

高知県消費者教育推進計画

(平成29年度～令和4年度)



くまっちゃん
©高知県立消費生活センター

平成29年3月策定
(令和2年3月変更)

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	6
第3節 大学生等の若者の状況	8
(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	10
(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	13
第3章 消費者教育の現状と課題	15
第1節 学校教育の現状と課題	15
(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	17
第3節 その他団体等の現状と課題	18
第4章 重点的に取り組む施策	19
第5章 消費者教育推進の基本的な方向と内容	20
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	20
(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・活用	24
（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	27
第4節	他の消費生活に関連する教育との連携	29
第6章	計画の推進	32
第1節	計画の推進体制	32
第2節	計画の進行管理	32
《 附属資料 》		
1	消費者教育の推進に関する法律	34
2	消費者教育の推進に関する基本的な方針概要	39
3	消費者教育の体系イメージマップ（消費者庁 平成25年1月公表）	41
4	携帯電話（スマートフォン）利用実態調査	42
5	大学生等を対象とした消費生活に関する実態調査	44
6	平成26年度県民世論調査	45
7	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）委員名簿	46
8	消費生活相談窓口一覧	47

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¹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²」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、平成29年3月に「高知県消費者教育推進計画」を策定しました。

平成30年3月の基本方針の変更内容や国の動向等に加え、これまでの県の取組の成果や進捗状況を踏まえ、本計画の中間的な見直しを行い、本県における消費者教育の一層の推進を図ります。

¹**消費者教育**：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。（消費者教育推進法第2条第1項）

²**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。（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 年度から令和 4 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

本県では、平成29年3月に「高知県消費者教育推進計画」を策定し、消費者教育に関する取組を実施してきました。

その後、平成30年3月には基本方針が変更され、消費者が公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参加する「消費者市民社会」の構築を目指すこととされるとともに、持続可能な開発目標（SDGs³）や、エシカル消費⁴、食品ロスの削減といった視点が注目されるようになりました。

また、民法改正により令和4年4月から成年年齢が18歳に引き下げられるため、若年者への消費者教育がより一層重要になってきています。

これらのことから、本県においても消費者教育の一層の推進が求められています。

（1）相談件数の推移

平成30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2,579件で、前年度（3,110件）に比べ17.1%減少しました。一方で、県内の市町村に寄せられた消費生活相談の件数は3,224件で、前年度（3,186件）に比べ11.9%増加しました。

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⁵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件前後の相談が寄せられています。

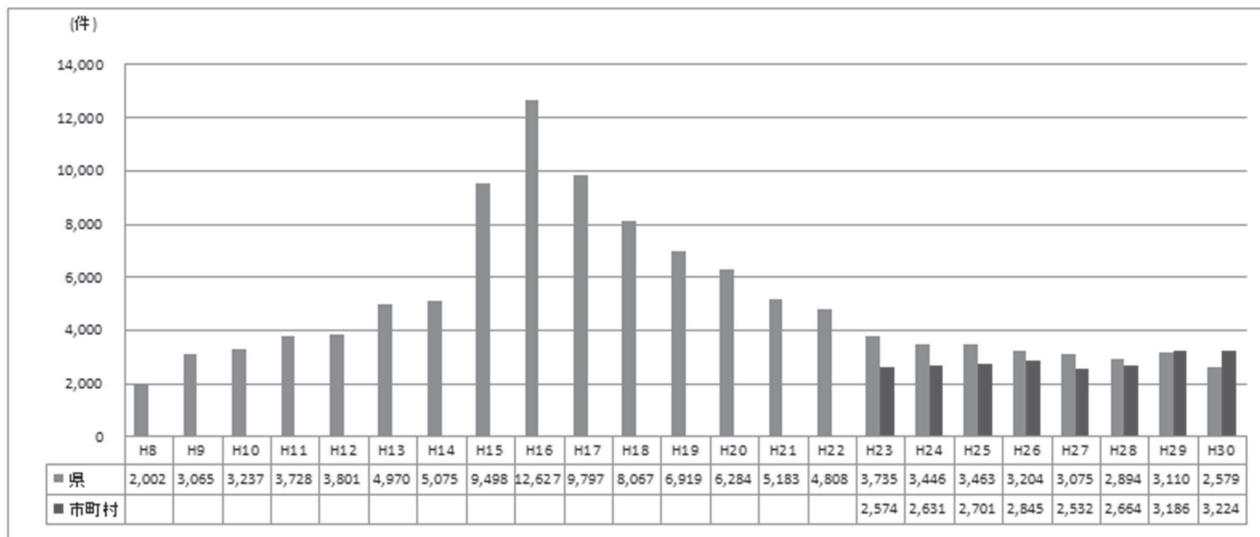
また、市町村の窓口が受け付けた消費生活相談件数は、全市町村に消費生活窓口が設置された平成23年度以降、ほぼ横ばいで推移していましたが、平成29年度に初めて県立消費生活センターでの相談件数を上回り、以降、3,000件を超えている状況です。（図表1）

³ SDGs：2015年9月の国連サミットで採択された持続可能な世界を実現するための2016年から2030年までの国際目標です。持続可能な世界を実現するための17のゴールと169のターゲットから構成され、消費については、12番目のゴールである「つくる責任、つかう責任」に含まれています。

⁴ エシカル消費：倫理的消費。より良い社会に向けて、地域の活性化や雇用等を含む人や社会・環境に配慮した消費行動のこと。

⁵ 架空請求：ハガキや電子メールなどで、一方的に、消費者に身に覚えのない有料情報利用料の支払いや、貸金の返済などを請求する手口。

【図表1 県内の消費生活相談件数の推移】

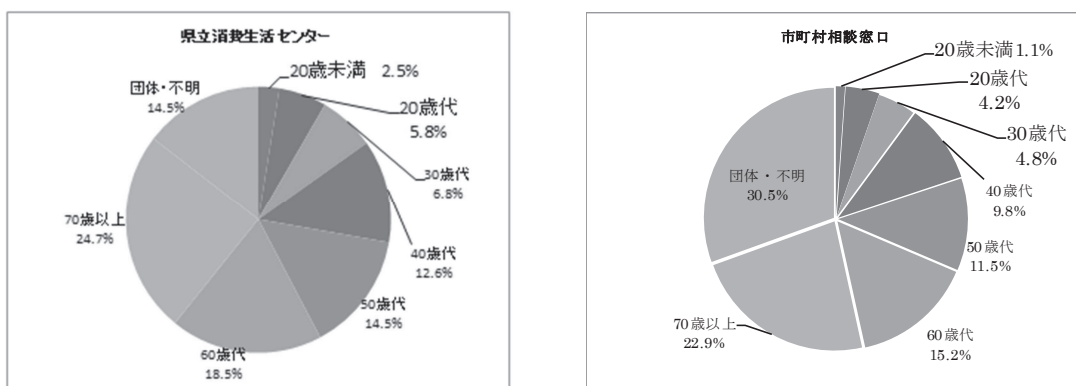


資料：県立消費生活センター

(2) 相談件数に占める契約当事者

平成30年度に県立消費生活センター又は市町村の相談窓口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は相談件数の約4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30年度)】



