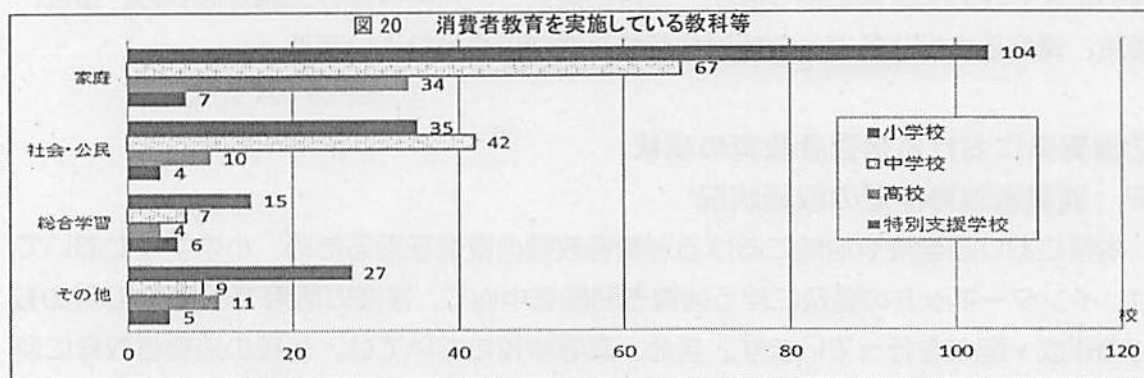
○地方公共団体に求められる役割（消費者教育推進法（第11条））

- ・学校の授業等で、幼児・児童・生徒の発達段階に応じた適切・体系的な消費教育の機会の確保
- ・教職員の職務内容や経験に応じた、消費者教育に関する研修の充実
- ・学校での実践的な消費者教育のため、消費者教育に関する知識、経験等を有する人材の活用

学校における消費者教育については、新学習指導要領が平成23年度～平成25年度に完全実施されたことを受け、「生きる力」を育むという理念のもと実施されています。

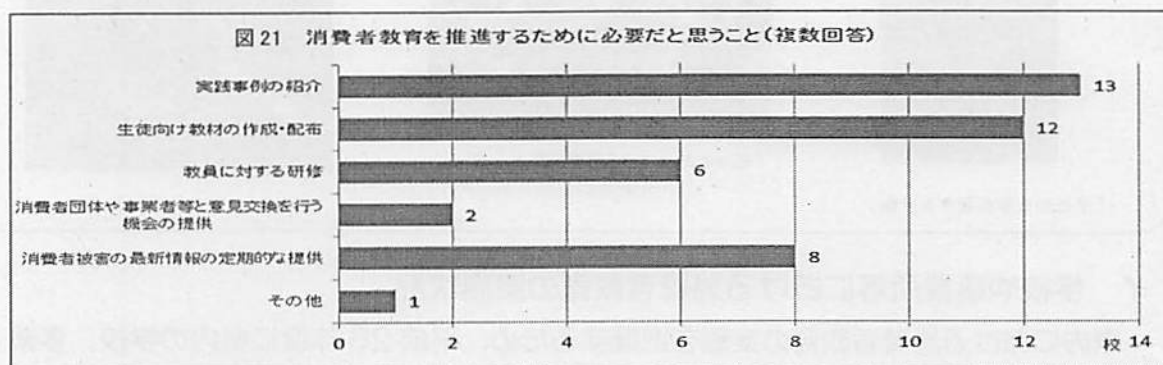
調査によると、小学校では5学年および6学年、中学校では3学年など、小中学校では大半が高学年で実施されています。一方、高校では1学年で実施している学校が多く、特別支援学校では高等部での実施が多くなっています。

小学校および高校では、家庭科で実施されている学校が圧倒的に多く、社会科または公民で実施されている学校の3倍になっています。中学校では家庭科での実施とともに、社会科での実施割合も高く、特別支援学校では家庭科および総合学習での実施が比較的高い状況です。(図20)



外部講師の活用状況割合は、小学校では18%、中学校では5%、高校では25%、特別支援学校では35%となっています。高校や特別支援学校では、出前講座の利用などにより、消費生活相談員が講師となっている例が見られる一方、小学校では地元企業や携帯電話会社等が講師となっているケースが多くなっています。

消費者教育を推進するためには、「実践事例の紹介」、「生徒向け教材の作成・配布」が特に求められており、次いで「消費者被害の最新情報の定期的な提供」と「教員への研修」となりました。(図21)



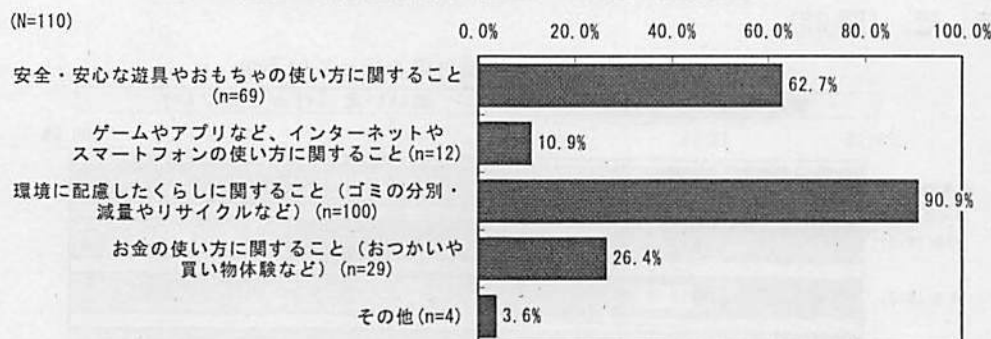
<幼稚園>

幼稚園における消費者教育については、7割の園で園児を対象に実施されています。また、6割の園では教職員や保護者を対象に消費者教育が実施されています。

園児への消費者教育の内容は、「環境に配慮したくらしに関すること」が9割の幼

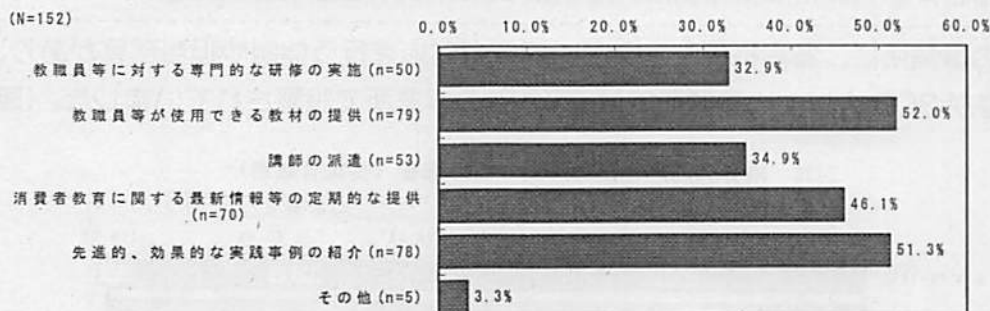
幼稚園で実施されており、次いで「安全・安心な遊具やおもちゃの使い方に関すること」が62.7%となっています。(図22)

図22 園児への消費者教育（啓発）の内容（複数回答）



消費者教育に取り組むために必要な支援としては、「教職員等が使用できる教材の提供」や「先進的、効果的な実践事例の紹介」を求める意見が多く、次いで「消費者教育に関する最新情報等の定期的な提供」となりました。(図23)

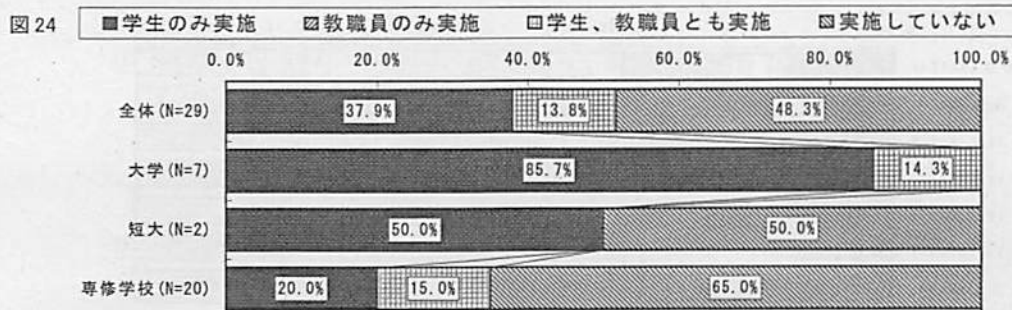
図23 消費者教育に取り組むために必要な支援（複数回答）



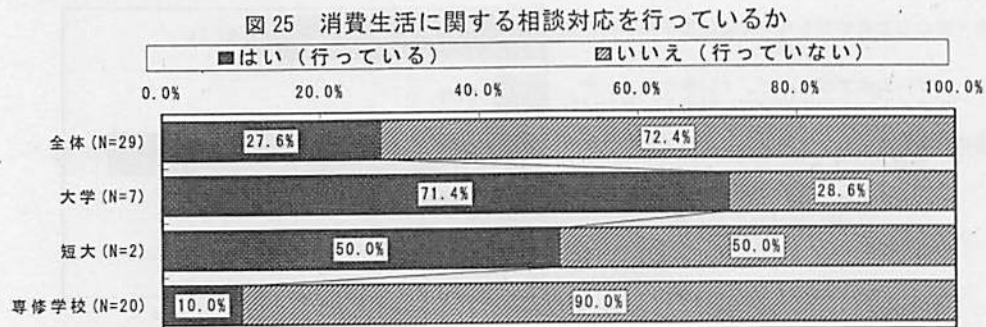
<大学・専修学校>

- 地方公共団体に求められる役割（消費者教育推進法（第12条））
- ・学生等の消費生活被害防止のための、大学等による啓発や取組の促進
 - ・教職員への研修機会の確保や情報提供等

