

令和6年度 第1回岩手県消費生活審議会

次 第

日 時：令和6年5月31日（金）
10:00～11:30
場 所：県民生活センター 大ホール

1 開 会

2 あいさつ

3 委員紹介

4 議 事

- (1) 会長の選出について
- (2) 会長職務代理者の指名について
- (3) 紛争解決部会委員の指名について
- (4) 次期「岩手県消費者施策推進計画」の策定方針（案）について

5 報 告

消費者施策に係る令和6年度の県の取組について

6 その他

7 閉 会

資料一覧

- 資 料 1-1 次期「岩手県消費者施策推進計画」の策定方針（案）について
資 料 1-2 現行計画の実施状況について（令和2年度～令和4年度）
資 料 1-3 岩手県消費者施策推進計画（2020～2024）の事業評価（中間報告）
資 料 1-4 岩手県消費者施策推進計画（2020～2024）【主要指標】事業評価一覧表
資 料 1-5 岩手県消費者施策推進計画（2020～2024）概要
資 料 1-6 第5期消費者基本計画等について（消費者庁）
資 料 1-7 消費者教育の推進に関する基本的な方針（消費者庁）
資 料 2 消費者施策に係る令和6年度の県の取組について

参考資料1 岩手県消費者施策推進計画（2020～2024）

参考資料2 岩手県消費生活条例

参考資料3 岩手県消費生活審議会運営規程

岩手県消費生活審議会 出席者名簿

令和6年4月10日現在

〈委員〉 (敬称略 五十音順)

| 氏名 (敬称略) | 所属団体等 | 出欠 | 摘要 |
|----------------------|---------------------------|-----|----|
| あさり ひろみつ 浅利 宏光 | 盛岡市立太田東小学校長 | ○ | 新任 |
| いちじょう けいこ 一條 景子 | 岩手弁護士会 弁護士 | ○ | 新任 |
| かくた のぶこ 角田 信子 | 公募委員 | ○ | 新任 |
| かじた きちこ 梶田 佐知子 | 岩手県地域婦人団体協議会 事務局長 | ○ | |
| きくち きよはる 菊地 清晴 | 岩手県商工会連合会 副会長 | ○ | |
| きのした じゅん 木下 淳 | 公募委員 | ○ | 新任 |
| すがわら せいこ 菅原 情子 | J A岩手県女性組織協議会 副会長 | — | |
| たかはし しょうぞう 高橋 昌造 | 岩手県町村会 矢巾町長 | ○ | |
| たけだ さとる 武田 哲 | 岩手県市長会 滝沢市長 | ○ | |
| とうげたて えり 峠館 絵里 | 特定非営利活動法人環境パートナーシップいわて 執務 | ○ | 新任 |
| ふながさわ けんいち 船ヶ澤 堅一 | 消費者信用生活協同組合 専務理事 | ○ | |
| まいた ハツエ 米田 ハツエ | 岩手県民生委員児童委員協議会 副会長 | ○ | |
| まつおか かつみ 松岡 勝実 | 岩手大学人文社会科学部 教授 | ○ | |
| みやざき かつのり 宮崎 勝徳 | 盛岡商工会議所 議員 | — | |
| もちづき あつよし 望月 敦允 | 岩手弁護士会 弁護士 | ○ | |
| よしだ としえ 吉田 敏恵 | 岩手県生活協同組合連合会 専務理事 | ○ | |
| 16人 | | 14人 | |

〈事務局〉

| 氏名 | 職名 |
|-------|------------------------|
| 大畑 光宏 | 岩手県環境生活部 部長 |
| 木村 真智 | 岩手県環境生活部 県民くらしの安全課総括課長 |
| 今 俊晴 | 岩手県立県民生活センター 所長 |
| 藤原 隆博 | 岩手県立県民生活センター 次長 |

次期「岩手県消費者施策推進計画」の策定方針（案）について

1 計画策定の経緯等

平成 17 年 3 月に策定した「岩手県消費生活条例」を具体的に展開し、条例が目的とする消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図り、県民の消費生活の安定及び向上に資するため、行動計画として平成 17 年度に策定。その後は、消費者施策への取組や消費者を取り巻く環境変化、国の消費者行政の動きを踏まえ、5 年毎に計画を策定しているが、現計画が令和 6 年度に終期を迎えることから、次期計画（令和 7～11 年度）を策定する必要がある。

2 計画の位置付け

- ・ 「いわて県民計画（2019～2028）」政策推進プランの政策項目 28「事故や犯罪が少なく、安全・安心に暮らせるまちづくりを進めます」の具体的推進方策である「消費者施策の推進」の実施計画に位置づけている。
- ・ 「消費者教育の推進に関する法律」第 10 条第 1 項の規定による、本県の「消費者教育推進計画」としての性格も有するもの。

3 現行の「岩手県消費者施策推進計画」

課題

1 消費者事故の未然防止

商品、サービスについて、消費生活用製品等の監視指導及び検査の実施や、消費者事故情報報等の収集・共有を図ることにより、消費者事故の未然防止に取り組む必要がある。

2 事業者への指導

不当表示や不適正な勧誘・販売による契約トラブルを未然に防ぐため、日用品、食品等の規格・表示に関する販売事業者への監視指導のほか、不適正な勧誘、販売を行う訪問販売などの事業者への立入検査等を実施し、消費者との契約が適正に行われるよう指導する必要がある。

3 消費者教育の推進

- (1) 消費生活相談に占める割合が高い高齢者及び成年年齢引下げにより消費者被害の増加が懸念されている若年者に対して、消費者トラブルについての意識啓発を行う必要がある。
- (2) SNS を用いた投資やインターネットを通じた商品・サービスの購入、キャッシュレス決済の普及への対応など、高度情報通信社会に対応した消費者教育を進める必要がある。
- (3) レジ袋の辞退や省エネルギーの取組など、持続可能な社会の実現に向け、消費者のみならず事業者、行政に対して自主的な行動を促し、地球温暖化防止や地球環境の保全などの意識醸成を図る必要がある。

4 消費者被害の救済

- (1) 複雑化・巧妙化する悪質商法や電子商取引などによる消費者トラブルに関する相談に、的確に対応していく必要がある。
- (2) 多重債務問題について、背後に抱えている多様な問題も含め、関係機関と連携して生活再建等に取り組む必要がある。
- (3) 高齢者の消費者被害を防止、救済するため、地域での見守り活動など関係者が連携した取組を効果的に進める必要がある。

5 市町村・関係機関等との連携・協働

- (1) 市町村の相談体制の一層の充実を図るため、消費生活相談員の資質向上や専門的な相談事案への解決の支援を継続していく必要がある。
- (2) 複雑化・巧妙化する悪質商法や消費者トラブルに関する相談に的確に対応するため、関係する専門機関と連携して早期の問題解決を図っていく必要がある。
- (3) 食品ロスやプラスチックごみの削減など、消費者と事業者との共通の目標の実現に向けて、連携・協働による取組を推進していく必要がある。

実施施策

1 商品やサービスの安全確保

- (1) 監視指導及び検査の徹底
- (2) 消費者事故の調査・公表
- (3) 生活関連物資の安定供給・価格の安定化

2 消費者と事業者との取引の適正化

- (1) 規格・表示の適正化の推進
- (2) 消費者契約の適正化の推進

3 消費者教育の推進

- (1) 消費者教育の充実
- (2) 高齢者に対する消費者教育の推進
- (3) 成年年齢引下げへの対応
- (4) 高度情報通信社会への対応
- (5) 持続可能な社会の実現に向けた行動の促進

4 消費者被害の救済

- (1) 消費生活相談対応の充実
- (2) 多重債務問題に対する解決支援
- (3) 地域のつながりをいかした見守り体制の構築

5 市町村・関係機関等との連携・協働

- (1) 市町村の相談体制の充実への支援
- (2) 関係機関との連携
- (3) 消費者と事業者との協働

計画期間

令和2年度から令和6年度までの5年間

4 次期「岩手県消費者施策推進計画」の策定方針（案）について

(1) 期間について

これまでの策定の状況を考慮し、令和7年度（2025年度）から11年度（2029年度）までの5年間の計画としたい。

(2) 策定手順について

次のとおり進めることとしたい。

ア 今後実施する令和5年度の事業評価を含め、県の現行計画の総合評価・分析を行い、課題を整理する。（令和2年度から令和4年度の評価結果は、別添資料1-2、1-3、1-4のとおり）

イ 近年の消費者を取り巻く社会情勢の変化及び国が今年度策定する第5次消費者基本計画の骨子（別添資料1-6）を踏まえ、次期計画の骨子案を作成する。

ウ 現行計画の指標及び構成事業については、上記アの評価結果や今後の課題等を踏まえ、見直しを行う。

エ 関係団体等の意見聴取を行ったうえで、素案を作成する。

オ パブリックコメント等の意見を反映させたうえで審議会から答申をいただき、計画を策定する。

5 今後のスケジュール

| | | |
|-----------|---------------|---------------------------------|
| 令和6年5月31日 | 第1回岩手県消費生活審議会 | ・「岩手県消費者施策推進計画」の改定について（諮問） |
| 令和6年11月 | 第2回岩手県消費生活審議会 | ・「岩手県消費者施策推進計画（素案）」の協議 |
| 令和6年12月 | パブリックコメント | ・「岩手県消費者施策推進計画（素案）」パブリックコメントの実施 |
| 令和7年2月 | 第3回岩手県消費生活審議会 | ・「岩手県消費者施策推進計画（答申）」の協議 |
| 令和7年3月 | 岩手県消費者施策推進計画 | 策定 |