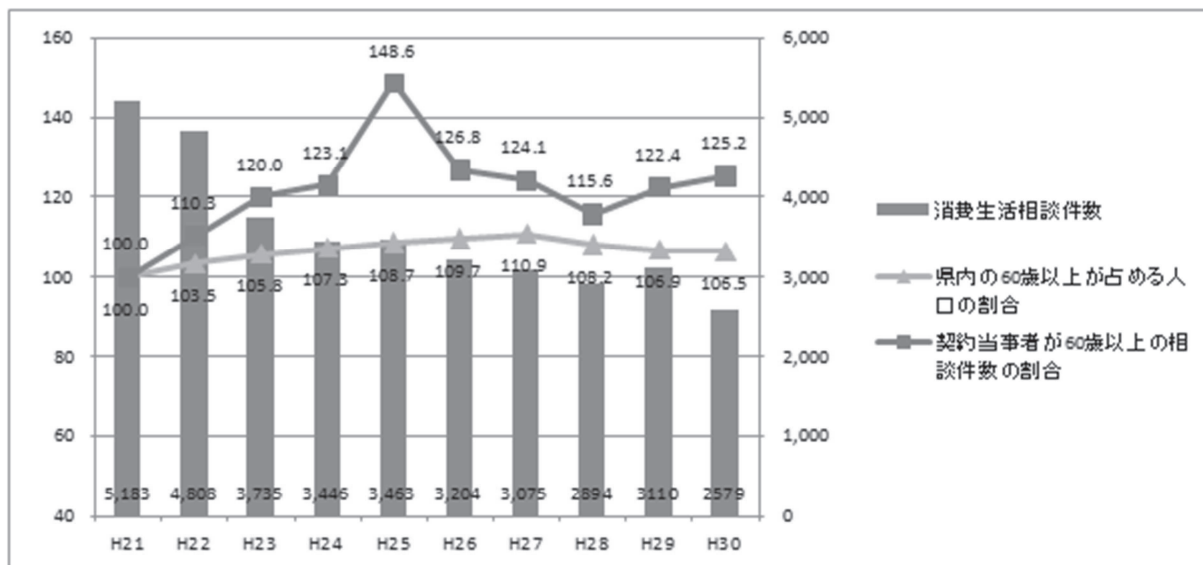
※四捨五入の関係上、構成比の合計が100%にならない場合があります。(以下同様)

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 30 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」が最も多い状態が続いています。

また、少なくとも過去 10 年間は上位になかった「電気」に関する相談が、電力小売自由化の影響もあり、8 位となっています。(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
		H30	H29	
1	放送・コンテンツ等	263	462	アダルト情報サイト等
2	融資サービス	183	193	フリーローン・サラ金等
3	インターネット通信サービス	105	131	光ファイバー等
4	健康食品	98	122	
5	借家・賃貸アパート	71	93	
6	工事・建築・加工	69	80	
7	化粧品	55	50	
8	電気	45	15	
8	移动通信サービス	45	52	携帯電話サービス等
10	自動車	35	56	

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」や「インターネット通信サービス」に関する相談など通信サービス関連の相談が多く寄せられています。また、SNSを通じたインターネット通販などによる、健康食品や化粧品の購入に関する相談が幅広い層で多くなっています。(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 H30 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歳代以上
1位	放送・コンテンツ等 25件 38.5%	放送・コンテンツ等 36件 24.0%	融資サービス 29件 16.5%	融資サービス 47件 14.4%	放送・コンテンツ等 43件 11.5%	放送・コンテンツ等 33件 6.9%	健康食品 45件 7.1%
2位	健康食品 4件 6.2%	融資サービス 13件 8.7%	放送・コンテンツ等 26件 14.8%	放送・コンテンツ等 41件 12.6%	融資サービス 39件 10.4%	融資サービス 24件 5.0%	放送・コンテンツ等 34件 5.3%
3位	借家・賃貸アパート 3件 4.6%	3位 自動車 8件 5.3%	3位 借家・賃貸アパート 11件 6.3%	化粧品 12件 3.7%	インターネット通信サービス 16件 4.3%	インターネット通信サービス 17件 3.6%	工事・建築・加工 31件 4.9%
4位		3位 理美容 8件 5.3%	3位 インターネット通信サービス 11件 6.3%	4位 健康食品 9件 2.8%	健康食品 13件 3.5%	電気 13件 2.7%	インターネット通信サービス 28件 4.4%
5位		借家・賃貸アパート 7件 4.7%	健康食品 9件 5.1%	4位 借家・賃貸アパート 9件 2.8%	化粧品 9件 2.4%	健康食品 12件 2.5%	電気 11件 1.7%
							融資サービス 11件 1.7%
全体件数	65件	150件	176件	326件	374件	477件	637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。
- ◆ 幅広い年代で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。

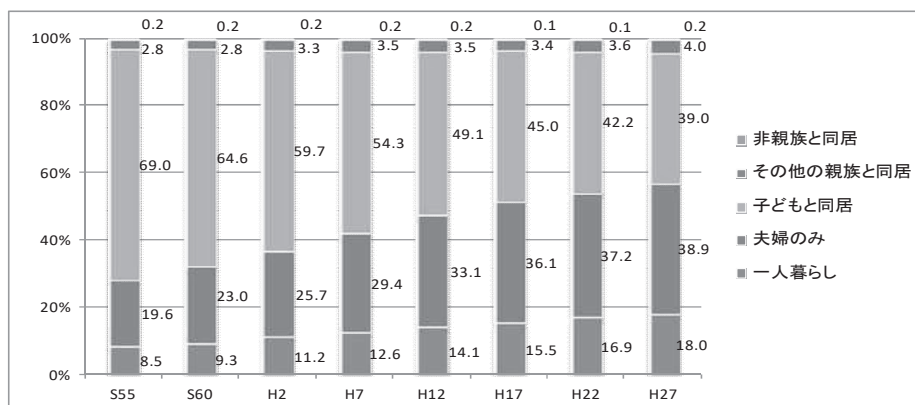
第 2 節 高齢者の独居化と特殊詐欺被害の増加

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、高齢者の占める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、全国平均の 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 単身高齢者の割合】

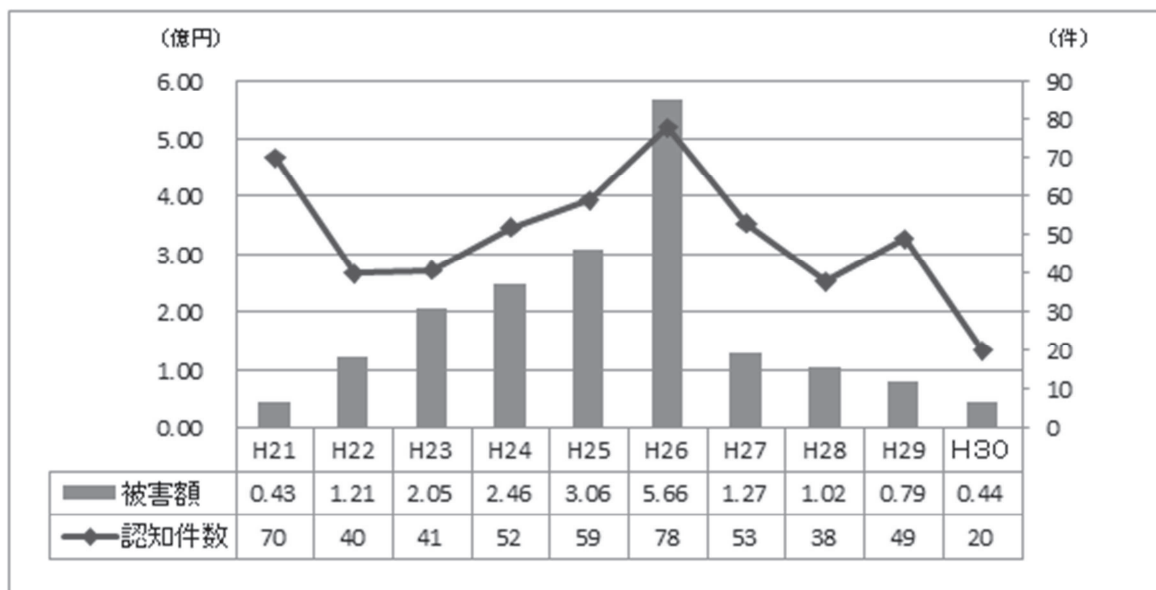
順位	平成17年(10/1)		平成22年(10/1)		平成27年(10/1)	
	都道府県名	%	都道府県名	%	都道府県名	%
1	鹿児島県	22.2	東京都	23.6	東京都	24.6
2	東京都	21.7	鹿児島県	22.8	鹿児島県	23.1
3	大阪府	20.9	大阪府	22.1	大阪府	22.8
4	高知県	19.8	高知県	20.5	高知県	22.1
5	山口県	17.7	北海道	19.3	北海道	20.5

