

静岡県消費者基本計画パブリックコメントにおける御意見及びそれに対する県の考え方等

- 1 意見募集期間 令和3年12月21日（火）から令和4年1月16日（日）まで
- 2 意見件数等 3団体から47件の御意見をいただいた。
- 3 意見区分等

区 分		内 容	件 数
A	御意見を踏まえて案を修正する	御意見の趣旨を踏まえ、案を修正する場合	23件
B	御意見の趣旨を踏まえて取り組む	案の修正はしないが、御意見を踏まえて取り組む場合	17件
C	業務の参考とする	現時点では意見を計画や取組に反映することは困難だが、今後の参考とする場合	7件
計			47件

4 御意見の内容及びそれに対する県の考え方

番号	該当部分	御意見の内容	県の考え方
1	P 3 第2章1 消費者行政の状況	(1)「国の動き」の注8について、令和3年6月改正前の預託法の正式名称が引用されている。改正の対象は「特定商品等の預託等取引契約に関する法律」であるが、改正法が令和4年6月1日に施行されること、その後は「預託等取引に関する法律」に名称変更されることに言及した方がよいのではないか。	A より正確な記述とするため、御意見のとおり変更しました。
2	P 4 第2章1 消費者行政の状況	(1)「国の動き」について、消費者庁において、消費者契約法の再改正及び消費者裁判手続特例法の改正へ向けた検討が進んでいることにも言及した方がよいのではないか。	A 御意見の主旨を踏まえ、消費者契約法の再改正に向けた検討が進んでいること、消費者裁判手続特例法の改正の動向について追加しました。
3	P 7～8 第2章2 前計画の成果と課題	(1)の図表5「第3次消費者行政推進基本計画の代表指標の状況」及び(2)の図表6「第2次消費者教育推進計画の代表指標の状況」については、基準値(2016年)と現状値(2020年)との比較しかないので、グラフを追加する等、この間の推移・傾向を示した方がわかりやすいのではないか。	C 静岡県の新ビジョン(総合計画)の総括評価書である「ふじのくにづくり白書」及び第3次静岡県消費者行政推進基本計画の総括評価書に準じて記載しているため、基準値と現状値のみの記載となっていますが、御意見につきましては、今後の参考とさせていただきます。なお、年度ごとの評価書を県ホームページに掲載しておりますので、御参考としてください。

4	P 1 0 第2章3 消費生活をめぐる現 状と課題	(1)①「概要」の図表7「消費生活相談件数と平均既支払額の推移」について、貴県が受けた消費生活相談のうち、あっせんの件数については、消費生活センターの規模、特に消費生活相談員の適正な人数を図るうえで重要な資料と考えられる。そこで、下記の数値を追記することを提案する。 ア 消費生活相談員によるあっせん件数 イ 静岡県消費生活審議会によるあっせん件数	A	2020年度、県の消費生活相談員(15名)は、357件のあっせんを行いました。 第3章2(3)①「消費生活センター等でのあっせん」の注49に、2020年度の県内の相談窓口でのあっせんの件数(2,139件)について記載していますが、県のみのおっせん件数(357件)も追加しました。
5	P 1 1 第2章3 消費生活をめぐる現 状と課題	(1)②「年齢層別」の図表8「年齢層別相談件数の推移」についても、グラフにして視覚化した方がわかりやすくなるのではないかと。	C	図表8については、件数のみではなく、全体の相談件数に占める構成比も併せて比較する必要があります。件数と構成比の両方を盛り込むと複雑なグラフになってしまうことから、表のままとさせていただきますが、御意見につきましては、今後の参考とさせていただきます。
6	P 1 2 第2章3 消費生活をめぐる現 状と課題	(1)③「販売購入形態別」について、対面取引、特に高齢者の訪問販売に関する相談がビフォーコロナと大差ない状態が続いていることに注目すべきであるため、下記の一文を追記することを提案する。 「また、新型コロナウイルス感染症の感染拡大、新型インフルエンザ等まん延防止等重点措置、新型インフルエンザ等緊急事態措置の影響が大きかったにもかかわらず、店舗購入や訪問販売、訪問購入等のいわゆる対面取引に関する相談件数がそれほど減少していないことについても注視する必要があります。」	B	店舗購入や訪問販売、訪問購入等のいわゆる対面取引に関する相談件数についても、それほど減少していないという現状を踏まえたうえで、消費者被害防止に必要な施策を展開して参ります。
7	P 1 3 第2章3 消費生活をめぐる現 状と課題	(1)④「商品・サービス別」について、「*3」の「他の健康商品」は、「他の健康食品」に修正すべきである。	A	「健康商品」は「健康食品」の誤りであったため、御意見のとおり変更しました。
8	P 1 5 第2章3 消費生活をめぐる現 状と課題 P 3 8 第3章2 消費者被害の防止と 救済	第2章3(3)①「民法上の成年年齢引下げ」について、「インターネット上で出会った人」という表現があるが、「知り合った人」と修正すべきである。「出会った(会おう)」という言葉を用いると実際に対面したという印象を受けるが、若者のトラブルでは、SNS上でのやり取りのみで、実際には会ったことがないというケースが多いように思われる。 第3章2(2)④「デジタル化への対応」の「SNSやマッチングアプリなどを通じて出会った人」についても同様である。	A	より正確な表現とするため、「出会った人」は「知り合った人」に変更しました。

