

# 高知県消費者教育推進計画(案)

(平成 29 年度～平成 34 年度)

平成29年●月

高 知 県





## 目 次

第 1 章 計画の趣旨	1
第 1 節 計画策定の目的	1
第 2 節 計画の位置付け	2
第 3 節 計画期間	2
第 2 章 消費者を取り巻く現状と課題	3
第 1 節 消費生活相談の状況等	3
(1) 相談件数の推移	
(2) 相談件数に占める契約当事者	
(3) 相談の多い商品・サービス	
第 2 節 高齢者の独居化と特殊詐欺被害の増加	5
第 3 節 大学生等の若者の状況	7
(1) 児童や生徒の携帯電話・スマートフォン等の利用実態	
(2) 大学生や専門学校生の消費者トラブルの実態	
第 4 節 消費生活に関する県民意識	9
(1) トラブルや被害の経験の有無とトラブルに遭った際の相談先	
(2) トラブルや被害に遭わないために重要なこと	
第 5 節 大規模災害時等の消費行動	12
第 3 章 消費者教育の現状と課題	13
第 1 節 学校教育の現状と課題	13
(1) 小学校、中学校、高等学校、特別支援学校等	
(2) 大学・専門学校等	
第 2 節 県・市町村の現状と課題	14
第 3 節 その他団体等の現状と課題	15
第 4 章 重点的に取り組む施策	17
第 5 章 消費者教育推進の基本的な方向と取組	18
第 1 節 ライフステージや消費者の特性・場の特性に応じた切れ目のない対応	18
(1) 小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等	
(2) 大学・専門学校等	
(3) 地域	
(4) 家庭	
(5) 職域	
第 2 節 消費者教育の人材（担い手）の育成	22
(1) 教職員	
(2) ボランティア等の地域人材	
(3) 事業者、事業者団体	
(4) 消費者教育の調整役	

第3節 各主体との連携・協働	25
第4節 他の消費生活に関する教育との連携	27
第6章 計画の推進	30
第1節 計画の推進体制	30
第2節 計画の進行管理	30

## 《 附属資料 》

1 消費者教育の推進に関する法律	33
2 消費者教育の推進に関する基本的な方針（基本方針）概要	38
3 消費者教育の体系イメージマップ	40
4 携帯電話（スマートフォン）利用実態調査	41
5 大学生等を対象とした消費生活に関する実態調査	43
6 平成26年度県民世論調査	44
7 高知県消費生活審議会（高知県消費者教育推進地域協議会）委員名簿	45
8 消費生活相談窓口一覧	46

# 第1章 計画の趣旨

## 第1節 計画策定の目的

高知県（以下「県」という。）では、高知県消費生活条例（昭和50年高知県条例第19号）に基づき、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、消費生活に関する知識の普及や情報の提供など、消費者に対する啓発活動を推進するとともに、消費生活に関する教育のための施策を行ってきました。

県立消費生活センターの相談窓口に寄せられた消費生活相談受付件数は、年間3千件台で推移しています。しかし、商品やサービス、取引方法の多様化、情報化やグローバル化の急速な進展、高齢化の進行などの社会経済情勢のもとで、消費者トラブルは悪質化、複雑化しています。特に県内では高齢者を狙った悪質商法や、幅広い年代からインターネット関連のトラブルに関する相談が多く寄せられています。

このような消費者トラブルを未然に防止し、拡大を防ぐためには、消費者自らが合理的な意思決定を行い、被害を回避したり、被害に遭った場合に適切に対処したりできる実践的な能力を育むことができるよう、消費者教育を行うことが必要とされています。

このような中、平成24年12月に消費者教育を総合的一体的に推進することを目指して、「消費者教育の推進に関する法律」（以下「消費者教育推進法」という。）が施行されました。その中では、消費者が、自らの消費行動が社会に与える影響を自覚し、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する「消費者市民社会」という考え方も明示されています。

さらに、平成25年6月に消費者教育推進法第9条に基づき閣議決定された「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。）では、「被害に遭わない消費者、合理的な意思決定ができる自立した消費者にとどまらず、社会の一員として、よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与する消費者を育成することとしています。

これらのことから、県では誰もが消費者教育を受けられるよう、様々な場で消費者教育を受ける機会を提供し、被害に遭わない自立した消費者（自ら気づき、判断し、行動することができる消費者）にとどまらず、よりよい社会の発展に寄与する消費者を育成するために、市町村や学校教育、関係団体など様々な主体との連携・協働のもと、消費者教育を総合的、体系的に推進していくことを目的として、「高知県消費者教育推進計画」を策定します。

### ○消費者教育とは

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いう。（消費者教育推進法第2条第1項）

### ○消費者市民社会とは

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経済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）

## 第2節 計画の位置付け

この計画は、消費者教育推進法第10条に基づき、消費者教育推進法の趣旨及び国の基本方針を踏まえて策定する計画です。

## 第3節 計画期間

この計画は、平成29年度から平成34年度までの6年間を計画期間とし、3年で中間的な見直しを行います。

## 第2章 消費者を取り巻く現状と課題

### 第1節 消費生活相談の状況等

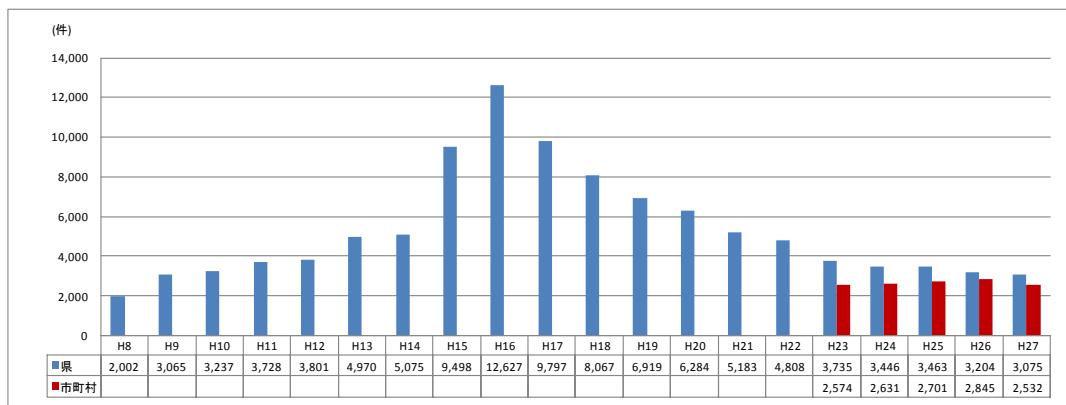
#### (1) 相談件数の推移

平成27年度に県立消費生活センターに寄せられた消費生活相談の件数は3,075件で、前年度(3,204件)に比べ4.0%減少しました。また、県内の市町村に寄せられた消費生活相談の件数は2,532件で、前年度(2,845件)に比べ11.0%減少しました。

県立消費生活センターに寄せられた消費生活相談件数の推移を見ると、架空請求に関する相談が増加し、ピークを迎えた平成16年度以降は減少傾向が続いていますが、依然として3,000件を超える相談が寄せられています。

また、市町村の窓口が受け付けた消費生活相談件数は、全市町村に消費生活窓口が設置された平成23年度以降、ほぼ横ばいとなっています。(図表1)

【図表1 県内の消費生活相談件数の推移】

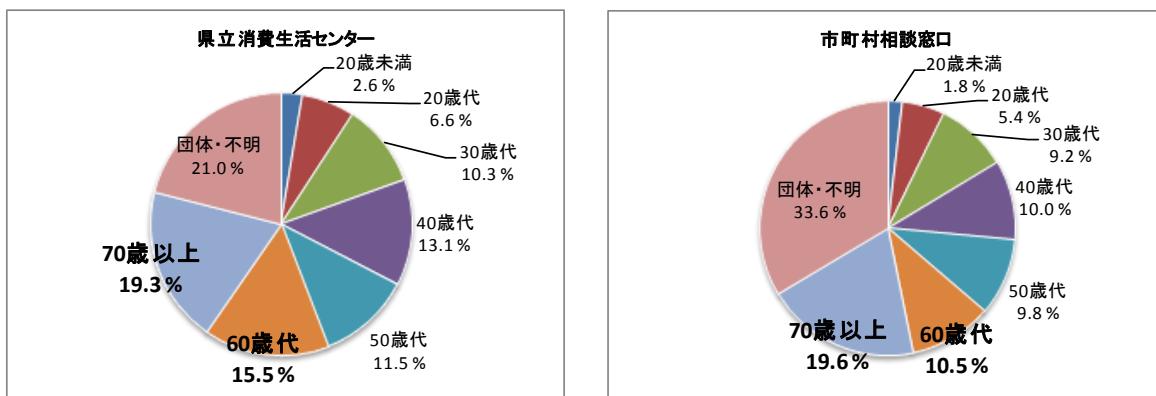


資料：県立消費生活センター

#### (2) 相談件数に占める契約当事者

平成27年度に県立消費生活センター又は市町村の相談窓口に寄せられた消費生活相談は、契約当事者の年代別にみると、いずれも70歳以上の占める割合が最も多く、60歳以上の占める割合が相談件数の約3割を占めています。(図表2)

【図表2 県立消費生活センター又は市町村相談窓口に寄せられた消費生活相談に占める年代別契約当事者の割合(平成27年度)】



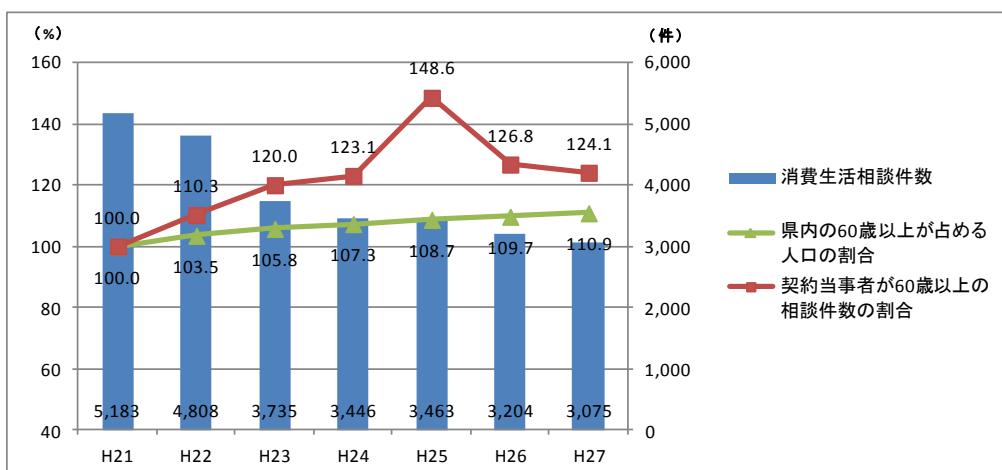
※四捨五入の関係上、構成比の合計が100%にならない場合があります。(以下同様)

資料：県立消費生活センター

近年、県立消費生活センターに寄せられる相談件数は、全体では減少している一方、契約当事者が60歳以上の相談が占める割合は増加傾向にあります。

また、本県では高齢者の人口割合が年々増加していますが、県の人口の60歳以上が占める割合と、契約当事者が60歳以上の相談が全相談件数に占める割合を比較すると、60歳以上の人口の増加率を上回るペースで相談件数が増加しています。(図表3)

【図表3 消費生活相談件数の推移と人口割合の推移】



資料:県立消費生活センターに寄せられた消費生活相談件数及び総務省人口推計(各年10月1日現在)

(注)割合の数値は平成21年度の数値を基準としたときの割合

### (3) 相談の多い商品・サービス

平成27年度に県立消費生活センターに寄せられた相談を商品・サービス別に見ると、アダルト情報サイトや出会い系サイト等、主にインターネットを使って情報を得るサービス等に関する「放送・コンテンツ等」が最も多くなっています。(図表4)

【図表4 相談の多い商品・サービスの相談件数(県立消費生活センター)】

順位	商品・サービス	相談件数(件)		備考
		H27	H26	
1	放送・コンテンツ等	524	533	アダルト情報サイト等
2	インターネット通信サービス	202	209	インターネット接続回線等
3	融資サービス	183	250	フリーローン・サラ金等
4	借家・賃貸アパート	88	91	
5	工事・建築	85	91	
6	移動通信サービス	83	46	携帯電話サービス等
7	健康食品	79	96	
8	自動車	58	57	
9	生命保険	37	31	
10	書籍・印刷物	34	31	

資料:県立消費生活センター

また、年代別に相談の多い商品・サービスを見ると、各年代においても「放送・コンテンツ等」が1位となっており、特に、20歳未満では、全体の6割を超えてます。また、20歳未満以外の年代で主に光ファイバー等のインターネット接続回線に関する「インターネット通信サービス」が上位となっており、幅広い年代からインターネット関連の相談が寄せられています。(図表5)

【図表5 契約当事者年代別相談の多い商品・サービス H27年度上位5位(県立消費生活センター)】

順位	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	
1位	放送・コンテンツ等 53件 (65.4%)	放送・コンテンツ等 56件 (27.7%)	放送・コンテンツ等 88件 (27.8%)	放送・コンテンツ等 106件 (26.2%)	放送・コンテンツ等 64件 (18.0%)	放送・コンテンツ等 84件 (17.6%)	放送・コンテンツ等 42件 (7.1%)	1位
2位	健康食品 5件 (6.2%)	融資サービス 23件 (11.4%)	融資サービス 27件 (8.5%)	融資サービス 43件 (10.6%)	インターネット通信サービス 39件 (11.0%)	インターネット通信サービス 44件 (9.2%)	健康食品 42件 (7.1%)	1位
3位		インターネット通信サービス 12件 (5.9%)	借家・賃貸アパート 18件 (5.7%)	インターネット通信サービス 42件 (10.4%)	融資サービス 27件 (7.6%)	融資サービス 20件 (4.2%)	インターネット通信サービス 24件 (4.0%)	
4位		借家・賃貸アパート 10件 (5.0%)	インターネット通信サービス 16件 (5.1%)	借家・賃貸アパート 14件 (3.5%)	自動車 15件 (4.2%)	工事・建築・加工 19件 (4.0%)	工事・建築・加工 18件 (3.0%)	
5位		移動通信サービス 7件 (3.5%)	移動通信サービス 10件 (3.2%)	移動通信サービス 13件 (3.2%)	工事・建築・加工 13件 (3.7%)	生命保険 12件 (2.5%)	電報・固定電話 14件 (2.4%)	
全体件数	81件	202件	316件	404件	355件	477件	593件	

