

次期愛知県消費者行政推進計画のあり方について

(答 申)

2019年11月29日

愛知県消費生活審議会

目 次

I	答申に当たって	1
II	計画の基本的な考え方	2
1	基本理念	2
2	計画の位置付け	2
3	計画期間	2
III	消費生活をめぐる現状と課題	3
1	消費者行政の現状	3
2	消費生活相談に関する状況	8
3	県民の消費生活に関する意識	14
4	消費者を取り巻く環境の変化と課題	19
IV	施策の方向性	24
1	計画の体系	24
2	取組と具体的な施策例	25
目標 1	消費者被害の救済・未然防止の強化	25
目標 2	主体性のある消費者の育成	35
目標 3	消費生活の安全・安心の確保	50
V	推進体制と進行管理	55
1	推進体制	55
2	消費者団体、事業者団体等との連携・協働	55
3	愛知県消費生活審議会等による確認・評価	55
4	諸情勢の変化に伴う計画の見直し	55
5	県民への情報提供	55
(参考資料)		
	答申を取りまとめるまでの経過	56
	愛知県消費生活審議会委員名簿	57
	愛知県消費生活審議会専門部会委員・専門委員名簿	58
	愛知県消費生活審議会消費者苦情処理委員会委員名簿	58

I 答申に当たって

愛知県では、消費生活に関する施策を総合的・計画的に推進するため、2010年3月に「愛知県消費者行政推進計画」を策定し、庁内各部局と連携して消費者施策を推進してきた。

現行の「第二次愛知県消費者行政推進計画（あいち消費者安心プラン2019）」（2015年3月策定）は2019年度をもって計画期間が終了するが、この間、スマートフォンの普及に伴うインターネットの利用拡大等による高度情報通信社会の進展や、経済のグローバル化、少子高齢化の進行など、消費者を取り巻く社会経済環境が大きく変化する中で、消費者問題はますます多様化し、広範にわたってきている。

現行計画期間内には、県内市町村の消費生活センター設置数が大幅に増加するなど、大きな成果が見られた一方で、高齢者等を消費者被害から守る仕組みづくりの拡充など、引き続き取り組むべき課題も残されている。また、成年年齢引下げを見据えた若年者の消費者被害の防止や、国連で採択された「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成に資する消費者施策の推進など、新たな課題への対応も必要となっている。

次期愛知県消費者行政推進計画は、こうした最近の社会情勢の変化やこれまでの成果を踏まえ、向こう5年間の消費者施策の新たな計画となるものである。

愛知県消費生活審議会では、2018年11月12日、知事から「次期愛知県消費者行政推進計画のあり方について」の諮問を受け、専門部会を設置し、審議を付託した。

専門部会においては、消費生活をめぐる現状と課題を分析するとともに、国の動きも勘案しながら、審議を重ねてきた。

以下は、当該諮問について、専門部会の審議結果を踏まえ、本審議会が取りまとめた答申である。

本審議会は、県がこの答申の趣旨を踏まえて次期計画を策定し、安心・安全で豊かな消費生活の実現に向けて、消費者行政を一層積極的に推進していくことを期待する。

Ⅱ 計画の基本的な考え方

1 基本理念

安心して安全で豊かな消費生活を営むことは、消費者の権利である。このため、行政は消費者の権利の尊重と自立支援を基調とし、施策を推進することが求められ、事業者はこれに協力するとともに、消費者の視点に立って、安全な商品・サービスの供給、品質等の向上や消費者契約の適正化等により消費者の信頼を確保することが求められている。一方、消費者は、消費生活において自主的かつ合理的に行動することが求められている。

これら行政、事業者及び消費者の相互の信頼を基調とし、それぞれが連携することによって、「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」を目指す。

2 計画の位置付け

次期愛知県消費者行政推進計画は、現行計画同様、県民の消費生活の安定及び向上に関する条例第3条^(※1)及び消費者基本法第4条^(※2)の規定に基づき、県における消費生活に関する施策を、総合的かつ計画的に推進していくための計画とする。

また、消費者教育の推進に関する法律第10条^(※3)に基づく「愛知県消費者教育推進計画」の内容を含むものとする。

この計画にある各種消費者関係施策の展開については、消費生活に関わる県政の様々な分野における計画との連携を図り、これらの計画と一体となって総合的かつ計画的に施策を推進する。

※1 県民の消費生活の安定及び向上に関する条例第3条

県は、県民の消費生活の安定及び向上を図るために必要な施策を策定し、及びこれを実施する責務を有する。

※2 消費者基本法第4条

地方公共団体は、第2条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのっとり、国の施策に準じて施策を講ずるとともに、当該地域の社会的、経済的状况に応じた消費者施策を推進する責務を有する。

※3 消費者教育の推進に関する法律第10条

都道府県は、(政府が定めた)基本方針を踏まえ、その都道府県内の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画を定めるよう努めなければならない。

3 計画期間

2020年度から2024年度までの5年間とする。

Ⅲ 消費生活をめぐる現状と課題

1 消費者行政の現状

(1) 国の消費者行政の動き

ア 最近の消費者施策の動向

国では、長期的な展望を視野に入れつつ、消費者を取り巻く環境の変化や新たな課題等に適切に対応した消費者政策を推進していくため、消費者基本法第9条に基づいて「消費者基本計画」を策定し、状況変化等に対応した施策の検証及び見直しを行いながら、消費者政策を推進している。

近年では、2015年9月に国連で「持続可能な開発目標（SDGs）^{（※1）}」が採択されたことを受け、SDGsの理念である「誰一人取り残さない」持続可能な社会の実現に向けて、高齢者の消費者被害の防止、「エシカル消費（倫理的消費）^{（※2）}」の普及・促進などに取り組んでいる。また、2022年4月からの成年年齢引下げに向けて、2018年2月に消費者庁を含む関係4省庁合同で「若年者への消費者教育の推進に係るアクションプログラム」を策定し、若年者への消費者教育推進の取組を進めている。さらに、各種の消費者関連法の制定・改正を行うなど、社会状況の変化を踏まえた施策を推進している。

現行の「第3期消費者基本計画」の計画期間は2019年度までとなっており、2019年1月に公表された「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会」報告書の提言を踏まえて、2019年度に「第4期消費者基本計画」が策定される予定となっている。

※1 持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals（エス・ディー・ジーズ））

2015年9月の国連サミットで採択された「誰一人取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現のための、2030年までを期限とする17の国際目標。目標12に「つくる責任つかう責任」として、「持続可能な生産消費形態を確保する」ことが掲げられている。

※2 エシカル消費（倫理的消費）

人や社会、環境に配慮した消費行動のことを「エシカル消費（倫理的消費）」と呼び、フェアトレード商品やエコ商品、リサイクル製品、被災地産品などの購入を積極的に行うことを指す。

（消費者関連法令の整備状況）

・ 不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）の一部改正

都道府県知事に措置命令権限を付与、事業者の表示管理体制を強化（平成26年12月施行）

課徴金制度の導入（平成28年4月施行）

・ 食品表示法の制定（平成27年4月施行）

食品衛生法、JAS法及び健康増進法の食品の表示に関する規定を一元化

・ 消費者安全法の一部改正

地域の見守りネットワークの構築（消費者安全確保地域協議会の設置等）、消費生活相

- 談員の職を法律に位置付け、消費生活相談員の資格試験制度を法定化（平成 28 年 4 月施行）
- 指定消費生活相談員の指定（平成 31 年 4 月施行）
- ・電気通信事業法の一部改正（平成 28 年 5 月施行）
書面交付義務や勧誘継続行為の禁止、初期契約解除制度の導入等
- ・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の制定（平成 28 年 10 月施行）
「特定適格消費者団体」による集団的消費者被害回復訴訟制度の創設
- ・資金決済に関する法律の一部改正（平成 29 年 4 月施行）
仮想通貨交換業の登録制の導入等
- ・消費者契約法の一部改正
契約の取消事由の追加（過量契約）、無効となる不当な契約条項の追加等（平成 29 年 6 月施行）
契約の取消事由の追加（不安をあおる告知等）、無効となる不当な契約条項の追加等（令和元年 6 月施行）
- ・特定商取引に関する法律（特定商取引法）の一部改正（平成 29 年 12 月施行）
訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売における規制対象の拡大、業務禁止命令制度の創設等

イ 地方消費者行政の充実・強化に向けた支援

国は、地方消費者行政の一層の充実を図るため、2009 年度から 2011 年度までの 3 年間で地方消費者行政強化のための「集中育成・強化期間」として「地方消費者行政活性化交付金」を創設し、財政支援を行ってきた。都道府県は、国の交付金により地方消費者行政活性化基金を造成し、都道府県や市町村の消費者行政の充実・強化に向けた事業に活用してきた。

その後、国は、当該基金の活用期間の延長を行い、2015 年度からは、財政支援の枠組を基金から単年度ごとの「地方消費者行政推進交付金」に変更し、地方消費者行政の充実・強化に向けた支援を続けてきた。

さらに、2018 年度、「推進事業」（補助率：定額）と「強化事業」（補助率：1/2（2019 年度から 1/2 または 1/3））からなる「地方消費者行政強化交付金」に変更した。「推進事業」により、それまでの消費生活相談体制の維持・充実の取組を引き続き支援するとともに、「強化事業」により、国として取り組むべき重要な消費者政策の推進のため積極的に取り組む都道府県や市町村に対して支援することとしている。

この間、国では、「地方消費者行政強化作戦」を策定・公表（2014 年 1 月、2015 年 3 月改定）し、「どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、安全・安心が確保される地域体制を全国的に整備」することを目的に、「当面の政策目標」として、消費生活センター設立促進（人口 5 万人以上の全市町及び人口 5 万人未満の市町村の 50%以上）等を掲げ、地方の取組への財政的支援を行っている。なお、次期強化作

戦となる「地方消費者行政強化作戦 2020」が、2019 年度内に策定される予定である。

(2) 本県における消費者行政の現状

ア 「第二次愛知県消費者行政推進計画（あいち消費者安心プラン 2019）」の推進

県では、消費者を取り巻く状況変化や国の動きに対応するため、2010 年 3 月に初めての消費者行政分野における総合計画となる「愛知県消費者行政推進計画」（計画期間：2010 年度から 5 年間）を策定し、消費生活に関する施策を総合的かつ計画的に推進してきた（2012 年 12 月一部改定）。

2015 年 3 月には、その後の社会情勢の変化や新たな課題に的確に対応するため、「第二次愛知県消費者行政推進計画（あいち消費者安心プラン 2019）」（以下、「第二次計画」という。）を策定した。

第二次計画は、「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」を基本理念とし、県が取り組む施策の柱となる三つの目標（「消費者被害の救済・未然防止の強化」、「主体性のある消費者の育成」、「消費生活の安全・安心の確保」）を定め、その目標に沿って 16 の取組を体系化し、関係局、市町村等と連携を図りながら 110 の施策を実施している。

また、第二次計画は、2012 年 8 月に制定された消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）に基づく「愛知県消費者教育推進計画」を含んでいる。

イ 第二次計画の成果と課題

計画の進捗状況は、毎年度、愛知県消費生活審議会に報告しており、「概ね順調に進捗している」との評価を受けている。

特に、第二次計画の特徴の一つである「県と市町村の連携による消費生活相談体制の構築」においては、2015 年度に、地域における中核的相談機関（センター・オブ・センターズ）となる「愛知県消費生活総合センター」を設置するとともに、市町村の消費生活センターの設立が大きく進んだ（2019 年 9 月末現在、人口 5 万人以上の市町で 100%、5 万人未満の市町村で 80%が設置）。

また、「様々な場における体系的な消費者教育の推進」及び「身近な商品・サービスの安全・安心の確保」についても着実に進捗している。

一方、「高齢者等を消費者被害から守る仕組みづくり」においても、消費者被害防止に取り組む高齢者等の見守りネットワークの設置が進むなど、成果が出始めつつある取組もある。

今後の本県の消費者行政を一層進めていくに当たっては、これまでの取組を継承・発展させていくとともに、継続して取り組むべき課題や新たな課題への対応を、着実に進めていく必要がある。

【第二次計画の主な取組状況】

(目標1 消費者被害の救済・未然防止の強化)

○県と市町村の連携による消費生活相談体制の構築

「消費者問題解決力の高い地域の実現」に向けて、県と市町村が消費生活相談体制を強化し、適切な役割分担の下で、地域全体で消費者問題解決力を高めていく体制を構築した。

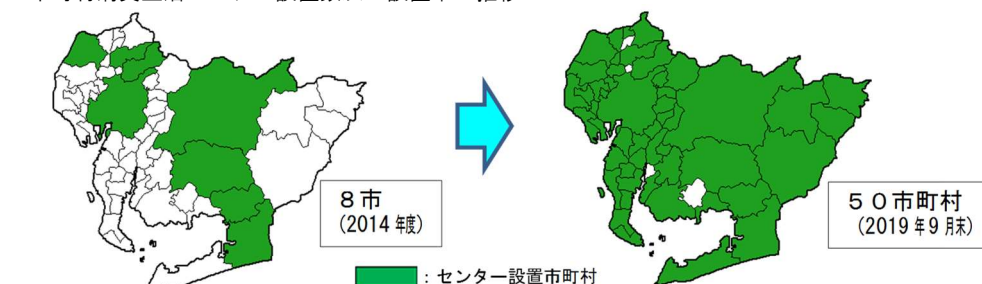
《愛知県消費生活総合センターの設置》

- ・愛知県消費生活総合センターを設置し（2015年度）、高度な相談対応力を備え、市町村支援機能も併せ持つ「地域における中核的相談機関」（センター・オブ・センターズ）として機能強化。
- ・県の相談機能の高度化（情報通信等の「専門分野チーム」の新設、愛知県弁護士会との連携体制の構築等）。
- ・市町村支援機能の強化（消費生活相談員人材バンクの創設、市町村とのホットライン開設、巡回指導、OJT研修等）。

《市町村における消費生活センターの設立促進》

- ・市町村の消費生活センター設立を支援し、センター設置市町村が大幅に増加。国の地方消費者行政強化作戦の「当面の政策目標」（センター設置率）を達成。

＜市町村消費生活センター設置数及び設置率の推移＞



人口	国の「当面の政策目標」	全国の市町村 (2013年度)	本県の市町村 (2013年度)	目標達成
5万人以上の市町	100%	80.9%	23.5% (8/34)	本県の市町村 (2019年9月末) 100% (34/34)
5万人未満の市町村	50%以上	28.9%	0.0% (0/20)	80% (16/20)

○高齢者等を消費者被害から守る仕組みづくり

高齢者等の消費者被害の増加、深刻化に対応するため、県の「消費者安全確保地域協議会」を設置するとともに、市町村における同協議会の設置を促進した。

- ・2016年10月に、県において「消費者安全確保地域協議会（愛知県高齢者等消費者被害見守りネットワークづくりのための関係団体連絡会議）」を設置
- ・市町村の「消費者安全確保地域協議会」は、2019年9月末現在、9市^(※)が設置
(人口カバー率22.0%) ※豊橋市、豊川市、西尾市、田原市、江南市、一宮市、蒲郡市、瀬戸市、安城市

(目標2 主体性のある消費者の育成 [消費者教育推進計画])

○様々な場における体系的な消費者教育の推進

「自ら考え自ら行動する自立した消費者」の育成に加え、消費者市民社会^(※)の実現に向けて、「より良い社会の発展に積極的に関与する消費者」を育成するため、幼児期から高齢者までそれぞれのライフステージに応じた体系的な消費者教育を推進した。

- ・「消費者教育研究校」の指定・支援
- ・「若年消費者教育研究会」の開催
- ・教員向け消費者教育情報提供紙「あいち消費者教育レポート」の発行
- ・「消費者教育推進フォーラム」の開催
- ・教員の指導力向上・地域人材の育成等、消費者教育の担い手の育成
- ・消費者教育出前講座の実施、消費者教育教材の貸出
- ・ウェブサイト「あいち暮らしWEB」、SNS（フェイスブック、ツイッター）、メールマガジンを活用した情報発信の充実

※ 消費者市民社会

消費者一人一人が、自らの消費行動が社会、経済、環境に及ぼす影響を理解し、公正で持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会

(目標3 消費生活の安全・安心の確保)

○身近な商品・サービスの安全・安心の確保

食に関する総合的な安全対策を推進し、食の安全・安心の確保を図ったほか、各種法令に基づく立入検査等による商品・サービスの安全確保、消費者事故等の未然防止対策等を推進した。

- ・生産から消費までの一貫した食の安全対策の推進
- ・HACCP^(※1)やGAP手法^(※2)の導入推進
- ・食品衛生監視指導計画に基づく効率的な監視指導
- ・表示に係る関係機関との協力体制の強化
- ・電気用品販売店に対する立入検査・指導
- ・消費生活用製品の安全確保
- ・消費者事故情報の収集・報告と消費者への速やかな情報提供

※1 HACCP (ハサップ)

最終製品の検査によって安全性を保証しようとするのではなく、製造における重要な工程を連続的に管理することによって、ひとつひとつの製品の安全性を保証しようとする衛生管理の手法

