



～くらしの理想郷“ふじのくに”を目指して～

静岡県消費者行政推進基本計画

[資料編]

平成 24 年 3 月

(目次)

1	静岡県の消費生活相談体制	1
2	静岡県の消費生活相談	2
3	静岡県の事業者指導	9
4	静岡県の消費者啓発	16
5	その他の消費者行政の取組	18

1 静岡県の消費生活相談体制

(1) 県の消費生活相談体制

東部(沼津市)、中部(静岡市)、西部(浜松市)の3地域に拠点として県民生活センターを、賀茂(下田市)に地区窓口として県民相談室を設置して、消費生活相談に対応しています。また、消費生活相談において法律的な疑義が発生した場合等に助言を受けるため、平成21年度から、消費生活専門アドバイザーとして弁護士及び司法書士を県民生活センターに配置しています。平成22年度には、インターネット等によるトラブルへの助言を受けるため、ITアドバイザーを設置しました。

相談員の配置 (平成23年度)

(単位:人)

県民生活センター 県民相談室	東 部		中 部	西 部	計
		賀 茂			
消費生活相談員	3	1(1)	3	3	10(1)
不当取引指導員	2		2	2	6
専門アドバイザー(弁護士・司法書士)	2		2	2	6
専門アドバイザー(IT)	1				1

()内は県民相談員と兼務・内数

(2) 県内市町の消費生活相談体制

県内の全市町において、消費生活相談窓口が設置されています。そのうち、18市3町が消費者安全法に規定する消費生活センターを設置しています。

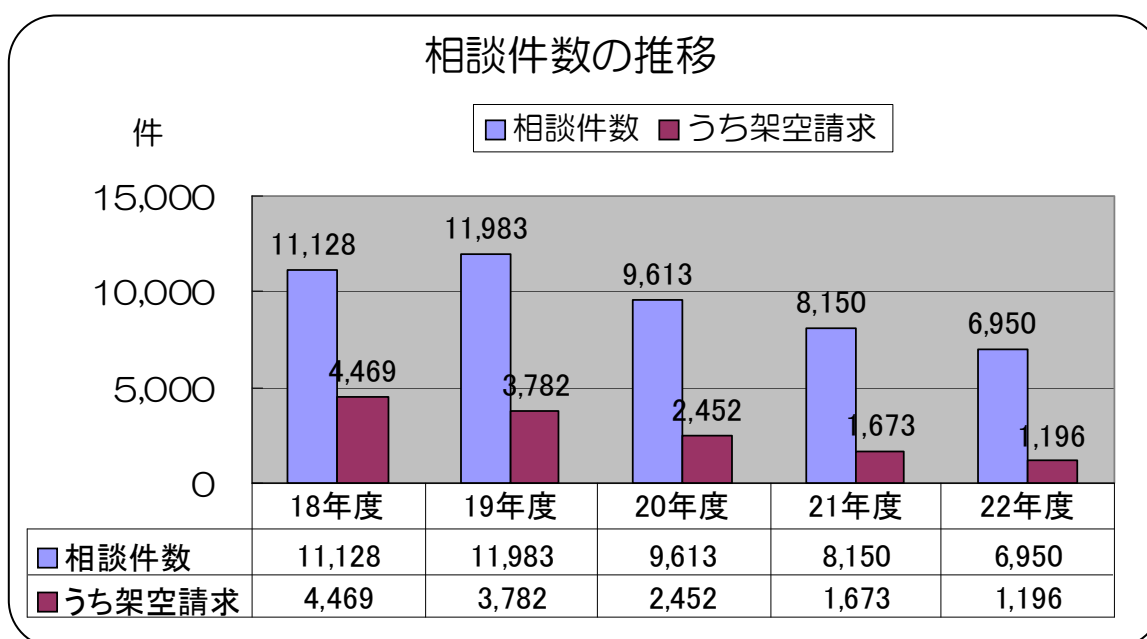
県内市町における消費生活相談体制

区 分	計画期間前 (21年度末)	現在 (23年9月末現在)
消費生活センターを設置 *消費生活相談員が週4日以上相談業務を実施	16市1町 静岡市、浜松市、沼津市、三島市、富士宮市、島田市、富士市、磐田市、焼津市、掛川市、藤枝市、御殿場市、袋井市、裾野市、御前崎市、湖西市、長泉町	18市3町 静岡市、浜松市、沼津市、三島市、富士宮市、島田市、富士市、磐田市、焼津市、掛川市、藤枝市、御殿場市、袋井市、裾野市、御前崎市、湖西市、長泉町、牧之原市、菊川市、小山町、清水町
消費生活相談員を相談窓口配置(週3日以内)	7市1町 下田市、熱海市、伊東市、菊川市、伊豆市、伊豆の国市、牧之原市、清水町	5市 下田市、熱海市、伊東市、伊豆市、伊豆の国市
職員が対応	10町 東伊豆町、河津町、南伊豆町、松崎町、西伊豆町、小山町、函南町、吉田町、川根本町、森町	9町 東伊豆町、河津町、南伊豆町、松崎町、西伊豆町、函南町、吉田町、川根本町、森町、

