

# 徳島県消費者基本計画

＝令和元年度変更＝

(案)

徳島県

---

## 目次

---

第1	計画の位置づけ	1
1	計画策定の根拠	1
2	計画の推進・評価	1
(1)	計画期間	1
(2)	推進体制	1
(3)	評価	1
3	計画の見直し	1
第2	消費者行政をめぐる最近の動き	2
1	人口減少、高齢化・独居化の進行	2
2	成年年齢の引き下げへの対応	2
3	「society5.0」の到来	3
4	環境への配慮	4
5	大規模自然災害への備え	4
6	県民との協働	4
7	消費者庁新未来創造戦略本部との連携	5
8	「持続可能な開発目標（SDGs）」の推進	5
9	消費者政策における世界共通課題への対応	6
第3	計画の基本的な考え方	7
1	基本的な視点	7
(1)	望まれる消費者像	7
ア	自立した消費者	7
イ	「消費者市民社会の形成」を担う「積極的に行動する消費者」	8
(2)	経済の好循環と消費者の安全・安心の確保	8
2	施策展開の基本的な方向	9
(1)	積極的に行動する消費者の育成に向けた取組み	9
(2)	消費者の安全・安心の確保	9
3	基本理念	11
4	目指すべき将来像（5年後の姿）	11
5	基本方針	11

第4	消費者行政施策の具体的な展開	12
1	消費者教育の推進	12
(1)	ライフステージに応じた消費者教育	12
ア	学校における消費者教育	12
イ	職場・家庭・地域における消費者教育	13
ウ	消費者大学校・大学院における消費者教育	13
(2)	消費者教育のための人づくり	14
ア	大学・大学院等高等教育機関との連携	14
イ	教育委員会や関係機関等との連携	14
2	エシカル消費の推進	15
(1)	エシカル消費の推進	15
ア	消費者のエシカル消費の推進	16
◎	食品ロスの削減	16
イ	事業者のエシカル消費の推進	17
(2)	エシカル消費の教育の推進	18
ア	学校におけるエシカル消費の推進	18
イ	県民運動を全国・世界に発信	18
3	消費者志向経営等の促進	20
(1)	消費者志向経営の促進	20
(2)	内部通報者の保護と事業者倫理の向上	21
4	消費者の安全・安心の確保、被害の救済	22
(1)	消費者相談・被害防止体制の充実・強化	22
ア	消費生活相談体制の充実・強化	22
◎	徳島県消費者情報センターの充実・強化	22
◎	市町村消費生活センターの機能強化の支援	22
イ	消費生活相談員の育成、相談力の向上	23
◎	消費者被害等情報の分析及び提供	24
◎	多重債務者問題等の対策強化	24
◎	振り込め詐欺等被害の未然防止	25

(2) 見守りネットワークによる高齢者や障がい者等の消費者被害防止	26
◎ 公共交通機関空白地域の交通手段確保	27
◎ 消費者ネットの構築	27
◎ 暮らしのサポーター	27
◎ 消費生活コーディネーター	28
(3) 商品・サービス・商品取引の安全性確保	29
ア 消費者事故等の情報収集、拡大防止	29
◎ 生活関連商品の供給及び価格の安定	29
イ 子どもの安全・安心、事故防止対策の推進	29
ウ 悪質事業者に対する法令の厳正な執行	30
◎ 特定商取引法等違反の事業者に対する行政処分及び行政指導の執行	30
(4) 食品の安全性確保及び表示等の適正化	31
ア 食品の安全・安心の確保	31
◎ HACCPに沿った衛生管理体制の強化	31
◎ 危機管理体制の推進	31
イ 食品表示適正化の推進	32
◎ 食品表示の監視体制の強化	32
◎ 食品表示の相談体制の充実	32
◎ 事業者に対する適正表示の支援	32
◎ 消費者の食品表示制度の理解の促進	33
ウ リスクコミュニケーションの推進と食の知の向上	33
◎ リスクコミュニケーションの推進	33
◎ 正しい知識の提供と理解の促進	33
◎ 正確な情報の提供	34
5 消費者市民社会の「徳島モデル」形成に向けた取組み	35
(1) 関係機関・関係団体との連携強化	35
◎ 消費者団体、福祉団体等との連携	35
◎ 事業者・事業者団体との連携	35
◎ 弁護士会、司法書士会等との連携	36
(2) 時代の変化に即応した消費者問題への取組み	36
(3) 徳島モデルの全国発信	36
(4) 世界展開	36

---

## 第1 計画の位置づけ

---

### 1 計画策定の根拠

『徳島県消費者基本計画』は、「徳島県消費者の利益の擁護及び増進のための基本政策に関する条例（徳島県消費者基本条例。平成16年徳島県条例第57号）」第10条の規定に基づく「消費者政策の推進に関する基本的な計画」として策定したものです。

- ・ 平成18年3月策定
- ・ 平成23年7月改定
- ・ 平成29年8月改定
- ・ **令和2年3月変更（今回）**

### 2 計画の推進・評価

#### (1) 計画期間

平成29年度から**令和3年度**までの5ヶ年間。

#### (2) 推進体制

「消費者行政新未来創造統括本部」のもと、国や市町村・事業者・教育機関・消費者団体等とも協力・連携し、徳島県消費者基本計画に掲げられた理念と施策を、全庁を挙げて推進します。

#### (3) 評価

定期的に施策の進捗状況を把握し、評価します。施策の評価に当たっては、徳島県消費生活審議会の意見を聞き、評価結果を県（消費者くらし安全局）のホームページで公表します。

### 3 計画の見直し

徳島県消費者基本計画は、時代のニーズを反映するため、策定（改定）後、5年ごとに見直すこととします。

ただし、消費者行政を取りまく状況の変化に即応する必要がある場合には、徳島県消費生活審議会の意見を聴き、その都度、計画の変更・見直しを行うこととします。

---

## 第2 消費者行政をめぐる最近の動き

---

計画策定にあたっては、次の消費者行政をめぐる最近の動きを反映させています。

- ① 人口減少、高齢化・独居化の進行
- ② 成年年齢の引き下げへの対応
- ③ 「society5.0」の到来
- ④ 環境への配慮
- ⑤ 大規模自然災害への備え
- ⑥ 県民との協働
- ⑦ 消費者庁新未来創造戦略本部との連携
- ⑧ 「持続可能な開発目標（SDGs）」の推進
- ⑨ 消費者政策における世界共通課題への対応

### 1 人口減少、高齢化・独居化の進行

我が国は、人口減少社会と超高齢化社会への突入という大きな課題を抱えています。

平成 27（2015）年の国勢調査によると、本県の総人口に占める 65 歳以上の高齢者人口の割合（高齢化率）は 31%と過去最高になっています。本県は全国よりも早く高齢化が進行し、高齢者人口がピークを迎える令和 2（2020）年には、県民の 3 人に 1 人が高齢者になると推計されています。

60 歳以上の消費生活相談件数は、平成 23 年度以降 30%を超えており、平成 30 年度は 42.4%と、増加傾向にあります。

さらに、障がいや認知症により判断力が不十分となった人など、契約当事者以外の人による相談件数が 2 割強を占めています。

このため、高齢者や障がい者が安心して商品やサービスを消費できるよう、

- ・ 被害の防止と救済を図る体制を充実強化

していかなければなりません。

### 2 成年年齢の引き下げへの対応

現行法では、20 歳以上が成年とされ、未成年者は「制限行為能力者」として、保護者や親権者の同意を得なければ、有効に契約を締結することは出来ません。また、

同意を得ずに締結した契約は、取り消すことが出来るものとされています（未成年者取消権）。

しかし、令和4（2022）年には、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられることが決定しており、18歳に達した時点から未成年者取消権を行使することができなくなります。特に18歳は、多くの者が高校を卒業し大学等への進学や就職するなど、生活環境が大きく変わる時期でもあります。成熟した成年と比べ、消費生活に対する十分な知識や経験、判断能力を身につけているとはいえません。

