

【H28. 1. 26 現在】

島根県消費者基本計画(第4期)【最終案】

※本文の赤字部分は第2回島根県消費生活審議会以降に加筆・修正したもの

目 次

第1章 計画の基本的な考え方

- 1 計画策定の趣旨・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
- 2 計画の位置づけ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
- 3 計画の期間・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1

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・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
 - (1) 高度情報通信社会の進展・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
 - (2) 経済のグローバル化の進展・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
 - (3) 商品・サービスの安全・安心への関心の高まり・・・・・・・・ 3
 - (4) 多重債務問題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4
 - (5) 人口減少と高齢化、独居化の進展・・・・・・・・・・・・・・・・ 5
 - (6) 環境問題の深刻化・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 7
- 2 国における消費者行政を巡る状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 8
 - (1) 消費者行政体制の強化・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 8
 - (2) 消費者行政関連法の整備・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 9
- 3 島根県における消費者行政の状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 11
 - (1) 消費生活相談の状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 11
 - (2) 県の消費者行政事業の状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 13
- 4 消費生活に関する県民意識の概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 16
- 5 今後の取り組むべき課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 20
 - (1) 消費生活の安全確保・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 20
 - (2) 相談体制の充実・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 20
 - (3) 消費者教育の充実・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 21
 - (4) 高齢消費者等の被害防止・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 22

第3章 計画の目的と基本理念

- 1 目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 23
- 2 基本理念・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 23
- 3 施策体系・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 24

第4章 施策の展開

1	指標	25
(1)	全体指標の設定	25
(2)	個別指標の設定	25
2	施策の内容	26
(1)	基本方針Ⅰ 安全で安心な消費生活の確保	26
	施策① 消費者事故等の未然防止・拡大防止	26
	施策② 規格・表示・取引行為の適正化	28
	施策③ 県民意見の反映	30
(2)	基本方針Ⅱ 消費生活相談体制の充実	31
	施策④ 県消費者センターの充実	31
	施策⑤ 市町村相談体制の充実に向けた支援	33
(3)	基本方針Ⅲ 消費者教育の推進	34
	施策⑥ 消費生活情報の発信	34
	施策⑦ 消費者教育の総合的・一体的推進	35
	施策⑧ 消費者団体への支援	41
	施策⑨ 地域における消費者リーダーの育成	42
(4)	基本方針Ⅳ 高齢者等の消費者被害の未然防止	43
	施策⑩ 地域見守りネットワークづくりの推進	43
	施策⑪ トラブルに遭わないための未然防止と救済	45

第5章 関係機関との連携

1	国、他都道府県、県内市町村、関係部局との連携	46
(1)	国、他都道府県との連携	46
(2)	県内市町村との連携	46
(3)	関係部局との連携	46
2	関係団体との連携	46
(1)	弁護士会等との連携	46
(2)	消費者団体との連携	46
(3)	事業者団体等との連携	46

第6章 推進体制

1	計画の推進	47
2	島根県消費生活審議会への報告	47
3	計画の進行管理と公表	47

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。以下「条例」という。）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、平成17年12月に策定しました。

その後、平成20年9月に第2期基本計画として、また平成24年3月には第3期基本計画として策定しました。

第3期基本計画では「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すること」を目的に、「消費者の自立を支えるための施策」と「消費者の自立を促進するための施策」の2つの基本方針により、様々な取組みを進めてきました。

この間、高度情報通信社会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の横行や食品の偽装表示問題が生じるなど、消費者相談は深刻さを増しています。

また、平成24年12月に施行となった「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。）に基づく基本方針では、「誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で消費者教育を受けることができる機会を提供し、効果的に推進すること」が打ち出され、消費者教育の更なる充実が求められています。

このような状況のなか、本県では、第3期基本計画が平成28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4期基本計画を策定することとしました。

第4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、平成27年1月に実施した消費生活に関する県民意識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、4つの基本方針に基づき消費者施策を展開していきます。

2. 計画の位置づけ

本計画は、島根県消費生活条例に基づき、本県の消費者行政の取組み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「島根総合発展計画」における消費者行政分野の個別計画として位置づけます。

加えて、消費者教育推進法第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」として位置づけます。

3. 計画の期間

平成28年度から平成31年度までの4年間とします。

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

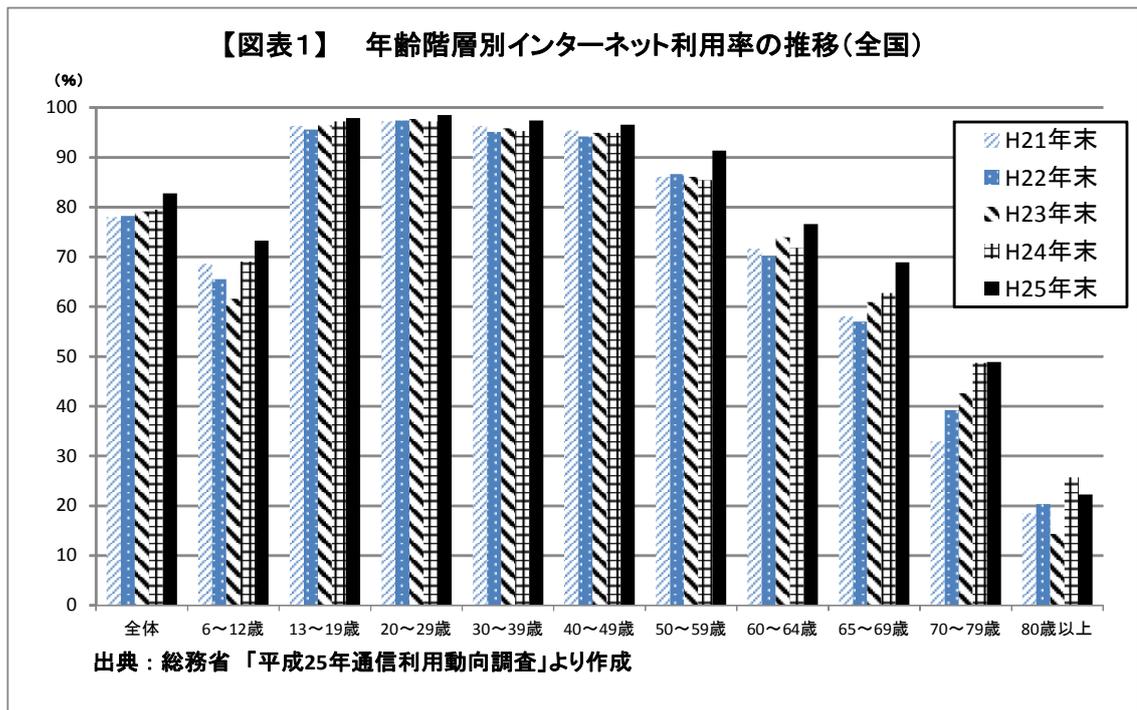
(1) 高度情報通信社会の進展

パソコンやスマートフォン等の情報通信機器の普及と情報通信技術の発達により、高度情報化社会が急速に進展しました。インターネットをはじめとする情報通信手段は、電話やメールなど単なる連絡手段としてだけでなく、商品を購入する手段として、また映像やゲームなどの教養・娯楽サービスとして我々の日常生活の中で切り離せないものとなっています。

このような状況のなか、インターネットの利用者は年々増加し、特に50歳代から60歳代の利用率が近年大きく伸びてきています。【図表1】

それに伴いインターネットを利用した通信販売の模倣品購入やアダルトサイトのワンクリック請求など、情報通信に関する消費者トラブルが増加傾向にあります。

また、情報通信技術の発達により膨大なデータが蓄積されるようになったことやマイナンバー制度（社会保障・税番号制度）の導入などに伴い、個人情報やプライバシーの保護が求められています。



(2) 経済のグローバル化の進展

貿易の自由化や規制緩和に伴い、経済のグローバル化が進展したことにより、事業者によって様々な商品が海外から輸入されるようになりました。

また、TPP協定（環太平洋戦略的経済連携協定）が大筋合意されたことに伴

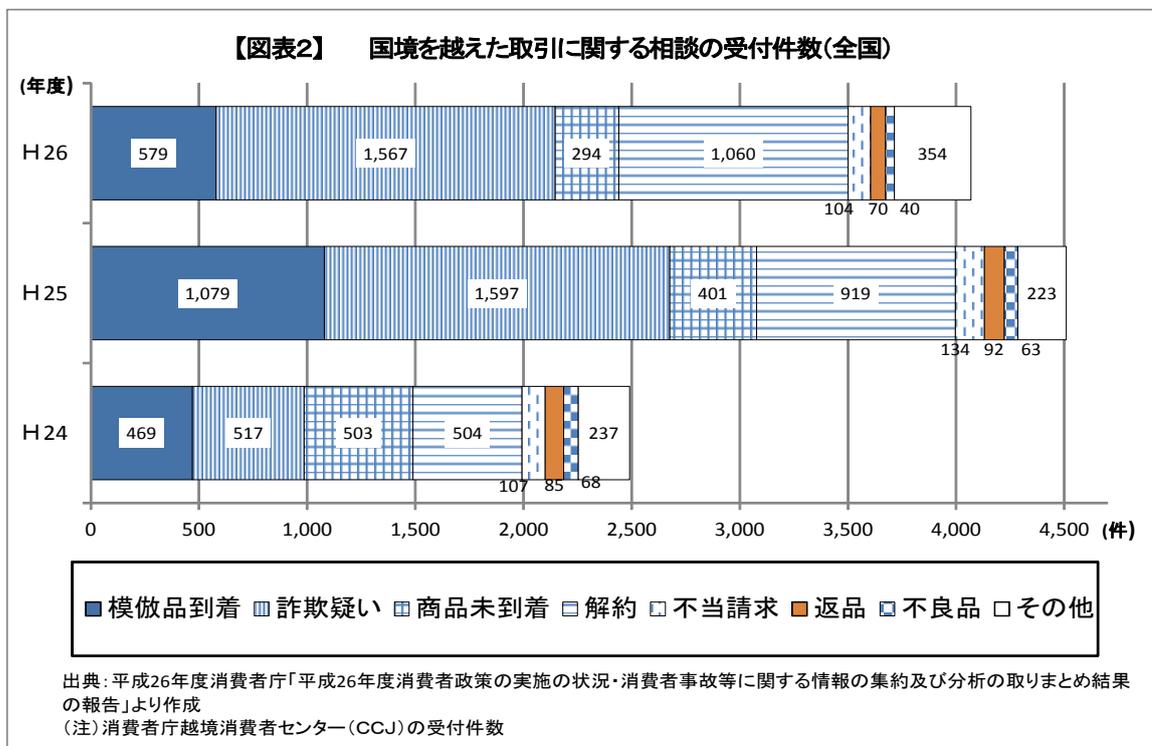
い、この協定が正式に発効された場合には、海外からの輸入商品がますます増加すると考えられます。

加えて、高度情報化社会の進展に伴い、インターネットによる通信販売を利用して、消費者自らが商品を海外から直接購入することが容易となりました。

こうしたことにより、消費者にとって利便性は高まりましたが、反面、国境を越えた詐欺や模倣品の取引などの消費者トラブルに遭うことが増えてきました。

【図表 2】

また、グローバル化の進展は、国境を越えて物資・人材・知識が流通することにより、多様な商品・サービスが享受できることや異文化との交流など、様々な利益をもたらす一方、先進国と途上国の経済格差の拡大や環境破壊などを生じさせています。

