

# 第3次佐賀県消費者教育推進計画

## ～自立した消費者の育成～

令和6年3月



# 目次

## 第1 計画の基本的考え方

1 計画策定の趣旨	1
(1) 第1次第2次計画・第2次計画の策定	
(2) 第3次計画策定の趣旨	
2 計画の位置付け	2
3 計画の期間	2
4 計画の推進と進行管理	2

## 第2 消費者を取り巻く現状と課題

1 消費者の多様化・社会情勢の変化	3
(1) 情報通信技術の高度化等によるライフスタイルの変化	
(2) 消費者関係法令を巡る法改正の動き	
2 消費者教育を巡る国内外の動向	6
(1) 消費者教育の推進に関する基本的な方針の変更	
(2) 学習指導要領における消費者教育の充実	
(3) 持続可能な生産・消費形態の確保(SDGs)	
3 佐賀県の現状・課題	8
(1) 消費生活相談状況	
(2) 消費生活に関する県民アンケート	
(3) 第2次計画の取組状況	
(4) 第3次計画の取組方針	

## 第3 消費者教育推進の基本的な方向

1 育むべき消費者像	20
2 体系的推進のための取組の方向	21
(1) ライフステージに応じた切れ目のない学びの機会の提供	
(2) 消費者の多様な特性に応じたアプローチ	
(3) デジタル化に対応した消費者教育の推進	
(4) SDGsを踏まえた取組	
(5) 各主体との連携・協働	

3 重点的に取り組む項目 .....	22
(1) ライフステージに応じた切れ目のない消費者教育の推進	
(2) 高齢者等の暮らしを見守る体制づくり	
(3) 消費者教育の人材(担い手)の育成	

#### 第4 消費者教育推進の施策の柱

1 ライフステージに応じた切れ目のない消費者教育の推進 .....	25
(1) 幼稚園等、小学校・中学校・高等学校・特別支援学校	
(2) 大学・専門学校等	
(3) 地域社会	
(4) 家庭	
(5) 職域	
2 高齢者等の暮らしを見守る体制づくり.....	30
3 消費者教育の人材(担い手)の育成 .....	31

#### 《附属資料》

○ 佐賀県消費生活審議会委員名簿 .....	34
○ 佐賀県消費生活審議会専門部会委員名簿 .....	35
○ 消費生活相談窓口一覧 .....	36

# 第1 計画の基本的考え方

## 1 計画策定の趣旨

### (1) 第1次計画・第2次計画の策定

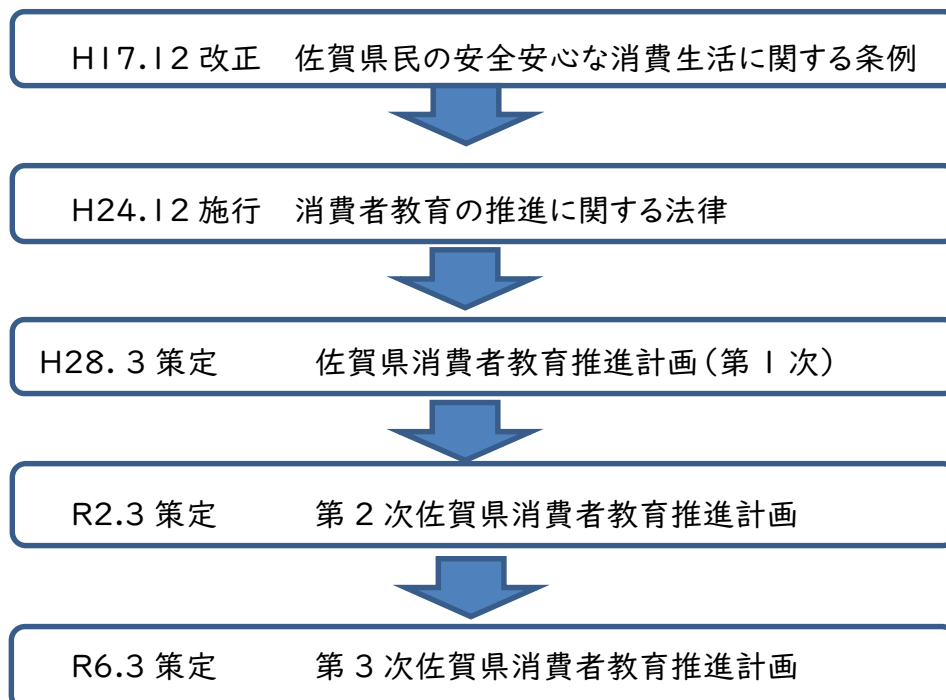
佐賀県では「佐賀県民の安全安心な消費生活に関する条例」(平成17年12月改正。以下「条例」という。)に基づき、県民が自主的かつ合理的に行動できるように、消費者施策の推進に取り組んできました。

また、消費者教育の推進に関する法律(平成24年12月施行。以下「消費者教育推進法」という。)の基本理念にのっとり、本県が目指す方向を県民に示すとともに、消費者教育に関する県の取組を体系的に整理し、市町や学校、消費者団体などの様々な担い手と連携しながら、消費者教育を総合的かつ一体的に推進するため、平成28年3月に「佐賀県消費者教育推進計画」(第1次計画)を策定しました。

その後、令和2年3月に「第2次佐賀県消費者教育推進計画」(以下「第2次計画」という。)を策定し、消費者教育を推進するための様々な施策を行ってきました。

### (2) 第3次計画策定の趣旨

今回、第2次計画期間の終了に伴い、消費者を取り巻く社会情勢の変化や国の「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。)の変更並びに法令の改正等を踏まえ、引き続き、消費者教育に総合的・一体的に取り組み、自立した消費者を育成するため、第3次佐賀県消費者教育推進計画(以下「第3次計画」という。)を策定するものです。



## 2 計画の位置付け

第3次計画は、消費者教育推進法第10条第1項に基づき、国の基本方針を踏まえて、本県における消費者教育を体系的に推進していくための県の取組を定めるものです。

## 3 計画の期間

令和6年度から令和8年度までの3年間とします。

そのうえで、国の動向や県の取組の実施状況を踏まえ、社会経済情勢の変化や新たな課題に対応するため、必要に応じて見直しを行うものとしています。

## 4 計画の推進と進行管理

本計画の施策の推進にあたっては、県、県教育委員会事務局、県警察本部、市町、関係機関、関係団体（消費者、事業者）との積極的な連携を図ります。

また、「佐賀県消費生活審議会」に実施状況を報告し、施策の進行管理と評価を行いながら、その意見を基に計画の推進を図ります。

---

「佐賀県消費生活審議会」

「佐賀県消費生活審議会」は、条例に基づき、県民の消費生活の安定及び向上に関する重要な事項を調査審議させるために設置された知事の附属機関です。学識経験を有する者、消費者、事業者で構成されています。

「消費者教育」

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います。

（消費者教育推進法第2条）

「出前講座」

県民からの要請に応じて、消費者トラブルの未然防止・被害拡大防止を図ることを目的に、県内の消費生活相談員及び佐賀県金融広報委員会に委嘱された金融広報アドバイザー（以下「講師」という。）を派遣する事業をいいます。

## 第2 消費者を取り巻く現状と課題

### 1 消費者の多様化・社会情勢の変化

情報通信技術の進展等により、県民の消費生活やライフスタイルに変化がみられる一方、環境の変化に対応するため、消費者取引に係る各種法令等を改正する動きも進んでいます。

#### (1) 情報通信技術の高度化等によるライフスタイルの変化

##### ① 高齢化の進行

令和2年国勢調査によると本県の同年10月1日現在の65歳以上の高齢者の総人口に占める割合は、30.6%となっており、高齢化が進行しています(図表1)。

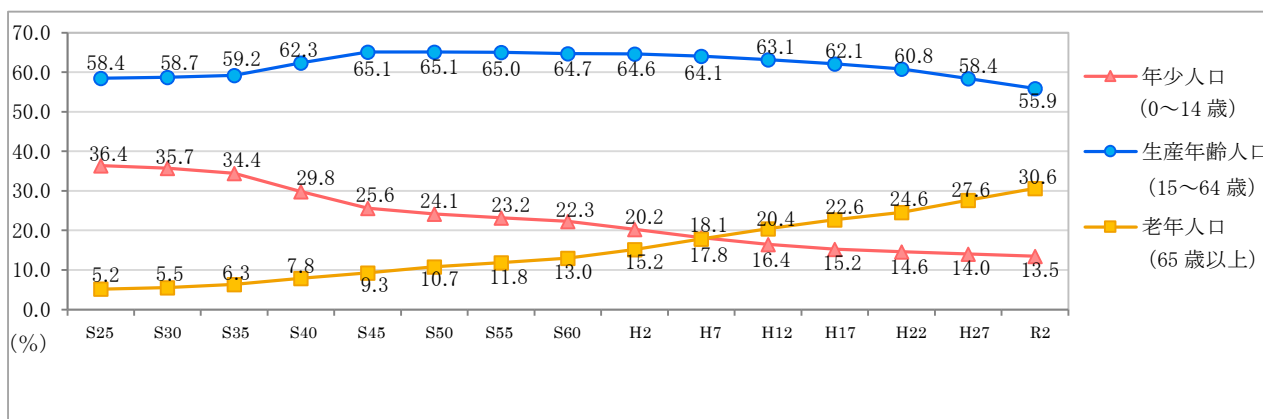
また、県内の一人暮らしの高齢者は65歳以上人口の約14.9%を占めており、今後増加が見込まれます(図表2)(図表3)。

併せて、本県の認知症高齢者数も近年増加しており、令和5年の約46,000人から令和22年には約52,000人(1.13倍)に増加することが見込まれています(図表4)。

高齢化が進展する中、認知症高齢者や判断力が低下した人が増加し、消費者被害が深刻化することが懸念されます。特に、一人暮らしの高齢者は家族や周囲の目が届きにくく、消費者トラブルに巻き込まれる可能性が高いほか、相談相手がいない場合、被害が拡大し、深刻化することが想定されます。

特に配慮を要する消費者を地域で支えるために、地域見守りネットワーク(消費者安全確保地域協議会)を構築し、消費者トラブルの未然防止と早期発見を図ることが重要です。

(図表1) 年齢(3区分)別人口割合の推移(昭和25年～)



注1) 平成27年及び令和2年については、不詳補完値による。

注2) 平成22年以前の年齢(3区分)別人口割合は、年齢「不詳」を除いて算出している

【出典】令和2年国勢調査 人口等基本集計結果 佐賀県の概要

(図表2) 世帯の種類別 65 歳以上人口の増減

	令和2年		平成27年		対前回比較 (ポイント)
	人数(人)	構成比(%)	人数(人)	構成比(%)	
総数(65歳以上人口)	246,061	100.0	229,335	100.0	-
一般世帯	224,136	91.09	209,303	91.27	△ 0.18
親族のみの世帯	186,202	75.67	176,778	77.08	△ 1.41
非親族を含む世帯	1,288	0.52	1,187	0.52	0.00
単独世帯	36,646	14.89	31,338	13.66	1.23
単独世帯(男性)	11,818	(11.41)	8,823	(9.36)	(2.05)
単独世帯(女性)	24,828	(17.43)	22,515	(16.67)	(0.76)
施設等世帯	21,925	8.91	20,032	8.73	0.18
病院・療養所の入院者	4,646	1.89	4,810	2.10	△ 0.21
社会施設の入居者	17,182	6.98	15,134	6.60	0.38

