

次期「徳島県消費者基本計画」（案）の概要について

1 計画策定にあたって

- ① 計画策定の趣旨 現行の「徳島県消費者基本計画」の計画期間が、令和 8 年度末をもって終了することから、デジタル化の進展や高齢化など、消費者を取り巻く社会情勢の変化に的確に対応するため、次期計画を策定。
- ② 計画の策定の根拠 徳島県消費者の利益の擁護及び増進のための基本政策に関する条例第 10 条の規定に基づく計画。
消費者教育の推進に関する法律第 10 条第 1 項の規定に基づく都道府県消費者教育推進計画を兼ねる。
- ③ 計画期間 令和 9 年度から令和 13 年度まで（5 年間）

2 消費者行政をめぐる現状と課題

① 消費者を取り巻く社会情勢の変化

① デジタル社会の進展

- ・消費生活における
A I ・デジタル技術の急速な進展に伴う
取引環境の複雑化・多様化
- ・SNS の普及に伴う特殊詐欺や
SNS 型投資・ロマンス詐欺の被害急増
- ・2025 年度の 18 歳・19 歳の全国における
相談件数は、2021 年度以降で最多

② 高齢化・世帯の単身化の進行

- ・社会から孤立した高齢者等が
消費者トラブルを一人で抱え込み、
事態が深刻化する懸念

③ グローバル化の進展

- ・海外事業者との取引の拡大、
県内在留外国人の増加

④ SDGs の達成への前進

- ・SDGs 12「つくる責任、つかう責任」
を意識し、環境に配慮した選択が重要

⑤ 消費者庁新未来創造戦略本部等との連携

- ・本県を実証フィールドとし、戦略本部
と連携した先駆的モデルプロジェクトの展開

図 1 徳島県内の特殊詐欺及び
SNS 型投資・ロマンス詐欺の認知件数

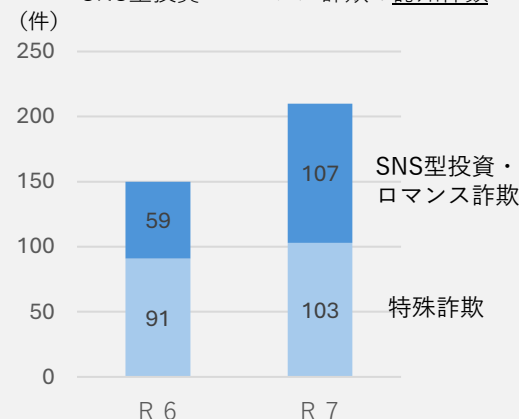
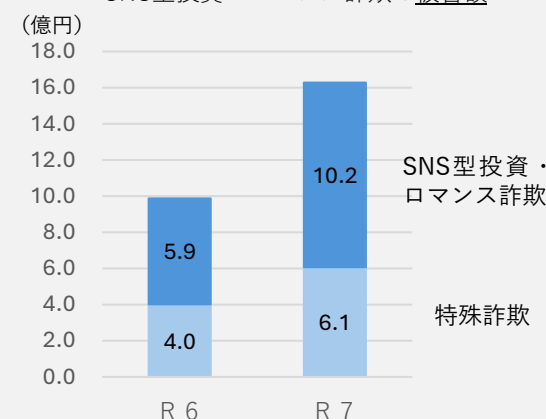