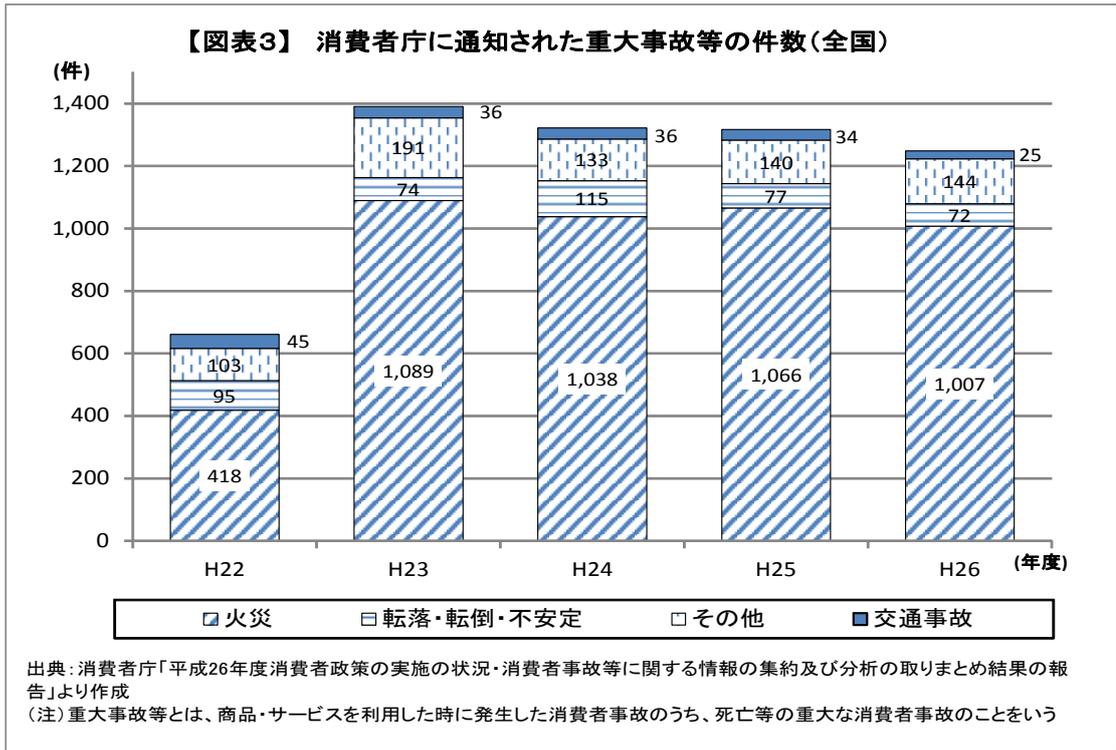


(3) 商品・サービスの安全・安心への関心の高まり

メニュー表示と異なる食材を使用した食品の偽装表示や、冷凍食品への農薬混入など、食の安全・安心を脅かす事件が近年相次いで発生しています。

また、食品だけでなく、家電製品の長期間使用による経年劣化が原因の火災が発生した事例やボタン型電池を子供が誤飲し食道に穴が開いてしまう事例などの“製品に関する危害情報”や、まつげエクステンションの施術を受けたことにより目が痛くなった事例などの“サービスに関する危害情報”の相談も多く寄せられています。【図表 3】

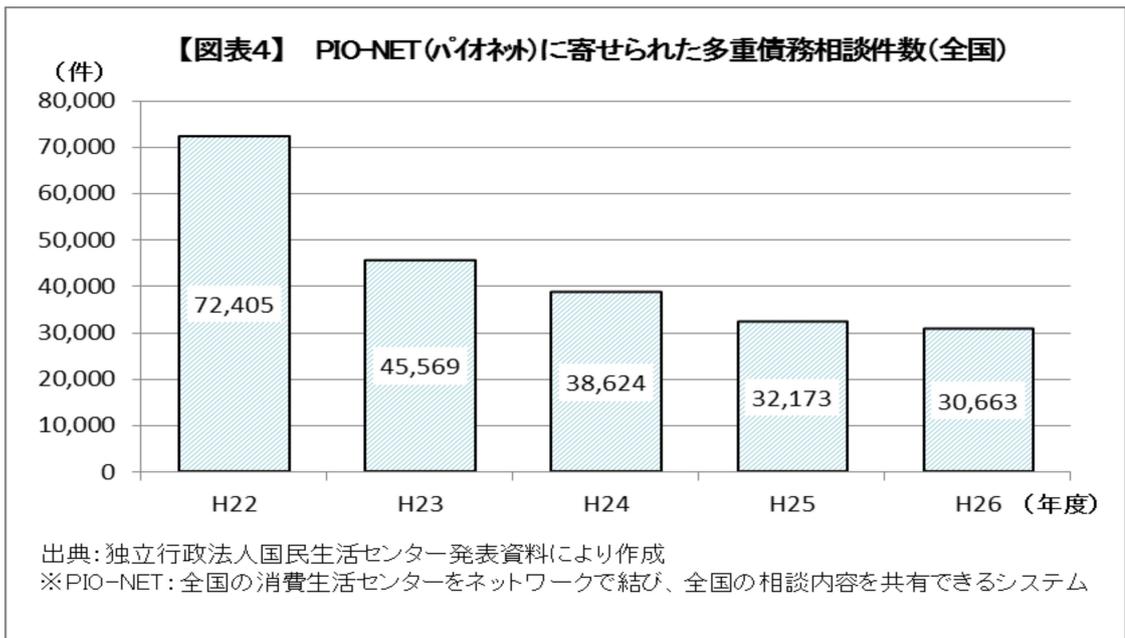
こうしたことから、食品や製品・サービスの安全性について、これまで以上に消費者の関心が高まっています。



(4) 多重債務問題

新たな多重債務者の発生を防ぐため、上限金利の引下げや借入総額の規制を導入した「改正貸金業法」が平成22年6月に完全施行となり、多重債務問題は一時と比較して落ち着きがみられるものの相談件数は、現在も相当数存在しています。

多重債務問題は、生活困窮や自死にも繋がる大きな問題であることから、継続的に対策を講じていくことが求められています。【図表4】

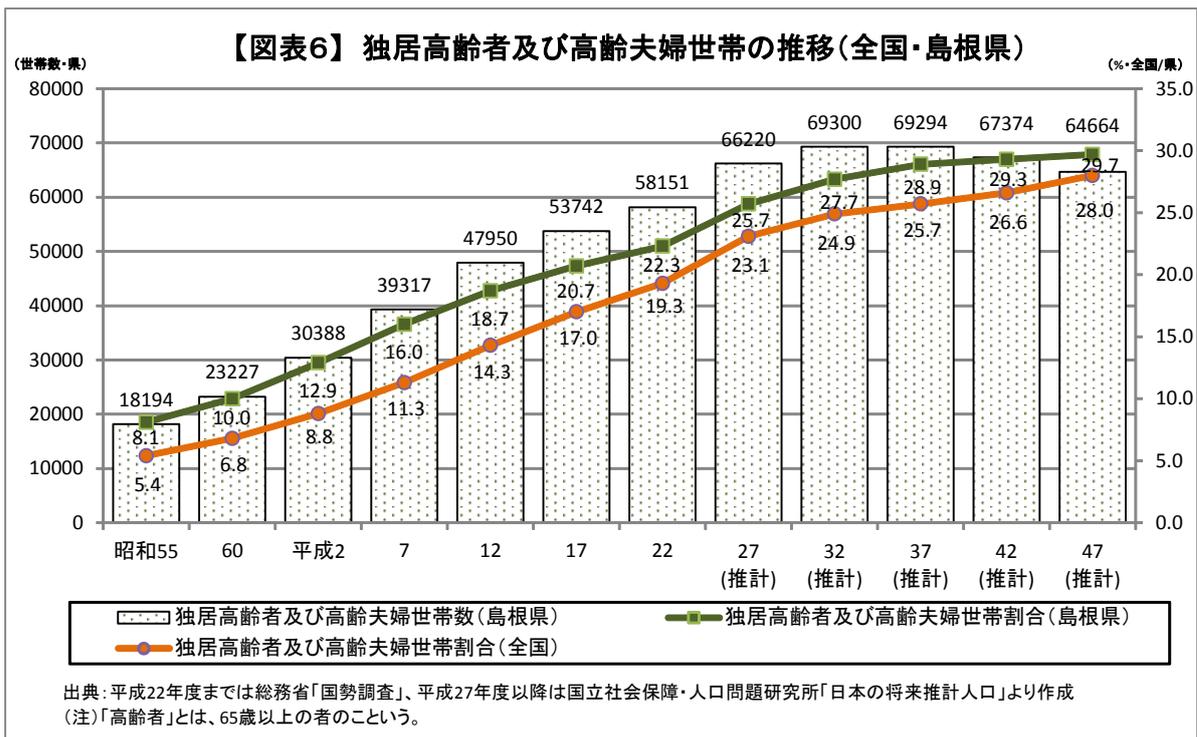
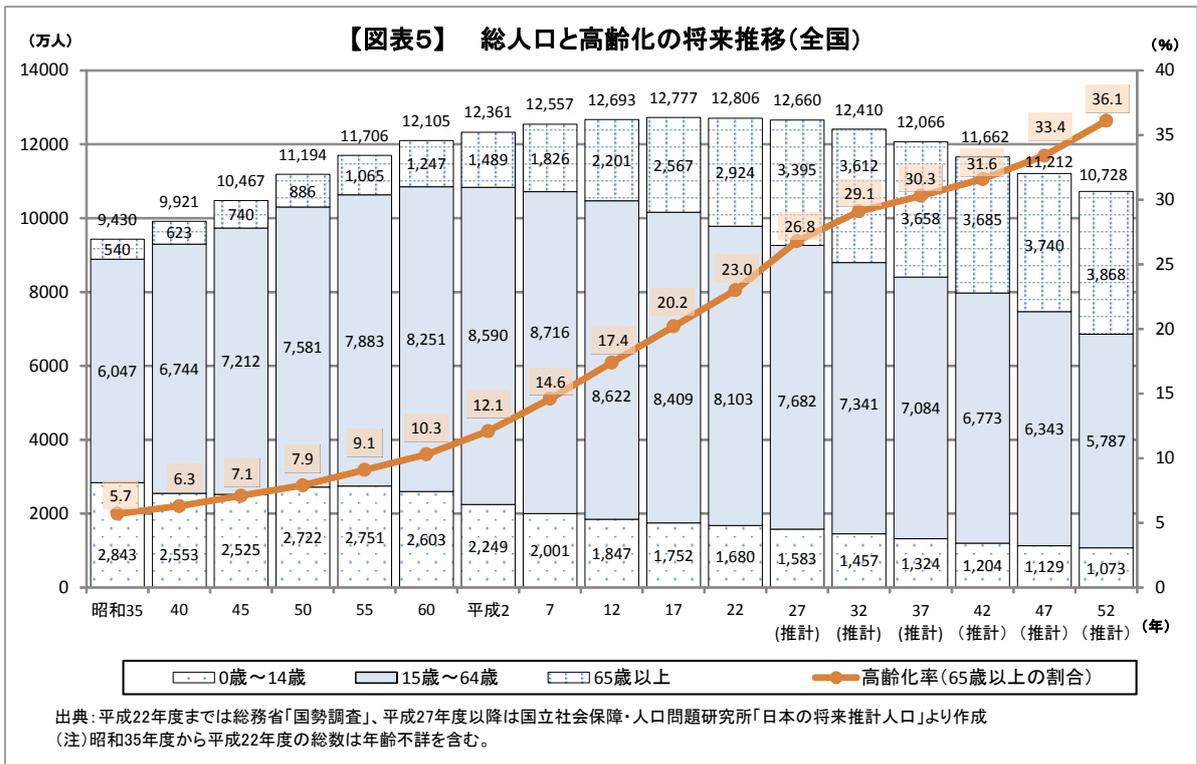


(5) 人口減少と高齢化、独居化の進展

日本の人口は、未婚化・晩婚化等の要因により、出生率が減少しており、人口減少社会に入りました。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5】