資料：県立消費生活センター

### 課題

- ◆高齢者に関する消費生活相談が多く、高齢化の進行を上回るペースで相談件数の割合が増加していることから、高齢者の消費者被害を防止する取組をより一層充実させることが必要です。
- ◆特に若い年代ではインターネット関連の相談の割合が多く、消費者被害防止の取組強化が必要です。

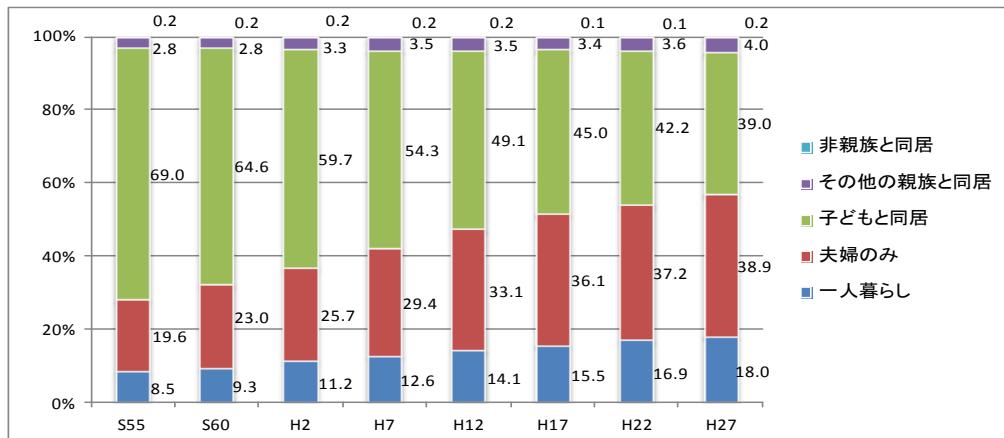
## 第2節 高齢者の独居化と特殊詐欺被害の増加

本県の総人口は、昭和35年（1960年）以降減少傾向にありますが、高齢者の割合は年々増加しています。総務省統計局の平成27年国勢調査によると、本県の65歳以上の人口が占める割合は、全国の26.6%を大幅に上回り32.8%で、秋田県（33.8%）に次いで全国第2位となっています。

また、厚生労働省の国民生活基礎調査によると、全国の子どもと同居している65歳以上の高齢者の割合は大幅に減少している一方、一人暮らし又は夫婦のみの世帯の割合はともに増加しています。(図表6)

平成27年の国勢調査によると、本県においては65歳以上の高齢者のうち、5人に1人以上が一人暮らしの単身高齢者となっており、全国に比べ単身高齢者の割合が多くなっています。(図表7)

【図表6 65歳以上の高齢者の家族形態(全国)】



資料:昭和 60 年以前は厚生省「厚生行政基礎調査」、昭和 61 年以降は厚生労働省「国民生活基礎調査」

(注)平成 7 年の数値は兵庫県を除いたもの。

【図表7 単身高齢者割合】

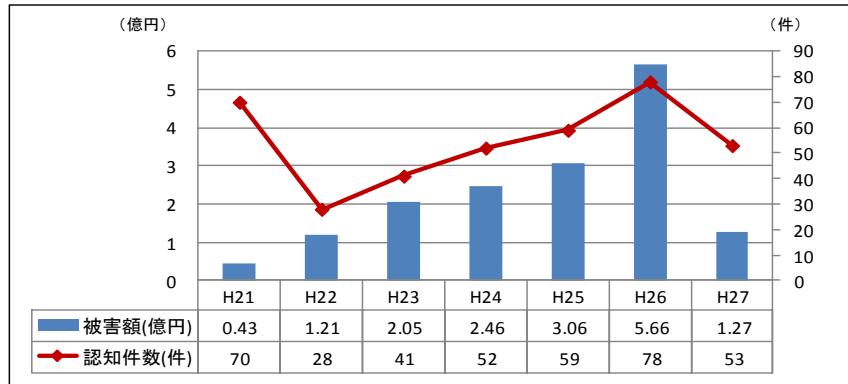
順位	平成 17 年 (10/1)		平成 22 年 (10/1)		平成 27 年 (10/1)	
	都道府県名	%	都道府県名	%	都道府県名	%
1	鹿児島県	22.2	東京都	23.6	東京都	24.6
2	東京都	21.7	鹿児島県	22.8	鹿児島県	23.1
3	大阪府	20.9	大阪府	22.1	大阪府	22.8
4	高知県	19.8	高知県	20.5	高知県	22.1
5	山口県	17.7	北海道	19.3	北海道	20.5

資料:総務省統計局「国勢調査」

算出方法:65歳以上単身者 ÷ 65歳以上人口 × 100

このように高齢化の進行と相まって、単身高齢者が増加して独居化が進んでいます。そのような中、県内の振り込め詐欺などの特殊詐欺による被害も深刻で、特に平成 26 年の人口 1 万人当たりの被害額は全国最悪でした。(図表 8 )。

【図表8 県内の特殊詐欺被害額と認知件数】



資料:こうちのまもり～警察白書～

(注)被害額は、100万円未満切り捨て

## 課題

- ◆一人暮らしの単身高齢者等が被害に遭わないよう、高齢者の見守りが必要です。

### 第3節 大学生等の若者の状況

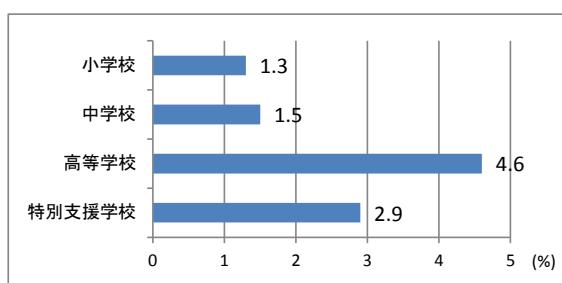
#### (1) 児童や生徒の携帯電話・スマートフォン等の利用実態

県では、小学校、中学校、高等学校、特別支援学校において児童生徒を対象に「携帯電話（スマートフォン）利用実態調査」を実施しました。（※調査の概要については附属資料参照）

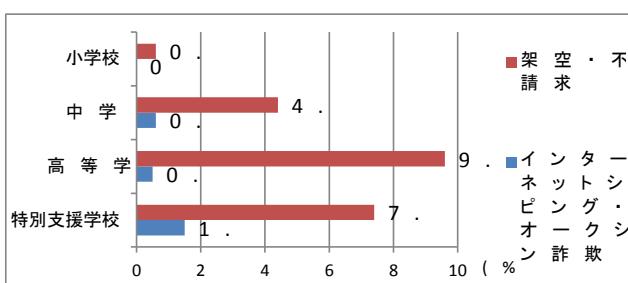
この調査では、「携帯電話・スマートフォンを主にインターネットショッピング・オークションに利用している」と回答した児童生徒の割合は、校種が進むにつれて高くなり、高等学校では4.6%となっています。（図表9）

また、携帯電話やスマートフォンで「架空・不正請求のトラブルにあったことがある」と回答した人や、「インターネットショッピング・オークション詐欺の被害にあったことがある」と回答した児童生徒が少數ながらも存在しており、年齢が高くなるにつれてその割合が高くなる傾向にあります。（図表10）

【図表9 携帯電話・スマートフォンを主にインターネットショッピング・オークションに利用している児童生徒】



【図表10 携帯電話・スマートフォンでのトラブル】



資料(図表9・10):携帯電話(スマートフォン)利用実態調査(県教育委員会・平成24年11月～12月調査実施)

#### (2) 大学生や専門学校生の消費者トラブルの実態

未成年から成年になる大学生等は、消費者の権利と責任が大きく変化します。県では、大学生等の若者の消費者トラブルの実態等を調査するため、県内の29歳以下の大学生や専門学校生を対象に「消費生活に関する実態調査(以下、大学生等への実態調査という。)」を実施し、319人の回答を得ました。（※調査の概要については附属資料参照）

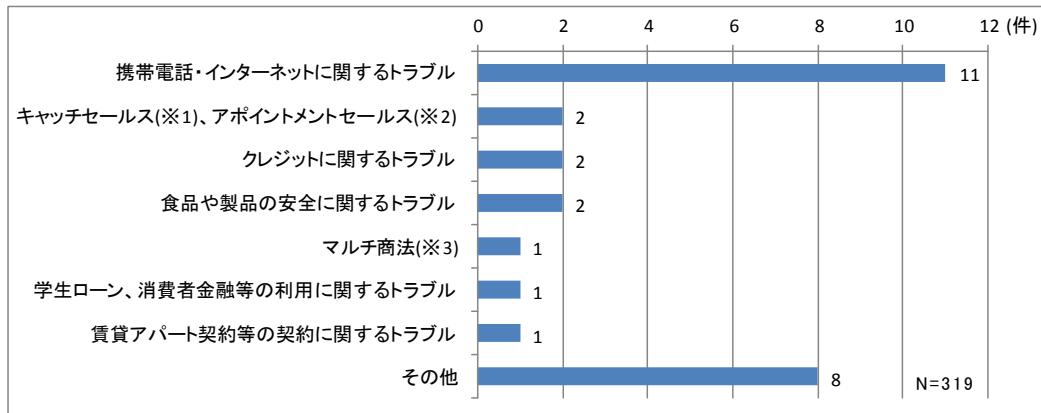
「大学や専門学校等へ入学以降、商品を購入したりサービスを利用したりするうえで、どのようなトラブルや被害に遭ったことがありますか。」という問い合わせに対して、何らかのトラブルや被害に遭ったことがあると回答した人の中では、「携帯電話・インターネットに関するトラブル」と答えた人が最も多い結果となりました。（図表11）

自由回答では具体的に、ワンクリック請求や架空請求、インターネット通販等に関するトラブルや被害が見られたほか、インターネット接続回線の契約・解約に関するトラブルや、クレジットのリボルビング払いによる利子の増加等、大学生等になって一人暮らしを始めたり、未成年から成年に変わったりする、この時期特有の変化に伴うトラブルも見られました。

またその一方では、「トラブルや被害に遭ったことがない」と回答した人の中に、トラブルに遭っていること自体に気づいていない人がいることもあります。

本県では、就職や進学等を機に県外へ転出する若者も少なくないため、親元を離れ自分一人で判断せざるを得ない状況で様々なトラブルや被害に遭う可能性も大きくなります。

【図表 11 消費者トラブル・被害の内容(29歳以下の大学生等)(複数回答)】



資料:「大学生等への実態調査」(高知県・平成 27 年 12 月～平成 28 年 7 月実施)

(※1)駅や繁華街の路上でアンケート調査等と称して呼び止め、喫茶店・営業所に連れて行き、長時間、不安をあおる等して強引に商品やサービスを契約させる商法。

(※2)「抽選に当たったので景品を取りに来て」等と販売目的を明らかにしないで、又は著しく有利な条件で取りできると言つて、電話やダイレクトメールで喫茶店や事務所へ呼び出し、契約しないと帰れない状況にする等して商品やサービスを契約させる商法。

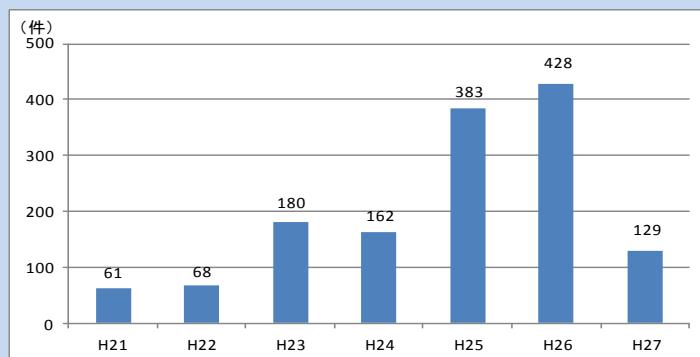
(※3)販売組織の加入者が新規加入者を誘い、その加入者がさらに別の加入者を誘引することで組織を拡大して行う商品・サービスの取引。新規加入者の支払う加入料や商品購入代金等によって自分の利益が得られる勧誘する。

### 「投資用DVD」のトラブル

PIO-NET (パイオネット: 全国消費生活相談情報ネットワーク・システム) で全国の相談状況を見てみると、全国では 20 歳になったばかりの大学生等をターゲットにした「投資用 DVD」に関するトラブルの相談が年々増加しており、平成 26 年度は、平成 21 年度の約 7 倍 (428 件) の相談が大学生やその親から寄せられています。(図表 12)

具体的な内容は、「中学時代からの友人に誘われて喫茶店に行ったら、儲かる投資用 DVD があると言われ、勧められるまま借金をして購入してしまった。」といったものです。

【図表 12 大学生等の「投資用DVD」に関する相談件数】



参考: 平成 27 年版消費者白書

(備考)投資用DVDを購入させるトラブルのうち契約当事者が大学生等である相談を集計。

「大学生等」には大学生のほか短大生、専門学校生なども含まれる。

## 課題

- ◆携帯電話やスマートフォンの利用によって、児童や生徒でもインターネットに関するトラブルに遭っており、幼少期から消費者教育が必要です。
- ◆本県では、未成年から成年になる20歳前後で県外へ転出する若者も多く、その時期に消費者トラブルに遭わないよう、高校生や大学生等への消費者教育を充実させることが必要です。

## 第4節 消費生活に関する県民意識

県では、平成26年8月に実施した「平成26年度高知県県民世論調査（以下、県民世論調査という。）」で消費生活に関する質問を設け、県民の意識を調査しました。

この調査では、県内各市町村から20歳以上の男女3,000人を抽出し、1,502票の回答を得ました。（※調査の概要については附属資料参照）

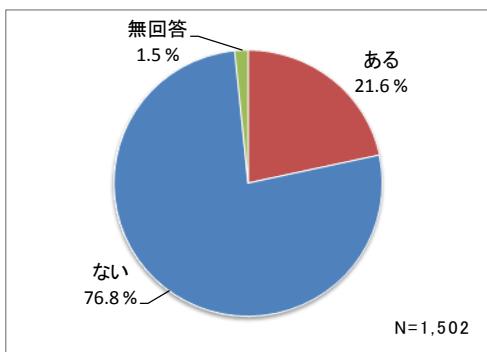
### （1）トラブルや被害の経験の有無とトラブルに遭った際の相談先

「商品を購入したりサービスを利用したりするうえで、不満を持ちながらあきらめた場合も含め、トラブルや被害に遭ったことがありますか。」という問い合わせに対し、「ある」と回答した人は21.6%、「ない」と回答した人の割合は76.8%でした。（図表13）