注 1) 施設等世帯の総数には、病院・療養所の入院者、社会施設の入所者以外の施設等世帯員及び「不詳」を含む。

注 2) ( )内の数値は男性、女性それぞれの65歳以上人口に占める割合及びその対前回比較。

【出典】令和2年国勢調査 人口等基本集計結果 佐賀県の概要

(図表3) 佐賀県の高齢者人口と高齢化率の長期的な推移

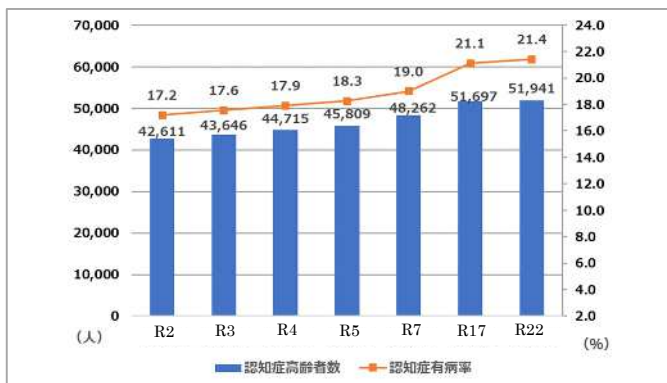


本県の高齢者(65歳以上)人口は令和7年にピークを迎え、その後減少に転じる見込みです。

一方、後期高齢者(75歳以上)の人口は、令和17年まで増加する見込みです。

【出典】第8期さがゴールドプラン21(令和3年3月)

(図表4) 佐賀県の認知症高齢者数の推移(推計)



今後全国において、認知症高齢者は、令和7年には約700万人前後になり、高齢者の約5人に1人になると見込まれています(平成27年1月厚生労働省推計)。

本県でも、認知症高齢者(推計)は、令和2年の約43,000人から令和7年には約48,000人(1.12倍)、令和22年には約52,000人(1.21倍)に増加することが見込まれます。

【出典】第8期さがゴールドプラン21(令和3年3月)

## ② デジタル化の進展

近年、情報通信技術の高度化や新型コロナウイルス感染症拡大を契機に、人々の行動様式や価値観が劇的に変化し、インターネット通販やキャッシュレス化などのデジタル化が加速しています【資料 2-4】。

消費者にとって選択の幅が広がるなど利益の増進につながる一方で、商品やサービスの取引形態や消費形態の多様化・複雑化、決済手段の高度化・多様化等に伴い、新たな消費者被害の発生や消費生活相談の内容も多様化・複雑化することが予想されます。

### (2) 消費者関係法令を巡る法改正の動き

民法改正により、令和 4 年 4 月から成年年齢が 20 歳から 18 歳に引き下げられました。それまでは、20 歳未満の若者には未成年者取消権が認められており、未成年者が保護者の同意を得ずに行った契約は、原則取り消すことができたが、改正法が施行されて以降は、18 歳、19 歳の者は取消権が行使できなくなったため、若者の消費者トラブルの増加が懸念されています。

併せて、特定商取引法を改正する法律が令和 3 年 6 月 9 日に成立し、同月 16 日に公布されました。こちらは順次施行されており、令和 3 年 7 月 6 日からは、売買契約に基づかないで一方的に商品を送り付けられた場合は、直ちに処分することができるようになりました。また、令和 4 年 6 月 1 日からは、書面だけでなく電子メールやファックスなどの電磁的記録によりクーリング・オフが可能になりました。その他にも、インターネット通信販売において、近年急増している詐欺的な広告表示による定期購入被害の救済を図るため、申込内容の確認画面の表示が不十分なことにより、消費者が誤認して商品等を購入した場合は、契約を取り消すことができるようになりました。令和 5 年 6 月 1 日の施行では、事業者が交付しなければならない契約書等は、消費者の承諾を得て、電磁的方法で行うことが可能になりました。契約書面の電子化は、利便性の向上につながる一方で、リスク・課題が発生しやすいという懸念があります。

また、靈感商法等の問題に対する社会的な要請の高まりを受け、令和 4 年 12 月 10 日に消費者契約法及び独立行政法人国民生活センター法が一部改正されるとともに、「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律」が成立し、靈感商法等による被害を生じさせないための法制度が整備されました。



## 2 消費者教育を巡る国内外の動向

### (1) 消費者教育の推進に関する基本的な方針の変更

基本方針の策定から5年が経過したことから、その間の消費生活を取り巻く環境変化等を踏まえ、基本方針の変更(令和5年3月)について閣議決定されました。

変更後の基本方針では、「教えられる」だけでなく、消費者による自ら及び相互に「学ぶ」「考える」「行動する」ことの促進、多様な消費者の特性を踏まえたきめ細やかな対応、デジタル化への対応、消費者市民社会の一員としての行動の促進を基本的視点とした消費者教育の推進が示されました。

### (2) 学習指導要領における消費者教育の充実

令和2年度より順次実施されている小学校、中学校、高等学校及び特別支援学校の学習指導要領では、未来社会を切り拓くために必要な資質・能力を子供たちに確実に育成することを目指し、全ての教科等において育成を目指す資質・能力を「知識及び技能」「思考力、判断力、表現力等」「学びに向かう力、人間性等」の三つの柱で整理し、バランスよく育むことを目指しています。

消費者教育に関する内容が充実し、自立した消費者を育むため、売買契約の基礎(小学校:家庭、社会)、計画的な金銭管理や消費者被害への対応(中学校:技術・家庭)、多様な契約、消費者の権利と責任、消費者保護の仕組み(高等学校:公民(公共)、家庭)、生活に必要なものの選択や扱い方(特別支援学校:職業・家庭、社会)など、契約の重要性や消費者の権利と責任などについて学習します。

### (3) 持続可能な生産・消費形態の確保(SDGs)

平成27年9月、「国連持続可能な開発サミット」において「持続可能な開発目標(SDGs)」を中核とする「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択されました。採択された17の開発目標(SDGs)※1の12番目には「つくる責任 つかう責任」が掲げられ、令和12年(2030年)までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たり食料廃棄量の半減や、人々があらゆる場所において、持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにすることなどが盛り込まれています。

これを受け、国は基本方針において、持続可能な生産・消費体制の確保のための「エシカル(倫理的)消費」※2を盛り込むとともに、平成29年4月、「倫理的消費」調査研究会取りまとめ～あなたの消費が世界の未来を変える～を公表しています。

取りまとめでは、SDGsにおけるエシカル消費の意義、必要性等を示しつつ、求められる方向性として、国民全体による幅広い議論を喚起しながら、幼少期からの学校教育の中でエシカル消費を取り上げ、意識を醸成していくなどにより、特に若年層の主体

的な参画を促すことや、事業者による消費者とのコミュニケーションの促進のための仕組みづくり(消費者志向自主宣言等)などが提言されています。

被災地応援消費や寄付付き消費、クラウドファンディング、フェアトレードなど、消費行動を通じた環境問題や社会問題等への貢献活動が芽生えつつあり、「消費者市民社会」※3が目指す方向性の一つと位置付けられます。

本県においては、令和3年3月に「佐賀県食育・食品ロス削減推進計画」を策定し、食品ロスを意識して食品ロスの削減に取り組む人の割合を増やすことを目標に、様々な施策に取り組んでいるところです。

### ※1「17の開発目標(SDGs)」

- ① 貧困をなくそう
- ② 飢餓をゼロに
- ③ 全ての人に健康と福祉を
- ④ 質の高い教育をみんなに
- ⑤ ジェンダー平等を実現しよう
- ⑥ 安全な水とトイレを世界中に
- ⑦ エネルギーをみんなにそしてクリーンに
- ⑧ 働きがいも経済成長を
- ⑨ 産業と技術革新の基盤をつくろう
- ⑩ 人や国の不平等をなくそう
- ⑪ 住み続けられるまちづくりを
- ⑫ つくる責任 つかう責任
- ⑬ 気候変動に具体的な対策を
- ⑭ 海の豊かさを守ろう
- ⑮ 陸の豊かさも守ろう
- ⑯ 平和と公正をすべての人に
- ⑰ パートナリーシップで目標を達成しよう



(SDGs ロゴ) 出典：国連広報センター

### ※2「エシカル(倫理的)消費」

消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費活動を行うこと。

### ※3「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ことをいう(消費者教育推進法第2条第2項)。

### 3 佐賀県の現状・課題

#### (1) 消費生活相談状況【資料1】

県内の消費生活相談窓口寄せられた相談件数は、全国的に架空請求が急増した平成16年度(約15,000件)をピークに年々減少してきており、令和4年度は約7,400件となりました。最近の相談内容から見る本県の現状・課題は、以下のとおりです。

##### ① インターネットを介したトラブルが増えている



デジタル化の進展により、インターネットを介した取引に関するトラブル(健康食品や化粧品等の定期購入、副業サイト、個人間取引、SNSによる不当架空請求、等)に関する相談は、増加傾向にあります。

特に定期購入に関する相談は、平成30年度以降大幅に増加しており、令和4年度の相談件数は、平成30年度と比較して約3倍となっています。令和4年6月1日から詐欺的な広告表示による定期購入被害の救済を図るため、特定商取引法が改正されたにも関わらず、依然として相談件数は高止まりしている状況です(図表5)(図表6)。

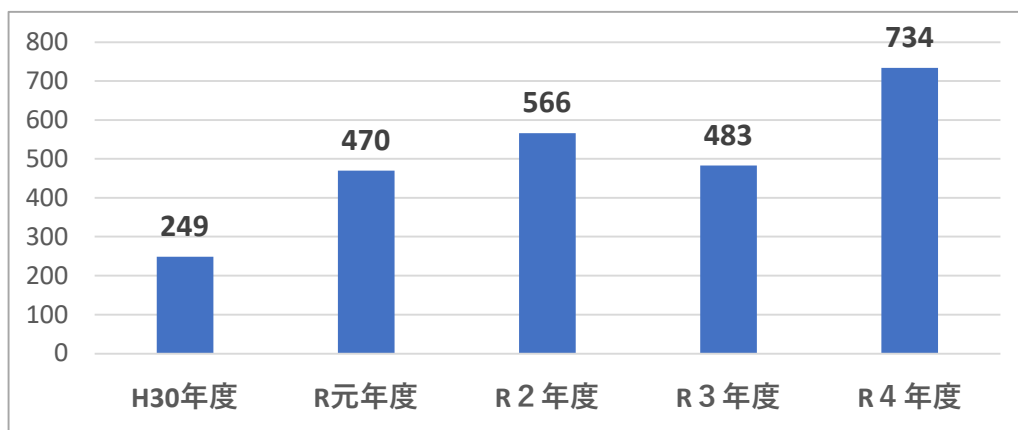
SNSをきっかけとした消費生活相談についても近年増加傾向にあり、特に20代から50代の相談が大半(令和4年度75.9%)を占めます(図表7)(図表8)。

今後デジタル化が更に進展する中で、県民が被害に遭わないようにするため、インターネット取引に関するトラブル事例の周知や注意喚起に取り組むとともに、基本的な取引ルール等を学校現場だけでなく、ライフステージに応じて切れ目なく学ぶことができる機会を増やしていくことが必要です。

