

骨子案に対する委員からの御意見への対応状況（意見票によるものを含む）

番号	委員からの御意見	御意見への対応状況	ページ
1	<p>【柱 1】消費生活における安心・安全の確保 (3) ア 不当な取引方法の禁止</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者の望まない業者が自宅を訪れたり、電話をかけたりして様々な勧誘を行うこと自体をなくさないことと被害を減少させることは困難だと思う。 ・訪問販売や電話勧誘販売等のトラブルを防ぐには、見守りの強化だけでなく、勧誘をさせないことが重要であり、いわゆる「不招請勧誘の禁止」が有効ではないか。訪問販売での「お断りシール」の有効化の規定も1つの方法だと考えている。全国でも条例に規定している自治体もあるため、山口県でもご検討いただきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・訪問販売等における規制、禁止行為は、特定商取引法に規定されているほか、本県では、「消費生活の安定及び向上に関する条例」（以下「消費生活条例」）で、不当な取引方法を禁止している。 ・御指摘の「お断りシール」については、「お断りステッカー」を指すものと思うが、国（消費者庁）は、勧誘拒否の対象が明確でないとして、ステッカーを特定商取引法上の勧誘拒否の意思表示とみなしておらず、ステッカーには法的効果はないとの見解である。 ・一方、自治体によっては、ステッカーを契約拒絶の意思表示として、条例や告示等で法的効果を与えている道府県や市区町村もあるが、本県の条例では、ステッカーに類する貼り紙等で、「訪問販売お断り」を出している消費者宅で訪問勧誘を行うことがただちに消費生活条例第11条の2第1項第3号及び県告示3（1）で知事が指定する「不当な取引方法」に該当するものではないと考える。 ・総じて、訪問販売業者の勧誘に先だって、消費者があらかじめ勧誘を拒否する意思を示していた場合に、それを無視して勧誘する行為を即「不当な取引行為」として禁止するものではなく、この解釈は、国（消費者庁）における見解と趣旨を一にしている。 ・つまり、ステッカーについては、住民に身近な市町が作成し、見守り活動とあわせて配布する取組が啓発の面で一定の効果があると思われるが、このステッカー 	8

番号	委員からの御意見	御意見への対応状況	ページ
		<p>のみで、消費者意識がただちに高められ、被害が即減少するものではないため、県としては啓発講座などを通して消費者教育の推進に努めたい。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 条例の規制強化については、近年、消費者保護関連法である消費者安全法や特定商取引法、消費者契約法が改正され、一層の消費者保護が図られており、県では現在のところ、勧誘拒否ステッカーの積極的導入と条例改正による規制強化までは考えていないが、今後、他地域自治体の導入状況と関連法改正の動き（規制強化）を注視しながら、検討していきたい。 	
2	<p>【柱1】消費生活における安心・安全の確保 (4) 被害防止に向けた取組の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「被害防止」とともに、「拡大防止」も重要と考える。この項目と項目「(5) コロナ後を見据えた対応」を分けた意味は何か。 ・ コロナの前後に関係なく、電子商取引の浸透も暮らしのデジタル化によるトラブルも社会経済情勢の変化で発生しうるものだと思うが、あえて「コロナ後を…」とした意図は何か。「被害防止」と「拡大防止」は対だと思うので、ご検討いただきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ コロナ禍において、電子商取引のトラブルや悪質商法等が多発しており、今後の見通しも不明瞭であることから、特に注視して対応する必要があると考え、あえて「コロナ後を見据えた対応」として取り上げたもの。 ・ 消費者被害の未然防止及び拡大防止については、より一層の啓発を図っていきたい。 	8

番号	委員からの御意見	御意見への対応状況	ページ
3	<p>【柱2】消費生活相談の充実、紛争の適切な解決の促進 (1) イ 消費生活センター等の認知度向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県や市の職員自身が、各市町に、または勤務している市に「消費生活センター」があることを100%知っているのかどうか、疑問に感じる場面があった。まずは、足元からの周知徹底をお願いしたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・新聞やラジオ、テレビ、SNS、ホームページ等様々な媒体を通じて、消費生活センターについて啓発を行っており、引き続き認知度向上を図っていききたい。 	9
4	<p>【柱2】消費生活相談の充実、紛争の適切な解決の促進 (1) ウ 市町への支援等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者トラブルは、相談を受けた一つの市町でのことでなく、必ず隣接する市町にも発生しているはず。県とその市町との一つの縦の支援だけでなく、隣接する市町との横のつながり、支援も図っていただきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・御意見を踏まえ、市町の消費者行政体制の整備のために必要な助言、協力、情報の提供等の援助を行い、紛争の適切な解決の促進及び被害の未然防止等、消費生活相談の充実に一層努めてまいりたい。 	9
5	<p>【柱3】持続可能な社会を目指した消費生活の推進 (2) 消費者リーダーの活動の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新たな育成を考えていただきたい。何度もお尋ねしているが、現状の「消費者リーダー」に問題はないのか。すでに高齢化し、真に活動できる存在であるのか。県内の他市では活動が盛んなのかもしれないが、周南市ではその存在が見えづらく、高齢になって学習会の出席もできない状況がある。 ・今までも申し上げてきたが、“伝える人”としての消費者リーダーの育成・研修をお願いする。年代を問わず、様々な立場の人が“伝える人”として存在することは大切。リーダーの育成が記述されるとよいと思う。 	<ul style="list-style-type: none"> ・御意見を踏まえ、リーダーを対象とした研修等を通じた活動促進を図るほか、新たなリーダーの登録について検討したい。 	10