このため、

- ・ 早い段階から、契約をはじめ、消費生活に関する知識や対処能力を身につけるとともに、
- ・ 消費者被害の防止や救済など、社会全体で若年者の成長を支えていくことが必要であります。

### 3 「society5.0」の到来

ICT（情報通信技術）の進化により、スマートフォンやタブレット型端末の消費者への普及が急速に進み、誰もが、どこでも、いつでも、簡単にデジタル空間にアクセスし、商品やサービスを購入することができるなど、消費生活のデジタル化が拡大しています。

今後、ICTの更なる高度化により、5G、AI、IoT、ビッグデータ、ロボットの活用等、技術革新の進展が見込まれており、こうした技術革新を取り入れ、経済発展と同時に、様々な社会的課題の解決を図り、誰もが快適で活力に満ちた質の高い生活を享受できる未来社会「society5.0」が実現しようとしています。

その中で消費者の生活も更に変化していくものと考えられますが、このような技術革新の進展には、消費者にとって利益の増進につながる側面と、リスクや被害の発生という側面の両方があります。

このため、

- ・ 情報の入手や読み解く能力の開発を図るとともに、
  - ・ 消費者が適切かつ効果的に情報通信を活用できる環境づくり
- が必要であります。

#### 4 環境への配慮

県では、あらゆる施策や行動に環境への配慮を織り込み、県自らはもとより、県民や事業者、市町村などあらゆる主体の環境の保全及び創造に資する行動を促進するよう図っているところです。

特に、地球温暖化防止対策に関しては、「徳島県脱炭素社会の実現に向けた気候変動対策推進条例（平成 28 年徳島県条例第 57 号）」で、県、事業者及び県民の責務が定められ、温室効果ガスの排出削減目標を達成するため、家庭、建築物、自動車、催しといった場面での具体的な方策を挙げながら、地球温暖化対策を進めるよう求めています。

また、地球温暖化問題に加え、生活排水、ごみ処理、食品ロスの問題など、消費行動が環境に与える影響も大きく、消費者が、環境保全等の活動に果たす役割は大きいといえます。

このため、消費者行政施策においては、

- ・ 消費者が自主的、合理的に環境に配慮した選択と行動がとれるように施策を推進する必要があります。

#### 5 大規模自然災害への備え

平成 23 年 3 月 11 日に発生した東日本大震災は、我が国の社会や国民の意識に大きな影響や変化を与えました。身近な消費生活では、発災直後から、消費者による生活必需品の必要数量以上の購入とともに、生産工場の生産停止による供給不足といった事態が生じました。

本県においても、南海トラフ巨大地震や中央構造線・活断層地震など大規模自然災害の発生が懸念されており、災害時の備えが必要となります。

このため、県や市町村は、

- ・ 災害時の生活必需品や復旧資材等、消費生活に関する情報提供や相談体制の充実を図るとともに
- ・ 平時から物資の備蓄や災害時に冷静な判断・行動が出来る訓練や連携体制を強化していかなければなりません。

#### 6 県民との協働

近年、地方創生をはじめとする様々な分野で、住民や NPO 法人をはじめとした各種団体と行政の間で、協働、連携の取り組みが広がっています。



また、県民の安全・安心なくらしの実現には、行政や事業者による規制など、ルールを適正に守る取組みとともに、安全・安心なくらしを享受する消費者自身が、進んで消費生活に必要な知識や情報を得たり、行政や事業者に対して意見を表明する等、積極的な役割を果たしていくことが欠かせません。

このため、

- ・ 行政と消費者、事業者がその役割や特性を相互に理解し、協働のもと、消費者行政施策を推進していく必要があります。

## 7 消費者庁新未来創造戦略本部との連携

平成 29 年 7 月、消費者庁等は、実証に基づいた政策の分析・研究機能をベースとした消費者行政の発展・創造の拠点として、「消費者行政新未来創造オフィス」を徳島県庁に開設しました。

県では、オフィスとの連携のもと、成年年齢引下げを見据えた若年者向け消費者教育の推進やエシカル消費の普及、高齢者等を消費者被害から守る見守りネットワークの構築など本県を実証フィールドに、全国展開を見据えた 10 を超えるプロジェクトに取組み、全国モデルとなる成果を出して参りました。

こうした本県における新次元の消費者行政・消費者教育創造に向けた取組みが評価され、消費者政策の研究や国際業務といった新たな機能を加えた、本庁機能を有する恒常的拠点として「消費者庁新未来創造戦略本部」が、令和 2 年度に開設されることが決定されています。

県においては、

- ・ 新たな戦略本部の活動に全面的に協力することにより、日本全国、更には世界の消費者行政の進化に貢献したいと考えております。

## 8 「持続可能な開発目標（SDGs）」の推進

2015 年 9 月の国連総会で、先進国と開発途上国が共に取り組むべき国際社会全体の普遍的な目標「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」が全会一致で採択されました。2030 年までの「持続可能な開発目標（SDGs）」として、17 のゴールが掲げられ、「誰一人取り残さない」社会の実現を目指し、国連に加盟するすべての国が、取り組むこととしています。

県においては、

- ・ 持続可能な社会を構築するため、SDGsの理念にも通じる各種の取組を推進することとしており、
- ・ 特に、SDGsの12番目の目標「つくる責任・つかう責任」は、持続可能な生産と消費の形態を確保するというものであり、SDGsの達成に向けて、消費者行政の推進は重要なものと考えています。

## SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



### 9 消費者政策における世界共通課題への対応

「G20大阪サミット」のサイドイベントとして、令和元年9月5日、6日の日程で、消費者庁と本県との共催で開催しました「G20消費者政策国際会合」は、世界38カ国・地域、国際機関をはじめ、県内外から300名を超える方が参加され、大きな成果を収めることができました。

本国際会合では、デジタル化の急速な進展に伴う新たな消費者問題への対処や、持続可能な開発目標「SDGs」の推進など、各国が共通して抱える政策課題について、国際的な協調や連携を図ることを全体テーマに掲げ、議論が交わされたところです。

県においては、

- ・ 今回の国際会合をレガシーとして、国内外と連携した消費者政策を展開していくこととしております。

---

### 第3 計画の基本的な考え方

---

#### 1 基本的な視点

徳島県消費者基本計画の策定に当たっては、次の2点に着目しました。

- ① 望まれる消費者像としては、「自立的な消費者」はもとより、「消費者市民社会の形成」を担う「積極的に行動する消費者」にも拡大すること。
- ② 経済の好循環を生み出すためには、消費の増加が必須であるが、そのためにも、消費者の安全・安心の確保が重要であること。

#### (1) 望まれる消費者像

##### ア 自立した消費者

徳島県消費者基本条例（第7条）は、次の2点を消費者の役割としています。

- ① 自ら進んで（消費生活に関して）必要な知識を修得し、必要な情報を収集し、意見を表明するなど、自主的かつ合理的に行動するように努めること。
- ② 自らの消費生活の安定及び向上に積極的な役割を果たすこと

徳島県消費生活審議会では、条例が規定した役割を一步進めて、自立した消費者が、自らの消費生活を守り向上させるのみならず、社会においても一定の貢献を果たす「徳島の望ましい消費者像」として、県民の皆さんに、

「私たちは、徳島に愛着を持って、したたかに・しなやかに生きよう。生活者として生きましょう。」

と呼びかけています。

その意味は、徳島県の消費者は、

- ・ 徳島に（徳島という地域に、地域の人たちに）愛着を持って
- ・ （正しい知識を持って）したたかに（徳島県民はだまされない）

- ・ しなやかに（阿波踊りのようなしなやかな動き（消費行動）で自分らしさを表現しながら）
- ・ （生き活きと）生きる生活者

でありたいと考えているからです。

#### イ 「消費者市民社会の形成」を担う「積極的に行動する消費者」

最近の消費者意識は、地球環境への配慮や被災地の復興支援、伝統文化・産業などを守り育てる地産地消、開発途上国における児童労働をはじめとした人権問題の解決に貢献するフェアトレードなど、消費者が商品やサービスを選択して、より良い社会を構築していこうとする倫理的消費（エシカル消費）への関心が高まりを見せております。

