

第 6 期島根県消費者基本計画【素案】

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	1
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) デジタル化の進展	3
(2) 消費生活のグローバル化	7
(3) キャッシュレス決済の進展	8
(4) 高齢化の進行、単身世帯・外国人住民の増加	9
(5) 成年年齢の引下げ	13
(6) 資産形成や投資への関心の高まり	14
(7) 持続可能な社会の実現に向けた機運の高まり	15
2 国における消費者行政をめぐる状況	17
(1) 消費者行政体制の強化	17
(2) 消費者被害の防止	17
(3) 消費者教育の推進	18
(4) 持続可能な社会の形成とエシカル消費の推進	19
(5) 国の第5期消費者基本計画における取組	19
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	30
5 今後の取り組むべき課題	36
(1) 消費者教育の充実	36
(2) 消費生活相談体制の充実と消費生活相談のデジタル化の推進	37
(3) 消費者被害の未然防止・拡大防止	37
第3章 計画の目的と基本理念	38
1 計画の目的	38
2 基本理念	38
3 施策体系	39

第4章 施策の展開	40
1 指標	40
(1) 全体指標の設定	40
(2) 個別指標の設定	41
2 施策の内容	41
《基本方針Ⅰ 消費者教育の推進》	
施策① ライフステージに応じた消費者教育の推進	41
施策② 地域における消費者教育の担い手育成・活用	45
施策③ 環境や社会に配慮したエシカル消費の行動促進	46
施策④ 消費生活情報の発信	47
《基本方針Ⅱ 消費生活相談体制の充実・強化》	
施策⑤ 県消費者センターの充実と消費生活相談のデジタル化の推進	48
施策⑥ 市町村相談体制の充実に向けた支援	50
《基本方針Ⅲ 消費者被害の未然防止・拡大防止》	
施策⑦ 地域見守りネットワークの活性化	52
施策⑧ 消費者事故等の未然防止・拡大防止	54
施策⑨ 規格・表示、取引行為の適正化	56
第5章 関係機関との連携	58
1 国、他都道府県、県内市町村、関係部局との連携	58
(1) 国、他都道府県との連携	58
(2) 県内市町村との連携	58
(3) 関係部局との連携	58
2 関係団体との連携	58
(1) 弁護士会等との連携	58
(2) 消費者団体等との連携	58
(3) 事業者・事業者団体との連携	58
第6章 推進体制	60
1 計画の推進	60
2 島根県消費生活審議会への報告	60
3 計画の進行管理と公表	60

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、県が平成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）、第5期（令和2年度～令和6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、デジタル化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、成年年齢引下げによって新たに成年となった18歳、19歳の若者の消費者被害の拡大や、少子高齢化の進行、単身世帯や単身高齢者の増加、地域社会における人と人との「つながり」の希薄化等により、消費者トラブルに巻き込まれた際に誰にも相談できず、トラブルの深刻化などが懸念されています。

さらに、公正かつ持続可能な社会を形成していくためには、消費者一人ひとりが環境、人、社会、地域等に配慮した消費活動に取り組む重要性が高まっています。

このような状況のなか、本県では、第5期基本計画が令和7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6期基本計画を策定することとしました。

第6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、令和4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

本基本計画は、島根県消費生活条例第8条に基づき、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7年度から令和11年度までの5年間とします。

第6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 消費者被害の未然防止・拡大防止
------	--

計画期間	令和7年度から令和11年度までの5年間
------	---------------------

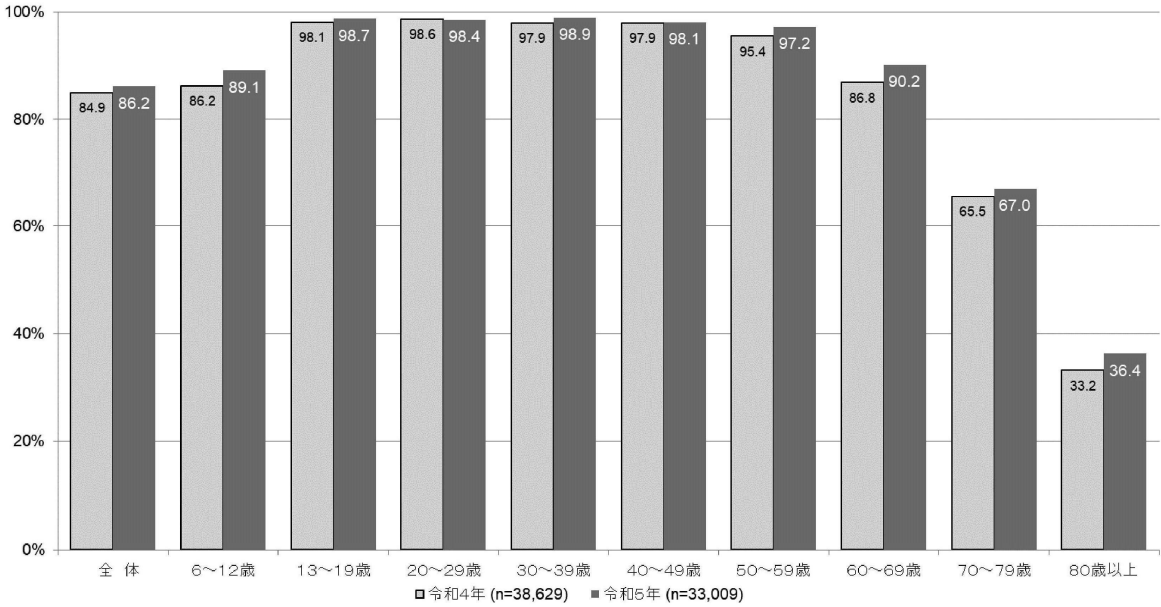
第2章 消費生活をめぐる現状と課題

1. 消費者を取り巻く経済・社会環境の変化

(1) デジタル化の進展

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。インターネット利用者の割合は、13～69歳の各年齢階層で9割を超えており、全体で見ても、インターネットの利用率は上昇しています。【図表1】

【図表1】 インターネット利用状況(全国)



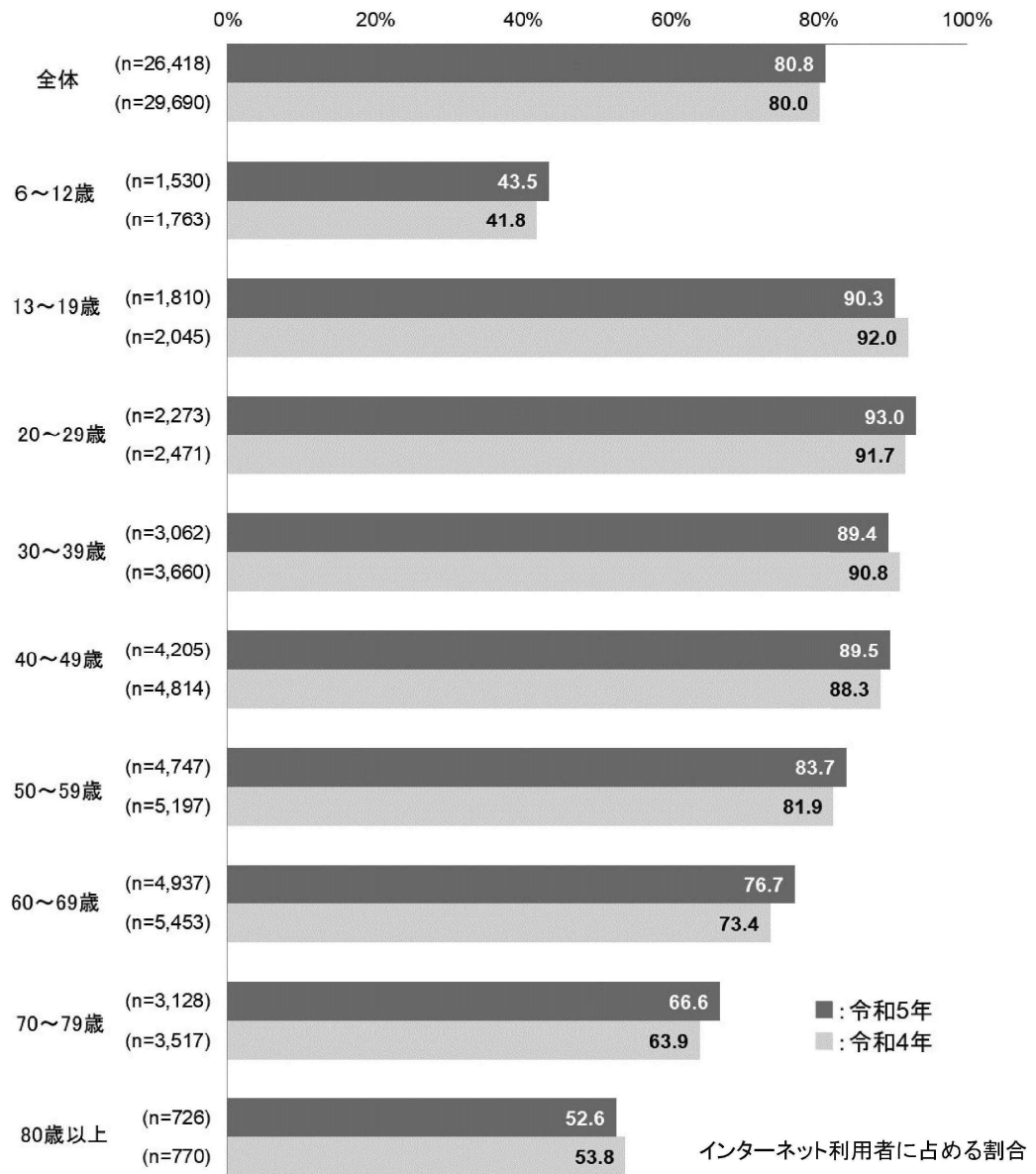
(注) 過去1年間にインターネットを利用したことがある個人の割合

出典：総務省「令和5年通信利用動向調査」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）の利用も増えており、インターネット利用者の約8割がSNSを利用しています。【図表2】

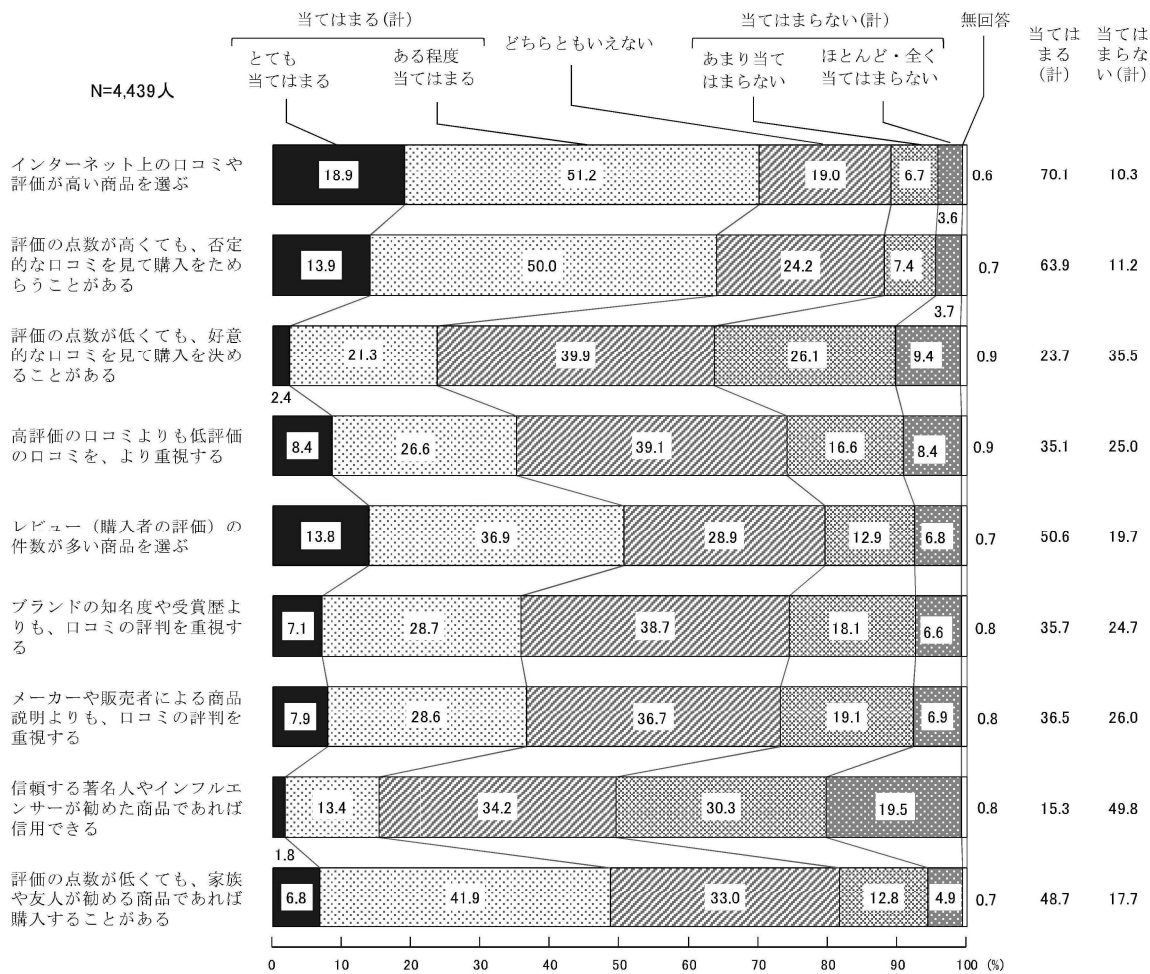
SNSは利用者間における新たな情報交換の手段となり、SNSのクチコミ情報やSNSを通じたマーケティング、双方向コミュニケーション等が消費者の商品・サービスの選択に大きな影響を与えており、インターネット上のクチコミや評価は、商品を選ぶ際に多くの年齢層で重視されています。【図表3】