番号	委員からの御意見	御意見への対応状況	ページ
6	<p>【柱4】消費者教育の推進及び情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> 子どもから親への発信、賢い未来の消費者の育成という観点から学校における消費者教育の重要性を感じている。SDGsやエシカル消費に関連した効果的な取組例の紹介を教職員対象の研修で実施したり、リーフレットで周知を図ったりして、学校への啓発に努めていただきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> 毎年度、教員向けに「金融消費者教育セミナー」を実施しており、その中でSDGsやエシカル消費について過去に取り上げている（R3年度）。参加教員の御意見や社会情勢等を勘案して引き続き継続的に実施していきたい。 また、やまくら通信（若者版）による情報発信を通じて、引き続き教育機関への啓発を実施していきたい。 	11
7	<p>【柱4】消費者教育の推進及び情報発信 （6）デジタルを活用した情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> デジタル化の情報の双方向のやりとりについて、計画などに盛り込んでいただきたい。 <p>デジタル化という分野は避けては通れない話であり、この計画にも既に情報発信という形でデジタル化が入っている。</p> <p>しかし、世間ではその情報発信によるという程度のデジタル化は、20年以上前の話で、既に双方向の情報のやりとりという段階に入っている。次は、メタバースという段階まで来ており、そこまでとは言わないが、その前の段階の情報の双方向のやりとりについて念頭に置いた上で、いろんな計画を考えていただきたい。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 御意見を踏まえ、デジタル化に限らず、行政からの一方的な発信にならないよう、情報の受け手側の意見も適切に施策に反映させるよう努めたい。 	11
8	<p>【柱5】連携・協働の推進 （1）イ 市町との連携・協働</p> <ul style="list-style-type: none"> 隣接する市町との連携、研修の実施も必要ではないか。 	<ul style="list-style-type: none"> 御意見を踏まえ、紛争の適切な解決のために必要な研修を実施し、消費生活相談の体制強化とともに、市町間の連携が円滑に行われるよう、支援してまいりたい。 	12

番号	委員からの御意見	御意見への対応状況	ページ
9	<p>【第1章】5 計画改定の視点</p> <ul style="list-style-type: none"> ・4番目に「高齢者等の消費者被害防止」とあるが、特に高齢者や障害者の特性による消費者被害防止について、何も規定されていない。 <p>本人の意思決定を尊重し支援することが第一だが、後見制度との関係も複雑な問題があると思う。</p> <p>ぜひ、高齢者等の安心・安全な消費生活と後見制度について、少しでも触れていただきたい。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「高齢者等」の「等」は障害者の方まで含めた意味で使っており、認知症や知的障害などにより判断能力が不十分な方についても、被害防止に向けた取組はしっかりと行っていく。 ・特にうそ電話詐欺などの特殊詐欺等による高齢者被害が拡大していることから、【第3章】「5 連携・協働の推進」で被害防止のキャンペーンや見守り活動について記載しているところ。 ・成年後見制度については、担当部局や各市町、社会福祉協議会とも連携し、制度への取組についての理解促進を図りたい。 	2
10	<p>【計画について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・計画改定について、末端の消費者までどれだけ下りていくかというところが問題だと思う。 <p>地元の高齢者や末端の消費者の方に下りていくような計画ができると、より立派なものになるのではないか。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・御意見を踏まえ、関係部局・関係団体での冊子の送付に加え、消費者に手に取ってもらえるような各種施設への冊子配布や県ホームページでの掲載等を検討したい。 	—
11	<p>【高校生の実態について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コロナにより、色々な実体験が非常に減っている。 <p>授業の中で教えることとクロスして、実体験をより多く行う必要があるのではないか。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症の影響及び社会情勢等を踏まえつつ、応募形式のコンテスト等実体験できる企画を検討していきたい。 	—

番号	委員からの御意見	御意見への対応状況	ページ
1 2	<p>【エシカル消費について】</p> <ul style="list-style-type: none"> エシカル消費を広める際、ノウハウを持っているやまぐちエシカル推進パートナーに協力してもらい、より多くの人が目にする機会を増やしていくことがよいのではないか。 <p>消費者団体や行政、事業者などが知恵を出し合っていないと広まらないと思うので、そういう話し合いの場などを設けることを次期計画に入れていただきたい。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 御意見を踏まえ、今後の事業を実施してまいりたい。 御指摘の話し合いの場については、やまぐちエシカル推進パートナーの参加事業者の業種等が多岐に渡ることから、実際の事業の進捗状況に応じてその都度検討していきたい。 	—
1 3	<p>【その他・気付き】</p> <p>資料 1－1 市町別消費生活相談受付件数の推移</p> <ul style="list-style-type: none"> R 3 年度の市町受付分について、周防大島町、上関町、田布施町、平生町は 0 ないし 1 だが上関町、田布施町、平生町は柳井広域であり、この 3 町の分も含めて、柳井市の実績になっているのか。周防大島町は町の相談は 0 で県へ直接 1 つということか。 <p>近すぎて相談しにくいということであれば、県センターの重要度が増す。県の現在の相談体制で十分か（相談員の数が年々少なくなっている）。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 柳井地区広域消費生活センターで受け付けた柳井地区 1 市 4 町（柳井市、周防大島町、上関町、田布施町、平生町）の相談については、柳井市の実績となっており、町単独で受け付けた相談件数がそれぞれの町の実績となっている。また、周防大島町の相談は、県のみでなく、柳井地区広域消費生活センターでも受け付けている。 消費者安全の確保を図るためには、消費者にとって最も身近な地方公共団体である市町において消費生活相談の事務を確実に円滑に実施することに大きな意義があり、消費者安全法の趣旨や県・市町の役割分担を十分に踏まえ、市町の体制強化や、県全体の相談体制の充実・強化に一層努めてまいりたい。 	1 4