2 静岡県の消費生活相談

(1) 相談受付件数

平成22年度に県民生活センター(県民相談室を含む。)で受け付けた消費生活相談件数は6,950件でした。そのうち17.2%は、有料サイトの利用料や、商品名を特定しない消費料等について、はがきやインターネット、携帯電話で料金の請求を行う、いわゆる架空請求に関する相談となっています。



<参考> 県及び市町の相談受付件数推移

市町消費生活相談窓口の整備に伴い、市町の相談受付割合が増加しています。

区分	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	H22/H21
県受付	11,983件 (36.6%)	9,613件 (36.1%)	8,150件 (32.1%)	6,950件 (28.5%)	85.3%
市町受付	20,798件 (63.4%)	16,991件 (63.9%)	17,264件 (67.9%)	17,477件 (71.5%)	101.2%
計	32,781件 (100%)	26,604件 (100%)	25,414件 (100%)	24,427件 (100%)	96.1%

(2) 相談内容

平成22年度の相談内容を、商品・サービス別に分類すると、「アダルト情報サイト」が1位（875件）となっており、前年よりも件数が163件増加しています。また8位の「未公開株」は、前年の79件から106件と27件増加しました。一方、フリーローン・サラ金や出会い系サイトなどの相談は減少しました。

相談件数が多い商品・サービス

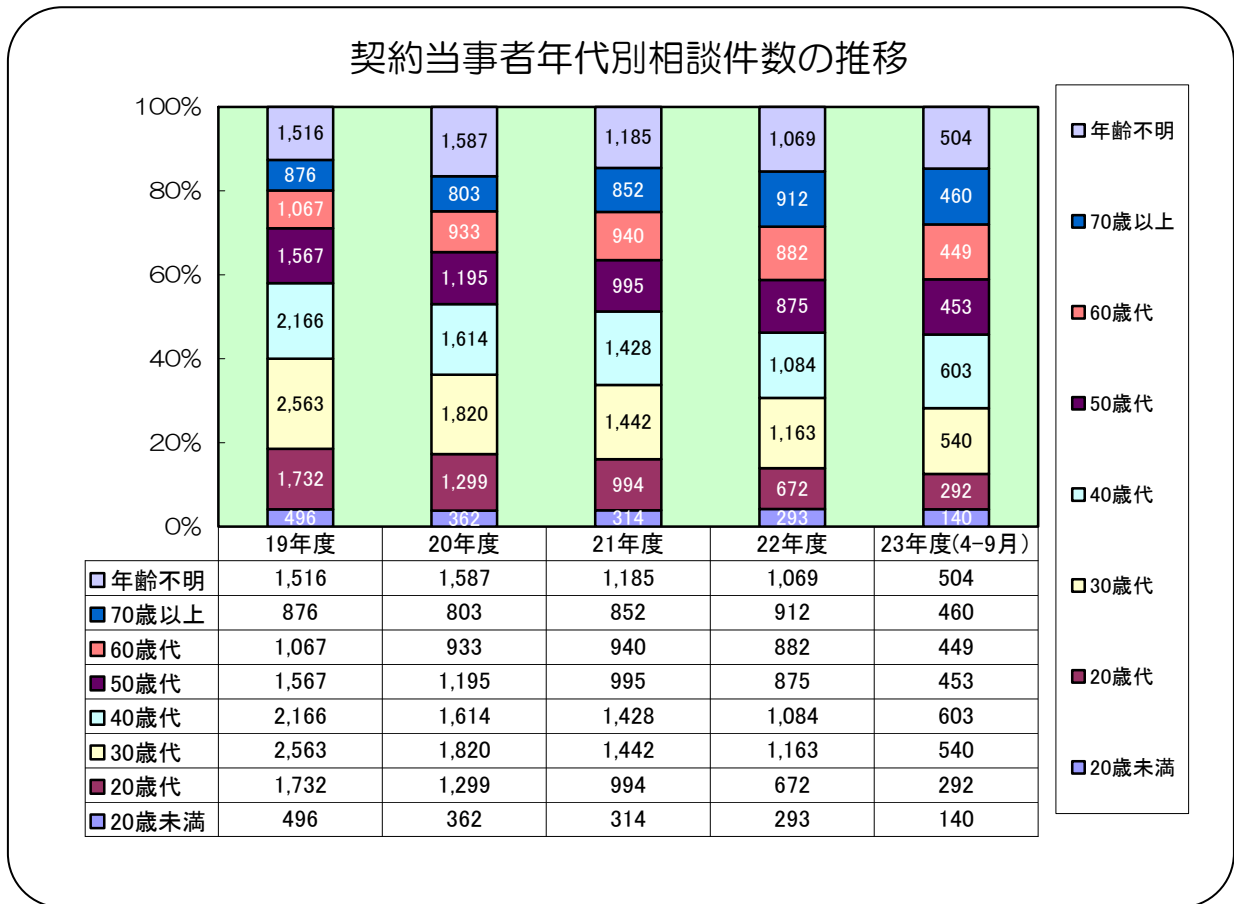
(単位：件、%)