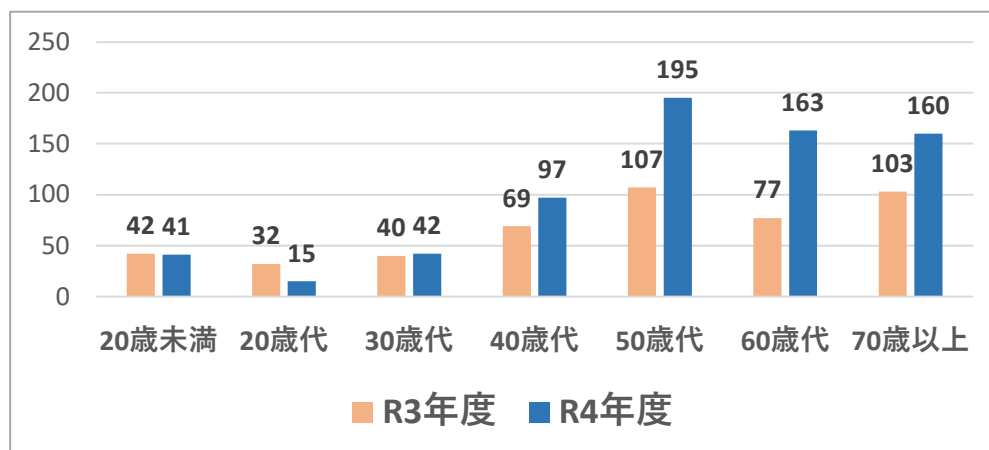
##### 【トラブル事例】

《定期購入トラブル》	《SNSでのもうけ話》
 <p>SNSで「今だけ500円」の広告を見て、「1回限り」のつもりでダイエットサプリを注文したが、3回の定期購入契約が条件だった。支払い総額が高額な為、解約したいが業者に電話が繋がらない。</p>	 <p>「必ずもうかる」というSNSの広告をきっかけに副業サイトに登録した。高額な費用を支払ったが、説明と違い全くもうからない。返金してほしいが業者と連絡が取れず、借金だけが残った。</p>

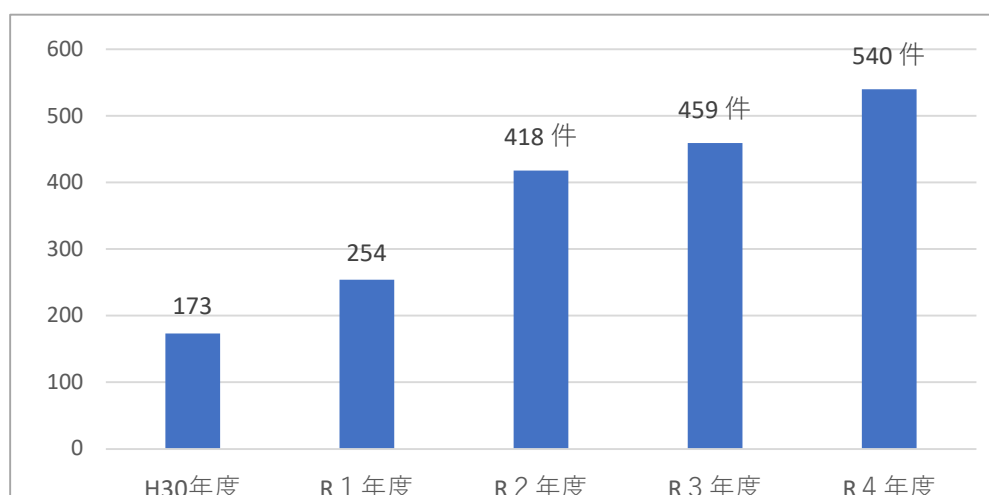
(図表5) 定期購入に関する相談件数の推移



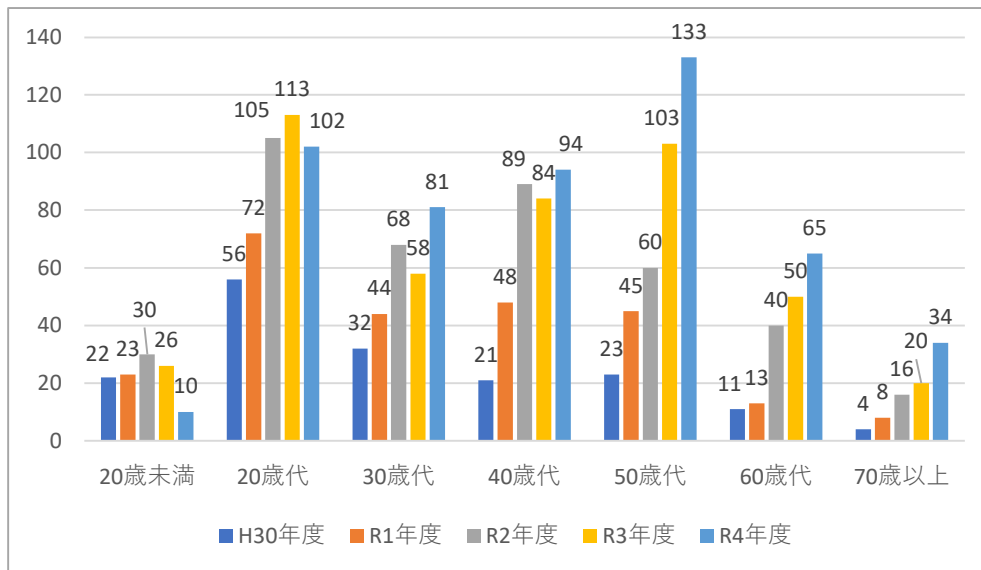
(図表6) 定期購入に関する相談件数(年代別)



(図表7) SNS をきっかけとした消費生活相談件数の推移



(図表8) SNS をきっかけとした消費生活相談件数の推移(年代別)



## ② 高齢者・障がい者等の暮らしを見守る体制づくり

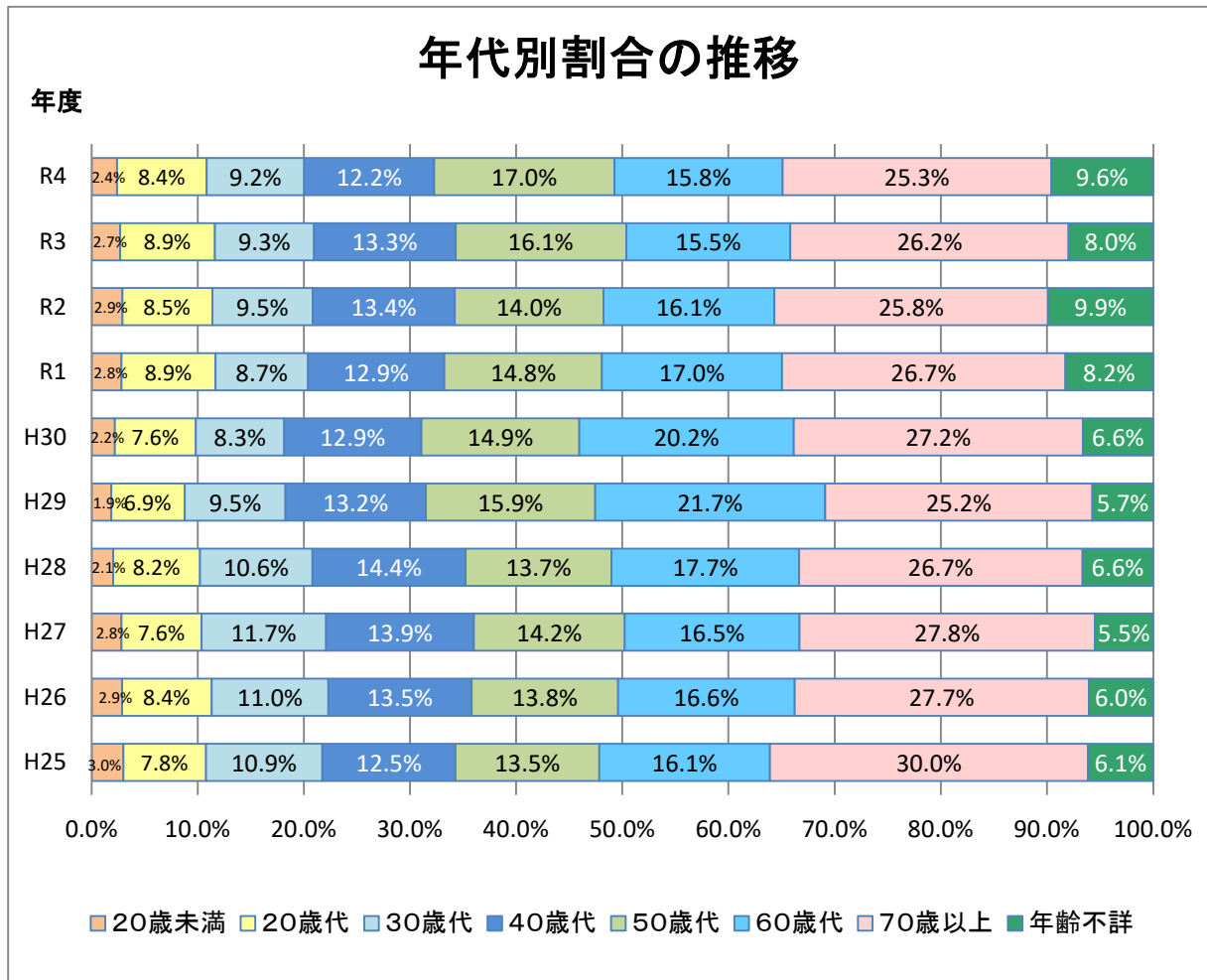
年代別にみると依然として70歳以上の相談件数が最も多く、過去10年間の推移を見ても、相談割合は常に2割を超えています(図表9)。

高齢者や障がい者等に関しては、インターネット関連の相談が近年増加しているほか、相変わらず訪問販売による押し売り商法や催眠商法等に関する相談が多数寄せられています。

高齢者を狙った悪質商法の手口やその対処法等に関して広く周知を行うなど、高齢者の消費者被害を未然に防止する取組を継続していくことが重要です。

また、高齢者や障がい者本人に自覚がない場合でも、周りの関係者(家族、知人等)からの相談が多く、消費者トラブルの未然防止や被害の拡大防止のためには、家族や周囲の気付きや働きかけが不可欠であり、福祉関係者等と連携した注意喚起や、地域で見守る体制の強化が必要です。

(図表9) 県内の消費生活相談の年代別割合の推移



県内の消費生活相談窓口への相談件数（くらしの安全安心課調べ）

### ③ 多重債務に陥らないための教育

商品サービス別にみると、多重債務やフリーローンなどの「金融・保険サービス」の相談が最も多くなっており、必要に応じて、弁護士相談による債務整理を勧めるなど、市町の福祉部署や生活困窮者自立支援事業者等へ案内を行っています（図表10）。

自立した消費生活を営むため、広く県民に対し注意を促すことはもとより、キャッシュレス社会や暗号資産といった新たな金融サービスにおける消費者教育を意識し、多重債務に陥らないための金融教育を充実させる必要があります。

(図表10)相談件数の多い商品・役務(上位10位)