学生や教職員に対する消費者教育の実施の有無については、学生のみ対象としている学校が37.9%、学生および教職員を対象としている学校が13.8%となり、学生に対して実施している学校が多くなっており、合わせて半数以上の学校で実施されています。ただ、学校種別での違いが大きく、大学では何らかの形で実施されているのに対し、専修学校では「実施していない」が半数を超えています。(図24)



消費生活の相談体制については、学校種別で違いが大きく、大学の7割で消費生活相談に対応されていますが、専修学校のほとんど（9割）で、消費生活に関する相談窓口が設置されていません。また、学生数が多いほど相談体制が取られている傾向がみられました。（図 25）

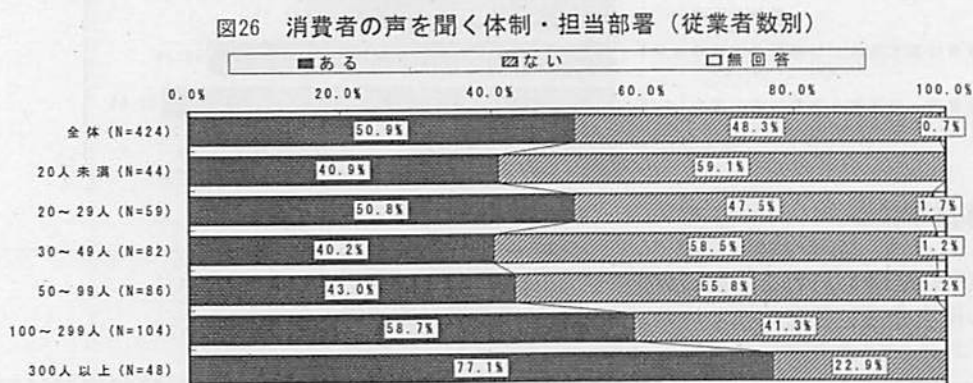


＜事業所＞

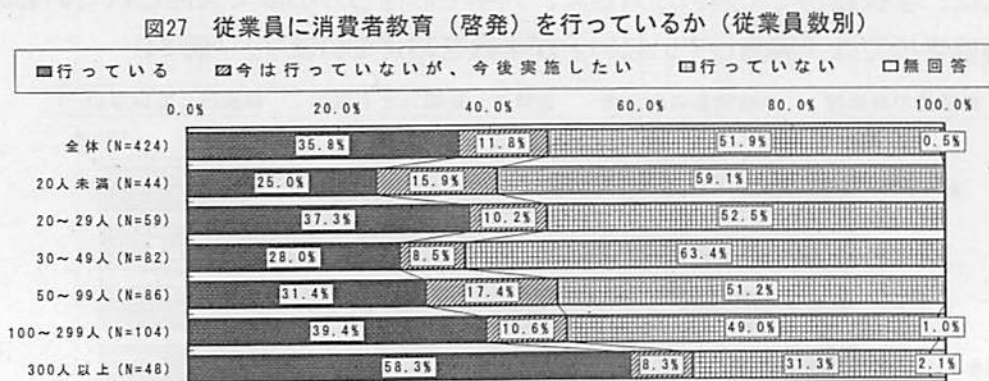
○事業者等に求められる役割（消費者教育推進法（第14条））

- ・消費者団体等との情報交換等による、消費者の消費生活知識の向上
- ・消費者からの問合せ、相談等を通じて得た消費生活に関する知識の提供
- ・従業者が消費生活の知識や理解を深めるための研修等の実施
- ・消費者団体等の民間団体が行う消費者教育推進活動に対する資金提供等の援助

約半数の事業所に、お客様相談室などの消費者対応を行う体制や担当部署があり、特に、従業者が300人以上の事業所では77.1%の事業所で設置されていました。（図 26）

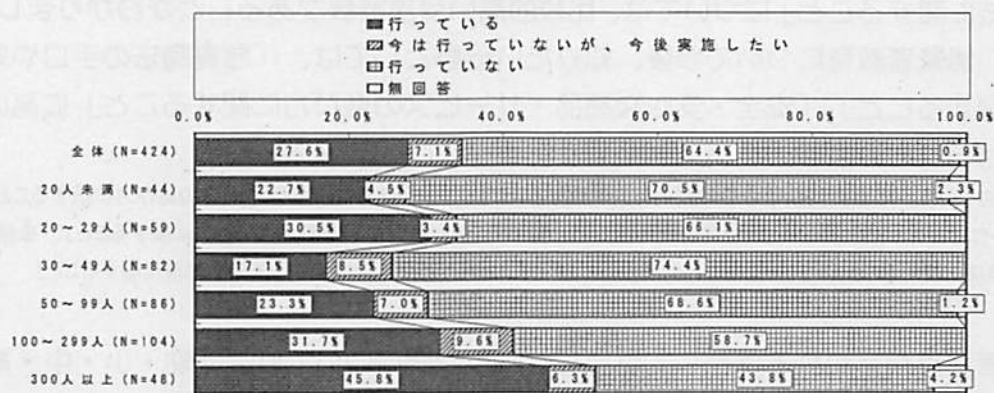


従業員に対する消費者教育については、行っていない事業所が半数を超えましたが、従業員が300人以上の事業所では約6割で実施されています。300人以下の事業所では、約3割程度の実施状況でした。（図 27）



顧客や地域住民、学校等の社外に対する消費者教育は、行っていない事業所が64.4%となっていますが、従業者数が多いほど、社外に対して実施している事業所が多い傾向がみられます。(図28)

図28 社外への消費者教育に関する活動



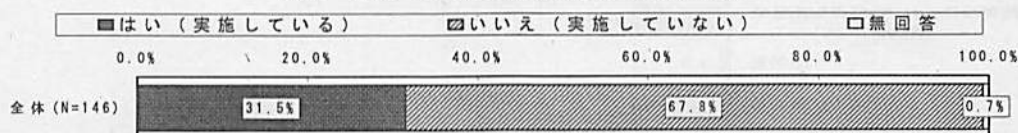
<公民館>

○地方公共団体に求められる役割（消費者教育推進法（第13条））

- ・民生委員、社会福祉主事等の、高齢者や障害者等の支援者に対する消費者教育に関する研修や情報提供
- ・公民館等の社会教育施設等で、消費生活センター等の情報を活用した消費者教育が行われるために必要な措置

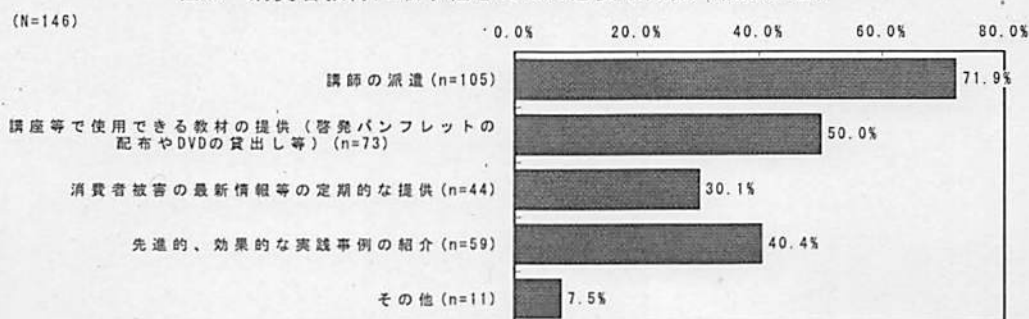
公民館において住民への消費者教育は、「実施していない」という回答が67.8%となり、地域での消費者教育を実施しているところは少なくなっています。(図29)

図29 住民への消費者教育を行っているか



消費者教育に取り組むために必要な支援としては、「講師の派遣」が最も多く求められており、次いで「講座等で使用できる教材の提供」「先進的、効果的な実践事例の紹介」「消費者被害の最新情報等の定期的な提供」と、人材面や教材、情報提供など幅広い支援が望まれています。(図30)

図30 消費者教育に取り組むために必要な支援（複数回答）



ウ 消費者教育・啓発講座の受講経験等

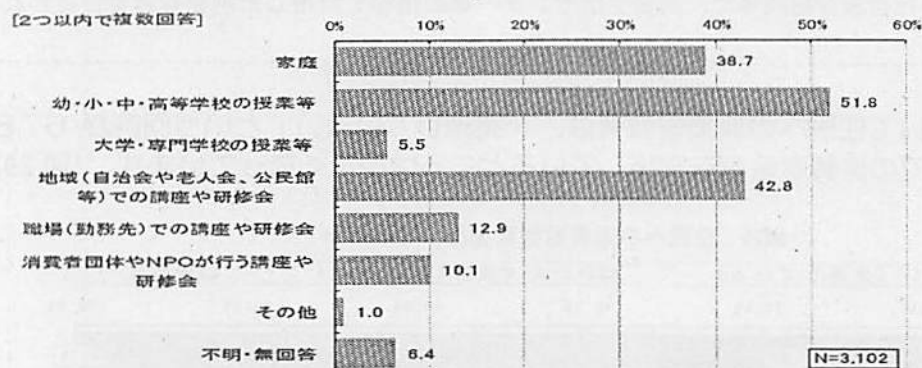
平成26年度に実施した「県政世論調査」にて、消費生活に関するテーマ[※]について受講経験の有無を尋ねたところ、いずれも「受けたことがない」という回答が大半（7～8割）でしたが、「環境に配慮した暮らし方に関すること」、「悪質商法の手口や対応方法に関すること」については、比較的高い受講経験があることがわかりました。

