

## 第5期島根県消費者基本計画の評価

### 1 令和5年度の評価

#### (1) 全体指標に関する評価

テレビ・ラジオ、新聞をはじめとしてSNSなど様々な広報媒体の活用や出前講座等により、消費者啓発に努めてきたが、いずれの項目も目標に達しなかった。  
(調査方法：島根県政世論調査 令和5年8月実施)

##### ア 「クーリング・オフ制度の認知度」

クーリング・オフ制度の認知度は、79.4% (2.6ポイント低下) で目標値の85%には達していない。

##### イ 「消費生活相談窓口の認知度」

相談窓口の認知度は、87.5% (3.1ポイント低下) で目標値の100%には達していない。

##### ウ 「社会や環境等に配慮した消費（エシカル消費）を選択している人の割合」

エシカル消費に配慮している人の割合は、63.3% (3.6ポイント減少) となり、修正後の目標値の75%には達していない。

#### (2) 個別指標に関する評価

##### ア 消費者教育の推進

###### (ア) 消費者教育の総合的・一体的推進

###### ・消費者問題出前講座の開催回数

出前講座は年間の開催回数が75回で前年度より21回減となり、目標値の170回を大幅に下回った。

一方で、成年年齢引下げに対応した消費者教育外部人材活用講師派遣事業は19校（昨年度より7校増）で実施した。

###### ・学校における消費者教育の実践研究数

実践研究数は中学校技術・家庭科研究会、社会科教育研究会、特別支援学校教育研究会、島根大学教育学部消費者教育研究会で計4件に止まった。

###### (イ) 消費者団体等の活動への支援

###### ・県と民間の消費者行政事業協働件数

市町村の消費者問題研究協議会（消問研）等の消費者団体と明日への消費者活動支援事業で連携したほか、NPO法人消費者ネットしまね、島根県連合婦人会との連携事業が計16件あったが、目標値の20件には届かなかった。

###### (ウ) 消費生活情報の発信

###### ・消費生活に関する情報の提供回数

テレビやX（旧ツイッター）をはじめとして各媒体を活用して情報提供に努めたことにより、情報提供回数は798回となり目標値を上回った。

##### イ 消費生活相談体制の充実・強化

###### (ア) 県消費者センターの充実

###### ・消費者相談のあっせん時解決率

県消費者センターへの相談件数は3,005件で前年度より31件減少した。あっせん時解決率は92.4%で目標値の91.0%を上回った。

###### (イ) 市町村相談体制の充実に向けた支援

###### ・巡回訪問を実施した市町村数（R6までの累計）

指定消費生活相談員等が8市町村を訪問して相談員や担当職員に対して、相談への対応や相談事案の解決等に関して助言するとともに意見交換を行った。

##### ウ 消費生活の安全・安心の確保

###### (ア) 消費生活上特に配慮を要する消費者の被害防止

・地域見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会）が設置されている市町村数（R6までの累計）

新規の設置はなく設置済みは12市町のままであった。

- ・市町村の地域見守りネットワーク設置による県内人口カバー率（R6までの累計）設置済み市町村の県内人口カバー率は88.9%で国の強化作戦の目標値50%を上回っている。

(イ) 消費者事故等の未然防止・拡大防止

- ・消費生活相談窓口を知っている人の割合（再掲）相談窓口の認知度は、87.5%（3.1ポイント低下）で目標値の100%には達していない。

(ウ) 規格・表示、取引行為の適正化

- ・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立入検査件数は前年度より1件増加して31回で目標値の28回を上回った。

