

第 2 期福島県消費者基本計画策定のポイント

1 計画策定の趣旨・経緯

福島県では、福島県民の消費生活の安定及び向上に関する条例（以下「消費生活条例」という。）に基づき、県民の消費生活における利益の擁護及び増進に関する施策の基本的事項を定め、県民が自主的かつ合理的に行動できるよう、消費者施策を推進してきました。

また、地方消費者行政の充実・強化に向け、令和 2 年 4 月 1 日に策定された消費者庁の地方消費者行政強化作戦 2020 において、「地方版消費者基本計画の策定」が政策目標の 1 つとして掲げられたことから、本県においても、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するため、令和 4 年度に、福島県消費者基本計画(第 1 期)を策定しました。

昨今、高齢化の進行やデジタル化の進展等、社会情勢が大きく変化する中で、消費者を取り巻く環境にも急速な変化が見られ、多様化・複雑化が進む消費者問題への対応が必要となっています。また、持続可能な社会の実現に向けた消費者の行動変容、原子力災害に伴う風評・風化への対応等についても、これまで以上に重要性を増しています。

第 1 期の現行計画は、令和 7 年度に終期を迎えることから、昨今の状況変化等も踏まえた見直しを行い、令和 8 年度以降の本県の消費者施策を推進するため、第 2 期福島県消費者基本計画を策定します。

2 第 2 期県消費者基本計画策定の経過及び今後の予定

- | | |
|-------------|---|
| 令和 7 年 3 月 | 令和 6 年度第 2 回県消費生活審議会及び県消費者教育推進地域協議会（書面開催）において、骨子案を審議及び協議 |
| 令和 7 年 10 月 | 令和 7 年度第 1 回県消費生活審議会及び県消費者教育推進地域協議会において、素案を審議及び協議 |
| 令和 7 年 12 月 | 県消費者行政庁内連絡会議に計画案への意見及び指標について照会 |
| 令和 7 年 12 月 | 県内各市町村に計画案への意見を照会 |
| 令和 7 年 12 月 | 県民意見公募（パブリック・コメント）実施
（令和 7 年 12 月 18 日～令和 8 年 1 月 16 日 意見提出件数 0 件） |
| 令和 8 年 2 月 | 令和 7 年度第 2 回県消費生活審議会及び県消費者教育推進地域協議会において、計画案を審議及び協議 |
| 令和 8 年 2 月 | 計画策定及び公表 |

3 計画の構成

第 1 計画の基本的な考え方

1 計画策定の趣旨

社会状況の変化を踏まえ、本計画において目指すべき姿や基本的な方向性について記載しました。

2 計画の位置付け

現行計画と同様に、消費生活条例第6条、消費者基本法第4条及び消費者安全法第4条第1項に基づき、県の消費者施策を総合的かつ計画的に推進するための計画とするとともに、消費者教育の推進に関する法律第10条第1項に基づき、国の基本方針を踏まえて策定する「消費者教育推進計画」を兼ねるものとします。

また、県の最上位計画である福島県総合計画を上位計画に位置付け、基本計画の推進に当たっては、東日本大震災と原発事故からの復興に向けた対応を総合的に示す第2期福島県復興計画と連携して取組を進めます。

3 計画期間

福島県総合計画(令和4年度から令和12年度までの9年間)の後半期間に合わせて、令和8年度から令和12年度までの5年間とします。

第2 消費者を取り巻く現状と課題

1 消費者を取り巻く経済・社会環境の変化

本県の消費生活に関する最新の現状と課題を反映した内容としました。

また、原発事故に伴う食の安全・安心の確保について、引き続き粘り強く取り組むことなど、本県特有の課題にも適切に対応した内容としています。

- (1) 消費生活に配慮を要する消費者の拡大
- (2) 消費生活におけるデジタル技術の浸透
- (3) 多様化・複雑化する消費者問題、取引環境の変化に伴う環境整備
- (4) 若年者の消費者被害防止
- (5) グローバル化の進展
- (6) 持続可能でより良い社会の実現
- (7) 災害発生等に関連する消費者トラブル等
- (8) 原発事故に伴う食の安全・安心の確保
- (9) 消費者教育の推進の必要性

