
千葉県消費者教育推進計画

—千葉県消費生活基本計画（第2次）別冊—

千葉県

H29～H30

目次

1	計画の基本的考え方	1
	(1) 本県におけるこれまでの消費者教育への取組と計画の趣旨	
	(2) 計画の位置付け	
	(3) 計画期間	
	(4) 計画の推進体制及び進捗管理	
2	消費者を取り巻く環境の変化	3
	(1) 高齢者の消費者被害の増加	
	(2) 子どもの事故防止対策に対する意識の高まり	
	(3) インターネットの普及等に伴う新たな消費者被害の出現と増加	
	(4) 民法の成年年齢の引き下げに向けた動きの加速化	
	(5) 持続可能な社会づくりを考慮した消費行動の要請	
3	消費者教育の現状と課題	5
	(1) 学校における消費者教育の現状と課題	
	(2) 職域における消費者教育の現状と課題	
	(3) 地域における消費者教育の現状と課題	
	(4) 県施策における消費者教育の現状と課題	
4	千葉県における消費者教育の取組み	
	(1) ライフステージや特性に応じた消費者教育の推進	8
	ア 幼児期（保護者を含む）	
	イ 小学生期・中学生期・高校生期	
	ウ 若者	
	エ 成人一般	
	オ 高齢者	
	カ 特性に応じた消費者教育（認知症の方・障害者・外国人等）	
	(2) 消費者教育推進の環境づくり	10
	ア 県消費者センターの機能強化と市町村消費生活センターの設置促進	
	イ 消費者教育を担う人材の育成	
	ウ 多様な主体との連携による効果的な取組の推進	
	(3) 関連分野（環境教育、食育、金融教育等）との連携	11
5	推進体制の具体的なイメージ	12

【参考】消費者教育関連事業計画一覧・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 15

<資料集>・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 29

1 計画の基本的考え方

(1) 本県におけるこれまでの消費者教育への取組と計画策定の趣旨

- ・平成16年に改正された「消費者基本法」において、消費者を保護の対象ではなく、権利の主体として位置づけ、消費者に対し必要な情報及び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規定。
- ・千葉県では、「千葉県消費生活の安定及び向上に関する条例」（平成19年制定）において、消費生活に関する教育を受ける機会が提供されることが消費者の権利であることを規定するとともに、「千葉県消費生活基本計画」（以下「基本計画」という。）に基づき、「消費者 元気 暮らしやすさ いちばんの ちば」を目標として、消費者、消費者団体、事業者などと連携して消費者教育を推進してきた。
- ・平成24年に、消費者教育を総合的かつ一体的に推進するため、「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、国が定める基本方針（平成25年6月閣議決定）を踏まえた「都道府県消費者教育推進計画」の策定が努力義務とされた。

(2) 計画の位置付け

- ・本計画は、消費者教育推進法第10条に基づき、都道府県区域における消費者教育の推進に関する施策について策定するものである。
- ・本県では、消費者教育については、第2次基本計画（計画期間：平成26年度～平成30年度。）において、重点課題「ライフステージに応じた学習機会の確保と消費者教育の推進」とし、出前講座や教員向け研修、消費者教育の担い手の育成等様々な取組を行ってきた。
- ・しかしながら、消費者を取り巻く環境は大きく変化し、消費者安全の確保や持続可能な社会の形成に寄与する消費行動の要請があることから、これまで以上に消費者教育の推進が求められる状況となっている。

- ・このような状況に鑑み、基本計画における消費者教育の取組に関し、当面重点的に取り組むべき事項を「重点取組計画」として策定することにより、消費者教育の一層の充実を図る。

(3) 計画期間

- ・第2次基本計画の計画期間に合わせ、平成29年度から平成30年度までの2年間とする。

(4) 計画の推進体制及び進捗管理

- ・県は、体系的かつ効果的な消費者教育の実施に向け、学識経験者、消費者団体、事業者団体等で構成する「千葉県消費者教育推進地域協議会」を設置し、構成員間の情報交換・調整及び連携強化を図るとともに、協議会の評価及び意見等を踏まえて計画を推進する。
- ・計画の進捗に関しては、基本計画の進捗とともに、「千葉県消費者行政推進本部」において全体的な管理を行う。

2 消費者を取り巻く環境の変化

(1) 高齢者の消費者被害の増加

- ・県内における高齢者からの消費生活に関する相談件数は、平成27年度実績で5年前の1.6倍を超える状況となっており、高齢者人口の増加率を上回る割合で増加している。
- ・また、契約当事者が認知症等により判断力が不十分な状況で契約に至っているケースは、年間300件ペースの状況が続いており、相談の8割以上は、家族や知人等の当事者以外から寄せられている。
- ・高齢者への情報提供や注意喚起には、地域ぐるみで消費者被害の防止に取り組む消費者教育が必要である。

(2) 子どもの事故防止対策に対する意識の高まり

- ・全国で、14歳以下の子どもが事故で毎年300人以上亡くなっており、その多くは、商品の利用等に関する消費生活上の事故によるものである。
- ・商品等に関する事故情報を子どもを取り巻く様々な方々へ速やかに提供できる体制を整え、誤った商品の使い方をしたり製品の不具合によって発生した事故に巻き込まれることで幼児や児童がけがをしたり死に至ることがないように、家庭等における事故防止に努める必要がある。

(3) インターネットの普及等に伴う新たな消費者被害の出現と増加

- ・若年層から高齢者までの幅広い層から、インターネット関連トラブルの相談が増加している。
- ・年代を問わず、インターネット利用に潜む危険性に対する認識を高めるための消費者教育が必要である。
- ・多様な変化に対応できる消費生活相談体制の充実強化や人材育成などを図るとともに、より幅広い消費者教育が必要である。

(4) 民法の成年年齢の引き下げに向けた動きの加速化

- ・法律改正に必要な手続きとして、施行方法に関するパブリックコメントが実施されるなど、民法改正に向けた動きが加速化している。
- ・成年年齢が引き下げられた場合には、消費者被害が拡大する恐れがある。
- ・成年年齢到達前からの発達段階に応じた段階的な消費者教育のしくみを整備することが必要である。

(5) 持続可能な社会づくりを考慮した消費行動への要請

- ・地球温暖化防止や持続可能な開発に向け、新たな国際的な取組が始まっており、消費者においても、環境等に配慮した消費活動を行うなど、持続可能な社会の実現に向け、「消費者市民社会」(*)への参画が要請される。
- ・そのためには、消費者に対し、自らの消費行動が社会経済や環境などに及ぼす影響の理解を深め、自発的に行動することを促すための消費者教育が必要である。また、事業者に対しては、消費者をより意識した消費者志向経営の促進に向けた働きかけが必要である。
- ・また、社会や環境への影響について理解を深めるため、関連教育と連携した消費者教育の促進が必要である。

*「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)

具体的説明として…

- ・(消費者が)単に、受身の立場で「買う・買わない」を決めるだけでなく、自分がこの商品を買う(この事業者と取引をする)ことが、相手方事業者あるいは市場にどういった影響を与えるだろうかと意識して行動すること。

(よくある質問と回答 H24.12.21 消費者庁消費生活情報課)

3 消費者教育の現状と課題

(1) 学校における消費者教育の現状と課題

- ・教育現場における消費者教育は、学習指導要領に基づき、小学校では家庭科、中学校では社会科や技術・家庭科、高等学校では公民科や家庭科の指導内容として位置付けられており、必要な知識や技能等の習得について各学校で指導している。
- ・平成26年12月に県内の小・中・高等学校にアンケート調査を行ったところ、外部講師を招聘するなど授業の手法に工夫を加える取組を行っている学校が見受けられるものの、最新の消費者情報を保有する消費生活センターを利用している学校はその内の一部にとどまっている。
- ・また、消費者教育の実践に当たっては、「教員の研修機会の不足」や「どのような取組が良いのかわからない」など、消費者教育に対する認識やノウハウの習得が十分でないこと等が課題となっている。学校現場から求められる消費者教育のテーマとしては、ネットトラブル、金融教育、食品・製品の安全と表示、悪質商法対策に対するニーズが高く、また教材媒体としては、DVD等映像教材のニーズが高いが、現状としては、活用できる教材が少ないとの意見が多かった。
- ・教育現場における消費者教育の一層の普及・促進に向け、教員に対する研修内容を充実させ、研修機会を増やすことが必要である。

(2) 職域における消費者教育の現状と課題

- ・消費者教育推進法では、事業者は、消費者にとって有益な消費生活に関する情報を積極的に提供するとともに、従業員に対し研修を実施し、又は事業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されている。
- ・県内の企業等に対し聞き取り調査を行った（平成26年11月～12月・平成28年8月～9月）ところ、企業本来の事業活動やCSR活動の一環として、消費者の適切な選択に資する知識・情報を周知するための講習会の開催

やパンフレットの配布などは行われているが、従業員向けの取扱商品・サービスの知識の習得やコンプライアンスに関する研修などにおいては、事業活動で必要な事項としてのみ実施している傾向があり、消費者教育という視点はほとんど見受けられない。

- ・特に、県内の就業人口の大部分を占める中小企業においては、新卒採用に加え、中途採用を行う場合や家族経営であることが多いことから、業務スキルアップのための機会も、研修制度としてではなく、日常的な指導として行われるケースが多いこともあり、消費者教育への認識はほとんどないと思われる。
- ・その他、高齢者見守りネットワークの構築への協力について、事業活動の一環として実施している企業がある。
- ・職域における消費者教育を進めるため、事業者や事業者団体への情報提供や研修事業への協力など、一層の連携促進が必要である。

(3) 地域における消費者教育の現状と課題

- ・消費者教育推進法では、消費者教育を効果的に推進するため、学校、地域、職場など、「場」の特性に応じ適切な方法を採用するとともに、それぞれの「場」で消費者教育を推進する多様な主体との連携を求めている。
- ・平成26年12月の県内市町村の消費者行政担当課等に対するアンケートでは、市町村全体の約7割が講習会の開催やパンフレット配布などを通じて消費生活に関する知識及び情報の啓発に取り組んでおり、その内の7割では、高齢者向けの取組を行っている。また、消費者教育の実施を広く周知するため、自治会や大学等の地域内の団体や、福祉部門・社会教育部門との連携を図っている事例も見られる。
- ・市町村における消費者教育施策の実施に当たっては、「どのような取組が効果的かわからない」、「指導者・講師情報の不足」など、消費者教育に対する重要性の認識やノウハウの習得等が十分ではないこと等が課題となっている。

また、行政部局が学校における消費者教育の推進に取り組む際の教育委員会との連携が難しい、地域の若者とのコンタクトが取りづらい等の意見が多く、若者への消費者教育の機会が十分ではないことが課題となっている。

- ・地域における消費者教育の推進においては、地域で指導的立場で活動できる人材の育成や教育機関との連携、学習の場の創出など、様々な手法で取り組む必要がある。

(4) 県施策における消費者教育の現状と課題

- ・県では、金融・金銭研究校の委嘱や金銭教育にかかわる学習支援、また、県消費者センターの出前講座「消費者自立支援講座」や「消費生活サポーター養成講座」を実施し、あらゆる年齢層へのアプローチを図っている。
- ・さらに、リーフレット、ホームページ等により消費者問題に関する広報や情報提供を行い消費者被害の防止に努めているが、高齢者を中心とした悪質商法の被害は後を絶たない状況にあることから、消費者の手元に効果的に情報を届ける手法等を研究する必要がある。
- ・消費者教育推進法に定義される「消費者市民社会」の構築に向け、消費活動が、環境、経済及び文化等の幅広い分野において、他者に影響を及ぼしうるものであることを消費者が理解し、なおかつ行動に移して行くためには、県民に対する体系的な学習の機会や教育の提供が重要である。そのためには、環境教育や食育など、持続可能な社会の形成に向けた教育について、関係部局が相互に関係性に留意し、連携して実施、展開等をしていくことが求められる。

4 千葉県における消費者教育の取組み

(1) ライフステージや特性に応じた消費者教育の推進

ア 幼児期（保護者を含む）

幼児期は、消費者としての第一歩を踏み出す時期であり、買い物での約束事やお金の使い方などへの関心を育むため、教材提供や講師派遣等により幼稚園や保育所等における消費者教育を支援する。

商品や遊具等による事故を防止するため、幼稚園や保育所等に加えて、保護者に対しては出産前の母親父親学級等の段階から、また、事業者や周囲の大人に対しては様々な機会を捉えて、商品事故に関する情報の提供や講師派遣等を行い、商品事故に関する情報の保護者や妊産婦、子どもを取り巻く様々な方々との共有及び教諭・保育士を対象とした消費者教育の促進を支援する。

イ 小学生期・中学生期・高校生期

学習指導要領に基づき実施されている消費者教育が、成人年齢の引き下げの議論を踏まえ、消費者トラブルの実態に即した、より充実したものとなるよう、消費生活センターに寄せられる相談情報や、発達段階に応じた教材情報の提供を行い支援する。

更に、県教育委員会・市町村等と連携しながら学校教職員等に対する研修を行うほか、講師派遣を行い、学校における消費者教育を促進する。

また、支援に当たっては、インターネットや SNS 等を利用する際には加害者に転じるおそれもあるなど、消費者の責務についても適切に教育が行われるよう留意する。

なお、児童・生徒を消費者被害から防ぐためには、学校での消費者教育の内容を保護者も共有し、家庭を消費者教育の場としていくことが重要であることから、保護者を対象とした消費者教育の機会の拡大・充実を働きかける。

ウ 若者

成人年齢を迎え、様々な選択や契約の機会に初めてさらされることとなることから、これまでに習得した知識をベースとして、消費者トラブルに自ら対処できる知識の習得を支援する。

大学等：学生を指導する立場にある教職員に対する啓発を行うとともに、教材情報の提供や講師派遣等を行い、オリエンテーションや初年次教育等の機会を活用した消費者教育の促進を支援する。

職域：新社会人として自立するために必要な知識の習得に役立つ消費者教育教材や講師派遣制度等の情報提供を行い、新入社員研修等で消費者教育が実施できるよう支援する。

地域：市町村が行う成人式等の若者が集う機会を、消費者教育の場として活用することができるよう、教材情報の提供などを行い支援する。

エ 成人一般

消費活動を行う中心であり、消費者トラブル当事者となるケースが多いとともに、将来世代のために持続可能な社会を形成していく責任を負う世代であることから、市町村や公民館等社会教育施設が実施する地域における消費者教育が充実したものとなるよう、教材情報の提供や講師派遣等を行い支援する。

また、職域において消費者教育が促進されるよう、消費者が従業員として所属する様々な団体（事業所や公共団体等）や、消費者が従業員だけでなく会員や組合員として所属している組織等（生協・農協・漁協等）に対し、講師派遣等を行い支援する。