9	P 1 7 第2章3 消費生活をめぐる現 状と課題	(3)②「高齢化の更なる進行」について、「被害に気づいても周囲に相談しない場合も多く、一度被害に遭うと、支払額も高額となり、契約した経緯の証明等が難しく、損害を取り戻すことが困難であるといわれています。」と一文で記載されている。 これらの関連性が明確ではないため、「このほかに、高齢者の消費者被害の特徴としては、①周囲に相談しないため被害が発見されにくいこと、②一度被害に遭うと次々に被害に遭うことが多く支払額が高額になること、③契約締結時の記憶が曖昧となりがちで契約した経緯の証明等が難しいこと等も挙げられます。」等の表現に修正してはどうか。	A	より正確な表現とするため、御意見の趣旨を踏まえ、変更しました。
10	P 1 7 第2章3 消費生活をめぐる現 状と課題	(3)②「高齢化の更なる進行」について、高齢者の相談が多いのは、高齢者の被害が多いのではなく、行政の相談機関にアクセスすることが他の年代に比べて多いからではないか。 「消費生活センターまたは消費生活相談窓口の開庁時間中の各年代の余暇時間」や「各年代の苦情の申し出先」の指標も用いて論じた方がよいと考える。	B	消費生活相談は、9割が電話相談であり、「消費者ホットライン188」を使用すれば、平日に在宅しているかどうかにかかわらず、土日も国民生活センターに相談することが可能となっています。ただし、「188」の認知度を高める必要があるため、今後もより一層の周知を図って参ります。 また、消費者庁は、消費生活相談のデジタル化を推進しています。今後は、電話相談以外にも、デジタル技術を活用した誰もが利用しやすい情報提供体制・相談体制を拡充して参ります。
11	P 1 9 第2章3 消費生活をめぐる現 状と課題	(3)③「デジタル化の進展、電子商取引の拡大」について、本文で示されている数値が図表18～21に基づくものであることを、図表の下部のみではなく本文でも明示すべきではないか。	A	より分かりやすい記述とするため、御意見のとおり変更しました。
12	P 2 1 第2章3 消費生活をめぐる現 状と課題	(3)③「デジタル化の進展、電子商取引の拡大」について、図表20「項目別支出金額の対前年名目増減率(二人以上の世帯)(2020年)」のうち、「旅行関係費」及び「チケット」の2つの項目名は棒グラフと重なって見にくいので、上方の空欄部分に移動した方がよいのではないか。	A	より分かりやすいグラフとするため、御意見のとおり変更しました。
13	P 2 2 第2章3 消費生活をめぐる現 状と課題	(3)④「消費者トラブルの高度化・複雑化・多様化」について、「高額収入を受けるための」は、「高額収入を得るための」と修正すべきである。	A	より正確な表現とするため、御意見のとおり変更しました。