【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)



出典：総務省「令和5年通信利用動向調査」より作成

【図表3】インターネット上のクチコミや評価が高い商品を選ぶ人の割合(全国)



(注)インターネットを「利用している」と回答した人に占める割合

出典:消費者庁「令和5年度消費者意識基本調査」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インターネット通販等を運営するIT企業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影響力のある存在となっています。

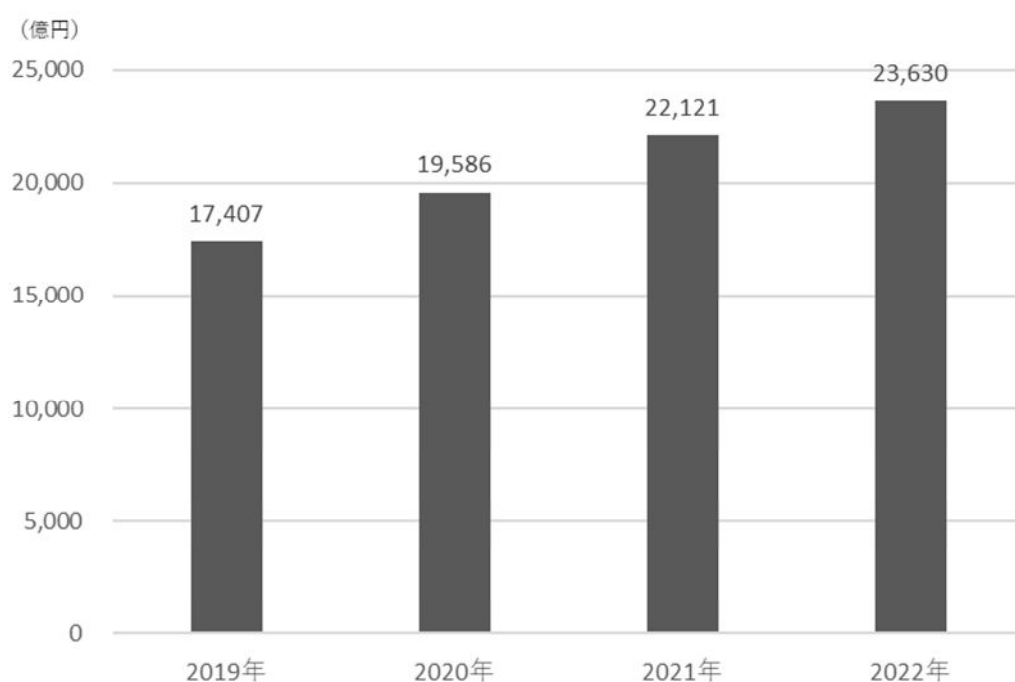
一方で、個人情報の厳格な取扱いや消費者被害の実効性のある救済手段等に係るルール化等の課題や、ICタグや二次元バーコード(QRコード)等の新たな技術を利用した情報提供が主流となりスマートフォン等の利用の有無で消費者間の情報格差が生じるといった問題も出現しています。

インターネットを経由して国内外の事業者と気軽取引を行うことが可能になれば、消費者の利便性は向上しますが、一方で、消費者がトラブルに遭遇するリスクは増大します。インター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等）、決済代行業者、収納代行業者、ネット管理会社等関係者が多岐にわたるという特性があり、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。

また、インターネットオークションやフリマアプリ等の普及によって、消費者同士が売り手と買い手となる個人間取引の市場規模は拡大しており、それに伴ってトラブルも発生しています。【図表4】 【図表5】

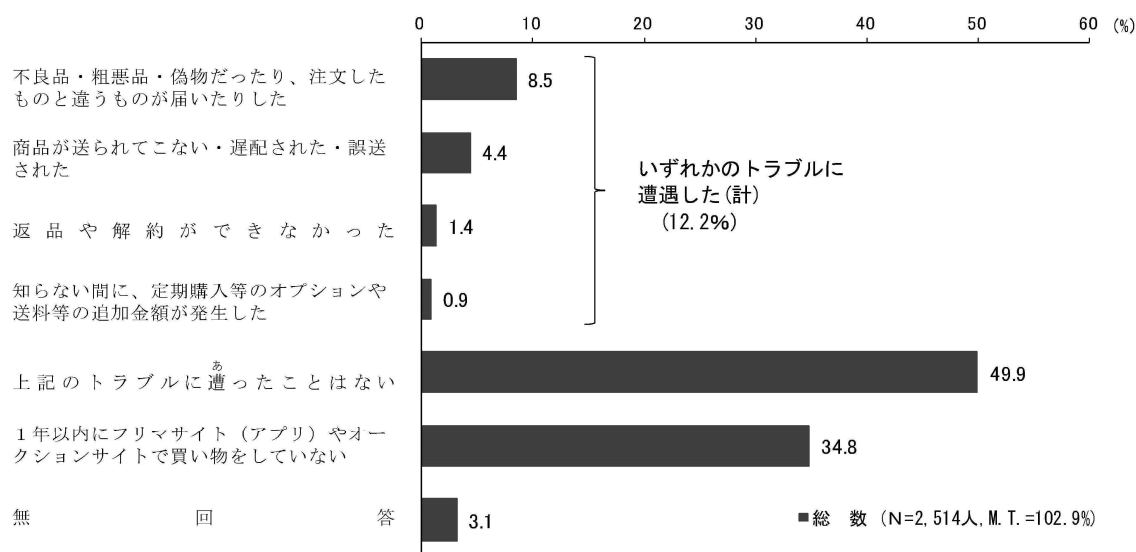
【図表4】 国内におけるCtoC電子商取引の推定市場規模の推移(全国)



(注) CtoC は、Consumer to Consumer の略

出典: 経済産業省「電子商取引に関する市場調査」(令和3年度、令和4年度)より作成

【図表5】フリマサイト等の利用に伴うトラブルの内容(全国)



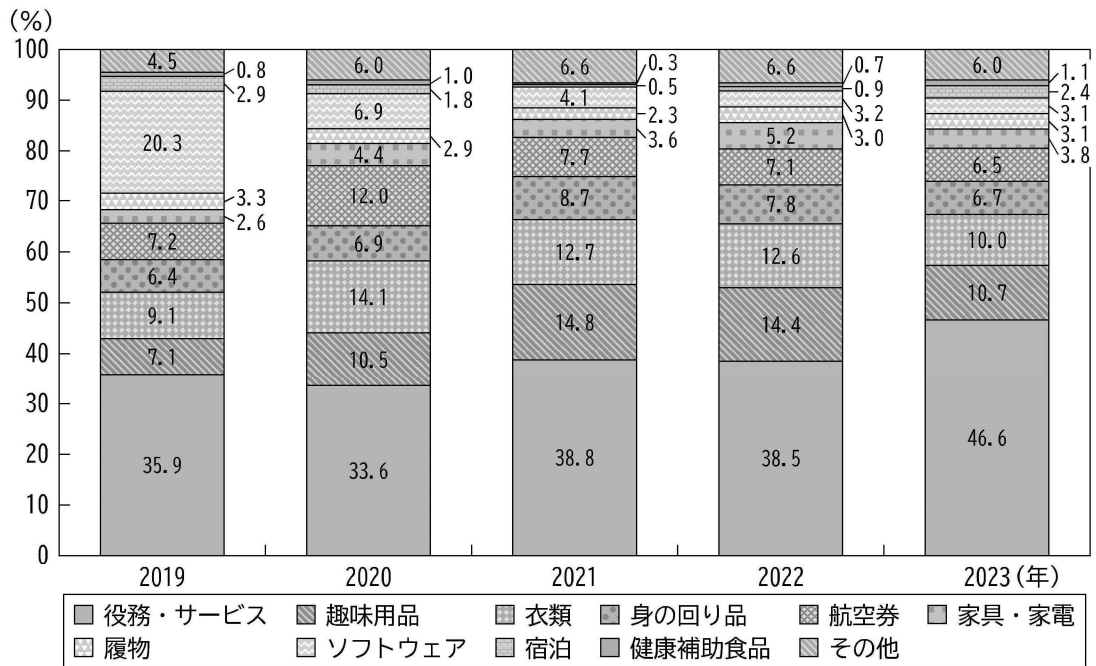
(注) 「フリマサイト(アプリ) やオークションサイト」(以下「フリマサイト等」という。)を利用したことがある人に、トラブルの内容を聞いたもの。

出典:消費者庁「令和5年度消費者意識基本調査」より作成

(2) 消費生活のグローバル化

グローバル化が進む中、消費者個人が海外の事業者とインターネットを通じて気軽に取引できるようになったことから、海外事業者とのトラブルが発生しています。こうしたトラブルに遭った場合の相談窓口として、国民生活センターに越境消費者センター(C C J)が置かれています。C C Jが受け付けた相談では、ここ数年、投資、FX、ロマンス投資詐欺、動画配信サービス等の役務・サービスに関する相談が最も多くなっています。【図表6】

【図表6】 CCJ が受け付けた相談の商品・サービス類型別割合の推移



(備考) 1. 2019年から2023年までにCCJが受け付けた相談(2024年1月5日検索分)。
 2. 2020年は4月10日18時から6月1日9時30分まで、新型コロナウイルス感染症感染拡大防止措置のために相談受付を休止していたため、他の年より受付期間が短い。

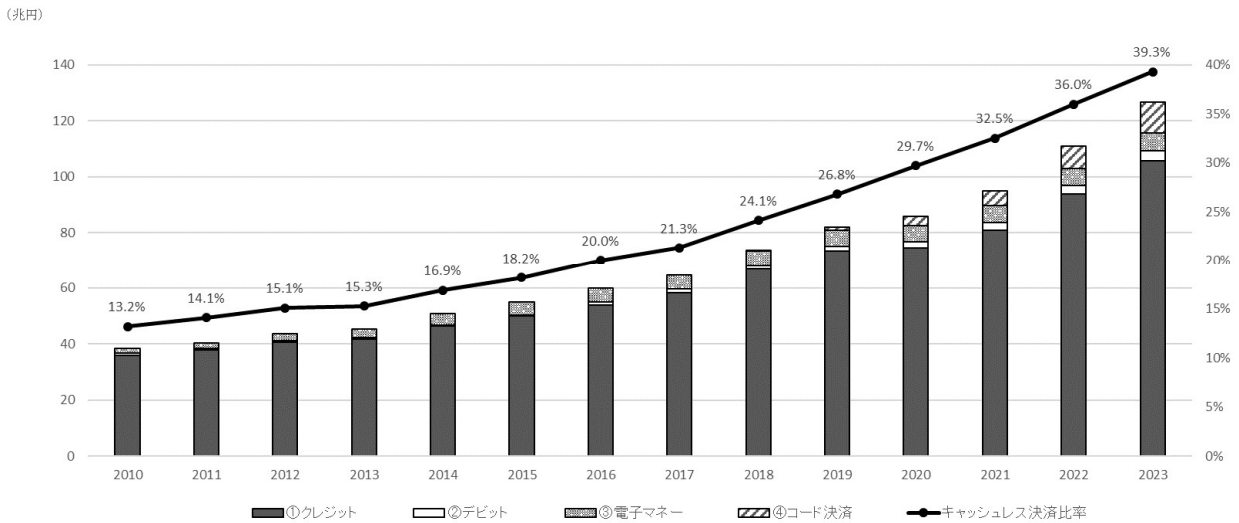
出典: 消費者庁「令和6年版消費者白書」p.29 より作成

(3) キャッシュレス決済の進展

キャッシュレスの推進は、消費者の利便性の向上、事業者における業務の効率化等、様々なメリットが期待されています。また、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。

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令和7年に向けて、キャッシュレス決済比率^{*1}を40%とする目標を掲げ、将来的には、世界最高水準の80%を目指としています。令和5年のキャッシュレス決済比率は、39.3%と令和7年の4割達成に向けて堅調に上昇していることが示されました。【図表7】

【図表7】 我が国のキャッシュレス決済額及び比率の推移(全国)