更に、事業者が行う、商品・サービスや消費生活に関する情報提供や講師派遣事業等について、県民の利用が促進されるよう、広報・周知を支援する。

オ 高齢者

新たな商品サービスや取引制度に対する理解力の低下や外部との接触機会の減少により消費者情報が希薄になる傾向があり、事業者との間の

商品等に関する情報の質や量の格差が拡大することから、家族や知人等周囲の見守りを促進するため、市町村や公民館等社会教育施設が実施する地域における消費者教育がより充実したものとなるよう、教材情報の提供や講師派遣等を行い支援する。

カ 特性に応じた消費者教育（認知症の方・障害者・外国人等）

判断能力が不足している高齢者や障害者は、消費者被害が生じやすく、生じた場合の生活への影響も大きいことから、家族に加え、自治会等の地域団体、医療・福祉・介護関係機関など当事者と繋がりを持つ様々な機関による見守りが重要であるため、市町村に対し、見守りの仕組みである「消費者安全確保地域協議会」を構築する取組を支援するとともに、関係機関に対して情報提供や講師派遣等による消費者教育を行い、当事者への情報提供や見守り活動などを支援する。

また、本県に居住する外国人や本県を観光やビジネス等で訪れる外国人に消費者トラブルが生じた際に適切に対応対処できるよう、関係機関と連携を図り消費生活に関する情報の共有を推進する。

（２）消費者教育推進の環境づくり

ア 県消費者センターの機能強化と市町村消費生活センターの設置促進

県消費者センターを消費者教育の拠点とし、地域等における消費者教育を担う人材の育成を支援するための講座等を行うとともに、悪質商法や商品事故に関する情報など消費者教育に資する情報の発信及び教材作成等に取り組む。

県消費生活相談員を消費者教育の主要な担い手と位置付け、関係各機関の連携・調整を図る「消費者教育コーディネーター」（*）としての役割を果たせるよう研修等を行うなど、活動できる体制を整える。

市町村や消費者団体、事業者団体など多様な主体が行う消費者教育の機会や、それらが保有する消費者教育に関する情報や教材が、効果的に活用されるよう、県消費生活相談員を中心として、県消費者センターのコーディネート機能を拡充していく。

また、市町村消費生活センターが地域における消費者教育の拠点となるよう、その設置促進を支援する。

* 千葉県における「消費者教育コーディネーター」について

消費者教育コーディネーターは、地域の消費者問題に精通し、啓発活動に取り組む者で、学校、消費者団体、事業者・事業者団体、大学等消費者教育を担う多様な主体が連携・協働して効果的な消費者教育を行えるよう、間に立って調整する役割を担う者である。

また、消費者問題の最新情報や講師リスト、実践事例等を収集し、自らも講師として活動しつつ、地域で実践活動するサポーター等を支援する。

県消費者教育の推進においては、消費者教育の拠点である県消費者センターの消費生活相談員が消費者教育コーディネーターとしての役割を担い、県が実施する消費者教育に関する取組を効果的に推進するとともに、県内市町村の消費者教育の推進を支援する活動を行う。

イ 消費者教育を担う人材の育成

地域において消費生活講座の講師などを務める消費者教育の担い手を育成するため、市町村消費生活センター等の消費生活相談員を対象とした研修等を推進する。

また、県教育委員会等と連携して教員に向けた研修を実施し、教育現場における消費者教育に対する理解の促進を図るとともに、学校における消費者教育の担い手としての育成を推進する。

なお、地域等において消費生活に必要な知識や情報の普及啓発などを担う人材を育成するため、消費生活講座等を開催するとともに、受講者の活動状況を把握し、その自主的活動を支援するため、学習の場の提供や消費生活に関する情報提供を行う。

ウ 多様な主体との連携による効果的な取組の推進

(市町村・警察・学校・消費者団体・事業者・事業者団体等)

県及び市町村の消費生活センターや警察、消費者団体、事業者・事業者団体等の関係機関が有する消費生活に関する様々な情報（被害情報・教育情報 等）が、消費者被害の防止や消費者市民社会の形成に向けて、学校や地域等様々な消費者教育の場で効果的に活用できるよう、情報共有等の連携を図る。

事業者に対して、消費者に必要な情報の提供や消費者の知識・経験への配慮など、事業者による消費者教育の取組に繋がる「消費者志向経営」が促進されるよう働きかけていく。

(3) 関連分野（環境教育、食育、金融教育等）との連携

公正で持続可能な社会の実現に参画していくことのできる消費者を育成するため、環境教育や食育、国際理解教育など、消費者教育と同様に環境や社会等への影響について理解を深める観点から取り組まれている教育分野と連携し、人や社会・環境に配慮した消費行動（倫理的消費）の理解の促進を図る。

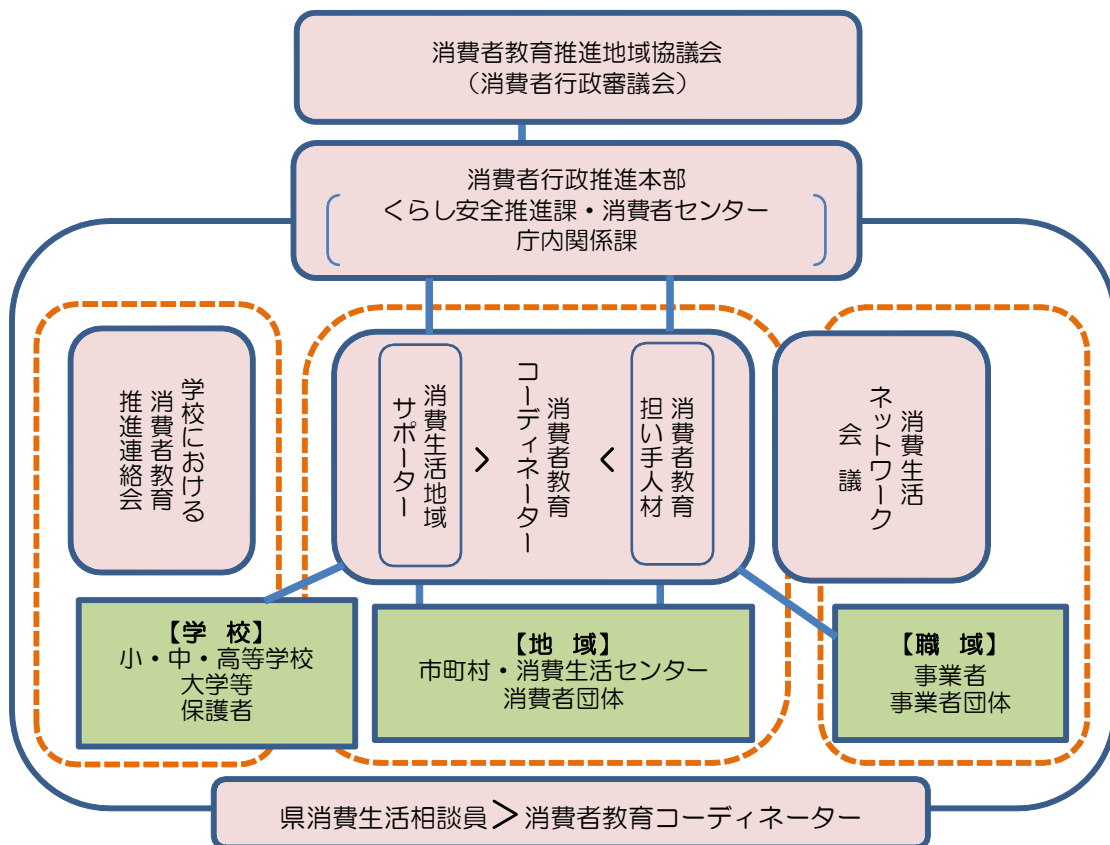
また、生活していく上で必要となる金融リテラシーの向上を図るため、千葉県金融広報委員会と連携し、金銭・金融教育を推進する。

5 推進体制

- ・ 学校、職域、地域における消費者教育の推進においては、既存の組織を十分活用することとする。
学校においては、県及び千葉市の消費者行政担当部署及び教育委員会関係各課により構成する「学校における消費者教育推進連絡会」を、職域及び地域においては、消費者団体・事業者団体・行政が連携・協働した取組を進めるための「消費生活ネットワーク会議」をそれぞれ活用する。
- ・ 県が設置するこれらの推進主体と、市町村、消費者団体、事業者、事業者団体等関係者が協力・連携して消費者教育を推進できるよう、各主体をつなぐための「消費者教育コーディネーター」を育成するとともに、十分に活躍できる環境整備を図る。
- ・ 特に、県消費生活相談員は、県内の相談事例等を良く把握し、消費者問題の変化にいち早く接する立場にあることから、消費者教育を推進する上で、その核として、「消費者教育コーディネーター」の役割を担うこととする。

- ・また、県が開催する消費生活に関する講座（消費生活講座・消費生活サポーター養成講座）の受講者については、地域等における消費者教育を担う人材として育成を支援し、将来的なコーディネーター候補とする。

推進体制のイメージ図



【参 考】

消費者教育関連事業一覧

この一覧は、「千葉県消費生活基本計画」（第2次）に記載する事業計画のうち、消費者教育の推進に関連する事業を、重点課題ごとに抜き出し、整理したものです。

消費者教育の推進に関連する事業

重点課題 1 誰もがどこでも安心して相談できる体制づくり

事業名	事業内容	担当課名
消費生活相談員 能力向上事業	消費生活相談員の相談能力及び専門性向上のための研修を実施します。	くらし安全 推進課
消費生活専門研 修事業	消費生活相談や消費者教育・学習等を担うことのできる人材養成のための研修を実施します。	くらし安全 推進課
県消費者センタ ー運営事業	県消費者センターの施設の運営、及び消費生活や個人情報に関する相談及び苦情等の処理、商品テストを行います。	くらし安全 推進課
県民との協働事 業の実施	民間団体・NPO等が企画・立案し、県の委託事業として実施する県民提案事業を実施します。	くらし安全 推進課
外国人学生住居 アドバイザー事 業	千葉県内で住居探しに苦慮している外国人学生を支援するため、千葉県から選任された住居アドバイザー（不動産事業者）が、住居に関する情報の提供及び助言を行います。	国際課
外国人テレホン 相談事業	県内在住の外国人が、安全で快適な生活をおくることができるよう、出入国関係から生活一般にかかわる電話相談を実施します。（日本語・英語・中国語・スペイン語）	国際課
中核地域生活支 援センター事業	24時間・365日体制での福祉の総合相談機能、権利擁護機能、地域総合コーディネート機能を併せ持った、民間サイドの福祉の拠点となる中核地域生活支援センターを県内13カ所の健康福祉センター所管区域に設置しています。 また生活困窮者に対する自立支援の強化を図るため、町村部を所管する同センターを対象に、包括的な相談支援等を行う支援員を配置します。	健康福祉指 導課

事業名	事業内容	担当課名
認知症相談コールセンターの運営	認知症相談体制の強化を図るため、認知症介護の経験者等が対応する「認知症相談コールセンター」を運営していきます。	高齢者福祉課
高齢者相談窓口の設置	県高齢者福祉課内に専門員を配置し、高齢者虐待、施設での介護、高齢者の悩み事等に関する電話相談を実施していきます。	高齢者福祉課
地域安全活動の円滑な推進	広報ビデオや寸劇等を活用した参加・体験型の防犯講話を実施します。	警)生活安全総務課

重点課題2 消費者被害の防止と安全・安心ネットワークづくり

事業名	事業内容	担当課名
安全・安心ネットワーク会議	安全・安心ネットワークを構成する主な団体等が、情報や意見を交換するための会議を開催し、ネットワークの活性化を図ります。	くらし安全推進課
広報・啓発強化事業	消費者問題の周知や消費者教育・学習等に使用する資材を作成し、活用します。	くらし安全推進課
「ちば国際情報ひろば」等を通じた情報提供	国際に関する総合サイト「ちば国際情報ひろば」を通じて、県内に暮らす外国人へ生活情報等を提供します。（HP：日本語、英語、中国語、ハングル、スペイン語、ポルトガル語、タガログ語、ドイツ語、タイ語対応）	国際課
生活ガイドブック「ハローちば」	生活情報などをPDFファイル形式でホームページに掲載し、在住外国人や市町村等の関係機関が必要に応じて情報を取り出せるようにしています。 掲載内容：緊急事態、各種手続き、教育、労働、住宅等（言語：英語、中国語、スペイン語、ハングル、ポルトガル語、タガログ語、タイ語）	国際課

事業名	事業内容	担当課名
消費者教育啓発事業（県消費者センター）	消費者の自立を支援し、消費者トラブルを未然に防ぐため「消費者自立支援講座」、「サポーター養成講座」等、消費者教育・学習を実施します。また、被害の拡大防止のため、情報の提供や啓発を行います。	くらし安全推進課
消費者教育担い手人材リスト整備事業	地域で消費者教育・学習に関する情報提供を行う消費者教育担い手人材リストを整備し、こうした人材を活用し、地域における消費者教育・学習の効果的な推進を図ります。	くらし安全推進課

重点課題3 ライフステージに応じた学習機会の確保と消費者教育の推進

事業名	事業内容	担当課名
消費者教育推進計画の策定	消費者教育推進法に基づき、関係機関との連携・調整を図りながら、消費者教育推進計画を策定する。	くらし安全推進課
消費者教育啓発事業（学校における消費者教育）	教育現場で実践的な消費者教育を実施するため、会議や教員向け研修会を実施します。	くらし安全推進課 教）指導課
消費者教育に関する情報提供	関係機関と連携し、公立学校等に対し、消費者教育にかかわる情報を提供し、推進を図ります。	教）指導課 教）生涯学習課
金融広報事業	国、県、金融機関等により構成されている「千葉県金融広報委員会」と連携して、金銭・金融教育・学習及び啓発を推進します。	くらし安全推進課
消費者教育啓発事業（県消費者センター）（再掲）	消費者の自立を支援し、消費者トラブルを未然に防ぐため「消費者自立支援講座」、「サポーター養成講座」等、消費者教育・学習を実施します。また、被害の拡大防止のため、情報の提供や啓発を行います。	くらし安全推進課