14	P 2 2 第2章3 消費生活をめぐる現 状と課題	(3)④「消費者トラブルの高度化・複雑化・多様化」について、「ものなしマルチ」という言葉は県民にはわかりにくいので、注で普通のマルチ商法との違いを説明した方がよいのではないかと。	A	ものなしマルチとマルチ商法との違いについて、注釈を追加しました。
15	P 2 5 第3章 消費者施策の展開の 方向	冒頭に成果指標「消費生活相談における被害額」についての説明がないため、どういう意図なのかを計画案の中で説明していただきたい。相談は消費者トラブルのうち1割に満たない人たちがしているだけという認知率の問題があるため、相談件数を何倍にも拡大するという指標の方が実態に即していると考えます。	A	第4章2「進捗管理」にすべての指標についての説明を記載しています。また、第3章の冒頭に、成果指標についての説明を追加しました。御意見を踏まえ、平均額だけでなく、相談件数及び被害総額についても注視しながら、今後も、「消費者ホットライン188」、消費生活センターなどの相談窓口について周知を図って参ります。
16	P 2 5 第3章 消費者施策の展開の 方向	冒頭及び第4章2「進捗管理」の「成果指標」では、「消費生活相談における被害額」が用いられているが、被害額の減少が取組の成果であることを検証する方法を明示すべきである。また、被害額の説明として「消費生活相談において、消費者が事業者に支払ったと言った金額の平均額」を用いているが、相談の件数と契約額によって変化すると思われる。被害額減少の原因の分析に当たっては、前段に述べた施策・取組の成果によるのか、あるいは、相談件数と契約額の影響によるのかを意識しつつ精査する必要があるのではないかと。	A	第3章の冒頭に、成果指標の説明を追加しました。支払う前の相談あるいは少額の相談が増えれば平均額は減少するため、被害総額が減少したことだけでなく、消費生活センターの認知度についても測ることができます。また、相談は、被害の未然防止にも繋がる消費者市民社会の一員としての行動であるといえます。そのため、消費者教育、消費者相談と被害の救済、事業者指導の取組の成果を表す指標として設定しました。御意見を踏まえ、平均額だけでなく、相談件数及び被害総額についても注視しながら、施策を推進して参ります。
17	P 2 5 第3章 消費者施策の展開の 方向	第3章の冒頭の成果指標に、「消費生活相談員および静岡県消費生活審議会による苦情の処理のあっせんによる被害回復の総額」を追加することを提案する。この成果指標を設定することが、県の消費生活センターの充実に寄与し、さらには消費生活相談員の地位向上にも寄与すると考える。	B	「あっせんによる被害回復の総額」は、過去4年の間に倍以上の差があり、目標値を設定することが難しいため、成果指標とはしていませんが、御意見を踏まえ、毎年度、実績を注視しながら消費者施策を展開して参ります。

18	<p>P 2 7 第3章1 自ら学び自立し行動する消費者の育成 P 4 6 第3章4 消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化</p>	<p>計画案では出前講座を中心に指標等があげられている。出前講座は一定の効果があり、政策評価としてはわかりやすいが、本来、学校における消費者教育は、授業を行う教員自身に対する支援を同様に重視すべきではないか。具体的に言えば、年に1回程度の教員研修では心許ない。教員をスキルアップさせる情報提供の場という意味で、ポータルサイト拡充や副教材等の定期的な作成、配布、あるいは市町との役割分担を考慮しながら、滋賀県が始めたように教員からの問い合わせに対応ができる体制の整備等を構想すべきではないか。</p>	B	<p>教員のスキルアップについては、消費者教育を行うための具体的な指導のポイント等についての研修を実施するほか、授業で活用できるデジタルコンテンツや教材等に関する情報提供などの支援を検討して参ります。</p>
19	<p>P 2 7 第3章1 自ら学び自立し行動する消費者の育成 P 4 6 第3章4 消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化</p>	<p>静岡県版消費者教育ポータルサイトについては、運営を始めて時間がたっているにもかかわらず、それほど更新されていないように見受けられるが、教員のスキルアップにとって重要なサイトであり、コンテンツを充実していただきたい。現在のサイトでは、市町の動向や副教材等についてはほとんど触れられていないが、神奈川県のように、市町も協働したオール静岡のサイトとして整備をしていただきたい。</p>	B	<p>その他の支援についても、他県の事例も参考にしながら効果的な方法を検討して参ります。</p>

