

第三次和歌山県消費者教育推進計画

令和5年6月

和歌山県

目 次

第1章 計画の基本的な考え方	1
1 改定の趣旨.....	1
2 計画の位置付け.....	1
3 計画の期間.....	1
第2章 消費者を取り巻く現状	2
1 社会状況の変化.....	2
(1) 高齢化の進行.....	2
(2) 成年年齢引下げ.....	2
(3) 在留外国人等の増加.....	2
(4) デジタル化の進展.....	2
(5) 感染症の拡大や自然災害等の発生.....	3
(6) 持続可能な社会の形成と消費行動.....	3
2 県における消費生活相談の状況.....	3
第3章 二次計画の実績と評価、課題	6
1 ライフステージや場の特性に応じた取組.....	6
(1) 学校等.....	6
(2) 地域社会.....	8
(3) 職域.....	10
2 関係機関等との連携・協働.....	10
(1) 教育行政分野や福祉行政分野など県関係機関との連携.....	10
(2) 消費者団体、専門士業団体、事業者等との連携.....	13
(3) 災害時、非常時における消費行動の情報提供と関係機関との連携.....	14
3 消費者教育の担い手の育成.....	14
4 市町村の取組支援.....	15
第4章 消費者教育施策の推進	17
1 体系的な推進に向けて.....	17
2 三次計画における基本的視点.....	18
基本的視点1 若年者に対する消費者教育の推進.....	18
基本的視点2 高齢者等に対する消費者教育・啓発の推進.....	18
基本的視点3 消費者教育における人材の育成.....	19
基本的視点4 デジタル化に対応した消費者教育の推進.....	19
基本的視点5 消費者市民社会構築に向けた多角的な視点の情報提供.....	19
3 計画の施策と具体的取組.....	20
施策1 ライフステージや場の特性に応じた取組.....	20
(1) 学校等.....	20
(2) 地域社会.....	22
(3) 職域.....	23
施策2 関係機関等との連携・協働.....	24
(1) 教育行政分野や福祉行政分野など県関係機関との連携.....	24
(2) 消費者団体、専門士業団体、事業者等との連携.....	26
(3) 災害時、非常時における消費行動の情報提供と関係機関との連携.....	26

施策3 消費者教育の担い手の育成	27
施策4 市町村の取組支援	27
第5章 計画の推進体制	29
1 計画の推進体制	29
(1) 県の推進体制	29
(2) 市町村等との連携	29
(3) 消費者団体、専門士業団体、事業者等との連携	29
2 関係施策の実施状況の報告	29
資料	30
主な取組実績 (H30~R03)	30
消費者教育イメージマップ	45

第1章 計画の基本的な考え方

1 改定の趣旨

和歌山県（以下「県」という。）では、「消費者教育の推進に関する法律」（平成24年法律第61号。以下「推進法」という。）に基づき、国が定めた「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。）を踏まえ、平成27年3月に「第一次和歌山県消費者教育推進計画」、平成30年3月に「第二次和歌山県消費者教育推進計画」（以下「二次計画」という。）を策定し、総合的かつ一体的な消費者教育を推進してきました。

「和歌山県長期総合計画」（平成29年4月策定。以下「長期総合計画」という。）においても、くらしやすさを高めるために「県民一人一人が消費生活に関する正確な知識や的確な判断力を身に付けるため、子供から高齢者まで、それぞれの年代に応じた体系的な消費者教育を推進」することを掲げています。

一方、近年の消費者を取り巻く環境は、高齢化の進行やデジタル化の進展、コロナ禍における「新しい生活様式」の実践などにより大きく変化しており、消費者トラブルの内容も多様化・複雑化しています。

また、民法改正（令和4年4月施行）による成年年齢引下げによって社会経験の乏しい若年者の消費者被害の増加が懸念されるため、若年者の消費者被害防止のための取組を推進する必要があります。さらに、学習指導要領が消費者教育に関する学びを充実させる形で改訂され、令和2年度以降、小学校・中学校・高等学校及び特別支援学校において順次実施¹となり、学校教育においても消費者教育の充実が一層求められています。

こうした状況及びこれまでの取組の評価と課題を踏まえ、県では「自ら考え、自ら行動する」自立した消費者の育成を目指し、より一層効果的な消費者教育を推進するため、二次計画を改定し、「第三次和歌山県消費者教育推進計画」（以下「三次計画」という。）を策定します。

2 計画の位置付け

この計画は、推進法第10条第1項に基づき策定する計画であり、また、長期総合計画の実施計画として位置付けるもので、「自立した消費者」を育成するための必要な事項、効果的な方法等、県において消費者教育を推進するための具体的な内容を示すものとします。

3 計画の期間

計画の期間は、令和5年度から令和11年度までの7年間とします。

ただし、社会経済情勢の変化や新たな課題に対応するため中間的な見直しを実施するとともに、基本方針の変更、長期総合計画の見直し等、必要に応じて見直しを行うものとします。

¹ 小学校は令和2年度、中学校は令和3年度から全面実施。高等学校は令和4年度から年次進行で実施。特別支援学校についても、小・中・高等学校学習指導要領に合わせて実施。

第2章 消費者を取り巻く現状

1 社会状況の変化

(1) 高齢化の進行

県では、令和4年1月1日現在における65歳以上の高齢者の総人口に占める割合は、33.2%²となっており、全国に先駆けて高齢化が進行しています。

また、県内の一人暮らしの高齢者は65歳以上人口の22.7%²を占めており、今後も増加が見込まれます。一人暮らしの高齢者は、家族や周囲の目が届きにくい場合もあり、消費者トラブルに遭いやすいだけでなく、トラブルに遭った際に救済が遅れることにより、深刻な被害が生じる恐れがあります。

さらに、コロナ禍等により在宅時間が増加し、他人と接する機会が減ることで消費者トラブルに遭うリスクもより高まっています。

(2) 成年年齢引下げ

令和4年4月1日に民法改正により成年年齢が20歳から18歳に引き下げられました。

これにより、18歳になった時点で親の同意なしにクレジットカードの作成や各種契約の締結が可能となるとともに、親の同意なく締結した契約を取り消すことのできる「未成年者取消権」も行使できなくなるため、社会経験の乏しい若年者における消費者被害の増加が懸念されています。

特に、在学中に成人となる若年者が在籍する高等学校等においては、学習指導要領の改訂を踏まえ消費者教育の充実を図る必要があり、学校教育においても契約の重要性や消費者の権利と責任などについて学習する機会を設け、自立した消費者として行動する力を育むことが求められています。

(3) 在留外国人等の増加

県に在留する外国人数は、近年増加傾向にあり、令和3年は新型コロナウイルス感染症の影響によりやや減少しましたが、経済活動の再開等に伴い、今後増加していくことが想定されます。外国人は、文化や言語の違い等により消費者トラブルに遭いやすい傾向にあると考えられ、外国人による消費の増加に伴い、外国人が取引の当事者となる場合の消費者トラブルが増加していくことが懸念されます。

(4) デジタル化の進展

総務省「令和3年通信利用動向調査」によると、スマートフォンを保有している世帯の割合は88.6%となっており、インターネットについても8割を上回る人が利用している状況と

² 県福祉保健部福祉保健政策局長寿社会課「令和4年度和歌山県における高齢化の状況」

なっています。

このようなICT（情報通信技術）の普及により、手軽にデジタル空間にアクセスし、商品やサービスを購入できるようになるなど、消費生活の利便性は向上しました。

一方で、SNSの投稿や広告を端緒としたトラブルやSNSを利用した勧誘等によるトラブルなど、新たな消費者トラブルも発生しており、デジタル化の進展に伴うトラブルの多様化、複雑化が懸念されます。

（５）感染症の拡大や自然災害等の発生

近年、新型コロナウイルス感染症の拡大だけでなく、地震や台風、豪雨などの自然災害も多発しています。こういった非常時においては、それらに便乗した悪質商法等、関連する消費者トラブルが急増する傾向にあります。

県においては、今後30年以内に70%から80%の確率で発生すると予測されている南海トラフ地震等により大きな被害を受けることが想定されており、こうした非常時においては、特に、適正な取引の確保に向けた対応や便乗した悪質商法等に関する注意喚起に重点的に取り組む必要があります。

また、消費者が、一人ひとりの消費行動が社会に影響を与えることを認識し、非常時においても冷静に行動できるよう、平時からの消費者教育において自らの消費行動について考えることが重要です。

（６）持続可能な社会の形成と消費行動

平成27年に国連サミットにおいて採択されたSDGs（持続可能な開発目標）は、誰一人取り残さない持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現に向けて取り組むものです。SDGsの一つである「つくる責任つかう責任」は、事業者任せでなく消費者自らが意識を持ち、行動することが前提となっています。

推進法において、「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」と定義づけられている「消費者市民社会」の構築に向け、食品ロス削減やフェアトレード商品の選択等を含む「エシカル（倫理的）消費³」等の取組を行うことはSDGsの推進につながります。

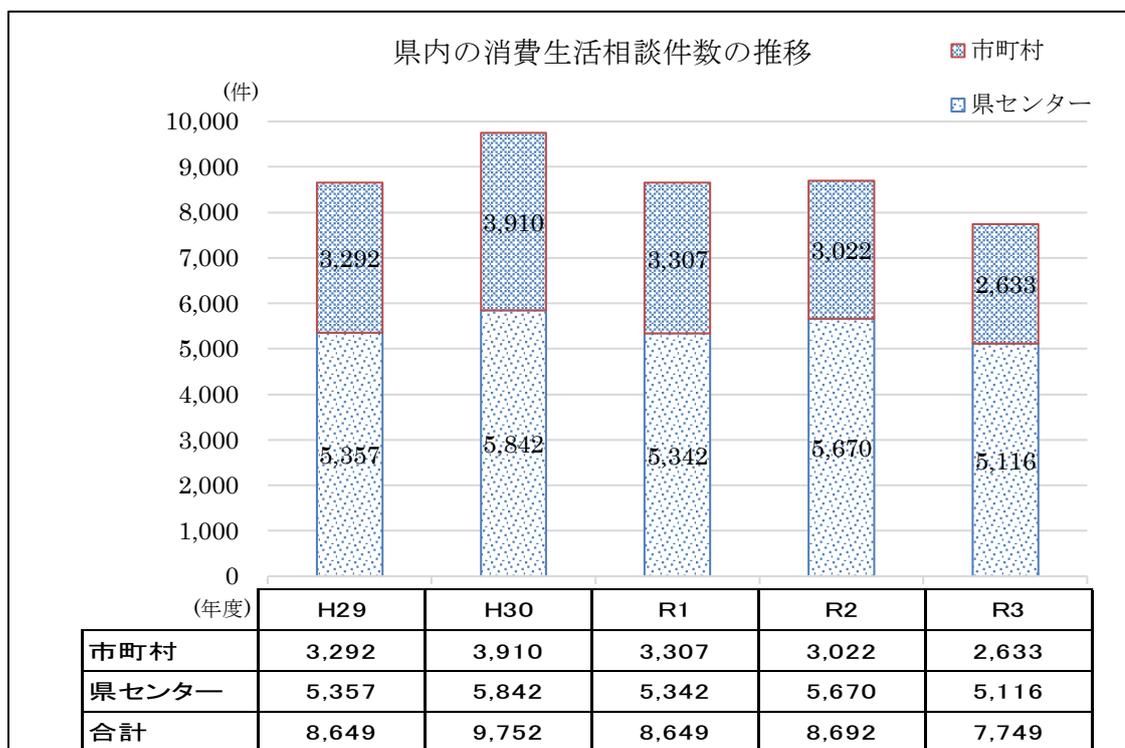
2 県における消費生活相談の状況

県における消費生活相談窓口寄せられた消費生活相談件数の近年の傾向について、平成30年度まではやや増加傾向にありました。これは平成29年度に県内全市町村に消費生活相談窓口が整備されたことにより、相談の間口が広がったことや、平成29年度及び平成30年度においては、架空請求に関する相談が多数寄せられていたことが主な要因だと考えられます。