事業名	事業内容	担当課名
消費者教育・学習関係者会議	消費者教育・学習の関係者が、情報・意見交換を行うための会議を開催します。	くらし安全推進課
認知症サポーターの養成	認知症に対する正しい理解を深め、認知症の人やその家族を地域全体で支える環境づくりの一つとして、認知症の人やその家族を温かく見守る応援者となる「認知症サポーター」を市町村と連携して養成していきます。	高齢者福祉課
キャラバン・メイトの養成	「認知症サポーター」を養成するための講師役であり、また、認知症の人を地域で支えるリーダーとしての役割を期待されている「キャラバン・メイト」を養成していきます。	高齢者福祉課
認知症高齢者を介護する家族への支援	認知症高齢者を介護する家族に対し、認知症の知識、精神面での支援や認知症介護技術の向上を図るため、地域包括支援センターと連携した「家族交流会」を開催し、各地域における家族同士の話し合いの場づくりを働きかけていきます。	高齢者福祉課
生涯大学校管理運営事業	高齢者に学習機会を提供している生涯大学校において、消費者生活に関する情報提供等を行います。	高齢者福祉課
「親力アップいきいき子育て広場」	子どもの発達段階に応じた生活習慣、学習習慣、食育等も含めた家庭教育に関する知識や手立てを内容とする「親力アップいきいき子育て広場」をホームページ上に開設し、保護者がパソコンや携帯電話を利用してアクセスすることにより、家庭教育に関する知識や手立てを学べるようにします。	教)生涯学習課
消費生活専門研修事業（再掲）	消費生活相談や消費者教育・学習等を担うことのできる人材養成のための研修を実施します。	くらし安全推進課

事業名	事業内容	担当課名
消費者教育担い手人材リスト整備事業（再掲）	地域で消費者教育・学習に関する情報提供を行う消費者教育担い手人材リストを整備し、こうした人材を活用し、地域における消費者教育・学習の効果的な推進を図ります。	くらし安全推進課
安全・安心ネットワーク会議（再掲）	安全・安心ネットワークを構成する主な団体等が、情報や意見を交換するための会議を開催し、ネットワークの活性化を図ります。	くらし安全推進課
県民との協働事業の実施（再掲）	民間団体・NPO等が企画・立案し、県の委託事業として実施する県民提案事業を実施します。	くらし安全推進課
環境学習の推進	持続可能な社会づくりに向けて、豊かな感受性を育み、問題解決力を身につけ、主体的に行動できる人づくりをめざして、県内各地での講座の開催や、情報の提供	循環型社会推進課
ちば CO2CO2 ダイエット出前講座	地球温暖化への関心を持ち、省エネ行動などの対策を自ら実践できるようにするため、学校や公民館等で開催される研修会等へ講師を派遣します。	循環型社会推進課
「ちば・ふるさとの学び」テキストの活用推進	本県の生物多様性、歴史・文化、食育、防災、産業など、幅広い分野について、自ら学び考えることができる「ちば・ふるさとの学び」テキストを活用して、中学生が郷土を理解し、地域から世界に目を向けることのできる教育を推進します。	教) 教育政策課
ちばレジ袋削減エコスタイル（通称：ちばレジエコ）	使い捨てのライフスタイルを変換するため、県民が「誰でも・すぐに・簡単に」取り組めるレジ袋削減を全県的に推進します。	循環型社会推進課

事業名	事業内容	担当課名
ちば食べきりエコスタイル（通称：ちば食べエコ）	一般家庭等から排出される「食品ごみ」を削減するため、食材を扱う事業者の協力を得て、外食時等における食べ残しを減らすための取組を実施するとともに、県民へのPRを通じて家庭での実践を促します。	循環型社会推進課
ちばマイボトル・マイカップ推進エコスタイル（通称：ちばマイボトルエコ）	ごみを減らし、資源を大切にするライフスタイルを推進するため、使い捨て容器に替わり、繰り返し使える水筒や飲料ボトル等の利用を促進します。	循環型社会推進課
我が家のCO2CO2スマート大作戦	日常生活での省エネ行動の例を示し、取り組んだ結果を県に報告した県民に抽選でエコグッズなどが当たるキャンペーンを通じて、家庭における省エネへの取組を促進します。	循環型社会推進課

重点課題4 取引の適正化と悪質事業者に対する指導強化

事業名	事業内容	担当課名
犯罪抑止総合対策の推進	高齢者が被害に遭いやすい悪質商法等に対する対策を推進します。	警察本部
計量正確強調月間事業	適正な計量の確保を目的として、市町村と協力して消費者に対する計量思想の普及・啓発を行うとともに、関係事業所等に対し表彰や講習会等を実施します。	産業振興課
食品衛生推進員制度による衛生思想の普及	「食品衛生推進員」への講習会の実施、食品衛生推進により、各地域に対する衛生思想の普及を図ります。	衛生指導課
食中毒予防対策	講習会等を通じた食中毒予防のための知識の普及・啓発を行います。	衛生指導課

事業名	事業内容	担当課名
食中毒予防パレードによる啓発	食品衛生協会との協働による食中毒予防パレードによる食中毒予防の啓発を行います。	衛生指導課
食品の自主回収情報の提供等の取組の促進	食品関連事業者が食品等の安全・安心の確保に関する情報提供を行うことを支援するため、自主回収情報を県ホームページに掲載します。	衛生指導課
新規採用学校栄養職員研修及び栄養教諭初任者研修	新規採用学校栄養職員及び栄養教諭初任者研修において、衛生管理を含めた講義・現場研修を行います。	学校安全保健課
学校給食衛生管理指導	年間を通じて、研修会で衛生管理について、栄養教諭・学校栄養職員へ指導を行っており、さらに教育事務所・市町村教育委員会給食担当者等への衛生管理研修会を10月に実施します。	学校安全保健課
消費者教育啓発事業（県消費者センター）（再掲）	消費者の自立を支援し、消費者トラブルを未然に防ぐため「消費者自立支援講座」、「サポーター養成講座」等、消費者教育・学習を実施します。また、被害の拡大防止のため、情報の提供や啓発を行います。	くらし安全推進課

重点課題5 生活関連物資の安定供給と消費生活の安全・安心の確保

事業名	事業内容	担当課名
消費者教育啓発事業（県消費者センター）（再掲）	消費者の自立を支援し、消費者トラブルを未然に防ぐため「消費者自立支援講座」、「サポーター養成講座」等、消費者教育・学習を実施します。また、被害の拡大防止のため、情報の提供や啓発を行います。	くらし安全推進課
金融広報事業（再掲）	国、県、金融機関等により構成されている「千葉県金融広報委員会」と連携して、金銭・金融教育・学習及び啓発を推進します。	くらし安全推進課

事業名	事業内容	担当課名
青少年の社会環境づくり及び非行防止対策事業	青少年が携帯電話やインターネットを利用したことによるトラブルを防止し、適正な利用ができるよう広報・啓発を行います。	県民生活・文化課 教) 指導課
リスクコミュニケーションの開催	食の安全・安心に関する関係者間の情報や意見の交換を行うリスクコミュニケーションを開催します。	衛生指導課
パンフレット等による食品衛生の意識啓発	各種パンフレットを通じた食中毒予防等の食品衛生に関する知識の普及、意識の啓発を行います。	衛生指導課
ちば食の安全・安心出前講座	食品衛生に関する講習会を希望する消費者等の依頼者に出向き講義を実施します。	衛生指導課
食品衛生県民ダイヤル等による相談	「食品衛生県民ダイヤル」及びホームページ「食の安全・安心電子館」による県民からの相談等に対応します。	衛生指導課
食中毒注意報・警報の発令による注意喚起	プレス発表、保健所、関係団体等を通じた食中毒注意報・警報の発令の情報提供による食中毒予防のための注意喚起を行います。	衛生指導課
食の安全推進事業（相談窓口）	食品表示相談窓口を設置し、県民からの相談等に対応します。	安全農業推進課
農薬安全使用・リスク管理推進事業	農薬管理指導士の養成・認定、安全使用の啓発活動等を行います。	安全農業推進課
「ちばエコ農産物」販売協力店設置促進事業	自然環境への負荷を軽減して生産された「ちばエコ農産物」を販売している店舗数の拡大を行い、「ちばエコ農産物」の魅力を積極的にアピールしてもらい、消費者に対して需要の喚起・購買意欲の増大を図ります。	流通販売課
いきいきちばっ子食育推進事業	県食育推進計画の策定を受け、「学校における食育の推進」のための施策を実践します。	学校安全保健課

事業名	事業内容	担当課名
米飯給食及び県産品活用の推進	関係諸機関・部局との連携・協力により、米飯給食の推進、県産品食材の活用促進を図ります。	学校安全保健課
ちば食育活動促進事業	県民が、生涯にわたり健全な食生活を実践して、健康な体と豊かな心を維持するとともに、地産地消の推進や農林漁業体験を通して、食と農の結びつきを強化し、食を支える農林水産業の活性化を図ることを目的として、「第3次千葉県食育推進計画」に基づき、食育活動を促進します。	安全農業推進課
水産物販売流通消費総合対策事業（水産物消費・食育対策事業）	県民が「食」の大切さを実感し、食材の持つおいしさ・栄養とそれを供給する水産業に関する理解を深めるため、魚食普及及び「食育」を推進します。	水産課
「ちば・ふるさとの学び」テキストの活用推進（再掲）	本県の生物多様性、歴史・文化、食育、防災、産業など、幅広い分野について、自ら学び考えることができる「ちば・ふるさとの学び」テキストを活用して、中学生が郷土を理解し、地域から世界に目を向けることのできる教育を推進します。	教)教育政策課
飲用井戸等の衛生対策事業	飲用井戸の衛生管理について指導・啓発を行います。	薬務課
第2次おいしい水づくり計画	国の定める水質基準よりも高い水準の水質目標を設定し、その目標達成に向けた技術的な取り組みを行い、お客様に積極的にアピールしていくとともに、お客様にも協力していただきながら施策に取り組んでいきます。	水道局

事業名	事業内容	担当課名
中核地域生活支援センター事業 (再掲)	24時間・365日体制での福祉の総合相談機能、権利擁護機能、地域総合コーディネート機能を併せ持った、民間サイドの福祉の拠点となる中核地域生活支援センターを県内13カ所の健康福祉センター所管区域に設置しています。 また生活困窮者に対する自立支援の強化を図るため、町村部を所管する同センターを対象に、包括的な相談支援等を行う支援員を配置します。	健康福祉指導課
医療安全相談センターの運営	「千葉県医療安全相談センター」において、医療に関する相談に対応するほか、医療機能情報の提供や、研修を実施します。	医療整備課
小児救急電話相談事業	小児救急に関する電話相談を365日体制で実施します。	医療整備課
医療情報提供事業	県民が適切に医療機関・薬局を選べるよう、医療機関・薬局の機能情報を県が集約してインターネットを通じて県民に公表します。	医療整備課 薬務課
指導監査・介護サービス情報の公表・第三者評価	社会福祉法人に対する指導監査を実施するとともに、福祉サービスの第三者評価や介護サービス情報を提供します。	健康福祉指導課
介護保険のサービス提供事業者情報の提供	利用者及び事業者に対し、広く介護保険サービス提供事業者の情報を公表するための情報整備を図っていきます。	高齢者福祉課
薬事アドバイザー設置事業	薬事アドバイザーを設置し、医薬品等に関する相談や啓発を行います。	薬務課
医薬品等適正使用推進事業	医薬品等の適正使用を推進するため、医薬品等に関する情報の提供を適切に行うとともに、講習会やリーフレット等により県民に対して医薬品の正しい知識の普及啓発を図ります。	薬務課

事業名	事業内容	担当課名
住まい情報プラザ業務事業	住情報提供窓口「住まい情報プラザ」で県民の相談等に応じます。	住宅課
市町村リフォーム相談窓口担当職員研修	相談業務（窓口紹介業務含む）を行う（予定）職員を対象とした「リフォーム相談窓口担当者向け研修会」を実施します。（（公財）住宅リフォーム・紛争処理支援センター、（一社）住宅リフォーム推進協議会と共催）	住宅課
サービス付き高齢者向け住宅の供給促進及び情報提供	高齢者が安心して住み続けられるよう、介護事業所等との連携が図られているなど、より良質なサービス付き高齢者向け住宅を整備する場合に、国の補助に加え、県単独の上乗せ補助を行い、登録戸数の増加を図ります。また、登録された住宅の情報をインターネット等で広く提供し周知に努めます。	住宅課
千葉県あんしん賃貸支援事業	高齢者等のうち民間賃貸住宅の家賃等を安定して支払うことができ、地域社会の中で自立した日常生活を営むことができる方に対する不当な入居制限を解消するため、高齢者等の住まい探しの相談に協力する不動産店（千葉県あんしん賃貸住宅協力店）や高齢者等を受け入れることとした住宅（千葉県あんしん賃貸住宅）についての情報を登録し、登録情報をインターネット等で広く提供していきます。	住宅課
建設工事紛争相談	建設工事の請負契約に関するトラブルについて、発注者、請負業者等の相談に応じ、トラブル解決の手法等について専門家（弁護士・建築士）によるアドバイスを提供します。	建設・不動産課

事業名	事業内容	担当課名
宅地建物取引相談トラブル未然防止対策	宅地建物取引業にかかわるトラブルについての相談を受け、トラブルの解決を図るための法律相談業務及び、契約をする前に消費者に不動産取引に対する知識を持ってもらい、トラブルにあわないようにするための冊子を配布します。	建設・不動産課
福祉ふれあいプラザの運営（介護実習センター）	千葉県福祉ふれあいプラザの介護実習センターで、高齢者等が暮らしやすい住環境の整備の促進に寄与することを目的として、高齢者の住宅改修に関する相談、福祉機器展示会等を実施していきます。	高齢者福祉課
外国人学生住居アドバイザー事業（再掲）	千葉県内で住居探しに苦慮している外国人学生を支援するため、千葉県から選任された住居アドバイザー（不動産事業者）が、住居に関する情報の提供及び助言を行います。	国際課
多重債務問題対策強化事業	「千葉県多重債務問題対策本部」を中心としてキャンペーンの実施や広報紙を活用しての相談窓口等の啓発を行うとともに、個別の多重債務者対策として相談体制の強化及び無料相談会等を行います。	くらし安全推進課
貸金業指導事業	貸金業法に基づき、貸金業者の登録、指導・監督、債務者等からの苦情・相談、広報・啓発を実施します。	くらし安全推進課
消費者教育啓発事業（成年後見制度の広報）	関係機関と連携しながら、県消費者センターにおいて成年後見制度の広報・啓発を行います。	くらし安全推進課
生活関連情報の収集と発信	災害時等において、正確な情報の収集を行うとともに、可能な通信手段を活用して、生活関連情報の迅速な発信に努めます。	くらし安全推進課

事業名	事業内容	担当課名
災害等に便乗した消費者被害の防止	災害後に起こり得る消費者トラブルや悪質商法の被害などに対して、県のホームページや広報紙等を通じた注意喚起に努めます。	くらし安全推進課

<資料集>

○千葉県における消費者教育に関する調査について	31
○消費者教育の推進に関する法律 (平成24年8月22日号外法律第61号)	57
○千葉県消費者教育推進地域協議会委員名簿	67
○学校における消費者教育推進連絡会設置要綱	69
○消費生活地域サポーター設置及び運営要領	71