私たちの消費は、個人の生活を豊かにするだけでなく、社会のあり方そのものを変える大きな力を持っています。

私たち消費者が、安心して豊かな消費生活を送るためには、合理的な意思決定ができる「自立的な消費者」になることはもとより、社会の一員として、

自らの消費生活に関する行動が、現在及び将来の世代にわたって、公正かつ持続可能な社会を実現するという「消費者市民社会の形成」を担う「積極的に行動する消費者」になること

が、今、求められています。

#### (2) 経済の好循環と消費者の安全・安心の確保

本県の経済を持続的な経済成長につなげていくためには、企業収益の改善を、雇用の拡大と賃金の上昇につなげ、さらには消費の増加につなげるという「経済の好循環」を実現していくことが重要であります。

※ 我が国の消費者が支出する消費額は GDP の約 6 割を占めていますが、アメリカの 7 割などと比較して増加する余地があります。

しかしながら、事業者から消費者に対して商品やサービスに関する正確な情報が提供されず、悪質商法や食品の表示偽装、製品事故など消費者問題が跡を絶たない

ことなどにより、消費者の行動は慎重にならざるを得なくなっております。

消費の安定的な増加が進まなければ、持続的な経済成長に支障が生じることとなり、豊かな生活の実現も困難になるのではないかと危惧されています。

消費者の安全・安心の確保や被害の防止・救済等への取組みは、ますますその重要性を増しているといえます。

## 2 施策展開の基本的な方向

県の消費者行政施策の目指すべき基本的な方向は、次の 2 点に集約できます。

- ① 積極的に行動する消費者の育成に向けた取組み
- ② 消費者の安全・安心の確保

### (1) 積極的に行動する消費者の育成に向けた取組み

理想的な消費者像は、自分自身が自立した消費者であるだけでなく、他の人の自立を助け、さらには社会の一員として、持続可能な社会の実現のため積極的に行動する消費者です。

もちろん、多くの消費者が一朝一夕に理想的な消費者になれるわけではありませんが、このような人が一人でも増えれば、その相乗効果は何倍、何十倍となって現れるでしょう。

そのため、行政だけでなく、消費者、事業者がともに連携し、

- ・ ライフステージに応じた消費者教育
- ・ 倫理的消費（エシカル消費）
- ・ 事業者の消費者志向経営

などの活動を推進していく必要があります。

### (2) 消費者の安全・安心の確保

現代社会においては、技術革新や自由貿易の進展などに伴い多種多様な商品・サービスが市場に供給に対し、消費者には正確で十分な情報が得られていないことから、生命・健康・財産等への被害発生の恐れが大きくなっています。

特に最近では、食品の産地や食材の種類、虚偽表示・偽装表示、廃棄食品の不正転売など食品に関する様々な問題が全国的に発生し、食品の安全性に対する消費者の不安や不信が高まっています。

消費者取引の分野においては、架空請求や高齢者を狙った不実の告知によるリフォーム契約、携帯電話やインターネット接続サービスに係るトラブル、振り込め詐欺や多重債務問題など、ますます複雑・多様化した消費者トラブルが発生しています。

消費者の権利の実現を確保し、自立を支援していくためには、安全で安心できる生活基盤の確保が基本です。

そのため、行政においては、

- ・ 消費者行政施策の整備と普及
  - ・ 消費生活相談体制の充実
  - ・ 迅速かつ的確な消費者への注意喚起や事業者に対する措置
- などの取組みを推進することが必要です。

また、事業者や事業団体においては、供給する商品・サービスに関し、

- ・ 安全性や取引の公正の確保
  - ・ 消費者にわかりやすい情報提供
  - ・ 苦情への適切な対応
  - ・ 事業活動におけるコンプライアンスの徹底とコーポレートガバナンス（企業統治）の強化
- などに努めることが求められています。

また、消費者は、

- ・ 消費生活に関する知識や情報収集に努める
  - ・ 合理的に考えた上で、商品やサービスを購入する
  - ・ 被害を認識し、危害を回避し、被害に遭った場合には適切に対処する力を身につける
- ことが必要です。

### 3 基本理念

徳島県が消費者行政施策を展開するに当たっての基本理念を次のとおりとします。

エシカル消費や消費者志向経営の推進など、消費者が主役となって選択・行動できる「消費者市民社会」の形成を促すとともに、高齢者を中心とした深刻な消費者被害や成年年齢引下げへの適正な対応、消費者利益の「擁護や増進」を図るとともに、徳島モデルを全国や世界に向けて発信・展開すること。

### 4 目指すべき将来像（5年後の姿）

消費者行政施策を展開することによって、徳島県が目指すべき将来像（5年後の姿）を次のとおりとします。

- ① 関係機関が連携し、様々なライフステージに応じた消費者教育が行われている。
- ② 持続可能な社会を築く「エシカル消費」が県民に浸透、世界に向けて発信されている。
- ③ 事業者の消費者志向経営が進み、安全で安心な商品、サービスの提供が図られている。
- ④ 子供から高齢者まで、安全で安心な消費生活が送れるよう、どこに住んでいても質の高い消費生活相談が行われ、消費者被害を防止する取組みが進んでいる。
- ⑤ 消費者市民社会の形成を促す徳島県の取組みを全国や世界に向けてに発信・展開する。

### 5 基本方針

消費者行政施策は、上記の目指すべき将来像（5年後の姿）に対応する次の5つの柱に基づき、推進していくこととします。

- ① 消費者教育の推進
- ② エシカル消費の推進
- ③ 消費者志向経営等の促進
- ④ 消費者の安全・安心の確保、被害の救済
- ⑤ 消費者市民社会の「徳島モデル」形成に向けた取組み

## 第4 消費者行政施策の具体的な展開



### 1 消費者教育の推進

全ての県民が、消費者として合理的な意思決定を行い、危害を回避し、被害に遭った場合に適切に対処できる能力を身につけられるためには、消費者教育を充実していくことが求められます。

特に、更なるデジタル化、技術革新が進展した社会への対応として、自ら便利さと危険を判断し対処する能力の育成が必要です。

#### (1) ライフステージに応じた消費者教育

消費者として必要な知識や技術を習得し、将来「自立した消費者・積極的に行動する消費者」として主体的に判断し行動することができる消費者力を育成するために、幼児期から発達段階に応じて系統的・体系的に消費者教育を推進します。

#### ア 学校における消費者教育

消費者を取り巻く環境は、情報通信技術の急速な進展や普及をはじめ、商品・サービスの多様化、複雑化により大きく変化しています。

徳島県消費者情報センターによると、未成年者からの相談では、インターネットやスマートフォンを利用したオンラインゲーム等のデジタルコンテンツに関する内容が多くを占めており、今後、成年年齢が引き下げられると、クレジットカード等を利用した高額な課金決済などの消費者トラブルが増加するおそれがあります。

そのため、

- ・ 学校において、社会の変化に対応し、「契約」や「金銭・金融」等、さらには、適切な情報の収集・発信する力を身につけるための「情報リテラシー」など、内容を充実した消費者教育を推進します。

**KPI** 県内全ての高校で、消費者庁「若年者用消費者教育教材」を活用した授業を継続して実施します。

**KPI** 平成29年度から各校種に応じて県内公立幼・小・中・高校において研究実践校を指定し、事例を収集します。

(平成29年度5校 → 令和3年度25校) (累計)



## イ 職場・家庭・地域における消費者教育

複雑化・巧妙化する悪質商法や特殊詐欺により、消費者トラブルは後を絶たない状況であり、本県においても還付金詐欺等の被害が増加しています。

このような状況から、すべての県民に「自立した消費者・積極的に行動する消費者」としての意識を育むために、社会教育や生涯教育との連携も視野に入れ、

- ・ 職場や家庭・地域における消費者教育の充実に取り組みます。
- ・ 公民館等社会教育施設における消費者教育を推進します。
- ・ **デジタル化、技術革新が進展した社会への対応に向けた消費者教育を推進します。**