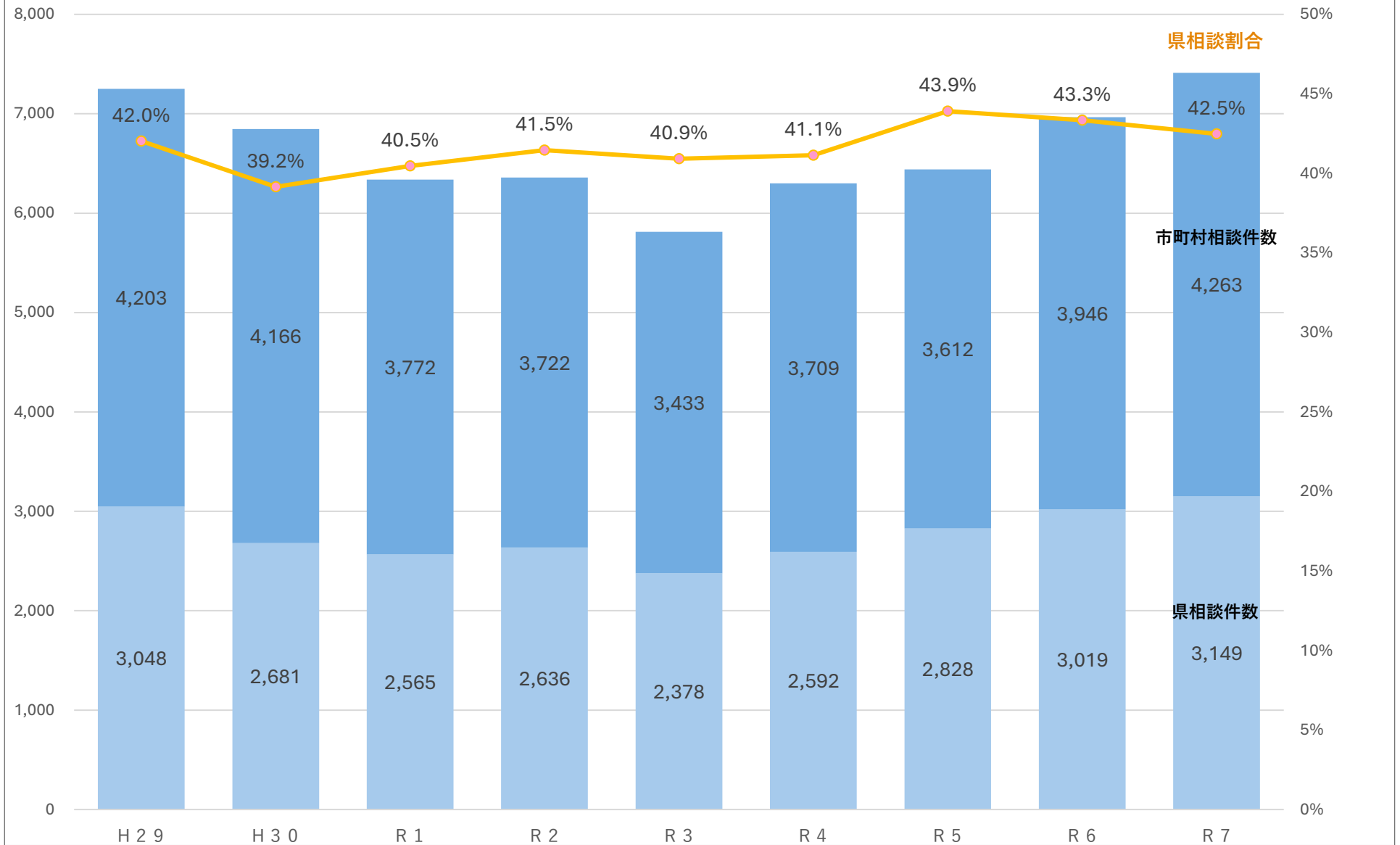
図 2 徳島県内の特殊詐欺及び
SNS 型投資・ロマンス詐欺の被害額



出典：徳島県警察本部調べデータを基に作成

② 徳島県・市町村消費生活センターにおける消費生活相談の状況

図3 県・市町村消費生活センター相談件数/県相談割合



出典：消費者庁「地方消費者行政の現況調査」より作成
 ※令和7年度のみ徳島県集計データ（暫定値）

3 徳島県消費者情報センターにおける消費生活相談の状況

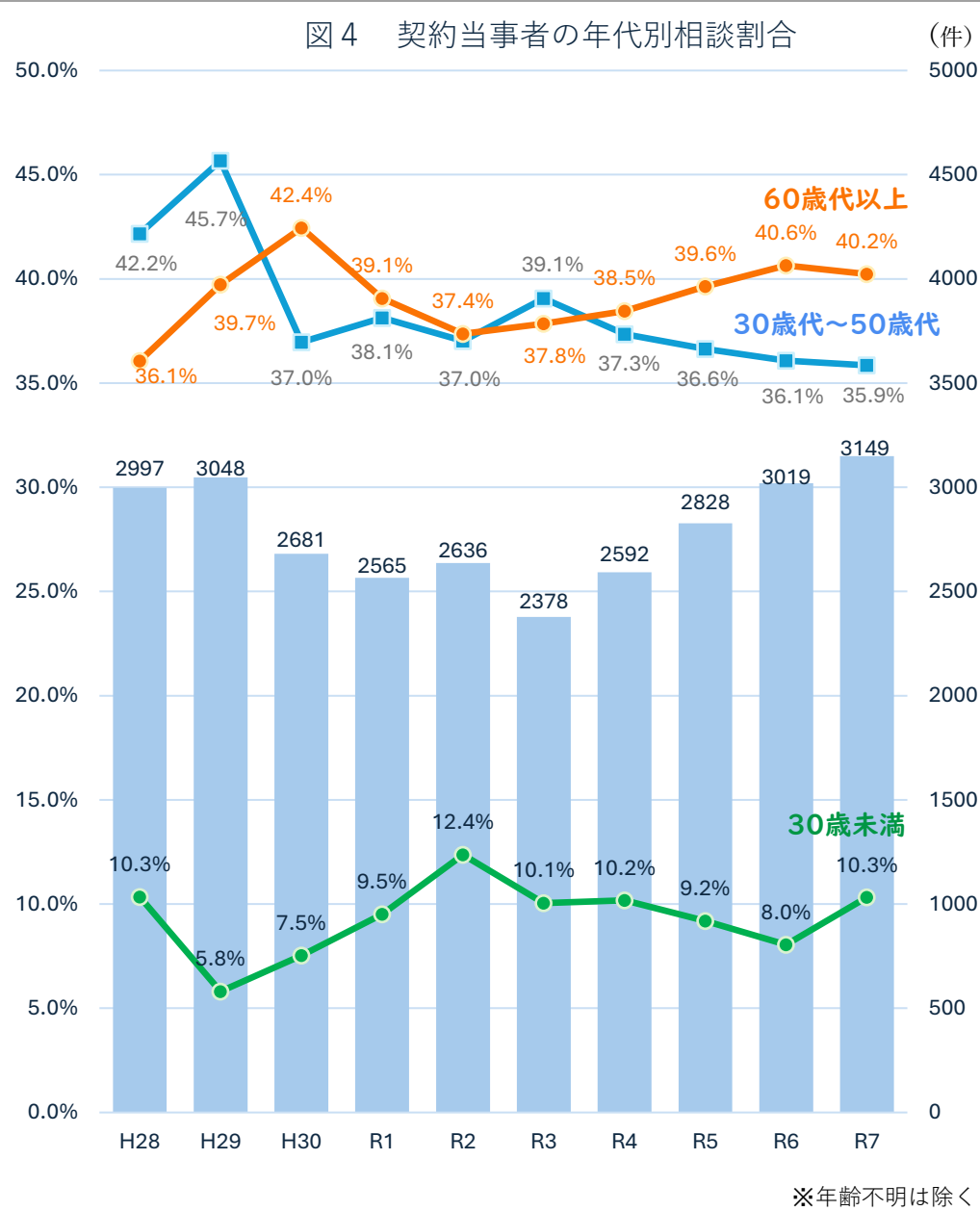


表1 年代別・商品役務別相談件数

年齢	年度	R 7		R 6	
		商品・役務名	件数	商品・役務名	件数
20歳未満	1位	健康食品	10	他の教養・娯楽	14
	2位	他の教養・娯楽	10	娯楽等情報配信サービス	8
	3位	娯楽等情報配信サービス	7	商品一般	7
20歳代	1位	理美容	33	レンタル・リース・賃貸	21
	2位	レンタル・リース・賃借	20	商品一般	14
	3位	役務・その他	17	役務その他	13
30歳代	1位	レンタル・リース・賃借	26	商品一般	24
	2位	商品一般	21	レンタル・リース・賃貸	21
	3位	役務その他	16	役務その他	10
40歳代	1位	商品一般	36	商品一般	25
	2位	レンタル・リース・賃借	22	役務その他	23
	3位	役務その他	20	化粧品	22
50歳代	1位	商品一般	65	商品一般	58
	2位	化粧品	36	化粧品	54
	3位	役務その他	24	役務その他	31
60歳代	1位	化粧品	60	化粧品	71
	2位	商品一般	58	商品一般	55
	3位	役務その他	25	健康食品	30
70歳代	1位	商品一般	65	商品一般	74
	2位	化粧品	47	化粧品	32
	3位	役務その他	28	健康食品	31
80歳以上	1位	商品一般	33	商品一般	30
	2位	工事・建築・加工	19	電報・固定電話	18
	3位	役務その他	17	化粧品	16