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⁶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)。

⁶ **特殊詐欺**:被害者に電話をかけるなどして対面することなく信頼させ、指定した預貯金口座への振込みその他の方法により、不特定多数の者から現金等をだまし取る犯罪(現金等を脅し取る恐喝も含む。)の総称。

【図表8 県内の特殊詐欺被害額と認知件数】



資料：こうちのみより～警察白書H30年～ (注)被害額は、100万円未満

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

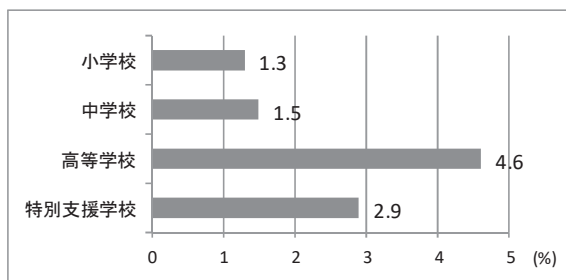
(1) 児童や生徒の携帯電話・スマートフォン等の利用実態

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）

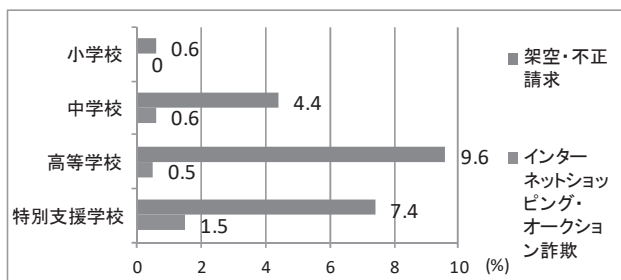
この調査では、「携帯電話・スマートフォンを主にインターネットショッピング・オークションに利用している」と回答した児童生徒の割合は、校種が進むにつれて高くなり、高等学校では4.6%となっています。（図表9）

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数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

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)

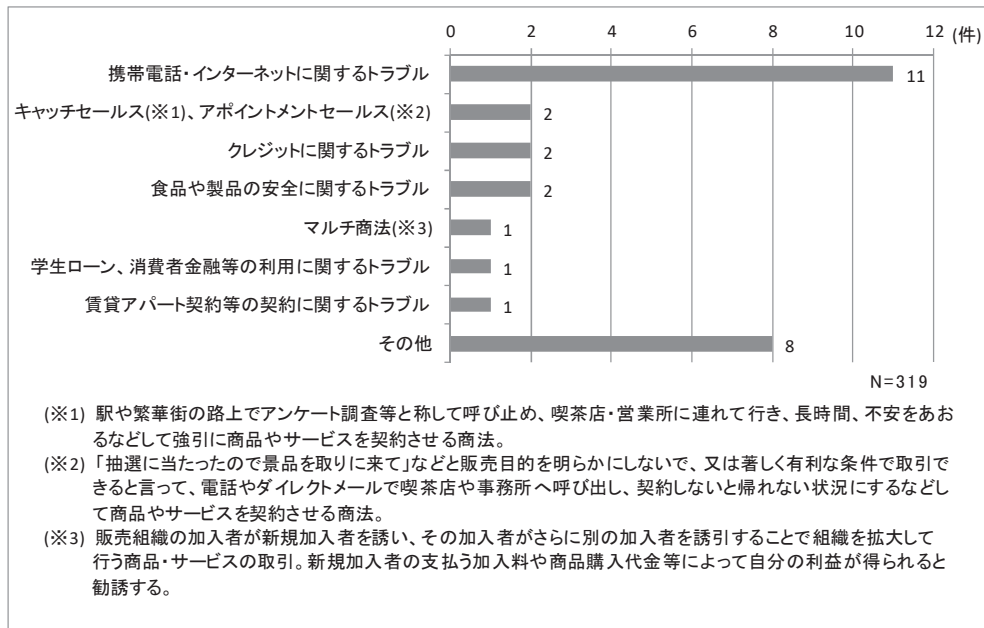
自由回答では具体的に、ワンクリック請求⁷や架空請求、インターネット通販等に関するトラブルや被害が見られたほか、インターネット接続回線の契約・解約に関するトラブルや、クレジットのリボルビング払いによる利子の増加等、大学生等になって一人暮らしを始めたり、未成年から成年に変わったりする、この時期特有の変化に伴うトラブルも見られました。

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考えられます。

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。

⁷ ワンクリック請求：アダルトサイトや出会い系サイトなどのホームページやメールで、利用料金や利用規約などについて明確に説明せず、または事実と異なる説明をし、消費者がクリックすると即座に「契約完了」「料金請求」といった内容を表示し、消費者に金銭を支払わせようとする手口。1 回のクリックに限らず、消費者に複数回クリックをさせた結果、本来の意思と異なる契約が成立したとして請求を行うものも含む。

【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)

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

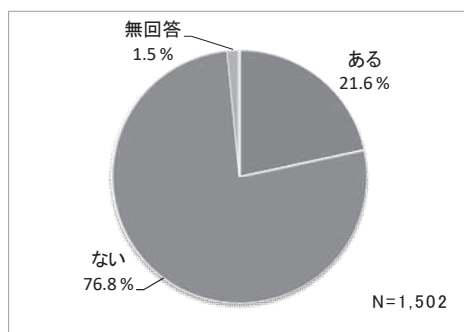
「商品を購入したりサービスを利用したりするうえで、不満を持ちながらあきらめた場合も含め、トラブルや被害に遭ったことがありますか。」という問いに対し、「ある」と回答した人の割合は 21.6%、「ない」と回答した人の割合は 76.8%でした。(図表 12)

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 13)

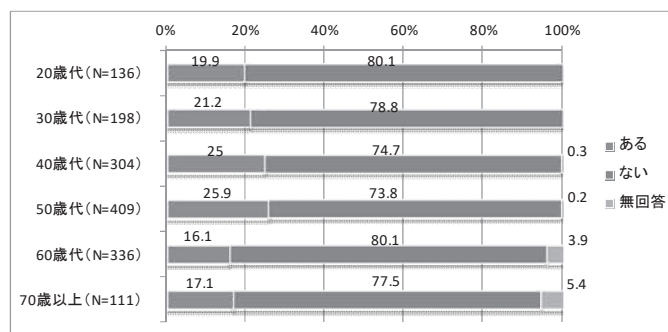
しかし、第 1 節で示したとおり、家族や周りの人からの相談も含め、契約当事者が 60 歳以上の相談が多いことから、高齢者本人がトラブルや被害に遭っていることを認

識していない可能性もあります。

【図表 12 消費者トラブル・被害の経験の有無】



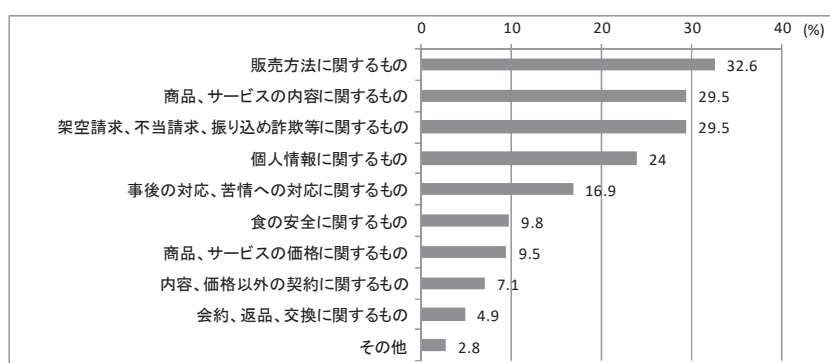
【図表 13 年代別消費者トラブル・被害の経験の有無】



資料(図表 12・13):「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⁸、振り込め詐欺等に関するもの」が続きました。(図表 14)

