

第5期島根県消費者基本計画
答 申

令和2年3月
島根県消費生活審議会

答申にあたって

島根県では、消費生活条例第8条に基づき、平成17年度以降、4期15年間にわたり消費者基本計画を策定し、県民の消費生活の安定及び向上を図るため、様々な取組が進められてきました。

また、第4期計画の策定以降、民法の一部改正による成年年齢の引き下げや消費者契約法の一部改正、持続可能な開発目標SDGs実施方針の策定など、消費者行政に関する新たな法令の整備や取組が始まったことにより、消費者施策の更なる拡充が求められるようになりました。

次期計画を策定するにあたり、平成30年度には、県民からの多様な意見や要望を計画に反映させるため実施された「島根県消費者意識基本調査」の結果に基づき、今後の課題を抽出しました。

その後、令和元年6月7日に、島根県知事から本審議会に対して「島根県消費者基本計画」の策定について諮問がなされ、同年11月1日には、審議会としての計画素案を作成し、12月16日から令和2年1月15日まで、県民からの意見募集を行い、寄せられた意見等を踏まえ、2月13日に最終案について審議し、答申として取りまとめるに至りました。

このたびの答申にあたりましては、計画の基本理念に基づき、「消費者教育の推進」、「消費生活相談体制の充実・強化」、「消費生活の安全・安心の確保」などに関わる取組について提言しています。

また、消費者を取り巻く社会経済情勢の変化に伴う消費活動の多様化・グローバル化や消費者意識の変化、環境問題の顕在化等を踏まえ、全体指標や個別指標についても検討し、県民一人ひとりが消費者施策についてより一層理解を深められるよう具体的で分かりやすい内容に努めました。

第5期島根県消費者基本計画の策定にあたっては、本答申の趣旨を十分尊重されるとともに、本県における県民の消費生活の安定及び向上に向け、引き続き、県をあげて取組が進められるよう期待するものです。

目 次

第1章 計画の基本的な考え方	1
1 計画策定の趣旨	1
2 計画の位置付け	1
3 計画の目的	2
4 基本理念	2
5 計画の期間	2
第2章 消費生活をめぐる現状と課題	3
1 消費者を取り巻く経済・社会環境の変化	3
(1) 高度情報通信社会の進展	3
(2) 消費生活のグローバル化の進展	5
(3) 取引の多様化・複雑化	7
(4) キャッシュレスの推進	7
(5) 人口減少と高齢化、独居化の進展	8
(6) 民法改正による成年年齢の引下げ	10
(7) 外国人住民等の増加	11
(8) 環境問題の顕在化と環境に配慮した消費活動	12
(9) 消費者意識とその変化	13
(10) 消費者志向の経営	15
2 国における消費者行政をめぐる状況	16
(1) 消費者行政体制の強化	16
(2) 消費者行政に関連する法整備	16
(3) 消費者教育の推進	19
(4) 持続可能な社会とエシカル消費	20
3 島根県における消費者行政の状況	21
(1) 消費生活相談の状況	21
(2) 県の消費者行政事業の状況	24
4 消費生活に関する県民意識の概要	28
5 今後の取り組むべき課題	34
(1) 消費者教育の充実	34
(2) 相談体制の充実	35
(3) 消費生活上特に配慮を要する消費者の被害防止	35
(4) 消費生活の安全確保	36
第3章 計画の目的と基本理念	37
1 計画の目的	37
2 基本理念	37
3 施策体系	38

第4章 施策の展開	39
1 指標	39
(1) 全体指標の設定	39
(2) 個別指標の設定	39
2 施策の内容	40
《基本方針Ⅰ 消費者教育の推進》	
施策① 消費者教育の総合的・一体的推進	40
施策② 消費者団体等の活動への支援	45
施策③ 消費生活情報の発信	46
《基本方針Ⅱ 消費生活相談体制の充実・強化》	
施策④ 県消費者センターの充実	47
施策⑤ 市町村相談体制の充実に向けた支援	49
《基本方針Ⅲ 消費生活の安全・安心の確保》	
施策⑥ 消費生活上特に配慮を要する消費者の被害防止	50
施策⑦ 消費者事故等の未然防止・拡大防止	52
施策⑧ 規格・表示、取引行為の適正化	54
施策⑨ 県民意見の反映	56
第5章 関係機関との連携	57
1 国、他都道府県、県内市町村、関係部局との連携	57
(1) 国、他都道府県との連携	57
(2) 県内市町村との連携	57
(3) 関係部局との連携	57
2 関係団体との連携	57
(1) 弁護士会等との連携	57
(2) 消費者団体等との連携	57
(3) 事業者団体等との連携	57
第6章 推進体制	58
1 計画の推進	58
2 島根県消費生活審議会への報告	58
3 計画の進行管理と公表	58

第1章 計画の基本的な考え方

1. 計画策定の趣旨

島根県消費者基本計画（以下「基本計画」という。）は、島根県消費生活条例（平成17年7月19日条例第47号）第8条の規定に基づき、県の消費者施策の推進に関する基本計画として、平成17年12月に策定しました。

その後、第2期（平成20年度～23年度）、第3期（平成24年度～27年度）、第4期（平成28年度～令和元年度）の基本計画を策定し、県民の消費生活の安定及び向上を確保するため、様々な施策に取り組んできました。

この間、高度情報通信社会の進展や経済のグローバル化などにより、消費者トラブルはますます複雑・多様化するとともに、高齢者を狙った悪質商法や特殊詐欺も依然として多く発生しており、大きな社会問題となっています。

また、平成30年6月に成立した「民法の一部を改正する法律」により、令和4年4月には成年年齢が18歳に引き下げられることとなりました。18歳、19歳の若者が契約主体者となり積極的な社会参加が促される一方で、未成年者保護の対象から外れるため消費者被害の拡大が懸念されています。

さらに今日では、地球温暖化や貧困、大規模災害の発生、地域経済の活性化等の社会的課題について、消費者である国民全体が果たし得る役割を考え、理解を深め、それに対するアクションを進めていくことが必要であるとの認識が広まりつつあります。これは、「誰一人取り残されない」社会の実現に向け2015年9月国連において「持続可能な開発目標（SDGs）」が採択されたことがあり、我が国においても「SDGs実施指針」が策定され、目標達成に向け取り組んでいます。

このような状況のなか、本県では、第4期基本計画が令和2年3月をもって終了することから、消費者行政を今後も総合的かつ計画的に推進するために、このたび第5期基本計画を策定することとしました。

第5期基本計画では、消費者を取り巻く経済・社会環境の変化や、平成30年11月から12月にかけて実施した島根県消費者意識基本調査の結果等を踏まえて整理した「今後の取り組むべき課題」に的確に対応し、県民の消費生活の安定及び向上を確保するため、3つの基本方針に基づき消費者施策を展開してまいります。

2. 計画の位置付け

本計画は、島根県消費生活条例に基づき、本県の消費者行政の取組の方向や目標を定めるものです。

また、県の上位計画である「島根創生計画」における消費者行政分野の個別計画として位置付けます。

加えて、消費者教育の推進に関する法律（以下「消費者教育推進法」という。）第10条第1項の規定に基づく、本県の消費者教育を具体的に推進していくための「島根県消費者教育推進計画」として位置付けます。

3. 計画の目的

消費者施策の推進を図り、もって県民の消費生活の安定及び向上を確保します。

4. 基本理念

消費者の権利を尊重し、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援するとともに、消費生活上特に配慮を要する消費者の利益を擁護し安全な生活環境を確保します。

5. 計画の期間

令和2年度から令和6年度までの5年間とします。

第5期島根県消費者基本計画

目的	県民の消費生活の安定及び向上を確保する
----	---------------------

基本理念	消費者の権利を尊重し、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援するとともに、消費生活上特に配慮を要する消費者の利益を擁護し安全な生活環境を確保する。
------	---

計画の位置付け	○「島根県消費生活条例」に基づく、県の消費者施策の推進に関する計画 ○「島根創生計画」における消費者行政分野の個別計画 ○「消費者教育推進法」に基づく、島根県消費者教育推進計画
---------	--

基本方針	I 消費者教育の推進 II 消費生活相談体制の充実・強化 III 消費生活の安全・安心の確保
------	--

計画期間	令和2年度から令和6年度までの5年間
------	--------------------

第2章 消費生活をめぐる現状と課題

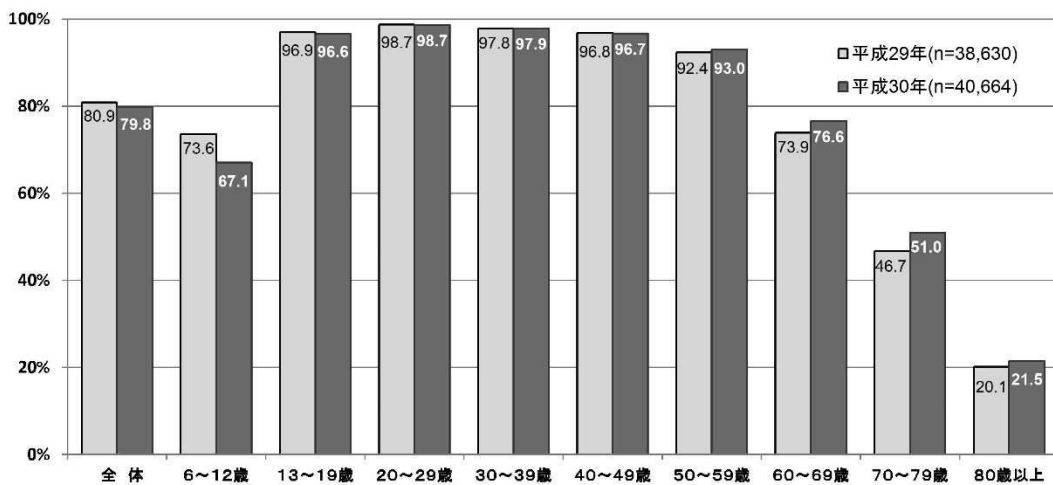
1. 消費者を取り巻く経済・社会環境の変化

(1) 高度情報通信社会の進展

情報通信インフラの整備等によりインターネットは急速に普及し、パソコン、スマートフォン、タブレット型端末等の情報通信機器も発達しました。インターネットの利用率は全国民の約8割に達し、あらゆる年代で利用が進んでいます。

【図表1】

【図表1】 インターネット利用状況(全国)



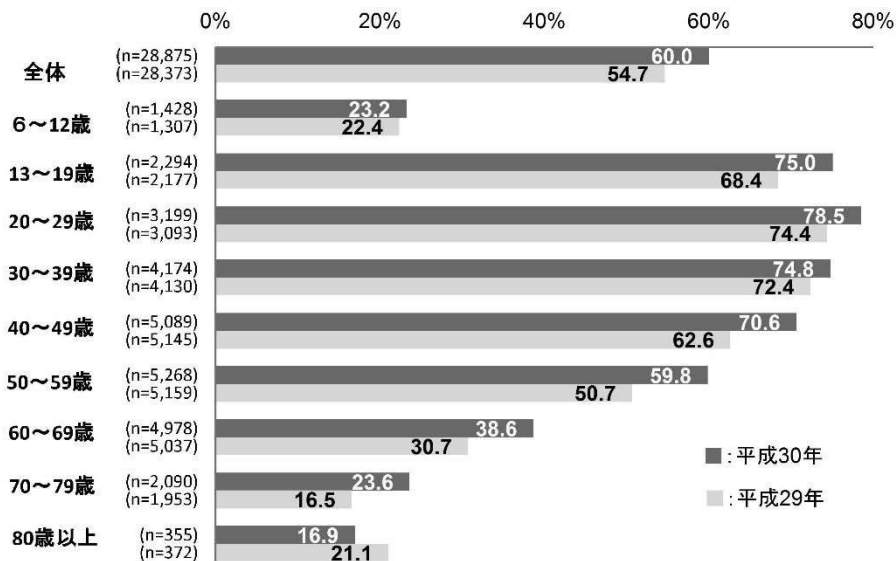
(注) 過去1年間にインターネットを利用したことがある個人の割合

出典:総務省「平成30年度通信利用動向調査」より作成

それに伴い、インターネット取引やSNS（ソーシャルネットワーキングサービス）の利用も大幅に増え、インターネット利用者のうち、13歳から49歳までの年齢層ではSNSの利用が7割を超えています。【図表2】

SNSは利用者間における新たな情報交換の手段となり、SNSのクチコミ情報やSNSを通じたマーケティング、双方向コミュニケーション等が消費者の商品・サービスの選択に大きな影響を与えるようになりました。

【図表2】 ソーシャルネットワーキングサービスの利用状況(全国)



(注) インターネット利用者に占める割合

出典: 総務省「平成30年度通信利用動向調査」より作成

スマートフォンの普及によって消費者は場所・時間に関係なく商品・サービスの購入や契約ができるようになりました。その結果、世界規模で検索エンジンやネット通販などを運営するICT企業（いわゆるGAF A^{*1}等）が提供する巨大なデジタルプラットフォームが出現し、今や消費者だけでなく事業者にとっても社会経済上不可欠な基盤を提供する存在となっています。

一方で、個人情報への厳格な取扱いや消費者被害の実効性のある救済手段等に係るルール化などの課題や、ICTタグや二次元バーコード（QRコード）等の新たな技術を利用した情報提供が主流となりスマートフォン等の利用の有無で消費者間の情報格差が生じるといった問題も出現しています。

ICTの高度化により、人工知能（AI）、IoT^{*2}、ビッグデータの活用、ロボット等、革新的な技術が発展し、官民挙げて「Society5.0^{*3}」の実現を目指している中、私たちの消費生活も大きく変化することが予想されます。技術革新の進展は、消費者にとって利便性向上の正の側面と、リスクや新たな課題の出現という負の側面があることから、両者の適切なバランスを図った社会基盤を整備することが求められます。

※1 GAF A

世界の巨大IT企業であるGoogle、Apple、Facebook、Amazonの頭文字をとったものです。

※2 I o T

Internet of Thingsを略したもので、「インターネットに多様かつ多数の物が接続されて、それらの物から送信され、又はそれらの物に送信される大量の情報の活用に関する技術（官民データ活用推進基本法（平成28年法律第103号）」）と定義されています。

※3 Society5.0

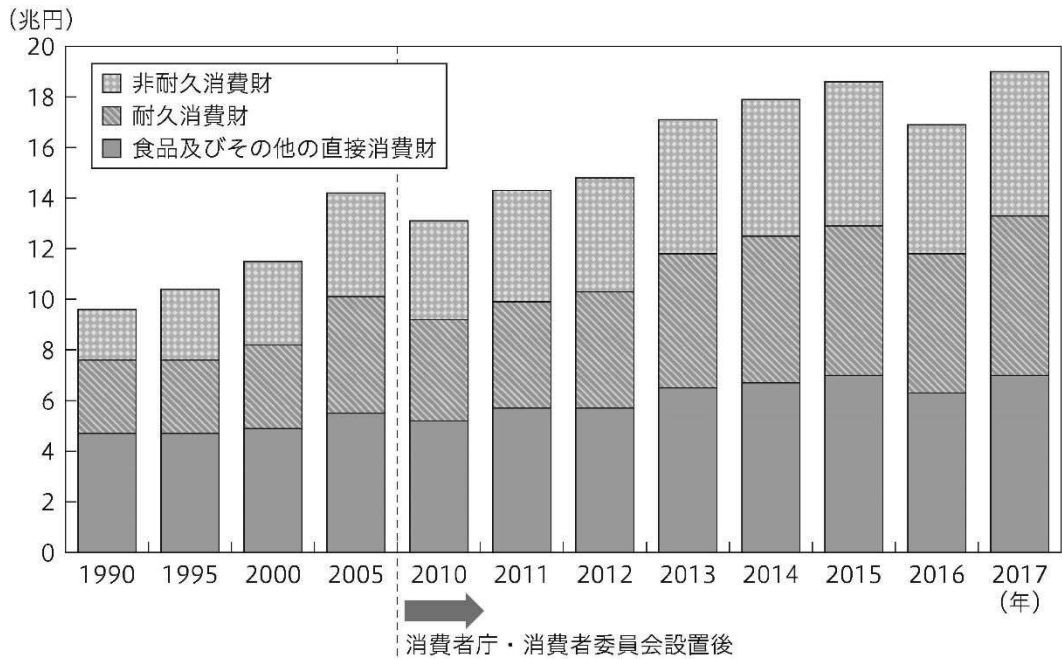
サイバー空間（仮想空間）とフィジカル空間（現実空間）を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会のことです。狩猟社会、農耕社会、工業社会、情報社会に続く、新たな社会を指すもので、第5期科学技術基本計画において我が国が目指すべき未来社会の姿として初めて提唱されました。

（2）消費生活のグローバル化の進展

海外製品の輸入は、日本と諸外国との経済連携協定の締結等により障壁が低くなったことを受け、消費財の輸入額は増加傾向となっています。【図表3】

また、消費者個人が海外の事業者とインターネットを通じて直接契約するケースも増えています。こうした越境的な取引ができるようになり、商品・サービスの選択の幅が広がっている反面、トラブルに巻き込まれるケースも生じています。海外事業者との越境消費者取引に関するトラブルの相談内容では「解約」が最も多く、「詐欺疑い」「商品未到着」「模倣品到着」等もあり、県では国民生活センター越境消費者センター（CCJ）と連携して対応しています。【図表4】