順位	21年度	22年度	23年度4～9月
1	フリーローン・サラ金 849 (30)	アダルト情報サイト 875 (769)	アダルト情報サイト 533 (487)
2	アダルト情報サイト 712 (633)	フリーローン・サラ金 635 (15)	フリーローン・サラ金 297 (7)
3	出会い系サイト 433 (278)	出会い系サイト 310 (136)	出会い系サイト 132 (46)
4	デジタルコンテンツ 388 (352)	商品一般 209 (33)	デジタルコンテンツ 82 (72)
5	商品一般 353 (184)	デジタルコンテンツ 201 (160)	相談・その他 77 (0)
6	他のデジタルコンテンツ 169 (129)	相談・その他 128 (0)	ファンド型投資商品 75 (0)
7	普通・小型自動車 139 (0)	普通・小型自動車 120 (0)	商品一般 62 (7)
8	修理サービス 107 (9)	未公開株 106 (0)	修理サービス 60 (0)
9	相談・その他 107 (0)	修理サービス 92 (0)	未公開株 52 (0)
10	携帯電話サービス 84 (0)	他のデジタルコンテンツ 85 (45)	携帯電話サービス 45 (0)
その他	4,809 (67)	4,189 (38)	2,026 (32)
計	8,150 (1,673)	6,950 (1,196)	3,441 (651)

※ () 内は架空請求件数 (内数)

(3) 契約当事者の年齢内訳

相談内容の契約当事者の年齢別の年度別の推移では、平成22年度は全ての年代で相談件数は減少しているものの、「60歳代」、「70歳以上」が契約当事者の相談の構成比が増加しました。



(4) 若年層の消費生活相談状況

30歳未満の若者（以下「若年層」という。）を契約当事者とする相談の特徴として、「アダルト情報サイト（有料サイト利用料の架空請求に関する相談）」や「出会い系サイト」に関する相談が、他の年齢層に比べて多いことが挙げられます。

若年層が当事者の消費相談件数の推移

（単位：件）

当事者年齢層	21年度	22年度	23年度 4～9月
若年層 (30歳未満)	1,308 (16.0%)	965 (13.9%)	432 (12.6%)
うち20歳未満	314 (3.9%)	293 (4.2%)	140 (4.1%)
全年齢（全件）	8,150	6,950	3,441

若年層が当事者の相談において多い商品・サービス（平成22年度）

（単位：件）

当事者年齢層	相談件数	1位	2位	3位	4位	5位
20歳未満	293	アダルト情報サイト 171	デジタルコンテンツ 19	出会い系サイト 18	他のデジタル コンテンツ 15	電話音声情 報 5
20歳代	672	アダルト情報サイト 147	出会い系サイト 64	フリーローン・サラ金 43	デジタルコンテンツ 40	普通・小型自 動車 29
全年齢 (全件)	6,950	アダルト情報サイト 875	フリーローン・サラ金 635	出会い系サイト 310	商品一般 209	デジタルコンテンツ 201

若年層が当事者の相談における商法別内訳

（単位：件）

商法名	20歳未満		20歳代		全年齢（全件）	
	21年度	22年度	21年度	22年度	21年度	22年度
無料商法	50	39	87	90	487	580
サイドビジネス商法	1	1	28	24	123	99
アポイントメントセールス	0	0	20	2	35	13
キャッチセールス	0	0	4	4	6	7
次々販売	3	3	24	12	178	199

(5) 高齢者の消費生活相談状況

平成23年4月1日現在の本県の総人口は、約3,845千人で、そのうち65歳以上の高齢者人口は約895千人(高齢化率23.3%)となっています。このような高齢化の進行や核家族世帯の増加などを背景として、高齢者のみで構成される世帯数も増加し、高齢者の消費者被害が問題となっています。高齢者は、以下の理由で被害に遭いやすいと考えられます。

- 高齢者は商品やサービスの適切な情報に接する機会が少なく、商品などの選択のための知識が十分でない。
- 高齢者は在宅率が高く、訪問販売や電話勧誘など、問題のある商法の被害にあう可能性が高い。
- 加齢に伴う心身の能力低下に加え、高齢者だけの世帯では助言者がいないことが多く、業者の言われるまま被害に遭うケースが多い。

60歳以上が当事者の消費相談件数の推移

（単位：件）

当事者年齢層	21年度	22年度	23年度4～9月
60歳以上	1,792 (22.0%)	1,794 (25.8%)	909 (26.4%)
うち70歳以上	852 (10.4%)	912 (13.1%)	460 (13.4%)
全年齢（全件）	8,150	6,950	3,441

60歳以上が当事者の相談において多い商品・サービス（平成22年度）

（単位：件）

当事者年齢層	相談件数	1位	2位	3位	4位	5位
60歳代	882	フリーローン・サラ金 115	アダルト情報サイト 62	商品一般 30	公社債 27	リゾート会員権 24
70歳以上	912	未公開株 57	フリーローン・サラ金 42	商品一般 31	公社債 32	健康食品 20
全年齢（全件）	6,950	アダルト情報サイト 875	フリーローン・サラ金 635	出会い系サイト 310	商品一般 209	デジタルコンテンツ 201

