

大分県における消費生活相談体制の充実・整備

現状・課題

市町村の消費生活相談員(専任)の配置状況

(平成21年7月末現在) (平成23年度) (平成24年度)

消費生活相談員養成研修(基金事業)による研修生の実地研修としての相談対応も含める。

相談日	市町村数	相談日	市町村数	相談日	市町村数
週4日以上	2市	週4日以上	11市3町	週4日以上	11市2町
週2日	1市	週2日	1市	週2日	2市
月2日	2市	週1日	1市	週1日	1町
月1日	2市	月2日	1市	月2日	1市

アイネスにおける消費生活相談等

年度	苦情・相談件数	あっせん解決率(%)
H12年度	3,758	3.4
H15年度	8,751	1.5
H18年度	7,038	1.6
H21年度	4,752	5.3
H23年度	3,962	5.8

「おおいた消費者ホットプラン」成果指標

「おおいた消費者ホットプラン」数値目標
H27年度 60.0%

市町村における相談分担率 H21年度 38.6% → H23年度 45.1%

課題

消費者の声が、最も身近な市町村でしっかりと受け止められているか。
専門的知識・経験を有する相談員が配置されているか。
相談窓口は周知されているか。
相談の掘り起こしがなされているか。(苦情相談や被害情報が埋もれていないか。被害に気がつかない消費者がいないか)
あらゆる相談が県センター(アイネス)に集中していないか。

消費者行政活性化基金

・基金造成額 311,173千円
・平成21年度～24年度を相談体制強化のための集中育成・強化期間と位置づけ、基金を活用した消費生活相談体制の充実・整備を図る。

目指す姿

活用

すべての市に消費生活センターを設置 (4町村については近隣市が相談を補完)

消費者安全法 (H21.6.5公布)

消費生活センターの設置(県は必置、市町村は努力義務)

消費生活センターの要件

専門的な知識・経験を有する者の配置

- ・消費生活専門相談員・消費生活アドバイザー・消費生活コンサルタント等の資格を有する者
- ・自治体で上記資格者と同等の能力を有すると認める者

電子情報処理組織その他の設備の設置

週4日以上^の相談窓口開所
設置の公示

県と市町村の連携・役割分担

- ・市町村センター…消費者に最も身近な最前線の窓口
苦情相談への解決の手順の提示
高度な事案の県センターとの連携による対応
相談の掘り起こし・情報提供

- ・県センター(アイネス)…センター・オブ・センターズとしての機能

広域的見地による相談、あっせん、情報提供
高度な事案への対応、紛争解決等

市町村相談分担率の向上

市町村消費生活相談員の資質向上

市町村における消費者基本条例、基本計画の策定

市町村における消費生活相談体制等(平成24年度)

H24.10.1現在 (単位:人、件)

