

福岡県消費者教育推進計画（第2次）

素 案

素案

福岡県消費者教育推進計画（第2次）
（平成31年度～平成35年度）

目 次

第 1 計画の基本的考え方	1
1 計画策定の趣旨～計画策定の背景及び趣旨～	1
(1) 1次計画の策定	1
(2) その後の状況の変化	1
(3) 2次計画策定の趣旨	2
2 計画の位置付け	2
3 計画期間	2
4 計画の推進体制	2
第 2 消費者を取り巻く現状と課題	3
1 現状分析	3
(1) 社会情勢の変化	3
ア 情報通信技術の高度化に伴う変化（取引方法と決済手段）	3
イ 高齢社会の状況	4
ウ 民法の成年年齢引下げ（平成 34 年 4 月施行）などの法改正等	4
エ 環境に配慮した商品や仕組み	6
(2) 福岡県における消費生活相談の状況	7
ア 相談件数の推移等	7
イ 商品・役務別相談件数	8
ウ 若年者、高齢者、障がい者等の消費生活相談の状況	9
(3) 消費生活に関する県民意識等	11
ア 消費生活に関する県民意識調査	11
イ 学校（小・中・高等学校、特別支援学校）における 消費者教育推進に関するアンケート調査	14
ウ 大学・専門学校等における 消費者教育推進に関するアンケート調査	16
エ 市町村における消費者教育事業の実施状況調査	17
2 課題	18
(1) 若年者に対する実践的な消費者教育の実施	19
(2) 高齢者・障がい者等への情報提供・注意喚起の徹底	19
(3) 高度情報通信社会への対応	19
(4) 消費者市民社会の形成に参画する消費者の育成	20

第3	消費者教育推進の基本的な方向	21
1	総合的・体系的推進のための取組の方向	21
(1)	各ライフステージでの体系的な推進	21
(2)	消費者の特性・場の特性に応じた配慮	21
(3)	消費者教育を行う多様な主体の連携、協働	22
(4)	他の消費生活に関連する教育と消費者教育との連携促進	22
2	県が重点的に取り組むテーマ	23
第4	消費者教育の推進の内容	25
1	様々な場における消費者教育の実施	25
(1)	小・中・高等学校、特別支援学校等における消費者教育の推進	25
(2)	大学・専門学校等における消費者教育の推進	27
(3)	地域社会における消費者教育の推進	28
(4)	家庭における消費者教育の推進	30
(5)	職域における消費者教育の推進	31
2	消費者教育の担い手育成	32
第5	市町村の取組に対する支援	34
1	市町村の消費者教育推進への支援	34
2	地域における関係機関の連携への支援	36

第1 計画の基本的考え方

1 計画策定の趣旨～計画策定の背景及び趣旨～

福岡県では、県民の消費生活の安定及び向上を図るため、消費者行政を総合的に推進してきました。消費者からの消費生活相談に応じるほか、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など、必要な措置を講じ、様々な施策を推進することにより、消費者の自立を支援してきたところです。

(1) 1次計画の策定

一方、平成24年12月、消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号。以下「消費者教育推進法」という。）が施行されました。国が消費者教育推進法に基づき、平成25年6月に定めた「消費者教育の推進に関する基本的な方針（以下「基本方針」という。）」^{*1}を踏まえて、県では平成26年6月に、26年度から30年度までの5年間を計画期間とした「福岡県消費者教育推進計画（以下「1次計画」という。）」を策定し、消費者教育を推進するための様々な施策を行ってきました。

(2) その後の状況の変化

県内の消費生活相談件数は、依然として約5万3～5千件台で推移し、悪質商法による消費者被害、身近な商品・サービスによる事故などの問題が後を絶たない状況にあります。

加えて、この5年間に社会情勢は大きく変化しています。スマートフォンの普及により、インターネットへの接続が簡便になり、電子商取引も増加するなど、社会の高度情報化やグローバル化が更に大きく進展しているほか、高齢人口の増加も進行しています。これに伴い、消費者の意識や行動、消費者と事業者の取引形態、取引内容等にも変化が見られます。

新たなサービスや商品が次々に登場し、取引方法も多様化する等、消費者の選択肢が増え、利便性も向上しています。一方で、様々な情報が氾濫し、悪質商法も巧妙化し、インターネットに関するトラブルや高齢者等の消費者被害が高止まりしているほか、民法改正による成年年齢引下げが平成34年4月に行われます。

*1 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」

消費者教育推進法第9条の規定に基づき、内閣総理大臣及び文部科学大臣が案を作成、閣議で決定。

(3) 2次計画策定の趣旨

このような状況の中、消費者被害や商品・サービスによる事故などの防止のために、これまでの消費者教育に係る取組の一層の推進のほか、持続可能な社会の形成に向け、消費者の消費行動を通じて社会や環境を変えていくという意識を持ち、行動する消費者を育成する取組も求められています。

今回、1次計画期間の終了に伴い、このような社会情勢の変化や法令の改正等を踏まえ、引き続き消費者教育に総合的・体系的に取り組み、自立した消費者^{*1}を育成するため、福岡県消費者教育推進計画（第2次）（以下「2次計画」という。）を策定するものです。

2 計画の位置付け

2次計画は、本県における消費者教育を効果的かつライフステージごとに体系的に推進していくために、消費者教育推進法第10条第1項の規定に基づき、国の基本方針を踏まえて策定するものです。

この計画における「消費者教育」とは、法第2条第1項に定義された「消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動」を指すものとします。

3 計画期間

計画期間は、平成31年度から平成35年度までの5年間とします。

ただし、社会情勢の変化や国の制度改定などの消費者を取り巻く状況の変化に応じて、計画の見直しを行います。

4 計画の推進体制

県は、2次計画の実施状況等について、消費者教育推進地域協議会（福岡県消費生活審議会）において検討し、その意見を踏まえて計画を推進します。

計画の推進においては、特に重点的に取り組むテーマを設定し、市町村や関係機関等と連携しながら、取組を進めます。

*1「自立した消費者」

自ら進んで消費生活に監視に必要な知識・情報を収集し、自主的かつ合理的に行動するとともに、自らの消費行動が、公正かつ持続可能な社会の形成に向けて、社会や環境を変えていくものであるという意味を持ち行動する消費者のこと。

第2 消費者を取り巻く現状と課題

1 現状分析

(1) 社会情勢の変化

情報通信技術の進展等による社会情勢の変化に伴い、消費生活やそれを取り巻く環境が変化し、県民のライフスタイルも変化してきています。

ア 情報通信技術の高度化に伴う変化（取引方法と決済手段）

インターネットが消費者の生活に浸透し、特にスマートフォンの普及により、高齢者を含めた幅広い年齢層で、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を通じたコミュニケーション、インターネット通販の利用、インターネットを利用した個人間売買等が一層行われるようになりました。

個人のインターネット利用状況は、総務省「平成29年通信利用動向調査」（H30.5.25公表）によると、平成29年末には13歳から59歳までの層で9割を超えています。

また、平成22年末と平成29年末とを比較すると、60歳代、70歳代の増加幅はそれぞれ10.4ポイント、7.5ポイントとなっており、高齢者層のインターネットの利用も増えています。このように日常生活でのインターネットの利用があらゆる年齢層で浸透しています。

幅広い年齢層でスマートフォンの利用が進んでおり、こうした手軽な端末の普及が、インターネットの利用拡大に寄与していると考えられます。

この調査によれば、平成29年度末のスマートフォンの保有率は75.1%、インターネットの人口普及率は80.9%となっています。

消費者向けの電子商取引（インターネット通販等、インターネットを利用した電子的な取引）の市場規模も年々増加してきています。経済産業省「平成29年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」（H30.4.25公表）によると、日本の電子商取引の市場規模は平成29年で約16兆5,054億円に上がり、平成24年からの5年間で市場規模は約1.7倍に増加しています。

これらに伴い決済手段も多様化しており、商品・サービスの購入等における電子マネーの利用が拡大しています。

電子マネーの利用によるポイントの付与や利用できる場所の拡大、決済の手軽さなどから、電子マネーが普及していることが考えられます。

また、インターネット上で流通する仮想通貨などの新たな決済手段に係る消費者トラブル、消費生活相談も増えています。

イ 高齢社会の状況

平成30年4月1日現在の住民基本台帳等に基づく本県の高齢化率（総人口に占める65歳以上の人口の割合）は26.7%となっています。

特に、一人暮らし高齢者の世帯は10年間で1.5倍、総世帯に占める割合は11.8%となっており、今後更なる増加が見込まれます。高齢者のみの世帯も増加しており、孤立しがちで消費者トラブルに巻き込まれやすい状況にあります。

ウ 民法の成年年齢引下げ（平成34年4月施行）などの法改正等

（ア）民法の一部改正（成年年齢引下げ）

民法の改正により、平成34年4月から、成年年齢が現行の20歳から18歳に引き下げられます。

現行法では、20歳未満の若者には、未成年者取消権が認められており、未成年者が保護者の同意を得ずに行った契約は原則、取り消すことができます。しかし、成年年齢が引き下げられた場合、未成年者取消権が行使できなくなり、新たに成人となる若者を狙った消費者被害が増える可能性があります。

（イ）消費者関連法の主な改正等

○ 食品表示法の制定（平成27年4月施行）

食品衛生法、農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（旧JAS法）、健康増進法の食品表示に係る規定を統合