	商品・役務名	R3年度	R4年度	対前年度比	備考
①	金融・保険サービス	734	744	+1.4	多重債務、フリーローン、サラ金など
②	保健衛生品	512	743	+45.1	化粧品、脱毛クリームなど
③	商品一般	692	697	+0.7	不審な電話・メールなど
④	運輸・通信サービス	643	548	▲14.8	放送コンテンツ・インターネット通信サービスなど
⑤	教養・娯楽サービス	594	535	▲9.9	ネットゲーム、出会い系サイト、音楽映像配信サイトなど
⑥	食料品	460	531	+15.4	健康食品、サプリメントなど
⑦	教養娯楽品	489	484	▲1.0	スマートフォン、パソコン本体に関する こと、電子タバコ、時計、ペットなど
⑧	被服品	315	374	+18.7	紳士・婦人服、アクセサリなど
⑨	他の役務	466	367	▲21.2	宗教、占いサイト、副業サポート、 保険申請代行サービスなど
⑩	住居品	333	357	+7.2	家具・寝具・空調・冷暖房機器など

## (2) 消費生活に関する県民アンケート【資料2】

消費生活に関する県民の意識等を把握するため、インターネットを利用して令和5年8月に「消費生活に関する県民アンケート」を実施し、県内に居住する満18歳以上の男女500人から回答を得ました。

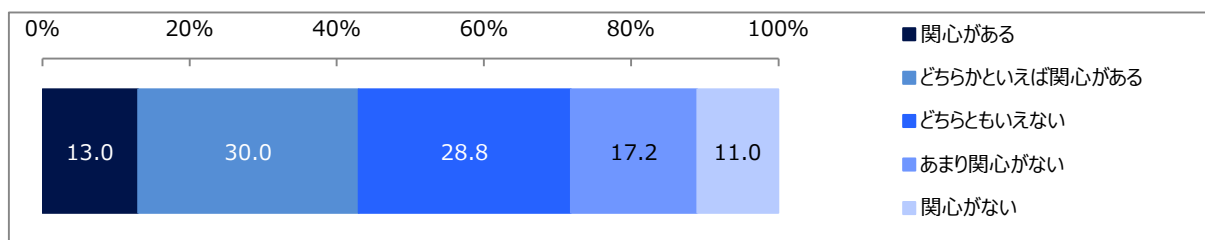
アンケート結果からみる本県の現状・課題は以下のとおりです。

### ① 消費者問題への関心度が下がっている

消費者問題への関心度について、「関心がある」「どちらかといえば関心がある」併せて43.0%となっています。前回調査(令和元年49.4%)、前々回調査(平成26年70.5%)と比較すると関心度が低下しています(図表11)。

消費者市民社会づくりに向けて、関係機関とも協力しながら、消費者問題に関する啓発活動により一層取り組むとともに、自ら学び、合理的意思決定ができる消費者を育てるため、県民の興味、関心を高めていく必要があります。

(図表11)消費者問題への関心度

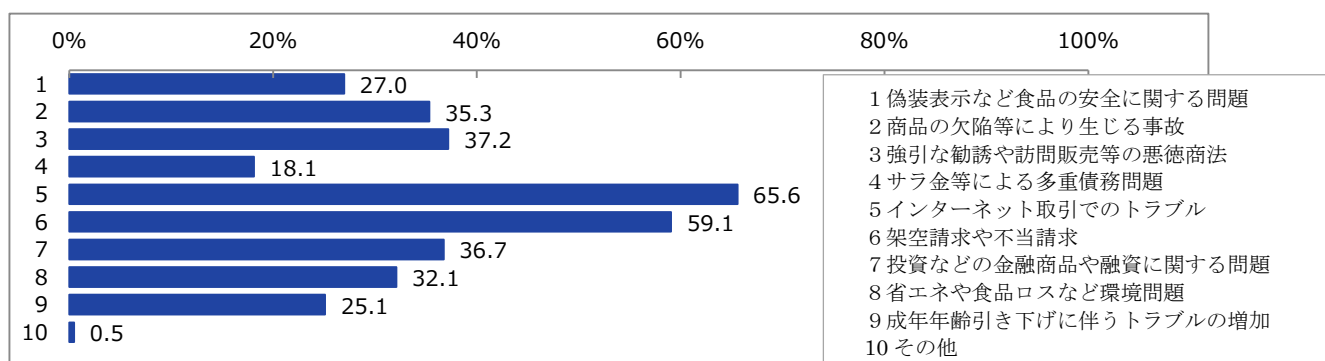


## ② インターネット取引について学ぶ機会を増やす

関心のある消費者問題について「インターネット取引でのトラブル」が一番高く(65.6%)なっています(図表 12)。

消費生活相談の状況でも、定期購入などのインターネット取引に関する相談件数が幅広い年代で顕著であるため、ライフステージに応じ、インターネットトラブルについて、あらゆる機会を捉え、学べる場を提供することが必要です。

(図表 12) 関心のある消費者問題





### ③ 金融リテラシーを身に付けるための教育を行う

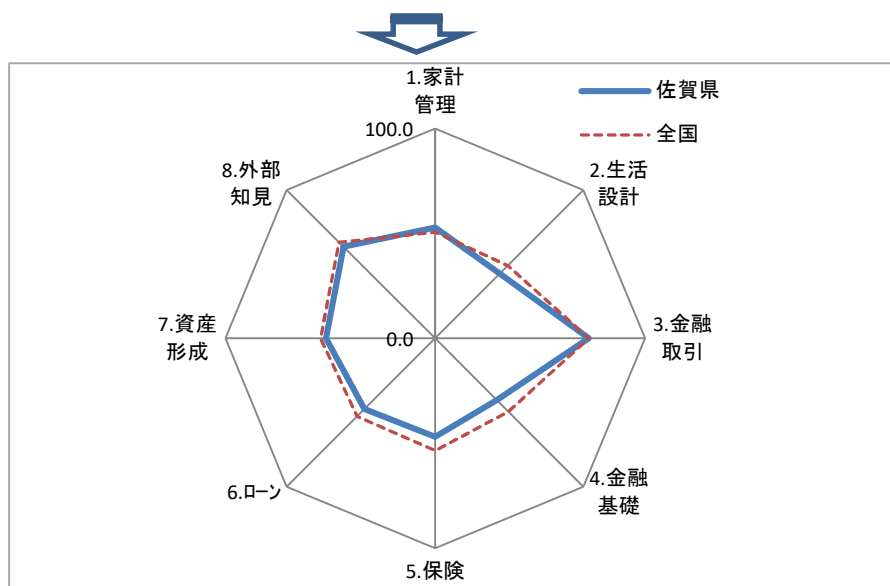
全国の18歳から79歳の個人30,000人を対象に、金融広報中央委員会が実施した「金融リテラシー調査 2022年」によると、本県の金融知識・判断力の正答率は51.5%で全国平均55.7%を下回り、全国で下から2番目の46位となっています（図表13）。

県民が自立した消費生活を営むうえで必要不可欠な金融リテラシーを身に付けることができるよう、金融経済教育についても推進する必要があります。

（図表13）佐賀県の金融知識・判断力に関する特徴（%）

金融リテラシー マップの分野	正誤 問題	正答率(%)				
		全国	九州			
			地方	佐賀県	(前回)	
家計管理	2問	50.7	49.6	52.9	(48.7)	
生活設計	2問	49.0	47.1	43.6	(47.5)	
金融知識	金融取引の基本	3問	73.3	71.8	73.2	(70.9)
	金融・経済の基礎	6問	49.3	46.2	41.6	(44.2)
	保険	3問	53.4	51.7	46.8	(52.8)
	ローン等	3問	52.5	49.6	47.7	(49.7)
	資産形成	3問	54.7	52.4	52.1	(52.4)
外部の知見活用	3問	64.8	62.9	61.7	(60.8)	
<b>合計</b>	<b>25問</b>	<b>55.7</b>	<b>53.4</b>	<b>51.5</b>	<b>(52.7)</b>	

正答率は、47都道府県中、46番目



【出典】金融リテラシー調査 2022年

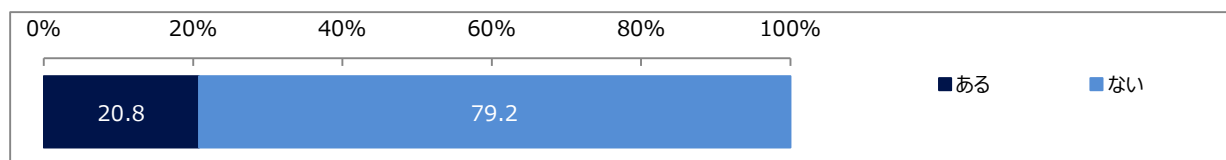
#### ④ 事業者や事業者団体等への働きかけ

消費者教育を受けた経験があると答えたのは20.8%（前回20.4%）となり、前回との調査からほぼ変わりはありませんでした（図表14）。

年代別にみると、10代（58.3%）を除いた他の年代は、全体平均20.8%を下回っています（図表15）。

20代以上は総じて、消費者教育を受けた経験のある人の割合が少ないことから、関係機関と連携しながら、今後とも学校や地域社会での消費者教育に取り組むほか、学ぶ機会が特に少ない現役世代に向けた教育を展開していくため、講師派遣を行うなど、県内事業者等への支援を強化することが必要です。

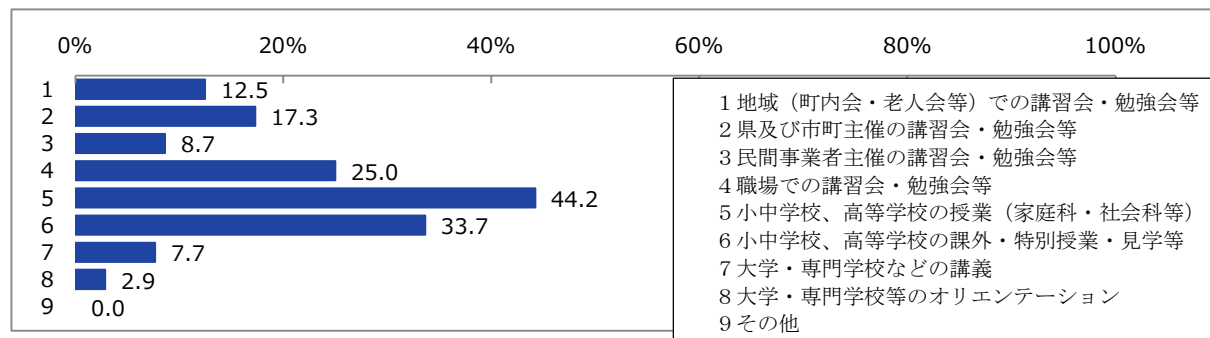
（図表14）消費者教育の経験の有無



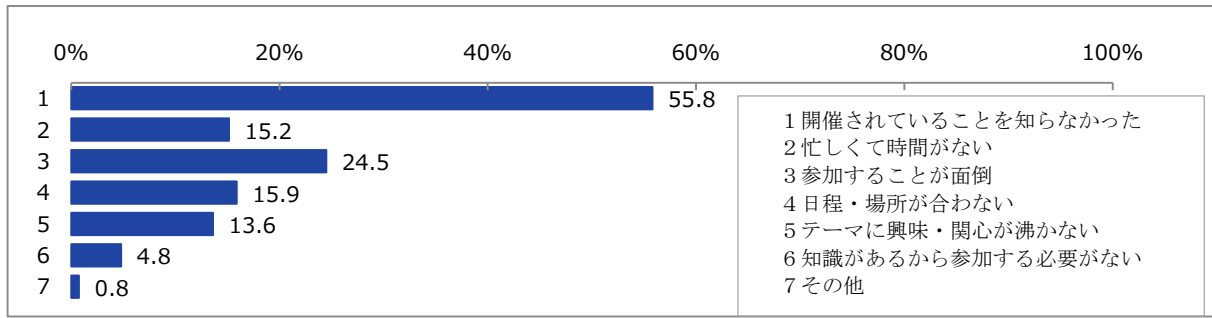
（図表15）年齢別・消費者教育の経験の有無

		n	ある	ない
全体		500	20.8	79.2
性別	男性	250	21.6	78.4
	女性	250	20.0	80.0
年代	10代	84	58.3	41.7
	20代	79	16.5	83.5
	30代	89	14.6	85.4
	40代	84	16.7	83.3
	50代	82	3.7	96.3
	60代以上	82	14.6	85.4

