

佐賀県消費者教育推進計画(第2次)案

～自立した消費者の育成～

令和2年 月

佐 賀 県

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次計画の策定	
(2) 第2次計画策定の趣旨	
2 計画の位置づけ	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 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) 消費者取引を巡る法改正の動き	
2 消費者教育を巡る国の動向	4
(1) 消費者教育の推進に関する基本的な方針の改定	
(2) 学習指導要領における消費者教育の充実	
(3) 基本方針の改定を受けた新たな取組の検討	
3 持続可能な生産・消費形態の確保(SDGs)	5
4 佐賀県の現状・課題	6
(1) 消費生活相談状況【資料1】	
(2) 消費生活に関する県民アンケート【資料2】	
(3) 教員アンケート【資料3】	
(4) 第1次計画の取組状況【資料4】	

第3 消費者教育推進の基本的な方向

1 体系的推進のための取組の方向	10
(1) 消費者教育が育むべき力	
(2) ライフステージに応じた体系的な実施	
(3) 消費者の特性に対する配慮	
(4) 関連する他の消費者施策との連携	

2 県が重点的に取り組むテーマ	12
(1) 消費生活センターを消費者教育の拠点に	
(2) 若年者に対する実践的消費者教育の推進	
(3) 学校で取り組まれる消費者教育への支援	
(4) 地域における消費者教育の推進	
(5) 勤労世代向け教育を推進するための事業者への働きかけ	
(6) SDGsの取組	
(7) 市町の取組に対する支援	
第4 消費者教育推進の具体的内容	
1 県消費生活センターの拠点化	14
2 成年年齢引き下げを踏まえた若年者に対する実践的消費教育の推進.....	15
3 各ステージにおける消費者教育の実施	16
(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	

第1 計画の基本的考え方

1 計画策定の趣旨

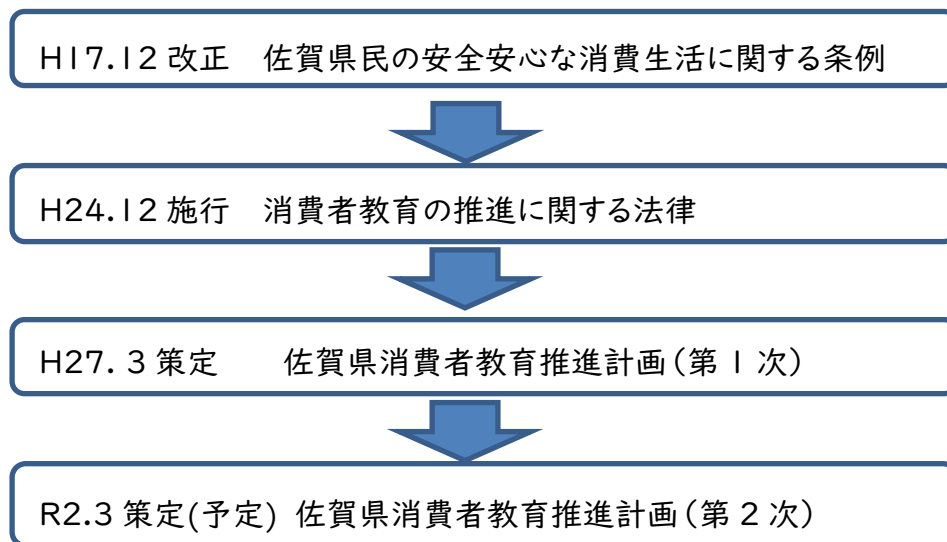
(1) 第1次計画の策定

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)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、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27年3月、「佐賀県消費者教育推進計画」(第1次計画)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2次計画策定の趣旨

今回、第1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・体系的に取り組み、自立した消費者を育成するため、佐賀県消費者教育推進計画(第2次)(以下「第2次計画」という。)を策定するものです。



