

岩手県消費者施策推進計画

(2025~2029)

令和 7 年 7 月

岩 手 県

目 次

第1章 計画策定に当たって

1 計画策定の趣旨	1
2 計画の位置づけ	2
3 計画の期間	2

第2章 消費生活をめぐる現状と今後の課題

1 旧計画に基づく取組状況	3
(1) 商品やサービスの安全の確保	3
(2) 消費者と事業者との取引の適正化	3
(3) 消費者教育の推進	4
(4) 消費者被害の救済	4
(5) 市町村、関係機関等との連携・協働	4
2 現状	5
(1) 消費者を取り巻く社会環境の変化	5
(2) 消費者行政の状況	7
(3) 本県における消費生活相談の現状	11
(4) 消費生活に関する県民の意識	14
3 課題	17
(1) 消費者事故の未然防止及び事業者への指導	17
(2) 消費者教育の推進	17
(3) 消費者被害の救済	17
(4) 市町村・関係機関等との連携・協働	18

第3章 施策の方向

1 計画の基本目標	19
2 4つの柱（施策の方向）とそれを推進するための14の具体的な施策	19
(1) 商品やサービスの安全の確保及び消費者と事業者との取引の適正化	20
(2) 消費者教育の推進	20
(3) 消費者被害の救済	22
(4) 市町村・関係機関等との連携・協働	22

第4章 施策推進に向けた具体的取組と主要指標

1 商品やサービスの安全の確保及び消費者と事業者との取引の適正化	24
(1) 監視指導及び検査の徹底	24
(2) 消費者事故の調査・公表	24
(3) 生活関連物資の安定供給・価格の安定化	25
(4) 規格・表示の適正化の推進	25
(5) 消費者契約の適正化の推進	25

2	消費者教育の推進	27
(1)	消費者のライフステージや多様な特性に応じた消費者教育の推進	27
(2)	社会情勢の変化に対応した消費者教育、情報提供の推進	28
(3)	持続可能な社会の実現に向けた消費行動の推進	29
3	消費者被害の救済	32
(1)	消費生活相談対応の充実	32
(2)	多重債務問題に対する解決支援	33
(3)	地域のつながりを生かした見守り体制の構築	33
4	市町村・関係機関等との連携・協働	34
(1)	市町村の相談体制の充実への支援	34
(2)	関係機関との連携	34
(3)	消費者と事業者との協働	34
第5章 計画の推進体制と進行管理		
1	推進体制	36
2	進行管理	36
3	県民への公表	36
参考指標一覧		37
参考資料		40

第1章 計画策定に当たって

1 計画策定の趣旨

岩手県消費者施策推進計画は、岩手県消費生活条例（平成17（2005）年3月28日条例第34号。以下「条例」という。）を踏まえ、本県の具体的な消費者施策を総合的・計画的に進めるためのアクションプランとして策定しているもので、平成18（2006）年2月からこれまで、4回の策定を行ってきました。

令和3（2021）年3月に策定した計画（以下「旧計画」という。）は、令和2（2020）年度から令和6（2024）年度までの5年間を計画期間としました。その中には「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」という基本目標のもと、「商品やサービスの安全の確保」、「消費者教育の推進」、「消費者被害の救済」などの5つの柱（施策の方向）を掲げ、様々な取組を進めてきました。

この間、少子高齢化の一層の進行や新型コロナウイルス感染症の感染拡大等を契機としたデジタル化の急速な進展、持続可能な社会の実現に向けた機運の高まり、成年年齢引下げを含む改正民法の施行など、消費者を取り巻く社会経済環境は大きく変化してきています。

国は、デジタル化や高齢化等により社会情勢が大きく変化するなかで、「消費者が信頼できる公正な取引環境の確保」、「全ての世代における消費者力の実践」及び「持続可能で包摂的な社会の実現」を消費者政策の目指すべき姿に掲げた、第5期消費者基本計画を令和7（2025）年3月に策定しました。

また、県では、平成31（2019）年3月に、総合計画である「いわて県民計画（2019～2028）」を策定し、県民一人ひとりがお互いに支え合いながら、幸福を追求していくことができる地域社会の実現を目指し、幸福を守り育てるための取組を進めることを理念に掲げ、県民一人ひとりが希望を持つことのできる「希望郷いわて」を目指して取り組んでいます。この計画では10の政策分野のうち「安全」において消費者施策の推進を掲げ、消費者被害の防止など、暮らしの安心を実感できる岩手の実現に向けた取組を展開しています。

今般、令和6（2024）年度をもって、旧計画の期間が終了したことから、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、令和7（2025）年度以降の次期計画を策定するものです。

2 計画の位置づけ

本計画は、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、もって県民の消費生活の安定及び向上に資する」ための行動計画です。

また、「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ます。

さらに、消費者教育の推進に関する法律（平成 24 年法律第 61 号）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です。

【いわて県民計画（2019～2028）の体系（抜粋）】

● 10 の政策分野

V 安全～災害をはじめとした様々なリスクへの備えがあり、事故や犯罪が少なく、安全で、安心を実感することができる岩手～

○ 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」

○ 具体的な推進方策

（消費者施策の推進）

- ・ 消費者トラブルの未然防止のため、様々な広報媒体の活用や講座・セミナー等の実施により消費生活に係る情報の提供を進め、啓発に取り組みます。
また、多様な主体との連携・協働により、高齢者等の消費者の特性に応じた消費者教育に取り組みます。
- ・ 成年年齢の引下げに対応し、学校や企業、団体における消費者教育の取組を推進するとともに、若年者に向けた啓発や相談機能の強化に取り組みます。
- ・ 消費者トラブルの早期解決のため、相談員を対象とした研修や弁護士による無料相談の実施など相談機能の充実に取り組みます。

3 計画の期間

令和 7（2025）年度から令和 11（2029）年度までの 5 年間とします。

第2章 消費生活をめぐる現状と今後の課題

1 旧計画に基づく取組状況

本県では、これまで、「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」という基本目標のもと、次の5つの項目を施策の柱（方向）として、事業を展開しました。

(1) 商品やサービスの安全の確保

消費生活用製品安全法¹に規定する石油ストーブ等の特定製品や、医薬品等販売施設、食品関係施設など、事業者等への監視指導及び検査を実施し、消費者の安全の確保に努めました。

また、県民生活と関連が深く、特に動向を注視する必要がある石油製品（ガソリン及び灯油）について、県内4地域において毎月、価格動向の調査と公表を行いました。

(2) 消費者と事業者との取引の適正化

家庭用品品質表示法²に基づき、電化製品や衣類などの適切な品質表示について、事業者等への監視指導及び検査を実施しました。

また、特定商取引に関する法律³や不当景品類及び不当表示防止法⁴に基づき、契約書面不交付、優良誤認等、不適正な取引行為や不当な表示等の違反行為を行う事業者への指導等を行い、取引の適正化に努めました。

¹ 消費生活用製品安全法

一般家庭で使用される製品の欠陥による事故から消費者を守るための法律で、昭和48（1973）年に制定されました。消費者に危害が及ぶ可能性のある生活製品で、家庭用圧力鍋などを「特定製品」に指定し、同法で定めた安全基準検査を製造会社に義務付けています。さらに、第三者検査機関の検査を義務付けた「特別特定製品」として浴槽用温水循環器などを指定しています。また、石油給湯器など、消費者自身による保守が難しく、経年劣化による重大事故発生のおそれが高い製品を「特定保守製品」とし、製造・輸入事業者は、保守情報等を製品等に表示するとともに点検その他の保守体制を整備し、販売事業者等は、購入者に対し一定の説明義務等を負うこととされています。

² 家庭用品品質表示法

家庭用品の品質に関する表示の適正化を図り、消費者の利益を保護するための法律で、昭和37（1962）年に制定されました。消費者の通常生活に使用されている繊維製品、合成樹脂加工品などのうち、消費者がその購入に際し、品質を識別することが困難で特に品質を識別する必要性の高いものが、「品質表示の必要な家庭用品」として指定されることになっています。

³ 特定商取引に関する法律

消費者取引の公正を確保するための法律で、昭和51（1976）年に制定されました。消費者トラブルが生じやすい7つの取引類型（訪問販売、通信販売、電話勧誘販売など）について、事業者による不公正な行為等を規制するための「氏名や勧誘目的等の明示義務」等といった行為規制と「申込みの撤回又は契約の解除（いわゆるクーリング・オフ）」等のトラブル防止のための民事ルール等を定めています。

⁴ 不当景品類及び不当表示防止法

過大な景品類の提供や虚偽・誇大な表示（不当な表示）による不当な顧客誘引を防止し、消費者の利益の保護を図るための法律で、昭和51（1976）年に制定されました。消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれのある行為の制限（景品類の価額の最高額や総額等の制限）、商品・サービスの内容が実際のもの又は事実に相違して他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示す表示（優良誤認）などの禁止について定めています。

(3) 消費者教育の推進

県のホームページに加え、テレビやラジオ、情報誌などの様々な広報媒体の活用や出前講座、各種セミナーの開催により、各世代に対応した、消費生活や消費者トラブルに係る広報啓発、情報提供を行い、消費者被害の防止に取り組みました。

高齢者に対しては、高齢者に多い消費者トラブル事例とその対処法についての出前講座を開催しました。

また、若年者に対しては、成年年齢引下げに伴う影響に留意し、消費者トラブルに遭わないための金融リテラシー教育、情報モラル教育を行いました。

このほか、持続可能な社会の実現に向けた消費行動を促進するため、エシカル消費⁵に関するセミナーの開催や、希望する学校に対しSDGs⁶ワークショップの講師派遣を実施するなど、エシカル消費への理解醸成に取り組みました。

(4) 消費者被害の救済

年々手口が多様化・複雑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、消費生活相談員研修による相談スキルの向上や弁護士無料相談等の実施により、相談事案の早期解決に取り組みました。

また、多重債務者対策についての情報共有を図るため、県・関係団体による多重債務者対策連絡会議を開催し、連携を深めました。

特に高齢者の消費者被害防止のため、消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）⁷の構築に向けて市町村へ働きかけたほか、福祉関係者を対象とした見守り研修会を実施しました。

(5) 市町村・関係機関等との連携・協働

市町村からの相談業務に関する問合せに的確に対応するほか、市町村の消費生活相談員等と定期的に意見交換や情報交換を行いました。

また、県・市町村・関係団体によるネットワーク（岩手県消費者行政推進ネットワーク）会議の開催により情報交換を行い、連携を深めました。

消費生活相談業務で専門的な対応が必要なものについては、岩手弁護士会や業界団体など、専門の相談機関と連携して対処しました。

⁵ エシカル消費（倫理的消費）

地域の活性化や雇用なども含む、人・社会・地域・環境に配慮して消費者が自ら考える賢い消費行動のことです。例えば、人への配慮として、障がい者支援につながる商品の購入（選択）、社会への配慮として、フェアトレード商品の購入（選択）、環境への配慮として、エコ商品・リサイクル製品の購入（選択）、地域への配慮として、地産地消や被災地産品の購入（選択）などがあります。

⁶ SDGs（エスディージーズ）（「持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals）」の略称）

人々が地球環境や気候変動に配慮しながら、持続可能な暮らしをするために取り組むべき世界共通の行動目標です。平成27年（2015年）に国連で全会一致で採択され、貧困の撲滅や格差の解消、環境保護など17分野の目標があり、令和12年（2030年）が達成期限となっています。

⁷ 消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）

高齢者や障がい者等の消費者被害を防ぐために、市町村や地域の関係者が連携して構築する、消費者安全法に基づく見守りネットワークのことです。見守り等の取組を行う地域協議会の構成員間で必要な情報を提供できる旨が法に規定されており、必ずしも本人の同意がない場合でも、個人情報共有することができます。