このように、人口減少だけでなく高齢化社会の進展に伴い、日本の人口構造そのものも変化してきています。

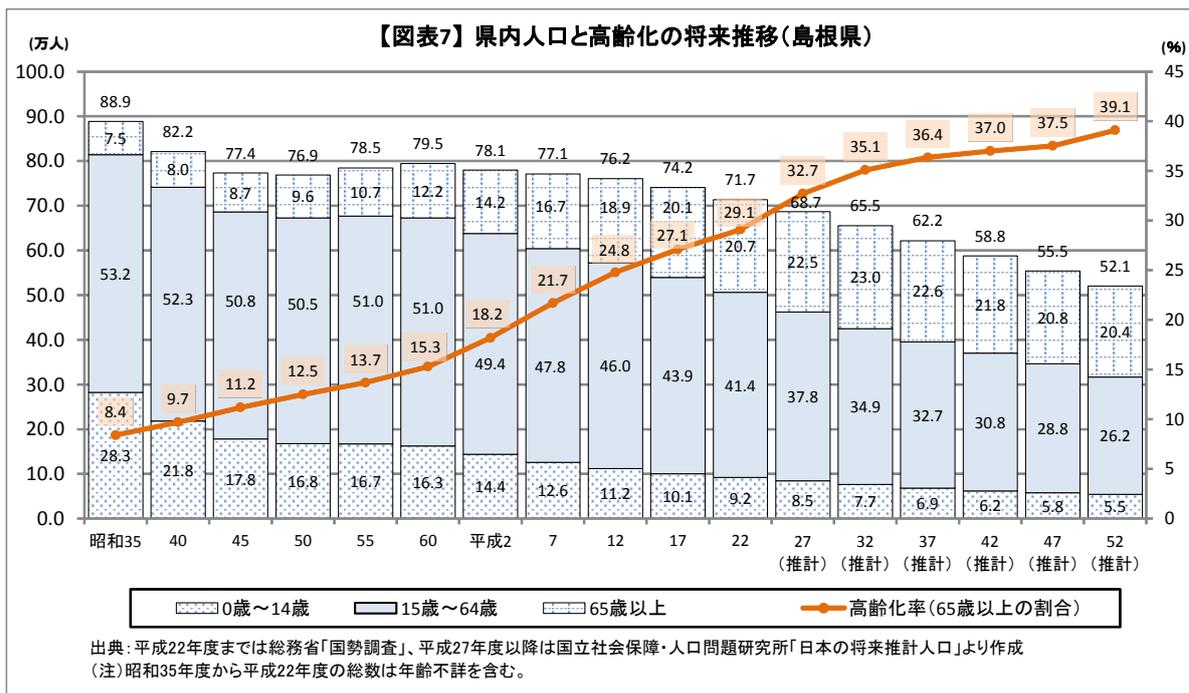
また、高齢化や核家族化の進展に伴い、一人暮らしの高齢者の割合も増加傾向にあります。【図表6】



一方、島根県の人口は、昭和30年の92万2千人をピークに減少傾向にあり、高齢化率は全国平均と比較して高い割合となっています。【図表7】

また、独居高齢者及び高齢夫婦世帯の割合も、全国平均と比較して高い割合となっています。【図表6】

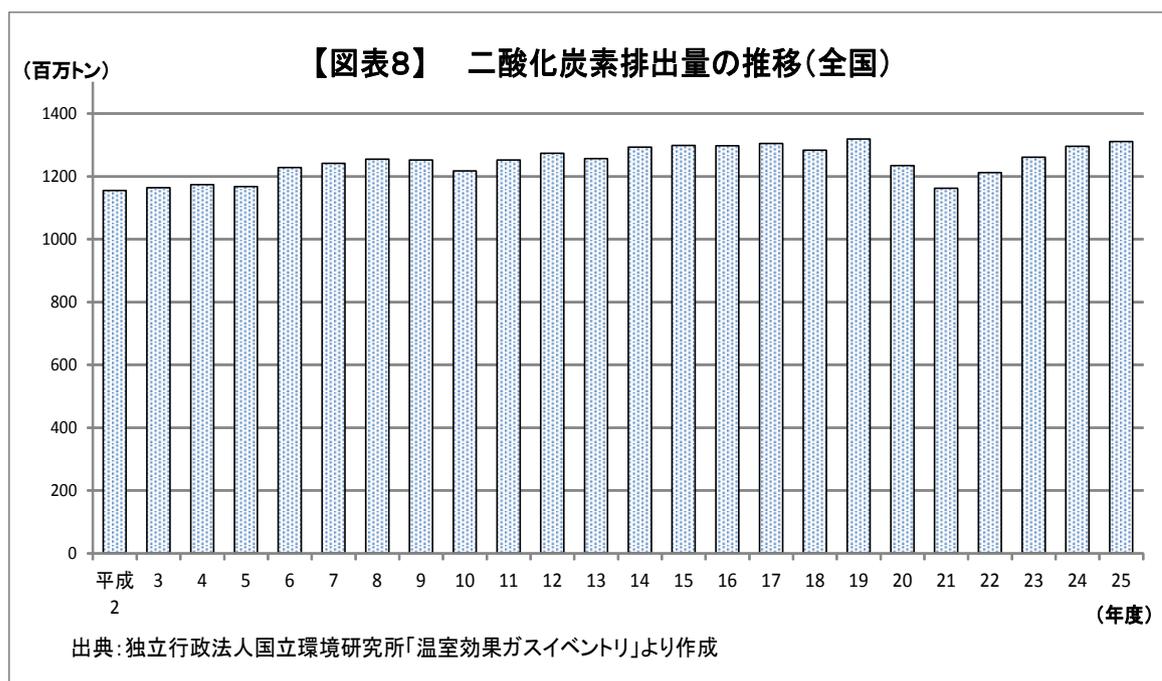
近年、こうした独居高齢者や高齢者世帯などを狙う悪質商法や詐欺による被害が増加していることから、被害を未然に防ぐための消費者施策が求められています。



(6) 環境問題の深刻化

私たちの社会は、高度経済成長に伴い、化石燃料や生物資源などの天然資源を大量に消費し膨大な量の廃棄物を排出することにより、地球温暖化や生物多様性の損失など地球環境に深刻な影響を与えてきました。【図表8】

そのため、持続可能な社会の実現に向けて、低炭素社会の推進や資源の循環的な利用等の取組みを進めてきましたが、近年の二酸化炭素の排出量は増加傾向にあり、今後も必要なものを必要な量だけ購入することや省資源・省エネルギー商品を購入するなど、環境の保全に配慮した消費生活を心がけることが求められています。



2. 国における消費者行政を巡る状況

(1) 消費者行政体制の強化

① 消費者庁、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」が設置されて6年が経過しました。

以降、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など「消費者行政の司令塔」としての役割を果たしてきました。

また、消費者委員会は、消費者行政全般を監視する組織として、これまでに「消費者事故情報の収集及び活用」や「健康食品の表示等の在り方」など、数多くの建議を行ってきました。

② 国の消費者基本計画の策定

消費者政策は、消費者の安全安心を確保することをはじめ、消費生活に関する消費者教育・啓発を行うことや消費生活相談など多岐にわたる内容であり、消費者庁だけでなく他府省庁も取り組む必要がある政策です。

そのため、国は「消費者の権利の尊重」や「消費者の自立の支援」という消費者基本法の基本理念にのっとり、長期的に講ずべき消費者政策の大綱を定めた、新たな「消費者基本計画」を平成27年3月に策定し、政府を挙げた消費者政策の計画的・一体的な推進に取り組むこととしました。

③ 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、消費者教育の推進など、地方の消費者行政を強化する取組みを支援するための「地方消費者行政活性化交付金」が創設されました。

また、平成25年1月に「地方消費者行政強化作戦」が策定され、相談体制の質の向上や見守りネットワークの構築など、どこに住んでいても質の高い相談を受けられ、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としました。

これらの取組の結果、平成24年4月時点の、全国で消費生活相談窓口が設置されていない市町村は19か所でしたが、活性化交付金の活用などにより、現在はすべての市町村に消費生活相談窓口が設置され相談体制の空白地域は解消されました。

(2) 消費者行政関連法の整備

① 消費者安全法の一部改正

平成21年6月に、地方公共団体に消費生活センターを設置することや消費者事故等の情報を消費者庁に集約することを定めた消費者安全法が制定されました。

また、平成24年8月には、消費者事故等の調査機関の設置や、財産被害（すき間事案）への行政措置の導入を内容とする改正が行われました。

さらに、平成26年6月には、一人暮らしの高齢者や障がい者等を消費者被害から防ぐための「地域見守りネットワーク」の構築をはじめとして、消費生活相談員の国家資格化や地方公共団体の消費生活相談体制の強化などを内容とする改正が行われました。

② 特定商取引に関する法律（以下「特定商取引法」という）の一部改正

平成24年8月に、消費者が所持している高価な貴金属等を買取業者が不当に安価な価格で買い取る「押し買い」を規制するため、特定商取引法の対象とする販売類型に「訪問購入」を追加する改正が行われました。

③ 消費者教育推進法の制定

平成24年8月に、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制定されました。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。

また、平成25年6月には、「誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて様々な場で、消費者教育を受けることができる機会を提供し、効果的に推進することを定めた消費者教育の推進に関する基本方針が示されました。

④ 食品表示法の制定

平成25年6月に、これまで食品表示に関するルールを定めた法律であった食品衛生法、JAS法、健康増進法の三つの法律を一元化し、消費者、事業者双方にとって分かりやすい表示とすることや「機能性表示食品制度」を新設した食品表示法が制定されました。

- ⑤ 消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法（消費税転嫁対策特別措置法）の制定

平成25年6月に、消費税率の引き上げに際し、大規模小売業者が取引を行う事業者に消費税の上乗せ分を負担させる等の消費税の転嫁拒否の行為や消費税分を値引きする等の宣伝や広告を表示することなどが禁止されました。（同法は平成30年9月30日まで適用されます。）

- ⑥ 消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律（消費者裁判手続特例法）の制定

平成25年12月に、消費者被害を回復するために、特定適格消費者団体^{※1}が財産被害に遭った消費者の代わりに事業者に対して債務履行請求や不当利得返還請求等を行うことができるようになりました。

※1 適格消費者団体と特定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（NPO法人や民法に規定している法人、消費者の利益を守るための活動を主な目的としている団体等）であり、内閣総理大臣の認定を受けた団体のことです。

特定適格消費者団体とは、適格消費者団体のうち、消費者被害の回復業務に関連する人員や物品が確保されている等の要件を満たした団体であり、内閣総理大臣の認定を受けた団体のことです。

- ⑦ 不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という）の一部改正

平成26年6月に、不適切な表示を行う事業者に対して不当行為の差し止めを命ずる権限を都道府県に付与することや、課徴金制度の導入などを内容とする改正が行われました。

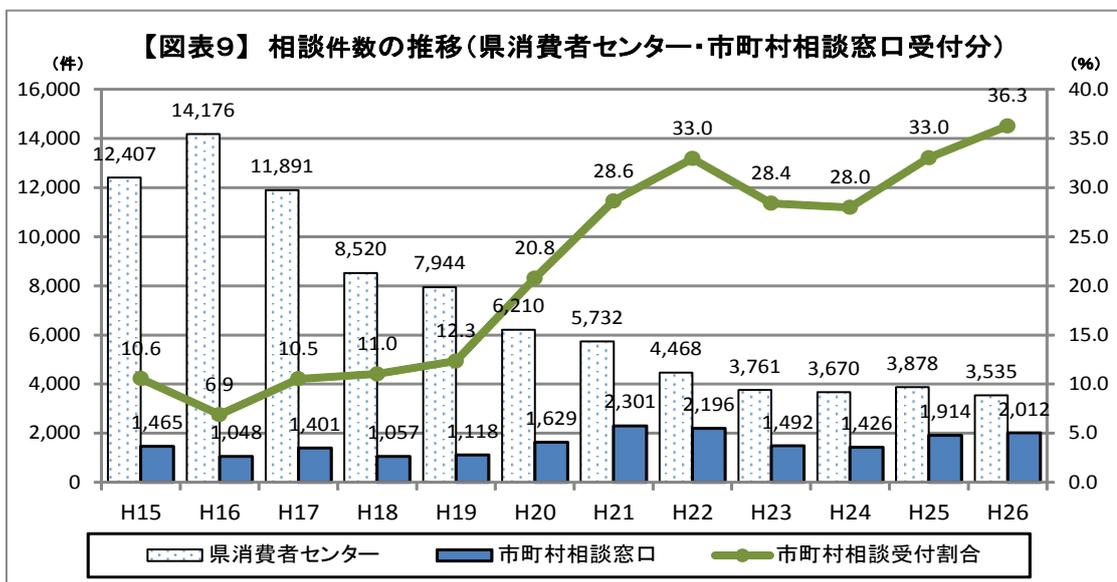
3. 島根県における消費者行政の状況

(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年に婦人会館内（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年には、石見地区相談室を益田合同庁舎内に開設し現在に至っています。