³ エシカル（倫理的）消費：地域の活性化や雇用なども含む、人や社会、環境に配慮した消費行動

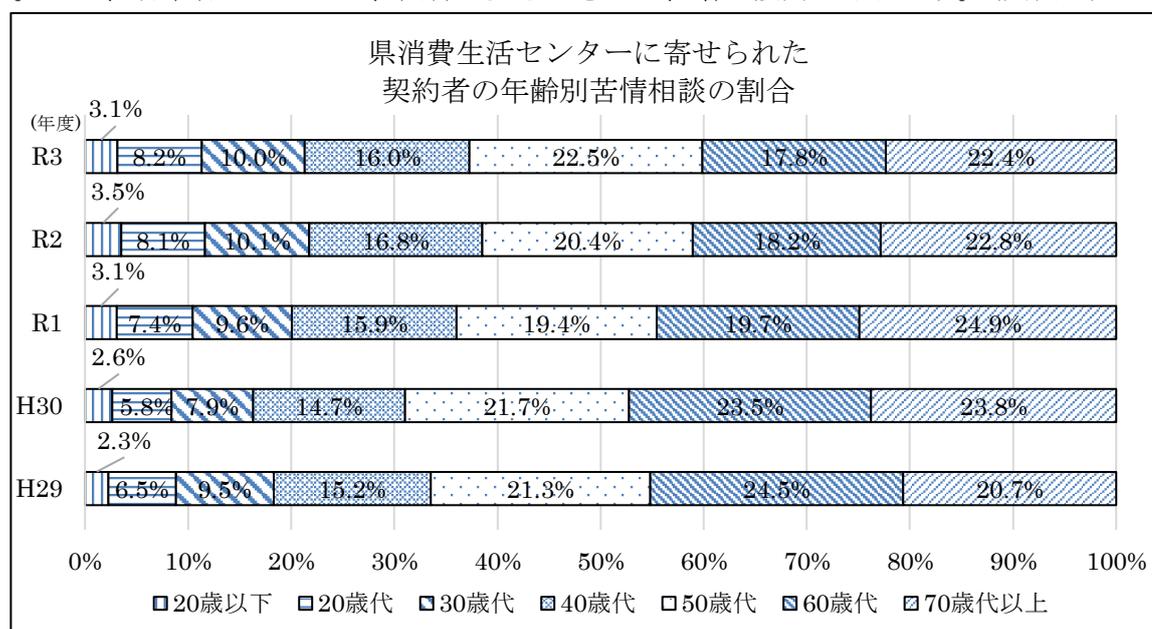
架空請求に関する相談については、令和元年度以降においては、急激に減少しており、これを一つの要因として、令和元年度以降の消費生活相談件数はやや減少傾向にあります。令和3年度については、令和元年度及び令和2年度に多数寄せられていた、新型コロナウイルス感染症に関連した相談が減少したこともあり、7,749件と前年度から943件(約10.8%)減少しました。(図表1)

図表1



県消費生活センターに寄せられた相談のうち苦情相談について、年齢別の割合をみると、60歳代以上の方の割合が全体の4割以上を占めており、高齢の方の相談は依然として高い状況です。また、若年者については、割合は少ないものの、増加傾向にあります。(図表2)

図表2



また、相談内容としては、「健康食品」「化粧品」の相談が増加傾向にあり、高水準で推移しています。(図表3) これらの多くは、「インターネットやSNSで低価格であることを強調する広告を見て、一回だけのつもりで商品を注文したが、数回購入しなければならない『定期購入』が条件になっており、総額として注文時に想定した以上の金額を支払うことになった」という定期購入トラブルに関するものです。

図表3

順位	H29	(件)	H30	(件)	R1	(件)	R2	(件)	R3	(件)
1	ウェブサイト関連	703	架空請求はがき	824	ウェブサイト関連	591	ウェブサイト関連	544	化粧品	221
2	架空請求はがき	700	ウェブサイト関連	752	健康食品	318	健康食品	371	健康食品	195
3	固定通信回線	227	固定通信回線	203	架空請求はがき	277	化粧品	207	不動産貸借	165
4	健康食品	171	健康食品	194	固定通信回線	161	固定通信回線	169	携帯電話サービス	119
5	不動産貸借	129	工事・建築	131	化粧品	152	保健衛生品	141	固定通信回線	117
6	テレビ放送サービス	128	不動産貸借	125	不動産貸借	148	不動産貸借	140	工事・建築	106
7	工事・建築	108	修理サービス	125	工事・建築	134	携帯電話サービス	118	電気	103
8	化粧品	92	携帯電話サービス	102	電気	117	工事・建築	109	修理サービス	97
9	修理サービス	90	電気	96	修理サービス	108	四輪自動車	98	アダルト情報	95
10	携帯電話サービス	82	四輪自動車	89	携帯電話サービス	94	電気	92	異性交際関連サービス	88

※令和3年4月から全国共通システムの運用基準改定により「ウェブサイト関連」が細分化された。

これらの相談状況を踏まえ、例年相談件数が多い「高齢者」及び近年増加傾向にある「若年者」の被害防止に向け、引き続き、各世代の特性に応じた消費者教育を推進していく必要があります。また、相談内容については、社会状況等により新たな手口が発生するなど、その時々状況により変化していくため、消費者一人一人がどのような状況においても冷静に対応できるよう、消費者自らが考え行動できる能力を身につけていくことが重要です。

第3章 二次計画の実績と評価、課題

二次計画においては、「若年層に対する消費者教育の推進」「高齢者等に対する消費者教育・啓発」「消費生活センター等の拠点化」を重点事項に定め、「ライフステージや場の特性に応じた取組」「関係機関等との連携・協働」「消費者教育の担い手の育成」「市町村の取組支援」の4つの施策を基本として、取組を進めてきました。以下では、4つの施策ごとにこれまでの取組と今後の課題を整理しました。

1 ライフステージや場の特性に応じた取組

(1) 学校等

学校等に属する子供達に関しては、自らの消費行動における基礎知識や技能を習得する重要な時期であることから、各段階においてそれぞれに合った目的・方法での消費者教育を推進することが有効であるとして、各学校段階に応じた取組を進めてきました。

成年年齢引下げに伴う若年者の消費者被害防止を目的とした、成年年齢引下げに関する特設サイト「今日からO（オトナ）－18」⁴の開設、SNSや検索サイト等におけるWEB広告の配信など、特に高校生、大学生向けの積極的な周知・啓発の取組を実施してきました。

また、新たな学習指導要領においては、消費者教育の内容についてより一層の充実が求められるようになりました。

① 幼稚園、保育所、認定こども園

二次計画に記載した取組事項	主な実施状況
「消費者啓発講座」によるお金や物を大切に扱うことについての意識を身に付けるための情報提供（保護者に対する取組を含む。）	・紙芝居「たいせつなくれよん」を作成し、各幼稚園、保育所、認定こども園（270箇所）に配布（R1） ・地域で活動している絵本の読み聞かせ団体に対して、紙芝居を貸与
「消費者教育の担い手育成事業」による幼児期を対象とした消費者教育活動の実践支援	・食育に関する担い手を1団体育成（H30） ・幼児の事故防止のための情報提供
「共育支援メニューフェア事業」を通じた幼児教育関係者への消費者教育の情報提供	幼稚園関係者4～5名が参加し、情報提供を実施（H30、R1） ※R2：新型コロナウイルス感染症拡大のため中止 ※R3～：事業終了のため未実施

⁴ 特設サイト「今日からO（オトナ）－18」 <https://shouhi-wakayama.jp/>

②小・中・義務教育学校、高等学校、特別支援学校

二次計画に記載した取組事項	実施状況
「消費者教育の担い手育成事業（再掲）」における学校の取組支援（デモ授業の開催と教材等の貸与）	〔デモ授業〕 毎年28校80クラス程度(平均値)実施 〔教材等の貸与〕 毎年1、2校に貸与
「消費者啓発物品等作成・配布」による子供が巻き込まれやすい代表的なトラブル事例などの情報提供	・トラブル事例の紹介や県消費生活センターの周知のための啓発チラシ等を作成し、学校や出前授業にて配布 ・成年年齢引下げに関する特設サイト「今日から〇（オトナ）－18」の開設、SNSや検索サイト等におけるWEB広告の配信（R3）
「消費者啓発講座（再掲）」による不動産賃貸借の契約や、クレジットやローンなど、（社会に出て行こうとする）若者が身に付けるべき知識の情報提供	毎年15校26回程度(平均値)で実施
「共育支援メニューフェア事業（再掲）」を通じて、学校関係者への消費者教育の情報提供	学校教育関係者45名程度(平均値)が参加し、情報提供を実施（H30、R1） ※R2：新型コロナウイルス感染症拡大のため中止 ※R3～：事業終了のため未実施
教員自らが実践できる消費者教育に関する県独自教材の確保・提供	・県独自の小学生向け、中学生向け、高校生向け教材を作成し、配布 ・「社会への扉 ⁵ 」を県内全高校へ配布 9割以上で活用

③大学、専門学校等

二次計画に記載した取組事項	実施状況
「消費者啓発講座」による不動産賃貸借の契約や、クレジットやローンなど、（社会に出て行こうとする）若者が身に付けるべき知識の情報提供（再掲）	毎年4校程度(平均値)で実施
「消費者啓発物等作成・配布（再掲）」による若者が巻き込まれやすい代表的なトラブル事例などの情報提供	・啓発パンフレットを作成し、入学時のオリエンテーション等で配布 ・県内市町村の成人式において毎年8,000部程度(平均値)配布

⁵ 社会への扉：平成29年度に消費者庁が作成した若年者向け消費者教育教材。「自立した消費者」の育成に向けて必要とされる「契約」「お金」「暮らしの安全」についての知識を身に付けることができるとともに、社会の一員として消費者市民社会に参画することの意義を認識することができる内容となっている。

「消費者教育講座」により「消費者市民社会」の一員として行動できる「自立した消費者」を育成	3回（講演、ワークショップ等）実施し、計64名参加（H30）
「消費者教育の担い手育成事業」として教員等になる学生を対象とした消費者教育の実践支援	消費生活青年リーダー10名登録（R4.3時点）

<評価と課題>

小学校・中学校・高等学校及び特別支援学校については、新たな学習指導要領に基づき、消費者教育の取組が進められており、デモ授業についても、県教育委員会と連携し、実施に向けて周知を行っていることから、実施回数は年々増加傾向にあり、学校現場での消費者教育の充実が図られています。

成年年齢引下げに伴い、在学中に成年となる高校生等を中心に今後も、消費者教育の充実を図っていきます。

一方、幼稚園等や大学・専門学校等については、消費者啓発講座等の申込みが少なく、教材・啓発チラシ等の提供等が取組の中心となりました。

幼児向けの消費者教育については、今後は市町村や地域で活動している団体等と連携し、消費者啓発講座の周知や担い手の育成を進めていく必要があります。

大学・専門学校等における取組については、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、学生を中心とした若者の担い手の育成を図ることが重要です。

また、県独自の幼稚園等向け、小学生向け、中学生向け、高校生向け教材を作成・配布し、活用を促進しましたが、今後は、学校教育においてもデジタル化の進展に合わせ、デジタル機器を活用したデジタル教材の提供など、学校で活用しやすく、児童・生徒が受け入れやすい発信方法を検討していく必要があります。

（２）地域社会

若年者においては、学校教育における取組に加え、地域や家庭での取組が非常に重要であり、特に家庭における取組は自らの消費行動に大きく影響を与えます。また、高齢者については、一人暮らし世帯の増加も見られ、地域で見守る体制を構築していくことが必要です。

県では、市町村における「消費者安全確保地域協議会⁶」の設立を促進し、見守り体制を構築・強化するための支援を行うとともに、地域での見守りを担う「消費生活サポーター⁷」の育成や市町村担当者向けの研修会等を実施しました。

また、家庭に対しては、安全な商品の選び方や衣食住など消費生活の基礎的な知識を学ぶ「生活教養講座」を開催しました。

⁶ 消費者安全確保地域協議会：平成26年6月の消費者安全法（平成21年法律第50号）の改正により規定された協議体。高齢者、障害者等の消費生活上特に配慮を要する消費者の消費者被害を防ぐため、地方公共団体及び地域の関係者が連携して見守り活動を行う。

⁷ 消費生活サポーター：地域における啓発活動の担い手として活動するボランティア。県消費生活センターが実施する消費生活サポーター養成講座を受講し、登録。（県消費生活センター所管）

①地域

二次計画に記載した取組事項	実施状況
「生活教養講座（再掲）」の実施	毎年9回程度(平均値)実施
「消費者啓発講座（再掲）」の実施	毎年6回程度(平均値)実施
市町村、関係機関等を通じた「消費者啓発物品等作成・配布（再掲）」による成人及び高齢者が巻き込まれやすい代表的なトラブル事例などの情報提供	毎月市町村、関係機関あてに啓発チラシ等を提供
「高齢者・障害者に係る消費者被害防止ネットワーク」による消費者被害防止のための注意喚起情報等の情報提供	消費者被害防止ネットワーク構成団体等に対し、毎年4回情報提供実施
全市町村における高齢者や障害者の消費者被害防止のための見守りネットワークの構築支援	消費者安全確保地域協議会を県内11市町で設置
「見守り活動の中心となる市町村担当者や民生委員等を対象とした研修会・意見交換会」の実施や、県・市町村の消費生活相談窓口の周知による高齢者等の見守りに関わる関係機関から消費生活相談窓口へ繋ぐ体制の強化	毎年「消費者被害防止ネットワーク研修会」を実施 ※R3：新型コロナウイルス感染症拡大のため中止
「消費者教育の担い手育成事業（再掲）」による地域における消費者教育の実践支援	食育に関する担い手1団体（H30）、ITに関する担い手1団体（R3）を育成
「共育支援メニューフェア事業（再掲）」による社会教育関係者への消費者教育の情報提供	社会教育関係者60名程度(平均値)が参加し、情報提供を実施（H30、R1） ※R2：新型コロナウイルス感染症拡大のため中止 ※R3～：事業終了のため未実施