20	P 2 7 第3章1 自ら学び自立し行動する消費者の育成	前文について、「消費者市民社会」の理念を普及します。」と述べられている。「消費者市民社会」自体は抽象的な理念であり、その普及は容易なものではなく、また、抽象的な理念自体の普及を試みても県民の理解を得ることは難しいように思われる。むしろ、上記の理念に基づいて具体的な施策を推進し、その内容を県民に理解してもらうことの方が重要である。当該部分を、「「消費者市民社会」の理念に基づいて具体的な施策を推進するとともに、その内容を広く県民に理解してもらえるように啓発に努めます」等の表現に改めてはどうか。	B	御意見のとおり、消費者教育においては、消費者市民社会の理念そのものを普及するというよりは、具体的な施策を推進することを通じて、消費者市民社会の理念の普及を目指すという主旨であるため、前文で理念の普及について述べた後、具体的な施策内容を記載する構成としております。 また、消費者教育が、消費者の責任を追究するものではなく、消費者の自立を支援するものであることについても、御意見のとおりであります。
21	P 2 7 第3章1 自ら学び自立し行動する消費者の育成	前文について、消費者基本法や消費者教育推進法の目的や基本理念に立ち戻ったうえで、今一度校閲すること提案する。 消費者教育、あるいは貴県の役割は、消費者教育を行うことによって消費者に自己責任を求めることではなく、「消費者の自立を支援すること」である。消費者教育は、消費者に対し契約責任や自己責任を追究するための手立てにはならない。また、自立を求めるものであってもならない。 県もそのようなことを意図していないのは十分理解しており、そうであれば、常に、暖かく、明るく、消費者を支援する、そうした理念を本文に明示してはどうか。	B	自立支援については、第1章1「計画の基本理念」及び2「計画の目指す姿」に記載しております。また、配慮を必要とする方や、実際に被害に遭った方への支援については、第3章2「消費者被害の防止と救済」に記載しております。 いただいた御意見を念頭に置き、消費者教育に取り組んで参ります。
22	P 2 8 第3章1 自ら学び自立し行動する消費者の育成	(1)①「人が幸せになるエシカル消費の普及啓発」の事業者向けの普及啓発について、小規模事業者に対しては、消費生活条例第29条に基づき、「技術的な援助及び資金の融資」を行い、その実現に向けた支援をすべきだと考える。 サステナブル経営は、地球規模で早期に実現すべき、大量生産、大量消費と際限のない利潤獲得競争に代わるべき社会モデルの一つであり、社会全体で育ていくべき理念である。ただ、今の現実を鑑みれば、理念だけではその実現が難しいと考える。	B	本県では、小規模事業者であっても持続可能な社会の実現に向けた取組に参画できるよう、支援して参ります。 例えば、環境分野では、第4次静岡県環境基本計画を策定し、持続可能な社会の実現に向け、省エネ支援員の企業への派遣による環境配慮型経営導入支援、環境ビジネスプランの発掘・ブラッシュアップを行うコンテストの実施等、企業の実態面では環境対応や環境ビジネスを促進して参ります。 また、金融機関や経済団体と連携し、事業者等に対するESG金融(環境、社会、ガバナンス情報を考慮した投融資行動)に関する情報提供などを通じ、ESG金融の普及拡大にも取り組んで参ります。

