

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（平成26年度までの評価）

（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結果、一定の水準を維持しているが、目標値の85%には達していない。【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90%以上を維持している。【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」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、行政処分や行政指導件数は増加した。【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、平成25年度は製品事故や送りつけ商法が多発したため15回の発出となったが、平成26年度は9回にとどまった。【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が2団体にとどまった。【2-⑥】
 - ・消費者問題出前講座の年間参加人数については、平成25年度は目標値を上回った。平成26年度については1回あたりの参加人数が少なかったため、年間の参加人数は減少した。【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402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増加傾向にあり、平成26年度は13件であった。【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ことが必要である。
- 消費者被害を迅速・適切に救済するためには、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などに引き続き取り組んでいく必要がある。