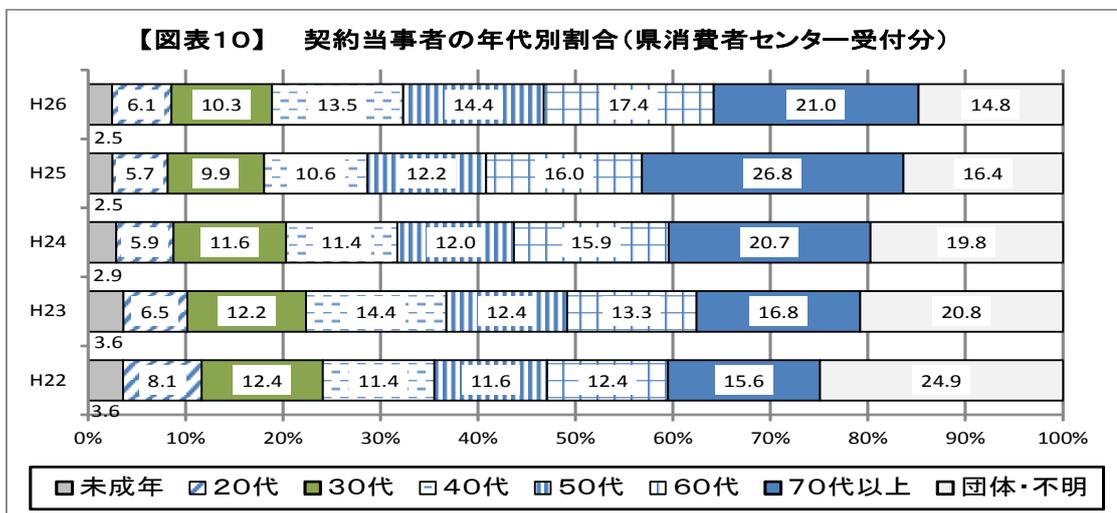
消費生活相談の状況を見ると、県消費者センターで受け付けた相談件数は、平成16年度をピークに年々減少してきており、平成26年度は前年度に比べ343件減少し3,535件でした。一方、市町村窓口で受け付けた相談件数は、近年増加傾向にあり、平成26年度は前年度に比べ98件増加し2,012件でした。

【図表9】



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歳以上の相談者の割合が増加しており、平成26年度は全体の約4割を占めています。

【図表10】



各年代ごとの苦情相談内容としては、未成年から60歳代までの各年代で、インターネットを利用したアダルト情報サイトやオンラインゲームなどのワンクリック請求等に関する「デジタルコンテンツ」の相談が最も多く、特に未成年では約7割を占めています。【図表11】

70歳以上については、近年増加している特殊詐欺被害につながる還付金の返還や名義貸しなどを内容とする「商品一般」に関する相談が最も多く、「健康食品」の送りつけ商法に関する相談は、依然として60歳代と70歳代以上から多数寄せられています。【図表11】

【図表11】 平成26年度 年代別の苦情相談内容上位（県消費者センター受付分）

未成年		
1	デジタルコンテンツ	54
2	テレビ放送サービス	4
2	インターネット通信サービス	4
4	履物	2
4	理美容器具・用品	2
4	自動車	2
4	宅配サービス	2
総件数		84

20歳代		
1	デジタルコンテンツ	56
2	フリーローン・サラ金	15
3	不動産貸借	14
4	インターネット通信サービス	12
5	自動車	9
6	化粧品	8
7	商品一般	7
7	健康食品	7
7	他の役務	7
10	テレビ放送サービス	5
10	理美容	5
総件数		210

30歳代		
1	デジタルコンテンツ	99
2	フリーローン・サラ金	28
3	インターネット通信サービス	18
4	商品一般	15
5	他の役務	12
6	不動産貸借	11
6	自動車	11
8	他の相談	9
9	複合サービス会員	7
9	工事・建築	7
11	食器・台所用品	6
11	学習教材	6
総件数		356

40歳代		
1	デジタルコンテンツ	148
2	インターネット通信サービス	30
3	複合サービス会員	25
4	商品一般	21
5	他の役務	18
6	不動産貸借	15
6	フリーローン・サラ金	15
6	他の相談	15
9	音響・映像製品	12
10	食料品	11
総件数		462

50歳代		
1	デジタルコンテンツ	137
2	インターネット通信サービス	47
3	フリーローン・サラ金	35
4	商品一般	21
5	食料品	14
6	工事・建築	12
7	自動車	11
7	不動産貸借	11
9	食器・台所用品	9
10	ソーラーシステム	7
総件数		488

60歳代		
1	デジタルコンテンツ	111
2	商品一般	59
3	インターネット通信サービス	52
4	フリーローン・サラ金	28
5	食料品	19
6	健康食品	15
7	修理・補修	14
8	他の相談	11
9	ファンド型投資商品	10
9	他の役務	10
総件数		582

70歳以上		
1	商品一般	99
2	健康食品	71
3	預貯金・証券等	36
4	インターネット通信サービス	33
5	食料品	31
6	デジタルコンテンツ	30
7	ファンド型投資商品	28
8	他の役務	25
9	工事・建築	18
10	ふとん類	16
総件数		704

(2) 県の消費者行政事業の状況

① 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。

② 事業者に対する法令遵守の指導及び取締

県内の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、ゴルフ会員契約等適正化法、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、並びに島根県消費生活条例があります。

この法令に基づき、必要に応じて、事業者にも口頭注意等の行政指導や業務停止命令などの行政処分を行い、消費者被害の防止に努めています。

県では、平成26年度において、不法な取引行為を防止するため、特定商取引法に基づく行政指導を2件と行政処分として業務停止命令を2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、景品表示法に基づく行政指導を3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15か所実施しました。

③ 消費者教育の取組

自立した消費者を育成するためには、それぞれの年代に応じた消費者教育を行っていくことが必要です。

学校教育分野においては、「学校における消費者教育に関する実践研究委託事業」を実施し、消費者教育に関する研究及び教材開発の支援をしています。その成果は、刊行物「すくすく消費者」を県内の全教員に配布することにより、学校現場に還元しています。

社会教育分野においては、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。

④ 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繋がります。

このため、新聞、テレビ、ラジオ、ホームページ、フェイスブック等のソーシャルメディア、刊行物などのさまざまな媒体を利用して、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みとして、パネル展示、パンフレットの配布、県庁電光掲示板への啓發文表示などを集中的に行っています。

⑤ 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、県では消費者活動を行う団体・組織に対し、様々な支援を行っています。

具体的には、「シルバー消費社会形成援助事業（県補助事業）」により、高齢者の消費生活上の諸問題に対する学習会開催等への助成を行っています。

また、県との協働事業として実施している「消費者活動推進事業（県委託事業）」では、消費者問題を地域全体で取り組む活動に対して支援を行っています。

⑥ 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。

また、多様化する相談への対応や高齢者等の消費者被害の未然防止に効果が高い出前講座を拡充するため、平成27年度から消費生活相談員を1名増員しました。

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。そのうち6市において国の消費者行政活性化交付金を活用して消費生活センター※2が設置され、12名の相談員が配置されています。

【図表12・図表13】

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、県内には消費生活相談員の資格を持つ人が非常に少ないことから、市町村において専門相談員を確保しやすい環境を整備することを目的に、資格取得を目指す人を対象とする「消費生活専門相談員育成講座」を開講しました。

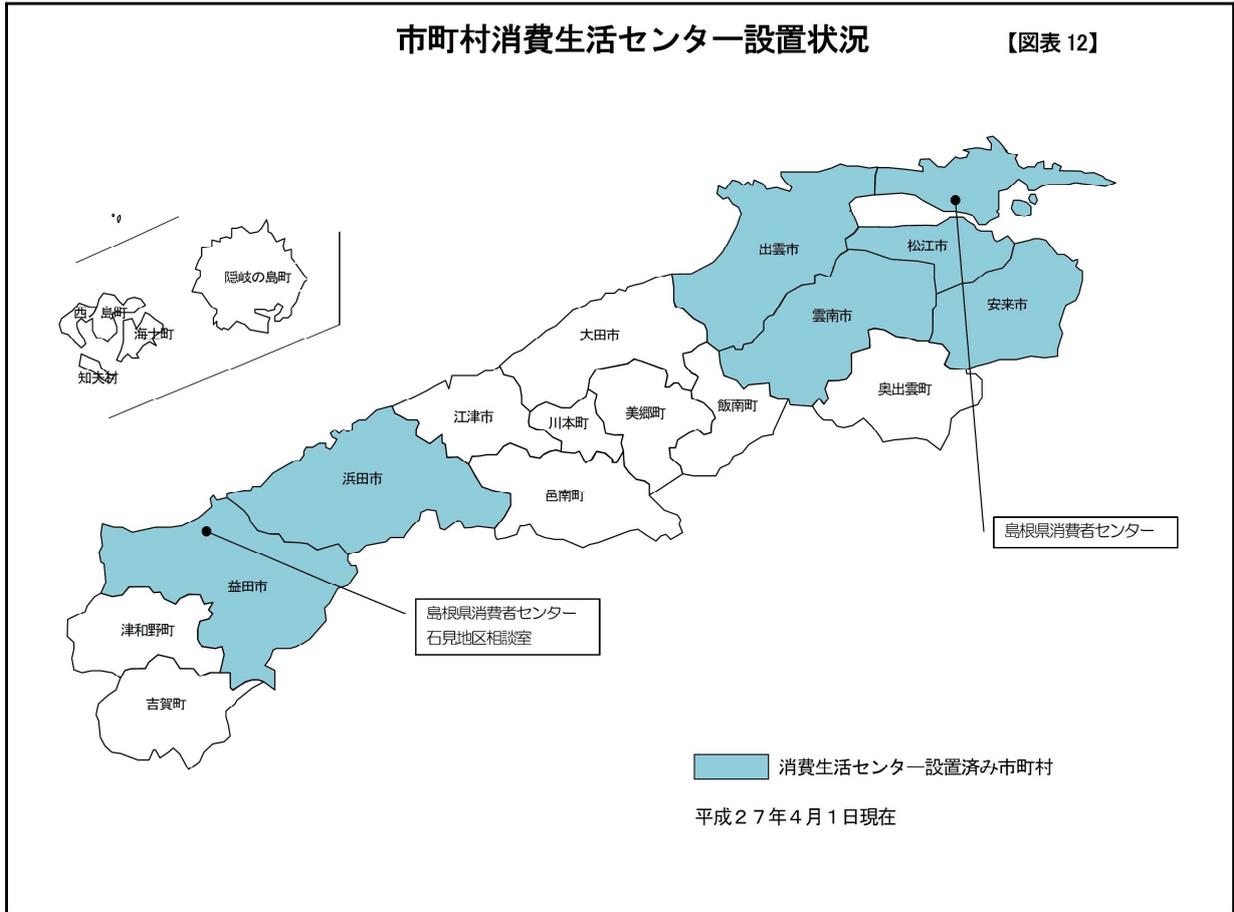
※2 消費生活センターについて

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「消費生活センター」を公表することができ、平成27年4月1日時点で県内の市町村においては6市が消費生活センターを設置しています。【図表12】