※2 GAP (ギャップ) 手法

ひとつひとつの農作業において、環境にやさしく安全な農産物を生産するために必要な項目について、確認・点検・記録しながら農作業を行う手法（農業生産工程管理手法）

2 消費生活相談に関する状況

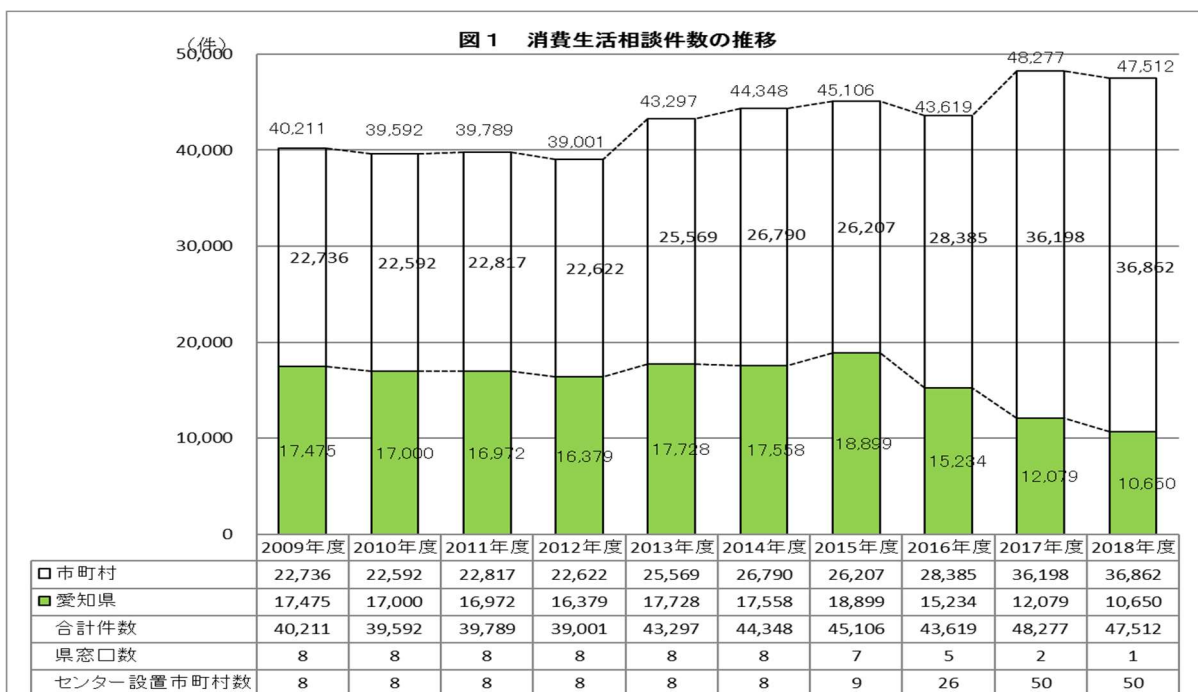
(1) 多様化・複雑化する消費生活相談

県消費生活総合センター及び市町村の消費生活相談窓口にて 2018 年度に寄せられた消費生活相談件数は、47,512 件となり、2012 年度の 39,001 件を底に増加基調となっている。

市町村の消費生活相談窓口で受け付けた相談件数は、消費生活センター^(※)の設置促進とともに増加しており、その割合も全体の 4 分の 3 以上を占めるなど、身近な相談窓口である市町村が重要な役割を担っている（図 1）。

※ 消費生活センターの設置要件（消費者安全法第 10 条）

①週 4 日以上消費生活相談窓口開設 ②専門相談員の配置 ③電子情報処理組織その他の設備（P I O-N E T）の配置



商品・サービス別に最も多かったのは、商品特定できないものや身に覚えのない架空請求などの「商品一般」に関する相談であり、中でも「架空請求ハガキ」に関する相談は、急増した 2017 年度を更に上回り、全体の 15% を占め最多となっている（表 1、図 2）。

以下、インターネットを利用したアダルトサイトや出会い系サイト、オンラインゲーム等の「デジタルコンテンツ」に関する相談は、依然として多く寄せられているものの、2016 年度以降減少に転じている（表 1）。

また、「健康食品」や「化粧品」に関する相談も目立っており、特に当該商品に係る定期購入に関する相談が増加している（表 1、図 3）。

さらに、「シェアリング・エコノミー^(※1)」に伴う個人間売買の拡大を背景に、「フリ

マサービス^(※2)」に関する相談が、購入者側・販売者側双方から多数寄せられている(図4)。

※1 シェアリング・エコノミー

個人等が保有する活用可能な資産等(スキルや時間等の無形のものを含む。)を、インターネット上のマッチングプラットフォーム(個人(又は法人)と個人(又は法人)とを仲介するために、事業者が運営しているサービス)を介して他の個人等も利用可能とする経済活性化活動

※2 フリマサービス

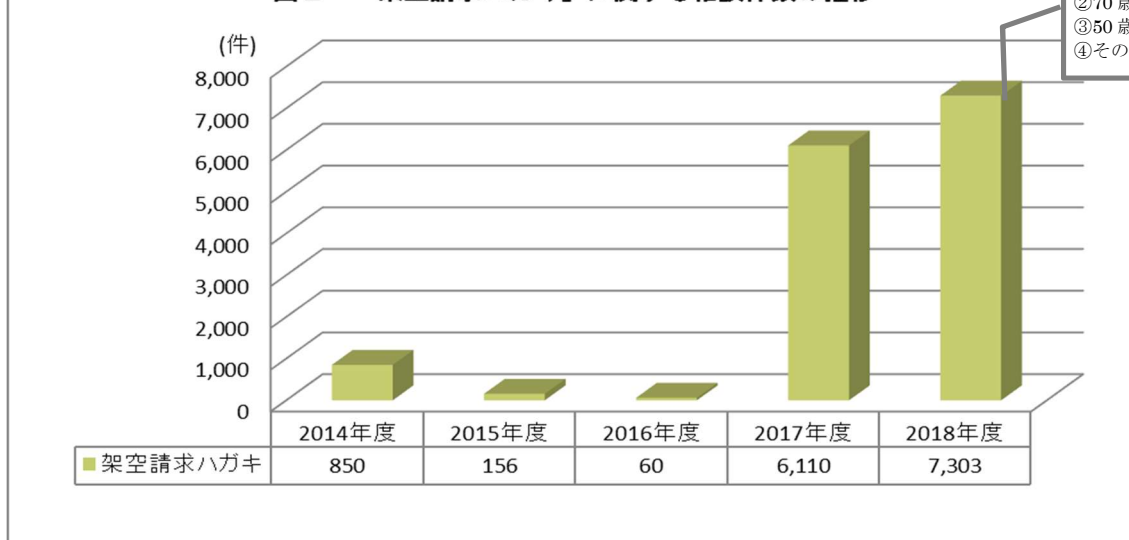
フリマアプリやフリマサイトなど、インターネット上で個人同士が商品等を取引する場を提供するサービス

表1 商品・サービス別相談件数の推移

順位	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	前年度比	
						増減数	増減率
1	デジタルコンテンツ 10,048	デジタルコンテンツ 10,049	デジタルコンテンツ 8,954	商品一般 8,159	商品一般 9,794	1,635	20.0
2	商品一般 2,379	商品一般 1,873	インターネット接続回線 2,064	デジタルコンテンツ 7,432	デジタルコンテンツ 4,970	-2,462	-33.1
3	フリーローン・サラ金 1,351	インターネット接続回線 1,819	商品一般 1,819	インターネット接続回線 1,751	健康食品 1,640	93	6.0
4	工事・建築 1,302	賃貸アパート 1,671	賃貸アパート 1,648	健康食品 1,547	賃貸アパート 1,553	37	2.4
5	インターネット接続回線 1,295	フリーローン・サラ金 1,540	フリーローン・サラ金 1,446	賃貸アパート 1,516	インターネット接続回線 1,491	-260	-14.8
6	賃貸アパート 1,082	工事・建築 1,473	健康食品 1,383	フリーローン・サラ金 1,358	工事・建築 1,426	85	6.3
7	四輪自動車 766	健康食品 930	工事・建築 1,347	工事・建築 1,341	フリーローン・サラ金 1,334	-24	-1.8
8	健康食品 763	携帯電話サービス 835	四輪自動車 898	四輪自動車 822	化粧品 1,062	250	30.8
9	携帯電話サービス 723	四輪自動車 823	携帯電話サービス 746	化粧品 812	携帯電話サービス 849	76	9.8
10	ファンド型投資商品 627	修理サービス 583	興信所 692	携帯電話サービス 773	四輪自動車 824	2	0.2

「商品一般」の内訳
 ・架空請求ハガキ 7,303件
 ・架空請求メール 392件
 ・その他 2,099件

図2 「架空請求ハガキ」に関する相談件数の推移



年代別の内訳
 ①60歳代 38%
 ②70歳以上 27%
 ③50歳代 24%
 ④その他 11%

図3 「健康食品・化粧品の定期購入」に関する相談件数の推移

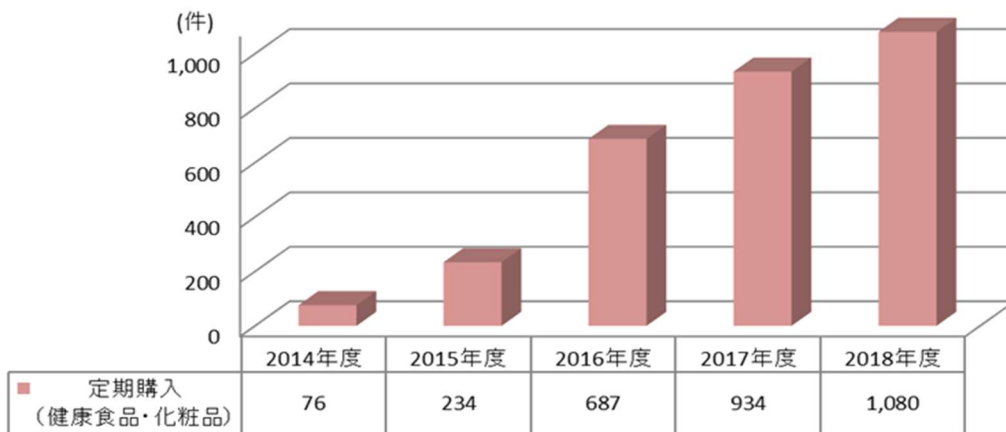
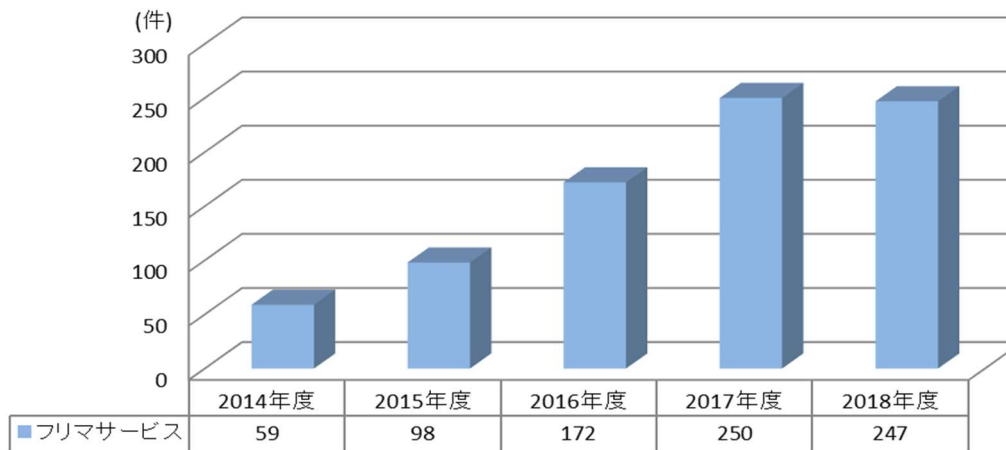


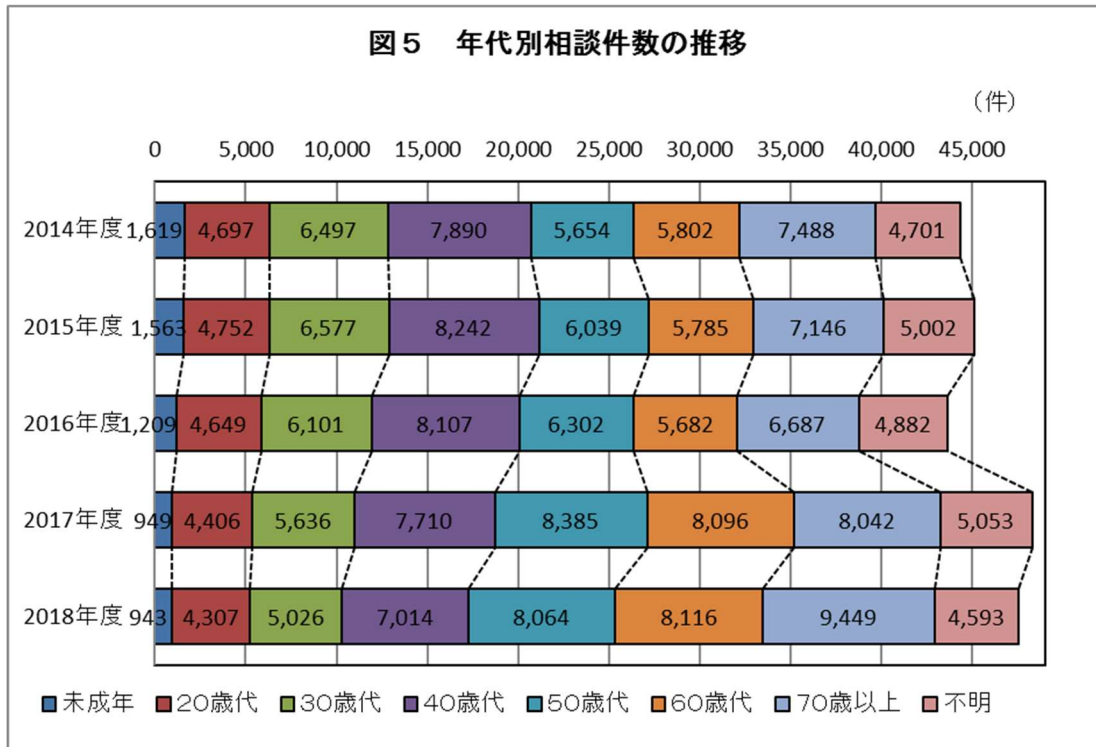
図4 「フリマサービス」に関する相談件数の推移



(2) 契約当事者の年代別相談状況

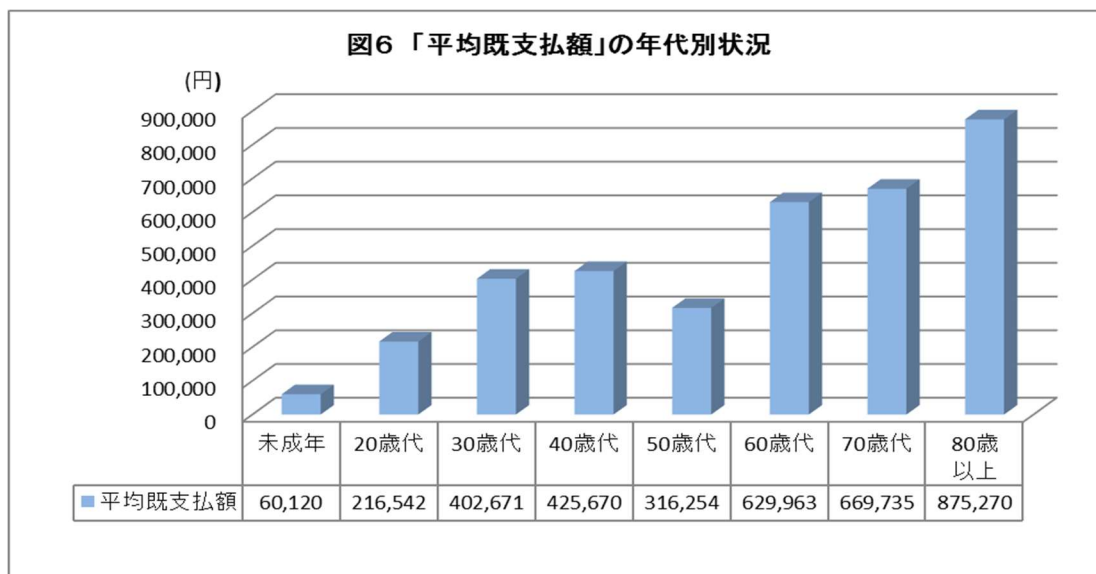
契約当事者の年代別の相談件数は、40歳代以下において減少傾向となる一方で、50歳代以上が総じて増加基調となっている。このうち2017年度、2018年度の増加は、「架空請求ハガキ」の急増の影響によるところが大きい(図5、図2)。

また、2018年度においては、70歳以上の高齢者の増加率(17.5%)が目立って高くなっており、この傾向は、人生100年時代に向け、更に加速することが予想される(図5)。



(3) 消費者被害の状況

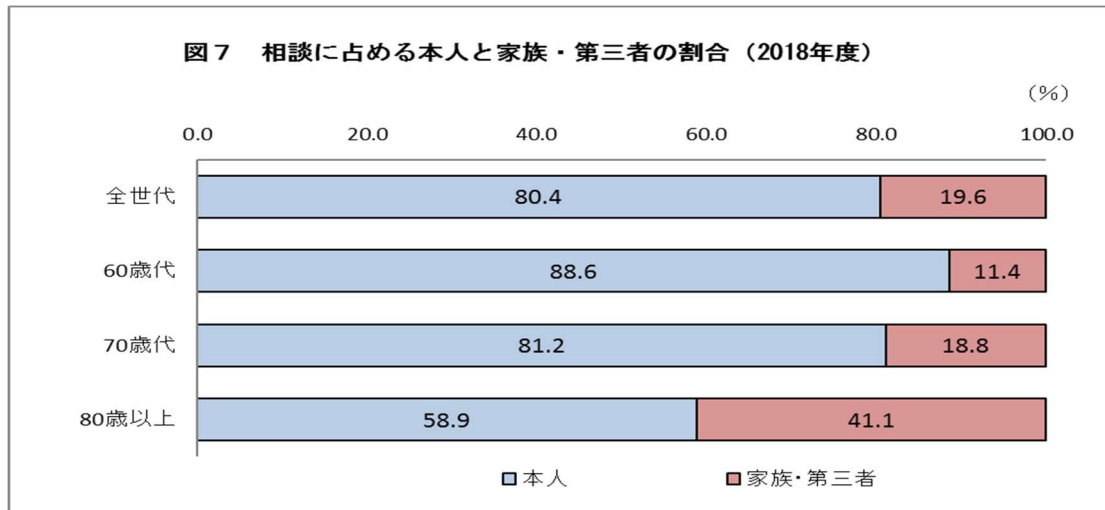
2018年度の年代別の「平均既支払額」を見ると、80歳以上が87万円を超え、他の年代に比べ非常に高額となっており、高齢者の消費者被害の深刻さを表している(図6)。