○ 消費者安全法の一部改正（平成28年4月施行）

消費者安全確保地域協議会、消費生活相談における都道府県の役割の明確化、「消費生活相談員」の職の法定化、「指定消費生活相談員」制度など

○ 電気通信事業法の一部改正（平成28年5月施行）

書面交付義務や勧誘継続行為の禁止等の行為規制、初期契約解除制度の導入など

- 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の制定（平成28年10月施行）
集団的消費者被害回復訴訟制度の創設
- 資金決済に関する法律の一部改正（平成29年4月施行）
仮想通貨の定義、仮想通貨交換業の登録制の導入など
- 消費者契約法の一部改正（平成29年6月施行）
契約の取消し事由（過量な内容の契約など）の追加、取消権行使期間の伸長、不当条項規制の拡充（解除権放棄条項無効の新設）など
- 民法の一部改正（債権関係：平成32年4月施行）
民法のうち債権関係の規定について、取引社会を支える最も基本法的基礎である契約に関する規定を中心に、ルールの現代化と明確化を目的に改正。約款規定の新設、売主や請負人の担保責任、賃貸借における敷金ルールの明文化、消滅時効規定の見直し、保証ルールの見直し、変動法定利率の採用など。

(ウ) その他

- 障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律（障害者差別解消法）の制定（平成28年4月施行）
不当な差別的取扱いの禁止、合理的配慮の提供
- 持続可能な開発目標（SDGs）実施指針の策定（平成28年12月）
「持続可能な開発目標（SDGs）」の発効に伴い、国内でも、平成28年5月、内閣総理大臣を本部長、全ての国務大臣を構成員とする「持続可能な開発目標（SDGs）推進本部」を設置。同年12月に「持続可能な開発目標（SDGs）実施指針」を策定。
- 学習指導要領の改訂
消費者教育に関して、売買契約の基礎（小学校：家庭）、計画的な金銭管理や消費者被害への対応（中学校：技術・家庭）、多様な契約、消費者の権利と責任、消費者保護の仕組み（高等学校：公民、家庭）などが追加。
※小学校は2020年度から、中学校は2021年度から全面実施。高等学校は2022年度入学生から実施（一部先行実施あり）。

エ 環境に配慮した商品や仕組み

中身を詰め替えるタイプの商品や省エネ商品、ハイブリッド自動車や低燃費自動車等、環境に配慮した商品が普及するようになりました。

また、消費者は新鮮で生産者の顔が見える食料を買うことができることから、地産地消への関心が高まっています。

平成27年9月、「国連持続可能な開発サミット」において「持続可能な開発目標（SDGs）」を中核とする「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択されました。持続可能な開発目標は、17の目標と169のターゲットで構成され、平成28年1月に正式に発効しました。

持続可能な開発目標（SDGs）の目標12では「持続可能な生産・消費形態を確保する」が掲げられました。2030年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たり食料廃棄量の半減や、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ことなどが盛り込まれています。

持続可能な開発目標は、先進国を含む全ての国に適用され、世界が持続可能な発展を続けていくための指針であり、消費生活行政においても、消費者市民社会^{*1}の実現に向け、消費者が消費行動を通じて、深刻化する環境問題や社会問題、大規模災害の被災地の復興などに貢献する^{*2}消費行動の観点から留意する必要があります。

*1「消費者市民社会」

消費者が個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会をいう。（消費者教育推進法第2条第2項）

*2「消費行動を通じた環境問題や社会問題等への貢献」

「人や社会、環境に配慮した消費行動」である「エシカル（倫理的）消費」の理念が普及してきています。

国の「倫理的消費」調査研究会取りまとめ（平成29年4月）によれば、倫理的消費は、国の消費者基本計画において「地域の活性化や雇用なども含む、人や社会・環境に配慮した消費行動」と定義されています。

具体的には、障がい者等の支援につながる商品、フェアトレード商品や寄付付き商品、エコ商品・リサイクル製品、資源保護等に関する認証がある商品、地産地消や被災地産品などの消費が例として示されています。

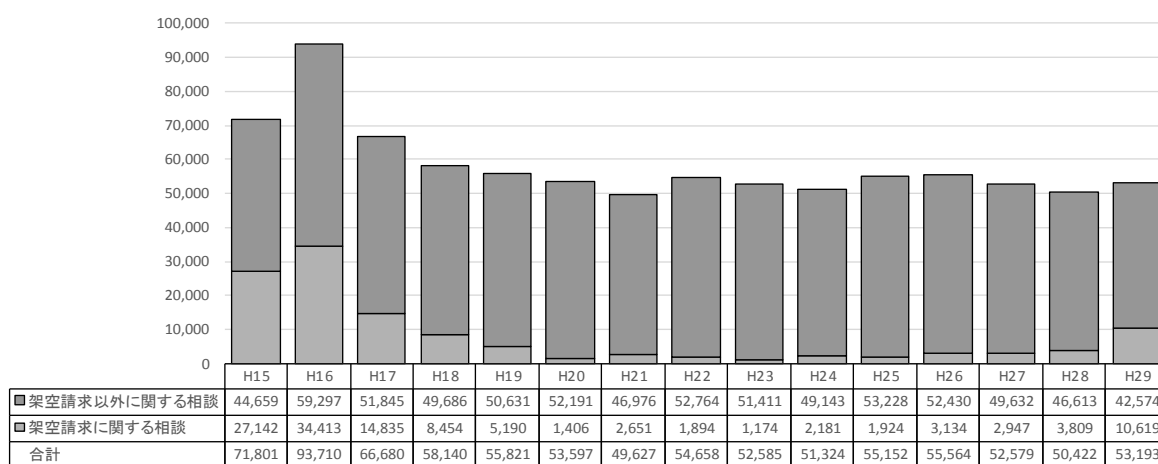
(2) 福岡県における消費生活相談の状況

ア 相談件数の推移等

県内の消費生活相談窓口寄せられた相談件数は、架空請求が急増した平成16年度をピークに減少傾向にありましたが、最近5か年（平成25年度～29年度）は約5万3千～5千件台で推移しています。（図表1）

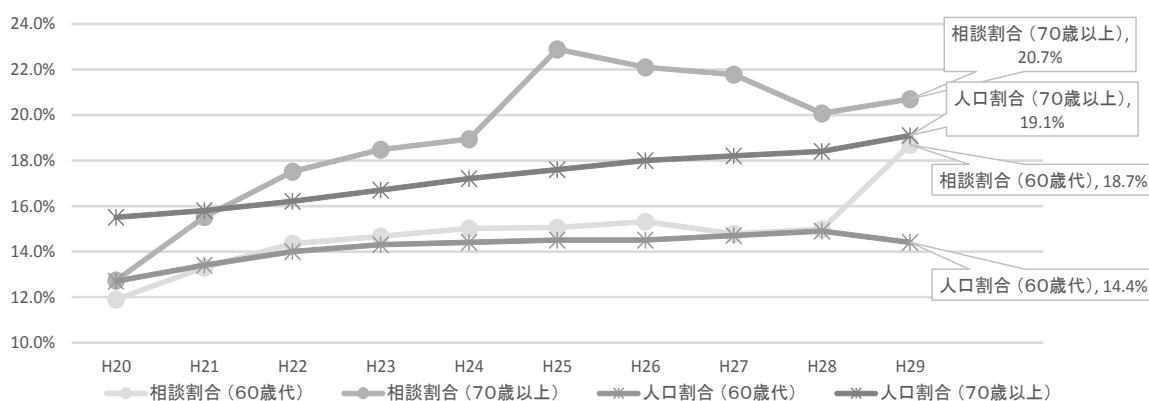
また、相談者（契約当事者）の年齢に注目すると、平成20年代に入り、60歳代、70歳以上の相談割合が高齢者人口の増加率を上回って増加しはじめ、人口の高齢化に伴い、全相談に占める高齢者からの相談の割合が高水準で推移しています。（図表2）

【図表1 福岡県内の消費生活相談件数】



（備考）県内の消費生活相談窓口への相談のうち、全国消費生活情報ネットワークシステム（以下「PIO-NET」という。）に収集された相談件数。年度毎。

【図表2 高齢者の相談割合】



（備考）・契約当事者が60歳代又は70歳以上の消費生活相談件数が、全体の相談件数に占める割合。

・総務省人口推計（各年10月1日現在）における各年代の人口割合。

イ 商品・役務別相談件数

相談内容を商品・役務別にみると、デジタルコンテンツ^{*1}のほか、インターネット接続回線など、インターネットに関連する相談が幅広い年代から寄せられており、情報化の影響が見られます。(図表3)

【図表3 契約当事者年代別(商品・役務別)相談件数】

(平成29年度)

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	合計
1	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ	商品一般	商品一般	デジタルコンテンツ
	277 (31.0%)	673 (15.7%)	817 (15.5%)	1,308 (19.1%)	1,546 (20.2%)	2,954 (29.7%)	1,765 (16.0%)	7,992 (15.0%)
2	他の健康食品	不動産貸借	不動産貸借	不動産貸借	商品一般	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ	商品一般
	42 (4.7%)	377 (8.8%)	543 (10.3%)	434 (6.4%)	1,411 (18.5%)	1,837 (18.5%)	1,163 (10.6%)	7,668 (14.4%)
3	テレビ放送サービス	エステティックサービス	フリーローン・サラ金	商品一般	不動産貸借	インターネット接続回線	新聞	不動産貸借
	35 (3.9%)	375 (8.7%)	216 (4.1%)	385 (5.6%)	307 (4.0%)	311 (3.1%)	432 (3.9%)	2,497 (4.7%)
4	商品一般	フリーローン・サラ金	商品一般	フリーローン・サラ金	フリーローン・サラ金	不動産貸借	工事・建築	相談その他
	32 (3.6%)	153 (3.6%)	212 (4.0%)	255 (3.7%)	267 (3.5%)	246 (2.5%)	411 (3.7%)	1,577 (3.0%)
5	他の化粧品	商品一般	インターネット接続回線	インターネット接続回線	インターネット接続回線	フリーローン・サラ金	相談その他	インターネット接続回線
	29 (3.2%)	137 (3.2%)	143 (2.7%)	211 (3.1%)	203 (2.7%)	237 (2.4%)	348 (3.2%)	1,547 (2.9%)
合計	893	4,288	5,285	6,834	7,639	9,945	11,008	53,193

