

青森県消費生活基本計画

第4次

(令和4年度～令和8年度)

(案)

青森県

はじめに (略)

第1章 計画策定の基本的な考え方

1 計画策定の趣旨	1
2 計画の期間	1

第2章 消費生活をめぐる現状

1 社会経済環境の動向	2
(1) 超高齢社会と地域コミュニティの衰退	2
(2) 成年年齢の引下げ	2
(3) 新型コロナウイルス感染症の感染拡大による影響	2
(4) デジタル化の進展・電子商取引の拡大	3
(5) 持続可能な社会の実現に向けた機運の高まり	3
2 本県における消費生活相談の状況	4
(1) 相談件数の推移	4
(2) 契約当事者年代別の相談状況	5
(3) 商品・役務別の相談状況	6
(4) 販売形態別の相談状況	7
3 消費者行政推進の取組	8

第3章 計画の基本方針

1 計画の目的と基本的な視点	9
2 施策の基本的な柱	9

第4章 施策の展開方向

1 安全で安心な暮らし	10
(1) 安全で安心な消費生活の確保	10
(2) 公平・公正な消費生活環境の確保	11
(3) 消費者被害の未然防止と救済	11
(4) 生活関連物資の安定供給	12
2 消費者の自立	12
(1) 消費者教育の推進	13
(2) 消費者への情報提供の充実	14
(3) 消費者のネットワーク構築	14
3 持続可能な開発目標（SDGs）の実現に向けた消費生活	15
(1) 消費者に対する環境教育等の推進	15
(2) 環境に負荷の少ない消費行動の推進	15

第5章 計画推進のための方策

1	計画の進行管理	17
(1)	青森県消費生活審議会への現状及び施策の取組状況の報告	17
(2)	青森県消費者行政連絡会議による市内の施策調整	17
(3)	青森県消費者教育推進地域協議会への現状及び施策の取組状況の報告	17
(4)	青森県消費者教育連絡協議会による市内の施策調整	17
(5)	計画の見直し	17
2	施策の推進方策	17
(1)	青森県消費生活センターの機能強化	18
(2)	市町村の広域連携による相談体制の充実強化に向けた支援	18
(3)	関係機関・団体との連携強化	18
(4)	消費者との連携・協力	18
(5)	事業者との連携・協力	19
(6)	国・都道府県等との連携・協力	19
3	計画に関する評価指標	20
	附属資料	21

第1章 計画策定の基本的な考え方

1 計画策定の趣旨

県では、消費者の権利の確立を図ることを基本理念とする「青森県消費生活条例（平成10年3月青森県条例第2号。以下「条例」という。）」に基づき、消費生活に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため「青森県消費生活基本計画」を策定し、これまで県民の消費生活の安定と向上のための施策を計画的に進めてきました。

近年、人口減少、高齢化・独居化のさらなる進行、デジタル化の進展や民法改正による令和4年4月からの成年年齢の引下げ、そして、新型コロナウイルス感染症の拡大防止のための「新しい生活様式」の実践など、消費者を取り巻く社会経済環境は大きく変化しています。

国においては、平成29年以降、「消費者契約法」や「特定商取引法」の改正などを行い、消費者行政における法制整備を進めるとともに、令和2年3月には、消費者を取り巻く環境の変化や新たな課題等に適切に対応した消費者政策を推進していくため、令和2年度から令和6年度までの5年間を対象とする、新たな「消費者基本計画」を策定しました。

また、「消費者教育の推進に関する法律（以下「消費者教育推進法」という。）」に基づき、都道府県や市町村が策定する消費者教育推進計画の基本となるものとして、平成30年度から令和4年度までの5年間を対象とする「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を策定しました。

そして、国際社会においては、2015年（平成27年）に、国連サミットにおいてSDGs（持続可能な開発目標：Sustainable Development Goals）が全会一致で採択され、持続可能な社会の実現に向けた取組が一層求められているところです。

県では、こうした状況等を踏まえ、これまでの計画の見直しを行うとともに、本県における消費者教育の推進に関する計画としても位置付ける新たな「青森県消費生活基本計画」を策定するものです。

2 計画の期間

計画期間は、令和4年度から令和8年度までの5年間とします。

ただし、社会経済環境の変化に対応するため、必要に応じて見直すこととします。

第2章 消費生活をめぐる現状

1 社会経済環境の動向

(1) 超高齢社会と地域コミュニティの衰退

本県では、全国の中でも速いペースで人口が減少している一方、高齢者の割合は増加し続け、超高齢社会となっており、2025年（令和7年）には、団塊の世代が後期高齢者となります。

高齢者からの消費生活相談の件数は、全体の3割以上を占める状況となっており、今後もさらに増えていくことが懸念されます。また、高齢者からの相談では、お金を支払った人数が昨年度より増加し、金額も他の年代より高い傾向があります。さらに、様々な障害を有する方や認知症等で判断力が不十分となった方などが消費者トラブルに巻き込まれるケースも年々増加傾向にあります。

独居化の進行により増加している単独世帯は、それ以外の世帯よりも消費者トラブルに巻き込まれやすく、トラブルに巻き込まれた際にも深刻化しやすい状況にあります。

また、「新しい生活様式」の実践に伴い、地域での集まりや日常的に顔を合わせる機会が減ることで、地域コミュニティの衰退も懸念されています。

(2) 成年年齢の引下げ

民法改正により、令和4年4月から成年年齢が18歳に引下げられ、高校生が在学中に成年に達することで、保護者の同意なしにクレジットカードの作成や各種契約の締結が可能となり、未成年者取消権を行使することもできなくなります。

また、県が令和2年度に県内高校生約3,000名を対象に実施した調査では、94.1%の高校生が日常的にスマートフォンでSNS（LINE等）を利用しており、約6割が新型コロナウイルスの影響により、ネット利用時間が増加したと回答しました。

コロナ禍で、外出や人との接触が制約を受ける中、インターネットやSNS等の利用機会の増加により、若年者が消費者トラブルに巻き込まれるリスクがより一層高まることが懸念されています。

それに加えて、若年者は電話や対面での相談に対して心理的ハードルが高いことが指摘されており、被害が表面化しにくいことも懸念されます。国では、消費生活相談のデジタル化に向けて全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）の改革に着手しており、今後、全国的に消費生活相談のデジタル化が進展していくものと見込まれます。

(3) 新型コロナウイルス感染症の感染拡大による影響

新型コロナウイルス感染症の感染が拡大する中、不安を抱いた消費者が、生活関連物資の買い急ぎや買いためをするなど、一部の商品が一時品薄になりました。

また、新型コロナウイルス感染症に対する予防効果を標ぼうする商品が出回るなど、これらの事態に便乗した悪質商法やトラブルが発生しました。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大を防止するため、基本的な感染対策の徹底に加え、買い物や外食等の日常の消費行動において「巣ごもり消費」の増加を背景としたインターネット取引や、デジタル技術を利用したテレビ会議等が浸透するなど、消費者の間で「新しい生活様式」に基づいた消費行動が定着しつつあります。

(4) デジタル化の進展・電子商取引の拡大

ICT（情報通信技術）の高度化により、スマートフォンやタブレット型端末が急速に普及したことにより、誰もが、どこでも、いつでも、手軽に、デジタル空間にアクセスし、商品やサービスを購入できるようになってきています。