出典：経済産業省「2024年3月29日付けニュースリリース」より作成

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です。

※1 キャッシュレス決済比率

平成29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

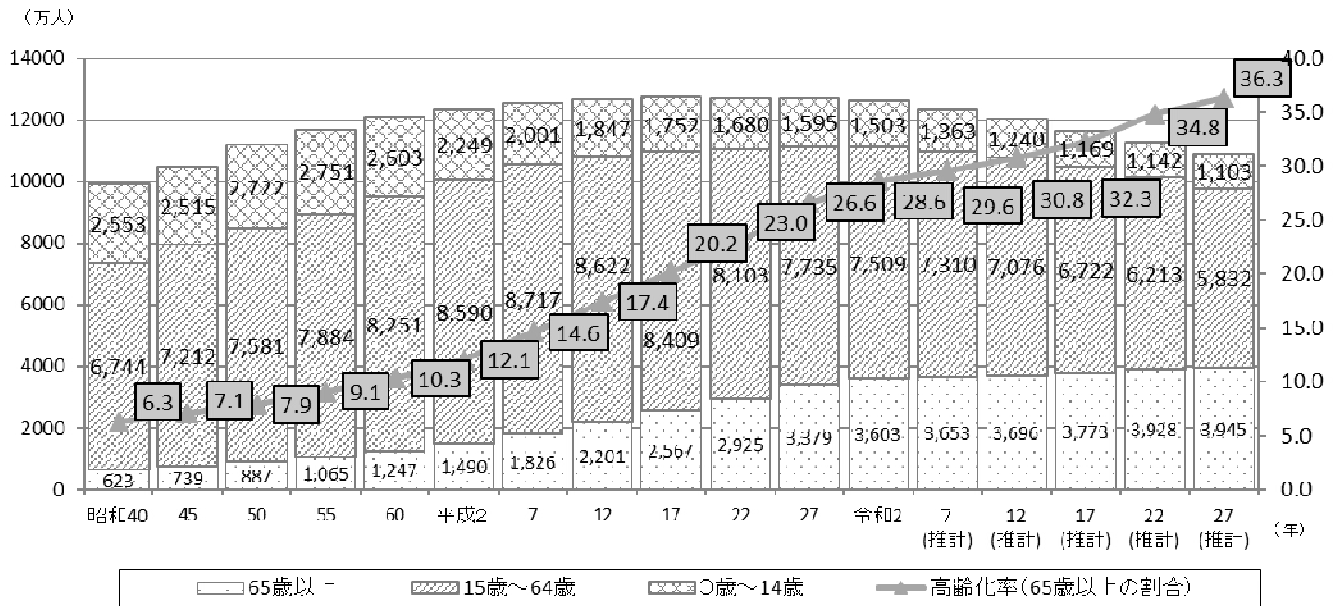
(4) 高齢化の進行、単身世帯・外国人住民の増加

① 高齢化の進行、単身世帯の増加

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8】

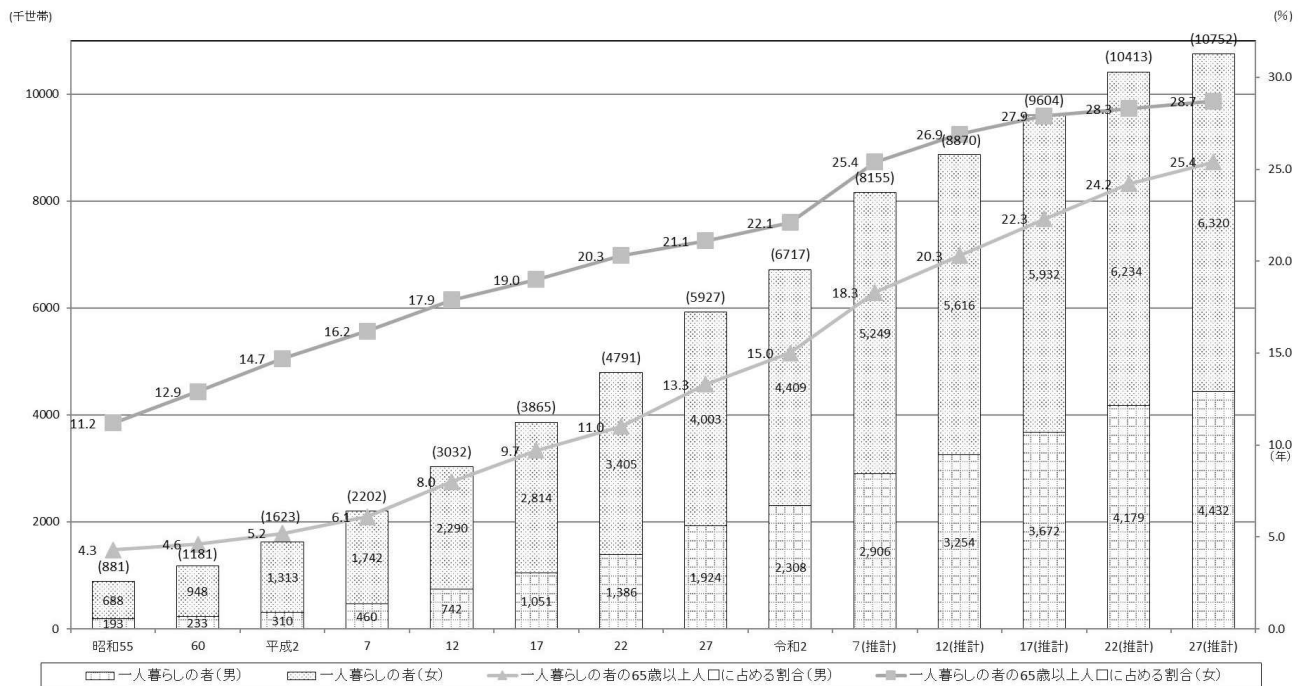
また、高齢化や核家族化の進展に伴い、単身世帯は増加しており、そのうち65歳以上の者の占める割合も、今後、増加するものと推計されています。【図表9】

【図表8】高齢化の推移と将来推計（全国）



出典：令和2年までは総務省「国勢調査」、令和7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9】65歳以上の一人暮らしの者の動向(全国)



出典：令和2年までは総務省「国勢調査」、令和7年度以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計」より作成

(注) 「一人暮らし」とは、「単身世帯」又は「一般世帯(1人)」のことを指す。

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、それに伴い、高齢化率が将来的に高まることが推計されています。【図表10】

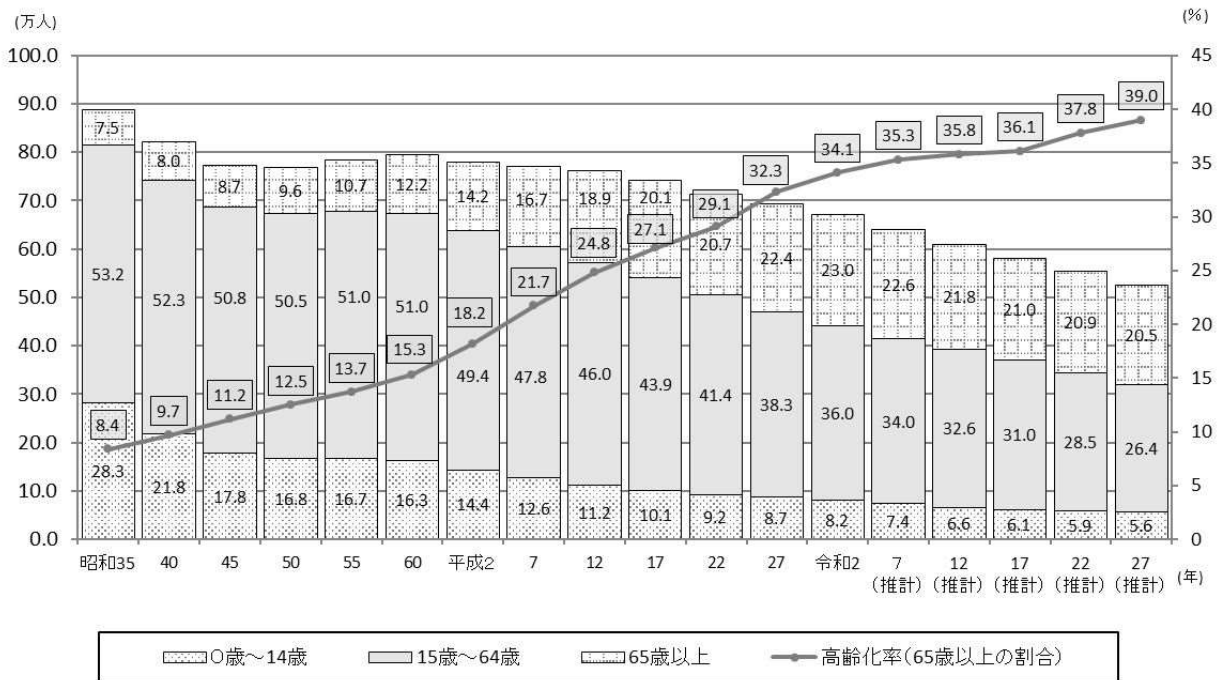
また、一人暮らしの高齢者や高齢夫婦のみの世帯の割合も全国と同様に増加傾向にあります。【図表11】

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です。

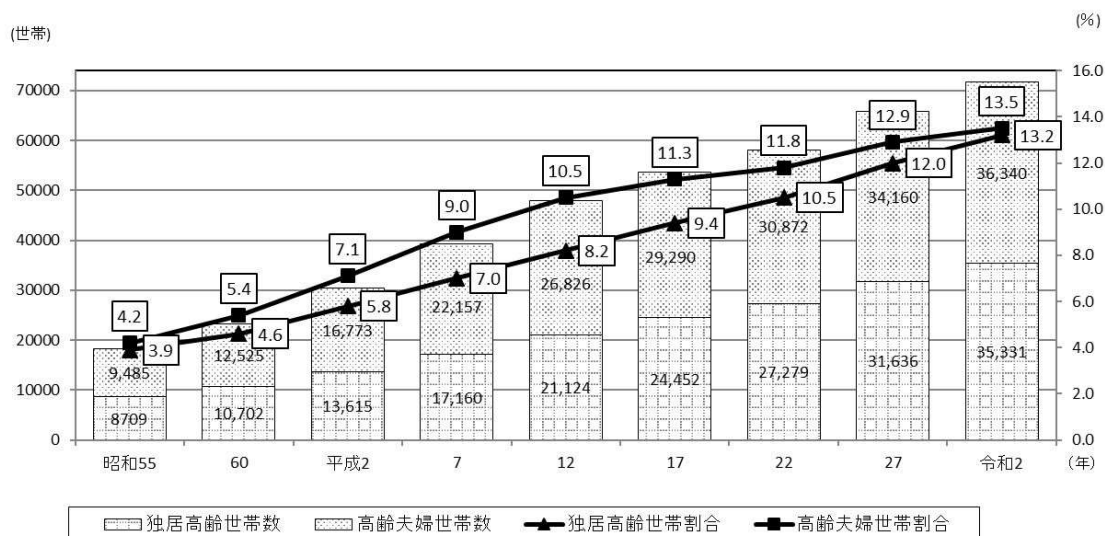
【図表10】県内人口と高齢化の将来推移(島根県)



(注) 昭和35年から令和2年の総数は年齢不詳を含む。

出典: 令和2年までは総務省「国勢調査」、令和7年以降は「島根県人口ビジョン」(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

【図表 11】独居高齢世帯及び高齢夫婦世帯の推移(島根県)



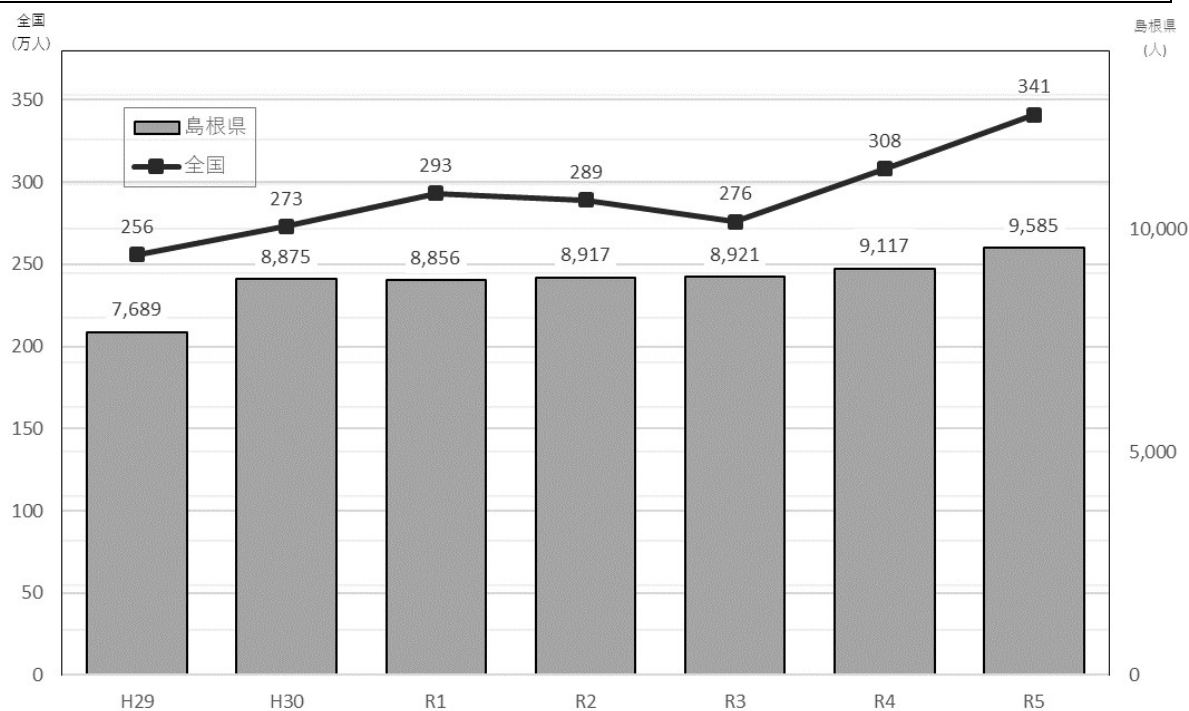
出典: 第9期島根県老人福祉計画・介護保険事業支援計画概要より作成

② 外国人住民等の増加

日本の在留外国人の人数は、令和5年度末に341万992人で、過去最高を記録しています。また、県内の外国人住民数は、平成20年のリーマンショック以降減少していましたが、経済回復に伴って、平成26年以降は増加傾向にあり、令和6年1月1日現在では9,585人となっています。【図表 12】

