

## 提出された意見等の概要とこれに対する考え方

案 件 名	: ひょうご消費生活プラン
意見募集期間	: 令和3年1月21日～2月10日
意見等の提出件数	: 52件(8人)
反映状況別内訳	: 意見を反映 9件(⑧⑩⑭⑰⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿)
	: 既に盛り込み済 27件(①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿)
	: 今後の取組の参考 13件(⑥⑬⑱㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿)
	: 対応困難 0件
	: その他 3件(④⑦⑭)

項目等	意見等の概要	件数	県の考え方
1 I 計画の策定に当たって 3 計画の期間 <P1>	新型コロナウイルスの感染拡大の影響によるデジタル化など、これまであたりまえだったライフスタイルが大きく変容していて、今後もさらに経済、環境、社会において状況が変容する可能性がある。このような状態の中で、3ヶ年の推進計画が本当に実行可能なのかどうかは疑問である。	1	<b>【既に盛り込み済】</b> 本計画策定の趣旨として、機動的な消費生活行政を推進する旨を記載しており、コロナ禍をはじめ、社会情勢の変化に迅速・的確に対応できるよう、各年度の施策を推進します。
2 II 消費者を取り巻く現状と課題 1 社会状況の変化 <P2>	訪問販売やマルチなどの書面交付の電子化を認める特定商取引法改正法案が、通常国会に提出されそうになっており、消費者啓発活動の重要性はますます大きくなっていく。成年年齢引き下げで未成年者取消権が18歳まで引き下がる1年前で、新型コロナウイルスの影響で高齢者の消費者被害も増加傾向にあり、改正法案が可決されれば、喫緊の課題になるのではないかと考える。	1	<b>【既に盛り込み済】</b> ご指摘のとおり、新型コロナ感染拡大の影響や、法律の改正など短期間で消費者を取り巻く状況は変化することを踏まえ、成年年齢引下げ、高齢者等への対応など、消費者教育をはじめとした消費生活行政を適時かつ適格に推進します。
3 (2)高齢化の進行 <P2>	人生100年時代、高齢化が進む中でスマホも使い熟すことができない高齢者にキャッシュレス、スマホ決済と言われても難しい。還元があると聞くと弱いところがあり、行政による講座情報の提供等をお願いしたい。	1	<b>【既に盛り込み済】</b> ご指摘のとおり、高齢者でもネット関連の消費者トラブルが増加している事を踏まえ、情報リテラシーの強化を図ることとしており、講座内容を充実させるとともに、開催等の適時での情報発信に取り組みます。
4 (3)高度情報化の進展 <P3>	消費生活相談でのデジタルプラットフォームのトラブルがあげられているが、前述のSNSの利用との整合性がないように感じる。	1	<b>【その他】</b> SNSの利用者増加に伴い、消費者トラブルが発生している旨を記載しています。
5	SNSでのマルチ取引などのトラブルも多く聞いているが、警察に相談するケースが多い。事件性の認定が難しく、泣き寝入りするケースも多く、消費生活相談のデータにあがってこない例も含めて、現実により即したものにしてはどうかと思う。	1	<b>【既に盛り込み済】</b> P18に記載のとおり、消費者被害の未然防止・救済に当たっては、警察との連携を進めます。

	項目等	意見等の概要	件数	県の考え方
6		SNS利用者の増加の話をしているので、ゲーム内での課金やSNSなどでのチケット・グッズ詐欺の例も挙げた方が分かりやすいのではないか	1	<b>【今後の取組の参考】</b> SNSに関連する消費者トラブルは、ゲーム内課金やチケット・グッズ詐欺のほかにも、マルチ商法や定期購入など数多くの事例があることから、P3では、包括的な記載をしています。なお、ゲーム課金をはじめ、具体的なトラブル情報については、適時的確に引き続き情報発信します。
