

第4期島根県消費者基本計画案におけるパブリックコメントの意見と回答

○意見募集期間：平成27年12月16日（水）～平成28年1月15日（金）

○意見提出件数：11件（5名）

No.	分野	意見の要旨
1	指標	○ 25ページに全体指標として「クーリングオフ制度の認知度」を掲げているが、言葉としての認知ではなく、「クーリングオフ制度の具体的な方法を知っている」という目標の方がよいと思う。
		意見に対する県の考え方
		○ クーリングオフ制度については、言葉だけ知っていても、実際にその制度を使うことができないければ、消費者の自立を測る指標として適切ではありません。 計画書にあるクーリングオフ制度の認知度の目標についても、この考え方に基づき、「よく知っている」と「ある程度知っている」と回答した人の合わせた割合に設定しています。 また、ご意見を踏まえ、計画書では25ページの全体指標の説明について下記のとおり加筆しました。 <修正箇所(下線部を加筆)> ※ <u>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。</u>
2	指標	○ 各施策に個別指標を設けているが、その大半が「県が何をどれだけやるか」といったアウトプット指標に留まっている。指標は本来「施策を実施した結果、どのような効果が得られたか」というアウトカム指標であるべきと考える。
		意見に対する県の考え方
		○ 計画書では、11の施策の個別指標は「県が何をどれだけ実施したか」というアウトプット指標としていますが、全ての施策を実施した効果が、25ページに記載しております全体指標に結びつくものと考えています。 従って、「どのような効果が得られたか」というアウトカム指標を測るものとしては、全体指標により行います。
3	相談体制	○ 国が掲げている「地方消費者行政強化作戦」について、県はどのように取り組むかを計画に反映させた方がよいと考える。
		意見に対する県の考え方
		○ 地方消費者行政強化作戦の趣旨は、「どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、安全・安心が確保される地域体制を全国的に整備すること」であり、地方における消費生活相談窓口の充実や高齢者等の見守り体制の構築を目指すものです。 計画書では、33ページの施策⑤「市町村相談体制の充実に向けた支援」や42ページの施策⑩「地域見守りネットワークづくりの推進」の中に反映させています。

No.	分野	意見の要旨
4	県民意見の反映	○ 消費生活アドバイザーなど、消費生活に関する有資格者との懇談会を開催してほしい。
		意見に対する県の考え方
		○ 計画書では、30ページの施策③「県民意見の反映」の中に、消費者の立場に立った施策を実施するため、消費者団体等との意見交換会を実施することとしておりますが、ご意見を踏まえ、消費者団体だけでなく、消費生活に関する有識者等との意見交換会も積極的に行います。
No.	分野	意見の要旨
5	消費者教育	○ 21ページの5「(3)消費者教育の充実」では、「自立した消費者」について記載しているが、『消費者トラブルに遭わない』ことだけではなく『トラブルに遭った際に、ある程度正しい対応ができる』ことも含まれると思う。
		意見に対する県の考え方
		○ 「消費者の自立」には、消費者被害に遭った時に、ある程度自分で対応できることも含まれています。 ご意見を踏まえ、計画書21ページの「(3)消費者教育の充実」の中に記述しております「自立した消費者」の説明に「トラブルに遭った際に消費者自身がある程度適切な対応ができる」を加筆しました。
No.	分野	意見の要旨
6	消費者教育	○ 21ページの5「(3)消費者教育の充実」では、消費者市民社会の概念を踏まえて、地球温暖化だけでなく、フェアトレードや食品ロスに言及している点は良いことだと思う。 しかし、これに対応する施策としては38ページの施策⑦「消費者教育の総合的・一体的推進」の事務事業に掲げてある「グリーンコンシューマリズムの普及」になっているが、これは環境問題に特化した印象を受けるため、環境問題やフェアトレード等の社会問題に配慮した消費活動を意味する「エシカル消費」の方がより適切なものであると思う。
		意見に対する県の考え方
		○ 消費者市民社会の概念は環境問題のみならず、経済や社会全体の持続可能性のため、公正で活力ある社会の形成を目指すものです。 ご意見を踏まえ、計画書38ページの事務事業「グリーンコンシューマリズムの普及」について、下記のとおり修正しました。 <修正箇所> ・事業名 「グリーンコンシューマリズムの普及」を「環境や社会問題に配慮した消費活動の普及(エシカル消費の普及)」に修正しました。 ・事業内容(下線部を加筆) 消費者が地球環境やフェアトレード、食品ロス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啓発思慮の作成・配布やホームページによる情報提供を行います。