区分 市町村名	消費生活センター 設置状況	担当 職員	担当職員の消費者行政に 係る事務のウェイト			消費生活相談員等の配置状況			平成23年度消費生活相談・苦情受付件数					H22相 談苦情 受付件 数④	対H22比較 (増減)	
			100%	50% 以上	50% 未満	臨時職員	非常勤嘱託	その他	市町村 ①	県(アイ ネス)②	計③	相談分担率 ①/③	千人当たり 相談件数		受付 件数	増減率
			大分市	H16設置	5		4	1		4 (3)		2,102	1,855	3,957	53.1%	8.4
別府市		1	1				法人へ委託 1 (週2回,火,木, 3H)	276	596	872	31.7%	6.9	771	101	13.1%	
中津市		2			2		1		182	256	438	41.6%	5.2	406	32	7.9%
日田市		2		1	1		1		152	201	353	43.1%	4.9	292	61	20.9%
佐伯市		3		1	2		1		132	198	330	40.0%	4.2	292	38	13.0%
臼杵市		1			1	1 (1)			101	105	206	49.0%	4.9	220	-14	-6.4%
津久見市		2			2		法人へ委託 1 (1) (月2回第1,3火, 3H)	50	55	105	47.6%	5.2	88	17	19.3%	
竹田市	H24年度設置検討中	2			2		1 (1)		42	67	109	38.5%	4.3	98	11	11.2%
豊後高田市	H24.4.1設置	2		1	1		1		49	71	120	40.8%	4.9	82	38	46.3%
杵築市		2		1	1		法人へ委託 1 (1) (週2回月・木, 3H)	62	93	155	40.0%	4.6	140	15	10.7%	
宇佐市	H23.11.1設置	1		1			3		94	163	257	36.6%	4.3	250	7	2.8%
豊後大野市	H23.10.1設置	2		1	1		1		60	98	158	38.0%	3.9	201	-43	-21.4%
由布市	H24年度設置検討中	3			3	1			39	154	193	20.2%	5.5	140	53	37.9%
国東市		2			2	1 (1)			31	78	109	28.4%	3.3	122	-13	-10.7%
姫島村		1		1					0	1	1	0.0%	0.4	1	0	0.0%
日出町		2			2		法人へ委託 1(1) (週1回,月, 6H)	8	91	99	8.1%	3.5	91	8	8.8%	
九重町		2			2	1			16	23	39	41.0%	3.6	41	-2	-4.9%
玖珠町		3		1	2	1			28	66	94	29.8%	5.3	99	-5	-5.1%
市町村計		38	1	12	25	5 (2)	13 (4)	4 (3)	3,424		3,424		2.8	3,146	278	8.8%
県(アイネス)計		5	5				6(6)			4,171	4,171		3.5	4,200	-29	-0.7%
合 計		43	6	12	25	5 (2)	19(10)	4(3)	3,424	4,171	7,595	45.1%	6.3	7,346	249	3.4%

注1 ()は有資格者数〔消費生活専門相談員・消費生活アドバイザー〕で、内数を表す。

注2 市町村が相談員として採用〔臨時職員・非常勤嘱託〕しているのは11市2町(相談員18名、うち有資格者6名)である。

注3 市町村消費生活条例制定済み及び基本計画策定済みは、1市(大分市)のみである。

消費者教育・啓発の推進

現 状

1 高齢者からの相談件数が全体の相談件数に占める割合は年々増加

年度	総相談件数	うち苦情相談	【大分県消費生活・男女共同参画プラザ】			
			うち60歳以上	割合(%)	うち70歳以上	割合(%)
18	7,886	7,038	1,621	23.0	889	12.6
19	7,163	6,604	1,514	22.9	828	12.5
20	5,970	5,374	1,352	25.2	728	13.5
21	5,060	4,752	1,384	29.1	738	15.5
22	4,944	4,379	1,338	30.6	678	15.5
23	4,347	3,962	1,241	31.3	672	17.0

※苦情相談件数に占める割合

2 インターネット関連の相談件数は増加

	商品・役務	H21件数	H22件数	H23件数	※消費生活・男女共同参画プラザの相談件数
1位	デジタルコンテンツ	719	721	746	※デジタルコンテンツ…インターネットを通じての情報提供サービス
2位	サラ金・ヤミ金	510	414	273	
3位	借家・アパート	226	186	172	

20歳未満



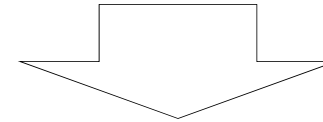
20歳未満からの苦情相談のうち、「デジタルコンテンツ」に関するものが約7割

(目指す姿)

- ・消費者被害の未然防止
- ・自立した消費者の育成

【課題】

- ・高齢者の消費者トラブルの未然防止、早期発見、拡大防止
- ・インターネット関連の消費者トラブルの未然防止
- ・若い世代等に対する消費生活相談窓口の周知
- ・相談の掘り起こし(相談窓口を知らない人、被害に気づかない人)
- ・消費者教育・啓発に関する県と市町村の役割



(対応策)

- ・高齢者や若い世代などそれぞれの世代の実情に応じた効果的な消費者啓発の実施。
- ・関係機関(福祉・教育等)と連携した取組の実施。
- ・持続可能で、効果的な消費者教育・啓発を行うことのできる人材の育成。
- ・消費生活に関する知識を習得し、自ら判断して行動できる消費者を増やす。
- ・消費者にとって身近な市町村における消費者教育・啓発の推進。