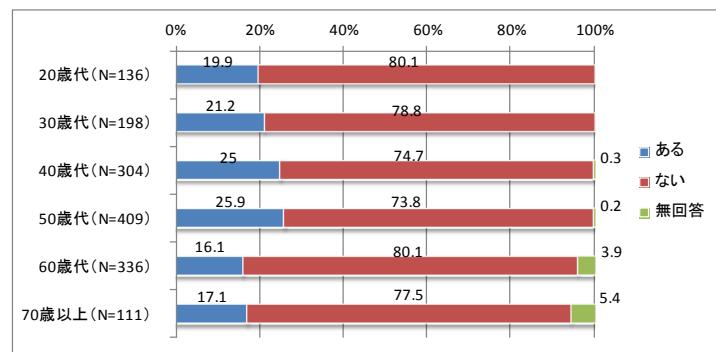
年代別に見てみると、「ある」と回答した人の割合が最も高かったのは50歳代の25.9%で、次いで高かったのは40歳代の25.0%でした。一方、「ある」と回答した人の割合が最も低かったのは60歳代の16.1%で、次いで低かったのは70歳以上の17.1%でした。（図表14）

しかし、第1節で示したとおり、家族や周りの人からの相談も含め契約当事者が60歳以上の相談が多いことから、高齢者本人がトラブルや被害に遭っていることを認識していない可能性もあります。

【図表13 消費者トラブル・被害の経験の有無】



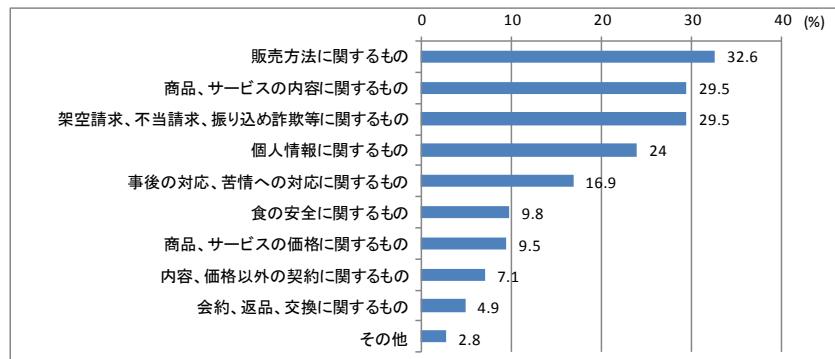
【図表14 年代別消費者トラブル・被害の経験の有無】



資料(図表13・14):「県民世論調査」(高知県・平成26年8月実施)

トラブルや被害に遭ったことが「ある」と回答した人に、「それはどのようなトラブルや被害でしたか。」と尋ねたところ、誇大広告やしつこい勧誘など「販売方法に関するもの」と回答した人の割合が32.6%と最も高く、次いで「商品、サービスの内容に関するもの」「架空請求、不当請求、振り込め詐欺等に関するもの」が続きました。（図表15）

【図表 15 トラブルや被害の内容】(複数回答)

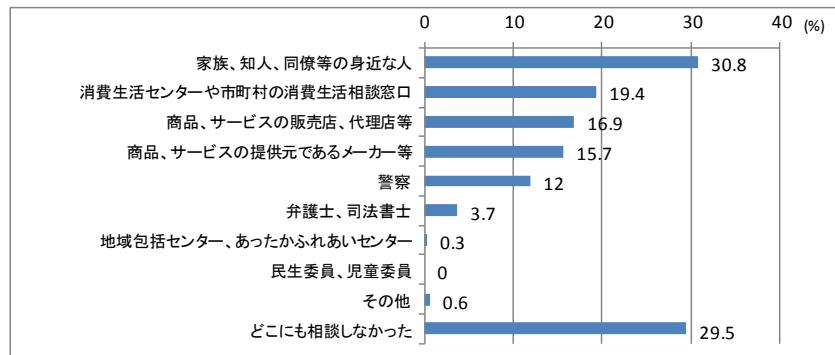


資料:「県民世論調査」(高知県・平成 26 年 8 月実施)

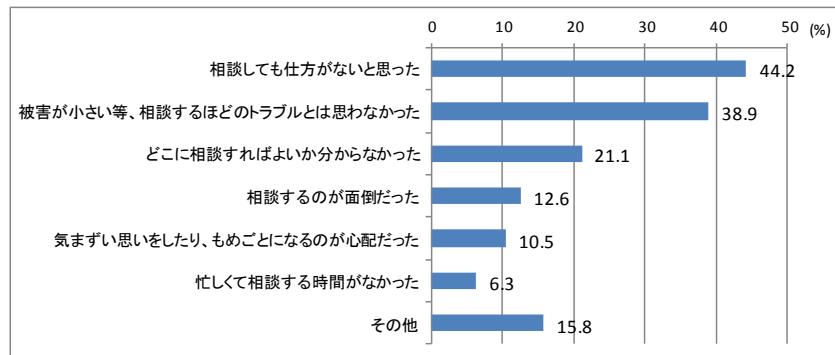
また、「トラブルや被害に遭った時に、どこに相談しましたか。」と尋ねたところ、「家族、知人、同僚等の身近な人」と回答した人の割合が 30.8 %と最も多く、「消費生活センターや市町村の消費生活相談窓口」と回答した人の割合は 19.4 %でした。一方、「どこにも相談しなかった」と回答した人の割合は 29.5 %で 2 番目に高い割合になっています。(図表 16)

どこにも相談しなかった理由としては、「相談しても仕方がないと思った」、「被害が小さい等、相談するほどのトラブルとは思わなかった」と回答した人が多く、そのほかには「どこに相談すればよいか分からなかった」と答えた人も 21.1 %いました。(図表 17)

【図表 16 トラブルや被害に遭った時の相談先】(複数回答)



【図表 17 トラブルや被害をどこにも相談しなかった理由】(3つまで回答)



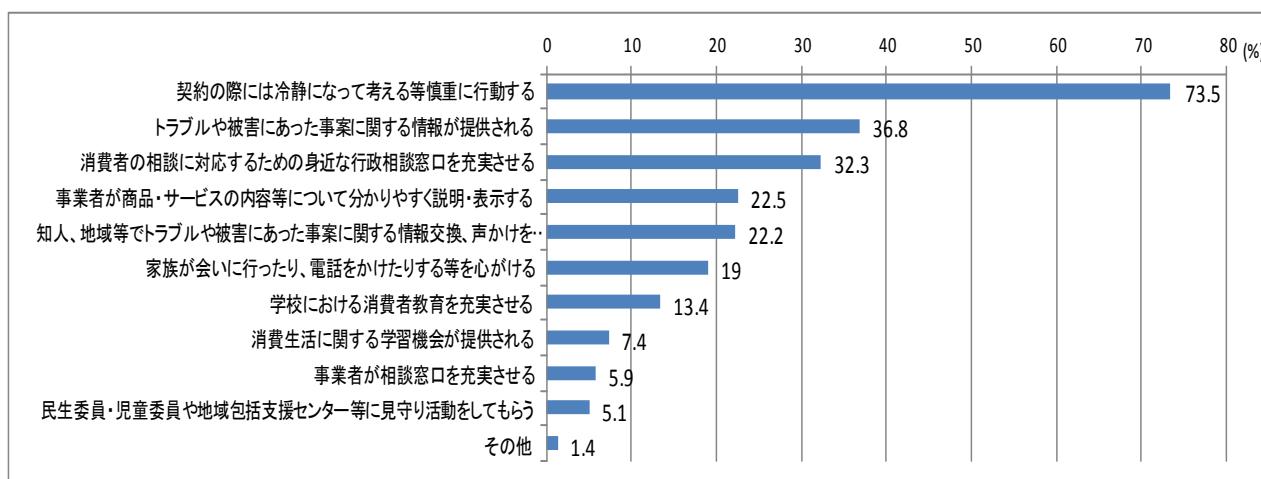
資料(図表 16・17):「県民世論調査」(高知県・平成 26 年 8 月実施)

## (2) トラブルや被害に遭わないために重要なこと

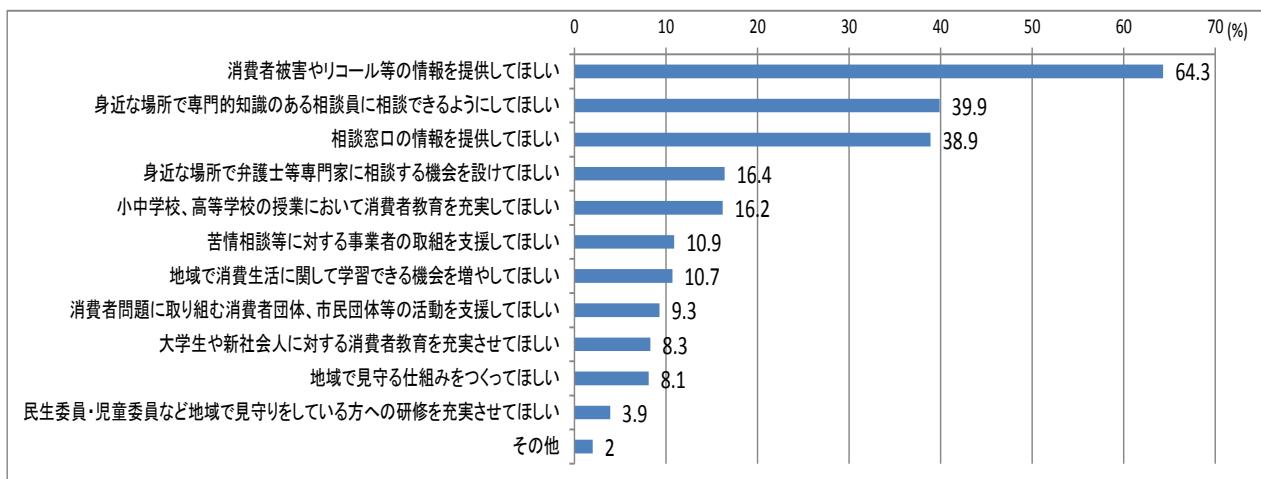
「商品を購入したりサービスを利用したりする上で、トラブルや被害に遭わないためには何が重要だと思いますか。」という問い合わせに対して、「契約の際には冷静になって考える等慎重に行動する」と回答した人の割合が73.5%と最も高く、「トラブルや被害に遭った事案に関する情報が提供される」、「消費者の相談に対応するための身近な行政相談窓口を充実させる」が続きました。(図表18)

また、「商品を購入したりサービスを利用したりする上で、適切な判断をし、トラブルや被害に遭わないようにするために、行政に望むことは何ですか。」という問い合わせに対しては、「消費者被害やリコール等の情報を提供してほしい」と回答した人の割合が64.3%と最も高く、「身近な場所で専門的知識のある相談員に相談できるようにしてほしい」、「相談窓口の情報を提供してほしい」が続きました。(図表19)

【図表18 トラブルや被害に遭わないために重要なこと】(3つまで回答)



【図表19 トラブルや被害に遭わないために行政に望むこと】(3つまで回答)



資料(図表18・19):「県民世論調査」(高知県・平成26年8月実施)

### 課題

- ◆ 消費者トラブルや被害を防ぎ、潜在化させないために、事例等の情報提供や相談窓口の周知が必要です。

## 第5節 大規模災害時等の消費行動

平成23年3月11日の東日本大震災の経験から、非常時こそ、単に自己の利益のみに終始した消費行動をとるのでなく、他者への配慮や社会的な影響にも高い関心を持ち行動することが、より強く求められるようになりました。震災直後には、被災地以外でのミネラルウォーターや乾電池等の買いだめによって品不足が生じるなど、消費行動が一因となる問題が生じました。

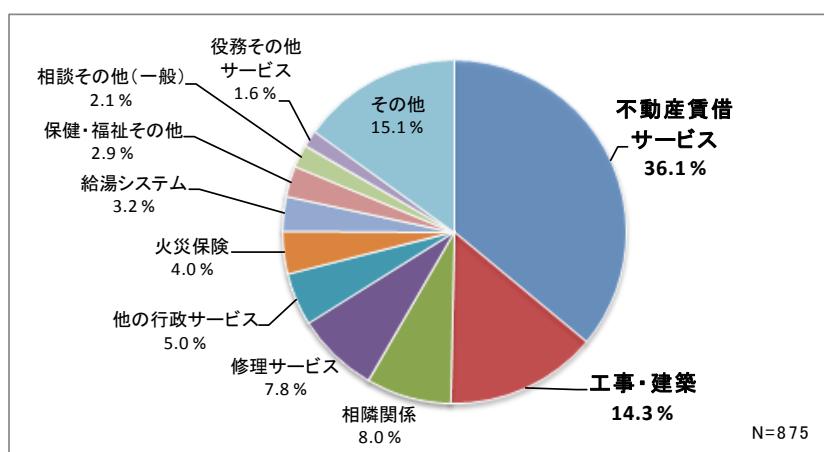
また、インターネット上も含めた、必ずしも根拠が十分ではない情報によって様々な風評が立ち、被災地で収穫された野菜の買い控えが起こるなど、被災地に深刻な影響を与えるました。

さらに、平成28年4月14日以降に発生した熊本地震をうけて独立行政法人国民生活センターが開設した「熊本地震消費者トラブル110番」においては、開設期間中（平成28年4月28日～7月14日）に寄せられた相談のうち、半数近くが「不動産賃借サービス」や「工事・建築」といった住宅に関するものでした。（図表20）

「工事・建築」に関する相談では、工事の金額の妥当性や勧誘方法に問題があるもののほか、屋根を点検すると言って訪問し、「このままでは危ない」と不安をあおって契約させる、点検商法の相談も寄せられました。