こうしたオンライン・サービスを介した商取引である電子商取引は急速に拡大しており、取引の基盤環境を提供するデジタル・プラットフォームの発展により、フリーマーケットや民泊等の個人間の電子商取引も急速に活発化しています。

さらに、外国との電子商取引の拡大によって、消費者が自ら海外から商品やサービスを直接購入することが容易になったことで、消費者には選択の幅が広がる等のメリットがある一方、商品・サービスが消費者の期待したものと異なることや、そもそも商品・サービスが提供されないといった消費者トラブルも増加する恐れがあります。

多くの消費者がインターネット経由で様々な商品・サービスの取引を行うようになったことに伴って、「電子商取引」に関する消費生活相談の件数は年々増加傾向にありますが、デジタル化の進展に加えてコロナ禍における「巣ごもり消費」の増加も背景とし、多岐にわたる内容の新たな消費者トラブルが次々と発生しています。これらのトラブルは、事業者・消費者間の取引のみでなく、個人間の取引においても発生しており、今後増加していくことが懸念されます。

また、消費者の個人情報及びプライバシーについても、フィッシング詐欺や不審電話等への対応など、さらなる保護が課題となっています。

(5) 持続可能な社会の実現に向けた機運の高まり

近年、世界的に自然災害が増加し、地球温暖化対策が重視されてきており、消費者の間には、節電や省エネ、再生可能エネルギーの利用などの環境に配慮した取組が浸透しつつあります。

また、2030年(令和12年)までの国際目標であるSDGs（持続可能な開発目標）の達成に向け、食品ロスや海洋プラスチックごみの削減のほか、被災地の復興や開発途上国の労働者の生活改善、環境保全、地域振興等の持続可能な社会の実現に向けた社会的課題の解決につながる商品・サービスを選択して消費すること(エシカル消費)への関心も高まっています。

2 本県における消費生活相談の状況

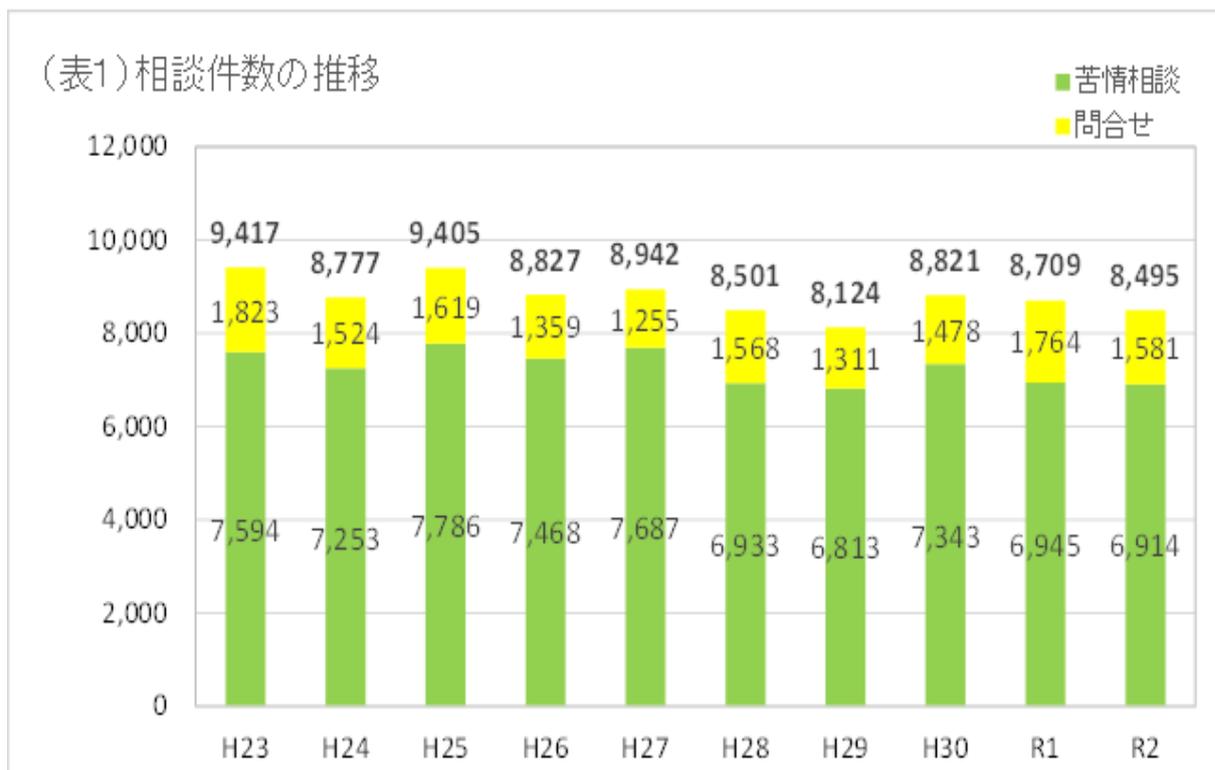
本県では、青森県消費生活センターのほか、県内7市（青森市、弘前市、八戸市、五所川原市、十和田市、三沢市、むつ市）の消費生活センターにおいて、県内全域の消費者からの消費生活に関する問合せや、消費者トラブルの苦情を受け付け、その解決に向けた助言や様々な情報を提供しています。

(1) 相談件数の推移

県内の消費生活相談窓口における受付件数（以下「相談件数」という。）は、平成23年度から令和2年度まで年度毎に若干の増減はあるものの、約9,000件前後でほぼ横ばいの状況が続いています。

内訳としては、苦情相談（消費者トラブル（被害）が発生している相談）が約7,000件前後となっており、問合せ（消費者トラブル（被害）が発生していない問合せ）が約1,500件前後となっています。

