

広島県消費者基本計画（第2次）の実施結果等について（平成27～令和元年度）

（令和2年10月27日）
消費生活課

広島県消費者基本計画（第2次）第5章の2「進行管理」に基づき、同計画に定めた128項目の具体的な施策の実施状況を取りまとめるとともに、施策目標の達成状況を検証した。

1 第2次消費者基本計画の評価等

(1) 評価結果

第2次基本計画の期間における施策の実施状況を、施策目標ごとに取組の方向や具体的な取組に基づき、次の基準により評価した。

評価	基準
計画以上	計画を上回る取組の実績があった
ほぼ計画どおり	ほぼ計画どおりの取組の実績があった
未達	計画していた取組には達しなかった
その他	事件、事案が生じなかったため、実施しなかった等

施策目標	具体的な施策	評価結果			
		計画以上	ほぼ計画どおり	未達	その他
I 消費者被害の防止と救済					
1 消費生活相談体制の充実強化	19	0	12	6	1
2 高齢者等への支援	8	0	4	4	0
3 事業者指導の強化	9	0	8	0	1
II 消費者の選択の機会と安全・安心の確保					
4 商品・サービス・食品の安全性の確保	11	0	11	0	0
5 事業者の適正な情報提供と消費者の選択機会の確保	8	0	6	0	2
III 消費者教育の推進					
6 様々な場における消費者教育の推進	41	0	38	2	1
7 消費者教育推進のための人づくり	7	0	7	0	0
8 消費生活と関連する他の教育との連携推進	9	0	7	1	1
IV 県民意見の反映と多様な主体との連携・協働					
9 消費者行政への県民意見の反映	4	0	4	0	0
10 関係機関等との連携・協働	12	0	12	0	0
計	128	0	109	13	6

- 10の施策目標の中の具体的な施策について、「未達」となった取組は13施策、「その他（事件・事案なし）」は6施策で、全体128施策のうち、109施策について、ほぼ計画どおり実施されている。

※ 詳細については、[別紙1] 参照

(2) 各施策目標の取組状況、課題、評価結果

10の施策目標についての計画期間内における取組状況と課題、目標指標に対する評価結果は次のとおりであった。

基本的方向 I 消費者被害の防止と救済

○施策目標1「消費生活相談体制の充実強化」

【取組状況】

- ・平日毎日開設していない、相談件数が年間100件以下、相談員が一人体制、という窓口体制にある16市町が抱える「住民へのサービスの提供が不均一」、「相談員の対応スキルが向上しにくい」という共通課題を解決するため、ICT環境を整備し、市町窓口の相談者と弁護士等の専門家を遠隔で繋ぐ直接相談の実施や、相談員が相談対応等について専門家からWeb会議で助言を受けるなどの資質向上に活用した。

- ・全国の消費生活センターの相談情報が共有できるPIO - NETを全市町に接続し、他センターがどのように助言、あっせん処理しているか参考にできるようにした。

【課題】

- ・16市町それぞれがICTを利用しているものの、市町間で利用頻度に差がある。なお、その内容は市町窓口の相談者と弁護士等の専門家を遠隔で繋ぐ直接相談が約12%、相談員が相談対応等について専門家からWeb会議で助言を受けるなどの資質向上のための利用が約88%である。

【目標指標に対する評価結果】

目標指標（重点的取組）			令和元年度の状況	評価結果
項目	現状（H25）	目標		
消費生活相談窓口の認知度	71.9% (H24)	80.0%	68.9%	未達
相談窓口を週5日以上開設する市町数	14市町	全市町 (23市町)	16市町	
PIO-NET 設置又は LGWAN 等利用市町数	14市町	全市町 (23市町)	23市町	ほぼ計画どおり

○施策目標2「高齢者等への支援」

【取組状況】

- ・高齢者は、被害に気付きにくく、被害に遭っても誰にも相談しないことがあることから、高齢者本人だけでなく高齢者を見守る立場の人を対象に特殊詐欺や悪質商法等の事例を紹介した啓発冊子を作成し、市町と開催する啓発講座で活用し見守り体制の働きかけを行うとともに、見守り者にメルマガ（毎週）による情報提供を行った。

