

# 平成 26 年度広島県消費者基本計画の実施状況等について

平成 27 年 8 月 18 日  
消 費 生 活 課

広島県消費者基本計画 I-5 「計画の進行管理」に基づき、同計画に定めた 120 の施策を、計画で定めた 8 つの重点目標に区分し、「食品の安全に関する推進プラン」に基づき実施する施策及び 25 年度の目標達成等により廃止とされた施策を除く 97 施策について実施状況を取りまとめるとともに、各担当部局において評価等を行った。

## 1 平成 26 年度の取組について

平成 26 年度施策の評価は、各施策の目標数値や取組方針に基づく施策の実施状況等により、各担当部局において次の分類で評価した。

達 成	目標数値等を上回る成果があった。	4 施策
ほぼ達成	ほぼ目標数値等のおおりの成果があった、又は、参加者の評価や例年の実績等との比較から成果があったと認められる。	78 施策
未達成	目標数値等を下回る成果に終わった。	0 施策
その他	事件、事案が生じなかったため、実施しなかった等	15 施策

- 97 施策のうち 82 施策が「達成」又は「ほぼ達成」となっており、平成 26 年度の取組は、概ね目標どおりの成果があったと評価できる。
- 「その他」については、  
個人情報保護条例、公益通報制度、生活関連物資の特定関連物質の指定、  
広島県消費者被害対策会議、省エネラベル、建築物総合環境性能評価システム、  
等に関する施策で、事件、事案が生じなかったことによるものである。

重点目標	施策数	取組状況		
		達成 ほぼ達成	未達成	その他
1 消費生活相談体制の充実強化	17	16		1
2 商品・サービスの安全確保	43	36		7
4 高齢者等社会的弱者への支援	6	6		
5 消費者の自立支援	14	13		1
6 環境への影響に配慮できる消費者の育成	6	3		3
7 県民意見の消費者行政への反映	4	4		
8 関連機関との連携強化	7	4		3
計	97	82	0	15

## 2 平成 27 年度以降の取組について

平成 27 年度以降の取組について、当該施策の必要性の観点から、各担当部局において次の分類で取組方針を決定した。

拡 充	当該施策の範囲を拡大，又は，一層注力していく必要がある。	0 施策
継 続	今後も現在の取組方針により継続する必要がある。	97 施策
見直し	今後も継続するが，より効果的・効率的な実施方法に見直す必要がある。	0 施策
廃 止	目標を達成し，現状が改善されたので，今後取り組む必要はない。	0 施策

- 97 施策の全てで今後も継続実施するとしており，概ね現行の施策を継続することが必要としている。

重点目標	施策数	取組方針			
		拡充	継続	見直し	廃止
1 消費生活相談体制の充実強化	17		17		
2 商品・サービスの安全確保	43		43		
4 高齢者等社会的弱者への支援	6		6		
5 消費者の自立支援	14		14		
6 環境への影響に配慮できる消費者の育成	6		6		
7 県民意見の消費者行政への反映	4		4		
8 関連機関との連携強化	7		7		
計	97	0	97	0	0

### 3 広島県消費者基本計画の主な成果と課題

#### (1) 消費者被害の防止と救済

【成果】全市町で消費生活相談窓口設置

【課題】市町の相談体制にばらつき。

#### (2) 自主的・合理的な行動ができる消費者づくり

【成果】高齢者等の見守り支援事業開始。支援者の意識醸成につながる。

【課題】地域での広がりが課題。

【成果】学習機会の拡大や消費生活に関する情報を提供。

若者に対する啓発活動によりメール相談急増（2.8 → 6.4 件/月）

【課題】啓発講座への参加者に偏り。

自立した消費者になるため、様々な場での育成支援が必要。

#### (3) 多様な主体との連携強化

【成果】他県、警察等との連携による悪質事業者への指導を強化。

弁護士会・消費者団体等との連携による取組を実施。

【課題】被害防止に向けてより一層の連携が必要。

#### 《消費者被害に遭った際、何もしなかった人の割合》

年 度	H21	H24	H26
目標値	—	—	20%
実 績	29%	14.5%	—

### 4 広島県消費者基本計画（第2次）における取組

#### (1) 県内の消費生活相談体制の更なる充実・強化

～いつでも、どこでも、複雑・困難な相談に的確に対応できる体制整備が必要

#### (2) 増加する高齢者被害への対応と潜在化する若者被害への対応

～高齢者の見守り支援体制の強化と若者への窓口周知が必要

#### (3) 消費者自らが選択し自立を促すための消費者教育の充実・強化

～すべての消費者が被害回避や被害対処のための能力を身に付けることが必要

#### (4) 適正な表示等、消費者への正確な情報の提供

～消費者が安全・安心して商品等を選択できるような情報提供が必要