7	(4)大規模災害等の多発 〈P4〉	新型コロナウイルスに関連した消費生活相談事例とあるが、この標記は幅が広く、新型コロナウイルスに関連した消費生活相談は、もっと様々な種類のものがあるのではないかと思う。ここに掲載されているものは、不安感の高まりなどにつけこんだものではないかと思う。	1	<b>【その他】</b> ご指摘のとおり、コロナ関連の消費生活相談には様々な種類があり、今後も状況の変化に応じて、新たな事例が出てくるものと想定しています。ここでは、イメージしやすい内容を例として記載しています。
8	(5)社会や環境を意識した消費行動への要請 〈P4〉	SDGsの注釈説明が必要ではないか。SDGsは消費行動だけに求められるものではなく、社会の流れからすると企業の消費者志向経営や様々な部分に関連するのではないか。	2	<b>【意見を反映】</b> ご意見を踏まえ、SDGsについての説明を記載しました。なお、消費者志向経営との関わりについては、「課題解決に向けた事業者の取組を後押しすることにつながる」旨を記載しています。
9		フェアトレードは、仕組みというよりもあり方ではないかと思う。近年、エシカル消費という言葉も認知度があがってきているが、この節で出てきていないので、整理して加えてはどうかと思う。	1	<b>【既に盛り込み済】</b> エシカル消費については、この節では「消費者が社会や環境を意識して行動する」と趣旨を記載しており、P10で言葉の説明を行っています。
10	(6)グローバル化の進展 〈P5〉	越境消費者センター（CCJ）の疑似チャットボットの利用が倍増しているが、その件数が年に数千件と圧倒的に少ないことから、認知度の向上は必要ではないかと考える。国で訪日観光客消費者ホットラインの予算措置がされているので、国民生活センターなど県外との連携などにもう少し触れてはどうかと思う。	1	<b>【意見を反映】</b> ご意見を踏まえ、国民生活センター越境消費者センターとの連携について記載しました。
11		消費者がSNSのデメリットについて考えながら使用していくことが必要になるのではないかと考える。	1	<b>【既に盛り込み済】</b> デジタルトランスフォーメーションが一層急激に進展していくことが見込まれることから、あらゆる世代の情報リテラシー強化に取り組みます。

	項目等	意見等の概要	件数	県の考え方
12	2 兵庫県における消費生活相談の状況 〈P6〉	平均支払額が減少している表が掲載されているが、トラブル件数がほとんど変わっていないので、金額の表だけでは、減っているという事実だけで誤解を与えるのではないかと思う。	1	<b>【既に盛り込み済】</b> P6で現状を説明のうえ、P19に記載の取組指標を「消費者トラブルで既に支払いをしている人の割合」としており、1円でも支払っている人の割合を減らすことを目標としています。
13	3 消費者の意識 (1) 消費者トラブル 〈P7〉	188の番号の認知度はあがっていることは分かるが、認知度だけでなく実際に被害があったときに188に相談しようと思う割合を知りたい。	1	<b>【既に盛り込み済】</b> 消費者トラブルに遭った人のうち、30.7%が市町の消費者センター、10.2%が国民生活センター、3.1%が県の消費生活センターに相談しています。
14	(4)心がけている消費行動 〈P8〉	アンケート項目でフェアトレードとは何を指すのか、また、その項目も大小いろいろなものが交じっているため、ここからの分析は難しいのではないかと感じた。	1	<b>【その他】</b> 心がけている消費行動は多種多様であり、その選択項目のひとつとしてフェアトレードがあります。その他の項目もご指摘のとおり大小が混じっていますが、前回(3年前)の計画策定時に調査した内容とほぼ同じ項目としており、それにより、傾向として分析できると考えています。