2 福島県における消費生活相談の現状

県消費生活センター等に寄せられた近年の消費生活相談の状況について記載しました。現行計画で記載していた「新型コロナウイルス感染症関連の相談(県受付分)」については、感染者の減少とともに相談件数にも落ち着きが見られることから、削除しました。

- (1) 消費生活相談件数の推移
- (2) 消費生活相談の状況(県受付分)
- (3) 消費生活無料法律相談(県受付分)

第3 基本理念

1 福島県消費生活条例における基本理念

消費生活条例に掲げる基本理念に基づき消費者施策を推進する旨を記載しています。

2 本計画において目指すべき社会の姿等

最新の社会情勢等を反映させ、デジタルリテラシーの向上、持続可能な社会の実現、多様な消費者の脆弱性を踏まえた対応などを盛り込んだ内容としました。

- (1) 消費者の権利の確立を基本とした消費者の自立の支援
- (2) 消費者の安全確保等に関する事業者による適正な事業活動
- (3) 消費者の個性や多様性への配慮
- (4) 環境への負荷低減その他の環境の保全への配慮

3 本計画における基本理念

現行計画を基に、必要な視点として、近年重要性が増している「誰一人取り残さない包摂性の尊重」を反映させた内容としました。

第4 施策の展開

現行計画を見直し、下記1～4について①現状と課題②施策の方向③具体的な取組④達成目標を定めた指標を掲載しました。

1 消費者被害の防止と救済

主に消費生活相談に関する内容について記載しました。

- (1) 消費生活相談体制の充実・強化
- (2) 市町村の消費生活相談窓口に対する支援
- (3) 多重債務問題への対応
- (4) 関係機関等との連携、関係団体等の支援

2 安全・安心な消費生活の確保

安全・安心な消費生活の前提となる、商品等の表示適正化や消費生活取引の適正化、消費者の安全確保等のほか、見守り体制の整備について記載しました。

- (1) 商品等の表示等の適正化、消費生活取引の適正化
- (2) 消費者の安全確保
- (3) 食品の安全性の確保
- (4) 地域での見守り体制の整備

3 震災からの復興に向けた取組

本県特有の施策として、食と放射能に関する正しい情報を普及する取組や、自家消費野菜等の放射線検査、食に関する風評払拭の取組について、継続して記載しました。

- (1) 食の安全・安心の推進
- (2) 自家消費野菜等の放射能検査の取組
- (3) 食に関する風評払拭の取組

4 消費者教育の推進

複雑化する消費者被害を防止するため、全ての消費者が消費者教育を受けられる環境の整備へ向けた各種取組について記載しました。

- (1) 消費者の個性や多様性に配慮した体系的な消費者教育の推進
- (2) 若年者への消費者教育の充実・強化
- (3) 消費生活に配慮を要する消費者の消費者被害の未然防止
- (4) 社会情勢の変化に対応した消費者教育、情報提供
- (5) 多様な教育の担い手との連携