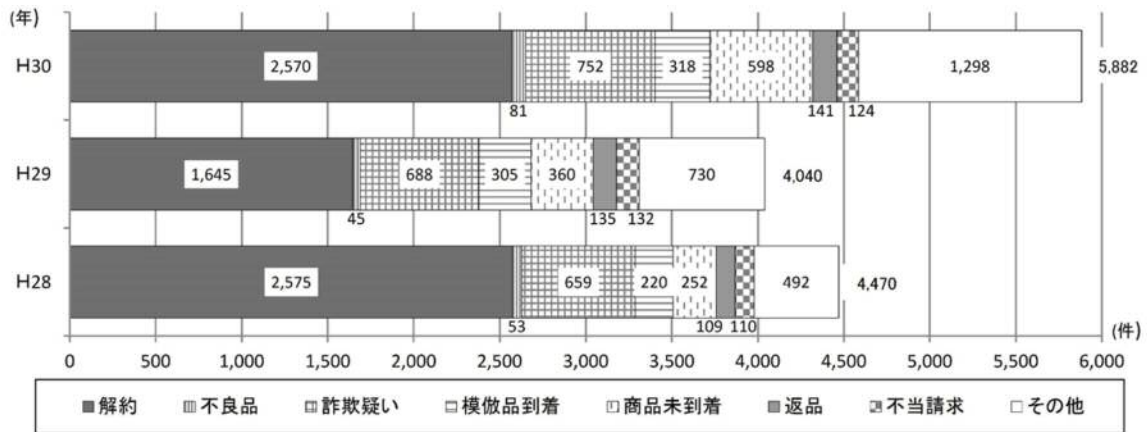
【図表3】消費財の輸入額の推移(全国)



(備考) 1. 財務省「貿易統計」により作成。
2. 日本の輸入額のうち、消費財(食品及びその他の直接消費財、耐久消費財及び非耐久消費財)。

出典:消費者庁「平成30年度消費者政策の実施の状況・消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告」より作成

【図表4】国境を越えた取引に関する相談の受付件数(全国)



(備考) 1 国民生活センター越境消費者センター(CCJ)が受け付けた相談件数(2019年1月22日検索分)
2 「詐欺疑い」は、注文及び決済の事実が確認できるにもかかわらず、何も届かないまま事業者とのコミュニケーションが途絶え(又は事業者が合理的な対応をしない)、なおかつ事業者の実態が正確に把握できない相談

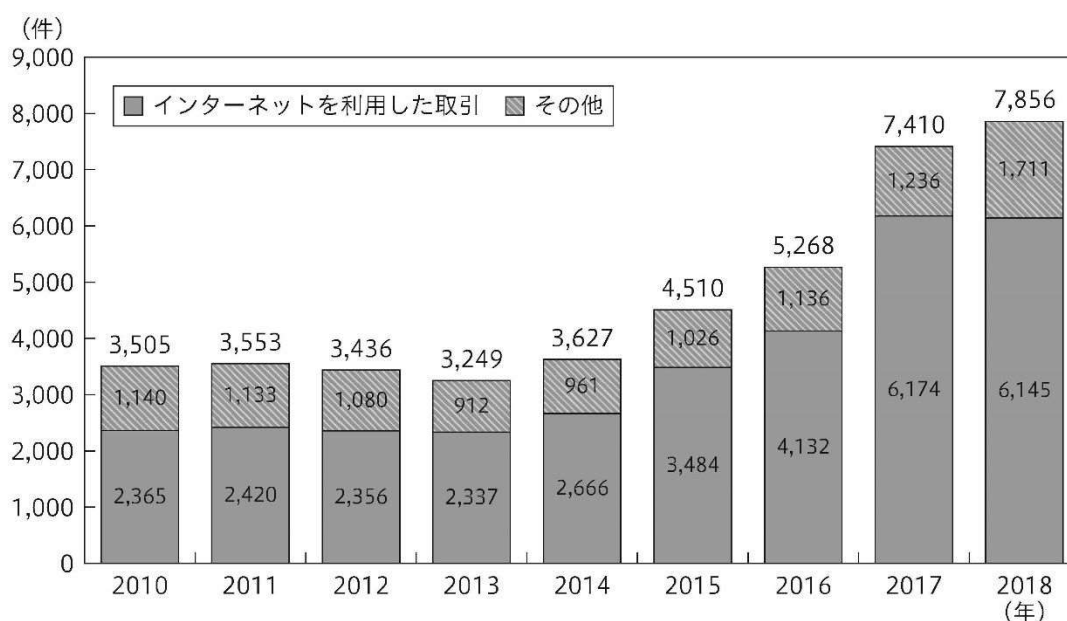
出典:消費者庁「平成30年度消費者政策の実施の状況・消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告」より作成

(3) 取引の多様化・複雑化

インターネットを活用した取引が増加傾向にあり、インターネットを經由して国内外の事業者と気軽に取引を行うことが可能となるなど、消費者にとっても利便性が向上している一方で、消費者がトラブルに遭遇するリスクも増大しています。ネットによる取引では、商品・サービス提供事業者だけでなく決済業者（クレジット会社や電子マネー管理会社など）、決済代行業者、収納代行業者、債権管理業者からネット管理会社まで関係者が多岐にわたるといった特性があり、トラブルの内容も多様化・複雑化しているため、トラブル処理の手続も長期化しています。

インターネットオークションやフリマアプリなどが普及し、消費者同士が売り手と買い手となって個人間取引を行うケースが増えており、それに伴ってトラブルも増加しています。【図表5】

【図表5】「個人間売買」に関する消費生活相談件数(全国)



(備考) PIO-NET(全国の消費生活センター等をネットワークで結び、全国の相談内容を共有できるシステム)に登録された消費生活相談情報(2019年3月31日までの登録分)

出典: 消費者庁「平成30年度消費者政策の実施の状況・消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告」より作成

(4) キャッシュレスの推進

少子高齢化や人口減少に伴う労働力人口減少の時代を迎え、生産性向上が喫緊の課題といわれる中、キャッシュレスの推進は、実店舗等の無人化・省力化や消費の利便性の向上など、様々なメリットが期待されています。また、2020年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会や2025年の大阪・関西万博を見据え、インバウンド需要の取込み等に向けたキャッシュレス環境整備の動きが加速して

います。

加えて、令和元年10月の消費税率引上げに伴う経済対策においては、消費喚起の後押しとキャッシュレスの促進を目的として、政府による「キャッシュレス・消費者還元事業」が実施され、中小・小規模事業者におけるキャッシュレス決済手段を用いた支払に対するポイント還元等の支援が行われました。このような動きを背景に、キャッシュレス決済に対する消費者の関心も高まっています。

経済産業省が平成30年4月に公表した「キャッシュレス・ビジョン」では、大阪・関西万博が開催される2025年（令和7年）に向けて、キャッシュレス決済比率^{*4}を40%とする目標を掲げ、将来的には、世界最高水準の80%を目指すとしています。

その一方で、不正利用や個人情報等の流出に不安を感じたり、便利なあまり使いすぎたり、あるいは「仕組みが分からない」、「現金がないと不安」と考える消費者もいます。

キャッシュレス社会の実現に当たっては、国や業界全体で不正利用防止等に向けた取組が進められています。また、消費者への金融教育を通じて、キャッシュレス決済についての正しい知識を持ち、金融リテラシー（金融に関する知識・判断力）が高まるよう取り組んでいくことも重要となっています。

※4 キャッシュレス決済比率

2017年5月に経済産業省が公表した「FinTechビジョン」に基づき、以下の計算式を用いて算出したもの

計算式：キャッシュレス支払手段による年間支払金額÷国の家計最終消費支出

[参考]

日本のキャッシュレス決済比率（2016年） 20.0%

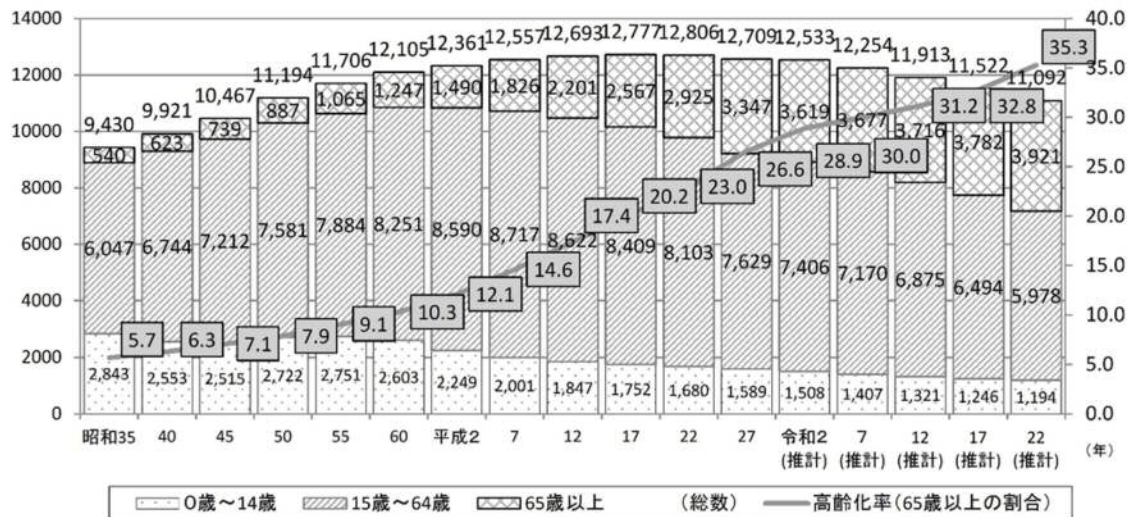
（出典：経済産業省「キャッシュレス・ビジョン」）

（5）人口減少と高齢化、独居化の進展

日本の人口は、未婚化・晩婚化等の要因により、出生率が低下しており、人口減少社会に入っています。また、医療技術の進歩等により、平均寿命が伸びており、高齢化率は上昇し続けています。【図表6】

また、高齢化や核家族化の進展に伴い、一人暮らしの高齢者や高齢夫婦のみの世帯の割合も増加傾向にあります。【図表7】

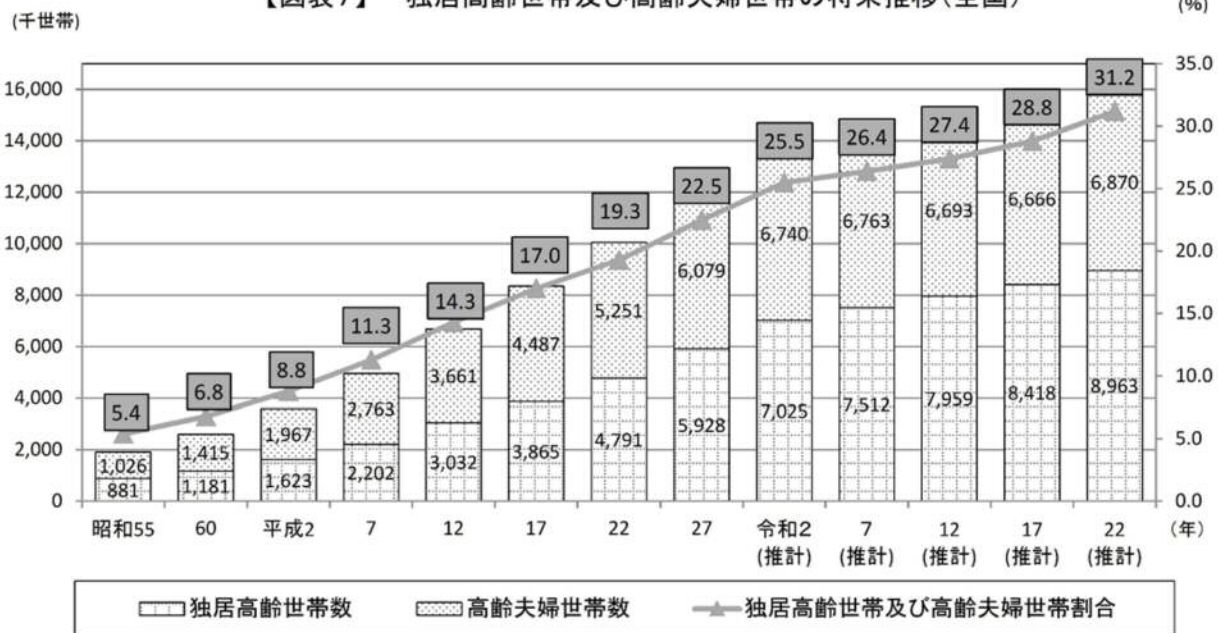
【図表6】 総人口と高齢化の将来推移(全国)



(注) 昭和35年から平成27年の総数は年齢不詳を含む。

出典:平成27年までは総務省「国勢調査」、令和2年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」より作成

【図表7】 独居高齢世帯及び高齢夫婦世帯の将来推移(全国)



(注) 「独居高齢世帯」とは、65歳以上の一人暮らしの高齢者の世帯をいう。

「高齢夫婦世帯」とは、夫が65歳以上、妻が60歳以上の夫婦1組のみの世帯をいう。ただし、令和2年以降の推計値においては、世帯主が65歳以上の夫婦のみの世帯をいう。

出典:平成27年までは総務省「国勢調査」、令和2年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」より作成

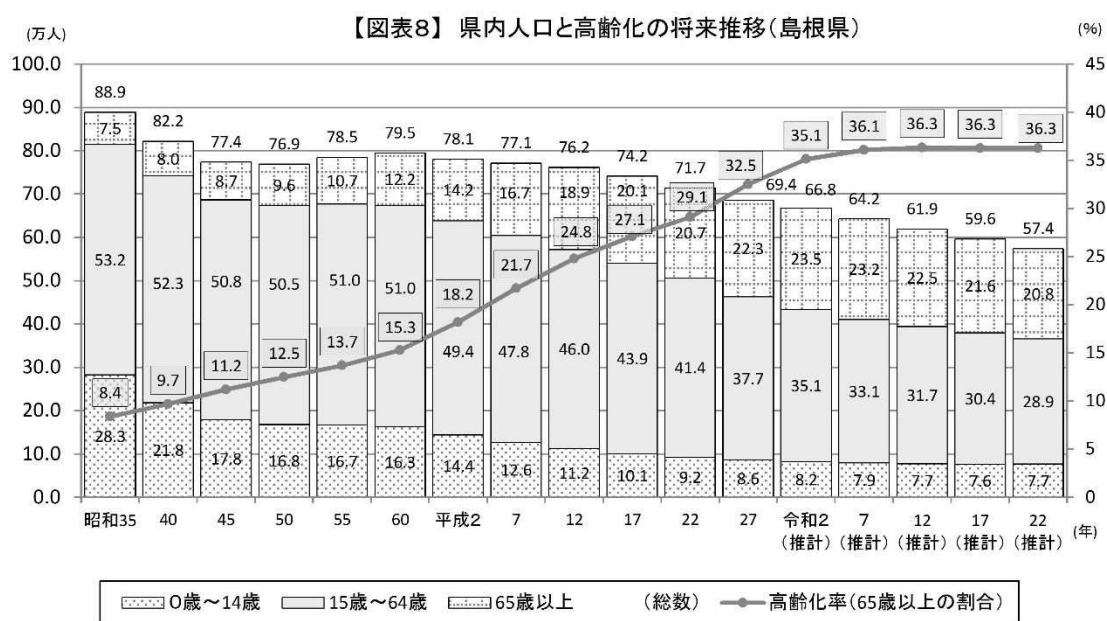
一方、島根県の人口は、昭和30年の92万9千人をピークに減少傾向にあり、高齢化率は全国を上回るスピードで上昇し続けています。【図表6】【図表8】

また、一人暮らしの高齢者や高齢夫婦のみの世帯の割合も全国と同様に増加傾向にあります。

人口構成に占める高齢者の割合の高まりは、高齢者による消費活動の拡大や高齢者向けの商品・サービスの充実に寄与する一方で、認知症等で判断力が低下した高齢者等を狙った悪質商法や特殊詐欺の増加等、高齢者の消費者トラブルも増えていくことが懸念されます。

また、人口減少や過疎化により地域経済の規模が縮小し、商品等の販売店舗数が減少すること等により、住んでいる地域での日常の買物をしたり、生活に必要なサービスを受けたりするのに困難を感じる「買物弱者」の問題が生じています。

さらに、地域における住民の減少は地域コミュニティの衰退等により地域社会における人々のつながりを弱め、高齢単身者等自立困難な消費者の孤立につながるおそれもあることから、高齢者の見守りネットワーク等地域住民に対する消費者トラブルを防止するための取組が重要となってきています。



(注) 昭和35年から平成27年の総数は年齢不詳を含む。

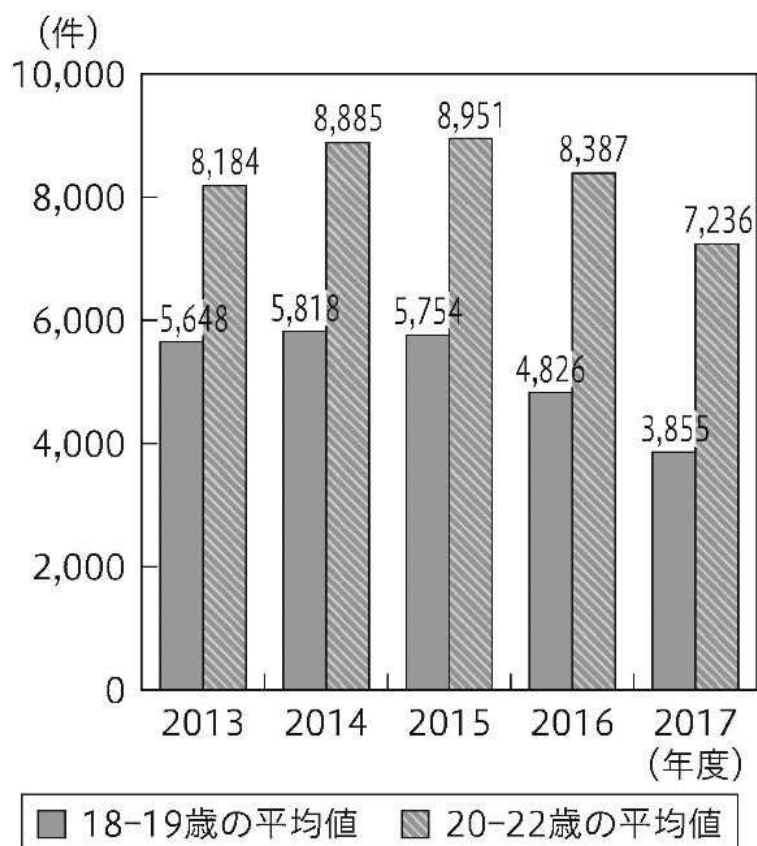
出典: 平成27年までは総務省「国勢調査」、令和2年以降は島根県「島根創生計画(案)島根県の将来人口の推計」(令和12年までに社会移動の均衡、令和17年までに合計特殊出生率2.07という目標が達成された場合)により作成

