

「第5次大分県消費者基本計画（素案）」に対する県民意見の募集の結果について

令和8年2月13日
大分県生活環境部県民生活・男女共同参画課

令和7年12月1日から令和8年1月7日までの間、県民の皆様から募集した「第5次大分県消費者基本計画（素案）」についてのご意見の概要、ご意見に対する県の考え方及び計画への反映状況を取りまとめましたので公表します。

募集に対して、1名、1団体から延べ3件の貴重なご意見をいただきました。ご協力ありがとうございました。

No	意見	県の考え方及び反映状況
1	消費者教育について、高齢者について記載がありますが、デジタル化への対応を、どのようにされるのかわからない。自動レジの推進によって、買い物難民になっている高齢者がいる。高齢者となったとき、自分自身がもっと進化したデジタル化についていけるのか不安に思う。サポートを受けなければ、買い物できないのであれば、自立できない。教育というよりは、経験（慣れ）の部分になるとは思うが、少し触れていただくと安心である。	デジタル社会の進展により、70歳代でも8割を超える方がモバイル端末を所持するなど、高齢者にとってもデジタル機器は身近なものとなっています。一方、ご意見のとおり自動レジなど、様々なデジタルサービスが普及しており、新しい消費者基本計画でも、デジタル社会に即した消費者力として、デジタルサービスの仕組み等を理解する力の必要性を課題としています。 そのため、県では、誰もがデジタル化の恩恵を受けられるよう、スマホ教室のサポート等を実施しているところです。 また、ご意見を受け基本目標Ⅰの施策1デジタル化への対応の主な取組①に以下を追加しました。 「事業者に対し、デジタル化への対応が難しい消費者への丁寧な説明等を要請」
2	消費生活センターの重要性はよく理解しているが、まだ気軽に相談できる窓口という認識には至っていないと思う。連携団体が消費者相談の一次窓口となれば、相談しやすく、消費生活センターの重要性が理解してもらえると思う。消費生活センターの周知に力を入れてほしい。	県及び各市町村に消費生活センターまたは相談窓口が設置されており、毎年度、約8千件の相談を受けています。さらに、SNSを活用した全国共通の消費者ホットライン「188」の周知や出前講座等でのセンターの役割の理解促進にも努めています。 ご意見のように、連携団体が一次的な窓口となり、消費生活センターへつなげていくこ

		とは計画にも記載している消費者安全確保地域協議会の目的でもあります。今後も、当協議会の設置促進に取り組むとともに、関係団体を通じて消費生活センターの周知に努めます。
3	<p>第5次大分県消費者基本計画（素案）に関し、下記のとおり意見を提出する。本計画において示されている「消費生活に身近な石油製品等の販売価格について、消費者の選択の機会を増やすため、事業者団体に対して価格の店頭表示への協力を求め、店頭表示率65%を目標とする」との方針について、以下の点から慎重な検討が必要であると考える。</p> <p>1. 店頭表示率65%という目標数値の根拠について</p> <p>本目標数値の根拠となっている調査やデータは、16年も前の全国調査（2009年度給油所経営・構造改善等実態調査報告書）に基づくものと認識している。しかしながら、現在においては全国的・網羅的な実態調査は行われておらず、消費者の購買行動、情報取得手段、事業環境も当時とは大きく変化している。これらを十分に整理しないまま、一律の数値目標を設定することは、実態に即した政策運営とは言い難く、事業者に過度な負担や誤解を与えるおそれがある。このため、価格表示の推進については、数値による達成度管理ではなく、事業者の自主的な取組を尊重する「努力目標」として位置づけることが適切ではないか。</p> <p>2. セルフサービス方式とフルサービス方式の違いについて</p> <p>ガソリンスタンドには、セルフサービス方式とフルサービス方式が混在し</p>	<p>石油価格の店頭表示率については、第2次大分県消費者基本計画で目標指標に盛り込んで以来、消費者の選択機会確保に向けた取組と位置付けています。全国的な調査が行われなくなる中でも、本県では各給油所の協力もいただきながら、毎年度石油製品価格等調査を実施し、結果を公表しています。</p> <p>本目標数値は、行政の取組状況を把握するための指標として設定しているのですが、これまで目標に達していないことや、消費者からも代替のきかないガソリンの価格表示を求める声があることから、現行の目標数字を引き続き目標値として設定したものです。なお、目標値の65%はフル・セルフの両方のサービス店舗を含んだ調査での結果であり、給油方式に違いがあっても、ともに表示価格が判断材料の一つになることから、目標値は細分化しないように考えています。しかし、予めの価格表示については、法的な義務はなく、個々の事業者の判断や経営を拘束するものではありません。</p> <p>また、ガソリン等の供給以外に各給油所に貢献いただいている地域の見守り等、地域インフラとしての給油所の重要性を、今年度から開始した「地域あんしん給油所」制度においても、広く周知していきたいと考えています。</p> <p>なお、本県の調査は、約30年前から実施しており、統計としての継続性を重視する観点から当時の市町村を単位に調査店舗を設定しています。ご意見のように給油所数</p>