2 計画の位置づけ

第2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2年度から令和5年度までの4年間とします。

その上で、国の動向や県の取組の実施状況を踏まえ、必要に応じて見直しを行うものとします。

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、県警察本部、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。

※「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）

※「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付属機関です。学識経験を有する者、消費者、事業者で構成されています。

第2 消費者を取り巻く現状と課題

1 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

少子高齢化が進行する中、インターネットが消費者の生活に浸透し、特にスマートフォンの普及により、高齢者を含めた幅広い年齢層で、インターネット通販の利用等が行われるようになりました。また消費者向けの電子商取引の市場規模も年々増加してきています。これに伴い、決済手段も多様化しており、商品・サービスの購入等における電子マネーの利用（キャッシュレス）が拡大する一方で、暗号資産などの新たな決済手段や個人間取引に係る消費者トラブル、消費生活相談も増えています。

(2) 消費者取引を巡る法改正の動き

民法改正により、令和4年4月から成年年齢が現行の20歳から18歳に引き下げられます。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ますが、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り、新たに成人となる若者を狙った消費者被害が増える可能性があります。

併せて、民法では、約款規定の新設や、売主や請負人の担保責任の明確化、賃貸借における敷金ルールの明文化、消滅時効の規定の見直し、変動法定利率の採用など、消費生活に密接に関連する条文が見直され、令和2年4月から施行（一部を除き）されます。

また、集団的消費者被害回復訴訟制度を創設するための法律が制定（平成28年10月）されたほか、「消費者契約法」（平成29年6月改正）においても、契約取り消し事由の追加（過重な内容の契約など）や、取消権行使期間の伸長、不当条項規制の拡充（解除権放棄条項無効の新設）などの見直しが進められています。

さらに、書面交付義務や勧誘継続行為の禁止等の行為規制や、初期契約解除制度の導入等を盛り込んだ「電気通信事業法」の一部改正（平成28年5月）や、仮想通貨の定義、仮想通貨交換業の登録制の導入等を規定した「資金決済に関する法律」の一部改正（平成29年4月）が施行されるなど、情報通信技術を活用したサービスの普及に対応するための法整備も徐々に進んでいます。

2 消費者教育を巡る国の動向

(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(平成30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、当面の重点事項として、若年者への消費者教育の推進、消費者の特性に配慮した体系的な、及び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

約10年ぶりに改訂される今回の学習指導要領では「知識及び技能」、「思考力・判断力・表現力等」及び「学びに向かう力、人間性等」の3つの柱からなる資質・能力を総合的にバランスよく育てていくため、「主体的・対話的で深い学び(アクティブ・ラーニング)」の視点を取り入れながら、子どもたちの「生きる力」を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)、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、家庭)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) 基本方針の変更を受けた新たな取組の検討

国は、基本方針の変更を受け、消費者教育推進会議の分科会等において、変更された内容の推進策等について検討を進めています。

このうち、若年者の消費者教育分科会では、平成30年6月の取りまとめにおいて、大学の教職課程における消費者教育の内容の充実、免許状更新講習や教員研修での消費者問題に係る講座の増設並びにこれらの研修等への外部人材の有効活用を提言しています。

また、地域における消費者教育の充実に向けた連携に関する分科会では、令和元年7月の取りまとめにおいて、地域において消費者教育コーディネーターに期待される役割等を定義し、コーディネート機能を強化するための方策やコーディネーター相互の情報交換、必要な環境・条件の整備等について提言しています。

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) の 12 番目には「持続可能な生産・消費形態を確保する」が掲げられ、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、国は基本方針の変更において、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」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ていき、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」が目指す方向性の一つだと位置づけられます。

※「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 ⑮陸の豊かさを守ろう
- ⑯平和と公正をすべての人に ⑰パートナーシップで目標を達成しよう

※「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)

4 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に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、平成30年度は約7,400件にとどまり、過去最少となりました。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