その他にも、「被災者の確認をしている」といって個人情報を聞き出そうとするなど、震災に便乗した不審な電話に関する相談も寄せられました。

【図表20 熊本地震における商品・サービス別相談内容】



資料：独立行政法人国民生活センター「熊本地震消費者トラブル110番のまとめ」

(備考)特設電話相談窓口「熊本地震消費者トラブル110番」に寄せられた相談

(平成28年4月28日～7月14日)

### 課題

- ◆近い将来起こる南海トラフ地震等大規模災害時に消費者トラブルに遭わないよう、また、非常時でも適切な消費行動を取れるような消費者教育が必要になります。

## 第3章 消費者教育の現状と課題

### 第1節 学校教育の現状と課題

#### (1) 小学校、中学校、高等学校、特別支援学校等

小学校、中学校、高等学校、特別支援学校では、学習指導要領に基づき、消費者教育を実施しています。

小学校では、社会科や家庭科を中心に、生産や販売について身近な地域を調査したり、物や金銭等について計画的な使い方や適切な購入方法について、自分たちの生活と関連させながら考えたりする学習を通して、正しい金銭感覚や適切な消費行動がとれる力を育成しています。

中学校では、社会科や技術・家庭科を中心に、身近な消費生活の中で実践的・体験的な学習活動を通して経済活動の意義や市場経済の基本的な考え方、金融の仕組みや働き、消費者保護に関する消費者行政の役割や消費者の権利と責任について理解させるとともに、生活に必要な物資やサービスを適切に選択・購入することや、環境に配慮した消費生活について工夫するなど、消費者としての実践力を育成しています。

高等学校では、公民科、家庭科、商業科等を中心に消費者教育の教育内容の充実を図るとともに、消費者自身が自主的に適切な判断や行動ができる能力の育成を目指しています。

特別支援学校では、知的障害のある児童生徒については、算数・数学等の教科や、生活単元学習、作業学習、総合的な学習等で、金銭の価値や使い方について学習しています。机上の学習だけではなく、校外学習の機会を活用するなどより実際的な場面で、具体的に金銭を扱い、生活に必要な力を身に付けるようにしています。

このように、児童生徒の特性や発達段階に応じて、効果的な授業運営を行っていくことが必要となっています。

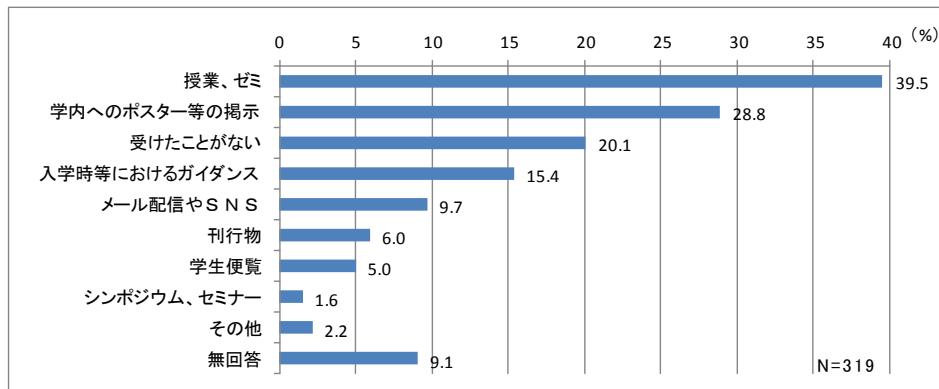
#### (2) 大学・専門学校等

大学や専門学校では、県立消費生活センターによる出前講座で若者に多い消費者トラブルや契約の知識等について学んでいます。そのほか、県立消費生活センターと連携して、消費生活に関する法律、複雑な金融商品や保険等の講義が受けられる、「消費生活講座」を行っている大学もあります。

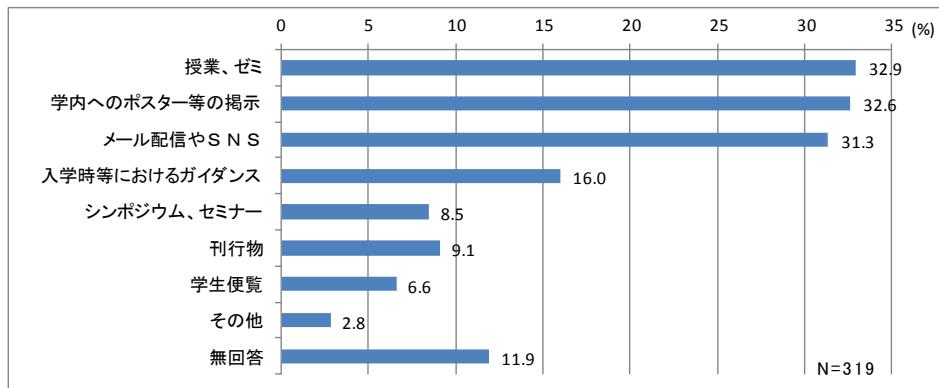
また、大学生等への実態調査によると、「大学等へ入学以降、消費者問題についてどのように啓発・情報提供を受けたことがありますか。」という問い合わせに対し、「授業、ゼミ」や「学内へのポスター等の掲示」と答えた人の割合が多い結果になりました。しかしその一方で、「受けたことがない」と答えた人の割合は 20.1 %と 3 番目に多く、今後も大学等での消費者教育の普及が必要となります。(図表 21)

また、「消費者問題について、どのように啓発・情報提供を受けてみたいと考えますか。」という問い合わせに対しては、「授業、ゼミ」、「学内へのポスター等の掲示」のほか、「メール配信や SNS」と答えた人も 31.3 %と多くなっています。(図表 22)

【図表 21 大学等で受けた消費者問題についての啓発・情報提供(29歳以下の大学生等)(複数回答)】



【図表 22 消費者問題について啓発・情報提供を受けたい方法(29歳以下の大学生等)(複数回答)】



資料(図表 21・22):「大学生等への実態調査」(高知県・平成 27 年 12 月～平成 28 年 7 月実施)

## 課題

- ◆関係機関と連携しながら、各校種において児童生徒の特性や発達段階に応じた消費者教育の充実を図っていく必要があります。
- ◆大学等での消費者教育の普及を図るとともに、SNS 等のツールを活用し、消費者教育や啓発の機会を拡大することが必要です。

## 第 2 節 県・市町村の現状と課題

県では、昭和 47 年に県立消費生活センターを設置し、消費生活相談に応じるとともに、消費生活に関する知識の普及や情報の収集・提供を行っています。

消費者教育の取組としては、学校や地域において相談員による出前講座を実施しており、受講者の年代や特性に応じた内容で、消費者トラブルの事例や対処法を紹介し、消費者トラブルの未然防止に努めています。(図表 23)

一方で、現在、民法改正により成人年齢を 18 歳に引き下げる動きがあります。

成人になると、親の同意なしで高額な物品購入の契約等が可能となるため、新たに 18 歳や 19 歳の若者が消費者トラブルに巻き込まれることが懸念されます。

そのため、今後学校と連携した消費者教育がますます重要となります。

市町村では、県内 34 市町村のうち、高知市、南国市及び四万十市、宿毛市、土佐清水市、黒潮町、大月町、三原村の 6 市町村からなる幡多広域にそれぞれ消費生活センターを設置し、平成 23 年度にはその他県内全ての市町村に消費生活相談窓口が設置されました。

また、消費生活センターのある 8 市町村のほか 4 市町村が単独で小学生や高齢者等を対象に出前講座を行っており、その他の市町村でも啓発物の配布や広報紙での啓発等を行っています。

しかし、複数の業務を兼務している市町村も多く、消費者教育を含め消費者行政に関する市町村の専門性が維持されにくい状況になっています。

そのため、県では、消費者教育を推進するにあたり、人材育成や情報提供等を通じて、市町村の支援をしていくことが必要です。

【図表 23 平成 27 年度出前講座実績(県立消費生活センター)】

区分	回数 (回)	受講者数 (名)
若年者向け消費生活講座	21	1,650
高齢者・高齢者周辺向け消費生活講座	21	726
一般向け消費生活講座	8	269
集落活動センター出前講座	2	68
計	52	2,713

資料:県立消費生活センター

【写真:県立消費生活センターの出前講座の様子】



## 課題

- ◆若者への消費者教育を充実させることが重要となり、さらなる学校との連携が必要です。
- ◆市町村が消費者教育（消費者行政）を行っていくうえで専門性を向上し、維持するために、人材育成や情報提供等を通した支援が必要です。

## 第 3 節 その他団体等の現状と課題

学校や県・市町村以外でもそれぞれのノウハウを活かして様々な消費者教育や、それに関連した取組を行っている団体があります。

高知県金融広報委員会（事務局：日本銀行高知支店内）では、高校生や大学生等を対象とした「巣立ちセミナー」を開催しています。巣立ちセミナーでは、消費者信用に関する基本的な知識のほか、契約の知識、生活設計の重要性等について分かりやすく解説しています。

また、県内の事業者の中には年数回、消費者や従業員を対象に、食の安全安心の研修会を開催するなど、消費者や従業員が消費生活に関する知識を身につける支援を行っている事業者や、高校生を対象とした金融・経済の知識を競うクイズ大会の開催や、お客様や小学生等を対象としたイベントの開催を行っている事業者もあります。

その他には、県の補助金を利用して消費者問題に関する講演や、ネット被害を防ぐためのワークショップ、食品ロスに関する映画の上映会等を実施している消費者団体もあります。

このような消費者教育やそれに関連した取組を行っている団体等は、様々な場で消費者教育を実施する担い手として期待できることから、効果的に消費者教育を実施するため、互いに連携して消費者教育を推進する必要があります。

### 課題

- ◆効果的に消費者教育を実施するため、様々な団体等と互いに連携して消費者教育を推進することが必要です。

## 第4章 重点的に取り組む施策

本県の現状と課題を踏まえ、消費者教育を推進するにあたっては、次の4つの施策に重点的に取り組みます。

### 高齢者の消費者被害の防止

本県では高齢者に関する消費生活相談が多く、高齢化の進行を上回るペースで増加しています。

そのため、高齢者の特性や高齢者が遭いやすい消費者被害の実態に即した注意喚起や情報提供を行うとともに、地域の見守りネットワークの中でも消費者教育を推進します。

### 若者（高校生・大学生等）に対する消費者教育の推進

成人になると親の同意なしに契約ができるようになるなど、消費者の権利と責任が大きく変化します。しかし、成人になったばかりの若者は社会経験が浅く、様々な消費者トラブルに遭いやすい傾向があります。

本県では、その時期に進学や就職で親元を離れる若者が多いことから、自立した賢い消費者を育成するため、若者への消費者教育を推進します。

### 消費者被害・トラブルを潜在化させない取組の推進

消費者トラブルや被害に遭っていても、相談しても仕方がない、どこに相談すればいいか分からないなどの理由で、トラブルや被害が潜在化しています。

消費者トラブルや被害を防ぎ、潜在化させないために、事例等の情報提供や相談窓口の周知を行います。

### インターネット利用に伴うトラブルへの対応強化

本県ではアダルト情報サイト等の「放送・コンテンツ等」に関する相談等、インターネットに関連する相談が、幅広い年代から多く寄せられています。

スマートフォンやタブレット等、様々な情報通信機器が急速に普及し、新しいサービスが次々登場するなか、インターネットの利用に伴う消費者トラブルに対応するために、消費者教育や最新の情報提供を行います。

## 第5章 消費者教育推進の基本的な方向と内容

県では、国の基本方針に基づき、誰もが消費者教育を受けられるよう、様々な場で消費者教育を受ける機会を提供し、被害に遭わない自立した消費者（自ら気づき、判断し、行動することができる消費者）にとどまらず、よりよい社会の発展に寄与する消費者を育成するため、以下4つの基本的な方向で消費者教育を推進します。

### 第1節 ライフステージや消費者の特性・場の特性に応じた切れ目のない対応

消費者教育推進法第3条第3項では、「消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行われるとともに、年齢、障害の有無、消費者の特性に配慮した適切な方法で行わなければならない。」とされています。

そのため、幼児期から高齢期までのそれぞれのライフステージや消費者の特性及び、学校、家庭、地域、職域等様々な場の特性に応じた消費者教育を推進します。

#### (1) 小学校、中学校、高等学校、特別支援学校等

学校では、学習指導要領に基づき、授業が実施されています。小・中・高等学校等では、社会科、公民科、家庭科、商業科等を中心に消費者教育の内容の充実を図ることにより、自ら合理的な意思決定を行い、適切に行動することができる消費者の育成を目指します。

(◎：重点的に取り組む施策に関する取組項目)

取組項目	担当課等
<b>◎学習指導要領に基づいた消費者教育の推進</b> 学習指導要領に基づき、小・中学校、高等学校、特別支援学校の各教科等において、消費者教育を一層推進します。その際、児童生徒の発達段階に応じた消費者教育が行われるよう、専門的知識を有する外部人材や、視聴覚教材等の活用について教員へ啓発します。 また、特別支援学校における知的障害のある児童生徒については、一人一人の発達段階を考慮しながら、金銭の大切さや価値、上手な買い物の仕方などを学習します。 今後も、児童生徒の自立と社会参加を見据え、生活力を養い、「生きる力」を育む消費者教育に取り組みます。	小中学校課 高等学校課 特別支援教育課 私学・大学支援課
<b>◎若年者向け消費生活講座の実施</b> 必要に応じてDVD等の教材を用いながら、若者が被害に遭いやすい消費者トラブルの具体的な事例や対処方法、契約の基礎知識等について出前講座を実施します。	県立消費生活センター
<b>◎消費者教育教材の提供</b> DVD等の消費者教育に関する教材を提供し、学校での消費者教育の推進を支援します。	県立消費生活センター
<b>◎若者向け啓発冊子の作成・配布</b> 成人する手前の生徒を対象に、契約やクレジットの知識、生活設計の方法、フェアトレード商品の購入など地球環境や社会情勢に配慮した消費行動の重要性をまとめた冊子を作成・配布します。	県民生活・男女共同参画課 県立消費生活センター

