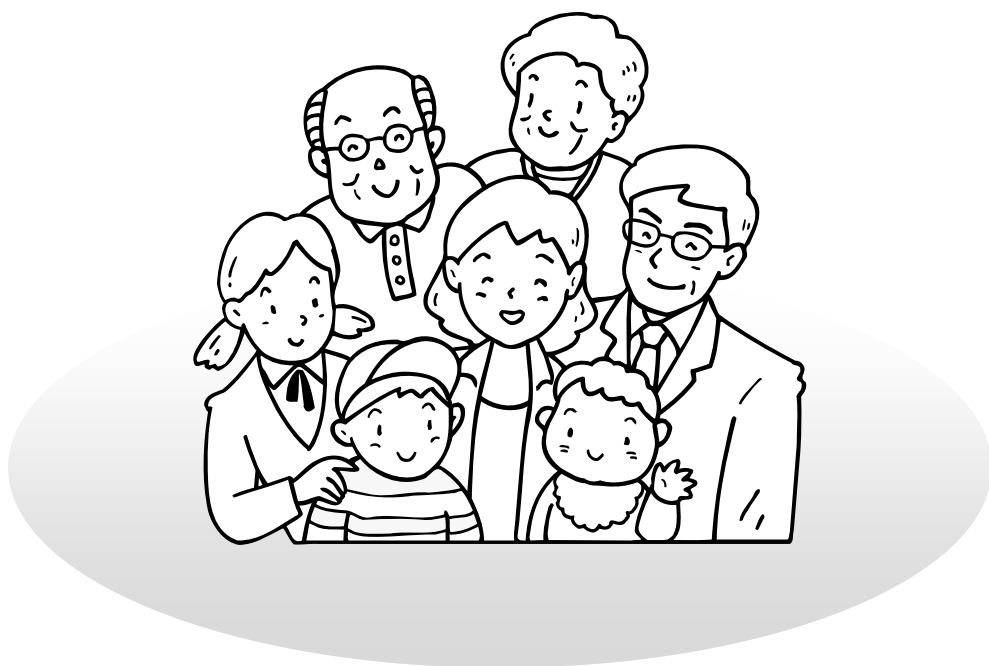


宮崎県消費者教育推進計画



平成27年6月
(令和元年10月改定)
宮 崎 県

目次

第1章 計画の基本的な考え方

1 趣旨	1
2 計画の位置づけ	1
3 進行管理	1

宮崎県消費者教育推進計画の概要	3
-----------------	---

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

1 国の消費者施策	7
2 本県における消費者行政の現状	8
3 本県における消費者教育の課題	13
課題1 体系的な消費者教育の実施	13
課題2 高齢者への情報提供及び注意喚起	13
課題3 若年者への消費者教育	14
課題4 各主体の体制整備及び連携	14
課題5 消費者教育を行う人材の育成	14

第3章 計画が目指す目標と取組

1 基本目標	17
目標 自立した消費者づくり	17
2 計画の体系	17
3 基本的な方針	19
方針1 幼児期から高齢期までの各世代での体系的な消費者教育の実施	19
方針2 学校、地域、家庭、職域などの場や消費者の特性に応じた消費者教育の実施	19
方針3 消費者教育を行う各主体の体制整備・連携及び他の教育との連携	19
方針4 消費者教育を行う人材の育成	19
4 施策の方向	20
方向1 発達段階に応じた早い時期からの消費者教育の推進	20
方向2 学習指導要領に基づいた消費者教育の推進	20
方向3 実社会に準じた消費者教育の推進	21
方向4 地域の社会的弱者等に対する消費者教育の推進	22
方向5 家庭における消費者教育の推進	22
方向6 職域における消費者教育の推進	23
方向7 市町村における消費者教育の推進	23
方向8 消費者団体等の育成支援	23
方向9 関係機関との連携の推進	24
方向10 他の教育との連携の推進	25
方向11 人材（担い手）育成の推進	26

5	重点的に取り組むべき事項	28
	重点1 高齢者への消費者教育の推進	28
	重点2 消費生活センターの消費者教育における拠点化の推進	28
	重点3 若年者への消費者教育の推進	28
6	消費者教育で育むべき力	29
	資料編	31

第1章 計画の基本的な考え方

第1章 計画の基本的な考え方

1 趣 旨

高度情報化、国際化の進展やライフスタイルの多様化などにより、消費者を取り巻く環境が急激に変化する中、インターネット関連の被害や巧妙化する悪質商法などの消費者問題は複雑・多様化しており、高齢者、若者を問わず深刻化しています。

県民が安心して消費生活を営むことができる社会の実現のためには、「自ら考え自ら行動する」自立した消費者の育成が不可欠であり、そのためには「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が提供される」ことが必要です。

また、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「消費者教育推進法」という。）において、消費者が自らの消費行動が社会に与える影響を自覚し、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する「消費者市民社会^{*}」となることが求められているため、今後の消費者教育は、社会の一員として、よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与していく消費者を育成するという視点を取り入れていくことも必要です。

こうしたことから、本県では、消費者教育推進法の基本理念にのっとり、消費者教育推進のための施策に関し、県が目指す方向を県民に示すとともに、今後の消費者教育に関する県の取組を体系的に整理し、市町村や学校、消費者団体などの様々な消費者教育の担い手と連携・協働しながら、消費者教育を総合的かつ一体的に推進するため、平成27年に本計画を策定しました。

今般、計画策定から4年あまりを経て、これまでの計画に基づく消費者教育の取組状況を踏まえるとともに、令和4年4月からの成年年齢引き下げ等の社会経済情勢の変化も勘案し、基本目標や計画の体系の枠組みは継承しつつも、計画の一部について必要な見直しを行いました。