（図表16）消費者教育に参加した機会



(図表 17) 消費者教育に参加したことが無い理由



⑤ 若年者に対し、継続的な消費者教育が必要

本県では、成年年齢の引き下げに関する周知を重点的に行っていたこともあり、成年年齢引き下げについては、「聞いたことがあるが、内容について詳しくは知らない」「聞いたことがあり、内容についても理解している」人の割合は 90.6% (前回 77.0%) となり、前回の調査から 13.6 ポイント増加しました (図表 18)。

一方で、未成年者取消権については、「聞いたことがあるが、内容について詳しくは知らない」「聞いたことがない (知らない)」人の割合は 73.4% (前回 74.4%) と、未だに理解度が低いのが現状です (図表 19)。

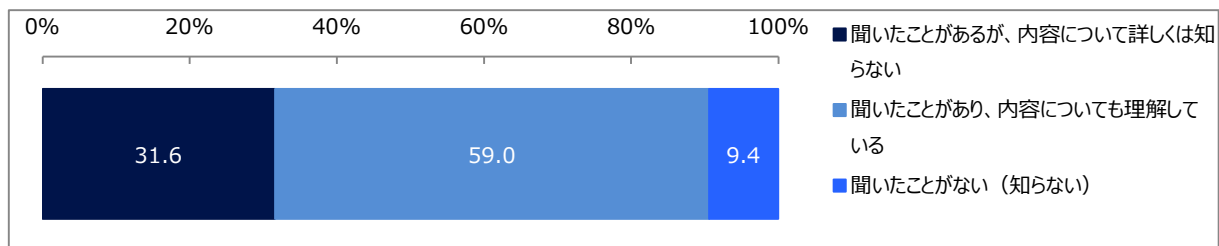
若年者が、知識や経験不足により、社会に参画する入り口の段階で深刻な消費トラブルに遭わないよう、成年年齢を迎えるまでの早い段階から、実践的な消費者教育の機会を切れ目なく継続的に続けることが重要です。

また、SDGsやエシカル消費に関する理解度については、「聞いたことがあるが、内容について詳しくは知らない」人の割合は 50.0%、「聞いたことがあり、内容についても理解している」人の割合は 28.6% となっています (図表 20)。

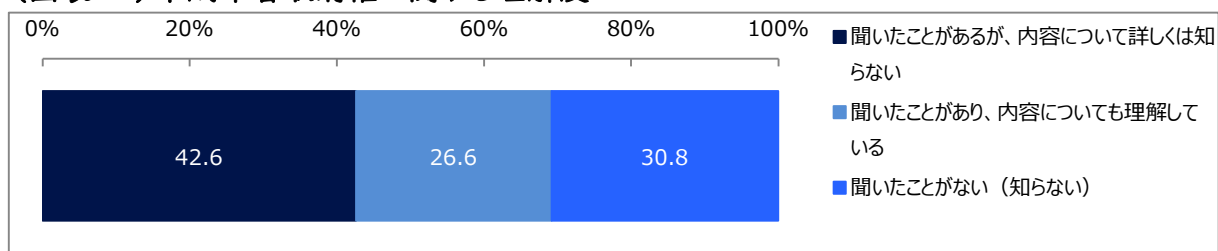
SDGsやエシカル消費に関しては、「聞いたことがあるが、内容について詳しくは知らない」層は半数であり、知識として根付いている段階とはいえません。

将来を担う若年者を中心として持続可能な社会の形成のため、自らが意識を持ち行動する消費者の育成を目指し、今後も一層の取組を推進することが重要です。

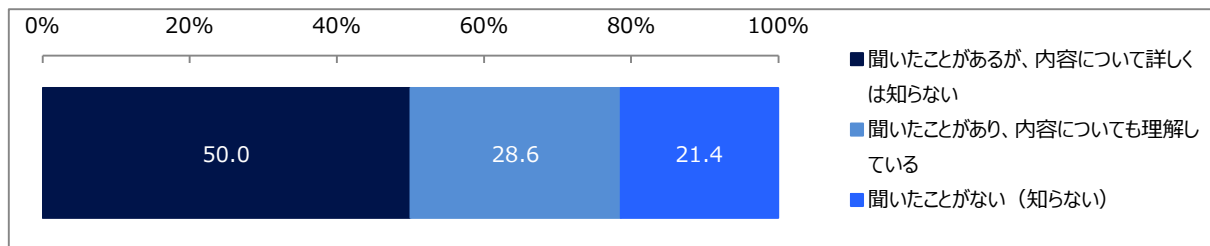
(図表 18) 成年年齢引下げに関する理解度



(図表19) 未成年者取消権に関する理解度



(図表20) SDGsやエシカル消費に関する理解度



### (3) 第2次計画の取組状況【資料3】

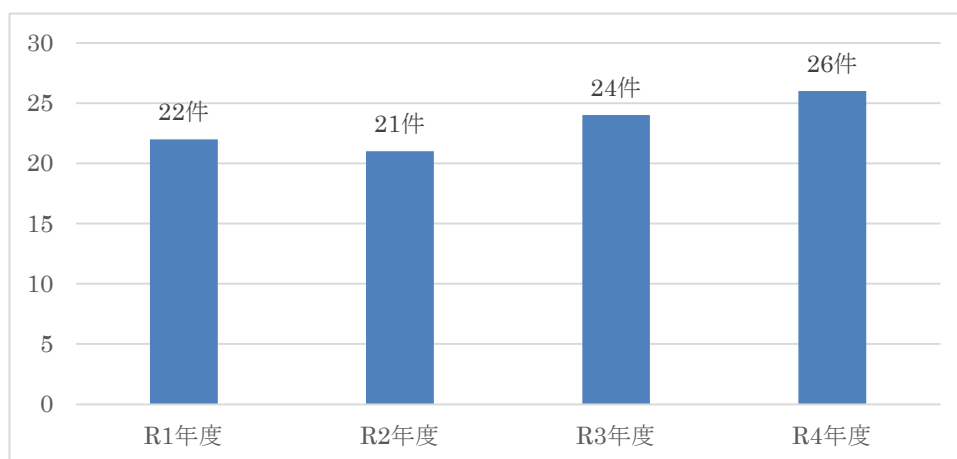
第3次計画を策定するに当たり、第2次計画の取組状況を検証しました。その主な結果及び要因を以下のとおり整理します。

#### ① 高校生等を対象とした出前講座の実施件数が目標の5割程度

→新型コロナウイルス感染症の拡大により、一時減少した年度もありましたが、徐々に増加しています(図表21)。

→成年年齢引下げに伴い、来年度の授業計画を検討する段階で学校に対して「出前講座」の周知を行い、コロナ前の件数に達したものの、出前講座の活用についてさらに働きかける必要があります。

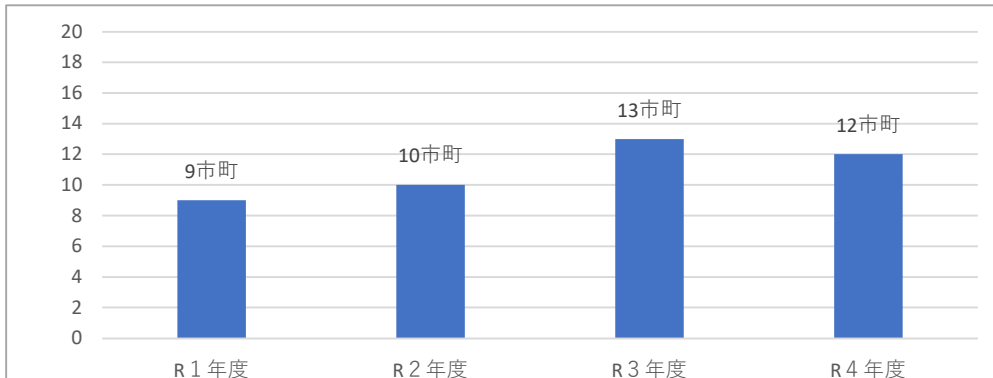
(図表21) 高校生等を対象とした出前講座の件数



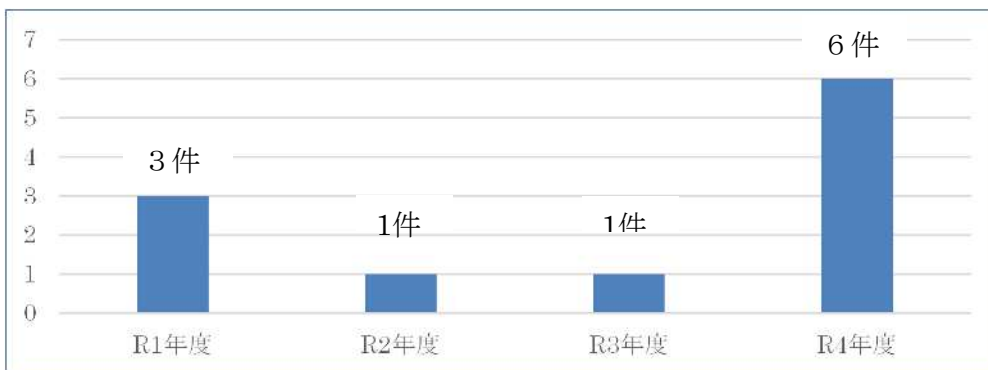
② 大学・専門学校等に対する取り組みが不十分

→県内市町に対して、成人式における消費者教育・啓発の実施に関する依頼を行っていますが、若者が多く集まる機会を捉えた啓発が十分に行われていません(図表 22)。  
 →消費者教育コーディネーターが大学等へ訪問し「出前講座」の周知を行ったため、大学・専門学校等への講師の派遣件数は増加していますが、目標 8 件に達していません。さらに大学等へ出前講座の活用を働きかける必要があります(図表 23)。

(図表 22) 成人式での啓発を行う市町数



(図表 23) 大学・専門学校等への講師の派遣数



③ 地域見守りネットワークの設置市町数は増加

→県内市町に対して地域見守りネットワークの設置促進のための訪問を行うとともに、設置に向けた課題解決のための情報を共有する「見守りネットワーク研修会」を開催したことにより、設置市町数が増加しました。今後も全市町で地域見守りネットワークが設置されるよう市町へ働きかけるとともに、研修の充実を図る必要があります(図表 24)。

(図表 24) 地域見守りネットワークの構築市町数

	R1年度	R2年度	R3年度	R4年度
設置市町数	0	3	1	3
累計市町数	0	3	4	7

#### ④ 職域における消費者教育の支援が図れていない

佐賀県産業教育振興会が実施している産学懇談会（高校進路担当者と県内企業との懇親会）が開催されたため、令和４年度は71件の事業所に対して出前講座の周知をすることができました。しかし、実際に講師の派遣に結びつくことは少なかったため、事業所への働きかけを強化する必要があります。