また、全国的にみても高齢者や障がい者が消費者トラブルに巻き込まれる相談が多く寄せられていることから、

- ・ 消費者被害情報の提供や、地域の見守り人材を活用した啓発を強力に推進します。

とりわけ、被害の未然防止対策として、不当な電話勧誘や訪問販売等を毅然として断る力を養うため、

- ・ 短い標語による繰り返しの注意喚起、
- ・ 断り方や、困った際の連絡先の周知
- ・ 断る練習ができる実践的な研修の実施などを進めていきます。

さらに、本県においては、近い将来「南海トラフ巨大地震」の発生が懸念されていることから、災害の発生時においても、適切な消費行動ができるよう、

- ・ 非常の事態における消費生活に関する知識と理解を深める消費者教育を推進します。

## ウ 消費者大学校・大学院における消費者教育

本県では、消費者大学校と、同校の「高度専門コース」を改組した消費者大学校大学院を開校して、複雑・多様化する消費生活に関する専門的な知識や技術を習得することにより、問題対処能力の育成を図るとともに、地域の消費者活動を推進するリーダーを養成しています。

また、積極的に行動する消費者を一人でも多く輩出するため、今後は、

- ・ 本県が先進的に取り組む「エシカル消費」や「適正な食品表示」について新たな講座を開設し、地域で「エシカル消費」や食の安全安心を促進するリーダーを養成します。

## (2) 消費者教育のための人づくり

### ア 大学・大学院等高等教育機関との連携

本県においては、平成 25 年度に締結した「徳島県と四国大学との消費者教育の充実のための連携に関する協定」に基づき、消費者大学校・大学院と大学との講師の相互派遣や、消費者教育に関する様々なイベントにおける交流活動を通して、連携を深めています。

今後は、これらの取組みを充実させるとともに、

- ・ 鳴門教育大学プロジェクトチームとの連携を構築し、学校や地域における消費者教育の推進を担う人材を育成すること

をはじめ、教員の指導力を高めるため、大学や関係機関と連携した講習会等を実施します。

**K P I** 令和元年度までに、県内公立小・中・高校において、消費者教育の中心的な役割を果たす指導者を養成する講習会を実施します。

**K P I** 平成 29 年度からは、消費者大学・大学院における講座において県内各大学から講師を招聘します。

### イ 教育委員会や関係機関等との連携

教育委員会では、平成 26 年度から徳島県消費者情報センターや徳島弁護士会と連携し、学校における消費者教育を支援する取組みとして、デジタルコンテンツの適切な利用や契約など、これからの社会で必要とされる消費者力の育成に向けて、出前授業を実施しています。

近年、10 代への携帯電話やスマートフォン等の急速な普及により、インターネット関連の相談が多く寄せられていることから、学校においてこれらの内容を含め、消費者教育の啓発に関わることができる人材や実施団体を確保する必要があります。

そこで、学校や地域における消費者教育の推進に向けて、

- ・ 学校や地域からの求めに応じ、消費者教育を担いうる人材を派遣できるよう、とくしま「消費者教育人材バンク」を構築します。

**K P I** 平成 29 年度にとくしま「消費者教育人材バンク」を構築します。

**K P I** 令和 3 年度までに、とくしま「消費者教育人材バンク」の登録実施団体を 48 団体(個人を含む)に増やし、登録団体相互の交流を行う場を設けます。

## 2 エシカル消費の推進



### (1) エシカル消費の推進

私たちの消費は、社会の在り方を変える大きな力を持っています。

自らの消費行動が、現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢や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「消費者市民社会」を形成するために、環境、人や社会、地域などに配慮した消費活動「エシカル消費」の重要性が認識されています。

#### ※「エシカル消費」とは

「エシカル (ethical)」とは、「倫理的・道徳的」という意味の英語で、「エシカル消費」とは、人や社会、環境に配慮したサービスを選び、消費することです。消費を通じて持続可能なより良い社会づくりに貢献することができるとともに、社会を変える大きな力となります。

#### 「エシカル消費」の実践例とは

##### ☆ 環境への配慮

- グリーン購入
- 自然エネルギー利用
- エコマーク等付き商品
- 有機農産物、県産材など  
地球環境を思いやる消費



〈コウノトリの定着推進〉<sup>\*1</sup>



〈コウノトリレンコン〉

##### ☆ 人への配慮

- 障がい者が作った商品
- 寄付金付き商品
- 地域紛争や児童労働と  
いった人権問題等の  
解決に寄与する商品を消費



〈障がい者の自立を支援〉



〈フェアトレード商品<sup>\*2</sup>の消費〉

##### ☆ 地域への配慮

- 被災地への応援消費
- 地産地消(伝統文化・産業等)
- 地域資源・人材活躍等  
地方創生に資する消費



〈ジャパシブルー・阿波藍〉



他にも、電気や水を大切に使う、リユース・リサイクルできる製品を選ぶ、地元の商品を買う、なども身近にできる「エシカル消費」です。

\*1 写真協力 日本野鳥の会徳島支部

\*2 開発途上国の原料や製品を適正な価格で購入することにより、立場の弱い開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を支援する「貿易の仕組み」を使って、生産・輸入販売されている商品

そのため、地方では初めてとなるエシカル消費の推進組織「とくしまエシカル消費推進会議」を平成29年度に設置し、消費者・事業者・行政が一体となってエシカル消費の普及啓発や教育活動等の企画運営を行っています。

更に、その取組を全国に展開するため、先進的な自治体が一堂に会し、事例報告や意見交換などを通じて連携強化を図る「エシカル消費自治体サミット」を継続的に開催して行きます。

**KPI** 平成29年度に、消費者・事業者・行政などが参画するエシカル推進のための組織を設置します。

#### ア 消費者のエシカル消費への理解促進

エシカル消費の推進により、消費者が、日頃の消費行動の積み重ねにより社会を大きく変えることを理解し、消費を通じて環境問題や社会問題等の社会的課題の解決に寄与することが、SDGsが目指す誰一人取り残さない持続可能な社会の実現への第一歩となります。

このエシカル消費を県民の暮らしに浸透・定着させるため、地域での消費者教育や消費者まつり等行事の開催、SNSを通じた広報、エシカル農産物の生産意義の普及・啓発などにより、県民のエシカル消費に対する認知度向上を図ります。

**KPI** 令和6年度に県民の「エシカル消費の認知度」を50%まで高めることとし、令和3年度の認知度を40%にします。

**KPI** 平成29年度に消費者大学校・大学院に「エシカル消費教育コース」を新設し、地域におけるエシカル消費の学習機会の充実を図ります。

#### ◎ 食品ロスの削減

日本での食品廃棄量（平成28年度・年間）は、食品消費全体の3割にあたる約2,759万トンとなっています。このうち、売れ残りや期限を超えた食品、食べ残しなど、本来食べられたはずの、いわゆる「食品ロス」は、約643万トンとされています。

これは、飢餓に苦しむ人々に向けた世界全体の食糧援助量の約390万トン（平成30年・年間）を大きく上回っています。

食品ロスを減らすために、食べ物をもっと無駄なく、大切に消費していくことが必要です。とりわけ、食品ロスの約 2 分の 1 にあたる年間約 291 万トンが家庭から発生しており、消費者の身近な取組みが求められています。

そこで、

- ・ 消費者とともに、家庭における食品ロス削減を推進するため、消費者に対し効果的な理解増進を図る方策を検討していきます。

**KPI** 令和 3 年度に食品ロス削減の啓発活動の実施数（累計）を 50 とします。

#### イ 事業者のエシカル消費の推進

エシカル消費の普及のためには、消費者の消費行動と事業者サイドの取組みが相乗的に行われることが重要です。事業者においても事業活動を通じて社会や環境に配慮した行動を取ることの重要性が高まっています。