2 計画の位置づけ

消費者教育推進法第10条第1項に基づく都道府県消費者教育推進計画とします。

3 進行管理

「宮崎県消費生活対策審議会」において、毎年度、計画の進捗状況を報告します。

国の動向など社会経済情勢の変化に応じて、随時必要な見直しを行います。

※ 消費者市民社会（消費者教育推進法における定義）

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。

宮崎県消費者教育推進計画の概要

基本目標

『自立した消費者づくり』

- ・ 被害に遭わない、合理的意思決定のできる消費者の育成
- ・ 社会的役割を自覚し、参画することができる消費者の育成

◆計画の体系

基本的な方針

- 幼児期から高齢期までの各世代での体系的な消費者教育の実施
- 学校、地域、家庭、職域などの場や消費者の特性に応じた消費者教育の実施
- 消費者教育を行う各主体の体制整備
・ 連携及び他の教育との連携
- 消費者教育を行う人材の育成

施策の方向

- 発達段階に応じた早い時期からの消費者教育の推進
- 学習指導要領を踏まえた消費者教育の推進
- 実社会に準じた消費者教育の推進
- 地域の社会的弱者等に対する消費者教育の推進
- 家庭における消費者教育の推進
- 職域における消費者教育の推進
- 市町村における消費者教育の推進
- 消費者団体等の育成支援
- 関係機関との連携の推進
- 他の教育との連携の推進
- 人材（担い手）育成の推進

重点的に取り組むべき事項

- 高齢者への消費者教育の推進
- 消費生活センターの消費者教育における拠点化の推進
- 若年者への消費者教育の推進

消費者教育で育むべき力

- 情報とメディアに関する領域
- 商品等やサービスの安全に関する領域
- 生活の管理と契約に関する領域
- 消費者市民社会の構築に関する領域

基本目標を達成

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

1 国の消費者政策

昭和30年代の高度経済成長時代、消費者と事業者の間では、それぞれ持っている情報の質及び量に差があることから、トラブルが多発し、消費者問題が社会的な問題となりました。

そこで、国は、消費者の「保護」を通じて消費者の利益擁護等を図ることを目的として、昭和43年に消費者基本法の前身である「消費者保護基本法」を制定しました。

しかしながら、その後の急速な経済成長や規制緩和、国際化の進展など消費者を取り巻く環境が大きく変化したことから、それまでの消費者を「保護」する目的から、消費者を「自立した主体」とし、自立するための支援を行うことを目的として消費者保護基本法の抜本的な見直しが行われ、平成16年、「消費者基本法」が施行されました。

この法律では、第2条で消費者が消費者教育を受けることは権利とされ、また、第17条では、消費者の自立を支援するため、行政は、啓発活動や教育の推進を行うこととされました。

その後、平成21年に、国の消費者行政の一元化を図ることを目的に消費者庁が設置され、消費者教育を含む消費者行政全般を推進することとなり、その財源措置として「消費者行政活性化交付金」が創設されました。

その翌年、消費者庁に消費者教育推進会議が設けられ、多様な消費者教育を連携して体系的に進める体制を確立するための検討が行われ、平成24年に消費者教育の総合的・一体的推進を目指した消費者教育推進法が施行されました。さらに平成25年、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」が閣議決定され、国の消費者教育施策は、この方針に基づき行われることとなりました。

その後5年の間に、成年年齢引下げの法案可決、平成27年9月に国連サミットにおいて「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」が採択されるなどの社会経済情勢の動きがあったことから、国は平成30年3月に「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を一部変更しています。



2 本県における消費者行政の現状

(1) 相談体制

本県では、消費生活センターを宮崎市（昭和45年）、都城市（昭和50年）、延岡市（昭和51年）にそれぞれ設置し、消費生活に関する相談受付や、消費者への啓発などを通じて自立した消費者の育成を図り、安心できる暮らしを確保するための支援を行ってきました。

また、平成16年に施行された消費者基本法の趣旨に沿った形で改正された「宮崎県民の消費生活の安定及び向上に関する条例」や県の総合計画に基づき、消費者啓発及び苦情相談処理体制の充実に努めてきました。

さらに、平成21年に設置した「宮崎県消費者行政活性化基金」を活用し、相談窓口や啓発活動の充実・強化に取り組むことにより、消費者が自ら主体的、合理的に行動できるよう支援を行ってきました。

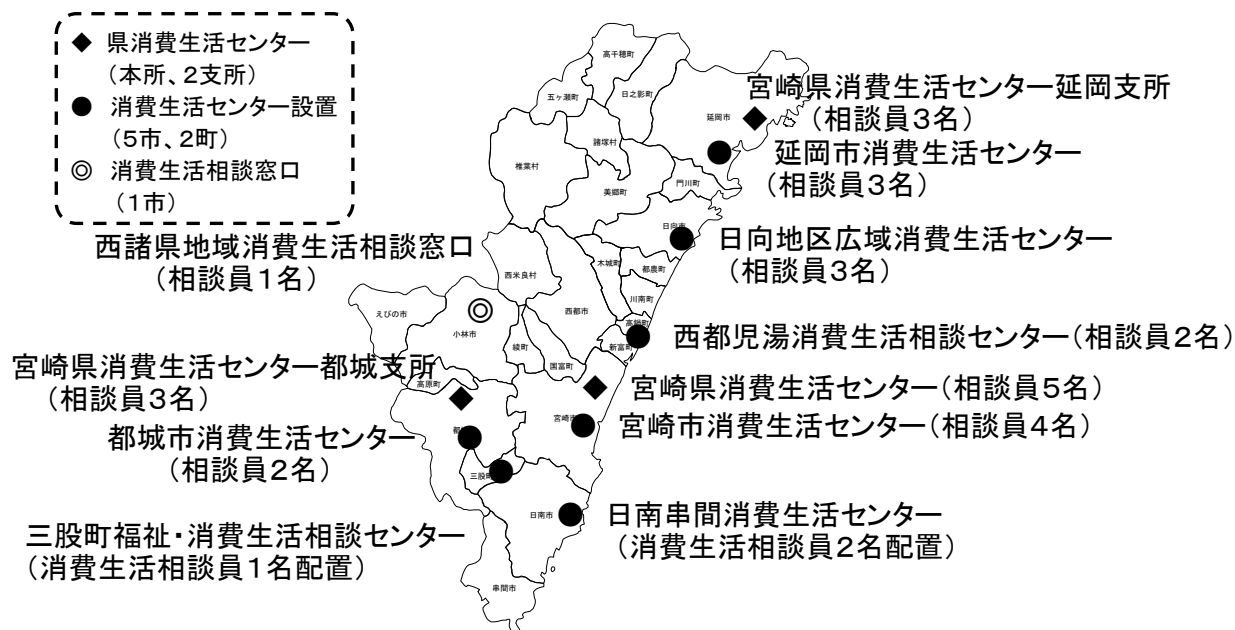
このほか、消費者教育推進法において設置が求められている「消費者教育推進地域協議会」を平成25年9月に設置しました。