第5 計画の推進体制と進行管理

関係機関を含めた推進体制及び進行管理の方法について記載しました。

- 1 計画の推進体制**
- 2 計画の進行管理**

福島県消費者基本計画 指標一覧表

現行計画を基に、各項目を改めて精査し、指標の種類や達成目標を更新しました。

附属資料

- 1 福島県民の消費生活の安定及び向上に関する条例**
- 2 エシカル消費につながるモノについている認証ラベル（一部）**
～私たちの消費が世界を変える～

第1回福島県消費生活審議会及び福島県消費者教育推進地域協議会での意見等に対する回答

No.	該当ページ(計画案)	意見・質問等の内容	提出者	回答
1	7、15、23、42	「デジタルリテラシー」という言葉の意味が分かりにくい。	金子 市夫委員	「デジタルリテラシー」については、「デジタル情報を正しく理解し、適切に活用するための知識や能力」と定義を明確化し、計画案7ページ（初出箇所）に記載しました。
2	3～16	3～16ページ（消費者を取り巻く経済・社会環境の変化）で、もう少し福島県の現状に触れていただきたい。	後藤 江美子委員	消費者の現状と課題について記載した、3～16ページ（消費者を取り巻く経済・社会環境の変化）及び27～42ページ（第4施策の展開）を見直した上で、本県の現状について、記載可能な箇所に追記しました。
3	3、10、13、15	統一、修正した方がよい部分がある。 1 「被害に遭っても身近に相談できず」→「被害に遭っても身近に相談できる相手がおらず」（3ページ） 2 3ページの「このように」以下、障がいのある方のことか、人口減少のことか、まとめ方に整合性が必要（3ページ） 3 令和6年の6の標記を他と統一を（10ページ） 4 「県」と「本県」の表記の統一を（13ページ） 5 身に「付」けるか、身に「つ」けるか統一を（15ページ）	加藤 広明委員	1 御指摘のとおり修正しました。 2 障がいのある方の内容を記載し、整合性を図りました。 3 統一しました。 4 該当ページ以外の表記もすべて「本県」で統一しました。 5 該当ページ以外の表記もすべて「身に付ける」で統一しました。
4	13、14、35～37	風評被害は、生産者が被害を受けているものなのか、消費者にとっての風評被害はどう捉えるのが、分かりにくい。 また、風化についても、「福島県のは危ない」という誤解の状態がアップデートされないまま継続してしまうことはよくないが、「福島県のはもう大丈夫」という認識が広がる意味での風化は、むしろあった方がいいのではないか。	加藤 広明委員	風評による被害を直接的に受けているのは、農林水産業に携わる生産者や食品加工業、観光業、宿泊業などの事業者であります。風評をもたらす原因となりえるのは消費者です。よって、県内外の消費者に対し、正確な情報発信や理解醸成を図るリスクコミュニケーション等を実施し、風評の払拭と風化の防止に取り組むことを記述したいと考えております。 本県では、「福島県風評・風化対策強化戦略」を策定し、根強く残る風評の払拭と時間の経過とともに進む風化の防止、更にはALPS処理水の海洋放出等に伴う新たな風評の懸念の払拭に向けて、全庁一丸となって取組を進めております。 この中で、風化については、以下のような捉え方で課題として認識しております。 ・震災・原発事故から長い時間が経過し、風化が進行していると考えられる。 ・風化の進行が風評が根強く残る一因となっている可能性がある。 ・特に、情報が届きにくい離れた地域で風化が進行している。 ・原発事故直後の本県のイメージや現状認識が一定の層にアップデートされず固定化し、風化が進めば、復興途上にある本県の復興に向けた今後の取組に対して国内外の共感・理解が得られにくくなるなど、復興への障壁になりかねない。 ・風化対策は風評対策と表裏一体であることを意識して、情報発信を行う必要がある。 上記の福島県の全庁的な課題認識と齟齬が生じないように、風化を捉え、記述することとしたいと考えております。

