

兵庫県消費者教育推進計画

「ひょうご“消費者カ”アッププラン」



消費者
(ふくタン)

行政
(はばタン)

事業者
(こうタン)

ひょうごの消費生活シンボルマーク
消費者教育推進大使

平成27年3月

兵庫県

はじめに



兵庫県では、昭和40年に全国初の消費生活センターである、県立神戸生活科学センター（現在の生活科学総合センター）を開設しました。以来、県内7か所の県消費生活センターのほか、平成22年には、全国で初めて全市町で消費生活センターが設置され、消費生活をとりまく幅広い課題の解決に向けた、きめ細かな取り組みを推進してきました。

しかし近年、急速な高齢化や高度情報化、グローバル化の進展等により、消費者を取り巻く環境は大きく変化し、インターネット情報サービスに関する被害や、高齢者を狙った悪質商法等が年々増えるなど、消費者問題はますます複雑化・多様化しています。このような時代に、消費者がより安全安心に暮らせる社会を実現するためには、県民一人ひとりが、自ら主体的、合理的に判断し、適切に行動できる自立した消費者、さらには地域社会の一員として、より良い社会の形成に積極的に参画・貢献する消費者になっていただくことが大切です。

このたび、本県では「兵庫県消費者教育推進計画（H27～H29年度）」を策定しました。「ライフステージ等に応じた総合的・体系的な消費者教育の推進」、「多様な関係機関・団体とのネットワークの強化」、「消費者が主体となった安全安心な地域づくりの推進」の3つを柱に、3年間の具体的な施策や、わかりやすい取組事例をまとめています。

今後、この計画に基づいて、一層充実した消費者教育を展開し、「ひょうごの“消費者力”アップ」をめざします。

計画の効果的な推進には、消費者である県民の皆さん、事業者、消費者団体、事業者団体、学校や行政など様々な関係者相互の協働が欠かせません。

ともに力を合わせ、成熟社会にふさわしい真に豊かで安全な社会の実現をめざし、取り組んでいきましょう。

平成27年3月

兵庫県知事

井戸敏三

目 次

I 推進計画の策定にあたって	1
1 計画策定の趣旨.....	1
2 計画の位置づけ.....	1
3 計画の期間.....	1
II 消費者教育の現状と課題	2
1 消費者を取り巻く現状.....	2
2 学校における消費者教育の現状.....	6
3 地域における消費者教育.....	11
4 兵庫県における消費者教育の取組.....	14
5 消費者教育を推進する上での課題.....	17
III 消費者教育の推進に向けめざすべき方向	18
1 計画の目標.....	18
2 推進にあたっての基本方針.....	18
IV 推進体制	19
1 兵庫県安全安心な消費生活推進本部等による全県的な推進.....	19
2 県と市町の役割分担による消費者教育の推進.....	19
3 県消費生活センターの消費者教育推進機能の強化.....	19
4 関係機関、団体、事業者等との連携による推進強化.....	19
V 消費者教育推進方策と今後の取組例	21
1 世代・特性に応じた様々な場で展開される多様な消費者教育の推進.....	21
(1) 次世代向け消費者教育の推進.....	22
ア 小・中・高校生.....	22
イ 特別支援学校.....	24
ウ 大学生.....	25
(2) 安全安心な消費生活に向けた取組.....	26
ア 成人.....	26
イ 高齢者・障害者等.....	29
2 消費者教育の担い手の育成・活用.....	30
(1) コーディネート機能を担う人材養成・講師活用.....	30
(2) 多様な分野での人材開発.....	31
(3) 教育現場等における人材育成、活用.....	31
3 多様な主体の参画と協働による推進.....	32
4 効果的な情報収集・発信.....	35

附属資料

- 1 消費者教育の推進に関する法律
- 2 兵庫県消費者教育推進計画検討会名簿
- 3 兵庫県消費者教育推進地域協議会（県民生活審議会消費生活部会）名簿
- 4 兵庫県消費者教育推進計画に係る用語解説
- 5 兵庫県消費者教育推進計画の概要

I 推進計画の策定にあたって

1 計画策定の趣旨

近年の消費者を取り巻く環境は、グローバル化や高度情報化、少子高齢化等社会情勢が大きく変化する状況のもと、食の安全安心を脅かす問題や高齢者を狙った悪質商法の増加、スマートフォンの普及に伴う新しい被害形態の発生等、消費者トラブルの複雑化・多様化、商法の巧妙化など、年々厳しさを増している。

本県では、兵庫県消費生活条例等により、これまでの「消費者の保護」から、「消費者の尊重とその自立支援」を基本に、「消費者被害にあわない消費者」からさらに進んで「自ら判断、選択、行動できる“自立した消費者”」の育成を図るため、自ら消費生活に関する知識を習得し、これを適切な行動に結びつける「消費者力」の向上に努めてきたところである。