*1「デジタルコンテンツ」は、インターネットを通じて得られる情報に関する相談(アダルト情報サイト、出会い系サイト、オンラインゲームなど)。

ウ 若年者、高齢者、障がい者等の消費生活相談の状況

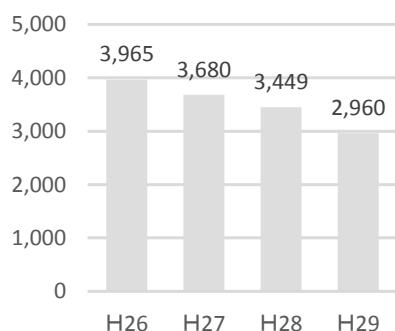
(ア) 若年者の消費生活相談

若年者の消費生活相談は、平成26年度以降年々減少しています。(図表4)

年齢別に相談をみると、現在、成年となる20歳から、未成年ではほとんど見られなかった融資に関する相談が多く寄せられるようになるなど、相談件数が大幅に増加する傾向にあります。(図表5)

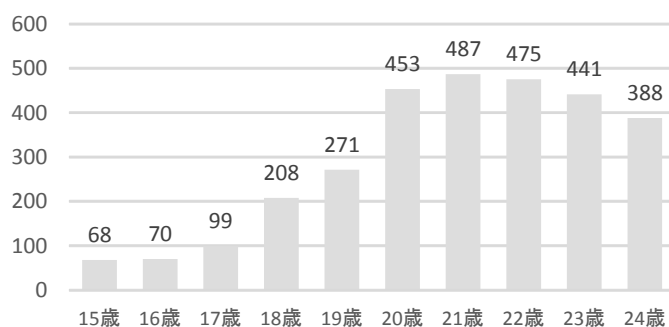
商品分類別に相談をみると、平成24年度と比較して、平成29年度はアダルト情報サイトに関連した相談は減少していますが、依然、インターネットに関連した相談は、上位に多く寄せられています。(図表6)

【図表4 若年者の相談件数の推移】



【図表5 若年者の年齢別相談件数】

(平成29年度)



【図表6 若年者に多い消費生活相談】

順位	平成24年度		平成29年度	
	項目	件数	項目	件数
1	アダルト情報サイト	501	脱毛エステ	155
2	賃貸アパート	235	デジタルコンテンツ(全般)	141
3	出会い系サイト	152	賃貸アパート	140
4	他のデジタルコンテンツ	122	出会い系サイト	128
5	フリーローン・サラ金	117	商品一般	109
6	デジタルコンテンツ(全般)	117	アダルト情報サイト	102
7	脱毛エステ	116	他のデジタルコンテンツ	94
8	携帯電話サービス	86	フリーローン・サラ金	81
9	相談その他	86	他の健康食品	76
10	テレビ放送サービス(全般)	72	光ファイバー	66

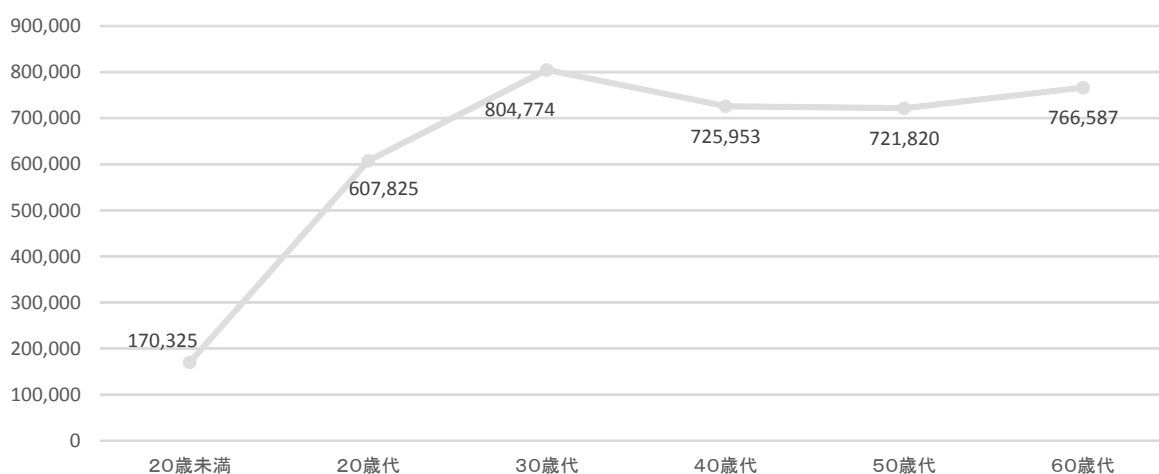
(イ) 高齢者の消費生活相談

消費生活相談における相談1件当たりの平均金額を年代別に比較すると、契約購入金額は、30代以上で年代毎に大きな差異がありません。(図表7)

5年前と比較し、ファンド型投資商品や金融関連サービスについての相談は減少しましたが、「仮想通貨」に関する投資勧誘に係る相談など、新たな手口が出現しています。

「商品一般」以外では、他の世代と同様に、「デジタルコンテンツ(全般)」や「光ファイバー」等のインターネットに関連した相談が上位を占めています。

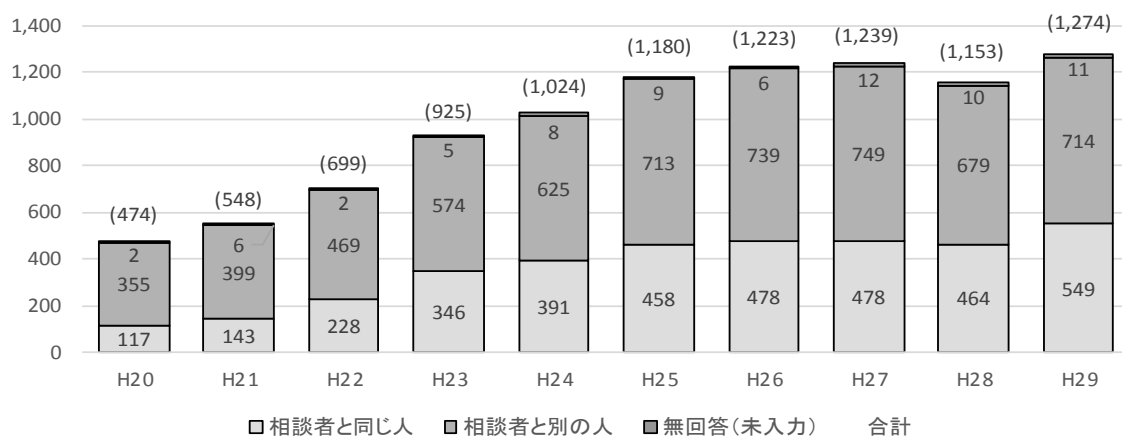
【図表7 契約当事者年代別平均契約金額】 (平成29年度)



(ウ) 障がい者等の消費生活相談

障がい者等の消費生活相談は、平成20年度以降増加し、平成25年度以降は1,200件程度で推移しています。また、障がい者等が契約当事者になる相談をみると、相談者が契約当事者とは別の人(本人ではなく家族や周囲の見守りを行っている者)が相談を寄せる割合は、相談全体と比較して多い傾向にあります。(図表8)

【図表8 障がい者等の消費生活相談件数】 (年度)



(3) 消費生活に関する県民意識等

ア 消費生活に関する県民意識調査

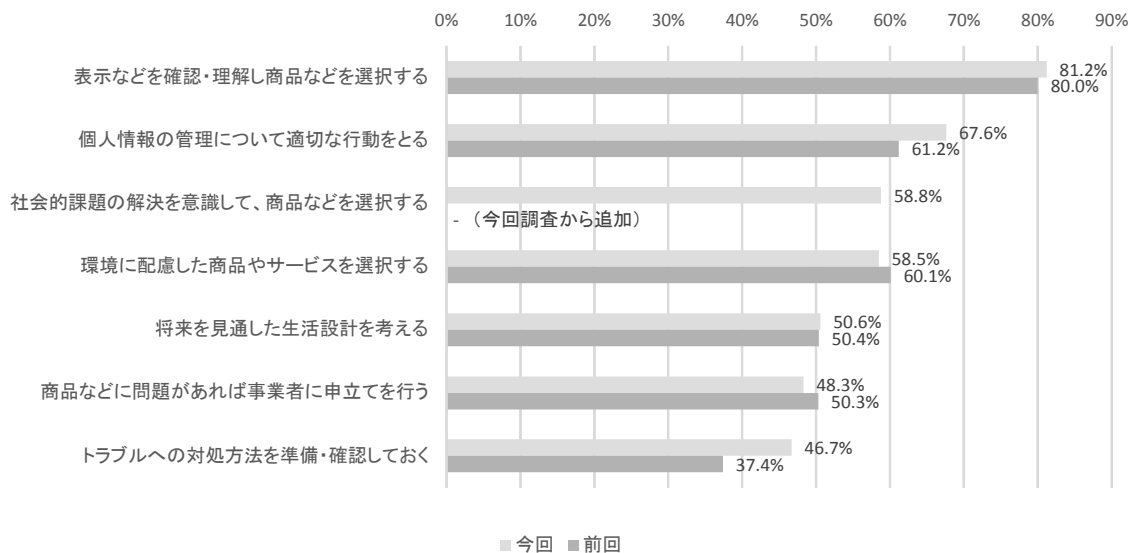
県では、消費生活に関する県民意識調査（以下「県民意識調査」という。平成30年6月実施分を「今回」と、平成25年8月実施分を「前回」と区分する。）として、消費生活に関する意識委や実態を把握するための調査を、一般個人を対象に実施しました。