15	(6)消費者教育 〈P10〉	周りにいる中学生からもスマホゲームの課金の話やSNSで売買をしたときに問題が起こったとの話は聞くので、中学生から消費者教育を行うのは重要なことであると考える。	1	<b>【既に盛り込み済】</b> ご指摘のとおり、消費者被害の未然・拡大防止には、中学生からの消費者教育の強化が必要と考えており、中学生への出前講座の展開を強化していきます。
16		大学生が求めるタイムリーな情報の内容をしっかりとつめていくことが大切であり課題だと考える。学生がどういった情報を欲しているのかに関してより深い調査が必要なのではないか。	1	<b>【今後の取組の参考】</b> 大学生が知りたい「消費生活に関するタイムリーな情報」について今後の取組を行ううえで関係機関と連携しながら検討します。
17		大学生の行政に対して求めることについてはほぼ全ての項目が行政に期待されているのではないかと。一方で、消費生活総合センターは平日のみ開所など行政施策と大学生の活動にはズレを感じる部分もある。また、コロナ禍で大学でも活動しにくいなどの現状の中では、どの項目も実行性に欠けるものではないか。大学生がコロナ禍で本当に何を求めているのかという点についても、行政には調査いただいて、計画に反映いただきたい。	1	<b>【今後の取組の参考】</b> コロナ禍でこれまでの生活スタイルは様変わりし、新たなツールが活用されたり、イベントの開催方法が変化したりするなど、激動の最中にあります。ワクチン接種や医学の進歩によりコロナ感染状況もかわっていくため、再度調査し、計画に反映するのではなく、短期間で変化する消費者トラブルの情報を発信していくとともに、大学生協等とも連携しながら、状況に応じた取組を検討していきます。

	項目等	意見等の概要	件数	県の考え方
18	4 学校における消費者教育 (3) 教員研修 <P14>	成年年齢の引下げが迫る中で、教員研修を受けたことがない人が一定数おり、その理由に機会がないともあるのは、教育委員会との連携不足である。なぜ、連携できないのかの分析なくして、計画を作成するのはいかがなものかと思う。	1	<b>【既に盛り込み済】</b> 時間の確保が困難であると教員の意見を聞いており、機会とはタイミングも含まれていると分析しています。ご指摘のとおり、行政部門と教育委員会双方からも委員を選出した本計画検討会で連携を図ることの重要性を再認識しており、教員向け研修の実施を充実していきます。
19	(4)消費者教育を充実するために必要なこと <P14>	消費者被害が次から次に出てきたことから、2012年に消費者教育推進法ができ、「だまされない消費者」から「かしこい消費者」の育成を目指しているのが兵庫県のスタンスではないのか。結局、DVDや教材の作成という消費者被害の事例ありきのようにとらえている教員が多い印象だ。行政のスタンスと教員の認識のズレがあるのではないかと感じる。	1	<b>【既に盛り込み済】</b> コロナ禍での休校に加え、リモート授業の実施や対面活動の制限等により、DVD等の映像が活用しやすいまたは効果があると思われる傾向となったと分析しています。短期間で変化する消費者トラブルの実践事例を知ったうえで、工夫された教材を活用し、深い学びとできるよう教員向け研修の内容も検討し、充実していきます。
20	5 市町における消費者教育 (1) 実施状況 <P15>	市町での実施状況について、消費者教育は全ての人に必要であるので、全生徒数の何パーセントが受講しているのかというところが分からないと、回数だけで成果ははかれないのではないかと思う。	1	<b>【既に盛り込み済】</b> 市町の行政部門がどの世代を対象とした事業を実施しているか、どの世代が足りていないかなど各市町の役割分担も含めて傾向を確認しています。学習指導要領を踏まえ、全児童生徒に消費者教育は行われており、引き続きライフステージ等に応じた消費者教育を推進します。
21	Ⅲ 兵庫県消費生活行政の方向性 4 推進にあたっての視点 <P18>	未成年者や高齢者の消費に関する被害が多発、多様化、深刻化しているなか小中高生への教育や高齢者への啓発活動は重要であり、一層力を入れて効果を上げてほしい。	1	<b>【既に盛り込み済】</b> ご指摘のとおりライフステージ等に応じた消費者教育・啓発は重要であり、一層力を入れて取り組みます。