取組項目	担当課等
<b>○適正計量の普及啓発</b> 小・中学生を対象とした計量に関する図画の募集を行い、適正計量の普及啓発を行います。	計量検定所
<b>○スマートフォン等のフィルタリング普及啓発活動</b> 小・中・高等学校等での非行防止教室や保護者説明会等を通じ、フィルタリングの必要性等に係る啓発活動を行います。	少年女性安全対策課 (警察本部)

### 《数値目標》

内容	平成 27 年度	平成 34 年度
若年者向け消費生活講座実施回数	年間 21 回	年間 30 回

## (2) 大学・専門学校等

成人と未成年者が混在する大学、専門学校等においては、消費者の権利と責任が大きく変化することも踏まえ、学生の持つ様々な側面に応じ、大学等として積極的に消費者教育に取り組み、学生への生活支援を行うのみならず、自立した社会人としての消費者、職業人としての生産者・サービス提供者の育成等を行うことが求められています。

(◎：重点的に取り組む施策に関する取組項目)

取組項目	担当課等
<b>◎若年者向け消費生活講座の実施（再掲）</b> 成人までに身につけるべき契約に関する知識やトラブル対処方法等について、出前講座を実施します。	県民生活・男女共同参画課 県立消費生活センター
<b>◎大学と連携した消費生活講座の実施</b> 大学と連携し、消費生活に関する法律の知識や消費者市民社会等について学べる講座を実施します。	県立消費生活センター
<b>◎学生が行う消費生活に関する活動の支援</b> 学生による自発的な消費生活に係る活動や地域貢献としての取組を支援します。	県民生活・男女共同参画課 県立消費生活センター
<b>◎メール配信やSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を活用した啓発・情報提供</b> メール配信やSNSを活用して、若者向けのトラブル等の情報発信を行います。	県民生活・男女共同参画課 県立消費生活センター
<b>◎消費者被害に関する情報提供</b> 学生課等の学生の支援を行う部署へ、学生が被害に遭わないよう友人関係を利用したマルチ商法の被害等の消費者被害情報の提供や、消費生活相談窓口の周知を行います。	県民生活・男女共同参画課 県立消費生活センター

## 《数値目標》

内容	平成 27 年度	平成 34 年度
若年者向け消費生活講座実施回数(再掲)	年間 21 回	年間 30 回
SNS での情報発信回数	—	年間 25 回

### (3) 地域

自ら合理的な意思決定を行い、適切に行動することができる消費者を育成するためには、学校教育だけではなく、地域においても消費者教育に取り組むことが重要です。

そのため、県立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ノウハウが蓄積されていることから、積極的に情報を発信するとともに、市町村が行う消費者教育を支援します。

特に、自ら情報を入手することが困難な高齢者や障害者に対しては、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。

その他の各機関においても、消費者自らがトラブルや被害を自覚し、未然に防止することを目指して、消費者教育に関する取組を推進していきます。

(◎：重点的に取り組む施策に関する取組項目)

取組項目	担当課等
<b>◎高齢者向け等消費生活講座の実施</b> 集落活動センターやあったかふれあいセンター等において、高齢者や一般の方を対象に、寸劇やロールプレイで悪質商法の手口を紹介する出前講座を実施します。	県民生活・男女共同参画課 県立消費生活センター
<b>◎大学と連携した消費生活講座の実施（再掲）</b> 大学と連携して実施する消費生活講座に一般の方も受講生として参加してもらい、広く県民に消費者教育を実施します。	県立消費生活センター
<b>○消費生活に関する情報提供</b> 県のホームページや広報紙、新聞、ラジオ等の媒体を通じて、消費者トラブルの情報や対策、製品事故の事例、フェアトレード商品の購入など地球環境や社会情勢に配慮した消費行動の重要性を情報提供していきます。	県民生活・男女共同参画課 県立消費生活センター
<b>◎地域見守り情報の発信</b> 民生委員・児童委員や地域包括支援センターの職員等、地域で高齢者等を見守る方を対象に、消費者トラブルの事例や対処法をまとめた情報を発信します。	県立消費生活センター
<b>◎相談窓口の周知</b> 広報紙やホームページ等により、消費生活センターの相談窓口を周知します。	県民生活・男女共同参画課 県立消費生活センター
<b>◎高齢者・障害者を地域で支えるためのネットワークの活用</b> あったかふれあいセンター等の高齢者や障害者に対する既存のネットワークを活用し、消費者トラブルに関する情報提供や出前講座等を行っていきます。	県民生活・男女共同参画課 県立消費生活センター 地域福祉政策課 高齢者福祉課 障害保健福祉課

取組項目	担当課等
<p><b>○災害に便乗した悪質商法等の情報提供</b> 災害に便乗した悪質な勧誘等の消費者トラブルの事例を収集し、発信していきます。</p>	県民生活・男女共同参画課 県立消費生活センター
<p><b>○適正計量の普及啓発（再掲）</b> 計量月間中（11月）に、横断幕の掲示や業務車両への啓発用マグネットの貼付等による啓発や一日計量指導員による計量現場の見学と各種食料品の量目検査を実施します。 また、事業者、行政を交えて意見交換を実施します。</p>	計量検定所
<p><b>○特殊詐欺被害防止のための広報啓発</b> 高齢者教室等における特殊詐欺被害防止のための寸劇や落語等の実施、特殊詐欺の手口など被害防止情報を掲載した広報紙やチラシの配布等により特殊詐欺の被害防止に努めています。</p>	生活安全企画課 (警察本部) 県民生活・男女共同参画課
<p><b>○悪質な経済事犯から県民を保護するための広報啓発</b> ラジオ番組を通じて、県民が悪質商法等の被害者とならないよう注意喚起します。</p>	生活環境課 (警察本部)
<p><b>○情報セキュリティ能力の向上に向けた広報啓発</b> 県民を対象として情報セキュリティ等に関する講演やホームページを通じて、サイバー犯罪の手口やインターネット上のトラブルへの対策について広報啓発を行います。</p>	生活環境課 (警察本部)

### 《数値目標》

内容	平成 27 年度	平成 34 年度
高齢者向け等消費生活講座	年間 29 回	年間 45 回
地域見守り情報の発信先の数	累計 159 件	累計 250 件

### (4) 家庭

家庭においては、子どもに対して保護者が小遣いの与え方を考え、買い物を手伝わせること等によって金銭や物を大切に扱うことを子どもに身につけていくことが重要です。また、携帯電話やインターネット等の使い方について、家族で考え、家庭でのルールづくりを行うことも重要です。

そのため、家庭での消費者教育を支援する啓発活動等を実施します。

(◎：重点的に取り組む施策に関する取組項目)

取組項目	担当課等
<b>○子どもの事故防止に向けた情報発信</b> 県のホームページや広報紙等で子どもの事故に関する情報を発信し、くらしの中の危険や、ものの安全な使い方を考えるきっかけを作ります。	県民生活・男女共同参画課 県立消費生活センター
<b>◎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</b> 啓発用リーフレットを作成・配布するとともに、ネット問題をテーマにしたPTA研修等を支援することで、家庭でのルールづくりを推進します。	人権教育課

## (5) 職域

学校教育を終えて就職し、社会に出た後は消費者教育を受ける場が少なくなることから、職場においては、新入社員向けに契約のルールや生活設計に関する知識を提供し、退職を控えた社員向けには退職金を狙う悪質商法の事例を提供するなど、従業員に向けて消費者教育を行っていくことも必要です。

このため、県では、事業者に対して消費生活関連の情報を提供するなど、職域での消費者教育を支援します。

取組項目	担当課等
<b>○消費生活に関する情報提供</b> 消費生活に関する情報提供を行い、事業者が従業員に向けて行う消費者教育を支援します。	県民生活・男女共同参画課 県立消費生活センター
<b>○事業者の実施する消費者教育の取組紹介</b> 県のホームページ等で事業者が行う消費者教育の実践事例を紹介し、事業者の消費者教育への取組を推進します。	県民生活・男女共同参画課

## 第2節 消費者教育の人材（担い手）の育成・活用

国の基本方針が目指す、「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」ことを実現するためには、教職員や地域人材等の幅広い主体が消費者教育の担い手として役割を担うことが必要です。

ライフステージに応じて多彩な消費者教育を推進していくためには、その担い手となる人材を育成することが必要です。

### (1) 教職員

学校の教職員は、消費者教育の推進役としての役割が期待されており、その指導力の向上を図ります。

取組項目	担当課等
<p><b>○教員への研修の実施</b></p> <p>小・中・高等学校等の教員を対象に、消費生活に関する情報や基礎的知識、効果的な教材の活用方法、指導方法の工夫等に関する研修を実施します。</p>	<p>県民生活・男女共同参画課 県立消費生活センター 県教育センター</p>

## (2) ボランティア等の地域人材

県内全域できめ細かく消費者教育の機会を提供していくため、地域で見守り活動や啓発活動を行うボランティア等の育成、活動への支援に取り組みます。

(◎：重点的に取り組む施策に関する取組項目)

取組項目	担当課等
<p><b>◎高齢者・障害者等を地域で支える方に向けた啓発、情報提供</b></p> <p>地域人材の自主的な活動を促進するため、<b>民生委員・児童委員</b>や<b>地域包括支援センター</b>の職員等、<b>高齢者・障害者</b>等を地域で支える方に対して消費者被害防止や消費者教育に関する啓発、情報提供を行います。</p>	<p>県民生活・男女共同参画課 県立消費生活センター</p>
<p><b>◎「くらしのサポーター」の育成、支援</b></p> <p>消費者問題に関する知識を有し、地域での啓発活動の担い手である<b>「くらしのサポーター」</b>を育成し、<b>消費者被害の未然防止、拡大防止</b>のための活動を<b>支援</b>していきます。</p>	<p>県立消費生活センター</p>

### 《数値目標》

内容	平成 27 年度	平成 34 年度
くらしのサポーター登録者数	累計 58 人	累計 100 人

## (3) 事業者・事業者団体

事業者は、消費者からの問合せ、相談等を通じて様々な分野の消費生活に関する情報に触れる機会が少なくありません。そこで得た情報を、必要に応じて消費者に伝えたり、あるいは自社の製品やサービスの向上に活用したりしています。消費者からの問合せを的確に聞き取り、その消費者にとって必要な情報を的確に提供できる能力、あるいは専門用語や業界用語等を用いずに、一般の消費者に分かりやすく物事を説明する能力の育成は、消費者教育の担い手育成としても期待されます。

取組項目	担当課等
<p><b>○食の安全・食品表示に関する普及啓発</b></p> <p>食品関連事業者に向けて、食品の安全に関する講習会を開催し、食中毒の予防や食品表示法（衛生及び保健事項）についての正しい知識の普及啓発を行います。</p> <p>また、食品に関するリスクコミュニケーションや出前講座を実施します。</p>	<p>食品・衛生課 福祉保健所</p>

#### (4) 消費者教育の調整役

様々な場で消費者教育を効果的、計画的に行うためには、多様な主体間の連携や情報の共有を図るうえでの調整を行う者が必要となります。

県では、地域において消費者教育を推進するために、調整役となる人材を育成していきます。

取組項目	担当課等
<b>○国の機関等が実施するコーディネーター育成講座への参加</b> 消費者教育を担う多様な関係者をつなぎ、多様な主体が連携・協働した体制づくりが進むよう、国の機関等が実施する研修に積極的に参加します。	県民生活・男女共同参画課 県立消費生活センター
<b>○地域で消費者教育を促す人材の育成</b> 地域と消費者行政をつなぎ、地域で消費者教育を促す人材を育成します。	県民生活・男女共同参画課 県立消費生活センター

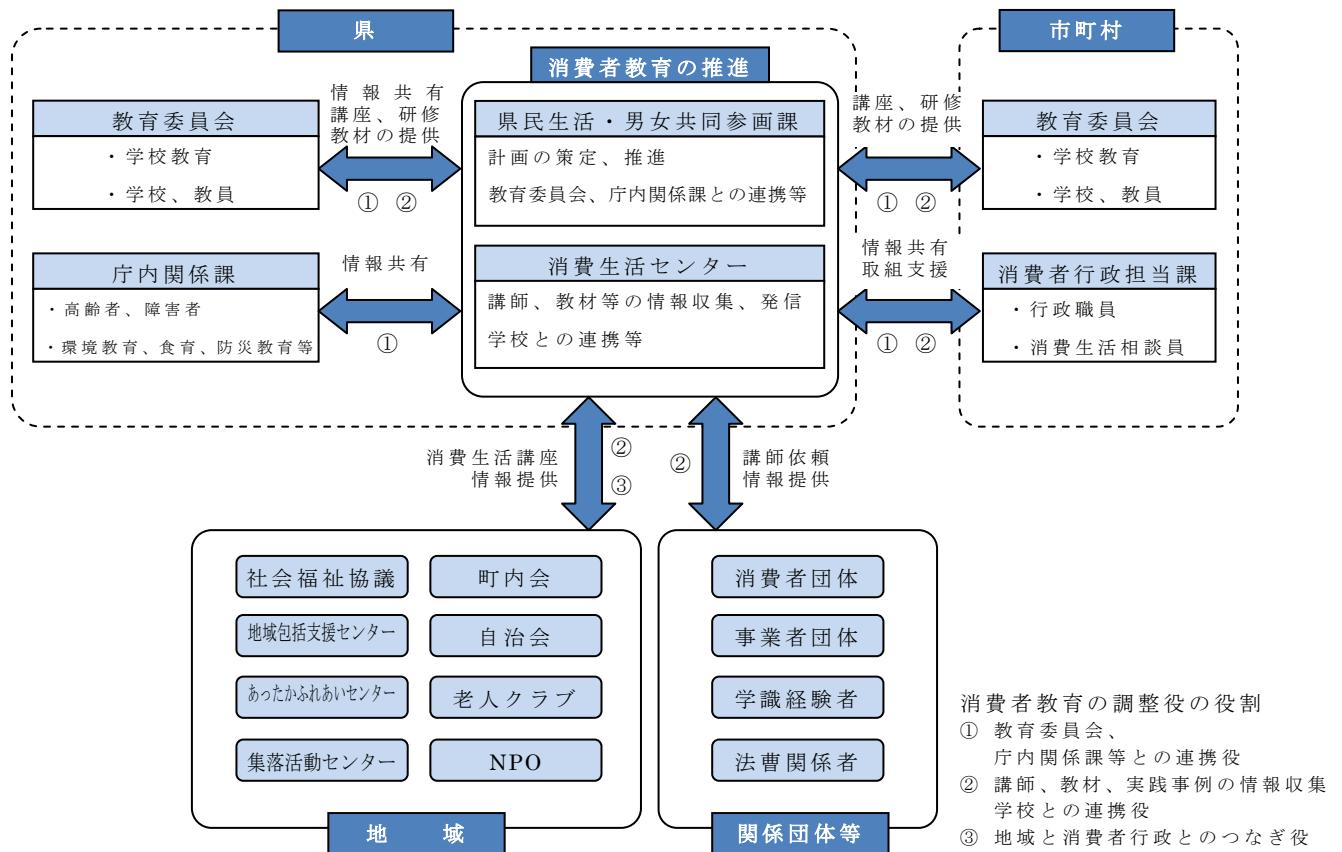
#### ○コーディネーターとは

基本方針では、「消費者教育を担う多様な関係者をつなぐためには、間に立って調整をする役割を担う者が必要となる。このようなコーディネーター（いかなる名称とするかは問わない。以下同じ。）は、消費者市民社会形成の推進役としての重要な役割を果たすことになる。」とされています。