23	P 2 8 第 3 章 1 自ら学び自立し行動する消費者の育成	成年年齢引き下げについての教育は、18 歳・19 歳の若者が直接の対象であるとしても、20 歳以上も含め、改めて成人に必要な消費者教育とは何かが問われている。 短期的には 18 歳に近いところに対応すべき課題だが、中長期的には小学校からの消費者教育のあり方が問題になっていることをまず認識すべきであり、その点も考慮した計画の立案をしていただきたいと考える。	B	小中学校における消費者教育は、市町と連携して実施し、状況に応じて、県が消費者教育出前講座を実施するなど、市町を支援します。教員に対しては、消費者教育を行うための具体的な指導のポイント等についての研修の実施のほか、授業で活用できるデジタルコンテンツや教材等に関する情報提供などの支援を検討して参ります。
24	P 3 0 第 3 章 1 自ら学び自立し行動する消費者の育成	(2)①「学校等における消費者教育」について、高等学校・特別支援学校及び小中学校については、市町と学校のみならず、各学校の P T A あるいは各地区の P T A 連合会、P T A 連絡協議会等との連携によって対応することも考えられるのではないかと。	A	第 3 章 1 (2)②「地域等における消費者教育」の「イ 家庭」について、「学校の保護者会等を通じて保護者に対し、(略)情報提供します。」を「学校の P T A、保護者会等を通じて保護者に対し、(略)情報提供します。」と変更しました。 本年度、県では、公立高等学校 P T A 連合会に協力いただき、会報等において、保護者向け消費者教育出前講座についての周知を行いました。新型コロナウイルス感染症の影響で P T A の集会が開催されていないこともあり、今年度の実施は少数にとどまりましたが、今後も引き続き、公立高等学校 P T A 連合会と連携しながら周知して参ります。
25	P 3 1 第 3 章 1 自ら学び自立し行動する消費者の育成	(2)①ウの「情報モラル・情報リテラシー」及び②アの「デジタル・リテラシー」という表現については、県民にもわかる形で説明する必要があるのではないかと。	A	「情報モラル」、「情報リテラシー」、「デジタル・リテラシー」について、注釈を追加しました。
26	P 3 1 第 3 章 1 自ら学び自立し行動する消費者の育成	(2)①「学校等における消費者教育」について、YouTube チャンネル「ふじのくにメディアチャンネル(静岡県庁公式)」等で、消費者教育の動画(1 本 10 秒～)を毎日 1 本アップロードすることを提案する。 また、成果指標あるいは目標として、チャンネル登録者数 100 万人を目指すことを提案する。 学校で消費者教育を十分に継続して実践することは、学校教諭の現実を考慮すると、困難であると考え。消費者教育の動画を、1 本 10 秒でもよいので、アップロードし続け、広く県民の目に触れるようにしてはいかかか。年代の異なる貴県の複数職員(時には他部署、時には県内の大学や高校の教諭)が、自己の属する世代やコミュニティの感覚に基づいて動画の内容を起案するとよいと考える。	B	若者向けの啓発については、若者や教員、職員が発信できるよう、動画等のデジタルコンテンツを作成することも検討しながら、若者に効果的な広報ツールを活用して行って参ります。

27	P 3 4 第3章2 消費者被害の防止と救済	第3章2及び第4章2「進捗管理」の「活動指標」のうち「県及び市町の消費生活相談員が実施したあっせん解決率」については、消費生活センター等によって事業者への対応が様々であり、「あっせん解決率」という表現で一括りにできるか疑問が残る。「あっせん解決」とはどのような状態を指すのか、注を付して県民にもわかる形で明示すべきである。	A	あっせん解決率の説明について、注釈を追加しました。
28	P 3 4 第3章2 消費者被害の防止と救済	本県は全国的にも消費者行政が進んでいると評価されているが、土日の相談体制が市町も含めて全く整っておらず、国民生活センターに委ねているのが現状である。多くの職場で勤務時間にあたる時間しか開設していないのは明らかに不十分であり、早急に対応が必要ではないか。 県だけでなく、市町にも相応の負担を求めながら、協働して土日の相談体制の整備を進めること、暫定的に平日の相談時間20時まで延長することもご検討いただきたい。	B	この計画では、第4章の重点施策として「県と市町の連携体制の強化」を掲げ、消費者施策を一体的・効果的に推進する基盤を構築することとしています。
29	P 3 5 第3章2 消費者被害の防止と救済 P 4 9、5 1 第3章4 消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化	県は、指定消費生活相談員の設置を目指すとしているが、本来、県の相談員は全員が指定消費生活相談員であるべきではないかと考える。 消費者安全法8条により、県で受け付ける相談は「広域的・専門的な相談に限られており、それ以外は住民を直接抱える市町に、基本的な相談業務が委ねられている。相談体制を整えることができない場合に、県が支援することは当然の対応だが、人口規模から見て自ら相談体制を整えるべき一部市町まで県を頼っている状況は、問題と考える。 今後もそのような市町に対し、自ら消費者行政体制を整えるよう働きかけを行っていただきたい。	B	51 ページの表「県と市町の役割分担」に基づき、県と市町の相談窓口の連携を強化し、県が市町の実情に応じた支援を行いながら、県民がどこに住んでいても質の高い相談・救済を受けることができる相談窓口のあり方を検討して参ります。
30	P 3 4 第3章2 消費者被害の防止と救済 P 4 9、5 1 第3章4 消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化	県は「複数市町で発生する広域的な事案を引継ぎ、一括してあっせん」できる相談体制を構築していくという方向は理解できるが、このためには県相談員全員が市町相談員以上に高度な専門性をもち、指定消費生活相談員になれるようなレベルを要求される。県相談員は市町相談員以上に充実した研修を受け、スキルアップを目指すことを計画案に明示すべきではないかと考える。	B	県の相談員の資質向上を図るため、県主催の消費生活相談員スキルアップ研修の内容をより一層充実させて参ります。また、国民生活センター等が主催する専門性の高い研修の受講について、引き続き推進して参ります。

