

第3次静岡県消費者行政推進基本計画の総括評価

(県民生活課)

第3次静岡県消費者行政推進基本計画では、6つの指標を設定し、消費者行政施策を展開しており、うち3つが目標達成に向け順調に推移している。うち3つが年間目標値（期待値）を下回っているが、うち2つは新型コロナウイルスの影響によるものである。

(1) 自ら学び自立し行動する消費者の育成

■ 概況

消費者市民社会の実現に向け、消費者教育・啓発や消費生活に関する情報提供の充実を図っている。2020年度は56.6%の県民が、消費者市民社会の考え方を意識した行動をとっている。

■ 指標の状況

	指標名	(年度) 基準値	2021 目標値	(年度) 現状値	評価 区分
成果	消費者市民社会の考え方を意識した行動をとっている県民の割合(県政世論調査)	(2016) 52.1%	59.2%	(2020) 56.6%	B
活動	消費者教育出前講座実施回数(維持目標) (県民生活課調査)	(2016) 105回	毎年度 120回	(2020) 137回	○

■ 主な取組と成果

- 消費生活相談員や消費者教育講師が講師となり、学校、地域等において「消費者教育出前講座」を実施し、消費者トラブルの未然防止や消費者市民社会の理念の普及を図った。
- 成年年齢引き下げに対応して、消費生活の基礎知識を体系的に習得できるよう、2020年度から「高校生消費者教育出前講座」を開講し、若年層の消費者トラブル防止に取り組んだ。
- 「エシカル・ラボ in しずおか」(消費者庁と共催)等のイベント・フォーラムの開催や、県エシカル消費啓発サイトの開設・活用により、エシカル消費の認知度向上を図った。

■ 今後の課題と方向性

- 2022年4月の成年年齢引き下げに伴い、今後も若年層の消費者トラブルの増加が懸念されるため、「高校生消費者教育出前講座」を引き続き実施するとともに、その保護者、大学生・新社会人への教育を強化する。
- 「消費者教育出前講座実施回数」は、県が実施する「高校生消費者教育出前講座」の開講により目標を達成したが、市町が実施する地域での消費者教育・啓発は、財源や人員の不足により実施困難な場合が見受けられる。県は、出前講座の積極的な活用を促し、市町は新たな教育の場の開拓や、住民への広報に注力する等、県と市町の効果的・効率的な連携体制を構築する。

(2) 安全な商品・サービスの提供による安心の確保

■ 概況

消費者が安心して消費生活を送れるよう、商品・サービスの安全性を確保するとともに、取引や表示の適正化などに取り組んでいるが、食の安全に対して判断に迷う県民が2割弱存在している。

■ 指標の状況

	指標名	(年度) 基準値	2021 目標値	(年度) 現状値	評価 区分
成果	食の安全に対する県民の信頼度 (県政世論調査)	(2016) 67.9%	80%以上	(2020) 74.0%	C
活動	表示適正化調査件数(維持目標) (県民生活課調査)	(2016) 269件	毎年度 270件	(2020) 204件	●

■ 主な取組と成果

- 県内の消費生活相談情報を随時分析し、不公正な取引行為が疑われる事業者に対して特定商取引法・県消費生活条例に基づく行政指導を実施するとともに、不公正な取引行為が認められた事業者には特定商取引法に基づく行政処分を実施した。
- 食品衛生監視や食品検査等の食品安全確保に向けた取組について、タウンミーティング等を実施し消費者との相互理解を促進するとともに、食品検査結果や食中毒情報、放射性物質検査結果等の安全情報や食品衛生監視状況を県ホームページ等で情報提供した。
- 食品製造販売業者及び外食店における表示適正化調査や、不当表示監視事業を実施し、不当表示については景品表示法に基づく行政指導を行った。新型コロナウイルスの影響で、2020年度の調査件数は年間目標値を下回った。
- 表示制度に関する研修の実施や、解説動画の配信等により、表示制度について事業者への周知を図った。

■ 今後の課題と方向性

- 悪質事業者の手口は多様化、複雑化しており、消費者トラブルや消費者被害が後を絶たないことから、今後も引き続き、早期の事業者指導を実施する。
- 食の安全に対して判断に迷う県民が2割弱存在していることから、タウンミーティング等における意見交換や、ホームページ等において、引き続きわかりやすく正しい知識の理解普及に努める。
- 表示適正化調査は、食品関係の事業者だけでなく、不当表示を行っている割合が高いと見込まれる業種を対象として実施する。
- 表示適正化調査で確認された不当表示のうち、事業者の法令への理解不足が認められる事例が見られることから、事業者への啓発、注意喚起をより一層強化する。

(3) 消費者被害の防止と救済

■ 概況

消費者教育、事業者指導、消費者相談対応等の施策の実施により、消費者被害の防止と救済に努め、2020年度の「消費生活相談における被害額」は目標値を達成した。

■ 指標の状況

	指標名	(年度) 基準値	2021 目標値	(年度) 現状値	評価 区分
成果	消費生活相談における被害額※ (PIO-NET データから県民生活課算出)	(2016) 474千円/人	380千円/人 以下	(2020) 378千円/人	目標値 以上
活動	消費生活相談員のスキルアップ研修開 催回数(維持目標)(県民生活課調査)	(2016) 13回	毎年度 15回	(2020) 12回	●

※ 相談時に聞き取った、相談案件に関して消費者が支払った額の平均額

■ 主な取組と成果

- 新たに3市町が消費生活センターを設置し、30市町において消費生活センターが整備された。また、消費生活相談窓口を設置していなかった市町が相談窓口を設置したため、すべての市町において専任の消費生活相談員が相談対応を行う体制が整備された。
- 県民生活センターでは、通常の相談対応の他、市町のみで対応困難な高度な専門性を要する案件、広域的見地を必要とする案件についての相談対応や、あっせんを実施した。
- 県及び市町相談員を対象としたスキルアップ研修の実施等により、相談員の資質向上を図った。2020年度は、新型コロナウイルスの影響で、オンライン研修として実施したことにより実施回数が減少したため、年間目標値を下回った。
- 2019年12月に静岡県消費者安全確保県域協議会を設置し、高齢者の見守りなど消費者の安全確保のための取組に関する協議、多重債務問題等に関する情報交換を行った。

■ 今後の課題と方向性

- 市町の相談体制の整備が進む一方、デジタル化等により、相談内容は高度化、複雑化、多様化しており、市町のみで対応困難な案件が増加している。県は、市町の相談業務への助言等を職務とする指定消費生活相談員の設置、相談員の養成及び確保、相談員を対象とした研修の充実など、市町への支援を強化する。
- 高齢化の更なる進行により、自らを守ることができない高齢者の被害増加が見込まれるため、見守り体制の構築が急務となっている。効果的・効率的な見守りを実施するためには、市町において消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)を構築する必要があるため、県は福祉等の関係部局への働きかけや情報提供などを通じて市町を支援し、既存の地域ネットワークの活用も含めた協議会の設置・活動を支援する。