②家庭

二次計画に記載した取組事項	実施状況
「生活教養講座（再掲）」による身の回りのリスクの存在を認識し、日常のリスクを減らすための情報提供	毎年9回程度(平均値)実施
「消費者啓発物品等作成・配布（再掲）」による身の回りのリスクの存在を認識し、日常のリスクを減らすための情報提供、普及啓発	地域の見守り活動をしている消費生活サポーターを中心に毎月啓発チラシ等を提供
安全な商品の選び方やお金や物を大切に扱うことの意識を身に付けるための情報提供や普及啓発	「生活教養講座」において、情報提供や普及啓発

「消費者啓発講座（再掲）」による幼児を持つ家庭向けの情報提供	幼稚園等を通じて、幼児の家庭等での事故防止のための情報を提供
「消費者教育の担い手育成事業（再掲）」によるお金や物を大切に扱うことの意識を身に付けるための消費者教育の実践支援	<ul style="list-style-type: none"> ・食育に関する担い手を1団体育成(H30) ・地域で活動している絵本の読み聞かせ団体に対して、紙芝居を貸与

<評価と課題>

地域・家庭での取組については、市町村や地域で活動している団体等と連携しながら、地域単位で消費者教育・啓発を実践していくことが重要です。そのため、地域で活動している団体等との連携を高めるとともに、「生活教養講座」等の出前講座や啓発チラシ等の配布など、地域の見守り活動を支援するための取組を一層進めていく必要があります。

また、地域の見守り体制を構築する「消費者安全確保地域協議会」が11市町において設置されましたが、引き続き、未設置市町村に対して、設置に向けた働きかけを実施していく必要があります。

(3) 職域

学校教育以降の継続的な学びに向けて、地域や家庭の取組とともに、職域での取組が重要となります。二次計画期間中には、企業等の従業員を対象とした消費者啓発講座を実施したほか、「成年年齢引下げ」に伴う消費者被害防止のための啓発チラシを若年者の従業員向けに配布しました。

二次計画に記載した取組事項	実施状況
「消費者啓発講座（再掲）」の実施（新入社員研修など）	<ul style="list-style-type: none"> ・企業等からの要望を受け、講師を派遣 毎年3社程度(平均値)で実施 ・「成年年齢引下げ」による若年者の被害防止に向けた啓発チラシの配布
事業者向け研修会の開催	毎年「食品表示推進者育成講習会」を県内各地で開催、年6～8回程度

<評価と課題>

企業等の従業員を対象とした「消費者啓発講座」等により、消費生活に関する知識及び理解を深めることに努めましたが、申込みは少ない状況でした。

社会人になると消費者教育を受ける機会が減少しがちであるため、就業場所において受けられる「従業員向け」の消費者教育は貴重な機会であり、企業等が積極的に研修機会を設けるよう働きかける必要があります。

2 関係機関等との連携・協働

(1) 教育行政分野や福祉行政分野など県関係機関との連携

①教育行政分野との連携

学校現場における消費者教育の中心となるのは、教員です。そのため、学校における「消

費者教育支援事業（デモ事業）」の活用を推進するとともに、教員向け研修の充実を図りました。また、消費者行政と教育行政が連携し、各年代にそった県独自教材を作成、配布しました。

二次計画に記載した取組事項	実施状況
消費者行政と教育行政のそれぞれの取組の共有と効果的な連携方法の検討	毎年、「消費者教育連絡協議会 ⁸ 」を開催し、消費者教育に関する情報交換や検討を実施
教員自らが実践できる消費者教育に関する教材の確保・提供	<ul style="list-style-type: none"> ・県独自の小学生向け、中学生向け、高校生向け教材を作成し、配布 ・「社会への扉」を県内全高校へ配布 9割以上で活用
「専門研修事業」や「教員向け消費者教育セミナー」など教員が消費者教育を実践するための研修等の充実	<ul style="list-style-type: none"> ・県教育センター学びの丘において、消費者教育に関する講義動画を作成（R3） ・金融広報委員会において「教員向け消費者教育セミナー」を毎年実施、44名（平均値）程度が参加
地域における消費者教育の担い手の発掘、育成と学校との連携手法	<ul style="list-style-type: none"> ・食育に関する担い手を1団体育成（H30） ・学校からの要望を受け、専門講師を派遣し、デモ授業を実施

②福祉行政分野との連携

県では、高齢者等の支援に関係する県の関係課室や関係団体において「高齢者・障害者に係る消費者被害防止ネットワーク」を構成しています。このネットワークを通じて、高齢者等の見守りに携わっている各団体に対して、定期的に消費者被害状況や注意喚起の情報を発信することで、地域の見守り体制の強化・充実を図っています。

二次計画に記載した取組事項	実施状況
「高齢者・障害者に係る消費者被害防止ネットワーク」を通じた注意喚起情報などの情報発信の連携と高齢者・障害者に係る消費者被害防止ネットワークの今後の在り方や関係機関における相互連携等の効果的な手法の検討	毎年ネットワーク構成団体に年20回程度（平均値）情報提供
全市町村における高齢者や障害者の消費者被害防止のための見守りネットワークの構築支援（再掲）	消費者安全確保地域協議会を県内11市町で設置

⁸ 消費者教育連絡協議会：平成18年設置。構成員〔文化学術課長、県民生活課長、県消費生活センター所長、県教育委員会生涯学習課長、同義務教育課長、同県立学校教育課長、県教育センター学びの丘所長〕

「見守り活動の中心となる市町村担当者や民生委員等を対象とした研修会・意見交換会」の実施や、県・市町村の消費生活相談窓口の周知による高齢者等の見守りに関わる関係機関から消費生活相談窓口へ繋ぐ体制の強化(再掲)	毎年「消費者被害防止ネットワーク研修会」を実施 ※R3：新型コロナウイルス感染症拡大のため中止
「消費者啓発講座」や「消費者啓発物品等作成・配布」等による障害者に対する消費者トラブル等に関する情報提供	福祉団体あてに毎年啓発チラシ等を提供(年4回)

③その他、消費者教育関係分野等との連携

食育、金融教育、環境教育など、関係部局等と連携し、様々な取組を行いました。

二次計画に記載した取組事項	実施状況
「消費者教育担い手育成事業」における学校の取組支援(環境、食育など)	<ul style="list-style-type: none"> ・食育に関する担い手を1団体育成(H30) ・食育に関する講師派遣を毎年3校6回程度(平均値)に実施 ・環境に関する講師派遣については、環境学習アドバイザー派遣事業⁹と連携
「生活教養講座」の実施(環境、食育など)	毎年2回程度(平均値)実施
「消費者啓発講座」の実施(食育など)	<ul style="list-style-type: none"> ・食育をテーマとしたデモ授業に専門講師を毎年3校6回程度(平均値)派遣 ・金融、金銭教育をテーマにした出前講座に金融広報委員会より毎年19校37回程度(平均値)講師派遣
「消費者啓発物品等作成・配布」による消費者トラブル等に関する情報提供(国際理解など)	国際交流センターへ外国人向けの啓発チラシを配布
「共育支援メニューフェア事業」を通じて、教育関係者への消費者教育の情報提供(食育、国際理解など)	食育・国際理解関係団体8団体程度(平均値)が 出展し、情報提供を実施(H30、R1) ※R2：新型コロナウイルス感染症拡大のため中止 ※R3～：事業終了のため未実施

<評価と課題>

学校教育において消費者教育を充実させるためには、消費者行政部局、県教育委員会、市町村教育委員会が緊密な連携をとることが不可欠です。引き続き「消費者教育連絡協議会」において情報交換や検討を行うと同時に、教育手法のサポートを目的としたデモ授業の活用

⁹ 環境学習アドバイザー派遣事業：環境学習を推進するため、環境分野の有識者(環境学習アドバイザー)を登録し、県及び県内の市町村、学校、事業者、住民団体等が実施する研修会、講演会、学習会などに対して派遣する事業。(環境生活総務課所管)

促進や教材の提供などの支援する取組を進めていくことが必要です。

また、各市町村において、地域の見守り活動を強化する「消費者安全確保地域協議会」を構築していくためには、福祉行政分野が所管する既存の協議会等を活用していくことが有効であり、各自治体内における消費者行政分野と福祉行政分野との連携が重要となります。加えて、警察との連携により、見守り活動の実効性が高まると考えられるため、警察部局との連携も一層進める必要があります。

さらに、環境への配慮や社会貢献を重視する取組を理解することは、そのまま消費行動としてつながり、相乗効果を生むことも期待されることから、引き続き連携した取組が求められています。環境や食育などの問題について考えることは、SDGsの達成やエシカル消費の理解につながるため、幅広い年代等に対し、講座等を実施していく必要があります。

(2) 消費者団体、専門士業団体、事業者等との連携

二次計画に記載した取組事項	実施状況
「生活教養講座（再掲）」の講師派遣に関する連携	毎年4回程度(平均値)実施
「共育支援メニューフェア事業（再掲）」を通じて、学校・地域における消費者教育分野の講師派遣等に関する連携	消費者教育分野関係団体5団体程度(平均値)が 出展し、情報提供を実施（H30、R1） ※R2：新型コロナウイルス感染症拡大のため中止 ※R3～：事業終了のため未実施
各種団体等が行う取組との連携	各種団体等と情報交換等を行いながら連携を実施 ※各種団体等の取組は資料(P36～44)を参照
事業者のCSR活動などの消費者市民社会の形成に関する取組との連携	・企業が行うCSR活動を後援 ・シンポジウム等において、事業者の取組を紹介

<評価と課題>

生活教養講座は、様々な分野をテーマにしており、消費者団体、事業者などと幅広い講師の招へいについて連携しました。また、各種団体等において様々な取組が行われており、周知・啓発をはじめとした連携等を取り、幅広い分野において消費者教育を推進することに取り組んできました。

消費者教育の知見を持つ消費者団体や専門士業団体、事業者などによりそれぞれの立場から消費者教育を推進していくことは非常に重要であり、引き続き、行政と各種団体等が連携をし、消費者教育を進めていく必要があります。

(3) 災害時、非常時における消費行動の情報提供と関係機関との連携

二次計画に記載した取組事項	実施状況
「生活教養講座（再掲）」における災害等、非常時における消費者としてふさわしい行動を考えるきっかけの情報提供	毎年2回程度(平均値)実施
「消費者啓発物品等作成・配布（再掲）」による災害等、非常時に役立つ物品等の周知	啓発チラシ等を配布し、災害時への備え等について周知
様々な主体と連携し、消費者としてよりふさわしい行動を考えるきっかけとなる情報の発信	各種団体へ消費者被害防止や相談窓口の周知を実施
災害発生時における緊急性・必要性の高い生活関連物資に関する情報や、被災者支援情報などの適切な情報提供	非常時における詐欺や悪質商法に関する注意喚起情報を発信

<評価と課題>

生活教養講座において、防災に関するテーマを取り入れた講座の開催や広報誌による情報提供など、災害等非常時に備えた消費行動、非常時における消費者としてふさわしい行動を考えるきっかけとなるよう取組を進めました。

大規模災害発生時には、不確かな情報に影響を受けた消費行動が発生したり、さらには住宅などの修理・リフォーム・自然災害を口実にした便乗商法など、消費生活に関するトラブルは増加する傾向にあります。

このため、平常時から防災、教育、福祉などの関係部局と連携して災害発生時を想定した消費行動等を周知すると同時に、大規模災害発生時において住民生活の早期安定を図るための協定を締結している関係団体と情報共有を図り、災害時においても消費者に対して正しい情報を発信する準備をしておくことが必要です。

3 消費者教育の担い手の育成

消費者教育の担い手として、地域で活動している団体の掘り起こしや育成を実施するとともに学校向けのデモ授業において専門講師を派遣することで児童・生徒だけでなく、教員自身が消費者教育について学び・知ることによって消費者教育の担い手として育成することを目指し取り組みました。

また、地域の見守り活動をする「消費生活サポーター」の育成や、消費生活相談員育成のための養成講座を実施しました。

二次計画に記載した取組事項	実施状況
「消費者教育の担い手の育成事業（再掲）」による地域に潜在する人材の発掘と育成	<ul style="list-style-type: none"> ・食育に関する担い手1団体(H30)、ITに関する担い手1団体(R3)を育成 ・学校からの要望を受け、専門講師を派遣し、デモ授業を実施

	<ul style="list-style-type: none"> ・地域で活動している絵本の読み聞かせ団体に対して、紙芝居を貸与するなど、連携を推進
地域住民と消費者教育の担い手をつなぐコーディネーターの育成	コーディネーター1名 (R4. 4時点)
「消費生活サポーター」の育成とその活動支援	毎年サポーター養成講座や研修会を実施し、サポーターに対しては定期的に注意喚起情報を提供 (登録人数277人(R4. 4時点))
「消費生活相談員養成事業」の実施	毎年「消費生活相談員養成講座」を7、8月の13日間で実施 受講者数：毎年22名程度(平均値)
「見守り活動の中心となる市町村担当者や民生委員等を対象とした研修会・意見交換会(再掲)」の実施	毎年「消費者被害防止ネットワーク研修会」を実施 ※R3：新型コロナウイルス感染症拡大のため中止
「専門研修事業」や「教員向け消費者教育セミナー」など教員が消費者教育を実践するための研修等の実施	<ul style="list-style-type: none"> ・県教育センター学びの丘において、消費者教育に関する講義動画を作成 (R3) ・金融広報委員会において「教員向け消費者教育セミナー」を毎年実施、44名(平均値)程度が参加