(ア) 商品・サービスを選択する時の意識と行動

消費者として心がけていることについては、「表示などを確認・理解し商品などを選択する」人は8割いるのに対し、「個人情報管理について適切な行動をとる」人は7割、「環境に配慮した商品やサービスを選択する」「社会的問題の解決を意識して商品などを選択する」人は6割、「商品などに問題があれば事業者に申立てを行う」人は5割となっています。

この中で、「個人情報管理について適切な構造をとる」人は前回6割から今回7割程度に、「トラブルへの対処方法を準備・確認しておく」人は前回4割弱から今回5割程度に増加しています。（図表9）

【図表9 消費者として心がけていること】



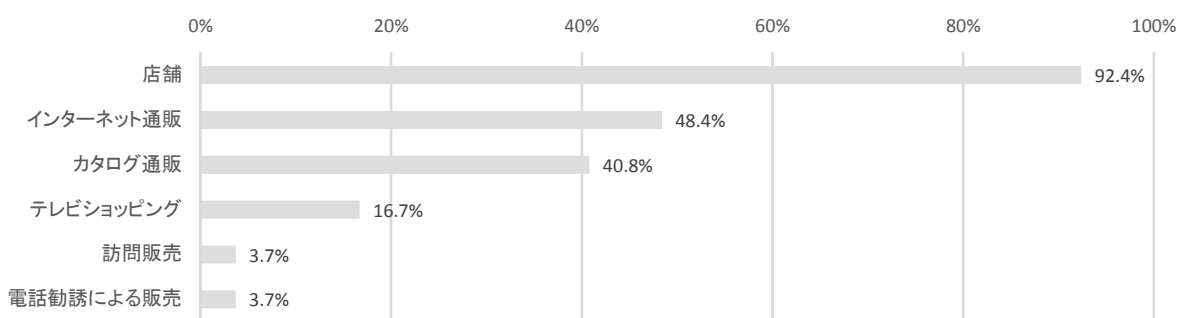
(イ) 直近1年間に利用した販売形態や支払形態

商品を購入、サービスを利用する際の販売形態を質問したところ、店舗販売以外に「インターネット通販」や「カタログ販売」といった通信販売を利用したことがある人は5割程度に対し、「訪問販売」や「電話勧誘による販売」を利用したことがある人はいずれも5%未満となっています。(図表10)

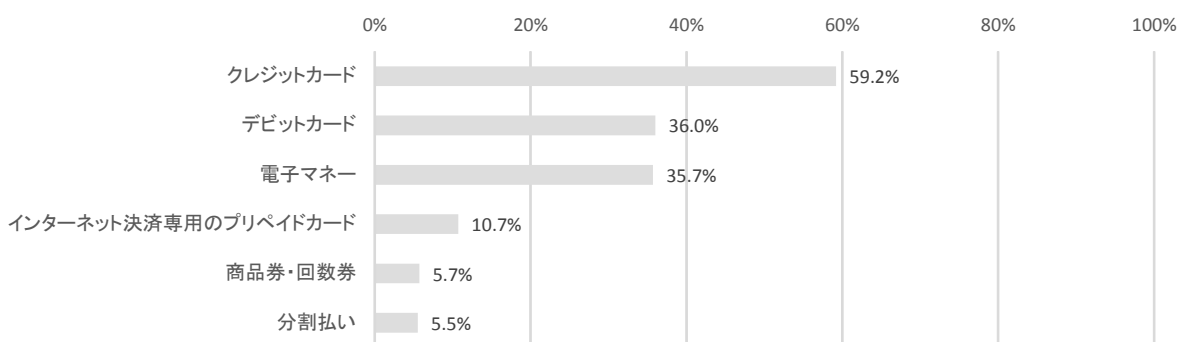
また、現金以外の支払形態を質問したところ、「クレジットカード」を利用した人は6割程度、「デビットカード」や「電子マネー」を利用した人は4割弱となっています。(図表11)

販売形態、支払形態ともに、消費者庁「消費者意識基本調査」(H28年度)と同様の傾向を示しており、全ての年代で多様化していることが分かります。

【図表10 直近1年間に利用した販売形態】



【図表11 直近1年間に利用した支払形態】



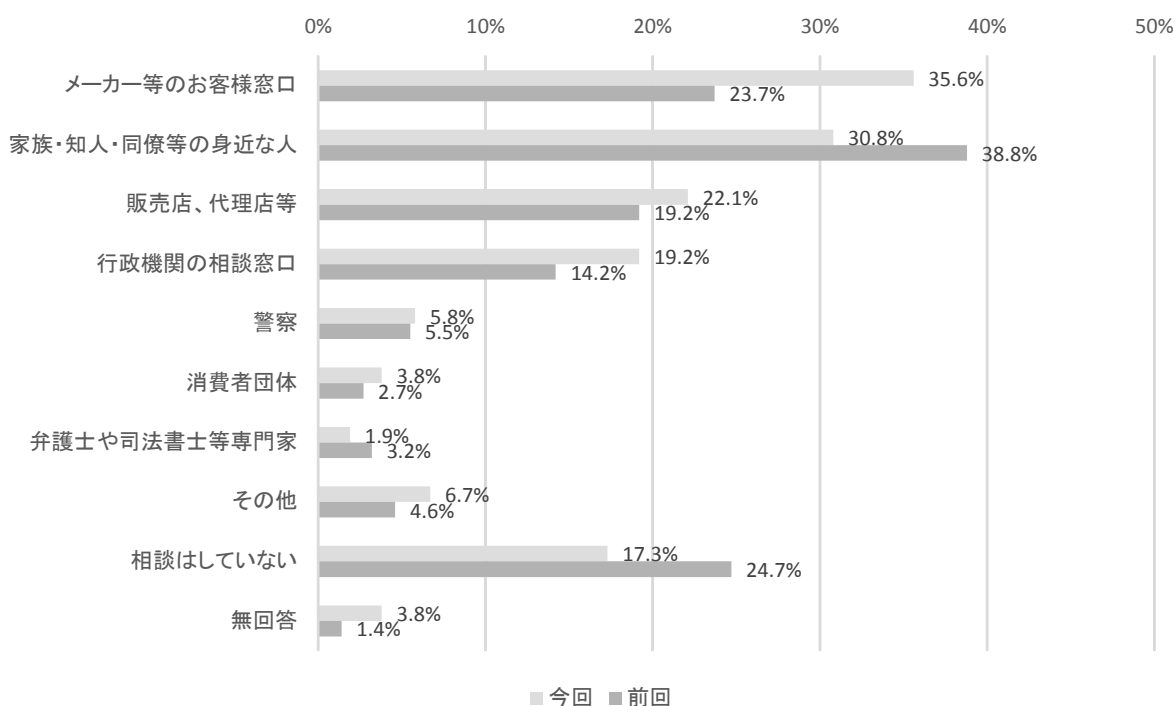
(ウ) 消費者トラブルにあった際の相談先

消費者トラブルにあった際の相談先では、「商品・サービスの提供元であるメーカー等のお客様窓口」が35.6%と最も多くなり、「家族・知人・同僚等の身近な人」が30.8%となっています。

前回調査との比較では、「商品・サービスの提供元であるメーカー等のお客様窓口」が前回23.7%から今回35.6%に、「商品・サービスの勧誘や販売を行う販売店、代理店等」が前回19.2%から今回22.1%に、市区町村や消費生活センター等の行政機関の相談窓口が前回14.2%から今回19.2%に、それぞれ増加しています。一方で、「家族・知人・同僚等の身近な人」が前回38.8%から今回30.8%に、「相談はしていない」が前回24.7%から17.3%にそれぞれ減少しています。(図表12)

消費者トラブルに備えた行動が取れるようになってきたことが分かります。

【図表12 消費者トラブルにあった際の相談先】



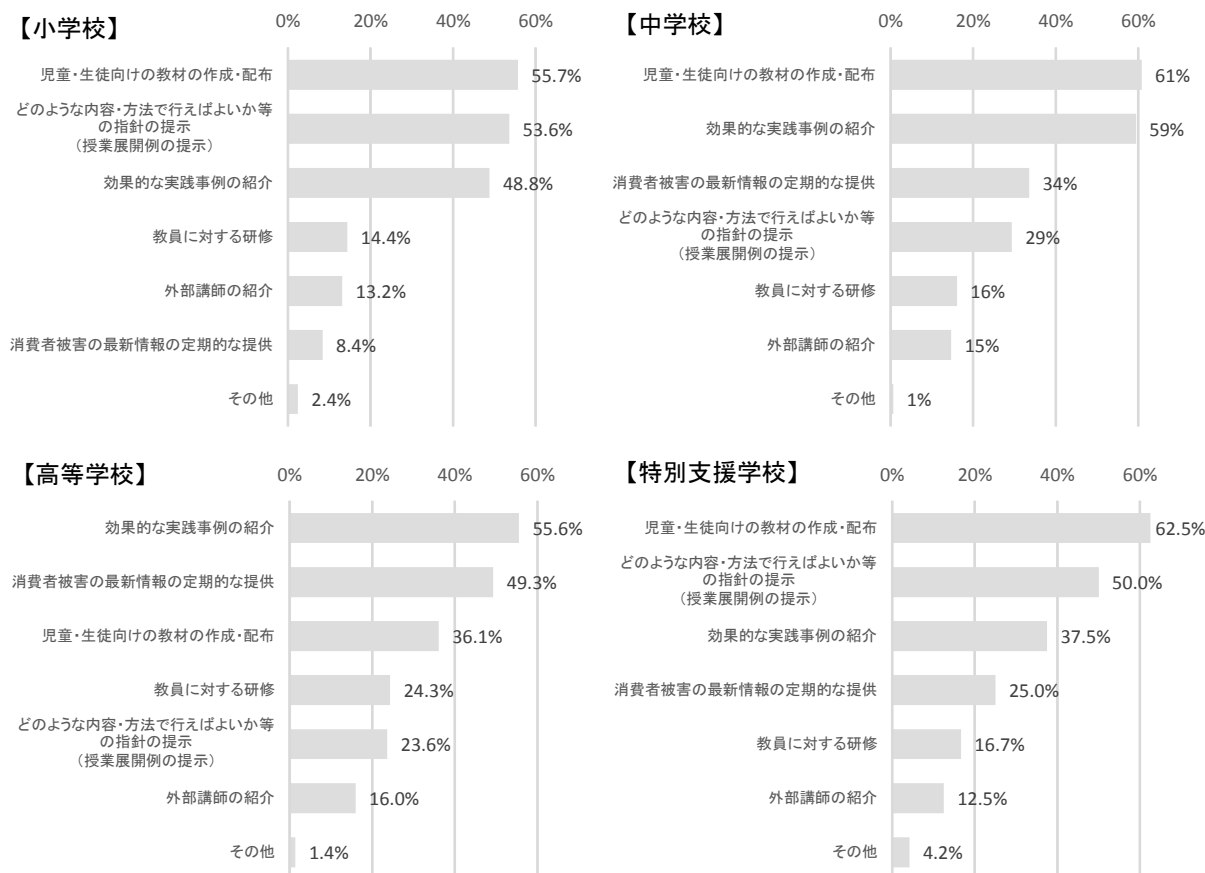
イ 学校（小・中・高等学校、特別支援学校）における消費者教育推進に関するアンケート調査