60歳以上が当事者の相談における商法別内訳

（単位：件）

商法名	60歳代		70歳以上		全年齢（全件）	
	21年度	22年度	21年度	22年度	21年度	22年度
無料商法	41	38	19	15	487	440
サイドビジネス商法	13	10	7	3	123	74
次々販売	22	13	62	27	178	147
点検商法	6	4	17	8	39	22
SF商法	2	0	13	6	18	17
利殖商法	26	32	33	39	122	146

(6) 販売購入形態の内訳

平成22年度の相談における、販売購入形態別の相談の内訳は、「電話勧誘販売」に関する相談が、相談件数は減少しているものの構成比が増加しており、「マルチ・マルチまがい」に関する相談が、件数、構成比ともに増加しています。「マルチ・マルチまがい」に関する相談は、ここ数年増加傾向です。

販売購入形態に関する相談状況

（単位：件、%）

区 分		21年度	22年度	23年度4～9月
店舗販売		2,048	1,559	771
特殊販売	通信販売	2,748	2,298	1,230
	訪問販売	793	725	344
	電話勧誘販売	605	548	299
	マルチ・マルチまがい	199	110	35
	ネガティブオプション	14	19	6
	その他無店舗	108	92	31
	特殊販売計	4,467	3,792	1,945
不明・無関係		1,635	1,599	725
計		8,150	6,950	3,441

(7) 架空請求に関する相談

架空請求に関する相談については、若年者からも高齢者からも苦情相談が寄せられ、不特定多数が被害に遭っている傾向が見られます。

実際に支払ってしまった場合の被害金額は、5万円未満が最も多くなっていますが、一方で100万円以上の被害に遭うケースもあります。

架空請求に関する相談の契約当事者年代別相談件数の推移

(単位：件、%)

	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度
20歳未満	375	353	248	182	177
20歳代	759	712	506	318	206
30歳代	995	1,038	639	446	282
40歳代	640	871	499	347	250
50歳代	573	471	263	166	120
60歳代	487	136	130	113	78
70歳以上	408	64	51	49	24
不明	232	137	116	52	59
計	4,469	3,782	2,452	1,673	1,196
前年度比	59.2%	84.6%	64.8%	68.2%	71.5%

被害金額の推移

(単位：件)

被害金額	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度
5万円未満	39	61	60	40	25
5万円以上 10万円未満	26	30	25	19	20
10万円以上 20万円未満	14	15	11	5	8
20万円以上 50万円未満	17	16	14	9	5
50万円以上100万円未満	8	16	7	4	2
100万円以上	5	11	8	5	5
計	109	149	125	82	65

(8) 多重債務に関する相談

多重債務に関する相談件数の推移は、以下のとおりとなっており、相談者の年齢は、30歳代、40歳代、50歳代で6割を占めています。借入理由は、「生活費等の不足」が相談件数全体の5割を超えておりましたが、20年度は3割程度に減少し「事業資金」「住宅ローン等」が増加傾向にあります。

また、相談内容としては、「債務の返済困難」「業者の厳しい取立て」に関する相談が増加傾向にあります。

県民生活センターにおける相談受付件数の推移

(単位：件、%)

年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度4～9月
相談件数	1,676	1,427	1,048	816	363
前年度比	120.7%	85.1%	73.4%	77.9%	90.5%

相談者の年齢の年度別推移

(単位：件、%)

年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度4～9月
20歳未満	4	1	1	3	1
20歳代	191	150	103	46	17
30歳代	398	308	185	159	61
40歳代	343	322	229	141	75
50歳代	323	263	217	146	69
60歳以上	292	274	231	245	97
不明	125	109	82	76	43
計	1,676	1,427	1,048	816	363

借入理由の年度別推移

(単位：件、%)

年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度4～9月
生活費等の不足	858	442	291	182	51
事業資金	118	121	61	51	20
遊興飲食・ギャンブル費	95	87	60	24	5
商品・サービス購入	65	55	47	35	22
保証・借金肩代わり	51	61	29	32	10
住宅ローン等	10	56	79	33	27
本人・家族の病気・けが	—	—	17	9	0
その他・不明	479	605	464	450	228
計	1,676	1,427	1,048	816	363

相談内容の年度別推移

(単位：件、%)

年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度4～9月
債務の返済困難	806	760	518	294	102
利息(過払金等)	269	143	111	168	79
自己破産	72	22	12	27	6
業者の厳しい取立て	27	48	48	31	11
その他	502	454	359	296	165
計	1,676	1,427	1,048	816	363

3 静岡県の事業者指導

(1) 不当取引事業者に対する最近の指導状況

近年、悪質な訪問販売による消費者の被害が多発して、大きな社会問題になっており、その手口も消費者の年代やライフスタイルに合わせて、多様化、巧妙化してきています。

そこで、県では、県民生活センターに消費生活相談員の資格を持った不当取引指導員を配置し、不当取引行為を監視するとともに、早い段階から事業者指導を行い、消費者被害の発生防止を図っています。