【図表 14 トラブルや被害の内容】(複数回答)



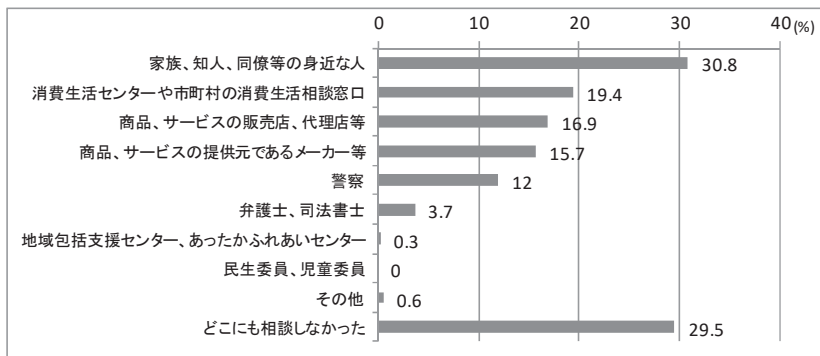
資料:「県民世論調査」(高知県・平成 26 年 8 月実施)

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 15)

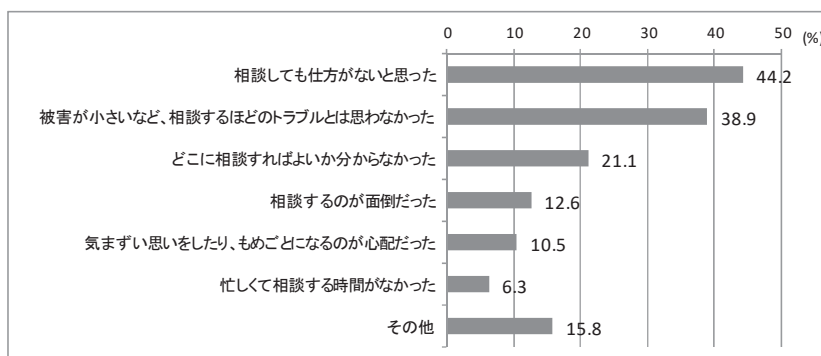
どこにも相談しなかった理由としては、「相談しても仕方がないと思った」、「被害が小さいなど、相談するほどのトラブルとは思わなかった」と回答した人が多く、そのほかには「どこに相談すればよいか分からなかった」と答えた人も 21.1 %いました。(図表 16)

⁸ 不当請求：事前に合意した契約内容とは異なる内容の請求。無料のサービスに対して利用料が請求されることや、契約時に合意した料金とは異なる法外な料金が請求されることなどをいう。

【図表 15 トラブルや被害に遭った時の相談先】(複数回答)



【図表 16 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)



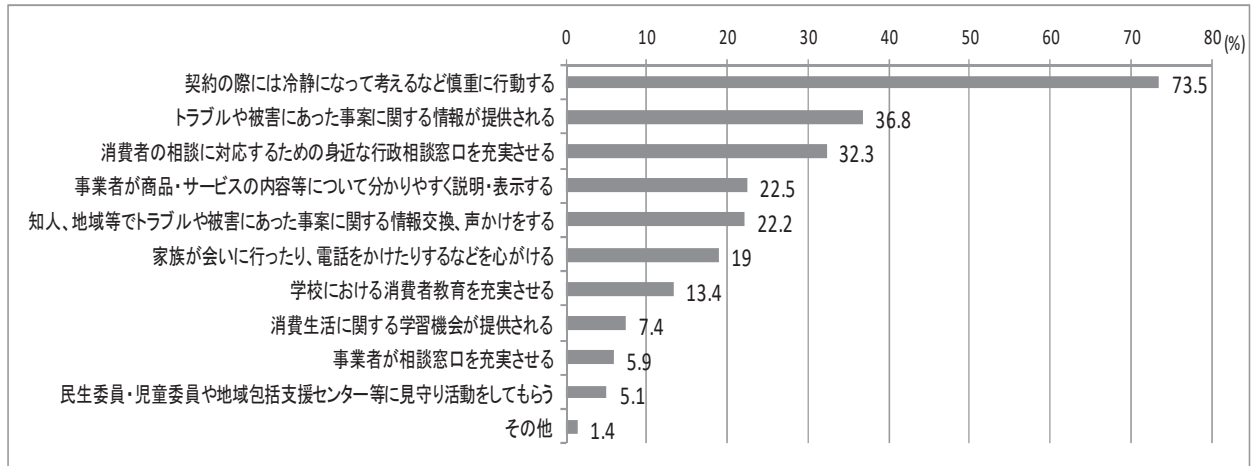
資料(図表 15・16):「県民世論調査」(高知県・平成 26 年 8 月実施)

(2) トラブルや被害に遭わないために重要なこと

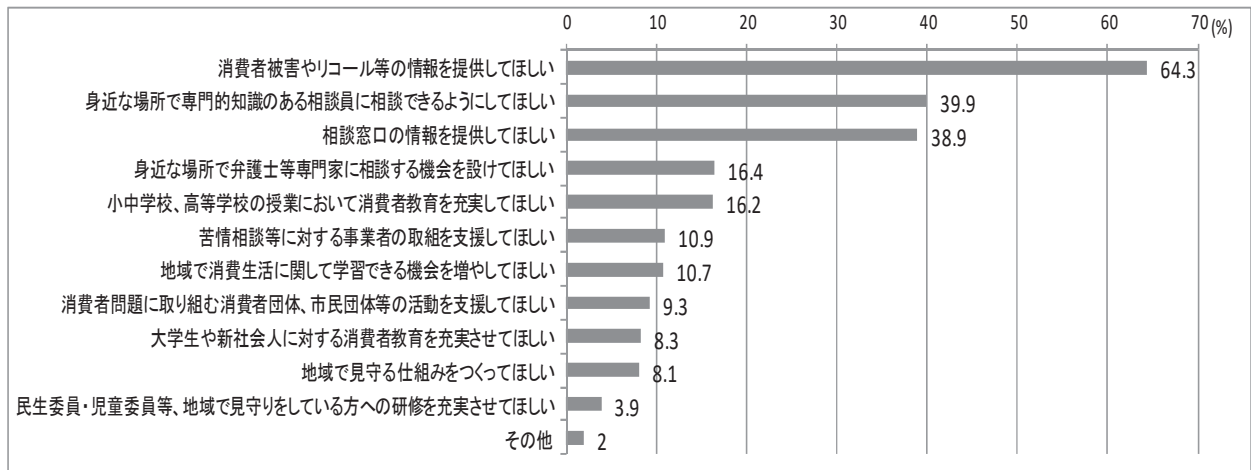
「商品を購入したりサービスを利用したりする上で、トラブルや被害に遭わないためには何が重要だと思いますか。」という問いに対して、「契約の際には冷静になって考えるなど慎重に行動する」と回答した人の割合が 73.5 % と最も高く、「トラブルや被害に遭った事案に関する情報が提供される」、「消費者の相談に対応するための身近な行政相談窓口を充実させる」が続きました。(図表 17)

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 18)

【図表 17 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 18 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 17・18):「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まれました。