31	P 3 5 第3章2 消費者被害の防止と救済	<p>前文及び(1)③「消費生活相談のデジタル化」については、消費生活相談において、メールやZoomの活用を促進するという意図があるように見受けられるが、本県における相談現場では、メールやLINEの使用が十分にできないことによってトラブルが生じ、その解決が求められることが多いように思われる。</p> <p>相談現場では、相談者の携帯電話等に触れてその画面表示等を確認することはできないのが通常であるが、一方で、携帯電話等で相談者が見た広告や操作した画面を見せてもらうことが、助言の糸口になるケースも存在する。</p> <p>相談現場にデジタル関係の専門家が加わると、トラブル解決が比較的容易になるようにも思われるため、消費生活相談においてデジタル関係の操作を支援する「デジタル操作支援員(仮称)」を設置することもご検討願いたい。</p>	B	<p>消費生活相談のデジタル化については、現在、消費者庁が検討しているため、その方針を踏まえて推進して参ります。</p> <p>また、デジタル関係の専門家による支援については、相談現場で必要とする支援の内容を調査したうえで、既存の制度の活用を検討するほか、デジタル機器の操作に関する研修の実施等を検討して参ります。</p>
32	P 3 6 第3章2 消費者被害の防止と救済	<p>(2)「消費者の特性に配慮した支援」について、消費者被害、消費者安全確保に限らず、行政機関単体では解決することができない社会問題について、官民連携ネットワークを組織することがある。法令ごとあるいは部署ごとに組成されることはやむを得ないが、統合したり、有機的に結合したりするなどできないか、検討することを提案する。可能であれば、グループ企業を束ねるホールディングス(あるいは持ち株会社)のような部署があると、合理化しやすい。</p> <p>ネットワークだけでなく、相談窓口においても同様のことが妥当する。</p>	B	<p>現在、様々な行政課題に対応する複数の官民連携ネットワークが存在しているため、消費者行政の分野でネットワークを立ち上げる際には、既存のネットワークの活用や連携を検討して参ります。</p> <p>例えば、市町の消費者安全確保地域協議会の設置を促進するにあたっては、福祉分野で構築している既存の見守りネットワークを活用することが有効である場合があります。</p> <p>また、高齢者や障害のある人、外国人県民等、既に、ワンストップ相談窓口が設置されている場合には、消費生活相談窓口との連携を図って参ります。</p>
33	P 3 7 第3章2 消費者被害の防止と救済	<p>(2)①「高齢者の見守り」において、「被害に遭った高齢者を生活保護、成年後見制度等、必要な福祉サービスにつなぐ。」とあるが、被害高齢者を生活保護制度につなぐと、再発防止の観点から具体的にどのような効果があるのか、明記した方がわかりやすくなるのではないかと。</p>	C	<p>計画全体のバランスを勘案し、このままの記述とさせていただきますが、具体的には、生活への不安がなくなり、「簡単にもうかる」等のうたい文句による消費者被害に遭いにくくなること、多重債務を防止することができること、ケースワーカーが支援することで、よりきめ細やかな見守りが可能になること等の効果が考えられます。</p>