県では、消費者教育の計画的な推進や、実践のための情報共有等、コーディネーターの役割を2つに整理します。

役 割	担い手（例）
計画策定 教育委員会・庁内関係課との連携等	消費者行政担当職員
講師、教材、実践事例の情報収集・ 発信、学校との連携等	消費生活センター担当職員 消費生活相談員、教員経験者等

【図表 24 消費者教育の調整役のイメージ図】



### 第3節 各主体との連携・協働

#### 【市町村との連携・協働】

県内の様々な場で消費者教育を実施するためには、住民の生活に密着し、身近な存在である市町村がそれぞれの地域に応じた消費者教育を行うことが望まれます。

市町村が消費者教育を効果的に推進するために、県は市町村による消費者教育の取組を支援し、情報共有や助言を行います。

取組項目	担当課等
<b>○消費者行政担当者向け研修の実施</b> 消費者教育や消費生活相談に必要な知識等の習得を目的に、市町村の消費者行政担当者向けの研修を実施します。	県民生活・男女共同参画課
<b>○市町村との情報共有や意見交換の機会の設置</b> ブロック会の開催や市町村の消費者行政担当課の訪問などで情報共有や意見交換を行うことにより、市町村間との連携を図ります。	県民生活・男女共同参画課 県立消費生活センター

## 【学校教育との連携・協働】

児童生徒等の特性や発達段階に応じた効果的な消費者教育を実施するためには、消費者行政を担う県民生活・男女共同参画課及び県立消費生活センター並びに学校教育を担う県教育委員会が連携して消費者教育を推進することが必要です。

そのため、県教育委員会へ消費者教育に関する人材や教材等の情報を共有するなど、緊密な連携を図ります。

(◎：重点的に取り組む課題に関する取組項目)

取組項目	担当課等
<b>◎若年者向け出前講座の実施（再掲）</b> 必要に応じてDVD等の教材を用いながら、若者が被害に遭いやすい消費者トラブルの具体的な事例や対処方法、契約の基礎知識等について出前講座を実施します。	県立消費生活センター
<b>◎消費者教育教材の提供（再掲）</b> DVD等の消費者教育に関する教材を提供し、学校での消費者教育の推進を支援します。	県立消費生活センター
<b>○教員への研修の実施（再掲）</b> 小・中・高等学校等の教員を対象に、消費生活に関する情報や基礎的知識、効果的な教材の活用方法、指導方法の工夫等に関する研修を実施します。	県民生活・男女共同参画課 県立消費生活センター 県教育センター

### 《数値目標》

内容	平成27年度	平成34年度
若年者向け消費生活講座実施回数(再掲)	年間21回	年間30回

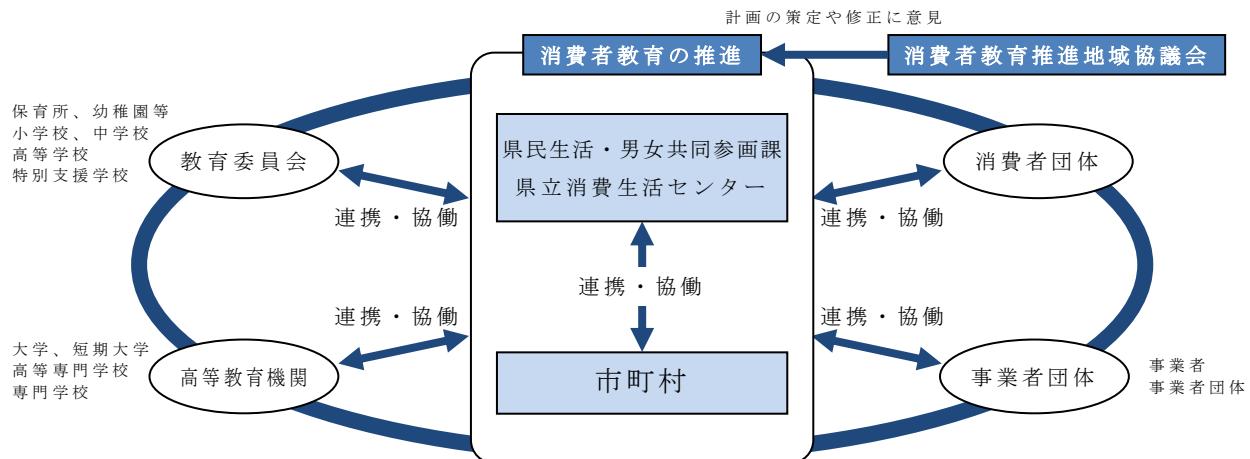
## 【消費者団体、事業者・事業者団体との連携・協働】

様々な機会を捉えて消費者教育を実施する環境を作るためには、多様な立場の担い手の協力が必要です。

そのため、行政が中心になって消費者団体や事業者・事業者団体等の自主性を尊重しながら活動を支援し、きめ細やかな消費者教育を推進します。

取組項目	担当課等
<b>○事業者の実施する消費者教育の取組紹介（再掲）</b> 県のホームページや広報紙等を活用して、事業者が行う消費者教育の実践事例を紹介し、事業者の消費者教育への取組を促進します。	県民生活・男女共同参画課
<b>○消費者団体や事業者団体への情報提供、取組支援</b> 消費者団体や事業者団体へ消費生活に関する情報提供や、消費者教育に関する取組の支援を行います。	県民生活・男女共同参画課 県立消費生活センター

【図表 25 各主体との連携・協働のイメージ図】



#### 第4節 他の消費生活に関連する教育との連携

消費者教育は、地球環境の保全や食品ロスの削減、持続可能な社会の実現という点で、環境教育、食育、国際理解教育などと深く関わりがあります。

そのため、これらの消費者教育に関連する教育と連携を図りながら消費者市民社会の形成を目指す消費者教育を推進していくことが必要です。

県では、こうした教育を所管する庁内の各部局や、高知県金融広報委員会（金融経済教育）等の関係団体と互いに連携し、効果的に消費者教育を推進します。

#### 【環境教育】

環境教育では、環境に対する知識や考えのほか、社会の多様性や将来に対する責任、地球温暖化問題や資源の有限性など、自ら考え、自ら行動する人づくりを目的としています。

これは、持続可能な社会の形成を目指すという点で、消費者教育と深く関係しています。

取組項目	担当課等
<b>○環境教育の推進</b> 3 R (Reduce : 廃棄物の発生抑制、Reuse : 再使用、Recycle : 再資源化) やマイバッグの推進、認定リサイクル製品の普及などを通して、環境に配慮した生活を促進します。	新エネルギー推進課 環境対策課

#### 【食育】

食育では、「食」に関する知識と「食」を選択する力を習得し、健全な食生活を実践することができる人間を育てることを目的としています。

栄養バランス等の観点から適切な食生活を選択すること、食品の安全性に関する知識と理解を深めること等は、栄養表示を含めた食品表示の適切な理解を始め、食における危険を回避する能力を育む消費者教育と密接な関係があります。

取組項目	担当課等
<b>○健康づくり、食育の推進</b> よさこい健康プラン21（高知県健康増進計画）及び食育推進計画に基づき、健康的な生活習慣が定着するよう啓発をしていきます。	健康長寿政策課
<b>○健康づくりや食育ボランティアの育成・支援</b> 地域で健康づくりや食育活動を担っている団体の育成・支援を行っていきます。	健康長寿政策課

### 【国際理解教育】

国際理解教育は、社会経済の国際化の進展に合わせ、海外の文化や外国人の人々との接点を理解させ、地球規模の社会問題（環境や資源など）を考えさせることなどを目的としています。

これは、自らの消費行動が日本以外の社会情勢及び地球環境にも影響を与えるということを自覚する点で、消費者教育と深く関係しています。

取組項目	担当課等
<b>○国際理解教育の推進</b> 国際交流員を派遣し、学生や一般市民を対象としてそれぞれの国を紹介する異文化理解講座を実施します。	国際交流課

### 【金融経済教育】

金融経済教育は、金融リテラシー（お金の知識・判断力）の向上を通じて、一人一人が経済的に自立し、より良い暮らしを送っていくことを可能とするとともに、健全で質の高い金融商品の提供の促進や家計金融資産の有効活用を通じ、公正で持続可能な社会の実現に貢献していくことを目的としています。

金融リテラシーは、自立した消費生活を営む上で必要不可欠であり、消費者教育の重要な要素となっています。

取組項目	担当課等
<b>○金融経済教育の推進</b> 金融・経済、生活設計、生命保険等に関する専門家である「金融広報アドバイザー」を学校や地域に派遣し、金融経済教育を推進します。	高知県金融広報委員会

## 【防災教育】

防災教育は、地域でおこる災害の特性を知り、防災・減災のために事前に備え、行動する力を身につけることなどを目的としています。

特に本県では南海トラフ地震が近い将来起こることが想定されていることから、それに備えた啓発活動が行われています。

それらの啓発活動によって、平常時から備蓄品を備えておくなどの防災意識を高めることは、非常時において適切な消費行動がとれる消費者の育成を目指す消費者教育とも関連があります。

取組項目	担当課等
<p><b>○防災教育の推進</b></p> <p>地震に対する正しい知識を持ち、事前の備えや地震時に適切な行動を行えるよう、防災学習会の実施や防災啓発冊子「南海トラフ地震に備えちょき」、広報紙等による啓発を行います。</p>	南海トラフ地震対策課

## 第6章 計画の推進

### 第1節 計画の推進体制

本計画の推進にあたっては、市町村を始め、教育機関、消費者団体、事業者・事業者団体等の関係機関と情報交換や連携しながら、計画に掲げた取組を実施します。

また、消費者、事業者団体、教育関係者、福祉関係者等で構成する、高知県消費者教育推進地域協議会（高知県消費生活審議会）の意見を聞きながら計画の策定や修正について協議していきます。

### 第2節 計画の進行管理

本計画の進行管理にあたっては、多様化する県民ニーズや社会経済情勢の変化に対応していく必要があることから、毎年度、数値目標や施策の具体的な取組状況について、高知県消費者教育推進地域協議会（高知県消費生活審議会）に報告し、検証を行い、充実が必要な部分については今後の施策に反映します。



## **附 屬 資 料**

# 消費者教育の推進に関する法律

## (平成 24 年 8 月 22 日法律第 61 号)

- 第 1 章 総則（第 1 条～第 8 条）
- 第 2 章 基本方針等（第 9 条・第 10 条）
- 第 3 章 基本的施策（第 11 条～第 18 条）
- 第 4 章 消費者教育推進会議等（第 19 条・第 20 条）

### 第 1 章 総則

（目的）

**第 1 条** この法律は、消費者教育が、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止するとともに、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その自立を支援する上で重要であることに鑑み、消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利であることを踏まえ、消費者教育に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、基本方針の策定その他の消費者教育の推進に関し必要な事項を定めることにより、消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、もって国民の消費生活の安定及び向上に寄与することを目的とする。

（定義）

**第 2 条** この法律において「消費者教育」とは、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いう。

2 この法律において「消費者市民社会」とは、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経済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。

（基本理念）

**第 3 条** 消費者教育は、消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結び付けることができる実践的な能力が育まれることを旨として行われなければならない。

2 消費者教育は、消費者が消費者市民社会を構成する一員として主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援することを旨として行われなければならない。

3 消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行われるとともに、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮した適切な方法で行われなければならない。

4 消費者教育は、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場の特性に応じた適切な方法により、かつ、それぞれの場における消費者教育を推進する多様な主体の連携及び他の消費者政策（消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策をいう。第九条第二項第三号において同じ。）との有機的な連携を確保しつつ、効果的に行われなければならない。

5 消費者教育は、消費者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経済情勢及び地球環境に与える影響に関する情報その他の多角的な視点に立った情報を提供することを旨として行われなければならない。

6 消費者教育は、災害その他非常の事態においても消費者が合理的に行動することができるよう、非常の事態における消費生活に関する知識と理解を深めることを旨として行われなければならない。

7 消費者教育に関する施策を講ずるに当たっては、環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関する教育に関する施策との有機的な連携が図られるよう、必要な配慮がなされなければならない。

(国の責務)

**第4条** 国は、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自立した消費者の育成が極めて重要であることに鑑み、前条の基本理念（以下この章において「基本理念」という。）にのっとり、消費者教育の推進に関する総合的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。

2 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、前項の施策が適切かつ効率的に策定され、及び実施されるよう、相互に又は関係行政機関の長との間の緊密な連携協力を図りつつ、それぞれの所掌に係る消費者教育の推進に関する施策を推進しなければならない。

(地方公共団体の責務)

**第5条** 地方公共団体は、基本理念にのっとり、消費生活センター（消費者安全法（平成21年法律第50号）第10条の2第1項第1号に規定する消費生活センターをいう。第13条第2項及び第20条第1項において同じ。）、教育委員会その他の関係機関相互間の緊密な連携の下に、消費者教育の推進に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の社会的、経済的状況に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。

(消費者団体の努力)

**第6条** 消費者団体は、基本理念にのっとり、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われる消費者教育に協力するよう努めるものとする。

(事業者及び事業者団体の努力)