また、事業者によるエシカル消費への取組みを通じ、新たな競争力を生みだし、事業の持続的発展と中長期的な企業価値を実現することも期待できます。

平成 29 年 2 月 26 日（日）には、徳島県が開催した「エシカル de 地方創生」において、次のような「エシカル宣言」を採択いたしました。

私たちの徳島は、豊かな自然と潤いあるふるさとの風景が守られ、安全・安心な暮らしと豊かな食文化や阿波藍などの伝統文化が息づいています。

また、子どもたちの笑顔があふれ、未来を創造するたくましい若者が社会に巣立ち、一人一人が自立しながら、支え合い、地域がつながっています。

これからも、夢や希望に満ちあふれた活力ある地域として成長していくとともに、激変する世界の社会経済情勢や地球環境問題の解決にも思いをはせ、エシカルの理念に共鳴し、私たちは一歩先の地球の未来をより良いものとしていくことを誓い、エシカル消費を推進することをここに宣言します。

今後、

- ・ 事業活動にエシカル消費を取り入れ、エシカル消費に先進的に取り組む事業者等からの「エシカル消費自主宣言」を更に促進させるとともに、
- ・ 県内のエシカル消費の普及推進に顕著な功績のあった事業者等を表彰し、その功績を称える「とくしまエシカルアワード」により、県内事業者等のエシカル消費に関する意識の高揚を図ります。

**K P I** エシカル消費関連フォーラムを毎年実施します。

**K P I** 平成 29 年度に、エシカル消費貢献事業者・団体の表彰制度を創設します。

**K P I** 令和 3 年度に、エシカル消費自主宣言事業者・団体数を 50 とします。

## (2) エシカル消費の教育の推進

### ア 学校におけるエシカル消費の推進

近年、環境や被災地の復興、開発途上国における生活改善等の社会的課題に配慮した商品・サービスを選択し、消費する「エシカル消費」への関心が高まる一方で、「エシカル消費」に対する認知度は、まだ低く、学校教育においても「エシカル消費」に対する関心を高め、意識を醸成する必要があります。

そこで、

- ・ すべての公立高等学校に「エシカル消費」を研究・実践する組織「エシカルクラブ」を設置し、
- ・ その成果を県内外に広く発信することを通して、全国モデルとなる「エシカル消費」教育の普及・拡大を図ります。
- ・ 高校生によるエシカル消費の研究・実践の取組みを広く全国に発信します。

**K P I** 平成 29 年度に県内高校 2 校を「エシカル消費」リーディングスクールに指定します。

**K P I** 県内全ての公立高校に結成した「エシカルクラブ」において、学校の特色に応じた啓発・実践活動を推進します。

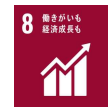
### イ 県民運動を全国・世界に発信

エシカル消費の理念を広く県民に周知し、実践していただけるよう、**全国の自治体とも**、講演会・研修会・フォーラムの開催などを通じて、県民運動につなげていきます。

また、**全国の自治体を対象とした交流会**を開催し、エシカル消費の取組活動に

ついでの情報をも共有し、普及促進を図ります。

さらに、徳島のお取組みを広く、全国・世界に発信することにより、日本や世界の各地で行われている取組みとのネットワークを構築したいと考えています。



### 3 消費者志向経営等の推進

#### (1) 消費者志向経営の推進

消費者志向経営とは、事業者が、消費者全体の視点に立ち、消費者の権利の確保及び利益の向上を図ることを経営の中心と位置付け、健全な市場の担い手として、消費者の安全や取引の公正性の確保、消費者に必要な情報の提供等を通じ、消費者の信頼を獲得するとともに、持続可能で望ましい社会の構築に向けて、自ら社会的責任を自覚して事業活動を行うことと定義されています。

事業者と消費者を取り巻く環境は、情報化の進展によるコミュニケーションの複雑化、商品・サービスの多様化、販売方法や支払方法等の複雑化により大きく変化しています。また、SDGsの達成に向けて、事業者がどのように生産活動を行い、商品やサービスを提供していくのかを意識し、経済、社会、環境の調和する持続可能な社会を実現することが求められています。

そこで、平成 29 年 10 月に事業者団体、消費者団体、行政機関等からなる、地方初の「とくしま消費者志向経営推進組織」を設け、消費者庁とともに消費者志向経営を推進しています。

とくしま消費者志向経営推進組織により、

- ・ 「消費者志向自主宣言」を県内事業者に呼び掛け
- ・ 自主宣言事業者向けのフォローアップ活動のサポート
- ・ 県民向け消費者志向経営の普及・啓発

などを行うとともに、

- ・ 消費者志向経営の推進に取り組む事業者を表彰する  
「徳島県消費者志向経営推進事業者表彰」を創設し、消費者志向経営の県内での理念浸透に努めています。

消費者志向経営が県内はもとより、四国・関西・中国へと広がりを見せるように、消費者庁をはじめとする関係機関との連携を更に深めていきます。また、消費者志向経営を通じてSDGsの達成に努めていきます。

**K P I** 令和3年度までに、県内の消費者志向自主宣言事業者数を 50 とします。



(2) 内部通報者の保護と事業者倫理の向上

事業者の内部通報を契機として、県民の生活の安心や安全を損なう不祥事をなくすため、法令違反行為を通報する労働者に対し、解雇等の不利益な取扱いから保護するとともに、事業者のコンプライアンス確保を推進します。

そのため、

- ・ 通報者を保護するために必要な公益通報・相談窓口の設置を促進するとともに、
- ・ 事業者には、公益通報者保護制度の理解と協力を求めています。

**K P I** 平成 29 年度に、県内全ての市町村に、労働者からの法令違反行為の通報を受け窓口を設置します。

**K P I** 市町村担当者等への研修会及び一般県民向けの啓発イベントを毎年実施します。(令和 2 年度からは毎年 3 回以上実施)



#### 4 消費者の安全・安心の確保、被害の救済

##### (1) 消費者相談・被害防止体制の充実・強化

##### ア 消費生活相談体制の充実・強化

##### ◎ 徳島県消費者情報センターの充実・強化

昨今、食品の偽装表示や製品事故、悪質商法、振り込め詐欺等による消費者被害が後を絶たず、その手口も悪質・巧妙化しています。

このため、徳島県消費者情報センターでは、消費者被害を防止し、また発生した場合には問題解決や救済していくため、

- ・ 「何でも相談でき、誰もがアクセスしやすい一元的な消費生活相談」を実施していきます。

さらに、市町村や消費者・消費者団体等と連携して、

- ・ 消費生活に関する情報の収集
- ・ 消費者被害の未然防止・拡大防止するための講座開催や啓発資料の提供
- ・ 市町村消費生活センターの相談支援
- ・ 消費者活動の支援

などにも取り組み、消費者問題の中核機関としての機能を強化していきます。

##### ◎ 市町村消費生活センターの機能強化の支援

市町村は、住民に最も近い相談窓口として、相談対応やあっせんの実施、消費者の安全確保のための情報収集及び住民への情報提供などの機能を担うことが求められています。

県は、消費者安全法に基づき、県と市町村の役割を明確にするとともに、消費者が身近な場所で質の高い相談を受けられるよう、

- ・ 全市町村に消費生活センターの設置（複数の市町村による広域連携による設置を含む）を目指し、

市町村における消費者行政体制の整備を支援します。

**K P I** 平成 29 年度に市町村消費生活センター設置率 100%とする。

**K P I** 平成 29 年度に県内消費生活相談員懇談会を設置する。

## イ 消費生活相談員の育成、相談力の向上

消費生活相談は、事業者に対する消費者からの苦情に係る相談・あっせん、消費者による主体的な問題解決の促進・支援、消費者相談結果の整理・分析及び、消費者教育・消費者啓発などを日々行っています。

昨今の複雑高度化した消費者問題に対応するため、消費生活相談員には、消費生活に関する法令や商品・サービスや生活に関する特性や消費安全性などの知識等の様々な知識を有するとともに、実務面では、消費生活相談の実務に関するヒアリング力、コミュニケーションスキル、交渉力などの技術力が求められています。

