

第 5 期島根県消費者基本計画の評価

1 令和 2 年度の評価

(1) 全体指標に関する評価

テレビ・ラジオ、新聞をはじめとしてSMSなど様々な広報媒体の活用や出前講座等により、消費者啓発に努めてきたが、目標達成が 1 項目、未達成が 2 項目という結果であった。(調査方法：島根県政世論調査 令和 2 年 11 月実施)

ア「クーリング・オフ制度の認知度」

クーリング・オフ制度の認知度は、77.4% (4.5 ポイント低下) で目標値の 85%には達していない。

イ「消費生活相談窓口の認知度」

相談窓口の認知度は、87.5% (3.5 ポイント低下) で目標値の 100%には達していない。

ウ「社会や環境等に配慮した消費（エシカル消費）に配慮している人の割合」（新規）

エシカル消費に配慮している人の割合は、56.9%となり、目標値の 40%を大幅に上回った。

(2) 個別指標に関する評価

ア 消費者教育の推進

(ア) 消費者教育の総合的・一体的推進

・消費者教育出前講座の開催回数

出前講座は新型コロナの影響で特に上半期に申込が減少し、年間の開催回数は 67回で目標値の 170回を大幅に下回った。

・学校における消費者教育の実践研究数

実践研究数は石見養護学校消費者教育研究会の 2 件を含めて、前年度と同じく 6 件で目標値を上回った。

(イ) 消費者団体等の活動への支援

・県と民間の消費者行政事業協働件数

市町村の消費者問題研究協議会等の消費者団体と明日への消費者活動支援事業で連携したほか、消費者ネットしまね、島根大学消費者研究会との連携事業が計 16 件であったが、目標値の 18 件には届かなかった。

(ウ) 消費生活情報の発信

・消費生活に関する情報の提供回数

新型コロナにかかる消費者被害の防止のためにテレビスポットを 588 回放送したほか、新たに YouTube による動画配信を始めたことにより計 1,188 回となり目標値の 600 回を大幅に上回った。

イ 消費生活相談体制の充実・強化

(ア) 県消費者センターの充実

・消費者相談のあっせん時解決率

県消費者センターへの相談件数は 3,298 件で約 1 割増加した。あっせん時解決率は 88.1% で目標値の 91.0%には達していない。

(イ) 市町村相談体制の充実に向けた支援

・巡回訪問を実施した市町村数（R6 までの累計）

指定消費生活相談員等が 6 市町を訪問して相談員や担当職員に対して、相談への対応や相談事案の解決等に関して助言するとともに意見交換を行った。

ウ 消費生活の安全・安心の確保

(ア) 消費生活上特に配慮を要する消費者の被害防止

・地域見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会）が設置されている市町村数（R6 までの累計）

新たに美郷町と安来市から設立の報告があり計8市町で設置済みとなったが、目標値の10市町村には届かなかった。

- ・市町村の地域見守りネットワーク設置による県内人口カバー率（R6までの累計）
設置済み市町村の県内人口カバー率は55.6%で国の強化作戦の目標値50%を上回っている。

(イ) 消費者事故等の未然防止・拡大防止

- ・消費生活相談窓口を知っている人の割合（再掲）
相談窓口の認知度は、87.5%（3.5ポイント低下）で目標値の100%には達していない。

(ウ) 規格・表示、取引行為の適正化

- ・家庭用品品質表示法、消費生活用製品安全法に基づく事業所への立入検査件数
新型コロナの影響もあり立入検査件数は15件に止まり、目標値の28件には達しなかった。

(エ) 県民意見の反映

- ・消費者団体等との意見交換回数
新型コロナの影響もあり意見交換回数は6回に止まり、目標値の10回には達しなかった。

2 令和2年度の評価からの課題

(1) 新型コロナウイルスの感染拡大への対応

新型コロナウイルスの感染拡大により、マスク着用や三密回避をはじめとする新しい生活様式が求められた。消費者行政でもマスクや消毒液の入手、特別定額給付金の支給等にかかる消費者被害の防止のために、テレビ、ラジオ、新聞をはじめ様々な媒体を活用して広報啓発を進めた。

今後もワクチン接種など県民の不安につけ込んだ詐欺事案が発生する可能性があることから、適時適切な広報啓発を行う必要がある。

(2) 消費者教育の推進

ア 民法改正により令和4年4月から成年年齢が18歳に引き下げられることから、若年者への消費者教育を推進するため消費者教育コーディネーターを配置して、学校向けの外部人材活用講師派遣事業等に取り組んだ。若年者の消費者被害防止のために今後も継続する必要がある。

イ 消費者被害に遭わないために、クーリング・オフ制度と消費生活相談窓口の認知度の向上に向け、消費者教育・啓発を推進していくことが必要である。

ウ 新型コロナウイルスの感染拡大により出前講座の開催回数は減少したが、YouTubeの動画配信など新たな手法で情報を消費者に届ける工夫を行った。

(3) 消費生活相談体制の充実・強化

住民にとって最も身近な市町村の相談窓口体制を一層充実・強化するために指定消費生活相談員を配置して市町村支援に努めたが、今後も効果的な取り組みを継続する必要がある。

(4) 消費生活の安全・安心の確保

地域において高齢者等が社会的孤立、認知能力の低下等に起因する消費者被害に遭わないよう、地域見守りネットワークの構築をさらに進めて、高齢者等を地域で見守る体制づくりが必要である。