<評価と課題>

消費者教育に関する担い手として2団体を育成し、その団体を含めた専門講師を学校へ派遣するデモ授業を推進してきました。また、地域で活動している絵本の読み聞かせ団体に対して、幼児向け紙芝居「たいせつなくれよん」を貸与し、活用を促すなど、担い手育成に向けた取組を行いました。引き続き、幅広い分野において消費者教育を啓発、周知できる体制づくりをするため、担い手として活動する団体等を掘り起こし、育成していきます。

地域住民と消費者教育の担い手をつなぐコーディネーターについては、県職員が兼務していますが、消費者教育に関する関係部局、団体間の連携をより効果的なものとするため、学校現場をよく知る元教員や啓発講座を開催している消費者団体等から適任者を掘り起こし、育成していく必要があります。

地域で見守り活動を行う人材となりうる消費生活サポーターについては、見守り体制の充実のため、育成や活動強化がますます重要になっています。また、学校現場の消費者教育実践支援のため、教員向けの研修を一層充実させることが必要です。

4 市町村の取組支援

地域において消費者教育を推進していくためには、住民に身近な市町村の役割が重要であり、地域の消費者教育の拠点として取組を推進できるよう県として支援を行いました。

二次計画に記載した取組事項	実施状況
地方消費者行政強化交付金等を活用した市町村が実施する消費者教育の取組に関する財政支援	地方消費者行政強化交付金の活用を促すとともに、活用に関する相談、支援を実施
消費生活相談員のスキルアップと消費者教育の実践支援	市町村の消費生活相談員に対し、「消費生活相談 OJT (実務研修)」「専門研修」等を毎年実施
「消費者教育の担い手の育成事業 (再掲)」における市町村の取組との連携	県が実施する専門講師を派遣する事業について周知し、地域の活動で活用することなどを促進
「消費者啓発講座 (再掲)」の実施における連携	市町村が主催する地域の会合等において、毎年 5 市町 9 回程度 (平均値) 実施
「消費者行政担当者研修」の実施	行政担当者向けの「初任者研修」「実地研修」「専門研修」等を毎年実施
「見守り活動の中心となる市町村担当者や民生委員等を対象とした研修会・意見交換会 (再掲)」における市町村担当者の参加による養成等	<ul style="list-style-type: none"> ・毎年「消費者被害防止ネットワーク研修会」を実施 ※R3：新型コロナウイルス感染症拡大のため中止 <ul style="list-style-type: none"> ・市町村へ個別に訪問し、意見交換を実施
「消費生活サポーター」と市町村の連携支援	毎年県内 2～3 か所で消費生活サポーター研修会を実施
市町村における高齢者や障害者の消費者被害防止のための見守りネットワークの構築支援 (再掲)	消費者安全確保地域協議会を県内 11 市町で設置
消費者トラブル事例や注意喚起情報などの市町村に対する情報発信	毎月市町村あてに啓発チラシ等を提供

<評価と課題>

消費生活相談員による相談体制の充実を図り、各市町村が地域における消費者教育の拠点となることを目指し取組を進めてきました。その中で、県消費生活センターにより市町村向けに「初任者研修」「実務研修」「専門研修」「消費生活相談 OJT」などの実践支援を毎年実施してきました。また、消費者トラブル事例や注意喚起情報などの啓発チラシ等を毎月提供することで情報提供を行いました。

市町村が地域の消費者教育の拠点として役割を担っていくためには、消費生活相談員のスキルアップ、消費者教育の担い手の発掘、消費者関連情報の収集、分析機能の向上、見守りネットワークと連携した高齢者等に対する消費者教育の体制づくり等が求められます。

第4章 消費者教育施策の推進

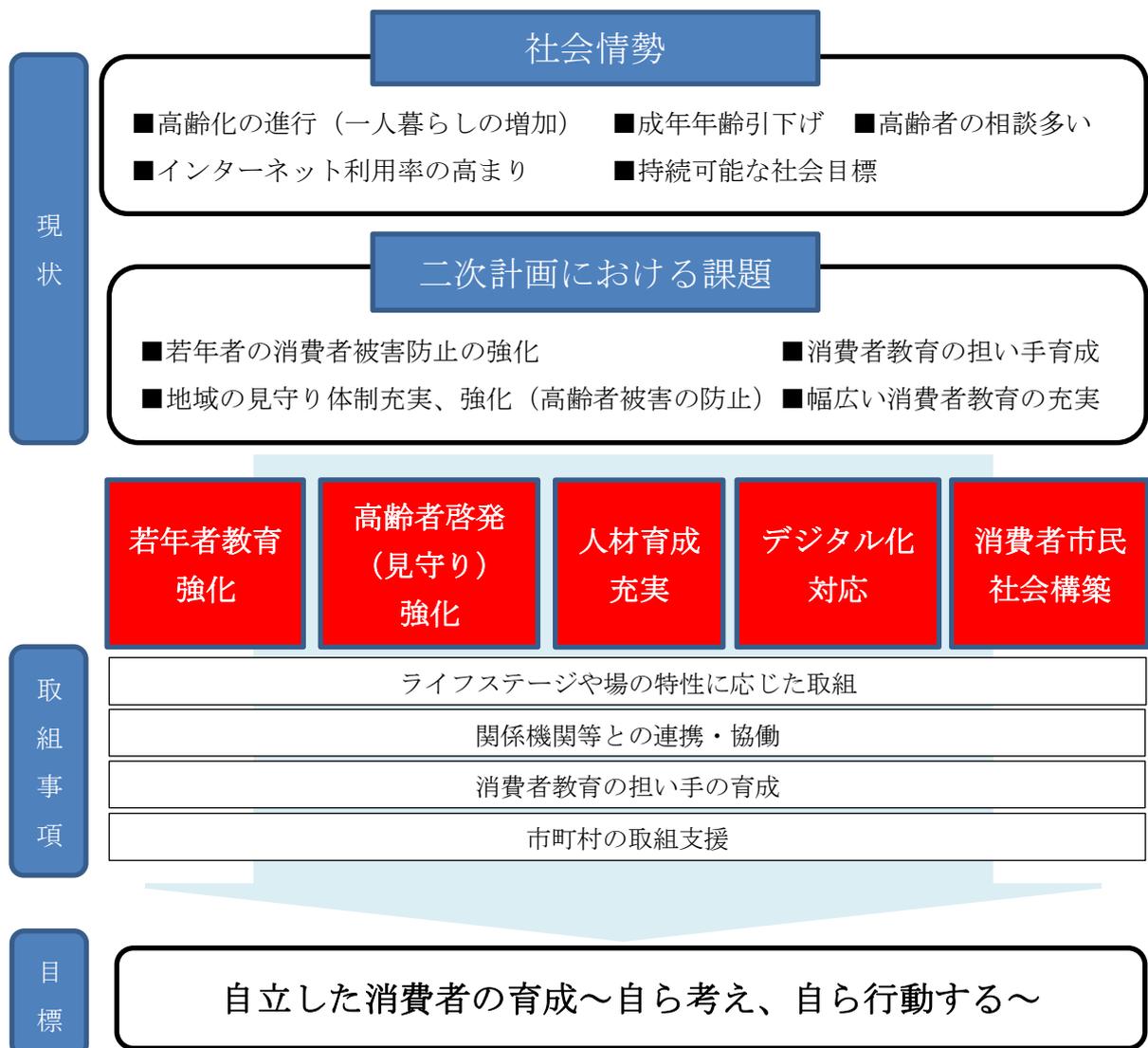
1 体系的な推進に向けて

社会情勢の変化や二次計画における課題、国の動き等を踏まえ、「自ら考え、自ら行動する」自立した消費者の育成を目指し、消費者教育の更なる推進に向けて取組を進めます。

消費者教育を体系的に推進するためには、消費者が、すべてのライフステージを通じて、消費生活の特徴的な場面において、必要となる消費者としての能力を高めることができるよう、体系的かつ継続的な教育を受ける機会を提供することが必要です。

そのため、ライフステージや場の特性に応じた取組、関係分野や関係機関と連携する取組などを定め、体系的かつ継続的に消費者教育を推進していきます。

また、消費者及び消費者教育の推進に従事する者が取り組むべき消費者教育の意義や目標を理解できるよう、「消費者教育イメージマップ (P45)」などを参考にしながら、ライフステージや発達段階ごとの学習目標を整理し、全体像を明示し、「見える化」を図ります。



2 三次計画における基本的視点

二次計画においては、3つの重点事項に基づき、消費者教育の推進に向けた取組を進めてきましたが、これまでに得た成果や課題、また国の動きや社会情勢の変化等を踏まえ、次に掲げる事項を三次計画における基本的視点として位置づけ、消費者教育の更なる推進に向けて取組を進めます。

1 若年者に対する消費者教育の推進

民法改正により令和4年4月1日から成年年齢が20歳から18歳に引き下げられたことにより、社会経験の乏しい若年者における消費者被害の増加が懸念されているため、成人になるまでに消費者トラブルに関する知識や被害防止について学ぶ必要があります。また、大学生等においては、一人暮らしになるなど環境が大きく変化し、不安をあまり、困惑したことに乗じて契約させる商法（靈感商法等）等の悪質商法に関する消費者トラブルに遭いやすくなるため、トラブルの類型・手法の知識等を積極的に提供する機会を拡大していくことが必要です。

小学校・中学校・義務教育学校・高等学校及び特別支援学校においては、社会科、公民科、家庭科などを中心に、消費者教育に取り組んでいるところですが、学習指導要領の改訂を踏まえ、消費者教育の充実を図る必要があります。今後とも、学校において充実した消費者教育が行われるよう、専門講師の派遣（デモ授業）、教員向け研修会、教材の提供・活用促進などに取り組み、児童及び生徒の発達の段階に応じて、消費者トラブルに対応できる実践的な能力を育成できるよう学校現場を支援します。

2 高齢者等に対する消費者教育・啓発の推進

地域で消費者被害に遭うリスクの高い高齢者等に対して消費者教育・啓発を実施するとともに、高齢者等を地域で見守るネットワーク（消費者安全確保地域協議会）の構築を推進します。

高齢者は、「お金」「健康」「孤独」等の不安があるとされており、そこに付け込まれることで、不安をあまり、困惑したことに乗じて契約させる商法（靈感商法等）等の悪質商法に関する消費者トラブルに遭いやすく、特に一人世帯の場合は消費者トラブルに遭っても相談する相手がない場合もあります。

県としては、高齢者等を対象とした消費者啓発講座や、金融広報委員会と連携した講座・講演会、啓発チラシ等の配布等により被害に遭いやすい類型、手法等について注意喚起するとともに、市町村における見守りネットワークを活用した取組の支援等を行うほか、警察による特殊詐欺対策等との連携を図り、被害防止に向けた周知・啓発の取組を行います。

障害を持つ消費者に対しては、障害の特性に配慮した適切な方法による情報の提供が求められ、特に支援者（家族、福祉・介護従事者、民生委員等）に対する働き掛けが重要です。

また、不安に思ったときにすぐに相談できる窓口として、消費生活センター（消費者ホットライン「188」）等を浸透させるため、広報誌や消費者啓発講座等の機会を捉えて周知・啓発を行います。

3 消費者教育における人材の育成

消費者教育を地域で推進するためには、消費者教育・啓発を行う人材の育成が不可欠です。

消費生活相談の現場で相談対応を行っている消費生活相談員が、豊富な知識・経験を活かし、出前講座や啓発活動を実施することは、消費者教育・啓発を行う上では効果的であり、消費生活相談員は、消費者教育を担う重要な存在です。そのため、県消費生活センターでは国民生活センター等が実施する研修への参加等を通じた消費生活相談員のスキル向上・維持を図るとともに、消費生活相談員等による研修の開催や県消費生活センターに寄せられた相談の情報に基づいた消費生活関連情報の提供等を行うことで、市町村の消費生活センター等に対して支援を行います。

消費者教育を地域で一層広めていくため、消費生活サポーターや地域で活動している団体等を担い手として育成し、地域単位での消費者教育の実践を支援していきます。また、大学生等が主体となって周囲の若年者等への啓発活動を行うなど、相互の学びを促進するための支援を行います。

4 デジタル化に対応した消費者教育の推進

デジタル化の進展に伴い、消費の方法やサービス及び供給方法が大きく変化し、新たな消費形態が次々と生まれてきています。また、新型コロナウイルス感染拡大に伴うオンラインショッピングの利用増加など、消費者を取り巻く環境は大きく変化しています。