市町村においては、平成29年4月に県内全域を網羅するかたちで消費生活相談窓口・センターの設置及び相談員の配置が完了し、全ての市町村において相談体制が整備されました。

また、平成30年度からは、地方消費者行政強化交付金を活用して消費者教育や啓発に取り組んでいます。

【県及び市町村の消費生活相談体制の状況】

	宮崎県	宮崎市	都城市	延岡市	日南市	日向市	西諸県	三股町	西都 児湯
相談員配置数	11名	4名	2名	3名	2名	3名	1名	1名	2名
センター公示	○	○	○	○	○	○		○	○

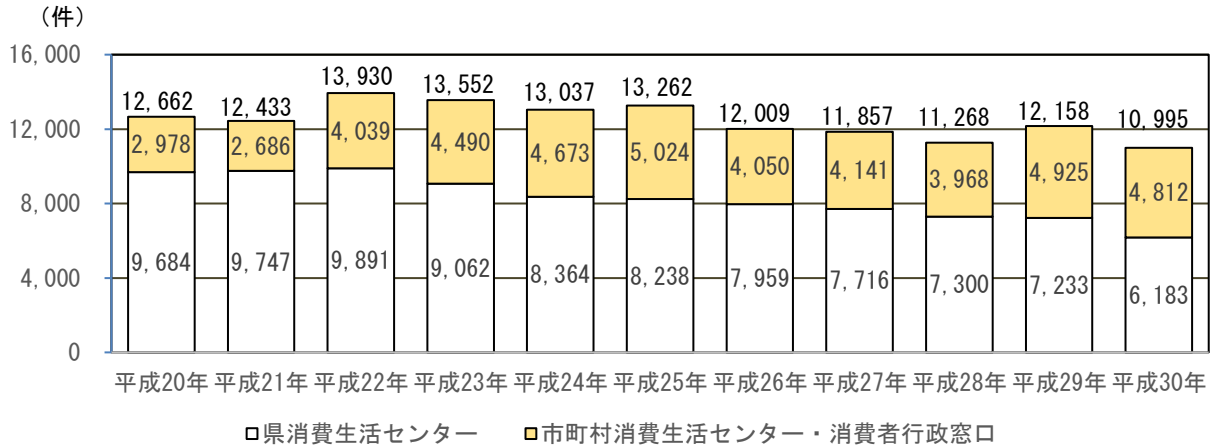


(2) 消費生活相談の傾向と特徴

最近の消費生活センターにおける相談には、次の傾向と特徴があります。

- ① 県及び市町村で受け付けた消費生活相談件数は、ハガキなどによる架空請求が全国的に増加した平成16年度をピークに減少傾向にありましたが、平成22年度以降は市町村で受け付けた件数が増加傾向に転じ、1万2千件前後で推移しています（図表1参照）。

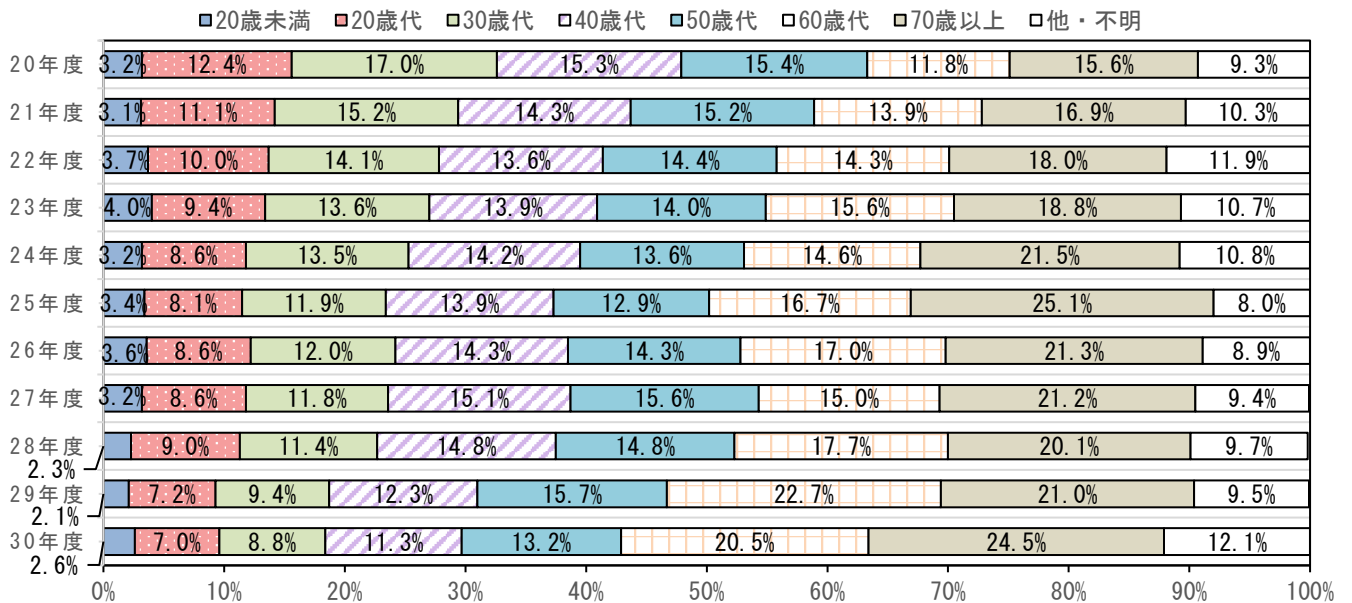
図表1【相談件数の推移】



- ② 高齢者にかかる相談の割合が年々増加しており、60歳以上の割合が、全体の45%を占めています（図表2参照）。

その内容は、健康食品の定期購入や架空請求、リフォーム等に関する相談が多くなっています（図表3参照）。

図表2【契約当事者年代別割合の推移（県受付分）】



- ③ すべての世代において、パソコンや携帯電話、スマートフォンによるワンクリック請求や悪質な出会い系サイト（サクラサイト）の利用料を不当に請求されるといったインターネットを利用した情報の相談が多く発生しており、商品・役務別ではこれらの相談が多くなっています。
- また、インターネット通販で、お試し価格で1回だけの購入のつもりが、定期購入が条件となっており、解約できないなどの相談も多くなっています（図表3参照）。