(6) 民法改正による成年年齢の引下げ

平成30年6月に成立した「民法の一部を改正する法律」により、令和4年4月から、民法の成年年齢が20歳から18歳に引き下げられます。

このため、新たに成年となる18歳、19歳の若者は契約主体者として積極的な社会参加が促される一方、未成年者取消権による保護がなくなるため悪質な事業者のターゲットとなることが懸念されます。このため、若者が主体的に判断し、責任を持って行動できるよう早期の段階で実践的な消費者教育を確実に行うことが喫緊の重要課題です。【図表9】

【図表9】 契約当事者18-22歳の年度別消費生活相談件数(平均値)(全国)



(備考) 1 PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2018年3月31日までの登録分)
 2 成年になった若者に注目すると、消費生活相談件数は未成年者と比べて多くなっており、それらの相談の中には、未成年者取消権による保護がなくなった後に、悪質な事業者のターゲットとなった事例もみられる。

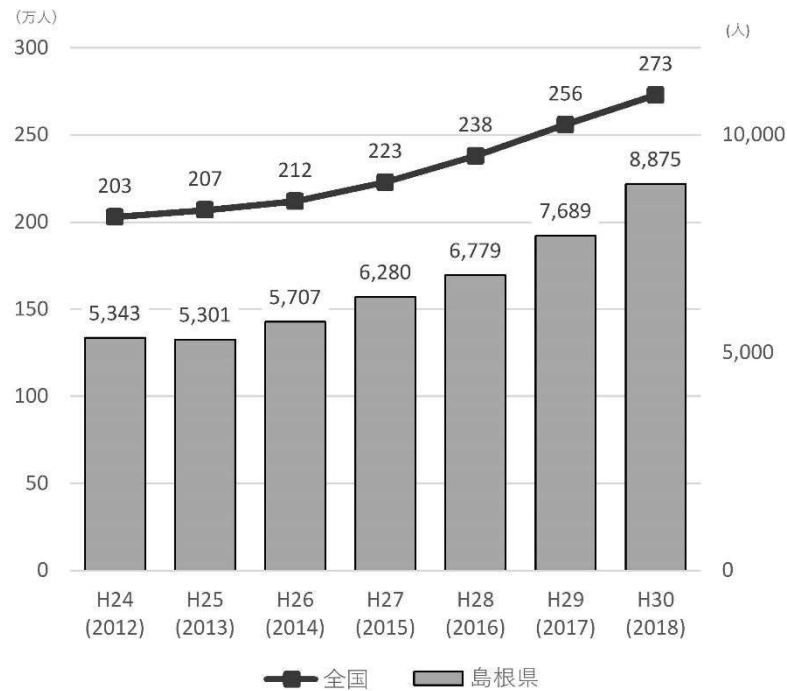
出典: 消費者庁「平成29年度消費者政策の実施の状況・消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告」より作成

(7) 外国人住民等の増加

日本に在住する外国人や訪日外国人観光客の数は2018年末に過去最高を記録し、県内においても2020年(令和2年)開催の東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けさらに増加することが予想されています。【図表10】【図表11】

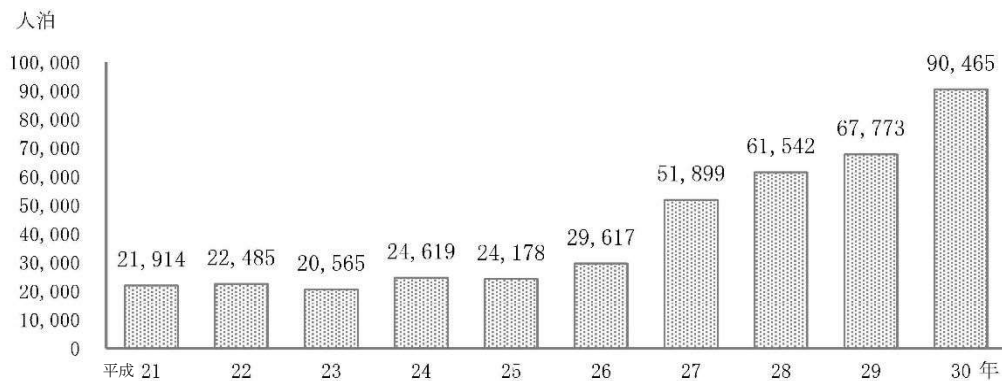
こうした外国人住民等の増加により、全国の消費生活センター等に寄せられる外国人との取引等における消費者トラブルの相談件数も増加することが見込まれます。このため、文化や言語の違う外国人との共生に向け国と地方公共団体が連携して、通訳を介した消費生活相談の実施や多言語リーフレット等の充実、商品事故や契約トラブル等についてやさしい日本語での情報提供などに取り組むことが必要です。

【図表10】外国人住民人口の推移



出典：島根県は、島根県文化国際課調べ(外国人の住民人口について、県内の各市町村の協力を得て作成したもの)、全国は、法務省「在留外国人統計」より作成

【図表11】外国人宿泊客延べ数の推移(島根県)



出典：島根県「平成30年島根県観光動態調査」より作成

(8) 環境問題の顕在化と環境に配慮した消費活動

地球規模での人口増加や経済規模の拡大の中で、人間活動による地球環境の悪化はますます深刻となっています。

豪雨や台風、記録的な高温、干ばつなど世界的に異常気象が頻発しています。

農作物の品質低下、動植物の分布域の変化、熱中症リスクの増加など、気候変動の影響が全国各地で起きており、今後も長期にわたり拡大するおそれがあり、長期的な地球温暖化の傾向と一致しているといわれています。

また、必要以上の豊富な商品は大量の廃棄物を生み出し、開発による自然破壊は生態系に大きな影響を与えています。

このように、私たちが利便性を追求するあまり、様々な環境問題を生み出してきています。

平成27年（2015年）には、2030年度までの我が国の温室効果ガス削減目標を目指し産学官民が一致団結して取り組む国民運動である「COOL CHOICE（賢い選択）」が始まり、消費者一人ひとりが自主的に脱炭素型製品やサービス、ライフスタイル等を選択することで更なるCO₂削減が期待されています。

環境負荷を低減するための3R（リデュース、リユース、リサイクル）の推進など環境に配慮した消費活動が徐々に浸透する中、令和元年（2019年）には「食品ロスの削減の推進に関する法律」が成立し、食べることができる食品が廃棄されないようにするための社会的な取組に対する国・地方公共団体・事業者の責務と消費者の役割が明記され、具体的な取組が求められています。

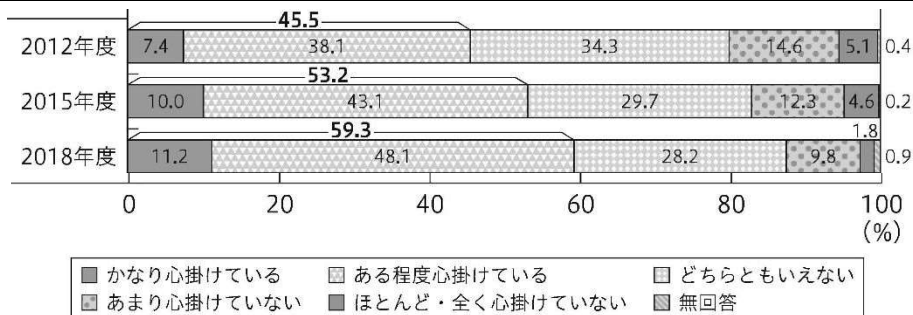
（9）消費者意識とその変化

2015年に国連の持続可能な開発サミットにおいて「持続可能な開発目標（SDGs）」が採択され、2030年までに「持続可能で誰一人取り残さない」社会の実現を目指すことが国際目標となりました。これを受け我が国も2016年に「SDGs実施指針」を策定し、様々な具体的施策を示して取組を推進しています。消費者の意識としても、環境や被災地の復興、開発途上国の労働者の生活改善等に配慮した商品やサービスを選択して消費することへの関心が高まっています。【図表12】

消費者の行動が社会経済に大きな影響を与えるとの認識のもとに、日常生活において環境や労働問題等の人権問題、社会、地域等の持続可能性を配慮した消費行動である「エシカル消費（倫理的消費）」を実践する人が増えています。

【図表13】

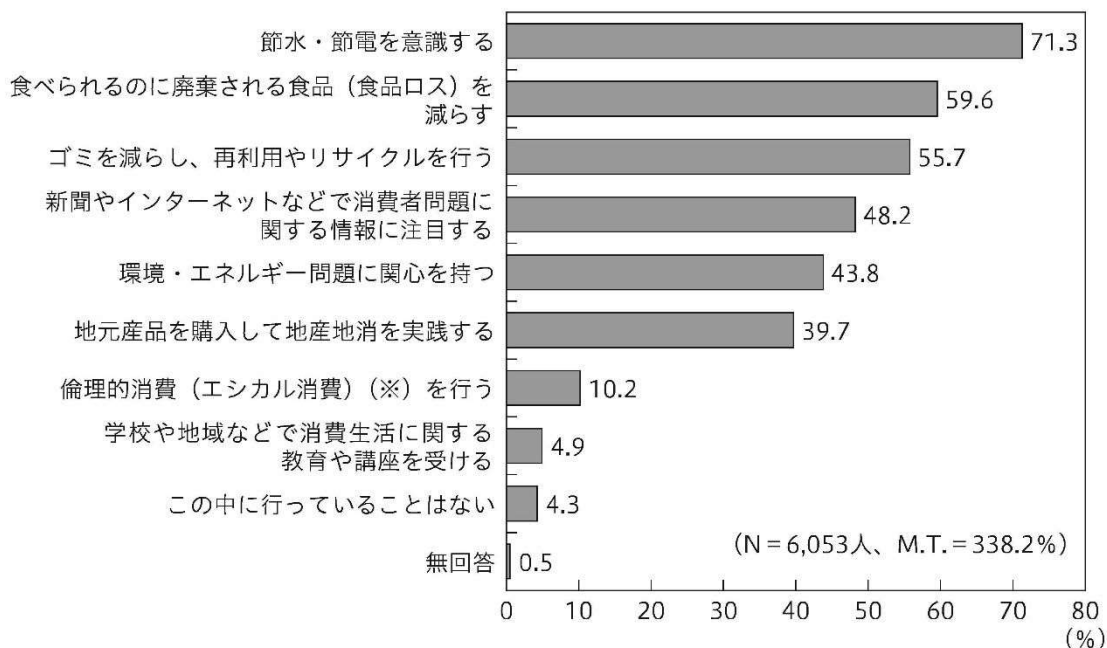
【図表12】 環境に配慮した商品やサービスを選択する人の割合



- (備考) 1 消費者庁「消費者基本調査」により作成
 2 「あなたは、消費者として、以下の行動をどの程度心掛けていますか。」との問に対する回答
 3 四捨五入のため合計は必ずしも一致しない

出典: 消費者庁「平成30年度消費者政策の実施の状況・消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告」より作成

【図表13】 日頃の消費生活で行っていること



- (備考) 1. 消費者庁「消費者意識基本調査」(2018年度)により作成。
 2. 「あなたは、日頃の消費生活で以下のようなことを行っていますか」との問いに対する回答(複数回答)。
 3. (※) 倫理的消費(エシカル消費)とは、より良い社会に向けた、人や社会、環境に配慮した消費行動のこと。

出典: 消費者庁「平成30年度消費者政策の実施の状況・消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告」より作成

(10) 消費者志向の経営

健全な市場の実現により消費者の安全・安心を確保するには、規制や法執行等に加えて、消費者、事業者、行政等関係者が価値観を共有しコミュニケーションを深化することで連携・協働し、より効果的に取り組むことが必要です。

今日、多くの事業者・事業者団体が消費者の権利の確保や利益の向上等に資する事業活動を行っており、そうした「消費者志向」の理念に基づく経営を「見える化」して消費者や社会に周知する取組を展開しています。こうした取組により、消費者は商品・サービスの品質が確保され、またニーズをとらえた商品・サービスが提供されることにより、自主的・合理的な選択をすることが可能になり、結果として満足度が向上することが期待されます。

消費者、事業者がそれぞれ社会における責任を自覚し、相互に作用しながら進んでいくことによって消費の拡大、企業価値の向上を通じ、経済の好循環を生み出すことが求められています。

2. 国における消費者行政をめぐる状況

(1) 消費者行政体制の強化

① 消費者庁及び消費者委員会の設置

消費者行政の一元化を図り、消費者の利益を擁護するため、平成21年9月に消費者庁と消費者委員会が設置されて10年が経過しました。

消費者庁は、各府省庁や地方公共団体等が把握した消費者事故等に関する情報を一元的に集約し、調査・分析を行い、必要に応じて担当府省庁に対し措置要求を行うとともに、担当府省庁や適用する法令等が明確でない取引行為等（いわゆる「すき間事案」）については、消費者庁が直接事業者に対して勧告や命令等の行政措置を実施するなど「消費者行政の司令塔」としての役割を果たしています。

また、消費者委員会は、消費者行政全般を監視する組織として「消費者事故情報の収集及び活用」や「健康食品の表示等の在り方」など、これまで数多くの建議を行ってきました。

② 国の消費者基本計画

国の消費者基本計画は、消費者基本法第9条の規定に基づき、長期的に講ずべき消費者政策の大綱及び消費者政策の計画的な推進を図るために必要な事業について閣議決定するもので、平成17年、平成22年、平成27年と3期にわたり策定されました。これにより、各府省庁の施策を一元的に取りまとめ、効果的な推進を図っています。

③ 地方消費者行政の強化に向けた取組

平成21年度に、消費者相談窓口の設置や消費生活相談員の養成、消費者教育の推進など、地方の消費者行政を強化する取組を支援するための「地方消費者行政活性化交付金」による事業が創設され、平成26年度から実施された「地方消費者行政推進交付金」と合わせ、必要な予算措置が行われてきました。

平成30年度からは、「地方消費者行政強化交付金」の創設により、これまでの事業の継続に加え、国として取り組むべき新たな消費者問題や重要課題に取り組む地方公共団体の支援が行われています。

また、平成26年1月に「地方消費者行政強化作戦」を定め、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられる地域体制の全国的な整備に取り組んでいます。

これらの取組の結果、平成24年4月時点の、全国で消費生活相談窓口が設置されていない市町村は19か所でしたが、平成27年度には全ての市町村に消費生活相談窓口が設置され、相談体制の空白地域は解消されました。

(2) 消費者行政に関連する法整備

① 消費者安全法の制定・一部改正

平成21年6月に、地方公共団体に消費生活センターを設置することや消費者事故等の情報を消費者庁に集約することを定めた消費者安全法が制定されました。

また、平成24年9月には、消費者事故等の調査機関の設置や、財産被害（すき間事案）への行政措置の導入を内容とする改正が行われました。

さらに、平成26年6月には、一人暮らしの高齢者や障がい者等を消費者被害から防ぐための「地域見守りネットワーク」の構築をはじめとして、消費生活相談員の国家資格化や地方公共団体の消費生活相談体制の強化などを内容とする改正が行われました。

② 不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）の一部改正

平成26年に二度にわたる改正が行われ、不当な表示を行う事業者に対してその行為の差止めを命ずる権限を都道府県に付与することや、課徴金制度の導入など、不当表示に対する対策が強化されました。

③ 特定商取引に関する法律（以下「特定商取引法」という。）の一部改正

平成28年6月に、業務停止の行政処分（業務停止命令）の期間を最長1年から最長2年に延伸することや、業務停止命令を受けた法人の役員や業務を統括する使用人等に対して、新たに法人を設立して業務を継続することなどを禁止する行政処分（業務禁止命令）を新設するなどの改正が行われました。

④ 食品表示法の制定・一部改正

平成25年6月に、それまで食品表示に関するルールを定めた法律であった食品衛生法、JAS法、健康増進法の三つの法律を一元化し、消費者、事業者双方にとって分かりやすい表示とすることや「機能性表示食品制度」を新設した食品表示法が制定されました。

食品表示法の規定に基づき平成27年4月に施行された「食品表示基準」では、原則として個別の原材料や添加物にアレルゲンを表示することや、加工食品の栄養成分表示が義務化され、平成29年9月からは全ての加工食品に原材料の産地を表示することが義務化されました。

また、平成30年12月には、アレルゲンや消費期限など、安全性に重要な影響を及ぼす事項について食品表示基準に従った表示がされていない食品について、自主回収を行う場合の行政機関への届出を事業者が義務付けるとともに、その自主回収の情報を行政機関が消費者に情報提供する規定を新設する改正が行われ、令和3年6月1日に施行されます。

⑤ 消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律（消費者裁判手続特例法）の制定

消費者被害を回復するために、特定適格消費者団体^{*5}が財産被害に遭った消費者の代わりに事業者に対して債務履行請求や不当利得返還請求等を行うことができる旨を定めた「消費者裁判手続特例法」が平成25年12月に成立し、平成28年10月に施行されました。

※5 適格消費者団体と特定適格消費者団体について

適格消費者団体とは、消費者全体の利益擁護のために事業者に対し差止請求権を行使することができる消費者団体（NPO法人や民法に規定している法人、消費者の利益を守るための活動を主な目的としている団体等）であり、内閣総理大臣の認定を受けた団体のことです。

