

「滋賀県消費者基本計画（第5次）原案」に対して提出された意見等とそれらに対する滋賀県の考え方について

1 県民政策コメントの実施結果

令和7年(2025年)12月18日(木)から令和8年(2026年)1月18日(日)までの間、滋賀県民政策コメント制度に関する要綱に基づき、「滋賀県消費者基本計画（第5次）原案」についての意見等の募集を行った結果、県民および団体から合計9件の意見等が寄せられました。

これらの意見等について、内容ごとに整理し、それらに対する滋賀県の考え方を次に示します。

なお、取りまとめにあたり、提出された意見等の一部は、趣旨を損なわない範囲で内容を要約したものとなっています。

2 提出された意見等の内訳

項 目	件 数
第1章 計画の基本的な考え方	—
第2章 消費生活をめぐる現状と課題	2件
第3章 消費者施策推進の基本方針	—
第4章 消費者施策の展開	
基本方針Ⅰ 安全・安心な消費生活の確保	—
基本方針Ⅱ 「自ら考え行動する」消費者になるための支援	3件
基本方針Ⅲ 消費者被害の防止と救済	—
第5章 関係機関・団体との連携強化等	3件
第6章 計画の推進体制と進行管理	1件
その他	—
合 計	9件

3 意見等に対する滋賀県の考え方について 別紙のとおり

(別紙)

意見等に対する滋賀県の考え方について

番号	頁	意見等（概要）	意見等に対する県の考え方
第2章 消費生活をめぐる現状と課題			
2 消費者を取り巻く社会情勢の変化・本県の状況			
1	16	「188」は覚えやすく利便性が高い一方で、フリーダイヤルではなく通話料金がかかることが十分に周知されていないことが課題である。	「188（いやや）」は全国共通の電話番号で、最寄りの消費生活相談窓口を案内するナビダイヤルとして設置されています。 今後は、「188」の通話料金についても周知を図っていきます。
2	23	県政モニターアンケートにおいて、エシカル消費の実践として地産地消を問うことは適切であるが、個配等の流通形態に依存する消費者は地産商品の選択肢が限定されており、実践意欲があっても実践できない者として計上される。	地産商品を扱っている個配サービスもあるため、消費者がエシカルな視点を持ってサービスの選択をすれば、エシカル消費を実践することができると考えます。 本文 41 ページ「(1) エシカル消費の推進」に記載のとおり、消費者のエシカル消費の理解促進を図るために、多様な主体と連携し、エシカル消費の理念および消費者行動について分かりやすい啓発を行います。

番号	頁	意見等（概要）	意見等に対する県の考え方
第4章 消費者施策の展開			
基本方針Ⅱ 「自ら考え行動する」消費者になるための支援			
重点施策5 誰もがいつでもどこでも学べる消費者教育の推進			
3	35 ～ 38	消費者トラブル防止における情報提供・消費者教育は、その方法が重要である。受け手の意識が必ずしも高いとは限らず、「自分は大丈夫」という先入観から「まさか自分が」という被害に至る事例も存在する。出前講座など受け身的な対応ではなく、地域組織を活用した積極的なアウトリーチが必要である。	本文 37 ページ「(2) 若年者向け消費者教育の強化」に記載のとおり、出前講座や啓発資料の配布といった消費者にとって受動的な取組にとどまらず、消費者教育について主体的に学べるような機会を提供していきます。また、地域や職域において、消費生活に関する講座等を実施する際も、これらの視点を意識して取り組みます。
重点施策6 金融経済教育の推進			
4	38 ～ 39	中学・高校生を対象とした消費者教育において、金融経済教育が教育委員会や学校と連携し、体系的に実施されている。この施策は若年世代のトラブル防止に有効である。子どもたちや若年世代がネット社会の中で生きていくための知恵や知識を「生きるための教育」として未来を見据えた取組の継続・拡充を期待する。	本文 38 ページ「重点施策6 金融経済教育の推進」に記載のとおり、消費者一人一人がより自立的で安心かつ豊かな生活を実現していくため、学校、地域、職域において滋賀県金融広報委員会、J-FLEC等と連携し、若年期からの金融リテラシー向上を図るとともにライフステージに応じた金融経済教育を推進します。
重点施策7 SDGsおよびMLGsの達成を目指した消費者行動の推進			
5	40 ～ 41	エシカル消費の理念は多くの消費者に理解されているが、物価高騰下では背に腹は代えられないのが現状である。大量生産品が安価で品質に大きな差がない場合、エシカル消費への転換は困難である。消費者の行動変容を促すには、産業が存続可能な範囲で価格面でのアプローチを含めた企業努力による取組が必要である。	消費者は物価高の中で消費者が価格を優先して商品・サービスを選択する場合がありますが、長期的な視点でSDGsが目指す持続可能な社会を構築するために、消費者のエシカル消費への行動変容を後押しする必要があると考えています。 このため、本文 40 ページ「(1) エシカル消費の推進」に記載のとおり、消費者のエシカル消費の理解促進を図るとともに、環境問題や社会問題などに取り組もうとする事業者を支援することで、事業者の消費者志向経営の取組を推進していきます。