指導後も改善が図られない事業者や、極めて悪質で広域的に不当取引を行う事業者に対しては、特定商取引法及び県消費生活条例に基づき、業務停止命令や指示処分、改善勧告を行うなど厳正な法執行に努めるとともに、積極的に県民に情報提供し、消費者被害の拡大防止を図っています。

(2) 信販事業者に対する指導

悪質な訪問販売事業者等が高額商品を売りつける場合などに、信販事業者が安易に与信する行為が問題となっています。そこで、県では信販事業者に対して、不適正な管理によってクレジット契約が悪質な取引行為に利用されることのないよう、割賦販売法に基づく改善命令、県消費生活条例に基づく改善勧告や指導を行っています。

不当取引事業者等に対する指導等実績（平成23年10月末現在）

（単位：件）

年度	処分 指導 事業者数	特定商取引法に係る措置					割賦販売法 に係る措置		県消費生活条例に係る措置			
		業務停止命令 及び 公表		指示処分			改善 命令	指導	勧告	指導	公表	情報 提供
		全国 (国・県)	全国 (国・県)	指導								
19	19	6	113	0	67	10	—	—	7	12	0	0
20	15	2	113	2	28	11	—	—	4	11	0	2
21	6	2	100	0	38	4	—	—	1	4	0	0
22	15	7	141	0	45	7	0	1	7	7	0	0
23	6	0	34	0	20	4	1	1	0	4	0	0

(3) 食品表示に係る J A S 法、食品衛生法、景品表示法に基づく指導状況

J A S 法においては、一般消費者に直接販売される食品について流通に係る全事業者が、景品表示法は一般消費者が取引を行う際の表示を行う事業者が表示義務者として法適用の対象となります。

平成14年1月の食肉の産地偽装事件を契機に、本県でも同年2月から「食品表示不審情報窓口」を、平成15年5月から「食の総合相談窓口」を設置して県民からの情報を収集しています。平成20年4月には、国（旧・静岡農政事務所。平成23年9月1日から静岡地域センター及び浜松地域センターに組織改正。）、県・政令市の食品表示担当部局及び警察

により「静岡県食品表示監視協議会」を設置し、情報の共有化を図っています。

本県では、これら窓口へ寄せられる不審情報に基づき、JAS法や景品表示法に基づく立入調査等を実施し、不正表示等が発見された場合には、行政指導を行っています。

また、事業者への食品表示制度の周知徹底を図るため、県民から募集し委嘱している100人の消費生活モニターに、食品表示ウォッチャーを兼務していただき、消費者による日常的な監視の強化に努めています。

なお、県では「静岡県事務処理の特例に関する条例」により、平成24年4月から、JAS法の権限の一部（主たる事務所、工場、店舗等が市内のみにある事業者に対する立入検査、指示等）を政令市に委譲する予定です。

ア 景品表示法に基づく指導状況

(ア) 違反被疑事案処理件数（平成23年10月末現在）

○受付件数

（単位：件）

区分	景品				表示				合計
	職権探知	申告	公取通知等	計	職権探知	申告	公取通知等	計	
19年度	0	0	0	0	22	67	19	108	108
20年度	3	1	0	4	12	73	21	106	110
21年度	0	1	0	1	19	57	14	90	91
22年度	0	1	0	1	25	73	23	121	122
23年度	0	1	0	0	46	48	21	115	115

○指導件数（違反事実なし・他県移送等を除く）

区分	景品				表示				合計
	指示	文書注意	口頭注意	計	指示	文書注意	口頭注意	計	
19年度	0	0	0	0	4	5	36	45	45
20年度	0	0	3	3	3	1	23	27	30
21年度	0	0	0	0	1	16	22	39	39
22年度	0	0	1	1	1	17	45	63	64
23年度	0	0	0	0	1	1	35	37	37

(イ) 違反事案の概要 (主要なもの)

○平成22年度

	No	項 目	事 例 の 概 要
表示	1	飲食店による限定販売に関する表示	割引価格の適用が一部店舗に限定されることについて、表示内容が不明瞭で分かりづらいものであった。(口頭注意)
	2	食品販売事業者による生産者に関する表示	ポップに記載されている生産者の中に、現在は生産していない者が含まれており紛らわしい。(口頭注意)
	3	食品販売事業者による数量限定に関する表示	売り出し期間中にもかかわらず品切れであった。広告には特に数量限定の表示はされていなかった。(口頭注意)
	4	薬局における美容関連商品等に関する表示	店内POP表示において、「たったの10分で5才若返る」などと記載することにより、あたかも、当該商品に高い美容効果等があるかのように表示し販売していたが、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料が提出されたとは認められないものであった。(文書注意)
	5	食品販売事業者が提供するサクラエビに関する表示	台湾産の干サクラエビに原産国以外の地名(静岡県産)を表示し販売していた。(指示・公表)