しかしながら、安全安心な消費生活をより一層推進するには、消費行動が社会や地球環境に影響を及ぼすことを自覚し、公正かつ持続可能な社会、すなわち「消費者市民社会」の形成に向け、積極的に参画、寄与する消費者の育成が喫緊の課題となっている。

そこで、兵庫県として、生活者としての生きる力を育み、よりよい社会の形成に積極的に寄与する消費者を育成するため、「兵庫県消費者教育推進計画」を策定し、消費者、事業者、消費者団体、事業者団体など多様な主体との参画と協働のもと、全県的な消費者教育を推進する。

2 計画の位置づけ

この計画は、兵庫県における消費者教育を総合的かつ体系的に推進していくために、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。）第10条第1項に基づき策定する計画とする。

3 計画の期間

この計画の期間は平成27年度から平成29年度までの3年間とする。

なお、国の動向や、複雑化・多様化する消費者トラブルの状況、消費者教育の推進に関する施策の実施状況等を勘案し、必要がある場合には見直しを行う。

Ⅱ 消費者教育の現状と課題

1 消費者を取り巻く現状

(1) 社会情勢

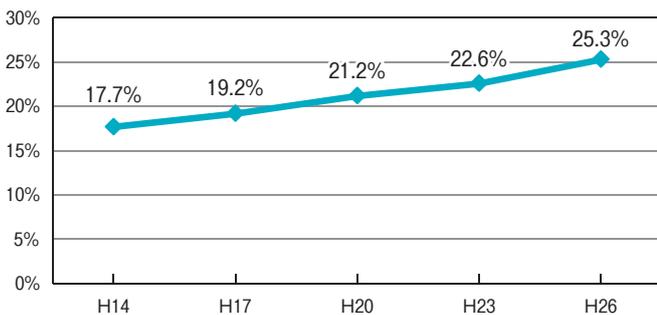
全国的に少子高齢化が進むなか、県内における65歳以上の人口割合も年々高くなっており、平成26年では25.3%となっている〔図1〕。

また、情報のグローバル化では、平成25年の国内インターネット普及率は8割を超え、利用者数は初めて1億人を突破するなど、電子商取引の市場規模も年々増加し、およそ11兆円規模となっている〔図2〕。

一方、消費については、平成24年度における県内消費者の消費支出額は、県内総支出の約60%を占めるなど、経済社会に大きな影響を与えており、消費者が安心して消費生活を送ることができる環境の整備が、経済社会の安定成長にもつながると考えられている。

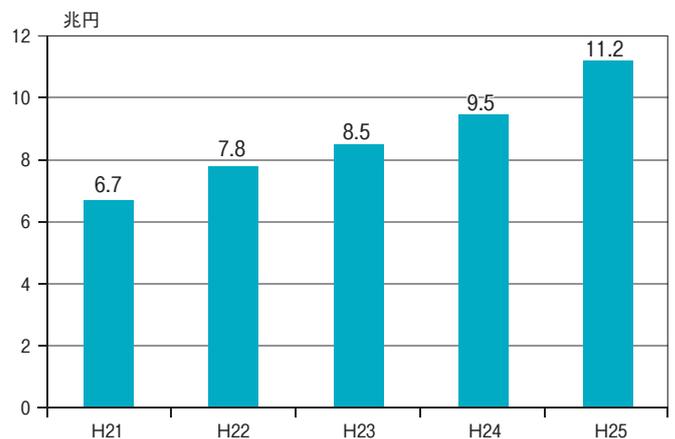
このため、消費者安全法の制定（H21）や、特定商取引に関する法律の改正（H20）など、消費者と事業者が公正に取引を行うための法整備が進められてきたが、社会情勢が刻々と変わり、スマートフォンや電化製品などの商品やサービスの複雑化、販売方法の多様化が進むなか、消費者と事業者の情報量や交渉力の格差は依然として存在している。

〔図1〕 兵庫県の高齢化率の推移
(全人口中の65歳以上人口の割合)



(出典：高齢化率の推移：兵庫県情報事務センター)

〔図2〕 消費者向け電子商取引市場規模



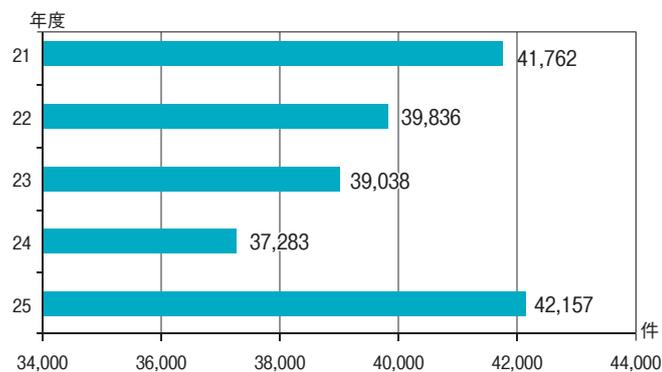
(出典：経済産業省電子商取引に関する市場調査)