#### (4) 第3次計画の取組方針

検証結果を踏まえ、第3次計画では、次のとおり5つの方針で取組を推進していきます。

- ① 県消費生活センターに消費者教育に係る教材・人材・情報等を集約し、提供、発信する拠点として位置付けて、その取組をより一層強化します。
- ② 成年年齢の引下げを踏まえつつ、教育委員会との連携のもと、学校へ講師の派遣等を行い、引き続き充実した消費者教育が行われるよう努めます。
- ③ 大学等においては、消費者被害を未然に防止するための知識を共有するほか、若者が主体的に消費者教育・啓発に取り組む活動を支援し、学生を中心とした次世代の担い手育成を図ります。
- ④ 地域見守りネットワーク未設置市町に対して、地域の実情に応じて、引き続き設置促進のための働きかけを実施していきます。
- ⑤ 現役世代は消費者教育を受ける機会がほとんどないため、消費者教育の必要性を紹介するとともに、講師を派遣するなどして、事業者の消費者教育の実施を支援します。

この他、費用対効果等を勘案し、事業の廃止/縮小/拡充等の見直しを行います。

### 第3 消費者教育推進の基本的な方向

#### 1 育むべき消費者像

令和5年3月に策定された国の基本方針では、「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であり、国・地方、行政・民間、消費者、事業者などの幅広い主体を担い手として、担い手を支援し、育成し、情報を共有し、連携を図って、効果的・実践的に消費者教育に係る施策を進めていかなければならない」とされています。

消費者教育の対象領域を次のとおり4つに分類し、それぞれの領域で消費者教育が育まれるよう推進することとされています。

#### <消費者教育の対象領域の分類と育むべき目標>

消費者市民社会の構築に関する領域	<p>ア 自らの消費が環境、経済、社会及び文化等の幅広い分野において、他者に影響を及ぼし得るものであることを理解し、適切な商品やサービスを選択できる力</p> <p>イ 持続可能な社会の必要性に気づき、その実現に向けて多くの人々と協力して取り組むことができる力</p> <p>ウ 消費者が、個々の消費者の特性や消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、主体的に社会参画することの重要性を理解し、他者と協働して消費生活に関連する諸課題の解決のために行動できる力</p>
商品等やサービスの安全に関する領域	<p>ア 商品等やサービスの情報収集に努め、内在する危険を予見し、安全性に関する表示等を確認し、危険を回避できる力</p> <p>イ 商品等やサービスによる事故・危害が生じた際に、事業者に対して補償や改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力</p>
生活の管理と契約に関する領域	<p>ア 適切な情報収集と選択による、将来を見通した意思決定に基づき、自らの生活の管理と健全な家計運営をすることができる力</p> <p>イ 契約締結による権利や義務を明確に理解でき、違法・不公正な取引や勧誘に気づき、トラブルの回避や事業者等に対して補償、改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力</p>
情報とメディアに関する領域	<p>ア 高度情報化社会における情報や通信技術の重要性を理解し、情報の収集・発信により消費生活の向上や消費者市民社会の構築に役立てることができる力</p> <p>イ デジタルサービスの仕組みやリスクを理解し、また、情報、メディアを批判的に吟味して適切な行動をとるとともに、個人情報管理や知的財産保護等、様々な情報を読み解く力を身に付け、活用できる力</p>

このことを踏まえ、本県では、以下のような消費者の育成を目指します。

### 【育むべき消費者像】

- ① 自ら進んで学び、合理的に意思決定ができる消費者
- ② 持続可能な社会の形成のため、自ら意識し行動できる消費者

## 2 体系的推進のための取組の方向

県では、国の基本方針と、本県における消費者を取り巻く現状と課題を踏まえ、消費者教育を体系的・継続的に推進するための取組の方向を次のとおり定め、施策を展開していきます。

### (1) ライフステージに応じた切れ目のない学びの機会の提供

消費生活に関する基本的な知識や批判的思考力を身に付けられるよう、幼児期から高齢期までのライフステージごとに、様々な教育の場（学校、地域、家庭、職域等）で切れ目のない学びの機会を提供し、その情報を家族や周囲と共有できるよう促します。

国が示す「消費者の体系イメージマップ」を活用するとともに、消費者教育の実践においては、「育むべき消費者像」を意識しながら取り組みます。

### (2) 消費者の多様な特性に応じたアプローチ

消費者のそれぞれの特性（年齢、性別、障がいの有無、消費生活に関する知識の量、デジタル機器の利用状況等）に配慮し、対象に応じた消費者教育を推進します。

また、高齢者や障がい者等に対しては、生活支援が必要なため、その支援者（家族、福祉・介護従事者、就労支援従事者、民生委員等）に対し消費者被害の未然防止や消費者教育に関する啓発・情報提供を行います。

### (3) デジタル化に対応した消費者教育の推進

新型コロナウイルス感染症の感染拡大を契機に、人々の価値観や行動様式が劇的に変化し、日常生活において、キャッシュレス化などのデジタル化が加速しています。今後、デジタルサービスの高度化・複雑化がますます進んでいくことから、消費者トラブルから自らを守るための知識（デジタルサービスの仕組みやリスクの理解等）を身に付けるための消費者教育を推進します。



#### (4) SDGsを踏まえた取組

国際社会全体の目標でもある「持続可能な開発目標（SDGs）」については、持続可能な世界を実現するための 17 のゴール・169 のターゲットから構成され、地球上の「誰一人取り残さない」ことを誓っています。

SDGsのうち「持続可能な生産・消費体制を確保する」目標を踏まえ、エシカル消費の意義、必要性について理解を深める取組みを進めるとともに、特に若年層については、その担い手人材の育成に取り組めます。

また、事業者に対し、消費者志向経営に係る理解、認識を高めていきます。

この他、関連する SDGs として、「歩くライフスタイル」などの取組を通じた環境教育、食育、食品ロス削減の取組、国際理解教育等を担う部局等との連携により、お互いに情報を共有しながら消費者教育を推進します。

#### (5) 各主体との連携・協働

##### ① 市町との連携・協働

県内各地域における消費者教育を推進するため、市町と連携しながら取組み、状況に応じて情報共有や助言など必要な支援を行います。

##### ② 消費者行政と教育行政の緊密な連携・協働

児童・生徒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、消費者行政担当部局と教育行政を担う県教育委員会事務局が連携して消費者教育を推進するとともに、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。

##### ③ 消費者団体、事業者・事業者団体等との連携・協働

様々な機会を捉えて消費者教育を実践するため、消費者行政担当部局及び県消費生活センターが中心となり、消費者団体や事業者・事業者団体等の自主性を尊重しつつ、活動を支援し、きめ細やかな消費者教育を推進します。

また、金融広報委員会は、県民の金融リテラシー（金融に関する知識・判断力）の向上のため、金融・経済に関する情報提供を中心に広報、研究活動を展開しています。

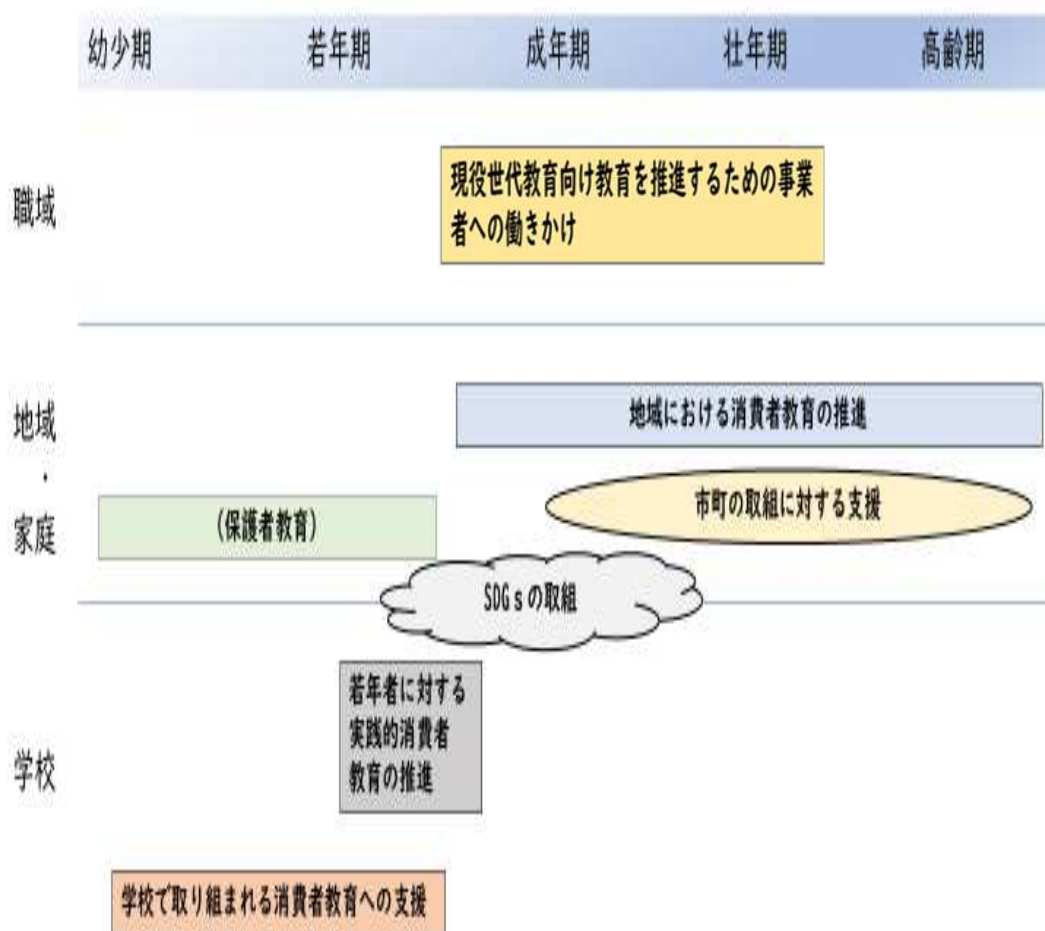
学校現場や地域において、金融・金銭に関する基本的な知識を身に付けさせることは、自立した消費生活を営むために必要不可欠であることから、金融広報委員会の取組を活用しながら、実践的な消費者教育を推進します。

### 3 重点的に取り組む項目

今後、消費者教育を体系的・継続的に推進していくため、これまで述べてきた「消費者の多様化・社会情勢の変化」や「消費者教育を巡る国内外の動向」並びに「佐賀県の現状・課題」を踏まえ、第3次計画においては、以下のとおり重点的に取り組めます。

## (1) ライフステージに応じた切れ目のない消費者教育の推進

県民一人一人が「自立した消費者」として、自ら進んで消費生活に関する必要な知識及び判断力を修得し、自主的かつ合理的に行動することができるよう、多様な主体と連携しながら、幼児期から高齢期までの各段階（ライフステージ）に応じた様々な場を活用して、切れ目のない体系的かつ効果的な消費者教育を推進します。



## **(2) 高齢者等のくらしを見守る体制づくり**

単身世帯や単身高齢者の増加により孤独・孤立が顕在化するなか、認知症高齢者や障がい者など「特に配慮を要する消費者」を家族だけでなく地域で支えることが求められています。

消費生活を営むうえで、特に配慮を要する消費者を見守る方（家族、福祉・介護従事者、就労支援従事者、民生委員等）に対して、消費者被害の未然防止や消費者教育に関する啓発・情報提供を行います。