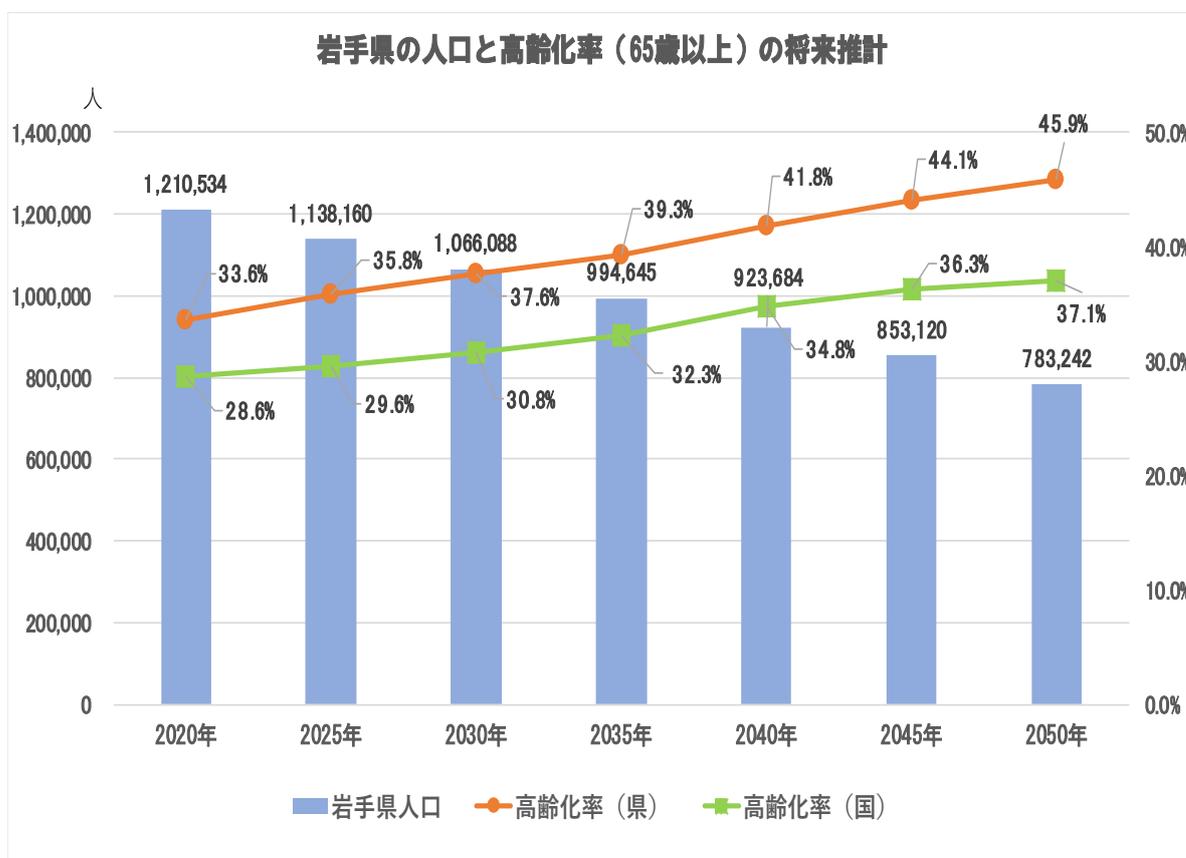
2 現状

(1) 消費者を取り巻く社会環境の変化

ア 高齢化の進行

65 歳以上の高齢者人口は増加し、全国の高齢化率は令和 22(2040)年には 34.8% になると推計されています。

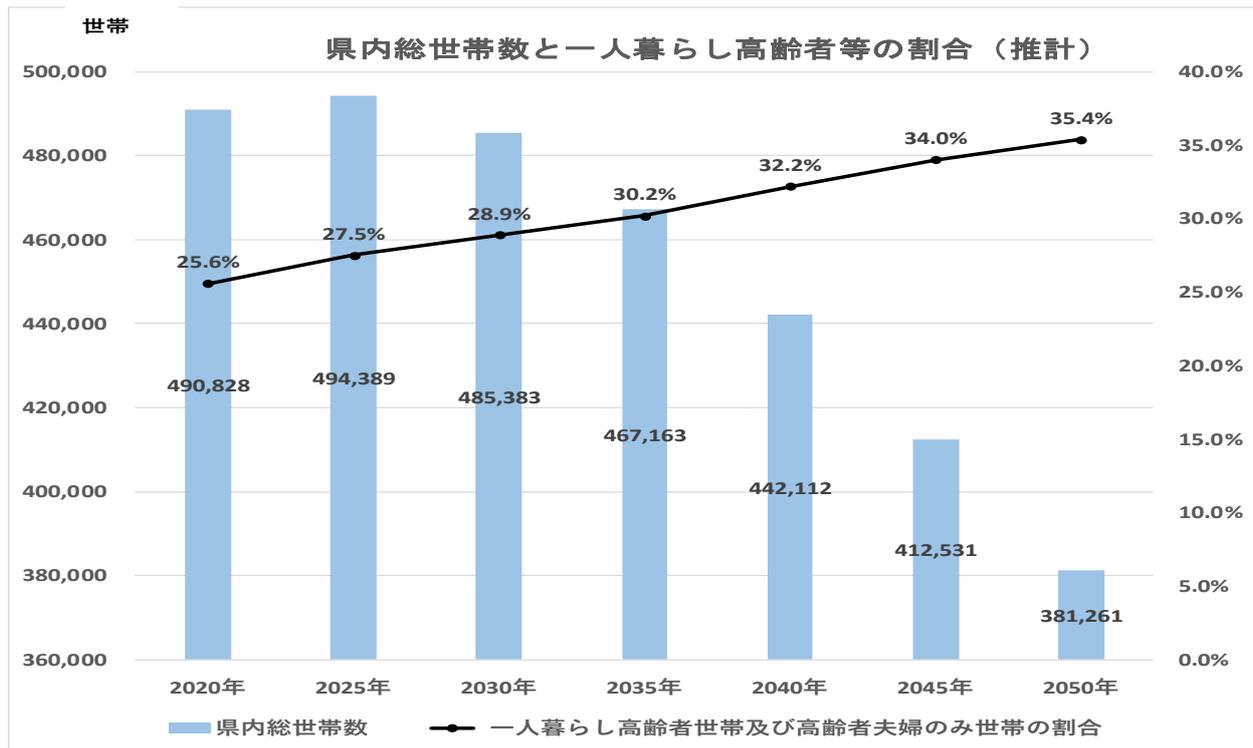
本県での高齢化率は、令和 2 (2020) 年には 33.6% (全国 28.6%) と県民の約 3 人に 1 人が高齢者となっており、さらに今後の推計では、令和 32 (2050) 年には 45% を超える見込まれています。



また、高齢化の進行に伴い、一人暮らし高齢者や高齢者だけの世帯も増えており、本県の一人暮らし高齢者世帯と高齢者夫婦のみの世帯を合わせると、全世帯に占める割合は令和 2 (2020) 年の 25.6% (全国 25.4%) から、令和 12 (2030) 年には 28.9% へと上昇し、さらに令和 27 (2045) 年には 3 分の 1 を超える見込まれています。

このため、高齢者の消費者トラブルの増加が懸念されます。

(出典：国立社会保障・人口問題研究所 日本の地域別将来推計人口 (令和 5 (2023) 年推計)、日本の世帯数の将来推計 (都道府県別推計) (令和 6 (2024) 年推計))



イ デジタル化の急速な進展

近年の情報通信基盤の整備と、情報通信技術の高度化に伴うスマートフォンやタブレット型端末の急速な普及で、誰でも簡単に、いつでもどこに居てもインターネットに接続し、オンラインで商品やサービスが購入できるようになっています。

また、電子商取引⁸の増加に伴い、代金の支払いに関しては、現金よりも手軽で素早い、スマートフォンによる電子決済やクレジットカード、電子マネーの利用（キャッシュレス化）が進んでいます。こうしたデジタル化の進展は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大による「新しい生活様式」の実践も影響を及ぼしています。

さらに、デジタルサービスの普及やシェアリングエコノミー⁹の急増、SNS¹⁰等インターネット上におけるコミュニケーションの広がり等、消費者を取り巻く環境が急激に変化しています。

ウ 自然災害の発生、新型コロナウイルス感染症の影響

近年は全国各地で、地震や台風、豪雨等による甚大な被害が発生しています。

⁸ 電子商取引

インターネットなど通信ネットワークを利用して行われる取引を指します。たとえば、広く利用されているインターネットショッピングは電子商取引の一種です。また、企業間にプライベートなネットワーク回線を設置して行われる売買取引も電子商取引に該当します。

⁹ シェアリングエコノミー

インターネットを介して個人と個人・企業等との間で活用可能な資産（場所・モノ・スキル等）をシェア（売買・貸し借り等）することで生まれる新しい経済の形です。

¹⁰ SNS

Social Networking Service（ソーシャルネットワーキングサービス）の略です。友だちなどつながって、文章や写真、動画などで自分を表現したり、コミュニケーションするサービスのことです。

本県においても平成 23 (2011) 年の東日本大震災津波はもとより、平成 28 (2016) 年の台風第 10 号や令和元 (2019) 年の台風第 19 号や令和 6 (2024) 年の台風 5 号など、多くの自然災害が発生しています。

また、令和 2 (2020) 年、新型コロナウイルス感染症の感染拡大による「新しい生活様式」の実践や孤独・孤立の社会問題化など、日常の消費生活に大きな影響が生じました。しかし、令和 5 (2023) 年 5 月に当該感染症が、「感染症の予防及び感染症の患者に対する医療に関する法律」の 5 類感染症に位置づけられたことなどを契機に、消費行動の変化が見られています。

このような災害時や感染症の発生等を契機に、台風等に伴う屋根のふき替え工事などの強引な勧誘、寄付金・義援金の要求や、一部商品の品薄状態に便乗した不審な通販サイトへの誘導、行政機関の職員を名乗り個人情報聞き出そうとする不審な電話など、消費者の心理につけ込んだ悪質商法等の発生が報告されています。

エ 持続可能な社会の実現に向けた機運の高まり

平成 28 (2016) 年 1 月の「持続可能な開発目標 (SDGs)」の発効に伴い、国においても「持続可能な開発目標 (SDGs) 推進本部」の設置や「持続可能な開発目標 (SDGs) 実施指針」の策定が行われました。この SDGs の 17 の目標の一つである「つくる責任 つかう責任」では、持続可能な生産と消費について、事業者任せではなく消費者自らが高い意識を持ち、行動することが望まれています。持続可能な社会の実現に向け、環境に配慮した商品の購入やごみの削減、リサイクルの推進等に、社会全体で取り組むことが求められています。

国が実施した「令和元 (2019) 年度エシカル消費に関する消費者意識調査」によると、エシカル消費について「興味がある」と回答した者の割合が 59.1%となっており、前回調査 (2016 年度、35.9%) に比べて大幅に増加するなど、持続可能な社会の実現に向けた機運の高まりがみられています。

	目標	12 持続可能な生産消費形態を確保する
		12.8 2030 年までに、人々があらゆる場所において、持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにする。

(2) 消費者行政の状況

ア 国の状況

(ア) 関係法令の改正等

○ 特定商取引に関する法律の改正

詐欺的な定期購入商法への対策等のため、令和 3 (2021) 年に特定商取引に関する法律が改正され、同年 7 月から順次施行されました。これによ

り、定期購入でないと誤認させる表示等により申込を行った場合の取消を認める制度の創設などがされました。

○ 改正民法の施行

成年年齢を 20 歳から 18 歳に引き下げる改正民法が、令和 4（2022）年 4 月から施行されました。これにより、高校 3 年生などの 18 歳と 19 歳の若年者は、未成年者取消権を行使することができなくなりました。

○ 取引デジタルプラットフォーム¹¹を利用する消費者の利益の保護に関する法律（以下「取引DPF法」という。）の成立

情報通信技術の進展に伴い、取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益を保護するため、取引DPF法が令和 3（2021）年に成立し、令和 4（2022）年 5 月に施行されました。これにより、取引デジタルプラットフォーム提供者は、消費者と販売業者等が円滑に連絡をとれるように努めることとされ、消費者は一定の要件のもと、取引デジタルプラットフォーム提供者に対し、販売業者等の情報について開示請求ができるようになりました。

○ 法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律（以下「不当寄附勧誘防止法」という。）の成立、消費者契約法¹²改正

法人等による不当な寄附の勧誘を禁止するとともに、当該勧誘を行う法人等に対する行政上の措置等を定めた、不当寄附勧誘防止法が令和 4（2022）年に成立し、令和 5（2023）年 1 月から順次施行されました。

また、これに併せて、消費者契約法についても、靈感等による告知を用いた勧誘に対する取消権の行使等について、令和 4（2022）年に改正され、令和 5（2023）年 1 月から施行されました。

○ 消費者契約法、消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律（以下「消費者裁判手続特例法」という。）の改正

消費者契約法を取り巻く環境の変化を踏まえて、令和 4（2022）年に消費者契約法が改正され、令和 5（2023）年 6 月から施行されました。これにより、勧誘することを告げずに退去困難な場所に移動し勧誘した場合の契約の取消権が新たに追加されました。

¹¹ 取引デジタルプラットフォーム

インターネットのショッピングサイトには、大きく分けて 2 種類あります。1 つは、販売業者自身がサイトを運営して直接消費者に販売を行っているものです。

そして、もう 1 つが、ショッピングモールのようにサイトに様々な販売業者が出店しているものです。この後者が「取引デジタルプラットフォーム」と呼ばれるものです。

¹² 消費者契約法

消費者が事業者と契約をするとき、両者の間には持っている情報の質・量や交渉力に格差があるため、消費者の利益を守るために平成 12（2000）年に制定されました。消費者契約について、不当な勧誘による契約の取消しと不当な契約条項の無効等を規定しています。

また、消費者裁判手続特例法についても、令和4（2022）年に消費者の被害を救済しやすく、消費者が利用しやすい制度とするためなどの改正を行い、令和5（2023）年6月に施行されました。

○ 一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示（ステルスマーケティング）告示の施行

消費者が良い商品・サービスを自主的かつ合理的な選択できる環境を守るため、事業者の広告であるにも関わらず広告であることを隠す、いわゆるステルスマーケティングが、令和5（2023）年3月に不当景品類及び不当表示防止法第5条第3号に基づく不当表示として、新たに告示で指定され、同年10月から施行されました。

（イ） 消費者教育の推進に関する基本的な方針の改正

消費者教育の推進に関する法律に基づき、国が策定している「消費者教育の推進に関する基本的な方針」について、消費者の多様化やデジタル化の進展など、消費者を取り巻く現状と課題を踏まえて、令和5（2023）年3月に改正されました。

（ウ） 第5期消費者基本計画の策定

令和7（2025）年度から令和11（2029）年度までの5か年を対象とした、第5期消費者基本計画が令和7（2025）年3月に策定されました。

消費者を取り巻く環境が大きな転換期を迎える中で、「消費者が信頼できる取引環境」、「『消費者力』の実践」及び「誰一人取り残されることのない社会の構築」により、安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現並びにウェルビーイング¹³の向上を目指し、当該計画に基づく消費者政策を強力に実施していくこととされています。

（エ） 消費生活相談のデジタル化の推進

消費者トラブルの多様化・複雑化、人口減少及び高齢化の更なる進展を見据え、消費生活に係る相談機能の維持・充実が重要な課題となっています。消費者の利便性や相談サービスの質の向上、消費生活相談員の負担軽減を図るため、令和8（2026）年10月を目途に新たな相談支援システムの運用を開始するなど、消費生活相談のデジタル化に向けた検討が進められています。

イ 県・市町村の状況

県内の消費生活相談は、年間、おおむね9千件台後半で推移しており、相談件数に占める高齢者の割合が大きくなっています。

¹³ ウェルビーイング

経済的豊かさのみならず、精神的な豊かさや健康までを含めて幸福や生きがいを捉える考え方（第4期教育振興基本計画）（令和5（2023）年6月16日閣議決定）。

現在、県内の全市町村において消費生活相談窓口が整備され、市町村間における広域連携により、消費生活相談員を配置した消費生活センターが設置されるなど、消費者に最も身近な市町村において、消費生活相談ができる体制が整備されています。

消費生活相談の内容は、電子メール、SNSなど多様な手段により、消費者の不安をあおって未納料金の請求などを行う架空請求や、インターネット接続回線の契約、SNS上の広告をきっかけとした通信販売での定期購入や副業サイトへの登録によるトラブルなど、スマートフォン、インターネットの利用に関する相談や、借金の返済などについて多く寄せられています。

これら多様化・複雑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や、多重債務に関する相談などに的確に対応するため、専門的な研修等による消費生活相談員の資質向上や弁護士等による法的サポート、警察等の関係機関との連携も必要となっています。