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ました。

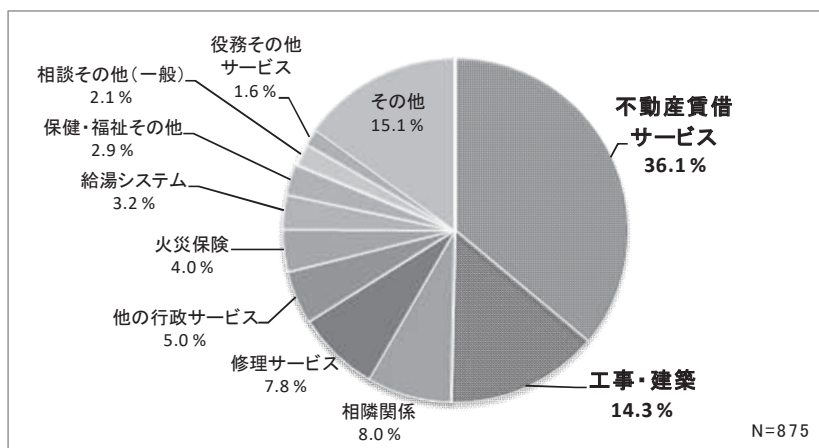
しかし一方では、東日本大震災の経験は、消費者の価値観や意識を変えるきっかけともなりました。例えば、被災地の産品を積極的に購入することで被災地を応援することや、地域の活性化や雇用なども含む人や社会、環境に配慮した消費行動であるエシカル消費についての関心も高まりました。

また、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「不動産賃貸サービス」や「工事・建築」といった住宅に関するものでした。（図表 19）

「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 19 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や台風、集中豪雨等の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が取れるよう、日頃から消費者教育を行うことが必要です。

第3章 消費者教育の現状と課題

これまで、本県では、学校、地域それぞれにおいて消費者教育を実施してきました。

しかし、民法改正により令和4年4月から成年年齢が引き下げられ、新たに成年となる18歳、19歳の消費者は、未成年取消権を行使することができなくなるため、社会に参画する入口の段階で深刻な経済的損失を被ることが懸念されています。

国では、この成年年齢引き下げを見据え、平成30年2月に「若年者の消費者教育の推進に関するアクションプログラム⁹」を策定しており、本県もこれに基づき、学校、地域それぞれで実践的な消費者教育を推進しています。

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、成年年齢の引き下げが決定したことを踏まえ、学習指導要領に基づき、児童生徒の特性や発達段階に応じた消費者教育を実施することとしています。

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。また、成年年齢の引き下げに備え、生徒が契約等での実践的な能力を身に付けるため、「社会への扉」¹⁰を活用した授業を実施します。

特別支援学校では、知的障害のある児童生徒については、生活、算数・数学、職業・家庭等の教科や、生活単元学習、作業学習、総合的な学習の時間等で、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。

(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

⁹ 「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」：成年年齢引き下げを見据え、実践的な消費者教育の実施を推進するため、消費者庁、文部科学省、金融庁、法務省の4省庁が連携し、平成30年度から令和2年度の3年間を集中期間としたアクションプログラム。この中で、「社会への扉」について、令和2年度には全国の高等学校等での活用を目標に掲げている。

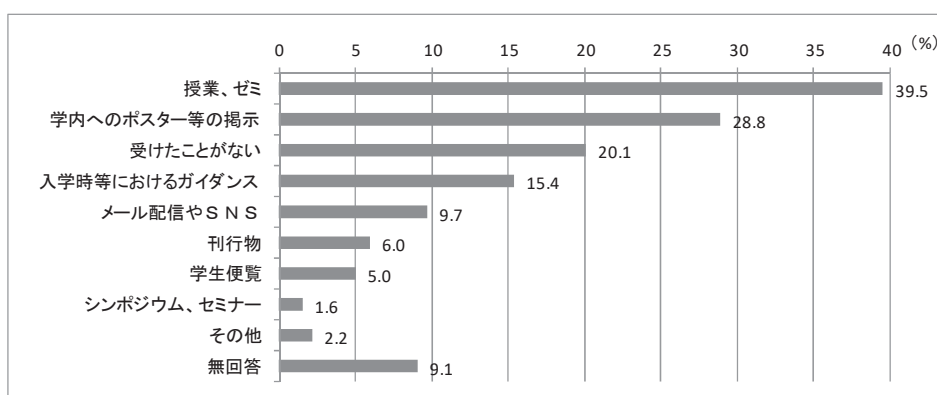
¹⁰ 「社会への扉」：自立した消費者を育成するとともに、消費者が主役の社会の一人として行動できるような消費者になることを目指し、消費者庁が作成した実践的な能力を身につける消費者教育教材。

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。

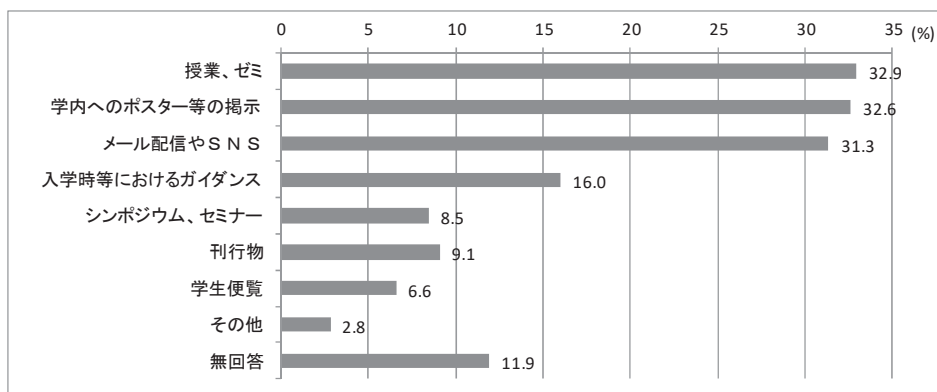
また、大学生等への実態調査によると、「大学等へ入学以降、消費者問題についてどのように啓発・情報提供を受けたことがありますか。」という問いに対し、「授業、ゼミ」や「学内へのポスター等の掲示」と答えた人の割合が多い結果になりました。しかしその一方で、「受けたことがない」と答えた人の割合は20.1%と3番目に多くなっています。(図表20)

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SNS¹¹」と答えた人も31.3%と多くなっています。(図表21)

【図表20 大学等で受けた消費者問題についての啓発・情報提供の方法(29歳以下の大学生等)】(複数回答)



【図表21 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20・21):「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

- ◆ 成年年齢の引き下げに備え、高等学校段階までに、児童生徒が契約に関する基本的な考え方や契約に伴う責任を理解するとともに、契約等での実践的な能力を身に付ける

¹¹ SNS: ソーシャル・ネットワーキング・サービスの略。自己のプロフィールを登録、公開することで、インターネット上において友人、知人等とつながり、交流できるウェブサイトサービス。

ことで、消費者として主体的に判断し、責任をもって行動できる力を育むことが必要です。

- ◆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効果的な授業運営を行う等、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22)

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、三原市の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。

【図表22 平成30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	16	1,443
高齢者・高齢者周辺向け消費生活講座	11	520
一般向け消費生活講座	8	323
集落活動センター出前講座	1	40
計	36	2,326

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

- ◆成年年齢が引き下げられることから、若者への消費者教育を充実させることが重要となり、更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じた支援が必要です。

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等があります。

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、消費者や従業員を対象に、食の安全安心の研修会を年数回開催するなど、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や、お客様や小学生等を対象とした消費生活に関するイベントなど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

民法改正により、成年年齢が18歳に引き下げられることに伴い、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。

成年年齢の引き下げを見据えて、契約等での実践的な能力を身に付け、被害に遭わない自立した消費者になれることに加え、よりよい社会の発展に寄与する消費者となれるよう、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わ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」に関する相談等をはじめ、通信販売など、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、個人情報のセキュリティや情報リテラシーの視点も踏まえ、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、障害の有無その他の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
<p>◎学習指導要領に基づいた消費者教育の推進</p> <p>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、専門的知識を有する外部人材や、「社会への扉」等の消費者教育教材等の活用による、児童生徒の発達段階に応じた消費者教育の実施又は啓発を行います。</p> <p>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を学び、自立した生活を送る基礎力を身につけています。</p>	<p>小中学校課 高等学校課 特別支援教育課 私学・大学支援課</p>
<p>◎若年者向け消費生活講座の実施</p> <p>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。</p>	<p>県立消費生活センター</p>
<p>◎消費者教育教材の提供</p> <p>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。</p>	<p>県立消費生活センター</p>
<p>◎若者向け啓発冊子の作成・配布</p> <p>高校3年生などを対象に、契約やクレジットの知識、生活設計の方法、食品ロスの削減、エネルギー消費の削減、エンカル消費など社会情勢や地球環境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。</p>	<p>県民生活・男女共同参画課 県立消費生活センター</p>