3 若い世代における「消費生活センター」の認知度は低い。

出前[ヤング]講座のアンケートの結果

(「消費生活センター」を知っている...4% 知らない...96%)

20歳未満からの苦情相談では、契約当事者本人からの相談割合が低い。
<23年度の相談者の内訳(本人・本人以外)>

(参考)

相談により消費者被害が救済された合計は毎月数千万円

年月	被害救済額	※消費生活・男女共同参画プラザにおける金額の推移
H24.6	13,973,335 円	※被害救済額の調査はH24年6月から開始
H24.7	31,967,809 円	
H24.8	28,605,800 円	

消費者教育・啓発

〈H23若い世代向け〉 … H22は高齢者向け重視

○巣立ち教育出前講座の実施【12校 1,124名】

（高校生を対象）

○啓発用DVDの作成

H23若者向け 「消費者トラブルは突然に」

参考… H22高齢者向け DVD作成

○出前講座用啓発資料(パンダナ、リーフレット)の作成

（若い世代向け等対象毎に作成）

○啓発用リーフレットの作成【15,000部】

（成人式等で配付）

○バナー広告の実施

（大分大学ホ-ル外付、若者向け情報誌HP）

○親子くらしの実験教室（5月、夏休み、冬休み）

○若い世代による啓発資料作成

（大学生による啓発パンフレット作成）

①消費生活に関する出前講座の実施【147回 9,989名】

（高齢者、ヤング、勤労者、一般）

②「アイネス消費者ウィーク」において、講演会、啓発講座、ワークショップやパネル展の開催

③啓発講座用パンフレット等の配付

（高齢者向け等対象毎に作成）

④啓発用シールの作成【10,000部】

（出前講座受講者へ配付）

⑤公用車ステッカーの貼付

⑥大分県消費者団体連絡協議会による啓発活動の実施

・街頭キャンペーン 毎年5月（大分市トキハ前他）

・地域消費者フォーラム 県内で開催

⑦消費者力養成講座、消費者力検定試験の実施

人材育成

◆地域くらしのサポーター講座

趣旨：消費生活に関心があり、地域活動に意欲のある人材の育成

県内：63名

内容：講座5回実施

H24は、フォローアップ講座を実施

情報提供・窓口周知

◆広報媒体等を通じた情報提供

①大分合同新聞「生活パイロット」に掲載
（月1回 火曜日夕刊）

②「アイネス ホット通信」の発行（毎月）

③ホームページに掲載

④メールマガジンの発行（月2回）

⑤ラッピングバスの運行・バス車内電光広告（大分市内）

⑥テレビ、新聞、映画による広報

⑦県の広報紙に掲載

消費生活啓発講座（出前講座）一覧

講座の種類	講座の目的	対象者等	内容
高齢者講座	高齢者を狙う悪質商法等について情報提供し、被害の防止を図る	高年者	(講義型) ・契約の知識 ・消費者トラブルの現状
ヤング講座	学生の消費者問題に対する意識を喚起し、その後の社会生活に反映させる	中・高・大学生等	・悪質商法への対処法等
勤労者講座	勤労者の消費者問題に対する意識を喚起し、被害の防止を図る	勤労者	(参加型) ・悪質商法対策
一般消費者講座	消費生活に関する基礎的な知識や最新情報等を提供し、被害の防止を図る	一般消費者	ゲーム ・ロールプレイングで学ぶ消費者トラブル
実験講座	消費生活に関する基礎的な実験を通して、商品知識の普及を図る	一般消費者 小学生とその保護者等	・食品添加物、栄養成分等の実験 ・繊維識別、染み抜き等の簡易テスト等
夏・冬休み親子実験教室（市町村）	市町村における消費者教育の推進を図るとともに、実験等を通じ消費生活に関心をもってもらい、家庭での消費者教育につなげる。	一般消費者 小学生とその保護者等	LED（発光ダイオード）を使ったライトづくり アイスクリームづくりで食品表示を学ぶ等