千葉県消費者教育現況調査の結果について（目次）

I 調査の概要

- 1 調査目的
- 2 調査対象・方法等

II 調査結果

- 1 学校における消費者教育の現状
 - (1) 生徒・児童に対する消費者教育
 - (2) 学校の職員（教員）向けの消費者教育
 - (3) 学校における聞き取り調査の概要
- 2 地域（市町村）における消費者教育の現状
 - (1) 住民に対する消費者教育
 - (2) 職員に対する消費者教育
- 3 企業における消費者教育の現状

III 参考資料

- 1 事前調査結果
- 2 調査票

I (調査の概要)

1 調査目的

消費者教育推進計画の策定に当たり、消費者教育を体系的、効果的に推進するための方策を検討する基礎資料として、学校・地域・職域での消費者教育実施状況等の現状を把握するため調査を行った。

2 調査対象・方法等

- (1) 学校：県内の学校（小学校・中学校・高等学校）から 100 校程度を抽出、調査票を送付（一部聞き取り調査も実施）
- (2) 地域：54 全市町村に調査票を送付
- (3) 職域：県内の事業所（民営）数社を訪問しヒアリング調査を実施
- (4) 調査期間：平成 26 年 12 月～平成 27 年 2 月

※ 事前調査として、一般消費者へのヒアリング調査を実施したところ、想定していたよりも「消費者教育」の認知度が低かったため、対面式のヒアリング調査を導入してアンケート調査を補完することとした。（平成 26 年 9 月）

Ⅱ（調査結果）

1 学校における消費者教育の現状

県内の学校（小学校・中学校・高等学校）から91校を公立・私立、地域ごとに抽出し、調査票を送付する方式により、調査を行った。なお、一部の学校には、直接聞き取り調査も実施した。

なお、消費者教育は、学習指導要領に位置付けられていることから当然に行われている、という認識との混同を避けるため、本調査においては「学習指導要領に示された内容以外もしくは教科を発展させた授業（学習）」について、質問した。

（1）生徒・児童に対する消費者教育

<消費者教育に取り組んでいる学校は6割以上。>

消費者教育に関し、学習指導要領に示された内容以外、もしくは教科を発展させた授業（学習）に取り組んだ学校は、全体の65%であった。[問1]

具体的に、「何の教科の授業（学習）で行ったか」については、6割以上の学校が家庭（技術・家庭）科を挙げ、次いで社会（公民）科、総合学習であった。「その他」の中には、小学校では算数や学級活動も多く、中学校では給食、高校の商業科ではLHRなどもあった。[問2(1)]

また、「何学年の授業（学習）で行ったか」について、小学校、中学校では高学年の割合が高く、高等学校では、各学年に分散している。また「どのくらいの時間数をあてたか」という問いには、時間数は全学年や複数学年で実施している学校は比較的長く、3時間～7時間あてているところもあるが、特定の学年のみで実施している学校は、1時間～3時間程度の実施に留まっている傾向がみられた。[問2(2)]

<外部講師の招聘は3割。「消費生活センター」は少数>

「授業（学習）をするにあたり、外部講師（消費生活センター・企業等）を招聘したか」という問いには、招聘しなかったという回答が全体の7割近くであり、教員が直接授業を行うスタイルが多かった。[問3]

さらに「招聘した」と答えた学校において、「どのような外部講師を招聘したか」という問いには、警察、税務署、市職員、e-ネットキャラバン、NPO法人、地域ボランティア、指導主事、司法書士、税理士、ファイナンシャルプランナー、大学教授や企業と多種多様であったが、消費生活センターと答えた学校は少なかった。[問4]

一方、「外部講師を招聘しなかった理由はどのようなことか。また、今後はどうか」という問いには、6割以上の学校が「教職員で対応が可能」と回答した。

[問5]

<問題は、「他の優先課題」「教員の研修機会不足」「教材不足」>

「学校において消費者教育を実施（推進）するにあたり、課題となっていることはどのようなことか」という問に対しては、「他の優先課題がある」が37%と最も多かったが、「教員の研修機会の不足」「活用できる教材が少ない」「どのような取組が良いのかわからない」も、それぞれ約3割の学校が挙げている。[問6]

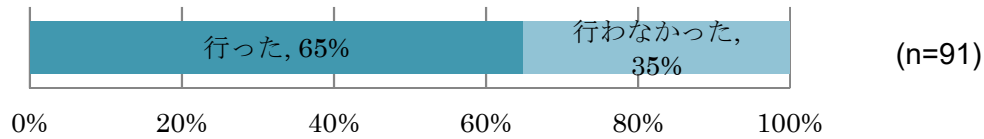
<ニーズが高い「映像教材」、テーマはネットトラブルやお金の大切さ>

また、「授業等で活用しやすい、効果があると思う教材はどのようなものか。」については、「DVD等の映像教材」が95%と突出しており、次いで「紙媒体（チラシ・冊子・ワークシート等）」が60%であった。[問7]

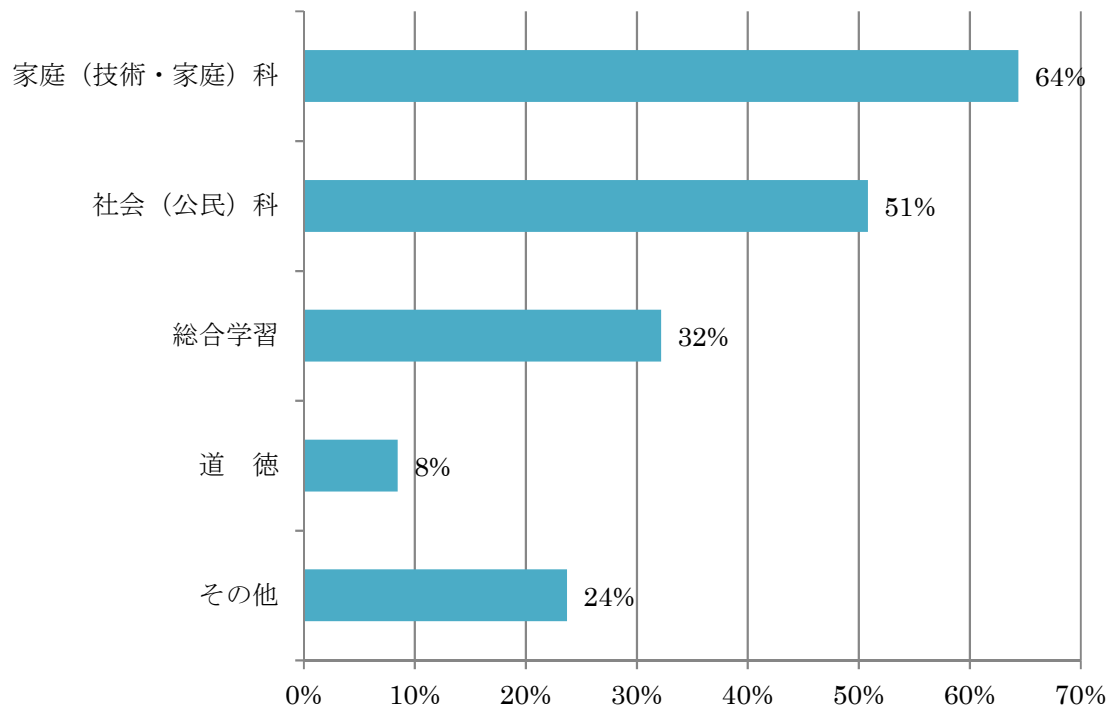
消費者教育向けの教材で希望するテーマは、「携帯・スマホ等のネットトラブル」が一番多く、次いで、「お金の大切さ、役割等」「食品・製品の安全と表示」と続いている。[問8]

【回答結果】

1. 消費者教育に関し、学習指導要領に示された内容外もしくは教科を発展させた授業（学習）を行いましたか。



2. 消費者教育に関する授業（学習）の、教科、学年、時間数について、
(1) 何の教科の授業（学習）を行いましたか。（複数回答可）



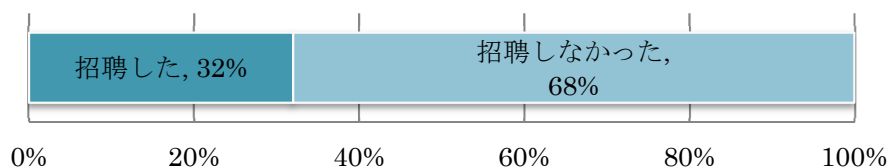
(2) 何学年の授業（学習）で行いましたか。

【実施学年】			【時間数】
小学校	全学年で実施	2校	①低学年1時間、中学年2時間、高学年3時間 ②1・2年1時間、3～6年3時間
	高学年(5・6年)のみで実施	19校	45分間～7時間
	中学年(3・4年)のみで実施	1校	4年45分間
	複数学年で実施(上記以外)	10校	45分間～10時間 ※うち1校は特別支援学級でも実施

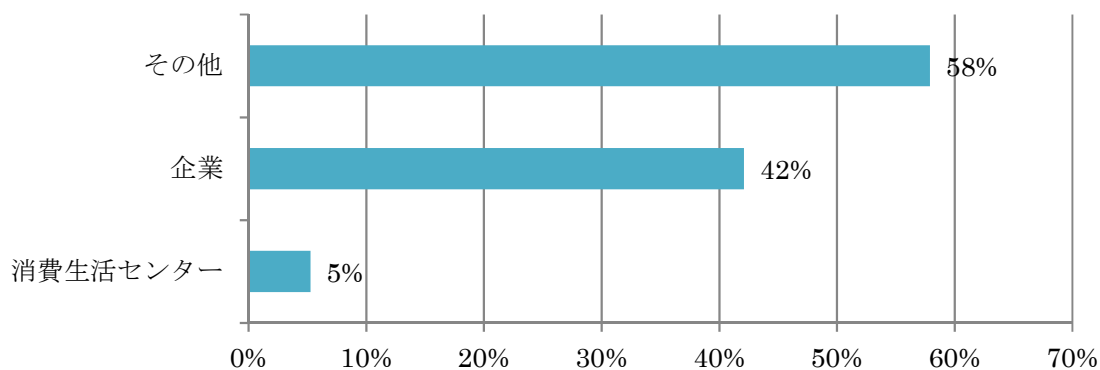
中学校	全学年で実施	4校	1年50分間～5時間、2年50分間～5時間、 3年100分間～5時間
	3年のみで実施	9校	50分間～50分間×3コマ
	1年のみで実施	1校	4時間
	1・3年で実施	2校	①5時間 ②1年4時間以上、3年3時間程度

高等学校	全学年で実施	3校	①1年6時間・2年3時間・3年3時間 ②各学年50分間 ③社会科1年全員・3年選択者のみ1～2時間、 家庭科2年50分間×10
	3年のみで実施	1校	50分間×3コマ
	2年のみで実施	2校	3時間
	1年のみで実施	3校	50分間×4～10コマ
	1・3年で実施	2校	①1年5時間、3年2時間 ②1年6時間、3年5時間
	1・2年で実施	2校	①50分間×2コマ ②1年6時間、2年50分間×1コマ

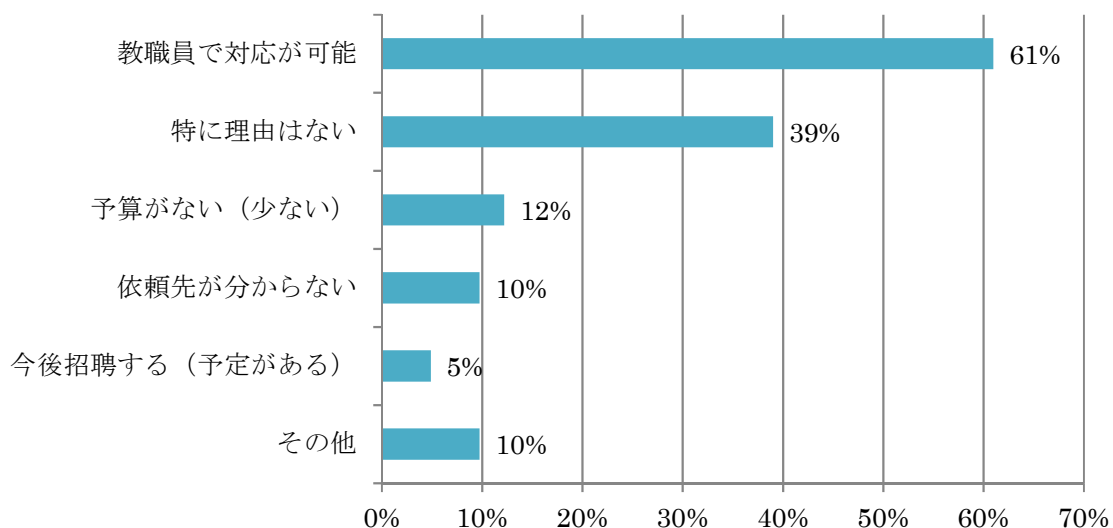
3. 授業（学習）をするにあたり、外部講師（消費生活センター・企業等）を招聘しましたか。



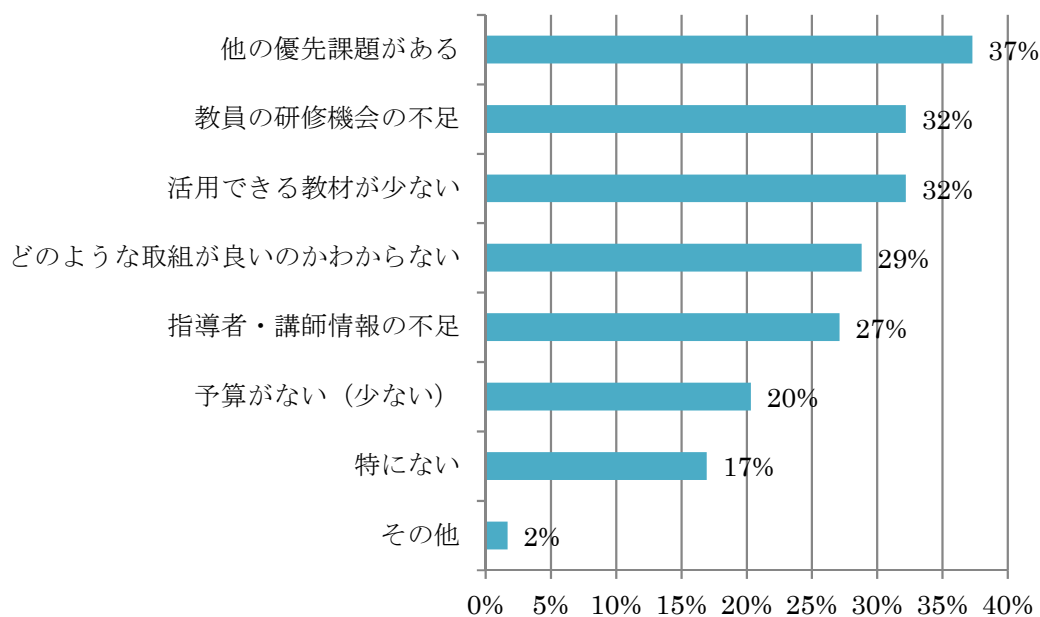
4. 「招聘した」と答えた学校において、どのような外部講師を招聘しましたか。（複数回答可）