○適正計量の普及啓発 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。	工業技術センター (計量検定室)
○スマートフォン等のフィルタリング普及啓発活動 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 30 年度 (実績)	令和 4 年度
若年者向け消費生活講座実施回数	年間 21 回	年間 16 回	年間 30 回

(2) 大学・専門学校等

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、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
◎若年者向け消費生活講座の実施（再掲） 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
◎大学と連携した消費生活講座の実施 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
◎学生が行う消費生活に関する活動の支援 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
◎メール配信やSNSを活用した啓発・情報提供 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
◎消費者被害に関する情報提供 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 30 年度 (実績)	令和 4 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 16 回	年間 30 回
SNS での情報発信回数	—	年間 63 回	年間 65 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、消費者トラブルに関する情報を積極的に発信するとともに、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、地域の支え合いの仕組みの中で、消費者教育を推進するとともに、地域の実情に応じ、消費者安全確保地域協議会¹²（いわゆる「見守りネットワーク」）の構築を促します。

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
◎高齢者向け等消費生活講座の実施 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
◎大学と連携した消費生活講座の実施（再掲） 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
○消費生活に関する情報提供 ホームページや広報紙、新聞、ラジオ等により、消費者トラブルの情報や対策、製品事故の事例等のほか、食品ロスの削減、エネルギー消費の削減、エシカル消費など社会情勢や地球環境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
◎地域見守り情報の発信 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
◎相談窓口の周知 広報紙やホームページ等により、消費生活に関する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

¹² 消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）：消費者安全法改正（平成 26 年 6 月成立）により、地域で高齢者等を見守るための消費者安全確保地域協議会を組織することが可能になった。協議会の役割は、構成間での必要な情報交換、協議、構成員の役割は、消費生活上特に配慮を要する消費者と適度な接触を保ち、その状況を見守ることその他必要な取組を実施する。

<p>◎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 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。</p>	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 障害福祉課）
<p>○災害に便乗した悪質商法等の情報提供 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>○適正計量の普及啓発（再掲） 計量強調月間中（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>	工業技術センター （計量検定室）
<p>○特殊詐欺被害防止のための広報啓発 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きます。</p>	生活安全企画課 （警察本部） 県民生活・男女共同参画課
<p>○悪質な経済事犯から県民を保護するための広報啓発 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>○情報セキュリティ能力の向上に向けた広報啓発 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 30 年度 （実績）	令和 4 年度
高齢者向け等消費生活講座	年間 29 回	年間 20 回	年間 45 回
地域見守り情報の発信先の数	累計 159 件	累計 242 件	累計 300 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が身に付くようにすることが重要です。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
○子どもの事故防止に向けた情報発信 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、物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
◎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 啓発用教材を作成・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
○消費生活に関する情報提供 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
○事業者の実施する消費者教育の取組紹介 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
○教職員への研修の実施 小・中・高等学校等の教職員を対象に、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

(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
◎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 地域人材の自主的な活動を促進するため、民生委員・児童委員や地域包括支援センターの職員等、高齢者・障害者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。	県民生活・男女共同参画課 県立消費生活センター
◎「くらしのサポーター」の育成、支援 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「くらしのサポーター」を育成し、消費者被害の未然防止、拡大防止のための活動を支援していきます。	県立消費生活センター

《数値目標》

内容	平成 27 年度	平成 30 年度 (実績)	令和 4 年度
くらしのサポーター登録者数	累計 58 人	累計 114 人	累計 180 人

(3) 事業者・事業者団体

事業者は、消費者からの問い合わせ、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。今後は、消費者志向経営¹³の視点を踏まえ、消費者からの問い合わ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できる能力を培い、消費者教育の担い手の育成に取り組むことが期待されます。

¹³ 消費者志向経営：事業者が行う以下の活動を意味する。

- ・消費者全体の視点に立ち、消費者の権利の確保及び利益の向上を図ることを経営の中心と位置づける。
- ・健全な市場の担い手として、消費者の安全や取引の公正性の確保、消費者に必要な情報の提供等を通じ、消費者の信頼を獲得する。
- ・持続可能で望ましい社会の構築に向けて、自らの社会的責任を自覚して事業活動を行う。

取組項目	担当課等
<p>○食の安全・食品表示に関する普及啓発</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¹⁴や出前講座を実施します。</p>	食品・衛生課 福祉保健所

（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コーディネーター¹⁵の役割が重要となります。

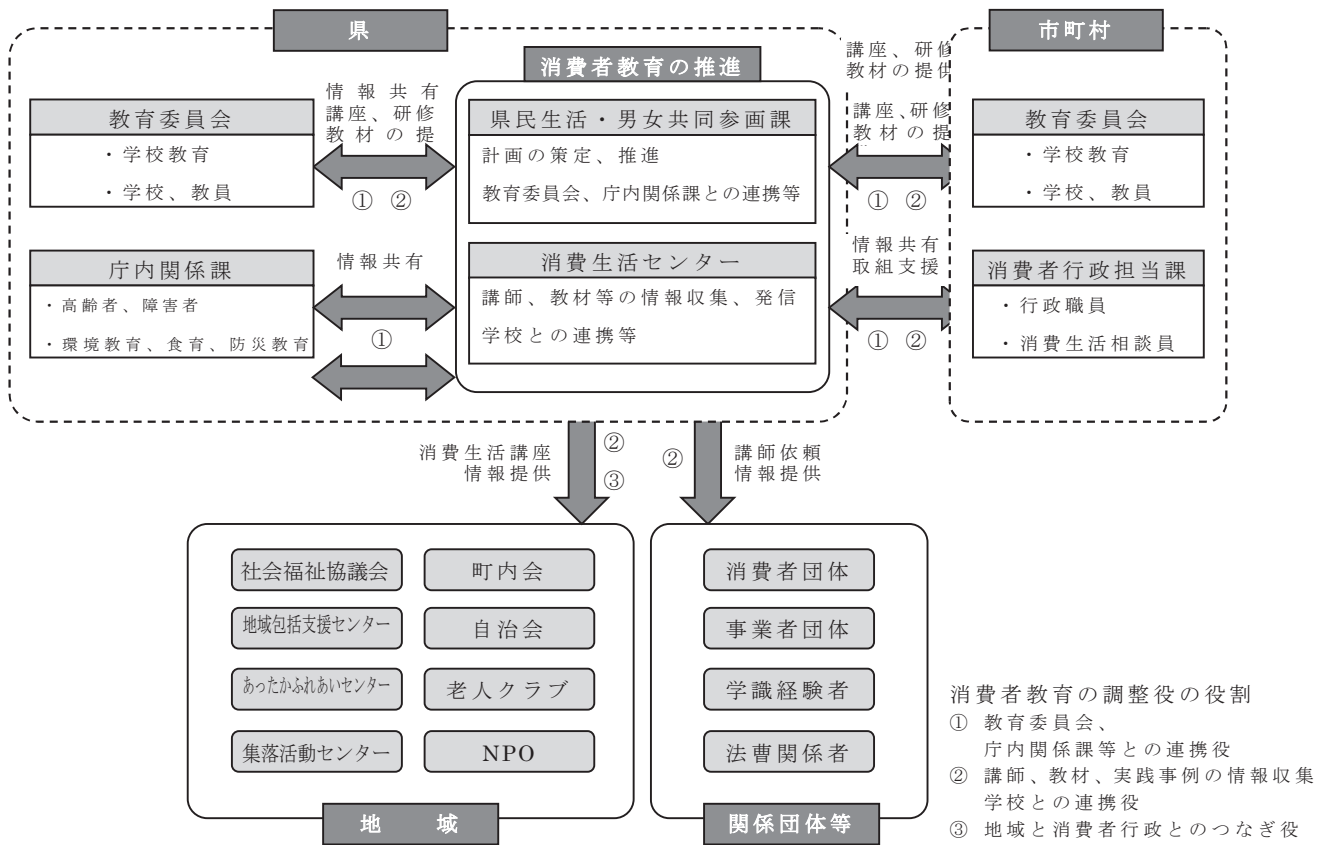
県では、地域において消費者教育を推進するために、こうした調整役となる人材を育成していきます。