番号	頁	意見等（概要）	意見等に対する県の考え方
第5章 関係機関・団体との連携強化等			
1 各基本方針を推進するための連携強化			
6	50	当計画では、県民の消費生活の安定と向上に向けて各種施策が展開されており、第5次計画案においても近年の消費者を取り巻く新たなリスクへの対応施策が新規・拡充されていることは評価に値する。今後も消費者が自立し自らのくらしを守るための啓発や学習の場について、消費者団体との連携を強化し、積極的な情報提供を期待する。	本文 50 ページ「第5章 関係機関・団体との連携強化等」に記載のとおり、消費者への情報発信や啓発にあたっては、国や市町と情報交換を図りながら、消費者の特性に応じて、消費者団体等の関係団体、庁内関係部局、警察と連携して行っていきます。
7	50	市町は県民のくらしの困りごとを把握している立場にあるが、他の社会課題への対応により、体制維持そのものが困難な実態がある。近年のくらしの課題は複雑化し、従来の縦割り行政では対応できない問題が増加している。 こうした状況に対し、行政各分野、市町、事業者、関連団体が連携して課題に対応する協議の場を県主導で構築することを検討願いたい。	県では、市町の消費生活相談体制を維持するため、国・県の施策情報を共有するとともに、巡回訪問や助言などにより支援しています。 また、本文 50 ページ「第5章 関係機関・団体との連携強化等」に記載のとおり、関係する機関や団体など、幅広い主体とも情報共有を図り、それぞれの専門や得意分野を活かしながら連携・協働していきます。
8	51	当計画には多様な世代を対象とした施策が含まれているが、これら施策の情報発信と周知状況が十分であるか検討が必要である。特に現役世代へのアプローチが弱いと考えられる。企業の従業員教育や新入職員研修、キャリア形成の中での消費者教育導入など、県内関連団体との連携した実施の検討をしていただきたい。また、当計画において県民の多様な意見を反映させるとともに、当計画・施策を広く周知する視点を盛り込むことも必要であり、県民の安心と安全の一層の実現につながるものと考えられる。	現役世代へのアプローチについては、本文 36 ページ「イ 地域や職域における消費者教育の推進」および 39 ページ「(2) 地域や職域における金融経済教育の推進」に記載のとおり、職域における消費者教育および金融経済教育を推進していきます。 計画への県民の意見の反映と計画・施策の周知については、本文 51 ページ「2 消費者等の意見の施策への反映と透明性の確保」に記載しておりますので、原案のとおりとします。

番号	頁	意見等（概要）	意見等に対する県の考え方
第6章 計画の推進体制と進行管理			
○計画における指標の目標			
9	53	消費者安全確保地域協議会の設置率が伸び悩んでいる要因は何か。この点が明確でない限り、現状の人口カバー率 37%から 100%への達成は極めて困難である。	消費者安全確保地域協議会の設置について、市町からは事務量の増加の懸念や設置によるメリットが分かりづらいという御意見をいただいております。 このため、本文 48 ページ「(2) 見守り体制の充実強化」の【具体的な取組】に記載のとおり、国と連携して市町に対し消費者安全確保地域協議会設置のため、説明会やヒアリングを行います。また、重層的支援体制整備事業や既存のネットワーク等の枠組の活用を促し、各市町の実情に応じた支援を行います。

※ 意見等の該当頁等は、県民政策コメントで公表した「滋賀県消費者基本計画（第5次）原案」に沿っています