小学校から高等学校における消費者教育は、学習指導要領に基づき、社会科や家庭科の指導内容として位置付けられ、必要な知識や技能等の習得について、各学校で指導しています。

そこで、小学校、中学校、高等学校、特別支援学校（高等課程）等に対し、それぞれ、アンケート調査を行いました（平成30年8月実施）。

学校において消費者教育を推進するために必要だと思うことについては、小学校では「児童・生徒向けの教材の作成・配布」「どのような内容・方法で行えばよいか等の指針の提示（授業展開例の提示）」「効果的な実践事例の紹介」の順に、ニーズが高くなっています。中学校では「児童・生徒向けの教材の作成・配布」「効果的な実践事例の紹介」の順で、高等学校では、「効果的な実践事例の紹介」「消費者被害の最新情報の定期的な提供」の順で、ニーズが高くなっています。特別支援学校においては、「児童・生徒向けの教材の作成・配布」「どのような内容・方法で行えばよいか等の指針の提示」の順となっています。（図表13）

【図表13 学校において消費者教育を推進するために必要だと思うこと】



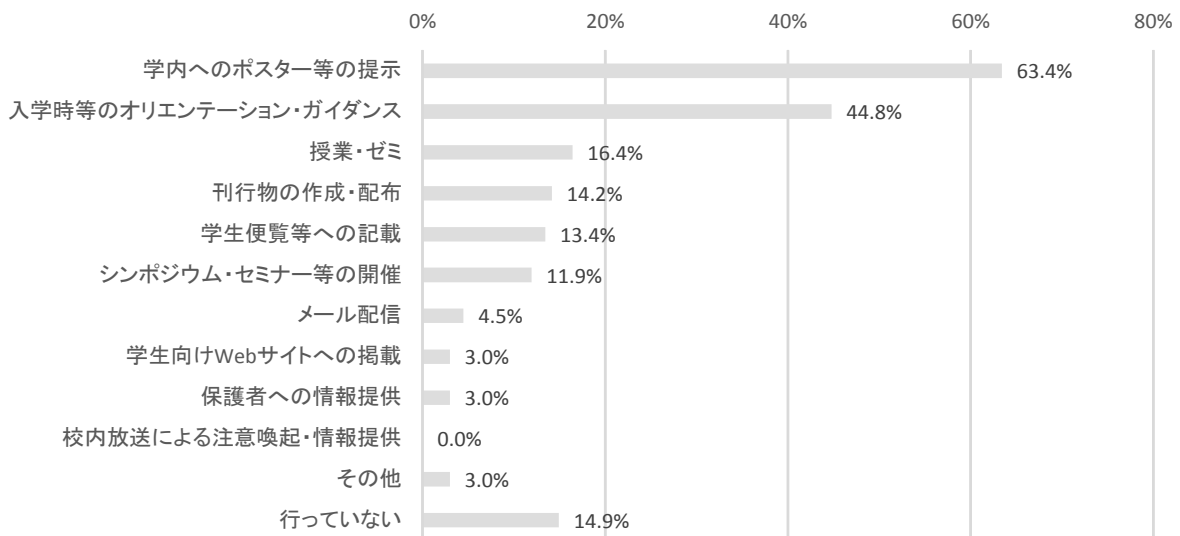
以上の調査結果から、学校教員は消費者教育を効果的に推進するための方法や具体的・効果的な取組事例の情報を必要としていることが分かります。中でも、小学校には活用しやすい教材や実践事例の紹介を、中学校や高等学校には最新の相談事例を踏まえた啓発資料や実践的に活用できるワークシート等の教材の紹介を、特別支援学校には効果的な実践事例の紹介が求められていることが分かります。併せて、特に高等学校の教員向け研修の充実を図るとともに、外部講師の紹介などの対応が重要です。

ウ 大学・専門学校等における消費者教育推進に関するアンケート調査

県内の大学・短期大学・高等専門学校・専修学校（以下「大学等」という。）を対象に、消費者教育に関するアンケートを行いました。

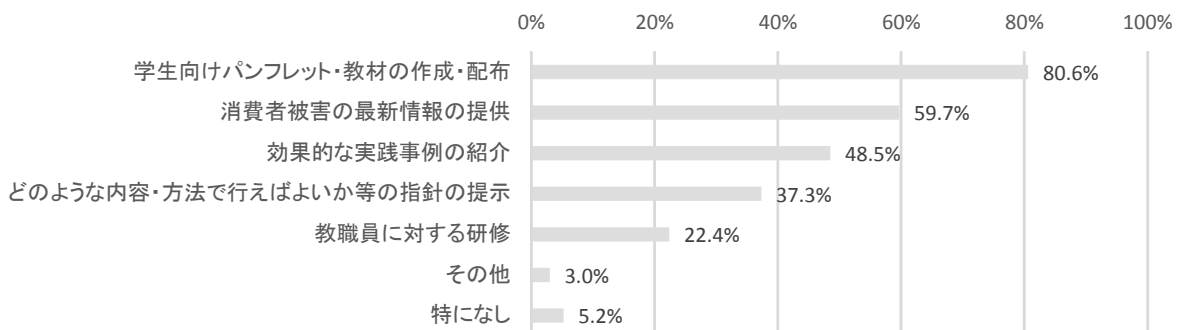
学生に対して消費者教育を実施している学校は、約85%であり、その方法は「学内へのポスター等の掲示」が64%、「入学時等のオリエンテーション・ガイダンス」が44.8%、「授業・ゼミ」が16.4%、「刊行物の作成・配布」が14.2%、「学生便覧等への記載」が13.4%、「シンポジウム・セミナー等の開催」が11.9%、「メール配信」が4.5%、「学生向けWebサイトへの掲載」が3.0%、「保護者への情報提供」が3.0%、「校内放送による注意喚起・情報提供」が0.0%、「その他」が3.0%、「行っていない」が14.9%となっています。（図表14）

【図表14 学生に対する消費者教育の方法】



また、消費者教育のため、県に期待することとしては、「学生向けパンフレット・教材の作成・配布」が81%、「消費者被害の最新情報の提供」が60%、「効果的な実践事例の紹介」が49%となっています。（図表15）

【図表15 消費者教育の推進のために県に期待すること】



エ 市町村における消費者教育事業の実施状況調査

市町村の規模や組織体制、消費者行政に係る予算規模の大小等により、消費者教育の取組に差があります。

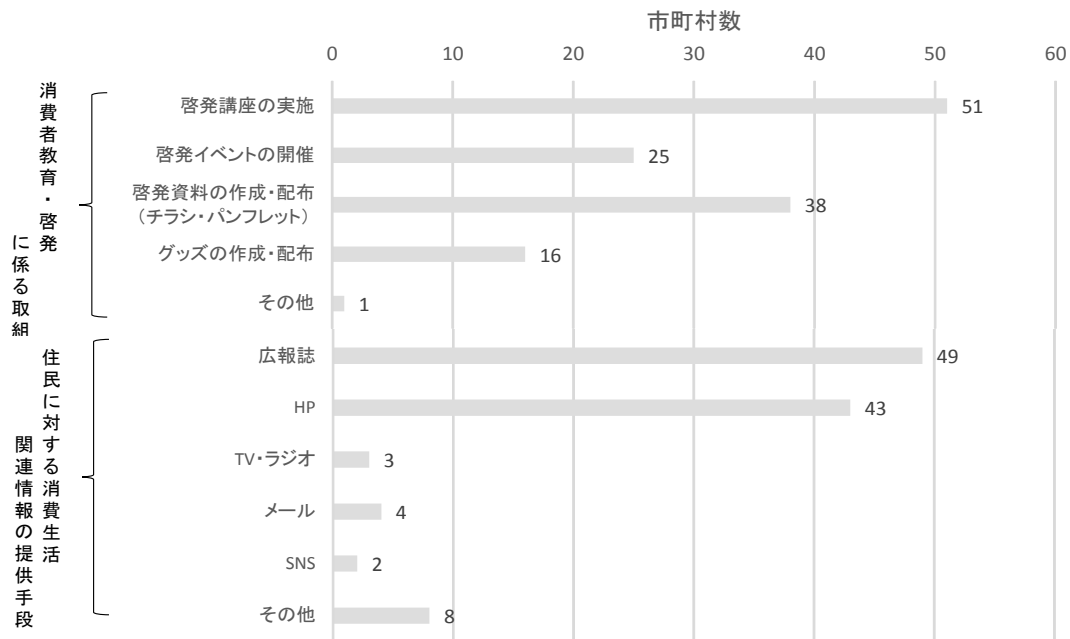
市町村の消費者教育事業の実施状況について調査しました（平成30年8月1日現在）。