インターネットを介した取引に関するトラブル(SNSによる不当架空請求、健康食品や化粧品等の定期購入、副業サイト、個人間取引等)に関する相談が全世代にわたって増加しています。

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組むとともに、基本的な取引ルール等を学ぶ場を増やしていくことが必要です。

② 高齢者・障がい者等のくらしを見守る体制づくり

高齢化の進行を上回る勢いで60歳以上の相談割合が上昇しています。

インターネット関連のほか、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、トラブルの未然防止や被害の拡大防止のためには、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。

③ 多重債務に陥らないための教育

20代から40代は「フリーローン・サラ金」に関する相談が第1位となっており、弁護士相談による債務整理を勧めたり、市町の福祉部署や生活困窮者自立支援事業者等へ案内するケースが増えています。

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における消費者教育を意識し、家庭(保護者)を含めたアプローチを進めるとともに、多重債務に陥らないための家計管理に関する教育等に取り組む必要があります。

(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元年10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20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49.4%となっており、前回(4年前)の調査(70.5%)を下回っています。

前回は、食品偽装など社会的に問題となった事案の記憶がまだ残っていたことも要因であると考えられますが、消費者市民社会づくりに向けて、県民の関心を高めていくことが必要であり、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、エシカル消費や消費者志向経営などについても、県民の興味、関心を高めていく必要があります。

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(58.4%)なっています。

消費生活相談の状況でも、インターネット取引に関する相談件数が顕著であり、できるだけ多くの県民が学べる機会を設けることが必要です。

③ 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20.4%(前回13.2%)となっています。このうち、20代(33%)、30代(22.3%)は平均を上回っているものの、40代(12.0%)、50代(16%)は低位にとどまっています。

関係機関と連携しながら、今後とも地域での消費者教育に取り組むほか、特に勤労世代に向けた教育を展開していくため、事業所(事業所団体)への働きかけをより一層進めることが必要です。

④ 成年年齢引き下げ等に関する周知が必要

成年年齢引き下げについて「内容について詳しくは知らないが、聞いたことがある」「内容についても理解している」人の割合は77%を占めていますが、消費者問題のうち「成年年齢引き下げに伴う消費者トラブルの増加」に関する関心度が他の消費者問題に比べてかなり低く(12.6%)なっています。

令和4年4月から実施される成年年齢引き下げに伴う消費者トラブルの増加が懸念されることから、特に若年層に対する情報提供や周知に重点的に取り組むことが必要です。

また、エシカル消費に関しては、「聞いたことがあり、内容についても理解している」(6.6%)、「聞いたことがあるが内容について詳しくは知らない」(13.4%)にとどまっています。SDGs時代の消費者教育のテーマとして今後、普及、定着させていくことが必要です。

(3) 教員アンケート【資料 3】

県内の中学校及び高等学校の家庭科並びに社会科担当の教職員を対象に、令和元年 9 月に消費者教育に関するアンケート調査を行いました。(回収率:中学校 53%、高等学校 54.9%)

アンケート結果からみる教職員の意識等について、以下のとおり整理します。

① 消費者教育に対する認識

担当教科で消費者教育にあてた時間数について聞いたところ、中学校では、2 時間(15.6%)、3 時間(14.5%)、5 時間(10.5%)、1 時間(10.2%)の順であり、10 時間(3.1%)、10 時間以上(1.8%)とする答えもありました。

高等学校では、2 時間(16.2%)、1 時間(15.2%)、4 時間(10.5%)の順であり、8 時間以上との答えも一部ありました。

これは、消費者教育に関する取組の違いというよりも、各教職員が消費者教育をどういうものと捉えているかによるばらつきではないかと思われます。

学習指導要領における消費者教育の領域は広く、要領に沿った授業、指導が行われているものの、それが消費者教育なのかどうか、職員間の認識に差があるようです。

② 消費者教育で身につけさせたい力

生徒に消費者教育で身につけさせたい力については、「消費者トラブルに巻き込まれない判断力」(中学校 81.6%、高等学校 78.7%)、「バランスの取れた消費ができる判断力」(63.6%、59.0%)、「商品を選択できる能力」(54.2%、43.1%)の順になっています。