このため、短期的ばかりでなく中長期的な視点から、資格を有する消費生活相談員を育成確保するとともに、実務者のスキルアップを図って行くことが大変重要になっています。

そこで、

- ・ 有資格者を育成する養成研修を実施するとともに、

相談業務にあたっている実務者に対しては、

- ・ 国民生活センターなどの国の関係機関等で行われている研修への参加支援や
- ・ 県独自のスキルアップ研修を実施します。

また、市町村の消費生活相談員の質の向上を図るため、

- ・ 相談員の指導・助言や情報交換を強化していきます。

(参考) 消費生活相談員資格制度 (平成 28 年 4 月 1 日以降)

認定機関	取得できる資格
独立行政法人国民生活センター	消費生活相談員資格 消費生活専門相談員資格
一般財団法人日本産業協会	消費生活アドバイザー資格 ※ 消費生活アドバイザー資格試験に合格すると、消費生活相談員資格も取得できます

**K P I** 平成 28 年度から実施している「消費生活相談員養成講座」受講者の中から、消費生活相談員資格及び消費生活アドバイザー資格の合格者があわせて毎年 10 人以上となるよう、取組を進めます。

**K P I** 消費者が身近な場所で質の高い相談が受けられるよう全市町村に設置された消費生活センターの相談体制を充実・強化するため、「徳島県消費生活相談員人材バンク」を創設し、消費生活相談員の確保を図ります。

徳島県消費生活相談員人材バンク登録者数 (累計)

(R1 : 5 人 → R3 : 15 人)

◎ 消費者被害等情報の分析及び提供

消費者からの相談や問い合わせなどに的確に対応できるよう、PIO-NET などを活用し、

- ・ 消費者被害情報を収集・分析するとともに、
- ・ 被害の未然防止に向け、被害や相談の傾向などについて広く情報提供を行います。

◎ 多重債務者問題等の対策強化

近年、生活費不足などの理由で消費者金融等から借金し、返済が困難になり、その返済のために別の消費者金融等から借金をして多重債務の状態に陥る人が多くなっており、その結果、ストレスによる疾病や家庭崩壊、犯罪、自殺などに繋がるケースも多く、深刻な社会問題となっています。

このような状況に対応するため、国は、平成 19 年 4 月に「多重債務問題改善プログラム」を策定し、相談窓口の整備・強化、生活再生支援のためのセーフティネット貸付の提供、多重債務者発生予防のための金融経済教育の強化、ヤミ金融の撲滅に向けた取締りの強化の 4 本柱を打ち出しました。

これを受けて、県においても、多重債務者対策協議会を設置し、多重債務者の救済・支援に向けて相談体制の整備などに取り組んできたところです。

また、貸金業者による個人向け貸付において、個人借入総額を年収の 3 分の 1 までに制限する総量規制や借入金の上限金利を 20%以下とする「改正貸金業法」が、平成 22 年 6 月に完全施行された効果もあり、多重債務に関する相談は最近減少傾向にあります。

しかし、一方では、多重債務者を狙って貸し付ける手口や、クレジットカードの支払いが複数滞納する多重債務に陥る等の問題が発生しております。

今後、さらに相談体制の強化を図るとともに、多重債務者が債務整理をした後に安定した生活を維持し、再び多重債務に陥ることがないように新たな施策を講じる必要があります。

深刻な多重債務者問題に対応するため、

- ・ 相談体制の整備・強化、
- ・ 消費者に対する金銭教育の強化、
- ・ 多重債務による生活困窮者の自立支援等に関する関係機関の連携など

総合的な取り組みを行います。

#### ◎ 振り込め詐欺等被害の未然防止

振り込め詐欺及び振り込め類似詐欺の被害が後を絶たず、県民の生活に悪影響を及ぼしています。

このため、平成 26 年 4 月県議会の提案により、振り込め詐欺等の被害防止に関し、県の責務並びに県民及び事業者の役割を明らかにし、それぞれが必要な措置を講じるとともに、人と人との絆により被害防止のための助け合いの取り組みに発展させることを目指す、「振り込め詐欺等の被害防止に関する条例（平成 26 年徳島県条例第 42 号）」を施行しています。

今後とも、行政・警察はもとより、金融機関や通信事業者等の事業者・事業

者団体、消費者団体や防犯関係団体が連携して、被害防止や被害の早期発見、拡大防止を推進していきます。

## (2) 見守りネットワークによる高齢者や障がい者等の消費者被害防止

国では、高齢者や障がい者等の消費者被害を防止するため、地方公共団体及び地域の関係者が連携した「消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）」の構築を進めており、見守りネットワークの設置目標を「人口5万人以上の全市町」と定めています。

徳島県では、平成31年度までに、全県域で見守りネットワークを設置することを目標とし、市町村への説明や支援を行い、見守りネットワークの構築に取り組んできました。

また、各市町村における見守りネットワーク設立の機運醸成とその支援を行うことを目的とした「とくしま消費者見守りネットワーク」を設立しました。

このような取組の結果、目標より1年前倒しの平成30年度末に県内全市町村に見守りネットワークの設置が完了しました。

さらに、令和元年度には、見守りネットワークをリードし、ネットワーク活動を活性化させる役割を担う「見守りコーディネーター」を、各見守りネットワークに配置しました。

今後は、各市町村の見守りネットワークにおいて実効性のある取組が進められるよう、研修会の開催や普及啓発、情報提供などにより活動を支援するとともに、SDGsが掲げる目標の達成に努めて参ります。

**KPI** 令和元年度までに、見守りネットワーク構築に向け、全県域で消費者安全法に基づく消費者安全確保地域協議会を設置します。

**KPI** 令和元年度に配置した「見守りコーディネーター」の資質向上を図るため、高齢者被害防止に精通した講師による研修会を開催します。

**KPI** 平成29年度から実施している、高齢者世帯を対象とした不審電話撃退装置無償貸出事業を継続し、貸出率95%以上を維持します。

◎ 公共交通機関空白地域の交通手段確保

買い物弱者対策や、高齢者の免許返納後のサポートとして、路線バスの廃止等により、公共交通機関が空白となった地域の足となる交通手段の確保について検討を進めます。

**K P I** 平成 29 年度に、徳島県高齢運転者等交通事故防止対策プロジェクトチームを設置し、運転免許を返納した後も、交通手段の確保を含め、安心した暮らしができるサポートについて検討・実施することとします。

**K P I** 高齢者運転免許自主返納者対象優遇店ガイドブックの協賛事業者を拡充します。

R1 : 210 事業者 → R2 : 240 事業者 → R3 270 事業者

◎ 消費者ネットの構築

消費者問題に関するある程度の知識を持ち、かつ、行動力のある「くらしのサポーター」が核となって、消費者と消費者情報センターのそれぞれが持つ情報やニーズを迅速かつ確実に交換し合う双方向のネットワーク（消費者ネット）の構築を進めていきます。

県は、消費者ネットの構築に向けて、「くらしのサポーター」や「消費生活コーディネーター」が、それぞれの地域での活躍に必要な支援を行っていきます。

◎ くらしのサポーター

「くらしのサポーター」は、次のような方を認定しています。

- ・ 徳島県に在住する満 18 歳以上の方
- ・ 消費生活をはじめ、食や住まいや環境など、くらしに関する問題について、自分で情報収集や学習をしたり、または、行政や NPO 法人等と協力して、ボランティア活動をしてみたいという意欲のある方。

「くらしのサポーター」は、「消費者ネットの担い手」として、次の 4 つの役割が期待されています。

- ① 「伝えるサポーター」：消費者情報センター等の情報を消費者に伝達するとともに、消費者の相談やニーズを行政に繋ぐ。
- ② 「学ぶサポーター」：研修会への参加や消費者大学校・大学院、消費生

活等の関係講座の受講、消費者等の交流会に参加する。

- ③「活動するサポーター」：簡易な消費相談や街頭啓発活動、各種モニター調査への協力など。
- ④「教えるサポーター」：地域での消費生活に関する学習グループなどを主催する。