取組項目	担当課等
<p>○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</p> <p>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。</p>	県民生活・男女共同参画課 県立消費生活センター
<p>○地域で消費者教育を促す人材の育成</p> <p>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。</p>	県民生活・男女共同参画課 県立消費生活センター

¹⁴ **リスクコミュニケーション**：リスクについて関係者間で情報や意見を相互に交換すること。

¹⁵ **コーディネーター**：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。）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。」とされている。

【図表 23 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、県は消費生活相談に関する情報提供や助言等の支援を行います。

取組項目	担当課等
<p>○消費者行政担当者向け研修の実施</p> <p>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。</p>	県民生活・男女共同参画課
<p>○市町村との情報共有や意見交換の機会の設置</p> <p>ブロック会の開催や市町村の消費者行政担当課の訪問等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。</p>	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、県は

庁内の関係部局と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、教育を所管する部局と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
◎若年者向け消費生活講座の実施（再掲） 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
◎消費者教育教材の提供（再掲） 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
○教職員への研修の実施（再掲） 小・中・高等学校等の教職員を対象に、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30年度 (実績)	令和4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16回	年間30回

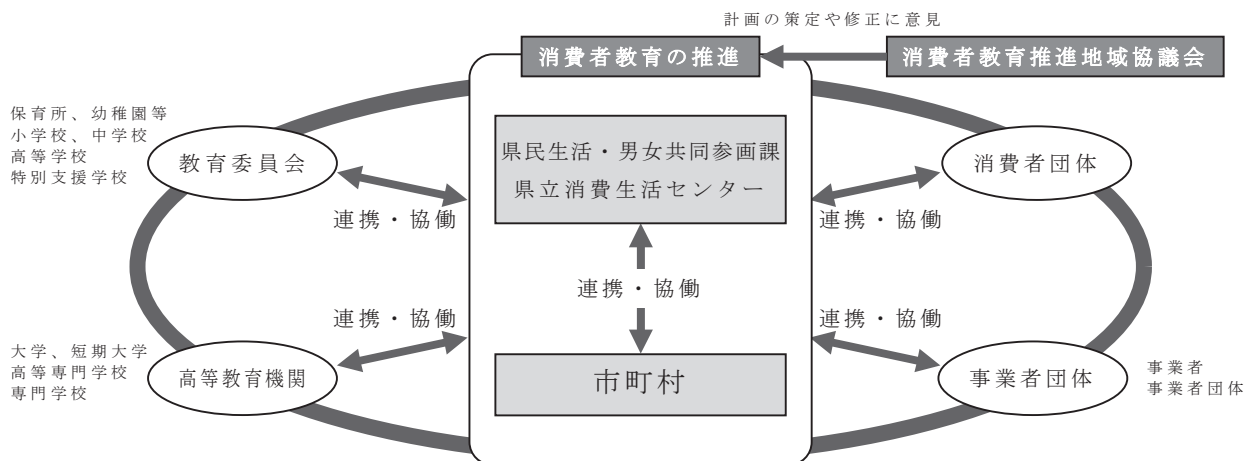
【消費者団体、事業者・事業者団体との連携・協働】

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、県は、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、その活動を支援し、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
○事業者の実施する消費者教育の取組紹介（再掲） 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
○消費者団体や事業者団体への情報提供、取組支援 消費者団体や事業者団体に対し、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 24 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等、SDGsの推進という点で、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、これらとの連携を図りながら、消費者市民社会の形成を目指し、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、SDGsの推進という点で、消費者教育と深く関係しています。

取組項目	担当課等
○環境教育の推進 3R ¹⁶ 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】

食育は、生きる上での基本であって、「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。

¹⁶ 3R : Reduce（廃棄物の発生抑制）、Reuse（再使用）、Recycle（再資源化）の3つの頭文字Rの総称。

取組項目	担当課等
○健康づくり、食育の推進 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
○健康づくりや食育ボランティアの育成・支援 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
○国際理解教育の推進 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¹⁷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
○金融経済教育の推進 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、地域で起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

¹⁷ **金融リテラシー**：金融に関する知識や情報を正しく理解し、自らが主体的に判断することのできる能力。

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係があります。

取組項目	担当課等
<p>○防災教育の推進 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よき」、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 属 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 9 条第 2 項第 3 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連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、経済的状况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4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4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4項から第6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なければならない。
- 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にするため、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の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費者の特性を勘案して、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 9 条第 5 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的な方針

平成25年6月28日 閣議決定
(平成30年3月20日 変更)

概要 平成30年度～34年度の5年間で対象

- 基本方針＝消費者教育の推進に関する法律(平成24年12月施行)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。
- 基本方針の位置付け＝誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けられることができる機会を提供するためには、消費者教育を体系的・総合的に推進することが必要
⇒幅広い担い手(国、地方、消費者団体、事業者等、消費者自身)にとつての指針
- 手段＝幅広い担い手の支援・育成、担い手間の連携、情報共有の促進

- 当面の重点事項
 - 1. 若年者の消費者教育
 - 2. 消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育の推進
 - 3. 高度情報通信ネットワーク社会の発展に対応した消費者教育の推進
- ※具体的に推進する施策は、赤枠箇所

I. 消費者教育の推進の意義

消費者を取り巻く現状と課題

- ・家計消費は国内総生産(GDP)の過半数(291.9兆円/538.4兆円)
- ⇒消費者の安全・安心の確保は、消費の拡大、更には経済の好循環の実現にとつて大前提
- ・インターネット利用の拡大、「デジタルコンテンツ」に関する相談件数の増加
- ・成年年齢引下げについての検討も踏まえた実践的な消費者教育の重要性
- ・社会の安定と持続可能性の確保のため、消費者が自身の社会的役割を自覚し、行動することの重要性についての認識の高まり(SDGs)

消費者の自立を支援
被害に遭わない消費者、合理的意思決定のできる消費者の育成
さらには、社会の一員として、より良い市場とより良い社会の発展のために積極的に関与する消費者の育成(消費者市民社会の形成に参画)

II. 消費者教育の推進の基本的な方向

○消費者教育の体系的推進のための取組の方向

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うべき

・ライフステージに応じた様々な教育の場(学校、地域、家庭、職場等)を活用して効果的に消費者教育を行う
⇒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が様々な主体において共有されることが重要

・消費者の特性(年齢のほか、性別、障害の有無、消費生活に関する知識の量など)に配慮し、対象に応じた消費者教育の方法や内容を工夫
⇒例えば、高等学校段階までに契約などについての実践的な消費者教育を行う、要支援者に対する教育については本人だけでなく多くの支援者への働きかけを行う、など

○各主体の役割と連携・協働

- ・国と地方公共団体
- ・消費者行政と教育行政(結節点としての消費者教育推進地域協議会)
- ・地方公共団体と消費者団体、事業者等

地域における多様な主体間のネットワーク化(結節点としての消費者教育推進地域協議会)

○他の消費生活に関連する教育との連携推進
(環境教育・食育・金融経済教育・法教育・主権者教育等)