(2) 兵庫県の消費生活相談の状況

県内の消費生活センターで受け付けた平成25年度の消費生活相談苦情件数は、42,157件と昨年度に比べ1割増加し、過去5年間で最多となっている〔図3-1〕。

平成25年度の相談内容としては、インターネットの普及や電子商取引の増加に伴い、アダルト情報サイト・出会い系サイトなどの有料情報サイトに代表される「インターネット情報サービス」が最も多く、次いで主に高齢者への送り付け商法が問題となった「健康食品」や、リフォーム等に関する苦情をはじめとする「工事・建築」といった内容の相談が多い〔表1-1、図3-2〕。

〔図3-1〕 兵庫県の消費生活相談苦情件数



(出典：兵庫県の消費生活相談状況)

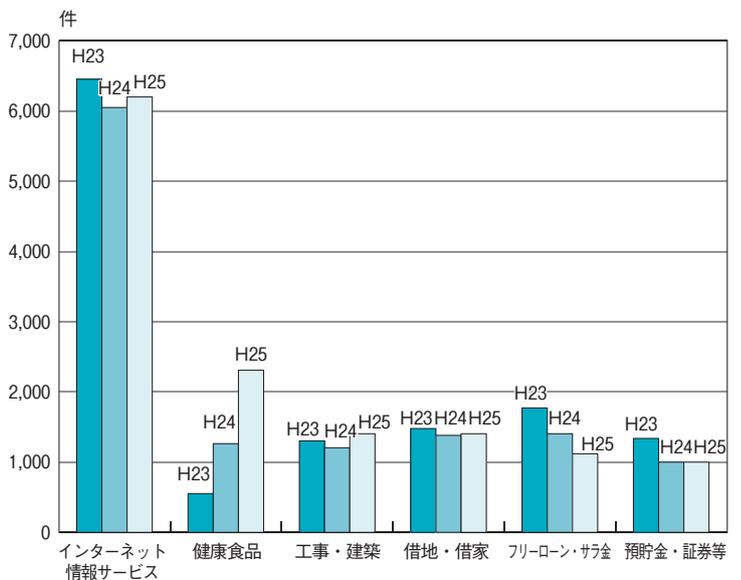
主な相談内容件数の推移（兵庫県）

〔表1-1〕

順位	相談内容	H23	H24	H25
1	インターネット情報サービス	6,456	6,043	6,215
2	健康食品	542	1,236	2,313
3	工事・建築	1,272	1,172	1,379
4	借地・借家	1,453	1,348	1,364
5	フリーローン・サラ金	1,745	1,379	1,086
6	預貯金・証券等	1,302	977	974
7	インターネット接続回線	714	732	816
8	新聞	797	733	727
9	携帯電話サービス	567	716	725
10	自動車	675	675	707

(出典：兵庫県の消費生活相談状況)

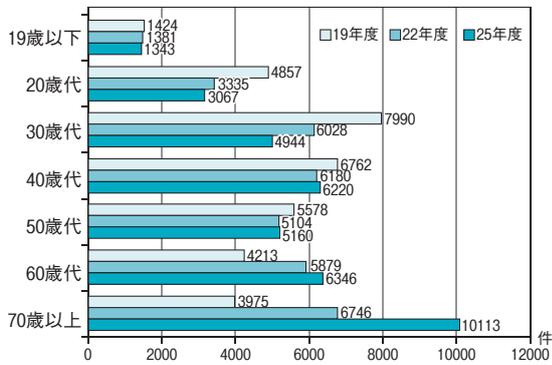
〔図3-2〕



(出典：兵庫県の消費生活相談状況)

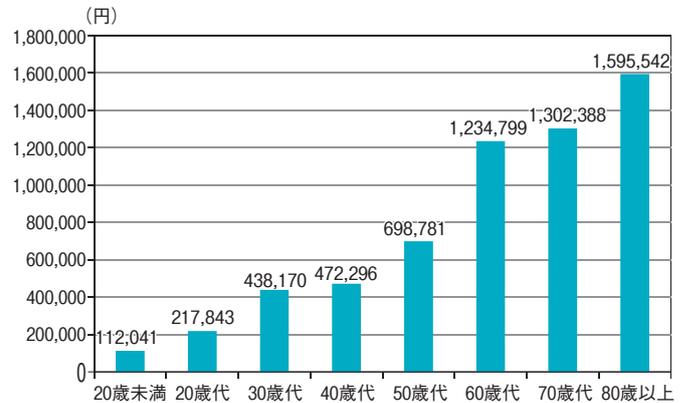
苦情相談を年代別に見ると、加齢による記憶力の低下等につけ込んで高齢者を狙う悪質商法等の増加により、60歳代以上の件数は年々増え [図3-3]、さらに不当な勧誘による契約等で実際に支払ってしまった人の平均支払額も、契約当事者が70歳代以上では、50歳代以下と比べ約2倍となっている [図3-4]。