③ 徳島県消費者情報センターにおける消費生活相談の状況

図5 販売購入形態別割合（R7）

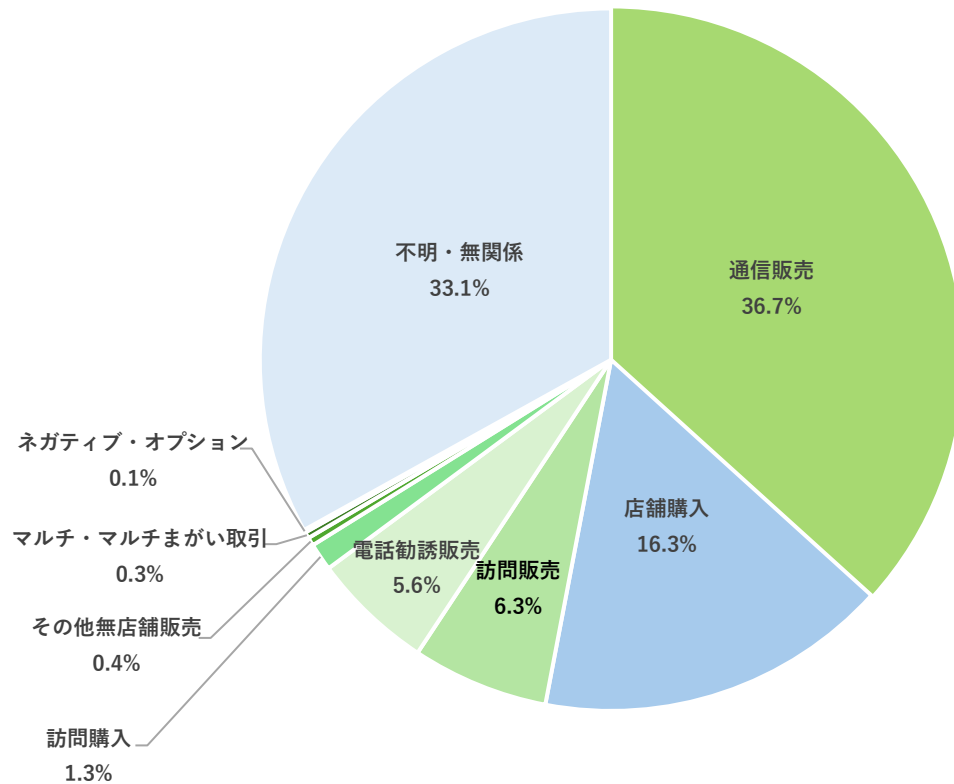


図6 SNS関連相談割合

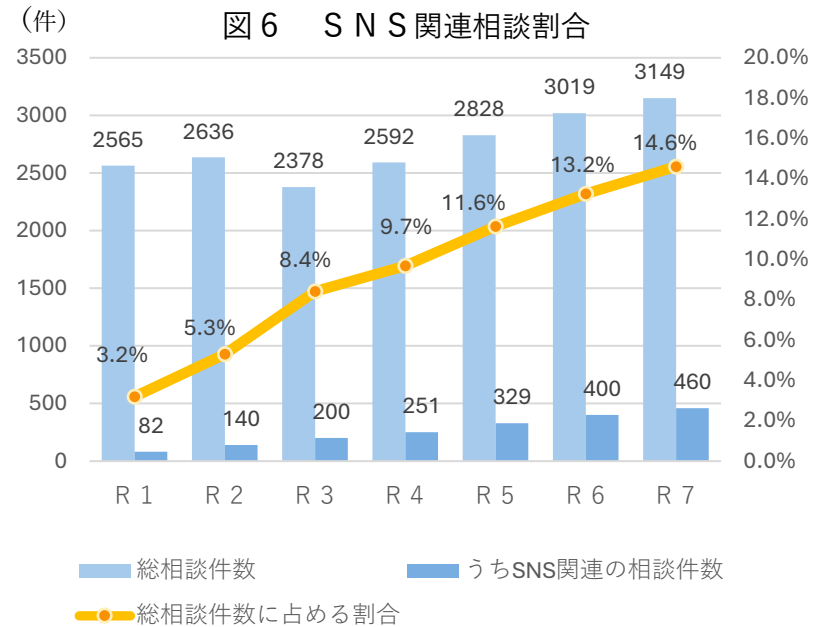
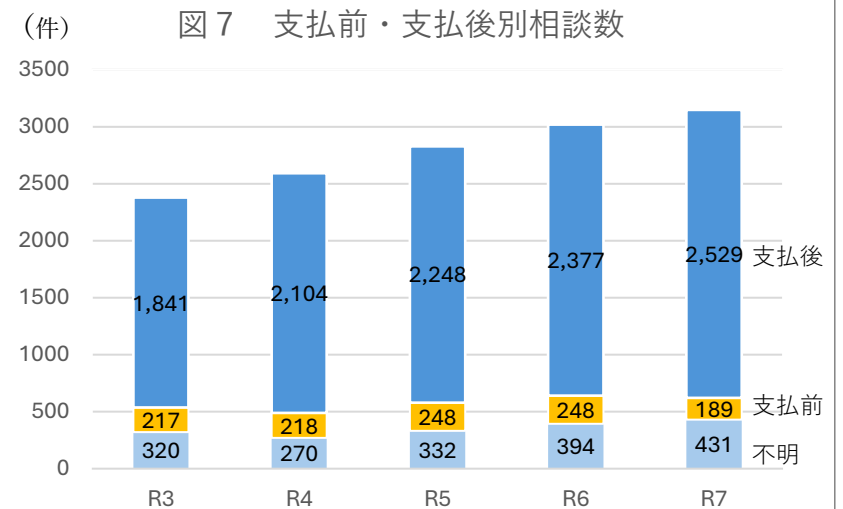