III. 消費者教育の推進の内容

様々な場における消費者教育

学校	地域社会	職場
<p>人材(担い手)の育成・活用</p> <p>(小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等)</p> <p>教職員の指導力向上が必要 ・教員養成課程や現職教員研修等における消費者教育に関する内容の充実 →実施地現と必要な情報提供 ・国民生活センター等の教員向け研修の活用を推進</p> <p>(大学・専門学校等)</p> <p>・地方公共団体や関係団体との連携の枠組みを構築 ・消費者教育推進地域協議会への参画を促進</p>	<p>人材(担い手)の育成・活用</p> <p>(小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等)</p> <p>・学習指導要領に基づき実践的な教育を推進 ・その着実な実施について周知・徹底</p> <p>(大学・専門学校等)</p> <p>・自立した社会人としての育成のため消費者教育に関する科目等の開設に期待 ⇒特色ある取組事例や課題等の情報提供・啓発</p> <p>消費生活センターの拠点化 ・社会教育施設等の活用 ・国からは情報提供等の支援 ・見守りネットワーク構築の促進、その活用による消費者教育の実施</p> <p>・職域における消費者教育の内容、事業者にとつてのメリットなどの認識を共有 ・事業者の形態、事業分野等に応じた従業員に対する教育の実施</p>	<p>人材(担い手)の育成・活用</p> <p>(小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等)</p> <p>教職員の指導力向上が必要 ・教員養成課程や現職教員研修等における消費者教育に関する内容の充実 →実施地現と必要な情報提供 ・国民生活センター等の教員向け研修の活用を推進</p> <p>(大学・専門学校等)</p> <p>・地方公共団体や関係団体との連携の枠組みを構築 ・消費者教育推進地域協議会への参画を促進</p> <p>・消費者団体・NPO等による消費者教育 ・担い手育成拠点としての国民生活センター、消費生活センター、社会教育施設等の活用</p> <p>・消費者教育としての、事業者による消費者への情報提供、商品サービスの開発・提供 ・積極的な情報提供としての「出前講座」、「出前授業」の充実に期待</p>

消費生活センター等を拠点とする、多様な主体が連携・協働した体制作り
様々な場における、外部人材を活用した効果的な消費者教育を奨励

消費生活相談員、元教員、NPOの員など
消費者教育コーディネーター
多様な関係者や場をつなぐため、間に立って調整

育成・配置の促進
消費生活相談員や専門家(弁護士、司法書士、行政書士等)などの外部人材

【16都道府県、9政令市で設置済み】

IV. 関連する他の消費者施策との連携 V. 今後の消費者教育の計画的な推進

- 食品と放射能に関する理解増進 ○事故・トラブル情報の迅速的確な分析・原因究明
- 食品表示の理解増進

消費者教育の体系イメージマップ

消費者庁の「消費者教育推進のための体系的プログラム研究会」が平成25年1月に公表したものの、消費者教育の重点領域をタテ軸に、幼児期から高齢期までのライフステージ各時期をヨコ軸に配置し、その交わったボックスに教育内容(学習目標)を記したマトリックスの一覧表。

各期の特徴 重点領域	成人期			
	特に若者	成人一般	特に高齢者	
消費がもつ 影響力の理解	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期
	様々な気づきの体験を通じて、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	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期	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	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期
	おつかいや買物に関心をもち、身の回りのものを大切にしよう	消費をめぐる物と金銭の流れを考えよう	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
	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たライフスタイルを探そう
持続可能な消費の実践	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期
	協力を要する	身近な消費者問題に目を向けよう	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えよう	消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう
	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	危険を回避し、物を安全に使う手を知り、使おう	安全で危険の少ない暮らしと消費社会を目指すことの大切さを理解しよう
	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう
商品安全の理解と危険を回避する能力	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期
	欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	主体的に見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を実践しよう
	欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	主体的に見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を実践しよう
	欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	主体的に見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を実践しよう
トラブル対応能力	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期
	欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	主体的に見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を実践しよう
	欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	主体的に見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を実践しよう
	欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	主体的に見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を実践しよう
選択し、契約することへの理解と考える態度	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期
	欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	主体的に見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を実践しよう
	欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	主体的に見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を実践しよう
	欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	主体的に見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を実践しよう
生活を設計・管理する能力	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期
	欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	主体的に見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を実践しよう
	欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	主体的に見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を実践しよう
	欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	主体的に見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を実践しよう
情報の収集・処理・発信能力	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期
	欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	主体的に見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を実践しよう
	欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	主体的に見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を実践しよう
	欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	主体的に見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を実践しよう
情報とメディア	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期
	欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	主体的に見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を実践しよう
	欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	主体的に見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を実践しよう
	欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	主体的に見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を実践しよう

※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系的に組み立て、理解を進めやすい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%）

高知県消費者教育推進地域協議会（高知県消費生活審議会）委員名簿

（令和元年10月1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
	西内 美代子	高知県連合婦人会副会長
	福永 早苗	J A 高知女性組織協議会副会長
	片山 崇志	公募委員
	織田 千代子	公募委員
事業者代表	石原 文子	高知県商工会議所女性会連合会会長
	亀井 秀彦	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	高知県立大学准教授
	藤田 由紀子	高知市立浦戸小学校校長
	下元 敏晴	弁護士
	宮上 佳恵	弁護士
	白石 研二	高知県社会福祉協議会事務局長
行政機関	笹岡 貴文	高知県町村会事務局長
	高石 剛司	高知市市民協働部くらし・交通安全課消費生活センター長

消費生活相談窓口一覧

こまったときはすぐ相談！



消費者ホットライン ☎188 (局番なし)

※最寄りの消費生活相談窓口をご案内します。
※一部のIP電話、プリペイド式携帯電話等はご利用いただけません。

市町村の相談窓口

高知市消費生活センター		088-823-9433	
南国市消費生活センター		088-880-6205	
幡多広域消費生活センター		0880-34-6301	
室戸市産業振興課	0887-22-5154	本山町まちづくり推進課	0887-76-3916
安芸市商工観光水産課	0887-35-1011	大豊町プロジェクト推進室	0887-72-0450
土佐市未来づくり課	088-852-7679	土佐町企画推進課	0887-82-2450
須崎市元気創造課	0889-42-3951	大川村総務課	0887-84-2211
宿毛市企画課	0880-63-1118	いの町産業経済課	088-893-1115
土佐清水市観光商工課	0880-82-1212	仁淀川町産業建設課	0889-35-1083
四万十市環境生活課	0880-35-4147	中土佐町水産商工課	0889-52-2473
香南市商工水産課	0887-57-7520	佐川町町民課	0889-22-7706
香美市商工観光課	0887-53-1084	越知町産業課	0889-26-1105
東洋町産業建設課	0887-29-3395	梶原町保健福祉支援センター	0889-65-1170
奈半利町住民福祉課	0887-38-4204	日高村産業環境課	0889-24-4647
田野町まちづくり推進課	0887-38-2813	津野町町民課	0889-55-2314
安田町町民生活課	0887-38-6712	四万十町にぎわい創出課	0880-22-3281
北川村産業課	0887-32-1221	大月町まちづくり推進課	0880-73-1181
馬路村健康福祉課	0887-44-2112	三原村総務課	0880-46-2111
芸西村産業振興課	0887-33-2113	黒潮町海洋森林課	0880-55-3115

(令和2年3月現在)

県の相談窓口

高知県立消費生活センター ☎088-824-0999

高知市旭町3丁目115番 こうち男女共同参画センター「ソーレ」2階
相談受付時間：日曜日・月曜日～金曜日9：00～16：45

高知県消費者教育推進計画

令和2年3月

高知県文化生活部 県民生活・男女共同参画課

〒780-8570 高知市丸ノ内1丁目2番20号

TEL. 088-823-9653 FAX. 088-823-9879

ホームページ <http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/141601/>