【課題】

- ・消費者意識基本調査（H30）では、消費者トラブル発生時に高齢者の約5割弱が誰にも相談しないという結果が出ている。

【目標指標に対する評価結果】

目標指標（重点的取組）			令和元年度の状況	評価結果
項目	現状（H25）	目標		
高齢者等の消費者被害防止のための見守り体制がある市町数	6市町	23市町 (全市町)	21市町	未達
「見守りねっと」メールマガジン登録者数	279人	3,000人	2,302人	

○施策目標3「事業者指導の強化」

【取組状況】

- ・特定商取引法に基づいて、迷惑勧誘や虚偽説明等の違法行為を繰り返す悪質事業者に対して行政指導や業務停止命令等の行政処分を行った。
- ・取締りに当たっては、国や中国5県で構成する「中国地方悪質事業者対策会議」での協議をきっかけに、他県事例などを参考に事業者指導方法を改め、要する日数を削減するなど、改善を行った。（案件把握から指導まで3か月程度→1か月程度）

【課題】

- ・悪質事業者に対して法令に基づき厳正に対応しているが、消費者被害は依然発生している。

基本的方向Ⅱ 消費者の選択の機会と安全・安心の確保

○施策目標4「商品・サービス・食品の安全性の確保」

○施策目標5「事業者の適正な情報提供と消費者の選択機会の確保」

【取組状況】

- ・LPガス法や家庭用品品質表示法等に基づき、安全性の確保されていない商品やサービスの流通を防止するための立入検査を行ったほか、景品表示法に基づき、不当表示等を行う事業者に対し、行政指導や行政処分を行った。
- ・R1年度末をもって、H27年度施行の食品表示法の経過措置期間が終了し、食品添加物の表示が求められる等の変更があることから、制度の周知を図るため、事業者や団体への研修等を実施した。

【課題】

- ・食品をはじめとする商品・サービスの表示を行う事業者に対する取組が中心となっており、消費者に対して、安心して商品等を適切に選択するための情報の提供等が十分にできていない。

基本的方向Ⅲ 消費者教育の推進

○施策目標6「様々な場における消費者教育の推進」

○施策目標7「消費者教育推進のための人づくり」

【取組状況】

- ・消費者啓発講座として、「高齢者が遭いやすいトラブルと騙される心理」などをテーマに、県内全市町において4年間で延べ約1,400回、延べ約6万4千人を対象に実施した。
- ・消費者啓発講座のうち、小中高等学校を対象にしたものでは、日常生活における消費行動や身近なトラブル事例と解決方法などを、大学等では若者に多いマルチ商法やインターネット通販、クレジットカードの使い方などをテーマに、出前講座を4年間で延べ約240校、約2万5千人に実施した。
- ・地域での啓発講座の講師となる市町消費生活相談員などを対象に、相談対応の中で把握した実例を講座で伝達する技術等を磨くため、4年間で延べ約90人に研修を行った。
- ・啓発資材として、県警と連携して高齢者向けのリーフレット「消費者被害に遭わないために」を作成し、約60万部配布するとともに、大学の新生ガイダンスなどで活用してもらうため、若者向けリーフレット「相談してムーチョ」、「消費者トラブル回避マニュアル」を作成し、約15万部配布した。

【課題】

- ・消費者啓発講座の内容が、若者や高齢者を対象とした事例解説を中心とするものが主となっており、社会経済活動の中で消費者として身に付けておくべき基礎的知識等に視点を置いた消費者教育の取組が十分にできていない。
- ・市町等からの消費者啓発講座の講師派遣要請に対し、広島県消費者啓発講座講師登録者数は18名に留まっており、要請に対し十分対応できていない。

【目標指標に対する評価結果】

目標指標（重点的取組）			令和元年度の状況	評価結果
項目	現状（H25）	目標		
若者の消費生活相談窓口の認知度	39.2%	70.0%	20.3%	未達
県・市町開催の啓発講座等の実施状況	県・21市町 344回	毎年度、 県・全(23)市町 毎年度、現状以上の回数	県・22市町 343回	

○施策目標8「消費生活と関連する他の教育との連携促進」

【取組状況】

- ・学校から出前講座の派遣相談を受けた際、希望内容に応じて、弁護士会、司法書士会が実施している出前講座や、金融広報委員会の講師派遣制度を利用した。（計画期間中のマッチング20校）