県における消費生活啓発講座等年度別実施状況

(上段：回数、下段：受講者数)

年度 区分		19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
		出	26 1,992	80 3,359	47 2,588	57 2,801
前	ヤング講座	17 4,486	8 2,819	5 2,071	13 3,733	13 2,896
講	勤労者講座	9 510	16 1,027	15 810	18 806	7 437
座	一般消費者講座	19 978	33 3,560	23 1,283	20 1,390	33 2,913
実験講座		16 491	5 176	8 202	10 303	9 214
7月～8月消費者ウィークに おける講演会・講座		1 220	1 164	2 100	7 513	4 153
合 計		88 8,677	143 11,105	100 7,054	125 9,546	151 10,142
(再掲) 出前講座		87 8,457	142 10,941	98 6,954	118 9,033	147 9,989

事例報告

消費生活相談員 田並孝子

事例 海外リゾート会員権・金融機関の協力で被害回復

【概要】

70代の一人暮らし女性宅に、「書面を送付したが見たか」と電話があった。数日前にリゾート風景写真の載った立派なパンフレットが届いたことを思い出した。電話の相手は北アフリカ地方にあるというこのリゾート地の会員権を1口100万円を買わないかと勧めてきた。リゾート地は利用しないから要らないと断ったが、この会員権は配当が良い、持っているだけでお得と勧めるので仕方なく5口契約することにした。500万円入金したその夜に、証券取引を監査している機関の人から電話があり、この会員権は20口購入する必要がある、あなたはまだ15口不足している。明日16時までに15口分1500万円を入金しなければ全国の会員に配当ができない、そうするとあなたは数億円単位の損害賠償を求められることになる。裁判は首都圏で行われると言われた。裁判されては困ると思い明日入金すると約束した。翌日金融機関で500万円を引き出し、更に別の金融機関で1000万円を引き出そうとした際に事情を聞かれ、入金を止められた。

【課題】

- 高齢者特有の思考回路
- 身体的不安
- 環境の変化
- 認知症状
- 相談後の見守り体制

事例 キャンペーン中の新聞広告をみて頼んだトイレ工事

【概要】

70代の一人暮らしの女性。

通常価格14万7000円をキャンペーン期間中は工事費、処分費込みでトイレ工事が6万9800円の新聞広告を見て、この価格でトイレが綺麗になるならと思い電話をした。数日後、工事業者という人が見積もりに来た。合計14万7000円の見積書を貰った。見積書の内容はよく見なかったが6万9800円がどうして14万7000円になるのか疑問に思いながらも、我が家のトイレは簡易水洗なので手間が掛るだろうし、業者の指定した工事日を私の都合で10日間先に延ばしたのでキャンペーン期間が終わってしまったのだろうと考え、契約した。

価格のことを業者に言わないまま、2日前に工事は終わり、代金は支払ったが、今日の新聞に同じ業者の6万9800円のキャンペーン広告が出ているのを見て、キャンペーン期間はまだ続いていると知った。支払った金額はおかしいのではないかと思う。

【課題】

高齢者は律義で控え目、自分で納得しようとする
相談員にも本心をはっきり伝えない
自尊心がある

高齢者対応に於ける視点及び、今後の課題

相談対応は、ゆっくり、丁寧な聞き取りを心がけ、心理状態、身体状態、家族関係など多面的な視点で被害状況や本心をつかみ取る必要がある。一人暮らしの高齢者は相談する人がいない場合、被害が表面化しないままに被害を重ねて資産を失う可能性がある。地域を含め、さまざまな機関との連携やサポート体制が求められる。

高齢者の消費者被害の現場からの事例報告

報告者 大分県消費生活・男女共同参画プラザ
消費相談員 清水 磨智子

1. 住宅リフォーム工事

契約者 80代 男性 (相談後アルツハイマー型認知症との診断を受ける)
相談者 契約者とは別の市に住む息子

7ヶ月前から毎月のように高額なリフォーム工事を契約。同一の業者かもしれないが、担当者は毎回異なるようだ。2ヶ月前に家族が気づき、もう来ないでほしいと申し入れしたが、翌月も業者が来たので、再度本社に伝えた。