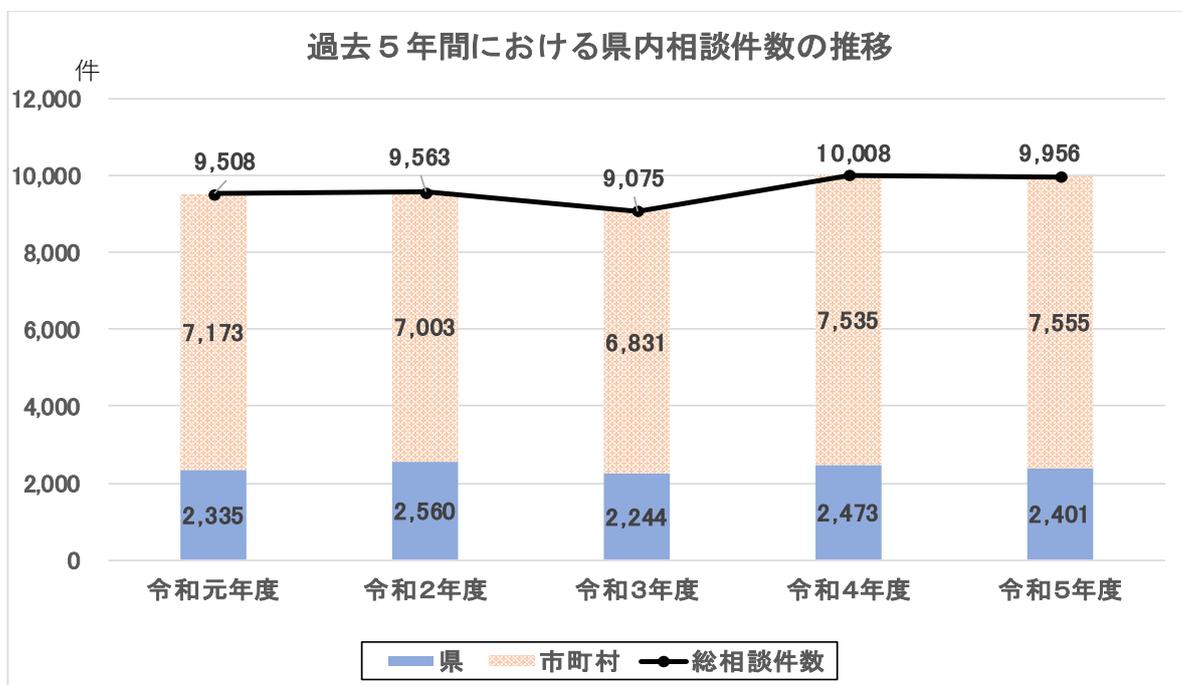
市町村に対しては、県による技術的な支援や市町村の消費生活相談員の資質向上に向けた研修会の開催など、相談対応の充実に向けた支援が必要となっています。

また、高齢者の消費者被害の防止については、地方公共団体及び地域の関係者が連携して見守り活動を行うネットワーク組織が、一部の市町村において設置されたところですが、更なる設置拡大に向けた働きかけが必要です。

(3) 本県における消費生活相談の現状

ア 消費生活相談件数

県及び市町村に寄せられた消費生活相談の総相談件数は、令和3（2021）年度に過去5年間では最も少ない件数となったものの、年間、おおむね9千件台後半で推移しています。

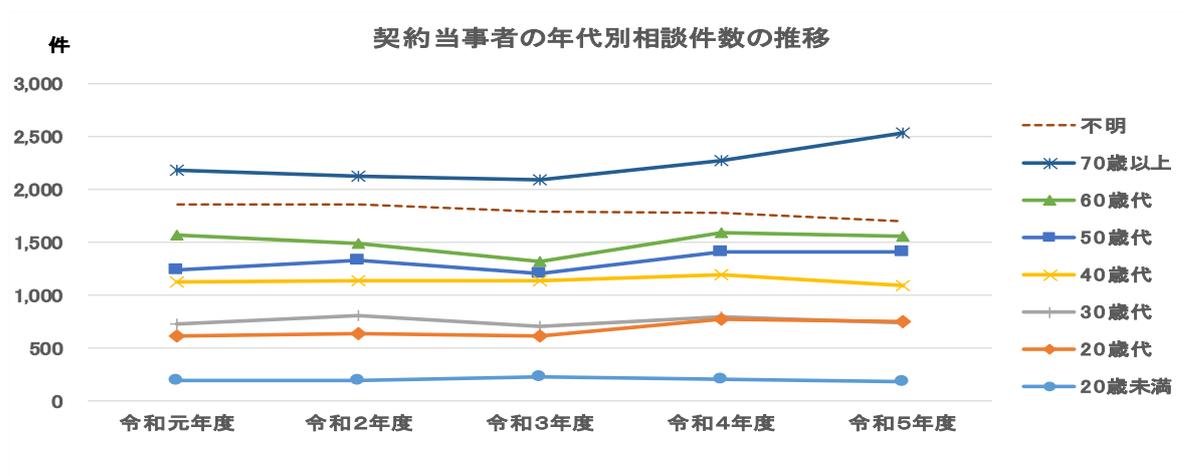


イ 契約当事者の男女別、年代別件数

契約当事者の男女別の割合は、おおむね半数ずつとなっています。

年代別では、例年、70歳以上の相談割合が最も高く、次いで60歳代からの相談割合が大きくなっています。

また、人口千人当たりの相談件数でみると、上記の年代のほか、20歳代及び50歳代の相談件数も多い傾向にあります。



令和5年度年代別相談件数（人口千人対：件）

20歳未満	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	平均
1.06	8.90	6.92	7.42	9.09	9.31	7.96	8.56

ウ 商品・サービス別相談件数

商品に関する相談では、架空請求などの「商品一般¹⁴」の相談が令和3（2021）年度までは減少したものの、近年、再び増加傾向にあります。また、化粧品など「保健衛生品」に関する相談が多い状況にあります。

サービスに関する相談は、生命保険やカードローンなどの「金融・保険サービス」に関する相談が、令和3（2021）年度以降増加傾向にあります。

また、減少傾向にはありますが、インターネット回線などの「運輸・通信サービス」が依然として多い状況にあります。

【商品・サービス別相談件数】

商品別相談件数（件）						サービス別相談件数（件）					
区分（※）	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	区分（※）	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度
商品一般	948	906	740	1,013	1,036	クリーニング	23	18	16	18	12
食料品	656	783	531	598	573	レンタル・リース・貸借	288	318	304	308	304
住居品	200	275	245	281	277	工事・建築・加工	193	171	205	256	216
光熱水品	172	214	214	212	182	修理・補修	90	107	155	98	143
被服品	240	325	373	413	322	管理・保管	10	5	9	6	10
保健衛生品	399	589	508	777	616	役務一般	59	57	65	77	87
教養娯楽品	411	568	493	542	519	金融・保険サービス	1,143	997	1,115	1,284	1,387
車両・乗り物	215	187	196	222	235	運輸・通信サービス	1,943	1,669	784	678	794
土地・建物・設備	249	271	286	308	270	教育サービス	16	20	21	31	24
他の商品	18	17	26	12	21	教養・娯楽サービス	188	170	618	574	568
商品計	3,508	4,135	3,612	4,378	4,051	保健・福祉サービス	320	246	246	428	379
						他の役務	336	328	453	493	614
行政サービス	127	159	106	103	82	内職・副業・ねずみ講	40	52	144	83	139
他の相談	1,224	1,111	1,222	1,193	1,146	サービス計	4,649	4,158	4,135	4,334	4,677

※ 区分の掲載順はPIO-NET（パイオネット）¹⁵による相談分類順

¹⁴ 商品一般

「注文した覚えのないものが送られてきた」など、商品を特定できない、又は特定する必要がないものをいいます。この中には、身に覚えがなく請求の内容や原因が不明なものも含まれます。

¹⁵ PIO-NET（パイオネット）

全国消費生活情報ネットワーク・システム。国民生活センターと全国の消費生活センターをネットワークで結び、消費者から消費生活センターに寄せられる消費生活に関する苦情相談情報（消費生活相談情報）の収集を行っているシステムです。

エ 販売購入形態別にみた契約当事者年代の割合

令和5年度の販売購入形態別相談件数を年代別にみると、各年代とも「通信販売」、「店舗購入」が多くなっています。

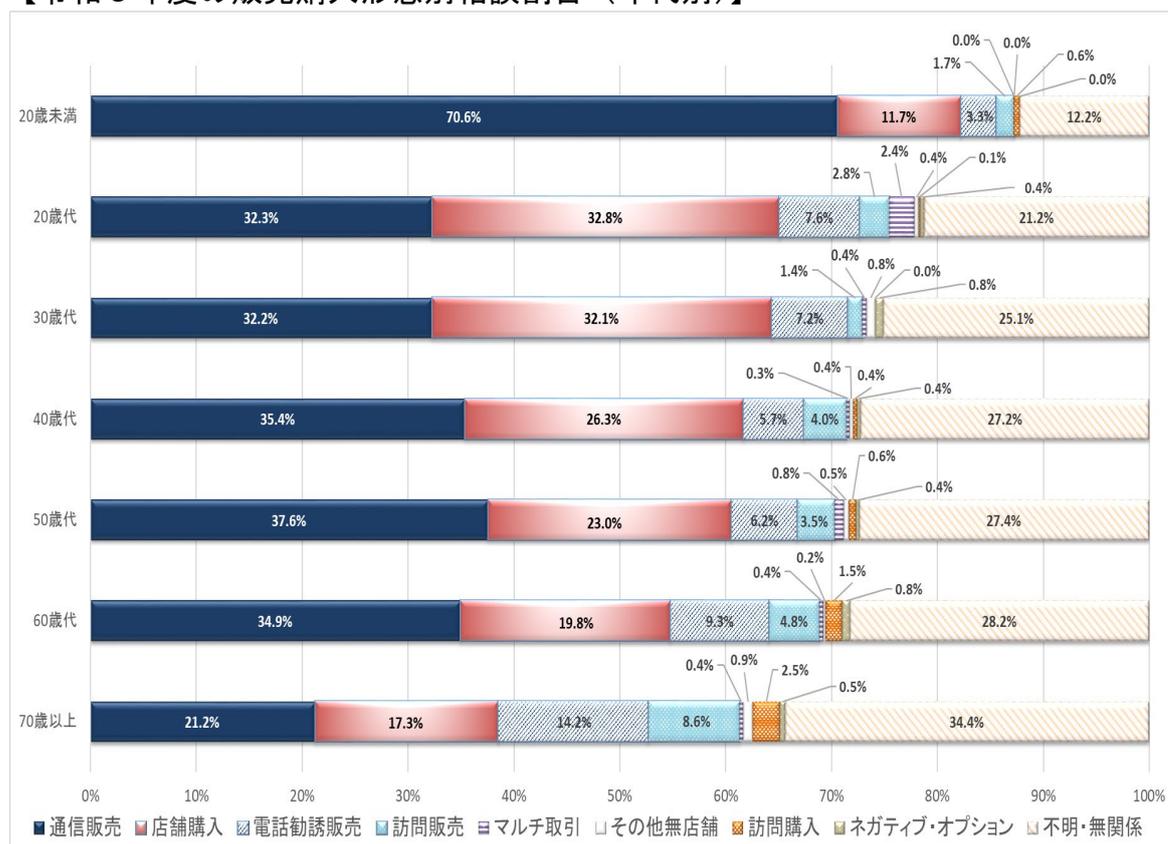
20歳未満では「通信販売」が7割を超えているほか、70歳以上では「電話勧誘販売」、「訪問販売」が他の年代に比べて多くなっています。

【令和5年度の販売購入形態別相談件数（年代別）】

（単位：件）

年代 形態・区分	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	無回答
通信販売	127	243	238	386	531	543	536	173
店舗購入	21	247	237	287	325	308	438	214
電話勧誘販売	6	57	53	62	88	145	358	96
訪問販売	3	21	10	44	50	74	218	59
マルチ取引	0	18	3	3	12	6	9	5
その他無店舗	0	3	6	4	7	3	23	4
訪問購入	1	1	0	4	9	24	64	16
ネガティブ・オプション	0	3	6	4	5	12	13	7
不明・無関係	22	160	185	297	387	439	869	1,124
合計	180	753	738	1,091	1,414	1,554	2,528	1,698

【令和5年度の販売購入形態別相談割合（年代別）】



オ 多重債務相談件数

消費生活相談のうち、多重債務に関する相談が令和3(2021)年度以降増加傾向にあり、令和5(2023)年度には895件(9.0%)となっています。

【消費生活相談のうち多重債務相談件数及び割合】 (単位：件)

区 分	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度
消費生活 相談件数 A	9,508	9,563	9,075	10,008	9,956
うち多重債務 相談件数 B	726	644	680	825	895
割合 B/A	7.6%	6.7%	7.5%	8.2%	9.0%

(4) 消費生活における県民の意識

本計画策定の参考とするため、令和6(2024)年6月に希望郷いわてモニターを対象として、次のとおり「消費生活に関する意識調査」を実施しました。

「消費者問題、消費行動のうち、関心を持っているもの」として回答が多かったものは、「悪質商法の手口と対策」や「インターネット利用によるトラブル」となっています。

また、「行政の取組で重要と考えるもの」は、「悪質な事業者等に対する法施行の実施」や「電話や面談による消費生活相談等の実施」が多くなっています。

【調査概要】

- 調査期間：令和6年6月24日～7月8日
- 調査方法：郵送及びインターネット
- 調査対象：希望郷いわてモニター 200名
- 回答者数：169名(回答率84.5%)

内訳：男性72名、女性97名

①20代	②30代	③40代	④50代	⑤60代	⑥70歳以上
5 (3%)	20 (12%)	23 (14%)	31 (18%)	59 (35%)	31 (18%)

ア 調査結果（概要）

- 「県民生活センター」、自分の住んでいる地域の「消費生活センター」及び「消費生活相談窓口（※）」の認知度について

知っている	141 (83.4%)	知らない	28 (16.6%)
-------	-------------	------	------------

- 次の消費者問題、消費行動のうち、関心を持っているものについて（上位回答5つ）

強引な勧誘や架空、不当請求などの悪質な商法の手口と対策	139	(82%)
ネット通販などインターネット（スマートフォンや携帯電話を含む）の利用によるトラブル	132	(78%)
電子マネーなどのキャッシュレス決済や暗号資産の取引によるトラブル	92	(54%)
生活用品、電化製品の欠陥や施設・整備の不具合により生じる事故	90	(53%)
自然災害等、緊急時の不安につけこんだ消費者トラブル	78	(46%)