また、消費者教育について今後、知りたい分野としては、「悪質商法の手口や対応方法に関すること」「安全・安心な商品・サービスの選び方に関すること」に高い関心が寄せられています。

※設問のテーマ…「悪質商法の手口や対応方法に関すること」、「安全・安心な商品・サービスの選び方に関すること」、「インターネットやスマートフォン利用時の注意点に関すること」、「環境に配慮した暮らし方に関すること」、「金融や経済に関すること」、「家計管理など生活設計に関すること」、「消費生活に関する法律や制度に関すること」

消費者教育が行われる場として重要だと思う設問については、「幼・小・中・高等学校の授業等」が51.8%と最も高く、「家庭」が38.7%となりました。成人までに教育の機会があることが重要と考えている人が多いことがうかがえる一方、「地域での講座や研修会」についても42.8%と2番目に高く、成人期の社会教育、生涯学習も必要と考えられています。（図31）

図31 消費者教育が行われる場として重要だと思うのは（複数回答）



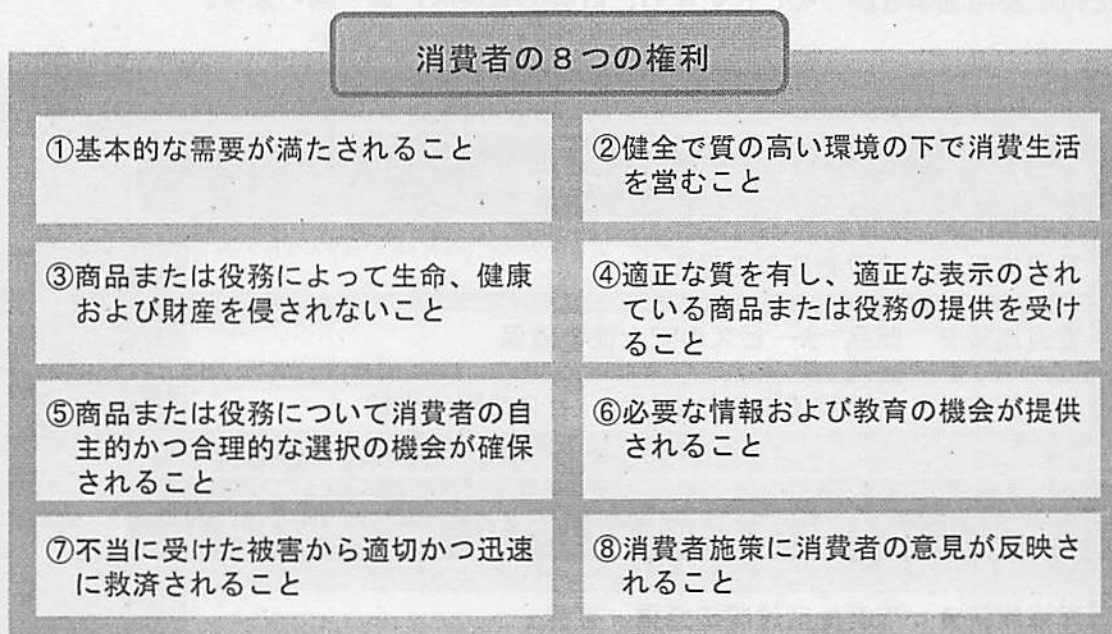
ライフステージの各時期で重要だと思う消費者教育の内容について尋ねたところ、幼児期では「環境に配慮した暮らし方に関すること」が、小・中・高校および成人期（若者）までは「インターネットやスマートフォン利用時の注意点に関すること」が最も高くなりました。また、成人期（一般）では「消費生活に関する法律や制度に関すること」が、成人期（高齢者）では「悪質商法の手口と対策」が最も高いという結果となりました。

第3章 消費者施策推進の基本方針

1 基本理念

滋賀県ではこれまで、第1次および第2次基本計画において、県民の消費生活の安定と向上に向けて、消費生活条例に掲げる基本理念である、県、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体との相互信頼を基調としつつ、次に掲げる「消費者の8つの権利の尊重」と「消費者が自らの利益の擁護および増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援すること」を基本として消費者施策を推進してきました。

第3次基本計画でもこの基本理念を継承するとともに、滋賀県基本構想の目指す姿の一つである「将来への不安を安心に変え、安全・安心に暮らせる滋賀」を実現するため、これまでの取組に加えて消費者教育の充実を図り、消費者行政を総合的に推進します。



2 目指す姿

＜目指す姿＞

みんなでつくる滋賀の消費者安全・安心社会

1の基本理念のもと、すべての県民が消費者としての基本的な権利を確立し、安全・安心な消費生活を営むことができるようにするためには、消費者団体や事業者団体等、地域の多様な主体と行政が、それぞれの強みを生かして連携することが必要です。

また、県民一人一人が消費者としての「自立」の力を身に付けるだけに止まらず、より良い社会、公正で持続可能な社会の形成に積極的に参画することは、消費者教育

推進法に盛り込まれた「消費者市民社会」の構築につながるものです。

よって、第3次基本計画では、「みんなでつくる滋賀の消費者安全・安心社会」を目指す姿として施策推進の基本方針を定め、施策の着実な推進を図ります。

【消費者市民社会】

消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在および将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会（消費者教育推進法第2条）

3 基本方針

前述の基本理念および目指す姿の実現に向けて、また、消費者を取り巻く現状等を踏まえた消費者施策を推進するための基本的な方向として、次の3つの基本方針を掲げ、それぞれに重点施策を設けることにより、計画の着実な推進を図ります。

基本方針Ⅰ 安全・安心な消費生活の確保

重点施策1 消費者取引の適正化

重点施策2 商品・サービスの安全性の確保

重点施策3 生活関連物資およびサービスの安定供給

基本方針Ⅱ 「自ら考え行動する」消費者になるための支援

重点施策4 消費生活情報の発信・啓発

重点施策5 消費者教育・学習の推進

重点施策6 環境に配慮した消費者行動の推進

基本方針Ⅲ 消費者被害の防止と救済

重点施策7 消費生活相談体制の充実強化

重点施策8 高齢者等への支援

重点施策9 法令違反事業者等への指導強化

第4章 消費者施策の展開

基本方針Ⅰ 安全・安心な消費生活の確保

県民の安全・安心な消費生活を確保するためには、消費者と事業者との間の格差の是正を図り、公正な商取引を確保する必要があります。

また、近年の製品事故による死亡事故や食品偽装事件等により、消費者の商品やサービスに対する安全・安心への関心は高まっていますが、消費者がより主体的で豊かな消費生活を営むためには、消費者が自主的かつ合理的に商品やサービスを選択できる十分な情報が、適切な広告や表示により提供されるなど、取引が適正に行われる環境を整備することが必要です。

さらに、消費者が商品・サービスにより生命や身体および財産に被害を受けることなく安心して生活するためには、衣食住をはじめとする生活に関わる商品やサービスの安全性が確保され、消費者事故や消費者被害が発生した場合には迅速に情報が消費者に提供されることが重要です。

消費者の安全・安心の確保は、消費者の利益の擁護・増進に最も基本的な施策であることから、各種法令に基づく事業者指導や消費者事故の情報提供等により、消費者が安心して商品やサービスの提供を受けることができるよう取り組みます。

Ⅰ 安全・安心な 消費生活の確保

重点施策1 消費者取引の適正化

- (1) 取引等の適正化
- (2) 広告・表示等の適正化

重点施策2 商品・サービスの安全性の確保

- (1) 商品・サービスの安全性の確保
- (2) 食の安全・安心の確保
- (3) 消費者事故情報等の収集・提供

重点施策3 生活関連物資およびサービスの安定供給

重点施策1 消費者取引の適正化

(1) 取引等の適正化

消費者と事業者との間の公正な商取引を確保し、消費者が適切な商品やサービスの選択ができるよう、法令に違反する行為を行っている事業者や、特定商取引法等の法令についての認識が不十分なまま法令違反のおそれのある行為を行っている事業者に対しては、特定商取引法や消費者安全法等に基づき、事業者の指導監督・立入検査等を行います。あわせて、法律の改正等に当たってはわかりやすい情報提供に努めるとともに、消費者関連法遵守のための注意等を適時行う等により、取引等の適正化を図ります。

【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
特定商取引法・消費生活条例の適正運用	特定商取引法や消費生活条例に基づく事業者指導を積極的に行い、悪質事業者に対する指導等の強化を図ります。複数の府県にまたがる消費者被害も多発していることから、国や他の都道府県との連携を図り、事業者指導の効果を高めます。
割賦販売法の適正運用	割賦販売法に基づき、事業者に対し立入検査を実施し、指導監督を行います。
貸金業者の指導監督	貸金業法に基づき、貸金業者の業務の適正な運営の確保および資金需要者等の利益の保護を図るため、指導や立入検査を実施します。
建設業者の指導監督	建設業を営む者の資質の向上等を図ることにより、建設工事の適正な施工を確保するとともに、住宅瑕疵担保履行法に基づき、建設業者に係る特定住宅瑕疵担保責任を金銭的に担保し、発注者の保護を図ります。
宅地建物取引業者の指導監督	宅地建物取引業務の適正化を図るため、宅地建物取引業法に基づき業者に対する指導監督を行うことにより、公正な取引の確保と消費者の保護を図ります。
健康福祉サービス評価システムの推進	健康福祉サービスの質の向上と利用者のサービス選択に資するため、自己評価を促進するとともに、評価調査者養成研修や評価機関の認証などを行い、第三者評価の実施に取り組みます。