[図3-3] 年代別苦情件数推移



(出典：兵庫県の消費生活相談状況)

[図3-4] 25年度契約当事者年齢別平均支払い額



(出典：兵庫県の消費生活相談状況)

また、苦情相談の最多である「インターネット情報サービス」では、各世代にわたり幅広く被害が見られるが [表1-2]、年々、60歳代以上の高齢者の割合が増加傾向にある。今後、インターネットを使用できる高齢者の苦情が増加する可能性がある [図3-5]。

[表1-2]

苦情当事者の年代別の主な品目別件数 (平成25年度)

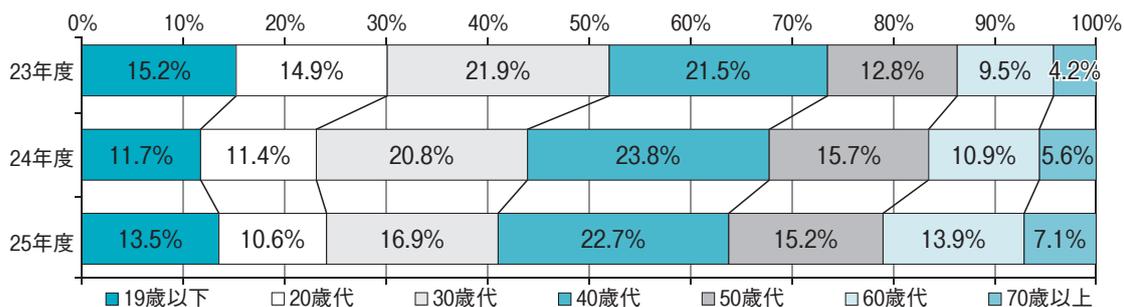
(件)

年代別割合	19歳以下	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上
	3.2%	7.3%	11.7%	14.8%	12.3%	15.1%	15.3%	8.8%
1	インターネット情報サービス 803	インターネット情報サービス 628	インターネット情報サービス 1,004	インターネット情報サービス 1,348	インターネット情報サービス 905	インターネット情報サービス 827	健康食品 870	健康食品 822
2	テレビ放送サービス 51	エステサービス 239	借地・借家 298	借地・借家 237	フリーローン・サラ金 199	工事・建築 274	預貯金・証券等 388	預貯金・証券等 174
3	靴 27	借地・借家 185	フリーローン・サラ金 189	フリーローン・サラ金 215	工事・建築 186	健康食品 250	インターネット情報サービス 363	工事・建築 161
4	携帯電話サービス 24	自動車 93	自動車 136	自動車 163	借地・借家 166	預貯金・証券等 185	工事・建築 261	新聞 145
5	洋服/自動車運転教習所 19	フリーローン・サラ金 90	携帯電話サービス 127	携帯電話サービス 157	インターネット接続回線 111	フリーローン・サラ金 144	ファンド型投資商品 187	ファンド型投資商品 115

(出典：平成25年度兵庫県の消費生活相談状況)

[図3-5]

インターネット情報サービスにかかる苦情相談の年代別割合



(出典：兵庫県の消費生活相談状況)

(3) 消費者の意識

消費生活センターに多くの相談が寄せられる一方で、県民向けのアンケート調査によると、消費者が商品やサービスに不満・被害があった際に消費生活センターへ相談する割合は低く、どこにも相談しなかった割合は40%を超えている [表2-1]。また、消費者は、消費生活に役立つ情報として、相談窓口の役割や利用方法、インターネットトラブルに関する事例、悪質商法などへの対処法を求めている [表2-2]。さらに、レストランなどにおけるメニューの不適切表示や、化粧品による白斑被害、冷凍食品の農薬混入問題等が社会的にも大きな問題となり、消費者をめぐる安全安心の確保の必要性がますます高まっている。

[表2-1] 問：購入した商品やサービスに関する
不満・被害があった際の相談先

区 分	割 合
購入した販売店、販売担当者	37.4%
メーカー	26.2%
市町消費生活センター	8.0%
県消費生活センター	3.2%
どこにも相談しなかった	41.3%

(主な理由)

- ・面倒だから 43.7%
- ・どこに相談していいかわからなかった 30.6%

[表2-2] 問：消費生活に役立つ情報として欲しいもの

区 分	割 合
消費生活に関するトラブルの 相談窓口の役割や利用方法	49.5%
インターネットトラブル事例	43.0%
悪質商法等の手口と対処法	38.8%
消費者関連法や制度	30.3%
食品の安全性や食品表示制度	26.5%
商品やサービスの安全性や リコール情報	20.9%

(出典：県民モニターアンケート調査「消費生活に関する県民意識調査」H24.10 兵庫県)