(4) 相談者の内訳

2018年度の相談における相談者の割合を、年代別に見ると、高齢になるほど、家族・第三者から寄せられることが多くなっている。

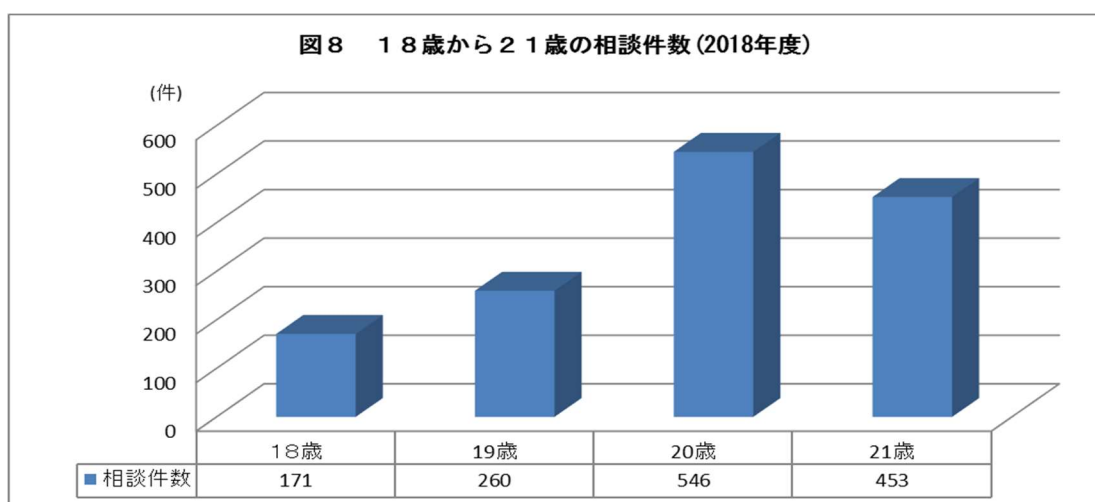
特に、80歳以上では、家族・第三者からの相談が4割を超えており、高齢者を消費者被害から守る家族や周囲の取組の重要性を示している（図7）。



(5) 18歳から21歳の若年者の相談状況

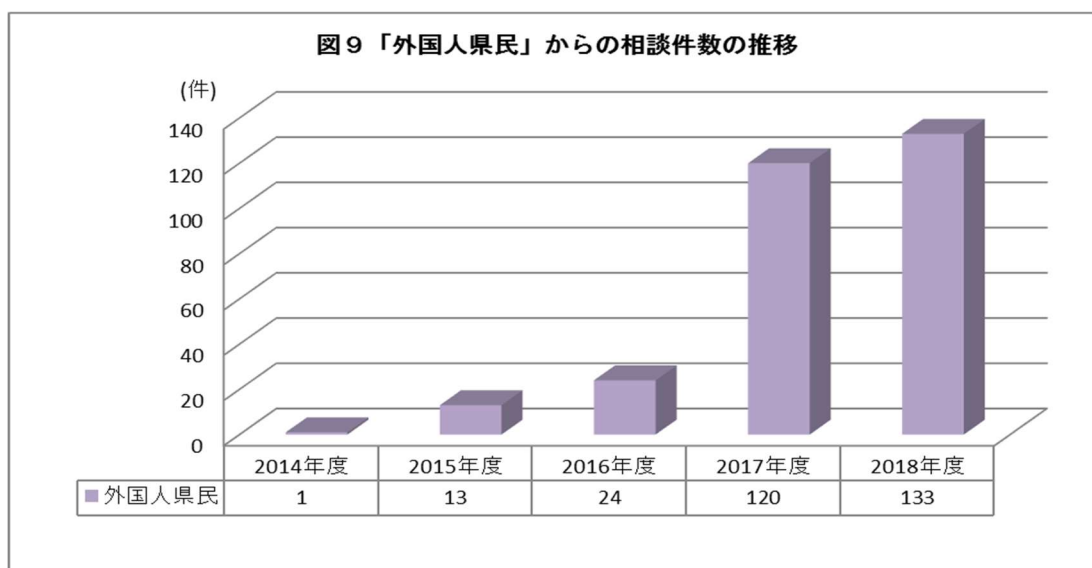
2018年度の相談について、18歳から21歳の相談における20歳、21歳の相談件数は、18歳、19歳の相談件数の2倍以上となっている。これは、事業者と未成年者との契約において、民法の未成年者取消権が抑止力となっていることが一つの要因であると考えられる（図8）。

成年年齢の引下げに伴い、2022年4月以降は、18歳と19歳は未成年者取消権が行使できないため、18歳、19歳の消費者被害が増加するおそれがある。



(6) 外国人県民の相談状況

外国人県民からの相談は増加傾向にあり、2017年度から急増している（図9）。



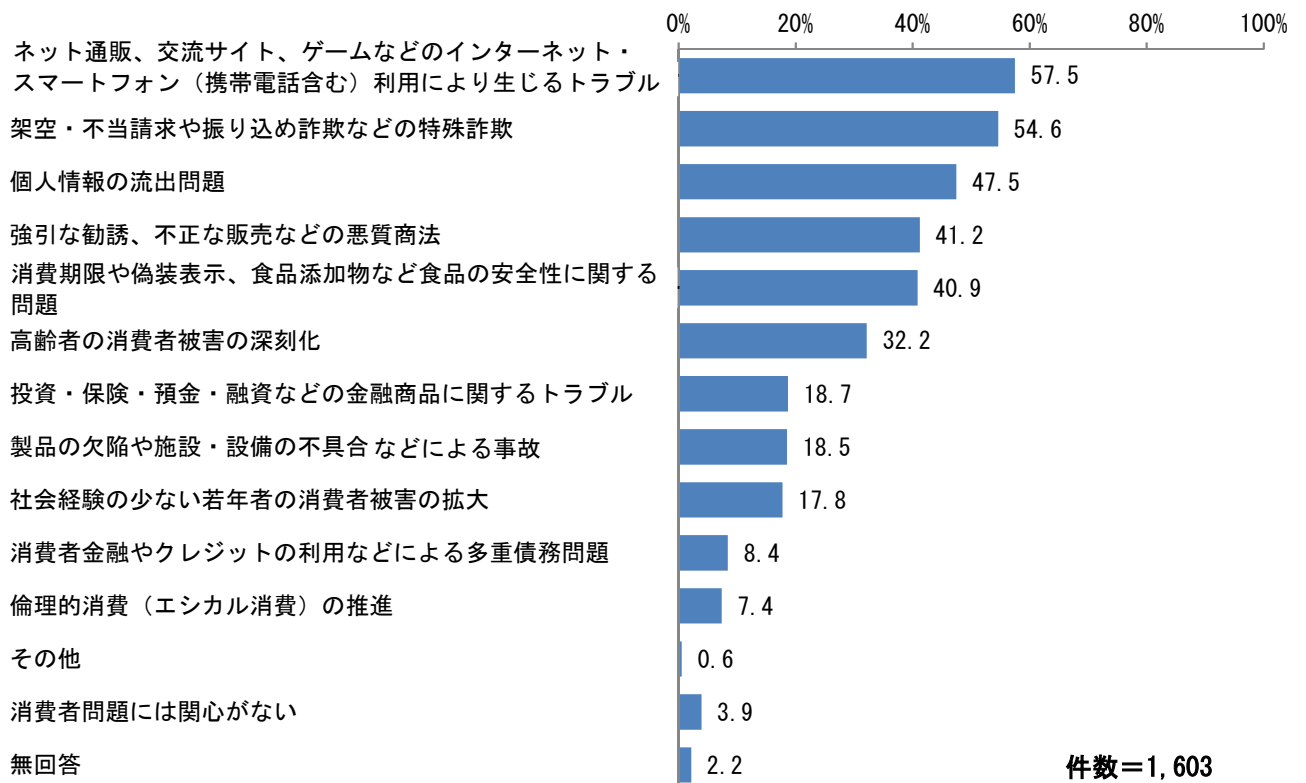
3 県民の消費生活に関する意識

(1) 消費者問題への関心

2018年7月に愛知県が実施した「平成30年度第1回県政世論調査」によると、最も関心がある消費者問題は、「ネット通販、交流サイト、ゲームなどのインターネット・スマートフォン（携帯電話含む）利用により生じるトラブル」（57.5%）であり、消費者向け電子商取引の市場規模が年々拡大するなかで、県民が高い関心を持っていることがうかがえる。また、近年、ハガキ等による架空請求被害が急増していることから、「架空・不当請求や振り込め詐欺などの特殊詐欺」（54.6%）への関心も高くなっている。

一方、「倫理的消費（エシカル消費）の推進」への関心は7.4%にとどまっている（図1）。

図1 関心のある消費者問題（複数回答）



(2) 消費者被害の潜在化

ここ1～2年の間に消費者トラブルに遭った経験がある人のうち、51.1%が「どこにも相談しなかった」（図2）と回答した。その理由としては、3割以上の方が、「被害が小さかったから」、「面倒だったから」と回答しているが、「どこに相談したらいいかわからなかったから」との回答も17.2%あった（図3）。

図2 消費者トラブルの相談先（複数回答）

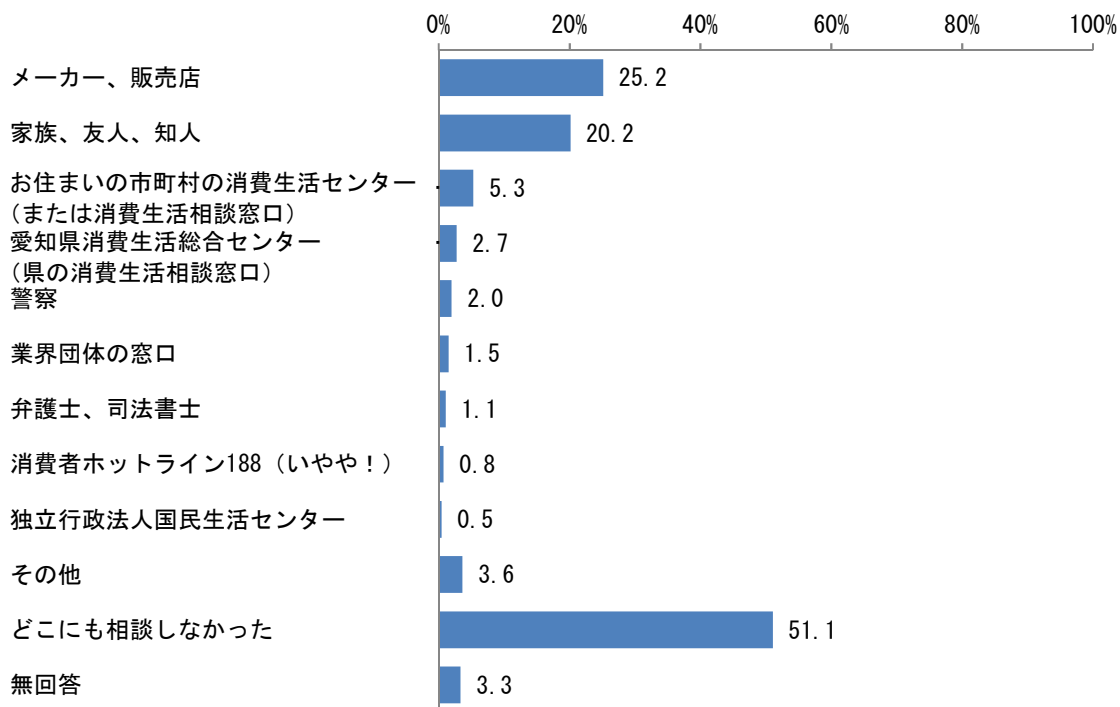
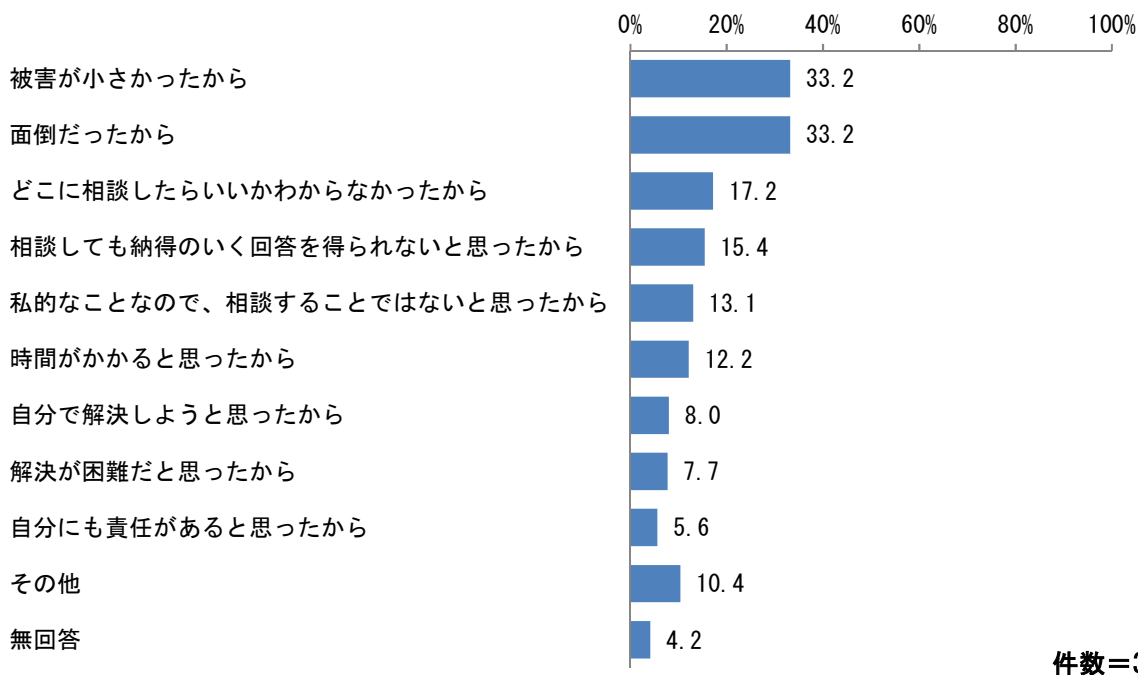


図3 相談しなかった理由（複数回答）

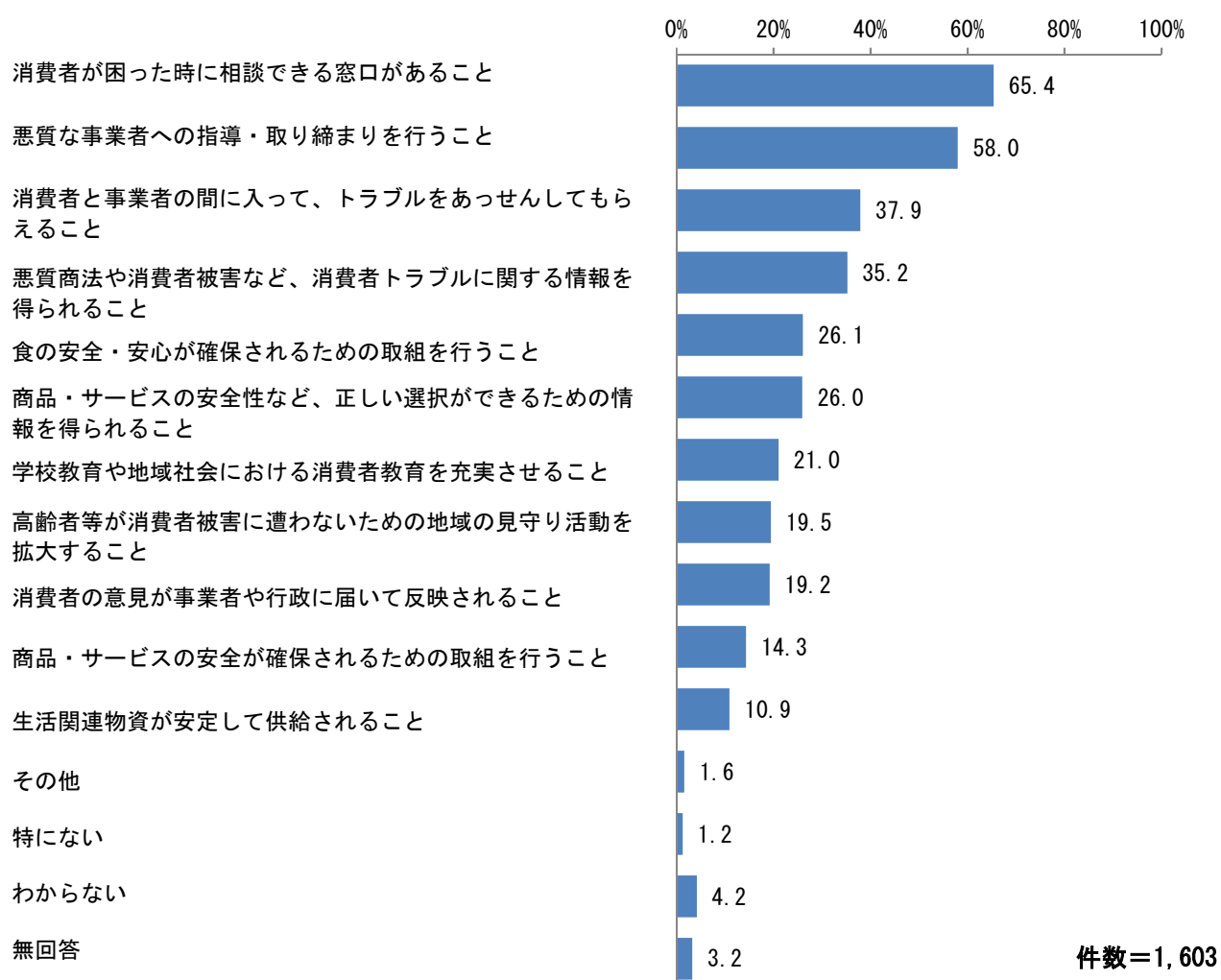


(3) 消費者行政に対する期待

愛知県では、「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」を基本理念として、消費生活に関する施策（消費者行政）に取り組んでいるが、この理念が実現されるために必要だと思うことについては、「消費者が困った時に相談できる窓口があること」（65.4%）という意見が最も多かった。