特定適格消費者団体とは、適格消費者団体のうち、消費者被害の回復業務に関連する人員や物品が確保されている等の要件を満たした団体であり、内閣総理大臣の認定を受けた団体のことです。

⑥ 民法の一部改正

平成29年5月に、社会経済情勢の変化に対応するため、「民法の一部を改正する法律」が成立し、主に債権法（民法の契約等に関する部分）が改正され、令和2年4月1日に施行されます。保証人の保護を図るための保証債務に関する規定の整備や定型約款に関する規定の新設、法定利率や消滅時効に関する改正、そのほか、民法の条文に明記されていなかったものを明文化するなど、民法制定以来の大きな改正といわれ、消費生活にも少なからず影響があります。

なお、平成30年6月に成立した成年年齢の引下げに関する改正については、令和4年4月1日に施行となります。

⑦ 消費者契約法の一部改正

社会経済情勢の変化等に対応し、平成28年6月改正法では、消費者にとって通常の分量を著しく超えることを事業者が知っていながら勧誘したことにより承諾の意思表示をした場合（いわゆる過量販売）には、契約の取消しができる規定や、重要事項の不実告知による契約の承諾の意思表示に関しては、その意思表示を取り消すことができる条件である重要事項の範囲が拡大されたほか、取消権の行使期間のうち、追認をすることができるときからの期間が6箇月から1年に延伸されるなどの改正が行われ、平成29年6月に施行されました。

平成30年6月改正法では、取り消しうる不当な勧誘行為として、社会生活上の経験不足に乗じて不安をあおったり、好意の感情を不当に利用したりして勧誘する行為（いわゆるデート商法）や、加齢などにより判断力が著しく低下している消費者の不安をあおって勧誘する行為、それに靈感など合理的に実証することが困難な特別な能力による知見として不安をあおって勧誘する行為（いわゆる靈感商法）が追加されました。また、損害賠償責任の有無等を事業者が自ら決定する条項などの不当な契約条項を無効とするなどの改正が行われ、令和元年6月に施行されました。

⑧ ギャンブル等依存症対策基本法

ギャンブル等にのめり込むことにより、本人とその家族の日常生活や社会生活に支障が生じ、多重債務等の重大な社会問題となることから、家庭や学校などでの教育や広報活動等を通じギャンブル等依存症への関心と理解を深め、予防等を図るとともに、医療機関や民間団体などの連携協力体制の整備を図り、相談支援や社会復帰の支援など、必要な施策を講ずること等を定めた法律が平成30年7月に公布、同年10月に施行されました。

⑨ 特定興行入場券の不正転売の禁止等による興行入場券の適正な流通の確保に関する法律（チケット不正転売禁止法）

音楽コンサート等の興行の入場券が転売目的で購入され、興行主の同意を得ずに定価を大幅に超える価格で転売される例が後を絶たず、また、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会等の開催に当たり、不正転売対策を講ずることが課題となっていたことから、平成30年12月に、特定興行入場券の不正転売や、不正転売を目的とした譲受けを禁止することなどを定めた法律が平成30年12月に公布、令和元年6月に施行されました。

⑩ 食品ロスの削減の推進に関する法律

令和元年5月に、国、地方公共団体、事業者、消費者などの多様な主体が連携し、国民運動として食品ロスの削減を推進するため、それぞれの責務や役割などを定めた法律が公布され、同年10月に施行されました。事業者による積極的な取組、食品の購入や調理方法の改善などによる消費者の自主的な取組、国や地方公共団体による普及啓発や食品関連事業者等の取組に対する支援など、食品ロスの削減を総合的に推進するための取組が盛り込まれています。

(3) 消費者教育の推進

消費者の自立を支援するために行われる消費者教育を総合的・一体的に推進することを目的とする「消費者教育推進法」が、平成24年8月に制定されました。この法律では、消費者が個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会を目指す「消費者市民社会の形成」の概念が明記されました。

平成25年6月に定められた「消費者教育の推進に関する基本方針」は、策定から5年となる平成30年3月に変更が加えられ、当面の重点事項の一つとして、民法の成年年齢引下げを見据え「若年者の消費者被害の防止・救済のため、また、自主的かつ合理的に社会の一員として行動する自立した消費者の育成のための効果的な消費者教育の方策として、学校における消費者教育の推進を図る」ことが

示されました。

若年者への消費者教育については、平成30年2月に関係省庁（消費者庁・金融庁・法務省・文部科学省）が連携して決定した「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」において、令和2年度までの3年間を集中強化期間と位置付け、実践的な能力を身に付けることを目的として、消費者庁が作成した高校生向けの消費者教育教材「社会への扉」を活用した授業の実施や、消費者教育コーディネーターの育成・配置に向けた支援等を進めています。

（４）持続可能な社会とエシカル消費

「持続可能な開発目標（SDGs）」は、17の目標とそれらの達成のための169のターゲットで構成され、2030年までの国際目標として、2015年9月に国連の持続可能な開発サミットにおいて採択されました。

日本では、内閣総理大臣を本部長とする「SDGs推進本部」を設置するとともに、「持続可能で強靱、そして誰一人取り残さない、経済、社会、環境の統合的向上が実現された未来への先駆者を目指す」ことを基本的なビジョンとする「SDGs実施指針」を策定し、8つの優先課題と具体的な施策を示して取組を推進しています。

消費者政策では、全ての消費者が安全・安心で豊かに暮らすことができる社会を実現するという使命の下、「消費者の安全の確保」、「適正な取引の実現」、「消費者の被害救済、利益保護の枠組みの整備」、エシカル消費^{*6}の普及啓発や消費者志向経営^{*7}の推進といった「消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成」など、様々な施策を推進しています。

※6 エシカル消費（倫理的消費）

より良い社会に向けて、地域の活性化や雇用等を含む人や社会・環境に配慮した消費行動をいいます。消費者の意識としても、環境や被災地の復興、開発途上国の労働者の生活改善等に配慮した商品・サービスを選択して消費することへの関心が高まっています。

※7 消費者志向経営（サステナブル経営）

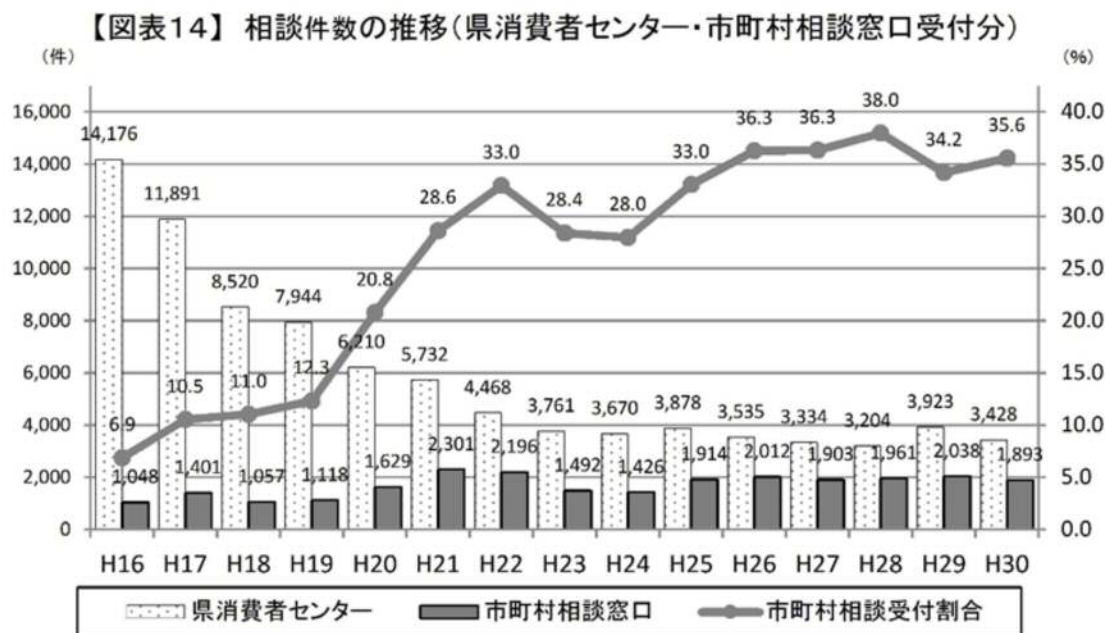
事業者が、消費者全体の視点に立ち、健全な市場の担い手として、消費者の信頼を獲得するとともに、持続可能で望ましい社会の構築に向けて、社会的責任を自覚して事業活動を行うことをいいます。

3. 島根県における消費者行政の状況

(1) 消費生活相談の状況

県民の消費生活の安定及び向上を図るため、昭和46年に婦人会館（松江市）に開設された県消費者センターは、現在、島根県市町村振興センター（タウンプラザしまね）に事務室を置き、消費者行政部門（環境生活総務課消費とくらしの安全室）と一体化した体制をとっています。また、昭和53年に益田市中央公民館に開設された県消費者センター石見地区相談室は、昭和56年に島根県益田合同庁舎に移転し、現在に至っています。

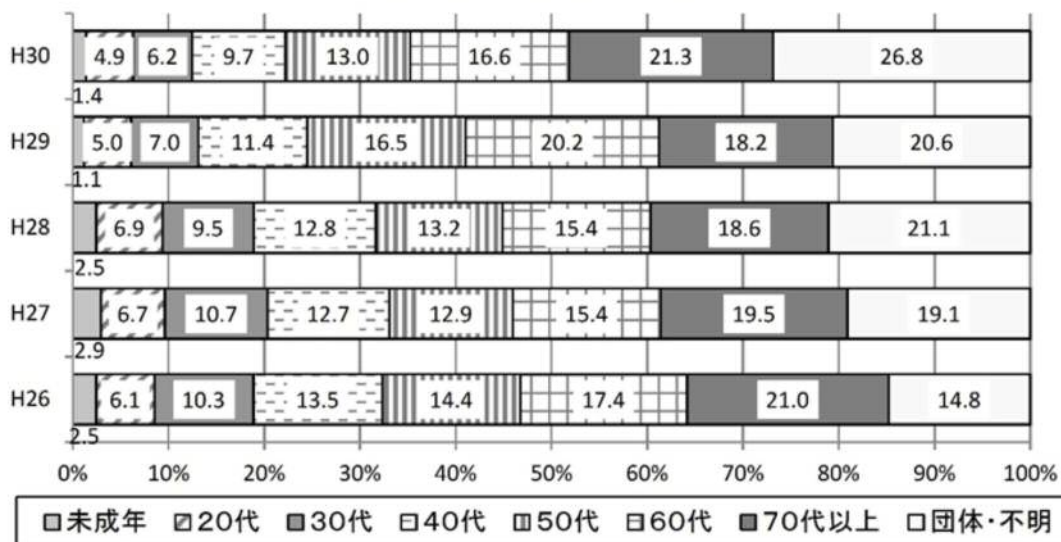
消費生活相談の状況を見ると、県消費者センターで受け付けた相談件数は、平成16年度をピークに減少に転じ、平成27年度には3,500件を下回りました。しかし、はがきやメールによる架空請求や訴訟通知に関する相談が増えた平成29年度には前年度より719件（22.4%）多い3,923件を記録するなど、年度間で変動が見られます。一方、市町村相談窓口で受け付けた相談件数は、近年2,000件程度で推移し、平成30年度は1,893件となっています。【図表14】



出典：島根県環境生活総務課消費とくらしの安全室調べ

また、県消費者センターで受け付けた相談を年代別で見ると、特に60歳代以上の契約者に関する相談件数の割合が高く、平成30年度は全体の約4割を占めています。【図表15】

【図表15】 契約当事者の年代別割合（県消費者センター受付分）



出典：島根県環境生活総務課消費とくらしの安全室調べ

各年代ごとの苦情相談内容（平成30年度県消費者センター受付分）をみると、20歳未満から30歳代までの各年代では、インターネットによる有料メール交換サイト等の利用料に関する不当請求やワンクリック請求などを中心とした「デジタルコンテンツ」の相談が最も多くなっています。【図表16】

40歳代以上については、はがきやメールによる架空請求や訴訟通知に関する相談などを内容とする「商品一般」に関する相談が最も多くなっています。

【図表16】平成30年度 年代別の苦情相談内容(県消費者センター受付分)上位

20歳未満 (件)		
1	デジタルコンテンツ	14
2	健康食品	4
3	商品一般	3
3	紳士・婦人洋服	3
3	テレビ放送サービス	3

20歳代 (件)		
1	デジタルコンテンツ	31
2	商品一般	15
3	フリーローン・サラ金	14
4	紳士・婦人洋服	7
4	自動車	7
6	化粧品	6
6	不動産貸借	6
6	携帯電話サービス	6
9	インターネット通信サービス	5

30歳代 (件)		
1	デジタルコンテンツ	47
2	商品一般	17
3	健康食品	11
4	フリーローン・サラ金	9
5	自動車	8
6	不動産貸借	7
7	化粧品	6
7	インターネット通信サービス	6
9	電気	5
9	クリーニング	5

40歳代 (件)		
1	商品一般	68
2	デジタルコンテンツ	61
3	健康食品	16
4	複合サービス会員	14
5	自動車	11
5	フリーローン・サラ金	11
5	インターネット通信サービス	11
8	紳士・婦人洋服	6
8	教室・講座	6

50歳代 (件)		
1	商品一般	144
2	デジタルコンテンツ	70
3	健康食品	30
4	インターネット通信サービス	23
5	化粧品	16
6	金融関連サービス	10
7	フリーローン・サラ金	8
8	自動車	6
8	修理・補修	6

60歳代 (件)		
1	商品一般	189
2	デジタルコンテンツ	82
3	インターネット通信サービス	36
4	健康食品	18
5	化粧品	15
5	ソーラー・給湯システム	15
7	電気	12
7	フリーローン・サラ金	12
9	音響・映像製品	10
10	携帯電話サービス	9

70歳以上 (件)		
1	商品一般	198
2	デジタルコンテンツ	48
3	健康食品	43
4	インターネット通信サービス	37
5	フリーローン・サラ金	19
6	電気	18
7	書籍・印刷物	15
7	修理・補修	15
9	工事・建築	14
10	医療用具	13

出典：島根県環境生活総務課消費とくらしの安全室調べ

そのほか、スマートフォンやパソコンを使ったネット通販では、「1回だけのつもりで健康食品や化粧品等を注文したら、実際には定期購入だった」というような苦情相談も増えています。

(2) 県の消費者行政事業の状況

① 消費者安全法に基づく消費者事故情報の収集と提供

消費者問題の中でも、製品の安全性等に不備がある場合は、消費者の生命身体事故に直結するおそれがあるため、消費者事故の未然防止・拡大防止を図るうえで、情報収集や広報を迅速・適切に行う必要があります。

そのため、県では、消費者事故等が発生したときの対応方法を定めた「消費者事故等の通知事務等処理マニュアル」に基づき、関係機関と情報共有を行い適切な対応に努めています。

② 事業者に対する法令遵守の指導及び取締り

事業者に対する取締りに関する法令としては、特定商取引法、景品表示法、消費者安全法、消費生活用製品安全法、家庭用品品質表示法、ゴルフ場等に係る会員契約の適正化に関する法律、国民生活安定緊急措置法、生活関連物資等の買占め及び売惜しみに対する緊急措置法、島根県消費生活条例などがあります。

これらの法令に基づき調査を行い、必要に応じて、事業者に対して文書又は口頭による行政指導や、業務停止等の行政処分を行い、消費者被害の防止に努めています。

県では、不当な取引行為を防止するため、平成28年度から平成30年度までの間に特定商取引法に基づく行政指導を7件実施しました。

また、商品・サービスの不適正な表示を防止するため、平成28年度から平成30年度までの間に景品表示法に基づく行政指導を47件実施し、消費生活用製品安全法や家庭用品品質表示法に基づく事業者への立入検査を実施しました。

このほか、消費者安全法に基づく消費者への注意喚起に関し、消費者庁との合同調査を平成29年度から平成30年度にかけて2回実施しています。

③ 消費者教育の取組

次代を担う消費者は、自らの消費行動が将来の社会経済情勢や地球環境に影響を及ぼすことを自覚し、消費生活に関する知識の取得・情報収集に努め、自身で合理的な意思決定を行い、被害を認識し、危害を回避し、被害に遭った場合には適切に対処する能力を身に付けることが求められます。そうした自立した消費者を育成するためには、学校、地域、家庭、職域等のライフステージに応じた様々な場を活用して消費者教育を行っていくことが必要です。

学校教育の分野では、県内の小・中学校（義務教育学校を含む。）、高等学校、特別支援学校及び高等専門学校に勤務する教員やその団体等を対象に様々な教育事業を実施しています。

「学校における消費者教育に関する実践研究委託事業」では、各教科別研究会等を対象に消費者教育に関する研究及び教材開発の支援を行い、その成果を刊行物「すくすく消費者」にまとめ県内の教員に配布することで学校現場に還元して

います。

「若年者消費者教育研修支援事業」では、成年年齢引下げを見据え、弁護士や消費生活相談員等実務経験者を学校の外部講師として効果的な活用を推進する事業や現職教員の消費者教育指導力向上を図るための研修事業等を支援しています。

さらに、小学校6年生、中学校2年生を対象に教材の作成・配布、高校生を対象に消費者庁作成教材「社会への扉」を配布しています。

社会教育の分野では、地域で活動する様々な団体・グループ等を対象に県消費者センターの消費生活相談員等を講師として、相談事例や解決策等のアドバイスを行う「消費者問題出前講座」を実施しています。また、地域における消費者教育や啓発を担うリーダーの育成のため、「消費者リーダー育成講座」や「レベルアップ研修会」を開催し、地域の消費者問題解決力向上を図っています。

④ 広報啓発活動の取組

県民に対し消費者被害等に関する情報を伝え、意識を啓発することは、消費者の自立を促進し消費者被害の防止につながります。

このため、新聞、テレビ、ラジオ、刊行物、ホームページ、フェイスブックやツイッター等のソーシャルメディアといった様々な媒体を利用して、消費者被害に関する情報等の広報・啓発を行っています。