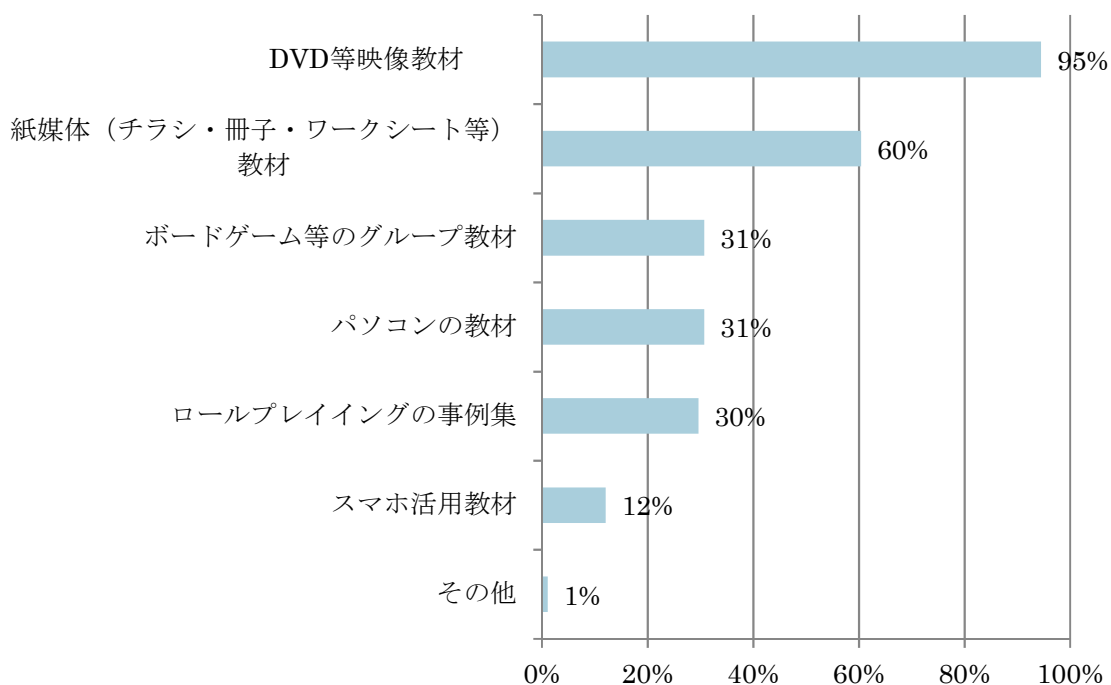
5. 外部講師を招聘しなかった理由はどのようなことですか。また、今後はいかがですか。（複数回答可）



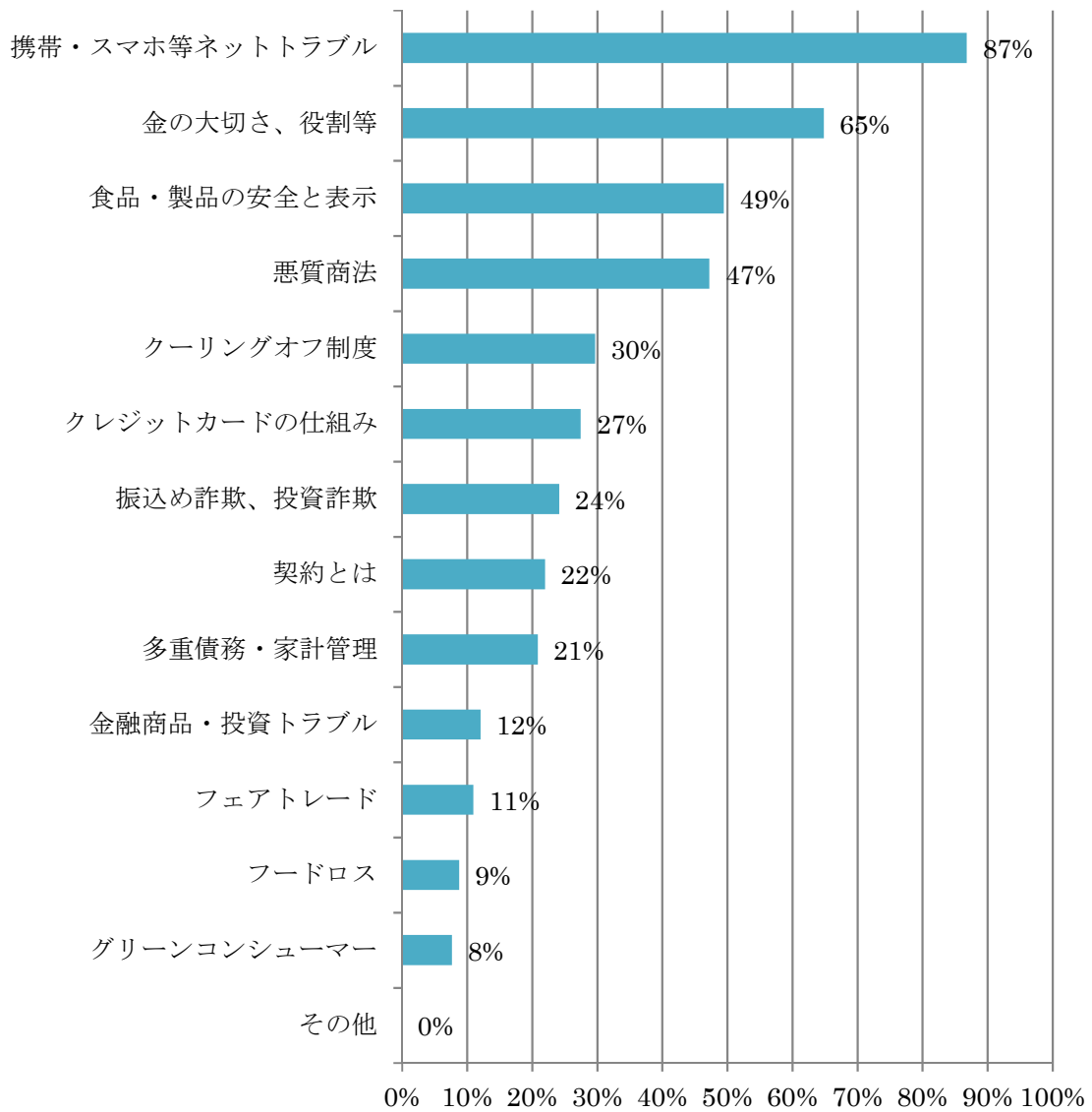
6. 学校において消費者教育を実施（推進）するにあたり、課題となっていることはどのようなことですか（複数回答可）。



7. 授業等で活用しやすい、効果があると思う教材はどのようなものですか。（複数回答可）



8. 消費者問題に関する教材で、希望するテーマはどれですか。（複数回答可）



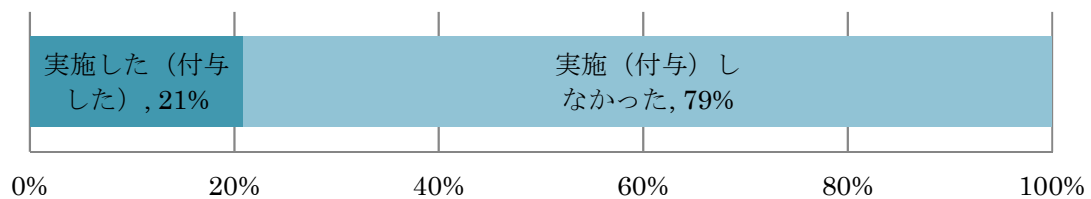
(2) 学校の職員（教員）向けの消費者教育

<教職員に対しては2割が実施。チラシ・パンフの配布など>

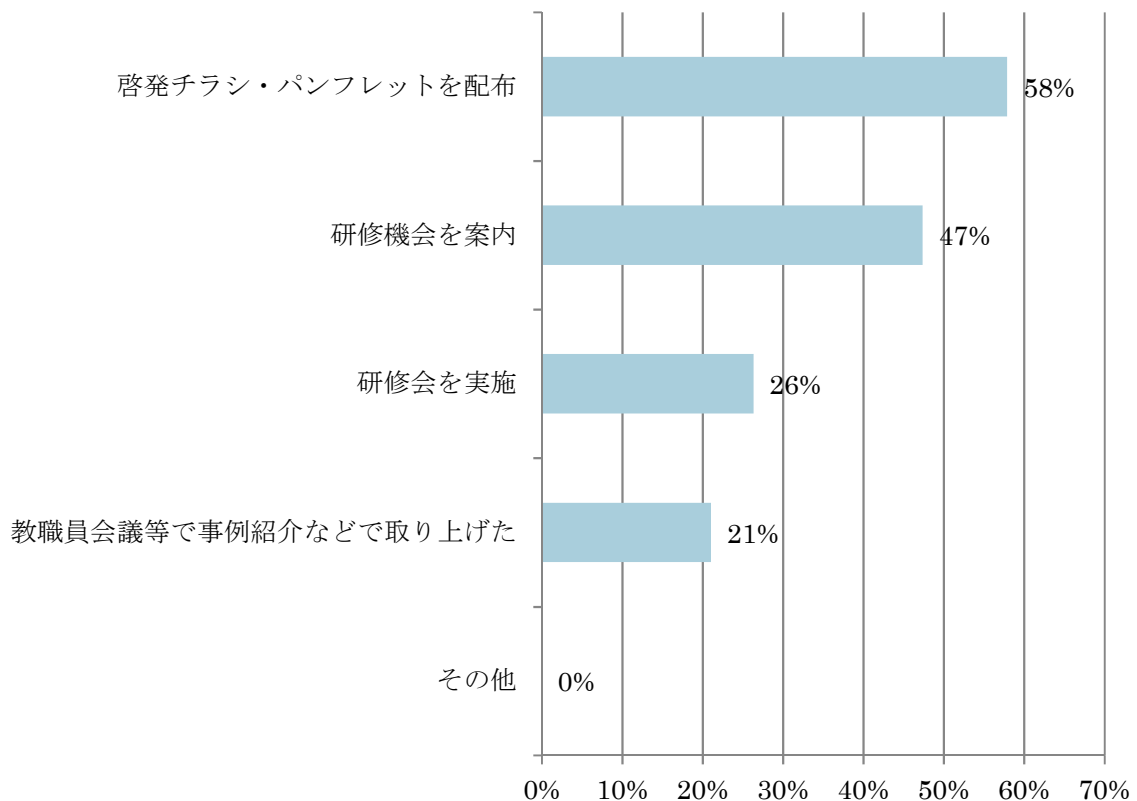
教員向けの消費者教育の実施は2割となっており、具体的な内容としては、啓発・チラシ等の配布が最も多く、実施しない場合の理由としては時間や場所が確保できないとの回答が最も多かった。

【回答結果】

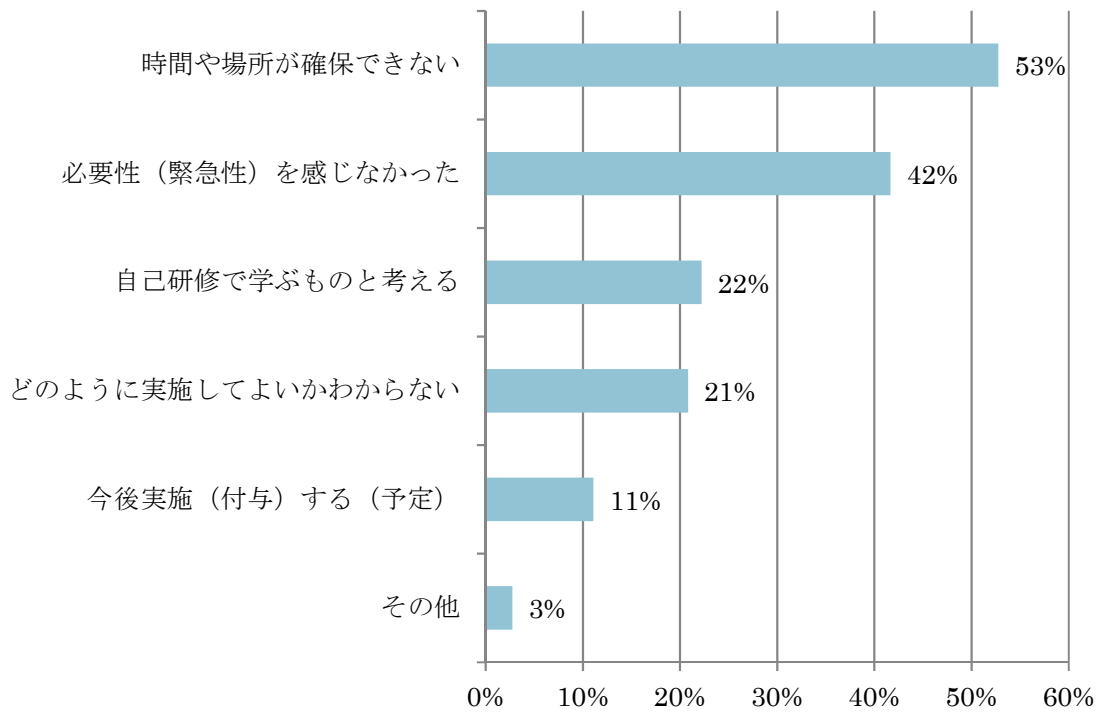
1. 職員に対し消費者教育を実施しましたか。あるいは、研修会への参加等により消費者教育を受ける機会を付与しましたか。



2. 「実施（付与）した」場合、具体的にどのようなことを行いましたか。（複数回答可）



3. 「実施（付与）しなかった」場合、どのような理由からですか。また、今後はいかがですか。



(3) 学校における聞き取り調査の概要

<消費者意識・当事者意識が希薄な子どもたち>

児童・生徒の日頃の「消費者意識」については、小・中・高ともに意識の薄さを感じており、特に小学校では、デジタルコンテンツの低年齢層への普及が急速に進む中で、携帯電話などによるトラブルの危険性を心配する声があり、高等学校では、スマホのワンクリックが契約につながるということに対する認識が低いことを懸念している。