次いで「悪質な事業者への指導・取り締まりを行うこと」（58.0%）、「消費者と事業者の間に入って、トラブルをあっせんしてもらえらること」（37.9%）、「悪質商法や消費者被害など、消費者トラブルに関する情報を得られること」（35.2%）「食の安全・安心が確保されるための取組を行うこと」（26.1%）と続いている。

図4 消費者行政の基本理念を実現するために必要だと思うこと（複数回答）

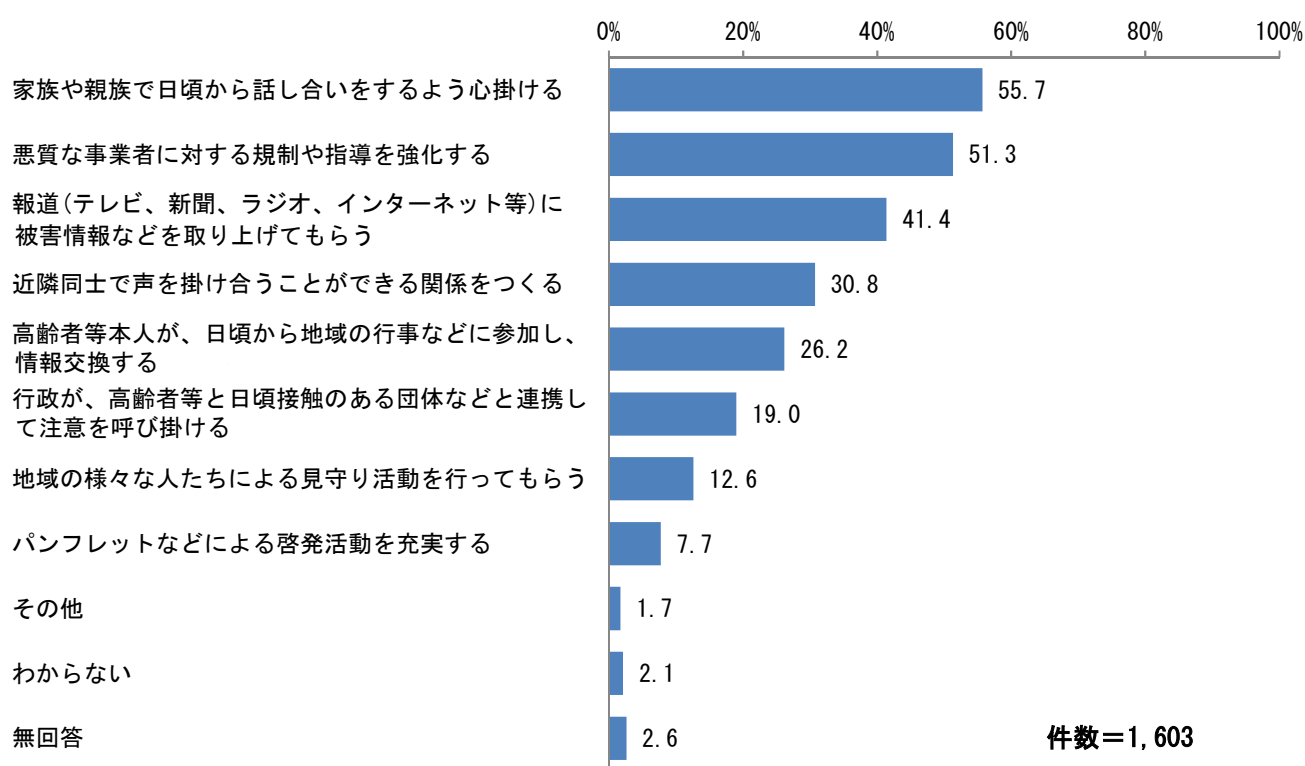


(4) 高齢者等の消費者被害未然防止の対策

高齢者等、消費生活上特に配慮を要する消費者が被害に遭わないためには、どのような対策が有効だと思うかについては、「家族や親族で日頃から話し合いをするよう心掛ける」(55.7%)が最も多く、次いで、「悪質な事業者に対する規制や指導を強化する」(51.3%)が続いている。

一方、「地域の様々な人たちによる見守り活動を行ってもらおう」との意見は12.6%にとどまっている。

図5 高齢者等の消費者被害未然防止対策で有効だと思うこと(複数回答)

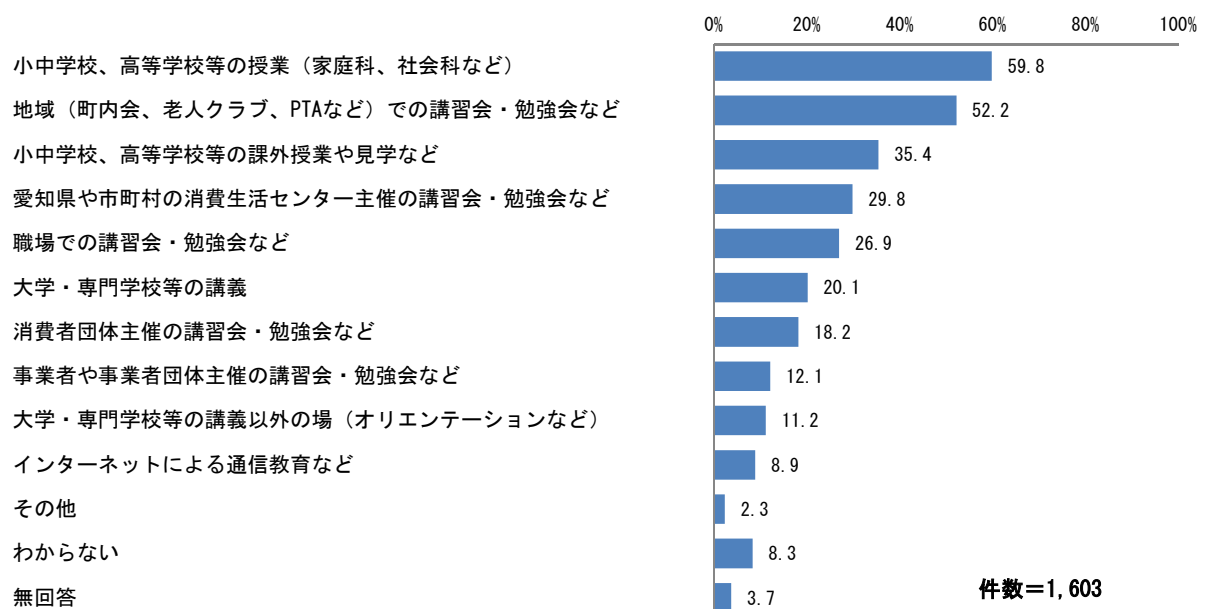


(5) 効果的な消費者教育

消費者一人一人が、「自立した消費者」であるとともに、「消費者市民社会」の形成に参画していくために、どのような機会を利用して消費者教育が行われると効果的だと思うかについては、「小中学校、高等学校等の授業（家庭科、社会科など）」（59.8%）という意見が最も多かった。

次いで、「地域（町内会、老人クラブ、PTAなど）での講習会・勉強会など」（52.2%）、
「小中学校、高等学校等の課外授業や見学など」（35.4%）が続いている。

図6 効果的な消費者教育の機会（複数回答）



4 消費者を取り巻く環境の変化と課題

(1) 高度情報化・国際化の進展に伴う消費者被害への対応

情報通信技術の発達と、スマートフォンを始めとした情報通信機器・サービスの急速な普及により、インターネット上で、国境や時間の制約を超えて様々な商品・サービスの取引が拡大している。消費者向け電子商取引（BtoC-EC）の市場規模が年々拡大すると共に、フリマサービス等個人間での電子商取引（CtoC-EC）も急増している（図1、2）。また、キャッシュレス決済の普及など、決済手段も多様化し、消費者の利便性は大きく向上している。

一方で、「電子商取引」に関する消費生活相談の件数も高水準にあり、2018年度の本県内の消費生活相談で最も多い相談内容は「インターネット通販」に関する相談で、相談全体の5分の1を占めている。さらに、個人間の電子商取引に伴う消費者同士のトラブルなど、新たな消費者トラブルも増加しており、高度情報通信社会の進展に伴う消費者トラブルに、的確に対応していく必要がある。

図1 BtoC-ECの市場規模及びEC化率の経年推移

(単位：億円)

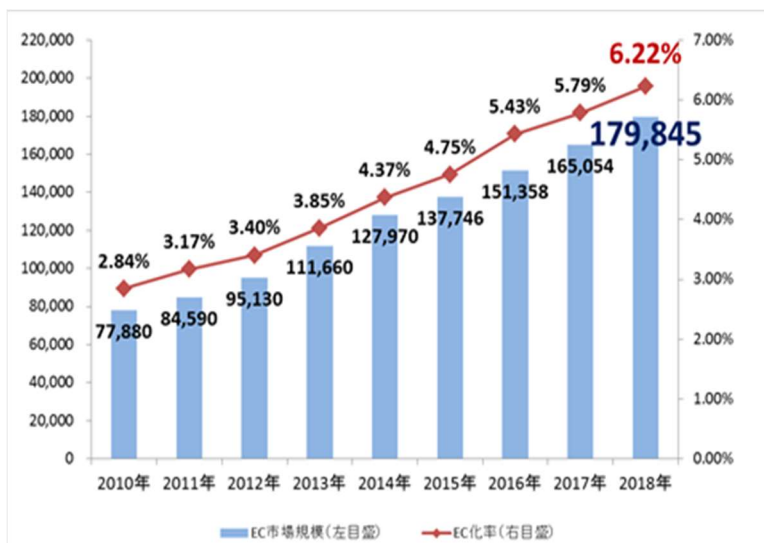
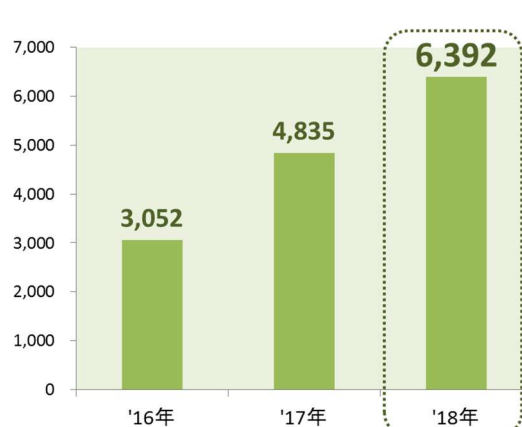


図2 フリマアプリの推定市場規模

(単位：億円)



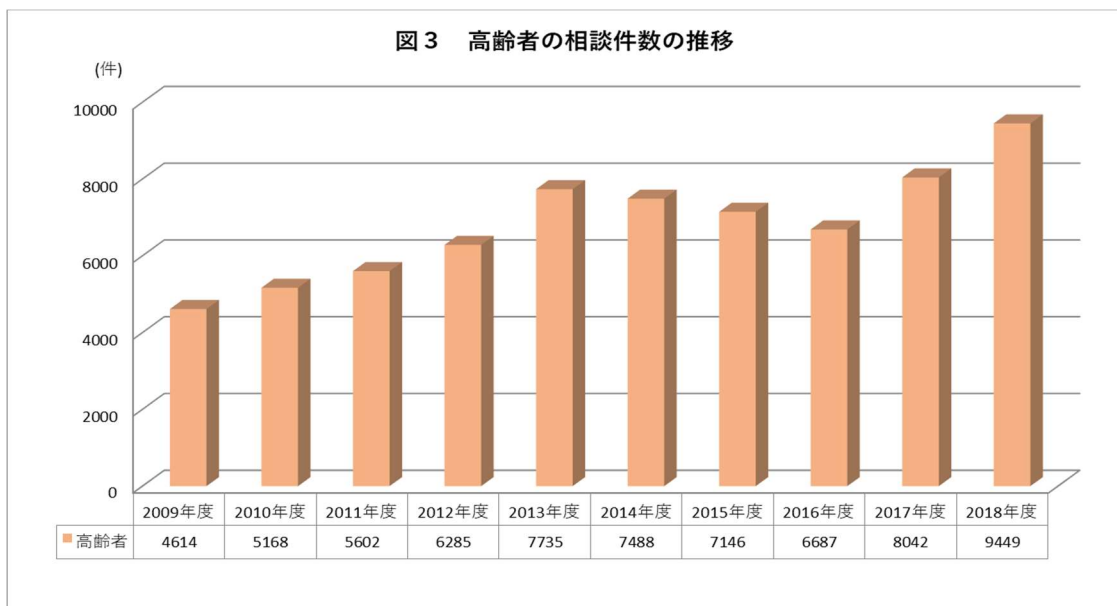
出典（図1、2）：平成30年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）報告書（平成31年5月経済産業省商務情報政策局情報経済課）

(2) 高齢者等を消費者被害から守る仕組みづくりの拡充

本県の65歳以上の人口は、平成27（2015）年国勢調査では176万763人（県人口の23.8%）で、平成22（2010）年調査時から26万8678人（18.0%）増加している。このうち、単独世帯の人口は28万764人（65歳以上人口の15.9%）で、平成22（2010）年調査時から6万3438人（29.2%）増加しており、高齢化、独居化が進んでいる。その後の調査（平成30（2018）年度愛知県人口動向調査結果（推計人口））においても、65歳以上の人口の割合は24.8%となっており、高齢化がさらに進んでいる。

本県の消費生活相談における高齢者（70歳以上）の相談件数は、2016年度まで減少傾向にあったが、2017年度からは増加に転じており、ハガキによる不当請求の増加など、悪質な手口も目立っている。今後、さらなる高齢化の進行により、高齢者の消費者被害の増加が懸念される（図3）。

本県では、高齢者、障害者等の消費生活上特に配慮を要する消費者を消費者被害から守るため、第二次計画期間中に、消費者安全法に基づく「消費者安全確保地域協議会（高齢者等見守りネットワーク）」の設置を促進する取組を進め、2019年9月末現在までに、9市において地域協議会が設置されている。今後、消費者被害に遭う高齢者等を一人でも少なくするため、地域協議会が未設置の市町村に対しても、設置を積極的に働きかけ、地域ぐるみの取組を県内全域に拡大するとともに、実効性のある見守りが実施される仕組みづくりを拡充していく必要がある。



(3) 成年年齢引下げを踏まえた消費者教育の充実

民法の改正により、2022年4月から成年年齢が18歳に引き下げられることとなった。これに伴い、18歳から、親の同意を得ずに様々な契約をすることができるようになる一方で、「未成年者取消権」による保護がなくなるため、新たに成人となる18歳、19歳の消費者被害が増加することが懸念される。

本県では、「消費者教育研究校」として指定した高等学校及び特別支援学校の家庭科や社会科などの授業において、消費者教育の専門家（消費生活相談員等）が講師となり、消費者被害に遭わない、合理的な意思決定のできる消費者の育成を推進してきた。

今後はさらに、成年年齢引下げを見据えて2018年2月に消費者庁、文部科学省、法務省及び金融庁の4省庁が策定した「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」も踏まえながら、若年者に対する消費者教育を充実していく必要がある。

(若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラムの主な取組項目)

- ・ 学習指導要領の徹底
→ 家庭科や社会科等での消費者教育
- ・ 消費者教育教材の開発、手法の高度化
→ 高校生向け消費者教育教材「社会への扉」を活用した授業の実施
- ・ 実務経験者の学校教育現場での活用
→ 「消費者教育コーディネーター」の育成、都道府県への配置

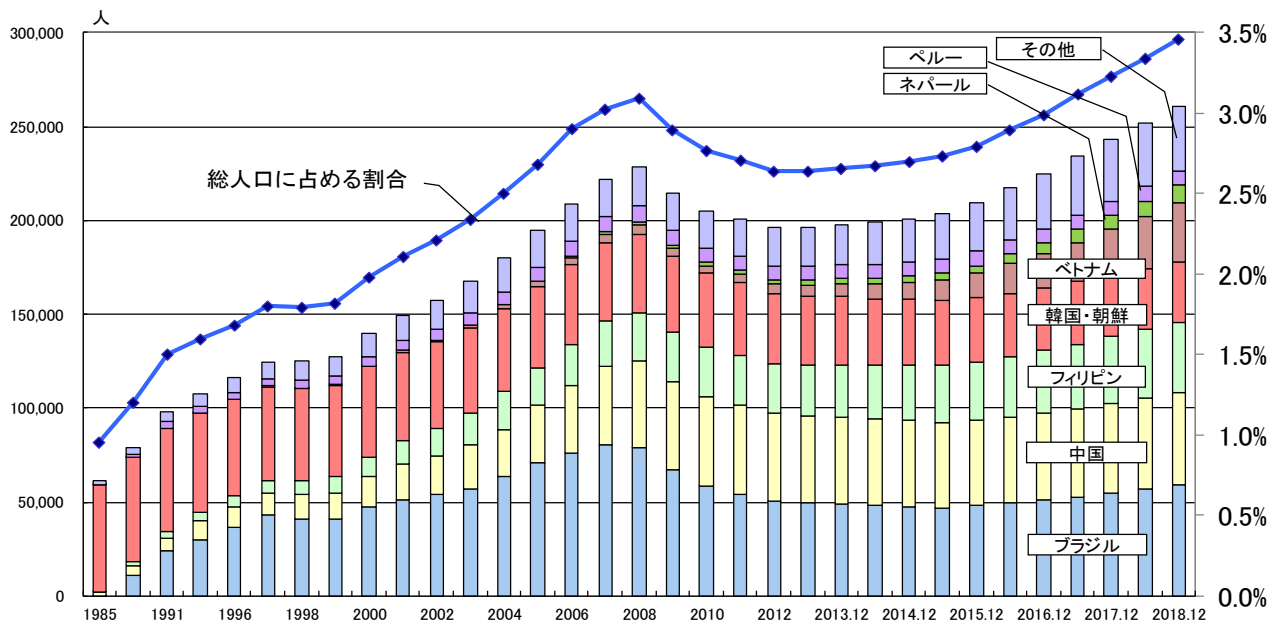
(4) 増加する外国人県民等の消費者被害への対応

本県の外国人県民の数は2013年の19万人から年々増加を続け、2018年には26万人を超えており(図4)、東京都に次いで全国で2番目に多い。

また、近年、我が国を訪れる外国人も増加しており、その消費額も毎年伸びているが(図5)、本県においても、2013年に約88万人だった訪日外国人旅行者数は、2016年に200万人を超え、2018年には約243万人となっている(図6)。