<p>おり、価格表示の考え方や消費者の選択行動も大きく異なる。一般的にフルサービスでは掛売が多く、各経営者の判断として、価格を店頭に表示しないところが多い。これらを一律に同じ基準で捉え、同一の目標値を設定することは、実態に即しているとは言い難く、営業形態ごとの特性を踏まえた整理が必要であると考える。</p> <p>3. 価格の店頭表示は法的義務ではない点について</p> <p>石油製品の価格の店頭表示は、法令上、事業者に義務付けられているものではなく、各事業者の判断により行われているものである。そのような中で、ガソリンスタンドのみ数値目標を設定し、その達成状況を示すことについては、行政による一定の指導的性格を帯びたものとして受け止められる可能性も否定できない。他の生活必需品（食料品、日用品、電力・ガス等）との公平性や整合性についても、十分な説明が必要ではないか。</p> <p>4. 「消費者の選択の機会を増やす=価格表示」という考え方について</p> <p>消費者の選択の機会を増やすこと自体には異論はない。その手段を「価格表示」に限定することには疑問がある。価格のみが消費者の判断基準として強調されることで、結果的に過度な価格競争を招き、事業者の経営体力を削ぐことにつながるおそれがある。業界全体が疲弊し、事業者数が減少すれば、地域における燃料供給体制の維持が困難となり、過疎地域や災害時対応など、県政全体にも影響を及ぼす可能性があると考える。地域インフラとしての石油販売事業の持続性についても</p>	<p>や給油方式が大きく変わる中で、より実態に即した調査となるよう、調査対象店舗の選定方法や調査内容、公表項目等については、新しい消費者基本計画の実施に併せて、来年度調査から見直しを行う予定としています。</p> <p>消費者行政の推進には、消費者と事業者との相互理解が何より必要です。本計画中基本目標IV施策3には「消費者と事業者の相互理解の促進及びそれぞれの意見を消費者施策等に反映する取組の実施」を掲げており、より良い消費社会の実現に向け、しっかりと取り組んでいきます。</p>
--	--

<p>配慮した政策設計が必要ではないか。</p> <p>5. 調査地点の設定方法の再検討について</p> <p>価格表示状況の把握にあたっては、調査地点の設定方法そのものの妥当性も重要な要素であると考える。現行の調査地点は、市町村ごとのガソリンスタンド数と必ずしも比例しておらず、特定地域の実態が過大または過小に反映される可能性がある。調査結果の客観性・公平性を担保するためにも、市町村別のSS数や立地特性を踏まえた調査地点の見直し、または調査方法の再整理が必要ではないか。</p> <p>以上の理由から、価格の店頭表示について、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・数値目標を設定せず ・事業者の自主性を尊重した努力目標とし ・営業形態や地域特性に配慮した柔軟な運用 ・他の生活必需品との公平性と政策的な整合性の確保 ・石油販売業者の事業継続性 <p>以上を踏まえた上で、改めて検討されることを強く要望する。何卒ご高配を賜りますようお願い申し上げる。</p>	
---	--

生活環境部県民生活・男女共同参画課消費生活班

電話 097-534-2038

電子メール oita-shouhi@pref.oita.lg.jp