（２） 広告・表示等の適正化

広告や表示は、消費者が商品の購入やサービスの利用の際に、合理的で適切な選択を行うための基礎となる情報であることから、事業者に対し調査や指導、立入検査を実施するとともに、適正な広告や表示の仕方について情報提供等を行うなど、広告・表示の適正化を図ります。

特に、食品表示等の不正事案の多発を受けて景品表示法が改正され、事業者側には表示管理体制の強化が求められ、県には措置命令等の権限が付与されています。不適正な表示を行う事業者に対して、行政処分や指導を適切に実施していく必要があります。

【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
景品表示法に基づく表示指導	景品表示法に基づき、適正な広告・表示を行うよう事業者に対する指導を強化します。
食品表示法に基づく表示指導	原材料名や期限表示、食品添加物およびアレルギー等の表示について、食品の製造・販売施設への立入検査等を行い、表示の適正化を図ります。
家庭用品品質表示法に基づく表示指導	家庭用品品質表示法に基づき、立入検査の実施や販売業者等に対する表示事項遵守の指示を行うことにより、家庭用品の品質に関する表示の適正化を図ります。
米穀の適正流通の推進	米穀の出荷販売事業者等への巡回調査・指導を行うことにより、主要食糧法および米トレーサビリティ法に基づく米穀の適正流通の推進を図ります。
計量法に基づく検査等	取引証明に使用する計量器の定期検査の実施や商品量目の立入検査等を行うことにより、正確な計量の確保に努めるとともに、適正計量の周知徹底を図ります。

重点施策2 商品・サービスの安全性の確保

(1) 商品・サービスの安全性の確保

商品やサービスの安全性の確保は、消費者が安心して消費生活を送るための重要な事項です。各種法令に基づく立入調査等を実施するなど、庁内各部署と連携して消費者の安全・安心対策に取り組めます。

【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
危険物・高圧ガス等に対する保安対策	・危険物の貯蔵・取扱いおよび消防設備機器の安全を図るため、講習会等を実施します。 ・高圧ガス（LPガス等）による災害を防止するため、事業所・販売店に対する立入検査や保安講習会の開催等を実施します。 ・火薬類による事故の防止や、粗悪な電気用品（工事）等による危害を防止するため、販売店等に対し、立入検査や保安講習会の開催等を実施します。
消費生活用製品の安全の確保	特定製品の販売業者や特定保守製品の取引事業者に対して立入検査を行うなど、消費生活用製品の安全を確保するよう努めます。
びわ湖材産地証明事業	県内産木材が適正に消費者に提供されるよう、県産木材取扱業者の審査・認定・登録、登録業者への指導・検査、産地証明、流通量の把握、情報の提供、普及啓発等を行うことにより、安心と信頼の分別・表示管理システムの運用に努めます。
家庭用品安全対策の推進	有害物質を含有する家庭用品について監視および検査を行い、健康被害の防止に努めます。
建築物等の安全対策	建築物の敷地・構造・設備および用途に関する確認を行うとともに、木造住宅等の建築物の耐震化を推進することにより、県民の生命、健康および財産の確保を図ります。
医薬品等の安全の確保	消費者に有効かつ安全な医薬品等を供給するため、医薬品製造業者等に対する監視指導の実施や、医薬品等の品質検査を行います。
医療サービスの安全の確保	医療安全や医療機関に関する相談に対応し、患者・家族と医療関係者・医療機関との信頼関係の構築を支援します。
毒物劇物の安全対策	毒物劇物による保健衛生上の危害防止を図るため、毒物劇物営業者等に対する監視指導等を実施します。
生活衛生施設等の監視指導	生活衛生営業施設および温泉利用施設が衛生的に整備管理されるよう、生活衛生営業施設に対する許可・確認・検査および立入検査・指導を行います。

(2) 食の安全・安心の確保

「食」は、命と健康に直結するものであり、食の安全は県民が安心して健康に暮らしていくためには欠かすことができない問題です。

また、メニューの不適切表示が社会問題化するなど、食に関する消費者の不安が増大していることから、消費者が安心して食生活を送ることができるよう、食の安全・安心の確保を推進します。

【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
食の安全確保推進事業	食の安全・安心を確保するため、食の安全情報の提供やシンポジウム・意見交換会等の開催などにより食品衛生知識の向上を図るとともに、夏期・年末の食品一斉取締りや、食中毒予防一斉監視指導等を行います。
食の安全・安心強化対策事業	食の安全・安心事業を強化するため、大型食中毒を想定した模擬訓練、消費者の意向を反映した買い上げ検査と情報提供を実施します。
食中毒予防対策事業	食中毒予防知識の向上を図るとともに、食中毒発生時の疫学調査を実施し、原因の追及と拡大・再発の防止に努めます。
食品・添加物試験検査事業	食品、添加物等の規格基準検査や農畜産物の残留農薬検査、アレルギー含有食品の検査、遺伝子組換え食品の検査等を行い、県民に提供される食品の安全確保に努めます。
食品表示法に基づく表示指導	原材料名や期限表示、食品添加物およびアレルギー等の表示について、食品の製造・販売施設への立入検査等を行い、表示の適正化を図ります。
食肉衛生検査事業	と畜場に搬入される獣畜に対して、と畜検査員による検査を行うとともに、関係業者への衛生指導・検査を行い食肉の安全確保を図ります。
食品安全監視センター事業	特定食品製造施設等に対する監視指導や、滋賀県食品高度衛生管理認証（セーフフードしが ¹³ ）に基づく認証業務を行うことにより、製造業者等による、より高度な自主衛生管理を推進します。
農業生産工程管理手法（GAP ¹⁴ ）普及促進事業	県産農産物に対する消費者の信頼を高めるため、県産農産物の安全性の確保等を目指して、農業生産工程管理（GAP）手法の普及に努めます。
環境こだわり農産物認証制度の運営	化学合成農薬、化学肥料の使用量を慣行の5割以下に減らし、かつ農業濁水の流出を防止するなど琵琶湖をはじめとする環境への負荷を減らした技術で栽培された農産物を「環境こだわり農産物」として県が認証し、生産者が自身の取り組みを伝えることにより、消費者の商品選択の判断に役立てます。
生産物の安全対策の推進	農薬や動物用・水産用医薬品、家畜用飼料について、適正な使用がなされるよう立入検査や巡回指導を実施します

（３）消費者事故情報等の収集・提供

県民の生命、身体に危害が及ぶ恐れのある商品やサービスについて、^{バイオネット}PIO-NET¹⁵（全国消費生活情報ネットワーク・システム）等により情報収集を行うとともに、リコール情報、重大事故情報等の速やかな提供に努めます。

【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
リコール情報・重大事故情報等の収集・提供	PIO-NET（全国消費生活情報ネットワーク・システム）等からの情報を通じて、リコール情報、注意喚起情報および重大事故情報等を広く収集し、各種媒体を通じて速やかな提供、周知を図ります。
消費生活用製品の安全の確保	特定製品の販売業者や特定保守製品の取引事業者に対して立入検査を行うなど、消費生活用製品の安全を確保するよう努めます。

重点施策 3 生活関連物資およびサービスの安定供給

豊かで安定した県民生活のためには、物価が安定し、物資が安定的に供給される必要があります。県民の生活に必要な物資およびサービス（生活関連物資等）について、大規模な災害発生等、価格高騰の恐れがある緊急時には、生活関連物資の調査を行い、市場の状況を把握します。

また、生活関連物資の価格が高騰した際に、買占めや売惜しみなど安定した供給を阻害する不適正な行為が行われた場合には、関係法令や条例に基づき、不適正な行為の是正を勧告するなど、生活関連物資の安定した供給の確保に努めます。

さらに、県民の消費生活において緊急かつ重大な事態が発生するおそれがある場合は、「滋賀県消費者保護緊急対策本部」を設置し、生活関連物資の需給の円滑化・価格の安定を図るとともに、消費者への情報提供を行います。

【具体的な取組例】

実施取組	取組の内容
物価情報に関する統計情報の提供	消費生活上重要な商品の小売価格およびサービスの料金を調査し、消費者物価指数として公表します。また、定期的に消費者物価指数等の情報提供を行い、物価動向の周知を図ります。
滋賀県消費者保護緊急対策本部の設置	社会的、経済的状況の急激な変動に伴い、県民の消費生活において緊急かつ重大な事態が発生するおそれがある場合には、「滋賀県消費者保護緊急対策本部」を設置し、生活関連物資の需給の円滑化と価格の安定を図ります。

基本方針Ⅱ 「自ら考え行動する」消費者になるための支援

インターネット関連の消費者問題の増加や悪質商法の手口の多様化により、消費者被害は若者から高齢者まであらゆる年代に発生しています。消費者が消費生活に関する知識を習得し、適切な行動に結びつける実践的能力を育成するため、ライフステージや消費者の特性等に応じた消費者教育・学習を推進します。

消費者教育・学習の推進に当たっては、「消費者の自立の支援」と「消費者市民社会の形成」を基本的な考え方として、消費者が、消費生活に関する知識を習得し、適切な行動に結びつける能力と態度を身に付けることができるよう、また、持続可能社会の実現のため、消費者が消費行動を通じて、より良い暮らし、より良い社会の形成に主体的に参画し、発展に寄与できるよう積極的に支援します。