外国人からの消費生活相談については、件数は少ないものの、年々増加傾向にあり、2017年度以降急増している(前出P.13図9)。今後も、新たな外国人材の受入れや訪日外国人旅行者の増加に伴い、相談件数が増加することが予想されるため、外国人の消費者被害への対応として、多言語での相談対応を行っていく必要がある。

図4 愛知県内の外国人県民数の推移

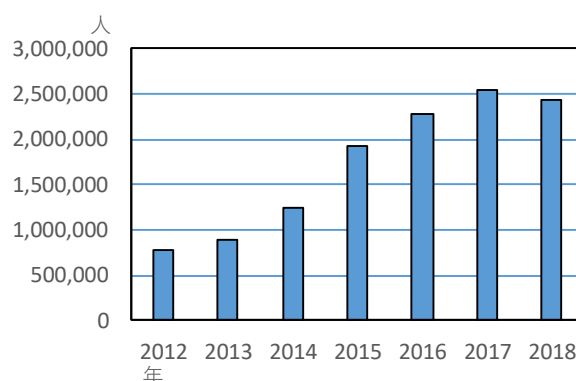


出典：愛知県多文化共生推進室「愛知県内の市町村における外国人住民数の状況(2018年12月現在)」



出典：国土交通省観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図6 愛知県を訪れた訪日外国人旅行者の推移



出典：日本政府観光局（JNTO）の「訪日外客統計調査」の訪日客数の総計に、国土交通省観光庁の「訪日外国人消費動向調査」の都道府県訪問率を乗じて推計

(5) 「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成に資する消費者施策の推進

2015年9月の国連サミットで「持続可能な開発目標（SDGs）」が採択され、「誰一人取り残さない」という理念の下、2030年までに持続可能な社会の実現を目指すことが確認された。これを受け、国においては、2016年12月に持続可能な開発目標（SDGs）実施指針を策定し、「持続可能で強靱、そして誰一人取り残さない、経済、社会、環境の統合的向上が実現された未来への先駆者を目指す」というビジョンを示し、「エシカル消費」の普及啓発や、食品ロス削減などに取り組んでいる。

SDGsの目標12「つくる責任つかう責任」において、2030年までに人々があらゆる場所において、持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにすることなどが掲げられていることから、県においても、「人や社会、環境に配慮した消費行動」である「エシカル消費」の概念を広く県民に啓発し、持続可能な社会の形成に貢献する消費行動を促進していくことが求められている。

(6) 身近な商品・サービス及び暮らしの安全・安心の確保

ア 商品・サービスの安全・安心の確保について

県では、商品・サービスによる危害を防止し、適正な選択が確保できる環境整備に努めており、家庭用品に関する衛生監視・指導や医薬品等取扱者に対する監視・指導、消費生活用製品の安全確保等に取り組んでいる。

さらに、消費者の生命や健康に直接影響する食の安全・安心の確保については、食品の安全性を確保するための監視・指導や、表示の適正化に取り組むとともに、消費生活モニターから提供される情報を、必要に応じて関係局と共有するなど、県の関係局が連携して食の安全管理体制を推進している。

今後も、国の関係機関等と連携しながら、商品・サービスや食の安全・安心の確保に向けて、事業者等に対する指導、監視機能の充実を図るとともに、消費者及び事業者に対して適切な情報提供を推進していく必要がある。

イ 消費者事故等について

身近な商品等による事故などの消費者被害を未然に防ぐためには、消費者への迅速かつ適切な情報提供が重要である。

消費者庁では、消費者安全法に基づき、関係機関から生命・身体事案、財産事案に関する事故情報を一元的に集約し、その分析・原因究明等を行い、情報提供を行っているが、県では、これらの情報と、県内の消費生活センター等に寄せられた相談情報を収集・分析し、危険・危害の注意喚起を、速やかにウェブサイト等を通じて広く県民に呼びかけている。

今後も、若年者、高齢者等に対応した効果的な情報発信を行い、より広く県民に対して注意喚起等を行う必要がある。

IV 施策の方向性

1 計画の体系

計画の基本理念「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」に向けて、Ⅲに掲げた消費生活をめぐる現状と課題を踏まえ、「消費者被害の救済・未然防止の強化」、「主体性のある消費者の育成」、「消費生活の安全・安心の確保」を三つの柱として、施策を展開することを提言する。

目標1 消費者被害の救済・未然防止の強化

～消費者問題解決力の高い地域づくりを目指して～

増加する高齢者の消費者被害や、社会経済環境の変化に伴う新たな消費者問題にも的確に対応していくため、地域全体で消費者問題解決力を強化していくことが重要である。

そのため、第二次計画期間中に構築した、県と市町村の連携による消費生活相談体制の維持・充実を図るとともに、高齢者等を消費者被害から守る仕組みづくりを拡充するなど、「消費者問題解決力の高い地域づくり」を今後も進める。

また、悪質事業者に対する徹底した指導・迅速な処分等を行うとともに、法執行を含めた事業者指導を強化し、消費者被害の未然防止・拡大防止を図る。

目標2 主体性のある消費者の育成

～消費者の自立支援と持続可能な社会の実現を目指して～

消費者自身が消費生活に関する必要な知識の習得、情報の収集を行い、自主的かつ合理的な選択を行うことができるよう、主体性のある消費者の育成に積極的に取り組む。また、国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」の理念を踏まえ、「人や社会、環境に配慮した消費行動」である「エシカル消費（倫理的消費）」の概念を広く県民に普及啓発し、持続可能な社会の形成に貢献する消費行動を促進する。さらに、2022年4月からの成年年齢引下げへの対応を講じる。

そのため、県は、様々な関係者・団体と連携を図りながら、総合的、体系的に消費者教育を推進していく。

目標3 消費生活の安全・安心の確保

～安心して商品・サービスを選択できる暮らしの実現を目指して～

商品・サービスによる危害を防止するとともに、規格・計量・表示の適正化を図り、消費者の安全・安心の確保と適正な選択ができる環境を整備する。

特に、消費者の生命や健康に直接影響する食の安全・安心の確保については、今後とも、県の関係局が連携して食の安全管理体制を推進する。

また、県民の生活にとって欠かすことのできない生活必需品等が安定して供給されるよう価格や需給動向の把握を行い、著しい価格高騰や供給不足に際しては必要な調査を行うとともに、県の関係局と連携して所要の対策を講じる。

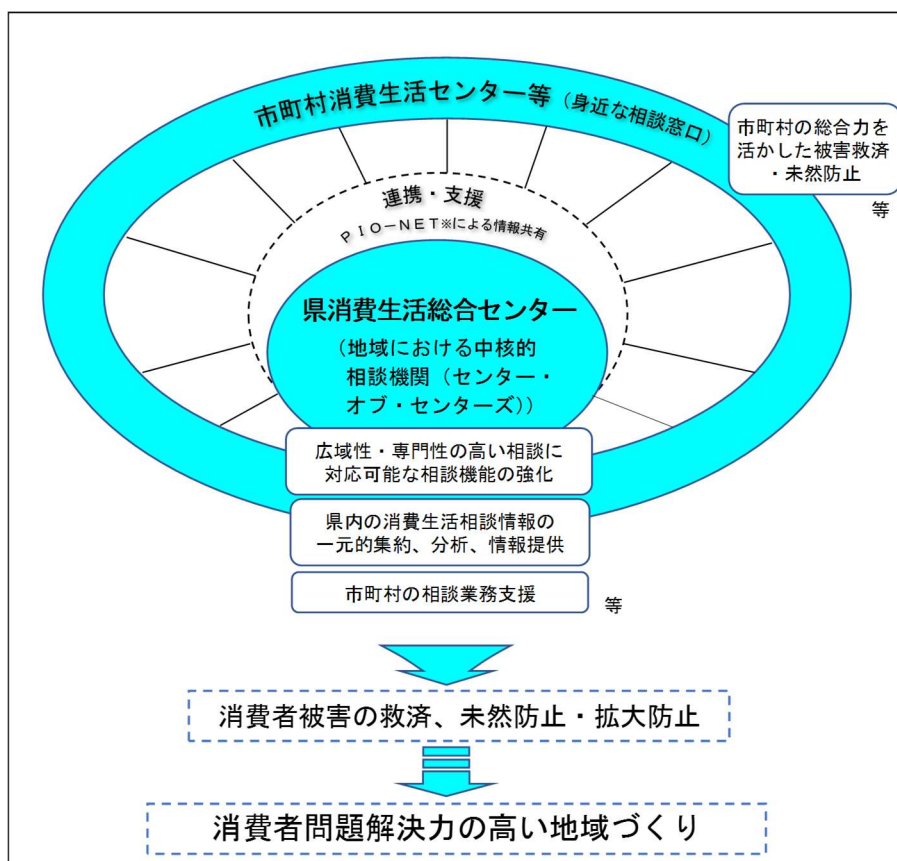
2 取組と具体的な施策例

目標 1 消費者被害の救済・未然防止の強化
 ～消費者問題解決力の高い地域づくりを目指して～

取組 1 県と市町村が連携した地域の消費者問題解決力強化

増加する高齢者の消費者被害や、社会経済環境の変化に伴う新たな消費者問題に的確に対応していくため、第二次計画期間中に整備された県内の消費生活相談体制を維持し、充実を図るとともに、県と市町村が適切な役割分担の下で連携を強化し、地域全体で消費者問題解決力の強化を推進する必要がある。

＜消費者問題解決力の高い地域づくりに向けた県と市町村の連携体制＞



※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)

(1) 愛知県消費生活総合センターの機能強化（地域における中核的相談機関）

愛知県消費生活総合センターが、地域における中核的相談機関（センター・オブ・センターズ）としての役割を果たしていくため、広域性・専門性の高い相談にも対応できる体制を、より機能強化するとともに、県内の消費生活センター等の相談情報を一元的に集約・分析し、県民へのタイムリーな情報提供（注意喚起）や、事業者指導の着実な実施につなげることで、消費者被害の未然防止・拡大防止を図る必

要がある。

併せて、市町村の消費生活センター等への支援を一層充実・強化する必要がある。

具体的な施策例

《専門分野チーム・研究会における調査・研究》

広域性・専門性の高い相談に的確に対応するため、消費生活相談員で構成された「専門分野チーム」において、情報通信等の消費生活の専門分野を継続的に調査研究する。

《弁護士会との連携による解決困難事案への早期解決及び対応力の強化・向上》

解決困難な事案に対しては、愛知県弁護士会との連携を図り、法的解釈やあっせん困難事案への助言を受けることで、早期解決と相談対応力の強化・向上を図る。

《専門家（アドバイザー）による指導・助言》

「専門分野チーム」での研究会において、消費生活相談業務を始め、消費者教育、事業者指導等の業務を的確に行うに当たり、各分野の専門家である「消費者行政アドバイザー」から、より専門性の高い分野について助言を受ける。

《消費生活相談員の研修の充実》

消費生活相談員の資質の向上を図るため、国民生活センター等専門機関が実施する研修を受講させるとともに、有識者を始め、消費者団体、事業者団体を講師とした消費生活や多重債務に係る専門的かつ実践的な研修を実施する。

《土日相談の実施》

土日に相談窓口を開設していない市町村の業務を補完するとともに、緊急時の相談に対応するため、引き続き土日相談を実施する。

《県内の消費生活相談情報の一元的集約・分析及び情報提供》

県消費生活総合センターや市町村の消費生活センター等に寄せられた相談情報について、市町村を含め県で一元的に集約し、内容を分析することにより、消費者トラブル情報「あいちクリオ通信」等の発行やウェブサイト「あいち暮らしWEB」などを通じて、県民へタイムリーで効果的な注意喚起を行い、消費者被害のさらなる未然防止・拡大防止を図る。

また、相談状況を的確に把握し、事業者指導の着実な実施につなげる。

(2) 市町村消費生活センター等の定着・機能強化及び市町村との連携・支援

第二次消費者行政推進計画期間中に整備された市町村消費生活センター等が、住民に身近な相談窓口として定着するとともに、より機能強化が図られるよう支援を行う必要がある。

このため、市町村が行う相談処理の適正化・円滑化に向けた支援を行うとともに、地域における中核的相談機関となる県消費生活総合センターと市町村の消費生活センター等との効果的な連携を図り、県と市町村が一体となった消費者問題解決力の高い地域づくりを推進する必要がある。

具体的な施策例

《「消費生活相談員人材バンク」による相談員候補者の情報提供》

市町村における消費生活相談員の安定的な確保を図るため、消費生活センター等への就職を希望する者を「消費生活相談員人材バンク」に登録してもらい、市町村からの求めに応じて、相談員の情報を提供する。

《市町村消費生活センター等定着・機能強化のための支援》

市町村職員を対象に「消費生活相談体制の充実・強化に係る研究会」を開催し、市町村消費生活センター等の定着、一層の機能強化を図るため、他県の先導的な取組や消費生活センター等周知の方法等、市町村に参考となる情報を提供する。

《指定消費生活相談員の配置》

県消費生活総合センターに、市町村による消費生活相談への支援を行う指定消費生活相談員（消費者安全法第10条の4）を配置することにより、市町村への助言、協力、情報の提供、その他の援助を行う。

《「市町村ホットライン」等による相談処理支援》

「市町村ホットライン（県と市町村との専用回線）」により、市町村の消費生活相談員等からの問い合わせに対し、県の消費生活相談員が助言をすることで、解決困難な事案に対するバックアップなどの支援を行うとともに、市町村職員向けにも、「消費生活相談処理簡易マニュアル」を作成し、内容の充実を図るなど、市町村における相談処理の支援を行う。

《支援弁護士制度の活用による支援》

愛知県弁護士会との連携により、市町村消費生活相談員が法律的な助言を必要とする場合、地域の弁護士会の窓口で電話での助言を求める体制を運用し、市町村における相談処理の支援を行う。

《巡回指導、実践研修（OJT）による市町村相談員に対する直接支援》

市町村への巡回指導や県消費生活総合センターにおける実践研修（OJT）の実施により、市町村の相談体制への支援を行うとともに、市町村消費生活相談員の実務能力向上の支援を行う。

《市町村消費生活相談員等研修の充実・強化》

市町村消費生活相談員の資質の向上を支援するため、有識者を始め、消費者団体、事業者団体の講師による専門的かつ実践的な研修を実施するほか、県の「専門分野チーム」の活動で得たノウハウ・知識を市町村消費生活相談員に広く共有し、市町村の相談業務に活かすことができるよう、専門分野チーム・フィードバック研修を実施することで、消費生活相談員の研修機会の確保を図る。

併せて、市町村職員向け研修の充実を図ることによって、職員による相談業務のバックアップを始め、消費者行政推進体制を強化する。

《「消費者行政連絡協議会」による連携》

県と市町村で構成する「愛知県消費者行政連絡協議会」を開催し、情報の共有に努めるとともに緊密な連携を図り、地域全体で消費者問題の解決に取り組む。

《「市町村消費生活センター長会議」の開催》

県と市町村が現状や課題等を共有し、それぞれの役割において消費生活相談体制の充実・強化を図ることが重要であることから、センター長の役割を始め、実務の課題について意見交換・情報共有を行う「市町村消費生活センター長会議」を開催する。

《消費生活センター等の認知度の向上》

県消費生活総合センターと市町村の消費生活センター等の認知度を高めるため、消費生活情報「あいち暮らしっく」や市町村の広報誌等により、その存在と役割を広く県民に周知するとともに、身近な消費生活センター等につながる「消費者ホットライン188^い_ゃ^ゃ」の普及啓発を行い、利用を促すことで、消費者被害の未然防止・拡大防止を図る。

取組2 高度情報化・国際化の進展に対応した消費者被害防止・救済対策の推進

スマートフォンの普及を始め、情報通信技術の高度化や、国境を越えたインターネットによる取引など、拡大を続ける消費者向け電子商取引（BtoC-EC）に的確に対応することが求められている。また、シェアリング・エコノミーの普及による個人間電子商取引（CtoC-EC）、革新的なフィンテック^(※)の登場に伴う決済のキャッシュレス化や

多様なサービスの進展など、新たな消費者問題にも適切に対応できるよう、県の消費生活相談員の専門性を高めるとともに、社会経済の変化を注視しながら、継続的に調査研究を進める必要がある。

※ **フィンテック**

金融を意味するファイナンス (Finance) と技術を意味するテクノロジー (Technology) を組み合わせた造語であり、主に IT を活用した革新的な金融サービス事業を指す。

具体的な施策例

《**専門分野チーム・研究会における調査・研究（再掲）**》

広域性・専門性の高い相談に的確に対応するため、消費生活相談員で構成された「専門分野チーム」において、情報通信等の消費生活の専門分野を継続的に調査研究する。

《**新たな消費者問題への的確な対応**》

消費者向け電子商取引等に関連する法改正や国の施策の状況、情報通信技術や情報通信機器に関する最新の情報を収集し、新たな消費者問題に的確に対応する。

取組3 増加する外国人県民等への対応など相談体制の充実・強化

「新たな外国人材の受入れ」に向けた取組等に伴う、外国人県民等の増加による消費者被害に適切に対応できる相談体制の充実を図る必要がある。

また、情報通信技術の進展を始め、社会経済情勢の変化を的確に踏まえ、障害のある人など、相談をすることに何らかの困難を抱えている人や若年者にも配慮し、相談のしやすい体制のあり方について、継続的に調査研究を進める必要がある。

具体的な施策例

《**多言語による相談体制の構築（「あいち多文化共生センター」との連携）**》

「あいち多文化共生センター」と連携して、外国語を母国語とする、通訳等が必要な外国人からの相談に多言語で対応できるような相談体制を構築する。

《**相談者の特性に配慮した相談対応等の調査・研究**》

電話を使う機会が少ない傾向にある若年者や電話相談が困難な相談者に配慮し、インターネットによるSNS、チャット形式の相談など相談者の特性に合わせた効果的な相談対応等を、国の動向等を踏まえながら調査・研究する。