多くの教職員が、被害に遭わず、合理的な意思決定ができるような能力を生徒に養わせたいという思いがうかがえます。

③ 推進のために必要なものは、教材、事例、最新情報

学校で消費者教育を推進するために必要なものとしては、「生徒向け教材の配布」(中学校 76.0%、高等学校 66.5%)、「実践事例の紹介」(72.0%、66.0%)、「被害の最新情報の定期的な提供」(46.7%、62.8%)の順になっています。

④ 学校教育を支援する消費生活センター

消費者教育を行うに当たり利用したことのある機関・団体については、「特になし」が中学校(77.7%)、高等学校(68.6%)に上っており、「県・県消費生活センター」は中学校 12.5%、高等学校 17.3%にとどまっています。

学校では、被害に遭わず、商品を選択できる能力を備え、バランスの取れた消費ができる生徒を育成するため、教材や事例、最新情報の提供を求めているとみられ、国の基本方針で「消費者教育の拠点」に位置付けられる消費生活センターには、そうした学校を支援する機能が求められます。

(4) 第1次計画の取組状況【資料4】

第2次計画を策定するに当たり、第1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 学校や地域への教材等の貸出が伸びていない
→ストックした教材等の整理や情報の発信、働きかけが不十分
- ② 高校生を対象とした消費者教育に関する講座の実施校が1/3程度に留まっている
→学校側における消費者教育に関する優先順位が低い
- ③ 大学・専門学校等に対する取り組みが不十分
→大学等で消費者教育のどこに重点を置くのか絞り込みが不十分
- ④ 地域見守りネットワークの構築がなされなかった
→県内市町に対して画一的なアプローチに止まり、地域の実態に応じた取り組みとなっていない
- ⑤ 職域における消費者教育の推進が図れていない
→従業員に対する消費者教育の具体的な必要性や重要性など、意図を持った働きかけがなされていない

そこで、第2次計画では検証結果を踏まえ、以下の見直し等を行います。

- ① 県消費生活センターを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づけて、その取り組みを強化します。
- ② 成年年齢引き下げを控え、教育委員会との連携のもと、「社会への扉」等を活用した消費者教育に重点的に取り組みます。
- ③ 大学等における消費者教育の柱として、SDGsやエシカル消費に関する教育に重点的に取り組みます。
- ④ 見守りのためのネットワークづくりは、地域の実情に応じてすすめます。
- ⑤ 事業者団体等を通じた働きかけにより、勤労者向け消費者教育や経営者に対する消費者志向経営の普及に取り組みます。

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 体系的推進のための取組の方向

平成30年3月に変更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」とされています。

本県では、国の基本方針と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に推進するための取組の方向を次のとおり定めます。

(1) 消費者教育が育むべき力

国の基本方針では、そ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 自らの消費が社会の環境、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付き、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に役立てることができる力</p> <p>イ 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被害に遭わない消費者
- ②合理的意思決定ができる消費者
- ③よりよい市場、よりよい社会の発展のため積極的に行動する消費者

(2) ライフステージに応じた体系的な実施

消費者教育は、幼児期から高齢期までの各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）で取り組まれるものです。

そのため、消費者及び消費者教育の推進に従事する者が、各ライフステージごとの消費者教育の意義や目標を理解できるよう、国が示す「消費者教育の体系イメージマップ」【資料5】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」①～③の主にとれを目指した取組なのかを意識しながら取り組みます。

(3) 消費者の特性に対する配慮

消費者のそれぞれの特性（年齢、性別、障がいの有無等）に配慮し、対象に応じた消費者教育を推進します。また生活支援が必要な高齢者や障がい者に対しては、その支援者（介護従事者等）に対する働きかけを推進します。