契約者の隣人から息子に「また業者が来ているようだ。」と情報があり、息子が実家に行ってみると、父の日記にそのようなことが書いてあり、預金から20万円下ろされていた。今回は契約書をもっていないのか見当たらない。

息子が工事前に気付いてクーリングオフしたものも含め、今回で8回目の契約で総額は365万円程。(クーリングオフは3回した。)1回目と2回目の契約書には、承諾者として息子の名前が記載されているが、承諾を求められた覚えはなく、年齢も実際とは異なる。

全て解約し、返金して欲しい。

【 業者の問題点 】

1. 判断力が衰えた当事者宅に業者が何度も訪れ、家族が訪問を断っているのに勧誘をやめようとしなない。
2. 業者は高齢者と契約する場合は家族から承諾を得るという内規を設けているが、守られておらず、契約書に虚偽の内容を記載している。

【 解決内容 】

センターから業者に連絡。最後の契約(20万円)は当該業者との契約ではないことが判明。本人は何も覚えておらず、家族が全ての解約返金を希望。契約書の虚偽記載と認知症の診断書が出たことをふまえ、この業者に支払った全額118万6500円の取り返し返金を求め交渉。業者が返金に応じ、翌日全額振り込まれた。

2. 出会い系サイト

契約者 70代 男性 (相談後アルツハイマー型認知症との診断を受ける)
相談者 契約者の妻

夫の通帳を見たら、先月分のクレジットカード代金として70万円もの大金が引き落とされていた。夫に問いただすと、「1千万円当たった。」などというメールがパソコンに届き、出会い系サイトを利用したとのこと。若い女性から大量にメールが届き、会って写真を撮れば現金、商品券、旅行券、3Dテレビが貰えると言われ、続けてしまった。複数の出会い系サイトに100万円以上使ったらしい。クレジットカード決済の他、サイトに直接送金した分もあると夫は言っている。

夫は去年病気で手術を受け、それ以降すっかり性格が変わり、内向的な性格になってしまった。

今月のクレジットカード代金の支払いは銀行口座の残高不足でできなかった。既に支払った分は諦めるが今後の支払いを免除して欲しい。

【 業者の問題点 】

1. いわゆる『出会い系サクラサイト』の事例。相手から実際にはあり得ない話を持ちかけられ、多額のポイント購入をさせられてしまう。
2. センターが斡旋に入っても業者は「お相手が勝手に言ったことなのでこちらには関係ない。」などと言い、返金に応じようとしない。

【 解決内容 】

認知症の診断が出れば、交渉材料の一つとなり得ることを相談者に説明し、医師の診察を勧めた。

契約者に来所してもらい、じっくり話を聞いた。複数の若い女性から次々とメールが届き、援助交際を持ちかけられその気になってしまい、3ヶ月間もサイトを利用し続けてしまったとのことだった。

当初、利用したサイト数や総額を尋ねても契約者はわからず、経緯も覚えていないと混乱していたが、わかる範囲で経緯書を作成してもらい、信販会社と決済代行業者に送付。その結果、8サイト 95万2千円の利用があることがわかり、交渉の末、56万3千円取り消し返金されることとなった。

消費者安心アクションプラン(原案)

～ 食品と放射能に関するコミュニケーションの強化 と
高齢者の消費者トラブルの防止 ～

目 次

趣 旨

- 1．食品と放射能に関するコミュニケーションの強化
 - (1) 消費者に対する正確でわかりやすい情報の提供
 - (2) 被災地産食品に関する積極的な情報発信
- 2．高齢者の消費者トラブルの防止
 - (1) 事業者への働きかけ
 - (2) 高齢消費者への働きかけ