取組4 高齢者等を消費者被害から守る見守りネットワークの拡大

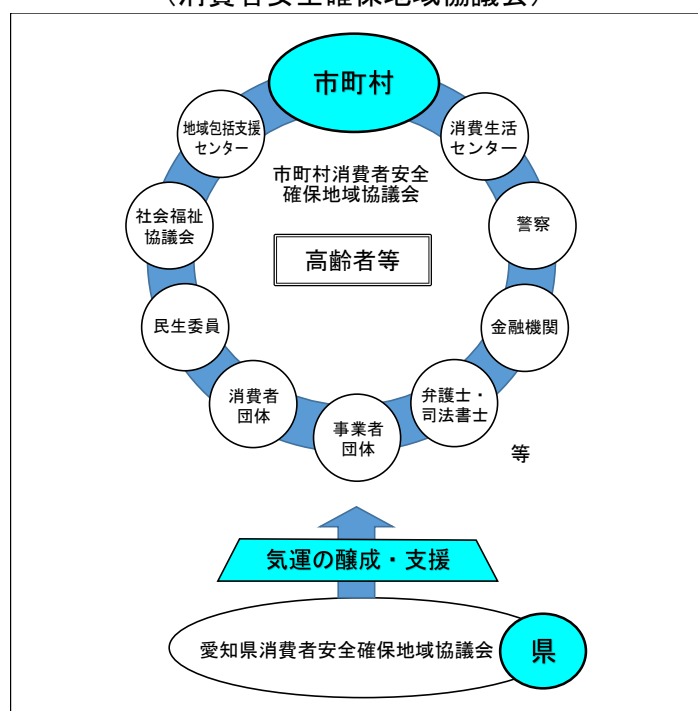
高齢者、障害者等の消費生活上特に配慮を要する消費者の消費者被害の背景には、生活の困窮や社会的孤立、認知力の低下などが潜んでいることも多い。

中でも近年、高齢化の進行に伴い、高齢者の消費者被害が増加しているが、高齢者は日中に在宅することが多く、悪質な訪問販売や電話勧誘販売等による消費者被害に遭いやすい状況にあり、被害に遭っていることを認識していない、自分が悪いと思って相談しない、一人暮らしで相談する人がいないなど、被害が表面化しにくい傾向にある。

このため、本県では、高齢者等を消費者被害から守るため、身近で気軽に相談できる地域の相談窓口を整備するとともに、消費者安全法（2014（平成26）年6月改正）で規定された「消費者安全確保地域協議会」の仕組みを活用し、地域社会全体で高齢者等を見守るためのネットワークづくりを進めてきた。

「消費者安全確保地域協議会」は、これまで、9市において設置（2019年9月末現在）されているが、より多くの高齢者等が見守られる体制を構築するため、市町村における協議会の設置を促進するとともに、実効性のある見守りが実施されるよう支援を行う必要がある。

<高齢者等を消費者被害から守る見守りネットワーク> (消費者安全確保地域協議会)



具体的な施策例

《「愛知県消費者安全確保地域協議会」の開催》

警察、医療機関、福祉関係者、消費者団体等で組織する「愛知県消費者安全確保地域協議会」を開催し、高齢者等を消費者被害から守る取組を行うための情報交換・

協議を行うとともに、市町村における消費者安全確保地域協議会の設置促進など、地域の見守りネットワークの活動の拡大を図る。

《市町村の見守りネットワーク構築の促進、支援》

高齢者等が地域で安心して暮らせるよう、市町村の福祉部門等において推進する「高齢者等見守りネットワーク」の構築及び体制の充実強化に向けた取組と連携し、市町村における「消費者安全確保地域協議会」の設置を働きかけ、高齢者等の消費者被害の救済・未然防止に向けた地域の見守り活動の拡大を図るとともに、実効性のある見守りが実施されるよう、会議や研修を通して情報提供等の支援を行う。

取組5 悪質事業者に対する綿密な調査と厳正な処分

法律や条例に反した不当な取引行為による消費者被害を防止するため、消費生活相談の内容を把握して、行政処分が必要と認められる場合には、事業者の実態を解明するため、綿密な調査を行い、厳正な処分を実施することが求められている。また、処分逃れを企図する極めて悪質な事業者の実態を解明するため、調査力の向上を図るとともに、広域的な事案については、国の関係機関と連携して調査を行う必要がある。

不適正な広告表示等についても、国の関係機関や近隣県等と連携をとりながら適正に対処していく必要がある。

具体的な施策例

《綿密な調査と厳正な処分》

消費生活相談において、詳細な内容を把握するとともに、不当な取引行為を行う事業者の実態を明らかにするため、適正に消費者聴取を行い、消費者の証言や物証を入手する。

また、必要に応じて、法令に基づき、不当な取引行為を行う疑いのある事業者の事業所への立入調査を行うとともに、必要な報告を求める。

さらに、処分の根拠となる法の解釈等を弁護士等の専門家や国とも相談しながら、厳正な処分を実施する。

《調査力の向上》

法律や条例に基づく立入調査を忌避する目的で事業所を隠匿・偽装するなどの、極めて悪質な事業者に対応するため、様々な事例の研究・分析によるノウハウの蓄積や情報収集力の強化など、調査力の向上を図る。

《国及び近隣県等と連携した調査・処分》

愛知、静岡、岐阜、三重の東海4県で、会議を定期的に行い、悪質事業者に関

する情報交換等を行うなど、緊密な連携を図るとともに、中部経済産業局とも連携し、同局及び近隣県と合同して調査を行ったうえ、同時の行政処分を実施する。

また、被害情報に類似性がある他の都道府県とも必要に応じて連携し、消費者被害の未然防止・拡大防止を図る。

消費者の自主的かつ合理的な選択を阻害する、不適正な広告表示等については、国、近隣県等の関係機関と連携をとりながら適正に調査を行い、措置命令等により、消費者の利益保護を図る。

取組 6 被害防止に向けた事業者指導の強化及び関係機関との連携

不当な取引行為については、新たな被害の発生を防止するため、相談内容の分析を適時に行い、被害の発生が認められた場合には初期の段階で指導を行う必要がある。

ハガキや封書等による不当請求や架空請求など短期間に多数の被害が生じるおそれのある場合には、速やかに当該事業者名を公表し、消費者に注意喚起を行うとともに、詐欺的な利殖勧誘など犯罪被害が疑われる場合や、健康被害のおそれがある場合には、警察及び監督官庁に情報提供を行い、迅速な取締り、的確な指導につなげる必要がある。

表示に係る法令は、景品表示法を始め、食品表示法、医薬品医療機器等法など複数存在するため、関係法令を所管する国の機関や本県の所管局とも連携しながら、迅速かつ適正な指導を行う必要がある。また、ネットショッピング、通信販売の拡大に伴い、不適正な広告表示が、広く全国に影響を及ぼすおそれがあることから、他の都道府県とも協力関係を一層強め、綿密な情報交換や合同での指導など、連携して取り組む。このほか、店舗における表示等を調査し、当該事業者への啓発を行う必要がある。

また、消費者被害の未然防止・拡大防止の観点から、事業者の不当な取引行為の「差止請求」を行うことができる「適格消費者団体」（消費者契約法第 13 条第 1 項）については、期待される役割を充分果たすことができるよう、県から同団体への情報提供に努めるとともに、差止請求制度について県民に周知するなど、連携・支援をさらに深めていく。さらに、「適格消費者団体」が消費者の財産的被害の集団的な回復のための訴訟を提起できる「特定適格消費者団体」（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第 65 条第 1 項）として内閣総理大臣の認定を受けることができるよう、支援を行っていく必要がある。

具体的な施策例

《不当な取引行為に係る事業者指導の実施》

不当な取引行為を行っている疑いがある事業者について、速やかに情報提供を行うとともに、事業者に対し業務の改善を指導することで、消費者被害の未然防止・拡大防止を図る。

《取締・指導監督機関等との連携》

詐欺的な商法や美容医療、医薬品、化粧品等のうち問題となる商法・健康被害等に関する相談を端緒として、警察及び各監督官庁等に対し、定期・随時に情報提供を行い、迅速かつ的確な事業者の取締り・指導監督等の取組につなげる。

なお、情報の提供に当たっては、個人情報保護に配慮する。

庁内連携については、「愛知県消費者行政推進会議」を、他機関連携については、個別分野の会議体等を活用し、情報交換を行う。

《商品等の表示に係る店頭調査・啓発の実施》

県内の店舗を訪問して、景品表示法に違反する行為の有無等を、店頭の表示などから調査したうえ、当該事業者への啓発を行う。

《食品等の表示に係る関係機関との協力体制の推進》

景品表示法、食品表示法、医薬品医療機器等法などの表示関係法規を所管する国の機関や本県の所管局と連携を図り、情報共有や合同調査を実施し、不適正な表示を行う事業者への指導を行う。

《広告表示適正化のための近隣県等との連携》

愛知、静岡、岐阜、三重の東海4県で、会議を定期的で開催し、事例検討や情報交換を行い、必要に応じて合同での監視・指導を実施する。

また、東京都を始めとする「5都県広告表示等適正化推進協議会」など、他の地域の広域連携組織とも連携して、広域事業者に対応していく。

《適格消費者団体との連携・支援》

事業者の不当な取引行為の差止請求を行うことができる「適格消費者団体」への情報提供に努めるとともに、差止請求制度について県民に周知するなど、同団体への連携・支援をさらに深めていく。また、同団体が、消費者の財産的被害の集団的な回復のための訴訟を提起できる「特定適格消費者団体」として内閣総理大臣の認定を受けることができるよう、支援を行っていく。

取組7 被害防止に向けた事業者や事業者団体による自主的な取組の支援

消費者被害の未然防止及び消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保のためには、不適正な事業者に対する監視・指導の強化だけではなく、事業者のコンプライアンス意識の向上や、消費者の視点に立った自主的な取組を支援していくことも重要である。

そのため、事業者団体の勉強会や、自主的に事業者が来庁する機会を捉えて、法律

や条例等の周知を図るとともに、事業者からの個別の相談等には、適切な助言、対応を行う必要がある。

具体的な施策例

《自主来庁事業者に対する情報提供》

自らの取引行為に関して、法令上の問題点を把握し改善を行うことを目的として来庁した事業者に対し、相談情報を提供し、法令遵守について指導を行う。

さらに、来庁した信用供与事業者、コンサルタント業務受託事業者に対しても、加盟店等の相談情報を提供し、指導、監督を依頼する。

《景品表示法の趣旨、内容の周知》

事業者から寄せられる表示についての相談に対し、景品表示法の趣旨、内容、留意点などを丁寧に説明し、適切な表示が行われるよう助言する。

さらに、景品表示法や国の作成するガイドライン、Q&A等について周知を図るとともに、勉強会の開催を希望する事業者、事業者団体に対しては、資料の提供や講師の派遣を行う。

目標 2 主体性のある消費者の育成

～消費者の自立支援と持続可能な社会の実現を目指して～

取組 1 様々な場における消費者教育の推進

消費者教育は、誰もがどこに住んでいても、生涯を通じて、学校、地域、家庭、職域等のライフステージに応じた様々な教育の場で受けられることが必要であり、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行うべきである。

このため、消費者及び消費者教育の推進に従事する者が取り組むべき消費者教育の意義や目標を理解できるよう、「消費者教育の体系イメージマップ」(参考)なども参考にしながら、対象領域ごと、発達段階ごとの学習目標を整理し、全体像を明示し、体系的に行う必要がある。

(参考) 消費者教育の体系イメージマップ

各期の特徴 重点領域	成人期				
	特に若者	成人一般	特に高齢者	Ver.1.0	
消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期	
	持続可能な消費の実践	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考える習慣を身に付けよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響に配慮して行動しよう	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響に配慮することの大切さを伝えよう	
	消費者の参画・協働	持続可能な社会を目指したライフスタイルを採ろう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践しよう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝えよう	
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	安全で危険の少ないライフスタイルを付けよう	安全で危険の少ないライフスタイルをつくらう	安全で危険の少ないライフスタイルの大切さを伝えよう	
	トラブル対応能力	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を身に付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう	
生活の管理と契約	選択し、契約することへの理解と考える態度	契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう	契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する習慣を身に付けよう	契約トラブルに遭遇しない暮らしの知識を伝えよう	
	生活を設計・管理する能力	生涯を見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を实践しよう	生涯を見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を实践しよう	生活環境の変化に対応し、支え合いながら生活を管理しよう	
情報とメディア	情報の収集・処理・発信能力	情報と情報技術を通じて国際社会との関係を考えよう	情報と情報技術を通じて国際社会との関係を考えよう	支え合いながら情報と情報技術を通じて利用しよう	
	情報社会のルールや情報モラルの理解	望ましい情報社会のあり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう	望ましい情報社会のあり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう	支え合いながら、情報モラルが守られる情報社会をつくらう	
	消費生活情報に対する批判的 思考力	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを理解しよう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会との関係を理解しよう	支え合いながら消費生活情報を上手に取り入れ、活用しよう	
幼児期	小学低学年	小学高学年	中学生期	高校生期	成人期
様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期
おつかいや買い物に関心を特とう	消費をめぐる物と金銭の流れを考えよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けて考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響に配慮して行動しよう
身の回りのものを大切にしよう	自分の生活と身近な環境とのかわりに気づき、物の使い方を工夫しよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう	危険を回避し、物を安全に使う手を知り、使おう	持続可能な社会を目指して、ライフスタイルを考えよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践しよう
協力することの大切さを知ろう	身近な消費者問題に目を向けよう	危険を回避し、物を安全に使う手を知り、使おう	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けて考えよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう
くらしの中の危険や、もの安全な使い方について気づこう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	物の選び方、買い方を考え、適切に購入しよう	商品を通じて選択するとともに、契約とよき契約の仕方を考えよう	安全で危険の少ないライフスタイルを付けよう	安全で危険の少ないライフスタイルをつくらう
困ったことがあったら身近な人に伝えよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な買い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	消費生活に関する情報の収集や発信した情報への責任を知ろう	安全で危険の少ないライフスタイルを付けよう	安全で危険の少ないライフスタイルをつくらう
欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	消費に関する情報の集め方や活用の方を知ろう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを知ろう	消費生活情報の評価、選択の方法の大切さを理解しよう	安全で危険の少ないライフスタイルを付けよう	安全で危険の少ないライフスタイルをつくらう
身の回りのさまざまな情報に気づこう	自分や家族の個人情報を守ろう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを理解しよう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを理解しよう	安全で危険の少ないライフスタイルを付けよう	安全で危険の少ないライフスタイルをつくらう

※本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体系的に組み立て、理解を進めやすいように整理したものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。

(1) 学校教育における消費者教育の推進

小・中・高等学校においては、2017年、2018年に改訂された新学習指導要領に基づき、育成すべき資質、能力として、「学びに向かう力・人間性等の涵養^{かんよう}」、「知識や技能の習得」、「思考力・判断力・表現力等の育成」を三つの柱として、より良い学校教育を通じて、より良い社会を創るという目標を共有し、社会と連携・協働しながら、未来の創り手となるために必要な資質・能力を育むとされている。

新学習指導要領では、消費者教育の内容の充実も図られていることから、家庭科や社会科などの教科を中心に、学校教育において一層充実した消費者教育が行われるよう努める必要がある。実施に当たっては、実践的な消費者教育を、より円滑かつ効果的に行うため、必要に応じて弁護士や司法書士等の専門家との連携を図ることも必要である。

また、大学等においては、一人でも多くの学生に消費生活や消費者問題に関する情報や知識を届けるため、県と大学等が連携し、出前講座を開催するなど消費者教育の取組を推進する必要がある。

具体的な施策例

《学習指導要領に基づく消費者教育の推進》

学習指導要領に基づき、児童生徒の発達段階や特性に応じた消費者教育を、小・中・高等学校等の各教科等において推進し、自立した消費者の育成に取り組む。

また、環境教育、食育、国際理解教育、金融経済教育、情報教育その他の消費生活に関する教育と連携して、消費者教育を推進する。

《「消費者教育研究校」の指定》

「消費者教育研究校（高等学校・特別支援学校）」を指定し、より効果的かつ実践的な消費者教育の導入への支援を行うとともに、教員向け消費者教育情報提供紙「あいち消費者教育レポート」や研修会「消費者教育推進フォーラム」において研究校の実践例を紹介することで、他の学校での活用を促進する。

《「消費者教育コーディネーター」の配置による消費者教育推進体制の構築》

地域や学校、消費者団体、事業者、事業者団体等、消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぎ、多様な主体が連携・協働した体制づくりが進むよう、新たに配置した「消費者教育コーディネーター^(※)」を活用し、消費者教育の機会提供を拡充する。

※ 消費者教育コーディネーター

消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐため、間に立って調整をする役目を担う者

《「社会への扉」を活用した授業の全県立高校・特別支援学校での実施》

民法の成年年齢引下げを見据え、特に若年者の消費者教育の推進を図ることが重要な課題であることから、消費者庁が作成した消費者教育教材「社会への扉」を活用した実践的な授業を、2020年度までにすべての県立高等学校、県立特別支援学校において実施する。

また、実施に当たっては、より効果的で実践的な授業が行われるよう、「消費者教育コーディネーター」を活用し、学校等における消費者教育のニーズを把握し、外部講師の紹介・調整や授業案の作成を支援する。

さらに、私立高等学校等に対しても、「社会への扉」及び外部講師の活用を働きかけ、実践的授業の実施促進を図る。

《小・中学校における消費者教育の支援》

児童・生徒の発達段階に応じた消費者教育教材を開発し、ウェブサイト「あいち暮らしWEB」の消費者教育を学ぶためのコンテンツ等として提供するとともに、消費者教育の専門家の派遣などを通じて、小・中学校における消費者教育を支援する。

《障害者向け消費者教育教材・手法の開発》

障害の特性に応じた適切で伝わりやすい教材の工夫や講座の指導方法を、「消費者教育研究校」や消費者教育に係る「専門分野チーム」などにおいて調査研究を進め、それらを蓄積し、より効果的な手法等を学校関係者等に提供することにより、障害者に対する消費者教育を支援する。