特に、毎年5月には消費者月間の取組として、パネル展示、チラシ配布等の啓発イベント、消費者問題に関する特別講座などを集中的に行っています。

⑤ 消費者団体等への支援及び協働

消費者基本法、島根県消費生活条例のいずれも「消費者の自立を支援する」ことを理念としていますが、消費者の自立を促進するうえで、消費者団体等の果たす役割は極めて重要であり、県では、それぞれの地域で消費者問題に取り組む消費者団体等との協働事業として、「明日への消費者活動支援事業（県委託事業）」を実施しています。

また、県内の消費者団体や消費者活動を支援する団体、有識者等を相互につなぐ県域のネットワークが令和元年12月に設立され、消費者問題解決に向けた住民主体の取組を推進しています。県では、消費者団体等ネットワーク支援事業として、啓発イベントや消費者教育の推進の取組などを支援しています。

⑥ 消費生活相談体制の充実・強化

県では、複雑・多様化する相談に適切に対応するため、国民生活センター等が実施する研修会に相談員を派遣し、資質の向上に努めています。

市町村の相談体制は、平成22年度までに全ての市町村に消費生活相談窓口が設置されました。そのうち6市において国の地方消費者行政活性化交付金等を活用して消費生活センター^{**}が設置され、8市で計12名の消費生活相談員が配置されています。【図表17】・【図表18】

県から市町村への支援として、相談窓口担当者である相談員や行政職員の資質

の向上を目的に研修会の開催や巡回訪問を実施しています。

また、県内には平成28年度から国家資格となった消費生活相談員の資格を持つ者が少ないことから、市町村において有資格相談員を確保しやすい環境を整備することを目的に、資格取得を目指す人を対象とする「消費生活相談員育成講座」を開講しました。

※8 消費生活センターについて

消費生活相談窓口のうち、消費者安全法の規定する次の3つの基準を満たす場合に「消費生活センター」を公表することができ、平成31年4月1日時点で県内の市町村においては6市が消費生活センターを設置しています。【図表17】

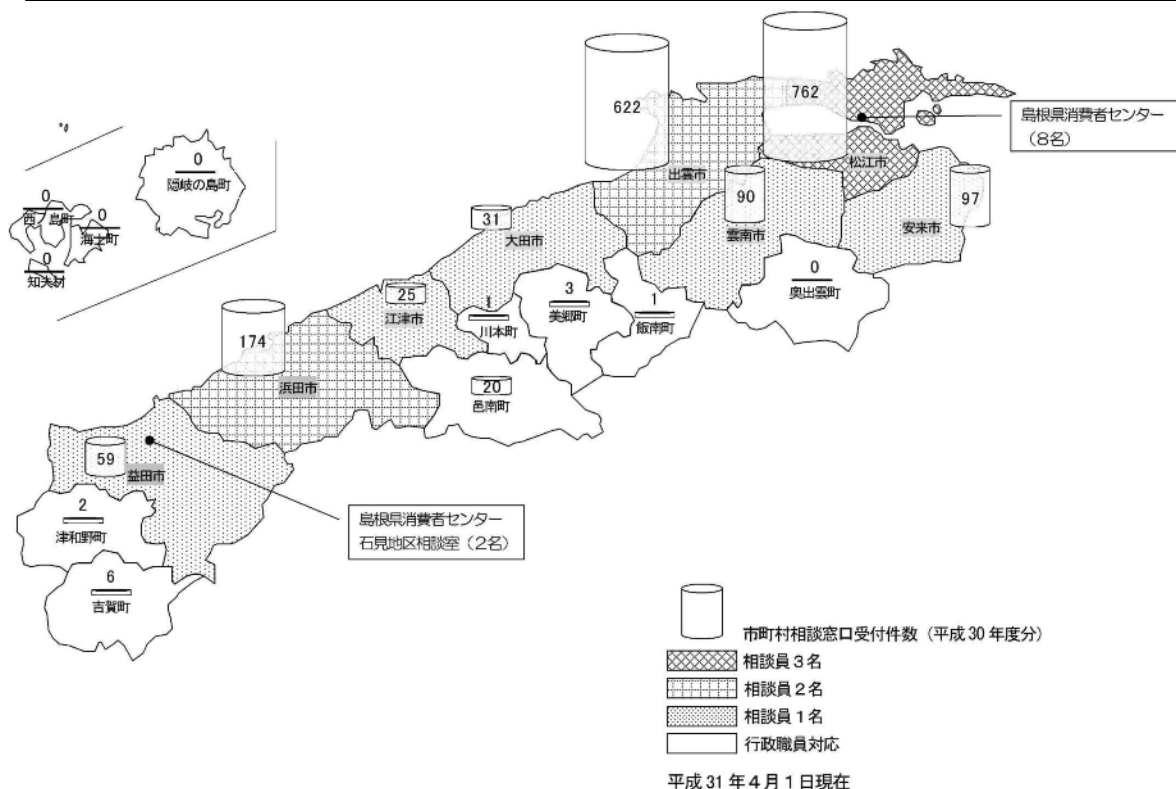
- (1) 消費生活相談について専門的な知識及び経験を有する者を配置していること
- (2) 電子情報処理組織その他の設備(PIO-NET：全国の消費生活センター等をネットワークで結び、全国の相談内容を共有できるシステム)を備えていること
- (3) 1週間に4日以上相談窓口を開所していること

【図表17】市町村消費生活センター設置状況



出典：島根県環境生活総務課消費とくらしの安全室調べ

【図表18】 県内市町村における相談員配置及び相談受付状況



出典：島根県環境生活総務課消費とくらしの安全室調べ

⑦ 地域見守りネットワーク構築支援

平成28年4月、改正消費者安全法が施行され、高齢者等消費生活上特に配慮を要する消費者の消費者被害を防ぐため、行政や警察、医療や福祉など様々な関係者が連携して見守り活動を行う「消費者安全確保地域協議会（地域見守りネットワーク）」を設置できることとなり、県では、平成28年4月に「島根県高齢消費者被害防止対策会議」を地域見守りネットワークとして位置付けました。

また、市町村における設置を支援するため、市町村担当者会議や巡回訪問を通じて地域見守りネットワークの意義や設置・運営のポイント説明、先進事例の紹介を行う一方、地域における設置の気運醸成を図るための地域研修会や見守る側の資質向上を目的とした見守りサポーター養成講座を開催しています。

平成30年度末で、3市2町で地域見守りネットワークが設置されていますが、今後、全市町村での設置を目指し、引き続き地域でのネットワーク構築の取組を支援します。

4. 消費生活に関する県民意識の概要

県では、県民からの多様な意見や要望を踏まえた効果的な消費者施策の推進を図るために、島根県消費者意識基本調査を実施しました。調査結果の概要は次のとおりです。

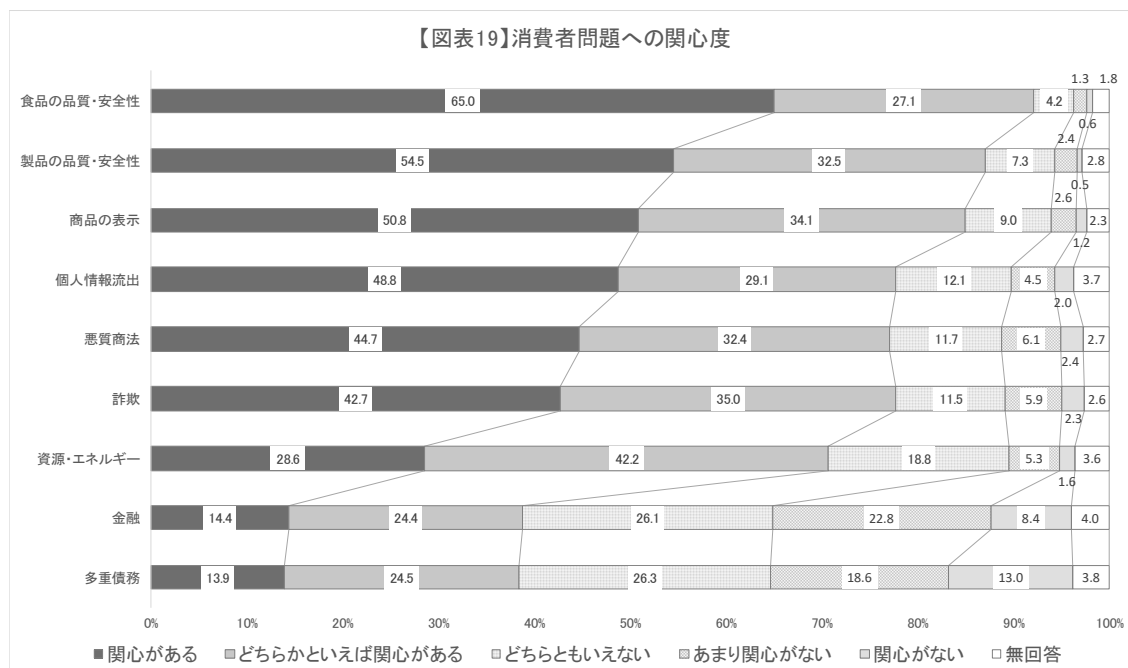
【調査内容】

- ・ 調査対象 島根県内在住の満18歳以上の男女2,000人
- ・ 調査方法 郵送による調査票の配布・回収
- ・ 調査時期 平成30年11月5日～平成30年12月4日
- ・ 有効回答数 1,120人（有効回答率56.0%）

① 特に関心の高い消費者問題は食品や製品の品質・安全性、個人情報流出や悪質商法も比較的高い

様々な消費者問題への関心度について調査したところ、「食品の品質・安全性」、「製品の品質や安全性」、「商品の表示」の項目では8割以上の方が「関心がある」と回答し、そのほか「個人情報流出」、「悪質商法」、「詐欺」も関心が高くなっています。【図表19】

【図表19】 消費者問題への関心度

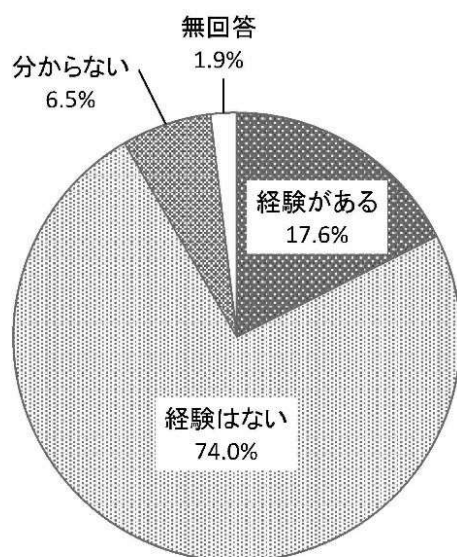


出典：島根県「平成30年度島根県消費者意識基本調査」より作成

② 消費者トラブルを経験したことがある人のうち、県消費者センター及び市町村の消費生活センターや消費生活相談窓口にご相談した人は少数

購入した商品・サービスを原因とする消費者トラブルの経験の有無については、約2割の人が「経験がある」と回答しており、具体的な消費者トラブルとしては、「製品の品質や安全性」についてが最も多くなっています。【図表20】【図表21】

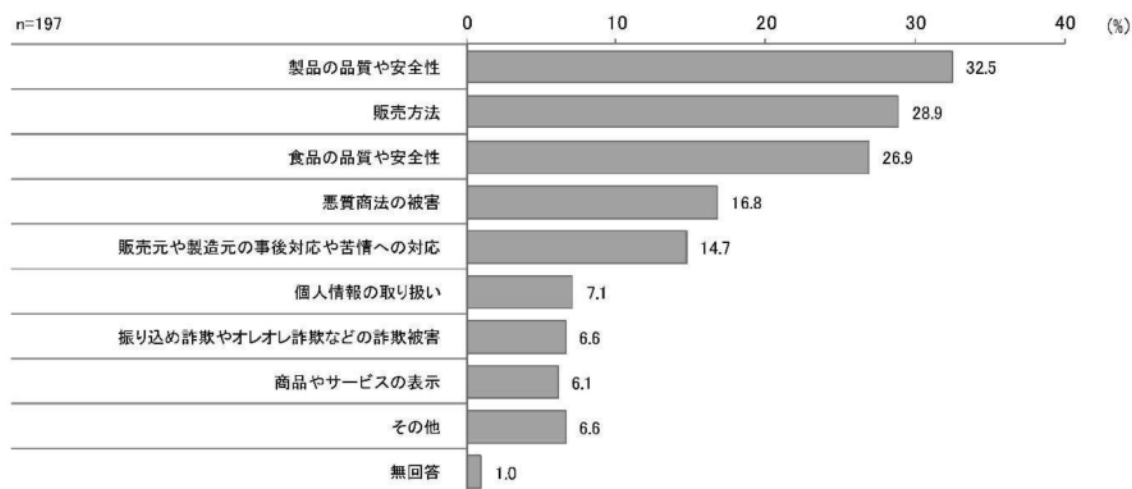
【図表20】 消費者トラブルの経験の有無(家族が被害に遭った場合も含む)



(n=1,120)

出典: 島根県「平成30年度島根県消費者意識基本調査」より作成

【図表21】 経験した消費者トラブルの内容

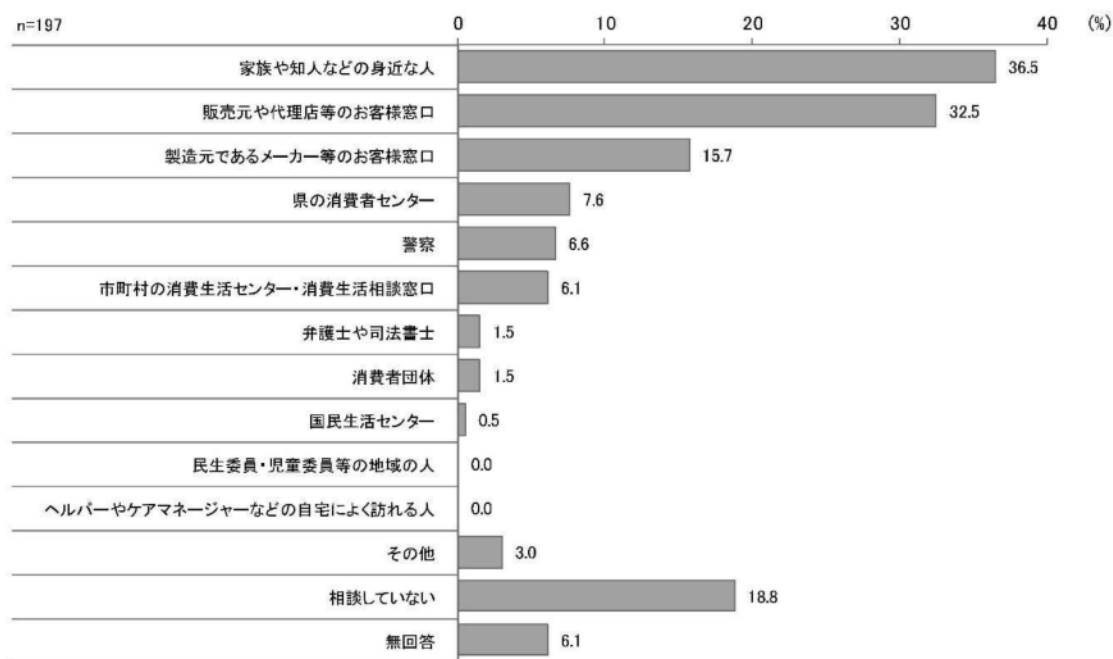


出典: 島根県「平成30年度島根県消費者意識基本調査」より作成

また、「経験がある」と回答した人のうち、相談先について調査したところ「家族や知人などの身近な人」が36.5%と最も多く、以下「販売元や代理店等のお客様窓口」、「製造元であるメーカー等のお客様窓口」と続いています。

一方、「県の消費者センター」や「市町村の消費生活センター・消費生活相談窓口」に相談した人は、13.7%にとどまっています。【図表22】

【図表22】 消費者トラブルの経験のある人のうち、相談した相手方

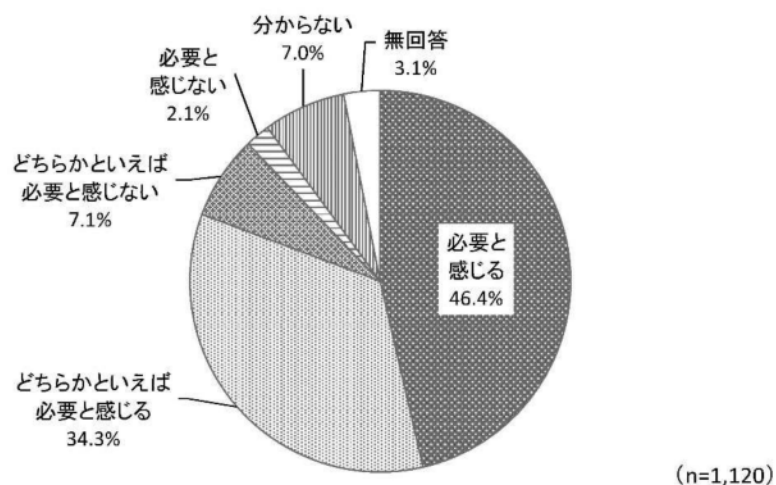


出典：島根県「平成30年度島根県消費者意識基本調査」より作成

③ 消費者被害に遭いやすい高齢者や障がい者等の見守りが必要と感じている

高齢者や障がい者を狙った悪質商法などによる被害を防止するため、地域で行われる見守り活動については、「必要と感じる」が46.4%、「どちらかといえば必要と感じる」は34.3%で、8割以上の人が必要と感じています。【図表23】

