
千葉県消費者教育推進計画（案）

—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	12

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、消費生活に関するトラブルの多様化・複雑化が進んでいることから、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速やかに消費者へ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、民法改正の動きが加速化する中、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のような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）

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対し、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、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