2 学校における消費者教育の現状

県内の小、中、高等学校に行った実態調査によると、学校教育では、学習指導要領に基づき授業が行われており、平成21年の改定により社会科、公民科、技術・家庭科等を中心に消費者教育に関する教育内容の充実が図られ、消費者教育に関する授業等の実施率は高い。

しかし、総授業時間数が限られること、教員の多忙さなどから、実施時間数は少なく、消費者教育に十分取り組んでいるとは言えない状況にある。

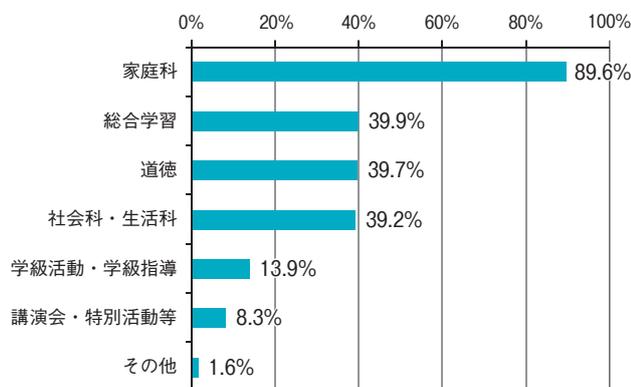
(1) 小学校における消費者教育

県内の小学校における消費者教育に関する授業等の実施率は、97%とほとんどの学校で実施されている。主に「家庭科」や「総合的な学習の時間」、「社会科」等の時間を活用して実施されており [図4-1]、1学年あたりでは概ね2～3時間程度である。

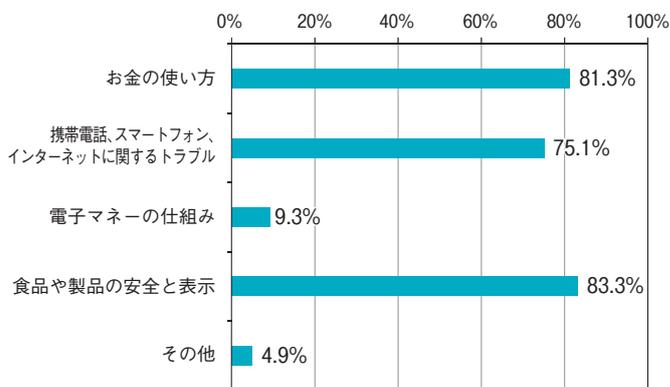
また、行われている内容は「食品や製品の安全と表示」、「お金の使い方」が8割を超え、続いて「インターネットトラブル」となっており [図4-2]、主に担任教員、家庭科担当教員が教育を行っている。