消費者教育を推進することにより、連携・協働¹⁶（つながり）による消費者市民社会の形成を図り、「より良い暮らし、より良い社会の発展のために行動する消費者を育成」することを目指します。

重点施策4 消費生活情報の発信・啓発

重点施策5 消費者教育・学習の推進

- (1) 消費者教育・学習の機会拡大と体系的な消費者教育の推進
- (2) 消費者教育の担い手（人材）の育成と支援
- (3) 消費者市民社会の構築に向けた気運づくり

重点施策6 環境に配慮した消費者行動の推進

- (1) 環境に配慮した消費者行動の推進
- (2) 環境学習・環境保全活動の支援

重点施策4 消費生活情報の発信・啓発

消費者が自主的かつ合理的な判断のもとに商品やサービスを選択し、安全・安心な消費生活を送るためには、悪質商法の手口や消費者事故情報など、消費者に必要な情報を迅速に提供されること、また、消費者が必要とする時に簡単に入手できることが求められます。消費者が消費生活に関する情報を収集しやすい環境を整えるとともに、身近な消費者問題について関心を持てるような啓発を行います。

また、災害発生時など消費者が消費生活において不安を抱くような社会情勢下では、消費者が混乱を来すことのないよう、迅速で適切な情報提供に努めます。

【具体的な取組例】

実施取組	取組の内容
消費者にわかりやすい情報の発信	幅広い世代に対する消費者啓発とともに、高齢者、若者、障害者、外国人など、その年齢層や特性に応じた媒体を活用して、消費生活に関する情報を提供します。
啓発資料等の作成および配布	消費者の年齢層や特性に応じ、様々な場面で活用できる啓発資料等を作成・配布します。
啓発資料等の貸出および情報の提供	消費者教育や啓発のために役立つ情報を県のホームページに掲載するとともに、教材等を希望者に貸し出します。



消費生活フェスタ



若者向け情報紙に啓発記事を掲載

重点施策5 消費者教育・学習の推進

2012年(平成24)年12月に施行された消費者教育推進法では、「消費者教育」および「消費者市民社会」の定義が示され、消費者教育の推進にあたっては、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、年齢や障がいの有無等の特性、学校、地域、家庭、職域等の場の特性等に応じた適切な方法により、多様な主体や他施策と連携を図りつつ効果的に行われなければならないこととされています。

(1) 消費者教育・学習の機会拡大と体系的な消費者教育の推進

誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、幼児期から高齢期までの各段階に応じた消費者教育を様々な場で受けることができる機会や学びあう機会を、幅広い主体と連携しながら提供し、体系的教育を効果的に推進します。特に「スマートフォンを持ち始める年齢層」と「高齢者」にポイントを置き、取組を進めます。

①学校等における消費者教育の推進

消費者被害に遭わない等「生きる力」を育むため、学習指導要領に基づき、学校等における消費者教育を推進します。

また、大学生や専門学校等の学生に対しては、消費社会において消費者としてより社会との関連が深まり、経済活動の範囲も広がる時期のため、消費者問題に対する情報等を提供していきます。

取組を進めるにあたっては、教育委員会や関係団体等との連携を図り、今後の効果的な消費者教育について検討していきます。



消費者教育実践事例集、学習シート

<幼稚園・小学校・中学校・高校・特別支援学校>

【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
学校における外部人材の活用	県消費生活センター等の相談員や弁護士等、消費者教育に関する外部講師による出前講座を活用し、消費者教育を推進します。
消費生活に関する啓発資料の提供や教材の作成	消費生活に関する啓発資料や、学校等で使いやすい教材を作成し、提供します。
消費者教育を推進する教員への支援	教員等を対象に、消費者教育に関するモデル授業の実施等、研修機会や実践事例情報を提供します。
家庭における消費者教育の支援	幼少期の子どもやその保護者を対象に、PTA研修会や親子セミナーの場等を利用した講座等を実施します。
消費者教育に関する情報提供	国の関係省庁等が作成した教材や資料、先進事例等について情報提供を行います。

＜大学・専修学校等＞

【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
大学等に対する消費者教育推進の要請	大学等の学生を対象とした出前講座を実施します。 大学等の設置者に対し、消費者教育の実施を求めています。
消費生活に関する啓発資料等の提供	消費生活に関する啓発資料や教材を作成し、提供します。
消費者教育に関する情報提供	国の関係省庁等が作成した教材や資料、先進事例等について情報提供を行います。

②消費者の特性や場の特性に応じた消費者教育の推進

消費者の特性（高齢者、障害者等）に応じた消費者被害の状況や、地域や職域等の消費者教育を実施する場等を踏まえ、消費者被害の防止に向けて、消費者の特性や様々な場に応じた方法で消費者教育を推進します。

＜高齢者や障害のある人等、配慮や支援が必要な人＞

【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
高齢者等を対象とした講習会等の実施	老人会等への出前講座等、高齢者を対象とした効果的な講習会等を実施します。
高齢者等を対象とした効果的な情報提供	高齢者等の消費者被害状況等を踏まえ、関係団体や警察等と連携して効果的な情報提供に努めるとともに、相談窓口の周知を図ります。
高齢者等を対象とした消費者被害防止啓発等の実施	県内の様々な場所において高齢者向けの消費者被害防止パネル展等の啓発活動を行い、消費者被害の事例等について情報提供を行います。
高齢者等の見守り支援者の育成	民生委員・児童委員や介護関係者等地域の見守り支援者に対して研修の機会を設け、消費者トラブル事例や対応策を伝えることにより見守り意識の向上を図ります。

＜地域＞

【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
消費者被害の未然防止・拡大防止に向けた各種広報の実施	・消費生活センターや公民館等の社会教育施設で消費生活講座を実施します。 ・自治会や地域のグループ等を対象とした出前講座等を実施します。
関係団体と連携した消費者教育の推進	市町や関係団体との連携による消費者イベントや啓発等を実施します。



親子のためのおかね学習フェスタ(滋賀県金融広報委員会)



くらしの情報セミナー

＜職域＞

【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
事業者等に対する従業員への消費者教育推進の要請	・事業者に対して、消費生活に関する研修等の開催等、従業員への消費者教育の実施を求めています。 ・従業員の消費生活講座等への参加を呼びかけます。
顧客や地域への消費者教育に関する情報提供の要請	・顧客の声を生かした消費者への情報提供を行うよう事業者等に要請します。 ・生産者と消費者との情報交換機会を提供します。
消費生活に関する啓発資料や関連情報の提供	・事業者への消費生活に関する啓発資料や関連情報を提供します。 ・先進的な取組について、広くPRを行います。

③消費生活に関連する教育との連携推進

消費生活の足場ともいえる環境保全や、そのために行われる環境教育は、持続可能な消費の実践を目指す消費者教育との関わりが深く、また、食育は、食品ロスや食の安全性に関する知識と理解を深めることなど、消費者教育との関わりが深いことから、これらと連携を図ることで消費者教育の効果を高めます。

そのほか、金融経済教育や法教育等、幅広く日常の消費生活に関連する教育に関する施策は、消費者教育と重なる部分が多くあることから、これらの教育に関わる関係団体等とも連携しながら、取組を進めます。

(2) 消費者教育の担い手（人材）の育成と支援

県民誰もが、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ためには、学校や地域、職域等で消費者教育を実施できる担い手が必要です。そのため、消費者教育を担う人材育成の拠点として、消費生活センターを位置付け、まずは、消費者講座等の講師を務めることが多い消費生活相談員等への研修等を充実させる必要があります。また、これからの学校における消費者教育を担う教職員等に対して、研修会等を通じた教育能力の向上を図ります。

そのほか、大学や消費者団体その他の関係機関に対し、消費者教育を担う人材の育成等についての自主的な取組を促すなど、幅広い人材の育成に努めるとともに、大学生等

を同世代やより年下世代に対する教育の担い手として活用することも検討する必要があります。

また、専門人材の育成・支援とあわせて、消費者講座への参加者等を対象に、自らの学習を周囲への啓発や高齢者等への見守りに活かしてもらうよう働きかけるなど、消費者教育のすそ野の広がりも目指します。

【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
消費生活に係る人材の育成	消費生活に関する講座の実施等により、専門資格の取得や消費生活に関わる人材の育成を支援します。
消費者教育の拠点整備	消費生活センターが消費者教育の普及啓発および人材育成の拠点となるよう検討を進めます。
学校における人材育成	学校における消費者教育の向上を図るため、教員等を対象とした消費者教育に関する研修や講座等を実施します。
地域・職域における人材育成	地域や職域における人材の育成のため、研修会や講座を通じた地域力の向上に取り組みます。
大学における人材育成の検討	大学等と連携した人材育成の取り組みについて検討します。