- (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

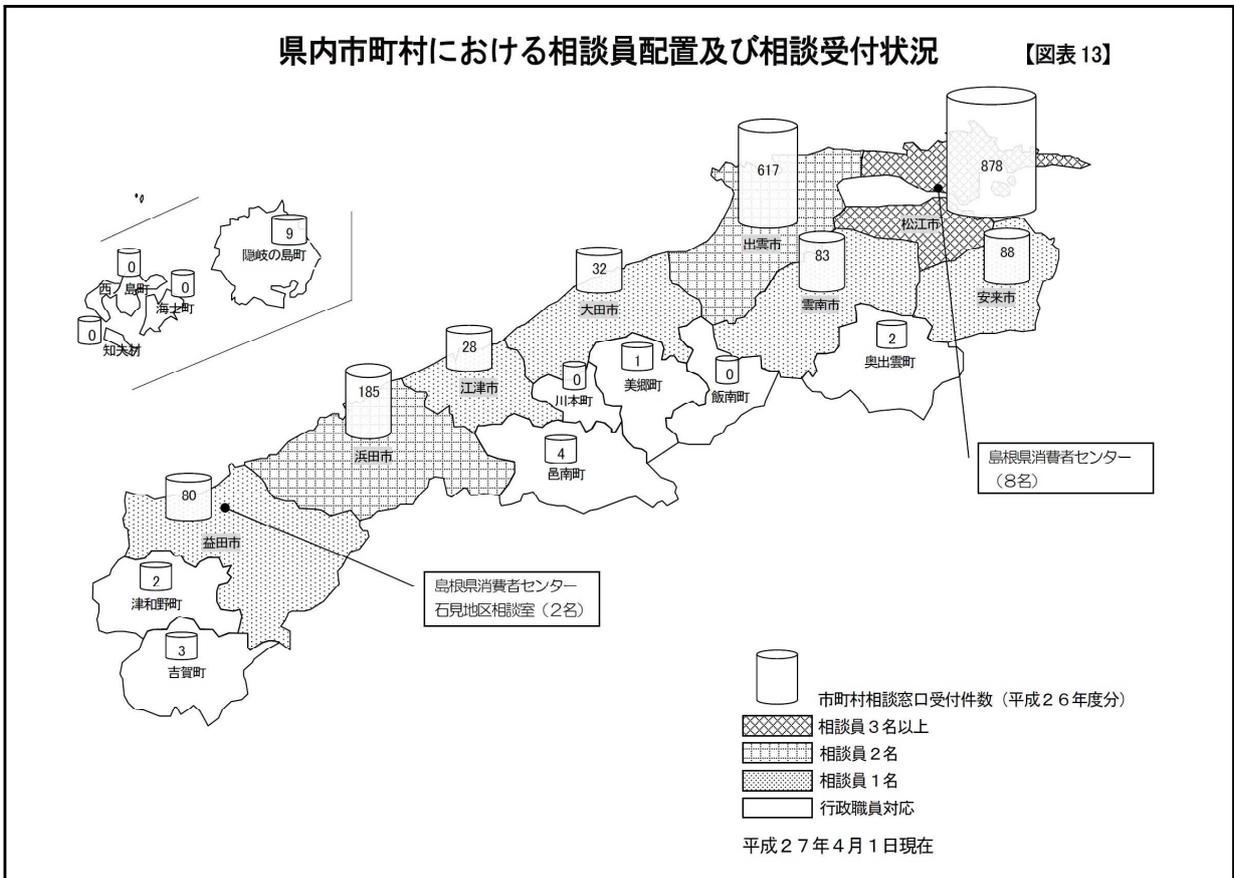
市町村消費生活センター設置状況

【図表 12】



県内市町村における相談員配置及び相談受付状況

【図表 13】



4. 消費生活に関する県民意識の概要

県では、県民の多様な意見や要望を参考にして効果的な消費者施策の推進を図るために、消費生活に関する県民意識調査を実施しました。調査結果の概要は次のとおりです。

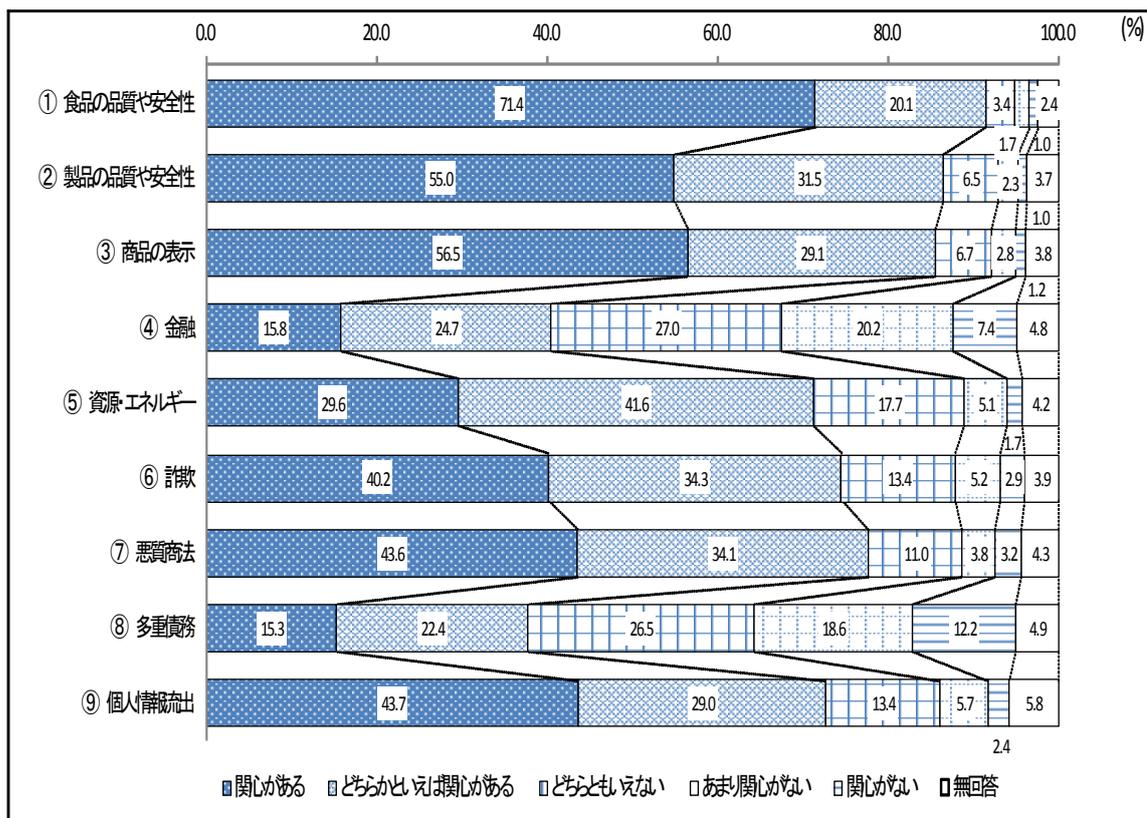
【調査内容】

- ・調査対象 島根県内在住の満20歳以上の男女2,000人
- ・調査方法 郵送により調査票の配布・回収
- ・調査時期 平成26年12月22日～平成27年1月30日
- ・有効回答数 1,383人（有効回答率69.2%）

① 多くの人々が、食品や製品の安全性について関心がある

様々な消費者問題への関心度について調査したところ、「食品の品質や安全性」、「製品の品質や安全性」、「商品の表示」の項目では、8割以上の人々が「関心がある」と回答しています。【図表14】

【図表14 消費者問題への関心度】



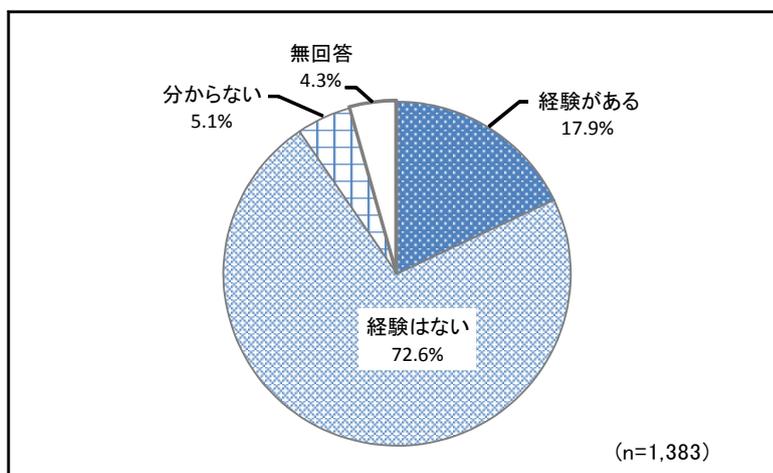
② 消費者トラブルを経験したことがある人のうち、県消費者センター及び市町村の消費生活センターや消費生活相談窓口相談した人は少数

購入した商品・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、約2割の人が「経験がある」と回答しています【図表15】

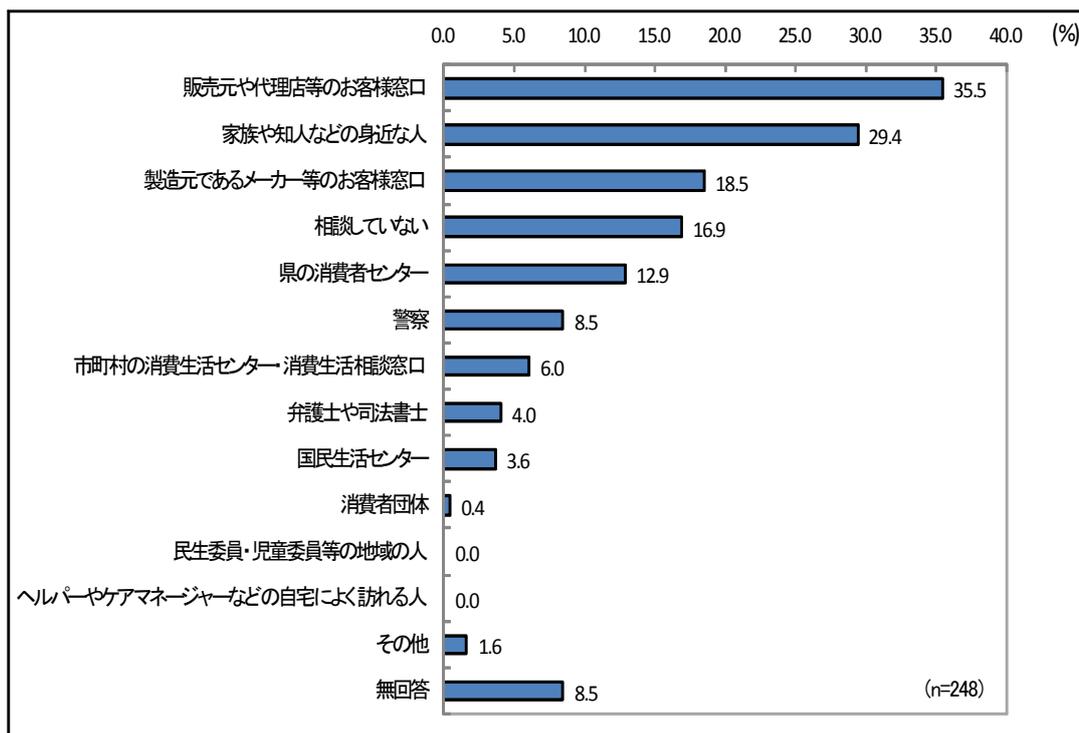
また、「経験がある」と回答した人のうち、相談先について調査したところ「販売元や代理店等のお客様窓口」が35.5%と最も多く、以下「家族や知人などの身近な人」、「製造元であるメーカー等のお客様窓口」と続いています。

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」に相談した人は、18.9%にとどまっています。【図表16】

【図表15 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）】



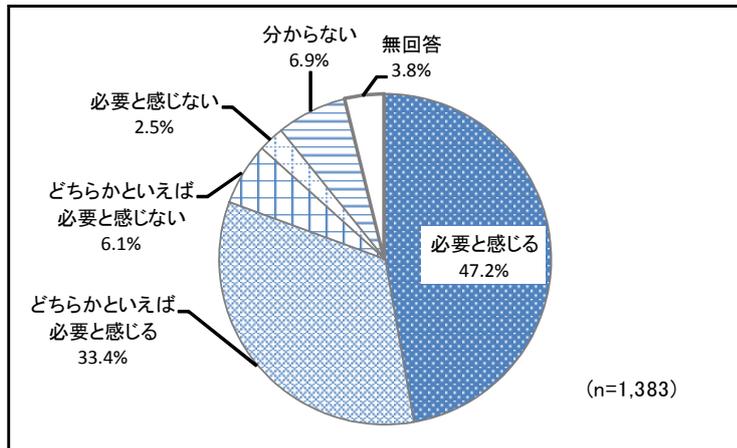
【図表16 消費者トラブルの経験のある人のうち、相談した相手方】



③ 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

一人暮らしの高齢者や障がい者が悪質商法や詐欺被害に遭わないために、地域で見守ることの必要性については、「必要と感じる」が47.2%、「どちらかといえば必要と感じる」は33.4%で、8割以上の人が必要と感じています。【図表17】