34	P 3 8 第3章2 消費者被害の防止と救済	(2)⑤「多重債務者等への対応」について、「ギャンブル等依存症やゲーム依存症等の疾患が原因となっている場合には」との記載があるが、消費生活相談窓口が、相談者が依存症である、あるいは、依存症が多重債務の原因であると判断しているかのような誤解を与える可能性がある。ギャンブルやゲームへの依存や心の悩みを抱えている状況が見られた場合には、県精神保健福祉センター等の相談機関、専門機関につなぐという趣旨の表現に改めた方が適切ではないか。	A	より正確な表現とするため、「ギャンブル等依存症やゲーム依存症等の疾患が原因となっている場合には」を「ギャンブル等依存症やゲーム依存症等の疾患が疑われる場合には」に変更しました。
35	P 3 9 第3章2 消費者被害の防止と救済	(3)①「消費生活センター等でのあっせん」について、冒頭のあっせんが補完的なものであるという表現は、消費者基本法19条および消費者安全法8条1項を考慮すると、違和感があるため、今一度校閲することを提案する。 消費者基本法、消費者安全法のいずれにおいても、あっせんが補完的な事務と規定されているわけではない。貴県の解釈が通説であるか、今一度確認願いたい。	A	御意見のとおり、相談員による助言とあっせんは消費者トラブルを解決する際に、いずれも重要な手段です。 冒頭の記述は、あっせんが補完的な事務であるという主旨ではありませんが、県民の誤解を招く恐れもあることから、「助言を受けて自ら解決することが基本ですが、困難な場合は」を「助言を受けて自ら解決することが困難な場合は」に変更しました。
36	P 3 9 第3章2 消費者被害の防止と救済	(3)「苦情処理と紛争解決」について、注50の末尾の「事業者の不当行為の差止めが可能」は、「事業者の不当行為の差止請求訴訟が可能」と改めるべきである。	A	より正確な記述とするため、御意見のとおり変更しました。
37	P 3 9 第3章2 消費者被害の防止と救済	(3)②「消費者団体訴訟制度、その他の紛争解決手段」について、当団体としては、静岡県消費者基本計画において、静岡県が主体的に消費者団体訴訟制度の周知を図るとともに、適格消費者団体の設立を支援する旨を明記していただくことに、たいへん意を強くしている。今後も、これらの実現に向けた活動に全力で邁進していく所存である。	B	計画に基づき、今後も適格消費者団体の設立を支援して参ります。
38	P 4 2 第3章3 商品・サービスの安全の確保と消費者取引の適正化	(1)②「製品・サービス等の安全確保」について、県民が条例で定める手数料を納めて県環境衛生科学研究所の試験・検査等（商品テスト）を容易に利用することができるような仕組みや広報について検討することを提案する。	C	県では、消費者から苦情相談のあった商品等のうち、危害・危険の程度、緊急性、同種のテスト事例が少ないこと及び市町での対応が困難なこと等を勘案し、必要と認めた商品等について商品テストを行うこととしています。 県や、国民生活センターの商品テストは、個別の被害救済を図るためだけのものではなく、被害の未然防止、拡大防止を目的としているため、無料で実施しています。有料でテストを希望する県民の皆様には、他の機関を御紹介しています。

39	P 4 3 第3章3 商品・サービスの安全の確保と消費者取引の適正化	(2)①「不当取引事業者に対する処分・指導」について、近時の不当取引は、静岡県域を超えて複数の都県にまたがって行われることが増えている。 静岡県は、従来も近隣都県と連携して共同で行政処分を行ってきたが、この実績をアピールするとともに、今後もそのような方針で臨むことを明示した方がよいのではないか。	A	御意見のとおり、不当取引事業者に対する処分・指導は、他都県とも連携して行っているため、「警察、市町等と連携して(略)指導を行います。」を、「警察、市町、他都県等と連携して(略)指導を行います。」と変更しました。
40	P 4 3 第3章3 商品・サービスの安全の確保と消費者取引の適正化	(2)②「事業者への啓発・注意喚起」について、行政指導に至る前に個別に啓発・注意喚起することによって不当取引を早期に改善することは、消費者被害の拡大を防止するだけでなく、健全な市場の確保や健全な事業者の保護に寄与することである。 この取組に敬意を表し、取組に適切な評価をするためにも、件数について、毎年公表することを強く希望する。	C	行政指導に至る前の個別の啓発・注意喚起は令和4年度から実施を予定しています。実施件数の公表については、実施状況を踏まえ検討して参ります。
41	P 4 6 第3章4 消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化	活動指標「高齢者及び見守り者への消費者教育出前講座実施回数」は、本来は、県と市町との合計の実施回数が指標としてふさわしいのではないか。県独自の指標を示すことで、市町との出前講座の取り合いになる可能性を危惧する。	B	活動指標については、県が直接的に実施するものを設定しているため、基本的には市町の実績は含めていませんが、市町の実績も把握しながら、県全体の実施回数が増加するよう努めて参ります。 高齢者や見守り者向けの講座は、市町が主催している場合もあるため、県では、講座を主催したり、講師を派遣したりすることが困難な市町を中心に、市町と連携して新たな教育の場を開拓して参ります。
42	P 4 7、4 9 第3章4 消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化	(2)①「市町との連携」について、全体的に、第3章1(2)②「地域等における消費者教育」と文章表現や内容が重複している印象を受ける。 また、(3)①「市町との連携」のうち、ア「市町の相談員の確保と資質向上」については、第3章2(1)①「相談員の確保と資質向上」と文章表現や内容が重複している印象を受ける。 相互に参照するなどして、重複感を少なくする工夫をしてはどうか。 また、注64には「シニア」の定義が示されているが、31ページが初出なのでそちらに移動すべきではないか。	C	今回の計画では、市町、消費者団体、事業者団体とのパートナーシップ強化を目指し、新たに大柱4を設置しました。大柱4では、パートナーごとに、連携に関する具体的な内容を、重複する部分も含めて記載しています。 御意見につきましては、今後の参考とさせていただきます。 なお、「シニア」の定義については、31ページにも記載があります。
43	P 5 1 第3章4 消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化	表「県と市町の役割分担」について、「○」から始まる項目と「・」から始まる項目の違いが判然としないので、その違いを明示すべきではないか。	A	「○」の項目として取組の目的と内容の両方が、「・」の項目として取組の内容が記載されていたため、すべて取組の内容としたうえで、「○」で統一しました。