県では、成年年齢引下げに伴う消費者トラブル未然防止を目的とした特設サイトの開設やWEB 広告の配信等を行うなど、デジタル化に対応した消費者教育に関する取組を実施していますが、対象者や取組内容は限定的な状況です。

デジタル化をはじめとした社会の急激な変化に対応するため、消費生活相談員の知識等のスキルアップを常に図るとともに、消費者教育の担い手や地域で見守り活動をしている方等に対して啓発物資等により最新のトラブル事例の提供を実施していきます。また、デジタル活用におけるメリット、デメリット等を理解した上で、デジタル関連の消費者トラブルを回避するための知識を身につけることができるよう、関係機関等と連携して周知啓発を行います。

デジタルを活用した情報提供については、SNS を通じた発信やデジタル教材を活用した啓発などの消費者が活用する媒体へ直接的に発信する方法だけでなく、オンライン配信により地域会場を設定するなどの間接的なデジタル活用を行うなど、デジタルに対する得意・不得意を問わず、より多くの消費者に対して効果的な情報提供を行えるよう、メディアの特性や対象となる年齢層を踏まえた手法を検討していきます。

5 消費者市民社会構築に向けた多角的な視点の情報提供

消費者市民社会の構築に向け、自ら考えて行動するための消費者教育を推進することは、消費者被害の防止についても良い影響を及ぼすと考えられます。

消費者の消費生活が国内外の社会経済情勢、地球環境に与える影響について考え、消費者としてふさわしい行動をとるための多角的な情報発信を行います。例えば、エンカル消費や

食品ロス削減などの持続可能な社会の形成に寄与する情報の提供・啓発等を行います。

また、消費者被害を受けたときに、消費生活センター等に相談することは、被害を受けた当事者である個人が救済されるだけでなく、消費者被害に係る情報を社会で共有することで、トラブルの原因となった社会的な問題の解決にもつながります。例えば、相談された情報をもとに、新たな被害防止のための注意喚起が行われたり、同様の相談情報が集積され、法整備等につながる可能性もあります。そのため、消費者がトラブルに遭った際にはすぐに消費生活センター等に相談ができるよう、消費生活相談窓口や消費者ホットライン188の周知・啓発を推進します。

3 計画の施策と具体的取組

本計画では、これまでの取組の成果や課題を踏まえ、特に力を入れるものとして位置付けた基本的視点に基づき、以下の施策に即した具体的取組を中心に消費者教育を推進していきます。

施策1 ライフステージや場の特性に応じた取組

(1) 学校等

①幼稚園、保育所、認定こども園

幼稚園等において、子供（幼児）が、様々な体験を通じておつかいや買い物に関心を持つ、身の回りのものを大切にする等の意識を身に付けることは、消費生活について正しい知識を持つ契機となります。

幼児期においては、保護者が子供の教育について大きな役割を果たすことから、幼稚園等への講師派遣や情報発信に加えて、親子で参加できる地域の図書館等で実施される絵本の読み聞かせ会などを通じて、消費者教育を発信することも有効です。このような取組を推進するために、市町村や地域で活動している団体等と連携するとともに、「消費者教育の担い手」の掘り起こし、育成に取り組んでいきます。

また、予期せず身体の安全を脅かす事故（誤飲、水回りに関すること等）を防ぐために、幼児教育関係者や保護者に対して、事故事例や予防策等に関する啓発や情報発信の充実に取り組みます。

取組事項	○「消費者啓発講座」等によるお金や物を大切に扱うことなどについて意識を身に付けるための情報提供（保護者に対する取組を含む）
	○幼児向け教材の提供、活用促進
	○幼児期を対象とした消費者教育活動における担い手育成、活用
	○（幼児教育関係者、保護者に対して）幼児の事故に関する注意喚起情報の発信

②小・中・義務教育学校、高等学校、特別支援学校

小学校、中学校、義務教育学校、高等学校及び特別支援学校においては、新たな学習指導要領において、消費者教育に関する内容が充実されたことを踏まえ、社会科、公民科、

家庭科等を中心に、児童・生徒の発達段階に応じて消費者教育の充実に取り組んでいます。学校教育における消費者教育がより効果的に行われるよう、デジタル教材などの実践的な教材の活用を促進するとともに、専門講師を活用した講座（デモ授業等）の積極的な活用を促します。

特に高等学校においては、令和4年4月の民法改正による成年年齢引下げに伴い、生徒が在学中に成人となり、消費者トラブルに遭うことも考えられるため、早期に契約に関する基本的な考え方や契約に伴う責任等に関し学習を行うことが必要です。県では、学校への専門講師の派遣に加えて、成年年齢引下げについての特設サイトを通じた啓発などを実施していきます。

また、教員が授業等で消費者教育を十分に展開するには、授業時間や研修時間の確保の難しさなど課題への対応が必要です。教員向け研修・勉強会や教員向けセミナー等を活用するとともに、デモ授業においても教員に教育手法を伝える効果があるため、より多くの学校等で活用されるよう広く周知・啓発を続けていきます。

消費者教育イメージマップ（P45）に記載のとおり、小学生期・中学生期・高校生期では子供たちに求めるものが異なるため、消費者教育イメージマップを参考にして、各年代に合わせた内容で周知啓発や情報提供等を行っていきます。

取 組 事 項	○学校におけるデモ授業、消費者啓発講座等による学校の取組支援 （インターネット、契約、金融等）
	○成年年齢引下げや不安をあおって契約させる商法（靈感商法等）等、消費者被害に遭いやすい類型・手法等についての注意喚起や周知・啓発
	○「消費者啓発物品等作成・配布」による子供が巻き込まれやすい代表的なトラブル事例などの情報提供
	○教員自らが実践できる消費者教育に関する教材の提供（情報提供を含む）

③大学、専門学校等

大学、専門学校等においては、生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し、自らの行動を始める時期です。その中で、消費者教育イメージマップ（P45）にも記載のとおり、消費者問題やその他の社会課題の解決、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げることで消費者市民社会の構築を図り、契約の内容やルールを理解し、よく確認して契約する習慣をつけるなど、成人として責任のある行動が求められます。

しかし、進学等をきっかけに一人暮らしを始めるなど、消費者としての環境が変化する時期でもあり、消費者トラブルに巻き込まれやすい状況でもあります。このため、大学等と連携を図り、学生に対し、契約に関する具体的な留意事項等をはじめ、消費者被害防止のための様々な情報や必要な知識を消費者啓発講座や啓発チラシ等の配布などにより提供していきます。

若者においては、SNSを通じた消費者トラブルが増加している傾向にあるため、若者がよく利用するSNS等を通じた啓発などにより、消費者トラブルに遭わない行動を取るため

の消費者教育を推進していくことは重要です。それに併せて被害に遭った際にすぐに相談し、被害拡大を防ぐことも大切であるため、消費者ホットライン「188」や県内消費者相談窓口の認知度を上げる取組を実施していきます。

また、若者が主体的に消費者教育を学び、その知識や情報を同世代や子供に伝える啓発等を推進するため、学生等を消費者教育の担い手として育成し、実践支援に取り組みます。

取組事項	○消費者市民社会構築に向けた、「消費者啓発講座（再掲）」等による契約、インターネット、クレジットやローンなど、（社会に出ていこうとする）若者が身に付けるべき知識の情報提供
	○「消費者啓発物品等作成・配布（再掲）」による若者が巻き込まれやすい代表的なトラブル事例などの情報提供
	○成年年齢引下げや不安をあおって契約させる商法（靈感商法等）等、消費者被害に遭いやすい類型・手法等についての注意喚起や周知・啓発（再掲）
	○消費者教育の担い手となる学生等を対象とした消費者教育の実践支援

（２）地域社会

①地域

ライフステージごとの体系的な消費者教育を実施するにあたり、生涯を通じて適切な消費者教育を受けることが望ましいことから、学校教育以降も適切な消費者教育が引き続き受けられるよう地域での取組を推進していく必要があります。

市町村や消費者団体、関係団体等と連携しながら、地域単位で消費者教育・啓発を行う担い手の育成や、高齢者等の見守り活動を行う民生委員等に対する研修会の実施等により、各地域で消費者教育・啓発を実践できる体制の構築を図ります。

また、地域の見守りネットワークである「消費者安全確保地域協議会」の設置を促進するとともに、地域で見守り活動を行う「消費生活サポーター」の育成・実践支援に取り組みます。

高齢者の消費者教育については、高齢者においても年齢に幅があり、生活状況や行動範囲、活動の状況も様々であることに留意する必要があります。また、社会のデジタル化の進展に誰一人取り残されないためにも、高齢者へのデジタル活用支援についても推進していくことが求められます。

取組事項	○「生活教養講座」の実施（デジタル機器によるトラブルの未然防止等）
	○「消費者啓発講座（再掲）」の実施
	○「消費者啓発物品等作成・配布（再掲）」による成人及び高齢者が巻き込まれやすい代表的なトラブル事例などの情報提供
	○不安をあおって契約させる商法（靈感商法等）等、消費者被害に遭いやすい類型・手法等についての注意喚起や周知・啓発（再掲）
	○「高齢者・障害者に係る消費者被害防止ネットワーク」による消費者被害防

	止のための注意喚起情報等の情報提供
	○見守りネットワークの構築支援 (消費者安全確保地域協議会の設置促進、消費生活相談窓口へ繋ぐ体制の強化等)
	○地域における消費者教育の担い手の育成、実践支援
	○見守り活動に関わる市町村担当者や地域の担い手等を対象とした研修会・意見交換会の実施

②家庭

家計消費は、国内総生産の過半数を占めており¹⁰、消費者の消費活動は、経済社会全体に大きな影響を与えています。そのため、消費者教育を推進していくに当たり、家庭教育は非常に重要な方法です。学校や地域などで学んだことを家庭内で共有し、消費者被害や事故防止について共通認識を持つことで、家族で助け合う（見守り合う）体制ができることは非常に効果的な取組といえます。

「生活教養講座」や「消費者啓発講座」等で学び、それを家族に伝えることは、家庭の被害・事故防止につながると考えられます。

また、高齢者を狙った詐欺的な勧誘の被害等を防止するためにも家族間で情報共有し、見守ることが効果的であるため、市町村等と連携して、消費者被害の事例や傾向等を伝える啓発チラシ等を提供するなどの情報発信を行います。

小さな子供を持つ家庭では、様々な気付きの体験を通じて、子供に家族や身の回りの物事に関心を持たせ、暮らしの中の危険や、ものの安全な使い方に気付かせる必要があります。消費者庁などから発信される幼児の事故に関する注意喚起情報等を活用した情報提供や地域において消費者教育を実践する団体等と連携し、普及啓発を行います。

取組事項	○「生活教養講座（再掲）」の実施 (身の回りのリスク管理、安全な商品の選び方等)
	○「消費者啓発講座（再掲）」の実施
	○「消費者啓発物品等作成・配布（再掲）」による消費者被害防止や消費者市民社会構築に向けた情報提供、普及啓発
	○「成年年齢引下げ」による若年者の被害防止に向け、家庭内で意識共有し、親が子供を見守る体制構築のための情報提供、普及啓発
	○幼児に向けた絵本の読み聞かせ等によりお金や物を大切に扱うことの意識を身に付けるための消費者教育を実践する担い手の育成、支援
	○幼児の事故に関する注意喚起情報の発信（再掲）

(3) 職域

事業者においては、「生産者（売る側）」と「消費者（買う側）」の両側面を持ち合わせて

¹⁰ 令和4年の家計消費：300.1兆円、国内総生産(GDP)：556.4兆円
(内閣府「国民経済計算」(2022年10-12月期2次速報値。名目。))

おり、両方の立場からの啓発を行うことが期待されます。

「生産者(売る側)」としては、公正かつ持続可能な社会を形成する重要な構成員として、従業員に対し、コンプライアンスの強化やガバナンスの徹底、消費者志向経営¹¹の視点を持った従業員となるための教育や研修を行い、さらに、事業者において取り組まれているCSR活動等を広く発信することにより、従業員をはじめとする消費者自らが学び、考え、行動することにつなげることができます。

「消費者(買う側)」としては、事業者において従業員に対する消費者トラブルの情報提供や研修を実施することで、社会人になってから教育を受ける機会が減少しがちな従業員に対して、消費者教育を受ける機会を提供できます。そのため、消費生活センター等から、「消費者啓発講座」等により専門講師を派遣し、新入社員(若年者)向けの契約ルールや生活設計・管理に係る基礎知識や若年者に多い消費者トラブル事例情報などを伝えることで事業者の取組を支援します。

事項 取組	○「消費者啓発講座(再掲)」の実施や啓発チラシ配布等による情報提供
	○事業者向け研修会の開催

施策2 関係機関等との連携・協働

(1) 教育行政分野や福祉行政分野など県関係機関との連携

①教育行政分野との連携

消費者教育を、幼児期から成人期(特に高齢者)までの各段階に応じて体系的に実施するためには、消費者行政分野と教育行政分野の連携が必要です。県はもとより、住民に身近な立場で消費者教育を推進する市町村においても、消費者行政担当課室と教育委員会が緊密に連絡を取り合い、共同事業を実施するなど連携を図ることが必要です。