**第7条** 事業者及び事業者団体は、事業者が商品及び役務を供給する立場において消費者の消費生活に密接に関係していることに鑑み、基本理念にのっとり、国及び地方公共団体が実施する消費者教育の推進に関する施策に協力するよう努めるとともに、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるものとする。

(財政上の措置等)

**第8条** 政府は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講じなければならない。

2 地方公共団体は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講ずるよう努めなければならない。

## 第2章 基本方針等

(基本方針)

**第9条** 政府は、消費者教育の推進に関する基本的な方針（以下この章及び第四章において「基本方針」という。）を定めなければならない。

2 基本方針においては、次に掲げる事項を定めるものとする。

- 1 消費者教育の推進の意義及び基本的な方向に関する事項
- 2 消費者教育の推進の内容に関する事項
- 3 関連する他の消費者政策との連携に関する基本的な事項
- 4 その他消費者教育の推進に関する重要な事項

3 基本方針は、消費者基本法（昭和43年法律第78号）第9条第1項に規定する消費者基本計画との調和が保たれたものでなければならない。

- 4 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成し、閣議の決定を求めるなければならない。
- 5 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成しようとするときは、あらかじめ、関係行政機関の長に協議するとともに、消費者教育推進会議及び消費者委員会の意見を聴くほか、消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講じなければならない。
- 6 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、第四項の規定による閣議の決定があったときは、遅滞なく、基本方針を公表しなければならない。
- 7 政府は、消費生活を取り巻く環境の変化を勘案し、並びに消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を踏まえ、おおむね五年ごとに基本方針に検討を加え、必要があると認めるときは、これを変更するものとする。
- 8 第四項から第六項までの規定は、基本方針の変更について準用する。

(都道府県消費者教育推進計画等)

- 第 10 条** 都道府県は、基本方針を踏まえ、その都道府県の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画（以下この条及び第 20 条第 2 項第 2 号において「都道府県消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。
- 2 市町村は、基本方針（都道府県消費者教育推進計画が定められているときは、基本方針及び都道府県消費者教育推進計画）を踏まえ、その市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画（以下この条及び第 20 条第 2 項第 2 号において「市町村消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。
  - 3 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めようとするときは、あらかじめ、その都道府県又は市町村の区域の消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。この場合において、第 20 条第 1 項の規定により消費者教育推進地域協議会を組織している都道府県及び市町村にあっては、当該消費者教育推進地域協議会の意見を聴かなければならぬ。
  - 4 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表するよう努めるものとする。
  - 5 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めた場合は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を行うよう努めるとともに、必要があると認めるときは、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を変更するものとする。
  - 6 第 3 項及び第 4 項の規定は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の変更について準用する。

### 第 3 章 基本的施策

(学校における消費者教育の推進)

- 第 11 条** 国及び地方公共団体は、幼児、児童及び生徒の発達段階に応じて、学校（学校教育法（昭和 22 年法律第 26 号）第 1 条に規定する学校をいい、大学及び高等専門学校を除く。第 3 項において同じ。）の授業その他の教育活動において適切かつ体系的な消費者教育の機会を確保するため、必要な施策を推進しなければならない。
- 2 国及び地方公共団体は、教育職員に対する消費者教育に関する研修を充実するため、教育職員の職務の内容及び経験に応じ、必要な措置を講じなければならない。

3 国及び地方公共団体は、学校において実践的な消費者教育が行われるよう、その内外を問わず、消費者教育に関する知識、経験等を有する人材の活用を推進するものとする。  
(大学等における消費者教育の推進)

**第 12 条** 国及び地方公共団体は、大学等（学校教育法第 1 条に規定する大学及び高等専門学校並びに専修学校、各種学校その他の同条に規定する学校以外の教育施設で学校教育に類する教育を行うものをいう。以下この条及び第 16 条第 2 項において同じ。）において消費者教育が適切に行われるようにするため、大学等に対し、学生等の消費生活における被害を防止するための啓発その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

2 国及び地方公共団体は、大学等が行う前項の取組を促進するため、関係団体の協力を得つつ、学生等に対する援助に関する業務に従事する教職員に対し、研修の機会の確保、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

(地域における消費者教育の推進)

**第 13 条** 国、地方公共団体及び独立行政法人国民生活センター（以下この章において「国民生活センター」という。）は、地域において高齢者、障害者等に対する消費者教育が適切に行われるようするため、民生委員法（昭和 23 年法律第 198 号）に定める民生委員、社会福祉法（昭和 26 年法律第 45 号）に定める社会福祉主事、介護福祉士その他の高齢者、障害者等が地域において日常生活を営むために必要な支援を行う者に対し、研修の実施、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

2 国、地方公共団体及び国民生活センターは、公民館その他の社会教育施設等において消費生活センター等の収集した情報の活用による実例を通じた消費者教育が行われるよう、必要な措置を講じなければならない。

(事業者及び事業者団体による消費者教育の支援)

**第 14 条** 事業者及び事業者団体は、消費者団体その他の関係団体との情報の交換その他の連携を通じ、消費者の消費生活に関する知識の向上が図られるよう努めるものとする。

2 事業者は、消費者からの問合せ、相談等を通じて得た消費者に有用な消費生活に関する知識を広く提供するよう努めるものとする。

3 事業者は、その従業者に対し、研修を実施し、又は事業者団体等が行う講習会を受講させること等を通じ、消費生活に関する知識及び理解を深めるよう努めるものとする。

4 事業者団体は、消費者団体その他の民間の団体が行う消費者教育の推進のための活動に対し、資金の提供その他の援助に努めるものとする。

(教材の充実等)

**第 15 条** 国及び地方公共団体は、消費者教育に使用される教材の充実を図るとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において当該教材が有効に活用されるよう、消費者教育に関連する実務経験を有する者等の意見を反映した教材の開発及びその効果的な提供に努めなければならない。

(人材の育成等)

**第 16 条** 国、地方公共団体及び国民生活センターは、消費者安全法に定める消費生活相談員その他の消費者の利益の擁護又は増進を図るための活動を行う者に対し、消費者教育に関する専門的知識を修得するための研修の実施その他その資質の向上のために必要な措置を講じなければならない。

2 国及び地方公共団体は、大学等、研究機関、消費者団体その他の関係機関及び関係団体に対し、消費者教育を担う人材の育成及び資質の向上のための講座の開設その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

(調査研究等)

**第 17 条** 国及び地方公共団体は、消費者教育に関する調査研究を行う大学、研究機関その他の関係機関及び関係団体と協力を図りつつ、諸外国の学校における総合的、体系的かつ効果的な消費者教育の内容及び方法その他の国内外における消費者教育の内容及び方法に関し、調査研究並びにその成果の普及及び活用に努めなければならない。

(情報の収集及び提供等)

**第 18 条** 国、地方公共団体及び国民生活センターは、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われている消費者教育に関する先進的な取組に関する情報その他の消費者教育に関する情報について、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮しつつ、これを収集し、及び提供するよう努めなければならない。

2 国は、消費生活における被害の防止を図るため、年齢、障害の有無その他の消费者的特性を勘案して、その収集した消費生活に関する情報が消費者教育の内容に的確かつ迅速に反映されるよう努めなければならない。

#### 第 4 章 消費者教育推進会議等

(消費者教育推進会議)

**第 19 条** 消費者庁に、消費者教育推進会議を置く。

2 消費者教育推進会議は、次に掲げる事務をつかさどる。

- 1 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進会議の委員相互の情報の交換及び調整を行うこと。
- 2 基本方針に関し、第九条第五項（同条第8項において準用する場合を含む。）に規定する事項を処理すること。

3 消費者教育推進会議の委員は、消費者、事業者及び教育関係者、消費者団体、事業者団体その他の関係団体を代表する者、学識経験を有する者並びに関係行政機関及び関係する独立行政法人（独立行政法人通則法（平成11法律第103号）第2条第1項に規定する独立行政法人をいう。）の職員のうちから、内閣総理大臣が任命する。

4 前2項に定めるもののほか、消費者教育推進会議の組織及び運営に関し必要な事項は、政令で定める。

(消費者教育推進地域協議会)

**第 20 条** 都道府県及び市町村は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育を推進するため、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センターその他の当該都道府県又は市町村の関係機関等をもって構成する消費者教育推進地域協議会を組織するよう努めなければならない。

2 消費者教育推進地域協議会は、次に掲げる事務を行うものとする。

- 1 当該都道府県又は市町村の区域における消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進地域協議会の構成員相互の情報の交換及び調整を行うこと。
- 2 都道府県又は市町村が都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を作成し、又は変更しようとする場合においては、当該都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の作成又は変更に関して意見を述べること。
- 3 前2項に定めるもののほか、消費者教育推進地域協議会の組織及び運営に関し必要な事項は、消費者教育推進地域協議会が定める。

# 消費者教育の推進に関する基本の方針(基本方針)

平成25年6月28日 決定 平成25年度～29年度の5年間 国・地方、多様な担い手の指針

○消費者教育の推進に関する法律第9条(平成24年12月施行)

○内閣総理大臣及び文部科学大臣が案を作成、閣議で決定。

～平成25年3月より消費者教育推進会議開催、消費者委員会の意見反映、消費者等の意見反映。

○基本方針は誰もが、どこに住んでも、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

○手段＝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

## I 消費者教育の推進の意義

経済社会の変化  
・グローバル化/高度情報化/高齢化⇒消費者被害の多様化・複雑化  
・大量生産 大量消費 大量廃棄/大震災の経験⇒消費行動の課題

・消費者の自立を支援  
被害に遭わない消費者、合理的な意思決定のできる消費者の育成  
・消費者市民社会の形成に寄与  
よりよい市場、よりよい社会の発展に積極的に関与する消費者の育成

ルールを知り、被害を防ぐ消費者の努力  
+持続可能な消費の実践、消費者の社会的役割  
の自覚  
ルール整備、厳格な法執行、  
消費者支援・救済施策

## II 消費者教育の体系的推進

○消費者教育の推進 領域・段階ごとに目標を設定

情報の「見える化」⇒多様な担い手が共有  
商品等の安全  
消費者市民社会の構築

・対象領域  
各段階



・消費者の特性・場の特性に応じた方法で実施  
若年者の被害防止・成年年齢引下げに向けた環境整備等から、高等学校段階までに、主体的に判断し責任をもつて行動できる能力を育む  
・消費行動の社会経済への影響等、多角的視点で情報提供

○国からの地方支援 財政支援、情報提供による支援

## ○各主体の役割と連携・協働

地域における多様な主  
体間のネットワーク化  
〔消費者教育推進地域協議会〕  
・国と地方公共団体  
・消費者行政と教育行政  
・地方公共団体と消費者団体、事業者団体

○環境教育・食育・金融経済教育・法教育等との連携推進  
連携・展開による相乗効果・教材等のコントンソツの共通化など

## III 消費者教育の推進の内容

1 様々な場での推進 ・学校(小・中・高校、大学・専門学校等) ・地域社会(地域、家庭) ・職域	2 人材(担い手)の育成・活用 ・小・中・高校・大学等の教職員 ・消費者団体、NPO、地域福祉関係者 ・事業者・事業者団体等 ・消費者	3 資源等 ・教材等の作成、活用 ・調査研究 ・情報収集・提供
---	---	--

行政各部局間、多様な担い手との連携 消費者行政部局と教育行政部局、福祉関係部局、商工部局との連携 (高齢者・障害者団体との連携) ・事業者団体との連携)	効果的な情報提供方策の開発 ～特に高齢者・障害者向け	モデル地区における先進的な実践 消費者市民社会概念の研究・普及 コーディネーターの育成 / 情報提供
消費生活センターを拠点化 (消費者教育・人材育成) ←国民生活センターが支援	消費者学習の国民的な運動 多様な実践を共有し、相互に連携・協動 できる活動を奨励 (消費者支援功労者表彰制度等) 消費者教育の日、週などの制定	事故・トラブル情報の迅速的確かな分析、原因究明 ⇒ 教材への反映
コーディネーターの育成、活用 多様な関係者のつなぎ役、 地域と学校のつなぎ役	食品と放射能に関する理解増進 リスクコミュニケーションの強化 食品表示の理解増進	各府省庁で今後実施の施策を取りまとめ (25年内目途)