図表3【商品・役務別件数（県受付分、平成30年度）】

●商品・役務別の相談状況

順位	商品・役務	件数	主な相談内容
1	商品一般	815	ハガキやメール等による、身に覚えがなく内容も不明な架空請求に関する相談
2	放送・コンテンツ等	809	ワンクリック請求や出会い系サイト等、インターネット情報サイト料金の不当請求に関する相談
3	レンタル・リース・貸借	260	アパート退去時の敷金トラブル等に関する相談
4	融資サービス	249	消費者ローン、多重債務や借金の債務整理に関する相談
5	健康食品	242	サプリメント等の定期購入に関する相談
6	インターネット通信サービス	194	インターネット接続回線の乗り換え等に関する相談
7	工事・建築・加工	178	リフォーム工事や訪問による点検等に関する相談
8	自動車	152	中古自動車の不具合や品質等に関する相談
9	移動通信サービス	147	携帯電話やモバイル通信等の使用料や解約等に関する相談
10	修理・補修	125	雨漏り等の屋根修理等に関する相談

●年代別の相談状況

順位	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
1	放送・コンテンツ等					商品一般	
2	化粧品	レンタル・リース・貸借		商品一般、融資サービス、レンタル・リース・貸借	商品一般	放送・コンテンツ等	
3	健康食品	融資サービス		自動車	健康食品	健康食品	
4	商品一般	理美容	自動車	インターネット通信サービス	融資サービス	工事・建築・加工	修理・補修、インターネット通信サービス
5	レンタル・リース・貸借	移動通信サービス	商品一般	健康食品	レンタル・リース・貸借	ファンド型投資商品、融資サービス、インターネット通信サービス	工事・建築・加工
年代別の特徴	ワンクリック請求等の「放送・コンテンツ等」に関する相談が44.7%を占める。	「放送・コンテンツ等」に次いで「レンタル・リース・貸借」に関する相談が多い。その他、「融資サービス」に関する相談も多い。		「放送・コンテンツ等」に次いで「商品一般」に関する相談が多い。その他、40歳代では「融資サービス」「レンタル・リース・貸借」に関する相談も多い。		「商品一般」に関する相談が21%を占める。その他、「放送・コンテンツ等」、「健康食品」に関する相談も多い。	

(3) 啓発活動の現状

本県では、契約の基礎や悪質商法、多重債務に関する内容の講座・セミナー等を実施するとともに、啓発グッズ、チラシ等の配布や、マスメディアの活用により、被害に遭いやすい高齢者や判断力が不十分な中・高校生等に重点を置いた啓発に努めています。

学校においては、教育基本法等の基本理念を踏まえ、児童生徒の生きる力を育むことを目指した教育が行われていますが、近年、児童生徒のインターネット、携帯電話などによる消費者被害の増加に伴い、情報通信機器を適切に活用する能力を身に付けさせることも重要になっていることから、学習指導要領では、社会科及び公民科、家庭科等を中心に消費者教育の内容の充実が図られています。

図表4【出前講座実績】

	28年度		29年度		30年度	
	件数	受講者数	件数	受講者数	件数	受講者数
一般・高齢者・見守り	203	5,366	235	7,141	231	5,235
若年者	114	8,459	132	8,424	151	9,918
計	317	13,825	367	15,565	382	15,153

(4) 消費者教育の取組の現状

本県では、平成27年6月に「宮崎県消費者教育推進計画」を策定して以降、同計画の4つの基本的な方針に基づき、様々な分野において消費者教育の推進のための取組を実施しています。4つの基本的な方針及び主な取組内容は次のとおりです。

<基本的な方針>

方針1：幼児期から高齢期までの各世代での体系的な消費者教育の実施

方針2：学校、地域、家庭、職域などの場や消費者の特性に応じた消費者教育の実施

方針3：消費者教育を行う各主体の体制整備・連携及び他の教育との連携

方針4：消費者教育を行う人材の育成

① 消費生活センターを中心とした取組 ※（ ）は平成30年度実績(②～④も同様)

方針1及び方針2の取組

- ・ 年代や最近の消費者トラブルの傾向等に応じた出前講座やセミナーの開催
(出前講座：382回、セミナー等：12回)
- ・ 夏休み期間を利用し金銭教育をテーマに開催する親子体験講座(1回：80名)
- ・ CM放映等の各種メディアを活用した広報啓発活動 等
(テレビ・ラジオCM：各150回、情報誌発行：年2回各33,000部 等)

方針3及び方針4の取組

- ・ 各団体が実施している講座について消費生活センターHPで情報提供
- ・ 県教育委員会や金融広報委員会等による連絡会議での消費者教育の拡充や連携強化の協議

- ・ 警察や市町村等との連絡会議における、悪質商法等による消費者トラブルの未然防止や連携方策等の検討
- ・ 消費者教育を行う教員等を対象とした研修の実施（2回：49名） 等

② 県の他部局を中心とした取組

方針1及び方針2の取組

- ・ 食品衛生月間中やイベントでのリーフレットの配布及び講習会の開催
（リーフレット：10,000枚、講習会：23回585名）
- ・ 各団体が開催する環境問題に関する講演会への環境保全アドバイザーの派遣(89件)
- ・ 食品ロス削減に関するイベント開催やCM放映等による啓発活動 等
（テレビCM：195回、食べきり宣言イベント：7回 等）