このため、消費者教育連絡協議会において、消費者教育に関する情報交換や、幼児期から成人期(高齢者を含む)までの各段階に応じた体系的な消費者教育に関する連携を行います。特に、学校教育現場における消費者教育に関する課題に対応するため、教員に対する研修や、教員に教育手法を伝える効果があるデモ授業の活用を促し、学校等における消費者教育の充実に繋がります。また、教員が消費者教育を実践していくにあたり、効果的かつ活用しやすい教材等の情報を提供していくことや、教員に対して教育手法を伝えるデモ授業の実施についても県教育委員会、学校等と連携し、取り組んでいきます。

取組 事項	○消費者行政、教育行政間で取組の共有、連携
	○教員自らが実践できる消費者教育に関する教材の提供(情報提供も含む)、活用支援
	○「専門研修事業」や「教員向け消費者教育セミナー」など教員が消費者教育を実践するための研修等の実施
	○教員を消費者教育の担い手として育成するためのデモ授業等の実施

¹¹ 消費者志向経営は、持続可能な社会に貢献することを目標とし、「『消費者』と『共創・協働』して『社会価値』を向上させる経営」と定義される。

②福祉行政分野等との連携

県では、高齢者等の支援に係る県の関係課室や関係団体で構成する「高齢者・障害者に係る消費者被害防止ネットワーク」を通じて、高齢者等を支える地域の関係団体に対し、注意喚起や情報提供を行っていきます。

また、障害者団体等に対して、関係課室と連携し、消費者啓発講座の周知や障害の特性に配慮した消費者教育・啓発を行います。

見守り活動は地域における取組が重要であるため、より住民に近い市町村における「消費者安全確保地域協議会」の設置促進など、見守りネットワークの構築や消費生活相談窓口等との連携を支援します。

加えて、警察による特殊詐欺対策等との連携を図り、被害防止に向けた周知・啓発、市町村の見守りネットワークの強化、研修会の実施等の取組を進めます。

取組事項	○「高齢者・障害者に係る消費者被害防止ネットワーク」を通じた注意喚起情報などの情報発信、連携（再掲）
	○見守りネットワークの構築支援（再掲） （消費者安全確保地域協議会の設置促進、消費生活相談窓口へ繋ぐ体制の強化等）
	○見守り活動に関わる市町村担当者や地域の担い手等を対象とした研修会・意見交換会の実施（再掲）
	○障害者等に対する消費者トラブル等に関する情報提供
	○警察による特殊詐欺対策等との連携 （周知・啓発、見守りネットワークの強化、研修会の実施等）

③その他、消費者教育関係分野等との連携

環境教育、食育、情報教育などは、それぞれの目的や内容、対象範囲は異なりますが、消費生活にも大きく関連性があり、消費者市民社会の構築や持続可能な社会の形成という観点から消費者教育の内容と重なる部分が多くあります。

このため、県関係部局との連携はもとより、その他の関係機関等とも連携をしながら、それぞれの教育を推進することで、相乗的な効果が図れると考えられます。

金融リテラシー（金融に関する知識・判断力）を向上することは、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ため、県金融広報委員会等と連携して金融教育を推進します。

また、在留外国人等の増加により外国人が取引の当事者となる消費者トラブルが増加することが懸念されており、関係機関と連携し、多言語表記の啓発チラシ等を活用した情報提供等を行います。

取組事項	○環境、食育、金融等に関する各種団体等との連携、取組支援
	○「生活教養講座（再掲）」の実施（環境、食育等）
	○「消費者啓発講座（再掲）」の実施（食育、金融等）

	○「消費者啓発物品等作成・配布（再掲）」による消費者トラブル等に関する情報提供（外国人向け等）
--	---

（２）消費者団体、専門士業団体、事業者等との連携

県民一人一人が消費者であり、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確保するためには、行政による消費者教育だけでは自ずと限界があります。消費者教育を総合的かつ一体的に進めるためには、国、県、市町村などの行政機関をはじめ、消費者団体、専門士業団体、事業者等の関係機関との連携が必要です。

消費者教育に知見を持つ消費者団体や専門士業団体、事業者などからの「生活教養講座」等への講師派遣だけでなく、それぞれの立場で実践している消費者教育に関する取組を情報発信するなど、連携することでより幅広く消費者教育を受ける機会をつくります。

また、事業者によるCSR活動等の「消費者志向経営」の取組は、消費者市民社会の構築に向けて重要であるため、事業者と情報共有を図るとともに、消費者にも認知してもらうための情報発信等を連携して進めていきます。

取組事項	○「生活教養講座（再掲）」等への講師派遣に関する連携
	○各種団体が行う取組との連携、情報発信
	○事業者のCSR活動などの消費者市民社会の構築に関する情報共有・発信

（３）災害時、非常時における消費行動の情報提供と関係機関との連携

新型コロナウイルス等の感染症拡大による非常時や地震、台風、豪雨などの自然災害時においては被害の大きさや深刻さが注目されますが、詐欺や契約に関する消費者トラブルなど、弱者を狙った悪質商法が現れる傾向にあるため、日頃から消費生活に関する正しい知識を身に付けておく必要があります。

そのため、災害時、非常時に関連した消費者トラブルの知識や万が一に備えた消費行動の在り方について考えるきっかけとなる情報を生活教養講座や消費者啓発チラシ等の作成・配布等を通じて発信するとともに、市町村や関係課室と連携して災害に役立つ知識を周知・啓発することで、不正確な情報に惑わされない消費者を育成します。

また、災害時においては、緊急性・必要性の高い生活関連物資に関する情報や被災者支援情報などを提供し、消費者が正しい情報を受け取り、消費者としての適切な行動をとる必要があります。その際、行政だけではなく、消費者団体や専門士業団体、事業者などと連携して情報発信を行います。

取組事項	○「生活教養講座（再掲）」における災害等、非常時における消費者としてふさわしい行動を考えるきっかけの情報提供
	○「消費者啓発物品等作成・配布（再掲）」による災害等、非常時に役立つ物品等の周知

	○各種団体等、様々な主体と連携し、消費者としてよりふさわしい行動を考えるきっかけとなる情報の発信
	○災害発生時における緊急性・必要性の高い生活関連物資に関する情報や、被災者支援情報などの適切な情報提供

施策3 消費者教育の担い手の育成

ライフステージごとの体系的な消費者教育を推進していくためには、各ライフステージにあわせた場所や内容で情報を発信していく必要がありますが、すべてを行政だけで担うことは困難であり、消費者団体、事業者、地域で活動する団体等、多様な主体と連携して消費者教育を発信していくことが求められます。

消費者教育の担い手となる団体の掘り起こしや育成、地域の見守りネットワークに関わる民生委員等を対象とした研修会を開催するとともに、地域で見守り活動を行う消費生活サポーターの育成を推進します。さらに、教育現場や地域住民などと消費者教育の担い手をつなぐ役割を担うコーディネーターを、学校現場をよく知る元教員や啓発講座等を開催する消費者団体等の中から実践活動や研修等を通じて育成します。

学校における消費者教育の担い手を育成するためには、教員向け研修の充実を図ることが期待されており、各学校で取り組んでいる消費者教育の実践を支援することが必要です。

学校向けのデモ授業においては、児童・生徒等に対する消費者教育の実施と同時に、教員が専門の講師が実施する授業を見る機会を設けることで、消費者教育の担い手の育成を目指します。

取組事項	○消費者教育の担い手となる地域に潜在する人材の発掘と育成
	○地域住民と消費者教育の担い手をつなぐコーディネーターの育成
	○「消費生活サポーター」の育成とその活動支援
	○「消費生活相談員養成事業」の実施
	○見守り活動に関わる市町村担当者や地域の担い手等を対象とした研修会・意見交換会の実施（再掲）
	○「専門研修事業」や「教員向け消費者教育セミナー」など教員が消費者教育を実践するための研修等の実施（再掲）

施策4 市町村の取組支援

地域における消費者教育を推進するためには住民により近い存在である市町村の取組が必要不可欠です。市町村の消費生活センター等が地域における消費者教育の拠点となり、より充実した消費者教育を実施することが期待されます。

このため、市町村の消費生活相談員等のスキルアップを図る研修の実施や、見守りネットワーク等で活用できる消費生活関連情報の発信、地方消費者行政強化交付金を活用した財政支援など、市町村が実施する取組を支援します。

また、これまで県が実施してきた消費者啓発講座、消費者教育の担い手の育成事業、消費

者被害防止ネットワーク研修会・意見交換会や消費生活サポーター育成事業等について市町村との連携を更に強化し、地域に根ざした消費者教育体制の構築を推進します。

取 組 事 項	○地方消費者行政強化交付金を活用した市町村が実施する消費者教育の取組に関する財政支援
	○消費生活相談員のスキルアップと消費者教育の実践支援
	○消費者教育の担い手の活用など、市町村の取組との連携
	○「消費者啓発講座（再掲）」の実施における連携
	○「消費者行政担当者研修」の実施
	○見守り活動に関わる市町村担当者や地域の担い手等を対象とした研修会・意見交換会の実施（再掲）
	○「消費生活サポーター（再掲）」と市町村の連携支援
	○見守りネットワークの構築支援（再掲） （消費者安全確保地域協議会の設置促進、消費生活相談窓口へ繋ぐ体制の強化等）
	○消費者トラブル事例や注意喚起情報などの市町村に対する情報発信

第5章 計画の推進体制

1 計画の推進体制

「自ら考え、自ら行動する」自立した消費者を育成するため、体系的な消費者教育を実施する必要があります。県や市町村等の行政はもとより、県内の関係団体等とも連携することで、消費者教育を推進する体制を確立するよう取り組んでいきます。

(1) 県の推進体制

消費者行政部局を中心に、教育行政部局や福祉行政部局等と連携することで、幼児期から成人期（高齢者を含む。）までの各段階に応じた体系的な取組を実施します。また、より良い社会の発展を目指し、積極的に関与する消費者の育成を進めるため、消費者教育と一部重なる分野と内容（※）を扱う各関係部局と連携することで、幅広い消費者教育に取り組みます。

※消費者教育と一部重なる分野と内容の例

環境：将来に対する責任や環境とのバランスを考えた消費生活など

食育：地産地消や栄養表示を含めた食品表示の適切な理解など

国際理解：内外の社会情勢や地球環境に与える影響の自覚など

(2) 市町村等との連携

体系的な消費者教育の推進のためには、住民にとって最も身近な自治体である市町村や学校等が果たす役割が大きいことから、市町村や学校等に対する支援、また、新しい消費者問題や重要な課題に取り組んでいる消費者庁との連携を図りながら各種施策に取り組みます。

(3) 消費者団体、専門士業団体、事業者等との連携

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、消費者に対する啓発や専門的な法律の知識等をもった消費者団体や専門士業団体、事業者等と連携し、より効果的な消費者教育に取り組みます。

2 関係施策の実施状況の報告

本計画に基づく消費者教育施策の実施状況について、毎年度、取組事項を評価して和歌山県消費生活審議会で報告するとともに、必要に応じて見直しを行うものとします。

資 料

主な取組実績（H30～R03）

1. 県（行政）、県教育委員会（学校教育、社会教育）、県金融広報委員会の取組

部署	取組名		具体的内容
行政 (県)	消費者教育の担い手育成事業	目的	消費者教育の担い手を育成し、県内の各地域で消費生活に関する知識を習得できる機会の拡大を図ることにより、消費者教育・啓発を推進する。
		内容	①地域の消費者教育担い手育成 消費生活に関する活動ができる人材を掘り起こし、講師として活躍できるための養成講座を開催。養成講座修了後は、地域、職場、団体等の研修・講座等へ派遣し、消費生活に関する教育、啓発を実践 ②学校向け消費者教育授業の実践（デモ授業） 教員による消費者教育授業の実践を支援するため、「消費生活に関する活動の実績を持つ団体等の講師」を学校へ派遣し、各年代に応じた適切な消費行動に結び付く知識や実践的な能力を習得するためのデモ授業を実施
		実績	①地域の消費者教育の担い手育成 H30：1 団体 R03：1 団体 ②学校向け消費者教育授業の実践（デモ授業） H30：25 校 65 クラス R01：31 校 80 クラス R02：23 校 86 クラス R03：31校88クラス
	消費者教育講座	目的	「消費者市民社会」の一員として行動できる「自立した消費者」を育成する。
		内容	和歌山大学等と連携して、消費者市民社会への参画等をテーマとした大学生を含む一般県民を対象とした講座を開催
		実績	H30：3回開催、99名