○平成23年度

	No	項 目	事 例 の 概 要
表示	1	バッグ製造業者による原産国表示	商品のタグと商品内部のラベルの原産国に相違があった。(口頭注意)
	2	パソコン教室による入学金に関する表示	キャンペーン期間中のみ入学金無料と表示していたが、入学金徴収の実績がなかった。(指示)
	3	家電量販店による販売方法に関する表示	まとめ買いの組合せ商品が限定的であるにもかかわらずその旨表示がされていなかった。(口頭注意)
	4	家電量販店による販売方法に関する表示	ちらしに「展示品在庫限り」と表示しながら現品がなく予約販売の対応をとっていた。(口頭注意)
	5	焼肉店による価格表示	通常価格とは考えられない金額と比較して安く見せかける表示をしていた。(文書注意)

イ 食品表示不審情報受付実績（平成23年10月末現在）

○品目別内訳

（単位：件）

品目別内訳		19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
生鮮食品	農産物	15	24	20	20	34
	畜産物	20	11	14	11	8
	水産物	19	13	14	5	9
	全般	2	1	0	2	1
	計	56	49	48	38	52
加工食品	農産物	29	50	44	41	23
	畜産物	10	7	7	8	3
	水産物	49	52	38	35	13
	その他	70	37	31	37	18
	計	158	146	120	121	57
米 麦		6	6	5	10	5
その他		8	3	4	15	5
計		228	204	177	184	110

○内容別内訳

（単位：件）

内容別内訳		19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	
情報提供	生鮮食品	農産物	15	20	17	19	31
		畜産物	17	10	13	11	7
		水産物	17	12	12	5	7
		全般	2	1	0	2	0
		計	51	43	42	37	45
	加工食品	農産物	25	44	38	34	19
		畜産物	10	6	6	5	3
		水産物	44	48	35	30	13
		全般	62	27	29	34	14
		計	141	125	108	103	49
		米 麦	6	5	5	8	5
		その他	7	3	3	15	4
	計	205	176	158	163	103	
	問い合わせ		17	4	8	3	5
	提案・意見		6	9	1	3	9
その他		0	15	10	15	2	
計		228	204	177	184	119	

○不審情報の主な内容

- ・売られている生鮮食品の原産地表示がない。
- ・商品の一括表示とその他の表示に記載している内容が整合していない。

○指導等状況

(単位：件)

処理区分	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
指 示	2	4	2	1	0
文書指導	5	1	1	0	0
口頭指導	47	45	50	59	38
国へ移送	46	35	25	10	19
計	100	85	78	70	57

ウ JAS法、景品表示法による食品表示指導実績（平成23年10月末現在）

○行政指導件数

(単位：件)

年度	立入検査等	行政指導				計
		口頭指導	文書指導	嚴重注意 (公表)	指示 (公表)	
19	517	170	11	1	3	185
20	526	250	4	0	5	259
21	629	323	9	0	3	335
22	519	299	2	0	2	303
23	371	238	1	0	0	239

(4) 消費生活用製品安全法・家庭用品品質表示法に基づく表示の適正化

消費生活用製品による消費者の生命及び身体に対する危害の防止を図るため、特定製品の製造及び販売を規制するとともに、製品事故に関する情報収集及び提供等の措置を行っています。また、消費者の利益を保護することを目的に、家庭用品の品質に関する表示の適正化を指導しています。

ア 消費生活用製品安全法による立入検査状況

- (ア) 消費生活用製品…主として一般消費者の生活の用に供される製品（ただし、自動車・薬品など特別に法で定めているものを除く）。
- (イ) 特定製品…構造、材質、使用状況等からみて特に危害を及ぼすおそれが多いと認められる製品で、国が指定するもの（10品目）。国の認定検査機関による技術基準適合マーク（PSCマーク）を貼付。

分 類	製 品 名
特定製品	家庭用の圧力なべ及び圧力がま、乗車用ヘルメット、登山用ロープ、石油給湯機、石油ふろがま、石油ストーブ、
特別特定製品（※1）	乳幼児ベッド、レーザーポインター、浴槽用温水循環器、ライター（※2）

※1 製造又は輸入業者のうち、危害の発生を防止するため必要な品質の確保が十分でない者がいると認められる特定製品で、国が指定するもの。

※2 ライターについて平成22年12月27日追加指定。平成23年9月26日をもって経過措置は終了した。

（ウ） 特定保守製品

長期使用製品安全点検制度の創設に伴い、経年劣化による重大製品事故の発生のおそれが高いものを「特定保守製品」として9品目を指定。（平成19年11月21日公布、平成21年4月1日施行）

分 類	製 品 名
特定保守製品	<ul style="list-style-type: none"> ・屋内式ガス瞬間湯沸器（都市ガス用、LPガス用） ・屋内式ガスバーナー付ふろがま（都市ガス用、LPガス用） ・石油給湯機 ・石油ふろがま ・密閉燃焼式石油温風暖房機 ・ビルトイン式電気食器洗機 ・浴室用電気乾燥機

（エ） 権限移譲

国は、特定製品の販売業者及び特定保守製品取引事業者について、店舗等の所在地を管轄する県に立入検査等の権限を移譲し、県は、「静岡県事務処理の特例に関する条例」に基づき、市町に立入検査等の権限を移譲していたが、平成22年6月22日付け地域主権戦略大綱の閣議決定により、消費生活用製品安全法について、都道府県の処理する事務の一部を全ての市に移譲する旨が定められ、基礎自治体への権限移譲に係る第2次一括法が成立し、平成23年8月30日に公布された（平成24年4月施行予定。）ため、今回移譲対象とされる市分については、事務処理特例条例の対象から外す旨の条例改正を行う予定である。