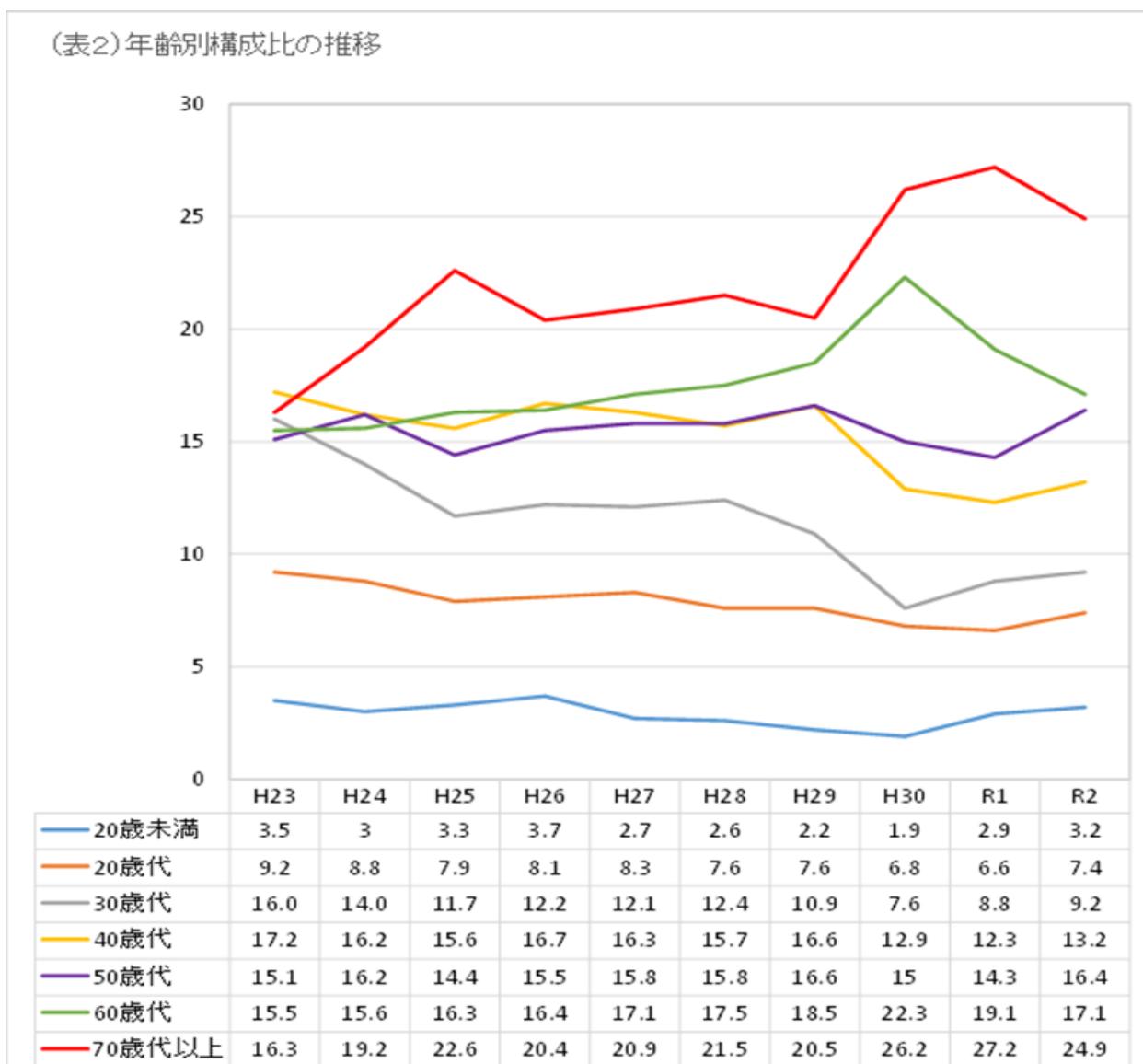
しかしその内容については、社会経済環境の目まぐるしい変化を反映して、ますます複雑・多様化しているとともに、2～3年程度の短い期間で傾向が変化しています。



(2) 契約当事者年代別の相談状況

相談件数を契約当事者の年代別で整理すると、平成23年度から平成30年度までは、20歳代、30歳代及び40歳代の者からの相談件数が減少傾向にある一方で、60歳代以上の高齢者からの相談件数はほぼ一貫して増加傾向にありました。

しかし、新型コロナウイルス感染症の感染拡大や「新しい生活様式」の実践を背景に、令和元年度から令和2年度にかけて、20歳未満から50歳代の年齢層で通信販売などのインターネット上での取引に関連した相談件数が増加し、60歳代以上の高齢者からの相談件数が減少するなど、傾向に変化が見られるところです。



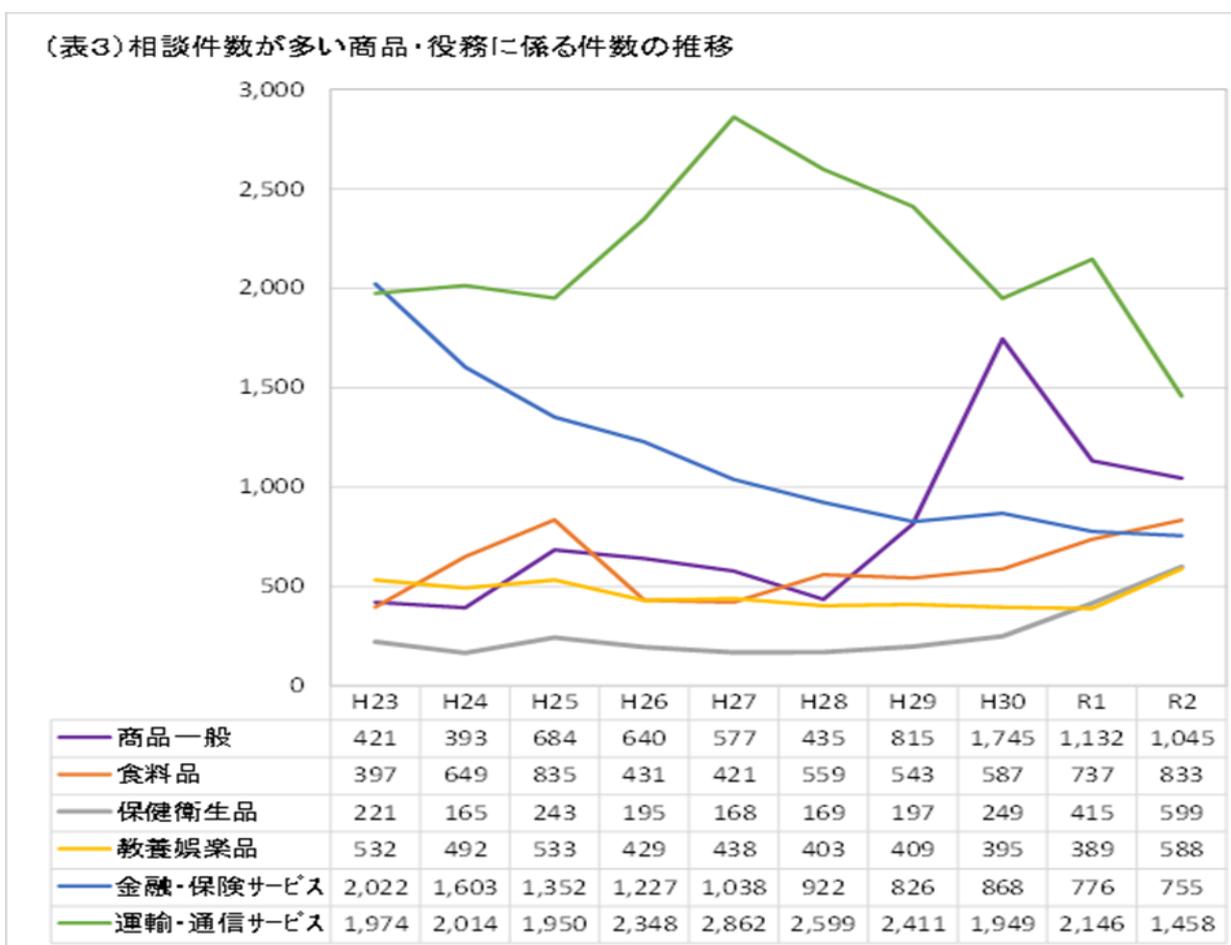
(3) 商品・役務別の相談状況

相談件数を取引対象の商品又は役務（サービス）の別で整理すると、商品では、商品一般、食料品、保健衛生品、教養娯楽品に関する相談、役務では、運輸・通信サービス、金融・保険サービスに関する相談が多い状況にあります。

平成23年度以降の商品・役務別の相談件数の推移をみると、商品一般が架空請求の増加等により平成29年度から平成30年度にかけて急増しましたが、令和元年度以降は、架空請求の減少等により減少傾向にあります。