(3) 消費者市民社会の構築に向けた気運づくり

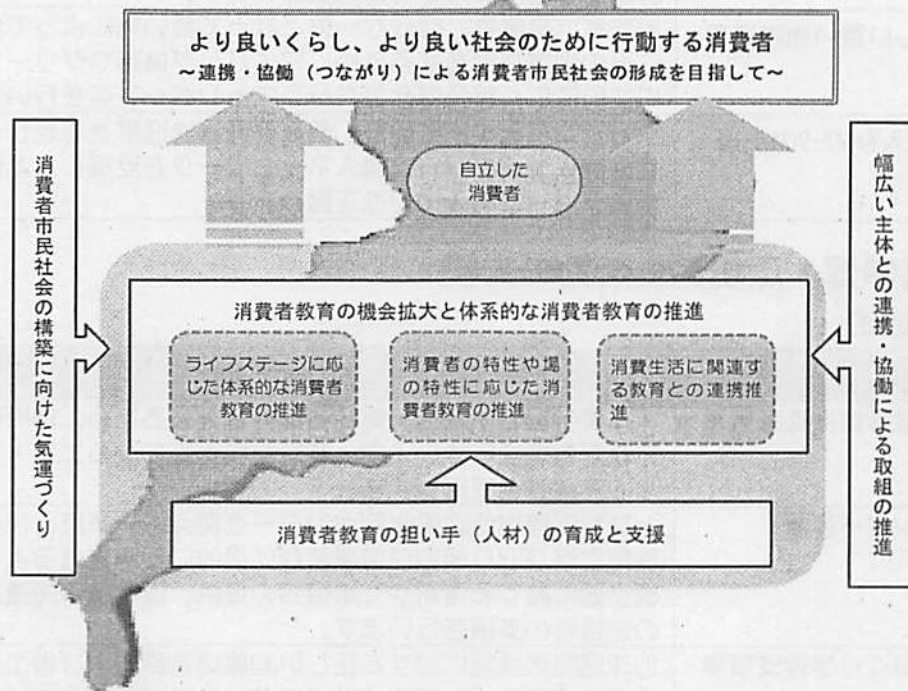
滋賀県には、琵琶湖をはじめとする環境を守ってきた県民意識の高さと、過去から受け継がれてきた実践行動の土壌があります。琵琶湖で大規模な赤潮が発生した昭和50年代、琵琶湖を守るために県民が主体となって始まった「石けん運動¹⁷⁾」は、県民の意思の強い表れであり、「商品の選択により、身近な水環境を守る」という、生活行動の中で展開された実践行動の一つでした。これは、消費者の消費行動を通して社会を変える、いわば“消費者市民”の先駆けともいえます。

滋賀の地で脈々と受け継がれてきたこの歴史を踏まえ、関係機関（教育委員会や市町、消費者団体、事業者等）と、それぞれの専門や得意分野を活かしながら連携・協働を図り、より良い暮らし、より良い社会の形成に主体的に参画し、発展に寄与できるよう積極的に支援します。そのような取組を通して、「今」だけ、「もの」だけ、「自分」だけの豊かさではなく、すべての人が持続的に将来も心で実感できる消費者市民社会の構築に向けた気運づくりに努めていきます。

【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
市町や消費者団体、事業者、関係団体等、幅広い主体と連携した「消費者市民社会」に関する情報提供や広報活動の実施	・消費生活等に関するイベントを通じた啓発を行い、消費者市民社会の考え方について周知を図ります。 ・消費者、事業者、社会の三者「三方よし¹⁸⁾」の消費スタイルを提案します。 ・生産者と消費者との情報交換機会を提供します。 ・環境教育、食育、金融教育、法教育、防災教育等と連携した取組を進めます。

消費者市民社会の実現



重点施策6 環境に配慮した消費者行動の推進

消費生活条例では、消費者、事業者（団体）、県がそれぞれ環境へ配慮するよう努めなければならないとしています。

持続可能な社会を実現していくためには、消費者、事業者、消費者団体、行政等、あらゆる主体が、生産から消費までの各段階において、省エネルギー、省資源への取組のほか、再生可能エネルギー¹⁹の導入に自ら取り組むなど、エネルギーの消費者としてだけでなく供給者としての意識を持つなど、「環境にやさしい」という視点を持って、消費行動や事業活動を行うよう配慮することが必要です。消費者が商品の購入にあたり、環境へのつながりを意識した消費行動を継続することは、事業者の事業活動に影響を及ぼし、環境技術の革新を促します。

日常生活や事業活動の中で、環境課題を「自分ごと」として捉え、環境に配慮した行動を自ら実践し、消費社会の一員としての自立した消費者が育まれるよう、消費者教育や環境学習などを通じて、環境に配慮した消費者行動の推進に努めます。



（１）環境に配慮した消費者行動の推進

【具体的な取組例】

実施取組	取組の内容
地球温暖化対策推進事業	・家庭での節電やCO₂排出削減行動の実践、定着を図るため、市町等と連携した節電・省エネ提案会を実施します。 ・民間団体の地域における低炭素社会²⁰づくりに関する活動の促進を図ります。

個人用既築住宅太陽光発電システム設置推進事業	家庭における地球温暖化対策および再生可能エネルギーの普及促進を図るため、個人用既築住宅に太陽光発電システムを設置する個人に対して補助を行います。
環境にやさしい買い物推進事業	消費者、事業者、行政が一体となって買い物によって生じるごみの削減を推進するため、マイバッグ携帯やグリーン購入について広く普及啓発等を行うキャンペーン等を行います。
滋賀グリーン購入ネットワークの支援	グリーン購入の実践促進、普及啓発、連携推進等を行う一般社団法人滋賀グリーン購入ネットワークを支援し、本県におけるグリーン購入の促進を図ります。

(2) 環境学習・環境保全活動の支援

【具体的な取組例】

実施取組	取組の内容
体系的な環境学習推進支援事業	・環境学習の体系的・総合的な推進を図るため、幼児の自然体験型環境学習や小・中・高等学校等におけるエコ・スクールの実践等を支援します。
環境学習センター事業	・琵琶湖博物館環境学習センターを拠点に、県民、NPO ²¹ 、事業者等が取り組む環境学習が効果的に実施されるよう、環境学習に関する情報や交流機会の提供、環境学習関連施設間の連携等の支援を行います。
低炭素社会づくり学習支援事業	地球温暖化問題に対する正しい知識の習得および省エネ行動を促進するため、学校や地域における低炭素社会づくり授業・講座を開催します。
環境美化活動推進事業	環境保全に関する県民意識の高揚および実践のため、団体が実施する環境美化活動を支援します。
地産地消の推進・環境こだわり農産物の消費拡大	・農産物直売所の活性化、地場農産物の利用促進、卸売市場を通じた地場農産物の流通促進など、地産地消を推進します。 ・環境こだわり農業の理念や取組についての理解促進を図り、その消費拡大を図ります。

基本方針Ⅲ 消費者被害防止と救済

消費生活の安定のためには、まず、悪質商法による消費者被害の未然防止と迅速かつ適正な救済が求められますが、一人暮らしの高齢者の増加や近隣との接触の希薄さなど、消費者被害に遭っても相談につながりにくい状況があります。

相談を受ける消費生活相談窓口の体制も、市町により複数の専門相談員が配置されている市の窓口もあれば、専門相談員がいない窓口など様々です。また、技術革新等による商品やサービスの変化、取引形態の多様化、巧妙化する悪質業者の手口の出現などに伴い、相談内容は複雑・多様化しており、新たに生じる消費者問題への機動的な対応が求められます。

県は、市町では対応が困難な専門的・広域的な事案について、それぞれの市町のニーズに合わせた支援を行いながら、市町と連携して消費生活相談および啓発、事業者指導を実施していきます。また、必要に応じて弁護士等、専門家の力を活用します。

特に、急速に増えている高齢者被害に対しては、被害金額が大きく高齢者の生活を脅かし、社会全体に与える影響が大きいことから、高齢者等が悪質な事業者のターゲット

にならないよう、見守り活動を行う福祉関係団体等との連携に取り組みます。

さらに特定商取引法や消費生活条例に違反する販売行為等を行う事業者に対しては行政指導を行うとともに、被害の拡大防止のため消費者に対する情報提供を迅速に行います。指導に従わない、もしくは詐欺的行為等を繰り返すような悪質事業者に対しては、業務停止命令等の対応を、的確に行います。

Ⅲ 消費者被害の防止と救済

重点施策 7 消費生活相談体制の充実強化

- (1) 県の消費生活相談体制の充実強化
- (2) 市町の消費生活相談体制の充実強化

重点施策 8 高齢者等への支援

- (1) 高齢者等への的確な情報提供
- (2) 高齢者等の見守り体制の充実強化

重点施策 9 法令違反事業者等への指導強化

重点施策 7 消費生活相談体制の充実強化

消費者がトラブルにあったときに相談できる身近な消費生活相談窓口体制の充実・強化を図ります。平成27年7月に全国的に消費生活相談ダイヤル（消費者ホットライン²²）が3ケタ化（188番）したことに合わせ、県内全域で相談窓口の認知度をさらに高め、利用向上につなげていきます。

(1) 県の消費生活相談体制の充実強化

県消費生活センターが、県内の消費生活相談窓口の中核として、消費者被害の未然防止・拡大防止のため、PIO-NETを活用した相談情報の早期集約と有効活用を図るとともに、高度で複雑な相談を適切に処理できるよう、相談員の資質向上に向けた研修の充実を図ります。

また、県全体としての問題解決能力の向上を図るため、市町の相談員や職員を対象とした相談業務研修の充実に努めるとともに、県と市町の相互連携を深めていきます。

【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
県消費生活センターの窓口機能の強化	・高度で複雑な相談を適切に処理できる相談対応技術の向上を図ります。 ・土曜日および日曜日の相談対応を継続し、県民の利便性を図るとともに、市町の相談体制を補完します。
相談情報の早期の集約と有効活用	消費者被害の未然防止・拡大防止のため、市町と協力してPIO-NET入力を迅速化し、蓄積された情報を早期に集約し、その内容を県内各消費生活相談窓口や関係機関に迅速にフィ