現行計画の実施状況について（令和2年度～令和4年度）

1 計画の概要と各年度の実施状況

岩手県消費者施策推進計画（2020～2024）は「消費者被害の防止と救済に取り組み、暮らしの安心を実感できる岩手」を基本目標として、5つの柱に基づいて16の具体的施策を展開している。

計画期間は令和2年度から令和6年度までの5年間としている。

2 評価基準

評価は各年度に行われており、その基準は次のとおりである。

- | | |
|---|-------------------------------|
| A | 目標を達成した事業等（達成度が100%以上） |
| B | 概ね目標を達成した事業等（達成度が80%以上100%未満） |
| C | 目標を達成できなかった事業等（達成度が80%未満） |

3 事業評価の概要

| 5つの柱 (施策の方向) | 16の具体的施策 | 事業評価 | | | | | | | | | |
|--------------------|---|------|----|---|---|----|---|---|----|---|---|
| | | 指標数 | R2 | | | R3 | | | R4 | | |
| | | | A | B | C | A | B | C | A | B | C |
| I 商品やサービスの安全の確保 | ア 監視指導及び検査の徹底 イ 消費者事故の調査・公表 ウ 生活関連物資の安定供給・価格の安定化 | 5 | 3 | | 2 | 3 | | 2 | 3 | | 2 |
| II 消費者と事業者との取引の適正化 | ア 規格・表示の適正化の推進 イ 消費者契約の適正化の推進 | 3 | 2 | 1 | | 2 | 1 | | 3 | | |
| III 消費者教育の推進 | ア 消費者教育の充実 イ 高齢者に対する消費者教育の推進 ウ 成年年齢引下げへの対応 エ 高度情報通信社会への対応 オ 持続可能な社会の実現に向けた行動の促進 | 14 | 5 | 4 | 5 | 11 | 3 | | 9 | 3 | 2 |
| IV 消費者被害の救済 | ア 消費生活相談対応の充実 イ 多重債務問題に対する解決支援 ウ 地域のつながりをいかした見守り体制の構築 | 7 | 3 | 4 | | 3 | 3 | 1 | 4 | 2 | 1 |
| V 市町村・関係機関等との連携・協働 | ア 市町村の相談体制の充実への支援 イ 関係機関との連携 ウ 消費者と事業者との協働 | 7 | 4 | 2 | 1 | 7 | | | 6 | 1 | |

4 令和4年度における5つの柱ごとの事業実施結果及び今後の方向

(1) 商品やサービスの安全の確保

- ・ 試買テストやガソリン等の価格調査など、監視指導等について計画どおりに実施した。
- ・ 特定製品等販売業者の立入検査については、立入した業者が対象製品を販売していなかったことや業者が廃業していたことなどから、目標を達成できなかった。

⇒ 引き続き、計画的に試買テスト、ガソリン等の価格調査、立入検査等を実施する。

(2) 消費者と事業者との取引の適正化

- ・ 家庭用品の品質表示の適正化のため、立入検査を実施した。
- ・ 消費者の自主的かつ合理的な商品の選択に資するため、単位価格表示の状況調査を実施し、対象店舗に対して単位価格表示制度の周知及び適正な表示の普及に取り組んだ。

⇒ 引き続き、計画的に立入検査を実施する。

⇒ 引き続き、単位価格表示調査を実施し、消費者の商品選択に役立つよう、事業者に対し単位価格表示制度の周知及び適正な表示の普及に取り組む。

(3) 消費者教育の推進

- ・ 小学生を対象とした親子教室や、高等学校等を対象とした金融経済セミナー、地域に出向いて行う出前講座等を開催し、消費者教育に取り組んだ。

特に、成年年齢引下げによる若年層（高校生、専門学校生、大学生）の出前講座の申込が大幅に増加した。

- ・ 新学習指導要領を踏まえ、県教育委員会と連携のうえ、小中学校の教員を対象とした研修会をオンラインで実施した。

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、高校教員向けの研修会が中止となり、目標を達成できなかった。

- ・ 情報モラル教育に係る児童生徒向け指導資料を県内各公立学校に定期配信し、情報モラル教育の指導に活用できるようにすることで、児童生徒の理解、啓発を図った。

⇒ 引き続き成年年齢の引下げによる若年者への普及啓発に取り組むとともに、オンラインの活用等実施手法も工夫しながら、出前講座を実施する。

⇒ 小中高の教員を対象とした研修会を、オンラインも活用しながら着実に実施する。

⇒ 情報モラル教育授業づくり研修会の実践紹介とともに、県内の児童生徒の主体的な取組に係る実践例を紹介していく。

情報モラル教育に係る児童生徒向け指導資料を作成し、県内公立学校に定期配信し、情報モラル教育の啓発を図る。

(4) 消費者被害の救済

- ・ 消費生活相談員を配置し、電話・来所による相談対応を行い、助言・情報提供・あっせん等による解決を図った。
- ・ 高度化・複雑化する相談に対応するため、消費生活相談員を対象に弁護士による法令講義やケース検討会・情報交換を実施し、資質及び知識の向上に取り組んだ。
- ・ 若年者の消費者トラブルの解決支援のため、主に若年層の相談者を対象に、月2回、弁護士に直接助言を受けることができる電話を設置し、相談対応を行った。
- ・ 多重債務問題の解決支援のため、弁護士会と連携した無料相談を実施し、生活再建に向けた支援に取り組んだ。
- ・ 岩手県消費者行政推進ネットワーク会議や市町村訪問において、各市町村等に消費者安全確保地域協議会の設置について周知を図った。

市町村での協議会設置には至らなかったが、県の関係機関を構成員とする連携会議を立ち上げることができた。

- ⇒ オンラインを活用しながら、法令講義やケース検討会・情報交換を実施し、引き続きセミナーを実施する。
- ⇒ 引き続き、若年者の消費者トラブル防止と救済に取り組む。
また、弁護士無料相談を実施し、多重債務問題の解決支援に取り組む。
- ⇒ 引き続き、関係機関や市町村に対して情報提供を行うとともに、協議会設置に向けた働きかけを行っていく。

(5) 市町村・関係機関等との連携・協働

- ・ 市町村における相談体制の支援のため、消費生活相談員配置市町等を訪問し、情報交換を実施したほか、市町村から寄せられた案件について助言を行った。
- ・ 消費者と事業者の協働として、3R推進、温室効果ガス排出削減県民運動、いわて地球にやさしい事業所認定制度の実施などに取り組んでいる。
- ・ 3Rの推進のため「岩手県産業・地域ゼロエミッション推進事業（補助金）」の活用を促進し、事業者等の取組を積極的に支援した。
- ・ 省エネ・節電キャンペーンやHPなどを通じて、県民の自主的な省エネ行動を促すための普及啓発に取り組んだ。
- ・ エコスタッフを養成するためのセミナーを開催し、事業所の省エネや環境マネジメントに取り組むスタッフの知識等の向上に取り組んだ。

- ⇒ 引き続き、訪問を通じて市町村の相談体制の支援に取り組む。
- ⇒ 引き続き、事業者等の3R推進の取組、県民の自主的な省エネ行動を促すための普及啓発、エコスタッフ養成セミナー等の開催により、事業者の環境に配慮した事業活動の支援に取り組む。