また、新型コロナウイルス感染症の感染拡大や「新しい生活様式」の実践を背景に、食料品（健康食品等）及び保健衛生品（マスク・化粧品等）が令和元年度から令和2年度に、教養娯楽品（音響映像機器等）が令和2年度に大きく増加しています。健康食品や化粧品については、通信販売の定期購入トラブルに関連するものが多く、マスクについては、新型コロナウイルス感染症の発生初期に、「高額である」、「入手が困難である」といった相談が多く寄せられたことによるものです。

役務では、金融・保険サービスに関する相談が、平成22年6月の改正貸金業の完全施行などをを受けて一貫して減少しています。また、運輸・通信サービスは、出会い系サイトや光回線の卸売りトラブル等の相談が多かった平成26年度、平成27年度、令和元年度に増加したものの、令和2年度は大きく減少しています。

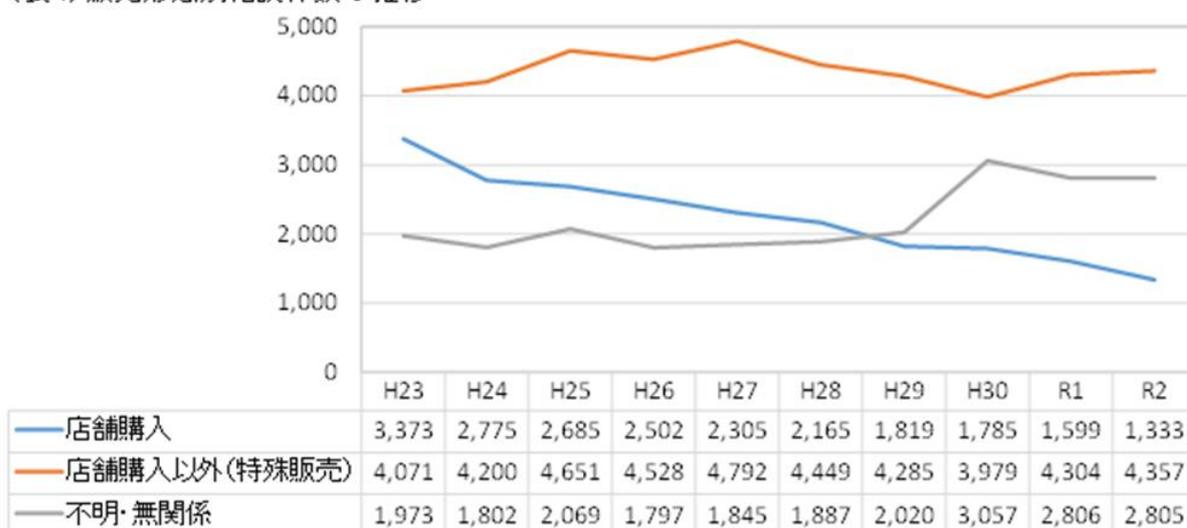


(4) 販売形態別の相談状況

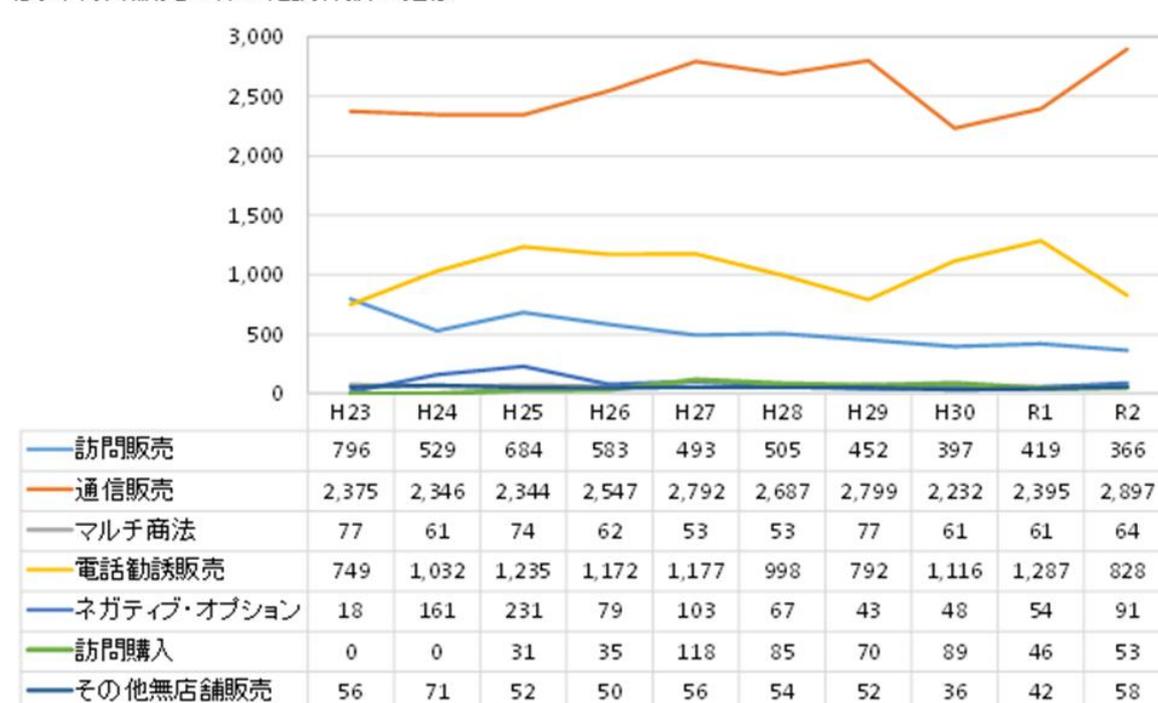
相談件数を対象取引の販売形態別で整理すると、店舗購入に関する相談は、平成23年度の半分以下の1,000件強に減少しています。一方、店舗購入以外の特殊販売に関する相談件数は、概ね4,000件以上で推移しています。また、不明・無関係（契約とは無関係のもの。詐欺などが該当。）が平成29年度以降、店舗購入を逆転し、近年は3,000件前後で推移しています。

特殊販売の中では、通信販売に関する相談が2,500件前後の高い水準で推移しており、新型コロナウイルス感染症の感染拡大や「新しい生活様式」の実践を背景に、令和2年度には約3,000件に増加しています。一方、訪問販売は減少傾向にあり、電話勧誘販売は横ばい傾向で推移しています。

(表4) 販売形態別相談件数の推移



(表5) 特殊販売に係る相談件数の推移



3 消費者行政推進の取組

平成21年9月の「消費者安全法」施行により、地方公共団体が行う消費生活相談が法的に位置付けられるとともに、市町村は地域の消費者からの消費生活相談に応じること、都道府県は主としてその対応に各市町村の区域を超えた広域的な見地等を必要とする消費生活相談に応じるほか、市町村への技術的援助を担うこととされました。さらに、都道府県には消費生活センターの設置が義務付けられ、市町村においては必要に応じ設置するよう努めなければならないとされています。

県では、平成27年4月1日から、県内全域において広域連携による消費生活相談体制が構築され、県内のどの地域に居住していても、専門の消費生活相談員による助言等が受けられる体制が整備されているところです。

青森県消費生活センターは、県内の消費生活センターの指導的・中核的センター（「センター・オブ・センターズ」）として、広域的・専門的な相談案件に対応するほか、市町村の相談窓口担当者を対象とした研修会及び事例検討会の開催、市町村アドバイザーによる市が設置する消費生活センターへの巡回指導などを実施し、消費生活相談窓口の充実・強化に向けた市町村の主体的な取組を積極的に支援しています。