方針3及び方針4の取組

- ・ 事業者に対する保護者へのフィルタリングの教示の要請
- ・ 市町村職員等を対象とした成年後見制度に関する実務研修会の開催（2回：96名）
- ・ 地球温暖化防止活動推進員研修の実施（年3回） 等

③ 学校における取組

方針1及び方針2の取組

- ・ 食育ティーチャーによる小学生への食育講座
- ・ 小・中・高等学校での非行防止教室を通じたフィルタリングの必要性の啓発
- ・ 高校3年生を対象とした巣立ち講座の実施（8校：1,148名）
- ・ 「社会への扉」を活用した授業の実施（8校：約1,280名） 等

方針3及び方針4の取組

- ・ 弁護士会による学校教職員向けの講座
- ・ 小・中・高等学校の家庭科や社会科(公民科)において、消費者教育を推進するための授業研究を実施 等

④ 様々な機関の連携・協力による取組

方針1及び方針2の取組

- ・ 宮崎県弁護士会による消費者教育講師派遣及び出前授業の実施（16回）
- ・ 司法書士会による講師派遣（成年後見制度・消費者問題に関するもの：3件）
- ・ 県警察本部サイバー対策課による情報モラル教育 等
（サイバーセキュリティーカレッジ：341回）

方針3及び方針4の取組

- ・ 県教育委員会と県消費生活センターが連携した教材研修
- ・ 金融広報委員会と消費生活センターが連携した出前講座（8回）
- ・ 金融広報委員会による金融学習グループの指導及び金融広報アドバイザーの活動支援 等

3 本県における消費者教育の課題

県内の消費生活相談の現状や本計画策定時に実施した「消費生活に係る県民意識調査（平成26年10月実施）」（以下「県民意識調査」という。）の結果から、本県における消費者教育には以下のような課題があげられます。

課題1 体系的な消費者教育の実施

県民意識調査によると、世代が高いほど学校で消費者教育を受けた経験がある人が少なくなっています。若い世代についても、実際は消費者教育を受けた経験があるにもかかわらず、学習したことがあると答えた人が6割程度に止まっています。

また、幼稚園、小学校、中学校、高等学校では学習指導要領等を踏まえた消費者教育が行われていますが、学習指導要領の改訂により学校カリキュラムに消費者教育が積極的に導入される以前の年代の人や、学習が定着していない人については、地域、家庭、職域等において、消費者教育を行っていく必要があります。

このため、幼児期から高齢期までの各世代に応じた消費者教育を体系的に実施していくことが必要です。

課題2 高齢者への情報提供及び注意喚起

高齢者に対しては消費生活センターが出前講座等を実施するなど啓発に努めていますが、全相談件数が減少傾向で推移する中、高齢者の相談割合は増加しています。

また、県民意識調査によると、高齢者は消費生活に関して欲しい情報をすぐに見つけることができない人が多く、高齢者がトラブルにあわないための対策として「家族、親族で日頃から話題にすること」や「近隣で声を掛け合うなどの関係を作ること」、「報道（新聞、テレビ、ラジオ）にトラブル情報として取り上げてもらう」などが有効と考えている人が多いことから、マスメディア等を活用して高齢者に効果的に情報提供や注意喚起をするとともに、高齢者自身への注意喚起等では被害防止の困難なケースも含め、地域における高齢者の見守りネットワークの拡充が必要です。

課題3 若年者への消費者教育

民法改正により成年年齢が20歳から18歳に引き下げられることに伴い、現在20歳以上の若年者が遭っている消費者トラブルが低年齢層に拡大する恐れがあります。

このため、若年者が被害に遭わないために必要な知識を身につけるとともに、被害に遭った際は消費生活センターに相談するなど、消費者トラブルの未然防止や対処方法についての教育及び啓発を強化する必要があります。

課題4 各主体の体制整備及び連携

県民意識調査によると、消費者トラブルがあった時に安心できる相談先として市町村の消費生活センター・相談窓口と答えた人が最も多くなっており、消費者安全法において、消費生活相談が市町村の役割とされていることを踏まえ、市町村の相談機能の充実強化が必要です。

また、地域における消費者問題解決力の向上を図るため、消費者団体の活動の活発化が必要です。

幼稚園、小学校、中学校、高等学校においては学習指導要領等を踏まえた教育が行われていますが、地域、家庭、職域等においても総合的かつ一体的な消費者教育が行われるよう、消費者教育を行う各主体への人材や教材に関する情報提供、各主体間の連携や消費生活に関連する他の教育との連携を一元的に図っていく必要があります。

課題5 消費者教育を行う人材の育成

消費者教育を行う人材の育成は、学校の教職員については学習指導要領を踏まえた教育を行うために必要な情報提供のほか研修などにより行われていますが、地域、家庭、職域等においても、各世代や場で行われる消費者教育を効果的に行うための体制の整備が必要です。

このため、幼児期から高齢期までの各世代で質の高い消費者教育を行うとともに、地域、家庭、職域等における消費者教育を一体的に推進するため、消費者教育を担う人材の育成を推進していく必要があります。