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、商品事故や契約トラブル等について多言語での情報提供等に取り組むことが必要です。

【図表 12】外国人住民人口の推移(島根県)



注1) 令和4年度までは12月末の数値。令和5年度からは1月1日の数値。

注2) 全国は法務省の在留外国人統計を引用

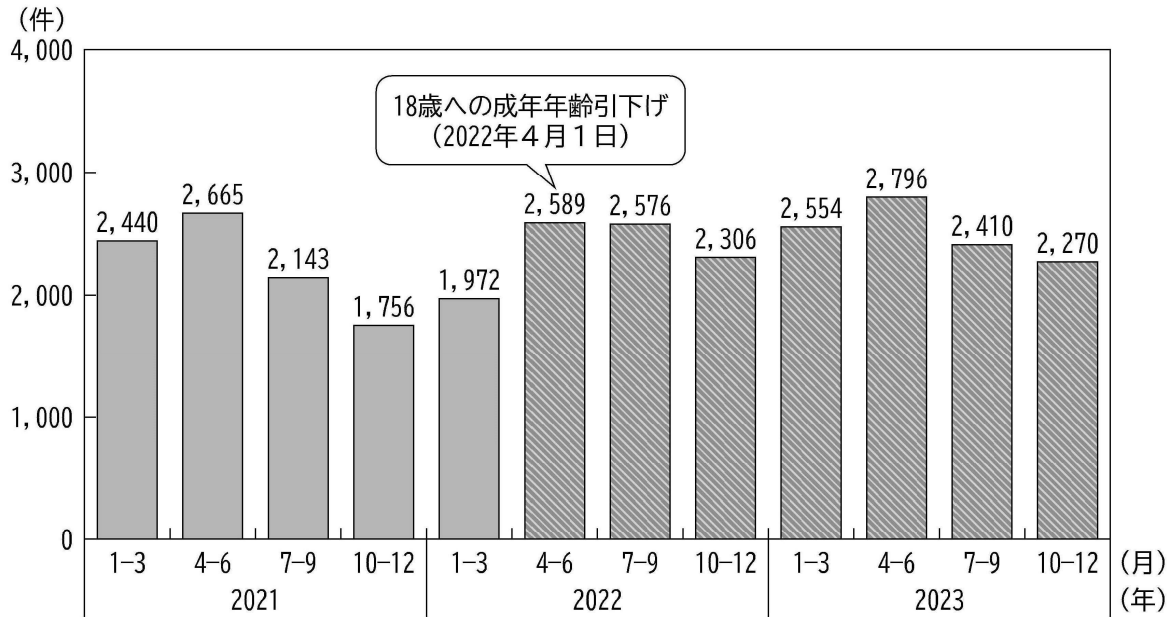
出典: 島根県文化国際課 WEB サイトより作成

(5) 成年年齢の引下げ

民法の改正により、令和4年4月に、民法の成年年齢が20歳から18歳に引下げられました。

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重要課題です。【図表 13】

【図表 13】18 歳・19 歳の消費生活相談件数の推移(四半期別)(全国)



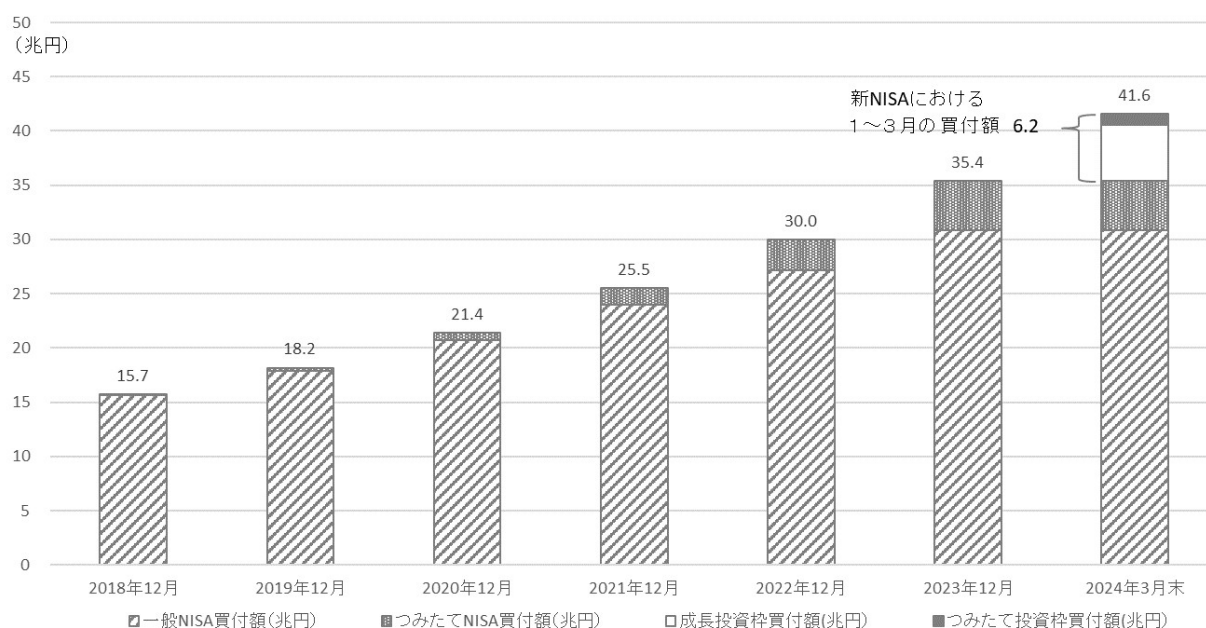
(備考) 1 PIO-NET に登録された消費生活相談情報(令和6年3月31日までの登録分)

出典:消費者庁「令和6年版消費者白書」p.30 より作成

(6) 資産形成や投資への関心の高まり

経済財政運営と改革の基本方針2023(令和5年6月16日閣議決定)では、持続的成長に貢献する「資産運用立国」を実現することとしており、令和6年1月からは「家計の安定的な資産形成」をさらに推し進めていくことを目的にNISA(少額投資非課税制度)の抜本的な拡充・恒久化が図られ、同年1月~3月の3か月の買付額として前年12月末より6.2兆円増加し、3月末時点でのNISA累計買付額は41.6兆円となり、資産形成や投資への関心が高まっています。【図表14】

【図表 14】NISA 累計買付額の内訳と推移(全国)



出典: 金融庁「NISA・ジュニア NISA 口座の利用状況に関する調査」より作成

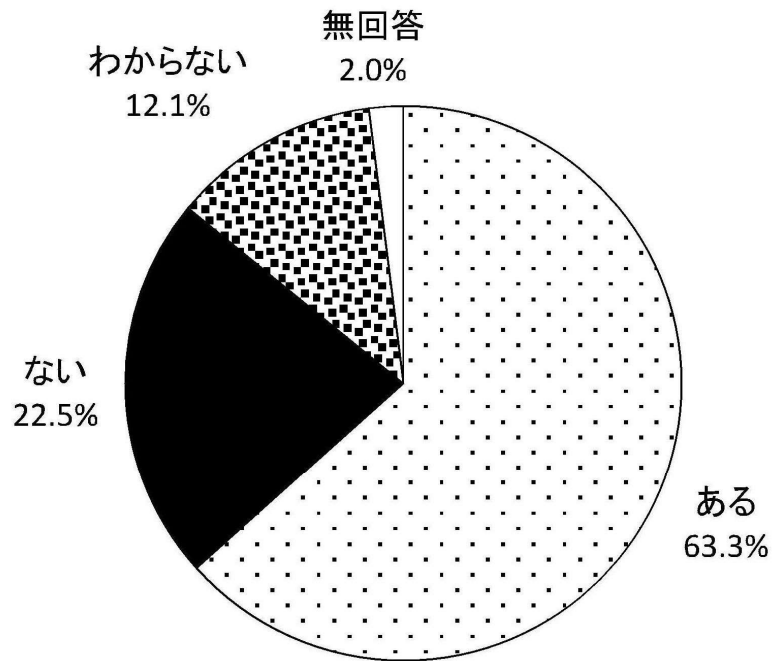
(7) 持続可能な社会の実現に向けた機運の高まり

私たちの消費は、社会の在り方を変える大きな力を持っています。

公正かつ持続可能な社会「消費者市民社会」を形成するためには、一人ひとりが自立した消費者として、環境、人や社会、地域等に配慮した消費活動「エシカル消費^{※2}」に取り組むことが必要です。

本県で実施した「令和5年度島根県政世論調査」によると、「エシカル消費」の1年以内の行動歴について、6割以上の方が行動を起こしていることが示されていますが、エシカル消費はSDGsの12番目の目標「つくる責任 つかう責任」にも深く関係しており、脱炭素の観点からも近年、ますます重要性が高まっています。【図表 15】

【図表 15】「社会や環境等に配慮した商品・サービス」の購入・利用経験の有無
(島根県)



令和5年度(n=982)

出典:「令和5年度島根県政世論調査」より作成

※2 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。

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等「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、様々な消費者問題について調査審議を行い、積極的に建議等を行うこととされています。これらの建議等は国の消費者基本計画への反映、法令の改正・執行強化等を通じて、消費者行政の推進に活かされています。

② 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、消費者教育の推進等、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」と併せ、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。

令和 2 年度には、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、消費者の安全・安心が確保される地域体制を全国的に維持・拡充することを目指した「地方消費者行政強化作戦 2020」が策定（対象期間は、令和 2～6 年度）されました。これに基づき、都道府県ごとに設定された目標の達成を支援するため、交付金等を通じた支援が実施されています。

(2) 消費者被害の防止

① 消費者事故等の情報収集及び発生・拡大防止

消費者庁及び国民生活センターでは、生命・身体に関する事故情報を収集し提供する「事故情報データベース」を運用しています。また、消費者安全法の規定に基づき通知された生命・身体被害に関する消費事故等については、重大事故の概要が公表されるほか、消費生活用製品安全法の規定に基づき報告のあった重大製品事故についても事故概要の公表が実施され、被害の拡大防止が図られています。

さらに、消費者庁では、関係省庁等が個々に公表したリコール情報を、消費者が分野横断的に確認できるよう、「消費者庁リコール情報サイト」を運用しています。

② 孤独・孤立に起因する消費者被害の防止等のための啓発及び見守り活動の推進
孤独・孤立した消費者は、周りに相談ができず、被害の拡大に結び付きやすい傾向がみられることから、消費者庁では、これらの消費者に対する地域の見守りを一層強化するため、地方公共団体における消費者トラブルを防止するための取組を支援しています。

地方においてモデルとなる事業を創出することを目的とした地方消費者行政に関する先進的モデル事業を実施し、令和5年度には、消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の設置促進、見守り活動の優良事例の収集・横展開が行われました。

（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、更に令和5年3月に変更が加えられ、令和11年度までの7年間を対象とした基本方針が定められました。令和12年はSDGsの目標年に当たることを踏まえ、消費者市民社会の実現に向けたビジョンを持った一層の取組が求められ、デジタル化の進展等の社会情勢の変化等によりきめ細やかに対応していくことが重要になることが示され、この消費者教育の推進の基本的視点として下記内容が示されました。

- ① 「教えられる」だけでなく、消費者による自ら及び相互に「学ぶ」「考える」「行動する」ことを促進
- ② 消費者の多様な特性に応じたきめ細やかな対応
- ③ デジタル化への対応
- ④ 消費者市民社会の一員としての行動を促進

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て取組を推進してきました。成年年齢引下げ後の令和4年度以降は高等学校段階のみならず、社会人も含めた若年者への切れ目のない対応として進展させ、若年者における消費者被害の状況等も踏まえつつ、本アクションプログラムに代え、令和4年度以降3年間について「成年年齢引下げ後の若年者への

消費者教育推進方針-消費者教育の実践・定着プラン-」が定められました。実践的な取組の推進・環境整備として消費者教育コーディネーターの配置促進や活動の底上げやコンテンツの充実・活用の促進を進めています。

(4) 持続可能な社会の形成とエシカル消費

「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、令和12年までの国際目標として、平成27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」、エシカル消費の普及啓発や消費者志向経営^{※3}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」等、様々な施策を推進しています。

※3 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。

(5) 国の第5期消費者基本計画における取組

① 消費者基本計画

消費者基本計画は、消費者基本法第9条に基づき、国において、消費者政策の計画的な推進を図るために定められる消費者政策の推進に関する基本的な計画です。長期的に講ずべき消費者政策の大綱や消費者政策の計画的な推進を図るために必要な事項について規定されています。

② 第5期消費者基本計画

現在、消費者庁において、第5期消費者基本計画(令和7年度から令和11年度までの5か年間)の策定に向けて、消費者や事業者の声を踏まえつつ、計画素案の策定作業が進められています。

すでに明らかにされている同計画骨子には、消費者行政のDX、デジタル化に対応した消費者教育及び消費者支援の推進、消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の施策の充実、持続可能性に配慮した商品の認証等に係る取組の

推進、デジタル取引における更なる消費者保護の推進、金融経済教育の推進等、消費者が直面する課題への取組について記載されており、県においても、同計画に位置付けられる各種施策に準じた消費者政策を推進します。