	ードバックするとともに、消費者への啓発や事業者指導へと活用します。
県・市町相談窓口の認知度向上、利用促進	相談ダイヤル（消費者ホットライン）の3ケタ化（188）に合わせ、広報紙やホームページ等を活用し、県内相談窓口のより一層の周知を図り、窓口の利用を促進します。
弁護士会等の専門機関等との連携	弁護士等専門家との連携による高度な相談に対応する体制を強化します。 また、必要に応じ、専門分野（建築・繊維・機械・電気・化学・薬剤）の県消費生活センター兼務職員を活用する他、医療安全相談室等の県の専門相談窓口と連携します。
相談業務研修の充実	県内の相談員等を対象として、相談対応技術を向上させるための研修を企画・実施するなど、研修機会の充実を図ります。
専門相談員の確保	消費生活の専門相談員を確保するため、専門資格の取得を支援する講座等を実施します。

（２）市町の消費生活相談体制の充実強化支援

「どこに住んでいても消費生活相談を受けられる体制づくり」に向けて、消費者にとって最も身近な市町における消費生活相談窓口体制の充実・強化を図るため、市町への適切な助言・指導等によるサポート、相談窓口間の情報共有の推進や、研修会開催による相談員のレベルアップ等の支援を行います。

【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
市町の相談体制の充実強化への支援	・相談体制の整備に向けて、専門相談員の配置を促進します。 ・相談対応技術向上のための研修を企画・実施するなど研修機会を充実させ、市町相談員のレベルアップを図ります。 ・県消費生活センターに市町の消費生活相談窓口業務をサポートする「市町ヘルプデスク」を設置し、市町単独では処理が困難な事案の処理や、消費者啓発、事業者指導等、新設の消費生活相談窓口を中心に市町の消費生活相談窓口に対して必要な支援を行います。
県および市町相談窓口の連携強化、情報共有の推進	相談対応事例や悪質事業者の新たな手口等の情報共有を推進し、相談窓口間の連携を強化することにより、相談対応の質的向上を図ります。
市町相談窓口の認知度向上、利用促進	相談ダイヤルの3ケタ化に合わせ、広報紙やホームページ等を活用し、県内相談窓口のより一層の周知を図り、窓口の利用を促進します。
県と市町の連携による消費者啓発の実施	市町による啓発を行いやすくするため、消費者被害の未然防止に関する広報紙を県と市町の連携版として作成し、データを市町に貸与します。

重点施策 8 高齢者等への支援

高齢者を狙った消費者被害相談が急増しているため、被害の未然防止や被害の拡大防止のための情報提供、身近な支援者等との連携などの取組を進めます。

また、加齢や病気等による健康不安や判断能力の低下などにより、消費者トラブルに巻き込まれる場合もあることから、未然防止・拡大防止を図るための取組を行う必要が

あります。

(1) 高齢者等への的確な情報提供

高齢者や障害のある人、また、外国人等、情報が得にくく情報量が限られる、いわゆる情報弱者等、消費生活上特に配慮を要する消費者（以下「高齢者等」と言う。）が被害に遭わないよう、講習会や出前講座等を通じた啓発を強化します。また、高齢者等に関する消費者被害状況等を把握し、福祉関係団体や警察等と連携して、高齢者等が消費者被害に遭わないための対応策等を情報提供します。



【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
高齢者等を対象とした講習会等の実施	老人会等への出前講座等、高齢者を対象とした効果的な講習会等を実施します。
関係団体等との連携による効果的な情報提供	高齢者等の消費者被害状況等を踏まえ、高齢者等一人ひとりに情報が行き届くよう、関係団体との協定や警察との連携による効果的な情報提供に努めるとともに、相談窓口の周知を図ります。
高齢者等を対象とした消費者被害防止啓発等の実施	県内の様々な場所において高齢者向けの消費者被害防止パネル展等の啓発活動を行い、消費者被害の事例等について情報提供を行います。
警察と連携した特殊詐欺に関する情報提供	特殊詐欺に関する発生情報を警察と消費生活センターが共有し、多発が予想される手口等について迅速な情報提供を行います。

(2) 高齢者等の見守り体制の充実強化

高齢者等の消費者被害をくい止めるためには、地域包括支援センターと連携し、家族や近隣住民をはじめ、民生委員・児童委員や介護関係者等、日頃より関わりが深い人たちの見守りが重要となってきます。そのため、市町における福祉や防災分野での見守り活動など、既存ネットワーク等との連携により、地域の実情に応じた取り組みが進むよう、各市町での取組や他府県での取組事例について情報提供を行うなど、地域での見守り体制充実のための支援を行います。

【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
高齢者等の見守り体制の整備促進	民生委員・児童委員や介護関係者等、様々な機関・団体と連携を強化し、本来の業務に高齢者等が消費者被害に遭わないよう見守る視点を加えた見守り体制の整備を働きかけることにより、被害の早期発見や被害情報の迅速な把握につなげます。
高齢者等の見守り支援者の育成	民生委員・児童委員や介護関係者等地域の見守り支援者に対して研修の機会を設け、消費者トラブル事例や対応策を伝えることにより見守り意識の向上を図ります。

見守りのための資料の作成・配布	高齢者等を見守る際の注意点や専門家へつなぐための解説を記載した資料を作成し、見守り支援者・団体や、警察、見守り講座参加者等に配布します。
警察と連携した特殊詐欺に関する情報提供	特殊詐欺に関する発生情報を警察と消費生活センターで共有し、多発が予想される手口等について迅速な情報提供を行います。
「高齢者の消費者被害110番」等の開設	高齢者の特別相談電話を期間を設けて開設し、集中的に相談窓口を周知すること等により、相談の掘り起こしを図ります。

重点施策 9 法令違反事業者等への指導強化

近年、詐欺的な行為等の違法行為を行う事業者や、行政機関から指導を受けたにも関わらず同様の違反行為を繰り返す、あるいは社名を変えて違反行為を繰り返す悪質な事業者等が後を絶ちません。こうした特に苦情相談の多い悪質事業者に対しては、国や他都道府県、警察とも緊密に連携し、行政処分や指導などの厳正な対応を行い、被害の拡大防止と被害の未然防止を図ります。

【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
特定商取引法に関する事業者指導の強化	専門検査員により、事業者への指導を適正に行うとともに、違法行為を繰り返す事業者に対しては、行政処分を行います。
消費者被害に関する情報提供体制の構築	警察との連携を強化し、詐欺的な行為等による消費者被害に関する情報提供体制を構築することにより、消費者被害の未然防止につなげます。
国・他都道府県との連携強化	国や他都道府県との連携を強化し、広域的に違法行為を行う事業者に対しては、複数機関での情報共有を図るとともに、同時に調査を行い、指導や行政処分を実施します。

第5章 関係機関・団体との連携強化

社会的な課題が複雑・多様化している中、県民ニーズに応じた施策を展開する上では、行政がこれまでの公共的サービスのあり方を見直し、行政間の連携はもちろん、行政以外の関係団体と連携・協働することがさらに重要になります。そのため、あらゆる施策を展開する上で、連携や協働を意識して行うことが求められています。

消費者問題の解決に向けては、行政機関や消費者団体・弁護士会等の関係団体が様々な取組を行っていますが、これらの取組をより効果的に県内全域に広めていくため、関係する機関や団体など、幅広い主体と情報共有を図り、それぞれの専門や得意分野を活かしながら連携・協働していきます。

特に、「基本方針Ⅱ『自ら考え行動する』消費者になるための支援」のところでも記載したように、消費者市民社会の構築に向けた気運づくりのためには、より良い暮らし、より良い社会の形成のための様々な取組に、関係団体が互いに連携を図りながら進めることが重要です。連携を進めるに当たっては、積極的な情報提供等、透明性の確保に努めるとともに、消費者教育をはじめとする消費者施策の実施主体間のネットワークを広げるため、情報交換や交流の場（機会）づくりに努めます。

1. 行政機関との連携

<国・他都道府県との連携>

消費者被害の未然防止や製品事故の拡大防止のため、重大事故情報等、消費者庁や国民生活センターに集まる情報を積極的に活用するとともに、必要に応じ、当県の実態にあった支援を求めています。

また、特定商取引法等による事業者指導・処分を行ったり、消費者教育・啓発事業を進めるにあたっては、国や他都道府県との情報交換や連携を密に図りながら進めることにより、指導や処分、教育・啓発の効果をさらに高めるよう努めます。

<市町との連携>

消費者行政を効果的に推進するため、消費者への相談対応や啓発等について必要に応じて連携し、情報の交換や困難事例の解決に取り組めます。

<庁内関係部局等との連携>

消費者行政を効果的に推進するため、庁内の関係部局や教育委員会、警察と連携して、消費者問題の解決に向けた取組を推進します。

2 消費者団体・NPO等との連携

消費生活条例では、消費者団体に対し、消費生活に関する情報を収集したり、それらに関する意見を表明すること、また、消費者に対する啓発・教育に取り組んだり、消費

者被害の防止・救済のための活動を行うことが期待されています。

県は、消費者団体等が期待される役割を十分に果たすことができるよう、消費者団体等への情報提供に努めるとともに、その活動や制度について県民に周知するなど、連携を進めます。消費者団体等と行政は、互いに役割と責任を自覚し、それぞれの特性を生かしながら、連携して安全・安心な消費生活の実現に向け施策を推進します。