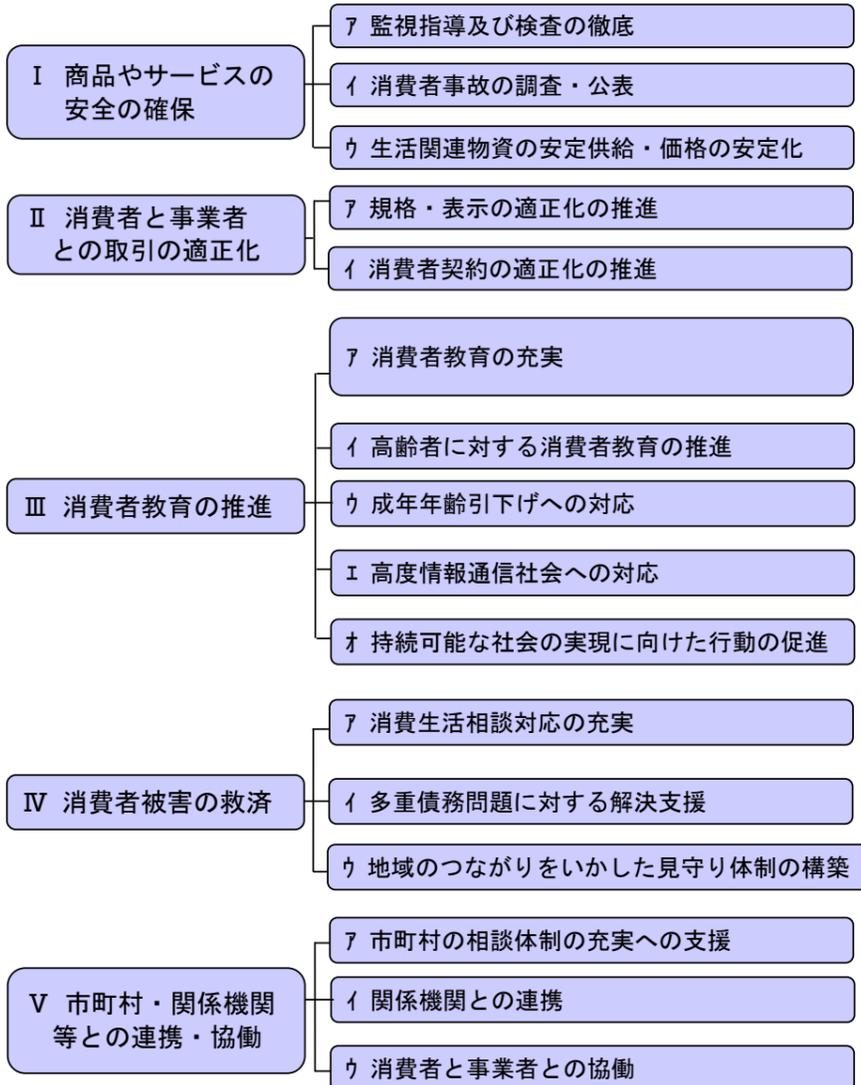
第3章 施策の方向

1 計画の基本目標

【基本目標】
消費者被害の防止と救済に取り組み、暮らしの安心を実感できる岩手

2 5つの柱（施策の方向）とそれを推進するための16の具体的な施策

【体系図】



【評価基準】

A 目標を達成した事業等（達成度が100%以上）

B 概ね目標を達成した事業等（達成度が80%以上100%未満）

C 目標を達成できなかった事業等（達成度が80%未満）

| 施策 | 主な取組 | 指標数 | 事業評価 主要指標 | | | | | | | | | | | | | | | 主要事業（指標名） ※下線：C評価（令和4年度） | 参考 指標数 | |
|--------------------|------------------------|-----------------------------------|--------------|----|----|----|----|---|----|----|---|----|---|---|----|---|---|-----------------------------|---|----|
| | | | R2 | | | R3 | | | R4 | | | R5 | | | R6 | | | | | |
| | | | A | B | C | A | B | C | A | B | C | A | B | C | A | B | C | | | |
| I 商品やサービスの安全の確保 | ア 監視指導及び検査の徹底 | (1) 消費生活用製品販売事業者等の監視指導 | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | | | | | 立入検査件数（特定製品）、立入検査件数（特定保守製品） | 5 |
| | イ 消費者事故の調査・公表 | (1) 消費者事故情報等の収集や迅速な情報提供 | 1 | 1 | | | 1 | | | 1 | | | | | | | | | 試買テスト品目数 | 2 |
| | ウ 生活関連物資の安定供給・価格の安定化 | (1) 生活関連物資の価格動向調査等 | 2 | 2 | | | 2 | | | 2 | | | | | | | | | レギュラーガソリン・灯油価格の調査回数 | |
| II 消費者と事業者との取引の適正化 | ア 規格・表示の適正化の推進 | (2) 日用品、食品等の規格表示に係る監視指導の実施 | 3 | 2 | 1 | | 2 | 1 | | 3 | | | | | | | | | 立入検査件数（家庭用品）、単位価格表示実施状況調査実施回数、単位価格表示取組店舗割合 | 1 |
| | イ 消費者契約の適正化の推進 | (2) 事業者への指導監督、立入調査等法執行の充実 | | | | | | | | | | | | | | | | | | 4 |
| III 消費者教育の推進 | ア 消費者教育の充実 | (3) 学校教育等、多様な主体との連携・協働による消費者教育の推進 | 7 | 4 | 1 | 2 | 6 | 1 | | 6 | 1 | | | | | | | | 消費者教育関連セミナー受講者数、情報提供回数、消費生活サポーター登録者数、出前講座開催回数、教員を対象とした研修会開催回数、知的障がい者の金銭管理に関する研修会等での情報提供回数 | 3 |
| | イ 高齢者に対する消費者教育の推進 | (3) 様々な広報媒体や講座、各種セミナー等による情報提供 | 2 | 1 | 1 | | 2 | | | 2 | | | | | | | | | 情報提供回数、高齢者を対象とした出前講座の開催回数 | |
| | ウ 成年年齢引下げへの対応 | (3) 学校や若年者を対象とした消費者教育の推進 | 1 | | | 1 | 1 | | | | | 1 | | | | | | | 高等学校教員を対象とした研修会の開催回数 | 6 |
| | エ 高度情報通信社会への対応 | (3) 高度通信社会に対応した情報モラル教育の推進 | 3 | | 2 | 1 | 1 | 2 | | | 3 | | | | | | | | ルールを守って情報機器（スマートフォン等）を利用することが大切だと思う児童生徒の割合（小、中、高等学校） | 1 |
| | オ 持続可能な社会の実現に向けた行動の促進 | (3) 多様な主体との連携・協働によるエシカル消費の普及啓発 | 1 | | | 1 | 1 | | | 1 | | | | | | | | | エコショップいわて認定店舗数 | 4 |
| IV 消費者被害の救済 | ア 消費生活相談対応の充実 | (4) 複雑化する消費者トラブルへの相談対応の充実強化 | 4 | 1 | 3 | | 1 | 3 | | 3 | 1 | | | | | | | | 消費生活相談の解決割合（全県分）、消費生活相談員スキルアップセミナー実施回数、消費生活相談事例研究会実施回数、高度消費生活弁護士無料相談の実施回数 | 5 |
| | イ 多重債務問題に対する解決支援 | (4) 関係機関と連携した多重債務問題解決等の取組 | 1 | 1 | | | 1 | | | 1 | | | | | | | | | 多重債務者弁護士無料相談の実施回数 | 2 |
| | ウ 地域のつながりをいかした見守り体制の構築 | (4) 消費者安全確保地域協議会の設置の促進 | 2 | 1 | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | | | | | | | 消費者安全確保地域協議会の設置件数、地域の福祉関係者等を対象とした研修会の開催回数 | |
| V 市町村・関係機関等との連携・協働 | ア 市町村の相談体制の充実への支援 | (5) 消費生活相談員の資質向上、相談事案の解決支援 | 2 | 2 | | | 2 | | | 2 | | | | | | | | | 市町村消費生活センター等訪問回数、市町村への助言回数 | |
| | イ 関係機関との連携 | (5) 市町村・関係団体等と連携した消費者行政の推進 | 2 | 1 | | 1 | 2 | | | 2 | | | | | | | | | 岩手県消費者行政推進ネットワーク会議開催回数、消費者110番実施回数 | 2 |
| | ウ 消費者と事業者との協働 | (5) 事業者訪問等による、エシカル消費や3Rの普及啓発 | 3 | 1 | 2 | | 3 | | | 2 | 1 | | | | | | | | 3R推進の支援実施件数、省エネ活動を実施している県民の割合、いわて地球環境にやさしい事業所認定数 | 1 |
| | | | 36 | 17 | 11 | 8 | 26 | 7 | 3 | 25 | 6 | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | 36 |