消費者庁
Consumer Affairs Agency, Government of Japan

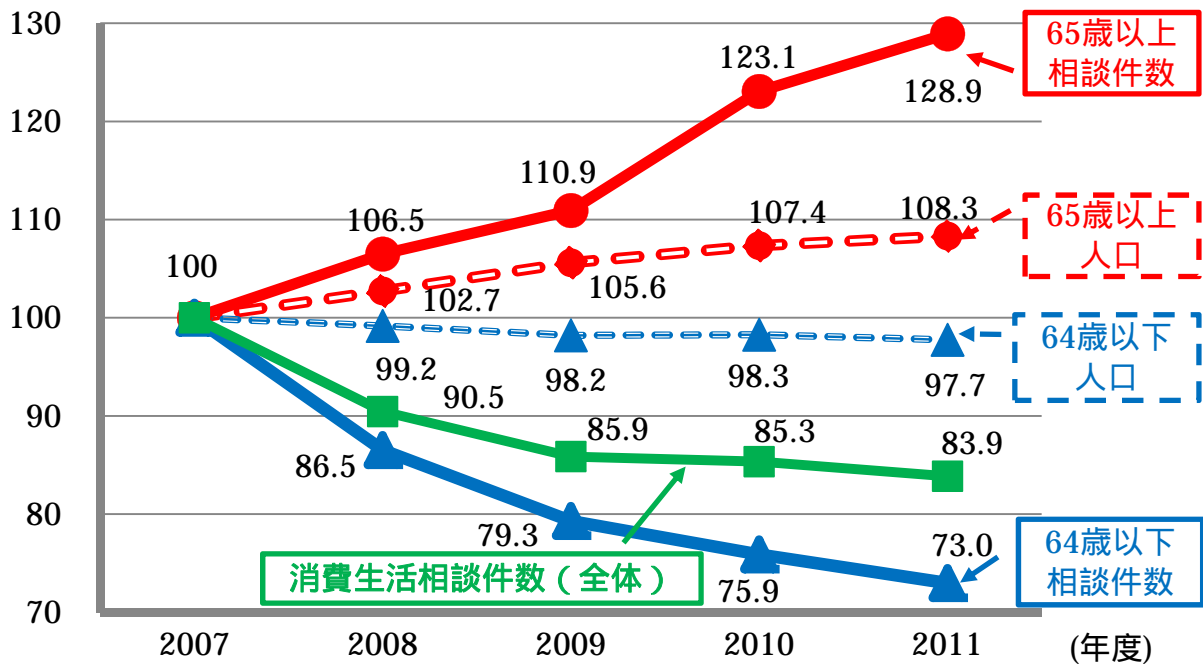
消費者政策課 政策企画専門官 坂田 昌平

趣 旨

- 趣 旨： 消費者が安心して暮らせる社会の構築は政府の最重要課題
- 今日的な課題： 食品と放射能に関する根強い不安 と 高齢者に関する消費生活相談が大幅に上昇

地方消費者行政の充実・強化を図りつつ、
2 課題について 25 年度末までに集中的に取り組むべき施策を「消費者安心アクションプラン」として取りまとめ

(今日的な課題) 高齢者の消費生活相談が人口の伸び以上に増加



* 2012年7月3日までの登録分で仮集計。2007年度 = 100とした時の指数。

1. 食品と放射能に関する

コミュニケーションの強化

(1)消費者に対する正確でわかりやすい情報の提供

食品中の放射性物質に関する情報提供の推進

- ・ 新基準値の周知徹底 【内閣府、食安委、消費、厚労、農水】
- ・ 3回シリーズによる公共施設や店頭等における消費者への広報活動の実施 (H24 毎回 ポスター約 20,000 ヶ所分、リーフレット約 920,000 部配布) 【食安委、消費、厚労、農水】

食べものと放射性物質のはなし その1

みんなが
食べる
ものだから

食べものに含まれる放射性物質は、
自治体がきちんと測り、
厚生労働省がすべて公表しています。

食品別	基準値
穀類等	10
乳・肉用食品	20
牛乳	30
一般食品	100

厚生労働省 消費者庁 食品安全委員会 農林水産省

消費者安心アクションプラン（原案）

リスクコミュニケーションの重点的展開

- ・ 大都市・大会場におけるシンポジウムの開催（H24 24ヶ所、H25 8ヶ所）【食安委、消費、厚労、農水】
- ・ 保健所、保育所、幼稚園等における子育て世代向けのミニ集会の開催促進（H25 末までの期待開催箇所数 2,000ヶ所）【消費】