【課題】

- ・連携できている教育分野が少なく、連携推進の取組が不十分である。

基本的方向Ⅳ 県民意見の反映と多様な主体との連携・協働

○施策目標9「消費者行政への県民意見の反映」

○施策目標10「関係機関等との連携・協働」

【取組状況】

- ・県民からの意見は、消費啓発講座、講演会、学校訪問及び県民意識調査の機会にアンケート等により聴取している。
- ・消費者団体、NPO法人及び弁護士会等の消費者関係団体等からは、通年で意見交換を行うとともに、県消費生活審議会を通じて意見を聴取している。
- ・広島県生活協同組合連合会とは、消費者被害防止のための配達員による高齢者の見守りなどを内容とする包括連携協定をH29年度に締結するとともに、社会福祉協議会や訪問介護事業者等とも連携し高齢者の見守りを実施した。

【課題】

- ・県民や消費者関係団体等から意見を聴取する機会を継続的に設けているが、施策への反映は十分でない。

2 社会情勢の変化と第3次消費者基本計画に向けた重点的取組の視点

(1) 社会情勢の変化

状 況	説 明
高齢者の増	住民基本台帳によると、本県の高齢化人口は、平成27年の763,304人から平成30年は803,704人と増加しており、人口問題研究所の推計によれば令和7年には835,000人とさらに増加することになっている。
外国人の増	住民基本台帳によると、本県に住む外国人は、平成27年の39,166人から平成30年は48,316人と、3年間で2割以上も増加している。
成年年齢の引下げ	民法の一部改正により、令和4年4月に成年年齢が18歳に引き下げられる。これにより、民法では、「未成年者が法定代理人の同意を得ないでした法律行為は、取り消すことができる」（未成年者取消権）と定めているが、高校3年生もしくは高校卒業直後の若年者が成人となり、未成年者取消権による保護の対象から外れる。
取引形態の多様化	C to C（個人間取引）、キャッシュレス決済の普及など、取引形態や決済手段が多様化しており、これに関する相談窓口への相談も増加している。

(2) 第3次消費者基本計画に向けた重点的取組の視点

視 点	内 容
県・市町の消費生活相談窓口体制の見直し	消費者を取り巻く状況は、今後さらに複雑多様化していくことが予想される中で、消費者被害のない広島県を実現していくためには、引き続き消費生活相談窓口の果たす役割は大きく、消費者からの相談に的確に対応するための能力向上や、消費者の利便性などに配慮した相談サービスの提供体制の充実が必要となると考えられる。
外国人や高齢者等の配慮を必要とする人への支援の強化	高齢者への支援の取組が十分に成果をあげられていない現状において、さらに高齢者以外にも外国人などの配慮を要する人が増加していくことが予想されることから、消費者被害の防止の観点からそれぞれの消費者が置かれた状況等に合わせた支援の取組を強化していくことが必要になるものと考えられる。
自立した消費した消費者となるための消費者教育の推進	継続的に事業者への指導や取締りを行っていくことを前提としても、成年年齢の引き下げが予定され、取引形態も多様化していく中で、消費者被害の未然防止や拡大防止という点から消費者教育の重要性は増していくものと考えられ、その内容の充実や消費者教育を受ける機会の拡大を図っていく必要がある。

3 第3次消費者基本計画の施策目標

第2次消費者基本計画における取組の成果と課題，社会情勢の変化等を踏まえ策定した第3次消費者基本計画で取り組む施策目標について，次の区分により整理した。

区 分	内 容
拡 充	第2次計画の施策の範囲を拡大，又は新たに追加していくもの
継 続	第2次計画の施策の方針を継続していくもの
見直し	第2次計画の施策について，より効果的・効率的な実施方法に見直すもの

施策目標	具体的 な施策	区 分		
		拡充	継続	見直し
I 消費者被害の防止と救済				
1 消費生活相談体制の充実	18	5	7	6
2 外国人・高齢者等への支援	10	7	2	1
3 事業者指導の強化	9	0	9	0
II 消費者の選択の機会と安全・安心の確保				
4 商品・サービス・食品の安全性の確保	7	0	7	0
5 事業者の適正な情報提供と消費者の選択機会の確保	10	1	8	1
III 消費者教育の推進				
6 様々な場における消費者教育の推進	39	1	36	2
7 消費者教育推進のための人づくり	6	2	4	0
8 消費生活と関連する他の教育との連携推進	11	2	9	0
IV 県民意見の反映と多様な主体との連携・協働				
9 消費者行政への県民意見の反映	3	0	3	0
10 関係機関等との連携・協働	12	0	12	0
計	125	18	97	10