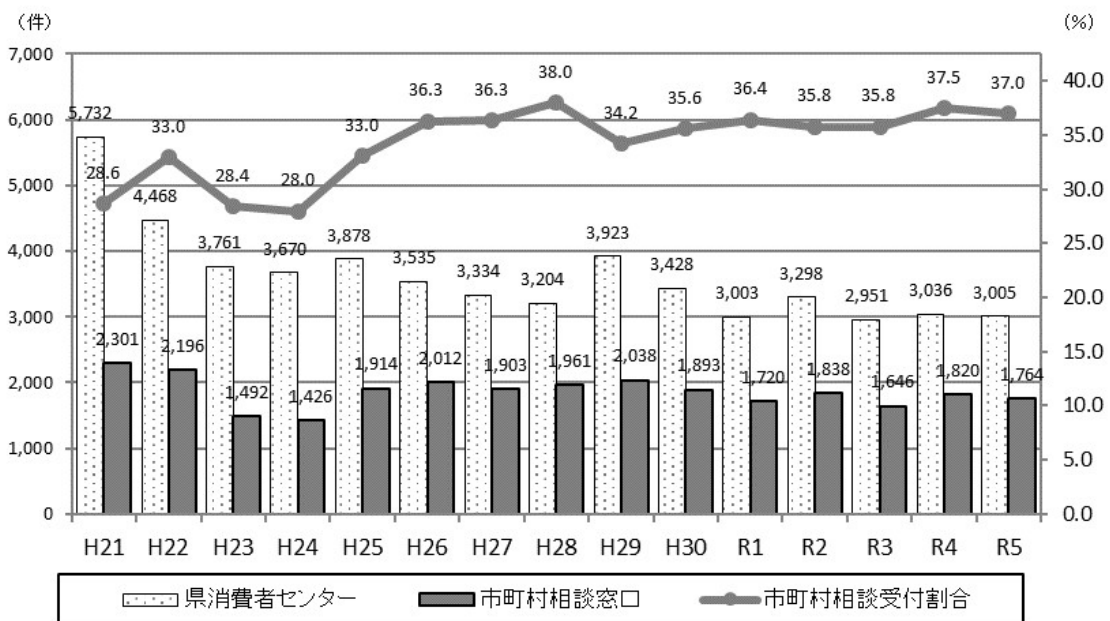
3. 島根県における消費者行政の状況

(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、ここ数年、1,800 件程度で推移し、令和 5 年度は、1,764 件となっています。【図表 16】

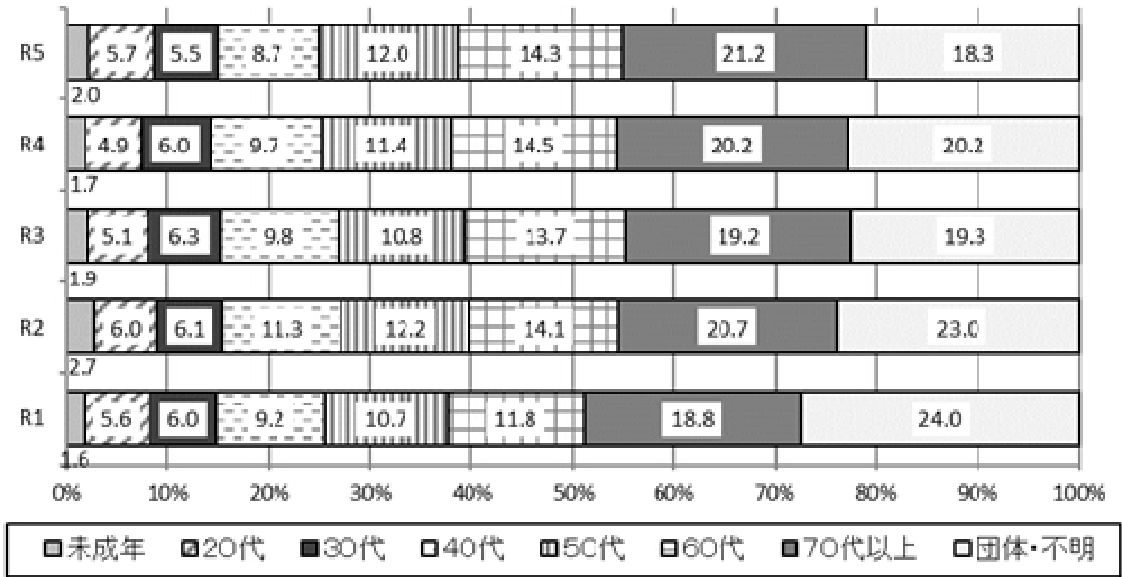
【図表 16】相談件数の推移（県消費者センター・市町村相談窓口受付分）



出典：島根県環境生活総務課消費とくらしの安全室

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 歳以上の契約者に関する相談件数の割合が高く、ここ数年は全体の約 4 割を占めています。【図表 17】

【図表 17】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

各年代別の苦情相談内容（令和5年度県消費者センター受付分）をみると、未成年者では、インターネットゲームの課金に関するもの、20歳代、30歳代では、副業関連トラブルや賃貸アパート契約、60歳以降では、光ファイバーや電気の契約に関するものが多く、また、幅広い年代で健康食品や化粧品の定期購入関連の相談が多く寄せられています。【図表 18】

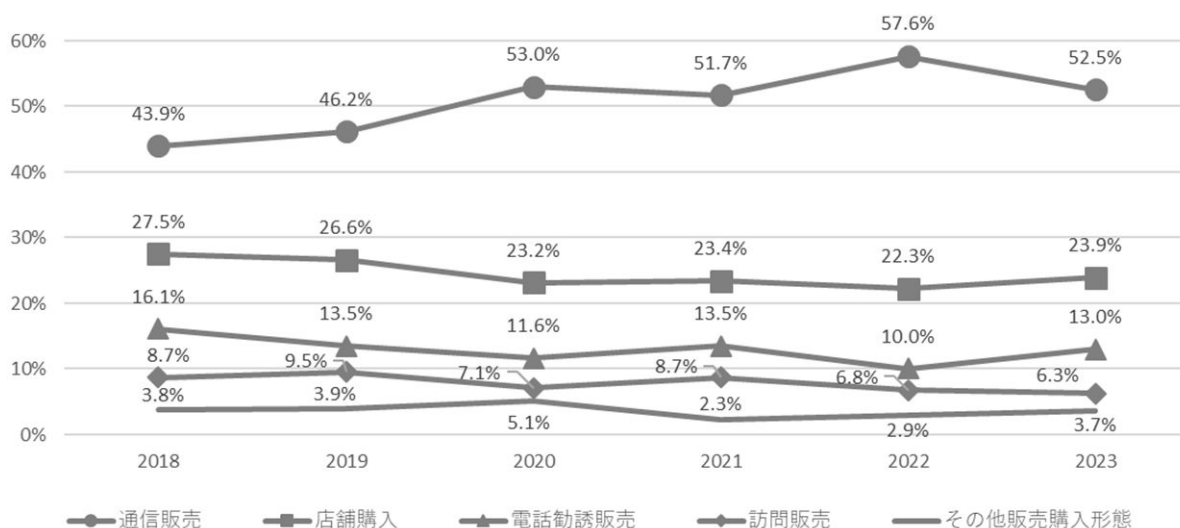
また、県消費者センターに寄せられた苦情相談件数の割合でみると、販売購入形態が判明したもののうち、通信販売をきっかけにしたトラブルが、全体の半数程度となっています。【図表 19】

【図表 18】令和5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

(件)		(件)		(件)	
未成年者(0歳~17歳)		20歳代		30歳代	
1	インターネットゲーム	1	脱毛エステ	1	商品一般
2	商品一般	2	他の内職・副業	2	他の内職・副業
3	アダルト情報	3	商品一般	3	役務その他サービス
4	乳液	4	電気	4	他の健康食品
		5	ビジネス教室	5	ミネラルウォーター
		5	他の娯楽等情報配信サービス	5	他の玩具・遊具
(件)		(件)		(件)	
18歳・19歳		20歳代		30歳代	
1	商品一般	5	出会い系サイト・アプリ	5	賃貸アパート
1	他の健康食品	5	役務その他サービス	5	携帯電話サービス
3	スマートフォン	9	賃貸アパート	5	出会い系サイト・アプリ
3	電話関連機器・用品	9	修理サービス	10	四輪自動車
3	オートバイ	9	フリーローン・サラ金	10	借家
3	金融関連サービスその他	9	光ファイバー	10	外国為替証拠金取引
				10	フリーローン・サラ金
(件)		(件)		(件)	
40歳代		50歳代		60歳代	
1	商品一般	1	商品一般	1	商品一般
2	他の健康食品	2	賃貸アパート	2	役務その他サービス
3	賃貸アパート	3	他の健康食品	3	他の健康食品
3	フリーローン・サラ金	4	フリーローン・サラ金	3	光ファイバー
5	スマートフォン	5	化粧品	5	養毛剤
5	出会い系サイト・アプリ	5	携帯電話サービス	6	電気
5	他の内職・副業	5	相談その他	7	化粧クリーム
8	普通・小型自動車	8	歯磨き粉	8	携帯電話サービス
8	モバイルデータ通信	8	電子タバコ	8	他の行政サービス
10	シャンプー	8	役務その他サービス	10	アダルト情報
10	養毛剤	11	乳液	11	乳液
10	電子タバコ	11	金融関連サービスその他	11	修理サービス
10	歯科治療	11	映像配信サービス	11	フリーローン・サラ金
10	役務その他サービス				
(件)		(件)		(件)	
				70歳以上	
				1	商品一般
				2	他の健康食品
				3	携帯電話サービス
				4	電気
				4	金融関連サービスその他
				6	光ファイバー
				7	乳液
				7	電気温水器
				7	役務その他サービス
				10	化粧品
				10	修理サービス
				12	養毛剤
				12	固定電話サービス

出典：鳥根県環境生活総務課消費とくらしの安全室

【図表 19】販売購入形態別件数の割合



出典：島根県環境生活総務課消費とくらしの安全室

(2) 県の消費者行政事業の状況

① 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、職域等のライフステージに応じた様々な教育の場を活用して、効果的に消費者教育を行っていくこととともに、それぞれのライフステージにおける消費者教育のイメージが消費者教育の担い手において共有され、消費者の継続的学びと考える力の獲得を支援することが重要です。

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。

「島根県消費者教育外部人材活用講師派遣事業」では、学校において実践的な消費者教育を推進することで、若年者の消費者被害を防止し、社会の一員として自主的かつ合理的に行動する自立した消費者の育成を目的に、弁護士等を派遣し出前授業を実施しています。

また、「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。

さらに、中学校2年生を対象に教材の作成・配布を行っています。

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「消費者リーダー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。

② 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、NPO 法人消費者ネットしまねが適格消費者団体^{※4}の認定を目指して、県内の消費者団体のネットワーク化に取り組むとともに、学習交流会の開催、消費者教育の推進、事業者への申し入れ活動に取り組んでおり、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等を支援しています。

※4 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であり、内閣総理大臣の認定を受けた団体のことです。

③ 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、フェイスブックやエックス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等を集中的に行っています。

④ 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。また、県内全ての市において消費生活センター^{※5}が設置され、令和6年4月1日現在、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20】

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。

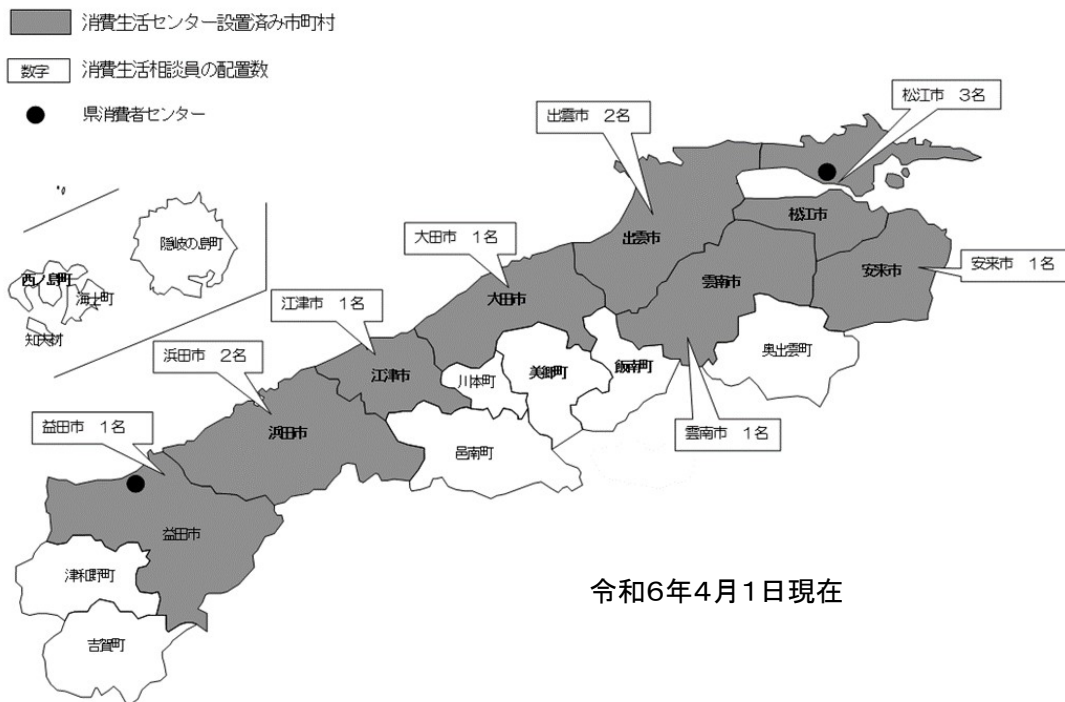
また、県内における消費生活相談員の人材確保を支援するため、「島根県消費生活相談員人材バンク」を設置し、市町村及び県の消費生活相談員として勤務を希望される有資格者等の把握、登録及び市町村等への人材情報の提供を行っています。【図表 21】