6月に関係機関へ照会予定

岩手県消費者施策推進計画(2020~2024)【主要指標】事業評価一覧表

主要指標：県が目標値を定め、施策として取り組むもの
 評価欄：達成度が A=100%以上 B=80%~99% C=80%未満

資料 1-4

| 項目 | 小項目 | 事業・取組名 | 指標設定の考え方 | 室課等名 | 番号 | 指標名 | 単位 | 基準年(R1) | 事業の実施(評価)状況 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 実施結果 | 今後の方向 | 備考 |
|--------------------|-------------------|---------------------|----------------------------------|----------|----|-----------------|----|-----------------|---|---|---|-------------------|------------------|---------------------|-------------------------------------|---------------------|-----------|---------------|--------|-------|-------|-------|--------|------|---|--|-------------------------|------|-------|-------|--|---|--|--|-----|
| | | | | | | | | | R2 | | | | R3 | | | | R4 | | | | R5 | | | | R6 | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | 目標値 | 実績値 | 達成度(%) | 評価 | 目標値 | 実績値 | 達成度(%) | 評価 | 目標値 | 実績値 | 達成度(%) | 評価 | 目標値 | 実績値 | 達成度(%) | 評価 | 目標値 | 実績値 | 達成度(%) | 評価 | | | | | | | |
| I 商品やサービスの安全の確保 | ア 監視指導及び検査の徹底 | ① 消費生活用製品販売事業者の監視指導 | 県が行う立入検査件数とします。 | 県民生活センター | 1 | 立入検査件数(特定製品) | 件 | 24 | 32 | 20 | 62.5 | C | 30 | 13 | 43.3 | C | 23 | 15 | 65.2 | C | 24 | 0.0 | 24 | 0.0 | 商品・サービスの安全確保のため、消費生活用製品安全法に基づき特定製品販売事業者の立入検査を実施した。 立入した事業者が対象製品を販売していなかったこと、計画していた販売事業者が廃業していたこと等から、目標を達成できなかった。 | 【継続】引き続き、計画的に立入検査を実施する。 | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | 13 | 18 | 11 | 61.1 | C | 15 | 4 | 26.7 | C | 14 | 6 | 42.9 | C | 14 | 0.0 | 12 | 0.0 | 商品・サービスの安全確保のため、消費生活用製品安全法に基づき特定保守製品取引事業者の立入検査を実施した。 立入した事業者が対象製品を取り扱っていなかったこと、計画していた事業者が廃業していたこと等から、目標を達成できなかった。 | 【継続】引き続き、計画的に立入検査を実施する。 | | | | | | | | |
| | イ 消費者事故の調査・公表 | ① 商品テストの実施及び結果の情報提供 | 試買テスト品目数とし、年間1品目を目指します。 | 県民生活センター | 3 | 試買テスト品目数 | 品目 | 1 | 1 | 1 | 100.0 | A | 1 | 1 | 100.0 | A | 1 | 1 | 100.0 | A | 1 | 0.0 | 1 | 0.0 | 製品事故の防止のため、「固形燃料」の試買テストを実施し、その結果についてホームページ等で公表した。 | 【継続】引き続き、計画的に試買テストを実施する。 | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | ウ 生活関連物資の安定供給・価格の安定化 | ① 生活関連物資の価格動向調査及び緊急時等における対応 | レギュラーガソリン及び灯油の調査回数とし、年間12回、1広域振興局当たり10店舗を調査します。 | 県民生活センター | 4 | レギュラーガソリン価格の調査回数 | 回 | 480 | 480 | 480 | 100.0 | A | 480 | 480 | 100.0 | A | 480 | 480 | 100.0 | A | 480 | 0.0 | 480 | 0.0 | 生活関連物資等の価格と需給の安定に資するため、消費者が高い関心を持ち、かつ消費生活上も影響が大きいガソリン及び灯油について、毎月、価格調査を実施し、県ホームページ等により情報提供を行った。 | 【継続】引き続き、ガソリン及び灯油について、毎月、価格調査を実施し、原油高騰に関連した国などの動向を注視しながら、実態の把握及び情報提供に取り組む。 | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | 5 | 灯油価格の調査回数 | 回 | 480 | 480 | 480 | 100.0 | A | 480 | 480 | 100.0 | A | 480 | 480 | 100.0 | A | 480 | 0.0 | 480 | 0.0 |
| II 消費者と事業者との取引の適正化 | ア 規格・表示の適正化の推進 | ① 家庭用品の品質表示の適正化 | 県が行う立入検査における検査品目数とし、年間2品目を目指します。 | 県民生活センター | 6 | 検査品目数(家庭用品) | 品目 | 2 | 2 | 2 | 100.0 | A | 2 | 2 | 100.0 | A | 2 | 2 | 100.0 | A | 2 | 0.0 | 2 | 0.0 | 家庭用品の品質表示の適正化のため、電気機械器具の「電子レンジ」と雑貨工業品の「食食用、食卓用又は台所用のアルミはく」について立入検査を実施した。 | 【継続】引き続き、計画的に立入検査を実施する。 | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | ③ 単位価格表示の推進 | 実施対象店舗に対する単位価格表示実施状況調査の実施回数とし、年間1回を目指します。 | 県民生活センター | 7 | 単位価格表示実施状況調査実施回数 | 回 | 1 | 1 | 100.0 | A | 1 | 1 | 100.0 | A | 1 | 1 | 100.0 | A | 1 | 0.0 | 1 | 0.0 | 消費者の自主的かつ合理的な商品の選択に資するため、単位価格表示の状況調査を実施し、対象店舗に対して単位価格表示制度の周知及び適正な表示の普及に取り組んだ。 県内に100を超える店舗を抱える企業が単位価格表示の実施を開始したことにより目標を達成できた。 | 【継続】引き続き、単位価格表示調査を実施し、消費者の商品選択に役立つよう、事業者に対し単位価格表示制度の周知及び適正な表示の普及に取り組む。 また、センター広報誌に掲載することにより目標を達成できた。 | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | 8 | 単位価格表示に取り組んでいる店舗の割合 | % | 57.3 | 57.3 | 55.3 | 96.5 | B | 57.3 | 54.6 | 95.3 | B | 57.3 | 80.8 | 141.0 | A | 57.3 | 0.0 | 57.3 | 0.0 | |
| III 消費者教育の推進 | ア 消費者教育の充実 | ① 消費者教育関連セミナーの開催 | 県が開催する各種セミナーの受講者数とします。 | 県民生活センター | 9 | 消費者教育関連セミナー受講者数 | 人 | 6,045 | 5,555 | 4,910 | 88.4 | B | 5,800 | 6,302 | 108.7 | A | 5,800 | 8,015 | 138.2 | A | 5,800 | 0.0 | 5,800 | 0.0 | 小学生を対象とした親子教室や、高等学校等を対象とした金融経済セミナー、地域に出向いて行う出前講座等を開催し、消費者教育に取り組んだ。 | 【継続】オンラインの活用等により、コロナ禍においても着実に実施できるよう工夫しながら、消費者教育の推進に取り組む。 | 関連施策 IIIエ、オ | | | | | | | | |
| | | | | | | | | ② 消費生活に関する情報の提供 | 県民又は報道機関向けの情報提供回数とし、年間319回(R1実績)以上を目指します。 | 県民生活センター | 10 | 県民又は報道機関向けの情報提供回数 | 回 | 319 | 319 | 333 | 104.4 | A | 319 | 381 | 119.4 | A | 319 | 429 | 134.5 | A | 319 | 0.0 | 319 | 0.0 | 消費者トラブルの未然防止を図るため、消費者自らが的確な判断力を身に付けられるよう、センター広報紙、県パブリシティ、プレスリリースなど様々な機会を捉えて、広く県民向けの情報提供を実施した。 | 【継続】引き続き、各種広報媒体を活用し、適時適切な情報提供に取り組む。 | 関連施策 IIIイ、オ | | |
| | | | | | | | | | | | | | | ③ 消費生活サポーターを通じた情報提供 | 消費生活サポーターの登録者数とし、総数300人以上の登録を目指します。 | 県民生活センター | 11 | 消費生活サポーター登録者数 | 人 | 306 | 300 | 301 | 100.3 | A | 300 | 311 | 103.7 | A | 300 | 314 | 104.7 | A | 300 | 0.0 | 300 |
| 12 | 消費生活サポーターへの情報提供回数 | 回 | 6 | 6 | 6 | 100.0 | A | 6 | 6 | 100.0 | A | 6 | 6 | | | | | | | 100.0 | A | 6 | 0.0 | 6 | 0.0 | | | | | | | | | | |