(エ) 県民意見の反映

- ・消費者団体等との意見交換回数対面の会議やWeb会議など開催方法を工夫して意見交換回数は11回となり、目標値の10回を上回った。

## 2 令和5年度の評価からの課題

### (1) 消費者教育の推進

- ア 令和4年4月の成年年齢引下げを受けて若年層の被害件数に大きな変化は見られないものの、若年者への消費者教育を推進するため消費者教育コーディネーターを中心として、学校向けの外部人材活用講師派遣事業の対象範囲を中学校にも拡大し、実施学校数も増加した。今後も若年者の消費者被害防止のために継続する必要がある。
- イ 消費者被害に遭わないために、クーリング・オフ制度と消費生活相談窓口の認知度の向上に向け、消費者ホットダイヤル188の周知も含めて消費者教育・啓発を推進していくことが必要である。
- ウ 社会や環境等に配慮した消費（エシカル消費）を選択している人の割合が63.3%となり、初めて前年を下回ったが、今後もエシカル消費の普及啓発に向けた取組を継続する必要がある。
- エ 各地域の消費者活動の担い手である市町村の消問研の中には高齢化等の影響により活動が停滞している例があり、NPO 法人消費者ネットしまねとも連携して支援していく必要がある。

### (2) 消費生活相談体制の充実・強化

社会のデジタル化がますます進む中で、SNS を利用した投資や副業を勧める手口の消費者トラブルが後を絶たない。また意図せずに定期購入の契約をしてしまう事例も依然として多い。このような被害に遭う消費者を救済するために適切な相談対応を行う必要がある。各種研修の機会をとらえて相談員の資質向上への取り組みを継続する必要がある。また市町村の相談体制の充実に向けて、県では指定消費生活相談員を配置して助言や情報提供を行っており、市町村への巡回訪問も含めて引き続き支援していく必要がある。

### (3) 消費生活の安全・安心の確保

市町村の理解を得ながら地域見守りネットワークの構築を進めているが、設置済みの市町村への支援も進める必要がある。その際に、令和5年度に県からNPO 法人消費者ネットしまねへ委託した調査事業で、市町村の民生児童委員協議会から見守り活動への支援を求める声が寄せられており、消費者ネットしまねとも連携して地域見守りネットワークの充実に向けて市町村を支援していくことが必要である。

## 1 全体指標

目標達成は   で表示

成果指標名	直近値 (R元)	目標値	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6	令和5年度実績の概要
			実績値	実績値	実績値	実績値	実績値	
クーリングオフ制度を知っている人の割合	81.9%	目標値	85.0%	85.0%	85.0%	85.0%	85.0%	島根県政世論調査結果（R5.8実施） 79.4%：よく知っている(24.1%)、ある程度知っている(55.3%) 見聞きしたことはあるがよく知らない(16.0%)、 見聞きしたこともない(3.5%)
		実績値	77.4%	80.9%	82.0%	<b>79.4%</b>		
		目標達成率	91.1%	95.2%	96.5%	93.4%		
消費生活相談窓口を知っている人の割合	91.0%	目標値	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	島根県政世論調査結果（R5.8実施） 87.5%：名前や業務の内容、所在地、連絡先等知っている7.5%、名前や業務内容を知っている31.6%、名前は知っている48.4%、 全く知らない10.8%
		実績値	87.5%	90.0%	90.6%	<b>87.5%</b>		
		目標達成率	87.5%	90.0%	90.6%	87.5%		
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	-	目標値	40.0%	43.0%	70.0%	75.0%	80.0%	島根県政世論調査結果（R5.8実施） 63.3%：ある63.3%、 ない22.5%、わからない12.1% 令和4年度に目標値を上方修正（R6の目標値 50%→80%）
		実績値	56.9%	62.1%	66.9%	<b>63.3%</b>		
		目標達成率	142.3%	144.4%	95.6%	84.4%		