中心となる人材の育成

- ・ ミニ集会における意見交換の中心となる専門家の養成研修（H25 約 100 回 約 2,000 人養成）【消費】



意見交換会開催への支援

- ・ 消費者団体等が主催する意見交換会への講師派遣等
(H24 約 100 回、25 約 30 回)【消費】

消費者の測定ニーズへの対応

- ・ 全国 278 自治体に対して 393 台の放射性物質検査機器
の貸与(今秋のうちに配備)【消費】

(2) 被災地産食品に関する積極的な情報発信

「食べて応援しよう！」キャンペーンの推進等

～ 流通業界団体、企業、官公庁等

- ・ 被災地産食品フェアや社内食堂における食材利用等の
促進(H24 目標累計 350 件)【農水・経産】
- ・ 全府省庁の食堂等における食材利用の促進
【農水(全府省庁)】

戦略的な情報発信への支援

- ・ 被災地産農産物等の消費拡大の取組や出荷時期に
合わせた戦略的なPR活動への支援【農水】

2. 高齢者の消費者トラブルの防止

(1) 事業者への働きかけ

悪質事業者への対応の強化【警察、消費、国交、金融、経産】

- ・ 悪質な生活経済事犯等に対する重点的な取締りの実施
- ・ 新たな手口の公表、文書等による警告、悪質事業者名の公表の積極的な実施
- ・ 訪問購入による不当な勧誘事案や「すき間」事案への対応力の強化

… 強引な自宅への訪問買取りから消費者を保護するための特定商取引法の改正と、財産被害に係るすき間事案への行政措置を導入するための消費者安全法の改正が、この8月に成立

高齢消費者に配慮した商品・役務提供の促進

- ・ 訪問販売、通信販売関係団体における苦情処理等の円滑化【経産】
- ・ 電気通信事業者による勧誘の適正化や消費者支援活動の促進【総務】
- ・ 乗合バスにおける転倒防止対策、食品の窒息事故の再発防止策の推進【国交、消費】