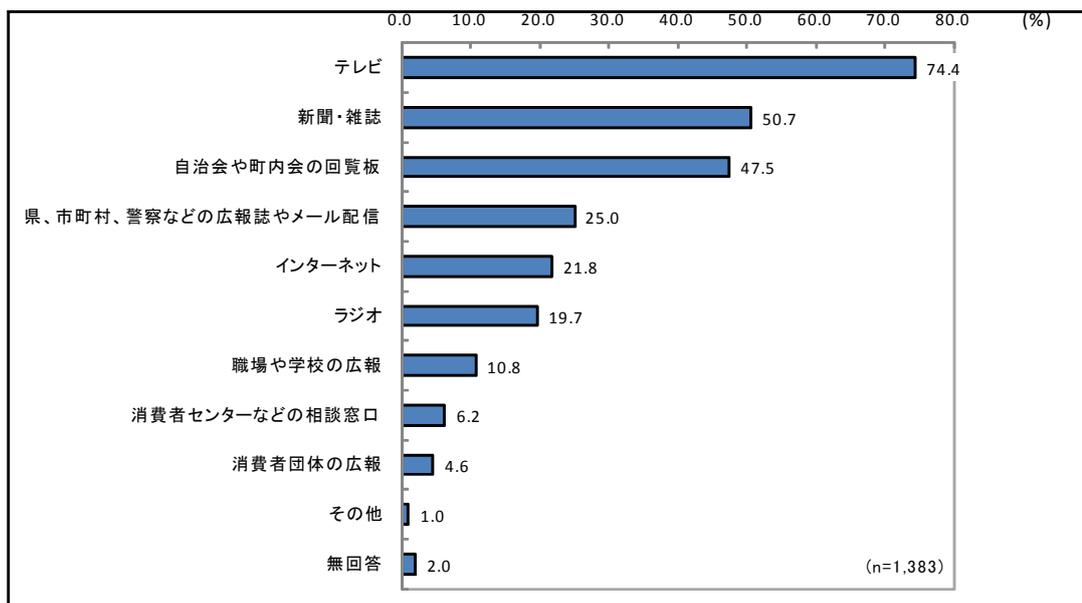
【図表17 地域における高齢者や障がい者の見守りの必要性】



④ 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74.4%と最も多く、以下「新聞・雑誌」が50.7%、「自治会や町内会の回覧板」が47.5%と続いています。【図表18】

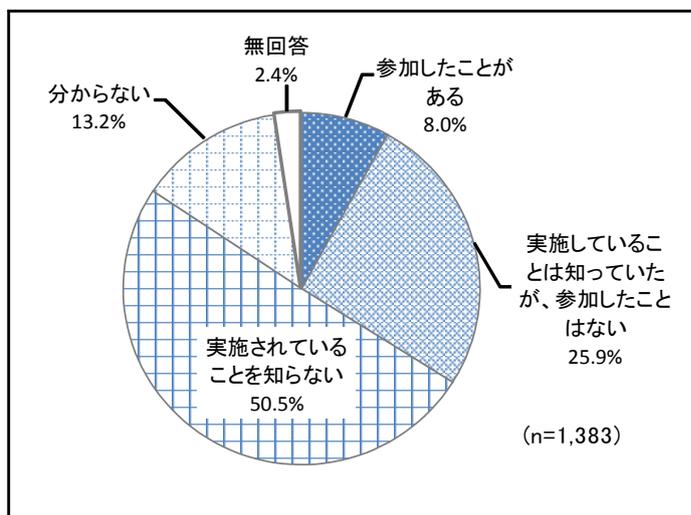
【図表18 県消費者センターが発信する情報を効果的な手段】



⑤ 消費者教育を受けた経験の無い人が多数

消費者教育にかかる講座や研修会等への参加状況については、「実施されていることを知らない」が50.5%で最も多く、「参加したことがある」は8.0%にとどまっています。【図表19】

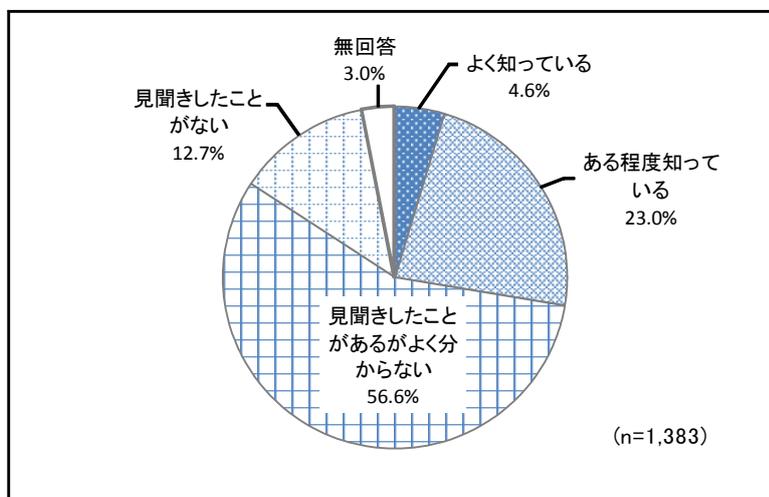
【図表19 消費者教育に関する講座や授業の参加状況】



⑥ 消費生活相談窓口の詳細を知らない人が多数

県消費者センターや市町村の消費生活センター・消費生活相談窓口の認知度については、「見聞きしたことがあるがよく分からない」と回答した人は56.6%と最も多く、一方で「よく知っている」が4.6%、「ある程度知っている」は23.0%で、これらを合わせた『知っている』と回答した人は約3割でした。【図表20】

【図表20 県および市町村消費生活相談窓口の認知度】



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、このたび実施した県民意識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組まなければならない主な課題は次のとおりとなります。

(1) 消費生活の安全確保

食品の偽装表示や異物混入など食の安全性を脅かす事件や、家電製品の火災など消費者が日頃から利用する製品・サービスに関する危害情報、さらには、健康食品の送りつけなどの悪質商法による消費者被害が、いずれも多数発生しています。

また、県民意識調査では、多くの方が「食品・製品の安全性」や「悪質商法・詐欺」に関心があると回答しています。

このような状況から、消費者の安全で安心な消費生活を確保するため、消費者事故や悪質商法の手口等の情報を、新聞・テレビなどの様々な情報手段を活用して、わ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。

(2) 相談体制の充実

消費生活に関する相談内容は、高度情報化社会の進展や経済のグローバル化に伴い、新たな商品・サービスの提供や取引形態が生じたことにより、ますます複雑・多様化しており、こうした相談に迅速かつ的確に対応していくためには、相談員等の資質の向上が求められます。

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。

このため、県消費者センター相談体制の充実として、相談員の研修機会を増やすとともに、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、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、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に支援を行っていく必要があります。

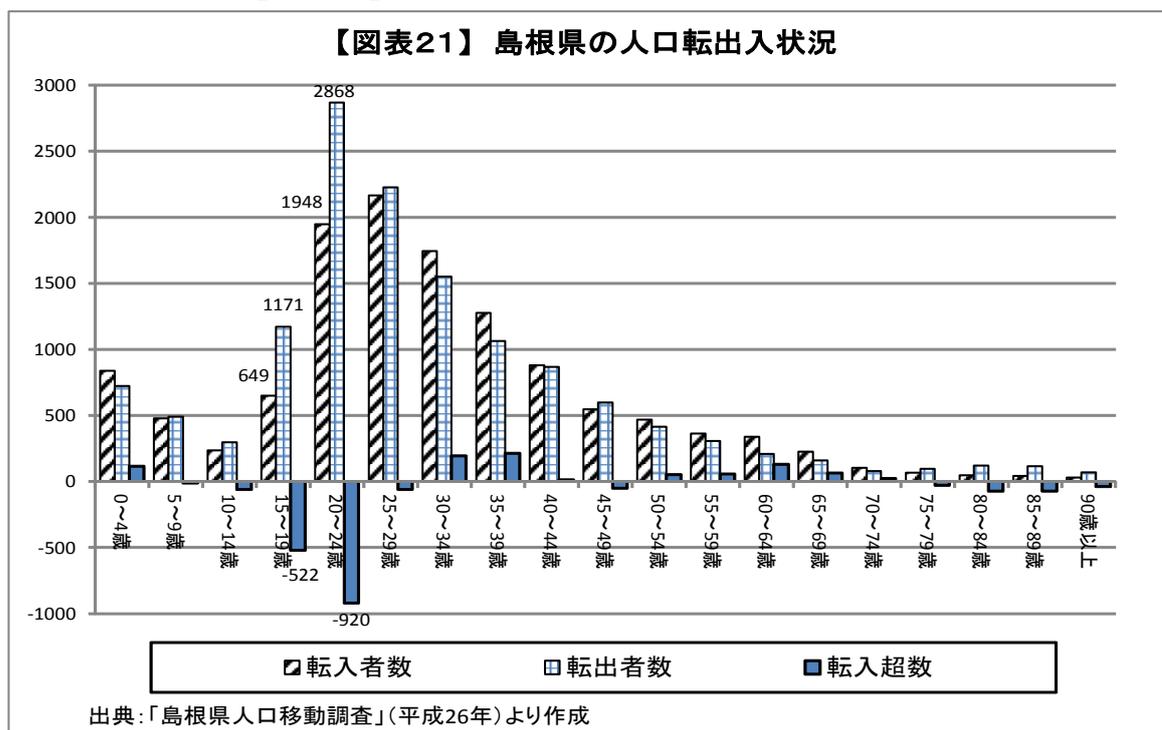
(3) 消費者教育の充実

消費者教育推進法では、「自らの消費行動が現在及び将来の世代にわたり社会経済及び地球環境に与える影響を自覚し、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参加する『消費者市民社会』の形成を目指す」ことにしています。

消費者教育では、**トラブルに遭わないことや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自立した消費者を育成することだけが重要**です。今後は、このことに加えて、フェアトレード^{※3}や地球温暖化問題、食品ロス削減等を考える「より良い社会の発展のために積極的に行動する消費者の育成」も行うことにしています。

県民意識調査では、多くの方が消費者教育を受けたことがないと回答しており、今後は「消費者自身が主体となって学び行動できるよう積極的に支援する」という消費者教育推進法の基本理念を踏まえ、未成年期から高齢期までの生涯を通じて、また、学校や地域、家庭など様々な場において、消費者教育を総合的・一体的に行う必要があります。

特に、島根県の高校3年生は進学・就職により県外へ転出して、初めて一人暮らしを経験する人が相当数いることから、消費者被害を未然に防ぐための知識や方法等を学ぶことは大変重要であり、卒業前に効果的な消費者教育を行っていく必要があります。【図表21】



※3 フェアトレード（公正貿易）について

発展途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入することを通じ、立場の弱い発展途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す「貿易のしくみ」のことです。

(4) 高齢消費者等の被害防止

高齢化や核家族化が進んだことにより、一人暮らしの高齢者や高齢者のみの世帯の割合は増加してきています。特に島根県においては、一人暮らしの高齢者世帯の割合が全国平均と比較して高い状況であり、今後も高齢化がさらに見込まれます。【図表6】

また、県消費者センターでは、60歳以上の相談割合が年々増加し、平成26年度は約4割を占めており、高齢者を狙う悪質商法等はさらに増えると考えられます。

加えて、県民意識調査では、県民の多くが「一人暮らしの高齢者や障がい者などを、悪質商法や特殊詐欺による被害から守るためには、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、消費者被害を未然に防止するためには、本人に対する消費者教育や啓発等を行うとともに、地域において高齢者等と接触する機会のある自治会、民生委員、福祉団体、消費者団体、警察等の人たちが連携して見守っていくことが必要です。

第3章 計画の目的と基本理念

1. 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、高齢者等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 消費者の自らの意志で事業者や商品・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><高齢者等の利益の擁護></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、4つの基本方針と11の施策に基づき消費者施策を展開します。特に、第2章で掲げた「今後の取り組むべき課題」に的確に対応するため、3つの施策を重点取組として位置づけました。