22	(1)成年年齢引下げを踏まえた若年者への取組強化 <P18>	成年年齢が2022年から18歳に引き下げられ、特に高校生の消費者教育が非常に重要になる。 社会経験の少ない若者が被害に遭うことを防ぐ知識をしっかりとつけさせることが必須。遭ってしまったら消費相談窓口や188に躊躇なく相談することを学校教育にて徹底させることが大事。そのためには各市町の教育委員会と消費相談窓口のますますの連携をお願いしたい。	1	<b>【既に盛り込み済】</b> 高校生、特別支援学校等での出前講座の内容を充実させることとしており、消費相談窓口及び188の啓発など、各市町教育委員会との連携を推進していきます。

	項目等	意見等の概要	件数	県の考え方
23		スマホ用のアプリ、LINE公式アカウントなどの開発をお願いしたい。若年層の情報の収集はスマホからであり、紙ベースの情報にはなじみが薄い。アプリを立ち上げ、被害状況の情報提供や相談業務などをお願いしたい。	1	<b>【今後の取組の参考】</b> 大学生協事業連合等との協働によるLINE等を用いた啓発や、消費者庁新未来創造戦略本部との連携によるSNS(LINE)を活用した消費生活相談の実証実験を行うこととしており、結果を踏まえて今後の取組を検討します。
24		各大学・専門学校・大学生協などとの一層の連携と定期的に啓発を行うこともお願いしたい（新入学時、先輩との交流会など）	1	<b>【既に盛り込み済】</b> 大学生協事業連合等と連携した次世代への消費者教育に対する支援を通じ、定期的な啓発等、引き続き取り組みます。
25	(2)消費者被害に遭いやすい高齢者・障害者や周囲への取組強化 (P19)	高齢者に向けて、県民生活部会と連携して、高齢者の居場所などにて消費者教育をしていくことも考えていただきたい。	1	<b>【今後の取組の参考】</b> 各地域の消費者センターや消費者団体による高齢者向けの啓発を行っていますが、高齢者の居場所などでの啓発をさらに推進することを検討します。
26		障がい者の場合は心を開かない人と話さないことが多く、消費生活センターに行かない印象である。また実際に社会に出ないと理解できない方もいる。 福祉協議会から各施設には情報はおりてこない。具体的な取組や、福祉系や市民系の行政サービスとの連携をして欲しい。	2	<b>【意見を反映】</b> ご意見を踏まえ、P35に障害福祉サービス事業所や特別支援学校等を通じた注意喚起を行う旨を記載しました。
27		くらしの安全安心推進員になるうえで、ハードルの低い方法を準備するなどはないかと思う。	1	<b>【既に盛り込み済】</b> 市町をはじめとした各機関と連携しながら、幅広い層に「くらしの安全・安心推進員」に就任いただけるよう取り組みます。
28	(3)社会や環境を意識した消費行動の醸成の強化 (P20)	SDGsについて環境や社会も確かに大切だが、それを実行するには経済発展や商品を提供する事業者等、企業の姿勢も大切になってくる。消費者志向経営との二輪が必要ではないかと考える。	2	<b>【既に盛り込み済】</b> ご指摘のとおり、企業の姿勢も大切であることから、消費者及び事業者の双方に普及啓発を行い、P33に記載のとおり事業者団体と連携して、消費者志向経営等の普及を行います。
29		エシカル消費、SDGsなどについてアンケート調査ではまだまだ認知度が低く、理解されていない状況にある。年代層に応じた食や環境などくらし全般に関わる消費者教育のさらなる充実をお願いしたい。	2	<b>【既に盛り込み済】</b> 各地域の消費者センターや消費者団体等による研修会のほか、消費者庁新未来創造戦略本部との連携により、若い世代をターゲットとしたフォーラムを開催するなど、多様な関係機関や団体等とともに啓発を展開します。

	項目等	意見等の概要	件数	県の考え方