(2) 高齢消費者への働きかけ

普及啓発・注意喚起の徹底【内閣府、消費、警察、金融】

- ・トラブルの未然防止キャンペーンの実施

イメージキャラクター

みぜん ぶぎょう

「未然奉行」

松平健さんを起用



10月1日任命式

街頭キャンペーン

新聞広告

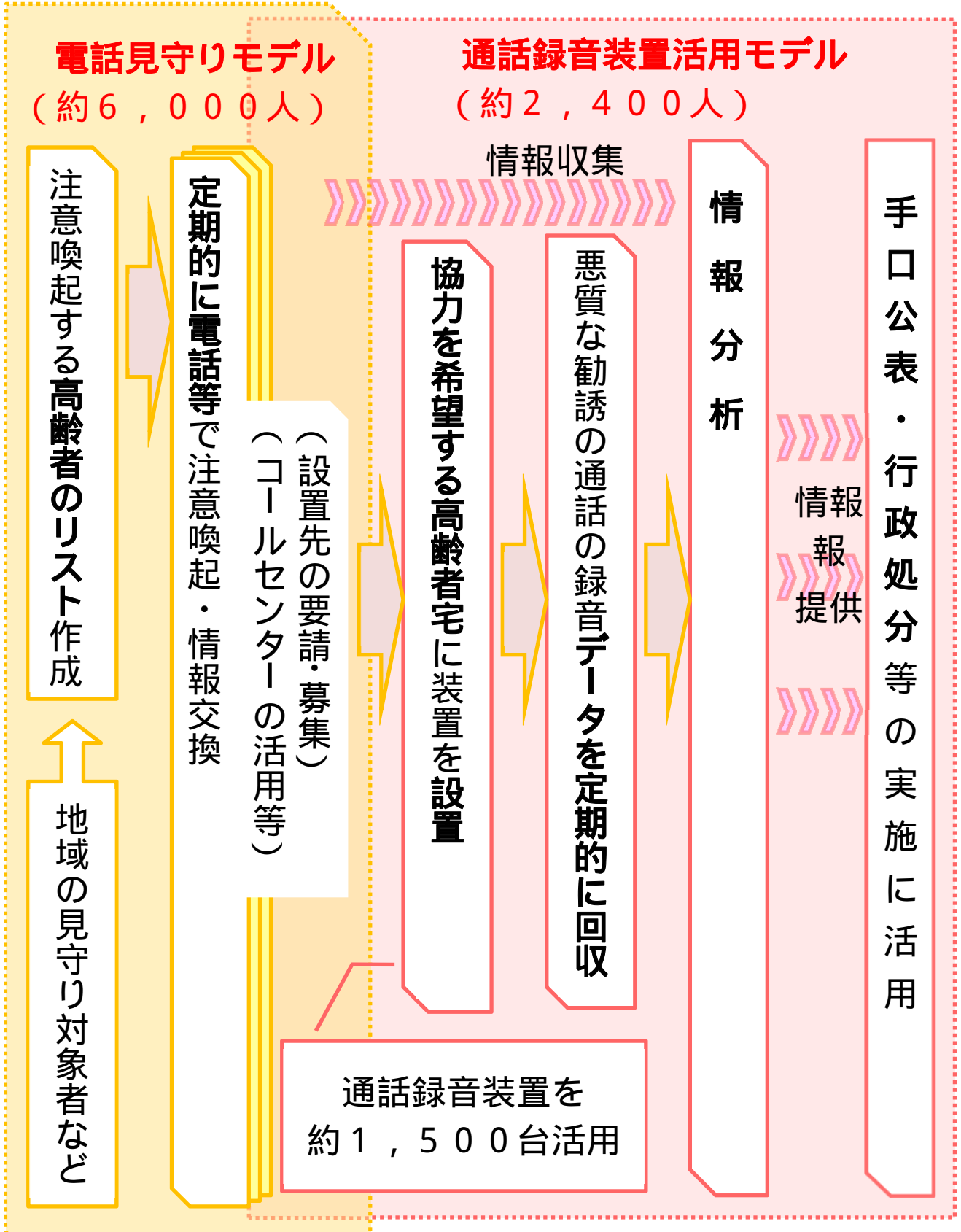
テレビCM

ラジオタイアップ

- ・消費者啓発・教育プログラムにおける高齢者対応メニューの充実、各種イベント(消費者教育フェスタ、地方消費者グループ・フォーラム等)での地域の取組事例の情報共有【文科、消費】
- ・集会所等における出前講座の実施(H24 800回、25800回)【消費】
- ・高齢者や周りの方々向けに最新の手口などをお知らせするメールマガジンの配信回数・登録件数の拡大(H24 目標 27回・22,000件)【消費】

見守り体制の強化

- ・ 悪質電話勧誘撃退モデル事業（電話見守り / 通話録音）の実施【消費】



見守り体制の強化 (つづき)

- ・ ケアマネジャーやホームヘルパーの高齢者の権利擁護や消費生活センターとの連携に関する研修の実施【厚労】
- ・ 成年後見制度の利用の促進 ~ 自治体支援【厚労】
- ・ 地域における見守りの先進的取組の普及促進【消費】

相談体制の強化

- ・ 消費生活相談窓口の新設支援(H27 までに人口カバー率 98.6% 100%)と身近な窓口を案内する全国共通の「消費者ホットライン(0570-064-370)」の周知徹底【消費】
- ・ シルバーウィーク等における専用電話相談「高齢者 110 番」の全国各地での実施【消費】
- ・ 「法テラス」の出張・巡回法律相談の実施【法務】
- ・ リフォーム工事等に係る消費者相談の実施【国交】

被害救済の強化

- ・ 集団的消費者被害回復制度の早期成案化など消費者団体訴訟制度の普及・活用【消費】

おわり