



資料4 第2期高知県消費者教育推進計画（素案）

計画の目的等

- 目的：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）の育成とともに、よりよい社会の発展に寄与する消費者を育成
- 位置づけ：消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号。）第10条第1項に基づき、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。）を踏まえて策定

- 計画期間：令和5年度（2023）年度から令和11年度（2029年度）までの7年間
- 推進体制：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
- 進捗管理：施策の具体的な取組状況については毎年度、数値目標は中間見直しの際に検証し、高知県消費者教育推進地域協議会に位置づけている高知県消費生活審議会に報告し、充実が必要な部分については今後の施策に反映

第1期計画に係る数値目標の状況

計画期間：H29～R4の6年間

内容	H30	R3	R4.10末	R4(目標)
若者向け消費生活講座実施回数	16回	15回	14回	年30回
SNSでの情報発信回数	63回	254回	94回	年65回
高齢者向け等消費生活講座実施回数	年20回	年8回	11回	年45回
地域の見守り情報の発信先の数	累計242回	累計364回	累計400件	累計300回
くらしのサポーター登録者数	累計114人	累計206人	累計216件	累計180人

若年者向け消費生活講座の実施回数

新型コロナウイルス感染症の拡大を受け実施回数が減少。さらなる実施校の増と消費者教育の重要性の周知が必要

SNSでの情報発信回数

年間65回という目標を大きく上回っている。若年者を含め、広く情報提供を行うことができるが、フォロワー数の確保が課題

高齢者向け等消費生活講座実施回数

新型コロナウイルス感染症の拡大を受け実施回数が減少。高齢者からの相談が多い本県において、講座のさらなる周知が必要

地域見守り情報の発信先の数

累計300回という目標を上回っている。今後、地域包括支援センターやくらしのサポーターのほか、新規発信先の開拓や情報発信の充実が課題

くらしのサポーター登録者数

累計180人という目標を上回っている。今後、都市部から離れた地域でのサポーターの確保、講座や研修会への参加をどのように促すのかが課題

第2期計画の重点施策

○次の6つの取り組みを重点的に推進 新規は **新** のマーク

◆**高齢者の消費者被害の防止**
出前講座等の実施や地域の見守りネットワークなどで消費者教育を推進など
◎「くらしのサポーター」登録者数をR3 206人 → R11 300人に
新◎60歳以上で被害にあったことのある人の割合をR3 19.3% → R11 15.0%に

◆**若者に対する消費者教育の推進**
動画コンテンツの作品をテレビCM等で配信 ・出前講座等の実施
新◎成年年齢引き下げについて正しいと思うことの全問正解率をR3 0.2% → R11 10.0%に
新◎20代以下で消費者被害に遭ったことがある人の割合をR3 18.0% → R11 10.0%に

◆**消費者被害・トラブルを潜在化させない取組の推進**
テレビ、ラジオ、HP、SNS、ネット広告等で情報提供や相談窓口の周知
新◎消費生活センターの認知度をR3 57.1% → R11 80.0%に
新◎188番(消費者ホットライン)の認知度をR3 16.5% → R11 50%に

◆**インターネット利用に伴うトラブルへの対応強化**
出前講座等の実施 ・テレビ、HP、SNS、ネット広告等で情報提供
◎SNSでの情報発信回数をR3 254回 → R11 300回に
新◎ネット被害に関連した出前講座の回数をR3 15回 → R11 30回に

新◆**エシカル消費（人や社会、環境に配慮した消費行動）の推進**
食品ロス実態調査の実施（R5）・テレビ、HP、SNS、チラシ等で広報啓発
◎県内の食品ロス発生量の削減をR3 20,817トン → R11 18,923トンに
◎消費者トラブル防止に取り組む県民の割合をR3 15.8% → R11 50.0%に
◎フードバンク等に寄付をする県民の割合をR3 1.7% → R11 3.4%に

新◆**自然災害等の緊急時への対応**
テレビ、インターネットなど様々な広報媒体、また機会を通じて広報啓発
◎緊急時の対応に関するSNSでの情報発信回数をR3 8件 → R11 20件に