

「広島県消費者基本計画（第3次）」の主な取組状況について

1 要旨

広島県消費者基本計画（第3次：令和2年度～令和6年度）における施策目標の主な取組状況について報告する。

2 概要

(1) 基本理念

県民だれもが、自ら考え自ら行動できる自立した消費者となり、安全で安心に暮らすことができる、消費者被害のない広島県の実現

(2) 施策体系

基本的方向	施策目標
I 消費者被害の防止と救済	1 消費生活相談体制の充実強化 2 高齢者等への支援 3 事業者指導の強化
II 消費者の選択の機会と安全・安心の確保	4 商品・サービスの安全性の確保 5 事業者の適正な情報提供と消費者の選択機会の確保
III 消費者教育の推進	6 様々な場における消費者教育の推進 7 消費者教育推進のための人づくり 8 消費生活と関連する他の教育との連携推進
IV 県民意見の反映と多様な主体との連携・協働	9 消費者行政への県民意見の反映 10 関係機関等との連携・協働

3 消費生活相談体制の充実強化

【目指す姿：消費者基本計画からの抜粋】

- ◆ 多様化・複雑化が見込まれる相談内容に対応できるように，県が消費生活相談員の体系的な研修計画を作成し，個々の消費生活相談員の受講履歴を管理し，能力向上の取組が行われています。
- ◆ 県民に身近な市町相談窓口が，県や近隣市町のバックアップにより，相談体制を維持できており，県民が自らに合った方法で，相談窓口や相談方法を選べる状況になっています。

(1) 取組概要

市町相談窓口の現状分析を行った上で、「消費生活相談員に対する体系的な研修計画」及び「県・市町相談対応連携マニュアル」を策定し，県内どこの窓口にも相談しても同じ解決結果が得られるよう，消費生活相談体制の充実に向け取り組んだ。

(2) これまでの取組

ア 現状分析

相談体制が比較的脆弱であると考えられる相談員1人体制などの16市町について，県相談員が令和元年度の対応記録（約1,300件）を1件ずつ確認し，適正に処理されたと思われる割合（適正処理率）や求められる処理結果とのギャップやその要因等について分析したところ，市町間で対応力に差があることが明らかとなった。

【適正処理率】

区分	市町数	区分	市町数
90%以上	5市町	60～70%	2町
80～90%	5市町	30～60%	-
70～80%	3市町	30%未満	1市

イ 市町ヒアリングの実施

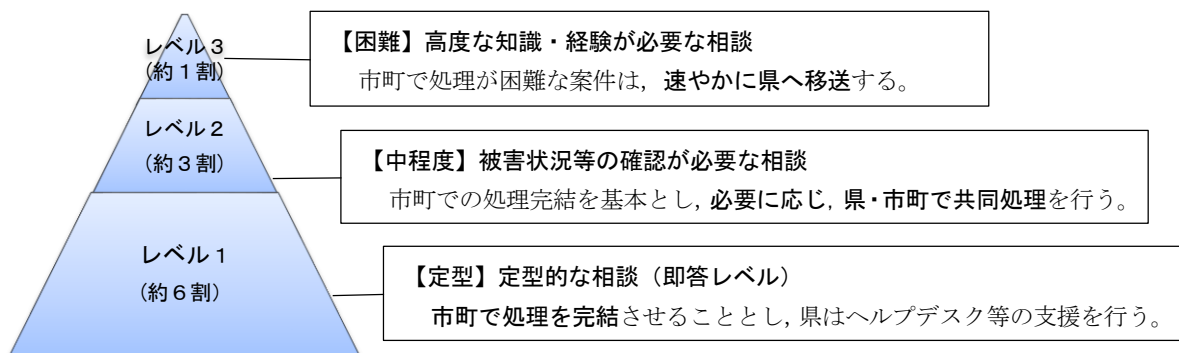
適正処理率が低い理由など市町の相談窓口が抱える課題を明らかにするため、市町ヒアリングを実施したところ、次のとおりの意見や要望等を聞き取った。

- (7) 専門資格を有していない、又は経験の浅い相談員を、どのように育成していけばよいか分からない。
- (4) 年間の処理件数が少ないため、県や他市町の事例を学ぶ機会を増やして欲しい。
- (7) 経験年数は長いが、相談対応が自己流になっているため、県に繋ぐ際の判断基準やあっせん手法等について学び直しをしたい。