市町村で消費者教育推進地域協議会を設置し、消費者教育推進計画を策定しているのは、1市に留まります。一方で、消費者教育の取組の強化を基本計画や市町村ホームページ等で表明している市町村は90%以上です。97%の市町村において、パンフレット配布や講座等により、消費者教育施策に取り組んでいます。当該実施自治体は、市町村広報紙や市町村ホームページへの掲載なども平行して行っています。

（図表16）

これらのことから、市町村は消費者教育の重要性に対する認識があり、住民に身近な総合行政を実施する地方公共団体としての役割を果たそうとしているものの、人員等の不足が原因で消費者教育推進地域協議会の設置や消費者教育推進計画の策定には至っていないと考えられます。

【図表16 消費者教育事業の実施状況】



一方、消費者安全法に基づく消費者安全確保地域協議会を設置している市町村は32市町村（平成31年9月末現在）となっています。既存の福祉・防災のための見守りネットワークを活用するなどの手法や県からの連携の助言により、設置自治体が増加しています。このように、既存の協議会などを有効に活用していくことで、消費者教育推進地域協議会の設置等が進むことが考えられます。

そのほか、市町村から県が実施する消費者教育事業に関する要望として、市町村消費者安全確保地域協議会設置後の活動事例の紹介や、成年年齢引下げを踏まえた高校生向け教材を求める意見がありました。

2 課題

1次計画では、策定当時（平成26年6月）の課題を明らかにし、県が重点的に取り組むテーマをとその施策を設定しました。

【参考】

- 1次計画策定時の課題
 - (1) インターネットを使った消費トラブルへの対応強化
 - (2) 高齢者への情報提供・注意喚起の徹底
 - (3) 消費者市民社会の意義についての理解促進
 - (4) 実践的な消費者教育の実施
- 1次計画 県が重点的に取り組むテーマ
 - (1) 高校生・大学生を中心とした若年者に対する消費者教育の推進
 - (2) 地域一体となった高齢者の消費者被害の防止
 - (3) 消費者教育の担い手育成

課題の「(1) インターネットを使った消費トラブルへの対応強化」及び「(3) 消費者市民社会の意義についての理解促進」は、消費者教育の際、注意喚起や普及・啓発する項目（要素）であるのに対し、「(2) 高齢者への情報提供・注意喚起の徹底」及び「(4) 実践的な消費者教育の実施」は、より注意喚起等を行うべき対象者に着目したものです。

そこで、重点的に取り組む施策の方向性を決定するに当たり、課題の(1)や(3)は、消費者の各ライフステージにおいて、それぞれ注意喚起や普及・啓発を行う内容としました。

福岡県消費生活審議会*1に実施状況等を報告し、意見を伺いながら、様々な取組を行ってきました。

前記2で示した消費生活相談の状況や今回の県民意識調査等を踏まえると、現在の課題を次のようにまとめることができます。

*1「福岡県消費生活審議会」

福岡県においては、同審議会消費者施策審議会に教育関係者を専門委員として参加を求め、意見を聴くことにより、消費者教育推進法にいう「消費者教育推進地域協議会」とみなしている。

(1) 若年者に対する実践的な消費者教育の実施

高校生・大学生を対象とした出前講座等の実施により、その講座内容に含まれた内容に係る相談は減少しており、出前講座の効果が現われていると考えられます。

しかし、生徒は毎年入れ替わることに加え、成年年齢の引下げによって18、19歳の消費者トラブルが急増することも懸念されることから、今後も継続した取組が必要です。

また、若年者本人に対してだけでなく、家庭における消費者教育の担い手である保護者に対しても啓発を実施していく必要があります。

なお、学校等における出前講座では、現在、契約に関する基礎知識と消費者被害の未然防止のための事例紹介が主な内容となっています。

新たに実施される学習指導要領では、消費者教育の更なる充実が図られており、成年年齢の引下げ等を見据え、適切な選択・購入・活用（環境への配慮、電子マネー等）や消費と生涯を見通した生活の計画などにも自ら考え、行動できるよう、実践的な消費者教育の実施を図る必要があります。

(2) 高齢者・障がい者等への情報提供・注意喚起の徹底

高齢者も年齢に幅があり、生活状況も様々です。高齢者の中には、加齢による判断力の低下や、地域社会とのつながりの希薄化による情報不足などの問題を抱えている場合があります。そこで、高齢者に対する啓発の取組だけではなく、高齢者を支える地域のネットワークに対する消費者教育・啓発を含めた取組の推進を図る必要があります。

障がい者等についても、障がい者等を見守る人からの相談が多い状況を踏まえると、高齢者と同様に、見守りの人や地域において障がい者等を支える地域のネットワークに対する取組の推進を図る必要があります。

(3) 高度情報通信社会への対応

情報通信技術の進展等に伴い、インターネット利用機器も変化し、ソーシャルメディアの利用も拡大してきています。これらを背景に、消費者のインターネットを通じた商品やサービスの購入が増加し、その決済方法も多様化しています。

若年層から高齢者までの幅広い層から、インターネット関連トラブルの相談が増加しており、年代を問わず、インターネット利用に潜む危険性に対する認識を高めるための消費者教育が必要です。

また、セキュリティやリスクを自ら管理・配慮する必要があることについての意識を持つことや、情報リテラシーの向上を図ることも含む消費者教育の推進を図る必要があります。

(4) 消費者市民社会の形成に参画する消費者の育成

消費者も社会の一員として、自らの消費行動が環境、経済、文化等の幅広い分野、ひいては社会に影響を与えることを認識し、環境に配慮した商品の選択やエネルギーの節約など、環境に配慮した行動、さらには、人や社会、地域等を配慮の対象とする、持続可能性に配慮した消費行動を行うことが求められています。

そのためには、消費者に対する体系的な学習の機会や情報の提供が重要です。環境教育や食育、国際理解教育などにより、消費者が消費者市民社会の形成への参画に向けた消費行動を主体的にできるような消費者教育を推進する必要があります。

第3 消費者教育推進の基本的な方向～計画の視点と施策の方向性～

1 総合的・体系的推進のための取組の方向～計画の視点～

国の基本方針では、「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が提供される」ことが求められています。

県は、国の基本方針を踏まえ、計画を総合的かつ体系的に推進していくため、次のとおり4つの視点を設定し、施策を展開していきます。

(1) 各ライフステージでの体系的な推進

消費者教育を体系的に推進するには、消費者が、幼児期から高齢期までの各世代を通じて、消費生活の特徴的な場面（以下「対象領域」という。）において、必要となる消費者としての諸能力を身に付けられるよう、体系的に教育を受ける機会が提供されていることが必要です。

そのため、県では、消費者教育に取り組む庁内各課や関係団体に対し、国の示した「消費者教育の体系イメージ」の活用を促し、消費者が体系的に教育を受ける機会の提供を図ります。また、各ライフステージ別に施策を整理し、消費者教育の体系的な実施の「見える化」を図り、体系的な推進に取り組めます。

(2) 消費者の特性・場の特性に応じた配慮

消費者の年齢、性別、消費生活に関する知識の量、障がいの有無等の特性や学校、地域、家庭、職域等の場の特性に応じた消費者教育を推進します。

(3) 消費者教育を行う多様な主体の連携、協働

消費者教育・啓発の推進に当たっては、消費者団体、事業者団体との連携のほか、高齢者等の見守りネットワークにおける消費生活部門と福祉部門との連携、高齢者等とそれを見守る地域、団体、事業者、市町村等のつながりなど、多様な主体間のつながりや連携を意識して取組を進めていきます。防犯の観点からは、県警察とも連携を図ります。

地域や家庭における消費者教育の推進に当たっては、学校のほか、住民に身近な市町村が大きな役割を果たしていくことが期待されます。このため、県と市町村とで適切な役割分担を行いながら、効率的かつ効果的な消費者教育の推進に努めます。

(4) 他の消費生活に関連する教育と消費者教育との連携促進

環境教育、食育・地産地消、国際理解教育、法教育、金融経済教育その他の消費生活に関連する教育は、消費者が自らの消費行動等を地球環境の保全や地域の課題の解決につなげ、持続可能な社会を形成していくために、必要なものです。

「持続可能な社会の形成」という点で、その他の消費生活に関連する教育を実施する県の関係部局（環境部（環境教育）、農林水産部（食育・地産地消）、国際交流局（国際理解教育）、福岡県金融広報委員会（金融経済教育）や弁護士会、司法書士会（法教育）といった関係団体と、情報や認識を共有するとともに、それぞれ役割分担をもちながらも、互いに連携し、効果的に消費者教育を推進していきます。

2 県が重点的に取り組むテーマ～施策の方向性～

本県では大学等の集積により、20歳前後の若年層が全国平均より多いこと、高齢者からの消費生活相談が依然として高水準で推移していること、さらに、障がい者等からの消費生活相談についても増加していることに加え、持続的な消費者教育の推進のためにはその中核となる担い手（人材）の育成が不可欠であること、その他の消費者を取り巻く現状を踏まえ、時勢に応じて効果的に施策に取り組む必要があります。

このため、次のとおり4つの重点テーマを設定し、施策を展開していきます。

(1) 重点テーマ1

成年年齢引下げを踏まえた若年者に対する実践的消費者教育の推進

社会経験の少ない若年者は、事業者の巧みな誘い文句を安易に信用したり、友人等の人間関係を利用した悪質商法の被害にあったりしやすい傾向があります。また、若年者の間では、インターネット通販やSNSが生活に欠かせないツールとなっており、利便性が向上する一方で、これらを利用した消費者トラブルが急増しています。

このため、高等学校卒業前の説明会や大学入学時のガイダンスなど、若年者が多く集まる機会を活用した消費者教育を推進します。また、消費者教育の実施に当たっては、若者が社会の一員として、消費行動を通じ、よりよい社会の形成に積極的に関わっていかうとする姿勢を育てることに配慮します。