**K P I** 暮らしのサポーター認定者数（累計）

H29：560人 → H30：590人 → R1：620人 →  
R2：650人 → R3：680人

#### ◎ 消費生活コーディネーター

「消費生活コーディネーター」は、消費者問題の解決に向けた手法等の専門的知見を有し、指導・助言が出来る人材として、次の2つの要件を満たす方を認定しています。

- ① 次のいずれかに該当すること。
  - ・ 徳島県消費者大学校の卒業生
  - ・ 暮らしのサポーターに認定されている者
- ② 次のいずれかの認定・資格を有していること。
  - ・ 一般財団法人日本消費者協会の消費者力検定の応用コース1級の認定を受けている者
  - ・ 消費生活相談員、消費生活専門相談員、消費生活アドバイザー又は消費生活コンサルタントの資格を有する者

「消費生活コーディネーター」は、暮らしのサポーター活動の効果を高めるため、「暮らしのサポーター」の指導・助言、消費生活に関する専門的知見を生かした、消費者被害を防止するための啓発活動、自主講座の企画・運営等活動を展開していきます。

**K P I** 消費生活コーディネーター認定者数（累計）

H29：50人 → H30：55人 → R1：60人 →  
R2：65人 → R3：70人



### (3) 商品・サービス・商品取引の安全性確保

#### ア 消費者事故等の情報収集、拡大防止

消費者の消費生活における被害を防止しその安全を確保するため、消費者情報センターへの苦情相談、消費者等からの申出、公益通報等による情報の入手及び消費者事故等に関する情報の集約を行い、消費者被害の発生又は拡大防止のため、速やかに関係機関への情報提供や消費者情報センターのホームページにて注意喚起を行うこととします。

#### ◎ 生活関連商品の供給及び価格の安定

県民の消費生活に関連性の高い商品について、定期的にその価格を調査・公表するとともに、その需給の動向並びに流通の実態把握に努め、これを県民に周知するよう努めます。

さらに、不適正な価格形成により消費者が不利益を被らないよう、物価調査を継続的に行い、基礎データの蓄積に努めるとともに消費者へ情報提供をしていきます。

また、過疎地域の高齢者世帯を含む「買い物難民」対策として、日用品等の移動販売を支援していきます。

#### イ 子どもの安全・安心、事故防止対策の推進

消費者庁の分析結果によると、毎年 300 名以上の 14 歳未満の子どもが「不慮の事故」により死亡しています。

このため本県では、消費者行政新未来創造オフィス設置を契機とし、消費者庁をはじめとした、行政、家庭、学校、地域、関係機関等、社会全体が一丸となり、「子どもの事故防止」対策に取り組みます。

多様な関係者（医師会や看護協会、助産師会、NPO など）が持っている「事故防止から事故発生時の対応まで」のノウハウを有効に活用し、

- ・ 保護者や祖父母等の多様な対象者に合わせた啓発活動を行い、事故防止の意識を高めるとともに、
- ・ 家庭における、子どもの急病やケガへの対応や、事故防止などの能力の向上を図り、子どもの不慮の事故を防止します。
- ・ また、子供の事故防止に関し、小児救急に係るデータ分析及び保護者へのアンケート調査、チェックリスト等を元に、年齢別、事例別の分析・検討を行います。

- ・ なお、休日夜間の急なケガや病気などの際に、看護師等に電話で相談できる「徳島こども医療電話相談（#8000）」を運用し、周知啓発に努め、子育て中の保護者の不安軽減を図ります。

**K P I** #8000 の相談実績

H29 9, 990件 → R3 11, 200件

#### ウ 悪質事業者に対する法令の厳正な執行

##### ◎ 特定商取引法等違反の事業者に対する行政処分及び行政指導の執行

訪問販売など消費者トラブルを生じやすい特定の取引類型を業務とした事業者による不公正な勧誘行為等を取り締まるため、特定商取引に関する法律（特定商取引法）による執行を厳正に行っているところであり、平成28年6月には、改正特定商取引法が成立し、行政の調査に関する権限の強化や悪質事業者への刑事罰の強化、業務停止命令の期間の伸長が図られたところです。

相談が寄せられる事業者の中には、法律に対する理解が十分でない事業者もあるため、違反行為の改善を促すために、消費者情報センターへ責任者の来訪を求め、口頭指導を行うこととしています。

相談件数が多い事業者や悪質性の高い事案については、立ち入り調査を行い、さらに必要な場合には、相談者から改めて聴き取りを行い（相談者の自宅などに出向いて聴き取りを行い、供述調書を作成）、違反事実を再確認し、事業者に対する処分等について検討します。特定商取引法及び県条例に基づき、被害者を出さないためにも、特定商取引法に基づく業務停止等の行政処分をするなどし、取り締まりを強化していきます。

また、本県では、平成22年2月1日に、全国初の悪質事業者に対する罰金規定を定めた、改正消費者基本条例を施行しました。消費者自らの求めに応じて訪問した家屋のリフォーム等の事業者が、契約締結前に作業を行うことにより、契約締結を断ることが困難な状況を作り出す取引を規制していきます。

加えて、事業者が、商品やサービスの品質や規格・価格について、実際よりも著しく優良又は有利と見せかける表示や、消費者に購入を誘引する「おとり広告」といった不当な表示を行うと、消費者は適切な商品・サービスの選択ができなくなるため、こうした表示は、不当景品類及び不当表示防止法（景品表

示法)で禁止されています。

このため、事業者への啓発活動や情報提供により、表示の適正化を推進するとともに、違反の疑いがある場合には、事業者への調査を行い、違反行為が認められた場合には、違反行為を差し止める措置命令等を行います。

#### (4) 食品の安全性確保及び表示等の適正化

食の安全安心推進条例の適切な運用を図ることにより、県民の健康保護及び消費者に信頼される安全で安心な食品の生産及び供給を推進するとともに、消費者、食品関連事業者や学識経験者等により構成される「食の安全安心審議会」において、「食品衛生監視指導計画」や「食品表示適正化基本計画」の策定など重要事項を調査審議し、各計画に基づく食の安全・安心施策を総合的に推進します。

##### ア 食品の安全・安心の確保

###### ◎ HACCP に沿った衛生管理体制の強化

製造・加工・販売される食品について、危害となる原因や危害の除去に必要な管理ポイントについて指導するなど、HACCP に沿った衛生管理による事業者の自主的な衛生管理の向上を図り、食品危害・事故を防止します。

また、食品衛生監視指導計画に基づき、食中毒の発生時、大規模な被害発生につながる大量調理施設などに対し、重点的に監視指導を行います。

##### 注) HACCP (ハサップ)

食品の製造・加工工程で発生するおそれのある危害をあらかじめ分析し、それを除去又は低減させるために特に重要な工程(重要管理点)を定めて、連続的に監視して製品の安全を確保する衛生管理手法です。

**K P I** HACCP 認証施設(累計) H 29 : 10 件 → R3 : 55 件

###### ◎ 危機管理体制の推進

###### ① 「違反食品の広域流通に対する対応」

県内で生産、製造・加工された食品に係る違反が確認された場合は、公表を行い、生産者、食品関連事業者に対し、違反食品の市場からの排除を指示し、回収状況を確認します。

また、輸入食品や他の都道府県において生産、製造・加工された食品について違反や事故が疑われる場合は、国及び関係都道府県などと連携して対応します。

② 「食中毒に対する対応」

食中毒発生時には関係機関の協力の下、被害拡大防止と原因究明を行い、迅速な情報の提供を行います。

また、広域大規模食中毒発生時にはマニュアルに基づき対策本部を設置し、関係機関と連携し迅速な対応を行います。

イ 食品表示適正化の推進

◎ 食品表示の監視体制の強化

「とくしま食品表示Gメン」が監視活動や調査を積極的に行い、食品表示の適正化を推進します。

また、一般の消費者から「食品表示ウォッチャー」を登録し、県下全域で消費者目線による小売店等市場における食品表示の状況に関する情報収集を実施するとともに、地域における食品表示の適正化をより一層推進するため、市町村・消費者団体版Gメンである「食品表示適正化推進員」との連携を強化します。