ウ 県・市町の役割分担等の整理

ヒアリング結果を踏まえ、今後の相談対応の方向性について検討し、相談内容や難易度に応じて「相談レベル」を設定した上で、県・市町の役割分担について整理した。

【県・市町の役割分担】



※「割合」は、令和元年度に受け付けた相談件数全体に占める割合。

エ 体系的な研修計画及び県・市町連携マニュアルの策定

市町が相談レベルに応じて処理していく上で必要な対応力を身に付けるため、市町の意見を聴きながら、「体系的な研修計画」及び「県・市町連携マニュアル」を策定し、県による支援を強化することとした。

(7) 消費生活相談員に対する体系的な研修計画
<ul style="list-style-type: none"> ・経験年数やスキル等に応じてステップアップしていくための達成目標を設定 ・達成目標に応じて、国や県が実施する研修を体系的に受講できるよう整理 ・受講履歴管理表及び自己評価チェックシートにより、相談員と行政職員が情報を共有
(4) 県・市町相談対応連携マニュアル
<ul style="list-style-type: none"> ・相談内容や難易度に応じて、相談レベル1～3を設定 ・相談レベルごとに、県と市町が連携して処理するための方法や判断基準等を設定

(3) 今後の展開

ア 研修等による相談員の育成

「体系的な研修計画」に基づく研修を実施し、受講状況やアンケート結果等を踏まえ、研修内容の充実を図るとともに、市町相談員が交代した際は、県相談員による個別指導を行うなど、相談員のスキルアップに向けた取組を継続して行う。

イ 事例検討会の実施（令和4年度新規）

令和4年度から新たに県・市町相談員による「事例検討会」を実施し、相談員相互の交流を促し、オンラインも活用しながら県及び近隣市町によるバックアップ体制の強化を図る。

ウ 担い手確保に向けた取組検討

県内で相談員の高齢化が進む中、住民に身近な相談窓口である市町の相談体制を維持するため、相談員の担い手確保について、市町と意見交換を行い、検討を進める。

4 高齢者等への支援（高齢者の家族への情報提供）

【目指す姿】

- ◆ 高齢者やその見守り者等に対し消費者被害防止のための情報が提供され見守りが行われるとともに、高齢単身者等については、その家族にも消費者被害防止のための情報が提供され、被害の回避・対処に役立てられています。

(1) 取組概要

高齢者見守り情報メルマガへの登録に誘導することを目的とし、県内世帯へ帰省時期にチラシを配布する手法から、各市町の公式SNSにより直接家族に情報配信する手法に見直した。

(2) これまでの取組

ア メルマガ登録への誘導

令和2年12月の家族の帰省時期に、2市町の全世帯に、メルマガへの登録を促すチラシを配布したところ、次の課題が明らかになった。

- (ア) コロナ禍により帰省を自粛した家族が多く、感染状況に左右される手法だった。
- (イ) 帰省した家族にチラシを渡した高齢者の割合は約3割弱にとどまり、チラシからリンク先サイトへのアクセスはあるものの、メルマガ登録した家族はいなかった。

イ 市町ヒアリングの実施

各市町が既に整備している住民への情報発信ツールなどについてヒアリングを行ったところ、22市町[※]において公式SNSでの発信協力が得られたため、情報発信媒体を見直すこととした。[※] 公式デジタル媒体を有しない自治体は広報誌で対応

ウ 市町SNS等による試行配信

令和3年12月に急増した「送り付け商法」に関する注意喚起について、県がSNSの掲載原稿を作成し、各市町が公式SNSを通じて家族の帰省時期に一斉配信した結果、配信情報のリンク先として誘導した県HP（「送り付け商法」のページ）へのアクセス数が、配信日に通常と比べ約8倍増加した。

(3) 今後の展開

ア 本格配信の実施

全ての市町から、本格的かつ継続的な配信要望があったため、今後、家族の帰省時や緊急事案の発生時に、各市町の公式SNS等を通じ情報配信をする。

イ 地域別の配信

高齢者を狙った新たな手口や急増している悪質な事案などの相談情報を、定期的にモニタリングするとともに、地域別に分析し、県内一律ではなく、市町ごとにタイムリーに情報発信する。