

岐阜県消費者施策推進指針(案)に対する県民意見募集の結果について

意見番号	該当頁	ご意見の内容	ご意見に対する県の考え方
指針の概要(基本的視点)に関すること			
1	1, 2	○第1章－3基本的視点 「3 基本的視点」において、消費者の権利が7つ掲げられているが、一般的に、消費者の権利は8つあるものと認識されているため、違和感がある。 岐阜県消費生活条例の書き方に合わせているものと推察するが、誤解を招かないように、書き方を改めたほうが良いのではないか。	「3 基本的視点」は、岐阜県消費生活条例第2条に定められている内容に基づき、書かれているものですが、ご指摘のように消費者の8つの権利を網羅していないような印象を与えるおそれがありますので、本文を修正します。
消費者を取り巻く現状と課題(社会環境の変化)に関すること			
2	3	○第2章－1－(1)－②高齢化の進行、単独世帯の増加 ①成年年齢の引下げや③在留外国人、訪日外国人の増加では、それぞれ課題が記載されています。よって、同様に②高齢化の進行、単独世帯の増加についても課題を記載されてはいかがでしょうか？ たとえば、悪質な訪問販売やオレオレ詐欺などの電話勧誘販売に対する対策が求められる等。	ご意見を踏まえ、「②高齢化の進行、単独世帯の増加」についても、課題を記載します。
消費者教育・啓発に関すること			
3	36	○第3章－2－①場の消費者の多様性に応じた学ぶ機会の提供 学校(幼稚園、小学校、中学校、高等学校、特別支援学校) 地域の消費者団体でも、中学生向けに岐阜市で行ったライフ＆マネーの教材を1時間で利用できるように開発し、中学校で実践を行っている。 また、同団体は、成年年齢引き下げに対する講座も企画中であるので、「弁護士等の」ではなく、「弁護士や消費者団体などの」にしてはどうでしょうか。	ご意見を踏まえ、消費者教育の推進にあたり、消費者団体と連携して実施していくことを明記します。
4		消費者教育の推進には教育委員会との連携が必須と考えます。特に、小・中・高等学校は、教育委員会との連携がなければ実質進まないと思われます。施策の中には、「関係部局との連携による・・・」という記述がありますが、この関係部局は県や市町村の教育委員会も含まれるのでしょうか。	「関係部局」には教育委員会が含まれていますので、本文中に例示し、その点を明確にします。
5		「PTAなどを対象とした出前講座」ですが、生徒が学習した内容を補強する意味、家庭内での情報共有や話題作りにも貢献できると思います。ただし、授業で手いっぱい学校で可能なかは疑問に感じます。	学校に過度な負担をかけることのないような手法を検討してまいります。
6		「新しい形態の消費者トラブルに対応した消費者教育、啓発」について、消費者啓発推進員にできることは、素早く新たな手口を知り、その対策を勉強し、すぐに情報提供することです。相談業務や講話などあらゆる場面でアンテナを高くして、得た情報は素早く組織に乗せ、出前講座などを通じて素早く発信することだと思います。それには、定期的な勉強会や情報交換の場が必要だと感じます。	消費者啓発推進員に対しては、定期的にスキルアップのための研修を実施しているところです。 今後は、消費者を取り巻く環境の変化や課題に対応した研修テーマの設定や情報提供を行い、啓発活動の質を高める支援を強化してまいります。
7		「専門的知識を有する外部人材の活用」について、弁護士や相談員OBなどによる学校教育が行われています。また、弁護士、IT関連会社や携帯電話会社などの勉強会などが行われていますが、引き続き重要と考えます。	弁護士等の専門的知識を有する外部人材の活用を引き続き推進してまいります。
8		「特別支援学校における出前講座の実施」に関連して、障がい者の就労支援施設の職員などに対する講話は効果的と考えます。	地域の福祉団体や民生委員等、障がい者を見守る方への出前講座は、これまでも要請に応じ実施してきたところですが、今後は、幅広く講座の周知を行い、より積極的に取り組んでまいります。(指針案P40-P41参照)