◎ 食品表示の相談体制の充実

食品の表示に関する情報提供や、疑問・質問・相談等を受け付ける「適正表示相談窓口」及び栄養成分表示や健康食品に関する相談を受け付ける「栄養表示相談窓口」の効率的かつ効果的な運用に努め、消費者や食品関連事業者等への利便性の向上を図り、表示の適正化を促進します。

◎ 事業者に対する適正表示の支援

食品表示はいくつもの法令によって規定されており、法令に基づき、適正に表示するためには、食品表示の知識を深めることが必要です。

そこで、食品関連事業者の表示担当者を対象とした「食品表示制度講習会」を開催し、事業者の人材育成と適正表示を支援します。

◎ 消費者の食品表示制度の理解の促進

食品表示は消費者にとって、大切な情報源であり、食品表示を上手に活用し、消費生活に役立てることが重要です。

消費者の食品表示への関心の高まりを、正しい知識と理解に繋げるため、食品表示の研修会やセミナーを開催するなど、行政・事業者・消費者が連携して、**適正表示を適切に活用できる**社会づくりを推進します。

**K P I** 食品表示Gメンによる立入調査・検査件数を、毎年 3,200 件以上とする。

**K P I** 食品表示ウォッチャーによる調査件数を、毎年 1,000 件以上とする。

ウ リスクコミュニケーションの推進と食の知の向上

◎ リスクコミュニケーションの推進

食に対する消費者の不安が高まっている中、消費者と食品関連事業者など関係者が互いに顔を合わせ、食の安全・安心について情報共有と意見交換を行うリスクコミュニケーションの重要性が高まっています。

このため、これまでのフォーラムやゼミナール等の開催に加えて、

- ・ 「事業者発信型」や「体験型」のリスクコミュニケーション、
- ・ さらには幅広い世代を対象とした**出前講座の実施**など、多様な**機関と連携した**リスクコミュニケーションを推進します。

また、地域におけるリスクコミュニケーションを推進するため、

- ・ 消費者に対して食の安全・安心に関する情報をわかりやすく提供したり、
- ・ **食品に関する正しい知識を発信して、身近な消費者を合理的な選択に導く人材の育成を進めます。**

さらに、**令和 2 年度に設置の消費者庁新未来創造戦略本部**と連携して

- ・ **健康食品や食品添加物など、消費者の関心の高い分野に関する**リスクコミュニケーションを実施します。

◎ 正しい知識の提供と理解の促進

栄養素が豊富な食品でも、食べ方や量が適切でなければ、健康に悪影響を及ぼす場合もあります。また、食品には、品質や鮮度を劣化させる微生物の付着や、食品の品質保持を目的とした添加物も含まれています。

そこで、食中毒防止、残留農薬や食品添加物、健康食品の安全性に関する知識など、食に関する情報を科学的根拠に基づきわかりやすく提供し、消費者自らの合理的判断が可能となるよう「食の知」の向上を図ります。

また、**関係機関と連携し、消費者が栄養成分表示等をもとに、自身の健康状態に応じた食品選択ができるよう、栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育を実施します。**

◎ 正確な情報の提供

消費者の食の安全・安心に関する正しい理解を促進するため、食の安全安心情報ポータルサイトや各種講座などを通じ、Q & Aやクイズなど生活に即したわかりやすい方法で、正確な情報を提供します。

食品の回収情報などは、ポータルサイトや「食の安全安心情報メール」で迅速に提供し、食品の安全性確保を図ります。

また、消費者情報センターにおいても、市町村等の消費生活相談窓口と連携し、正しい情報の提供と消費者からの情報収集を図ります。

**K P I** 食に関する正しい知識の普及に関するイベント（リスクコミュニケーション）等参加者数を、毎年**900**人以上とする。



## 5 消費者市民社会の「徳島モデル」形成に向けた取組み

### (1) 関係機関・関係団体との連携強化

実効性のある消費者行政施策の展開を図るためには、県や市町村だけでなく、**国内外**の関係する様々な団体との協力・連携の下で実施することが必要です。

また、令和2年度に、**消費者庁新未来創造戦略本部**が徳島県に設置される**ところ**であり、**カウンターパートの役割を担う本県**としては、**国内にとどまらず、世界を見据えた協力・連携が重要**です。

そのため、今後、

- ・ 消費者団体、福祉団体等との協力・連携
- ・ 事業者・事業者団体との協力・連携
- ・ 市町村・教育機関等との協力・連携
- ・ 周辺地域（四国・関西・中国・九州）との連携
- ・ 消費者庁、国民生活センター（消費者委員会）との協力・連携
- ・ **国際的なキーパーソンとの協力・連携**

を積極的に推し進めることとします。

**K P I** 消費者庁や、県内外の消費者や自治体・企業・教育機関等が、消費者行政・消費者教育等について自由に議論する場として、平成29年度に、「とくしま消費者行政プラットフォーム」を県庁10階に開設します。

**また、毎年、300回以上の会議等による利用実績をめざします。**

### ◎ 消費者団体、福祉団体等との連携

多様な主体が、それぞれの役割を果たしながら、消費者問題に取り組むことが重要であり、市町村の相談窓口・消費生活センターに加え、県民や消費者団体や老人クラブ連合会、社会福祉協議会、地域包括支援センター等との交流・研修会等を活発にして、関係者が一体となった地域での消費生活の見守り活動を強化していきます。

### ◎ 事業者・事業者団体との連携

事業者・事業者団体は、その供給する商品及び役務について品質等を向上させるとともに、消費者に対し必要な情報を明確かつ分かりやすく提供することなどを通じ、消費者の信頼を確保することが求められています。

そのため、事業者・事業者団体と連携し、

- ・ 消費者志向経営の促進

- ・ 事業者と消費者との間に生じた苦情処理や公益通報制の体制整備
- ・ 消費者とのリスクコミュニケーション
- ・ エシカル宣言

などの取組みを進めていきます。

#### ◎ 弁護士会、司法書士会等との連携

消費者施策を推進する上で、迅速な被害者救済や質の高い相談対応が重要であることから、弁護士会や司法書士会、日本司法支援センター（法テラス）などとの連携を推進します。

また、相談内容に応じて、それぞれの専門家と連携した相談対応を図ります。

#### (2) 時代の変化に即応した消費者問題への取組み

消費者を取りまく社会は、急激に変化しています。消費者の自立や行動を促し、安全安心を確保するためには、時代の変化に即応し、一歩先の対策を講じる準備を進めることが重要となっています。

そのため、

- ・ 消費者行政をテーマとした徳島版「地方創生特区」の設置
- ・ 法令・条例等に反する不適正な不招請勧誘への対策の取組み
- ・ **在住外国人及び外国人観光客の消費者トラブルへの対応**

などについても、積極的に取り組んでいくこととします。

**K P I** 平成 29 年度に徳島版「地方創生特区」を設置します。

#### (3) 徳島モデルの全国発信

消費者が主役となって選択・行動できる「消費者市民社会」を形成しようとする徳島県の取組みを、「徳島モデル」として、全国に発信していきます。

#### (4) 世界展開

**G 2 0 消費者政策国際会合では、各国が共通して取り組む課題について白熱した議論が交わされ、大変有意義なものとなりました。この成功をレガシーとして、本県の消費者政策を更に進化させていくことが求められています。**

そのため、

- ・ **国際会合の参加者や学識経験者、消費者団体をメンバーとする「国際連携ネットワーク」を構築します。**



- ・ 徳島発信の「国際会議」を国内外の有識者を交え、開催します。

**K P I** 令和元年度に「国際連携ネットワーク」を構築し、本県の消費者行政・消費者教育が一層進化するよう、取組を推進します。

**K P I** ネットワーク会議・国際会議の参加者数（累計）

R2：200人 → R3：400人