- 商品の安全や事故防止、悪質商法や詐欺に関する情報の入手先について（上位回答5つ）

テレビ・ラジオ	147	(87%)
新聞・雑誌・書籍	116	(69%)
インターネット（ニュースサイトやブログ等）	97	(57%)
行政の情報発信（チラシや広報誌、公式サイトやCM等）	75	(44%)
スマートフォンのニュースアプリ	69	(41%)

- 商品の購入やサービスの提供に伴う契約で、トラブルや被害に遭うおそれについて不安を感じる程度について

非常に不安	不安	少し不安	感じない	わからない
24 (14%)	42 (24%)	92 (54%)	10 (6%)	1 (1%)

- 消費者トラブルに関して困っていることや心配事があった場合の相談先について（上位回答5つ）

行政の窓口や公的な相談員等	115	(68%)
親以外の家族（配偶者を含む。）	103	(61%)
友人、知人（インターネット上でしか知らない人を除く。）	67	(40%)
専門家（弁護士、医師等）	35	(21%)
職場の上司や同僚	25	(15%)

○ 消費者教育の内容で重要と考えるものについて（上位回答5つ）

契約やクーリングオフなどの法律の知識	117	(69%)
悪質商法の手口と対処方法	110	(65%)
消費者トラブルにあった際の相談窓口の周知	61	(36%)
安全・安心な商品の選び方	57	(34%)
インターネットやSNSを介しての商品購入やゲーム（課金等）を利用する際の注意点	55	(33%)

○ 消費者問題に対する行政の取組として重要と考えるものについて（上位回答5つ）

悪質な事業者等に対する法施行の実施	110	(65%)
電話や面談による消費生活相談等の実施	89	(53%)
消費生活関連情報の収集・分析、情報提供・啓発	55	(33%)
教育等の関係部局と連携した消費者教育の推進	49	(29%)
対応が困難な事案の解決に向けた消費者と事業者間のあつせんの実施	46	(27%)

3 課題

これまでの取組や社会情勢等の変化を踏まえ、県として次のような課題に対応していく必要があります。

(1) 消費者事故の未然防止及び事業者への指導

消費者が日頃利用している商品、サービスについて、電化製品の発火等による事故や事業者によるリコールが発生しています。消費生活用製品等の監視指導及び検査の実施や、消費者事故情報等の収集・消費者への注意喚起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ります。

また、消費者の自主的で合理的な選択の機会を妨げる、不当表示や不適正な勧誘・販売による契約トラブルが県内でも発生しています。

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調査等により、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ります。

(2) 消費者教育の推進

デジタル化の進展に伴う電子商取引の拡大など、消費者を取り巻く環境が急速に変化しています。そうした中、消費者トラブルによる被害を防止するためには、社会のデジタル化への対応も踏まえ、子どもから高齢者まで、それぞれのライフステージや教育の場等に応じた体系的・継続的な消費者教育を、関係機関と連携・協力し行っていくことが求められます。

また、年齢や性別など、消費者の多様な属性も踏まえて、SNSをきっかけとした消費者トラブルや特殊詐欺など、その時々消費生活相談の傾向なども踏まえた注意喚起や情報提供を行っていくことも必要です。

さらに、持続可能な社会の実現に向けた消費行動の推進を図るため、エシカル消費の推進や食品ロス削減などの意識の醸成に向けて、消費者に働きかけていくことが必要です。

(3) 消費者被害の救済

多様化・複雑化する悪質商法などによる消費者トラブルに関する相談に対し、更なる被害の防止や救済を図るため、適切に対応していく必要があります。

また、デジタル化の進展に伴う電子商取引の拡大などによる消費者トラブルの増加も懸念されることから、消費生活相談体制の充実が求められます。

多重債務問題については、背後に抱えている多様な問題も含め、関係機関等と連携して生活再建等に取り組むことが必要です。地域の高齢化や単身化などが進む中、高齢者や障がい者等の消費者被害を防止し、救済につなげるため、福祉関係部局との連携を密にして相談対応するほか、市町村や地域の関係者が連携して地域での見守り活動などを行う取組を進めることが必要です。

(4) 市町村・関係機関等との連携・協働

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支援の継続が必要です。

また、高齢者や障がい者等からの消費生活相談においては、相談対応の後、福祉サービスの活用等につなげる場合があることから、福祉相談部門との連携を進めていく必要があります。

多重債務問題や多様化・複雑化する悪質商法などの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、法的サポートなど早期の問題解決を図っていく必要があります。

持続可能な社会の実現に向けた消費行動の推進のため、エシカル消費や食品ロス削減、環境の保全に資する活動など、消費者と事業者団体等が、連携・協働による取組を推進していくことが求められています。

第3章 施策の方向

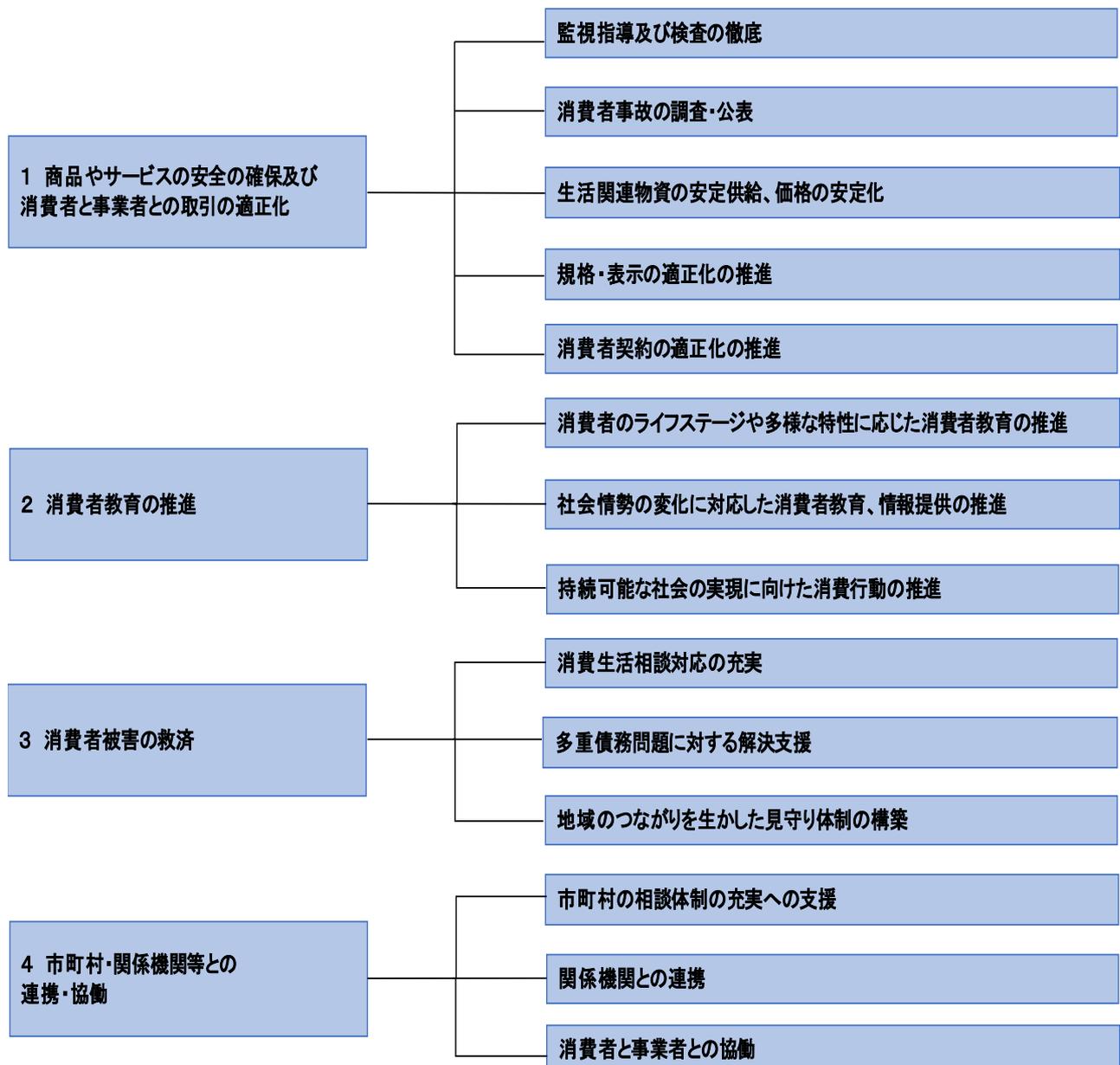
1 計画の基本目標

【基本目標】

消費者を取り巻く環境の変化に対応して消費者被害の防止と救済に取り組み、安心して暮らすことができる岩手

2 4つの柱（施策の方向）とそれを推進するための14の具体的な施策

【体系図】



本県における消費者施策を総合的、体系的に実施していくため、4つの施策の方向により、14の具体的な施策を展開していきます。

(1) 商品やサービスの安全の確保及び消費者と事業者との取引の適正化

ア 監視指導及び検査の徹底

消費生活用製品、電気用品、ガス器具、医薬品、食品、水道水などの安全性を確保するため、関係する法律に基づく事業者に対する監視指導及び検査を実施します。

イ 消費者事故の調査・公表

消費者の安全・安心な生活を確保するため、商品テストの実施及び国や関係機関と連携しながら、適切な情報提供を推進するとともに、消費者安全法に基づく消費者事故情報を収集し、迅速に提供します。

ウ 生活関連物資の安定供給・価格の安定化

消費生活と関連性が高い物資について、需給状況及び価格動向の情報を収集し、提供するほか、必要に応じて事業者への協力要請や勧告を行います。

エ 規格・表示の適正化の推進

商品やサービスの品質等の向上や消費者の自主的、合理的な選択の機会を確保するため、日用品、食品等の規格・表示についての事業者に対する監視指導及び検査を実施します。

オ 消費者契約の適正化の推進

取引が適正に行われるよう、訪問販売などの事業者に対する指導監督、立入調査等を実施します。

(2) 消費者教育の推進

ア 消費者のライフステージや多様な特性に応じた消費者教育の推進

- ・ 消費者自らが消費生活に関する正しい知識の取得・情報収集に努め、的確な判断力を身に付けられるよう、その時々の消費生活相談の傾向なども踏まえ、様々な広報媒体を通じて情報提供を行います。併せて、それぞれのライフステージに合わせ、学校や地域、家庭、職域など様々な場を活用した出前講座や各種セミナーの開催などについて、関係機関・団体と連携しながら消費者教育の充実を図ります。
- ・ 消費生活相談に占める相談割合が高い高齢者については、被害に巻き込まれやすい、被害に気がつきにくいといった特性があります。
また、若者については、他の年代と比べ、社会経験が少なく交渉力に乏しい、被害に巻き込まれやすいといった特性があります。

こうした年代別の特性に配慮した出前講座を開催するほか、地域団体や関係機関等と連携した注意喚起や啓発を行います。

イ 社会情勢の変化に対応した消費者教育、情報提供の推進

- デジタル化の進展に伴う電子商取引の拡大やSNSをきっかけとした様々な消費者トラブルを未然に防止するため、出前講座や各種セミナーの開催等を通じ、実際のトラブル事例の紹介や注意喚起、対応策について啓発を進めます。
- 成年年齢の引下げに対応した消費者教育を推進していくため、教育委員会と連携し、教員向け研修を実施するほか、消費者教育ポータルサイト（消費者庁）に掲載されている消費者教育教材等の活用を進め、消費者を取り巻く社会環境の変化や消費生活相談において把握した課題など、教育現場で活用できる消費生活情報を提供します。
- 金融経済教育推進機構や岩手県金融広報委員会と連携した高等学校・専門学校向け金融経済セミナーの開催や、専門学校・大学の新入学生、新社会人を対象とした消費者教育講座の開催など、若年者に対する消費者教育を推進します。
- 被害者にSNSや電話などにより対面することなく信頼させ、現金等をだまし取る犯罪の被害に遭わないよう、警察機関とも情報共有や連携を図りながら、注意喚起や啓発を行います。
- 近年、顧客等からの迷惑行為であるカスタマーハラスメント¹⁶が問題となっていることから、消費者が、その防止に向けた関心と理解を深めるとともに、就業者の立場を尊重しながら、自らの意見や考えを適切な方法で伝えることができるよう啓発を行います。

ウ 持続可能な社会の実現に向けた消費行動の推進

障がいのある人の支援につながる商品やフェアトレード¹⁷商品の選択、エコバッグの持参、省エネルギーの取組など、よりよい社会に向けて、あらゆる人、社会、環境へ配慮した消費行動（エシカル消費）や食品ロス削減等についての普及啓発を図り、持続可能な社会の実現に向け、消費者や事業者の消費行動を推進します。

¹⁶ カスタマーハラスメント

明確に定義することはできませんが、「顧客等からのクレーム・言動のうち、当該クレーム・言動の要求の内容の妥当性に照らして、当該要求を実現するための手段・態様が社会通念上不相当なものであって、当該手段・態様により、労働者の就業環境が害されるもの」が該当すると考えられています。

¹⁷ フェアトレード

開発途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入することにより、開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す貿易の仕組みのことです。

(3) 消費者被害の救済

ア 消費生活相談対応の充実

- ・ 多様化・複雑化する悪質商法や電子商取引等の消費者トラブルに関する相談に的確に対応するため、消費生活相談員の資質向上及び担い手の確保に取り組むほか、弁護士相談の実施による法的サポートの推進をします。
- ・ 消費者向けFAQ¹⁸の充実、相談データの分析機能の強化や有効活用、効率的・効果的な情報提供など、新たな相談支援システムによる消費生活相談のデジタル化により相談対応の充実を図ります（令和8年10月運用開始）。
- ・ 令和9（2027）年度に予定されている「岩手県福祉・消費生活関連相談拠点施設（仮称）」の整備により、消費生活部門と福祉相談部門が連携して、複数分野の相談機能のワンストップ化、相談支援機能の充実を図ります。
- ・ 若年者の消費者トラブル防止については、岩手弁護士会と連携し、若年者が無料で弁護士と直接電話で相談できる機会を提供します。
- ・ 災害時や感染症の拡大時における消費者被害の防止に向けて、状況に応じてホームページへの掲載による情報提供や、消費生活サポーター¹⁹等へのメールニュースなどを活用した注意喚起を行います。

イ 多重債務問題に対する解決支援

多重債務問題の効果的な対策を推進するため、岩手弁護士会や福祉等関係機関との情報の共有・連携を深め、多重債務者弁護士相談等の法的な解決支援や生活再建に向けたサポートを推進します。