（オ） 立入検査実績（平成22年度）

立入検査店舗数	検査点数	違反点数	適正表示率
153店舗	2,707点	4点	99.8%

イ 家庭用品品質表示法による立入検査状況

（ア） 家庭用品…一般消費者が通常生活の用に供する繊維製品、合成樹脂加工品、電気機械器具及び雑貨工業品のうち、一般消費者がその購入に際し品質を識別することが著しく困難であり、かつ、その品質を識別することが特に必要であると認められるもので、国が指定するもの。（繊維製品35、合成樹脂加工品8、電気機械

器具17、雑貨工業品30 計90品目)

(イ) 権限移譲

国は、家庭用品の販売業者について、店舗等の所在地を管轄する県に立入検査等の権限を移譲(なお、主たる事務所及び店舗が県内に存する場合には、指示及び公表等まで権限移譲。)し、県は、「静岡県事務処理の特例に関する条例」に基づき、市町に立入検査等の権限を移譲していたが、平成22年6月22日付け地域主権戦略大綱の閣議決定により、家庭用品品質表示法について、都道府県の処理する事務の一部を全ての

市に移譲する旨が定められ、基礎自治体への権限移譲に係る第2次一括法が成立し、平成23年8月30日に公布された(平成24年4月施行予定。)ため、今回移譲対象とされる市分については、事務処理特例条例の対象から外す旨の改正を行う予定である。

(ウ) 立入検査実績(平成22年度)

立入検査店舗数	検査総点数	違反点数	不適正表示点数	適正表示率
203店舗	53,439点	6点	4点	99.9%

4 静岡県の消費者啓発

(1) 消費者月間等集中啓発

消費者月間（5月）及び消費者被害防止年末キャンペーン（12月）の期間中に、市町、関係機関及び消費者団体等の幅広い参加の下、全県で集中的に悪質商法への注意を呼びかけています。

(2) 消費者向け情報誌等の作成・配布

悪質商法の手口や対応策など、消費者トラブルに関する情報を提供するために情報誌「くらしのめ」を発行し、関係各所に配布しています。また、平成23年10月からは、電子メールによる「くらしのめ〜ル」の配信を始めました。

(3) 静岡県金融広報委員会との連携

金融広報中央委員会と連携しながら、静岡県における金融に関する広報と消費者教育活動の推進を図るために静岡県金融広報委員会を設置し、金融・経済講演会、金融セミナー、出張講座開催等により金融経済情報の提供や、各種セミナー、講習会への講師派遣等を通じて金融経済学習の支援を行っています。

(4) 消費生活モニター制度

県下で100人の消費生活モニターを委嘱し、消費生活についての各種の情報や意見、要望を把握し、消費者行政に反映させるとともに、消費生活モニターを通して地域での啓発、情報提供を行っています。

また、非常時における生活物資価格や店頭での物資の需給動向についてもモニターしています。平成23年4月には、東日本大震災後の県内の生活物資の価格や需給動向について、アンケート調査を実施しました。

(5) 消費者学習支援

消費者が生涯にわたり、学校、地域、家庭、職域その他様々な場において、消費生活について学習できるよう消費者教育の充実等を図っています。

高校生への啓発誌配布、学校等への出前講座、教員研修会の実施等を通じての若者自立支援、消費者ホーム講座（通信制）の実施による一般消費者自立支援、市町等が開催する消費者セミナーへの講師派遣や消費者啓発講師養成講座の実施による市町啓発支援を行っています。

平成22年度消費生活講座等実施状況実績

学校訪問講座		企業訪問講座		教員研修会		消費者セミナー		その他出前講座	
回	人	回	人	回	人	回	人	回	人
29	3,389	4	363	3	26	13	434	90	2,348

(6) 暮らしのサポーター

地域において、消費生活に関する情報提供・啓発を行うことのできる人材を養成し、消費者被害の未然防止を図るとともに、地域における消費者グループの活動を推進しています。

暮らしのサポーター受講実績

(単位：人)

	応募者数	受講者数			修了者数
		計	男性	女性	
18年度	108	95	20	75	84
19年度	121	120	43	77	93
20年度	128	128	33	95	77
21年度	148	142	33	109	110
22年度	88	76	24	52	70

5 その他の消費者行政の取組

(1) 消費者団体と連携した消費者支援

消費者被害の発生・拡大を防止し、県民一人ひとりが個性豊かな消費生活を築くためには、自主的・合理的な行動をとれる消費者の育成が重要です。

このための消費者学習の支援は、家庭、学校、地域において、様々な機会を通じてあまねく行われる必要があります。これには、行政だけでなく地域での消費者活動を通じた学習の場を設けることが必要です。

そこで、地域消費者のグループ育成を図るとともに、地域における住民の消費者活動を支援しています。

また、県域で活動をしている消費者団体に対して、助成を行っています。

(2) 商品テスト

複雑・多様化している商品がもたらす危害から消費者の安全を確保し、相談や啓発活動に必要な科学的資料を得るため、環境衛生科学研究所において商品テストを実施しています。また消費者が実技を通じて商品知識を深めることができる啓発講座等を実施しています。