《大学等における消費者教育の支援》

大学等の新入生ガイダンスでの消費者教育の出前講座の活用を働きかけるなど、消費者教育の専門家の派遣を通じて、大学や専門学校における消費者教育を促進し、支援する。

《「FAQサポートサイト」の開設》

消費者が自ら学び、考えるために必要な情報を収集する上で手助けとなる情報をFAQ（よくある質問とその回答を集めたもの）として公開する「FAQサポートサイト」を開設することにより、消費者の「知りたい」要望に応える、より利便性の高い情報発信を図る。

(2) 地域社会における消費者教育の推進

県民一人一人が「自立した消費者」として豊かな消費生活を営むには、地域、家庭、職域等における消費者教育も重要である。今後、地域における消費者教育を一

層推進するためには、消費生活センターを推進拠点とするほか、社会教育施設や各種コミュニティを活用した消費者教育の取組を推進する必要がある。

また、家庭における消費者教育や事業者が従業員に対して行う消費者教育についても、地域や学校、事業所へ講座の開催を働きかけるとともに、講師派遣を行うなど支援する必要がある。

具体的な施策例

《消費生活センターを拠点とした消費者教育の推進》

県消費生活総合センターを「消費者教育センター」として位置付け、消費者教育に関する情報の収集・発信、消費者教育教材等の作成・提供、消費者教育の担い手の育成、消費者教育を行う多様な主体の連携に向けた支援など、消費者教育の拠点としての機能のさらなる強化を図る。

また、地域における消費者教育は、住民に身近な市町村の役割が重要になることから、市町村消費生活相談員向けに、消費者教育の実務能力の向上を図るための研修を実施するとともに、出前講座に関するノウハウや消費生活情報を提供するなど、市町村の消費生活センター等における消費者教育の取組を支援する。

《大学等と連携した地域における消費者教育の推進》

大学等が行う地域貢献・アウトリーチ活動（公的機関などが積極的に働きかけて支援の実現を目指す活動）と連携・協働し、地域住民向けの消費者教育の講座等の開催などにより、地域における消費者教育を推進する。

《保護者に対する消費者教育や情報提供の充実》

保育所や幼稚園、学校等と連携して、保護者向けの出前講座を実施するとともに、子どもを消費者事故等から守るための情報提供の充実を図る。

《地域、家庭、職域等における消費者教育の支援》

社会教育施設、事業者の行う社員研修などへの消費者教育の専門家の派遣、消費生活情報紙の作成・配布、ウェブサイト「あいち暮らしWEB」による消費生活情報の発信などにより、地域、家庭、職場等における消費者教育の推進を図る。

《「消費者安全確保地域協議会（高齢者等見守りネットワーク）」による啓発・情報提供》

日中に在宅することが多く、悪質な訪問販売等による消費者被害に遭いやすい状況にある高齢者等に対して、市町村に設置を働きかけている「消費者安全確保地域協議会（高齢者等見守りネットワーク）」の活動と連携しながら、消費生活情報紙の配布や、講座等を開催することにより、広く地域における高齢者等の消費者被害防止に向けた啓発・情報提供を行う。

取組2 成年年齢引下げを踏まえた消費者教育の充実

民法の成年年齢引下げを踏まえ、若年者の消費者被害の防止とともに、自主的かつ合理的に社会の一員として行動できる、真に自立した消費者の育成を図るため、学校等における実践的な消費者教育を効果的に推進する必要がある。

具体的な施策例

《「消費者教育研究校」の指定（再掲）》

「消費者教育研究校（高等学校・特別支援学校）」を指定し、より効果的かつ実践的な消費者教育の導入への支援を行うとともに、教員向け消費者教育情報提供紙「あいち消費者教育レポート」や研修会「消費者教育推進フォーラム」において研究校の実践例を紹介することで、他の学校での活用を促進する。

《「消費者教育コーディネーター」の配置による消費者教育推進体制の構築（再掲）》

地域や学校、消費者団体、事業者、事業者団体等、消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぎ、多様な主体が連携・協働した体制づくりが進むよう、新たに配置した「消費者教育コーディネーター」を活用し、消費者教育の機会提供を拡充する。

《「社会への扉」を活用した授業の全県立高校・特別支援学校での実施（再掲）》

民法の成年年齢引下げを見据え、特に若年者の消費者教育の推進を図ることが重要な課題であることから、消費者庁が作成した消費者教育教材「社会への扉」を活用した実践的な授業を、2020年度までにすべての県立高等学校、県立特別支援学校において実施する。

また、実施に当たっては、より効果的で実践的な授業が行われるよう、「消費者教育コーディネーター」を活用し、学校等における消費者教育のニーズを把握し、外部講師の紹介・調整や授業案の作成を支援する。

さらに、私立高等学校等に対しても、「社会への扉」及び外部講師の活用を働きかけ、実践的授業の実施促進を図る。

《「FAQサポートサイト」の開設（再掲）》

消費者が自ら学び、考えるために必要な情報を収集する上で手助けとなる情報をFAQ（よくある質問とその回答を集めたもの）として公開する「FAQサポートサイト」を開設することにより、消費者の「知りたい」要望に応える、より利便性の高い情報発信を図る。

取組3 消費者教育の人材（担い手）の育成・支援

消費者教育が、学校、地域、家庭、職域その他様々な場において身近に受けられる

よう、市町村や大学と連携しながら消費者教育の人材の育成・支援に取り組む必要がある。

(1) 教職員の指導力向上

学校の教職員には、消費者教育の推進役としての役割が期待されることから、研修等により消費者教育の必要性について一層の理解を深めるとともに、消費者教育に関する指導力の向上を図る必要がある。

具体的な施策例

《教職員向け研修の実施》

消費者教育に関わる教職員向けに、「消費者教育推進フォーラム」や教員研修の機会を活用して、実践的な教育プログラムの開発に係る調査研究の成果を共有することで、教職員の消費者教育の指導力向上を図る。

《教員向け消費者教育情報提供紙の作成》

「消費者教育研究校」の教員、県教育委員会職員等で構成する「教員情報提供紙ワーキンググループ」の協力を得ながら、研究校における実践授業の取組内容や効果的な指導方法・教材等の紹介、未成年に多い消費者被害の情報など、学校における消費者教育の実践に役立つ情報を掲載した教員向け消費者教育情報提供紙「あいち消費者教育レポート」を発行する。

《教員免許状更新講習における消費者教育の機会提供》

大学と連携し、大学が実施する教員免許の更新講習において、教員に消費者教育の専門家が講師となって消費者教育を学ぶ機会を提供することで、消費者教育における指導力向上を図る。

(2) 地域人材の育成

学校、地域、家庭等様々な場において消費者教育を一層推進していくためには、講習会や出前講座の講師等となる人材の育成を図るとともに、そうした人材が活動できる場をできるだけ多く提供していくことが重要となる。

このため、多様な関係者との間に立って調整を図り、消費者教育の担い手と受け手のつなぎ役となる人材「消費者教育コーディネーター」を育成することで、多様な主体との連携・協働した体制づくりを進める必要がある。

具体的な施策例

《消費生活相談員の消費者教育の担い手としての育成》

消費生活センター等で日々相談を受けている消費生活相談員が、その知識と経験

を活かし、学校や地域等で出前講座・出前授業や啓発活動を行うことは効果的である。そこで、消費生活相談員を消費者教育の担い手として養成するために必要な研修の実施や研修への参加支援を行うとともに、消費者教育に係る「専門分野チーム」において、消費者教育の効果的手法や教材の作成等の調査・研究を行う。

《消費生活モニターの消費者市民社会の担い手としての育成》

消費生活モニターが、モニターとして学んだ知識や経験を活かし、消費者市民社会の担い手と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ことができる人材となるよう、消費生活に関する最新の情報を学習する機会を提供する。

《消費者団体への活動支援》

地域において、消費者問題の専門家として、消費生活向上のための取組を行っている消費者団体が、これまで培ってきた知識、経験、人的ネットワークを活かして県民に対する啓発を行うことや、消費生活の実態に則し、消費者の埋もれがちな声を集約し、具体的な意見にまとめて発表することへの支援として、市町村と連携しながら、各種情報や学習機会、活動の場を提供する。

《消費者教育のコーディネーターの育成》

消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐためには、間に立って調整するコーディネーターの役割は大きい。コーディネーターは、消費者教育の推進に重要な役割を果たすことから、県消費生活総合センターが拠点となって、多様な主体が連携・協働した体制づくりがより進むよう、「消費者教育コーディネーター」を育成する。

取組4 多様な主体との連携

消費者教育については、消費者教育推進法で「それぞれの場における消費者教育を推進する多様な主体の連携を確保しつつ、効果的に行われなければならない。」とされているほか、「消費者教育推進地域協議会」の設置が都道府県・市町村の努力義務とされるなど、連携・協働による体制づくりが求められている。

このため、消費者団体、事業者・事業者団体、NPO、教育関係者、行政関係者等が連携して効果的に消費者教育を展開できるよう、その取組情報の共有化を図るとともに、消費者教育の推進について情報交換、調整を行う「消費者教育推進地域協議会」を開催する必要がある。

また、どこに住んでいても消費者教育を受けられるようにするには、住民に身近な市町村の果たす役割も大きいことから、市町村における「消費者教育推進地域協議会」設置の取組を支援することも必要である。

具体的な施策例

《消費者教育に関する取組の「見える化」の推進》

幼児期から高齢期までのライフステージに応じた体系的な消費者教育について、消費者や消費者教育に携わる関係者が取り組むべき消費者教育の内容や目標が理解できるよう、消費者庁が作成した「消費者教育の体系イメージマップ」等を活用し、対象領域・年代別に整理し、「見える化」を進めることにより、多様な主体の連携・協働を促進し、取組の効果的な展開を図る。

《消費者団体、事業者、事業者団体、NPO等との連携支援》

地域における多様な主体が連携し、効果的に消費者教育を展開できるよう、学校・地域・職域等、様々な分野で消費者教育を実施する団体を消費者教育担い手団体として登録するなど、ウェブサイト「あいち暮らしWEB」等に活動内容を掲載することにより、情報の共有を図る。

《消費者団体への活動支援（再掲）》

地域において、消費者問題の専門家として、消費生活向上のための取組を行っている消費者団体が、これまで培ってきた知識、経験、人的ネットワークを活かして県民に対する啓発を行うことや、消費生活の実態に則し、消費者の埋もれがちな声を集約し、具体的な意見にまとめて発表することへの支援として、市町村と連携しながら、各種情報や学習機会、活動の場を提供する。

《消費者団体との協働推進》

県が主催する消費者教育等の行催事を、地域に根ざした消費生活に係る様々な取組を展開している消費者団体と協働して実施することで、県民ニーズに的確に対応した施策の展開を図り、より効果的に県民の消費者意識の醸成を図る。

《「愛知県消費者教育推進地域協議会」の開催》

「愛知県消費生活審議会」を「愛知県消費者教育推進地域協議会」として位置付け、消費者教育を体系的、効果的に推進するための情報交換及び調整を行うとともに、消費者教育推進計画に位置付けられた施策の実施状況の検証・評価、計画の見直しについての意見を聴取する。

《市町村の「消費者教育推進地域協議会」の設置促進》

市町村の「消費者教育推進地域協議会」の設置を市町村向けの会議を通じて働きかけるとともに、必要な助言や情報提供を行うことにより、市町村における協議会設置の取組を支援する。

《「愛知県金融広報委員会」と連携した金融経済教育の推進》

地域や学校における金融経済教育を推進するため、「愛知県金融広報委員会」と連携し、「金融広報アドバイザー」を研修や講座の講師として派遣する。

取組5 消費者被害防止のための啓発と情報発信

消費者被害の未然防止・拡大防止のためには、潜在化している相談を掘り起こし、迅速な被害救済を図るとともに、できる限り早い段階で、多くの人に効果的に啓発を実施していく必要がある。

また、P I O—N E T (全国消費生活情報ネットワークシステム)を活用するほか、国、都道府県、市町村、関係機関等との連携により、消費者被害の情報収集を行い、その情報を分析した上で、県民へ広く情報を提供することが求められる。

このため、対象となる消費者の特性に配慮し、様々な広報媒体の中から最適な手段を選択して啓発、情報発信を行う必要がある。

具体的な施策例

《消費者被害未然防止啓発紙等の発行》

県及び市町村の消費生活相談窓口に寄せられる消費生活相談の傾向を分析した消費者トラブル情報「あいちクリオ通信」及び消費者被害に対する注意喚起等の消費生活情報を掲載した消費生活情報「あいち暮らしっく」を発行し、広く県民への情報提供を行う。

《ウェブサイト、SNS等を活用した効果的な情報発信》

ウェブサイト「あいち暮らしWEB」により、消費生活情報を総合的に提供するとともに、フェイスブックやツイッターなどのSNSを活用し、緊急性の高い情報をタイムリーに提供するなど、効果的な情報発信を図る。

《「FAQサポートサイト」の開設（再掲）》

消費者が自ら学び、考えるために必要な情報を収集する上で手助けとなる情報をFAQ（よくある質問とその回答を集めたもの）として公開する「FAQサポートサイト」を開設することにより、消費者の「知りたい」要望に応えるより利便性の高い情報発信を図る。

《障害者向け消費者教育教材・手法の開発（再掲）》

障害の特性に応じた適切で伝わりやすい教材の工夫や講座の指導方法を、「消費者教育研究校」や消費者教育に係る「専門分野チーム」などにおいて調査研究を進め、それらを蓄積し、より効果的な手法等を学校関係者等に提供することにより、障害

者に対する消費者教育を支援する。

取組6 消費生活における情報の収集と消費者意見の反映

消費者、事業者及び行政がそれぞれの役割や責務についての認識を深め、相互の理解のもと、連携した取組を進めるため、消費者が日頃から関心を持っている商品・サービス等について意見交換の場を設け、消費者からの意見や要望等の収集に努めていくことが重要である。

また、消費者自身が積極的に意見や要望等を出すことの重要性を認識し、その意見等が消費者施策や事業活動に反映されることが消費者市民社会の構築につながることから、収集した消費者の意見や要望等を県の関係局、市町村、事業者、事業者団体等に情報提供していく必要がある。

具体的な施策例

《消費者・事業者懇談会の開催》

県民の関心が高い、又は、県に寄せられる相談が多い消費者問題をテーマとして、消費者、消費者団体、関係事業者団体及び行政機関からなる懇談会を開催し、消費者の意見や要望等を把握するとともに、事業活動に反映させるよう働きかける。

《消費生活モニターの活用》

消費生活モニターに対し、消費生活に関する調査及びアンケートを実施し、幅広く意見・要望等を収集し、今後の施策を進める上での参考とする。

《消費生活審議会による消費者意見の反映》

消費者施策に関する重要な事項の調査審議を行う消費生活審議会を開催し、県民の県政への参画を求め、消費者意見の施策への反映に努める。

《消費者意見の消費者施策への反映》

消費生活相談窓口寄せられた相談・苦情等を県民からの貴重な意見として、PIO-NETに登録・蓄積することにより、消費生活に関する県民の意見を広く消費者施策反映につなげる。

《事業者団体との意見交換会の実施》

事業者、事業者団体との情報交換の場を活用し、消費生活相談窓口寄せられた県民からの意見、要望、苦情を提供することで、事業者のより良い取組につなげる。

取組7 公正かつ持続可能な社会の実現に向けた支援

国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成に向け、消費者の果たすべき役割は大きい。県民一人一人が、自らの消費が社会、経済、環境等の幅広い分野において、他者に影響を及ぼしうるものであることを理解し、適切な商品やサービスを選択する力と、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参加する自覚が必要である。

そのため、県は、「エシカル消費」の理念を広く県民に普及啓発するとともに、環境教育、食育、国際理解教育、金融経済教育、情報教育等と有機的に連携した消費者教育を行う必要がある。

(1) エシカル消費の普及促進

SDGsの目標12「つくる責任つかう責任」では、2030年までに、人々があらゆる場所において、持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにすることなどが掲げられている。

消費者行政においても、消費者の持続可能な社会の形成に貢献する消費行動を促進していく必要がある。

このため、人や社会、環境に配慮するなど、消費者それぞれが、各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費活動を行う「エシカル消費」の理念を広く県民に普及啓発し、取組の促進を図る。

具体的な施策例

《「エシカルあいち宣言」の実施》

消費行動を通じて、人や社会、地域や環境における社会的課題を解決する「エシカル消費」の推進を、愛知県から全国へ発信するため「エシカルあいち宣言」を実施する。

《エシカル消費普及促進イベント等の開催》

消費者の持続可能な社会の形成に貢献する消費行動を促進するため、「人や社会、環境に配慮した消費行動」である「エシカル消費」の理念について、シンポジウムや交流イベントなどの開催を通じて、広く県民に普及啓発し、取組の促進を図る。

《エシカル消費ポータルサイトの開設》

「エシカル消費」の理念について、広く県民に普及啓発し、取組を促進するため、「エシカル消費」に関するポータルサイトを開設し、「エシカル消費」を推進する関係機関・団体の取組を紹介するとともに、「エシカル消費」につながる身近な行動事例等^(※)を始め、学習教材、講座・イベント情報など「エシカル消費」を知り、行動する手がかりとなる様々な情報を掲載し、広く県民に発信する。

※ 「エシカル消費」につながる身近な行動事例等

- ・ 障害者支援につながる福祉作業所などで作られた商品の購入
- ・ 発展途上国の生産者・労働者の支援につながるフェアトレード商品の購入
- ・ 環境への負荷を減らすことのできるエコ商品やリサイクル商品などの購入
- ・ 地域の活性化や復興支援につながる地産地消や被災地産品の購入
- ・ 人や社会、環境に配慮した製品を始め、消費者の意見を活かした商品の提供など、消費者を重視した事業活動

《「あいち消費者市民講座」等による普及啓発活動の推進》

「あいち消費者市民講座」、消費生活情報「あいち暮らしっく」、SNS（ツイッター、フェイスブック）、ウェブサイト「あいち暮らしWEB」などにより、「エシカル消費」の普及啓発を図る。