ウ 地域のつながりを生かした見守り体制の構築

高齢者や障がい者等の消費者被害防止・救済のためには、地域における消費者被害の早期発見など、見守りが必要なことから、既に地域に存在している福祉のネットワーク等も活用した、医療・福祉、警察・司法等の関係団体で構成される消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の設置を促進するため、市町村への働きかけを強化します。

(4) 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

多様化・複雑化している消費者問題に対応するため、市町村の消費生活相談員を対象とする研修会を開催するほか、困難な相談事案について、専門家の助言を得る機会を提供するなど解決に向けた支援を行います。

¹⁸ FAQ（エフ・エー・キュー）

「Frequently Asked Questions（フリークエントリー アスクド クエッションズ）」（英語）の略語で、「頻繁に尋ねられる質問」という意味です。また、顧客等から頻繁に尋ねられる商品やサービス、業務に関する質問をまとめてデータベース化し、検索できるようにしたシステムを「FAQシステム」と呼びます。

¹⁹ 消費生活サポーター

消費者被害のない地域づくりをすすめるため、消費生活に関する情報を身近な人や地域、団体に伝えたり、地域の情報やニーズを県民生活センターに情報提供するなど、県内の各地域における啓発活動の担い手として活動していただくボランティアです。

イ 関係機関との連携

- ・ 消費者に対するきめ細かな支援を行うため、県・市町村・関係団体等のネットワークを活用するほか、岩手弁護士会、事業者団体、警察、適格消費者団体²⁰等の関係機関と連携して対応します。
- ・ 「岩手県福祉・消費生活関連相談拠点施設（仮称）」の整備により、消費生活部門と福祉相談部門が連携して、複数分野の相談機能のワンストップ化、相談支援機能の充実を図ります。

ウ 消費者と事業者との協働

持続可能な社会の実現に向けた共通の認識・目標のもと、食品ロスやプラスチックごみの削減、地球温暖化防止など環境の保全に資する活動や、フェアトレード商品・エコ商品の購入などのエシカル消費等による消費者と事業者との連携した取組を促進します。

²⁰ 適格消費者団体

消費者全体の利益擁護のために差止請求権を適切に行使することができる適格性を備えた消費者団体として、内閣総理大臣の認定を受けた団体です。東北では、特定非営利活動法人消費者市民ネットとうほく（宮城県仙台市）が平成 29（2017）年度に認定されました。

第4章 施策推進に向けた取組と主要指標

前章に掲げた14の具体的な施策を推進するため、次のとおり取組と主要指標を設定します。

1 商品やサービスの安全の確保及び消費者と事業者との取引の適正化

(1) 監視指導及び検査の徹底

ア 消費生活用製品販売事業者の監視指導

特定製品等の安全性を確保するため、消費生活用製品安全法に基づき、販売事業者等に対する監視指導及び検査を行います。

イ 電気用品等販売事業者の監視指導

電気用品の安全性を確保するため、電気用品安全法に基づき、販売事業者等に対する監視指導及び検査を行います。

ウ ガス器具等販売事業者への監視指導

ガス器具等の安全性を確保するため、液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律に基づき、販売事業者等に対する監視指導及び検査を行います。

エ 医薬品等販売施設の監視指導

医薬品等の安全性や有効性の確保のため、医薬品医療機器等法に基づき、販売施設に対する監視指導を行います。

オ 食品関係施設の監視指導

食品の安全性の確保や安全な食品の流通、販売の促進のため、関係する法律に基づき、関係施設に対する監視指導及び検査を行います。

カ 水道施設等の監視指導

水質の安全性確保や施設の適切な維持管理のため、水道法等関係法令に基づく関係施設の監視指導及び検査を行います。

(2) 消費者事故の調査・公表

ア 商品テストの実施及び結果の情報提供

商品の安全性の確保や消費者への注意喚起のため、商品テストを実施するとともに、適切な情報提供を行います。

イ 消費者安全法に基づく情報提供

県内で発生した消費者事故情報及び重大事故情報について、消費者庁への報告を行います。また、消費者庁から公表された重大事故情報をホームページに掲載し、情報提供を行います。

(3) 生活関連物資の安定供給・価格の安定化

ア 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

生活関連物資のうち、消費者の関心の高いレギュラーガソリン及び灯油についての価格動向等の調査を行います。また、必要に応じて事業者への協力要請等を行います。

(4) 規格・表示の適正化の推進

ア 家庭用品の品質表示の適正化

家庭用品の品質表示の適正化の確保のため、家庭用品品質表示法に基づき、販売店等に対しての立入検査を行います。

イ 食品表示法に基づく食品表示の適正化

食品の表示の適正化を確保するため、食品表示法に基づき、販売店等に対しての監視指導を行います。

ウ 単位価格表示²¹の推進

消費者が自主的、合理的に商品を選択できるようにするため、条例に基づき、単位価格表示制度の周知を行うとともに、販売店等に対し、表示の実施について協力を依頼します。

(5) 消費者契約の適正化の推進

ア 特定商取引に関する法律及び条例に基づく事業者への指導・処分

消費者契約の適正化の確保のため、特定商取引に関する法律及び条例に基づき、悪質な事業者に対しての行政指導や行政処分を行います。

イ 不当景品類及び不当表示防止法に基づく事業者への行政指導等

消費者契約の適正化の確保のため、不当景品類及び不当表示防止法に基づき、対象の事業者に対しての行政指導又は措置命令を行います。

ウ 割賦販売法に基づく契約の適正化

国と連携を図りながら、割賦販売法に基づき、特定の取引業者に対しての適正な業務運営の確保を図ります。

エ 貸金業法に基づく契約の適正化

金銭消費貸借契約の適正化の確保のため、貸金業法に基づき、貸金業者に対しての立入検査を行います。

²¹ 単位価格表示

単位価格表示(ユニット・プライシング)とは、商品の販売価格の表示のほかに「100グラム当たり何円」とか「10ミリリットル当たり何円」というように計量単位当たりの価格を併せて表示することにより、消費者が商品を購入する際の価格の比較を容易にし、商品選択の利便を図るための表示です。

【主要指標】

指標項目 (単位)	指標設定 の考え方	室課等名	基準年 (R5)	R7	R8	R9	R10	R11	関連 項目
立入検査件 数（特定製 品）（件／ 累計）	県が行う立入検査件 数とし、年間14件ず つ、5年間で管内の 事業者全てを検査す ることを目指しま す。	県民生活 センター	11	14	28	42	56	70	(1)ア
立入検査件 数（特定保 守製品（件 ／累計）	県が行う立入検査件 数とし、年間6件ず つ、5年間で管内の 事業者全てを検査す ることを目指しま す。		5	6	12	18	24	30	
レギュラー ガソリン及 び灯油価格 の調査回数 (回)	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	480	480	480	480	480	480	(3)ア
単位価格表 示に取り組 んでいる店 舗の割合 (%)	単位価格表示に取り 組んでいる店舗の割 合としR11年度まで に85.0%を目指しま す。	県民生活 センター	82.6	83.1	83.6	84.1	84.6	85.0	(4)ウ

2 消費者教育の推進

(1) 消費者のライフステージや多様な特性に応じた消費者教育の推進

ア 学校における消費者教育の推進

- ・ 学校からの要請により、若年者の特性に応じた、消費生活に関する出前講座や各種セミナーを開催します。
- ・ 学校において効果的に消費者教育を行えるよう、教育委員会と連携した研修会の開催等により、教員のスキルアップを図るとともに、教育現場で活用できる消費生活情報の提供に取り組みます。
- ・ インターネットの危険性や情報端末の正しい利用方法など、情報モラル教育に関する授業研修会を行います。また、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普及啓発に取り組みます。
- ・ 教育委員会や関係機関等と連携し、広報誌やメディアなど各種媒体を活用するなど、消費生活に関する幅広い情報提供を行います。

イ 地域における消費者教育の推進

- ・ 地域からの要請により、ライフステージに応じた、消費生活に関する出前講座や各種セミナーを開催します。
- ・ 地域における消費生活に関する啓発活動の担い手として「消費生活サポーター」を募集し、サポーターを通じた情報提供を行います。
- ・ 地域や関係機関等と連携し、広報誌やメディアなど各種媒体を活用するなど、消費生活に関する幅広い情報提供を行います。

ウ 多様な主体（事業者、各種団体）による消費者教育の推進

- ・ 職域、各種団体等からの要請により、ライフステージに応じた、消費生活に関する出前講座や各種セミナーを開催します。
- ・ 関係機関や各種団体等と連携し、広報誌やメディアなど各種媒体を活用するなど、消費生活に関する幅広い情報提供を行います。

エ 高齢者や障がい者等の特性に対応した消費者教育の推進

- ・ 各種団体等からの要請により、高齢者や障がい者等の特性に配慮した、消費生活に関する出前講座や各種セミナーを開催します。
- ・ 関係機関と連携し、知的障がい者の金銭管理等に関する情報提供を行います。
- ・ 地域や関係機関等と連携し、広報誌やメディアなど各種媒体を活用するなど、消費生活に関する幅広い情報提供を行います。

オ 食の安全安心に関する出前講座の開催

食品の安全性の確保や表示制度等について、食の安全安心に関する出前講座を開催します。

カ 医薬品等の適正使用に関する啓発講座の開催

薬の正しい知識の普及を図るため、医薬品等の適正使用に関する健康管理講座「みんなの薬の学校」を開催します。

(2) 社会情勢の変化に対応した消費者教育、情報提供の推進

ア デジタル化の進展に伴うSNS被害等への対応

- ・ 子どもから高齢者まで、それぞれのライフステージに応じ、高齢者や障がい者等の特性に配慮した、電子商取引の拡大に伴うトラブル防止等に関する出前講座や各種セミナーを開催します。
- ・ 教員を対象とした研修会や出前講座を開催します。
- ・ 広報誌やメディアなど各種媒体を活用するなど、消費生活に関する幅広い情報提供を行います。

イ 成年年齢引下げへの対応

- ・ 学校や職域からの要請により、成年年齢の引下げに応じた、消費生活に関する出前講座や各種セミナーを開催します。
- ・ インターネットの危険性や情報端末の正しい利用方法など、情報モラル教育に関する授業研修会を行います。また、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普及啓発に取り組みます。
- ・ 学校において効果的に消費者教育を行えるよう、教育委員会と連携した研修会の開催等により、教員のスキルアップを図るとともに、教育現場で活用できる消費生活情報の提供に取り組みます。
- ・ 教育委員会や関係機関等と連携し、広報誌やメディアなど各種媒体を活用するなど、消費生活に関する幅広い情報提供を行います。

ウ 特殊詐欺被害の防止に関する啓発の推進

- ・ 消費者のライフステージに応じ、架空請求や振り込め詐欺などの特殊詐欺被害の防止等に関する出前講座や各種セミナーを開催します。
- ・ 教員を対象とした研修会や出前講座を開催します。
- ・ 警察等と連携し、広報誌やメディアなど各種媒体を活用するなど、消費生活に関する幅広い情報提供を行います。

エ カスタマーハラスメント防止についての啓発の推進

- ・ 職域、各種団体等からの要請により、消費者としての意見が相手に伝わる伝え方などに関する出前講座や各種セミナーを開催します。
- ・ 広報誌やメディアなど各種媒体を活用するなど、消費生活に関する幅広い情報提供を行います。

(3) 持続可能な社会の実現に向けた消費行動の推進

ア エシカル消費に関する普及啓発

- ・ 幅広い年代を対象として、エシカル消費に関する各種セミナーを開催します。
- ・ 学校、地域、職域、各種団体からの要請により、ライフステージに応じた、エシカル消費に関する出前講座や各種セミナーを開催します。
- ・ 広報誌やメディアなど各種媒体を活用し、エシカル消費に関する幅広い情報提供を行います。

イ 障がい者就労支援事業所等からの優先調達

障がい者就労支援事業所等からの物品等の調達（ハート購入制度²²）の推進を図ります。

ウ 食品ロス削減に関する普及啓発

食品ロス発生抑制に向け、エシカル消費の普及啓発を図るとともに、消費生活に関する啓発資材を配布するなど、消費者の自主的な行動を促進します。

エ 3R²³（リデュース、リユース、リサイクル）の普及啓発

関係団体や市町村等と連携しながら、「もったいない・3R運動」を展開するなど、3R推進のための普及啓発活動を積極的に実施します。

オ 環境学習交流センターによる環境学習の支援

環境学習交流センターを拠点とし、環境関連情報の提供や環境学習講座の開催、環境アドバイザーの派遣等により、県民の環境学習を支援します。

カ 地球温暖化対策に関する普及啓発

省エネ行動の見える化や地球温暖化対策に関する情報の提供を通じ、県民の地球温暖化に対する意識を高めるとともに、地球温暖化対策の実践を促します。

キ 地球温暖化防止活動推進員の派遣

地球温暖化防止活動推進員を市町村や自治会等が主催する研修会等へ派遣し、温室効果ガス排出削減に向けた、県民の消費行動の変容を促します。

²² ハート購入制度

国等による障害者就労施設等からの物品等の調達の推進等に関する法律（障害者優先調達推進法）に基づき、障がい者就労支援事業所等からの物品・役務の調達を推進し、障がい者の自立を促進するものです。

²³ 3R（スリーアール）

Reduce（リデュース：廃棄物の発生抑制）、Reuse（リユース：再使用）、Recycle（リサイクル：再生利用）の3つの英語の頭文字をとったものです。3つのRに取り組むことでごみを限りなく少なくし、また環境への影響を極力減らして、限りある地球の資源を有効に繰り返し使う社会（＝循環型社会）をつくることを目的とします。