部署	取組名	具体的内容		
行政 (県)	成年年齢引下げに係る 周知・啓発	目的	成年年齢引下げによる若年者（特に新成人となる高校生等）の消費者トラブルを未然に防止する。	
		内容	若年者に消費者被害について知ってもらい、若年者自らが被害に遭わない行動が取れるよう若年者が利用している媒体等を活用し周知、啓発を行う。	
		実績	<ul style="list-style-type: none"> ・ 特設サイトの開設（R3. 12 開設） ・ WEB 広告の配信（配信期間：R3. 12～R4. 3） ・ チラシの配布 R03：約 35,000 部（県内高等学校、特別支援学校、大学等）、1,368 部（県内事業者）	
	生活教養講座	目的	生活に必要な情報を的確に利用できる能力を養い、自立した消費者の育成を図る。	
		内容	消費者を対象とした衣・食・住など消費生活の基礎的な知識を学ぶ講座を開催 和歌山会場（県消費生活センター）8回、地方会場4回	
		実績	H30：12 回、延べ 442 名、R01：12 回、延べ 311 名 R02：8 回、延べ 207 名、R03：4 回、延べ 68 名	
	消費者啓発講座	目的	消費者問題についての各種情報を提供し、消費者被害の未然・拡大防止と早期発見を図る。	
		内容	ホームページや啓発チラシ等で講座の募集を行い、各種団体の研修会、学校の授業などに消費生活相談員を講師として派遣し、消費生活の基礎知識及び最近の消費者被害状況とその対処方法を分かりやすく解説	
		実績	H30：87 回、R01：85 回 R02：69 回、R03：66 回	
	消費者安心サポート事業（消費生活サポーター）	目的	地域で見守り活動を行う和歌山県消費生活サポーター（以下「サポーター」という。）を育成し、活動を支援することにより、多様化・複雑化する悪質商法による消費者被害の未然・拡大防止と早期発見を図る。	
		内容	①サポーターの育成 サポーター養成講座を開催し、修了者を「サポーター」として登録 ②活動支援 啓発物資の配布、レベルアップ研修や地域での意見交換会を開催	

部署	取組名		具体的内容
行政 (県)	消費者安心サポート事業(消費生活サポーター)	実績	①サポーターの育成 H30：講座4回、サポーター278名 R01：講座3回、サポーター302名 R02：講座1回、サポーター291名 R03：サポーター277名 ※ R03：新型コロナウイルス感染防止のため、中止 ②活動支援 H30：研修会3回、58名受講 R01：研修会3回、47名受講 R02：研修会1回、36名受講 R03：研修会1回、33名受講
	消費者啓発物資等作成・配布・貸出	目的	県民の消費者トラブルに関する知識を深め、消費者被害の未然・拡大防止を図る。
		実績	最新の消費者被害の事例や対処方法、消費生活の基礎知識を学ぶための教材の作成・配布、DVD・ビデオの貸出 ・消費者ホットラインの周知 ・幼稚園、保育所等向け消費者教育教材の作成・配布 「たいせつなくれよん」紙芝居 R1 270箇所 ・小学生向け消費者教育教材の作成・配布 「消費生活マークマスター」カードゲーム H30 252校 約1,000個 ・中学生向け消費者教育教材の作成・配布 「消費者センスを身につけよう」 H30 135校 約9,000部 ・高校生、大学生向け消費者教育教材の作成・配布 「気をつけて！悪質業者は君を狙っている！」 R02 高校73校、大学8校 約11,000部 R03 高校72校、大学8校 約30,000部 ・県消費生活センターでのDVD等の貸出 など

部署	取組名		具体的内容
行政 (県)	夏休み！親子で学ぶ消費者教室	目的	幼児期頃から消費生活の基礎知識を身に付けることにより、自立した消費者を目指す。
		内容	小学生、中学生とその保護者を対象に、消費生活に関するトラブルの講義や実験を通じて学ぶ消費者教室を夏休みに開催
		実績	H30：2回（和歌山市）、64名 R01：2回（和歌山市）、34名 R03：2回（和歌山市）、39名
	消費者月間（5月）関連事業	目的	県民が消費者として正しい生活情報や生活知識を身に付け、買い物や契約など身近な生活における消費者問題について考える契機とする。
		内容	①消費者月間啓発キャンペーン（駅前、スーパーマーケット店頭等における街頭啓発（リーフレット、啓発物資の配布） ②金融経済講演会の開催（県金融広報委員会と共催） ③無料法律相談の開催（和歌山弁護士会協力） ④市町村との消費者月間共催事業
		実績	①街頭啓発（県関連事業） H30：4回（和歌山市2回、岩出市1回、御坊市1回） R01：5回（和歌山市2回、岩出市1回、橋本市1回、御坊市1回） ※R02, 03：新型コロナウイルス感染防止のため、中止 ②金融経済講演会 H30：参加者240名 R01：参加者256名 R03：オンライン開催 参加者130名 ※R02：新型コロナウイルス感染防止のため、中止 ③無料法律相談 H30：3名 R01：7名 R03：6名 ※R02：新型コロナウイルス感染防止のため、中止

部署	取組名		具体的内容
教育委員会 (学校教育)	専門研修事業（教員対象）	目的	児童生徒が生涯にわたって健全な心身と豊かな人間性を育むために、食育や情報モラル教育の実践的な指導力の向上を図る。
		内容	食育に関する研修、情報モラル教育に関する研修の実施
		実績	<ul style="list-style-type: none"> ・ 学校栄養教諭、学校栄養職員研修（食育） H30：1回（田辺市）、8名 R01：1回（田辺市）、13名 R02：1回（田辺市）、7名 R03：1回（オンライン）、2名 ・ 情報モラル教育に関する研修 H30：1回（田辺市）、28名 R01：1回（田辺市）、62名 R02：1回（オンライン）、74名 R03：2回（オンライン）、99名 ・ 教員を対象とした「消費者教育」に関する講義動画を作成（R3）
教育委員会 (社会教育)	きのくに共育コミュニティ形成促進事業 (共育支援メニューフェア事業)	目的	専門的な知識や技能を持った企業、大学、各種団体及び行政機関に、学校や地域を支援していただき、子供たちの新たな学びを見出すとともに、学校・地域と企業等の相互理解を深める。
		内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 企業、大学、各種団体等が有する学校・地域を支援するプログラム紹介等 ・ 学校関係者や社会教育関係者等と、企業、大学及び各種団体等関係者が一同に会して意見交換を実施
		実績	<p>H30：1回（和歌山市）、70団体、約170名参加 R01：1回（田辺市）、48団体、約170名参加 ※R02：新型コロナウイルス感染防止のため、中止 ※R03～：事業終了のため未実施</p>

部署	取組名	具体的内容	
県金融広報委員会	金融広報アドバイザーの講師派遣	目的	金融に関する広報又は消費者教育活動の第一線指導者が、中立公正な立場から、金融に関する客観的で正確な情報を県民各層に分かりやすく提供し、県民の健全で合理的な家計運営を支援する。
		内容	自治体やグループ、学校、公民館等で開催する金融経済、生活設計、金融・金銭教育などに関する研修会や学習会などに、講師として金融広報アドバイザーを無料で派遣
		実績	H30：29箇所、50回 R01：48箇所、68回 R02：22箇所、46回 R03：26箇所、50回
	金融・金銭教育研究校の委嘱	目的	幼児・児童・生徒それぞれの発達段階に応じた教育の実践と、その効果的な方法の研究をとおり、現在及び将来の生活を支える金融・経済に関する正しい知識の習得、金銭や物に対する健全な価値観の養成を図る。
		内容	原則2年間研究校として委嘱。研究校に対して、金融広報アドバイザーの講師派遣、授業で用いる教材・資料等の提供、授業を進める上での実践事例の紹介等の支援を行うほか、研究・実践に必要な費用の一部を助成
		実績	H30：1校（有田川町）、1園（美浜町） R01：1校（印南町） R02：2校（印南町、和歌山市） R03：2校（和歌山市）
教員向け消費者教育セミナー	目的	学校における消費者教育推進の担い手となる教員を育成する。	
	内容	消費者教育、金融教育の意義や教育現場での指導に役立つ具体的な実践事例を講義及びワークショップ形式により紹介する。	
	実績	H30：1回（和歌山市）、40名 R01：1回（和歌山市）、46名 R02：1回（和歌山市）、43名 R03：1回（和歌山市）、46名	

部署	取組名		具体的内容
県金融広報委員会	金融経済講演会	目的	広く一般の方を対象に、暮らしに役立つ金融経済情報を提供するほか、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、金融・金銭教育の必要性、金融トラブルにあわないノウハウなどを伝える。
		内容	5月の消費者月間にあわせ、外部講師による講演会を開催
		実績	H30：240名、R01：256名 R03：130名（オンライン開催） ※R02：新型コロナウイルス感染防止のため、開催中止
	暮らしの達人！知るぼると講座	目的	健全で合理的な家計運営や生活設計を支援する。
		内容	金融や経済の知識、暮らしに役立つ情報を中立公正な立場から分かりやすく解説する講座を開催(連続講座)
		実績	H30：4回、延べ120名 R01：4回、延べ100名 R02：3回、延べ60名 R03：3回、延べ60名

2. 各種団体等の取組

	団体名	取組名		具体的内容
消費者団体	NPO法人消費者サポートネット和歌山	セミナー開催	目的	消費者の権利の確立及び消費者の自立を支援することにより、消費者の安心・安全な生活、消費者市民社会の形成に寄与する。
			内容	毎年1月と5月に、テーマを決めて一般対象向けにセミナーを開催
			実績	H30：1回、75名 R01：3回、230名 R02：新型コロナウイルス感染拡大のため中止 R03：2回、75名
		情報発信事業	目的	消費生活等に関する情報発信により、消費者被害の防止を図り、自立した消費者を目指す。
			内容	消費生活等に関する情報発信
			実績	R01：年3回、「暮らしの情報アンテナ」を発行、消費者教育教材資料作成チームに参加 R02、03：年3回、「暮らしの情報アンテナ」を発行、テレビ、ラジオに出演

	団体名	取組名		具体的内容
消費者団体	NPO法人消費者サポートネット和歌山	見守り育成事業	目的	高齢社会の中で地域で見守り活動を行う人材を育成する。
			内容	高齢者を地域で見守る人材を育成するための養成講座を実施（5回の連続講座）
			実績	H30：3回（橋本市、民生児童委員他） 200名 R01：3回（橋本市、民生児童委員他） 211名 R02：2回（橋本市、社会福祉協議会） 111名 R03：2回（橋本市、社会福祉協議会） 1,256名
		出前講座	目的	消費者の権利の確立及び消費者の自立を支援することにより、消費者が安心・安全な生活を送れるよう消費者教育・啓発を通して支援する。
			内容	幅広い年代・領域に対する出前講座を実施（出前講座の例） [学校] 消費者の権利と責務をはじめとする消費者としての自覚や行動、インターネットやスマートフォンをめぐる身近な消費者トラブルの現状と対策、環境問題等に関する講座 [若者向け] 一人暮らしの生活管理やクレジットの仕組みと利用上の注意点、若者に多い消費者トラブル等に関する講座 [高齢者向け] 寸劇・紙芝居・ロールプレイングなどを取り入れた分かりやすい講座
			実績	H30：44回、2,348名 R01：50回、2,881名（内、学校10校、760名） R02：25回、730名（内、学校5校、310名） R03：13回、2,161名（内、学校7校、1,950名（オンライン含む。））

	団体名	取組名		具体的内容
消費者団体	消費者ネットワークわかやま	消費者問題学習会	目的	誰もが安心できる和歌山の消費者行政の充実とひとりひとりが自立した消費者を目指す。
			内容	啓発講座の開催
			実績	H30：4地域、計119名 R01：4地域、計61名 R02：4地域、計59名 R03：4地域、計61名（内オンライン35名）
		公開学習会	目的	誰もが安心できる和歌山の消費者行政の充実とひとりひとりが自立した消費者を目指す。
			内容	公開学習会の開催
			実績	H30：2会場、計197名 R01：1会場、80名 R02：2会場、101名 R03：1会場、49名 ※R01、R03はともに1回ずつ新型コロナウイルス感染拡大の影響による中止
		消費者行政ヒアリング調査	目的	誰もが安心できる和歌山の消費者行政の充実とひとりひとりが自立した消費者を目指す。
			内容	各市町村を訪問し、消費者行政ヒアリング調査尾を実施する
			実績	H30：県下全市を訪問 R01～R03：県下9市を訪問
	和歌山県生活協同組合連合会	消費者啓発	目的	誰ひとり取り残さない社会の実現に向けて、消費者としてSDGsの17の目標について、学び行動し、安心して安全な地域社会を目指す。
			内容	シンポジウム等の開催、消費者に向けた注意喚起
			実績	・和歌山県生協大会にて講演会の開催 H30：73名 R01：67名 R02：新型コロナウイルス感染症予防のため中止 R03：59名