岩手県消費者施策推進計画(2020~2024)【主要指標】事業評価一覧表

主要指標：県が目標値を定め、施策として取り組むもの
 評価欄：達成度が A=100%以上 B=80%~99% C=80%未満

資料 1-4

| 項目 | 小項目 | 事業・取組名 | 指標設定の考え方 | 室課等名 | 番号 | 指標名 | 単位 | 事業の実施(評価)状況 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 実施結果 | 今後の方向 | 備考 | |
|-------------------|--------------------|---|----------|------|---|-----|----|-------------|-----|-------|--------|----|-----|-------|--------|-----|-----|-------|--------|-----|-----|-----|--------|--|---|---|---|------|-------|----|----|
| | | | | | | | | 基準年(R1) | R2 | | | | R3 | | | | R4 | | | | R5 | | | | R6 | | | | | | |
| | | | | | | | | | 目標値 | 実績値 | 達成度(%) | 評価 | 目標値 | 実績値 | 達成度(%) | 評価 | 目標値 | 実績値 | 達成度(%) | 評価 | 目標値 | 実績値 | 達成度(%) | 評価 | 目標値 | 実績値 | 達成度(%) | | | | 評価 |
| Ⅲ 消費者教育の推進 | ④ 消費生活に関する出前講座の開催 | 県が開催する出前講座の回数とし、年間25回以上を目指します。 | 県民生活センター | 13 | 出前講座開催回数 | 回 | 27 | 25 | 18 | 72.0 | C | 25 | 23 | 92.0 | B | 25 | 45 | 180.0 | A | 25 | 0.0 | 25 | 0.0 | 消費者被害の防止及び自立した消費者教育のため、各団体からの依頼を受け、消費生活に関する出前講座を実施し、啓発を行った。成年年齢引下げによる若年層(高校生、専門学校生、大学生)の出前講座の申込が大幅に増加した。 | 【継続】 オンラインの依頼にも対応しながら、引き続き出前講座を実施する。 | 関連施策Ⅲ工、オ | | | | | |
| | ⑤ 学校における消費者教育の推進 | 学校教員を対象とした研修会の開催回数とし、年間3回を目指します。 | 県民生活センター | 14 | 教員を対象とした研修会の開催回数 | 回 | 5 | 3 | 1 | 33.3 | C | 3 | 3 | 100.0 | A | 3 | 2 | 66.7 | C | 3 | 0.0 | 3 | 0.0 | 新学習指導要領を踏まえ、県教育委員会と連携のうえ、小中学校の教員を対象とした研修会をオンラインで実施した。新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、高校教員向けの研修会が中止となり、目標を達成できなかった。 | 【継続】 小中高の家庭科の教員を対象とした研修会をオンラインも活用しながら着実に実施する。 | | | | | | |
| | ⑥ 障がい者に対する消費者教育支援 | 知的障がい者の金銭管理に関する研修会等での情報提供回数とし、年間2回を目指します。 | 県民生活センター | 15 | 知的障がい者の金銭管理に関する研修会等での情報提供回数 | 回 | 2 | 2 | 2 | 100.0 | A | 2 | 2 | 100.0 | A | 2 | 2 | 100.0 | A | 2 | 0.0 | 2 | 0.0 | 知的障がい者等金銭管理支援ガイドブック及びテキストブックの改訂版を活用し、特別支援学校や障害福祉サービス事業所への出前講座を実施した。 | 【継続】 引き続き、教材を活用し、研修会等での情報提供に取り組む。 | | | | | | |
| Ⅳ 高齢者に対する消費者教育の推進 | ② 高齢者を対象とした出前講座の開催 | 高齢者を対象とした出前講座の開催回数とし、年間5回を目指します。 | 県民生活センター | 16 | 高齢者を対象とした出前講座の開催回数 | 回 | 3 | 5 | 4 | 80.0 | B | 5 | 5 | 100.0 | A | 5 | 18 | 360.0 | A | 5 | 0.0 | 5 | 0.0 | 消費者被害の防止及び自立した消費者教育のため、各団体からの依頼を受け、消費生活に関する出前講座を実施し、啓発を行った。 | 【継続】 オンラインの依頼にも対応しながら、引き続き出前講座を実施する。 | | | | | | |
| Ⅴ 成年年齢引下げへの対応 | ① 学校における消費者教育の推進 | 高等学校教員を対象とした研修会の開催回数とし、年間1回を目指します。 | 県民生活センター | 17 | 高等学校教員を対象とした研修会の開催回数 | 回 | 2 | 1 | 1 | 100.0 | A | 1 | 1 | 100.0 | A | 1 | 0 | 0.0 | C | 1 | 0.0 | 1 | 0.0 | 成年年齢の引下げや新学習指導要領を踏まえ、家庭科の高校教員を対象とした研修会を計画したが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響から中止とせざるを得ず、目標を達成できなかった。 | 【継続】 家庭科の高校教員を対象とした研修会を、オンラインも活用しながら着実に実施する。 | | | | | | |
| Ⅵ 高度情報通信社会への対応 | ③ 児童生徒への情報モラル教育の実施 | 児童生徒へのスマートフォンやインターネット利用のルールに関する意識の向上を目指します。 | 学校教育室 | 18 | ルールを守って情報機器(スマートフォン等)を利用することが大切だと思う児童生徒の割合(小学校) | % | 90 | 94 | 90 | 95.7 | B | 97 | 88 | 90.7 | B | 100 | 87 | 87.0 | B | 100 | 0.0 | 100 | 0.0 | 情報モラル教育に係る児童生徒向け指導資料を県内各公立学校に定期配信し、情報モラル教育の指導に活用できるようにすることで、児童生徒の理解、啓発を図った。 | 【継続】 情報モラル教育授業づくり研修会の実践紹介とともに、県内の児童生徒の主体的な取組に係る実践例を紹介していく。 【新規】 情報モラル教育に係る児童生徒向け指導資料を作成し、県内公立学校に定期配信し、情報モラル教育の啓発を図る。 | | | | | | |
| | | | | 19 | ルールを守って情報機器(スマートフォン等)を利用することが大切だと思う児童生徒の割合(中学校) | % | 84 | 93 | 87 | 93.5 | B | 96 | 87 | 90.6 | B | 100 | 86 | 86.0 | B | 100 | 0.0 | 100 | 0.0 | 情報モラル教育に係る児童生徒向け指導資料を県内各公立学校に定期配信し、情報モラル教育の指導に活用できるようにすることで、児童生徒の理解、啓発を図った。 | 【継続】 情報モラル教育授業づくり研修会の実践紹介とともに、県内の児童生徒の主体的な取組に係る実践例を紹介していく。 【新規】 情報モラル教育に係る児童生徒向け指導資料を作成し、県内公立学校に定期配信し、情報モラル教育の啓発を図る。 | | | | | | |
| | | | | 20 | ルールを守って情報機器(スマートフォン等)を利用することが大切だと思う児童生徒の割合(高校) | % | 91 | 91 | - | - | - | 96 | 92 | 95.8 | B | 100 | 86 | 86.0 | B | 100 | 0.0 | 100 | 0.0 | 100 | 0.0 | 情報モラル教育に係る児童生徒向け指導資料を県内各公立学校に定期配信し、情報モラル教育の指導に活用できるようにすることで、児童生徒の理解、啓発を図った。 | 【継続】 情報モラル教育授業づくり研修会の実践紹介とともに、県内の児童生徒の主体的な取組に係る実践例を紹介していく。 【新規】 情報モラル教育に係る児童生徒向け指導資料を作成し、県内公立学校に定期配信し、情報モラル教育の啓発を図る。 | | | | |

岩手県消費者施策推進計画(2020~2024)【主要指標】事業評価一覧表

主要指標：県が目標値を定め、施策として取り組むもの
 評価欄：達成度が A=100%以上 B=80%~99% C=80%未満

資料 1-4

| 項目 | 小項目 | 事業・取組名 | 指標設定の考え方 | 室課等名 | 番号 | 指標名 | 単位 | 事業の実施(評価)状況 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 実施結果 | 今後の方向 | 備考 | |
|--------------------|-----------------------|---|---|---|----------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------|------|-------|--------|-------|------|-------|--------|-----|------|-------|--------|-----|------|-----|--------|--|---|--|---|------|-------|----|----|
| | | | | | | | | 基準年(R1) | R2 | | | | R3 | | | | R4 | | | | R5 | | | | R6 | | | | | | |
| | | | | | | | | | 目標値 | 実績値 | 達成度(%) | 評価 | 目標値 | 実績値 | 達成度(%) | 評価 | 目標値 | 実績値 | 達成度(%) | 評価 | 目標値 | 実績値 | 達成度(%) | 評価 | 目標値 | 実績値 | 達成度(%) | | | | 評価 |
| Ⅲ 消費者教育の推進 | オ 持続可能な社会の実現に向けた行動の促進 | ④ 3R(リデュース、リユース、リサイクル)の普及啓発 | 3R推進のため、エコショップの認定を進めます。 | 資源循環推進課 | 21 | エコショップいわて認定店舗数 | 店舗 | 231 | 226 | 173 | 76.5 | C | 226 | 294 | 130.1 | A | 226 | 293 | 129.6 | A | 226 | 0.0 | 226 | 0.0 | 認定店舗拡大に向けた制度の周知や、事業者に対する新規認定・更新等手続の支援などに取り組んだ。また、認定店と連携したエンカール消費や3Rの普及啓発に取り組んだ。 | 【継続】令和4年度は、プラスチック資源循環促進法の施行を受け、使い捨てプラスチックを中心に、3Rの普及啓発に取り組みとともに、引き続き、エコ協力店認定制度の認知度向上、指定NPOと協力した新規認定に向けたアプローチ等に取り組む。 | 令和3年度に実施した新規認定により、認定店舗数は314店舗(令和3年6月末現在)となっており、目標値を達成済。 | | | | |
| Ⅳ 消費者被害の救済 | ア 消費生活相談対応の充実 | ① 消費生活相談の実施 | 受理した相談のうち、助言やあっせんにより解決となった割合とし、毎年96.7%以上を目指します。 | 県民生活センター | 22 | 消費生活相談の解決割合 | % | 96.3 | 96.7 | 96.2 | 99.5 | B | 96.7 | 95.7 | 99.0 | B | 96.7 | 95.3 | 98.6 | B | 96.7 | 0.0 | 96.7 | 0.0 | 消費生活相談員を配置し、電話・来所による相談対応を行い、助言・情報提供・あっせん等による解決を図った。(統計上、相談者の事情により処理不要、処理不能なものは解決外となっていること。) | 【継続】引き続き、助言やあっせんにより適切に対応する。 | | | | | |
| | | ② 消費生活相談員の資質向上 | 消費生活相談員等スキルアップセミナーの実施回数とし、年間10回を目指します。 | 県民生活センター | 23 | 消費生活相談員スキルアップセミナー実施回数 | 回 | 10 | 10 | 8 | 80.0 | B | 10 | 8 | 80.0 | B | 10 | 10 | 100.0 | A | 10 | 0.0 | 10 | 0.0 | 高度化・複雑化する相談に対応するため、消費生活相談員や担当職員を対象にセミナーを実施し、相談員等の資質及び知識の向上に取り組んだ。 | 【継続】オンラインを活用しながら、引き続きセミナーを実施する。 | | | | | |
| | | | 消費生活相談事例研究会の実施回数とし、年間10回を目指します。 | 県民生活センター | 24 | 消費生活相談事例研究会実施回数 | 回 | 10 | 10 | 8 | 80.0 | B | 10 | 8 | 80.0 | B | 10 | 10 | 100.0 | A | 10 | 0.0 | 10 | 0.0 | 高度化・複雑化する相談に対応するため、消費生活相談員を対象に弁護士による法令講義やケース検討会・情報交換を実施し、資質及び知識の向上に取り組んだ。 | 【継続】オンラインを活用しながら、引き続き事例研究会を実施する。 | | | | | |
| | ③ 法的サポートの推進 | 若年者消費者トラブル解決支援弁護士無料相談の実施回数とし、年間24回を目指します。 | 県民生活センター | 25 | 若年者消費者トラブル解決支援弁護士無料相談の実施回数 | 回 | 24 | 24 | 24 | 100.0 | A | 24 | 24 | 100.0 | A | 24 | 24 | 100.0 | A | 24 | 0.0 | 24 | 0.0 | 若年者の消費者トラブルの解決支援のため、主に若年層の相談者を対象に、月2回、弁護士に直接助言を受けることができる電話を設置し、相談対応を行った。 | 【継続】引き続き、若年者の消費者トラブル防止と救済に取り組む。 | | | | | | |
| Ⅳ 消費者被害の救済 | イ 多重債務問題に対する解決支援 | ① 多重債務者弁護士無料相談の実施 | 多重債務者弁護士無料相談の実施回数とし、年間114回を目指します。 | 県民生活センター | 26 | 多重債務者弁護士無料相談の実施回数 | 回 | 114 | 114 | 114 | 100.0 | A | 114 | 114 | 100.0 | A | 114 | 114 | 100.0 | A | 114 | 0.0 | 114 | 0.0 | 多重債務問題の解決支援のため、弁護士会と連携した無料相談を実施し、生活再建に向けた支援に取り組んだ。 | 【継続】引き続き、弁護士無料相談を実施し、多重債務問題の解決支援に取り組む。 | | | | | |
| | | ウ 地域のつながりをいかに見守り体制の構築 | ① 消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)の設置促進 | 市町村における高齢者等の消費者被害の防止のための、消費者安全確保地域協議会の設置を目指します。 | 県民生活センター | 27 | 消費者安全確保地域協議会の設置件数(市町村数) | 件数 | 0 | 1 | 1 | 100.0 | A | 1 | 0 | 0.0 | C | 1 | 0 | 0.0 | C | 1 | 0.0 | 1 | 0.0 | 岩手県消費者行政推進ネットワーク会議や市町村訪問において、各市町村等に消費者安全確保地域協議会の設置について周知を図った。市町村での協議会設置には至らなかったが、県の関係機関を構成員とする連携会議を立ち上げることができた。 | 【継続】引き続き、関係機関や市町村に対して情報提供を行うとともに、設置に向けた動きかけを行っていく。 | | | | |
| | | | 地域の福祉関係者を対象とした研修会の開催回数とし、年間10回を目指します。 | 県民生活センター | 28 | 地域の福祉関係者等を対象とした研修会の開催回数 | 回 | 10 | 10 | 8 | 80.0 | B | 10 | 10 | 100.0 | A | 10 | 8 | 80.0 | B | 10 | 0.0 | 10 | 0.0 | 高齢者等の消費者被害の防止のため、福祉関係者等を対象に、見守り体制整備等に関する研修会を実施した。新型コロナウイルス感染症拡大の影響により目標を達成できなかった。 | 【継続】オンラインも活用しながら、引き続き、研修会を実施し、意識の醸成を図る。 | | | | | |
| Ⅴ 市町村・関係機関等との連携・協働 | ア 市町村の相談体制の充実への支援 | ① 市町村相談体制の支援 | 市町村消費生活センター等への訪問回数とし、年間14回を目指します。 | 県民生活センター | 29 | 市町村消費生活センター等訪問回数 | 回 | 14 | 14 | 14 | 100.0 | A | 14 | 14 | 100.0 | A | 14 | 14 | 100.0 | A | 14 | 0.0 | 14 | 0.0 | 市町村における相談体制の支援のため、消費生活相談員配置市町村等を訪問し、情報交換を実施した。 | 【継続】引き続き、訪問を通じて市町村の相談体制の支援に取り組む。 | | | | | |
| | | | 市町村への助言回数とし、年間50回以上を目指します。 | 県民生活センター | 30 | 市町村への助言回数 | 回 | 54 | 50 | 80 | 160.0 | A | 50 | 70 | 140.0 | A | 50 | 81 | 162.0 | A | 50 | 0.0 | 50 | 0.0 | 市町村における相談体制の支援のため、市町村から寄せられた案件について助言を行った。 | 【継続】引き続き、相談体制の支援の一環として実施する。 | | | | | |

