

■島根県消費者基本計画（第3期） 平成24年度実績評価シート

資料2

1. 計画全体の指標

成果指標名	現状値 (H23)	計画期間実績値				目標値 (H27)	H24の状況	今後の対応
		H24	H25	H26	H27			
クーリングオフ制度を知っている人の割合	85%	数値 82.6%				85%	目標値（＝過去最高値の23年度数値）に比べ下回ったものの、22年度の73%をいまだ大きく上回っている。	引き続きクーリング・オフ制度等についての消費者教育・啓発活動に努める。

2. 施策体系 節別・項別指標

施策体系	成果指標名	現状値 (H23)	計画期間実績値				目標値 (H27)	H24の状況	今後の対応
			H24	H25	H26	H27			
<b>第1節 消費者の自立を支えるための施策 (行政自身の役割の遂行)</b>	市町村の消費生活相談窓口のうち「消費生活センター」の数	6	数値 6				8	消費生活センターの数は増えなかったが、未設置2市にPIO-NETが配備された。	消費生活相談員の人材育成など、センター設置要件に係る各種支援を継続する。
<b>第1項 消費生活の安全の確保等</b> (1) 消費者事故の未然防止・拡大防止 (2) 規格・表示、取引行為等の適正化 (3) 生活物資の安定供給と危機管理体制の整備	消費者被害注意情報発行回数	11	数値 7				15	4月に開始したTwitter広報で細かな悪質商法被害速報を行った分、消費者被害注意情報に取り上げる件数が減少した。	消費者被害注意情報は市町村・福祉関係者などによる二次広報が期待できることから、今後とも発行に努める。
	特定商取引法、景品表示法等に関わる事業者への指導件数（H16～累計数）	334	数値 354				510	景品表示法に係る事業者等からの相談件数が少なかったことから、累計指導件数は小さな伸びに留まった。	引き続き違法事実の探知や事業者相談機会の確保に努める。
<b>第2項 消費者被害の救済</b> (1) 消費者相談及びあっせん (2) 個人情報保護	消費者相談の斡旋時解決率	77.8%	数値 84.4%				87.0%	斡旋時解決率の向上が見られた。	実務や研修派遣を通じて相談員の資質向上を図り、斡旋時解決率の向上に努める。
<b>第3項 消費者の意見の反映及び透明性の確保</b>	県民からの消費者行政への提言件数	2	数値 0				4	県民からの提言はなかった。	県民が消費者行政に関心を持つよう啓発に努めると共に、ソーシャルメディアの活用等を通じて提言しやすい状況を整備する。
<b>第4項 関係機関間の役割分担と相互支援</b>	消費とくらしの安全室と県庁内外関係機関との連絡調整件数	23	数値 27				23	無登録ファンドに関する情報交換会（中国財務局島根財務事務所・県警）など新たな連携を図ることができた。	既存会議の合理化を図ると並行して、社会状況の変化に応じた新規連携を積極的に検討する。
<b>第2節 消費者の自立を促進するための施策 (民間の役割等に対する支援)</b>	特定の法人格を有する消費者団体の数	2	数値 2				4	「消費者団体活動の充実に関する調査研究事業」（島根大学委託）を実施し、消費者団体の現状を確認した。	調査研究で消費者団体ネットワーク化の可能性が指摘され、これを踏まえ各消費者団体への働きかけを検討する。
<b>第1項 消費者へのアプローチ</b> (1) 情報の提供 (2) 教育機会の提供 (3) 適切な消費行動の促進	学校における消費者教育の実践研究数	3	数値 2				5	各研究会に文書で研究実施を働きかけたが、結果的に2校の実施に留まった。	各研究会と直接面談する機会を設け、本事業を含め消費者教育への協力依頼を行う。
	消費者問題出前講座参加のべ人数	6,465	数値 6,276				6,700	前年度に比べて数値は微減した。	出前講座の制度周知を図ると共に、「出張出前講座」など積極的な機会提供に努める。
<b>第2項 消費者団体等へのアプローチ</b> (1) 団体活動の支援 (2) 人材の育成 (3) 広報啓発活動の協働	消費者団体連絡会開催数	5	数値 2				5	年1回の定例会のほか、3月のイベントに消費者団体を招いてワールド・カフェ形式の会議を行った。	年1回の定例会の在り方を見直し、より充実した意見交換の場を設定する。
	県主催の専門研修の修了者数（H16～累計のべ数）	279	数値 316				460	単年度事業「消費生活相談員養成講座」を実施した。リーダー講座は受講生の修了率が低かった(52.2%)。	リーダー講座の難易度や開催時期等を見直し、修了率の向上を図る。
	県と民間の消費者行政事業協働件数	11	数値 11				15	消費者活動推進事業による協働件数9件の他、島根大学と人材育成及び消費者団体活動調査の2件協働事業を実施した。	引き続き消費者活動推進事業新規受託者を求めると共に、委託事業以外での協働の在り方を検討する。
<b>第3項 事業者団体等へのアプローチ</b>	事業者団体懇談件数	7	数値 10				10	従来からの懇談機会に積極的に参加し、情報収集すると共に県消費者行政への協力依頼等を行った。	事業者は消費者教育の担い手としても期待され、懇談先の拡大を検討する。

3. 総評（定性評価）

(1) 現状  
 ○行政の体制（取引の適正化、苦情処理・紛争処理体制）整備については、全市に全国消費生活情報ネットワーク・システム（PIO-NET）が導入されるなど着実に進んでいる。  
 ○消費者の知識として、クーリング・オフ制度は知られてきているが、悪質商法の手口や消費者問題全般への関心を喚起していく余地が残る。

(2) 課題  
 ○複雑・多様化する消費者トラブルに対応できるよう、相談窓口の機能を充実させる必要がある。有資格相談員を設置しているのは4市であり、県内の有資格者の育成が課題である。  
 ○消費者がトラブルに巻き込まれないためには、自ら考え、自ら合理的な消費行動ができる自立した消費者となるように支援していくことが必要である。  
 ○消費者被害の未然防止には、高齢者や若者など個々の特性に応じた予防のための啓発を行うことが必要である。

(3) 今後の取組  
 ○相談等に携わる人材育成に努め、市町村相談員のレベルアップや専門家の養成、消費者団体活動の担い手の育成を図る。  
 ○様々な広報手段の活用や出前講座などを通じて、自立した消費者の育成と消費者被害予防のための啓発を行うとともに、消費者団体と連携して家族や地域にも注意喚起を行うなど、より効果的に被害の未然防止・拡大抑制に取り組んでいく。