また、各地域の実情に応じた地域見守りネットワークの構築や構築後の支援を行います。

## **(3) 消費者教育の人材(担い手)の育成**

学校、地域、家庭、職域その他の様々な場における消費者教育を推進していくため、消費者教育の担い手となる人材の育成を進めていきます。

## 第4 消費者教育推進の施策の柱

### 1 ライフステージに応じた切れ目のない消費者教育の推進

#### (1) 幼稚園等、小学校・中学校・高等学校・特別支援学校

##### ① 幼少期における消費者教育の支援

食育や環境教育とも連携しながら、教材に関する情報や教材の提供を行うとともに、乳幼児の事故及び事故防止に関する情報の提供、危険な場所、危険な遊び方等をしないことの教育を支援します。

##### ② 消費者教育に取り組む学校への支援

成年年齢の引下げを踏まえつつ、学習指導要領に基づき消費者教育に取り組む学校（小学校、中学校、高等学校、特別支援学校）に対し、教育委員会事務局と連携しながら、消費者教育コーディネーターの有効な活用を促すとともに、講師の派遣や ICT 活用教育（教育 DX※4）を踏まえた消費者教育教材や最新情報の提供等に取り組みます。

また、悪質商法やインターネットトラブルなどの消費生活問題等についての講座を児童・生徒の発達段階に応じて、学校等と連携して実施します。

加えて、社会経験の少ない高校生は、事業者の巧みな誘い文句を安易に信用したり、友人等の人間関係を利用した悪質商法の被害に遭いやすい傾向があるため、在学中に高等学校や特別支援学校へ講師を派遣し、消費者トラブルに関する事例や対処法を紹介する講座を実施します。

#### 【数値目標】

指標	現況値（令和4年度）	目標値（令和8年度）
高等学校等への出前講座	26件	56件

##### ③ 金融・金銭教育の推進

金融リテラシー（金融に関する知識・判断力）は自立した消費生活を営むうえで必要不可欠であり、消費者教育の重要な要素であることから、金融広報委員会と連携した消費者教育を推進します。

---

#### ※4「教育 DX」

デジタル技術を活用して子ども主体の教育を実現するとともに、教職員の業務や組織、プロセス、学校文化を革新し、時代に対応した教育を確立すること。

## (2) 大学・専門学校等

大学・専門学校等の学生が成年に達していることを踏まえ、自立した社会人としての消費者教育を支援します。

社会経験の浅い学生に対し、不安をあらかじめ契約させる商法（就職セミナー商法、靈感商法、）、マルチ商法、安易な儲け話やインターネットトラブルなどの消費生活問題等についての講座を大学等と連携して実施します。

### ① SDGsやエシカル消費教育の推進

人や社会、環境に配慮したものやサービスを選んで消費するエシカル消費は、生活の中で着実に浸透し、認知度は高まりつつあるものの、理解度はまだ低いため、家庭や地域、職域など様々な場で、エシカル消費に対する意識の啓発や実践力を高めるため、大学生等を対象にSDGsやエシカル消費に関するセミナー等を開催します。

### ② 学生消費者教育推進リーダーの養成

若者の消費者被害防止対策の充実を図るため、若者目線に立った啓発活動を展開し、被害に遭わないための知識やSDGs（エシカル消費）を啓発・普及させるため、活動の核となる学生消費者教育推進リーダーを養成し、効果的な啓発手法を開発、実践することにより、特に若年者向けの啓発の強化を図ります。

### ③ 大学・専門学校等に対する情報の提供等

大学等は、社会的経験の浅い学生が、安心して充実した学生生活を送るための支援が行われていますが、悪質商法等の被害や契約等のトラブルに遭う学生は少なくなく、学生の消費者被害を未然に防止するため、大学等に最新情報を提供するとともに、学校側の取組として実施される消費者問題に係る講座等については、講師の派遣や資料の提供などを行います。

また、市町と連携し、多くの若者が集まる場を利用して啓発に取り組みます。

#### 【数値目標】

指標	現況値（令和4年度）	目標値（令和8年度）
大学・専門学校等への出前講座	6件	12件

#### 【数値目標】

指標	現況値（令和4年度）	目標値（令和8年度）
成人式での啓発を行う市町数	12市町	20市町

### (3) 地域社会

#### ① 講師派遣、教材・資料・情報の提供

地域や家庭等での消費者教育の浸透を図るため、市町等と連携しながら、高齢者等を対象に実施される消費者教育に講師を派遣し、トラブル事例や被害に遭わないための取組を紹介する教材や資料、消費者トラブルに関する最新情報等を提供します。

また、PTA 活動に対しても、消費者教育に関する研修会に講師を派遣するなど、支援を行います。

#### ② 公民館等での消費者教育の実施

地域の人々に身近な学習や交流の場として利用されている公民館等に、講師を派遣して消費者教育を行うとともに、消費者教育に関する情報や消費者被害情報、リコール情報等を市町を通じて提供します。

#### 【数値目標】

指標	現況値(令和4年度)	目標値(令和8年度)
公民館等での出前講座	46 件	60 件

#### ③ 街頭キャンペーン等の展開

全県下一斉の春の街頭キャンペーンや市町等と連携した消費生活フェアなど、シーズンに合わせた啓発活動を展開し、消費者トラブルの未然防止や消費生活センターのPRを図るなど、県民の消費者意識の向上を図ります。

#### ④ 消費者団体等への支援

NPO 法人等消費者団体が行う相談員養成講座や消費者教育用の教材作成、事業者に対する申入れや差止請求の活動に対し支援を行います。

#### ⑤ 製品等の安全に関する普及啓発の実施

食品を始めとする商品・サービスに関し、安全を害するおそれがある情報を収集し、県のホームページに掲載するとともに、市町等を通じ注意喚起を行います。

### (4) 家庭

家庭においては、子どもに対して親等の保護者が、物や金銭の大切さ、生活と環境との関わり、食生活の基本やインターネットの使い方等を身に付けさせる教育が重要です。

また、インターネットやSNSの利用に関しては、子どもの方が知識や経験が豊富であるため、学校などで学んだ知識を、子どもたちが家庭での会話の中で保護者等に伝えるといった形で、知識の共有化を図ることも有効です。

保護者等が行う家庭教育を推進するため、市町やPTA等と連携しながら、啓発活動

や情報提供を行います。

【数値目標】

指標	現況値(令和4年度)	目標値(令和8年度)
PTA等への出前講座	1件	20件

① 幼児教育の推進

幼児期は、生活の場の多くが家庭であり、生活上の決まりやルールなどを覚える時期にあたることから、保護者と一緒に学ぶことが重要となります。

保護者を通して、一緒に考え、幼児がわかりやすく興味を引くような教材の作成、提供を行います。

② 教材等の提供等

消費生活センターで作成したハンドブックやパンフレットの提供を行うとともに、Webサイトで提供される、消費者教育や金融・金銭教育のサイト情報をホームページで案内します。

③ 地元紙への啓発記事掲載

地元紙が発行する小中学生向けの媒体に、お金に関する記事を月1回、掲載します。

④ 適切なインターネット利用の普及促進

青少年をインターネット利用に起因する消費者トラブルから守るとともに、SNS等への誹謗中傷、侮辱と受け止められる悪質な書き込み等を防止するため、関係機関・団体等と連携しながら、保護者や学校関係者等を対象としたインターネット利用に関する研修会等あらゆる機会を捉え、最新で具体的な事例に基づく対処方法等について情報提供を行います。

例えば、オンラインゲームで無料と思いコンテンツを利用してしまい、高額な課金を請求されることがあります。他にも、マルチ商法、情報商材、ネット通販、美容医療サービス、出会い系・アダルトサイトなどをきっかけとした消費者トラブルもあります。

消費者被害未然防止のために、保護者が青少年の発達段階に応じてフィルタリング等を適切に管理するペアレンタルコントロールの普及促進を図ります。

(5) 職域

一般に、社会に出て、生活の糧を得始めると同時に、自立的・主体的な消費生活を営むこととなりますが、学校教育の中で得た知識と社会に出てから必要となる知識は必ず

しも一致しない一方、社会に出てからの学びの場は少ないことから、事業者、事業者団体に対する情報提供や消費者教育への支援を行います。

### ① 県内事業者等への消費者教育の支援の強化

契約のルールや生活設計・管理に関する基礎知識や注意すべき消費者トラブル事例の情報提供など、現役世代に対する消費者教育の必要性等について、働きかけるとともに、講師を派遣するなど事業者等への消費者教育の実施を支援します。

また、消費者志向経営の重要性を啓発するために、研修や啓発を行います。

#### 【数値目標】

指標	現況値(令和4年度)	目標値(令和8年度)
事業所等への出前講座	3件	20件

### ② 県職員に対する消費者教育の実施

県職員としての知識の習得のため、全職員に e-ラーニングシステムを活用した消費者教育に関する研修を行います。



## 2 高齢者等の暮らしを見守る体制づくり

### ① 高齢者や障がい者を見守るネットワークづくりの支援

高齢者や障がい者の消費者被害防止に向けて、見守りの主体となる福祉関係者、消費者団体、事業者等に対して消費生活の見守り研修や情報提供を行うとともに、地域の実情に応じた地域見守りネットワーク構築や構築後の支援を行います。

地域見守りネットワークのイメージ



出典「見守りガイドブック（2020年2月消費者庁）」

#### 【見守り事例】

地域包括支援センターの職員が独居の軽度認知症高齢者宅を訪問したところ、業者が屋根工事を行っていた。

高齢者に話を聞くと2か月前くらいから工事をしているようだが、何の工事か自分でも理解していない様子だった。50万円の工事という話だが、契約書には20万円の記載があった。不審に思ったセンターの職員は、消費生活相談窓口に連絡。

高齢者、高齢者の親族、センターの職員、消費生活相談員、業者が同席し面談を実施。

判断力に欠ける者に対する契約であったと業者側が認め、契約解除となった。

#### 【数値目標】

指標(累計)	現況値(令和4年度)	目標値(令和8年度)
地域見守りネットワークの構築	7市町	20市町

## ② 民生委員や事業所で介護等に従事する職員等への情報提供

地域福祉の担い手である民生委員や介護サービス事業所等で高齢者の介護に従事する職員、障がい者を支える事業所職員等に対して、県が行う「見守りネットワーク研修会」などあらゆる機会を通じて、消費者被害の未然防止と拡大防止のための情報提供、啓発を行います。

## 3 消費者教育の人材(担い手)の育成

### ① 小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等における教職員

教職員には、消費者教育の推進役としての役割が期待されています。

各学校において、学習指導要領に基づいた消費者教育を実践し、学んだ知識を日常生活で活用できる資質・能力を育み、自ら考え行動できる自立した消費者を育成するために教職員の消費者教育に関するスキルアップを支援します。

消費者教育を担う教員を対象に、消費者教育について研修する機会を設けるとともに、国民生活センター等で実施される教職員向け研修会について、情報提供を行います。

#### 【数値目標】

指標	現況値(令和4年度)	目標値(令和8年度)
教職員を対象とした出前講座	1件	3件以上

### ② 消費者団体・NPO等

地域全体の消費者問題への対応力向上を図るため、県内で消費者問題に関する広報啓発等の自主的な取組を行う市民社会組織(特定非営利活動法人、市民活動・ボランティア団体等)を支援します。