(1) 基本方針Ⅰ 安全で安心な消費生活の確保

県民が安心して消費生活を送ることができるよう、消費者への的確な情報提供や事業者に対する指導取締を行うとともに、県民の意見を施策に取り入れる機会を積極的に設けます。

施策① 消費者事故等の未然防止・拡大防止

施策② 規格・表示、取引行為の適正化

施策③ 県民意見の反映

(2) 基本方針Ⅱ 消費生活相談体制の充実

複雑・多様化する消費生活相談に適切に対応するため、相談員の資質の向上と相談窓口の充実を図ります。

施策④ 県消費者センターの充実

施策⑤ 市町村相談体制の充実に向けた支援 【重点取組】

(3) 基本方針Ⅲ 消費者教育の推進

消費者市民社会の形成を含め消費者が自主的かつ合理的に行動ができるよう、効果的な情報発信に努めるとともに、様々な場における消費者教育を推進します。

施策⑥ 消費生活情報の発信

施策⑦ 消費者教育の総合的・一体的推進 【重点取組】

施策⑧ 消費者団体への支援

施策⑨ 地域における消費者リーダーの育成

(4) 基本方針Ⅳ 高齢者等の消費者被害の未然防止

高齢者や障がい者を狙う悪質商法や特殊詐欺からの被害を未然に防止するため、地域における見守り体制の推進や効果的な啓発を実施します。

施策⑩ 地域見守りネットワークづくりの推進 【重点取組】

施策⑪ トラブルに遭わないための未然防止と救済

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。

クーリング・オフ制度は、消費者トラブルに遭遇した場合、消費者自らがそのトラブルを解決することができる重要な手段のひとつです。そのため「消費者の自立」を測る全体指標として『クーリング・オフ制度の認知度』を設定します。

目標値については、平成20年度から平成22年度までは70%の前半で推移していましたが、平成23年度に85%に急上昇し、近年は80%前後を推移していることから、第3期の目標値と同じ85%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、『消費生活相談窓口の認知度』を新たに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、平成26年度の現状を鑑みて100%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等において毎年調査を行います。

この二つの目標値の達成に向けて、今後4年間総合的・一体的に各消費者施策に取り組めます。

【全体指標】

指 標 名	前期目標値	現状(H26)	目標(H31)
クーリング・オフ制度を知っている人の割合	85.0%	79.3%	85.0%
消費生活相談窓口を知ってる人の割合	—	84.2%	100.0%

※クーリング・オフ制度の認知度は、**制度の概要まで知っていることである**「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

※消費生活相談窓口の認知度は「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

(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4つの基本方針と11の施策を設けました。

これら各施策の達成度を測る指標として、12の個別指標を設定しました。

2. 施策の内容

《基本方針Ⅰ 安全で安心な消費生活の確保》

施策① 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、インターネット（ホームページ、ツイッター、フェイスブック）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、鳥インフルエンザ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。

【個別指標・施策①】

指標名	前期目標値	現状(H26)	目標(H31)
消費者被害注意情報提供回数	15回	9回	15回以上

※消費者トラブルの事例や解決方法などの情報を提供した回数

【事務事業・施策①】

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	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（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）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

事業名	事業内容	担当課
非常時における生活関連物資に関する調査	地震、風水害、鳥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
消費生活協同組合法に基づく生協の指導	消費生活協同組合及び消費生活協同組合連合会の業務及び会計の状況について、実地調査等を行い、是正又は改善を要する事項について指導を行います。	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正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	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
食品衛生関係指導育成事業	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
食の安全・安心推進プロジェクト	「美味しまね認証」及びGAP（生産工程管理手法）の普及により、県産農林水産品の安全・安心の確保を図ります。	農産園芸課

施策② 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、市町村の相談窓口に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立入検査や行政指導を実施します。

併せて、平成24年度の国から地方への権限移譲により、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が市においても行うことができるようになったことを受け、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悪質事業者等の情報共有を図り、指導取締り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・施策②】

指標名	前期目標値	現状(H26)	目標(H31)
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	—	15件	20件

【事務事業・施策②】

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、価格等を偽って表示を行うことを規制するとともに、悪質事業者に対して、立入検査や指導を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
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

事業名	事業内容	担当課
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	健康増進法に基づき事業者による適切な食品表示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	平成27年4月1日、食品表示法が施行され、JAS法、食品衛生法、健康増進法に基づく表示基準が新しい表示基準として整理・統合されたことに伴い、本県においては、これまで法律ごとに分かれていた相談窓口を保健所に一本化し、相談しやすい体制を整備したことにより、今後一層食品表示の適正化を図ります。	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を指導・監督し並びに各事業所において使用される計量器の検定・検査により正確な計量器の使用を図ります。また、立入検査により、事業所が適正な計量を行っているか監視します。	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許可前払式特定取引業者への立入検査等の実施により、前払式割賦販売業及び前払い式特定取引業の適正運用を確保し、その取引の健全な発展と、購入者又は役務の提供を受ける者の利益を確保します。	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対して貸金業法第3条に基づく登録を行い、登録事業者への立入検査の実施等により、貸金業の適性な運用を確保し資金需要者の利益を確保します。	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	ヤミ金や利殖勧誘等の生活経済事犯の検挙対策及び被害防止対策の推進を図ります。	県警生活環境課

施策③ 県民意見の反映

消費者行政を推進するにあたっては、消費者が日々、安全で安心して暮らせるよう消費者の立場に立った施策展開が求められています。そのため、各地域で相談や啓発などの様々な消費者活動を行っている消費者団体や消費に関する有識者等との意見交換会を積極的に行い、県民の意見を参考にして施策を推進していきます。

また、島根県消費生活審議会へ施策の実施状況を報告することにより、行政の透明性を高めます。

【個別指標・施策③】

指標名	前期目標値	現状(H26)	目標(H31)
消費者団体等との意見交換回数	4回	4回	6回

【事務事業・施策③】

事業名	事業内容	担当課
市町村消費者問題研究会等との意見交換会の開催	各市町村圏域で活動している消費者問題研究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
消費生活協同組合との意見交換会の開催	県民生活の安定と生活向上を目的に活動する生協組合と意見交換会を行い、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
島根県消費生活審議会の開催	消費者・事業者の代表者及び学識経験者で組織された島根県消費生活審議会において、消費者基本計画の進行管理や消費者教育の推進、消費生活関連諸施策などの重要な事項の調査・審議を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室

《基本方針Ⅱ 消費生活相談体制の充実》

施策④ 県消費者センターの充実

高度情報化社会の進展や経済のグローバル化に伴い、新たな商品・サービスの提供が生じたことにより、消費生活に関する相談はますます複雑・多様化してきています。

このような消費者からの相談に迅速・的確に対応していくため、県消費者センターの相談体制の更なる充実に努めます。

具体的には、相談員の一層の資質向上を図るため、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めます。

また、個人情報保護に関する苦情や多重債務者等からの相談に対して的確に対応できるよう庁内関係課との連携を図ります。さらに、消費生活相談以外の事案については他の相談機関と連携して適切な対応に努めます。

【個別指標・施策④】

指標名	前期目標値	現状(H26)	目標(H31)
消費者相談のあっせん時解決率	87.0%	84.9%	87.0%

※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介在し解決に至った割合

【事務事業・施策④】

事業名	事業内容	担当課
国民生活センター研修会等への相談員派遣	相談員の資質向上を図るため、独立行政法人国民生活センター等が実施する各種研修会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
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、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
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
訴訟費用貸付制度	少額の消費者被害(数十万円)でも訴訟を行いやすく、被害を受けた消費者の法的救済を拡充するため、訴訟に充てる資金の貸付を実施します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室

事業名	事業内容	担当課
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及び生活環境課が連絡を密にし、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
県弁護士会との懇談会	県消費者センターと消費問題に携わる県内の弁護士と意見交換会を実施し、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	島根県個人情報保護条例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、その他自立の支援に関する措置を講ずることにより、生活困窮者の自立の促進を図ります。	地域福祉課
相談業務相互支援ネットワーク会議	相談業務を担当する各機関・団体が相互協力と緊密な連携のもと、県民からの相談に的確に対応することを目的に組織した島根県相談業務相互支援ネットワークの会議を開催して、ネットワーク会員間の一層の連携を図ります。	県警広報県民課

施策⑤ 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、国の消費者行政推進交付金による財政支援を行うとともに、研修会・巡回訪問の拡充やヘルプデスクの設置などにより、相談業務にかかる助言、協力、情報提供などの技術的支援を行います。

また、相談員を確保しやすい環境を整備するために、国家資格の取得を目指す人への支援として、消費生活相談員育成講座を開催します。

さらに、単独での相談員の配置が困難な市町村には、複数の市町村が共同して消費生活相談等の事務を行う広域連携方式による相談体制の構築を支援します。

【個別指標・施策⑤】

指標名	前期目標値	現状(H26)	目標(H31)
巡回訪問を実施した市町村数 (H31までの累計)	—	12市町村	19市町村

【事務事業・施策⑤】

事業名	事業内容	担当課
消費者行政推進助成事業	国の消費者行政推進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
市町村相談窓口担者研修会	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	県消費者センターの相談員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
ヘルプデスクの設置	市町村の相談業務を支援することを目的に、助言・協力・情報提供などを行うヘルプデスク（市町村支援専門相談窓口）を県消費者センターに設置します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
消費生活相談員育成講座	新たな資格認定制度である「消費生活相談員試験」の受験希望者や、今後、県内の消費生活相談窓口への就職を希望している方などを対象とする講座を開催します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室

《基本方針Ⅲ 消費者教育の推進》

施策⑥ 消費生活情報の発信

消費者が自主的かつ合理的に行動し、消費者被害を未然に防止するためには、消費生活に関する正しい知識を習得することが重要です。

そのため、県では、ワンクリック請求やマルチ商法などの悪質商法、また、**マイナンバーや還付金制度を悪用した詐欺の手口**などの最新の消費者問題に関する情報や、平成27年7月からスタートした「消費者ホットライン（最寄りの相談窓口を案内するシステム）＝188」をはじめとする消費生活相談窓口の情報を、様々な広報媒体を利用して、わかりやすく迅速に発信します。

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・施策⑥】

指標名	前期目標値	現状(H26)	目標(H31)
消費生活に関する情報の提供回数	—	486回	500回

※テレビ、新聞、ラジオ、ツイッター、フェイスブックによる情報提供回数

(テレビ、ラジオCMは1本につき1回とする)

【事務事業・施策⑥】

事業名	事業内容	担当課
消費者啓発推進事業	消費者センター 各種相談窓口（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（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）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	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	地域における青少年健全育成活動を一層進めるため、関係団体等との連携のもとに街頭キャンペーン、啓発資料配付等を通じて、青少年の健全育成に対する県民の意識の醸成を図ります。	青少年家庭課

施策⑦ 消費者教育の総合的・一体的推進

消費者教育は、知識を一方向的に与えるのではなく、日常生活の中で実践的な能力を育み行動できる消費者の育成を目指して行われるものです。

消費者教育推進法では、自立した消費者の育成に加え、自らの消費行動が現在及び将来の世代にわたり社会経済及び地球環境に与える影響を自覚し、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参加する「消費者市民社会」の形成を目指して行います。

また、国の定めた「消費者教育の推進に関する基本的な方針」において、消費者教育の推進にあたっては、年齢や性別等の消費者の特性に配慮するとともに、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・一体的に行っていくこととしています。

このため、県消費者センターを県内の消費者教育の推進役として位置付け、庁内関係課をはじめ、大学、公民館（コミュニティセンター）、弁護士会、金融広報委員会等の各関係団体と連携した消費者教育を推進します。

特に、相談員が日々の研鑽と相談対応の積み重ねにより修得した知識と経験を活かし、視覚と聴覚に訴える手法で被害の未然防止につなげる消費者問題出前講座を今後も積極的に開催します。

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

学校教育では、教育基本法や学校教育法の基本理念を踏まえ、学習指導要領に基づく児童生徒の「生きる力」を育むことを目指し、自立した消費者として成長するための基盤を培う消費者教育を実施しています。