一方、児童・生徒に身につけてもらいたい「消費者意識」として、商品情報への高い意識、環境への配慮、契約概念、ネットモラルが挙げられた。

<教科は一定ではない「社会に出てから役に立つもの」>

学校における消費者教育は、「消費者教育」という学習分野の広範さから、何の教科で取り扱うか、どの教員が担当するかなどの条件変化により、一定ではない。

その中でも、家庭科、社会科という教科で行われる場合が多かったが、担当する教員の意識としては、社会に出てから役に立つのが消費者教育である、という認識は共通している。

<授業展開の難しさ。どの教科の担当でも使いやすい教材開発を>

家庭科、社会科での授業展開においては、具体性に欠ける展開になりがち、最新の情報に基づいた指導ができていないか不安、教材が少ない、時間的に深く追求するところまでいけない、などといった難しさを抱えている。

他の教科での授業展開については、時間的な制約や教材研究の難しさがあることから、ワンポイントで触れて考えさせることでよい、実生活との接点をいかに見出すかが求められるとの意見があった。

このような授業展開の難しさから、行政に対しては、授業キャラバンの展開、最新情報の提供、DVD等の映像教材の提供、どの教科の担当でも使いやすい教材の開発を求める意見が寄せられた。

<消費者としての自覚を育てる。行政は効率的なアプローチを>

学校における「消費者教育」の役割については、各教科の中で様々な視点から学び消費者としての自覚を育てていくことができるとよい、多重債務に陥らない様具体的にシミュレーションしてあげることが大事、など児童・生徒に対し消費者意識を持たせるうえで「消費者教育」の必要性を感じている。

行政や企業からの教材提供などのアプローチに対しては、授業計画を立てる時期を考慮したり、紹介する場を工夫する（例えば、高等学校での「教頭会」の活用、など）必要があるとの意見があった。

2 地域（市町村）における消費者教育の現状

県内の全市町村に調査票を送付する方式により、調査を行った。なお、一部の市町村では、消費者担当部門以外からも回答が提出されており、回答総数は61である。

（1）住民に対する消費者教育

<7割の市町村で実施。講座・講習やパンフレット作成>

各市町村では、住民向けの消費者教育に対する取組は、7割の団体で行われており、具体的な事業内容は「講座・講習会」が最も多く、消費者教育団体の半数近くが開催しており、次いで「パンフレット作成」であった。

その他の内容として、

- ・市内で消費者教育に関する活動を行う団体及び事業所の登録制度（消費者応援団）
- ・消費生活展：幼児から高齢者まで幅広い年齢層を対象に、市内大学及び消費者団体による消費生活（食）に関する展示と発表
- ・学校における消費者教育の推進（教員による消費者教育の視点を取り入れた授業実践への支援）
- ・市版消費者教育ポータルサイトの開設
- ・イベント開催（消費生活展・エコフェア・リサイクル）

などの回答があった。

<対象を絞ったものとしては、高齢者向けが多い>

消費者教育の実施対象としては、特に対象を絞らない「一般」が9割近く、「高齢者」を対象とした団体が7割近くあった。小学生・中学生を対象として取組んでいる団体は3～4割、高校生・大学生向けは少なかった。[問1、問2(1)(2)]

<問題は、ノウハウや情報の不足・職員の研修機会の不足>

消費者教育の課題としては、「どのような取組みがよいのかわからない」「指導者・講師情報の不足」という回答がもっとも多かった。

自由記述から窺える問題として、住民への情報発信（PR）、教育委員会との連携等について、ノウハウや人員の不足している。課題やの中には、教育委員会との連携を課題として挙げている点が多く見られた。[問3・その他、問4]

<工夫と苦勞>

消費生活講座においては、一方通行の講座ではなく、DVD、寸劇、紙芝居など、視覚的教材を活用するなどの工夫が見られた。

また、自治会、高齢者クラブ、大学などの地域内団体や、行政内部の福祉部門・社会教育部門との連携により、消費者教育の実施が住民に広く周知されるよう努めている。

逆に苦勞していることとしては、集客に結びつけるための情報発信や教育委員会との連携に関するノウハウ不足)、専任職員がいないなどの人員不足などが多く挙げられた。

<3 割弱の団体で住民参加のモニター制度がある>

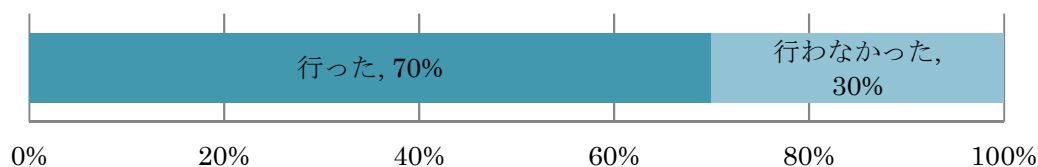
消費者教育に関し、住民に依頼する消費者モニターや消費者サポーターなどの制度はありますか、という問いには、「ある」と答えた団体が26%で、名称は〇〇モニターがもっと多く、〇〇サポーター、〇〇コーディネーターという名称もあった。[問5]

<活用しやすく効果があるのは「DVDなどの映像教材」>

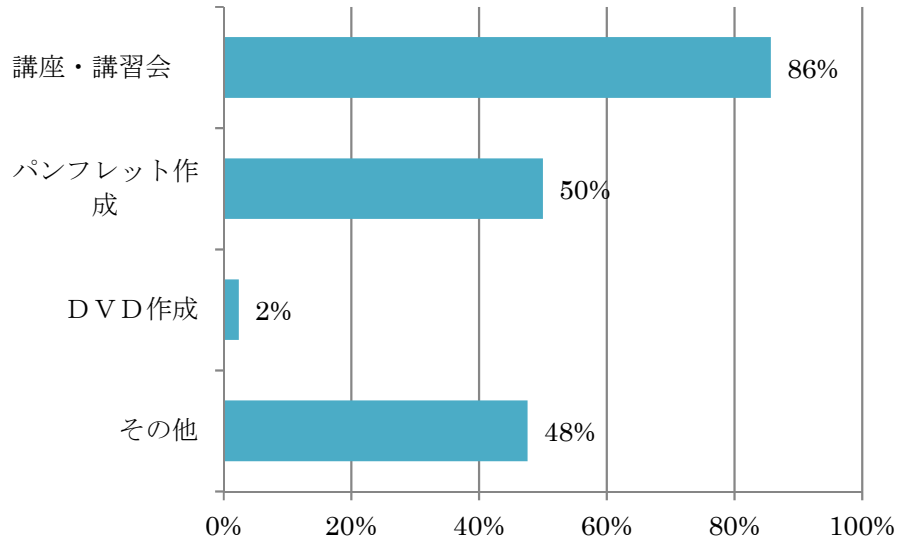
また、「実際の消費生活講座等で活用しやすい、効果があると思う教材はどのようなものですか」という問いでは、8割以上の団体が、「DVDなどの映像教材」を挙げ、次いで「紙媒体(チラシ・冊子・ワークシート等)教材」「ロールプレイングの事例集」という順であった。[問6]

【回答結果】

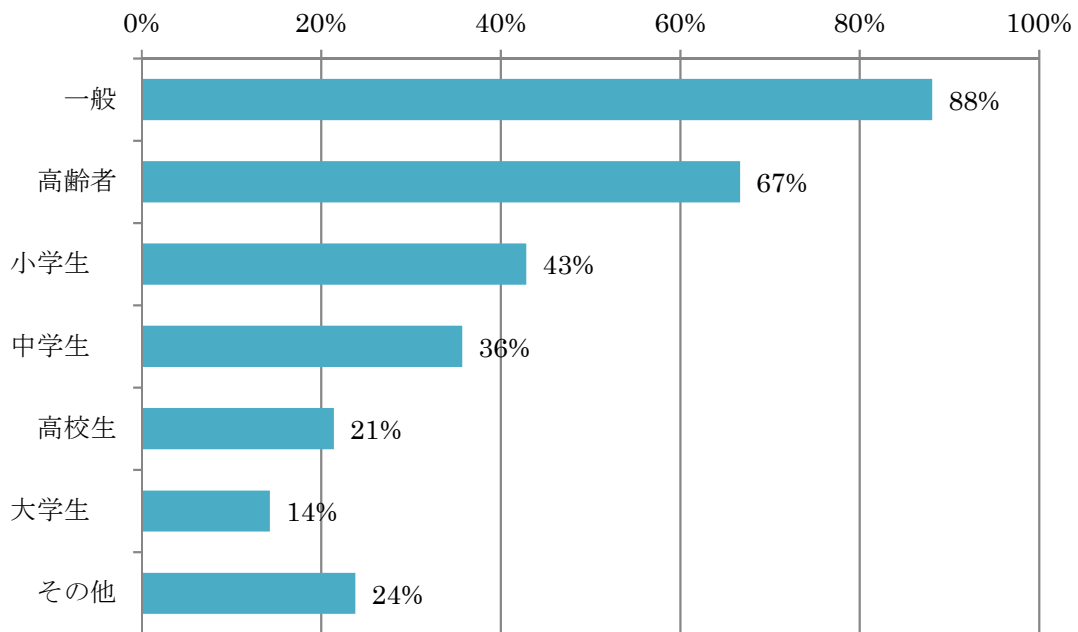
1. 消費者教育に関する事業を行いましたか。



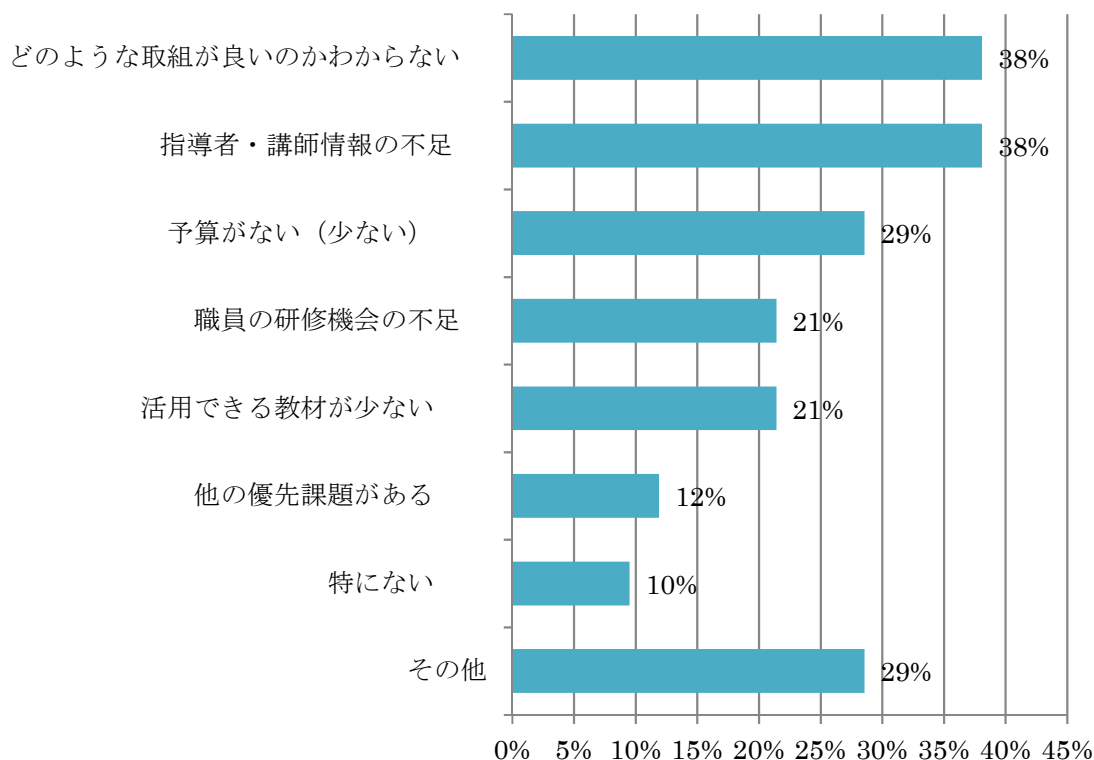
2 (1) 消費者教育に関しどのような事業を行いましたか。



(2) 消費者教育をどなたを対象に行いましたか。(複数回答可)



3. 貴団体において消費者教育を実施（推進）するにあたり、課題となっていることはどのようなことですか。（複数回答可）



（「その他」の内容）

【実践上の課題】

- ・あらゆる世代に消費者教育を実施するためにどのように担い手を育成すればよいのかがわからない。効果的な情報発信の方法がわからない。消費者教育の領域が広いため、体系的に消費者教育を推進するカリキュラムの作成をすることが難しい。
- ・消費者問題について、それほど多くの関心を持たない人たちを、積極的な講座参加等につなげること。効果的な周知を行い、消費者問題の重要性を理解してもらうことの難しさがある。
- ・出前講座を行っていることをアピールしてもなかなか要請がないこと。
- ・消費者センターの消費者自立支援講座を毎年定期的で開催し、住民の「油断」を払しょくしている。

【教育委員会等との連携の問題】

- ・教育委員会との連携が困難である。
- ・低年齢向けに行う際に教育機関との連携が現段階では図りづらいところがある。
- ・小中学校との連携。
- ・他部署との連携の不足。特に教育委員会。

【人員などの問題】

- ・学校現場での講師の不足。
- ・相談員の相談業務が多忙で、講座の準備に充てる時間が少ない。
- ・担当職員数の不足、教育行政部門の消費者教育への理解と協力が難しい、など。

4. 消費者教育に関し工夫したり、苦勞したりしている点。（自由記述）

（工夫している点）

【講座内容・啓発資料など】

- ・対象者の年齢層に応じた講座内容とし、視覚に訴えるDVDやパワーポイントなども効果的に活用した。
- ・出前講座へ寸劇の導入。
- ・消費生活講座において弁護士を講師に招く。
- ・受講団体の要望に対応したDVDの整備及び資料・パンフレットの提供。
- ・毎年、ライフステージごとの出前講座のチラシを作成し配付している。
- ・受講者が高齢者の場合には紙芝居や替え歌を使うなど、世代に合わせた講座にしている。
- ・市広報紙に毎月「消費生活センター」のスペースをとり、啓発・周知を行っていること。
- ・小中学生を対象にしたパンフレットを配布する際、子供達が興味を持ちそうなノベルティと一緒に配った。
- ・町広報紙に「消費生活なび」というコーナーを設けて、毎月、啓発や注意喚起等を行っている。
- ・活用できる教材が少ない為、企業等の研修会に参加し、教材の作成等の参考にしている。
- ・消費者教育を実施する対象者を年度ごとに変え、対象者にあった課題を実施。