《大学等と連携した地域における普及啓発》

大学等が行う地域貢献・アウトリーチ活動と連携・協働し、講座等を開催することにより、「エシカル消費」の普及啓発を図る。

《学校等と連携した保護者への普及啓発》

保育所や幼稚園、学校等の協力を得て、消費者教育の専門家による保護者向けの講座を開催することにより、「エシカル消費」の普及啓発を図る。

《グリーン購入の推進》

グリーン購入（環境に配慮した消費行動）を推進するため、東海三県一市の広域連携で、行政、団体、事業者等が協働し、消費者に対する啓発キャンペーンを実施することにより、環境配慮型商品の普及を促進し、持続可能な社会の構築を図る。

《地産地消の推進》

「いいともあいち運動^(※)」の展開や、学校給食等における県産農林水産物の活用、ウェブサイトによる情報発信などにより地産地消の推進を図る。

※ いいともあいち運動

生産者と消費者とが相互の信頼・協調関係を構築し、一緒になって愛知県の農林水産業を支えていく「愛知県版地産地消」の取組

《フェアトレード商品購入の推進》

（公財）愛知県国際交流協会が行う、開発途上国の貧困や人権、環境問題などに

ついて考える講座等において、国際協力活動の一つであるフェアトレード紹介することで、県民へのフェアトレード商品の購入促進を図る。

《障害者の支援につながる製品購入の普及啓発》

障害者が制作した製品等を販売する常設の販売スペース設置や行催事の開催を通じて、広く県民に障害者に対する理解を深めるとともに、働きたい障害者を支援している事業者の商品の購入を啓発することで、障害者の社会参加の促進を図る。

また、県が行う物品及び役務の調達に関しても、「愛知県障害者就労施設等からの物品及び役務の調達方針」に基づき、県内の障害者就労施設等からの受注の機会の拡大を図る。

(2) 消費生活に関連したその他の取組との連携推進

消費者の自立を支援し、消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるため、消費者教育と重なる部分が多い環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活と関連する教育に関する取組との連携を図る必要がある。

具体的な施策例

《ユネスコスクールの取組の推進》

持続可能な開発のための教育（E S D）の推進拠点となるユネスコスクール^(※)が地域と協働して行うE S D活動を支援する。

また、E S D活動を県内に広げ、各校の活動をより充実したものとするため交流会を実施するなど、ユネスコスクールのネットワークづくりを進め、持続可能な社会づくりを担う人材の育成を図る。

※ ユネスコスクール

ユネスコ憲章に示されたユネスコの理想を実現するため、①地球規模の問題に対する国連システムの理解、②人権、民主主義の理解と促進、③異文化理解、④環境教育、といったテーマについて質の高い教育を実践する学校

《環境学習・環境教育の推進》

県内の小学校に環境学習副読本を配付するほか、「あいち環境学習プラザ」では環境学習コーディネート業務や実験を交えた体験型の環境学習講座を、「もりの学舎」ではインタープリターによる自然体験型プログラムやもりの学舎キッズクラブなどを実施し、持続可能な社会を支える人材の育成を図る。

《食品ロス削減対策の推進》

大切な資源の有効活用や環境負荷への配慮から、食品ロス削減を推進するため、

消費生活情報「あいち暮らしっく」やウェブサイト「食育ネットあいち」等により家庭での食品ロス削減の取組を情報発信するほか、子ども向けの環境学習プログラムなどを活用した啓発や、宴会時の食べ残しを減らす^{さんまるいちまる}3010運動^(※)の取組の促進を図る。

※ 3010 運動

宴会の最初の30分と最後の10分に料理を楽しむ機会を設けて、食べ残しを減らす取組

《地域における食育の推進》

食育の実践を推進するため、県内の食育の取組やイベント情報などについて、ウェブサイト「食育ネットあいち」等を活用して情報を提供する。

また、食生活の改善、農林水産業の体験や食文化の継承などについての知識や経験を持ち、県内各地域で食育推進活動を自主的に行う食育推進ボランティアを始め、関係団体、学校、市町村などと連携して食育を推進する。

《国際理解教育の推進》

国際交流や国際理解の関心を高めるため、（公財）愛知県国際交流協会において、国際理解教育の推進やフェアトレードの普及啓発など、県民が途上国の貧困や環境、平和など地球の課題や解決方法を知り、考え、国際協力活動へのきっかけづくりとなる取組を進める。

《「愛知県金融広報委員会」と連携した金融経済教育の推進（再掲）》

地域や学校における金融経済教育を推進するため、「愛知県金融広報委員会」と連携し、「金融広報アドバイザー」を研修や講座の講師として派遣する。

《情報モラル教育の推進》

地域の学校とPTAが協力して携帯電話、スマートフォン、インターネットの適正な利用の呼びかけや、生徒・保護者への啓発を行うなど、学校・家庭・地域が一体となった情報モラル教育を推進する。

目標3 消費生活の安全・安心の確保

～安心して商品・サービスを選択できる暮らしの実現を目指して～

取組1 食の安全・安心の確保

食の安全を揺るがす問題が依然として発生しており、消費者の食への関心は高まっている。食の安全・安心を確保するためには、生産者、加工者、流通・販売者における食の安全管理体制を推進するとともに、食品の安全性や表示についての監視・指導、検査体制等の充実が求められている。

県民が食に対して安全で安心であると実感できるよう、「あいち食の安全・安心推進アクションプラン」や「食と緑の基本計画2020」等、食に関する計画と連動した取組を進め、食の安全・安心の確保を図る必要がある。

(1) 食に関する総合的な安全対策の推進

食の安全・安心を確保するためには、食品関連事業者自らが、安全管理を推進することが重要であることから、生産者、加工者、流通・販売者における食の安全管理体制を推進する必要がある。

具体的な施策例

《生産から消費までの一貫した安全対策の推進》

「あいち食の安全・安心推進アクションプラン」に基づき、生産者、加工者、流通・販売者、消費者と協働して、食品の生産から消費までの一貫した安全対策を推進する。

《HACCP導入による食品の安全確保》

食品等事業者を対象に、パンフレット等によるHACCP制度化の周知・指導を行うほか、説明会や個別相談会を開催することにより、HACCPの導入を支援・推進する。

《GAP手法の導入促進》

食の安全・安心を確保するため、農業の生産工程ごとの管理を適切に行うGAP手法の一層の普及と生産工程の改善活動を促進する。

(2) 監視・指導、検査体制の充実

食品関連事業者が適切に食品を取り扱っているかを監視や検査等を通じて検証していく必要があることから、効率的かつ効果的な監視・検査を継続的に行い、食品の安全性を確保する必要がある。

具体的な施策例

《愛知県食品衛生監視指導計画に基づく効率的な監視指導の実施》

食品衛生監視員が食品関係施設の監視・指導を行うとともに、県内の食品製造施設及び販売・流通施設から食品等を収去し、添加物、微生物、環境汚染物質、残留農薬その他の必要な検査を実施することにより、県内に流通する食品の安全性を確保する。

《家畜の飼養衛生管理指導及び家畜疾病の監視》

畜産物の安全の確保を図るため、生産者に対して家畜の飼養衛生管理指導を行うとともに、生産者段階における死亡牛のBSE検査、高病原性鳥インフルエンザ検査及び豚コレラ検査等、家畜疾病の継続的な監視を行う。豚コレラ対策については、2019年度に農業水産局に設置した「家畜防疫対策室」により対応を強化する。

《貝毒の監視対策》

安全な貝類を出荷するため、二枚貝の流通時期、貝毒プランクトン発生時期等を考慮し、公定法による貝毒検査を実施する。貝毒発生時には、漁業者や業界団体に対して、出荷自主規制等を指導する。

(3) 食品表示の適正化等

県民の関心の高い食品表示については、様々な法律により規制されているため、表示関係法令を所管する局で連携しながら、迅速かつ適正な指導に努める等、表示の適正化を推進する必要がある。

具体的な施策例

《消費生活モニターによる情報収集》

消費生活モニターから随時、不適正な食品表示などの情報を受け付け、必要な情報は関係部局へ提供するなど、表示の適正化を推進する。

《表示に係る関係機関との協力体制の強化》

景品表示法、食品表示法、JAS法、食品衛生法、健康増進法、医薬品医療機器等法などの表示関係法規を所管する国の機関や所管局と連携を図り、情報交換や合同調査を実施して、不適正な表示を行う事業者に対する指導・処分を行う。

取組2 商品・サービスの安全確保

すべての消費者が安心して安全な消費生活を営むことができるように、商品・サービスの安全性を確保するため、各種法令等に基づく関係事業者に対する監視・指導や

検査体制の一層の充実を図る必要がある。

具体的な施策例

《電気用品販売店立入検査》

電気用品による危険及び障害の発生を防止するため、電気用品販売店に対する立入検査を実施し、違反があった場合は当該製品の販売・陳列を直ちに停止させ、改善指導を行う。

《環境衛生施設（理容、美容、クリーニング等）に対する監視・指導》

理容所等の不適切な管理を原因とする健康被害の発生を未然に防止するため、環境衛生監視員が施設の衛生水準について監視・指導を実施する。

《医薬品販売業者等に対する監視・指導》

有効かつ安全な医薬品等を一定の品質を確保しつつ供給するために、医薬品の製造業、販売業者等に対する監視・指導及び医薬品の収去検査等を実施する。

《消費生活用製品の安全確保》

消費者に危害を及ぼす恐れのある消費生活用製品の流通を防ぎ、消費者被害を防止するため、特定製品・特別特定製品の販売事業者及び特定保守製品取引事業者に対して、立入検査を行い、必要に応じて指導等を行う。

《建築士事務所への立入指導》

建築設計及び工事監理の適正化を図るため、建築士事務所に対して立入指導を行う。

取組3 消費者事故等の未然防止対策の推進

商品やサービスの使用等により生じた消費者事故について、情報の収集を行い、迅速に消費庁に通知する必要がある。また、消費者被害の発生・拡大を防ぐため、収集した事故情報、リコール情報、苦情処理テスト結果などの情報を速やかに県民に提供する必要がある。

なお、情報提供の際には、若年者・高齢者等対象となる消費者に応じて、注意喚起や情報提供の内容・情報伝達手法を工夫し、より広く県民に対して効果的な注意喚起等を行う必要がある。

また、消費者安全法に基づく報告徴収・立入調査権限を国から引き続き受任し、機動的に権限を活用することで消費者被害の未然防止・拡大防止を図っていく必要がある。

具体的な施策例

《消費者事故情報の収集・情報提供》

消費者事故等連絡会議（庁内）、消費者行政連絡協議会（市町村）を活用し、消費者事故等の情報収集に努め、消費者庁に速やかに通知するとともに、これらの情報について、関係行政機関での共有を図る。

《消費者への速やかな情報提供》

国等から提供される消費者事故や、リコール製品に関する情報に加え、子どもや高齢者の暮らしの中での事故情報などを広く収集し、ウェブサイト「あいち暮らしWEB」やSNS等を通じて、速やかに県民への周知を行う。

《苦情処理テスト結果の情報発信》

クリーニングトラブル等、県の商品テスト室において実施した主な苦情処理テスト結果について、ウェブサイト「あいち暮らしWEB」やSNS等を活用して情報発信する。

《消費者安全法による立入調査等の実施》

消費者安全法で定められた生命・身体事案及び財産事案について、機動的に報告徴収・立入調査権限を活用する。

取組4 規格・計量・表示の適正化

消費者の自主的かつ合理的な選択のため、規格・計量・表示の監視・指導を実施し、不適正なものについては、事業者に対する是正指導を実施する必要がある。

具体的な施策例

《計量法による指導・検査》

不正確な計量を防止し、計量の一層の適正化を図るため、計量法に基づく各種事業登録の受理、定期検査及び商品量目等の立入検査を実施するとともに、計量に関する指導を行う。

《家庭用品の品質に関する適正表示の確保》

家庭用品の品質に関する表示の適正化を図るため、販売事業者に対し家庭用品品質表示法に基づく立入検査を行い、必要に応じて指導等を行う。

取組5 生活関連物資の安定供給

災害時や緊急時等に生活必需品等の供給及び価格の安定を図るためには、生活必需品等の価格や需給動向を把握することが必要である。また、著しい価格高騰時などには必要な調査を行い、関係局と連携して所要の対策を講じるとともに消費者へ情報提供を行う必要がある。

具体的な施策例

《消費生活モニターによる価格・需給動向の観察・情報提供》

消費生活モニターに生活必需品等の価格や品揃えなどについて観察を依頼し、大幅な価格変動や極端な品不足がみられた場合は情報提供を受ける。

《価格動向及び需給状況の調査》

物価が異常に高騰した場合などには、生活必需品等についての価格動向や需給状況調査を実施し、関係局と連携して所要の対策を講じるとともに、消費者へ情報提供を行う。

V 推進体制と進行管理

1 推進体制

新しい推進計画に位置付けられた事業を所管する庁内の消費者行政関係課室長で構成する「愛知県消費者行政推進会議」において、計画の進捗状況や消費生活に関する問題解決のための情報交換を行い、消費者施策の計画的・効率的な推進を図る。

また、県内市町村の消費者行政担当課で構成する「愛知県消費者行政連絡協議会」を開催し、消費者問題に関する情報の共有に努めるとともに緊密な連携を図り、市町村と一体となって消費者行政を推進する。

2 消費者団体、事業者団体等との連携・協働

消費者の利益を守り、向上させることなどを目的として活動する消費者団体は、本県の消費者行政の推進に大きな役割を担っている。

また、事業者団体においては、苦情処理窓口の充実や消費者への積極的な情報提供、消費者教育など、自主的な取組を行っている。

県は、これらの団体等と連携・協働して、消費者行政を効果的、効率的に推進する。

3 愛知県消費生活審議会等による確認・評価

県は、毎年度、計画の進捗状況等について、愛知県消費生活審議会へ報告するものとし、施策の実施状況の確認・評価を受けるとともに、その結果の施策への反映に努める。

4 諸情勢の変化に伴う計画の見直し

消費者を取り巻く状況の変化や国の動向などを見極め、迅速かつ効果的な施策の推進を図るため、必要がある場合は、審議会の意見を踏まえて、計画の見直しを行う。

5 県民への情報提供

計画について県民への周知を図るとともに、毎年度、施策の進捗状況をウェブサイト「あいち暮らしWEB」において公表する。

(参考資料)

答申を取りまとめるまでの経過

会議名	開催日	審議の内容
第83回 愛知県消費生活審議会	2018年 11月12日	「次期愛知県消費者行政推進計画のあり方について」知事から諮問を受け、専門部会に付託することを決定
第1回専門部会	12月23日	「審議テーマ」、「消費生活をめぐる現状」について審議
第2回専門部会	2019年 2月22日	「消費生活をめぐる現状と課題」について審議
第3回専門部会	5月27日	「施策体系案」及び「施策体系に基づく取組と具体的施策例」について審議
第4回専門部会	8月8日	「施策体系に基づく取組と具体的施策例」について審議
第5回専門部会	9月19日	「中間報告案」について審議
第84回 愛知県消費生活審議会	10月31日	専門部会から提出された「中間報告」について審議を行い、報告書を答申として知事へ提出することを決定

愛知県消費生活審議会委員名簿

任期：2018年4月1日～2020年3月31日

区分	氏 名	団 体 名 ・ 職 名
消費者代表	犬塚 のぶ子	(公社) 全国消費生活相談員協会中部支部副支部長
	作田 美乃利	愛知県生活学校運動推進協議会
	杉浦 正枝	公募委員
	宮木 由佳世	公募委員
	村上 千代子	愛知県地域婦人団体連絡協議会参与
	山本 哲夫	愛知県生活協同組合連合会会長理事 (2019年9月10日まで)
	加藤 昭夫	愛知県生活協同組合連合会会長理事 (2019年9月11日から)
	吉田 典子	愛知消費者協会会長
事業者代表	小川 秀樹	愛知県商工会議所連合会専務理事
	佐古 則男	日本チェーンストア協会中部支部支部長 (2019年10月7日まで)
	滝 幹夫	愛知県中小企業団体中央会参与
	田中 浩三	愛知県商工会連合会副会長 (2018年6月13日まで)
	天木 一馬	愛知県商工会連合会副会長 (2018年6月14日から)
	渡辺 広志	愛知県商店街振興組合連合会副理事長
学識経験者	荒尾 直志	弁護士
	磯貝 俊夫	(福) 愛知県社会福祉協議会事務局長
	上野 顕子	金城学院大学生生活環境学部教授
	嶋田 麻知代	愛知県公立高等学校長会 (愛知県立瑞陵高等学校長)
	○杉島 由美子	中京大学法学部教授
	平野 憲子	弁護士
	真山 恵	尾張小中学校校長会副会長 (半田市立乙川東小学校長)
	◎柳原 光芳	名古屋大学大学院経済学研究科教授

◎は会長、○は会長代理

(区分ごと五十音順、敬称略)

愛知県消費生活審議会専門部会委員・専門委員名簿

区 分	氏 名	団 体 名 ・ 職 名
部会長	杉島 由美子	中京大学法学部教授
委 員	犬塚 のぶ子	(公社) 全国消費生活相談員協会中部支部副支部長
委 員	磯貝 俊夫	(福) 愛知県社会福祉協議会事務局長
委 員	上野 顕子	金城学院大学生生活環境学部教授
委 員	嶋田 麻知代	愛知県公立高等学校長会 (愛知県立瑞陵高等学校長)
委 員	平野 憲子	弁護士
委 員	真山 惠	尾張小中学校長会副会長 (半田市立乙川東小学校長)
専門委員	中山 雅弘	(公社) 消費者関連専門家会議 (株)パロマ CS 部お客様相談室長兼コールセンター長
専門委員	野澤 厚美	(特非) 消費者被害防止ネットワーク東海理事・事務局長

(敬称略)

愛知県消費生活審議会消費者苦情処理委員会委員名簿

区 分	氏 名	団 体 名 ・ 職 名
委員長	荒尾 直志	弁護士
委 員	犬塚 のぶ子	(公社) 全国消費生活相談員協会中部支部副支部長
委 員	渡辺 広志	愛知県商店街振興組合連合会副理事長
委 員	杉島 由美子	中京大学法学部教授
委 員	平野 憲子	弁護士

(敬称略)