第3章 計画が目指す目標と取組

第3章 計画が目指す目標と取組

1 基本目標

前章までの現状等を踏まえ、この計画では、次の基本目標を定め、消費者教育を推進することとします。

【基本目標】 自立した消費者づくり

- ・被害に遭わない、合理的意思決定のできる消費者の育成
- ・社会的役割を自覚し、参画することができる消費者の育成

2 計画の体系

基本目標達成のため、4つの「基本的な方針」と、その下に11の「施策の方向」を定め、消費者教育を総合的かつ効果的に推進することとします。

【基本的な方針】

方針1

幼児期から高齢期までの各世代での体系的な消費者教育の実施

【施策の方向】

方向1 発達段階に応じた早い時期からの消費者教育の推進

方向2 学習指導要領を踏まえた消費者教育の推進

方向3 実社会に準じた消費者教育の推進

方向4 地域の社会的弱者等に対する消費者教育の推進

方向5 家庭における消費者教育の推進

【基本的な方針】

方針2

学校、地域、家庭、職域などの場や消費者の特性に応じた消費者教育の実施

※網掛けは再掲を表す。

方針3

消費者教育を行う各主体の体制整備・連携及び他の教育との連携

方針4

消費者教育を行う人材の育成

【施策の方向】

方向1 発達段階に応じた早い時期からの消費者教育の推進

方向2 学習指導要領に踏まえた消費者教育の推進

方向3 実社会に準じた消費者教育の推進

方向4 地域の社会的弱者等に対する消費者教育の推進

方向5 家庭における消費者教育の推進

方向6 職域における消費者教育の推進

方向7 市町村における消費者教育の推進

方向8 消費者団体等の育成支援

方向9 関係機関との連携の推進

方向10 他の教育との連携の推進

方向11 人材（担い手）育成の推進

重点的に取り組むべき事項

- 1 高齢者への消費者教育の推進
- 2 消費生活センターの消費者教育における拠点化の推進
- 3 若年者への消費者教育の推進

3 基本的な方針

方針1 幼児期から高齢期までの各世代での体系的な消費者教育の実施

「自立した消費者づくり」のため、幼児期から高齢期までの各世代に応じた消費者教育を体系的に推進していきます。

方針2 学校、地域、家庭、職域などの場や消費者の特性に応じた消費者教育の実施

学校、地域、家庭、職域などの場の違い、あるいは障がい者、外国人などの特性に応じた消費者教育を推進していきます。

また、高齢者や障がい者などの支援が必要な方については、本人・家族だけでなくその支援者（民生委員や介護従事者等）に対する消費者教育も推進していきます。

方針3 消費者教育を行う各主体の体制整備・連携及び他の教育との連携

消費者教育を推進するため、市町村や消費者団体等の多様な主体の体制を整備していきます。

また、消費者教育を総合的かつ一体的に進めていくため、社会福祉協議会や自治会、NPO法人等の各種団体、民生委員、学校、警察、市町村等の多様な主体と連携していきます。

さらに、環境教育、食育、国際理解教育などは消費者教育と密接な関わりを持っていることから、これらの教育とも連携しながら消費者教育を推進していきます。

方針4 消費者教育を行う人材の育成

学校、地域、職域等の様々な場において消費者教育を推進していくためには、それぞれの場で消費者教育を担う人材が必要であることから、教育委員会、消費者団体、弁護士会や司法書士会などの関係機関等と連携し、消費者教育の推進に必要な人材を育成していきます。

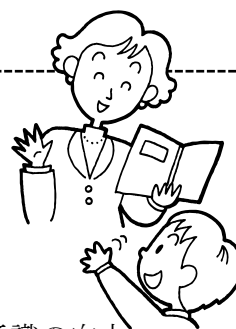
4 施策の方向

方向1 発達段階に応じた早い時期からの消費者教育の推進

消費者教育は、幼児期・小学生期の早い時期からの取組が重要であり、お金や物の価値などを学習する消費者教育や、地域の生産や販売に携わっている人々の動き、身近な物の選び方や買い方、環境に配慮した物の使い方やインターネットの使い方の注意点などを学習する消費者教育を実施します。

【具体的な取組例】

- 児童・生徒に対する出前講座
- 消費者教育用教材の活用
- 情報セキュリティ及び情報リテラシーに対する意識の向上
- 金融・金銭教育研究校への活動支援（金融広報委員会）
- 食育・地産地消に関する普及啓発活動



方向2 学習指導要領に基づいた消費者教育の推進

小学生期では、社会科で、地域の生産や販売に携わっている人々の動き、家庭科で、身近な物の選び方や買い方、環境に配慮した物の使い方などの消費者教育を実施します。

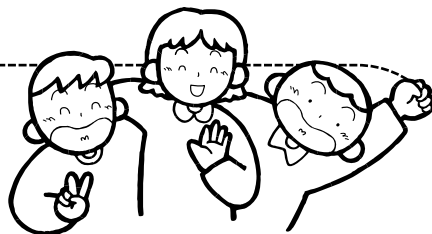
中学生期では、社会科で、国や地方公共団体が消費者政策を推進する役割を担っていることや、消費者行政による消費者の保護について、技術・家庭科で、消費者の基本的な権利と責任や契約ローン、クレジットの正しい知識及びそれらをめぐる問題などの売買契約の仕組みについて、身近な消費行動と関連させた消費者教育を実施します。

高校生期では、公民科で、製品事故等消費生活に関する問題について、家庭科で、家計と社会経済との関わりや生涯を見通した生活設計のほか、持続可能な社会の形成を目指す消費者教育を実施します。さらに、成年年齢引き下げにともない、契約の重要性及び消費者保護の仕組みについても重点的に取扱い、自主的かつ合理的に社会の一員として行動する自立した消費者の育成に資する消費者教育を実施します。

また、小学生期から高校生期までを通じて、インターネットの使い方の注意点を学習するなど、児童・生徒が知識として身につけ、自立した消費者として成長するための消費者教育を実施します。

【具体的な取組例】

- 児童・生徒に対する出前講座〔再掲〕
- 消費者教育用教材の活用〔再掲〕
- 巣立ち講座（高校3年生向け）の開催
- 情報セキュリティ及び情報リテラシーに対する意識の向上〔再掲〕
- 金融・金銭教育研究校への活動支援（金融広報委員会）〔再掲〕
- 小・中・高等学校が連携した消費者教育調査研究事業
- 食育・地産地消に関する普及啓発活動〔再掲〕



方向3 実社会に準じた消費者教育の推進

成年と未成年が混在する大学や専門学校等においては、消費者の権利と責任が大きく変化することも踏まえながら、自立した社会人としての消費者の育成が図られるような消費者教育を実施します。