30	(4)デジタル化やポストコロナを見据えた新たな消費形態等への対応 〈P20〉	コロナ禍の後、オンライン化・IT社会が加速度的に進んでいくと思われるので消費者教育の方法など高齢者向けにも開発をお願いしたい。	1	<b>【既に盛り込み済】</b> 高齢者でもデジタルコンテンツ等にかかる相談が多くなっており、高齢者向けの消費者教育や消費生活情報について、オンライン化・IT社会等の内容を充実します。
31		動画等の配布に関して、流行等を踏まえ、若者向けには少し工夫をした動画の配信が必要だと思う。また、SNSと一括りにされているが、次々とする新しい媒体に遅れを取らないことが大切だと感じる。	1	<b>【今後の取組の参考】</b> 若者向け啓発については、大学生協事業連合等と連携し、若者の意見を取り入れるなど工夫した動画の作成に取り組むほか、新しいSNS媒体への対応などを検討します。
32	IV 推進方策 〈P21〉	事業者対応と消費者対応を分けているという点で、縦割り行政を感じる。本文の他の部分で書かれていることとの矛盾がある。	1	<b>【既に盛り込み済】</b> P21の図に記載しているとおおり、「消費者教育・活動」と、「消費者の安全・安心確保」(信頼される事業者活動の推進を含む)は一体的・総合的に推進します。
33	1 消費者教育・活動の推進 〈P22〉	消費者教育が大切なことは言うまでもないが、「教育」という言葉は小中高生までで、成年である大学生や高齢者にとっては違和感があるかもしれない。	1	<b>【既に盛り込み済】</b> 消費者教育推進法に基づき、「教育」との言葉を用いていますが、同法の定義では「消費者教育」には啓発活動も含まれています。大学生や高齢者等の世代にも主体的・合理的に判断できる自立した消費者を育成していきます。
34	(1)ライフステージ等に応じた消費者教育の推進 〈P22〉	支援学校の生徒さんには登校が安定しない方もよくいるが、そこに来ていない人にはどう伝えるのか、支援学校の生徒さんにどこまで本当に理解できているのかの効果測定などはできているのかと感じた。	1	<b>【意見を反映】</b> 特別支援学校での出前講座について内容を拡充し教員の意見を参考にするとともに、P35に記載のとおり、保護者向け等の啓発に取り組みます。
35		個人情報の取り扱いについて、様々な場面で個人情報を記入することが多くなっており、情報の流出について危惧している。消費者に対しては個人情報提供の危険性、事業者に対しては個人情報の取り扱いの重要性を伝えることも大切かと考える。	1	<b>【既に盛り込み済】</b> あらゆる世代での情報リテラシーの強化を図るとともに、事業者団体と連携して消費者から信頼される事業活動を推進します。

	項目等	意見等の概要	件数	県の考え方
36	(2)消費者教育の担 い手の育成・活用 〈P24〉	くらしのヤングクリエイターについて、現状では人数の養成はできているが、活動の偏りや認定後の活動状況についての仕組みができていないように感じる。次世代の消費者教育にかかる担い手にしていくための長期ビジョンはあるのかと思った。	1	<b>【今後の取組の参考】</b> 平成22年に大学生協神戸事業連合（現在の大学生協事業連合関西北陸地区）との締結により認定を行ってきたが、その間、大学生協事業連合の組織も改編されています。活動の偏りや認定後の活動状況について仕組みづくりなど今後の課題として検討します。
37		兵庫県が誇る「くらしのヤングクリエイター」の活動や交流範囲を小・中学校や高校まで広げ、若い世代が互いに刺激し合い高め合う定例的な機会設定など、新たな企画等を検討してはどうか。	1	<b>【今後の取組の参考】</b> コロナ禍の現状では世代交流の機会設定などは難しい側面もありますが、次世代の消費者教育の担い手を育成する手段として新たな企画等を検討します。
38	(3)消費者活動との 協働 〈P25〉	消費者団体として活動しているが、わかりやすい資材やビデオがあるので、学校や一般住民でも集落単位の総会等で広められたら関心のない人も役立つのではないか。	1	<b>【既に盛り込み済】</b> 地域に根ざした消費者団体等が実施する活動を支援し、より効果的な啓発や消費者教育の方法などを実践出来るようさらに連携協働します。
