

## 島根県消費者基本計画（第3期）の評価

### 1. 第3期基本計画の評価（最終）

#### （1）全体指標「クーリング・オフ制度の認知度」に関する評価

- ① 消費者の自立度を図る1つの指標であるクーリング・オフの認知度については、テレビ・ラジオの放送や出前講座等により様々な広報に努めてきたものの、計画期間中、目標値の85%には達しなかった。【1-①】

#### （2）個別指標「消費者の自立を支えるための施策」に関する評価

- ① 県内の消費生活相談体制の充実
- ・県消費者センターの消費者相談の斡旋解決率は最終年に89.1%で目標値を上回った。【2-④】
  - ・市町村の相談体制は、有資格相談員の配置や研修会への派遣等により対応能力の向上が図られるなど充実してきている。しかし、消費生活センターの数については、センター化の要件の1つである「全国消費生活情報ネットワークシステム」(PIONET)が全市に配備されたが、センターの増加には至らなかった。【2-①】
- ② 特定商取引法や景品表示法等の法執行
- ・不当取引の監視を行う専任職員(警察OB1名)を平成23年度から配置したことにより、関係機関や消費者からの違反受理情報について、事業者からの聞き取りや調査などを行い、厳正な指導を行った。【2-③】
- ③ 消費生活に関する広報啓発活動
- ・消費者被害注意情報の発出回数については、計画期間中に目標を達成したのは1回に止まったが、消費者安全法や消費生活用製品安全法に基づく国からの注意喚起情報を市町村へ提供した。【2-②】

#### （3）個別指標「消費者の自立を促進するための施策」に関する評価

- ① 消費者教育
- ・消費者教育に関する教材開発や授業方法の研究を委託する「学校における消費者教育の実践研究」の受託数は、積極的に働きかけを行ったことにより3団体となった。【2-⑥】
  - ・消費者問題出前講座の年間参加人数については、地域向けや若年層・高齢層向けの講座が増加したことにより目標値を大きく上回った。【2-⑦】
- ② 消費者団体等の活動支援
- ・地域の消費者リーダー等の育成のために消費者リーダー育成講座等を開講し、これまでに延べ474名が修了され、出前講座の講師登録や有資格相談員を養成するなどの人材育成が図られた。【2-⑧】
  - ・消費者活動推進事業の活用などにより、県と協働して取り組む件数が平成26年度から増加したが、目標値には届かなかった。【2-⑨】

### 2. 第3期計画の評価からの課題

- 消費者被害を未然に防止するためには、クーリング・オフ制度の周知を始め、自立した消費者を育成することが重要であり、より効果的な消費者教育・啓発を推進していく必要がある。出前講座の参加人数が目標値を大きく上回っており、今後も周知に努める必要がある。
- 消費者被害を迅速・適切に救済するためには、住民に身近な市町村の相談体制をさらに充実することが重要であり、専門相談員の配置や担当職員のレベルアップをはじめ人材育成に引き続き取り組んでいく必要がある。

■ 島根県消費者基本計画（第3期） 評価シート

1. 全体指標

※黄色=目標を達成 橙色=概ね目標を達成 赤色=目標未達成

成果指標名	現状値 (H23)	計画期間実績値				目標値 (H27)	該当評価項目	第3期島根県消費者基本計画最終評価	
		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%	83.1%	79.3%	75.5%	85%	1-①	目標値を下回り、低下傾向が続いている。認知度を高めるため広報活動に努める必要がある。
		達成率	97.2%	97.8%	93.3%	88.8%			