消費者教育の充実のために必要と考えられていることは、「教材の作成・配布」、「実践事例の紹介」という意見が多い [図4-3]。

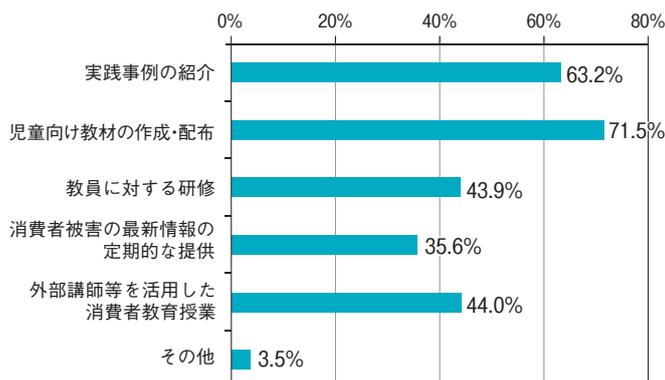
[図4-1] 問：消費者教育を行っている教科
(複数回答) n=609



[図4-2] 問：行っている消費者教育の内容
(複数回答) n=609



[図4-3] 問：消費者教育充実のために必要なこと (複数回答) n=627

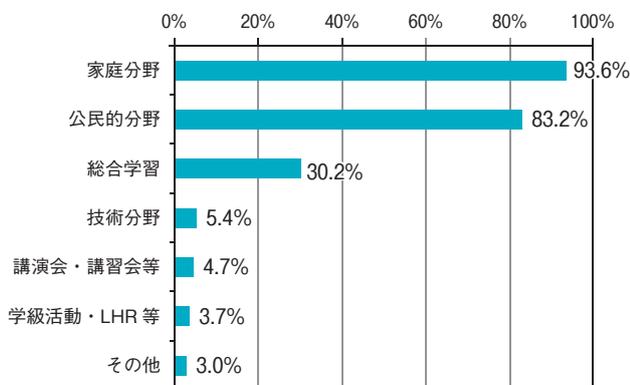


(2) 中学校における消費者教育

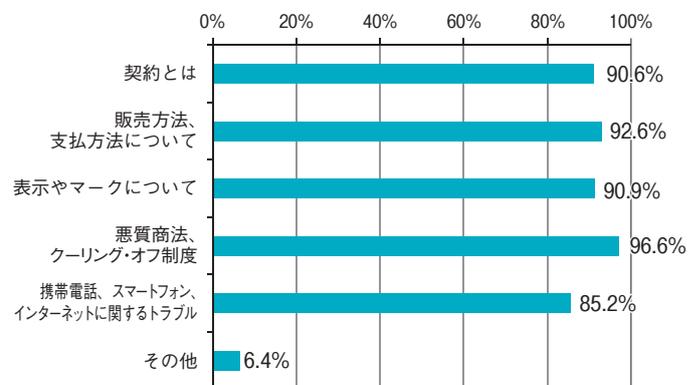
県内の中学校における消費者教育に関する授業等の実施率は、99%とほとんどの学校で実施されている。主に「技術・家庭科」の家庭分野、「社会科」の公民的分野の時間を活用して実施されており〔図5-1〕、1学年あたりでは概ね3～4時間程度である。

また、行われている内容は「悪質商法、クーリング・オフ制度」、「販売方法、支払方法」、「表示やマーク」、「契約とは」が9割を超え、続いて「インターネットトラブル」となっており〔図5-2〕、家庭科や公民科の教科担当教員が教育を行っている。消費者教育の充実のために必要と考えられていることは、「教材の作成・配布」、「実践事例の紹介」、「最新情報の定期的な提供」という意見が多い〔図5-3〕。

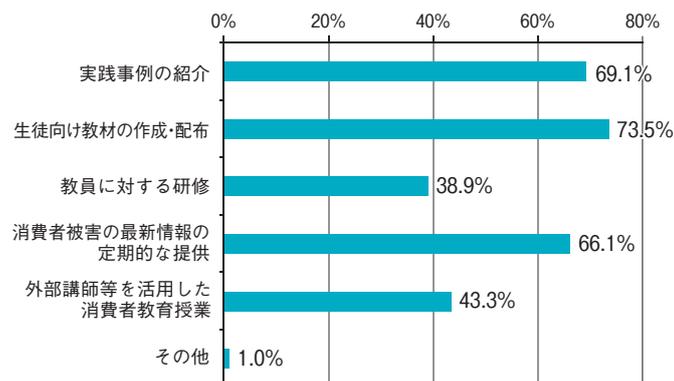
〔図5-1〕 問：消費者教育を行っている教科
(複数回答) n=294



〔図5-2〕 問：行っている消費者教育の内容
(複数回答) n=294



〔図5-3〕 問：消費者教育充実のために必要なこと (複数回答) n=298



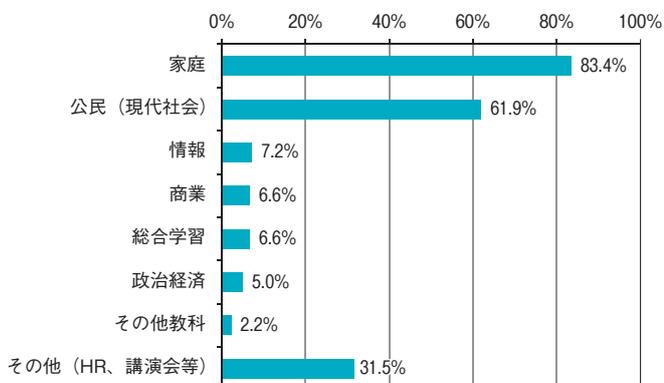
(3) 高等学校における消費者教育

県内の高等学校における消費者教育に関する授業等の実施率は、97%とほとんどの学校で実施されている。主に「家庭科」、「公民科」（現代社会）の時間を活用して実施されており〔図6-1〕、1学年あたりでは概ね2～3時間程度である。

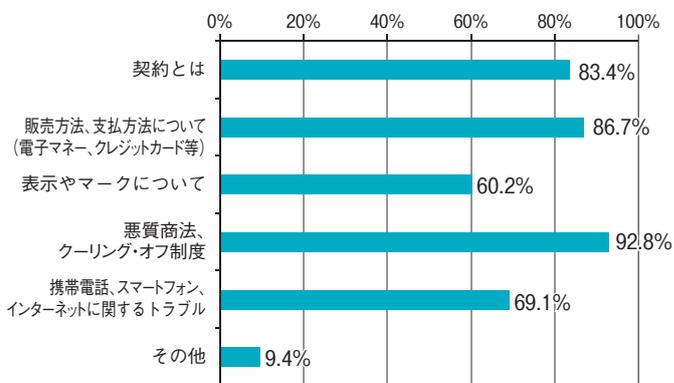
また、行われている内容は「悪質商法、クーリング・オフ制度」、「販売方法、支払方法について」、「契約とは」が約9割、続いて「インターネットトラブル」となっており〔図6-2〕、家庭科や公民科の教科担当教員が教育を行っている。