岩手県消費者施策推進計画(2020~2024)【主要指標】事業評価一覧表

主要指標：県が目標値を定め、施策として取り組むもの
 評価欄：達成度が A=100%以上 B=80%~99% C=80%未満

資料 1-4

| 項目 | 小項目 | 事業・取組名 | 指標設定の考え方 | 室課等名 | 番号 | 指標名 | 単位 | 事業の実施(評価)状況 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 実施結果 | 今後の方向 | 備考 | | | |
|--------------------|----------------|---------------------------------------|-----------------------------|---------|------------------------|------------------------|-------|---------------------|--------------------------------|---------|--------|-------------------|-----|----------------------------|--|---------|------|--------------------|--------|------|-------|-----|--------|--|---|-------------------------------------|--------|------|-------|-----|---|---|-----|
| | | | | | | | | 基準年(R1) | R2 | | | | R3 | | | | R4 | | | | R5 | | | | R6 | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | 目標値 | 実績値 | 達成度(%) | 評価 | 目標値 | 実績値 | 達成度(%) | 評価 | 目標値 | 実績値 | 達成度(%) | 評価 | 目標値 | 実績値 | 達成度(%) | 評価 | 目標値 | 実績値 | 達成度(%) | | | | 評価 | | |
| イ 関係機関との連携 | ① 市町村や関係団体との連携 | 岩手県消費者行政推進ネットワーク会議の開催回数とし、年間2回を目指します。 | 県民生活センター | 31 | 岩手県消費者行政推進ネットワーク会議開催回数 | 回 | 2 | 2 | 1 | 50.0 | C | 2 | 2 | 100.0 | A | 2 | 2 | 100.0 | A | 2 | 0.0 | 2 | 0.0 | 市町村や関係機関と連携した消費者行政の充実のため、情報交換等を行い、連携強化を図った。 | 【継続】 オンラインも活用したネットワーク会議を開催し、引き続き、市町村や関係機関との連携強化を図る。 | | | | | | | | |
| | | | | | | | 1 | 1 | 1 | 100.0 | A | 1 | 1 | 100.0 | A | 1 | 1 | 100.0 | A | 1 | 0.0 | 1 | 0.0 | 消費者月間(5月)の取組として、関係機関との連携により、弁護士等が対応する相談会を開催した。 | 【継続】 引き続き、消費者月間中の取組として開催する。 | | | | | | | | |
| V 市町村・関係機関等との連携・協働 | ウ 消費者と事業者との協働 | ② 事業者等の3R推進の取組に対する支援 | 事業者による3Rを推進するため、その取組を支援します。 | 資源循環推進課 | 33 | 事業者等の3R推進の取組に対する支援実施件数 | 回(累計) | 118 | 119 | 125 | 105.0 | A | 125 | 131 | 104.8 | A | 131 | 140 | 106.9 | A | 137 | 0.0 | 143 | 0.0 | HP・チラシ等による制度周知やコーディネーターによる計画的な事業所訪問を行い、「岩手県産業・地域ゼロエミッション推進事業(補助金)」の活用を促進し、事業者等の取組を積極的に支援した。 | 【継続】 引き続き、事業者等の3R推進の取組に対する支援を行う。 | | | | | | | |
| | | | | | | | | ③ 温室効果ガス排出削減県民運動の展開 | 県民の温室効果ガスの排出削減に関する意識の向上を目指します。 | 環境生活企画室 | 34 | 省エネ活動を実施している県民の割合 | % | 86.4 | 87.5 | 86.4 | 98.7 | B | 87.5 | 88.4 | 101.0 | A | 87.5 | 84.3 | 96.3 | B | 87.5 | 0.0 | 87.5 | 0.0 | 省エネ・節電キャンペーンやHPなどを通じて、県民の自主的な省エネ行動を促すための普及啓発に取り組んだ。 | 【継続】 引き続き、県民の自主的な省エネ行動を促すための普及啓発に取り組む。 | |
| | | | | | | | | | | | | | | ④ 「いわて地球環境にやさしい事業所認定制度」の実施 | 地球温暖化防止のため、「いわて地球環境にやさしい事業所」の認定を推進します。 | 環境生活企画室 | 35 | いわて地球環境にやさしい事業所認定数 | 事業所数 | 211 | 222 | 219 | 98.6 | B | 232 | 246 | 106.0 | A | 242 | 251 | 103.7 | A | 252 |