(4) 関連する他の消費者施策との連携

環境教育、食育、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。

このうち、食の安全・安心については、県民が食品の安全性に関する知識と理解を深め、及び食品等の取扱いにあたっての適切な判断力を養うことができるよう、子どもから成人、高齢者に至るまでライフステージに応じた間断のない食育の推進に連携して取り組みます。

また、佐賀県金融広報委員会は、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おり、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、佐賀県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。

2 県が重点的に取り組むテーマ

今後、消費者教育を体系的に推進していくため、これまで述べてきた「社会情勢の変化」や「消費者教育を巡る国の動向」、「SDGsの方向性」並びに「佐賀県の現状と課題」を踏まえ、第2次計画においては、以下のとおり重点的に取り組むテーマを定めます。

(1) 消費生活センターを消費者教育の拠点に

消費者教育に取り組む学校を支援するとともに、地域・職域等において市町や関係機関と連携しながら、消費者教育を推進する拠点とすべく、消費生活センターの役割を明確にし、その機能を高めていきます。

(2) 若年者に対する実践的消費者教育の推進

社会経験の少ない若年者は、友人等の人間関係を利用した悪質商法の被害にあったりしやすい傾向があります。また若年者の間では、インターネット通販やSNSが生活に欠かせないツールとなっており、利便性が向上する一方で、これらを利用した消費者トラブルが急増しています。特に令和4年度から始まる成年年齢引き下げにより、更なるトラブルの増加が懸念されることから、若年者が多く集まる機会を捉えて、被害に遭わず合理的な判断ができるようにするための消費者教育に取り組みます。

(3) 学校で取り組まれる消費者教育への支援

令和2年度の小学校から本格実施される学習指導要領に基づいて各学校で取り組まれる消費者教育が、その教育目的を達成できるよう、教育委員会や各学校と連携しながら、ニーズに応じて、教材や情報の提供、外部人材の派遣、教職員向け研修など適切に支援します。

(4) 地域における消費者教育の推進

市町や公民館等と連携しながら、高齢者や障がい者をはじめ、地域住民が消費者教育を受ける機会を増やしていくとともに、民生委員や福祉関係者など、高齢者等を見守る側への研修等を実施しながら、各地域の実情に応じた見守りのネットワークづくりを支援します。