消費者教育の充実のために必要と考えられていることは、「最新情報の定期的な提供」、「実践事例の紹介」、「教材の作成・配布」という意見が多い〔図6-3〕。

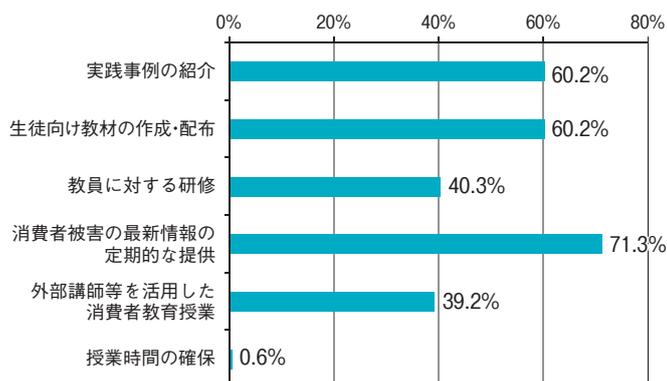
〔図6-1〕 問：消費者教育を行っている教科
(複数回答) n=175



〔図6-2〕 問：行っている消費者教育の内容
(複数回答) n=175



〔図6-3〕 問：消費者教育充実のために必要なこと (複数回答) n=181



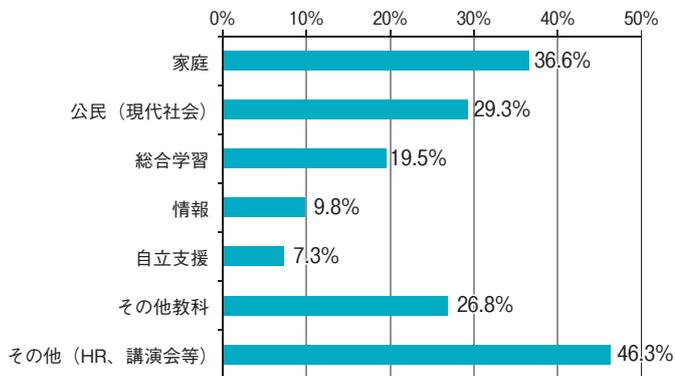
(4) 特別支援学校（高等部）における消費者教育

県内の特別支援学校（高等部）における消費者教育に関する授業等の実施率は、83%と大半の学校で実施されている。主に「家庭科」、「社会科」の時間を活用して実施されているが、ホームルームや講演会等特別の時間を設けて実施している学校も多く [図7-1]、1学年あたりでは概ね2～3時間程度である。

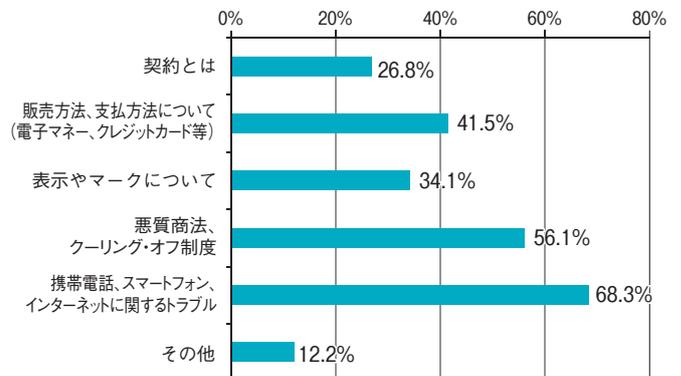
また、行われている内容は「インターネットトラブル」が6割を超え、次いで「悪質商法、クーリング・オフ制度」で [図7-2]、担当教員及び家庭科や社会科の教科担当教員が主に教育を行っている。

消費者教育の充実のために必要と考えられていることは、「実践事例の紹介」、「教材の作成・配布」という意見が多い [図7-3]。

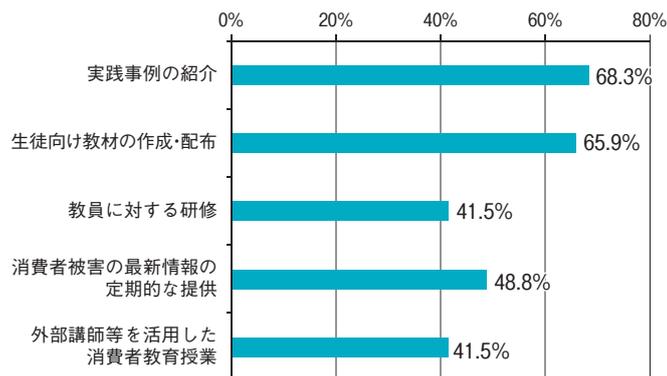
[図7-1] 問：消費者教育を行っている教科
(複数回答) n=34



[図7-2] 問：行っている消費者教育の内容
(複数回答) n=34



[図7-3] 問：消費者教育充実のために必要なこと (複数回答) n=41



※小・中・高等学校における消費者教育の現状に関する表・グラフの出典は、兵庫県消費生活課が実施した「消費者教育に関する実態調査」(H26.6～7)