岐阜県消費者施策推進指針(案)に対する県民意見募集の結果について

意見番号	該当頁	ご意見の内容	ご意見に対する県の考え方
9	45	<p>○第3章-2-④消費生活情報の提供</p> <p>22ページの実態調査結果にありますとおり、消費者の消費生活に関する情報の入手方法は、圧倒的に「テレビ・ラジオ」で、「新聞・雑誌」とともに「ネットニュース」があがっています。施策・取組みでは、「新聞等マスメディアを通じた情報提供」とありますが、この「テレビ・ラジオ」「新聞・雑誌」「ネットニュース」への情報のリリース方法の具体化が必要だと思われる。消費者被害情報の定期的なマスコミリリース等、スピード感をもった情報提供をご検討ください。</p>	<p>消費者庁から発信される注意喚起情報等については、速やかに県のホームページ上で情報提供を行っているところ。また、消費者月間や敬老の日にあわせ、新聞紙面上で、消費者トラブル防止のための啓発活動を実施しています。ネットニュースの活用など、より効果的で時宜を得た消費生活情報の提供方法については、ご意見を踏まえ、検討してまいります。</p>
10	45	<p>○第3章-2-⑤エシカル消費（倫理的消費）の普及・啓発</p> <p>24ページの実態調査結果にもありますとおり、現状では認知度も実践も非常に低いのが実態です。その認知度や実践を向上させる施策が「消費者向け啓発資料にエシカル消費の理念や実践ポイントを盛り込むなど、普及・啓発を実施」だけでは弱いのではないのでしょうか。エシカル消費の理念や実践を知ってもらうキャンペーンを実施するとか、エシカル消費を目指している生協等と連携を行ったらいかがでしょうか。</p>	<p>ご意見を踏まえ、消費者団体等と連携しながら、エシカル消費の普及・啓発を推進していくことを指針本文に明記します。</p>
11	55	<p>○第3章-5 重点項目（成年年齢の引下げへの対応）</p> <p>この項目を本推進指針重点に掲げる事は賛成です。この推進指針の計画期間（2020年度から2024年度）のなかで、消費者に最大の影響を与えるのは、2022年度の成年年齢の引き下げです。推進指針の3ページにもありますように、2022年度は6万人が成年を迎えますが、その後は毎年2万人となり、徐々に減少していきます。55ページには、「若者に特化した啓発」や「相談窓口・消費者ホットラインの周知・啓発」とありますが、このくらいの人数であれば、県として直接新成人に注意喚起や情報提供のDMを送ったり、高校で配布したりすることができるのではないかと思います。2022年は少し大変ですが、以後は定型の事業として継続できるのではないのでしょうか。また、SNSによる情報発信も効果があると思います。</p>	<p>来年度には、成年間近の高校3年生が家庭で使える啓発カレンダーを高校と連携して作成し、令和3年度の新高校3年生全員に配布する予定です。今後も、若者に対する啓発等がより実効性のあるものとなるよう、ご意見を参考としながら、様々な施策を検討してまいります。</p>
消費生活相談窓口に関すること			
12	48	<p>○第3章-3-(1)-②市町村消費者行政への支援</p> <p>市町村の消費者行政窓口の強化は、本推進指針にもありますとおり、大変重要な課題です。そんな市町村の最大の要望は財政的な支援だと思われる。指針には、「消費者庁の地方消費者行政強化交付金を最大限に活用して」とありますが、交付金活用期限の終了はどうなるのでしょうか。もちろん市町村の独自財源の確保が基本となると思われませんが、それだけだと大変厳しい財政状況の中で、せっかくここまで整備・充実されてきた市町村の消費者行政が弱体化していく恐れがあります。県としてその点の対応または財政的な支援はできないのでしょうか。また、相談員の研修も5圏域で開催する等の参加のしやすさの工夫も必要ではないかと思います。</p>	<p>地方消費者行政強化交付金は、自治事務である消費者行政に関して、相談体制の立ち上げ支援等を目的に、予め活用期限を限定して開始されたものです。活用期間は、通常、9年（小規模自治体は11年）と比較的長く、活用期間終了後は、各自治体において自主財源を確保することが求められています。活用期間終了後の市町村への財政支援については、県・市町村各々が果たすべき役割を念頭に、市町村の意見もろがいがいながら検討するとともに、新しい課題への対応に要する交付金措置など、必要に応じ国への要望を行ってまいります。また、県としましては、財政的な支援以外に、消費生活相談員の資質向上のためのレベルアップ研修（県内2カ所）の開催や、県相談員による市町村相談員への巡回訪問指導等、市町村の消費生活相談体制の機能強化に係る支援を行っているところですが、その実施にあたっては、市町村相談員がより参加しやすい仕組みを検討してまいります。</p>
ネットワーク構築に関すること			
13	53	<p>○第3章-4-(1)-①消費者団体等との協働</p> <p>今後も消費者団体との連携を強化していただきたい。</p>	<p>消費生活情報の提供や消費者に対する教育・啓発などは、行政の取り組みだけでなく、消費者団体や事業者、事業者団体など多様な主体の連携・協働により行われることが必要であることから、今後も消費者団体との連携は強化してまいります。</p>