たとえば、小学校では、家庭科において、物や金銭の大切さや計画的な使い方などの消費者教育を実施することになっています。

中学校では、社会科において、身近な消費生活を中心に経済活動の意義の理解や金融の仕組みを理解させること、また、技術・家庭科においては、消費者の基本的な権利と責任について理解させることなどの消費者教育を実施することになっています。

高等学校では、家庭科において、消費生活の現状と課題やこれからの消費生活の在り方などの消費者教育を実施することになっています。

今後、県では、学校において、児童・生徒の興味を引きつけ、関心が高まるような消費者教育が実施できるよう、身近な消費者トラブル事例を取り上げた教材等を作成・配布するなどの支援を行います。

特に、高校3年生には、進学や就職により県外へ転出して初めて一人暮らし経験したときに、消費者トラブルに巻き込まれないようにするための、パソコンやスマートフォンによる「ワンクリック請求」や「マルチ商法」など、若者が遭い

やすいトラブル事例と解決方法を紹介した啓発資料を配布します。

また、県内の高等学校に向けて、トラブルの未然防止に効果がある消費者問題出前講座の活用を働きかけます。

② 大学・専門学校等における消費者教育

成年者と未成年者が混在する大学や専門学校においては、消費者の権利と責任が大きく変化することを踏まえ、社会的経験の浅い学生が安心して学生生活を送れるよう、入学ガイダンス等の早い段階で、契約に関するトラブルやその対処方法について啓発を行うことが必要です。

また、平成27年6月に選挙権の年齢を18歳に引き下げる公職選挙法が改正されたことに伴い、民法の成人年齢も引き下げることが検討されています。

民法が改正された場合にはすべての大学生・専門学生は成人とみなされるため、さらに大学や専門学校等での消費者教育は重要なものとなります。

このため、県消費者センターによる学生や職員等を対象とした消費者問題出前講座や県金融広報委員会による金融講座などにより、大学や専門学校での消費者教育を支援します。

(2) 地域における消費者教育の推進

学校における消費者教育のほか、成人になってから高齢期までの生涯にわたる消費者教育も必要であり、地域における取組みは重要です。

本県では、公民館やコミュニティセンターでの社会教育活動が盛んであり、地域の人々に身近な学習や交流の場として、消費者問題に関する普及・啓発を実施するなど大きな役割を果たしています。

また、市町村消費者問題研究会、消費生活協同組合やNPO団体などの消費者団体が行っている普及・啓発の取組み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。

このため、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、啓発冊子等の作成・配布を行うなど、連携して地域の消費者教育を推進します。

(3) 家庭における消費者教育の推進

家庭において、子どもと保護者が一緒になって、金銭や物を大切に扱うことや、携帯電話・インターネットの適正な利用方法などについて話し合うことは、家庭でのルールづくりができるなど、幼児期からの消費者教育の一環として考えられます。

このため、保護者が子どもの消費者教育に活用できるパンフレット等を作成・配布するなど、家庭における消費者教育を支援します。

(4) 職場における消費者教育の推進

就職して社会に出ると、自ら合理的に判断し行動することがますます求められます。特に被用者の場合は、消費者教育の学びの場が少なくなるため、事業者がその従業員に対して行う消費者教育は重要なものとなります。

このため、事業者が実施する社員研修に県消費者センター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。

食育の取組みの中で、食に関するマナーの習得、食への感謝の念、食品ロスの削減、地産地消の推進などの取組みは、持続可能な社会の形成を目指す消費者教育の課題でもあります。

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) 法教育

法教育は、法律の専門家ではない一般の方が、法や司法制度などを理解し、法的なものの考え方を身につけるための教育のことです。

法教育の一部には、契約自由の原則^{※4}や私的自治の原則^{※4}など、消費活動の前提となる身近な法律の理解も含まれていることから、法教育は消費者が自立した消費生活を営むために大切なものです。

このため、弁護士会、大学等が実施する法教育と連携した消費者教育を推進します。

※4 ①契約自由の原則について

契約を当事者の自由にまかせ、国家はこれに干渉してはならないとする原則

②私的自治の原則について

私人間の法律関係（権利義務の関係を成立させること）は、一切自主的決定にまかせ、国家が干渉してはならないとする原則

(4) 金融教育

金融教育は、県民一人一人が、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、島根県金融広報委員会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・施策⑦】

指標名	前期目標値	現状(H26)	目標(H31)
消費生活に関する出前講座の実施回数	—	109回	170回
学校における消費者教育の実践研究数	5団体	3団体	5団体

【事務事業・施策⑦】

事業名	事業内容	担当課
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消費者教育の手法等の研究を委託し、その成果物を県内の全教員に配布します。	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
出前講座講師派遣バンク事業	消費者リーダー育成講座の修了生や相談員等を消費者問題出前講座の講師として登録し、県が実施する出前講座に派遣します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
グリーン消費 マシズムの普及 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)	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資料の作成・配布やホームページ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
金融広報委員会事務	県民が健全で合理的な家計運営を実現できるように、島根県金融広報委員会と連携して、金融に関する広報または消費者教育活動を実施します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室

事業名	事業内容	担当課
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るよう、消費者教育の全体計画を作成し、消費者教育の指導の充実を目指すとともに、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。	教育指導課
家庭教育支援体制整備事業	家庭教育の自主性を尊重しつつ、保護者に対する学習の機会や情報の提供など、学校・家庭・地域がそれぞれの役割を十分に自覚するとともに、お互いに信頼し合える関係を築きながら、地域全体で家庭教育を支援する体制を整備します。	社会教育課
実証！「地域力」醸成プログラム	地域の課題解決に向けて住民を巻き込み、主体的な学習・実践活動に結び付ける「地域力」を醸成することで、時代の変化と共に起こる様々な社会や地域の課題、問題解決につながる公民館等の取組を支援します。	社会教育課
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
地域の情報リテラシー向上	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。	情報政策課
しまねこども環境学習推進事業	島根県における次代の環境保全を担う人材を育成するため、現場での体験学習等を通じてこどもたちの環境に配慮する意識を高めます。また、産業廃棄物にウエイトを置いた環境教育を推進する中学校、高等学校、特別支援学校に対して、その活動費を助成し環境教育の場を提供します。	環境政策課

事業名	事業内容	担当課
「環境守る農業宣言」 推進事業	農業者が現行から一歩進んだ環境負荷軽減に寄与する農法に取り組むことを、消費者においてもそれを支持する宣言を行い、環境にやさしい農業の推進と県土の保全について共通認識に立つことにより、県民あげて『環境農業』の推進を図ります。	農産園芸課
高齢者被害防止対策 事業	高齢化率の高い地域を「悪質商法等撃退モデル地区」に指定し、防犯講習等を実施して、消費者被害の未然防止を図ります。	県警生活安全 企画課

施策⑧ 消費者団体への支援

県内には、消費者活動を行う様々な団体や組織が数多くあり、消費者の自立に向けた取組みを推進するうえで、地域に密着して消費者教育や啓発活動を行っている消費者団体等の役割は非常に重要です。

このため、県では消費者団体等への財政的・技術的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会を実施します。

また、県内の消費者団体間の連携が深まり活動の活性化につながるよう、消費者団体のネットワーク化を進めていきます。

【個別指標・施策⑧】

指 標 名	前期目標値	現状(H26)	目標(H31)
県と民間の消費者行政事業協働件数	15件	13件	15件

【事務事業・施策⑧】

事業名	事業内容	担当課
消費者活動推進事業	消費者トラブルの未然防止・拡大防止を図るため、地域で活動するNPO法人や大学などの様々な消費者団体等と県が連携して、消費者教育・啓発・相談業務を実施します。	環境生活総務課 消費とくらしの 安全室
シルバー消費社会形成援助事業	高齢消費者の被害の未然防止を図るため、地域の消費者団体が行う高齢者向けの消費者教育及び啓発の事業について財政的支援を行います。	環境生活総務課 消費とくらしの 安全室
市町村消費者問題研究会等との意見交換会の開催【再掲】	各市町村圏域で活動している消費者問題研究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
消費者団体ネットワーク化の推進	県内で消費者活動を行う、様々な団体・組織の活性化等に資するため、消費者団体のネットワーク化を推進します。	環境生活総務課 消費とくらしの 安全室

施策⑨ 地域における消費者リーダーの育成

地域の消費者教育や啓発活動を担う人には、消費者問題を解決するための知識と意欲が必要です。

県では、市町村や消費者団体で消費生活相談に従事することを目指す人、各地域で身近な消費者の最初の相談相手となり適切な助言をしてあげられる人、地域の消費者教育や啓発を担っていただく人などの、地域における消費者リーダーを育成するために、それぞれの意欲・能力に応じた研修を実施します。

また、各地域で実施する消費者教育や啓発活動などの取り組みに、これまでに育成した消費者リーダーの活用を図ります。

【個別指標・施策⑨】

指 標 名	前期目標値	現状(H26)	目標(H31)
県主催の専門研修・講座の修了者数	45人	59人	70人

【事務事業・施策⑨】

事業名	事業内容	担当課
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消費者リーダーを育成するための講座を開催します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
消費生活相談員育成講座【再掲】	新たな資格認定制度である「消費生活相談員試験」の受験希望者や、今後、県内の消費生活相談窓口への就職を希望している人を対象とした講座を開催します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室

《基本方針Ⅳ 高齢者等の消費者被害の未然防止》

施策⑩ 地域見守りネットワークづくりの推進

高齢者や障がい者等は、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く、消費者センターへの相談は増加傾向にあります。

また、本人から相談がされず、その対応が遅れることで被害が拡大しているケースもあります。

こうした消費者被害を防止するためには、不審な電話や大量に商品を購入させられている等の変化を周囲の人が早い段階で気づき、相談機関等に適切につながる事が大切です。

このため、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」の構築を進めていきます。

【個別指標・施策⑩】

指標名	前期目標値	現状(H26)	目標(H31)
市町村の地域見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会）が整備されている市町村数（H31までの累計）	—	0市町村	19市町村

【事務事業・施策⑩】

事業名	事業内容	担当課
県地域見守りネットワーク（県消費者安全確保地域協議会）の構築	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、県地域見守りネットワーク（県消費者安全確保地域協議会）を構築します。	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）の構築支援	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）」の構築を支援します。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室
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、ボランティアセンター事業を実施し、県民の福祉活動への参加を促進します。	地域福祉課
日常生活自立支援事業	認知症高齢者や障がい者等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等を行います。	地域福祉課

事業名	事業内容	担当課
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等を行います。	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、元気で生きがいを持って生活できる「生涯現役の健康なまちづくり」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）	地域の実情に応じた介護予防サービスが総合的に展開されるよう、市町村の介護予防事業の効果的な実施、地域包括支援センターの活動や運営を支援します。	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）	判断能力が不十分な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や普及啓発事業等を推進します。	障がい福祉課

施策⑪ トラブルに遭わないための未然防止と救済

一人暮らしの高齢者が、悪質商法や特殊詐欺などによる被害に遭わないで、安心して生活できるよう、警察や関係団体と連携して個別訪問を行い、分かりやすく、隅々まで行きわたるような情報提供に努めます。

また、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・施策⑪】

指標名	前期目標値	現状(H26)	目標(H31)
高齢者等 独居高齢者 の個別訪問戸数	—	—	32,000戸

※一人暮らしの高齢者を対象に啓発チラシの配布等を実施する

【事務事業・施策⑪】

事業名	事業内容	担当課
消費者啓発推進事業 【再掲】	消費者センター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（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）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	警察官や民生委員等による個別訪問活動の際に、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。	環境生活総務課 消費とくらしの安全室 県警生活安全企画課
認知症施策推進事業	認知症に関する早期の段階からの適切な診断と対応、正しい知識と理解に向けての支援などを通じて、市町村単位で総合的かつ継続的な支援体制を確立することを目的として、各関係機関が連携して総合的に認知症施策を推進します。	高齢者福祉課

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) 国や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、様々な相談に適切な対応ができるよう、福祉や衛生部局等の庁内関係課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) 消費者団体との連携

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に取り組みます。

(3) 事業者団体等との連携

消費者からの信頼を確保するため、製造業や小売業などの各種事業者団体と連携して、事業者の苦情処理体制の整備を求めています。

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とりまとめて、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。