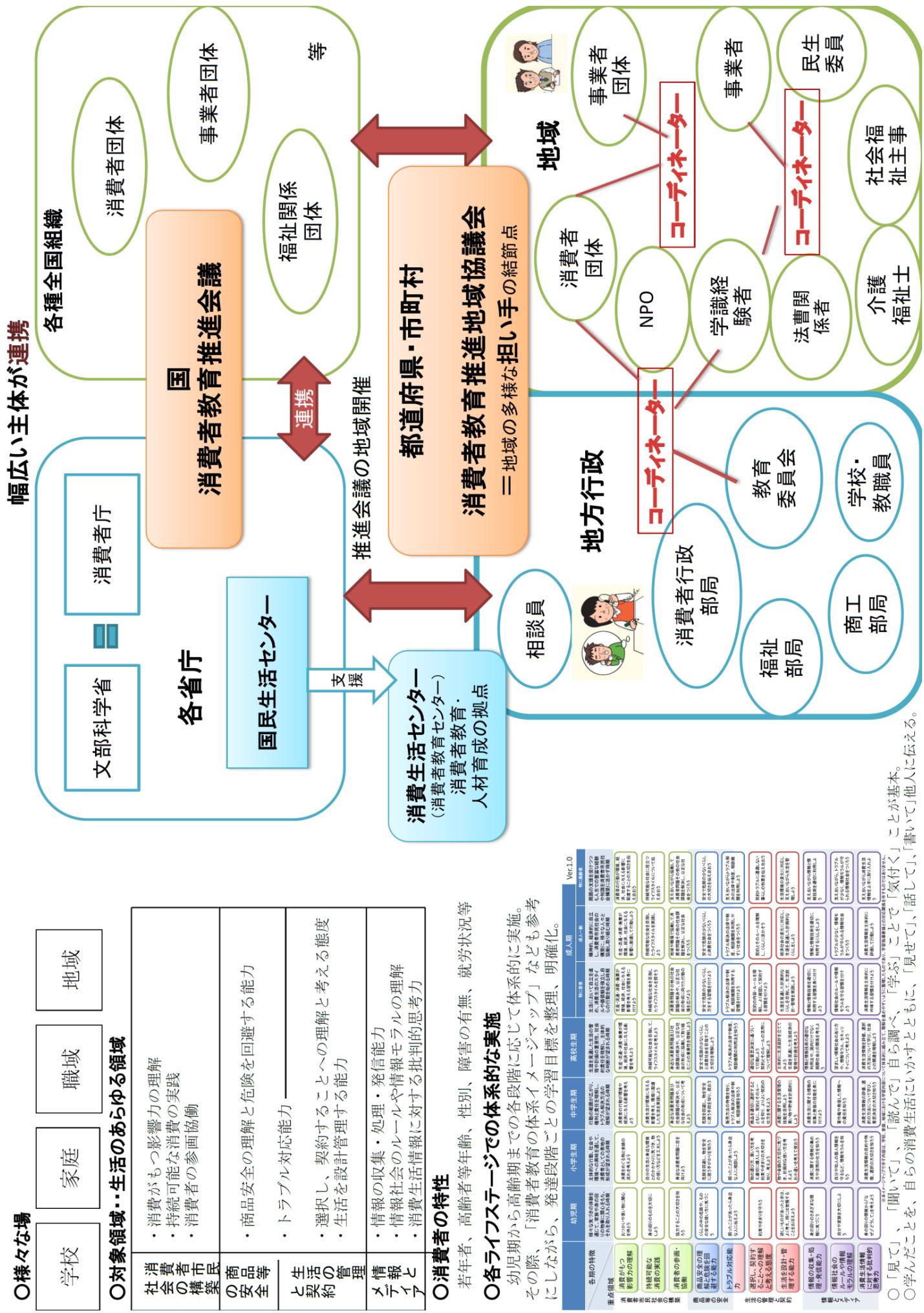
## IV 連携する他の消費者施策との連携

1 安全・安心の確保 2 自主的・合理的な選択 3 機会の確保 4 苦情処理・紛争解決の促進	事故・トラブル情報の迅速的確かな分析、原因究明 ⇒ 教材への反映	各府省庁で今後実施の施策を取りまとめ (25年内目途)
---	-------------------------------------	-----------------------------

## V 今後の消費者教育の計画的な推進

1 今後の推進方策 ・各都道府県・市町村での推進の支援 ・推進会議・小委員会での検討、施策への反映 専門委員:地域ごとの代表を任命	2 基本方針の達成度の検証(5年の見直し) ・基本方針の見直し=中間に3年をめどに見直し ・達成度の検証	地方支援 推進会議の地方開催 推進計画策定、地域協議会設置に向け、事例集の作成・説明会等で情報提供	・消費者教育推進のための指標化 ・すべての都道府県で推進計画の策定、支援 地域協議会の設置を目指し、支援
--	--	---	--

誰もが、どこに住んでも、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



## 成 人 期

各期の特徴 重点領域	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	特に若者	成人一般	特に高齢者
	生涯を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期		行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期		生涯を通じた生活の管理や計画の重要な性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期		生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期
消費者市民社会の構築	様々な気つきの体験を通じて、家庭や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期	主張的な行動、社会や環境への興味を通じて、消費者としての素地の形成が望まれる時期	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考えよう	周囲の支授を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に、様々な人々と協働し取り組む時期
商品等の安全	おつかいや買い物の手をどう	身の回りのものを大切にしよう	自分の生活と身近な環境とのかかわりに気づき、物の使い方などを工夫しよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう	持続可能な社会を目指して、ライフスタイルを探そう	持続可能な社会を目指して行動しよう	消費者の行動が環境に与える影響に配慮して行動しよう
情報社会のルールや情報モラルの理解	協力することの大切さを知ろう	商品の選び方、買い方を考えよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考へよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考へよう	安全で危険の少ない暮らしと消費社会をつくりよう	安全で危険の少ない暮らしと消費社会をつくりよう	生産・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響に配慮するとの大切さを伝えよう
情報とメディア	商品安全の理解と危険を回避する能力	困ったことがあつたら身近な人に伝えよう	商品の選び方、買い物を考へよう	商品の選び方、買い物を考へよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣をつくりよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣をつくりよう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝えよう
情報と情報技術を適切に利用しよう	トラブル対応能力	約束やきまりを守ろう	商品の選び方、契約とそのルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう	商品の選び方、契約とそのルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう	契約の内容、ルールを理解し、よく確認する習慣をつくりよう	契約のルールを理解し、くらしに活かそう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝えよう
生活環境の変化に対応し、生涯を見通した計画的なくらしをしよう	選択し、契約することへの理解と考へる態度	約束やきまりを守ろう	商品を選択するときも、契約とそのルールの活用について理解しよう	商品を選択するときも、契約とそのルールの活用について理解しよう	生涯を見通した計画的なくらしを目標として、生活設計と管理を実践しよう	生涯を見通した計画的なくらしを目標として、生活設計と管理を実践しよう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝えよう
情報と情報技術を適切に利用しよう	生活を設計・管理する能力	身の回りのさまざまな情報に気づこう	商品の選び方を考へよう	商品の選び方を考へよう	情報と情報技術の適切な利用法や、国内外だけでなく国際社会との関係を考えよう	情報と情報技術の適切な利用法や、情報モラルを守る習慣をつくりよう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝えよう
情報と情報技術を適切に利用しよう	情報の収集・処理・発信能力	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを知ろう	身の回りのさまざまな情報に気づこう	身の回りのさまざまな情報を収集しと発言の技能を身に付けてよう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣をつくりよう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣をつくりよう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝えよう
情報と情報技術を適切に利用しよう	消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	身の回りのさまざまな情報を評価、選択の大切さを知ろう	身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	消費生活情報を主体的に吟味する習慣をつけよう	消費生活情報を主体的に評価して行動しよう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝えよう

※本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体操的に組み立て、理解を進めやすいうように整理したものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。

# 携帯電話（スマートフォン）利用実態調査

## 1. 実施目的

携帯電話・スマートフォン・インターネットにまつわる問題が頻発するなか、児童生徒の危機管理能力・防犯能力を高める必要がある。しかし、多くの学校や家庭では、児童生徒の携帯電話等の利用の実態を把握できておらず、これらの問題の未然防止、早期対応に苦慮しているのが現状であり、利用実態調査を実施し、携帯電話等を適切に利用することができる子どもを育て、次世代を担う人材育成につなげる。

## 2. 実施期間

平成24年11月16日（金）～平成24年12月21日（金）

## 3. 実施方法

マークシート利用による無記名アンケート方式

## 4. 実施対象

国・公・私立学校における小学校、中学校、高等学校、特別支援学校、専修学校の児童生徒・教員・保護者を対象とし、高知市及び高知市周辺、安芸市、四万十市から学校及び学年を県教委が選定する。

### （1）【小学校】

高知市・安芸市・四万十市の小学校のうち、原則として全校児童100名以上の学校を対象とし、対象校の第5学年又は第6学年の児童を調査の対象とする。また、教員については、当該学年に限らず、当該学校の教諭職を対象とし、保護者については、当該児童の保護者を対象とする。

### （2）【中学校】

高知市及び高知市周辺・安芸市・四万十市の中学校のうち、原則として全校生徒100名以上の学校を対象とし、対象校の1つの学年の生徒を調査の対象とする。また、教員については、当該学年に限らず、当該学校の教諭職を対象とし、保護者については、当該生徒の保護者を対象とする。

### （3）【高等学校】

高知市及び高知市周辺の全日制及び定時制の高等学校を対象とし、対象校の1つの学年の生徒を調査の対象とする。また、教員については、当該学年に限らず、当該学校の教諭職を対象とし、保護者については、当該生徒の保護者を対象とする。

### （4）【特別支援学校】

高知市及び高知市周辺の特別支援学校を対象とし、対象生徒については、高等部の生徒を調査の対象とする。ただし、生徒の状況等を考慮したうえ、可能な範囲内で実施する。また、教員については、高等部に限らず、当該学校の教諭職を対象とし、保護者については、当該生徒の保護者を対象とする。

### （5）【専修学校】

高知市内の学校を対象とし、全ての生徒を調査の対象とする。また、教員については、当該学校の教諭職を対象とし、保護者については、当該生徒の保護者を対象とする。

## 5. 回答者数

学校配付総数：29, 345名 回答者数：22, 616名（回収率77.1%）

有効回答者数：22, 451名（有効率76.5%）

※有効回答者数内訳

### 【小学校】

児童：3, 338名 教員：1, 077名 保護者：2, 769名

### 【中学校】

生徒：3, 174名 教員：523名 保護者：2, 247名

### 【高等学校】

生徒：4, 583名（全日制） 生徒：165名（定時制）

教員：1, 091名 保護者：2, 943名

### 【特別支援学校】

生徒：101名 教員：299名 保護者：97名

## 6. 調査結果の活用

県教委及び県警が現状を把握し、携帯電話等に関する施策に生かす。

児童生徒及び保護者、教職員が携帯電話等の現状を把握するため、各学校に調査結果を周知する。

児童生徒・保護者・教職員へのインターネット関連教育を行うための資料に活用する。

# 大学生等を対象とした消費生活に関する実態調査

## 1 調査目的

大学生や専門学校生等の消費者トラブルの実態や、大学や専門学校等における消費者教育の現状を把握するため。

## 2 調査期間

第1回 平成27年12月  
第2回 平成28年7月

## 3 調査対象

県内の大学生（高知大学、高知県立大学）や消費生活センターが実施する出前講座の受講生（中村高等技術学校）

## 4 調査方法

大学の講義や消費生活センターで実施する出前講座で調査票を配布

## 5 調査対象の年齢

年 代	実数 (人)	構成比 (%)
20歳未満	177	51.4
20～29歳	142	41.3
30歳以上	21	6.1
無回答	4	1.2
合計	344	100.0
うち 29歳以下	319	92.7

※若者を対象としたデータを分析するため、29歳以下の回答結果のみ用いる。

# 平成 26 年度県民世論調査

## 1. 調査の目的

この調査は、県民のニーズ・意識などを把握し、県政運営上の基礎資料を得ることを目的とする。

## 2. 調査の事項

(1)～(5) 省略

(6) 消費生活について

商品購入時やサービス利用時におけるトラブルや被害の有無／トラブルや被害の内容／トラブルや被害にあった時の相談先／相談しなかった理由／トラブルや被害にあわないために重要なこと／適切な判断をし、トラブルや被害にあわないようにするために行政に望むこと

(7)～(9) 省略

## 3. 調査の対象

県内全域から 20 歳以上の県民 3,000 人を抽出（各市町村の「選挙人名簿」より）

## 4. 対象者の抽出方法

層化二段無作為抽出法

## 5. 調査の方法

郵送法

## 6. 調査の期間

平成 26 年 8 月 10 日（日）～8 月 29 日（金）までの 20 日間

## 7. 実査および集計

株式会社 トミーコーポレーション

## 8. 調査票配布数と回収状況

配 布 数 3,000 票

有効回収数 1,502 票（有効回収率 50.1 %）

## 高知県消費生活審議会委員名簿

(平成 28 年 11 月 4 日現在 敬称略)

氏 名		役職・機関名
消費者代表	西岡 雅行	高知県生活協同組合連合会専務理事
	廣末 純子	高知県連合婦人会副会長
	柳田 貴美子	J A 高知女性組織協議会副会長
	野町 嘉之	公募委員
	竹田 昭子	公募委員
事業者代表	寺村 みゆき	高知商工会議所女性会連合会会長
	久保 博孝	高知県商工会連合会専務理事
	廣末 幸彦	高知県中小企業団体中央会副会長
学識経験者	菊池 直人	高知短期大学准教授
	下元 敏晴	弁護士
	山中 恵理子	高知市立介良潮見台小学校校長
	青木 あつ子	高知地方裁判所調停委員
	福留 孝彦	高知県社会福祉協議会事務局長
行政機関	武内 孝幸	高知県町村会事務局長
	仁井田 充将	高知市市民協働部市民生活課課長

**消費生活相談窓口一覧（平成28年4月1日現在）**

機関名	電話番号
高知県立消費生活センター	088-824-0999
高知市消費生活センター	088-823-9433
室戸市産業振興課	0887-22-5154
安芸市商工観光水産課	0887-35-1011
南国市消費生活センター	088-880-6205
土佐市未来づくり課	088-852-7679
須崎市元気創造課	0889-42-3951
宿毛市企画課	0880-63-1165
土佐清水市觀光商工課	0880-82-1212
四万十市環境生活課	0880-35-4147
幡多広域消費生活センター	0880-34-6301
香南市商工水産課	0887-57-7520
香美市産業振興課	0887-53-1084
東洋町産業建設課	0887-29-3395
奈半利町住民福祉課	0887-38-4204
田野町まちづくり推進課	0887-38-2813
安田町町民生活課	0887-38-6712
北川村産業課	0887-32-1221
馬路村健康福祉課	0887-44-2112
芸西村経済建設課	0887-33-2113
本山町まちづくり推進課	0887-76-3916
大豊町プロジェクト推進室	0887-72-0450
土佐町産業振興課	0887-82-2450
大川村総務課	0887-84-2211
いの町産業経済課	088-893-1115
仁淀川町産業建設課	0889-35-1083
中土佐町水産商工課	0889-52-2473
佐川町町民課	0889-22-7706
越知町産業課	0889-26-1105
椿原町産業振興課	0889-65-1250
日高村産業環境課	0889-24-4647
津野町町民課	0889-55-2314
四万十町商工観光課	0880-22-3281
大月町まちづくり推進課	0880-73-1181
三原村総務課	0880-46-2111
黒潮町産業推進室	0880-43-2113

お近くの相談窓口がわからない場合は  
消費者ホットラインをご利用ください。



**高知県立消費生活センター**  
【受付時間/日～金 9:00～16:45】

**市消費生活センターまたは  
市町村消費生活相談窓口**  
【受付時間/市町村ごとに異なります】

**独立行政法人国民生活センター**  
【受付時間/土・日・祝日 10:00～16:00】

※通話料は発信者(消費者)の負担となります。

※身近な相談窓口が受付時間外の場合や、

相談窓口の回線種別によっては、ご利用できません。

※一部のPHS・IP電話・ひかり電話からは、ご利用できません。