

第 6 期島根県消費者基本計画【最終案】の一部修正について

1. 第 2 回審議会後の状況

- ・国計画 第 5 期消費者基本計画素案 (R6 年 10 月 29 日公表)
- ・パブリックコメント (12/19~1/20) …意見なし
- ・令和 6 年度島根県政世論調査報告書 (R7 年 1 月 17 日公表) …本計画全体指標の調査結果が公表

2. 計画一部修正案

第 2 回島根県消費生活審議会時点の素案	修正後
<p>第 2 章 消費生活をめぐる現状と課題</p> <p>2 国における消費者行政をめぐる状況</p> <p>(5) 国の第 5 期消費者基本計画における取組</p> <p>② 第 5 期消費者基本計画 (19 ページ)</p> <p><u>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。</u></p> <p><u>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 D X、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施策を推進します。</u></p>	<p>同左</p> <p>② 第 5 期消費者基本計画</p> <p><u>国の第 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 年間) においては、地方消費者行政の推進のための取組として、地域の実情に応じた広域連携等の活用、都道府県による市町村の援助や調整、消費生活相談員の確保・技能向上、デジタル技術の活用による消費生活相談業務の効率化・高度化、高齢者等消費生活上特に配慮を要する消費者への見守り活動の充実及び消費者教育の充実の促進等について取り組むとしており、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施策を推進します。</u></p>
<p>第 4 章 施策の展開</p> <p>1 指標</p> <p>(1) 全体指標の設定 (39 ページ)</p> <p><u>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。</u></p>	<p>同左</p> <p><u>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。</u></p> <p><u>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 188 (いやや) の認知度』を全体指標として設定します。この目標値については、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。</u></p>

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、「かなり心掛けている」「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、今後の取組による成果目標として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188(いやや)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。

【全体指標】

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掛けている人の割合 目標 (R11) 80%

また、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6年度「島根県政世論調査」の調査結果によると、この問いに対して「かなり心掛けている」「ある程度心掛けている」と回答した割合が80.9%だったことから、今後の取組による成果目標として85%に設定しました。

冒頭に記載

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。

【全体指標】

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掛けている人の割合 目標 (R11) 85%

3. 参考

(1) 国計画 第5期消費者基本計画素案(令和6年10月29日公表) 抜粋

第3章 多様な主体が連携して推進する消費者政策

1. 地方消費者行政の推進

(3) 人口減少・高齢化、デジタル化に対応した地方消費者行政の方向性

(略)

人口減少等により、人口規模が小さい地方公共団体等で、行政需要に対して提供できる行政サービスが追いつかなくなる状況が顕在化しつつある。そうした中でも、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・安心が確保される体制をユニバーサルサービスとして全国的に維持・拡充するためには、これまでの成果の上に立って、より効率的な体制整備を促進していく必要がある。このため、地域の実情に応じて、広域連携等の活用、都道府県による市町村の援助や調整、消費生活相談員の確保・技能向上、デジタル技術の活用による消費生活相談業務の効率化・高度化等により、消費生活相談体制の強化を促進するとともに、高齢者等消費生活上特に配慮を要する消費者への見守り活動の充実、消費者教育の充実等を促進する。その際、国及び国民生活センターによる支援を更に充実させていく。

(2) 令和6年度島根県政世論調査報告書(R7年1月17日公表) 抜粋

問 あなたは、消費者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掛けていますか

結果	かなり心掛けている	18.9%	}	合計
	ある程度心掛けている	62.0%		<u>80.9%</u>
	どちらとも言えない	14.3%		
	ほとんど、全く心掛けていない	4.2%		