図7 支払前・支払後別相談数



基本理念

「誰一人取り残さない」安全・安心な消費生活の確保と未来へ引き継ぐ持続可能な社会の実現

基本方針 1

自ら「学び」「考え」
「行動できる」消費者による
ウェルビーイングの実現

1 AI・デジタル技術の進展に応じた 全世代への消費者教育の推進

→ デジタルリテラシー・
金融リテラシーの向上

- (1) ライフステージに応じた体系的・
重層的な消費者教育
 - 学校、大学、地域、職域、家庭
消費者大学校における教育
- (2) 消費者教育の担い手の育成と
学びの輪の拡大
 - 教職員等の学び合いと専門力向上
 - 多様な担い手の発掘

2 持続可能な消費者市民社会の構築

- (1) 国際的な社会課題の解決や
ウェルビーイング向上に資する
消費行動の推進
 - エシカル消費の推進
 - 消費者と事業者の国際的課題への
理解とコミュニケーションの深化
 - 個別の社会的課題に対応した
エシカル消費の実践
(食品ロス削減、サステナブル
ファッションの推進など)

基本方針 2

急速に変容する社会における
消費生活リスクへの対応

3 安全・安心な消費生活の確保

- (1) 商品・サービス・取引の安全性確保
 - 消費者事故等の迅速な情報収集・提供
 - 悪質事業者に対する法令の厳正な執行
- (2) 食品の安全性確保及び表示等の適正化
 - 食品の安全・安心の確保
 - 適正表示の推進
- (3) 消費者と事業者との協働による安全・安心な社会の構築
 - 消費者志向経営の推進
 - 内部通報者の保護と事業者倫理の向上
 - カスタマーハラスメントの防止**

4 消費者被害の未然防止と早期救済

- (1) 消費生活相談体制の充実・強化
 - 徳島県消費者情報センターの体制の充実・強化
 - 消費者被害の未然防止のための情報発信・啓発
 - **取引環境の複雑化・多様化に伴う消費者トラブルの防止**
 - 特殊詐欺被害未然防止、多重債務者問題等の対策強化
 - **県警と連携し、SNS型特殊詐欺等被害防止対策推進**
- (2) 見守りネットワークによる配慮を要する消費者被害防止
 - 高齢者や障がい者等の被害防止 **(外国人も含めた)**
- (3) 消費者ネットの機能強化の推進
 - 消費生活コーディネーター等による消費者ネットの構築

基本方針 3

多様な主体との連携による
先駆的消費者行政の推進

5 消費者庁新未来創造戦略 本部等との連携による 次世代施策の展開

- (1) 徳島から発信する次世代
消費者行政モデルの実証
と展開
 - 消費者庁新未来創造
戦略本部との共創による
モデルプロジェクトの展開
 - 消費者行政の国際拠点化
とグローバル人材の育成
- (2) 関係機関・団体との
連携による相乗効果
の創出
 - 関連施策との連携強化
(防災、食育、環境教育、
福祉等)