消費者教育・啓発講座等の実施、啓発用資料の作成等を行い、消費生活相談員等の資格取得講座を実施する団体を支援します。

また、消費者の安全で安心な消費生活の実現に資する事業を実施する適格消費者団体等の活動を支援します。

#### 【数値目標】

指標(累計)	現況値(令和4年度)	目標値(令和8年度)
消費生活相談員資格取得者	5人	20人

### ③ 事業者・事業者団体等

事業者には、消費者と共創・協働して社会的価値を向上させる経営として「消費者志向経営」が求められています。消費者志向経営は、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事業活動を行うことを柱の一つとして位置付けており、持続可能な開発目標（SDGs）とも関連するものです。

このため、事業者・事業者団体等に対して消費生活関連の情報提供・啓発をしていきます。

### ④ 担い手育成拠点としての消費生活センター

県消費生活センターを消費者教育の担い手を育成する拠点として位置付け、学校教育を支援し、地域や職域での消費者教育の推進・活性化を図ります。

また、情報通信技術の進化等による社会情勢の変化に対応できるよう、様々な消費生活情報を効果的に情報発信するとともに、必要な知識や講演会のプラン作成、講演技法等を習得するため、消費生活相談員や金融広報アドバイザー、市町職員等がスキルを高められるような研修会を開催します。

### ⑤ コーディネーターの育成

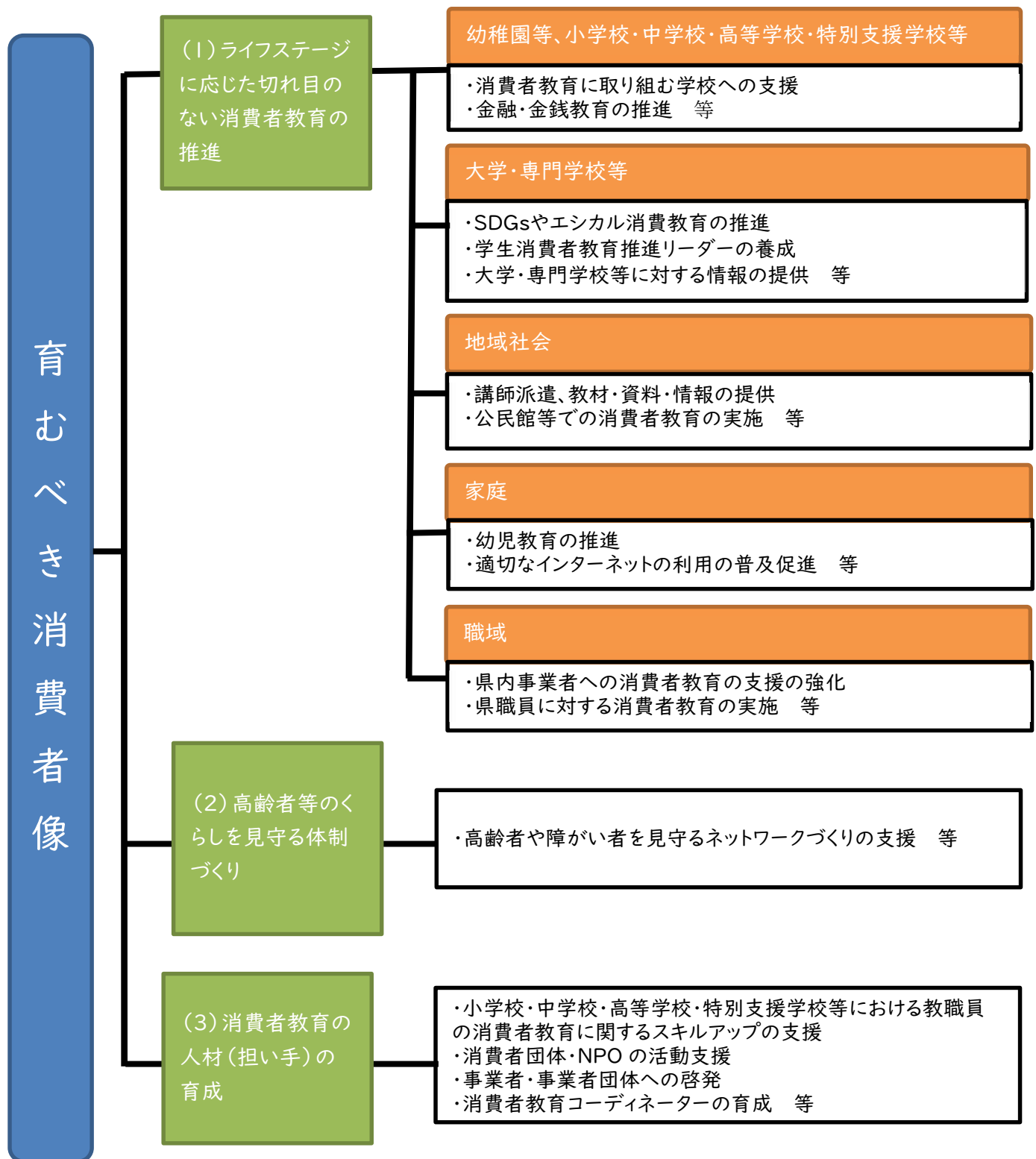
消費者教育の推進には、消費者教育を担う多様な関係者と場をつなぎ、間に立って連携体制を構築します。その体制を踏まえて、地域の特性に応じた消費者教育を実現するコーディネーターが、重要な役割を果たすことになることから、消費生活センター等が拠点となって、多様な主体が連携・協働した体制作りが進むよう、コーディネーターを育成していきます。

コーディネーターは、教育委員会事務局と連携しながら、学校現場のニーズに応じて、消費者教育に係る教材の紹介、提供や講師の派遣、教職員向け研修等をあっせん、調整するほか、地域、職域での消費者教育・啓発活動を活性化させるための取り組みを促進します。

### ⑥ 自ら学び行動する消費者

消費者が主体的に消費者教育について学べる環境を整えるとともに、消費者の自主的な相互の学びの取組を支援します。

### 第3次消費者教育推進施策の体系【重点項目・取組内容】



## 佐賀県消費生活審議会委員名簿

(任期:令和5年2月1日~令和7年1月31日)

区分	氏名		役職
	姓	名	
学識経験者 (条例第41条第5項第1号)	富永	洋一	弁護士
	片岡	優理	弁護士
	赤星	礼子	佐賀大学名誉教授
	井本	浩之	西九州大学健康福祉学部教授
	諏佐	マリ	熊本大学法学部准教授
	辻村	圭介	佐賀新聞社編集局デジタル報道部長
消費者代表 (条例第41条第5項第2号)	松本	美和子	佐賀県生活協同組合連合会理事
	牧	興道	NPO 法人佐賀消費者フォーラム事務局長
	井上	和希	佐賀大学経済学部 在籍
	安西	朋子	NPO法人消費生活相談員の会さが理事
	浴本	信子	NPO法人ITサポートさが事務局長
	横尾	順子	佐賀県高等学校 PTA 連合会副会長
	領家	和哉	長光園障害者支援センター障害サポートセンター課長
高津	万亀代	一般財団佐賀県老人クラブ連合会副会長	
事業者代表 (条例第41条第5項第3号)	古園	裕久	佐賀県商工会議所連合会専務理事
	於保	静枝	佐賀県商工会女性部連合会副会長
	日焼	政美	株式会社イズミ ゆめタウン佐賀支配人
計	17名		

## 佐賀県消費生活審議会専門部会委員名簿

(任期:令和5年6月1日~令和6年3月31日)

役職	氏名		職業等	備考
	姓	名		
委員(会長)	赤星	礼子	佐賀大学名誉教授	審議会委員
委員	片岡	優理	弁護士	審議会委員
委員	松本	美和子	佐賀県生活協同組合連合会理事	審議会委員
委員	安西	朋子	NPO 法人消費生活相談員の会さが理事	審議会委員
委員	浴本	信子	NPO 法人ITサポートさが事務局長	審議会委員
委員	古園	裕久	佐賀県商工会議所連合会専務理事	審議会委員
委員	福田	功	佐賀県社会福祉協議会まちづくり課長	関係団体
委員	城ヶ崎	郁剛	唐津商業高等学校教頭	学校教育関係者
委員	荒尾	朗子	千代田中学校教諭	学校教育関係者
委員	福田	記子	牛津小学校教諭	学校教育関係者
委員	山口	小百合	中原特別支援学校副校長	学校教育関係者
委員	横田	理栄子	佐賀市消費生活センター所長	行政関係者
委員	南治	玲子	佐賀県学校教育課指導主事	行政関係者
委員	中溝	一浩	佐賀県教育振興課特別支援教育室指導主事	行政関係者
委員	大野	純子	佐賀県くらしの安全安心課長	行政関係者
合計	15名			

## 消費生活相談窓口一覧（相談は無料です）

■ **消費者ホットライン TEL: 188(いやや!)** お近くの相談窓口を案内します

### ■ 佐賀県消費生活センター

**TEL:0952(24)0999**

FAX:0952(24)9567

メール : shouhisoudan@pref.saga.lg.jp

佐賀市天神三丁目-2-11 (アバンセ3階)

9時～17時（年末年始除く）  
※16時30分までにお電話ください

### 講師派遣のご案内

悪質商法の対処法など消費生活に関するテーマで  
講師を派遣します。ぜひご利用ください。

**TEL: 0952 (25) 7059**

くらしの安全安心課 消費相談啓発指導担当

無料



だまされなむせん

### ■ 市町消費生活相談窓口一覧

令和5年4月1日現在

相談窓口	電話番号	相談日	相談時間
佐賀市消費生活センター	0952(40)7087	月～金	9時～16時
唐津市消費生活センター	0955(73)0999	月～金	8時30分～17時15分※1
鳥栖市消費生活センター	0942(85)3800	月～金	9時～16時
多久市 市民生活課	0952(75)6117	月・水・木	10時～16時
伊万里市消費生活センター	0955(23)2136	月～金	9時～12時、13時～16時
武雄市消費生活センター	0954(23)9500	月～金	9時～12時、13時～16時30分
鹿島市 商工観光課	0954(63)3412	月・金	9時30分～12時、13時～16時30分※2
小城市消費生活センター	0952(72)5667	月・火・水・金	9時30分～12時、13時～16時30分
嬉野市 観光商工課 (塩田庁舎)	0954(42)3310	火	9時30分～12時、13時～16時30分※2
(嬉野庁舎)	0954(42)3310	木	9時30分～12時、13時～16時30分※2
神埼市 商工観光課	0952(37)0107	火・金	9時～12時、13時～15時
吉野ヶ里町 商工観光課	0952(37)0350	木	9時～12時、13時～15時
基山町 住民課	0942(85)8171	金	9時30分～12時、13時～15時30分
上峰町 総務課	0952(52)2181	第2・第4火	9時～12時、13時～15時
みやき町 産業支援課	0942(96)5545	月・水	9時～12時、13時～15時
玄海町 住民課	0955(52)2157	金 (月4回)	10時～12時、13時～16時
有田町 住民環境課	0955(46)2114	火・木	9時30分～12時、13時～16時30分
大町町 企画政策課	0952(82)3112	水 (月2回)	10時～12時、13時～16時
江北町 地域振興課	0952(86)5615	火 (月3回)	10時～12時、13時～16時
白石町 商工観光課	0952(84)7123	木 (月4回)	10時～12時、13時～16時
太良町 企画商工課	0954(67)0312	水	9時30分～12時、13時～16時30分※

※1 唐津市の相談受付時間は16時30分までです。

※2 鹿島市、嬉野市、太良町の相談受付時間は16時までです。