第1回福島県消費生活審議会及び福島県消費者教育推進地域協議会での意見等に対する回答

No.	該当ページ(計画案)	意見・質問等の内容	提出者	回答
5	37	食の面で、県内の食の安全面を継続的に発信していくなど、分かりやすい表現にした方がよいのでは。	加藤 広明委員	御指摘を踏まえ、県産食品の安全性を県内外の消費者に伝えることを追記しました。
6	34、38	「食の安全性の確保」(34ページ)の指標について、「第三者認証GAP等」を取得した経営体数」の目標値が、現況値から1,000も増えることに驚きがある。どのように決めたのか。また、「ふくしまHACCPの導入状況」について、現況値で24.3%しかないところを100%を目指すとしたのはなぜか。加えて、「消費者の個性や多様性に配慮した体系的な消費者教育の推進」(38ページ)の下2つの指標(「講習等(出前講座含む)の実施市町村割合」、「消費者行政職員の研修参加率」)について、目標値を現況値の倍以上としており、他の指標より突出しているため、疑問がある。その理由を教えてください。	金子 市夫委員	「第三者認証GAP等」を取得した経営体数」の目標値については、県の最上位計画である県総合計画の最終年度の目標値に合わせた数値となっています。「ふくしまHACCPの導入状況」については、素案の数値に誤りがあり、現況値は、正しくは52.5%です。なお、令和12年度に100%とした理由は、県総合計画の最終年度の目標値に合わせたためです。「講習等(出前講座含む)の実施市町村割合」及び「消費者行政職員の研修参加率」について、目標値を現況値の倍以上にしている理由は、県の消費者基本計画の現行計画(令和4年度～令和8年度)を策定する際の参考とした、消費者庁の「地方消費者行政作戦2020」で、政策目標として定められた数値を基準としているためです。
7	27～41、44～46	指標について、実数を書いているところと、パーセントで書いているところがあるので、もしパーセントを用いたのであれば、何件で何%とすると分かりやすいのでは。	北原 康子委員	御指摘を踏まえ、指標の表記方法について検討しました。一部の指標については年度ごとに母数変動するため、「何件で何%」と実数を併記すると、計画期間を通じた進捗の比較が適切に行えない部分があります。このため、現在割合(%)で表記している指標については、現行どおり割合による表記とします。
8	34、40	市町村消費者安全確保地域協議会の参加事業者や消費者団体などに「出前講座を開くことで、見守っていく人の意識を高められる。施策としては、(「地域での見守り活動の整備(34ページ)」と「消費生活に配慮を要する消費者の消費者被害の未然防止(40ページ)」に)分かれて記載されているが、一致するところがあるので、調整し、記載を。	後藤 江美子委員	「消費生活に配慮を要する消費者の消費者被害の未然防止(40ページ)」に、消費者安全確保の担い手(見守り者)向けの出前講座を実施する内容を記載しました。
9	34	見守り隊をやっているが、高齢者が高齢者を見守っているという現状を表に出していただきたい。	氏居 俊夫委員	「地域での見守り体制の整備」(34ページ)に現状を記載しました。
10	34	「見守り」という言葉よりも、「消費者安全確保地域協議会」という、消費者庁が使っているこの名称を直接使っていただきたい。	鎌田 真理子委員	「地域での見守り体制の整備」(34ページ)で、「見守り」としていた表記を修正しました。
11	37	37ページの「食に関する風評払拭の取組」の「具体的な取組」の中で、「圏外の消費者」とあるが、この「圏外」は誤りか	菅野 優子委員	誤りのため、「県外」に修正しました。
12	27～41、44～46	「地域の見守り体制の整備」(34ページ)の中で、なりすまし詐欺被害件数などを2つ掲げているが、「地域の見守り体制の整備」という課題解決のための指標になっているのか。なりすまし詐欺は一つの指標にはなり得るのかもしれないが、今年、あるいは昨年の現況値より下がれば達成できているのかということ、必ずしもそうではないと思う。指標を少し精査するのがよいのでは。	吉野 秀信委員	指標を見直し、「地域の見守り体制の整備」(34ページ)については、「なりすまし詐欺被害件数」及び「なりすまし詐欺被害額」を削除し、「見守りサポーター養成講座の実施回数」を追記しました。また、指標一覧表(44～46ページ)について、各指標の目的が分かるよう整理しました。なお、今後、庁内の関係各課に照会し、該当する指標がある際は、追記、修正する予定です。