

静岡県消費者基本計画の総括評価

(県民生活課)

静岡県消費者基本計画では、計画全体の成果を表す1つの成果指標と、施策・取組の進捗状況を示す活動指標を大柱ごとに2つ、合計9つの指標を設定し、消費者行政施策を展開している。うち7つが目標達成に向け順調に推移しているが、うち2つは目標達成に向けてより一層の推進が必要である。

1 成果指標

■ 概況

消費者教育、消費者相談対応、事業者指導等の施策の実施により、消費者被害の防止と救済に努めたが、SNS やインターネット広告で勧誘される投資などの儲け話等、1件あたりの被害が高額なトラブルが増加したことにより、県全体の被害額が増加し、2024年度の被害額は488千円となり、基準値よりも高額となった。

■ 指標の状況

指標名	2020 基準値	2025 目標値	2024 現状値	評価 区分
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)	329 千円/人	280 千円/人 以下	488 千円/人	基準値 未満

※ 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

- 2022年4月の成年年齢引下げに対応するため、高等学校、特別支援学校を対象とした高校生消費者教育出前講座を重点的に実施したほか、高齢者、見守り者、新社会人等を対象とした消費者教育出前講座を実施し、契約についての知識や消費者被害の現状についての理解促進に努めた。
- 県民生活センターにおいて、通常の相談対応やあっせんの他、市町のみで対応困難な高度な専門性を要する案件について、市町への助言を実施し、被害の拡大防止に努めた。
- 全ての商品、サービスを対象とした表示適正化調査を実施し、景品表示法に基づく行政指導を実施するとともに、不当な表示が認められた事業者には措置命令を実施した。

■ 今後の課題と方向性

- デジタル技術を悪用した手口が発生する一方で、旧来の訪問販売等の被害も減少しないことから、今後も引き続き、消費者相談対応、消費者教育による未然防止や悪質事業者の指導・処分に取り組む。
- 近年は、インターネット広告をきっかけとした投資詐欺や、ロマンス投資詐欺など、犯罪行為が疑われる相談が急増している。このような相談は、消費生活相談の範囲を超えているにも関わらず、被害額が高額であり、全体の被害額を大きく押し上げる要因となっていることから、より適した指標を検討する必要がある。

2 活動指標

(大柱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。2024年度は、高校生や高齢者、見守り者等を対象に、消費者教育出前講座を308回実施し、目標値を達成した。

■ 指標の状況

指標名	2020 基準値	2025 目標値	2024 現状値	評価 区分
消費者教育出前講座実施回数(維持目標) (県民生活課調査)	137回	毎年度 260回	308回	◎
消費者教育講師のフォローアップ研修受 講者数(維持目標) (県民生活課調査)	139人	毎年度 300人	338人	○

■ 主な取組と成果

- 「プラス・エシカルマルシェ」等のイベント開催やSNS等を活用した情報提供、小中学生向け出前講座により、消費者・事業者双方に向けたエシカル消費の普及啓発に取り組んだ。
- 2022年4月の成年年齢引下げに対応するため、高等学校、特別支援学校を対象とした高校生消費者教育出前講座を重点的に実施したほか、高齢者、見守り者、新社会人等を対象とした消費者教育出前講座を実施し、契約についての知識や消費者被害の現状についての理解促進に努めた。
- 広報誌、ホームページ、SNS等の多様な広報ツールを活用し、最新の消費者トラブル事例や相談窓口の周知啓発を行ったほか、市町と連携し、回覧板による情報提供などを実施し、被害の未然防止に努めた。
- 消費者教育出前講座の講師となる消費生活相談員や消費者教育講師を対象にフォローアップ研修を実施し、資質向上を図った。
- デジタル化の急速な進展に伴う高齢者の消費者トラブルを防止するため、新たな消費者教育講師を育成し、出前講座に派遣した。

■ 今後の課題と方向性

- 持続可能な社会の実現に向け、消費者一人ひとりの行動変容が求められている一方で、エシカル消費の認知度は27.5%と依然として低いため、引き続きイベントやSNS等を活用した情報提供により普及啓発に取り組む。
- 近年、SNSやインターネット広告をきっかけとする消費者被害が増加し、被害の回復がより一層困難になっていることから、市町とも連携しながら、引き続き消費者のライフステージ、特性に応じた消費者教育出前講座の実施や情報提供により、被害の未然防止を図る。

(大柱2) 消費者被害の防止と救済

■ 概況

消費者からの相談への対応等を通じ、消費者被害の発生の防止と、被害者救済に努めた。2024年度は消費生活相談員の資質向上のために実施しているスキルアップ研修に387人が参加し、目標値を達成した。

■ 指標の状況

指標名	2020 基準値	2025 目標値	2024 現状値	評価 区分
消費生活相談員のスキルアップ研修受講者数(維持目標) (県民生活課調査)	219人	毎年度 300人	387人	◎
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(維持目標) (PIO-NET データから県民生活課算出)	93.5%	毎年度 94%	93.7%	○