【主要指標】

指標項目 (単位)	指標設定 の考え方	室課等名	基準年 (R5)	R7	R8	R9	R10	R11	関連 項目
消費者教育 関連セミナー 受講者数 (人／累 計) ※目標値 はR5からの累 計	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 ※() 内は単年 度数値	7,148	18,600 (6,200)	24,800 (6,200)	31,000 (6,200)	37,200 (6,200)	43,400 (6,200)	(1)ア イウエ (2)ア イウエ (3)ア 4(2)イ
出前講座開 催回数 (回)	県が開催する出前講 座の回数とし、年間 25回以上実施しま す。	県民生活 センター	28	県が開催する出前講座の回数とし、年 間25回以上実施します。					(1)ア イウエ (2)ア イウエ (3)ア 4(2)イ
教員を対象 とした研修 会の開催回 数(回)	学校教員を対象とし た研修会の開催回数 とし、年間4回以上 実施します。	県民生活 センター	5	教員を対象とした研修会の開催回数と し、年間4回以上実施します。					(1)ア (2)ア イウエ 4(2)イ
スマートフ ォンやイン ターネット を使うとき は、危険に 巻き込まれ る可能性等 があること を理解して いる児童生 徒の割合 (%)	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	98	100	100	100	100	100	(1)ア (2)イ 小学校
			99	100	100	100	100	100	(1)ア (2)イ 中学校
			99	100	100	100	100	100	(1)ア (2)イ 高校
県民又は報 道機関向け の情報提供 回数(回)	県民又は報道機関向 けの情報提供回数と し、年間400回以上 を目指します。	県民生活 センター	398	県民又は報道機関向けの情報提供回数 とし、年間400回以上を目指します。					(1)ア イウエ (2)ア イウエ (3)ア ウ
消費生活サ ポーター登 録者数 (人)	消費生活サポーター の登録者数とし、 R11までに総数330人 以上の登録を目指し ます。	県民生活 センター	300	310	315	320	325	330	(1)イ
消費生活サ ポーターへ の情報提供 回数(回)	消費生活サポーター に対する情報提供回 数とし、年間6回以 上実施します。		6	消費生活サポーターに対する情報提供 回数とし、年間6回以上実施します。					

指標項目 (単位)	指標設定 の考え方	室課等名	基準年 (R5)	R7	R8	R9	R10	R11	関連 項目
高齢者を対象とした出前講座の開催回数 (回)	高齢者を対象とした出前講座の開催回数とし、年間5回実施します。	県民生活センター	7	高齢者を対象とした出前講座の開催回数とし、年間5回実施します。					(1)エ (2)ア ウ
知的障がい者の金銭管理等に関する情報提供回数 (回)	知的障がい者の金銭管理等に関する情報提供回数とし、年間2回以上を目指します。	県民生活センター	—	知的障がい者の金銭管理等に関する情報提供回数とし、年間2回以上を目指します。					(1)エ
高等学校教員を対象とした研修会の開催回数 (回)	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回以上を目指します。	県民生活センター	1	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回以上を目指します。					(1)ア (2)イ
エシカル消費出前講座開催回数 (回)	エシカル消費に係る出前講座の開催回数とし、年間8回以上を目指します。	県民生活センター	—	エシカル消費に係る出前講座の開催回数とし、年間8回以上を目指します。					(3)ア
エコ協力店 ²⁴ いわて認定店舗数 (店舗)	3R推進のため、エコ協力店の認定を進めます。	資源循環推進課	313	323	323	323	323	323	(3)エ

²⁴ エコ協力店

ごみの減量化やリサイクルに積極的に取り組むお店のことです。県と市町村（一部を除く）が、ごみの減量化やリサイクルについて、自ら目標を立てて目標に取り組む店舗を、エコショップいわて認定店(小売店及びサービス業を営む営業所)、エコレストランいわて認定店(飲食店)、エコホテルいわて認定店(宿泊施設)として認定します。

3 消費者被害の救済

(1) 消費生活相談対応の充実

ア 消費生活相談の実施

県民の消費者トラブルの救済を図るため、専門員の配置による消費生活相談を行います。

イ 消費生活相談員の資質向上及び担い手の確保

県及び市町村の消費生活相談員の資質向上を図るため、知識や手法の取得など、消費生活相談業務に関する研修会を開催します。

また、国民生活センターが実施する消費生活相談員資格試験の周知や試験合格者等に対する岩手県消費生活相談員人材バンクへの登録勧奨を行うほか、消費生活相談員の業務の重要性や魅力・やりがいについて、ホームページやSNSなど様々な広報媒体及び出前講座を通じた情報発信などにより、相談員の担い手確保に取り組みます。

ウ 消費生活相談のデジタル化の推進

国が進める新システム導入による消費生活相談のデジタル化に対応し、消費者の利便性向上や相談業務の改善に向けた体制整備に取り組みます。

エ 法的サポートの推進

複雑かつ専門性が高い消費生活相談に対応するため、特に若年者を対象にした弁護士による無料相談を行います。

オ 高齢者や障がい者等の消費生活相談に関する対応の強化

- ・ 福祉の関係者や関係機関を対象とした、消費生活に関する出前講座や各種セミナーを開催し、情報共有・連携を図ります。
- ・ 「岩手県福祉・消費生活関連相談拠点施設（仮称）」を整備し、福祉相談部門との連携により、相談機能のワンストップ化、相談支援機能の充実を図ります。

カ 消費生活審議会紛争解決部会による紛争の解決

消費者が抱える紛争の解決のため、必要に応じて部会を開催し、解決に努めます。

キ 災害時等における情報の提供

ホームページやメールニュースなど各種媒体を活用し、状況に応じた県民向けの情報提供を行います。

(2) 多重債務問題に対する解決支援

ア 多重債務者弁護士無料相談の実施

多重債務問題の法的な解決を図るため、関係団体と連携し、多重債務者弁護士無料相談を行います。

イ 多重債務、生活再建関係機関等との連携

庁内の関係室課や関係団体と連携し、多重債務問題の解決や情報共有を図るための会議を開催します。

(3) 地域のつながりを生かした見守り体制の構築

ア 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

地域の福祉関係者等を対象とした、高齢者の消費者トラブルや見守りについての研修会の開催や市町村への情報提供により、地域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（見守りネットワーク）の設置を促進します。

【主要指標】

指標項目 (単位)	指標設定 の考え方	室課等名	基準年 (R5)	R7	R8	R9	R10	R11	関連 項目
消費生活相談解決割合 ²⁵ (%)	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96.3%以上を目指します。	県民生活センター	96.2	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96.3%以上を目指します。					(1)ア
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)	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	24	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。					(1)エ 4(2)エ
多重債務者弁護士無料相談の実施回数 (回)	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	114	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。					(2)ア 4(2)エ
消費者安全確保地域協議会の設置市町村の県内人口カバー率 (%)	協議会の設置市町村の人口カバー率がR11までに50%以上となることを目指します。	県民生活センター	2.3	10	20	30	40	50	(3)ア

²⁵ 消費生活相談の解決割合（相談解決割合）

全県に寄せられた相談の対応結果のうち、①助言（自主交渉）、②情報提供、③他機関紹介、④あっせん解決を行ったものの割合をいいます。

4 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

ア 市町村相談体制の支援

研修等の実施による相談対応スキルの向上、訪問による情報・課題の共有、相談内容に応じた助言の実施など、市町村における消費生活相談体制の充実を支援します。

(2) 関係機関との連携

ア 市町村との連携

- ・ 市町村との連携による広域的・効果的な消費者行政や消費者啓発を推進します。
- ・ 高齢者及び若年者の消費者被害防止のため、県と市町村が連携し、広域による広報啓発や相談対応を行います。

イ 教育機関や事業者等との連携・協働

- ・ 教育委員会、高校や大学をはじめとする教育機関のほか、事業者、各種団体等と連携し、様々な場を活用した出前講座や各種セミナーを開催します。
- ・ 教員を対象とした研修会や出前講座を開催します。

ウ 高齢者や障がい者等の相談に関する関係機関等との連携

「岩手県福祉・消費生活関連相談拠点施設（仮称）」を整備し、福祉相談部門との連携により、相談機能のワンストップ化、相談支援機能の充実を図ります。

エ 弁護士会との連携

多重債務問題や多様化・複雑化する悪質商法等の消費者トラブルに的確に対応するため、岩手弁護士会と連携し、弁護士相談を実施します。

オ 警察との連携

消費生活侵害事犯が疑われる相談に関する情報について、相談者の同意を得た上で警察との情報交換を行います。

(3) 消費者と事業者との協働

ア 事業者によるエシカル消費の取組の促進

事業者や商工会議所等の関係機関の訪問による、エシカル消費の普及啓発や取組への働きかけを行います。

イ 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、廃棄物の資源化など環境産業での活用を支援します。

ウ 温室効果ガス排出削減に係る県民運動の展開

県民、事業者等の各主体が、温室効果ガスの排出削減に向けた行動に取り組む県民運動を展開します。

エ 「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、二酸化炭素排出の抑制の措置を積極的に講じている事業所を「いわて地球環境にやさしい事業所」として認定します。

【主要指標】

指標項目 (単位)	指標設定 の考え方	室課等名	基準年 (R5)	R7	R8	R9	R10	R11	関連 項目
市町村への 助言回数 (回)	市町村への助言回数 とし、年間70回以上 を目指します。	県民生活 センター	70	市町村への助言回数とし、年間 70 回以 上を目指します。					(1)ア
事業者等の 3R推進の 取組に対す る支援実施 件数 (件/ 累計)	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 ※ () 内は単年 年度数値	149	155 (6)	161 (6)	167 (6)	173 (6)	179 (6)	(3)イ
地球温暖化 防止のため の行動に努 めている県 民の割合 (%)	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	80.0	90	90	90	90	90	(3)ウ
いわて地球 環境にやさ しい事業所 認定数 (事 業所数)	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	270	320	344	350	356	362	(3)エ

第5章 計画の推進体制と進行管理

県では、県民の消費生活の安定と向上のため、市町村や関係機関と連携し、本計画に掲げた施策を推進していきます。

1 推進体制

計画の着実な実施に当たっては、国、市町村、関係団体等との連携を図り、取り組んでいきます。

2 進行管理

毎年度、計画の進捗状況の点検・評価を行い、その結果を岩手県消費生活審議会²⁶に報告します。

また、消費者を取り巻く社会経済情勢の変化等を踏まえ、必要に応じて、計画の見直しを行います。

この場合、岩手県消費生活審議会に意見等を求めることとします。

3 県民への公表

計画をより多くの県民に知っていただくため、毎年度、計画の実施状況について、県のホームページで公表します。

²⁶ 岩手県消費生活審議会

消費者施策に関する重要事項の調査審議、紛争のあっせん、調停、紛争の解決のための知事への助言を行うために設置された審議会です。

参考指標 (※) 一覧 (※) それぞれの施策の進捗状況の把握を補足するもの

1 商品やサービスの安全の確保及び消費者と事業者の取引の適正化

指標項目 (単位)	室課等名	基準年 (R5)	関連項目
電気用品等販売事業者の監視指導件数 (件)	消防安全課	51	(1)イ
ガス器具等販売事業者への監視指導件数 (件)	消防安全課	22	(1)ウ
医薬品等販売施設の監視指導件数 (件)	健康国保課	1,374	(1)エ
食品関係施設の監視指導件数 (件)	県民くらしの安全課	28,696	(1)オ
水道施設等の監視指導件数 (件)	県民くらしの安全課	323	(1)カ
消費者事故報告件数 (件)	県民生活センター	74	(2)イ
重大事故報告件数 (件)		17	
検査品目数 (家庭用品) (品目)	県民生活センター	2	(4)ア
食品表示点検店舗数 (店舗)	県民くらしの安全課	188	(4)イ
単位価格表示実施状況調査の実施回数 (回)	県民生活センター	1	(4)ウ
特定商取引に関する法律及び条例に基づく事業者に対する行政指導及び行政処分件数 (件)	県民生活センター	0	(5)ア
不当景品類及び不当表示防止法に基づく事業者に対する行政指導及び措置命令件数 (件)	県民生活センター	1	(5)イ
割賦販売法に基づく取引業者に対する立入検査件数 (件)	県民生活センター	1	(5)ウ
貸金業法に基づく貸金業者に対する立入検査件数 (件)	経営支援課	0	(5)エ

2 消費者教育の推進

指標項目（単位）	室課等名	基準年 (R5)	関連項目
情報モラル教育に関する授業研修会実施回数（回）	学校教育室	24	(1)ア (2)イ
社会人（就労者）向けセミナーの開催回数（回）	県民生活センター	5	(1)ウ (2)イ
食の安全安心に関する出前講座開催回数（回）	県民くらしの安全課	129	(1)オ
医薬品等の適正使用に関する健康管理講座開催回数（回）	健康国保課	21	(1)カ
消費生活セミナー（エシカル消費）開催回数（回）	県民生活センター	1	(3)ア
ハート購入による契約金額（千円）	障がい保健福祉課	22,823	(3)イ
環境学習交流センター利用者数（人）	環境生活企画室	45,032	(3)オ
いわてわんこ節電所からの情報発信回数（回）	環境生活企画室	187	(3)カ
地球温暖化防止活動推進員の派遣回数（回）	環境生活企画室	98	(3)キ

3 消費者被害の救済

指標項目（単位）	室課等名	基準年 (R5)	関連項目
消費生活相談件数（件）	県民生活センター	9,956	(1)ア
消費生活相談のあっせん解決率（%）	県民生活センター	94.2	(1)ア
消費生活相談員スキルアップセミナー実施回数（回）	県民生活センター	10	(1)イ
消費生活相談事例研究会実施回数（回）	県民生活センター	10	(1)イ
若年者消費者トラブル解決支援弁護士無料相談の相談件数（件）	県民生活センター	87	(1)エ 4(2)エ

指標項目（単位）	室課等名	基準年 (R5)	関連項目
福祉関係者や関係機関を対象とした出前講座の開催回数（回）	県民生活センター	7	(1)オ
地域の福祉関係者等を対象とした研修会の開催回数（回）	県民生活センター	4	(1)オ
紛争解決部会が行ったあっせん等の実施件数（件）	県民生活センター	0	(1)カ
多重債務者弁護士無料相談の相談件数（件）	県民生活センター	234	(2)ア 4(2)エ
多重債務問題の解決や情報共有を図るための会議の開催回数（回）	県民生活センター	1	(2)イ

4 市町村・関係機関等との連携・協働

指標項目（単位）	室課等名	基準年 (R5)	関連項目
市町村消費生活センター等訪問回数（回）	県民生活センター	14	(1)ア
岩手県消費者行政推進ネットワーク会議開催回数（回）	県民生活センター	2	(2)ア
消費者110番実施回数（回）	県民生活センター	1	(2)ア
高齢者・若年者消費者トラブル110番週間実施回数（回）	県民生活センター	2	(2)ア
警察への情報提供件数（件）	県民生活センター	4	(2)オ
事業者や関係機関への訪問件数（件）	県民生活センター	2	(3)ア