ア 苦情テスト（持込）

（単位：件）

年度	件数	銘柄数	検体数	延項目数	主なテスト内容
21	4	6	18	24	・烏龍茶の成分調査 ・カレー中の異物調査 ・墨汁の異臭調査 ・タイル
22	0	0	0	0	
23	0	0	0	0	

イ 苦情テスト（試買）

（単位：件）

年度	件数	銘柄数	検体数	延項目数	主なテスト内容
21	3	72	349	557	①栄養補助食品について ②豆類に含まれるミネラル成分等について ③エコバッグの強度等に関する調査
22	3	42	240	281	①栄養補助食品について ②アロマ製品に関する調査 ③ミネラルウォーター
23	2	36	39	48	①食品に含まれる有害物質等に関する調査 ②コエンザイムQ10含有食品について ③化粧品について

ウ 商品テスト実習講座

(単位：件)

県民生活センター	21年度		22年度		23年度 (11月16日現在)	
	回数	延受講者数	回数	延受講者数	回数	延受講者数
賀茂	-	-	-	-	-	-
東部	3	86	5	183	6	105
中部	3	39	3	55	3	32
西部	1	35	4	97	2	44
合計	7	160	12	335	10	181

エ 商品テスト情報の提供

(相談件数(うち報道関係) 単位：件)

21年度	22年度	23年度
6 1 (6)	4 7 (4)	3 1 (2)

(3) 物価対策

県下13市※がそれぞれのモニター等を活用して、毎月食料品や日用品、石油製品等について価格調査を行い広報紙等により公表しています。県は調査品目や調査方法等の共通化を図るとともに、集計結果を公表して、物価の監視に役立てています。

※13市：伊東、熱海、裾野、沼津、富士、富士宮、静岡、焼津、藤枝、島田、掛川、袋井、浜松（平成21年度までは、磐田市を含む14市）

13市による物価調査県平均価格年度別平均値の推移

(単位：円。税込み)

品目	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度
食パン	157	161	179	166	158
うるち米	2,135	2,107	2,090	2,106	1,987
みそ	293	287	311	308	294
マーガリン	225	218	238	241	229
砂糖	186	182	184	181	186
しょうゆ	251	244	274	274	267
食用油	342	420	529	368	317
マヨネーズ	242	271	295	289	276
ヨーグルト	173	172	177	168	159
牛乳	159	155	180	184	182
豚肉	178	174	158	147	143
鶏卵	190	182	198	192	198
台所用洗剤	170	170	172	169	163
洗濯用合成洗剤	366	359	352	344	322
ティッシュペーパー	326	337	354	318	309
ガソリン	136	149	146	124	135
家庭用灯油(店頭)	1,409	1,672	1,553	1,266	1,484

(4) 消費生活協同組合指導

消費者の自発的な組織である消費生活協同組合の適正な運営と健全な発展を通じて、県民生活の安定と生活文化の向上を図るため、消費生活協同組合法に基づく指導等を行っています。

消費生活協同組合一覧（平成23年12月現在）

区 域	名 称
連 合 会	静岡県生活協同組合連合会 静岡県学校生活協同組合連合会
地 域	生活クラブ生活協同組合 伊豆山仲道生活協同組合 伊豆山浜生活協同組合 伊豆山岸谷生活協同組合 生活協同組合コープしずおか 静岡県労働者共済生活協同組合 静岡県民共済生活協同組合 浜北医療生活協同組合 静岡県いきいき生活協同組合 生活協同組合パルシステム静岡
職 域	日本軽金属(株)蒲原工場消費生活協同組合 静岡大学生生活協同組合 静岡県教職員生活協同組合 賀茂地区学校生活協同組合 東豆地区学校生活協同組合 田方地区学校生活協同組合 三島地区学校生活協同組合 静岡県駿沼学校生活協同組合 富士地区学校生活協同組合 清水地区学校生活協同組合 静岡市地区学校生活協同組合 志太地区学校生活協同組合 榛原地区学校生活協同組合 小笠地区学校生活協同組合 磐田・周智地区学校生活協同組合 浜松市学校生活協同組合

(5) 市町との連携

市町の消費生活相談業務を支援するため、県民生活センターによる地域別の研修会や、県民生活センターに市町の相談員を受け入れて実施するOJT研修のほか、消費生活相談業務における市町からの問い合わせ等に対して、県民生活センターが助言等を行っています。また、県民生活センターから、管内市町に注意を要する悪質商法手口などの情報提供を行っています。

さらに、市町において受け付けた消費生活相談処理のため、苦情商品テストを希望する場合は必要に応じてテストを実施しています。

(6) 見守りネット

高齢者を狙う悪質な消費者被害が深刻化する中、県民生活センターと市町等関係機関と連携し、高齢者と身近に接する民生委員等の福祉関係者や地域住民等の見守りを活用したネットワークを構築して、高齢者の消費者被害の防止と早期発見、救済を図っています。