また、県及び市町村では、国の交付金等を活用し、消費生活相談員等のレベルアップ、消費生活センターや消費生活相談窓口の機能強化、消費者教育・啓発等、消費者行政の推進に取り組んでいます。

第3章 計画の基本方針

1 計画の目的と基本的な視点

本計画は、条例の目的である県民の「消費生活の安定と向上」を図ることを目的として、「消費者基本法」及び条例の基本理念である「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立の支援」を基本的な視点として策定します。

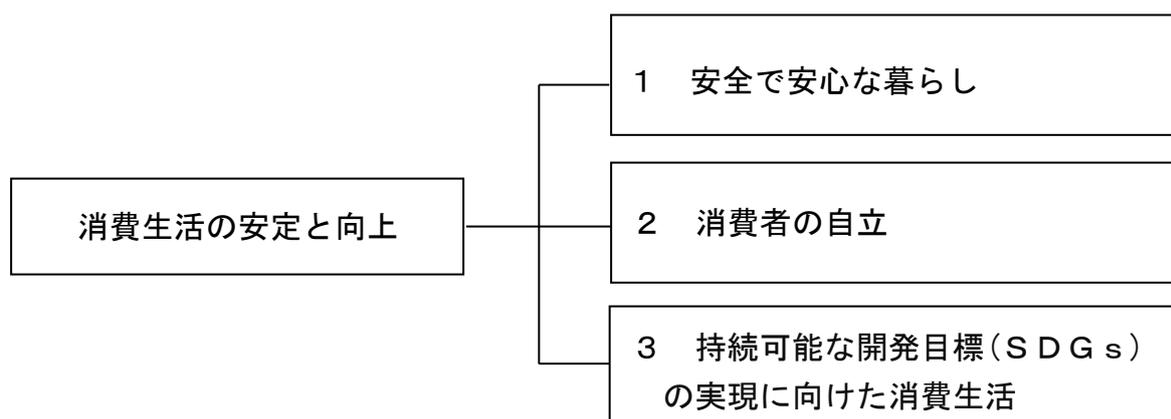
2 施策の基本的な柱

消費者にとって安全で安心な暮らしの確保は、消費生活を営む上で最も重要な基盤となるものであり、何よりも尊重されるべき消費者の権利です。そのためには、消費者の安全が確保され、商品及び役務（サービス）について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、消費者に対し必要な情報等が提供され、並びに消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されることなどが重要です。

また、県民一人ひとりには、自ら消費生活に関する知識の習得や情報収集等に努め、合理的な意思決定を行う、自立した消費者としての役割が期待されています。消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう、消費者教育を体系的・総合的に推進するほか、消費者の主体的な活動の支援などにより、消費者の自立を支援していくことが必要です。

加えて、消費者には、社会の一員として、自らの消費行動が環境や社会経済情勢に与える影響を認識し、一人ひとりが率先して社会的課題に対応した消費行動を実践することが求められていることから、県民のこうした消費行動を推進していく必要があります。

このような考え方の下に、本計画では、計画の基本的な視点に則り、「安全で安心な暮らし」、「消費者の自立」、「持続可能な開発目標(SDGs)の実現に向けた消費生活」の3つを施策の基本的な柱として設定します。



第4章 施策の展開方向

1 安全で安心な暮らし

安全で安心な暮らしはすべての県民の願いです。県民の消費生活における基本的な需要が満たされ、安全で安心な商品やサービスが確保され、それらが適正な取引のもとで安定的に供給され、消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保されるようにすることは、消費者行政の基本となる施策であり、引き続きより一層充実を図っていく必要があります。

また、消費者に被害が生じた場合には、適切かつ迅速に救済されなければなりません。

近年、デジタル化の進展やコロナ禍における「巣ごもり消費」の増加等を背景に、インターネットによる取引が拡大するなど、生活が大きく変化し、消費生活センター等に寄せられる消費者相談の内容もますます複雑・多様化しています。

県は、「消費者安全法」に基づいて、県内全域で整備された市町村の広域連携による消費生活相談体制を、市町村と連携しながら一層充実・強化していくとともに、社会経済状況の変化に伴って今後も発生すると見込まれる新たな消費者被害の未然防止と、迅速かつ適切な救済のため、専門機関等との連携を強化していきます。

さらに、近年は、国内外で自然災害が多発しているほか、新型コロナウイルス感染症による世界的なパンデミックが発生しています。また、国際紛争、あるいは世界経済情勢の変化により、生活関連物資の供給量の減少や価格の高騰が生じる可能性もあり得ます。そのため、引き続き不適正な価格形成や災害等に便乗した不当な取引行為等によって消費者が不利益を被らないよう、継続的に調査を行い、情報提供に努めていく必要があります。

- (1) 安全で安心な消費生活の確保
- (2) 公平・公正な消費生活環境の確保
- (3) 消費者被害の未然防止と救済
- (4) 生活関連物資の安定供給

(1) 安全で安心な消費生活の確保

＜施策の方向＞

- 商品・サービスの安全性確保
- 食品の安全性確保
- 消費者事故等への的確な対応

商品やサービスに関して、引き続き危害や危険の未然防止に向けた施策を展開しつつ、新たな消費者問題にも積極的に対応し、消費者の安全で安心できる生活を確保するため、国や関係機関と連携しながら、調査、試験検査、監視機能の充実を図り、消費者及び事業者に対する適切な情報提供を推進します。

また、食品の安全性を確保するため、効果的な監視・指導や検査体制の充実強化及び正確な情報の提供並びに食品衛生の向上に関する普及啓発など、食品衛生対策をより一層推進するとともに、食品表示制度に基づいた表示の適正化を図ります。

さらに、商品やサービスを消費者が使用すること等により消費者の生命又は身体、財産に被害が発生した事故や、事故を引き起こすような事態など、いわゆる「消費者安全法」に基づく消費者事故等については、国や関係機関と適切に連携し、被害の拡大や未然防止に向けた情報の周知などの的確な対応を図ります。

(2) 公平・公正な消費生活環境の確保

＜施策の方向＞

- 商品・サービスの表示や規格等の適正化
- 取引における適正な事業活動の促進
- 取引上不利な立場に立ちやすい者への支援
- 地域における見守り活動の充実・強化

消費者が自らの意思に基づいて合理的に商品やサービスを選択できるよう、関係法令の厳正な運用等により、表示や規格等の適正化、取引における適正な事業活動を促進するなど、公平・公正な消費生活環境の確保に努めます。

また、高齢者や障害者、在留外国人など安全上又は取引上特に不利な立場に立ちやすい方に対しては、個々の状況に応じてきめ細かく対応するため、日常的につながりの深い地域団体や関係機関等とも連携しながら、成年後見制度の利用や、地域における見守り活動を推進し、被害に遭わないためのわかりやすい情報提供及び消費者啓発に努めます。

(3) 消費者被害の未然防止と救済

＜施策の方向＞

- 効果的な啓発活動の展開と迅速かつ的確な情報提供
- 悪質な事業者に対する監視・指導の強化
- 消費生活苦情相談体制の充実・強化
- 専門家や裁判外紛争解決機関等との連携
- 地域における見守り活動の充実・強化（再掲）