※5 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」として公表することができます。

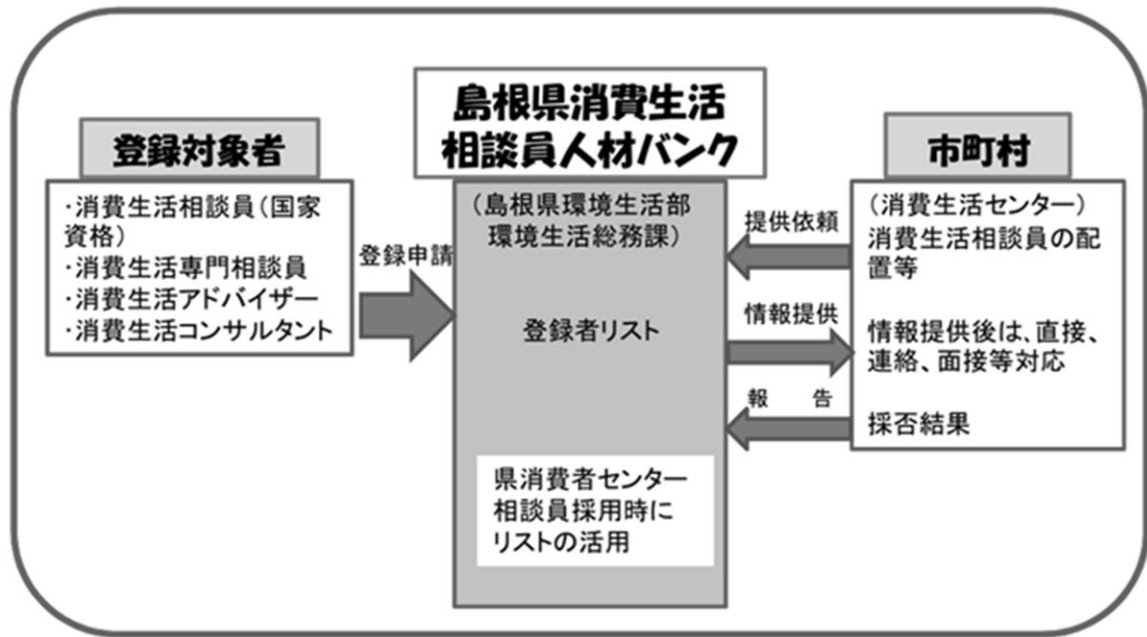
- (1) 消費生活相談について専門的な知識及び経験を有する者を配置していること
- (2) 電子情報処理組織その他の設備(PIO-NET:全国の消費生活センター等をネットワークで結び、全国の相談内容を共有できるシステム)を備えていること
- (3) 1週間に4日以上相談窓口を開所していること

【図表 20】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

【図表 21】人材バンク解説図



出典：島根県環境生活総務課消費とくらしの安全室

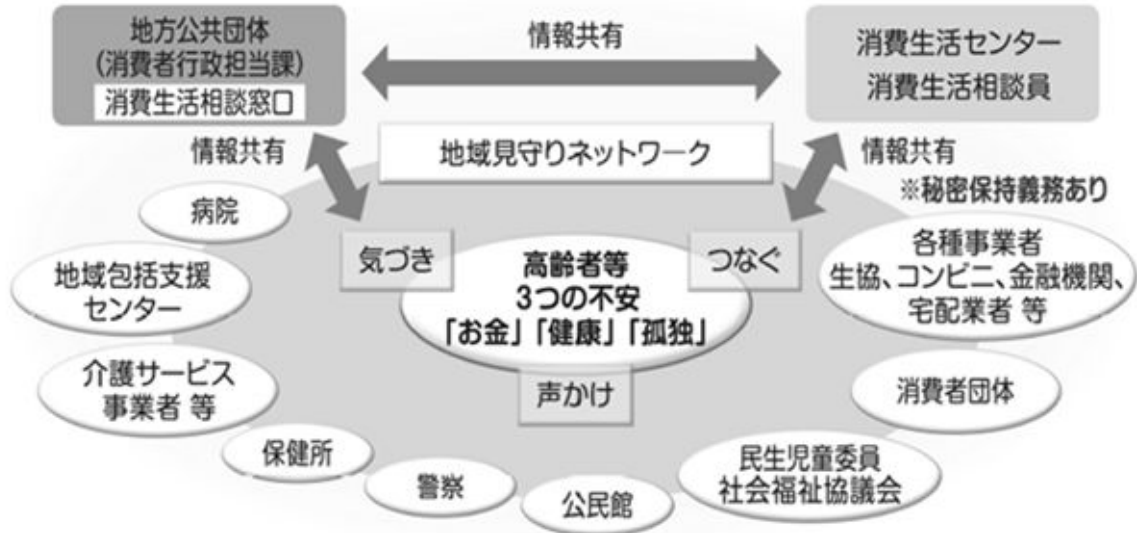
⑤ 地域見守りネットワークの構築支援

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、医療や福祉等、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。

【図表 22】

市町村における地域見守りネットワークの設置促進のため、巡回訪問を通じて意義や設置・運営のポイント説明、先進事例の紹介等を行い、令和 6 年 7 月末で、8 市 6 町 1 村で設置されています。

【図表 22】 地域見守りネットワークの連携のイメージ



出典：島根県環境生活総務課消費とくらしの安全室

⑥ 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。

⑦ 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等があります。

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、令和元年度から令和5年度までの間に特定商取引法に基づく行政指導等を4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、令和元年度から令和5年度までの間に景品表示法に基づく行政指導を55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。

4. 消費生活に関する県民意識の概要

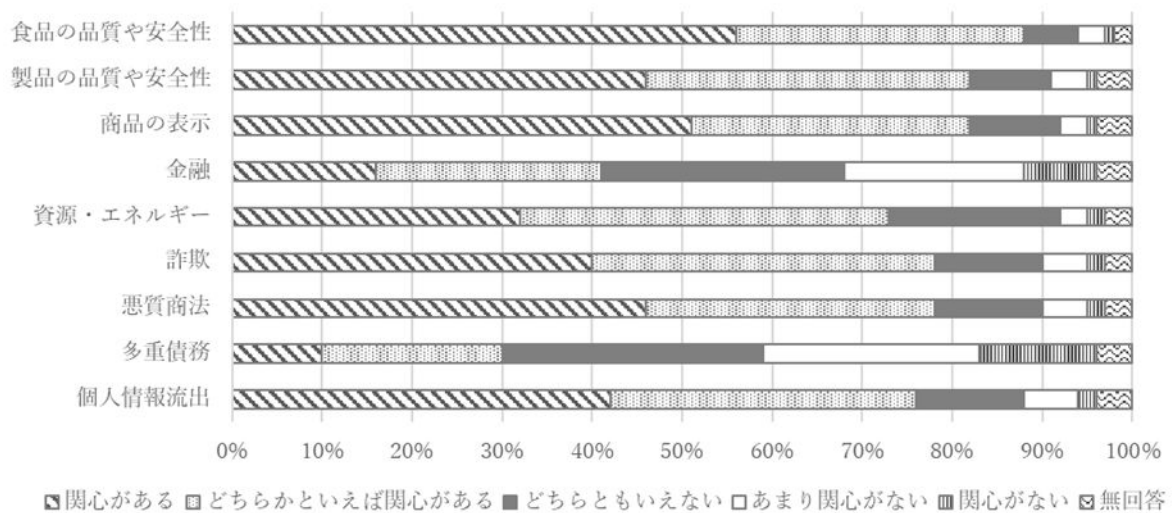
県では、県民からの多様な意見や要望を踏まえた効果的な消費者施策の推進を図るために、島根県消費者意識基本調査を実施しました。調査結果の概要は次のとおりです。

【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 郵送法（郵送による調査票の配布・回収）
- ・ 調査時期 令和 4 年 11 月～12 月
- ・ 有効回答数 1,114 人（有効回答率 55.7%）

① 特に関心の高い消費者問題は、食品の安全性、商品の表示、製品の品質や安全性
 様々な消費者問題への関心度について調査したところ、「食品の安全性」、「商品の表示」、「製品の品質や安全性」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「悪質商法」、「詐欺」、「個人情報流出」、「資源・エネルギー」も関心が高くなっています。【図表 23】

【図表 23】消費者問題への関心度

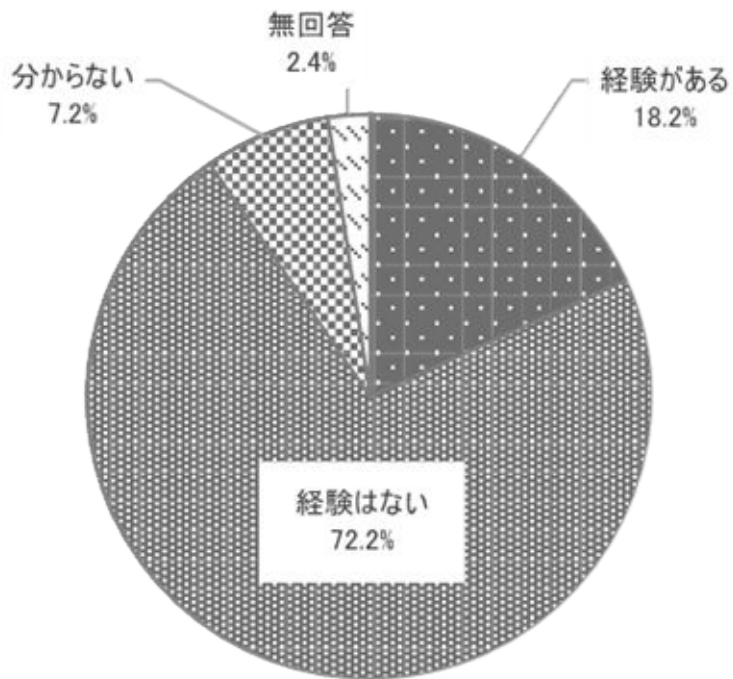


出典：島根県「令和4年度島根県消費者意識基本調査」より作成

② 消費者トラブルを経験したことのある人のうち、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

購入した商品や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、2 割弱の方が「経験がある」と回答しており、具体的な消費者トラブルの内容としては、「製品の品質や安全性」、「販売方法」が多くなっています。【図表 24】【図表 25】

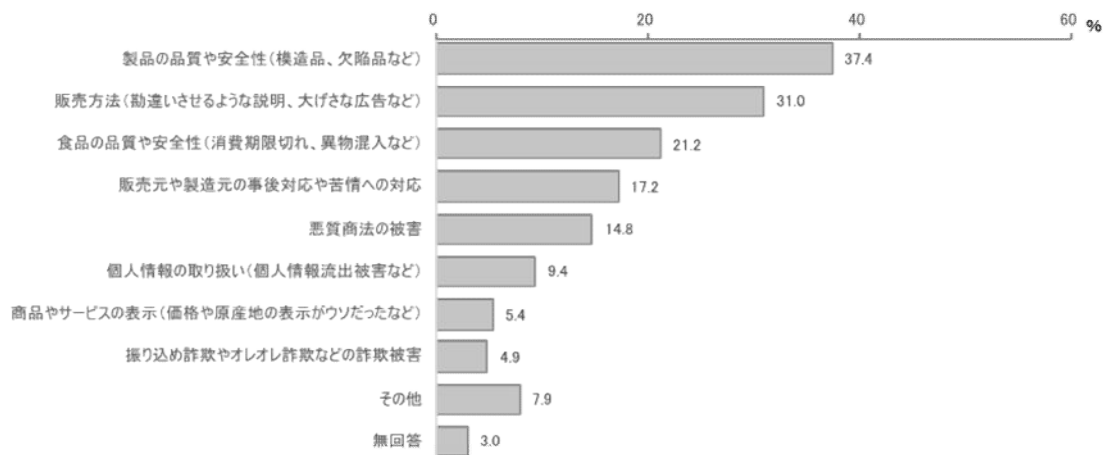
【図表 24】消費者トラブルの経験の有無(家族が被害に遭った場合も含む)



(N=1,114)

出典：島根県「令和4年度島根県消費者意識基本調査」より作成

【図表 25】経験した消費者トラブルの内容



(N=203)