【図表23】 地域における高齢者や障がい者の見守り活動の必要性



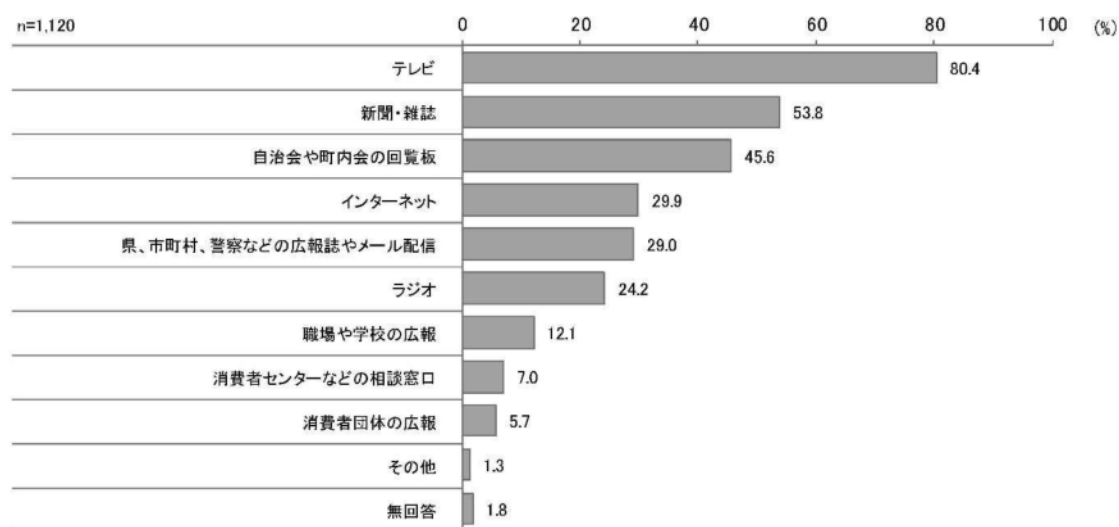
出典：島根県「平成30年度島根県消費者意識基本調査」より作成

④ 県消費者センターが発信する情報提供の手段は、テレビと新聞が有効

県消費者センターが情報を発信する際の効果的な手段については、「テレビ」が80.4%と最も多く、以下「新聞・雑誌」が53.8%、「自治会や町内会の回覧板」が45.6%と続いています。【図表24】

今後、より効果的と考えられる手段については、インターネットを挙げる人が29.9%あったほか、メール配信やSNSなどに期待する意見もありました。

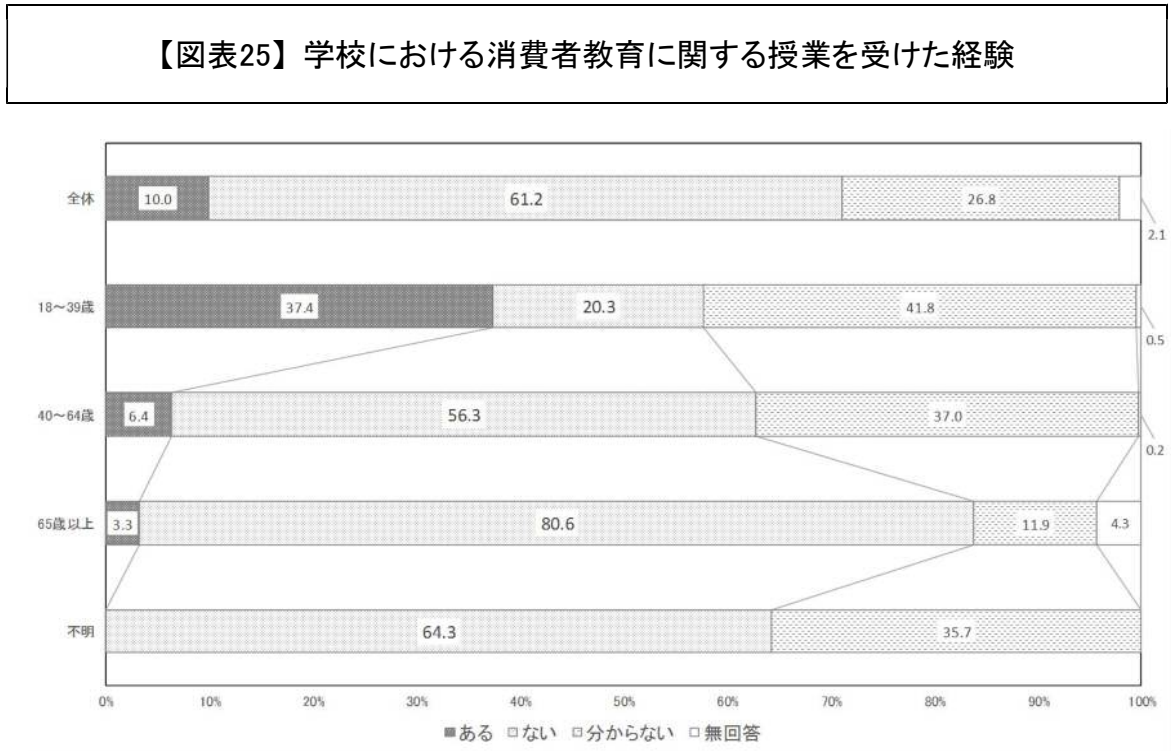
【図表24】 県消費者センターによる情報発信の効果的な手段



出典：島根県「平成30年度島根県消費者意識基本調査」より作成

⑤ 消費者教育を受けた経験がある人が若年者を中心に増加傾向

学校（小学校・中学校・高等学校・専門学校・大学）での消費者教育に関する授業を受けた経験については、「ある」と答えた人が18歳から39歳までの年代では3人に1人以上を占めており、以前と比較して増加しています。【図表25】

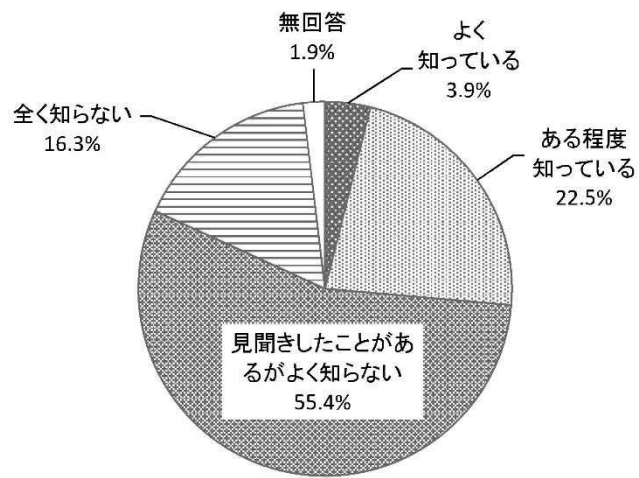


出典：島根県「平成30年度島根県消費者意識基本調査」より作成

⑥ 消費生活相談窓口の詳細を知らない人が多数

県の消費者センターや市町村消費生活センター・消費生活相談窓口の認知度については、「見聞きしたことがあるがよく分からない」と回答した人は55.4%と最も多く、一方で「よく知っている」が3.9%、「ある程度知っている」は22.5%で、これらを合わせた『知っている』と回答した人は全体の約4分の1にとどまっています。【図表26】

【図表26】県及び市町村の消費生活相談窓口の認知度



(n=1,120)

出典：島根県「平成30年度島根県消費者意識基本調査」より作成

5. 今後の取り組むべき課題

消費者を取り巻く経済・社会環境の変化やこれまでの行政の取組状況に加え、このたび実施した島根県消費者意識基本調査の結果を踏まえると、今後県民の消費生活の安定及び向上を確保するために県が取り組むべき主な課題は、次のとおりです。

(1) 消費者教育の充実

消費者教育推進法第9条に基づき平成25年6月に閣議決定された「消費者教育の推進に関する基本的な方針」が平成30年3月に変更され、消費者教育に係る当面の重点事項として次の3点が示されました。

- ①若年者の消費者被害の防止・救済、及び自主的かつ合理的に社会の一員として行動する自立した消費者の育成のための学校における消費者教育の推進
- ②消費者の特性に配慮し、ライフステージに応じた消費者教育の推進
- ③高度情報通信ネットワーク社会の発展に対応した消費者教育の推進

特に、若年者への消費者教育については、令和4年4月からの民法の成年年齢引下げに向け、実践的な消費者教育の実施が喫緊の課題となったことから、平成30年2月に関係4省庁（消費者庁・金融庁・法務省・文部科学省）が連携し、平成30年度から3年間を集中期間とする「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」が示されました。

実践的な消費者教育の取組の推進の方向として、学校教育において社会科や家庭科を中心に関係教科等における学習指導要領の趣旨の周知・徹底、消費者教育教材の開発や手法の高度化、消費生活相談員や弁護士等実務経験者の学校教育現場での活用、大学の教員養成課程や現職教員研修、教員免許更新講習等における消費者教育への取組等の施策が掲げられています。

具体的な数値目標として、新たに次の2点が掲げられました。

- 消費者庁が作成した高校生向け消費者教育教材「社会への扉」を2020年度（令和2年度）までに全国の全ての高等学校に提供し、活用を促すこと
- 学校教育現場における外部講師の活用（実務経験者の有する知識や経験を有効活用）するため、2020年度（令和2年度）までにすべての都道府県で消費者教育コーディネーターを育成・配置すること

消費者教育推進法では、消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援することを旨として消費者教育を行うことが基本理念の一つとされています。これは、2030年までの国際目標である「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成に向けた取組にも通じるものがあります。私たちの日々の消費活動が社会経済に与える影響は大きく、様々な社会的課題を解決し、持続可能な社会を形成するためには、消費者が社会

の一員としての責任を果たし、エシカル消費（倫理的消費）など人や環境に配慮した消費活動を行う必要があります。世界の未来を変えるのは日々の消費であるとの共通認識に立ち、より良い社会の実現に向けて積極的に行動する自立した消費者を育成することが今、求められています。

学校教育では、県・市町村教育委員会、私立学校、大学等関係教育機関や弁護士会等専門家組織と緊密に連携して各種取組を進めます。

社会教育では、ライフステージに応じて生涯を通じた切れ目のない学びの機会を提供するため、消費生活センターを地域における消費者教育の拠点として位置付け、様々な情報を集積し、地域住民に消費者教育を提供すると共に、消費者教育の担い手を育成していく必要があります。

今後は、新たに設立される県域の消費者ネットワークも消費者教育の担い手として、地域の要請に応じきめ細やかな教育・啓発事業を展開します。

（２）相談体制の充実

消費生活に関する相談内容は、高度情報通信社会の進展や経済のグローバル化に伴い、新たな商品・サービスの提供や取引形態が生じたことにより、ますます複雑・多様化しており、こうした相談に迅速かつ的確に対応していくためには、相談員等の資質の向上が求められます。

また、県内全ての市町村に消費生活相談窓口が設置されましたが、相談員を配置していない町村もあることから、どこの地域に住んでいても質の高い消費生活相談が受けられる体制を整備することも求められています。

このため、県消費者センター相談体制の充実として、相談員の研修機会を確保するとともに、より適切な相談対応ができるよう法律や福祉の専門機関等との連携を深めていく必要があります。

また、市町村相談体制の充実に向けては、相談対応についての技術的支援を強化するとともに、相談員を配置するための人材育成や、単独での相談員の配置が困難な町村には、複数の団体が連携して相談窓口の事務を処理するための仕組みづくりも検討していく必要があります。

（３）消費生活上特に配慮を要する消費者の被害防止

高齢化や核家族化が進んだことにより、一人暮らしの高齢者や高齢夫婦のみの世帯の割合は増加傾向にあります。

また、県消費者センターでは、60歳以上の契約者に関する相談件数の割合が高く、平成30年度は約4割を占めており、この傾向は今後も続くものと考えられます。

加えて、島根県消費者意識基本調査では、県民の多くが「高齢者や障がい者の消費者被害を防止するためには、地域の人たちの見守りが必要である」と回答しています。

このような状況から、消費生活上特に配慮を要する消費者の被害の未然防止の

ためには、本人や家族等に対する注意喚起や啓発等に加え、地域の中で自治会、民生委員、福祉団体、消費者団体、警察等の人たちが連携して見守っていくことが必要です。

(4) 消費生活の安全確保

島根県消費者意識基本調査では、多くの人が「食品・製品の安全性」や「悪質商法・詐欺」に関心があると回答しています。

実際に、食の安全性を脅かすような事案や、家電製品による火災など、生命や身体に危害を及ぼす事故の発生や、悪質商法・特殊詐欺による消費者被害も依然として多数発生しています。

このような状況から、消費者の安全で安心な消費生活を確保するため、消費者事故や悪質商法の手口等の情報を、新聞・テレビ・インターネットなどの様々な情報手段を活用して、分かりやすく迅速に提供していく必要があります。

また、事業者に対しては、商品・サービスの安全性や表示の適正化を確保するため立入検査等を行い、違法・不当な取引を行う悪質な事業者には、法令に基づき厳正な指導・取締りを実施することが必要です。

なお、事業者に対する立入検査、処分等の権限については、これまでも関係法令に基づき、県から市町村へ移譲されてきましたが、平成30年4月1日には松江市が中核市^{※9}に移行し、多くの保健衛生業務を担うなど、権限が移譲されたことから、法令に基づく事業者への指導・取締りに当たっては、市町村との連携が重要となっています。

※9 中核市

地方分権を進めるための都市制度の一つです。

平成30年4月1日に中核市となった松江市は、保健所を設置し、食品衛生法、食品表示法、健康増進法等の保健衛生業務を担うなど、多くの権限の移譲を受けました。

第3章 計画の目的と基本理念

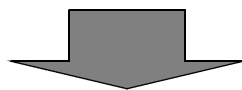
1. 計画の目的

消費者施策の推進を図り、もって県民の消費生活の安定及び向上を確保します。

2. 基本理念

消費者の権利を尊重し、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援するとともに、消費生活上特に配慮を要する消費者の利益を擁護し安全な生活環境を確保します。

基 本 理 念	<p><消費者の権利の尊重></p> <p>島根県消費生活条例では、次の8つを消費者の権利として規定しており、これらの権利を尊重した消費者施策を進めます。</p> <ul style="list-style-type: none">① 商品・サービスにより消費者の生命・身体・財産に危害を与えられないこと② 消費者の自らの意思で事業者や商品・サービスの選択が自由にできること③ 不当な手段で契約させる行為などを押し付けられないこと④ 業者や商品・サービスを選択するうえで、必要となる情報が提供されること⑤ 消費生活に関する教育を受ける機会が提供されること⑥ 県の消費者施策に消費者の意見が反映されること⑦ 消費者に被害が生じた場合に適切かつ迅速に救済されること⑧ 消費者の個人情報の適正な取扱いが確保されること
	<p><消費者の自立の支援></p> <p>消費者の自立とは、次のことをいい、県民が自主的かつ合理的に行動できる消費者になることを支援します。</p> <ul style="list-style-type: none">① 自分なりの考え方をもち、合理的・論理的な思考に基づいて消費行動をすること② 事業者や商品・サービスを選択する際に必要な情報をできるだけ多く収集し、的確に判断すること③ 消費者トラブルに遭ったときに、自らで解決すること、又は専門の相談機関に相談すること
	<p><消費生活上特に配慮を要する消費者の利益の擁護></p> <p>高齢者や障がい者等の社会的孤立や判断能力の低下等の要因による消費者被害を防止するため、「消費者被害に遭いやすい人の擁護」を進めます。</p>



目的	県民の消費生活の安定及び向上を確保する
----	---------------------

3. 施策体系

県民の消費生活の安定及び向上を確保するため、3つの基本方針と9つの施策に基づき消費者施策を展開します。

(1) 基本方針Ⅰ 消費者教育の推進

成年年齢の引下げを見据え、学校における消費者教育を推進するとともに、地域、家庭、職場等、消費者のライフステージに応じた様々な教育の場を活用した消費者教育を推進します。

また、消費者団体ネットワークによる消費者活動を支援することにより、消費生活の様々な課題解決に向けた住民主体の取組を促進します。

施策① 消費者教育の総合的・一体的推進

施策② 消費者団体等の活動への支援

施策③ 消費生活情報の発信

(2) 基本方針Ⅱ 消費生活相談体制の充実・強化

相談案件の複雑化や外国人住民の増加などの環境の変化に対応した相談体制を確保するとともに、住民にとって身近な相談窓口である市町村相談体制の充実・強化を支援します。

施策④ 県消費者センターの充実

施策⑤ 市町村相談体制の充実に向けた支援

(3) 基本方針Ⅲ 消費生活の安全・安心の確保

安全で安心な消費生活を確保するため、消費生活上特に配慮を要する消費者への見守り体制の推進や、消費者事故等の未然防止・拡大防止、取引行為の適正化等に取り組みます。

施策⑥ 消費生活上特に配慮を要する消費者の被害防止

施策⑦ 消費者事故等の未然防止・拡大防止

施策⑧ 規格・表示、取引行為の適正化

施策⑨ 県民意見の反映

第4章 施策の展開

1. 指 標

(1) 全体指標の設定

計画全体の目的の達成度を測るため、全体指標を次のとおり設定します。

クーリング・オフ制度は、消費者トラブルに遭遇した場合、消費者自らがそのトラブルを解決することができる重要な手段のひとつです。そのため「消費者の自立」を測る全体指標として『クーリング・オフ制度の認知度』を設定します。

目標値については、認知度が最も高かった平成23年度の85%から低下し、近年は80%前後で推移していることから、第4期の目標値と同じ85%に設定しました。

また、自ら消費者トラブルを解決できない人には、相談ができる専門的な機関があることを知ってもらうことが必要です。そのため、『消費生活相談窓口の認知度』を全体指標として設定します。

目標値については、消費生活相談窓口の存在を知っていることが消費者被害を救済するための第一歩であることから、第4期の目標値と同じ100%に設定しました。

今計画では、その基本理念である自主的かつ合理的に行動する自立した消費者の指標として、『社会や環境等に配慮した商品・サービスを選択している人の割合』を新たに設定します。