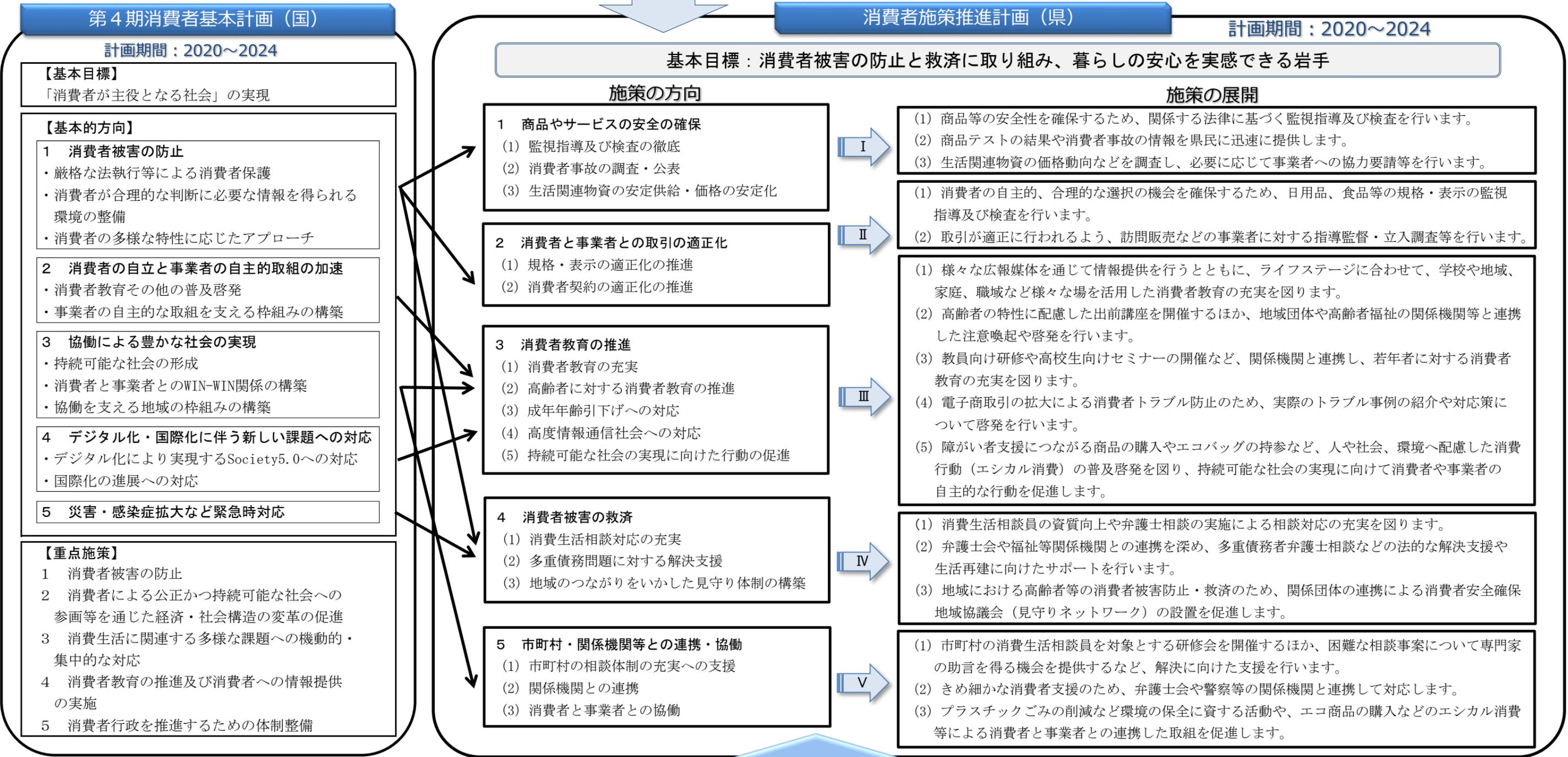
岩手県消費者施策推進計画（2020～2024）の概要

いわて県民計画（2019～2028）

Ⅴ 安全 28 事故や犯罪が少なく、安全・安心に暮らせるまちづくりを進めます

○ 消費者トラブルの未然防止と早期解決のための、消費者被害の防止に向けた情報提供やセミナーの開催などによる消費者教育の推進及び相談機能の充実

- ・ 広報媒体の活用等による消費生活に係る情報の提供
- ・ 高齢者等の消費者の特性に応じた消費者教育の推進
- ・ 成年年齢の引下げに対応した消費者教育の推進、若年層に向けた啓発や相談機能の強化
- ・ 消費者トラブルの早期解決のための相談機能の充実



『現状』

- ・ 県内の全市町村に、消費生活相談窓口が整備
- ・ 消費生活相談は県全体で毎年1万件前後で推移
- ・ 相談者のうち、高齢者（60歳以上）が約4割を占める
- ・ 相談内容は、インターネット接続回線の契約や副業サイトへの登録によるトラブルなど、インターネットやスマートフォンの普及に関係したものが全ての年代において上位を占める

【岩手県の現状と求められる取組（課題）】

消費生活に関する県民意識調査結果

○ 関心のある消費者問題

- ① 悪質な商法の手口と対策 : 16.9%
- ② 食品の安全性に関する問題 : 14.7%
- ③ インターネット利用によるトラブル : 14.1%

○ 行政に望む消費者問題に対する取組

- ① 悪質な事業者への指導・取締りの強化 : 16.7%
- ② 商品やサービスの事故、リコール等の情報提供 : 11.4%
- ③ 学校や教育現場での消費者教育の充実 : 11.3%

「消費生活に関する県民意識調査（R元年5月～6月）」

『求められる取組（課題）』

- ・ 消費者事故の未然防止
- ・ 消費者教育の推進
- ・ 市町村・関係機関等との連携・協働
- ・ 事業者への指導
- ・ 消費者被害の救済

- 高齡化の進展やデジタル技術の革新により、消費者を取り巻く環境に著しい変化が生じてきているところ、特に消費者取引に関する法制度について所謂パラダイムシフトが必要である。
- このため、従来計画の思想も踏襲しつつも、改めて消費者利益の擁護の観点に立ち返り、中長期先の「未来」を見据えた新たな消費者基本計画とすることとしたい。
- 具体的には、
 - ・デジタル社会における誰しもが不利益・不公正な取引にさらされる可能性に配慮した消費者利益の擁護
 - ・高齡化、孤独・孤立社会に対応した包括的な消費者支援の在り方
 - ・取引の普遍的な国際化への対応 等の観点について消費者等の当事者の声を聞いた上で、政府全体で対応にあたる事項を記載した消費者基本計画を策定する。

○第1期消費者基本計画（平成17年4月～平成22年3月）

消費者基本法の制定に伴い、消費者利益の擁護・増進に関する重要課題に政府全体として計画的・一体的に取り組むに当たっての基本的方針を示した消費者行政初となる計画

○第2期消費者基本計画（平成22年4月～平成27年3月）

これまでの縦割り行政の転換の拠点となる消費者庁・消費者委員会の創設により、新たなステージに入った消費者政策に基づく計画

○第3期消費者基本計画（平成27年4月～令和2年3月）⇒以降、消費者基本計画工程表を別途作成

政府全体としての具体的な政策目標の設定、効果測定のための指標の設定等を図り、消費者を取り巻く環境の変化等に適切に対応した消費者政策を推進することを目指した計画

○第4期消費者基本計画（令和2年4月～令和7年3月）⇒現行計画

施策の実施体制を充実・強化し、これまで以上に消費者の利益の擁護・増進が図られるよう着実に成果を上げることを目指した計画
コロナ禍における「新しい生活様式」の実践に伴い、消費者を取り巻く環境が大きく変化したことを受け、消費者基本計画を改訂

第5期消費者基本計画の策定に向けた有識者懇談会の開催について

懇談会の目的、主な論点

第5期消費者基本計画(令和7年度から令和11年度までの5か年間)の策定に向けて、消費者や事業者の声を踏まえつつ、中長期的な消費者政策の方向性、計画に盛り込むべき内容の意見を頂戴することを目的に学識経験者等を構成員とした懇談会を開催。

[論点の例]

- ・中長期的に推進すべき消費者政策の重点課題
- ・消費者、事業者、行政それぞれが目指すべき消費者政策の目標 等

構成員（順不同・敬称略）

| | | |
|----|-------|---------------------------------------|
| 座長 | 山本和彦 | 一橋大学大学院法学研究科 教授 |
| 委員 | 大藪千穂 | 東海国立大学機構岐阜大学 副学長 |
| | 蟹江憲史 | 慶應義塾大学大学院政策メディア研究科 教授 |
| | 柿野成美 | 法政大学大学院政策創造研究科 准教授 |
| | 中川丈久 | 神戸大学大学院法学研究科 教授 |
| | 西田佳史 | 東京工業大学工学院機械系 教授 |
| | 宮木由貴子 | 株式会社第一生命研究所 取締役 |
| | 郷野智砂子 | 一般社団法人全国消費者団体連絡会 代表理事 |
| | 坪田郁子 | 公益社団法人全国消費生活相談員協会 専務理事 |
| | 正木義久 | 一般社団法人日本経済団体連合会 ソーシャル・コミュニケーション本部長 |
| | 村井正素 | 公益社団法人消費者関連専門家会議 理事長 |
| | 伊与浩暁 | 東京都生活文化スポーツ局消費生活部企画調整課 課長 |
| | 千吉良佳典 | 伊勢崎市消費生活センター 所長 |

<オブザーバー>

関係省庁、国民生活センター

会議スケジュール

- 第1回 : 第5期消費者基本計画に向けた考え方の整理、委員からの話題提供 (公益社団法人消費者関連専門家会議)
(令和6年2月14日開催)
- 第2回 : 第5期消費者基本計画骨子について、委員からの話題提供 (日本経済団体連合会、全国消費者団体連絡会、全国消費生活相談員協会)
(令和6年3月13日開催)
- 第3回 : 第5期消費者基本計画について
(令和6年夏頃)
- 第4回 : 第5期消費者基本計画について
(令和6年夏頃)