インターネットによる取引の拡大などにより、ますます多様化・複雑化している消費者被害の未然防止とともに、県民が同種の被害に遭わないよう消費者被害の拡大防止を図るため、マスメディアに加え、オンラインや動画、SNS、街頭啓発、出前講座、広報誌、金融機関や医療機関等との連携などによる重層的かつきめ細かな啓発活動に努めます。また、消費生活センター等に寄せられた情報を分析し、最近の消費者トラブルの事例と対応策について関係者間で情報共有を図るとともに、消費者に対しては注意喚起情報を迅速かつ的確に提供していきます。

また、不当な取引行為を行う事業者に対しては、「特定商取引法」をはじめとする消費者関係法令や条例に基づき、監視・指導を強化するとともに、必要に応じて行政処分・指導等の措置を講じ、不当な取引行為による消費者被害の未然防止及び低減を図ります。

さらに、消費者が受けた被害を速やかに回復できるよう、青森県消費生活センター及び市町村の広域連携による消費生活相談及び苦情処理体制について、ICTの活用を含め、一層の充実・強化を図るとともに、それによって解決が困難な事例についても、専門家や裁判外紛争解決機関の民間団体等とも連携しつつ、適切かつ迅速な解決に努めるほか、消費者団体訴訟制度の活用について検討を促します。

加えて、高齢者や障害者、在留外国人など、取引上不利な立場に立ちやすい方については、各市町村で構築した「消費生活相談窓口紹介ネットワーク」により、既存の地域で見守りを実施している団体等が、日常の活動の中で消費生活に関する悩み等を抱えた方に気づいた際に、消費生活相談窓口を紹介する取組を推進します。

さらに、この「消費生活相談窓口紹介ネットワーク」については、よりきめ細やかで実効性の高い見守り活動を行うため、消費者安全法に基づく「消費者安全確保地域協議会」への移行を進めます。

(4) 生活関連物資の安定供給

＜施策の方向＞

- 生活関連物資の安定供給
- 物価情報の提供
- 緊急時対策の推進

県民の日々の暮らしに密接に関連する生活関連物資を安定的に供給するため、その価格や需給動向等について調査・監視し、必要がある場合には、供給や価格の安定に必要な措置を講じます。

また、消費者が適切な選択をするために必要な情報を積極的に提供し、消費者自身が合理的な購買行動をとることによって公正な価格が形成されるよう努めていきます。

さらに、災害等の緊急時においては、食料や日用品、燃料、医薬品などの生活に密接な物資の確保が重要となることから、東日本大震災や新型コロナウイルス感染症等のこれまでに発生した事態における経験を踏まえ、生活関連物資の安定供給を図るための関係機関・団体等との協定締結をさらに進めるなど、関係部局が連携し、関係機関とも協力・連携して、その確保と安定供給に努めます。

2 消費者の自立

県民一人ひとりには、自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的な消費行動が求められていますが、消費者と事業者との間には、情報、知識、交渉力などの格差が依然として認められ、多くの消費者は、事業者から提供される商品やサービスの情報、あるいは、事業者からの勧誘により取引に応じるといった受動的な立場にあると言えます。

このような中であって、県民の消費生活の安定と向上を図るためには、適切な選択の前提となる十分な情報が、迅速かつ的確に提供されるようにするとともに、県民一人ひとりが自立した消費者となれるよう、消費者教育をより一層推進することが必要です。

県においては、条例で消費者の権利の一つとして、消費生活において、必要な知識及

び判断力を習得し、主体的に行動するため、消費生活に関する教育を受け、及び学習の機会を提供される権利を規定しています。

そして、「消費者教育推進法」において、県は、従前からの消費者教育推進の取組を一層充実させ、関係機関等との連携のもと、体系的かつ効果的に消費者教育を推進することが求められています。特に、令和4年4月の成年年齢引下げにより消費者被害に遭うことが懸念される若年者に対しては、重点的に取り組む必要があります。

現在、県民一人ひとりの自主的かつ合理的な消費行動を支援するため、各種の情報誌やマスメディアに加え、ホームページや動画、SNS等を用いた消費生活に関する情報提供や普及啓発活動を実施しているほか、消費者団体などの活動等に対する支援を行っているところですが、引き続き、消費者からの要望に幅広く対応できる総合的な情報提供や消費者団体等の活動に対する支援などが必要です。

- (1) 消費者教育の推進
- (2) 消費者への情報提供の充実
- (3) 消費者のネットワーク構築

(1) 消費者教育の推進

＜施策の方向＞

- ライフステージや場の特性に応じた消費者教育の推進
- 消費者教育推進に向けた人財^{※1}（担い手）育成
- 消費者の自主的学習の場の提供
- 市町村及び金融教育等関連する教育との連携の推進と環境整備

県民一人ひとりが「自立した消費者」として、自らの利益の擁護と増進のため、自ら消費生活に関して必要な知識の習得や情報収集を行い、自主的かつ合理的に行動することができるよう、多様な主体と連携しながら、幼児期から高齢期までの各段階（「ライフステージ」）ごとの特性や、学校や地域などの様々な場の特性に配慮した、体系的かつ効果的な消費者教育を推進します。

このため、引き続き、効果的な取組方法や取組への支援のあり方についての検討を進めるほか、特に若年者に対しては、教育関係者、弁護士や司法書士等の専門家と連携し、より実践的な学習機会の提供を図ります。また、若年者に対する教育に併せ、保護者に対する消費者教育に取り組みます。

さらに、消費者教育の担い手となる人財の育成に向けた取組を進めるとともに、消費者自身の積極的な社会参加を支援するため、消費生活に関して自主的に学習を行える場を提供するなど、学習条件の整備を推進します。

加えて、これらの取組については、市町村との連携を強化していくとともに、消費生活と密接に関係する金融については、金融広報委員会等と連携し、幅広い世代を対象に金融リテラシー（知識・判断力）を高める教育を推進します。また、その他関係する分野の教育とも連携を進め、お互いの効果をより一層高めていきます。

※1 青森県では、「人は青森県にとっての『財（たから）』である」という基本的考え方から、「人」「人材」などを「人財」と表しています。

（２）消費者への情報提供の充実

＜施策の方向＞

- 効果的な啓発活動の展開と迅速かつ的確な情報提供（再掲）
- 情報収集・提供機能の充実

県民が自立した消費者として、自主的かつ合理的に行動することを支援するため、必要な消費生活情報を、年齢層や地域に応じてそれぞれきめ細かに提供するとともに、社会経済環境の変化に伴って発生する新たな消費生活上の課題等に対応するため、国や関係機関と連携し、全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）等の活用による情報収集に努め、その適時適切な提供を図ります。

（３）消費者のネットワーク構築

＜施策の方向＞

- 消費者が参加しやすいネットワークの構築
- 消費者問題に関する自主的活動への支援
- 消費者団体の交流・連携の推進

近年、社会の成熟化や高度情報通信社会の進展などに伴って、消費者の関心領域は多岐にわたるようになるとともに、その活動の手段や組織の作り方も多様化しています。

さらに、消費者個人やそのグループでは、関心を同じくする人たちや異なる活動をしている人たちと交流、連帯し、活動をより積極的に高度なものにしていきたいとする意識が強くなってきています。