目標値については、平成30年度に国が実施した「消費者意識基本調査」によると環境に配慮した商品やサービスを選択する人は約6割ですが、エシカル消費（倫理的消費）を実践している人は約1割であることから、50%に設定します。

これらの数値は、県が実施する島根県政世論調査等において毎年調査を行います。

この3つの目標値の達成に向けて、今後5年間総合的・一体的に各消費者施策に取り組みます。

【全体指標】

指 標 名	前期目標値	現状(R元)	目標(R6)
クーリング・オフ制度を知っている人の割合	85%	81.9%	85%
消費生活相談窓口を知っている人の割合	100%	91.0%	100%
社会や環境等に配慮した商品・サービスを選択している人の割合	—	—	50%

※クーリング・オフ制度の認知度は、制度の内容まで理解して初めて活用できる制度であるため、「よく知っている」「ある程度知っている」と回答した人のあわせた割合です。

※消費生活相談窓口の認知度は、まず、相談窓口の存在を知ってもらうことが消費者被害の救済の第一歩であることから、「よく知っている」「ある程度知っている」「見聞きしたことがある」と回答した人のあわせた割合です。

※社会や環境等に配慮した商品・サービスを選択している人の割合は、直近の1年間にこうした商品・サービスを「購入又は利用したことがある」と回答した人の割合です。

(2) 個別指標の設定

本県における消費者施策を推進するため、前章において3つの基本方針と9つの施策を設けました。

これらの達成度を測る指標として、各施策に個別指標を設定しました。

2. 施策の内容

《基本方針Ⅰ 消費者教育の推進》

施策① 消費者教育の総合的・一体的推進

消費者教育は、知識を一方向的に与えるのではなく、日常生活の中で実践的な能力を育み行動できる消費者の育成を目指して行われるものです。

消費者教育推進法では、自立した消費者の育成に加え、自らの消費行動が現在及び将来の世代にわたり社会経済及び地球環境に与える影響を自覚し、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参加する「消費者市民社会」の形成を目指して行います。

また、国の定めた「消費者教育の推進に関する基本的な方針」において、消費者教育の推進にあたっては、年齢や性別等の消費者の特性に配慮するとともに、学校、地域、職域等の様々な場において消費者教育を総合的・一体的に行っていくこととしています。

特に、民法の成年年齢引下げを見据え、若年者の消費者被害の防止・救済のため、また、自主的かつ合理的に社会の一員として行動する自立した消費者の育成のため実践的な消費者教育を推進することが喫緊の課題となっています。

このため、県消費者行政所管部局に消費者教育コーディネーターを配置し、教育委員会とも連携して県内の小・中・高等学校や特別支援学校、大学等に外部人材を講師として派遣し、実践的な消費者教育を推進します。外部講師の選定・派遣においては、弁護士会、司法書士会、金融広報委員会、消費者団体、事業者団体等の関係団体と連携します。

1 様々な場における消費者教育の推進

(1) 学校における消費者教育の推進

① 小学校、中学校、高等学校等における消費者教育

学校教育では、教育基本法や学校教育法の基本理念を踏まえ、学習指導要領に基づく児童生徒の「生きる力」を育むことを目指し、自立した消費者として成長するための基盤を培う消費者教育を実施しています。

たとえば、小学校では、社会科において地域の社会生活を営む上で大切な法やきまりを、家庭科において物や金銭の大切さや計画的な使い方などを学習します。

中学校では、社会科において、身近な消費生活を中心に契約の重要性やそれを守ることの意義及び個人の責任、金融などの仕組みや働き、消費者行政などを学ぶほか、技術・家庭科において、消費者の基本的な権利と責任、販売方法の特徴や生活に必要な物資・サービスの選択・購入・活用、環境に配慮した消費生活などについて学習します。

高等学校では、公民科において、消費者に関する問題を学習するほか、家庭科

において、消費生活の現状と課題や消費者の権利と責任、消費生活と生涯を見通した経済の計画、契約、消費者信用及びそれらをめぐる問題や消費者の自立と支援などを学習します。

今後、県の消費者行政所管部局に消費者教育コーディネーターを配置し、実務経験者（消費生活相談員、弁護士、司法書士、金融経済教育の実務者等）を外部講師として活用するよう学校等に働きかけます。

さらに、県内のすべての高等学校等において、消費者庁作成「社会への扉」をはじめ実践的な消費者教育教材を活用し主体的・対話的で深い学びが実現されるようアクティブ・ラーニングの視点に立った授業改善が行われるよう支援します。

② 大学・専門学校等における消費者教育

成年者と未成年者が混在する大学や専門学校においては、消費者の権利と責任が大きく変化することを踏まえ、社会的経験の浅い学生が安心して学生生活を送れるよう、入学ガイダンス等の早い段階で、契約に関するトラブルやその対処方法について啓発を行うことが必要です。

令和4年4月1日からの民法の成年年齢引下げ後は、すべての大学生・専門学校生が成年となるため、大学や専門学校等での消費者教育は一層重要なものとなります。

このため、県消費者センター等による消費者問題出前講座や県金融広報委員会による金融講座、消費者被害防止に関する啓発活動や相談対応、外部人材を講師とする消費者問題の講義やゼミ等を通じ、学生に対する消費者教育が一層推進されるよう支援します。

(2) 地域における消費者教育の推進

健全な消費生活を送るためには、学校における消費者教育のほか、成年になってから高齢期までの生涯にわたる消費者教育も必要であり、地域における取組みは重要です。

本県では、公民館やコミュニティセンターでの社会教育活動が盛んであり、地域の人々に身近な学習や交流の場として、消費者問題に関する普及・啓発を実施するなど大きな役割を果たしています。

また、県域の消費者ネットワーク、市町の消費者問題研究会、消費生活協同組合やNPO団体などの消費者団体が行っている普及・啓発の取組も地域における消費者教育を進めるうえで大変重要です。

このため、公民館や消費者団体などが開催する講座への講師派遣や、啓発冊子の配布を行うなど、連携して地域の消費者教育を推進します。

(3) 家庭における消費者教育の推進

家庭において、子どもと保護者が一緒になって、金銭や物を大切に扱うことや、スマートフォン・インターネットの適正な利用方法などについて話し合うことは、家庭でのルールづくりにもつながり、幼児期からの消費者教育の一環として考えられます。

このため、保護者が子どもの消費者教育に活用できるパンフレット等を配布するなど、家庭における消費者教育を支援します。

(4) 職場における消費者教育の推進

就職して社会に出ると、自ら合理的に判断し行動することがますます求められます。特に被用者の場合は、消費者教育の学びの場が少なくなるため、事業者がその従業員に対して行う消費者教育は重要なものとなります。

このため、事業者が実施する社員研修に県消費者センターから講師を派遣するなど、職場での消費者教育を支援します。

2 他の消費生活に関連する教育と消費者教育との連携推進

(1) 環境教育

環境教育は、「環境教育等による環境保全の取組の促進に関する法律」に基づいて推進されており、その中でも持続可能な社会を実現するための視点を取り入れた環境教育の実践が特に重要となっています。

こうした環境教育は、持続可能な消費の実践を目指す消費者教育と関わりが深いことから、庁内関係課と連携した消費者教育を推進します。

(2) 食育

食育は、食育基本法や国の食育基本計画、また、島根県食育推進計画に基づいて推進されています。

食育の中で、望ましい食習慣の確立、食への感謝の心の醸成、食品ロスの削減、地産地消の推進などの取組は、持続可能な社会の形成を目指す消費者教育においても重要なものです。

また、質の良い食品の選択や適切な食生活を行うことは、食品の安全性などに関する知識を深めることになり、消費者教育と密接な関係があることから、庁内関係課と連携した消費者教育を推進します。

(3) 法教育

法教育は、法律の専門家ではない一般の方が、法や司法制度などを理解し、法的なものの考え方を身につけるための教育のことです。

法教育の一部には、契約自由の原則^{*10}や私的自治の原則^{*11}など、消費活動の前提となる身近な法律の理解も含まれていることから、法教育は消費者が自立した消費生活を営むために大切なものです。

このため、弁護士会、大学等が実施する法教育と連携した消費者教育を推進します。

<p>※10 契約自由の原則について</p> <p>契約を当事者の自由にまかせ、国家はこれに干渉してはならないとする原則</p>
<p>※11 私的自治の原則について</p> <p>私人間の法律関係（権利義務の関係を成立させること）は、一切自主的決定にまかせ、国家が干渉してはならないとする原則</p>

(4) 金融教育

金融教育は、県民一人ひとりが、金融リテラシー（金融に関する知識・判断力）を身につけ、金融や経済の知識だけでなく、家計管理や将来の資金を確保するための長期的な生活設計を行う習慣や能力を身につけるための教育のことです。

また、保険商品やローン商品等の金融商品を利用するときの適切な知識について理解することも、金融教育の一部です。

これらの知識は、自立した消費生活を営むうえで必要不可欠であり、消費者教育の重要な要素といえます。

このため、島根県金融広報委員会が実施する金融教育と連携した消費者教育を推進します。

【個別指標】

指 標 名	前期目標値	現状 (H30)	目標 (R6)
消費者問題出前講座の開催回数	170回	172回	170回
学校における消費者教育の実践研究数	5団体	5団体	5団体

【事務事業】

事業名	事業内容	担当課
消費者教育コーディネート事業	県に消費者教育コーディネーターを配置し、県内の学校に外部人材を講師として派遣し、実践的な消費者教育を推進します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
消費者教育実践研究委託事業	消費者教育の技術向上のため、学校教育で消費者教育を行う各教科研究会に対して教育手法や教材開発等の研究を委託し、その成果を県内教員に周知します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
社会人向け講座の開催（消費者リーダー育成事業）	住民に身近な地域で消費者教育や啓発活動を行うことができる人材を育成するための入門編の講座を開催するとともに、修了者に対して継続的に情報提供を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
消費者問題出前講座事業	学校や公民館等に県消費者センターの相談員等を講師として派遣し、年齢に応じた相談事例や解決策のアドバイスを行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室

出前講座講師派遣バンク事業	消費者リーダー育成講座の修了生や相談員等を消費者問題出前講座の講師として登録し、県が実施する出前講座に派遣します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
エシカル消費の普及（環境や社会問題に配慮した消費活動の普及）	消費者が地球環境やフェアトレード、食品ロス削減に配慮した行動を行い、持続可能な社会の形成に参画する「消費者市民社会」の実現に向けて、環境への負担の少ないライフスタイル等を促進する研修会、啓発資料の作成・配布やSNS等による情報提供を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
金融広報委員会事務	県民が健全で合理的な家計運営を実現できるように、島根県金融広報委員会と連携して、金融に関する広報または消費者教育を実施します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
児童生徒、保護者を対象とした金銭・金融教育研究指定事業	児童生徒に適切な金銭感覚を育てる場として、小中学校及び高等学校において保護者や島根県金融広報委員会と協力して金銭・金融教育を行います。	教育指導課
小中学校における消費者教育推進のための支援	各小中学校が教育活動全体を通じて消費者教育が実施されるよう、消費者教育の全体計画を作成し、消費者教育の指導の充実を目指すとともに、指導主事の派遣等により、授業研究等の校内研修の充実を支援します。	教育指導課
高等学校及び特別支援学校における消費者教育の充実	高等学校では、公民科、家庭科などの授業において、消費生活の現状と課題やこれからの消費生活の在り方、消費者の自立と支援などを指導します。また、生徒の実情に応じ、外部講師や教員による消費生活セミナー等を実施します。	教育指導課
しまね流エコライフ推進事業	環境に配慮したライフスタイルへの転換を図るため、学校での体験型の環境教育の支援や、婦人会等との連携による食べ残し削減についての普及啓発を行います。	環境政策課
食育活動を通じた食の安全に関する意識の向上	島根県食育・食の安全推進協議会や、地域における啓発活動を通じて「食の安全」に関する各種情報の提供を行います。	健康推進課
高齢者被害防止対策事業	自治体や防犯ボランティアと連携しながら高齢者を対象とした防犯講習等を実施し、高齢者の被害防止活動を行います。	警察本部生活安全企画課

施策② 消費者団体等の活動への支援

県内には、消費者活動を行う様々な団体や組織が数多くあり、消費者の自立に向けた取組を推進するうえで、現に消費者問題に取り組み、地域に密着して消費者教育や啓発活動を行っている消費者団体等の役割は非常に重要です。一方で、その活動に取り組む新たな担い手の育成・確保が課題となっています。

このため、県では消費者団体等への財政的・技術的支援を行うとともに、効果的な消費者教育・啓発を行うための情報提供や意見交換会を実施します。

また、県域の消費者ネットワークと連携・協力し、県内の消費者団体間の連携や交流を深め、組織や取組の活性化につながる活動を支援します。

【個別指標】

指標名	前期目標値	現状(H30)	目標(R6)
県と民間の消費者行政事業協働件数	15件	17件	20件

【事務事業】

事業名	事業内容	担当課
明日への消費者活動支援事業（消費者団体教育機能強化事業）	人口減少と高齢化が進む中で、エシカル消費やSDGsなど新たな課題にも取り組んで消費者市民社会の形成を図るために消費者団体が行う事業を支援します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
市町村消費者問題研究協議会等との意見交換会の開催	各市町村圏域で活動している消費者問題研究協議会等との意見交換を行い、今後の消費者施策を推進するにあたっての意見を取り入れます。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
社会人向け講座の開催（消費者リーダー育成事業）【再掲】	住民に身近な地域で消費者教育や啓発活動を行うことができる人材を育成するための入門編の講座を開催するとともに、修了者に対して継続的に情報提供を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
消費者団体ネットワーク支援事業	県域の消費者ネットワークの自立的、持続的活動を支援するとともに、当該ネットワークと連携・協力し、地域で消費者活動を行う様々な団体・組織の活性化を支援します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室

施策③ 消費生活情報の発信

消費者が自主的かつ合理的に行動し、消費者被害を未然に防止するためには、消費生活に関する正しい知識を習得することが重要です。

そのため、県では、ワンクリック請求やマルチ商法などの悪質商法、また、マイナンバー制度や医療費の還付金制度など、社会の仕組みを悪用した詐欺の手口等の最新の消費者問題に関する情報や、平成27年7月からスタートした「消費者ホットライン（最寄りの相談窓口を案内するシステム）＝188」をはじめとする消費生活相談窓口の情報を、様々な世代に応じた効果的な広報媒体を利用して、わかりやすく迅速に発信します。

また、毎年5月の消費者月間において広報啓発を集中的に行い、県民の消費者問題への関心を高めるとともに、消費生活に関する知識の普及に努めます。

【個別指標】

指標名	前期目標値	現状(H30)	目標(R6)
消費生活に関する情報の提供回数	500回	713回	600回

※テレビ、新聞、ラジオ、SNSによる情報提供回数

(テレビ、ラジオCMは1本につき1回とする)

【事務事業】

事業名	事業内容	担当課
消費者啓発推進事業	各種相談窓口（(独)国民生活センター、県消費者センター、市町村相談窓口）の周知や消費者トラブルの未然・拡大防止を図るため、年齢や地域の特徴に応じて、テレビ、ラジオ、ホームページ、広報誌、SNS等の様々な広報媒体を利用して情報発信を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
消費者問題出前講座事業【再掲】	学校や公民館等に県消費者センターの相談員等を講師として派遣し、年齢に応じた相談事例や解決策のアドバイスを行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
青少年を健やかに育む意識向上事業	社会全体で青少年育成に取り組む意識を高める体制づくりを進めるため、学校や家庭、地域、関係機関・団体との連携を強化します。	青少年家庭課

《基本方針Ⅱ 消費生活相談体制の充実・強化》

施策④ 県消費者センターの充実

高度情報通信社会の進展や経済のグローバル化に伴い、新たな商品・サービスが次々に登場し、消費生活に関する相談はますます複雑・多様化してきています。

このような消費者からの相談に迅速・的確に対応するため、県消費者センターの相談体制の更なる充実に努めます。

具体的には、相談員の一層の資質向上を図るため、(独)国民生活センターが実施する研修会等への積極的な派遣や、高度な法律知識を必要とする相談に対応するため、弁護士会等の専門機関との連携強化に取り組みます。

また、個人情報保護に関する苦情、多重債務やギャンブル等依存症に関する相談に対して的確に対応できるよう庁内関係課との連携を図ります。さらに、消費生活相談以外の事案については他の相談機関と連携して適切な対応に努めます。

【個別指標】

指標名	前期目標値	現状(H30)	目標(R6)
消費者相談のあっせん時解決率	87.0%	90.6%	91.0%

※相談者と事業者との交渉が円滑に行われるよう、県消費者センターがあっせんし解決に至った割合

【事務事業】

事業名	事業内容	担当課
国民生活センター研修等への相談員派遣	相談員の資質向上を図るため、(独)国民生活センター一等が実施する各種研修に相談員を派遣します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
消費生活審議会苦情処理部会によるあっせん	消費者からの苦情相談のうち、解決困難な事案を消費生活審議会苦情処理部会に付託し、より公平な立場からの解決策を提案します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
外国人住民対象消費生活相談窓口の開設	(公財)しまね国際センターと連携し、消費生活上の法制度や商習慣等の違いから生じるトラブルの相談に多言語で対応します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
弁護士無料相談会	島根県弁護士会と連携し、高度な法律知識を必要とする相談に対応するため、定期的に弁護士による無料法律相談会を実施します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
多重債務無料相談会	多重債務者に債務の整理方法などを助言するため、島根県弁護士会等と連携した無料相談会を開催します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室