1 岩手県消費生活条例

平成17年3月28日条例第34号

目次

- 第1章 総則（第1条—第10条）
- 第2章 安全の確保に関する施策（第11条—第15条）
- 第3章 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保に関する施策（第16条—第19条）
- 第4章 生活関連物資に関する施策（第20条—第23条）
- 第5章 消費者に対する情報及び教育の機会の提供等（第24条—第27条）
- 第6章 知事に対する消費者の申出（第28条）
- 第7章 消費者被害の救済（第29条—第31条）
- 第8章 環境への配慮（第32条）
- 第9章 岩手県消費生活審議会（第33条—第40条）
- 第10章 雑則（第41条—第44条）

附則

第1章 総則

（目的）

第1条 この条例は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念を定め、県及び事業者の責務並びに消費者等の役割を明らかにするとともに、その施策について必要な事項を定めることにより、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、もって県民の消費生活の安定及び向上に資することを目的とする。

（基本理念）

第2条 消費者の利益の擁護及び増進に関する施策（以下「消費者施策」という。）の推進は、県民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、次に掲げる事項が消費者の権利であることを尊重するとともに、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の自立を支援することを基本として行われなければならない。

- （1）消費者の安全が確保されること。
- （2）商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保されること。
- （3）消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供されること。
- （4）消費者の意見が消費者施策に反映されること。
- （5）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。

- 2 消費者の自立の支援に当たっては、消費者の安全の確保等に関して事業者による適正な事業活動の確保が図られるとともに、消費者の年齢その他の特性に配慮されなければならない。
- 3 消費者施策の推進は、高度情報通信社会の進展及び消費生活における国際化の進展に的確に対応することに配慮して行われなければならない。
- 4 消費者施策の推進は、環境の保全に配慮して行われなければならない。

(県の責務)

- 第3条 県は、経済社会の発展に即応して、前条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのっとり、消費者施策を総合的に策定し、及び実施するものとする。
- 2 県は、消費者施策の策定及び実施に当たっては、消費者の意見を反映することができるよう必要な措置を講ずるものとする。

(市町村に対する支援)

- 第4条 県は、市町村が実施する消費者施策について、必要に応じ、情報の提供、調査の実施、技術的支援その他の支援を行うものとする。

(国又は他の地方公共団体との相互協力)

- 第5条 県は、消費者施策を実施するに当たり、必要に応じ、国又は他の地方公共団体に対して、情報の提供、調査の実施その他の協力を求めるものとする。
- 2 県は、国又は他の地方公共団体が実施する消費者施策について、情報の提供、調査の実施その他の協力を求められたときは、これに応ずるものとする。

(国への要請)

- 第6条 県は、県民の消費生活の安定及び向上を図るため必要があると認めるときは、国に対し、意見を述べ、必要な措置を講ずるよう要請するものとする。

(事業者の責務)

- 第7条 事業者は、第2条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にかんがみ、その供給する商品及び役務について、次に掲げる事項の実施に努めなければならない。
- (1) 消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。
 - (2) 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。
 - (3) 消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。
 - (4) 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。
 - (5) 県が実施する消費者施策に協力すること。
- 2 事業者は、その供給する商品及び役務に関し環境の保全に配慮するとともに、当該商品及び役務の品質等を向上させ、その事業活動に関し自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

(事業者団体の役割)

第8条 事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理の体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。

(消費者の役割)

第9条 消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めるものとする。

2 消費者は、消費生活に関し、環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めるものとする。

(消費者団体の役割)

第10条 消費者団体は、消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明、消費者に対する啓発及び教育、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めるものとする。

第2章 安全の確保に関する施策

(安全性に関する調査)

第11条 知事は、商品又は役務（商品の原材料又は事業者が役務を提供するために使用する物を含む。以下この章において同じ。）の安全性について必要な調査を行うものとする。

(危害に関する調査等)

第12条 知事は、商品又は役務が消費者の健康を損ない、又は身体に危害を及ぼす疑いがあると認めるときは、速やかに必要な調査を行うものとする。

2 知事は、前項の調査を実施し、なお同項の疑いを解消することができない場合において必要があると認めるときは、当該商品又は役務を供給する事業者に対し、資料の提出その他の方法により、当該商品又は役務が安全であることの立証（以下「立証」という。）を求めることができる。

3 知事は、事業者が立証を行わない場合において正当な理由がないと認めるとき、又は事業者が行った立証によっては当該商品若しくは役務が安全であることを確認することができないと認めるときは、当該事業者に対し、再度立証を求めることができる。

(調査等に関する情報提供)

第13条 知事は、消費者の健康及び身体の安全を確保するため必要があると認めるときは、前2条の規定による調査等の経過及び結果を明らかにするものとする。

(安全性を欠く商品又は役務の排除)

第14条 知事は、商品又は役務がその通常有すべき安全性を欠いていることにより、消費者

の健康を損ない、若しくは損なうこととなり、又は身体に危害を発生させ、若しくは発生させることとなると認めるときは、法令又は他の条例（以下「法令等」という。）に基づく措置を講ずる場合を除き、当該商品又は役務を供給する事業者に対し、その製造若しくは販売又は提供を中止すること、製造又は提供の方法を改善することその他必要な措置を講ずるよう勧告することができる。

（緊急危害防止措置）

第15条 知事は、商品又は役務がその通常有すべき安全性を欠いていることにより、消費者の生命又は身体について重大な危害を発生させ、又は発生させるおそれがある場合において、当該危害の発生を防止するため緊急の必要があると認めるときは、法令等に基づく措置を講ずる場合を除き、直ちに当該商品又は役務の名称、これを供給する事業者の氏名又は名称及び住所その他必要な事項を公表しなければならない。

2 前項の規定による公表があったときは、当該商品又は役務を供給する事業者は、直ちにその製造若しくは販売又は提供を中止することその他必要な措置を講じなければならない。

第3章 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保に関する施策

（基準の設定等）

第16条 知事は、商品又は役務の品質等の向上、消費者の自主的かつ合理的な選択等に資するため特に必要があると認めるときは、法令等に特別の定めがある場合を除き、事業者が供給する商品又は役務の規格及び表示等の基準（以下「基準」という。）を定めることができる。

2 知事は、基準を定める場合は、その内容その他必要な事項を告示するものとする。これを変更し、又は廃止するときも、同様とする。

3 事業者は、第1項の規定に基づく基準が定められた場合は、当該基準に適合した商品又は役務を供給するよう努めなければならない。

4 知事は、第1項の規定に基づく基準を定めた場合において、当該基準に適合しない商品又は役務を供給している事業者があるときは、当該事業者に対して、当該基準に適合した商品又は役務を供給するために必要な措置を講ずるよう指導するものとする。

（不当な取引行為の禁止等）

第17条 事業者は、消費者との間で行う商品又は役務の取引に関し、次の各号のいずれかに該当する行為であって規則で定めるもの（以下「不当な取引行為」という。）を行ってはならない。

（1）消費者に対し、販売の意図を隠して接近し、商品若しくは役務に関する重要な情報を提供せず、又は合理的な根拠のない情報若しくは誤信を招く情報を提供し、消費者を執ように説得し、心理的に不安な状態に陥れる等の不当な方法を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

（2）取引における信義誠実の原則に反して消費者に不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させる行為

(3) 消費者若しくはその関係人を欺き、威迫し、困惑させる等の不当な手段を用いて契約（契約の成立又はその内容について当事者間に争いがあるものを含む。）に基づく債務の履行を求め、若しくは当該債務の履行をさせ、又は契約に基づく債務の履行を不当に拒否し、若しくは遅延させる行為

(4) 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消しの申出若しくは契約の無効の主張を不当に妨げて、契約の成立若しくは存続を強要し、又は契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消し若しくは契約の無効の主張が有効に行われたにもかかわらず、これらによって生じた債務の履行を不当に拒否し、若しくは遅延させる行為

(5) 商品若しくは役務を販売する事業者又はその取次店等実質的な販売行為を行う者からの商品又は役務の購入を条件又は原因として信用の供与をする契約又は保証を受託する契約（以下「与信契約等」という。）について、消費者の利益を不当に害することが明白であるにもかかわらず、その締結を勧誘し、若しくはこれを締結させ、又は消費者の利益を不当に害する方法で与信契約等に基づく債務の履行を迫り、若しくは当該債務の履行をさせる行為

2 知事は、不当な取引行為が行われている疑いがあると認めるときは、その取引の仕組み、実態等について必要な調査を行うものとする。

3 知事は、第1項の規定に違反している事業者があるときは、当該事業者に対し、当該違反をしている事項を是正するよう指導し、又は勧告することができる。

（不当な取引行為に関する情報提供）

第18条 知事は、不当な取引行為による被害の発生及び拡大を防止するため必要があると認めるときは、前条第2項の規定による調査の経過及び結果を明らかにするものとする。

（合理的な根拠を示す資料の提出）

第19条 知事は、商品の種類及びその性能若しくは品質又は役務の種類及びその内容若しくは効果その他これらに類するものとして規則で定める事項に関する情報であって、事業者が契約の締結を勧誘するに際し消費者に提供したのものについて、当該情報が事実であることについて疑いがあると認めるときは、当該事業者に対し、当該情報の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。

2 知事は、事業者が前項の合理的な根拠を示す資料を提出しない場合において正当な理由がないと認めるとき、又は事業者が提出した資料によっては同項の疑いを解消することができないと認めるときは、当該事業者に対し、再度合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。

第4章 生活関連物資に関する施策

（情報の収集、調査等）

第20条 知事は、県民の消費生活との関連性が高い物資（以下「生活関連物資」という。）の需給の状況及び価格の動向に関する情報の収集及び調査を行うとともに、必要な情報を

県民に提供するよう努めるものとする。

(供給等の協力要請)

第21条 知事は、生活関連物資の流通の円滑化又は価格の安定を図るため必要があると認めるときは、当該生活関連物資の生産、輸入又は販売を行う事業者に対し、当該生活関連物資の円滑な供給又は価格の安定を図るための協力を要請するものとする。

(物資の指定)

第22条 知事は、生活関連物資の価格が異常に上昇し、又は上昇するおそれがある場合において、当該生活関連物資の買占め又は売惜しみが行われ、又は行われるおそれがあるときは、法令等に特別の定めがある場合を除き、当該生活関連物資を特に流通の円滑化を図るべき物資として指定することができる。

2 知事は、前項に規定する事態が消滅したと認めるときは、同項の規定による指定を解除するものとする。

3 知事は、第1項の規定に基づく指定をしたときは、その旨を告示するものとする。これを解除したときも、同様とする。

(売渡しに関する勧告)

第23条 知事は、前条第1項の規定に基づき指定した物資（以下「指定物資」という。）の生産、輸入又は販売を行う事業者が買占め又は売惜しみにより当該指定物資を多量に保有していると認めるときは、その事業者に対し、当該指定物資を売り渡すよう勧告することができる。

第5章 消費者に対する情報及び教育の機会の提供等

(情報の提供)

第24条 知事は、県民の消費生活の安定及び向上を図るため、消費生活に関する情報を収集し、消費者に必要な情報を提供するものとする。

(試験、検査、調査等の実施等)

第25条 知事は、消費者施策の実効を確保するため、商品又は役務の試験、検査、調査等を行うとともに、必要に応じ、その結果を展示その他の方法により公開するものとする。

(消費者教育の充実)

第26条 県は、事業者団体、消費者団体、市町村及び教育機関その他の関係機関と連携して、消費者が自主的かつ合理的に行動することができるよう、消費生活に関する教育の充実を図るものとする。

(消費者団体の活動の促進)

第27条 知事は、県民の消費生活の安定及び向上を図るため、消費者団体の健全かつ自主的

な活動が促進されるよう必要な施策を実施するものとする。

第6章 知事に対する消費者の申出

第28条 消費者は、この条例の規定に違反する事業活動により、又はこの条例の規定に基づく措置が講じられていないことにより、消費者の権利が侵されている疑いがあるときは、知事に対しその旨を書面により申し出て、適切な措置を講ずべきことを求めることができる。

- 2 知事は、前項の規定に基づく申出があったときは、必要な調査を行うものとし、その申出の内容が事実であると認めるときは、この条例に基づく措置その他適切な措置を講ずるものとする。
- 3 知事は、県民の消費生活の安定及び向上を図るため必要があると認めるときは、第1項の規定に基づく申出の内容並びにその処理の経過及び結果を明らかにするものとする。

第7章 消費者被害の救済

(知事による消費者苦情及び紛争の解決)

第29条 知事は、事業者の供給する商品及び役務に関する消費者の苦情(以下「消費者苦情」という。)又は事業者の供給する商品及び役務に関し事業者と消費者との間に生じた紛争(以下「紛争」という。)について、消費者からの申出があったときは、速やかにその内容を調査し、当該消費者苦情及び紛争を解決するために必要なあつせんその他の措置を講ずるものとする。

- 2 知事は、市町村が行う消費者苦情及び紛争の解決について、必要に応じて、情報の提供、技術的指導その他の支援を行うものとする。
- 3 知事は、市町村が受け付けた消費者苦情及び紛争の解決について、当該市町村において適切に解決することが困難であるとして当該市町村から要請を受けたときは、必要に応じて、当該消費者苦情及び紛争を解決するためのあつせんその他の措置を講ずるものとする。

(審議会による紛争の解決等)

第30条 知事は、前条の規定によるあつせんその他の措置によっては、適切かつ迅速に解決することが困難であると認める紛争について、岩手県消費生活審議会のあつせん若しくは調停に付し、又は助言を求め、その他必要な援助措置を講ずることができる。

- 2 岩手県消費生活審議会は、あつせん又は調停を行うため必要があると認めるときは、当該あつせん又は調停に付された紛争に係る事業者その他の関係人に対し、説明又は資料の提出を求めることができる。
- 3 知事は、第1項の規定に基づき岩手県消費生活審議会のあつせん又は調停に付した紛争のうち特に必要があると認めるものについて、岩手県消費生活審議会におけるあつせん又は調停の経過及び結果を明らかにするものとする。

(消費者苦情等の解決における県及び関係団体の連携)

第31条 県及び事業者団体、消費者団体その他の関係団体は、消費者苦情及び紛争の解決がより適切に行われるよう連携及び協力に努めるものとする。

第8章 環境への配慮

第32条 県は、消費者施策の策定及び実施を通じて、事業者及び消費者における環境への負荷の低減に配慮した取組の促進を図るものとする。

- 2 事業者は、消費者に対し商品又は役務を供給するに当たっては、環境への負荷の低減に配慮するよう努めなければならない。
- 3 消費者は、商品の選択、使用若しくは廃棄又は役務の選択若しくは利用に当たっては、環境への負荷の低減に配慮するよう努めなければならない。