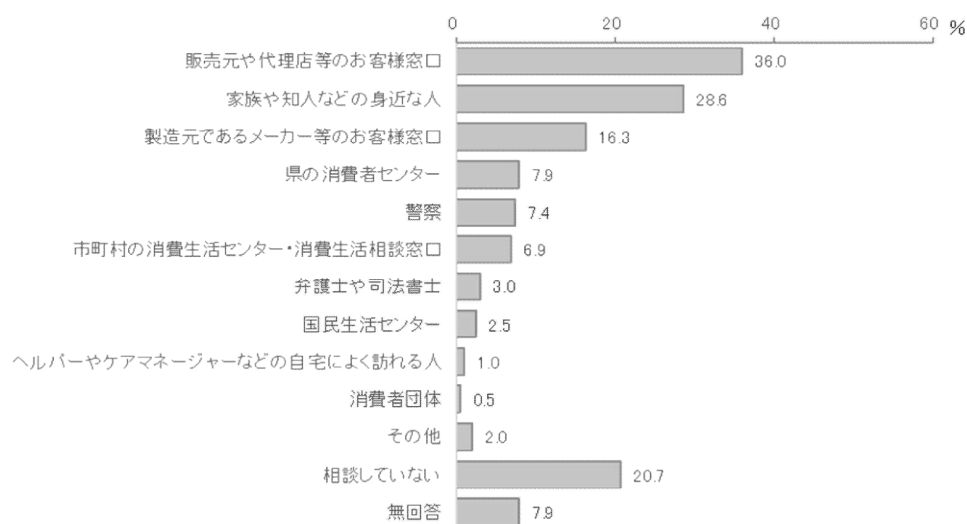
出典：島根県「令和4年度島根県消費者意識基本調査」より作成

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「販売元や代理店等のお客様窓口」が36.0%と最も多く、以下「家族や知人などの身

近な人)、「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」は14.8%にとどまっています。【図表 26】

【図表 26】消費者トラブルの経験のある人のうち、相談した相手方



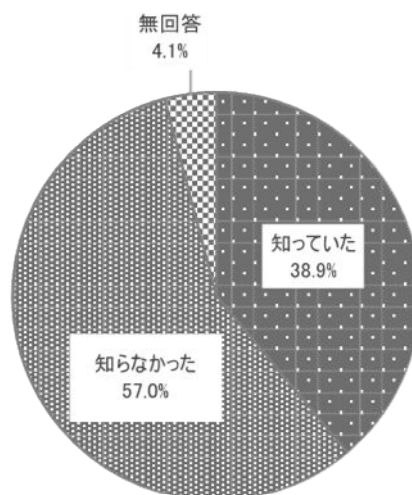
(N=203)

出典：島根県「令和4年度島根県消費者意識基本調査」より作成

③ 消費者ホットライン188の認知度は約4割

「消費者ホットライン（188）」の認知度については、名前を「知らなかった」は57.0%（635件）で、「知っていた」38.9%（433件）を上回っている。【図表 27】

【図表 27】消費者ホットライン188の認知度



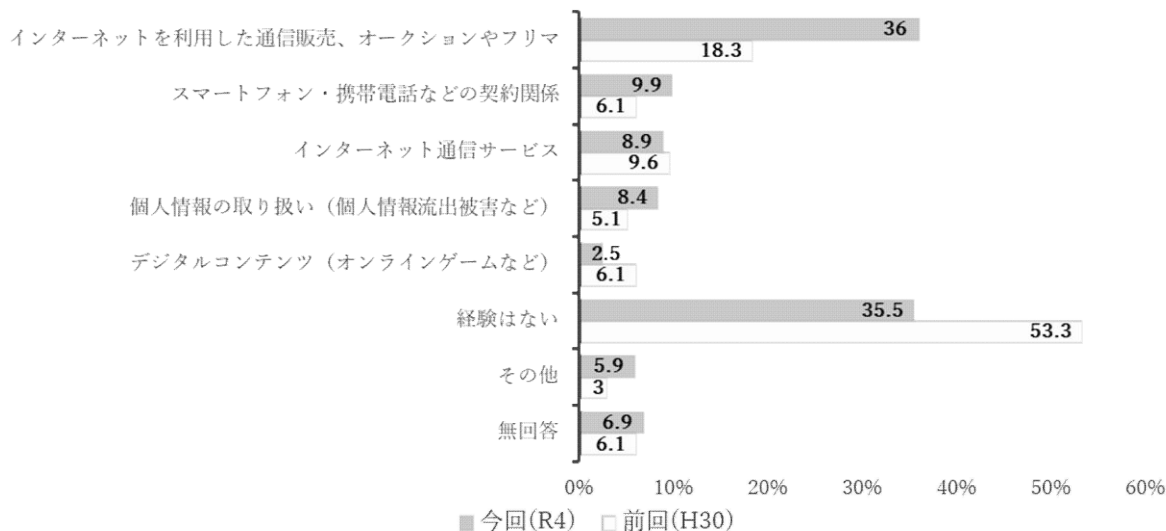
(N=1,114)

出典：島根県「令和4年度島根県消費者意識基本調査」より作成

④ 通信販売、フリマサイト、オークションサイト等インターネットに関する消費者トラブルの経験の割合が倍増

インターネットに関する消費者トラブルの経験者が増加傾向。通信販売、フリマ、オークションのトラブルはほぼ倍増している。【図表 28】

【図表 28】情報通信分野(特にインターネット)に関する消費者トラブルの経験

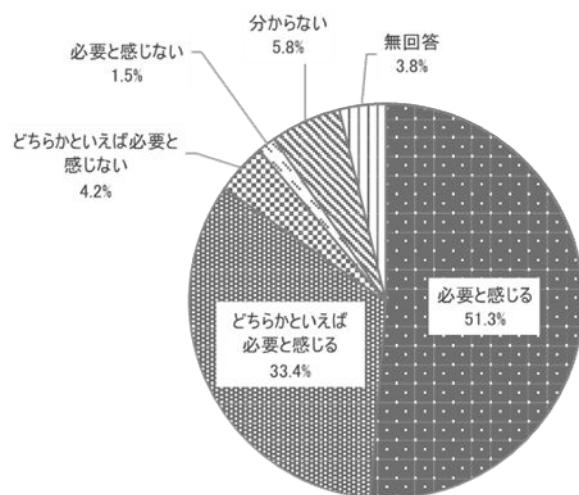


出典: 島根県「令和4年度島根県消費者意識基本調査」より作成

⑤ 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等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 51.3%、「どちらかといえば必要と感じる」は 33.4%で8割以上の方が必要と感じています。【図表 29】

【図表 29】地域における高齢者や障がい者の見守り活動の必要性



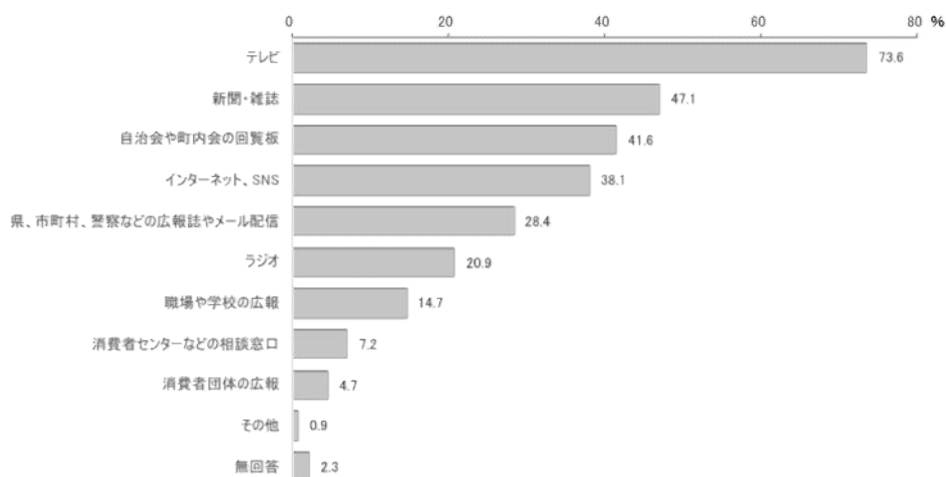
(N=1,114)

出典: 島根県「令和4年度島根県消費者意識基本調査」より作成

⑥ 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73.6%と最も多く、以下「新聞・雑誌」47.1%、「自治会や町内会の回覧板」41.6%と続いています。4番目が「インターネット、SNS」38.1%で前回調査（H30）より大きく伸びています。【図表 30】

【図表 30】県消費者センターによる情報発信の効果的な手段



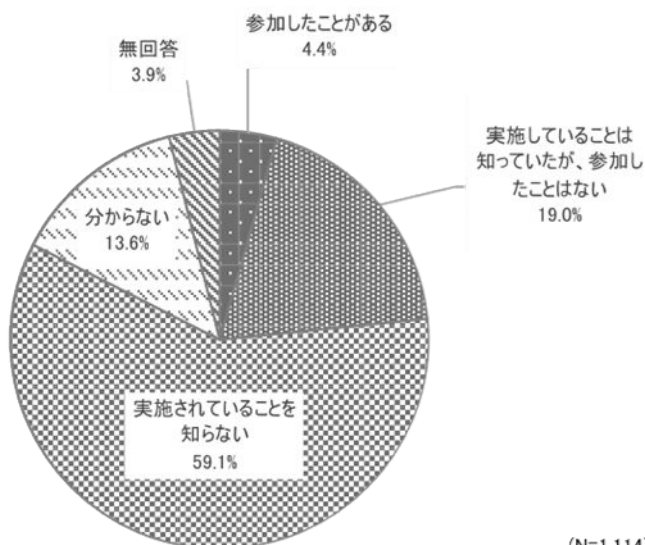
(N=1,114)

出典：島根県「令和4年度島根県消費者意識基本調査」より作成

⑦ 消費者教育の講座等が実施されていることを知らない人が約6割

消費者教育・啓発について講座、授業や研修会が「実施されていることを知らない」が約6割となっている。【図表 31】

【図表 31】最近4年間における消費者教育・啓発についての経験

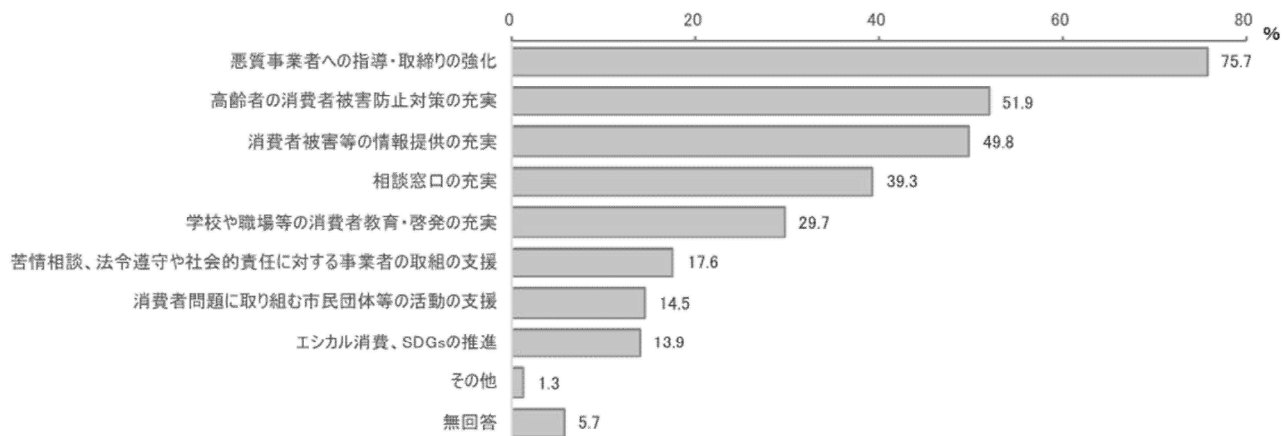


(N=1,114)

出典：島根県「令和4年度島根県消費者意識基本調査」より作成

⑧ 行政に対して望むことは主に、悪質事業者への指導・取締りの強化、高齢者の消費者被害防止対策の充実、消費者被害等の情報提供の充実、相談窓口の充実【図表 32】

【図表 32】行政に対して望むこと



(N=1,114)

出典：島根県「令和4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

消費者教育は、消費生活に関する知識を習得し、適切な行動に結び付けることができる実践的な能力を育むために、また、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消費者の育成を目指し、行われるものです。

そのためには、学校、地域、家庭、職域等ライフステージに応じた様々な教育の場を活用して、効果的な消費者教育を行っていくことが重要です。

早期の段階では、民法の成年年齢の引下げに伴い、18歳、19歳が契約主体者となりうることから、自ら主体的に判断し、責任を持って行動できるよう実践的な消費者教育を確実に行うことが求められています。

このことから学校教育では、県・市町村教育委員会、私立学校、大学等関係教育機関やその他関係機関と緊密に連携した消費者教育の実施が必要です。

また、島根県消費者意識基本調査では、約6割の人が消費者教育・啓発講座や研修会について「実施されていることを知らない」と回答しています。

このことから社会教育においても、地域住民に消費者教育の機会を提供できるようその周知に取り組むとともに、消費者教育の担い手を育成・活用していくことが必要です。

あわせてNPO法人消費者ネットしまね、市町の消費者問題研究会、消費生活協同組合などの消費者団体が行っている普及・啓発や消費者リーダー等の住民自身が行う普及・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。

(2) 消費生活相談体制の充実と消費生活相談のデジタル化の推進

消費者問題の多様化・複雑化が進む中であって、消費者からの相談に迅速・的確に対応するためには、相談者からの寄せられる消費者トラブルの問題点を整理し、解決に導く幅広い知識をもって相談事案に対処していく必要があります。

さらに、単に事案の処理だけでなく、相談者に対し、次のトラブルに遭わないための助言も併せて行うことも求められます。事案への対処と消費者啓発の両輪で消費者トラブルの減少につなげられるよう、相談員のスキルアップに努めていくことが必要です。

このため、県消費者センター相談体制の充実策として、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、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。

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、県消費者センターの相談員と町村の担当職員と連携しながら、相談に対応する体制の強化を図るとともに、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。

