

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6年2月16日～令和6年3月7日
意見等の提出件数	: 13件（4人）
反映状況別内訳	: 意見を反映 5件（①②④⑥⑬） 既に盛り込み済 5件（⑤⑨⑩⑪⑫） 今後の取組の参考 3件（③⑦⑧） 対応困難 0件 その他 0件

	項目等	意見等の概要	件数	県の考え方
1	Ⅱ 消費者を取り巻く現状と課題 1 社会状況の変化 (3) デジタル化の進展 <P3>	消費者利益の保護を図るための法律については、正式名「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」名を記載した方がよい。	1	【意見を反映】 ご意見を踏まえ、法律の正式名を記載しています。
2	(6) グローバル化の進展 <P5>	特殊詐欺の一つである「国際ロマンス詐欺」による被害報道が増えているように思う。その実情や対策についても、記載すべきと思う。	1	【意見を反映】 ご意見を踏まえ、「国際ロマンス詐欺」を詐欺的トラブルの一例として記載しています。
3	3 消費者の意識 (3) 消費生活センター及び消費者ホットライン188の認知度 <P8>	大学生調査ではセンター及び188の認知度は6割であるが、実際に188を利用して消費生活相談している割合について記載する必要があるのではないかと。	1	【今後の取組の参考】 次期プラン（令和9～11年度）改定時に大学生調査を実施する際は、消費者ホットライン188を利用した割合も調査し、プラン検討時に反映していきます。
4	4 学校における消費者教育 (3) 消費者教育を実施する時間 <P15>	消費者教育を実施する時間を「増やしたい」と考える学校の理由はなにか。	1	【意見を反映】 ご意見を踏まえ、調査時に消費者教育を実施する時間を「増やしたい」と回答した学校へ「今後特に力を入れたい消費者教育の内容」を聞いた内容を記載しています。
5	Ⅲ 兵庫県消費者行政の方向性 2 推進体制 (2) 各主体の役割分担と連携 <P19>	消費者問題ではないかもしれないが、「闇バイト」による犯罪への加担、高齢者の被害が社会問題となっている。とりわけ若者への教育が必要であり、実情や対策の記載について、検討して欲しい。	1	【既に盛り込み済】 ご指摘のとおり、消費者問題の範疇を超える犯罪被害については、警察と連携し、高齢者等の見守り活動を実施していきます。
6		県の役割、県と市町の役割分担は記載されているが、国、関西広域連合への期待や役割も記載してはどうか。消費者問題・被害が広域化する中で、消費者庁や国民生活センターの役割は重要であり、要望すべきことは提案、問題提起していくべきだと思ふ。	1	【意見を反映】 ご意見を踏まえ、消費者被害に広域化が見られる際には消費者庁や国民生活センターと連携していくことを記載しています。

	項目等	意見等の概要	件数	県の考え方
7	Ⅲ 兵庫県消費者行政の方向性 2 推進体制 (2) 各主体の役割分担と連携 <P19>	既存事業の取組みや活動を維持・継続するのは大切と理解している。県・市町、消費者団体や各関係団体等は連携をされながら着実に実践されてきたことと思うが、令和6～8年度で新しい取組みや活動がないように思う。兵庫県消費者行政は広域的な役割として検討すべきと思う。	1	【今後の取組の参考】 国では消費生活相談デジタル・トランスフォーメーション(DX)アクションプランに基づき、自治体間の協力体制の充実等が検討されています。次期プラン(令和9～11年度)に向けて、消費生活相談における県・市町の連携や、啓発活動での消費者団体等の多様な団体との協働等、DX化を踏まえた新たな取組みを検討していきます。
8	4 推進に当たっ ての視点 (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 <P21>	高齢者の消費者被害の増加から 【取組指標】 で3つの目標値があげられているが、高齢者・障害者への啓発活動の新たな数値は設定しないのか。くらしの安全・安心推進員による啓発活動数だけでなく、啓発講座の回数、参加人数なども入れてはどうか。	1	【今後の取組の参考】 高齢者・障害者への啓発活動としては毎年度、各県センターにおいて消費生活出前講座、セミナー、街頭での啓発キャンペーンや、くらしの安全・安心推進員を対象とした研修会(年1回)を実施しています。取組指標の反映については、次期プラン改定時に検討していきます。
9	Ⅳ 推進方策 1 消費者教育・ 活動の推進 (1) ライフステー ジ等に応じた消 費者教育の推進 <P24>	アンケート調査から「相談する先を知らなかった」が4割という結果について、これまでの周知方法だけでは認知度は上がらないと思う。相談しやすい窓口(消費生活センター)の周知が必須であると考ええる。認知度が低いことを県・市町、各関係団体等は危機感をもって対応すべきであり、具体的な周知のあり方や新たな方策について検討する必要があると思う。	1	【既に盛り込み済】 ご指摘のとおり、消費生活センターや消費者ホットライン188の周知については、出前講座や街頭キャンペーン等での対面の啓発と併せて、X(旧Twitter)も含めインターネットを活用し、幅広い世代へ情報発信を行っていきます。
10	(2) 消費者教育の 担い手の養成・ 活用 <P26>	「くらしのヤングクリエイター」の活動範囲を、大学生だけでなく高校生に広げてはどうか。いきなり高校生へ呼びかけるのは困難であるが、高校家庭科教員において熱心な方に声をかけ、家庭科クラブ等での実験的な実施も視野にいれるべきではないか。	1	【既に盛り込み済】 高校在学中に成人を迎えることから、高校での消費者教育の重要性が高まっており、従来から実施している外部講師を活用した出前講座と合わせて、家庭科クラブ等での啓発についても教育委員会にはたらきかけていきます。
11	(5) 消費生活情報 の発信 <P29>	学校での消費者教育の重要性が強調されているが、現在の学校教育では、〇〇教育が増加しており、今よりも学校での消費者教育の確保は難しいと思う。社会全体としてどう取り組むべきかが重要と思う。その中で、SNSを活用した消費者教育が挙げられるが、X(旧Twitter)やFacebookは若者の利用は少ないのではないか。LINE、Instagram、Telegram等も活用して、多彩な情報発信が必要と思う。	1	【既に盛り込み済】 ご指摘のとおり、X(旧Twitter)での情報発信に加え、今後は若者の利用が多いSNSも活用し情報発信を行っていきます。

	項目等	意見等の概要	件数	県の考え方
12	IV 推進方策 2 消費生活相談 対応力の充実 (2) 市町への支援 <P32>	消費生活相談員の担い手不足が著しい。少子高齢化が一因であるが、カスハラによる精神的な負担増大、相談員の高齢化、処遇の悪さ（賃金）等、就職面で選ばれる職種でなくなっている。今後、市町が相談業務を取り止める可能性が高く、抜本的な対策に取り組むべきではないか。	1	【既に盛り込み済】 ご指摘のとおり、消費生活相談員の人材不足は課題であると認識しており、今後の国のDX化の動きを注視しながら、消費生活相談員の担い手確保にむけて、潜在相談員の掘り起こし、就職・復職支援等の実施を検討していきます。
13	用語解説 <P40>	本文中でSMS（ショートメッセージサービス）の記載があるが、詳細な用語解説がない。SNS（ソーシャルネットワークサービス）と混同しやすく、解説に記載しておくべきだと思う。	1	【意見を反映】 ご意見を踏まえ、本文の用語解説に「SMS」の説明を追加しています。