39	(5)消費生活情報の 発信 〈P28〉	Twitter等のSNSは目に入ったとしても興味がなさそうならすぐにスクロールされてしまう。近年のSNSのツールは変化している。情報提供方法や内容を推敲したほうがいいのか。	2	<b>【今後の取組の参考】</b> SNSの情報提供のツールや方法、内容の推敲など、より効果的な情報発信が出来るよう検討します。
40		消費者の普段の生活では県や県の機関よりも事業者との接点の方が多い。消費者に対する様々な情報配信を事業者からも消費者に発信してもらうようにもっと働きかけるべきかと思う。	1	<b>【既に盛り込み済】</b> 消費者とつながりを有する事業者と連携・協働して啓発等を行っており、引き続き消費者に届くよう発信します。
41	2 消費生活対応力の 充実 〈P30〉	消費生活相談員についてスキルアップもだが、若い人が相談員になりたいと思うような仕組み作りをしなければ、相談員不足になるのではないかと思う。相談員の処遇改善等も必要ではないかと思う。	1	<b>【今後の取組の参考】</b> 県消費生活センターの機能充実に向け、相談員の確保に取り組んでいきます。
42	3 消費者の安全・安心確保の推進 (1)取引・表示の 適正化 〈P34〉	ひょうご消費者ネットについて触れてあるが、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きの特例に関する法律に基づく、特定適格消費者団体との連携についても検討してはどうかと思う。	1	<b>【今後の取組の参考】</b> 現在は、県内で活動する適格消費者団体であるひょうご消費者ネットと連携した取組を推進しており、特定適格消費者団体との連携については、今後の取組を検討する際の参考とします。

	項目等	意見等の概要	件数	県の考え方
43	(3)高齢者・障害等への見守り推進 〈P35〉	障がい特性はいろいろあるので、その辺についても分類して計画を作成してはどうかと感じた。	1	<b>【意見を反映】</b> ご意見を踏まえ、障害者が被害に遭いやすい手口等について注意喚起を行うための施策展開を記載しました。
44		高齢者、障害者で被害にあわれた方の相談を受けるが、ほとんどが家族に隠している。声かけや情報提供等を行っているが、家を出ない孤立した高齢者への見守りを具体的にどうするか。啓発にあたっては情報の届け方が一番の課題。	1	<b>【既に盛り込み済】</b> ご指摘のとおり、孤立した高齢者等が被害に遭いやすい状況があります。福祉関係団体等とも連携した地域での見守りを推進するほか、P28～29に記載のとおり、メディア等も含む多様な媒体を活用し、各世代に対応した情報発信を実施します。
45		くらしの安全・安心推進員向け研修会への出席者が少ない。活動できる人を委嘱してほしい。	1	<b>【今後の取組の参考】</b> 市町等と調整のうえ、「くらしの安全・安心推進員」の委嘱に当たっては、各地域で積極的に活動していただける方を委嘱します。
46	(5)信頼される事業者活動の推進 〈P37〉	消費者関連専門家会議という名前があがっているが、消費者志向経営は経営者のトップマネジメントが欠かせない。また、消費者志向経営は大企業だけでなく中小企業の経営者への浸透の必要性を強く感じる。連携機関については、もう少し選択肢を広げてはどうかと思う。	1	<b>【意見を反映】</b> ご意見を踏まえ、消費者・事業者・行政の三者のネットワークであり、商工会議所連合会等の事業者団体を構成員に含む「ひょうご消費生活三者会議」と連携する旨を記載しました。
47	全般	「消費生活推進プラン」という名称を見ただけでは、どんどん消費していこう!と誤解される懸念があり、県民にプランの内容が伝わりにくい。	1	<b>【意見を反映】</b> ご意見を踏まえ、プランの名称を変更しました。