また子供が被害に遭わないようにするための保護者向けの教育にも、地域と協働して取り組みます。

(5) 勤労世代向け教育を推進するための事業者への働きかけ

勤労世代は、若年層や高齢者に比べ消費者教育を受ける機会に恵まれていないことから、事業者団体等へ働きかけて、こうした層への消費者教育を推進します。

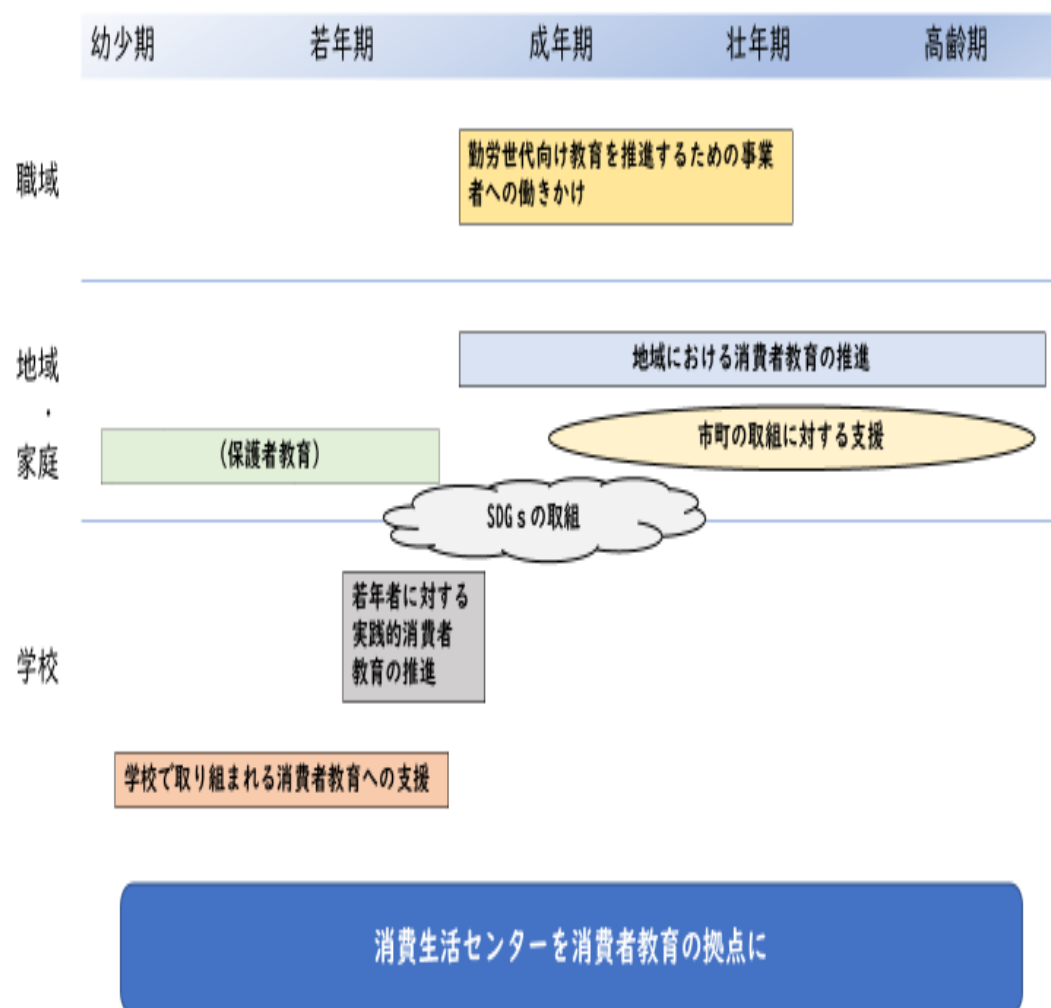
(6) SDGsの取組

SDGsのうち「持続可能な生産・消費体制を確保する」目標を見据え、エシカル消費の意義、必要性について理解を深める取り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みます。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。

(7) 市町の取組に対する支援

県内各地域における消費者教育を推進するためには市町と連携しながら取り組み、状況に応じて必要な支援を行います。

第2次消費者教育推進計画の重点



第4 消費者教育推進の具体的内容

1 県消費生活センターの拠点化

県消費生活センターでは、学校教育を支援し、地域や職域での消費者教育を推進・活性化するための拠点としての機能を整備します。

○ 消費者教育コーディネーターの配置

消費生活センターに消費者教育コーディネーターを配置し、教育委員会と連携しながら、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、提供や外部講師の派遣、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組を進めるなど、拠点としての消費生活センターのコーディネート機能を担います。

○ 消費者教育向け教材・資料の収集、整理、作成、提供

学校や地域等で活用できる教材、啓発資料等を収集、整理し、及び必要なものは新たに作成し、ニーズに応じて紹介、提供できるようにします。

○ 消費者教育人材のストック及び育成

消費生活相談員をはじめ、金融広報アドバイザー、弁護士、司法書士、ライフプランナーなど消費者教育を実践できる外部人材に係る情報を集約し、学校や地域、職域での研修講師等として派遣、紹介、あっせんします。

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するため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。

○ 消費者教育の取組紹介

ホームページ等での学校や消費者団体等が行う消費者教育活動を積極的に紹介します。

2 成年年齢引き下げを踏まえた若年者に対する実践的消費教育の推進

令和4年度から始まる成年年齢引き下げにより、消費者トラブルの増加が懸念されることから、特に若年者に対する実践的消費教育に取り組みます。

○ 高校生を対象とした講座の実施

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、在学中に高等学校へ講師を派遣し、「社会への扉」などを活用しながら、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(H30年度)	目標値(R4年度)
高校生への出前講座の件数	30件	50件