法律アドバイザーの設置	島根県弁護士会とアドバイザー契約を結び、相談業務の中で法律上の問題が生じた場合、弁護士から助言を受け、相談の早期解決を図ります。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
訴訟費用貸付制度	少額の消費者被害（数十万円）でも訴訟を行いやすくし、被害を受けた消費者の法的救済を拡充するため、訴訟に充てる資金の貸付を実施します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
消費者被害連絡会議	県消費者センターと県警察本部広報県民課、生活安全企画課及び生活環境課が連絡を密にし、消費者被害の効率的な処理及び未然防止に努めます。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
島根県弁護士会との懇談会	県消費者センターと消費者問題に携わる県内の弁護士と意見交換会を実施し、島根県弁護士会との連携強化や相談員の資質向上に努めます。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
非常時における相談体制の整備	災害や事故等の非常事態に際して、国や県が定めた行動計画に基づき、消費者相談が継続できるような体制の整備に努めます。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
個人情報 の適切な取扱い	島根県個人情報保護条例に基づき県の保有する個人情報の適切な取扱いに努めるとともに、個人情報保護制度に関し、県民等の相談に対応することにより「消費者」の個人情報の保護に努めます。	総務課
生活困窮者自立支援制度	経済的に困窮し、最低限度の生活を維持できなくなるおそれのある人に対し、自立相談支援事業の実施、住居確保給付金の支給、その他生活再建に向けた支援を実施することにより、生活困窮者の自立の促進を図ります。	地域福祉課

施策⑤ 市町村相談体制の充実に向けた支援

県では、県民がどこの市町村に住んでいても質の高い消費生活相談を受けられるよう、国が掲げる地方消費者行政強化作戦に基づき、市町村の消費生活相談体制の充実に向けて支援します。

具体的には、国の地方消費者行政強化交付金による財政支援を行うとともに、市町村に助言、協力、情報提供その他の援助を行う指定消費生活相談員を県消費者センターに配置し、研修会・巡回訪問の拡充などにより、相談業務にかかる助言、協力、情報提供などの技術的支援を行います。

また、相談員を確保しやすい環境を整備するために、「島根県消費生活相談員人材バンク」を活用し、市町村等の消費生活相談員として勤務を希望する有資格者等を把握、登録し、市町村等へ人材情報の提供を行います。

【個別指標】

指標名	前期目標値	現状(H30)	目標(R6)
巡回訪問を実施した市町村数 (R6までの累計)	19市町村	19市町村	19市町村

【事務事業】

事業名	事業内容	担当課
島根県消費者行政推進・強化事業	国の地方消費者行政強化交付金を財源として、市町村の消費者行政の強化に資する取組を支援します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
指定消費生活相談員の配置	市町村に助言、協力、情報提供その他の援助を行う指定消費生活相談員を県消費者センターに配置します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
市町村相談窓口担当者研修会	複雑・多様化する消費者相談に、迅速・的確に対応できるよう、市町村相談窓口の相談員や行政職員を対象にスキルアップ研修会を実施します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
市町村巡回訪問	指定消費生活相談員等が市町村を訪問して、相談担当者に相談業務にかかる具体的な助言、協力、情報提供を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
島根県消費生活相談員人材バンク	市町村等の消費生活相談員として勤務を希望する有資格者等を把握、登録し、市町村等へ人材情報の提供を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室

《基本方針Ⅲ 消費生活の安全・安心の確保》

施策⑥ 消費生活上特に配慮を要する消費者の被害防止

高齢者や障がい者等は、社会的孤立や判断力の低下等の要因により、悪質商法や特殊詐欺の被害に遭いやすく、県消費者センターへの相談は高止まりの傾向にあります。

また、本人からの相談がなく、その対応が遅れることで被害が拡大しているケースもあります。

こうした消費生活上特に配慮を要する消費者の被害を未然に防止するためには、本人に対しての注意喚起や啓発等に加え、地域の関係者で見守り、不審な電話や大量に商品を購入させられている等の変化に早い段階で気づき、家族や相談機関等に適切につなぐことが大切です。

このため、県内に今なお残る、人と人との繋がりや人を思いやるやさしさなどの“地域コミュニティの強さ”を活かして、行政や警察、医療・福祉などの様々な関係者を構成員とする「地域見守りネットワーク」の構築を進めていきます。

また、分かりやすく隅々まで行きわたるような情報提供を行うため、警察や関係団体と連携して個別訪問を実施するとともに、必要に応じて弁護士会等と連携し、成年後見制度の活用等により、高齢者や障がい者の権利擁護に努めます。

【個別指標】

指標名	前期目標値	現状(H30)	目標(R6)
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）	19市町村	5市町村	19市町村
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）	—	43.7%	100%

【事務事業】

事業名	事業内容	担当課
県地域見守りネットワーク（島根県高齢消費者被害防止対策会議）の開催	近年、増加・悪質化する高齢消費者被害に対し、関係機関・団体等が連携をとり、被害の未然防止を図るため、島根県高齢消費者被害防止対策会議を開催します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
市町村地域見守りネットワーク（市町村消費者安全確保地域協議会）の構築支援	行政職員や民生委員、自治会等の見守る立場の人への研修や情報提供を実施し、「市町村地域見守りネットワーク（市町村消費者安全確保地域協議会）」の構築を支援します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室

消費者啓発推進事業 【再掲】	消費者センターの周知や消費者トラブルの未然・拡大防止を図るため、年齢や地域の特徴に応じて、テレビ、ラジオ、ホームページ、広報誌、SNS等の様々な広報媒体を利用して情報発信を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
個別訪問等による被害防止広報・啓発	警察官や民生委員等による個別訪問活動の際に、悪質商法や特殊詐欺等の手口について、直接的な被害防止広報・啓発を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室 警察本部生活安全企画課
地域福祉セーフティネット推進事業	地域の福祉活動をコーディネートするコミュニティソーシャルワーカーの実践力強化研修を実施します。また、福祉教育推進事業やボランティアセンター事業を実施し、県民の福祉活動への参加を促進します。	地域福祉課
日常生活自立支援事業	認知症高齢者、障がい者などのうち判断能力が十分でない人たちが地域において自立した生活を送れるよう、利用者との契約に基づき、福祉サービスの利用援助などを行います。	地域福祉課
民生委員活動推進事業	民生委員・児童委員の活動を支え、そのレベルアップを図るため、活動費の支給及び研修機会の提供などを行います。	地域福祉課
健康長寿しまね推進事業	健康長寿日本一を掲げ、健康で明るく、生きがいをもって生活する地域社会の実現をめざし、住民相互の支え合いなど地域の絆を大切にすることにより地域力を高め、「生涯現役の健康なまちづくり」を推進します。	健康推進課
高齢者介護予防推進事業（地域包括支援センター運営支援事業）	高齢者の総合相談機能を担う地域包括支援センター職員の資質の向上を図るための研修を実施するとともに、広く地域包括支援センターについて周知します。	高齢者福祉課
認知症施策推進事業	認知症に関して早期の段階からの適切な診断と対応ができる仕組みづくりや、認知症に対する正しい知識や理解の普及など、市町村等関係機関と連携し、総合的な認知症施策を推進します。	高齢者福祉課
市町村地域生活支援事業（成年後見制度利用支援事業等）	判断能力が十分でない知的障がい者又は精神障がい者の成年後見制度の利用を促進するため、市町村が実施する成年後見制度の利用経費助成事業等を支援します。	障がい福祉課

施策⑦ 消費者事故等の未然防止・拡大防止

県民の生命・身体に危害をおよぼすおそれのある食品の異物混入や製品のリコール情報を、テレビ、ラジオ、ホームページ、SNS等を活用して、迅速かつ的確に消費者へ周知します。

また、市町村においてもこうした情報を広報誌や防災無線等に取り上げられるよう、市町村への情報提供に努めます。

県消費者センターに消費生活製品の事故情報が寄せられたときは、必要に応じて(独)国民生活センター等に技術的な調査と評価を依頼し、事故原因の究明を行います。

また、地震や風水害、新型インフルエンザ等の非常事態が発生したときは、生活関連物資の便乗値上げや買占め及び売惜しみを防ぎ、安定的な供給が行われるよう必要に応じて調査監視を行います。

併せて、消費者自らが食品や製品についての品質や安全性等を適正に判断し、その選択や取扱ができるよう普及啓発します。

【個別指標】

指標名	前期目標値	現状(R元)	目標(R6)
消費生活相談窓口を知っている人の割合	100%	91.0%	100%

【事務事業】

事業名	事業内容	担当課
消費者安全法に基づく情報提供	消費者安全法に基づく消費者庁からの消費者事故等の情報を受け、各市町村に対し事故防止や注意喚起の周知を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
消費生活用製品安全法に基づく情報提供	消費生活用製品による県民の生命または身体に対する危害の防止を図るために、消費者庁が公表した消費生活用製品の重大製品事故や新規リコール情報を各市町村に提供します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
消費者啓発推進事業 【再掲】	県民の生命・身体に危害をおよぼすおそれのある消費者事故の未然防止・拡大防止を図るため、テレビ、ラジオ、ホームページ、広報誌、SNS等の様々な広報媒体を利用して、速やかに情報を発信します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
非常時における生活関連物資に関する調査	地震、風水害、新型インフルエンザ等の非常事態が発生した際、県民の消費生活に関連の高い物資（生活関連物資等）の円滑な供給を確保するため、需給状況や流通の実態等について、必要な調査を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室

医薬品等の安全確保事業	「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律」に基づいて、医薬品等の製造業、薬局及び医薬品販売業等への監視を行い、医薬品の管理や情報提供等が適正に行われるよう指導を行います。	薬事衛生課
食品衛生に関する啓発・情報発信事業	監視指導結果、食中毒事例等について、県ホームページ等を通じて情報の提供に努めます。また、家庭における食中毒の発生防止等を目的として、衛生講習会の開催TVスポットにより食中毒予防の呼びかけを実施します。	薬事衛生課
食品衛生関係指導育成事業	食品衛生施設の監視に際しては、原材料の仕入れ、調理・製造、出荷等の各工程に潜在する危害を分析したうえで、食品製造事業者が実施する危害発生防止対策の妥当性の評価と実施状況について確認助言を行います。	薬事衛生課
美味しまね認証制度を核としたGAP推進事業	マーケットが求めるGAPの高度化への対応、県内におけるGAP取組のレベルアップを図るため、上位認証「美味しまねゴールド」を含む「国際水準GAP」認証取得を進めます。	農産園芸課

施策⑧ 規格・表示、取引行為の適正化

不当な取引行為を行う悪質事業者に対しては、特定商取引法や島根県消費生活条例に基づき、厳正な指導取締りを実施します。

具体的には、県域を越えて活動する悪質事業者に対しては、県警察本部や国及び他都道府県と連携して指導取締りを実施するとともに、市町村の相談窓口に寄せられる悪質事業者の情報についても、県と市町村で情報共有を図り、県内の悪質事業者の指導取締りを行います。

また、商品・サービスの不適切な広告や表示により、適正な取引を阻害するおそれがある場合には、事業者に対して景品表示法に基づく立入検査や行政指導を実施します。

併せて、家庭用品品質表示法や消費生活用製品安全法に基づく立入検査は県と市がそれぞれの管轄区域について行うことになっており、県と市が一層連携して表示の適正化に取り組めます。

さらに、庁内の表示等に関わる法令担当課と悪質事業者等の情報共有を図り、指導取締りを適正に行うことにより、事業者と消費者の健全な取引関係を保ちます。

【個別指標】

指標名	前期目標値	現状(H30)	目標(R6)
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	20件	26件	28件

【事務事業】

事業名	事業内容	担当課
特定商取引法に基づく事業者への指導	消費者保護と取引ルールの適正化を図るため、訪問販売や電話勧誘販売等を行う事業者のうち、迷惑勧誘や不実告知等を行う悪質事業者に対して、処分や指導を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
景品表示法に基づく事業者への指導	不当表示や不当景品から、消費者の利益を保護するために、商品・サービスの品質、内容、価格等を偽って表示を行うことを規制するとともに、悪質事業者に対して、立入検査や指導、措置命令を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
家庭用品品質表示法に基づく販売店等への立入検査	家庭用品の品質表示の適正化を図るために、販売店等に対して立入検査を行い、必要に応じて、表示状況の監督又は不当表示の指導を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
消費生活用製品安全法に基づく販売店等への立入検査	消費生活用製品の品質表示の適正化を図るために、販売店等に対して立入検査を行い、必要に応じて、表示状況の監督又は不当表示の指導を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室

島根県消費生活条例に基づく事業者への指導	条例で指定する不当な取引行為（不実告知、威迫困惑による契約等）を行う事業者に対して、指導または勧告を行い、必要に応じて公表を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
健康増進法に基づく事務	消費者に食品の正しい情報を提供するため、健康増進法に基づき、事業者による適切な食品表示（虚偽誇大表示の禁止）が行われるよう相談・指導を行います。	健康推進課
食品表示法に基づく事務	食品表示の適正化を図るため、販売店等へ立入検査を行い、必要に応じて指導を行います。また、事業者に対する研修会等を開催し、事業者が適正な食品表示を作成できるよう支援します。	薬事衛生課
計量法に基づく事務	計量器の修理・販売事業者等計量関係事業者を指導・監督し並びに県内各事業所において取引・証明に使用される計量器の検定・検査により正確な計量器の供給を図ります。また、立入検査により、事業者が適正な計量を行っているかを監視します。	商工政策課
割賦販売法に基づく事務	島根県内においてのみ営業所・代理店を有する許可前払式割賦販売業者及び許可前払式特定取引業者への立入検査の実施等により、割賦販売業の適正運用を確保し、その取引の健全な発展と、購入者及び役務の提供を受ける者の利益を確保します。	中小企業課
貸金業法に基づく事務	島根県内においてのみ事務所・営業所を有する貸金業者に対して貸金業法第3条に基づく登録を行い、登録事業者への立入検査の実施等により、貸金業の適性な運用を確保し資金需要者の利益を確保します。	中小企業課
宅地建物取引業法に基づく事務	消費者からの苦情相談、例年実施している業者の立入調査等により、業者が宅地建物取引業法に反する疑いのある行為を行っていることが発覚した際、それに対する処分または指導を行います。	建築住宅課
介護保険指定事業者指導監督事業	介護サービス事業者に対して指導・監査を行い、適正なサービスが提供される体制づくりを進めます。	高齢者福祉課
身近な経済犯罪対策事業	ヤミ金融や利殖勧誘等生活経済事犯の検挙及び被害拡大防止対策の推進を図ります。	警察本部生活環境課

施策⑨ 県民意見の反映

消費者行政を推進するにあたっては、消費者が日々、安全で安心して暮らせるよう消費者の立場に立った施策展開が求められています。そのため、各地域で相談や啓発などの様々な消費者活動を行っている消費者団体や消費生活に関する有識者等との意見交換会を積極的に行い、県民の意見を参考にして施策を推進していきます。

また、島根県消費生活審議会へ施策の実施状況を報告することにより、行政の透明性を高めます。

【個別指標】

指標名	前期目標値	現状(H30)	目標(R6)
消費者団体等との意見交換回数	6回	10回	10回

【事務事業】

事業名	事業内容	担当課
市町村消費者問題研究協議会等との意見交換会の開催【再掲】	各市町村圏域で活動している消費者問題研究協議会等との意見交換を行い、今後の消費者施策を推進するにあたっての意見を取り入れます。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
消費生活協同組合との意見交換会の開催	県民生活の安定と生活向上を目的に活動する生協組合と意見交換会を行い、今後の消費者施策を推進するにあたっての意見を取り入れます。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
島根県消費生活審議会の開催	消費者・事業者の代表者及び学識経験者で組織された島根県消費生活審議会において、消費者基本計画の進行管理や消費者教育の推進、消費生活関連諸施策などの重要な事項の調査・審議を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室

第5章 関係機関との連携

県の消費者行政を推進するにあたっては、多様な消費者問題に迅速・的確に対応するため、国、他都道府県、市町村、関係部局、弁護士会、消費生活協同組合、消費者団体、事業者団体等の関係機関・団体との連携に努めます。

1. 国、他都道府県、県内市町村、関係部局との連携

(1) 国、他都道府県との連携

特定商取引法や景品表示法に抵触する疑いがある県域を超えて活動する事業者に対して、国や他都道府県と連携を図り、厳正な事業者指導を実施します。

(2) 県内市町村との連携

市町村域を越えた相談への対応や消費生活に関する広報啓発などに市町村と連携して取り組みます。

(3) 関係部局との連携

悪質事業者の指導取締りや高齢者等の見守り活動などに、警察本部と連携を図り、消費者被害の未然防止・拡大防止に努めます。

また、学校や地域等における消費者教育を推進するため、教育委員会と連携を図り、自立した消費者の育成に努めます。

さらに、多様化する消費者問題に対し迅速かつ適切に対応できるよう、全庁各部局との連携を図ります。

2. 関係団体との連携

(1) 弁護士会等との連携

多重債務や契約解除等の専門的な法律知識を必要とする消費者相談に適切に対応するため、弁護士会等の各種団体と連携を図ります。

(2) 消費者団体等との連携

自立した消費者を育成するため、消費生活協同組合や消費者問題研究協議会、消費者ネットワークなどの消費者団体と連携して、地域での消費者教育や啓発活動等に取り組みます。

(3) 事業者団体等との連携

消費者からの信頼を確保するため、製造業や小売業などの事業者団体と連携して、事業者の苦情処理体制の整備を求めています。

第6章 推進体制

1. 計画の推進

計画の推進にあたっては、関係部局で構成する「消費者行政推進会議」で全庁的な調整を行います。

計画策定後の新たな変化に対応できるよう、進行管理は毎年度の計画（Plan）→施策実施（Do）→実績評価（Check）→施策改善（Action）のマネジメントサイクルを実施します。

2. 島根県消費生活審議会への報告

毎年度、計画の実施状況の結果を取りまとめて、島根県消費生活審議会（島根県消費者教育推進地域協議会）へ報告し、評価と改善意見を受けることとします。

3. 計画の進行管理と公表

各施策の実施状況と島根県消費生活審議会による評価については、島根県ホームページにより公表し県民からの意見を受け付けます。