(2) 重点テーマ2

地域一体となった高齢者・障がい者等の消費者被害の防止

高齢者は、加齢による判断力の低下や地域社会のつながりの希薄化等により、悪質商法の標的となりやすく、被害の発見が遅れて事態が深刻化するケースも少なくありません。

また、障がい者等についても、障がい者等を見守る人からの相談が多い状況を踏まえると、見守りの人や地域において障がい者等を支える地域のネットワークに対する取組が必要となっています。

高齢者・障がい者等の消費者被害を防止するため、本人への消費者教育を推進するとともに、高齢者・障がい者等を地域全体で見守るという視点から、市町村と連携し、福祉関係者や消費者団体、県警察等によるネットワークの構築に努めます。

(3) 重点テーマ3

地域における消費者教育の担い手育成

学校、地域、職場等の様々な場において消費者教育を推進していくためには、それぞれの場において、消費者教育を担う人材（担い手）の育成が必要です。

弁護士や司法書士等の専門家や地域の消費者団体、事業者・事業者団体等と積極的に連携し、消費者教育の推進に中心的な役割を果たす人材を育成していきます。

(4) 重点テーマ4

高度情報通信社会に対応した消費者教育の推進

情報通信技術の進化は、スマートフォンの普及によるライフスタイルの変化や取引における時間的・空間的障壁を取り除くなど、コミュニケーションや商取引の方法に変化をもたらしてきました。今後も情報通信に関する技術革新が見込まれ、これに起因する新たな消費者トラブルが発生することも予想されます。

このような情報通信技術の進化による社会情勢の変化に的確に対応していきます。

第4 消費者教育の推進の内容～県が行う施策について～

効果的な消費者教育の実現のために、ライフステージに応じた様々な場（学校、地域社会、職域等）において、消費者教育を受ける本人に対してどのように働きかけていくか、という体系的な推進が重要です。

同時に、それぞれのライフステージにおける消費者教育のイメージを、様々な主体が共有し、消費者教育の担い手となる人材を育成していくことも必要です。

なお、県が行う施策のうち、前記「第3 消費者教育推進の基本的な方向～計画の視点と施策の方向性～」に掲げた重点テーマに対応する施策については、33ページに記載しています。

1 様々な場における消費者教育の実施

(1) 小・中・高等学校、特別支援学校等における消費者教育の推進

小・中・高等学校、特別支援学校等では、学習指導要領に基づき、社会科、公民科、家庭科、技術・家庭科等を中心に、児童生徒の発達段階を踏まえた消費者教育が行われています。

平成29年3月に小・中学校の学習指導要領が、平成30年3月に高等学校の学習指導要領が改訂されました。^{*1}今回の改訂では、従前の要領の規定に加え、消費者教育に係る内容が更に充実されました。

県では、新学習指導要領の趣旨の周知・徹底を図り、各教科において一層充実した消費者教育が行われるよう努めます。

また、環境教育や食育・地産地消、国際理解教育等の消費者教育との関連を体系化しながら、持続可能な社会を目指す学びを整理し、児童生徒の「生きる力」を育む消費者教育を推進します。

幼稚園や保育所においては、幼児が使える教材の紹介や子どもの事故防止の情報提供等により、幼稚園や保育所等での取組を支援していきます。

○ 学習指導要領に基づく消費者教育の推進

学習指導要領に基づき、小・中・高等学校、特別支援学校等の各教科等において消費者教育を推進します。

また、専門的知識を有する外部講師やDVD等の消費者教育教材の活用を促進し、

*1新学習指導要領の全面実施時期

小学校：平成32年度、中学校：平成33年度、

高等学校：平成34年度以降（年次進行で実施）。なお、平成30年8月から一部先行実施。

児童生徒の発達段階に応じた、実践的な消費者教育が行われるよう工夫します。

○ **金融・金銭教育研究校の活動支援（金融広報委員会）**

県内の小・中・高等学校等を金融・金銭教育研究校として委嘱し、発達段階に応じた金銭教育及び金融教育を推進します。また、研究校による公開授業等により、教育関係者や保護者の消費者教育への理解を促進します。

○ **高校生を対象とした啓発講座の実施**

成年年齢引下げを内容とする改正民法が平成34年4月に施行されることを踏まえ、新たに成年となる18歳、19歳をはじめとした若年者の消費者被害の未然防止を図るため、高校生を対象とした啓発を行います。

○ **特別支援学校の生徒・保護者を対象とした啓発の実施**

障がい者等の悪質商品被害を未然に防止するため、障がいの内容、程度に応じ、ロールプレイングや寸劇などの手法を活用した啓発を行います。

○ **メディアの適切な活用の推進**

各種メディアのあふれる情報の中から、必要なものを的確に選別し、活用する能力（メディア・リテラシー）や、情報社会で適切に行動するための基本となる考え方や態度（情報モラル）を培うため、青少年自らが考え気づきを促す取組などの啓発を行います。

○ **消費者教育推進に関する情報提供**

インターネットの適切な利用に関する情報や消費者トラブルの情報等を、学校現場へ提供します。

○ **関係機関との連携促進**

税務署や県警察等と連携し、社会経済の仕組みや消費者トラブルの防止策等を実践的に学べる機会を増やします。

○ **小・中・高等学校、特別支援学校等の教員研修の実施**

小・中・高等学校、特別支援学校等の教員を対象に、消費者教育の効果的な指導方法についての研修を実施し、消費者教育を担う教員の資質向上を図ります。

○ **消費者教育推進連絡会議の開催**

消費者教育を担う部局や環境教育、食育・地産地消を担う部局等による庁内の連絡会議を開催し、互いに情報を共有し、連携を図ります。

(2) 大学・専門学校等における消費者教育の推進

大学・専門学校等においては、学生の多くが成人を迎え、消費者の権利と責任が大きく変化する時期に当たります。

県では、学生が自立した消費者として、社会に主体的に参画する社会人となるため、大学・専門学校等が行う消費者教育を支援していきます。

○ 大学生等を対象とした啓発の実施

契約に関する知識やトラブル対処方法等について、消費者教育教材の作成・提供を行うとともに、入学時のガイダンス等を利用した啓発講座を実施します。

○ 消費者被害の最新情報提供

大学・専門学校等においては、SNSや友人関係を利用したマルチ商法等の消費者被害が集団発生しやすいことを踏まえ、学生生活の支援を行う部署へ最新の消費者被害情報を提供します。

○ 大学、専門学校等の教職員に対する研修会の実施

学生生活を支援する教職員が、消費者問題について適切な対応ができるよう、県消費生活センターにおいて、トラブル事例や最新情報を取り入れた研修会を実施します。

(3) 地域社会における消費者教育の推進

県民意識調査によると、消費者教育・啓発を受けた機会でも多かったのは、「地域での（消費生活センターや公民館等の）講習会・勉強会等」となっており、消費者教育の場として、地域社会が担う役割は大きいといえます。

特に、県消費生活センターは、消費者被害の救済の場として、消費者トラブルを防ぐためのノウハウが蓄積されていることから、消費者教育の拠点として積極的に情報を発信していきます。また、自ら情報を入手することが困難な高齢者や障がい者等に対しては、地域の支えあいの仕組みの中で、消費者教育を推進します。

○ 県消費生活センターにおける消費者教育の推進

県消費生活センターを消費者教育の拠点と位置づけ、DVDやパンフレット等の消費者教育教材の作成・収集や貸出しを行います。また、ホームページ等により消費者被害の最新情報を提供するとともに、地域の消費者団体や事業者団体など、多様な主体の活動を紹介し、連携を図ります。

○ 関係団体と連携した高齢者・障がい者等に対する消費者教育の推進

高齢者や障がい者等を中心とした消費者安全の確保のための取組を効果的かつ円滑に行うため、関係団体、県警察、行政等で構成される協議会を設置し、消費者安全に関わる情報の共有等を行います。また、高齢者の消費者被害を防止するためのパンフレットを作成し、市町村や包括連携協定を締結している宅配事業者等と連携して、高齢者宅へ直接届ける取組を実施します。

○ 特殊詐欺等の消費者被害防止のための啓発の実施

振り込め詐欺をはじめとする特殊詐欺（ニセ電話詐欺）や利殖商法等の消費者被害を防止するため、啓発資料の作成・配布、動画の配信や金融機関等と連携したポスター掲示などの啓発を行います。

○ 情報セキュリティ能力の向上に向けた啓発

インターネットを利用した架空請求や詐欺等のサイバー犯罪を防止するため、講演会の開催や県警察のホームページによる情報発信を行います。

○ 食の安全に関する普及啓発の実施

消費者自らが、安全な食品を選択し、食品の特性に応じた衛生的な取扱いができるよう、食の安全に関する出前講座を実施します。

○ **消費生活サポーターの育成・支援**

消費生活に関する知識を身に付け、地域の見守り活動や啓発活動に従事する住民ボランティア（消費生活サポーター）を市町村と連携しながら育成し、消費者被害情報やリコール情報を提供する等の支援を行います。

○ **金融学習グループ等に対する支援（金融広報委員会）**

地域で自主的に金融や消費生活について学習する方々に対し、金融広報アドバイザーを派遣し、カリキュラム作成の支援や学習会を開催します。また、地域の公民館等で金融学習グループと連携した公開講座等を開催します。