■ 主な取組と成果

- 高度化・複雑化・多様化する消費者トラブルに適切に対応できるよう、デジタル化への対応や靈感商法など時宜に応じた内容の研修を実施し、県及び市町の相談員のスキルアップを図った。
- 消費生活相談員資格取得支援講座の実施や人材バンクの運用により、有資格者の確保を図った。
- 県民生活センターにおいて、通常の相談対応やあっせんの他、市町のみで対応困難な高度な専門性を要する案件について、市町への助言を実施した。
- 市町相談員を対象とした巡回訪問指導、県民生活センターへの受入研修等を通じ、県による市町支援を実施した。

■ 今後の課題と方向性

- 高度化・複雑化・多様化する消費者トラブルに適切に対応できるよう、引き続き、時宜に応じた内容の研修を実施し、県及び市町の相談員のスキルアップを図る。
- 相談員の高齢化や人材不足が懸念されていることから、国が導入する新システムに実装される相談員ナレッジを活用することにより、相談員の負担軽減を図り、相談の質を向上させるとともに、相談員の確保につなげる。
- 相談の手段が電話と対面に限られていることから、メール相談を実施することにより、勤労世代をはじめとする消費者の利便性の向上を図る。

(大柱3) 商品・サービスの安全の確保と消費者取引の適正化

■ 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おり、2024年度は278件の景品表示法適正化調査を実施し、目標値を達成した。

■ 指標の状況

指標名	2020 基準値	2025 目標値	2024 現状値	評価 区分
HACCP 実施状況監視率（維持目標） （衛生課調査）	—	毎年度 100%	100%	○
景品表示法適正化調査件数（維持目標） （県民生活課調査）	204 件	毎年度 270 件	278 件	○

■ 主な取組と成果

- 食品衛生法の改正を受けて、2021年6月から、原則全ての食品等事業者がHACCPに沿った衛生管理を実施している。監視指導を実施する際は、事業者が作成した衛生管理計画の確認、計画に基づく衛生管理の実施状況及びその記録並びに記録の保存等に係る技術的助言を行い、HACCPに沿った衛生管理の定着を図った。
- 県内の消費生活相談情報の分析や市町から提供される情報を基に、不当な取引行為が疑われる事業者について、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、不当な取引行為が認められた事業者には法に基づく行政処分を実施した。
- 2022年度から、表示適正化調査の対象を、これまでの外食店等から、全ての商品、サービスに拡大し、景品表示法に基づく行政指導を実施するとともに、不当な表示が認められた事業者には措置命令を実施した。
- 2022年度から消費者被害の未然防止を図るため、消費生活相談の件数が少ないものの、特定商取引法違反の疑いのある事業者に対して、啓発文書を送付し注意喚起した。

■ 今後の課題と方向性

- 制度化から3年半が経過し、HACCPが定着してきたが、大規模製造施設から家族経営等の小規模な施設まで、その実施状況は様々となっている。多くの中小規模施設においては、HACCPプランの適切な検証の実施を指導し、その精度向上を図る必要があるため、今後は、個々の施設の状況に応じた丁寧な助言指導の実施を目指す。
- 悪質事業者の手口は多様化、複雑化しており、日々新たな手口が発生していることから、今後も消費生活相談情報の収集・分析を進めるとともに、迅速な事業者指導の実施を目指す。
- インターネット広告やSNS広告などのデジタル広告が消費者トラブルの原因となっていることから、引き続きインターネット上の表示の監視を強化し、早期に事業者指導の実施を目指す。

(大柱4) 消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化

■ 概況

どこに住んでいても質の高い相談・救済、消費者教育を受けることができるよう、県と市町の連携を強化し、消費者施策を一体的・効果的に推進する基盤の構築に努めたが、消費者安全確保地域協議会設置市町数は7市町に留まっている。

■ 指標の状況

指標名	2020 基準値	2025 目標値	2024 現状値	評価 区分
高齢者及び見守り者への消費者教育出前講座実施回数 (県民生活課調査)	18回	60回	96回	◎
消費者安全確保地域協議会設置市町数 (県民生活課調査)	1市	16市町	7市町	●

■ 主な取組と成果

- 各県民生活センターごとに消費者行政推進連携協議会を設置し、消費者教育の推進や消費者被害の防止と救済を図るための取組について、市町や専門家等と情報交換や意見交換を行い、地域の実情把握や課題解決に取り組んだ。
- 市町と連携し、地域の集会等での既存の講座を活用した、高齢者及び見守り者向け消費者教育出前講座を実施することで、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においても消費者教育を受けられる体制を整備した。
- 消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）を設置していない市町を訪問し、協議会設置の働きかけを積極的に実施したことに加えて、オンラインで設置に向けた課題等についてのヒアリングを実施するなど、設置を促進した結果、2022年度以降に5市町（南伊豆町、御殿場市、川根本町、沼津市、御前崎市）が協議会を設置した。

■ 今後の課題と方向性

- 消費生活相談における高齢者の割合が依然として高いことから、引き続き、市町と連携し、高齢者及び見守り者を対象とした消費者教育出前講座を実施する。
- 一人暮らしの高齢者や高齢者のみの世帯が増加していることから、高齢者の見守り・声かけ体制の整備を進めるため、引き続き、消費者安全確保地域協議会を含む見守りネットワークの構築を支援するとともに、見守りに必要な情報提供に努める。