## 2 個別指標

基本方針・施策	成果指標名	直近値 (R元)	目標値	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6	令和5年度実績の概要
基本方針Ⅰ 消費者教育の推進									
施策① 消費者教育の総合的・一体的 推進	消費者問題出前講座の開催回数	142回	目標値	170回	170回	170回	170回	170回	対象別実績 若年者41回、高齢者8回、地域その他17回、職域9回 <消費者教育外部人材活用講師派遣事業> プロフェッショナル出前授業の実績19校 (PTAの会合を含む。松江南高校ほか18)
			実績値	67回	59回	96回	75回		
			目標達成率	39.4%	34.7%	56.5%	44.1%		
	学校における消費者教育の実践研究数	6件	目標値	5件	5件	5件	5件	5件	中学校技術・家庭科研究会、社会科教育研究会、特別支援学校教育研究会、島根大学教育学部消費者教育研究会
			実績値	6件	2件	5件	4件		
			目標達成率	120.0%	40.0%	100.0%	80.0%		
施策② 消費者団体等の活動への支援	県と民間の消費者行政事業協働件数	17件	目標値	18件	18件	18件	20件	20件	明日への消費者活動支援事業（14団体）、NPO法人消費者ネットしまね、 島根県連合婦人会
			実績値	16件	19件	21件	16件		
			目標達成率	88.9%	105.6%	116.7%	88.9%		
施策③ 消費生活情報の発信	消費生活に関する情報の提供回数	436回	目標値	600回	600回	600回	600回	600回	テレビ 181回、ラジオ 33回、新聞 37回、広報紙等 24回、 フェイスブック 57回、X（旧ツイッター） 459回、その他 6回 Youtube 1回
			実績値	1,188回	410回	550回	798回		
			目標達成率	198.0%	68.3%	91.7%	133.0%		
基本方針Ⅱ 消費生活相談体制の充実・強化									
施策④ 県消費者センターの充実	消費者相談のあっせん時解決率	91.9%	目標値	91.0%	91.0%	91.0%	91.0%	91.0%	県消費者センターへの相談件数 3,005件 (前年度年間3,036件) あっせん時解決率 92.4%
			実績値	88.1%	92.7%	95.3%	92.4%		
			目標達成率	96.8%	101.9%	104.7%	101.5%		
施策⑤ 市町村相談体制の充実に向けた 支援	巡回訪問を実施した市町村数（R6までの累計）	19市町村 (H28～R元)	目標値	-	-	-	-	19市町村 (R2～6)	8月（江津市）、9月（美郷町、大田市、安来市）、10月（邑南町、益田市、 津和野町）11月（飯南町）
			実績値	6	7	5	1		
			目標達成率	31.6%	68.4%	94.7%	100.0%		
基本方針Ⅲ 消費生活の安全・安心の確保									
施策⑥ 消費生活上特に配慮を要する 消費者の被害防止	地域見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議 会）が設置されている市町村数（R6までの累計）	6市町	目標値	10	12	14	16	19市町村	松江市(H28.10)、飯南町(H29.4)、浜田市(H30.2)、西ノ島町(H31.1)、 大田市(H31.2)、雲南市(R元.11)、美郷町(R2.3)、安来市(R2.4)、 江津市(R4.4)、出雲市(R4.10)、隠岐の島町 (R5.2)、奥出雲町 (R5.4)
			実績値	8	8	11	12		
			目標達成率	80.0%	66.7%	78.6%	75.0%		
	市町村の地域見守りネットワーク設置による 県内人口カバー率（R6までの累計）	49.3%	目標値	-	-	-	-	100.0%	令和5年1月1日現在の住民基本台帳人口により算出
			実績値	55.6%	55.4%	87.1%	88.9%		
			目標達成率						
施策⑦ 消費者事故等の未然防止・拡大 防止	消費生活相談窓口を知っている人の割合	91.0%	目標値	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	島根県政世論調査により把握（再掲）  (名前や業務の内容、所在地、連絡先等知っている7.5%、名前や業務内容を知っ ている31.6%)
			実績値	87.5%	90.0%	90.6%	87.5%		
			目標達成率	87.5%	90.0%	90.6%	87.5%		
施策⑧ 規格・表示、取引行為の適正化	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	26件	目標値	28回	28回	28回	28回	28回	島根県8（飯南町4、津和野町4）、松江市4、浜田市4、出雲市2、益田市0、 大田市3、安来市4、江津市2、雲南市4、
			実績値	15	18	30	31		
			目標達成率	53.6%	64.3%	107.1%	110.7%		
施策⑨ 県民意見の反映	消費者団体等との意見交換回数	13回	目標値	-	-	-	-	10回	市町消問研等との意見交換（ブロック別会議2、書面1、Web会議6）  消費者ネットしまねとの意見交換、県生協連との意見交換
			実績値	6回	9回	12回	11回		
			目標達成率	60.0%	90.0%	120.0%	110.0%		