No.	分野	意見の要旨
7	消費者教育	<p>○ 小中高等学校等に対する消費者教育の啓発資料の作成配布について、資料を配布しても利用されなければ効果が出ないと思う。 各学校で1時間でも消費活動について、考える時間が作られるとよいと思う。</p>
		意見に対する県の考え方
8	消費者教育	<p>○ ご意見のとおり、啓発冊子や資料は、活用して初めて効果が得られるものと考えています。県では、小中高等学校等で実施される消費者教育がより有意義なものになるよう、啓発資料を配布しておりますが、学校において活用されるよう、今後も働きかけてまいります。 また、高校では、県消費者センターで実施している消費生活出前講座を多くの学校で実施していただいておりますが、今後は未実施の学校でも活用していただけるよう、働きかけを行ってまいります。</p>
		意見に対する県の考え方
9	消費者教育	<p>○ パソコンやスマートフォン等を利用したワンクリック請求等の被害が若い世代だけでなく、高齢者世代においても増加している。 高齢者に対しても、有害サイトのアクセス制限を設けるなど、インターネットを利用した消費者トラブルを防止する取組みを行うべきである。</p>
		意見に対する県の考え方
8	消費者教育	<p>○ パソコンやスマートフォン等の情報通信機器の普及に伴い、ワンクリック請求などの「デジタルコンテンツ」に関する相談件数は、年齢を問わず増加傾向にあります。 ご意見を踏まえ、計画書の38～39ページの施策⑦「消費者教育の総合的・一体的推進」の事務事業に、情報に関する知識や判断力の向上にかかる事業を下記のとおり追加します。</p> <p><追加する事業></p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業名 「地域の情報リテラシー(情報に関する知識や判断力)向上」を追加しました。 ・事業内容 「県民が安全にインターネットを利用できるよう、公民館等の住民に身近な場所で、基本操作や情報セキュリティについて学習できる環境の整備を行い、情報リテラシーの向上を図ります。」
		意見に対する県の考え方
9	消費者教育	<p>○ 16ページの県民意識調査の結果では、食品・製品の安全性や商品の表示問題について多くの関心があると回答している。 消費者教育の取組みの中で、商品表示や製品の安全に関する教育・啓発機会について具体的に触れられていないため、計画に反映した方がよいと思う。</p>
		意見に対する県の考え方
9	消費者教育	<p>○ 消費者教育の対象は、消費生活全般に関するものであり、様々な分野にわたります。 この計画書では、消費者教育の個々の内容までは触れていませんが、商品の表示や製品の安全に関する教育・啓発は重要なものと考えているため、関係部局や関係機関と連携して、消費者教育を実施してまいります。</p>
		意見に対する県の考え方

No.	分野	意見の要旨
10	消費者教育	○ 41ページの施策⑨「地域における消費者リーダーの育成」では、消費者リーダーの育成について『意欲のある者』に対して研修会を実施することは良いことと思うが、『意欲のある者にするため』の施策は、何か検討しているのか。
		意見に対する県の考え方
		○ 「意欲のある者」にするためには、まずは、消費者問題に関心を持ってもらうことが重要と考えています。 このため、計画書34ページの施策⑥「消費生活情報の発信」の事務事業として、消費者問題出前講座の実施や、テレビ、ラジオを始めとする様々な広報媒体による情報提供、さらには毎年5月の消費者月間における集中的な広報活動に取り組むこととしております。
No.	分野	意見の要旨
11	高齢者見守り	○ 一人暮らしの高齢者は消費者トラブルに遭いやすいと考える。 警察だけでなく、行政を中心として、消費生活に関する有識者、相応の相談対応ができる県民などで構成される組織を作り、個別訪問が実施できる体制を構築することが早急に必要であると思う。
		意見に対する県の考え方
		○ 一人暮らしの高齢者や障がい者の中には、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い人もいます。 このため、計画書の42ページの施策⑩「地域見守りネットワークづくりの推進」では、行政や警察、医療、福祉等の様々な関係者を構成員とする、高齢者や障がい者等を対象とする「市町村の地域見守りネットワークの構築」を支援することにしております。 また、44ページの施策⑪「トラブルに遭わないための未然防止と救済」では、警察や福祉団体等と連携して高齢者宅等の個別訪問を行い、消費者被害の未然防止・拡大防止に努めることとしております。