○ **金融経済講演会（金融広報委員会）**

生活設計や消費者問題、金融経済に関する情報を提供する講演会を開催します。

○ **消費者教育推進連絡会議の開催（再掲）**

消費者教育を担う部局や環境教育、食育・地産地消を担う部局等による庁内の連絡会議を開催し、互いに情報を共有し、連携を図ります。

(4) 家庭における消費者教育の推進

家庭においては、子どもに対して親等の保護者が、物や金銭の大切さ、生活と環境との関わり、食生活の基本やインターネットの使い方等を身に付けさせる教育が重要です。

県では、保護者等の行う家庭教育を支援するため、市町村やPTA等と連携しながら、啓発活動や情報提供を行います。

○ 高校生の保護者を対象とした啓発の実施

成年年齢引下げを内容とする改正民法の施行に伴い、新たに成年となる18歳、19歳をはじめとした若年者の消費者被害の未然防止を図るため、家庭における消費者教育の担い手である高校生の保護者を対象とした啓発を行います。

○ インターネット利用における親と子のルールづくりの推進

インターネットへの過度なのめりこみ、青少年有害情報の閲覧などを防ぐため、フィルタリング利用の促進や、NPO等と協働して親と子のルールづくりを推進します。

○ 子どもの事故防止のための取組推進

家庭における子どもの事故防止のため、子育てを支援するボランティア（子育てマイスター）や保育士に対して、子どもの病気やケガの対応、事故防止の研修を実施します。

○ 親子出前講座の開催（金融広報委員会）

小学生と保護者を対象に、地域の公民館等でお金の使い方等の出前講座を実施します。また、金融広報委員会のホームページを通じて、親子でお金について学べる教材を提供します。

(5) 職域における消費者教育の推進

就職して社会に出ると、自ら合理的に判断し行動することが求められますが、学校教育の中で得た知識と、社会に出てから必要となる知識は必ずしも一致しません。社会人を対象とした消費者教育が求められる一方で、社会に出てからの学びの場は少ないことから、事業者がその従業員に向けて消費者教育を行っていくことは非常に有意義です。

県では、事業者団体等と連携しながら、職域での消費者教育を支援します。

○ 従業員への消費者教育の支援

事業者が、従業員に対し消費者教育を行うに際してのアドバイスや消費者教育教材の貸出し等を行います。

○ 事業者の実施する消費者教育の取組紹介

事業者が行う消費者教育の実践事例や職域での消費者教育の意義を紹介するパンフレットを作成し、事業者の取組を促進します。

2 消費者教育の担い手育成

市町村の消費生活センター・相談窓口は、住民に身近な相談窓口であるとともに、市町村における消費者教育の中心となることが期待されています。

県では、市町村が実施する消費者講座の開催や消費者教育教材の作成等について、県の持つ消費者教育のノウハウを活かし、教材の提供や講師の紹介等の支援を行います。

○ 小・中・高等学校、特別支援学校等の教員研修の実施（再掲）

小・中・高等学校、特別支援学校等の教員を対象に、消費者教育の効果的な指導方法についての研修を実施し、消費者教育を担う教員の資質向上を図ります。

○ 高校生の保護者を対象とした啓発の実施（再掲）

成年年齢引下げを内容とする改正民法の施行に伴い、新たに成年となる18歳、19歳をはじめとした若年者の消費者被害の未然防止を図るため、家庭における消費者教育の担い手である高校生の保護者を対象とした啓発を行います。

○ 大学、専門学校等の教職員研修会の実施（再掲）

学生生活を支援する教職員が、消費者問題について適切な対応ができるよう、県消費生活センターにおいて、トラブル事例や最新情報を取り入れた研修会を実施します。

○ 消費生活相談員等を対象とした消費者教育講師研修の実施

地域の公民館や学校等で消費者教育の講師となる消費生活相談員や地域包括支援センターの職員等を対象に、必要な知識や技法の習得を図る研修会を開催します。

○ 消費生活サポーターの育成・支援（再掲）

消費生活に関する知識を身に付け、地域の見守り活動や啓発活動に従事する住民ボランティア（消費生活サポーター）を育成し、消費者被害情報やリコール情報を提供する等の支援を行います。

【参考】 県が重点的に取り組むテーマとの対応関係

「第3 消費者教育推進の基本的な方向」で掲げた、「県が重点的に取り組むテーマ」に対応した主な関連施策は、次のとおりとなります。

県が重点的に 取り組むテーマ	対応する主な関連施策	
	施策名	頁番号
【重点テーマ1】 成年年齢引下げを踏まえた 若年者に対する実践的消費 者教育の推進	学習指導要領に基づく消費者教育の推進	25
	高校生を対象とした啓発講座の実施	26
	大学生等を対象とした啓発の実施	27
	消費者教育推進に関する情報提供(消費者被害の最新情報提供)	26,27
【重点テーマ2】 地域一体となった高齢者・ 障がい者等の消費者被害 の防止	県消費生活センターにおける消費者教育の推進	28
	関係団体と連携した高齢者・障がい者等に対する消費者教育の推進	28
	特別支援学校の生徒・保護者を対象とした啓発の実施	26
【重点テーマ3】 地域社会における消費者 教育の担い手育成	小・中・高等学校、特別支援学校等の教員研修の実施	26,32
	高校生の保護者を対象とした啓発の実施	30,32
	大学、専門学校等の教職員に対する研修会の実施	27,32
	消費生活相談員を対象とした消費者教育講師研修の実施	32
	消費生活サポーターの育成・支援	30,32
【重点テーマ4】 高度情報通信社会に対応 した消費者教育の推進	メディアの適切な活用の推進	26
	情報セキュリティ能力の向上に向けた啓発	28
	※ 上記の他に、各ライフステージ毎に実施する消費者教育の内容の一つとして 必要な取組を推進する。	

第5 市町村の取組に対する支援

市町村において消費者教育に取り組むことは、より住民に密着し地域の特性に合った内容や手法を用いることができることから、その充実により、消費者一人一人に対して隙間なく消費者教育の機会を提供することが期待されます。

しかし、市町村の規模は様々であり、全ての市町村が効果的かつ効率的に実施できるとは限らないため、県は市町村の取組を支援し、あるいは、県が調整を行い、連携を促進していきます。

1 市町村の消費者教育推進への支援

市町村は、住民に最も身近であり、幅広く住民生活に関わる行政を担っています。市町村の消費生活センター・相談窓口を拠点に、市町村が消費者教育に取り組むことにより、地域の特性にあったきめ細かな取組を実施することができます。

県では、人材育成や情報提供等を通じて積極的に市町村の消費者教育を支援していきます。

○ 市町村の消費生活センター・相談窓口との連携・支援

市町村の消費生活センター・相談窓口は、住民に身近な相談窓口として、相談対応やあっせんの実施を行うほか、消費者の安全確保のための情報収集、住民への情報提供を行い、地域の特性に応じた、市町村における消費者教育・啓発の中心になることが期待されています。

県では、消費者が身近な場所で質の高い相談を受けられるよう、市町村の消費者行政担当職員、相談員に対する研修や、消費生活に関する最新の情報を提供します。

また、市町村が実施する消費者講座の開催や消費者教育教材の作成等について、県の持つ消費者教育のノウハウを活かし、教材の提供や講師の紹介等の支援を行います。

○ 消費者被害の最新情報の提供

消費者被害の最新情報を「ホットな消費者ニュース」等を通じ、市町村への情報を行います。

○ 先進事例の紹介

地域の特性を活かした市町村による先進的な消費者教育・啓発の取組を紹介します。

○ **消費生活サポーターの育成・支援（再掲）**

高齢者等の消費者被害を防止するため、消費生活に関する知識を身に付け、地域の見守り活動や啓発活動を行う住民ボランティア（消費生活サポーター）を育成します。また、サポーターが市町村において自主的な活動を行うことができるよう、消費者被害情報やリコール情報を提供する等の支援を行います。

○ **消費者教育事業への助成（金融広報委員会）**

市町村が行う金融に関する講座や学習会、消費者教育教材の作成等に対し、費用の助成を行います。

2 地域における関係機関の連携への支援

消費者教育・啓発を総合的・体系的に推進していくためには、学校やPTA、消費者団体、事業者・事業者団体、NPO、県警察、行政等の多様な主体が相互に連携して取り組むことが重要です。特に市町村においては、学校や地域等の様々な場で消費者被害防止などに向けて、情報を共有する等のきめ細かな連携が必要です。

県では、市町村において連携の取組が進むよう、福岡県消費者安全確保地域協議会（地域会）の開催や情報提供等を行います。

○ 福岡県消費者安全確保地域協議会（地域会）等を通じた関係機関の連携促進

県内4箇所において、市町村、県警察、弁護士会、司法書士会等からなる福岡県消費者安全確保地域協議会（地域会）を開催し、消費者被害の未然防止に向けた情報共有や関係機関の連携を促進します。

○ 市町村消費者安全確保地域協議会等の設置に向けた情報提供や助言等

消費者教育推進法では、市町村に対しても消費者教育推進地域協議会の設置や消費者教育推進計画の策定を努力義務としています。県では、情報提供や助言等を行い市町村の取組を支援します。

その方策として、地域の見守りネットワーク等支えあいの仕組みの中で、消費者教育、啓発活動を強化することが考えられます。そこで、高齢者、障がい者等の消費生活上特に配慮を要する消費者の消費者被害を防止し、安全を確保するため、市町村における関係者が連携した「消費者安全確保地域協議会」の構築を促進し、設置や取組支援を行います。

このため、県消費者安全確保地域協議会を開催し、関係団体等の連携を図りながら、市町村における見守りネットワークづくりの機運の醸成及び取り組みの支援を諮るための情報提供や助言を行います。

○ 市町村の消費者安全確保地域協議会を活用した消費者教育（開発、担い手育成等）の支援、促進

市町村の規模や組織体制、消費者行政に係る予算規模の大小や消費生活センター・相談窓口の開設状況等により、消費者教育・啓発の取組に差があります。

そこで、消費者教育の推進に当たって必要な人材（担い手）の育成を図るため、市町村の消費者安全確保地域協議会の枠組みも活用して支援するとともに、市町村、学校関係者、高齢者・障がい者等の見守りを行っている支援者等に対しても幅広く研修等を実施します。