このため、消費者及びそのグループなどが、自主的に必要なときに自由に情報を交換し、相互に交流して活動を広げ、また個々の活動をレベルアップしていけるよう、多様なネットワークの構築を図ります。

また、消費者が主体的に様々な課題に取り組んでいくため、消費者の活動に資する情報を容易に取得できるよう、情報提供機能の充実など、積極的な消費者活動が展開できる環境の整備を図ります。

加えて、消費者と事業者との間に、情報、知識、交渉力などの面において依然として格差が存在する中であって、消費者の立場に立って経済社会が運営されていくためには、消費者一人ひとりのニーズや意向を集約する組織活動が重要です。

このため、消費者団体相互の交流・連携の強化を図るなど、消費者の組織活動を推進します。

3 持続可能な開発目標（SDGs）の実現に向けた消費生活

SDGsは、17の目標を達成することにより、誰一人取り残さない持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現に向けて取り組むものです。

地球温暖化、生物多様性の危機、ごみの大量廃棄などの環境問題や、先進国と開発途上国との間の経済格差などの社会経済上の問題は、社会経済システムのほか、資源やエネルギー、また、商品やサービスの消費を通じて、個人のライフスタイルのあり方など、消費者一人ひとりの消費生活に関する行動とつながっています。

消費者には、SDGsの理念を踏まえ、自らの消費行動が環境や社会経済情勢に与える影響を認識してライフスタイルを積極的に見直し、一人ひとりが率先して社会的課題に対応した消費行動を実践することが求められており、県民のこうした消費行動を推進していく必要があります。

- (1) 消費者に対する環境教育等の推進
- (2) 環境に負荷の少ない消費行動の推進

(1) 消費者に対する環境教育等の推進

<施策の方向>

- 環境教育・学習の推進
- 環境情報の提供と環境活動のネットワークづくりの促進
- 食育の推進

消費者が、自らの消費生活に関する行動が、地球環境や社会経済情勢に影響を及ぼし得るものであることを自覚できるよう、環境教育、食育などの消費生活に関連する教育を推進します。

環境教育・学習については、消費者が環境問題を認識し、消費者の立場において、その解決に向けた取組に積極的に参加できるよう、体験型の学習機会の拡充や実践的な環境教育の推進を図るとともに、環境に関する情報を分かりやすく提供し、地域における環境活動への参加とネットワークづくりを促進します。

食育については、子育て家庭、保育所・幼稚園・学校等、企業、飲食店及び量販店等、地域において、それぞれ主なターゲットを設定して取組の充実を図るとともに、相互の連携を深め、子どもから高齢者まで県民のライフステージに応じたきめ細かな食育を進めます。

(2) 環境に負荷の少ない消費行動の推進

<施策の方向>

- エシカル消費の推進
- 脱炭素型のライフスタイルの促進
- ごみ減量やリサイクルなど3Rの取組推進
- 食品ロス削減、プラスチックごみ削減
- 消費者志向経営の普及・推進

近年、エコ商品やフェアトレード^{※2} 認証商品、売上金の一部が寄付につながる商品等を選ぶといった人や社会、環境に配慮して消費する「エシカル消費」への関心が高まりつつあり、こうした消費行動をとることが、持続可能な社会の形成に大きく寄与します。

また、我が国では、パリ協定を踏まえ、2050年（令和32年）までに温室効果ガスを実質ゼロとする脱炭素社会を目指すこととしており、本県においても、積極的に温暖化対策に取り組んでいくこととしています。

このため、引き続き、県民に広く省資源や省エネルギーへの協力を呼び掛けるとともに、エシカル消費の推進や脱炭素型のライフスタイルの実践に向けた取組を促進します。

さらに、ごみ減量やリサイクルといった3R^{※3}の取組を県民総参加で推進していくほか、ごみの適正処理の推進と併せて、資源の消費が抑制され、環境への負荷の少ない循環型社会の構築に向け、繰り返し使える容器の利用拡大やリサイクルしやすい商品の選択など、ライフスタイルの見直しにつながる取組を促進するとともに、令和元年10月施行の「食品ロスの削減の推進に関する法律」に基づく食品ロスの削減や、プラスチックごみの削減を促進します。

加えて、事業者が、消費者の視点に立ち、社会的に有用で安全な商品・サービスを開発し、提供するなどの社会的責任を自覚して事業活動を行う「消費者志向経営」について、関係機関・団体等と連携し、経営者への働きかけなどにより普及を図ります。

※2 発展途上国でつくられた農作物や製品を適正な価格で継続的に取引することより、生産者の生活を支える貿易のあり方。認証商品には、バナナやコーヒー、茶、チョコレートなどがある。

※3 3R／リデュース（Reduce:発生抑制＝「ごみ」は出さない）、リユース（Reuse:再使用＝使える「もの」は繰り返して使う）、リサイクル（Recycle:再生利用＝再び資源として利用する）の3つの頭文字「R」をとったもので、環境配慮行動のキーワードとして使われている。

第5章 計画推進のための方策

1 計画の進行管理

県は、本計画に基づいて、消費者の権利の確立と県民の消費生活の安定と向上、本県における消費者教育の推進を図っていくため、その時々¹の社会経済状況等を加味しながら、計画に掲げられている施策の方向を、より一層具体化するとともに、着実な進行管理を行っていきます。

(1) 青森県消費生活審議会への現状及び施策の取組状況の報告

本県における消費生活の現状と本計画に基づく施策全般の取組状況について、毎年度、青森県消費生活審議会に報告し、その意見を聴きながら、次年度以降の施策への反映に努めます。

(2) 青森県消費者行政連絡会議による庁内の施策調整

庁内の消費者行政関係各課で構成する「青森県消費者行政連絡会議」を必要に応じて開催し、本計画に基づく施策や、それ以外の消費生活に関する施策について総合的に調整していきます。

(3) 青森県消費者教育推進地域協議会への現状及び施策の取組状況の報告

全国や本県における消費者教育の現状と、本計画に基づく消費者教育推進に向けた施策の取組状況について、毎年度、青森県消費者教育推進地域協議会に報告し、その意見を聴きながら、次年度以降の施策への反映に努めます。

(4) 青森県消費者教育連絡協議会による庁内の施策調整

庁内の消費者教育推進関係各課で構成する「青森県消費者教育連絡協議会」を必要に応じて開催し、本計画に基づく消費者教育推進に向けた施策や、それ以外の消費者教育に関する施策について総合的に調整していきます。

(5) 計画の見直し

今後の社会経済環境の変化や国における消費者教育推進の動向の変化に応じて、青森県消費生活審議会及び青森県消費者教育推進地域協議会の意見を聴きながら、適宜見直します。

2 施策の推進方策

本計画を効果的に推進するためには、県の取組だけでなく、市町村、関係機関・団体や、消費者、事業者がそれぞれ果たすべき役割を担うとともに、相互に協力、協調を図って行く必要があります。

また、同様の行政課題を抱える全国の自治体等との連携を図るとともに、必要に応じて、国に対して提言等を行っていきます。

(1) 青森県消費生活センターの機能強化

青森県消費生活センターは、県の消費者行政の中核として、引き続きその機能の一層の充実強化に努めながら、社会経済環境の変化に伴う県民のニーズに応じていくため、消費生活相談、商品テスト、消費者教育・啓発、情報収集・提供等、適時、適切な事業を推進していきます。