さらに、現在、消費者庁及び国民生活センターにおいては、これまでの消費生活相談をめぐる様々な課題をデジタル化によって解決することをめざし、令和8年10月からの全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）の新システム化に向けた準備が進められています。県消費者センターとしても、現行PIO-NETの新システム化に対応するとともに、業務面の効率化や県民サービスの向上に向けた相談員スキルアップ等に取り組むことが必要です。さらに、県内の市の消費生活センターにおいても、同様の対応が求められることから、情報提供等により支援します。

(3) 消費者被害の未然防止・拡大防止

① 高齢者及び障がい者への見守り活動の推進

本県は、全国においても高齢化率が高く、高齢化や世帯の単身化の進行により、家族や地域の中で身近に相談できる人がいない場合消費者トラブルに巻き込まれやすいだけでなく、被害が拡大・深刻化することも懸念されます。

加えて島根県消費者意識基本調査では、県民の8割以上が「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、本人や家族等に対しての注意喚起や啓発等に加え、地域の中で自治会、民生委員・児童委員、福祉団体、消費者団体、民間事業者、警察等が連携して見守っていく地域見守りネットワーク体制づくりの設置促進と活性化支援が必要です。

② 消費者事故等の未然防止及び表示・取引行為の適正化

島根県消費者意識基本調査では、県民の約8割が「製品の品質や安全性」、「商品の表示」、「悪質商法・詐欺」に関心があると回答しています。

消費者事故等の情報や、消費生活用製品のリコール情報、悪質商法や特殊詐欺の手口等の情報を、新聞・テレビ・インターネット等の様々な情報発信手段を活用して、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。

第3章 計画の目的と基本理念

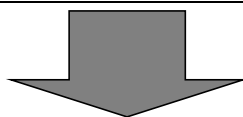
1. 計画の目的

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	<h2>県民の消費生活の安定及び向上を確保する</h2>
--------	------------------------------

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

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や消費者リーダーによる消費者啓発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。

さらに、持続可能な社会の実現と消費者市民社会の形成のため、エシカル消費の普及と行動促進に努めます。

- | | |
|-----|-----------------------|
| 施策① | ライフステージに応じた消費者教育の推進 |
| 施策② | 地域における消費者教育の担い手育成・活用 |
| 施策③ | 環境や社会に配慮したエシカル消費の行動促進 |
| 施策④ | 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消費生活のデジタル化の広がり等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⑤ | 県消費者センターの充実と消費生活相談のデジタル化の推進 |
| 施策⑥ | 市町村相談体制の充実に向けた支援 |

(3) 基本方針Ⅲ 消費者被害の未然防止・拡大防止

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⑦ | 地域見守りネットワークの活性化 |
| 施策⑧ | 消費者事故等の未然防止・拡大防止 |
| 施策⑨ | 規格・表示、取引行為の適正化 |

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。

消費者は、自ら進んでその消費生活に関して、必要な知識を修得し、必要な情報を収集する等、自主的かつ合理的な行動に努めていく必要があります。そのため「消費者の自立」を測る全体指標として『表示や説明を十分確認し、その内容を理解したうえで商品やサービスを選択することを心がけている人の割合』を今計画で新たに設定します。

目標値については、令和元年度に国が実施した「消費者意識基本調査」によると、同様の問いに対して「かなり心がけている」「ある程度心掛けている」と回答した割合が76.1%だったことから、80%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、『消費生活相談窓口または消費者ホットライン^{い や や}188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、90%以上に設定しました。

エシカル消費や持続可能なライフスタイルへの理解が促進されることは、消費者市民社会の形成に向けたものとして位置付けられる重要なものです。そのため、『社会や環境等に配慮した商品・サービスを選択する行動（エシカル消費）をとったことがある人の割合』を設定します。

目標値については、第5期と同じく、80%に設定しました。

これらの数値は、県が実施する島根県政世論調査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(R5)	目標(R11)
表示や説明を十分確認し、その内容を理解したうえで商品やサービスを選択することを心がけている人の割合	80%	—	80%
消費生活相談窓口または消費者ホットライン ^{い や や} 188の認知度	100%	87.5%	90%
社会や環境等に配慮した商品・サービスを選択する行動（エシカル消費）をとったことがある人の割合	80%	63.3%	80%

※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 ライフステージに応じた消費者教育の推進

消費生活に関する知識を習得し、適切な行動に結び付けることができる自立した消費者の育成に加え、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消費者の育成を目指し、県では、年齢や性別等の消費者の特性に配慮するとともに、その手法についてはメディアの特性や対象となる年齢層を踏まえ、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・一体的に行います。

学校教育においては消費者教育コーディネーターを中心に、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。あわせて外部講師の選定・派遣においては、弁護士会、司法書士会、金融経済教育推進機構、消費者団体、事業者団体等の関係団体と連携します。

また、社会教育においては、地域住民に消費者教育の機会を提供できるよう消費者教育・啓発講座等の周知に取り組むとともに、最新の消費生活情報の提供や啓発冊子の配布等を行います。

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

教育委員会等と連携しながら、法律専門家（弁護士、司法書士等）を外部講師として活用するよう学校やPTAに働きかけます。これらを通じて、学校及び家庭において、児童、生徒の発達段階に応じた消費者教育が行われるように支援します。

② 大学・専門学校等における消費者教育

県消費者センター等による消費者問題出前講座や金融経済教育推進機構による金融講座、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

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、最新の消費生活情報の提供や啓発冊子の配布を行うなど消費者リーダー活動等を支援し、連携して地域の消費者教育を推進します。

(3) 職域における消費者教育の推進

事業者が実施する社員研修に県消費者センター等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) 金融教育

金融教育は、県民一人一人、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、金融経済教育推進機構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(R5)	目標(R11)
消費者問題出前講座の開催回数	170回	75回	110回

【事務事業】

事業名	事業内容	担当課
消費者教育外部人材活用講師派遣事業	県内の学校等に実務経験者(弁護士、司法書士等)を講師として派遣し、教員とのチームティーチングによる出前講座を行います。	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を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
エンカル消費の普及(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
金融経済教育推進機構事務	県民が健全で合理的な家計運営を実現できるように、金融経済教育推進機構と連携して、金融に関する広報および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、教科横断的な視点に立って資質・能力を育成することができるよう、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	教育指導課

	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。	
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、食品ロス削減を目標とした「てまえどり」への取組みの呼びかけ、さらに、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会等を実施し、高齢者の被害防止活動を図ります。	警察本部生活安全企画課

施策② 地域における消費者教育の担い手育成・活用

県では消費者団体等への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を実施します。

また、NPO 法人消費者ネットしまねの適格消費者団体認定に向けた活動を支援します。さらに、同法人と連携・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。

あわせて地域で活躍する消費者リーダーの資質向上のため、消費者リーダーレベルアップ研修会を実施するとともに、最新の消費生活情報等の提供を通じて、消費者リーダーによる主体的活動を支援します。

【個別指標】

指 標 名	前期目標値	現状(R5)	目標(R11)
県と民間の消費者行政事業協働件数	20 件	16 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、主体的活動を支援します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
消費者リーダーレベルアップ講座（消費者リーダー活動支援事業）	消費者リーダー育成事業修了者等を対象とし、法改正や具体的事例等を学び、消費者リーダーとしての資質向上を目的として講座を開催します。	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	NPO 法人消費者ネットしまねの自立的、持続的活動と適格消費者団体への認定を支援するとともに、同法人と連携・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 環境や社会に配慮したエシカル消費の行動促進

県では、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うとともに、県内消費者団体等への委託事業を通じて、エシカル消費の普及に努めます。

【個別指標】

指標名	前期目標値	現状(R5)	目標(R11)
社会や環境等に配慮した商品・サービスを選択する行動（エシカル消費）をとったことがある人の割合【再掲】	80%	63.3%	80%

【事務事業】

事業名	事業内容	担当課
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）【再掲】	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
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）【再掲】	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
エコライフ推進事業【再掲】	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、食品ロス削減を目標とした「てまえどり」への取組みの呼びかけ、さらに、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

施策④ 消費生活情報の発信

県では、通信販売による定期購入トラブルや、SNS広告から契約した副業トラブル等を未然に防ぐための情報や、フィッシングメールによる架空請求や、パソコン上に表示させた偽の警告画面により不必要なサポート費用を請求するなどの詐欺的な手口に関する情報等を、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。あわせて、地域イベント等への啓発ブースの出展等幅広い消費者教育の場の提供を行います。

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(R5)	目標(R11)
消費生活に関する情報の提供回数	600回	713回	600回

※テレビ、新聞、ラジオ、SNSによる情報提供回数

【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、青少年の非行・被害防止や相談窓口等の普及・周知を図る広報啓発活動に取り組みます。	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⑤ 県消費者センターの充実と消費生活相談のデジタル化の推進

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、現在、消費者庁を中心に、消費生活相談のデジタル化に向けた準備が進められています。多様化・複雑化する消費者問題に迅速かつ的確に対応していくため、相談員向けの支援機能を備えた新システムが導入される予定であり、このシステムを円滑に活用できるよう、相談員にシステムに習熟するための研修機会を提供します。

さらに、個人情報保護や、多重債務やギャンブル等依存症に関する相談に関しては、庁内関係課や他の相談機関等と連携し、適切な対応に努めます。

【個別指標】

指標名	前期目標値	現状(R5)	目標(R11)
消費者相談のあっせん時解決率	91.0%	92.2%	93.0%

※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
消費生活相談のデジタル化の推進	全国消費生活情報ネットワークシステムの新システム化に対応するための準備を進めます。また、新システムへの円滑な活用のため、国等が実施する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
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 文化国際課
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
WEB相談の実施	電話での相談を望まない方や、24時間いつでも相談が受けられる体制を構築するためWEBによる相談を受け付けます。	環境生活総務課消費とくらしの安全室
事業者との意見交換	生命保険意見交換会、電通通信消費者支援連絡会、LP ガス懇談会等をはじめ、島根県消費者セン	環境生活総務課消費とくらしの安全室

	ターに訪問する各種事業者との意見交換を通じて、事業者に対し消費者保護への理解を求めます。	
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
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サイバー犯罪対策課が連絡を密にし、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	個人情報の保護に関する法律に基づき、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⑥ 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、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を財源とした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・巡回訪問の実施のほか、市町村相談専用ダイヤルによる相談対応への支援、消費生活センター未設置町村との事例検討会の実施などにより、市町村の相談業務への技術的支援を行います。

また、令和8年10月からの新たな全国消費生活情報ネットワークシステムの導入・運用が各市の消費生活センターにおいて円滑に進むよう、情報提供や技術的な支援を行います。

さらに、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(R5)	目標(R11)
市町村相談専用ダイヤルによる経由相談数	—	—	80件

【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
市町村相談専用ダイヤルの設置	市町村が直接受け付けた相談への対応を支援するため、市町村相談専用ダイヤルを設置し、指定消費生活相談員が技術的な助言を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
消費生活相談のデジタル化に向けた支援	県内の消費生活センター等において全国消費生活情報ネットワークシステムの新システム化が円滑に進められるよう、必要な支援を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室

消費生活センター未設置町村との事例検討会	消費生活センター未設置町村の消費生活相談窓口と県消費者センターの連携を密にし、各町村においても質の高い相談対応が可能なるよう、事例検討会を実施します。	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 消費者被害の未然防止・拡大防止》

施策⑦ 地域見守りネットワークの活性化

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」の設置を市町村に働きかけるとともに、設置済の市町村に対しては、活動の活性化に必要な支援を行います。

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(R5)	目標(R11)
地域見守りネットワーク(消費者安全確保地域協議会)の研修受講回数	—	—	19回

【事務事業】

事業名	事業内容	担当課
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)の設置促進及び活性化支援	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)」の設置促進と活性化支援を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
消費者啓発推進事業【再掲】	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
個別訪問等による被害防止広報・啓発	警察官による戸別訪問活動の際に、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。	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	地域福祉課

	事業を実施し、県民の福祉活動への参加を促進します。	
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が送れるよう、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、「生涯現役の健康長寿のまちづくり」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⑧ 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、感染症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(R5)	目標(R11)
消費者事故に関する情報提供回数	—	—	120回
【施策④個別指標の内数】			

【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切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	食品営業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の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。	産地支援課

施策⑨ 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、市町村の相談窓口へ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行政指導等を実施します。

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みます。

さらに、庁内の表示等に関わる法令担当課と情報共有を図り、行政指導等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(R5)	目標(R11)
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	28件	31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、価格等の誤認を招く表示を行うことを規制するとともに、違反事業者に対して指導、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に対して指導・監督します。 また、県内で取引証明に使用される計量器の検定・検査を行い正確な計量器の供給を図ると共に、立入検査により事業者が適正な計量を行うよう指導します。	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、割賦販売業の適正な運用と取引の健全な発展を図るとともに、購入者及び役務の提供を受ける者の利益を保護します。	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ついて登録を行い、登録事業者への立入検査の実施等により、貸金業の適正な運用の確保及び資金需要者の利益の保護を図ります。	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。	警察本部生活安全企画課

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、NPO 法人消費者ネットしまね、消費生活協同組合や消費者問題研究協議会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・事業者団体との連携

事業者・事業者団体へ、消費者と「共創・協働」して「社会価値」を向上させる「消費者志向経営」の理解・促進に努めていきます。

また、消費者からの信頼を確保するため、事業者や事業者団体との意見交換の

場等を通じ、事業者には消費者法等の遵守と、苦情処理体制の一層の充実を求めていきます。

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。