第9章 岩手県消費生活審議会

(設置)

第33条 消費者施策に関する重要事項の調査審議、紛争のあっせん及び調停並びに紛争の解決のための知事への助言を行わせるため、岩手県消費生活審議会(以下「審議会」という。)を置く。

(所掌)

第34条 審議会の所掌事項は、次のとおりとする。

- (1) 消費者施策に関する基本的事項に関すること。
- (2) 生活関連物資の対策に関すること。
- (3) 紛争のあっせん及び調停に関すること。
- (4) 紛争の解決のための知事への助言に関すること。
- (5) 前各号に掲げるもののほか、消費者施策の推進に関する重要事項に関すること。

(組織)

第35条 審議会は、委員20人以内をもって組織する。

- 2 審議会に、特別の事項を調査審議させるため必要があるときは、特別委員を置くことができる。
- 3 委員及び特別委員は、次に掲げる者のうちから知事が任命する。
 - (1) 学識経験者
 - (2) 消費者を代表する者
 - (3) 事業者を代表する者
- 4 委員の任期は、2年とする。ただし、欠員が生じた場合における補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。
- 5 特別委員は、当該特別の事項に関する調査審議が終了したときは、解任されるものとする。

(会長)

第36条 審議会に会長を置き、委員の互選とする。

2 会長は、会務を総理し、会議の議長となる。

3 会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、会長があらかじめ指名する委員がその職務を代理する。

(会議)

第37条 審議会は、知事が招集する。

2 審議会は、委員の半数以上が出席しなければ会議を開くことができない。

3 審議会の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

(紛争解決部会等)

第38条 審議会に、紛争のあっせん及び調停並びに紛争の解決のための知事への助言に関する事項を処理させるため、紛争解決部会を置く。

2 紛争解決部会は、会長が指名する5人以内の委員をもって組織する。

3 審議会に、紛争解決部会のほか、会長が指名する委員をもって組織する部会を置くことができる。

4 審議会は、その定めるところにより、部会の議決をもって審議会の議決とすることができる。

5 前2条の規定は、部会について準用する。

(庶務)

第39条 審議会の庶務は、環境生活部において処理する。

(会長への委任)

第40条 この章に定めるもののほか、審議会の運営に関し必要な事項は、会長が審議会に諮って定める。

第10章 雑則

(立入調査等)

第41条 知事は、第12条、第14条、第15条、第17条及び第23条の規定の施行に必要な限度において、事業者に対し、その業務に関し報告を求め、その職員に、事業者の事務所、事業所その他その事業を行う場所に立ち入り、帳簿、書類、設備その他の物件を調査させ、若しくは関係人に質問させ、又は第12条第1項の調査を行うため、必要最小限度の数量の商品又は当該事業者が役務を提供するために使用する物若しくは当該役務に関する資料（以下「商品等」という。）の提出を求めることができる。

2 知事は、事業者又はその関係人が前項の規定に基づく報告、商品等の提出若しくは立入調査を拒み、又は質問に対し答弁せず若しくは虚偽の答弁をしたときは、事業者に対し、

書面により、報告若しくは商品等の提出又は立入調査若しくは質問に応ずべきことを求めることができる。

- 3 前項の書面には、要求に応じない場合においては、当該事業者の氏名又は名称その他必要な事項を公表する旨及び報告、商品等の提出、立入調査又は質問を必要とする理由を付さなければならない。
- 4 第1項又は第2項の規定に基づき立入調査又は質問をする職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係人の請求があるときは、これを提示しなければならない。
- 5 県は、第1項又は第2項の規定に基づき事業者から商品等を提出させたときは、正当な補償を行うものとする。
- 6 第1項又は第2項の規定に基づく立入調査の権限は、犯罪捜査のために認められたものと解釈してはならない。

(公表)

第42条 知事は、事業者が第12条第3項、第19条第2項若しくは前条第2項の規定に基づく要求又は第14条、第17条第3項若しくは第23条の規定に基づく勧告に従わないときは、その旨及びその要求又は勧告の内容を公表することができる。

(意見の聴取)

第43条 知事は、前条の規定に基づく公表をしようとするときは、当該事業者に対し、意見の聴取を行わなければならない。

(補則)

第44条 この条例に定めるもののほか、この条例の実施に関し必要な事項は、知事が定める。

附 則

(施行期日)

- 1 この条例は、平成17年4月1日から施行する。ただし、第17条から第19条までの規定は、同年7月1日から施行する。

(経過措置)

- 2 この条例の施行の日（以下「施行日」という。）前にされたこの条例による改正前の岩手県消費者保護条例（以下「旧条例」という。）第6条第1項、第7条の2第1項及び第15条第1項の規定に基づく勧告並びに旧条例第16条の規定に基づく立入調査等については、なお従前の例による。
- 3 施行日前に旧条例第7条第1項の規定に基づき定められた基準は、この条例による改正後の岩手県消費生活条例（以下「新条例」という。）第16条第1項の規定に基づき定められた基準とみなす。
- 4 旧条例第7条の2第1項に規定する取引方法を用いていると認められる事業者については、第1項ただし書に規定する規定の施行の日までの間は、なお従前の例による。
- 5 前項の規定によりなお従前の例によることとされる場合における旧条例第7条の2第1

項の規定に基づきされた勧告については、第1項ただし書に規定する規定の施行の日以後も、なお従前の例による。

- 6 この条例の施行の際現に旧条例第11条第2項の規定に基づき岩手県消費者保護対策審議会のあっせん又は調停に付されている消費者苦情は、新条例第30条第1項の規定に基づき審議会のあっせん又は調停に付された紛争とみなす。
- 7 この条例の施行の際現に岩手県消費者保護対策審議会の委員である者は、施行日に新条例第35条第3項の規定により審議会の委員として任命されたものとみなし、その任期は、同条第4項本文の規定にかかわらず、平成18年1月29日までとする。
- 8 この条例の施行の際現に旧条例第20条第1項の規定により定められた岩手県消費者保護対策審議会の会長である者又は同条第3項の規定により指名された委員である者は、それぞれ、施行日に、新条例第36条第1項の規定により審議会の会長として定められ、又は同条第3項の規定により会長の職務を代理する委員として指名されたものとみなす。

2 年表 主な消費者問題等と国、県の動き

年	主な消費者問題等	国の動き	県の動き
平成 17 年 (2005 年)	<ul style="list-style-type: none"> 耐震偽装問題 多重債務問題の深刻化 	<ul style="list-style-type: none"> 「消費者基本計画」策定 	<ul style="list-style-type: none"> 「岩手県消費生活条例」制定
平成 18 年 (2006 年)	<ul style="list-style-type: none"> エレベーター事故が多発 ガス瞬間湯沸かし器による一酸化炭素中毒事故問題 	<ul style="list-style-type: none"> 「消費者契約法」改正 「消費生活用製品安全法」改正 「貸金業法（貸金業の規制等に関する法律より改称）」、「出資法」、「利息制限法」改正 	<ul style="list-style-type: none"> 「岩手県消費者施策推進計画」（H17～H21 年度）策定
平成 19 年 (2007 年)	<ul style="list-style-type: none"> 食品偽装表示事件が多発 	<ul style="list-style-type: none"> 「消費生活用製品安全法」改正 	
平成 20 年 (2008 年)	<ul style="list-style-type: none"> 中国産冷凍ギョウザ問題 	<ul style="list-style-type: none"> 「特定商取引法」、「割賦販売法」改正 「景品表示法」改正 「消費者契約法」改正 	
平成 21 年 (2009 年)	<ul style="list-style-type: none"> 劇場型勧誘被害が多発 	<ul style="list-style-type: none"> 「消費者庁関連 3 法（消費者庁及び消費者委員会設置法、消費者庁及び消費者委員会設置法の施行に伴う関係法律の整備に関する法律、消費者安全法）」公布 「消費者庁」及び「消費者委員会」設置 「地方消費者行政活性化基金」創設 	<ul style="list-style-type: none"> 「いわて県民計画」（H21～H30 年度）策定
平成 22 年 (2010 年)	<ul style="list-style-type: none"> 口蹄疫の発生 外国通貨購入被害の増加 貴金属等の訪問買取り被害が多発 	<ul style="list-style-type: none"> 「消費者ホットライン」運用開始 「第 2 期消費者基本計画」策定 	<ul style="list-style-type: none"> 「岩手県消費者施策推進計画」（H22～H26 年度）策定

年	主な消費者問題等	国の動き	県の動き
平成 23 年 (2011 年)	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災津波に便乗した商法が続発 ・放射性物質に対する不安が拡大 ・石鹼アレルギートラブルの発覚 	<ul style="list-style-type: none"> ・「越境消費者センター」開設 	
平成 24 年 (2012 年)	<ul style="list-style-type: none"> ・サクラサイト商法の被害拡大 ・「コンプガチャ」問題 ・被害を取り戻すとうたう「二次被害」増加 ・健康食品の送り付け商法多発 	<ul style="list-style-type: none"> ・「特定商取引法」改正 ・「消費者教育の推進に関する法律」制定 ・「消費者基本法」改正 ・「消費者安全法」改正 ・「金融商品取引法」改正 	
平成 25 年 (2013 年)	<ul style="list-style-type: none"> ・美白化粧品による白斑トラブルの発覚 ・メニュー表示等の不正事案が多発 	<ul style="list-style-type: none"> ・「食品表示法」制定 ・「消費者教育の推進に関する基本的な方針」策定 	<ul style="list-style-type: none"> ・県内全市町村において消費生活相談体制が整備
平成 26 年 (2014 年)	<ul style="list-style-type: none"> ・消費期限切れ食肉販売問題の発覚 ・消費税率が 5% から 8% に引上げ 	<ul style="list-style-type: none"> ・「特定商取引法」改正 ・「景品表示法」改正 ・「消費者安全法」改正 (消費者安全確保地域協議会) 	
平成 27 年 (2015 年)	<ul style="list-style-type: none"> ・マイナンバー制度開始 	<ul style="list-style-type: none"> ・「第 3 期消費者基本計画」策定 ・消費者ホットライン 3 桁化（「188」の導入） ・「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」が国連で採択 	<ul style="list-style-type: none"> ・「岩手県消費者施策推進計画」（H27～H31 年度）策定
平成 28 年 (2016 年)	<ul style="list-style-type: none"> ・自動車メーカーによる燃費データの不正発覚 	<ul style="list-style-type: none"> ・「特定商取引法」改正 ・「消費者契約法」改正 ・「持続可能な開発目標（SDGs）実施指針」策定 	

年	主な消費者問題等	国の動き	県の動き
平成 29 年 (2017 年)	<ul style="list-style-type: none"> ・ハガキによる架空請求の増加 ・仮想通貨に関連する消費者トラブルの増加 	<ul style="list-style-type: none"> ・「消費者行政新未来創造オフィス」（徳島県）開設 	
平成 30 年 (2018 年)	<ul style="list-style-type: none"> ・仮想通貨交換業者で不正アクセスによる仮想通貨の流出事件発生 ・オーナー商法やシェアハウス投資でのトラブルが多発 	<ul style="list-style-type: none"> ・「消費者教育の推進に関する基本的な方針」変更 ・「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」作成 ・「消費者契約法」改正 ・「民法」改正（成年年齢引下げ） 	
令和元年 (2019 年)	<ul style="list-style-type: none"> ・改元に便乗した消費者トラブルの発生 ・「アポ電」に関する相談が増加 ・消費税率が 8 % から 10 % に引上げ 	<ul style="list-style-type: none"> ・「食品ロスの削減の推進に関する法律（食品ロス削減推進法）」公布、施行 ・「消費税の軽減税率制度」実施 ・「キャッシュレス・ポイント還元事業（キャッシュレス・消費者還元事業）」実施 ・「特定興行入場券の不正転売の禁止等による興行入場券の適正な流通の確保に関する法律（チケット不正転売禁止法）」施行 	<ul style="list-style-type: none"> ・「いわて県民計画（2019～2028）」策定
令和 2 年 (2020 年)	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルスに対する不安に乗じて、小売店舗などでマスク、アルコール消毒製品を大量に購入し、インターネット上で高額で転売する行為を確認 ・新型コロナウイルス感 	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルスに対する予防効果を標ぼうする商品の表示の緊急監視、改善要請 ・第 4 期消費者基本計画策定 ・改正「民法」施行（契約に関わる総則・債権） 	

年	主な消費者問題等	国の動き	県の動き
	染症の拡大により対策専門家会議が「新しい生活様式」を提言	・「地方消費者行政強化作戦2020」策定	
令和3年 (2021年)	・新型コロナワクチン便乗商法の相談発生	・「特定商取引法」改正、一部施行（送り付け商法対策）	・「岩手県消費者施策推進計画」（R2～R6年度）策定
令和4年 (2022年)		・改正民法施行（成年年齢が18歳に引下げ） ・「取引DPF消費者保護法」施行 ・旧統一教会問題関係省庁連絡会議設置	
令和5年 (2023年)	・新型コロナウイルス感染症の感染症法の位置づけが5類感染症に変更	・改正「消費者契約法」施行（靈感等による知見を用いた告知による不当勧誘行為に対する取消権の範囲の拡大等） ・改正「国民生活センター法」施行（重要消費者紛争についての裁判外紛争解決手続の迅速化等） ・「不当寄附勧誘防止法」施行 ・「景品表示法」の一部改正 ・改正「消費者契約法」一部施行（契約取消権の拡充等） 改正「特定商取引法」施行（契約書面等の電子化） ・「ステルスマーケティング告示」施行 ・改正「消費者契約法」一部施行（適格消費者団体） ・改正「消費者裁判手続特例法」施行	

年	主な消費者問題等	国の動き	県の動き
令和6年 (2024年)	<ul style="list-style-type: none"> 能登半島地震や度重なる豪雨など自然災害に伴う「災害便乗商法」の発生 	<ul style="list-style-type: none"> 「消費生活用製品安全法等の一部改正」（海外事業者の規制強化、子ども用製品に係る規制創設など） 改正「景品表示法」の施行（課徴金制度の見直しなど違反行為に対する抑止力強化等） 	
令和7年 (2025年)		<ul style="list-style-type: none"> 第5期消費者基本計画策定 	