2. 個別指標

施策体系	成果指標名	現状値 (H23)	計画期間実績値				目標値 (H27)	該当評価項目	第3期島根県消費者基本計画最終評価			
			H24	H25	H26	H27						
I 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)	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	6	6	6	8	2-①	県内の市町村消費生活センター数は増えなかったが、全市にPIO-NETが配備された。		
			達成率	75.0%	75.0%	75.0%	75.0%					
	1. 消費生活の安全の確保等 (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	9	5	15	2-②	目標値を下回った。ただし、消費者安全法や消費生活用製品安全法に基づく消費者庁からの注意喚起情報（計106回）については、市町村へ情報提供した。	
				達成率	46.7%	100.0%	60.0%	33.3%				
	2. 消費者被害の救済 (1) 消費者相談及びあっせん (2) 個人情報保護	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	400	422	454	510	2-③	目標値を下回った。	
				達成率	69.4%	78.4%	82.7%	89.0%				
	3. 消費者の意見の反映及び透明性の確保	消費者相談の斡旋時解決率	77.8%	数値	84.4%	87.0%	84.9%	89.1%	87.0%	2-④	前年度を4.2P上回り、目標値以上の斡旋時解決率を達成することが出来た。	
				達成率	97.0%	100.0%	97.6%	102.4%				
	4. 関係機関間の役割分担と相互支援	県民からの消費者行政への提言件数	2	数値	0	1	4	18	4	/	消費者基本計画改定の際にパブリックコメントを実施したなどにより目標値を大きく上回った。	
				達成率	0.0%	25.0%	100.0%	450.0%				
	4. 関係機関間の役割分担と相互支援	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	27	30	33	23	/	関係機関との連絡調整を積極的に行い、連携が目標値を上回った。	
				達成率	117.4%	117.4%	130.4%	143.5%				
	II 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)	特定の法人格を有する消費者団体の数（H23～累計数）	2	数値	2	3	3	3	4	2-⑤	新たに法人格を有した消費者団体は増加しなかった。	
				達成率	50.0%	75.0%	75.0%	75.0%				
		1. 消費者へのアプローチ (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	2	2	3	5	2-⑥	教科研究会への働きかけを行った結果、1団体増加したものの目標値を下回った。
					達成率	40.0%	40.0%	40.0%	60.0%			
2. 消費者団体等へのアプローチ (1) 団体活動の支援 (2) 人材の育成 (3) 広報啓発活動の協働		消費者問題出前講座参加のべ人数	6,465	数値	6,276	6,751	5,455	8,652	6,700	2-⑦	出前講座のPRに努めた結果、若年層、高齢者向けや地域向けの講座が増加し、目標値を大きく上回った。	
				達成率	93.7%	100.8%	81.4%	129.1%				
2. 消費者団体等へのアプローチ (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	5	5	5	/	市町村の消費者問題研究会や生活協同組合連合会との意見交換を実施したことにより目標を達成した。	
				達成率	40.0%	100.0%	100.0%	100.0%				
3. 事業者団体等へのアプローチ		県主催の専門研修の修了者数（H16～累計のべ数）	279	数値	316	343	402	474	460	2-⑧	消費者リーダー育成講座、レベルアップ講座及び相談員育成講座を実施したことにより、各講座の修了者は目標値を上回った。	
				達成率	68.7%	74.6%	87.4%	103.0%				
3. 事業者団体等へのアプローチ		県と民間の消費者行政事業協働件数	11	数値	11	10	13	13	15	2-⑨	協働事業について、消費者団体やNPO法人に参加を呼びかけたものの目標値を下回った。	
				達成率	73.3%	66.7%	86.7%	86.7%				
3. 事業者団体等へのアプローチ		事業者団体懇談件数	7	数値	10	10	11	12	10	/	各種の事業者団体との懇談会に積極的に参加して、意見交換や協力依頼を行うことにより目標値を上回った。	
				達成率	100.0%	100.0%	110.0%	120.0%				

【参考】 ■島根県消費者基本計画（第4期） 評価シート

1. 全体指標

成果指標名	現状値 (H27)	計画期間実績値				目標値 (H31)	備 考
		H28	H29	H30	H31		
クーリングオフ制度を知っている人の割合	76%	数値				85%	
		達成率					
消費生活相談窓口を知っている人の割合	—	数値				100%	新規項目
		達成率					
消費者被害に遭った人の割合	—	数値				8%以下	新規項目
		達成率					

2. 個別指標

基本方針・施策体系	成果指標名	現状値 (H26)	計画期間実績値				目標値 (H31)	備 考
			H28	H29	H30	H31		
I 安全で安心な消費生活の確保								
施策① 消費者事故等の未然防止・拡大防止	消費者被害注意情報提供回数	9	数値				15回以上	
			達成率					
施策② 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者への立入検査件数	15	数値				20	
			達成率					
施策③ 県民意見の反映	消費者団体等との意見交換回数	4	数値				6	
			達成率					
II 消費生活相談体制の充実								
施策④ 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	85%	数値				87%	
			達成率					
施策⑤ 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 (H31までの累計)	12	数値				19	
			達成率					
III 消費者教育の推進								
施策⑥ 消費生活情報の発信	消費生活に関する情報の提供回数	486	数値				500	
			達成率					
施策⑦ 消費者教育の総合的・一体的推進	消費生活に関する出前講座の実施回数	109	数値				170	
			達成率					
	学校における消費者教育の実践研究数	3	数値				5	
			達成率					
施策⑧ 消費者団体への支援	県と民間の消費者行政事業協働件数	13	数値				15	
			達成率					
施策⑨ 地域における消費者リーダーの育成	県主催の専門研修・講座の修了者数	59	数値				70	
			達成率					
IV 高齢者等の消費者被害の未然防止								
施策⑩ 地域見守りネットワークづくりの推進	市町村の地域見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会）が整備されている市町村数 (H31までの累計)	0	数値				19	
			達成率					
施策⑪ トラブルに遭わないための未然防止と救済	独居高齢者の個別訪問戸数	—	数値				32000	
			達成率					