	団体名	取組名		具体的内容
消費者団体	和歌山県生活協同組合連合会	生協連ニュース	目的	発行する広報誌に消費者被害の事例を掲載することで消費者被害の防止を図る。
			内容	和歌山県生活協同組合連合会発行の「生協連ニュース」に消費者被害防止啓発記事を掲載
			実績	H30：1回発行、250部 R01：1回発行、250部 R02：2回発行、各250部 R03：3回発行、各250部
		和歌山大経済学部寄付講義での授業	目的	県労働者福祉協議会による寄付講義で講師を務め、学生に消費者教育の一環として協同組合について周知する。
			内容	和歌山大学経済学部寄付講義での講師
			実績	R01、R03：「協同組合の現状と役割について」「生協の理念・ガバナンス」「協同組合の事業と社会的役割」の3コマの授業において、消費者啓発活動をすすめた。
		SDGsの取組	目的	誰ひとり取り残さない社会の実現に向けて、消費者としてSDGsの17の目標について、学び行動し、安心して安全な地域社会を目指す。
			内容	フードドライブ、食品提供など
			実績	・フードドライブ NPO こども食堂わかやまを通じて、県内のこども食堂を利用している方や一人親世帯へ食品を配布。 R02：3,689点、R03：6,792点 ・大学生への食品提供 R02：2大学、2,000人分を提供 R03：6大学、250人に配布
	わかやま市民生活協同組合	1日エコライフ	目的	自分たちができることから楽しく家庭で省エネについて考える啓発を行う。
			内容	1日エコライフチャレンジシートで夏（7月）、冬（2月）の年2実施
			実績	H30：2回、21,814名 R01：2回、13,808名 R02：2回、15,132名 R03：2回、20,243名

	団体名	取組名		具体的内容
消費者団体	わかやま市民生活協同組合	エシカル消費の取組	目的	持続可能な社会の実現を目指して、エシカル消費の学習会を実施する。
			内容	エシカル消費の学習会を実施
			実績	H30：延べ 15 か所、122 名 R01：延べ 14 か所、195 名 R02：延べ 12 か所、210 名 R03：延べ 8 か所、172 名
		わがまち調べ活動	目的	私たちの住む街のことを知り、くらしを見直す。
			内容	防災や環境、福祉、消費者行政などをテーマに県内市町村を訪問し、意見交換を実施
			実績	H30～R03：各年度「消費者行政」をテーマに 9 市へ訪問
		食の安全に関する学習会	目的	食の安全の取組について学ぶ。
			内容	わかやま市民生活協同組合の商品政策に基づいた食の安全に関する学習会を開催
			実績	H30：役員会でビデオ上映（延べ 5 か所） R01：延べ 5 回、104 名 R02：延べ 6 回、116 名 R03：延べ 7 回、118 名
		子育て支援としての親子参加型の取組	目的	未就園児とそのお母さんなど子育て世代の方々へ交流の場を提供し、地域で子育てしやすい環境をつくる。
			内容	子育て支援、親子参加型の取組
			実績	R03：1 歳未満の子供がいる家庭に無料で育児セット「はじまるばこ」を提供（2,155 件の応募）
		食育の取組	目的	生産者との交流や食を知り、食を体験する。
			内容	食育に関わる学習会やイベントなどを実施
			実績	R03：アイガモ米づくり体験、4 回実施 (10 家族、28 人)

	団体名	取組名		具体的内容
消費者団体	和歌山県くらしの研究会	生活文化セミナー	目的	自立した消費者を目指す。
			内容	<ul style="list-style-type: none"> ・機関誌「くら研」の発行 ・街頭啓発の協力 ・生活文化セミナーの開催
			実績	<ul style="list-style-type: none"> ・機関誌「くら研」の発行 毎年1回発行、300部 ・街頭啓発の協力 H30：2箇所、延べ6名 R01：2箇所、延べ6名 ・生活文化セミナーの開催 H30：1回、R02：1回
	和歌山県食生活改善推進協議会	出前講座、啓発	目的	地域の子供から高齢者までの食育の推進及び健康づくりを定着させる。
			内容	<ol style="list-style-type: none"> 1 幼少時期児とその親を対象とした食育教室 2 単身男性を対象とした料理教室 3 高齢者を対象とした健康づくり教室 4 食育・健康づくりに関する啓発活動
			実績	<ol style="list-style-type: none"> 1 幼少時期児とその親を対象とした食育教室 H30：20回、444名 R01：13回、352名 R02：15回、415名 R03：10回、344名 2 単身男性を対象とした料理教室 H30：5回、66名 R01：5回、58名 R02：2回、22名 R03：2回、44名 3 高齢者を対象とした健康づくり教室 H30：4回、48名 R01：4回、116名 R02：2回、22名 R03：2回、16名 4 世界禁煙デー（5月31日）啓発 H30：24回、R01：18回 R02、R03：中止（新型コロナ感染拡大）

	団体名	取組名		具体的内容
事業者等	(一社) 和歌山県 LPガス協会	人を育むLP ガス(子供 たちへの火 育・食育活 動)	目的	炎を扱うプロとして、火育・食育を通して人と食の文化を子供たちに伝える。
			内容	<ul style="list-style-type: none"> ・保護者と一緒に子供がマッチやヒキリ棒の使用による火おこしを体験 ・Si センサーコンロを使って、現代の火おこしの利便性を学ぶ
			実績	<ul style="list-style-type: none"> ・火起こし体験 H30：1箇所(和歌山市)、12家族14人 ・料理教室 H30：1箇所(和歌山市)、56人 R01：1箇所(和歌山市)、43人 ※R02、R03：新型コロナウイルス感染防止のため、中止
		LPガス快 適生活向上 運動	目的	高齢者のみで生活する家庭を対象に使用中のLPガス機器の点検を行い、“もっと安全さらに安心”を啓発する。
			内容	高齢者のみで生活する家庭を対象に使用中のLPガス機器の点検
			実績	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢者家庭への訪問件数 R01：1,444戸、R02：1,066戸、R03：140戸 訪問家庭のLPガス機器の安全点検を実施するとともにお困りごと等の相談にも対応した。
	(一財) 和歌山県 老人クラブ連 合会	研修会・啓発 資料配布	目的	高齢者に対し、消費生活に関する情報の提供、消費者教育・啓発活動を推進して、高齢者の消費者被害の未然防止・拡大防止及び早期発見を目指す。
			内容	研修会等において、講演、事例発表、情報交換を実施、啓発資料や情報を市町村老人クラブ連合会を通して会員に周知
			実績	<ul style="list-style-type: none"> ・毎年1～2回開催される女性部会において、消費者問題について県内市町村老連に周知や取り組みの推進を図った。 ・毎年11月に市町村老人クラブ女性リーダー研修会を開催し、基調説明や中央会議報告により消費者被害の未然防止につなげた。

	団体名	取組名		具体的内容
事業者等	花王株式会社 (花王エコラボ ミュージアム)	環境活動の 情報発信と 啓発	目的	地球環境と花王のエコ技術の情報発信。
			内容	地球環境と花王のエコ技術の情報発信、環境に配慮したモノづくり“いっしょにeco”を目指す花王が、そのスピリットと先端のエコ技術を体験してもらうため、平成23年に和歌山工場の隣の研究施設内に開設
			実績	H30、R01 年間約12,000名来館 R02、R03 新型コロナウイルス感染拡大の影響により見学に制限があるため、小学校社会科見学の代替として、教材提供やオンライン配信を実施した
	和歌山県漬物組合連合会	梅干しで元 気！！キャ ンペーン	目的	日本古来の代表的な加工食品であり、県特産品である「梅干し」の歴史、生産方法や機能性などを小学校、特別支援学校の児童に学んでもらうことで、梅干しを一層身近なものとして食する習慣を養うとともに、一人ひとりが自分の食について関心を持つ契機とする。
			内容	10月の県食育推進月間に県内の小学校に学習教材「梅と梅干しのお話」を配布 また、県内7小学校に県漬物組合連合会会員が訪問し、梅干しの贈呈式並びに生産方法や歴史等について説明
			実績	H30：253校、65,680個 R01：250校、64,840個 R02：251校、64,040個 R03：249校、63,240個
法曹関係等・専門士業団体	和歌山弁護士会	出前講座	目的	架空請求、マルチ被害などの消費者被害にあわないための心構えを習得する。
			内容	「消費者被害にあわないようにするためにはどうすればよいのか」を中心にして、法的観点から説明 また、「消費者被害にあったときはどうすればよいのか」についても説明
			実績	R02：1校実施 R03：1校実施

	団体名	取組名		具体的内容
法曹関係等・専門士業団体	(一社) 和歌山県 不動産鑑定士協 会	無料相談会	目的	不動産鑑定制度への理解と周知。
			内容	4月第1土曜日。毎月第3水曜日に当協会事務局において、不動産の有効利用や不動産の評価等についての無料相談を実施
			実績	H30：15回開催 R01：16回開催 R02：4回開催 R03：3回開催
	和歌山県司法書 士会	高校生等法 教育事業	目的	高校生等が大学進学や就職等社会に出て悪徳商法、ネットワークビジネス、カードローン等トラブルに巻き込まれないように法律の基礎知識の理解を深める。
			内容	卒業間近の高校3年生（和高専は5年生）を対象に、毎年10月から翌年1月にかけての4か月間、1校あたり司法書士を3名派遣し、1時限から2時限の授業で講義 内容は、契約の基礎知識、クレジットカード、ネットショッピング、悪徳商法、多重債務問題、ブラックバイトや労働時間問題等及び、トラブルに巻き込まれたときの対処方法等
			実績	H30：10校、1,400名 R01：6校、960名 R02：新型コロナウイルス感染防止のため、契約や多重債務についての教育ビデオを配布 R03：新型コロナウイルス感染防止のため、未実施

(消費者教育イメージマップ)

各期の特徴 重点領域	成人期				青少年期			
	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	特に若者	成人一般	特に高齢者	
消費者市民社会の構築	様々な気づきの体験を通して、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を認識し、主体的な判断が望まれる時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築と、様々な人々と協働し取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期	
	消費がもつ影響力を自覚した判断能力	消費をめぐる物と金銭の流れを考えよう	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境・経済・社会に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境・経済・社会に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境・経済・社会に与える影響に配慮して行動しよう	消費者の行動が環境・経済・社会に与える影響を伝えることの大切さを伝えよう	
	持続可能な消費など公正かつ持続可能な社会の実現を推進する力	自分の生活と身近な環境とのつながりに気づき、物の使い方などを工夫しよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう	持続可能な社会を目標として、ライフスタイルを考えよう	持続可能な社会を目標として、ライフスタイルを考えよう	持続可能な社会を目標として、ライフスタイルを再考しよう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝えよう	
商品等の安全	課題解決に向けて主体的に参画・協働する力	協力することの大切さを知ろう	身近な消費者問題に目を向けよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に協働し取り組むことの重要性を理解しよう	身近な消費者問題、他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう	地域や職場で協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくらう	支え合いながら協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくらう	
	商品安全の理解と危険を回避する能力	危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知ろう	安全で危険の少ないライフスタイルを構築しよう	安全で危険の少ないライフスタイルを構築しよう	安全で危険の少ないライフスタイルについて伝えよう	
生活の管理と契約	トラブル対応能力	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しやすい社会をつくらう	支え合いながらトラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう	
	選択し、契約することへの理解と考える態度	約束やきまりを守ろう	物の選び方、買い方を考え適切に購入しよう	商品やサービスに選択し、契約するときに、契約そのルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう	適切な意思決定に基づいて行動しよう	契約とそのルールを理解し、契約に活かそう	契約トラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝えよう	
	生活を設計・管理する能力	欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	主体的に生活設計を立てて、生活管理や計画を考えよう	生活管理の計画をたて、計画に沿って行動しよう	生活環境の変化に対応し、支え合いながら生活を管理しよう	
情報とメディア	災害等、非常時における冷静かつ正しい消費行動	欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	興味期限など、非常時に役立つ知識を身につけよう	必要のないものを選び、無駄のない消費行動をしよう	非常時の意識を持った消費行動をしよう	非常時の備えを行い、不確かな情報にまどわされない消費行動をしよう	冷静な消費行動の大切さを伝えよう	
	情報の収集・処理・発信能力	身の回りのさまざまな情報に気づこう	消費に関する情報の集め方や活用の仕方を知ろう	消費生活に関する情報の収集と発信の技能を身につけよう	情報と情報技術の適切な利用方法を、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう	情報と情報技術を適切に利用するよう	支え合いながら情報と情報技術を適切に利用しよう	
	情報社会のルールや情報モラルの理解	自分や家族を大切にしよう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを守ろう	著作権や発信した情報への責任を知ろう	望ましい情報社会のあり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう	情報社会のルールや情報モラルを守られる情報社会をつくらう	トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくらう	支え合いながら、トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくらう
消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを知ろう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会との関連を理解しよう	消費生活情報を主体的に吟味する習慣を付けよう	消費生活情報を主体的に吟味して行動しよう	支え合いながら消費生活情報を上手に取り入れよう	

※本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体系的に組み立て、理解を進めやすいように整理したものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。

第三次和歌山県消費者教育推進計画

令和5年6月

和歌山県環境生活部県民局県民生活課

〒640-8585 和歌山市小松原通 1-1

TEL 073-441-2342 FAX 073-433-1771