【具体的な取組例】

- 学生に対する出前講座
- 啓発資料の提供
- 食育・地産地消に関する普及啓発活動〔再掲〕



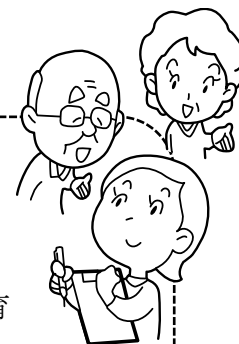
方向4 地域の社会的弱者等に対する消費者教育の推進

高齢化や核家族化、国際化が進展する中、孤立しがちな単身の高齢者や障がい者、判断能力が不十分な状態の方々、言葉や習慣が違う外国人は、十分な消費者問題に関する情報を得にくい状況にあります。

このため、社会福祉協議会や自治会、民生委員等による見守りなど地域の支え合いを活用しながら消費者教育を実施します。

【具体的な取組例】

- 高齢者等に対する出前講座
- 高齢者及び障がい者などの家族や身近な人たちへの消費者教育
- 「みやざき地域見守り応援隊」加入事業者に対する情報提供
- 成年後見制度に関する普及啓発活動



方向5 家庭における消費者教育の推進

家庭においては、子供に金銭や物を大切に扱うことについての意識を身に付けさせたり、携帯電話やインターネット等の使い方について、家族で考え、家庭でのルールづくりを行ったりするなど、親子が一体となって消費者問題を認識してもらうことが必要であることから、家庭での消費者教育を支援する啓発や情報提供を実施します。

また、同居している高齢者や障がい者などが消費者トラブルに遭わないよう、家族が日常生活の中での注意喚起や見守りを行うために必要な情報の提供に努めます。

【具体的な取組例】

- 夏休みを利用した親子体験講座（みやざき消費者フェア）
- 高齢者及び障がい者などの家族や身近な人たちへの消費者教育〔再掲〕
- 製品事故・リコールの情報提供
- 親子で学べる教材の作成、紹介
- 情報セキュリティ及び情報リテラシーに対する意識の向上〔再掲〕
- 家庭における省エネ・資源循環等に関する普及啓発活動
- エシカル消費に関する啓発活動



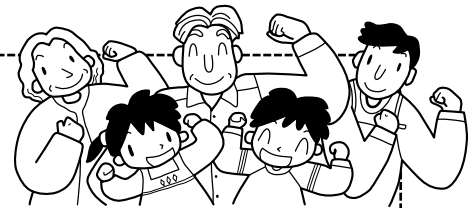
方向6 職域における消費者教育の推進

社会に出て、生活の糧を得始めると同時に自主的・主体的な消費生活をするに当たり、自ら合理的に判断し行動することが求められますが、社会に出てからの学びの場はあまり多くはないことから、従業者に対する消費生活関連情報の提供機会の拡大に努めます。

また、持続可能な社会の形成の観点から、事業者に対し、従業者に資源の有限性や顧客の声を生かした商品開発の重要性について教育を行うために必要な情報を提供するなどの支援を行います。

【具体的な取組例】

- 従業者に対する出前講座
- 職場における省エネ・資源循環等に関する普及啓発活動
- エシカル消費に関する啓発活動〔再掲〕

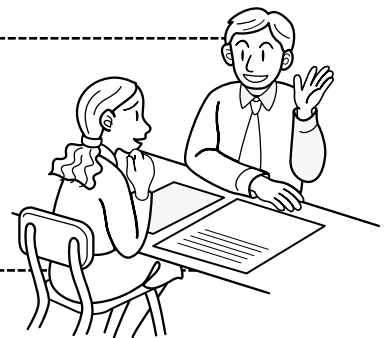


方向7 市町村における消費者教育の推進

消費者安全法では、消費生活相談は市町村の業務とされていることから、市町村では消費生活相談窓口機能の充実を図るとともに、住民に最も身近な自治体として効果的な啓発活動を行います。

【具体的な取組例】

- 消費生活相談窓口機能の充実
- 出前講座の開催

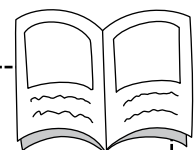


方向8 消費者団体等の育成支援

地域における消費者問題解決力の向上を図る上で、消費者団体の果たす役割が大きいことから、消費者団体等への情報提供、人材育成（研修会の開催）、団体間の交流等を支援していきます。

【具体的な取組例】

- 消費者問題についての意識や関心が高い個人、団体への情報提供



方向9 関係機関との連携の推進

(1) 市町村との連携

消費者安全法に基づく市町村との適切な役割分担の下、広域的あるいは専門性の高い情報を提供するとともに、県内全体における消費者教育の水準を向上させるため、市町村の取組みを支援します。

(2) 県教育委員会等との連携

県の消費者行政担当部局と県教育委員会とが学習内容や教材の企画・選定、既存の教材の有効活用等について緊密に連携し、効果的な取組を推進します。

また、福祉、衛生、環境、産業等の各部局と情報共有しながら、施策を推進します。

さらに、県内で多発している振り込め詐欺などの特殊詐欺や情報セキュリティ等について地域や学校で啓発活動を行っている警察とも連携していきます。

(3) 事業者、事業者団体や福祉関係団体等との連携

事業者や福祉関係団体、弁護士会等が行っている消費者教育の事例を把握し、参考となるよう他の事業者や福祉関係団体等に紹介していきます。

このほか、人口集中地域や高齢化が著しい地域など、本県の地域のさまざまな実情を踏まえ、消費者教育推進地域協議会を中心に地域の多様な主体間のネットワーク化を図りながら効果的な取組を進めていきます。

【具体的な取組例】

- 消費者教育担当者連絡会議
- 消費者教育推進地域協議会



方向 10 他の教育との連携の推進

(1) 環境教育

環境教育は、環境教育等による環境保全の取組の促進に関する法律（平成15年法律第130号）に基づいて推進されていますが、環境に対する知識や考えのほか、社会の多様性や将来に対する責任、資源やエネルギーの有限性など、自ら考え自ら行動する人づくりの推進といった取組は、持続可能な消費の実践を目指す消費者教育との関わりが深いことから、環境教育と消費者教育との連携に努めます。

(2) 食育

食育は、食育基本法（平成17年法律第63号）に基づいて推進されていますが、マナーの習得、「もったいない」という意識のかん養、食品ロスの削減や地産地消の推進といった取組は、持続可能な社会の形成を目指す消費者教育と密接な関係があります。