44	P 5 1 第3章4 消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化	表「県と市町の役割分担」の注60について、上記の表中の「基本的事項」については「消費者安全法に基づき、都道府県と市町の事務を記載」と記されているが、今回の基本計画との関係ではこれらの基本的事項の役割分担がどのように位置付けられるかが不明確なので、この点を明示すべきではないか。	A	注65に、基本的事項の役割分担についての具体的な取組は、第3章2(1)「消費者相談への対応と情報提供」及び第3章4(3)「消費者相談・支援における連携の強化」の①「市町との連携」において記載している旨、追加しました。
45	P 5 1 第3章4 消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化	表「県と市町の役割分担」の「相談対応」のうち「県(県民生活センター)」欄には、「複数市町で発生する広域的な事案を引き継ぎ、一括してあつせん」と記載されている。 このためには、各市町の収集した個人情報を含めた情報提供に関して静岡県と各市町との間で協定を締結することや、消費生活相談員及び職員の増員及び対応するための研修を相当数実施する必要があると思われ、現実的ではない。 「複数市町で発生する広域的な事案を引き継ぎ、共同であつせん」あるいは「広域的な事案を取りまとめ、該当する事業者についての最新の情報を県にて収集し、市町へ情報提供」と改めるべきではないか。	A	より正確な表現とするため、「複数市町で発生する広域的な事案を引き継ぎ、一括してあつせん」は、「複数市町で発生する広域的な事案を引き継ぎ、共同であつせん」と変更しました。
46	P 5 1 第3章4 消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化	表「県と市町の役割分担」の「相談対応」のうち「市町」欄には、「住民に身近な相談窓口として、一次的に相談を受付」と記載されているが、直接県民生活センターに寄せられる相談も一定数あることを考慮すると、「一次的に」という表現は削除した方がよいのではないか。	A	県民生活センターに直接寄せられる相談も2割程度存在し、県民にも相談を受け付ける窓口として周知しているため、「一次的に」という表現は削除しました。
47	その他	表題が「静岡県消費者基本計画(案)(消費者基本計画・消費者教育推進計画)」とされているが、(第4次消費者行政推進基本計画・第3次消費者教育推進計画)と改めたいかがか。第1章3「計画の位置づけ」では、「第4次消費者行政推進基本計画と、第3次消費者教育推進計画を(中略)一体的に策定」したものと説明されているため、県民に分かりやすい表題にすべきであり、消費生活条例第8条の2に規定される消費者基本計画との整合性を取る必要があると考える。	C	「消費者行政推進基本計画」と「消費者教育推進計画」の一体化を機に、県民に分かりやすくするため、表題を条例と同じ「消費者基本計画」としました。また、表紙では、前計画の名称を使用するのではなく、本計画が消費者基本計画であることを明示することとし、詳細については、計画本文に記載することとしました。