【関係団体との連携】

- ・市内各団体への出前講座のPR活動（自治会・高齢者クラブ・民生委員等）。
- ・社会教育部門と連携して、できるだけ多くの高齢者に受講していただけるよう工夫している。
- ・福祉部門と連携して、民生委員、地域包括支援センターや市内老人施設のヘルパー等に最近の悪質商法の傾向と対策を説明して見守りをお願いしている。
- ・高校への出前講座、児童センター等で小学生が放課後や休みにゲームやクイズをたのしみながら勉強する講座、市民サークルへの出前講座など、それぞれ年代に的確なテーマで講座を行うよう、工夫している。
- ・市内大学と消費生活センターが消費者教育に関する覚書を締結し、相互に協力、連携して消費者教育を行っている。今後、社会教育分野では、市民カレッジに

において消費者教育関連のメニューの追加を検討する。また、学校教育分野では、速やかな連携・協力は困難な現状があるが情報提供から始めて、理解や協力を求めていく。

(苦労している点)

【教育委員会等との連携】

- ・消費者教育に関わっている関係機関と連携したいが、取り組む内容を含め、全体が細分化しすぎて枠組みが具体的にみえにくくなっている。
- ・教育委員会と連携した消費者教育については、実施できていないのが現状である。
- ・学校の授業として講座を組み入れて頂くことが難しい。
- ・学校については、時間を用意してもらうのが大変である。授業の1コマでできるが、先生に理解されていない。
- ・担い手となる職員が不足している。
- ・学校における消費者教育を推進するため、教育委員会職員と教員を委員とした市消費者教育推進連絡会を定期的開催し、研修の実施及び教員の学校での消費者教育の視点を取り入れた授業実践の支援をしている。消費者講座（出前講座）について、参加することが困難な層への実施に苦労している。
- ・教育委員会との協議不足・連絡不足があり、小中学校の授業に入るのが困難。県からも消費者教育を指導し、消費生活センターとの連携を促してほしい。
- ・中・高校生。若者へのコンタクトが取り難い。
- ・消費生活センターにおける消費者教育ということであれば事業を単独で行うことができるが、学校現場との消費者教育の取り組み方となると、授業の一環ということでもあり、どう連携していけばよいのか難しい点がある。また、相談員を派遣するというのも、相談業務や出勤日等との兼ね合いもあり学校現場との調整が難しい。
- ・学校教育においても、家庭科や社会科、公民科に消費者教育に関わる事項が盛り込まれているが、学校（教育委員会）との連携がむずかしい点。
- ・教育委員会部局との連携が難しい。

【講座内容・参加者など】

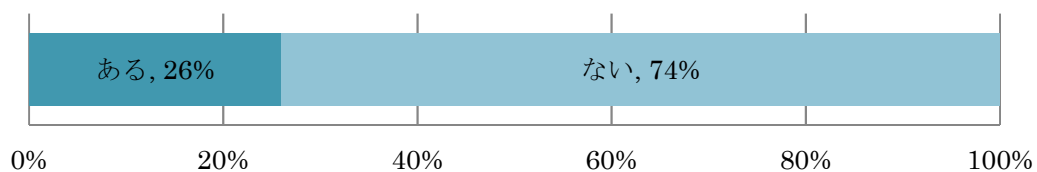
- ・消費生活センターでは、毎年、消費者大学を企画し、一般市民から受講生（100名程度）を募集し、開催しているが、開講日が平日であるためか、受講生の大半は高齢者が占めている。このため、若年層にも興味をもっていただけるようなテーマの設定に苦労しているところである。
- ・消費生活という言葉とテーマがまだ難しいイメージがあるためか、同種の生涯学習講座と比べ、募集に対し参加者が少ない傾向にある点が課題。

- ・テーマの選択、経費、集客方法が課題。
- ・消費者講座に対するテーマ、講師の選択。
- ・消費者教育に全く関心のない人に対するきっかけ作りとして、どのような事業が有効なのか。
- ・教育委員会との連携や高齢者の見守りネットワークが組織化されたが、消費者教育を推進する上でのサポーター作りをどのように進めるかが課題とされる。
- ・年度初めに実施され市政協力員会議や家庭教育学級会議において、消費生活センターの周知と出前講座を案内しているが、要請がないこと。
- ・講座を行っているが、集客に苦勞をしている。
- ・効果が目に見えないことに苦勞する。

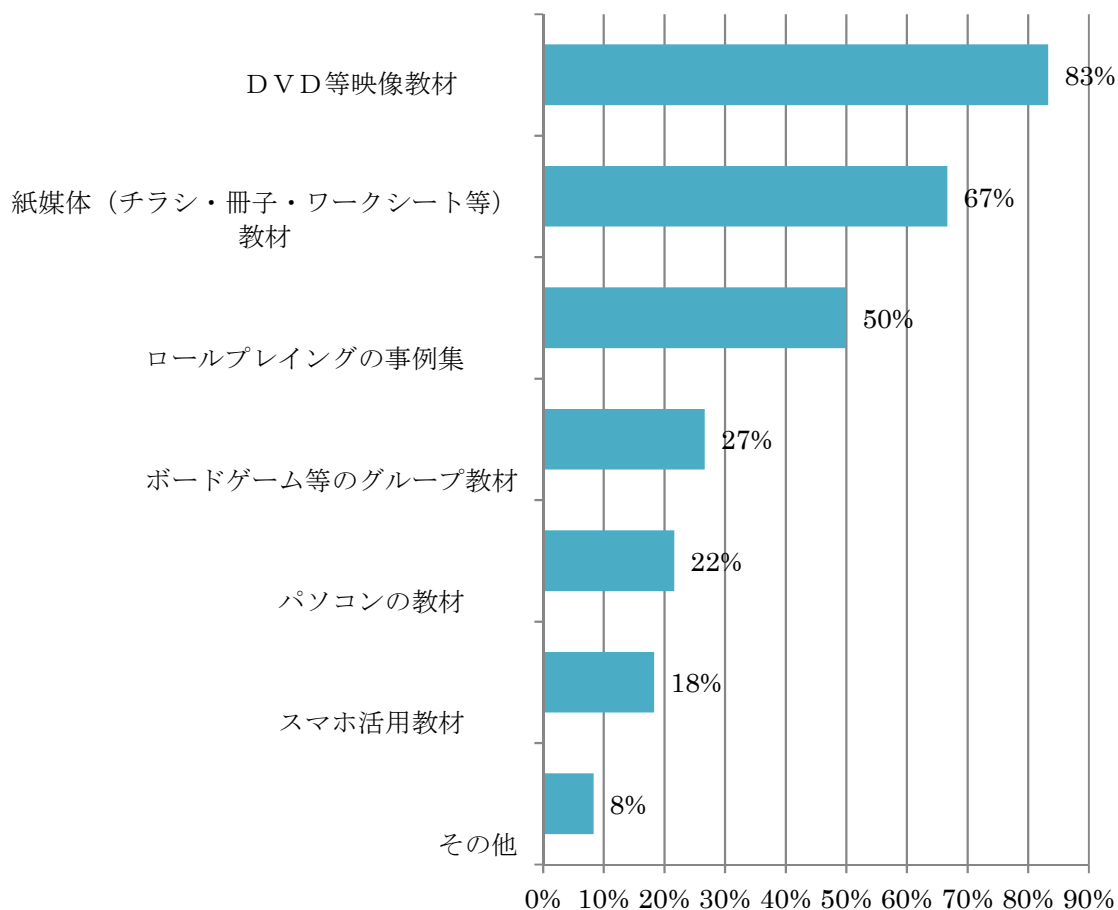
【人員等の問題】

- ・消費生活相談や季刊誌の発行など、講師である消費生活相談員の業務が多忙で、講座用の資料等を作る時間が少ない。
- ・消費者行政担当は、課長を筆頭に他の業務と兼務の為、予算以上に時間が取れない。

5. 貴団体には、消費者教育に関し、住民に依頼する消費者モニターや消費者サポーターなどの制度はありますか。



6. 講座等で活用しやすい、効果があると思う教材はどのようなものですか。（複数回答可）



(2) 職員に対する消費者教育

<職員向け消費者教育は約4割が実施。「研修機会を案内」など>

職員向けには、39%の団体が実施しており、内容としては「研修機会を案内」はその内の39%、「啓発チラシ・パンフレットを配布」は30%の団体が取り組んでいた。[問1、2]

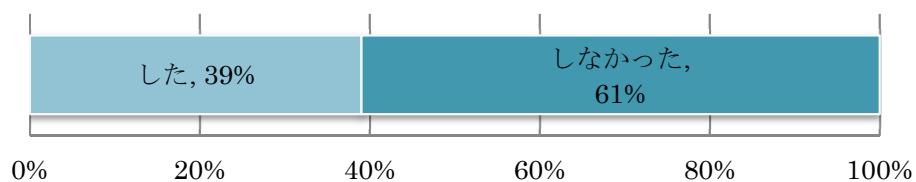
実施していない理由としては、半数の団体が「必要性・緊急性を感じなかった」を挙げ、「どのように実施してよいかわからない」が30%であった。

また、「今後実施予定」の団体は7%に留まった。[問3]

今後実施すると回答した団体にどのようなことが有効かと聞いたところ「研修会を実施する」との回答が最も多かった。[問4]