また、栄養バランス等の観点から適切な食生活を送ること、食品の安全性に関する知識と理解を深めること等は、栄養表示を含めた食品表示を正しく理解することを始め、食における危険を回避する能力を育む消費者教育と密接な関係があることから、食育と消費者教育との連携に努めます。

(3) 国際理解教育

国際理解教育は、社会経済の国際化の進展に合わせ、海外の文化や外国の人々との接点を理解させ、地球規模の社会問題（環境や資源、児童労働問題など）を考えさせることなどをねらいとしたものであり、内外の社会情勢及び地球環境に与える影響を自覚するという点で消費者市民社会の形成に向けた教育と深く関係していることから、国際理解教育と消費者教育との連携に努めます。

(4) 法教育

自立した消費生活を営むためには、身近な法律であり、消費生活の前提となる私法の基本的な考え方（契約自由の原則、私的自治の原則など）を理解する必要があります。

法教育は、選択し、契約することの理解と考える態度を身に付け、消費者契約の適正化を目指す消費者教育と深く関係していることから、法教育と消費者教育との連携に努めます。

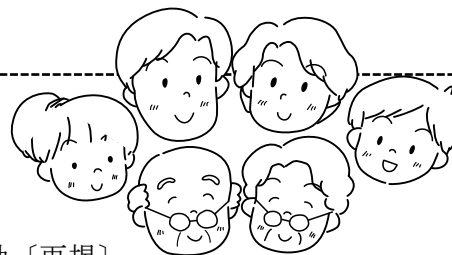
(5) 金融教育

金融教育の意義・目的は、金融リテラシー（金融に関する知識・判断力）の向上を通じて、消費者一人一人が、経済的に自立し、より良い暮らしを送っていくことを可能とするとともに、健全で質の高い金融商品の提供の促進や家計金融資産の有効活用を通じ、公正で持続可能な社会の実現に貢献していくことにあります。

金融リテラシーは、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、金融教育と消費者教育との連携に努めます。

【具体的な取組例】

- 環境に関する普及啓発活動
- 食育・地産地消に関する普及啓発活動〔再掲〕
- 法律の専門家による出前講座
- 暮らしに役立つ金融関係の情報提供



方向 11 人材（担い手）育成の推進

(1) 市町村職員

市町村における消費者教育の充実を図るため、消費者教育の担い手となる市町村職員の育成に努めます。

(2) 教職員

① 幼稚園等・小学校・中学校・高等学校

教職員には、学校における消費者教育の推進役としての役割が期待されており、その指導力の向上を図ることが重要であることから、県教育委員会と連携して、職務内容、経験等に応じた教職員向けの研修（初任者研修、10年目研修、家庭科部会等の研修など）の充実を図るなど、その指導力向上に努めます。

幼稚園等については、幼児向けの教材の紹介や教職員向けの講座等による啓発活動等を行います。

② 大学等

大学等においては、成年と未成年が混在することや、社会に出る直前であることなど、学生のもつ様々な側面に応じた消費者教育が求められることから、学生の生活支援を行う担当部署との連携を図り、大学等の教職員に対する消費者問題の啓発、情報提供に取り組みます。

(3) 民生委員児童委員等

地域の高齢者、障がい者等に対しては、民生委員や福祉関係団体等が行う日常的な支援の中での見守りが効果的であることから、民生委員や訪問介護員等に対する、消費者問題に関する研修の充実に努めます。

(4) 事業者等

事業者がその従業者に対し、研修を実施し、又は事業者団体等が行う講習会を受講させることなどを通じ、消費生活に関する知識及び理解を深めるよう事業者の育成に努めます。

【具体的な取組例】

- 市町村担当職員に対する研修
- 教職員に対する消費者問題の情報提供
- 食育・地産地消に関する普及啓発活動〔再掲〕
- 民生委員や訪問介護員等に対する研修
- 事業主に対する消費者問題の情報提供や法律の普及啓発



5 重点的に取り組むべき事項

前述の基本方針や施策の方向に従って消費者教育を進めていくこととしますが、近年、特に高齢者に対する消費者被害が増加していることや、今後、ますます重要性を増す消費者教育に的確に対応するため、次の事項について特に重点的に取り組むこととします。

重点的取組事項1 高齢者への消費者教育の推進

地域で消費者被害に遭うリスクの高い高齢者を中心に消費者教育を実施するとともに、民生委員や町内会、福祉関係者などの支援者に対する消費者教育や成年後見制度に関する普及啓発等を実施し、高齢者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）の構築に努めます。

重点的取組事項2 消費生活センターの消費者教育における拠点化の推進

県消費生活センターを県内における消費者教育の拠点と位置づけ、多様な主体が連携・協働した消費者教育が行われるようコーディネートするとともに、県・市町村の消費生活センターを住民への消費者教育を提供する場、消費者教育の担い手を支援する場としていきます。

重点的取組事項3 若年者への消費者教育の推進

成年年齢引き下げを踏まえ、若年者の消費者トラブルの未然防止やトラブルに遭ったときの対処等の消費者教育を実施するとともに、各種媒体を活用した情報発信等の啓発を実施し、様々な機会を通じて若年者への消費者教育を強化し、自立した消費者の育成を図ります。

特に、高校生に対しては消費者教育教材「社会への扉」を用いた授業を実施します。

6 消費者教育で育むべき力

こうした取組みを進めることにより、消費者が次の各領域において、それぞれに掲げる力（能力）を備え、基本目標である「自立した消費者づくり」を達成することとします。

（１）情報とメディアに関する領域

- ・ 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
- ・ 情報、メディアを批判的に吟味して適切に行動するとともに、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

（２）商品等やサービスの安全に関する領域

- ・ 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
- ・ 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に行動することができる力

（３）生活の管理と契約に関する領域

- ・ 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
- ・ 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、トラブルを回避するとともに、事業者等に対して補償、改善、再発防止を求めて適切に行動することができる力

（４）消費者市民社会の構築に関する領域

- ・ 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
- ・ 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
- ・ 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