第5期 消費者基本計画骨子の構成

【第1章 消費者・消費者政策のパラダイム・シフトの必要性】

1. デジタル技術の飛躍

- (1) デジタル・非デジタルにおける消費者保護水準の格差
- (2) 消費者の取引環境の劇的な変化

2. 国際的な取引の普遍化

- (1) 国や地域による法規制及び商慣行の違い

3. 社会構造の変化

- (1) 少子高齢化の進行、家計の多様化
- (2) 物価や賃金に対する意識の変化

4. 国際協調への機運の高まり

- (1) 持続可能かつ包摂性のある社会への転換
- (2) 経済活動における社会価値への注目

5. 激甚化、頻発化する国家危機の到来

- (1) エネルギー・食料等の安定供給に関するリスクの高まり
- (2) 緊急時における消費行動の変化

社会情勢
・
背景

【第2章 達成すべき消費者政策の基本的方針】

1. 消費者が信頼できる公正な環境の確保

▶ 事業者を中心とした環境整備、消費者保護の仕組みづくり

2. 見抜ける消費者の増加・消費者力の成長

▶ 2030年のゴールに向けて消費者に求めるもの

3. 持続可能で包摂的な社会の実現

中長期
目標

【第3章 消費者政策の推進手法】

1. 行政の取組

▶ 規律のベストミックス、省庁連携、消費生活相談DX 等

2. 事業者の取組

▶ UDに配慮した商品開発、消費者との協働の場の形成 等

体制整備

【第4章 消費者が直面する課題への取組】

1. 消費者行政の方向性

▶ 第1章の各課題に対して中長期的に実施する施策

2. 消費者トラブルの解消、未然防止

▶ 政府全体で取り組むべき施策

3. 消費者政策における基本的施策の取組

▶ 引き続き取り組むべき基本的施策（消費者白書と連携）

具体的
取組

消費者教育の推進に関する基本的な方針

平成25年6月28日 閣議決定
(平成30年3月20日 変更)
(令和5年3月28日 変更)

概要

令和5年度～令和11年度の7年間を対象※

- 消費者教育の推進に関する法律（平成24年12月施行）第9条に基づき、内閣総理大臣及び文部科学大臣が案を作成。消費者教育推進会議及び消費者委員会からの意見聴取等を経て、閣議で決定。（平成25年6月に決定し、平成30年3月に変更）
- 基本方針＝消費者教育の担い手（国、地方、消費者団体、事業者等、消費者自身）にのっける指針。

I 消費者教育の推進の意義

消費者を取り巻く
現状と課題

- ・消費者の多様化（高齢化、成年年齢引下げ、孤独・孤立の顕在化等）
- ・デジタル化の進展（商品取引・サービス利用形態、情報取得・発信の変化等）
- ・持続可能な社会実現に向けた気運の高まり（食品ロス削減、カーボンニュートラル、プラスチック資源循環、サステナブルファッション等）
- ・自然災害等の緊急時対応（コロナ禍における不確かな情報の拡散等）

- ・消費者の自立支援＝合理的意思決定ができ、被害に遭わない
+ より良い市場とより良い社会の発展のために積極的に関与する消費者の育成（消費者市民社会の形成に参画）→SDGsの達成にも不可欠
- ・消費者のせい弱性への対応、個人のWell-being向上の観点

II 消費者教育の推進の基本的な方向

今期の基本方針における基本的視点

- ・「教えられる」だけでなく、消費者による自ら及び相互に「学ぶ」「考える」「行動する」ことを促進
- ・消費者の多様化等を踏まえたきめ細やかな対応
- ・デジタル化への対応
- ・消費者市民社会の一員としての行動を促進

○体系的推進のための取組の方向

- ・幼児期から高齢期までライフステージに応じた体系的・継続的な実施
⇒広く社会で、消費者の継続的な学びと考える力の獲得を支援することが重要
行動経済学や心理学の知見も踏まえ、まずは消費者が自身を知ることこそ重要
- ・消費者の多様な特性（年齢、性別、障がいの有無、国籍など）に応じたアプローチ
⇒不安をあおって契約させる商法（靈感商法）等、被害に遭いやすい手口・手法等について注意喚起、若年者等が相談しやすいメールやSNS等による消費生活相談の支援、多様な高齢者の実態やデジタル化を踏まえた一層の工夫、など
- ・デジタル化に対応した消費者教育の推進
⇒トラブルを回避する知識、批判的思考力、適切な情報収集・発信能力の高まり
ポータルサイトでの情報提供・連携促進、最新のトラブル事例や教材の提供による担い手支援
- ・消費者市民社会構築に向けた多角的な視点の情報提供
⇒社会的課題を自分事として捉え、消費行動により課題解決ができるよう積極的に情報提供
デジタルを活用した消費者自らの情報収集、相互へ伝え合う活動の促進
緊急時には、不確かな情報に基づく行動への注意喚起、適切な意見の伝え方等、合理的判断をするために必要な情報を提供

○各主体の役割と連携・協働

- ・国と地方公共団体
- ・消費者行政と教育行政
- ・地方公共団体と消費者団体、事業者等
- ・消費者と事業者

地域における多様な主体間のネットワーク化
(結節点としての消費者教育推進地域協議会、コーディネーター)

○他の消費生活に関連する教育との連携推進

(金融経済教育・法教育・情報教育・環境教育・食育・主権者教育等)

III 消費者教育の推進の内容

| | 様々な場における消費者教育 | 人材（担い手）の育成・活用 |
|------|---|--|
| 学校 | (小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等) ・成年年齢引下げを踏まえつつ、学習指導要領の趣旨や内容の周知・徹底 ・外部講師の活用促進 ・デジタル教科書等に対応した教材提供 ・教科横断的な実践等好事例の周知 | (小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等) ・教員養成課程や現職教員研修等における消費者教育に関する内容の充実 ・国民生活センター等の教員向け研修の活用を推進 |
| 地域社会 | (大学・専門学校等) ・消費者教育の次世代の担い手育成の視点 ・学生主体による啓発活動等の取組事例の収集・提供 ・マルチ等消費者被害に遭いやすい類型・手法の知識の提供 | (大学等) ・地方公共団体や関係団体との連携の枠組みを構築 ・消費者教育推進地域協議会への参画を促進 |
| 家庭 | ・消費生活センターが啓発活動やコーディネート機能を担うよう体制整備 ・社会教育施設等の活用 ・見守りネットワーク、消費生活協力員・協力団体等の仕組みを活用した推進 ・誰一人取り残されないデジタル化への対応 | (消費者) ・優良事例の提供、消費者月間等を活用した周知啓発により消費者の自主的な相互の学びの取組を支援 |
| 職場 | ・事業者のニーズも踏まえつつ、事業者による従業員への消費者教育の意義、メリットを整理 ・事業者向け消費者教育プログラムの開発 ・積極的に取り組む事業者の奨励 | ・消費者教育としての、事業者による消費者への情報提供、商品サービスの開発・提供 ・積極的な情報提供としての「出前講座」、「出前授業」の充実を期待 |

消費生活センター等を拠点とする、多様な主体が連携・協働した体制作り
様々な場における、外部人材を活用した効果的な消費者教育を実現

消費者教育コーディネーターの配置・育成

国による連携・協働の
働きかけ

- ・多様な関係者や場をつなぐ重要な役割
- ・コーディネーター会議の開催による課題や目標等の抽出、地域ごとに直面する課題の共有

- ・若年者と地域の消費者団体、社会的課題の解決に取り組む事業者・事業者団体等による協働や、ネットワーク構築の促進

IV 関連する他の消費者
施策との連携

- ・食品と放射能に関する理解増進
- ・事故・トラブル情報の迅速的確な分析・原因究明 など

V 今後の消費者教育の計画的な推進

KPIの検討・設定

- ・実態調査や関係省庁のデータ等をいかしつつ、適切な指標を検討
- ・地方公共団体の推進計画での設定も促す
- ・都道府県、市町村の地域の特性に応じた推進計画策定等の推進・支援
- ・社会経済情勢の変化等に対応するため必要に応じ基本方針の変更を検討

消費者施策にかかる県の取組について（令和6年度）

| 解決力の向上 | | 消費者力の向上 | |
|---------|---|----------|--|
| 資質・能力向上 | <p>◆消費者見守り体制の促進</p> <p>福祉関係者等の地域見守り関係者等を対象として消費者被害防止のための知識の習得を目的とした研修を開催（年4回）</p> <p>◆消費生活相談員スキルアップセミナー開催</p> <p>各分野の講師を招いての研修（年10回）</p> <p>◆消費生活相談事例研究会開催</p> <p>弁護士による法令講義と相談事例検討会（年10回）</p> <p>◆地域担当の配置</p> <p>市町村からの支援要請に対応する職員及び消費生活相談員を広域振興局圏域ごとに配置</p> <p>◆消費生活センター訪問</p> <p>市町村消費生活センター等を訪問し、情報や意見交換を実施（年14回）</p> | 県民向け研修会等 | <p>◆消費生活セミナー</p> <p>一般県民向けの研修会（専門学校生、小学生親子）（各2回）</p> <p>◆消費者月間（5月）行事</p> <p>消費者110番の日（5/28）</p> <p>（「岩手県消費者行政推進ネットワーク」主催の相談会）</p> <p>◆くらしとお金のセミナー&相談会</p> <p>日本FP協会との共催</p> <p>毎月第4日曜日、年6回</p> <p>◆金融経済セミナー（高校生等向け）</p> <p>金融広報委員会との協働開催</p> |
| | 消費者被害の救済 | | 消費者教育の推進 |
| 事業者対応 | <p>◆各法令等による事業者指導・法執行</p> <p>◆商品テスト（1回）、生活用製品等の調査</p> | 広報・啓発 | <p>◆各種情報発信</p> <p>・世代や消費者の特性に合わせ、消費者トラブル情報等を提供（テレビCM・新聞、デジタルサイネージ、SNS等活用）</p> <p>・県の広報媒体を利用した情報発信（各種パブリシティ、メルマガ、消費生活緊急注意報、製品リコール情報、Q&Aなどのホームページ等）</p> |
| | その他 | | 補助等 |