また、「消費者安全法」及び「消費者教育推進法」の趣旨を踏まえ、本県における「センター・オブ・センターズ」として、市町村に対する技術的援助や広域的な見地を必要とする苦情相談、あっせん等の処理を適切に行うため、消費生活相談員等の一層のレベルアップや資格保有率の向上等を図るとともに、消費者教育の拠点の一つとして取組を推進するほか、その担い手支援等に取り組んでいきます。

(2) 市町村の広域連携による相談体制の充実強化に向けた支援

消費生活に関する諸問題は、住民に身近なものが多いため、基礎自治体である市町村の果たす役割は極めて重要であり、「消費者安全法」においても、消費者からの相談及びあっせん等の第一義的対応は市町村で行うこととされています。

このことを受けて県では、市町村の広域連携の中核となる市消費生活センターの相談対応力強化のため、青森県消費生活センターに市町村アドバイザーを配置するほか、相談員の研修参加等の取組を支援するとともに、消費生活相談員の資格保有率の向上に取り組んでいきます。

また、県は広域自治体としての立場から、市町村が実施する消費生活に関する施策が円滑かつ効果的に実施できるよう連携・協力していきます。

(3) 関係機関・団体との連携強化

社会経済情勢の変化に伴って、ますます複雑・多様化、悪質・巧妙化している消費者トラブルに的確かつ迅速に対応し、消費者被害の未然防止や拡大防止、救済を行うためには、県弁護士会や県司法書士会、警察などの関係機関・団体との連携強化を図り、消費者問題への対応力を高めていく必要があります。

このため、関係機関・団体等で構成する消費者トラブル防止ネットワーク会議を設置し、消費者被害の未然防止や拡大防止、救済に向けた定期的な情報交換や検討を行うなど、関係機関・団体との一層の連携強化を図っていきます。

また、各市町村における高齢者等の見守り体制である「消費生活相談窓口紹介ネットワーク」の取組を支援していくとともに、消費者安全法に基づく「消費者安全確保地域協議会」への移行を進めていきます。

さらに、消費者教育の体系的かつ効果的な推進のためには、教育機関や関係団体等との緊密な連携が必要不可欠であることから、互いに協力しながら情報共有や消費者教育推進に向けた取組を推進していきます。

(4) 消費者との連携・協力

県民が消費生活を送る上で発生する様々な問題を解決するためには、県民自身が自立した消費者として自主的な取組を進めることと併せて、消費生活に関する行政施策

にその意見、要望等が反映されていく必要があります。

このため、消費者である県民が積極的に県政へ参画するための多様な機会を確保するとともに、問題解決に向け、消費者、消費者団体と連携・協力していきます。

また、高齢者等、配慮を必要とする方の消費者被害の未然防止のためには、身近な人による見守りが重要であることから、見守り等の活動への協力を呼びかけるなどの取組を推進していきます。

(5) 事業者との連携・協力

県民の消費生活の安定と向上を図るため、事業者には、消費者のニーズが多様化・個性化している中で、消費者の意見や要望を的確にとらえて事業活動に反映させ、商品開発等につなげていくことが求められています。

このため、消費者の権利の確立と消費者の利益の増進につなげるため、事業者の自主的な取組や、事業者が保有する情報の消費者への提供が促進されるよう、適切に連携・協力していきます。

また、事業者の従業員やその家族も消費者であることを踏まえ、かつ、顧客である消費者の満足度を高めるため、事業者における消費者教育の取組も促進されるよう、連携・協力を進めていきます。

(6) 国・都道府県等との連携・協力

消費生活に関する施策の中には、その目的を達成するために、法令の整備等、国における対応が必要なものがあることから、そのような事項については、他の都道府県等と連携し、国に対して要請を行います。

また、施策の推進等に当たって、情報の収集や広域的な対応が必要な場合には、関係する国の機関や他の都道府県と連携・協力し、的確に対応します。

3 計画に関する評価指標

本計画の着実な進行管理を進めるため、以下のとおり評価指標を設定します。

なお、目標達成に向け、適時効果的な手法を検討しながら、関係機関・団体等と連携し、各種取組を進めます。

対応する 施策の柱	評価指標	指標内容	現状 (R3)	目標 (R8)
1	消費生活センター及び消費者ホットラインの認知度	県民が気軽に消費生活相談を利用できるよう、消費生活センターの存在と、消費者ホットライン「188」について、多くの県民に認知されることを目指します。	消費生活センター 65.3%	消費生活センター 80.0%
			ホットライン 48.0%	ホットライン 80.0%
	消費者安全法に基づく消費者安全確保地域協議会設置市町村の県内人口カバー率	地域におけるきめ細かな見守り体制を構築するため、消費者安全法に基づく「消費者安全確保地域協議会」を全市町村において設置することを目指します。	43.9% (R3. 12. 1時点)	100.0%
	相談員の資格保有率	消費生活センターの相談員の相談能力向上のため、消費者安全法等に基づく消費生活相談員資格の保有率を高めます。	40.7%	75.0%
	相談員の研修参加率	消費生活センターの相談員の相談能力向上のため、国等が実施する研修にすべての相談員が参加することを目指します。	88.9%	100.0%
2, 3	消費者啓発事業への年間参加者数	自立した消費者の育成等に向けて県や市町村、各種団体等が実施する消費生活に関する各種啓発事業について、一人でも多くの県民の参加を目指します。	10,416人 (R2)	対前年度増
2	若年者（20歳未満）の消費生活センター及び消費者ホットラインの認知度	若年者が気軽に消費生活相談を利用できるよう、消費生活センターの存在と、消費者ホットライン「188」について、多くの若年者に認知されることを目指します。	消費生活センター 37.2%	消費生活センター 80.0%
			ホットライン 46.5%	ホットライン 80.0%
	消費者教育教材「社会への扉」等を活用した実践的な消費者教育の実施率	成年年齢引下げに伴う、若年者への消費者教育について、県内すべての高等学校等での実施を目指します。	89.2% (R2)	100.0%
3	エシカル消費の認知度	SDGsの実現に向けた消費生活の推進のため、多くの県民に認知されることを目指します。	5.6%	30.0%

※ 「相談員の資格保有率」及び「相談員の研修参加率」の現状（R3）の数値は令和3年4月1日時点のものである。

附属資料

- 1 本県における消費生活相談の状況（略）
 - （表1）県内の消費生活相談窓口における受付件数
 - （表2）契約当事者の年代別相談件数
 - （表3）商品・役務別の相談件数
 - （表4）販売形態別の相談件数
- 2 青森県消費生活基本計画施策体系図（略）
- 3 青森県消費生活基本計画関連施策（略）
- 4 第4次青森県消費生活基本計画策定経緯（略）
- 5 青森県消費生活審議会（略）
 - 委員名簿（青森県消費者教育推進地域協議会委員を含む）
- 6 青森県消費者教育推進地域協議会設置要綱（略）
- 7 青森県消費者行政連絡会議規程（略）
- 8 青森県消費者教育連絡協議会設置要綱（略）
- 9 青森県消費生活条例（略）
- 10 関係資料（略）
 - （1）消費者基本法 抄
 - （2）消費者安全法 抄
 - （3）消費者教育の推進に関する法律 抄
 - （4）参考 消費者教育の体系イメージマップ（消費者庁作成）
- 11 消費生活相談窓口一覧（略）