

策定の経緯

- ◆ 消費者教育の推進に関する法律(平成24年12月施行)…消費者教育の総合的・一体的な推進
  - ・ 地方公共団体の責務(第5条): 区域の社会的経済的状况に応じた施策の策定・実施
  - ・ 都道府県消費者教育推進計画の策定(第10条): 国の基本方針を踏まえ県計画を策定(努力義務)

- ◆ 消費者教育の推進に関する基本的な方針(基本方針)(平成25年6月閣議決定)
  - ・ 誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けることができる機会を提供し、効果的に推進
  - ・ 幅広い担い手(国・地方、行政・民間、消費者自身)の支援・育成、担い手間の連携、情報共有の促進

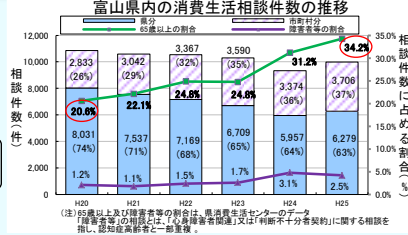
第1章 計画の策定にあたって

- 計画策定の趣旨: 多様な主体と連携・協働し、生涯にわたる消費者教育を体系的・効果的に推進
- 計画の位置付け: 消費者教育推進法第10条第1項に基づく計画
- 計画期間: 平成26年度～平成30年度(5年間)

第2章 消費者教育の推進の意義 現状と課題

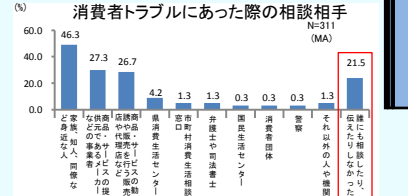
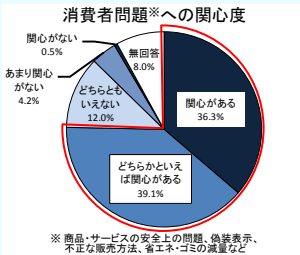
(1) 消費生活相談の状況

- ◆ H25年度…9年ぶりに増加
- ◆ 高齢者を狙った悪質商法やインターネット関連被害など相談内容の複雑化・巧妙化
- ◆ 高齢者(65歳以上)の相談割合 H20: 20.6% → H25: 34.2%



(2) 消費者の意識・行動(消費生活に係る県民意識調査(H25年10月)より)

- ◆ 消費者問題に関心はあるものの、トラブルへの対応力が不足
- ・ 消費者問題に「関心がある」75.4%
- ・ 消費者被害にあっても相談していない(21.5%)



◆ 商品やサービス選択の際に、環境等への配慮の意識が低い

商品サービス選択時に意識していること	常に意識する 十よく意識する
価格	91.6%
機能・品質	90.8%
安全性	87.5%
環境に及ぼす影響	36.2%
事業者の社会貢献活動等	22.0%

(3) 多様な主体による消費者教育の取組み状況

- ◆ 様々な活動が行われているが情報発信や連携する力が弱い
- ・ 消費者教育(授業、講座、出前講座等)を受けた経験が「ある」9.5%
- ◆ 様々な場での消費者教育の推進には、さらなる人材(担い手)が必要

消費者教育の経験が「ない」理由  
 1位: 開催されていることを知らなかった(51.3%)  
 2位: 忙しくて時間がない(34.1%)  
 3位: 日程・場所が合わない(26.8%)

第2章 消費者教育推進の意義 必要性と意義

背景

- 高度情報化・高齢化の進展
- 消費活動は社会経済全体への影響が大きい(個人消費支出はGDPの6割)

目指すべき消費者像

- ☆ 自立する消費者  
被害にあわない、合理的意思決定ができる消費者
- ☆ 「消費者市民社会」の形成に寄与する消費者  
自らの消費行動が社会経済情勢や地球環境に影響を与えることを自覚して行動できる消費者

生涯にわたる消費者教育の実施

第3章 消費者教育推進の基本的な方向

- 対象領域(国の基本方針に同じ)
- ① 消費者市民社会の構築
  - ② 商品等やサービスの安全
  - ③ 生活の管理と契約
  - ④ 情報とメディア

体系的な推進

・各ライフステージ(幼児期～高齢期)における体系的な実施

効果的な推進

- ・消費者の特性(年齢、障害等)や場の特性(学校、地域、家庭、職域等)に応じた方法での実施
- ・多様な主体(市町村、教育機関、消費者団体、事業者団体、地域団体等)との連携・協働
- ・他の消費生活に関連する教育(環境教育、食育等)との連携

第4章 消費者教育の推進施策

重点的に取り組むテーマ

テーマ1

高齢者等に対する消費者教育の推進

テーマ2

消費者教育の人材(担い手)育成

様々な場における消費者教育

特に高齢者等の教育を重点的に

学 校	小・中・高校	・学習指導要領に基づく消費者教育の充実 ・弁護士等専門家の講師派遣、消費者教育教材の提供
学 校	大学・専門学校等	・入学後早い段階での啓発の実施 ・学生向け出前講座の実施
地域社会		・高齢者等の見守りネットワークの活用 ・成人や高齢者向け出前講座の周知・拡充 ・自発的な学び合い活動の促進
家 庭		・インターネット利用における親と子のルールづくり ・家族間での消費生活知識や情報の共有化
職 域		・事業者の取組み支援(情報提供等) ・従業員向け出前講座の実施

消費者教育の人材(担い手)の育成・活用  
特に人材育成を重点的に

消費者教育の資源等

教職員	・教職員向け研修会の実施 ・実践事例や消費者教育情報・教材の提供
地域における人材	・消費生活推進リーダー等の育成の充実・強化 ・人材育成を行う団体・グループへの支援 ・福祉関係者等向け研修会の実施 ・様々な主体による取組みを調整する人材(コーディネーター)の育成・支援
消費生活相談員	・消費者教育の担い手としての研修の充実
消費者教育の資源等	・各種教材・資料の作成・支援 ・各種教材等の情報集約と情報提供の強化

高齢者を被害から守る安全なまちづくり

- 警察と連携した被害の未然防止
- ・防犯教室や交通安全教室と連携した出前講座の実施
  - ・警察官による高齢者宅への戸別訪問

官民挙げて高齢者を見守る体制づくり

- ・行政、警察、防犯団体、福祉ネットワーク、民間事業者等による高齢者の見守り体制の強化・県民運動の展開

第5章 他の消費生活関連施策との連携

消費者の安全・安心の確保

- ・製品等の安全に関する情報提供の充実
- ・安全情報を収集・修得・伝達できる消費者

苦情処理・紛争解決の促進

- ・相談員の資質向上や相談窓口の充実・強化
- ・トラブルの際、相談機関を活用できる消費者

第6章 計画の推進体制等

■ 多様な主体がそれぞれの強みを活かし連携して実施

- 県消費生活審議会(「消費者教育推進地協議会」として位置付け)
  - ・ 施策の取組状況等の報告を受け、検証・評価

現状と課題を踏まえた施策へ