○ 大学生等を対象とした啓発の実施

大学や専門学校等の入学時(又は入社時)のガイダンスや成人式等、多くの若者が集まる場を利用した啓発を実施します。

【数値目標】

指標	現況値(H30年度)	目標値(R4年度)
成人式での啓発を行う市町数	5件	20件

3 各ステージにおける消費者教育の実施

(1) 幼稚園等、小学校・中学校・高等学校・特別支援学校

○ 幼児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。

○ 消費者教育に取り組む学校への支援

新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、外部講師の派遣、DVD等の消費者教育教材や情報の提供等に取り組みます。

○ 教職員対象セミナーの充実

消費者教育を担う教員を対象に、消費者教育についての研修会を実施するとともに、国民生活センター等で実施される教職員向け研修会への参加を支援し、消費者教育のスキルアップを図ります。

また、免許状更新研修等における消費者教育に係る講座の実施など、これからの教職員向け研修の充実等を働きかけます。

○ 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上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、佐賀県金融広報委員会と連携した消費者教育を推進します。

(2) 大学・専門学校等

大学・専門学校等の学生が自立するために行う消費者教育を支援します。

○ 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つつありますが、認知度はまだ低いため、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を開催します。

○ 学生消費者教育推進リーダーの養成

被害に遭わないための知識やSDGs(エシカル消費)を啓発・普及させるための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。

○ 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、学校に最新情報を提供するとともに、学校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。

【数値目標】

指標	現況値(H30年度)	目標値(R4年度)
講師の派遣	4回	8回

(3) 地域社会

○ 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（通話録音装置等）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。

○ 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見守りネットワークづくりを支援します。

【数値目標】

指標	現況値 (H30 年度)	目標値 (R4 年度)
地域見守りネットワークの構築	0 市町	10 市町

○ 公民館等での消費者教育の実施

公民館等に、消費生活相談員や金融広報アドバイザー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 (H30 年度)	目標値 (R4 年度)
公民館等に消費生活相談員等を派遣した回数	4 件	20 件

○ 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。

○ 消費者団体等への支援

NPO 法人等消費者団体が行う消費者トラブル未然防止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。

○ 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。そのため、保護者等の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。

○ 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。

○ 夏休み親子セミナーの開催

佐賀県金融広報委員会では、夏休み期間中に親子でおかねの大切さや機能、日本銀行や銀行の役割などをクイズや体験などを通して学ぶ親子セミナーを開催し、家庭での金銭教育の機会を提供します。

○ 教材の提供等

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。

○ 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。

○ ライフプランセミナーの開催

主に子育て世代を対象に、現在の生活や将来についての不安や疑問にお答えし、暮らしをより充実したものにするために必要な生活設計を伝えるセミナーを開催します。

【数値目標】

指標	現況値(H30年度)	目標値(R4年度)
ライフプランセミナー参加者数	13人	50人

(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。

○ 県内事業者への消費者教育の支援の強化

契約のルールや生活設計に係る基礎知識や、定年退職後の生活設計情報や注意すべき消費者トラブル事例情報の提供など、勤労世代に対する消費者教育の必要性等について、事業者団体向けの研修を実施するとともに、事業所単位での取組を働きかけていきます。

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(H30年度)	目標値(R4年度)
事業所へ消費者教育の必要性について、紹介・働きかけた事業所数	0事業所	50事業所

○ 障がい者雇用事業所等への要請

障がい者等が自立するためには、身近な家族、先生、事業所等へ相談できるようになることが重要であり、事業所やグループホーム、就労事業所等に対し相談体制の整備や消費者教育を受ける機会の確保を要請します。

○ 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。

消費者教育推進施策(第2次)の体系【テーマ・内容】