3 事業者・事業者団体との連携

消費者にとって安全・安心な社会を実現するためには、事業者（団体）が法令を遵守することに加え、消費者の信頼を獲得するための経営姿勢や経営方針を持って透明性の高い経営を積極的に行うことが期待されます。このような企業活動が消費者に与える安心や信頼感は、消費者のより健全で適切な消費活動を促し、事業者（団体）の持続的な発展と競争力の一層の強化にもつながります。

事業者（団体）が取り組む苦情処理体制の整備や顧客の声を生かした情報提供、事業（団体）の社会的責任（CSR）の観点からの消費者教育への取組が進むよう、事業者や事業者団体との連携を図ります。また、先進的な取組については、広くPRを行い、取組の広がりにつなげます。

4 弁護士会、福祉関係団体等多様な主体との連携

<弁護士会等との連携>

高度な法律的判断を必要とする相談事案について、消費生活相談員が専門的な助言を得ることができるよう、弁護士会や司法書士会、日本司法支援センター（法テラス）等との連携を強化し、事例研究会などを通じて専門的な相談体制の強化を図るとともに、消費者教育についても連携し、体系的かつ効果的な推進に努めます。

また、多重債務²³者救済のため、弁護士会・司法書士会との共催で相談会の開催など、連携した取り組みを進め、関係機関とともに多重債務問題の対策に関する情報交換や県民への啓発を行い、多重債務問題の解決に努めます。

<福祉関係団体等との連携>

高齢者や障害者等の消費者被害をくい止めるため、民生委員・児童委員や介護関係者等の福祉関係団体が行っている取組やネットワークを活用して、消費者被害防止に向けた取組を実施するとともに、支援策について情報提供するなど、福祉関係団体との連携による個々の活動の中で消費者問題に取り組みます。

5 消費者等の意見の施策への反映と透明性の確保

知事の附属機関として設置されている「滋賀県消費生活審議会」において、消費者保護に関する施策についての重要事項の調査・審議等を行うとともに、滋賀県消費者基本

計画の改正等に当たっては、県民政策コメント制度²⁴の活用等により、関係者の意見の消費者施策への反映に努めます。

また、消費者行政全般にわたる透明性を確保するため、消費者施策や消費生活審議会における審議状況をホームページ等で公表します。

第6章 計画の推進体制と進捗管理

1 計画の推進体制

(1) 滋賀県消費者行政推進連絡調整会議での総合調整

庁内の消費者施策を実施する部局等からなる滋賀県消費者行政推進連絡調整会議において、全庁的な総合調整を行い計画の推進を図ります。

(2) 社会的、経済的状況の急激な変動への対応

社会的、経済的状況の急激な変動に伴い、県民の消費生活において緊急かつ重大な事態が発生するおそれがある場合は、県民の消費生活の安定を図るため「滋賀県消費者保護緊急対策本部」を設置し、生活関連物資の需給の円滑化と価格の安定を図ります。また、災害発生時等、生活関連物資の不足等が生じるおそれのある場合は、市場の状況把握に努め、不要・不急の購入、買い急ぎ・買いだめや風評被害による買い控えなど消費者が混乱を来すことのないよう情報提供に努めるとともに、消費者へ冷静な行動を呼びかけます。

2 計画の進捗管理

計画を効果的に推進するためには、主要な施策の実施状況を把握し、点検・評価していく必要があります。そのため、PDCA（計画、実行、確認、行動）サイクルに基づき、施策の実効性の確保を図るとともに、その点検・評価結果については、消費生活審議会に報告し、審議会においてその状況についての確認・評価を行います。県は、審議会の確認・評価の結果を受けて、施策の反映に努めます。

3 計画の見直し

消費者を取り巻く社会経済環境の変化に対応するため、必要に応じて計画の見直しを行います。

用語解説

用 語	解 説	脚注番号	該当ページ
【アルファベット】			
GAP (ギャップ)	GAP (Good Agricultural Practice : 農業生産工程管理) とは、農業生産活動を行う上で必要な関係法令等の内容に則して定められる点検項目に沿って、農業生産活動の各工程の正確な実施、記録、点検および評価を行うことによる持続的な改善活動。	14	29
ICT化	コンピュータ、インターネット、携帯電話などを用いた情報処理と通信に関する技術、およびその応用が進展すること。Information and Communications Technology の略。	6	6
NPO	民間非営利組織。政府や私企業とは独立した存在として、地域の諸課題の解決などを目的に公共的・社会的な公益活動を行う組織・団体。	21	37,42
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。PIO-NETとは、Practical Living Information Online Network System の略。	15	29,38
【カ行】			
環境こだわり農業	化学合成農薬や化学肥料の使用量を減らしたり、濁水の流出を防止するなど、琵琶湖をはじめとする環境への負荷を減らす技術を用いて行われる農業。	4	4,37
環境こだわり農産物	県が定めた基準に基づき、化学合成農薬や化学肥料の使用量を通常の栽培の5割以上に減らすとともに、濁水の流出防止等、琵琶湖をはじめとする環境への負荷を減らす技術で生産され、県の認証を受けた農産物。	5	4,29,37
協働	NPO・企業・行政など立場の異なる者同士が、各々が自立(自律)した対等な関係のもと、同じ目的・目標のために連携・協力し、公共的なサービスなどにおいて相乗効果を上げようとする取組。	16	30,35,42
グリーン購入	製品やサービスを購入する際に、環境を考慮して、必要性をよく考え、環境への負荷ができるだけ少ないものを選んで購入すること。	2	4,37
グローバル化	人やもの、資金、情報などが世界的な規模で動き、これに伴う社会における変化やその過程	1	1,6
県民政策コメント制度	県が重要な施策を決めようとする際に、その原案を公表し、広く県民のみなさんから意見や情報を求め、それらの意見等を政策形成に反映させていく制度。いわゆるパブリック・コメント制度。	24	44
【サ行】			
再生可能エネルギー	化石燃料以外のエネルギー源のうち永続的に利用することができるエネルギー源を利用することにより生じるエネルギーの総称。	19	36,37
三方よし	「売り手よし、買い手よし、世間よし」という近江商人の家訓で、商人が利益を得るばかりでなく、消費者も喜び、さらには地域社会全体が豊かになることを考えなければならない、という経営理念。	18	35
滋賀県金融広報委員会	金融広報中央委員会、滋賀県、日本銀行京都支店、近畿財務局大津財務事務所、金融機関等関係団体と連携して、健全で合理的な家計運営のため、中立・公正な立場から暮らしに身近な金融に関する幅広い広報活動を行う団体。	12	18

用 語	解 説	脚注番号	該当ページ
消費者ホットライン	全国共通の電話番号(188)で、地方公共団体が設置している最寄りの消費生活相談窓口を案内するナビダイヤル。消費者庁が運営しており、音声ガイダンスに従って必要事項を入力すると、市町の消費生活センター(消費生活相談窓口)または県消費生活センターへ繋がる。平成27年7月1日より、「局番なし188番」での案内を開始した。	22	38,39
食品ロス	本来はまだ食べられるのに捨てられる食品のことを指し、食品メーカーや卸、小売店、飲食店、家庭等、「食」に関わる様々な段階で発生している。	11	8,34
セーフフードしが	滋賀県食品自主衛生管理認証制度の愛称。安全な食品を造るための高度衛生管理手法であるHACCPの理念を取り入れた、滋賀県独自の食品自主衛生管理認証制度。全ての食品製造業者を対象とし、基準に適合した施設を滋賀県が認証する。	13	29
生物多様性	特定の範囲に生息生育する生物の多様さの程度で、様々な生息環境がある「生態系の多様性」、様々な生物がいる「種の多様性」、同じ種であっても個体差や地域差がある「遺伝子の多様性」という3つの側面で表される。	10	7
石けん運動	昭和52年(1977年)、琵琶湖に淡水赤潮が発生し、その原因の一つが合成洗剤に含まれているリンに起因することがわかった。これを契機に発生した、合成洗剤の使用をやめて粉石けんを使おうという県民運動。	17	35
【タ行】			
多重債務	ローンやクレジットカードの利用などをしている債務者が、借金返済等のためにさらに消費者金融(サツ金)などから借金を繰り返すなどし、返済不可能なほどの複数の債務が累積すること。	23	43
地球温暖化	石油などの燃焼で大気中の二酸化炭素等が増加し、地表から放出される熱を吸収することにより、地表の温度が上がる現象。海面の上昇や気候の変化等を引き起こし、人類や生態系に悪影響を及ぼす。	9	7,36,37
地産地消	「地域生産・地域消費」の略語で、地域で生産されたものを地域で消費しようとする活動を通じて、生産者と消費者を結びつける取組。	3	4,37
低炭素社会	化石燃料に依存しない社会経済構造の確立により温室効果ガスの排出を大幅に削減し、気候に悪影響を及ぼさない水準で大気中の濃度を安定化させると同時に、生活の豊かさを実感できる社会。	20	36,37
電子マネー	一般に、カードなどにあらかじめバリュー(財産価値)をチャージ(入金)し、買い物時に端末に読み込ませて、電子的に決済するもの。発行主体によって分けると、①交通系②流通系に代表される「IC型」、③ネット系に代表される「サーバー型」に分けられる。	8	6
【マ行】			
マイナンバー (社会保障・税番号)	住民票を有する全ての方に1人1つの番号を付して、社会保障、税、災害対策の分野で効率的に情報を管理し、国や地方公共団体の複数の機関に存在する個人の情報が同一人の情報であることを確認するために活用されるもの。	7	6