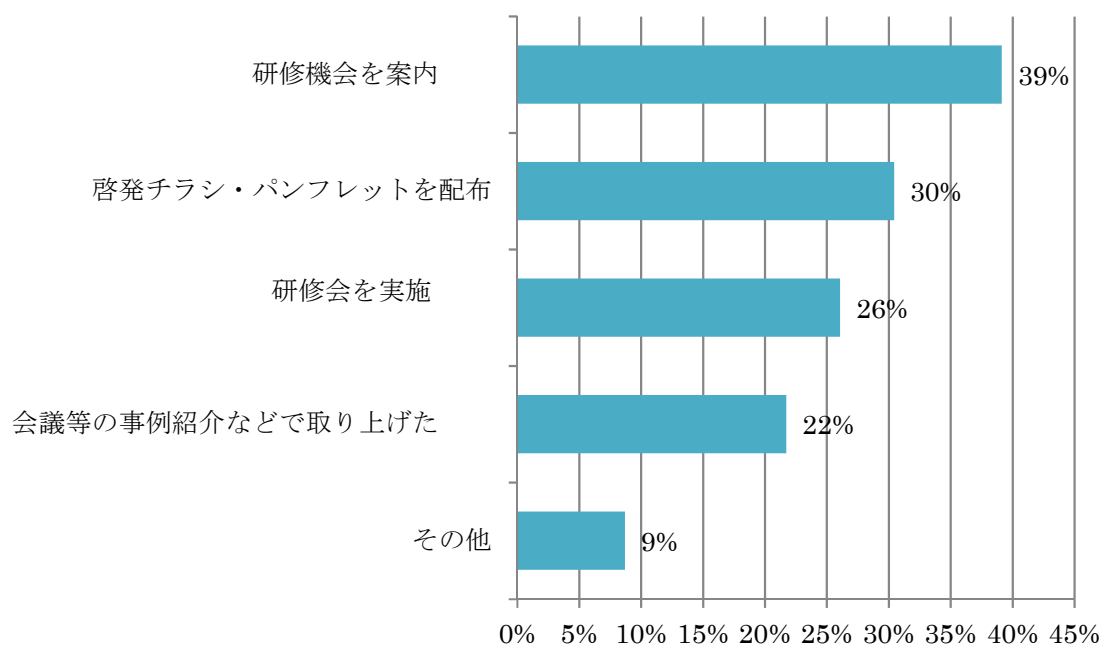
【回答結果】

1. 職員に対し消費者教育を実施しましたか。あるいは、研修会への参加等により消費者教育を受ける機会を付与しましたか。

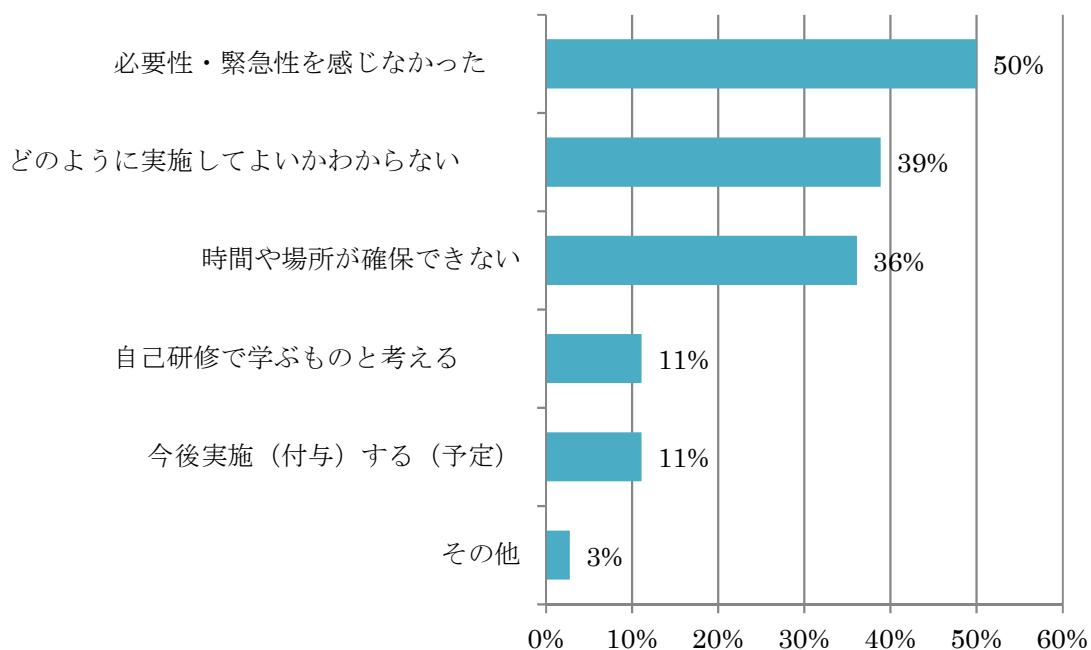


2. 「実施（付与）した」場合、具体的にどのようなことを行いましたか。（複数回答可）

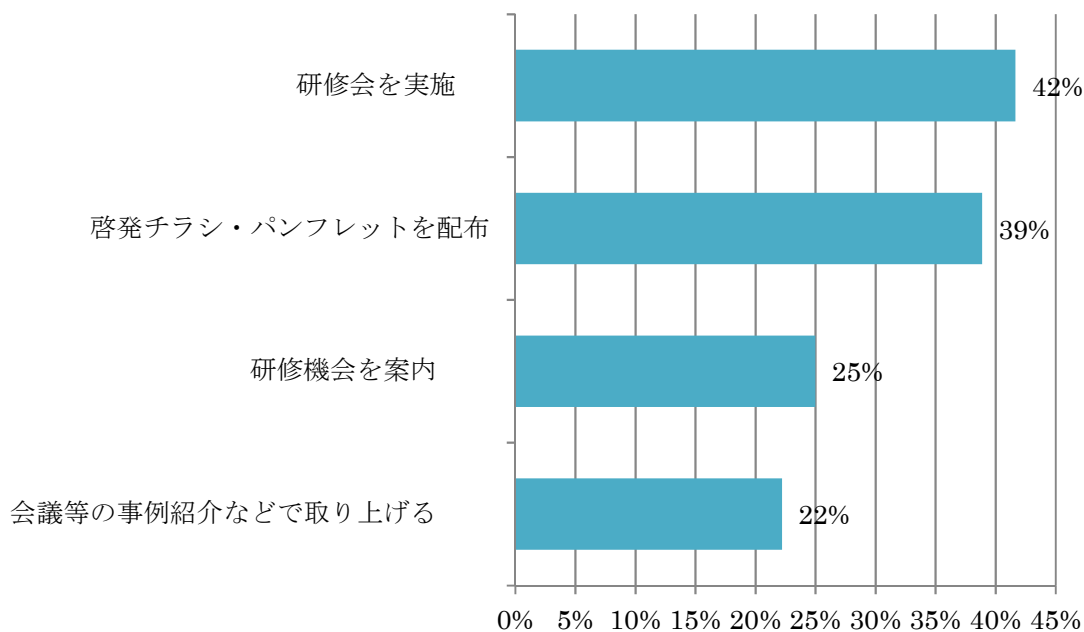
（その他）・消費者教育に関する各種情報を庁内メール等により周知している。



3. 「実施（付与）しなかった」場合、どのような理由からですか。また、今後はいかがですか。（複数回答可）



4. 「実施（付与）しなかった」が「今後実施する場合」、具体的にどのようなことが有効だと思いますか。（複数回答可）



3 企業における消費者教育の現状

一般的に「消費者教育」という語の認知度が低いと思われることから、企業の現状調査は、一律のアンケート調査ではなく、個別ヒアリングを実施し、傾向を見出すこととした。

(1) ヒアリング結果（事例）

<小売業>

- ・自治体と協力し、「食育」の学習会や小学生向けの出張講習会。保健所と共同で、子供向けに手洗いやおやつの食べ方などの講習会も実施。
- ・輸入食品の安全性などについて、行政からの要請による講演会の実施
- ・社員に対し「消費者教育」を行おうという意識はないが、「健康」を軸にした社員教育は実施している。どちらかという健康管理的な内容。
- ・社員向けには、食品表示に関する資格取得を奨励している。

<通信業>

- ・小学生を対象に、学校の要望により「ネット安全教室」の出前授業
- ・高齢者向けには自治体と協力してタブレット端末の講座を実施し、便利なツールであることを知ってもらう機会を作っている。
- ・社員向けには、コンプライアンスの観点から、社内報により、セキュリティや交通安全の注意を促している。
- ・借金など生活面での配慮として、定期的に職場アンケートを実施するほか、一般的な取組になるが、上司と部下とのコミュニケーションの円滑化。

<金融業>

- ・高校生向け「金融教育」イベント
- ・小学校・中学校向への出張授業
- ・中学校・高等学校に出張事業を実施しているほか、出版社と連携して、保険に関する小冊子を学校に配布
- ・教員向け研修、教員が金融機関現場を職場訪問
- ・社員が消費者（高齢者）宅の訪問時に異常を見つけた際に、自治体への連絡など、見守りネットワーク構築への協力
- ・社員の消費者志向を育てるために、（職能研修でもあるが、）金融商品の研修。手続きの際、消費者の意思や属性（販売して良いか）の確認、資産の状況や投資経験の有無による金融商品の提供など、状況に応じた適正な提案が行えるよう実施。

- ・社員に高齢者の見守りネットワークの重要性を伝え、認知症サポーターの取得や消費生活アドバイザーの資格取得の奨励

(2) まとめ

企業における消費者教育は、顧客向けには、その企業本来の事業活動やCSR事業の一環として実施されている。

消費者と企業間のトラブルの一因として、複数の企業から情報の格差が挙げられるなど、情報共有・相互理解の必要性が認識されている。

社員向け消費者教育については、コンプライアンスや労務管理などの社内研修や、福利厚生の一環として行われていることが多く、実践事例はあっても、「消費者教育」との認識の下では行われていない。

Ⅲ 参考資料

1 <事前調査>消費者教育に関するヒアリング調査結果

《調査概要》

日時 平成26年9月23日(火)

場所 幕張メッセ国際会議場

対象者 「エコメッセ」来場者27組

(性別等) 男性3・女性22・夫婦2組

(年代) 20歳代2、30歳代6、40歳代4、

50歳代5、60歳代5、70歳代5

* 環境問題のイベントに関心があり、現に外出できる層であることに留意が必要。

《現況調査の手法について》

- ・ 「消費者教育」という言葉を知っていたのは27名中5名であり、「聞いたことがない」という方が圧倒的に多い。
- ・ 「消費生活」「消費者」という言葉では、具体的な問題を想起してもらえない。「食品の表示」「製品の事故・リコール」「契約トラブル」「悪質事業者」などで、初めてイメージしてもらえる。
⇒ 「消費者教育現況調査」のアンケート調査に当たっては、頭書に言葉の定義を加えるか、対面式のヒアリング調査を行うなど、工夫が必要である。

《その他の知見》

○消費生活講座

- ・ 消費生活関係の講座に参加したことがある人は4名と少なく、参加しない理由は、比較的若い層では、時間が無い、時間が合わないなど、生活上の優先順位が低いため。比較的高齢者層では、情報を入手できない、出かけるのが難しい等の便宜上の理由であった。
- ・ 参加したことがある人の中では、公民館や消費生活センターと同じウェイトで、ショッピングセンター・生協など民間主催講座があった。

○情報入手の方法

- ・ 消費生活センターの存在はかなり知られており、必要があれば場所や電話番号を調べて相談できる状態の人が多い。
- ・ 消費生活関連情報を入手する主な手段は、市の広報誌、テレビ、インターネット。必要に応じて自分で調べて対応できるが、日常生活での関心は薄く、自覚的・能動的ではない印象を受けた。(個別の問題についての問いかけではなかったためと思われる。)

○その他

- ・ 学校での消費者教育については、関心・認識があまり無く、まとまった知見は得られなかった。
- ・ 食品の安全性、特に原産国表示への関心が高い。(中国産食肉加工品の事故案報道の直後であったことを加味する必要がある。)

○消費者教育の推進に関する法律

(平成二十四年八月二十二日法律第六十一号)

第一章 総則（第一条—第八条）

第二章 基本方針等（第九条・第十条）

第三章 基本的施策（第十一条—第十八条）

第四章 消費者教育推進会議等（第十九条・第二十条）

附則

第一章 総則

(目的)

第一条 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)

第二条 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)

第三条 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)

第四条 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)

第五条 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(平成二十一年法律第五十号)第十条第三項に規定する消費生活センターをいう。第十三条第二項及

び第二十条第一項において同じ。)、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)

第六条 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)

第七条 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)

第八条 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。

第二章 基本方針等

(基本方針)

第九条 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。

- 一 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
- 二 消費者教育の推進の内容に関する事項
- 三 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
- 四 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(昭和四十三年法律第七十八号)第九条第一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)

第十条 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(以下この条及び第二十条第二項第二号において「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(以下この条及び第二十条第二項第二号において「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、第二十条第一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 第三項及び第四項の規定は、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。

第三章 基本的施策

(学校における消費者教育の推進)

第十一条 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(昭和二十二年法律第二十六号)第一条に規定する学校をいい、大学及び高等専門学校を除く。第三項において同じ。)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)

第十二条 国及び地方公共団体は、大学等(学校教育法第一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。以下この条及び第十六条第二項において同じ。)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)

第十三条 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(昭和二十三年法律第百九十八号)に定める民生委員、社会福祉法(昭和二十六年法律第四十五号)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事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)

第十四条 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)

第十五条 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)

第十六条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、消費者安全法第十一条に規定する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)

第十七条 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)

第十八条 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。

第四章 消費者教育推進会議等

(消費者教育推進会議)

第十九条 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。

一 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。

二 基本方針に関し、第九条第五項(同条第八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(平成十一年法律第百三号)第二条第一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 前二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)

第二十条 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。

- 一 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。
- 二 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 前二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。

附 則 抄

(施行期日)

- 1 この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。

(検討)

- 2 国は、この法律の施行後五年を目途として、この法律の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。

附 則 (平成二六年六月一三日法律第七一号) 抄

(施行期日)

第一条 この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。ただし、次の各号に掲げる規定は、当該各号に定める日から施行する。

二 第一条中不当景品類及び不当表示防止法第十条の改正規定及び同法本則に一条を加える改正規定、第二条の規定（次号に掲げる改正規定を除く。）並びに附則第三条及び第七条から第十一条までの規定 公布の日から起算して二年を超えない範囲内において政令で定める日

千葉県消費者教育推進地域協議会委員名簿

任期：平成28年4月1日～平成30年3月31日
 (任期は消費者行政審議会と同じ)
 (各分野五十音順：敬称略)

氏名	役職名
<学識経験を有する者>	
石田幸枝	船橋市消費生活センター 消費生活相談員
岩井浩志	弁護士
梅田徹	麗澤大学外国語学部 教授
小賀野晶一	中央大学法学部 教授
高橋郁夫	慶応義塾大学商学部 教授
拝師徳彦	弁護士
<消費者を代表する者>	
石橋きみ江	千葉県連合婦人会 書記
小田川和恵	消費者団体千葉県連絡会 事務局長
後藤淳子	松戸市消費者の会 会長
丸山芳高	(一社)千葉県労働者福祉協議会 副会長
<事業者を代表する者>	
磯野光彦	全国農業協同組合連合会千葉県本部 県本部長
大森俊一	(公社)日本訪問販売協会 常務理事・事務局長
外山洋子	市原商工会議所 事務局長
三宅香	日本チェーンストア協会 関東支部参与 (イオンリテール(株)お客さまサービス部部长)

学校における消費者教育推進連絡会設置要綱

(設置目的)

第1 消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号）の趣旨を踏まえ、千葉県内の学校における消費者教育の推進に関し、関係機関との連携・協力を進めるため、「学校における消費者教育推進連絡会」（以下「連絡会」という。）を設置する。

(検討事項)

第2 連絡会は、学校における消費者教育推進に必要な基本的な方策について検討する。

(構成)

第3 連絡会は、次の各号に掲げる職にある者をもって構成するものとし、連絡会の総意により必要に応じ新たな構成委員を加えることができる。

(1) 千葉県教育庁

教育振興部生涯学習課長、担当者

教育振興部指導課長、担当指導主事

教育振興部特別支援教育課長、担当指導主事

総合教育センター所長、担当（研究）指導主事

(2) 千葉県

環境生活部くらし安全推進課長、担当者

消費者センター所長

(3) 千葉市教育委員会

学校教育部指導課長、担当指導主事

教育センター所長、担当指導主事

(4) 千葉市

市民局生活文化スポーツ部消費生活センター所長

2 座長は、くらし安全推進課長とする。

(運営)

第4 会議は必要に応じ座長が招集する。

(庶務)

第5 連絡会の庶務は、環境生活部くらし安全推進課において処理する。

(附則)

この要綱は、平成3年2月1日から施行する。

(附則)

この要綱は、平成 8 年 4 月 1 日から施行する。

(附則)

この要綱は、平成 11 年 4 月 1 日から施行する。

(附則)

この要綱は、平成 12 年 4 月 1 日から施行する。

(附則)

この要綱は、平成 15 年 4 月 1 日から施行する。

(附則)

この要綱は、平成 20 年 12 月 26 日から施行する。

(附則)

この要綱は、平成 25 年 3 月 26 日から施行する。

(附則)

この要綱は、平成 26 年 4 月 1 日から施行する。

(附則)

この要綱は、平成 28 年 4 月 1 日から施行する。

消費生活地域サポーター設置及び運営要領

(目 的)

第1条 この要領は、千葉県消費者センター（以下「センター」という。）が主催する消費生活サポーター養成講座の修了者（以下「講座修了者」という。）について、県内の市町村が地域住民の消費生活の安定及び向上に資することを目的として行う事業等への積極的な参加、協力を促進するため、消費生活地域サポーター（以下「地域サポーター」という。）の設置及び運営に関し必要な事項を定めるものとする。

(地域サポーターの設置)

第2条 講座修了者のうち、第4条に規定する手続きにより消費生活地域サポーター名簿（以下「名簿」という。）の登録を完了した者を地域サポーターとする。

(活動内容)

第3条 地域サポーターは、県内の市町村の協力要請に応じ、次に掲げる活動を行うものとする。

- (1) 消費生活に関する啓発講座及びイベントへの参加
- (2) 消費生活に関する啓発又は広報用資料等の配布
- (3) その他地域の消費者に対する啓発又は広報に資する活動

(名簿登録)

第4条 講座修了者のうち地域サポーターとして名簿登録を希望する者は、消費生活地域サポーター名簿登録申請書（別記様式1）に必要事項を記入のうえ、センターに名簿登録の申請を行うものとする。

- 2 センターは、名簿を作成し、前項の申請があった場合には速やかに名簿登録を行うものとする。
- 3 センターは、前項の規定により名簿登録を完了したときは、消費生活地域サポーター名簿登録完了通知書（別記様式2。以下「登録完了通知書」という。）により、当該登録申請者に対し名簿登録内容を通知するものとする。

(照 会)

第5条 県内の市町村は、地域住民の消費生活の安定及び向上に資することを目的として行う第3条に規定する活動内容について、地域サポーターへの協力要請を希望する場合には、消費生活地域サポーター名簿登録情報照会（別記様式3）によりセンターに名簿登録情報を照会することができる。

- 2 センターは、前項の照会があったときは、名簿登録情報の検索を行い、条件に該当する地域サポーターの情報がある場合には、当該情報を照会元市町村に提供するものとする。

(名簿登録情報の変更)

第6条 地域サポーターは、名簿登録情報に変更がある場合には、消費生活地域サポーター名簿登録情報変更届（別記様式4。以下「変更届」という。）により速やかにセンターに対し届出を行うものとする。

- 2 センターは、前項の変更届の提出があった場合には、名簿登録情報を更新し、更新が完了したときには、登録完了通知書により当該変更届を提出した者に対し、更新後の名簿登録内容を通知するものとする。

(名簿登録の削除)

第7条 地域サポーターは、地域サポーターとしての活動を希望しなくなった場合には、消費生活地域サポーター名簿登録情報削除申請書（別記様式5）によりセンターに名簿登録削除の申請を行うものとする。

- 2 センターは、前項の申請があった場合には、速やかに名簿登録を削除するものとする。

附 則

この要領は、平成24年10月1日から施行する。

千葉県消費者教育推進計画

平成29年4月

編集・発行 千葉県環境生活部くらし安全推進課

住所 〒260-8667

千葉県千葉市中央区市場町1番1号

電話 043(223)2292