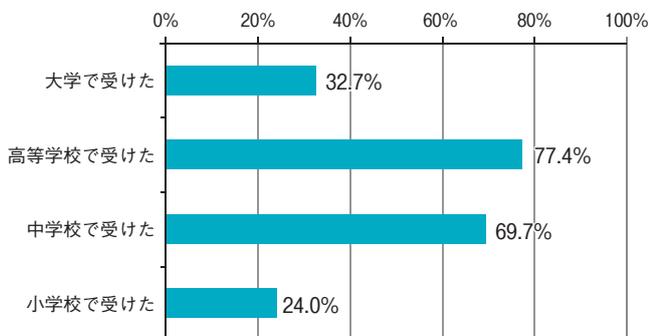
(5) 大学における消費者教育

大学における消費者教育は、兵庫県と「次世代の消費者教育・学習に関する協定」を締結した生活協同組合連合会大学生協阪神事業連合を中心に、各種セミナーの開催や啓発、大学生が自ら企画するワークショップの実施など積極的に展開されている。

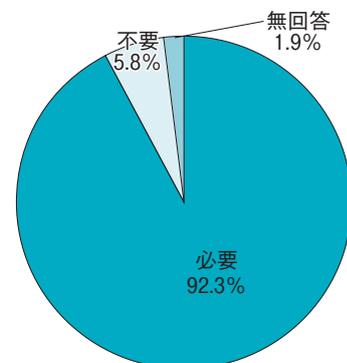
ワークショップに参加した大学生のほとんどが、「ワークショップを経て消費者活動について関心が高まった」と答えるなど、一定の学習機会を提供することで、多くの学生の意識向上につながると考えられる。

一方で、一部大学で実施した大学生に対するアンケートでは、大学で消費者教育を受けた割合は32.7%であるが〔図8-1〕、92%の学生が消費者教育は必要であると回答しており〔図8-2〕、大学における消費者教育が十分とは言えない状況にある。

〔図8-1〕 問：学校において消費者教育を受けたか
(複数回答) N=208



〔図8-2〕 問：消費者教育の必要性 n=208



(出典：神戸大学・関西外国語大学学生抽出アンケート調査 H26.6)

〔「大学生が消費者市民社会を創造するワークショップ」後のアンケート自由意見〕

- 意識を少し変えるだけで消費行動も大きく変わる。意識が大事。
- このような場を定期的に学生が主体となって行うことで大学、家庭にも広げることができる。
- 消費者力アップのために自分で始められることは多いのに広がっていない。
- 中学・高校で学んだ悪質商法は、あくまで学校の勉強の一つという意識だったが、このワークショップで自分に身近なものに変わった。



*** 大学生が消費者市民社会を考えるワークショップ ***

18大学の学生が一堂に会し、消費者として公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参加する「消費者市民社会」とは何か、それを実現するためにはどのように行動するかを考えたワークショップ。H25.5.18開催・参加学生132名。

3 地域における消費者教育

県民の身近で行われる地域の消費者教育は、市町消費生活センターや消費者団体、事業者等がそれぞれの立場から積極的に講座やセミナー、啓発活動を行っている。

(1) 県内市町の取組

平成22年12月、全国で初めて県内全ての市町に消費生活センターが設置され、講座やセミナー、街頭啓発など消費者教育・啓発が実施されている。

(市町消費生活センターの設置状況)

～21年度	22年度	
13市【H21.4.1時点】	21市8町【H22.4.1時点】	29市12町【H23.1.1時点】
(S45) 尼崎 (S46) 西宮 (S48) 伊丹 (S49) 神戸、宝塚、明石 (S50) 姫路 (S51) 芦屋 (S56) 川西 (H2) 三田 (H3) 豊岡 (H6) 加古川 (H14) 篠山	〔新設市町〕 猪名川・高砂・稲美・ 加西・神河・市川・ 福崎・上郡・養父・ 朝来・香美・新温泉・ 丹波・洲本・淡路・ 南あわじ	〔新設市町〕 播磨・西脇・三木・小野・ 加東・多可・相生・赤穂・ 宍粟・たつの・太子・佐用
		平成22年12月 全市町設置

事業の推進に際しては、教育委員会や警察、消費者団体等と連携をとりながら、地域に密着した消費者教育が行われているが、啓発パンフレット等の作成配布は46.3%、子どもや若者向けの教材作成は26.8%と、市町によって取組に差異があり〔表3-1〕、予算の確保やマンパワー、ノウハウ不足などの課題がある〔図9〕。

また、市町として力を入れるべきと考えている対象世代は、高齢者及び小、中学生であるという意見が多い〔表3-2〕。なお、市町における消費者教育推進計画の策定状況は、神戸市において平成25年12月に策定済みであり、西宮市、伊丹市、明石市などにおいても計画策定が予定されている。

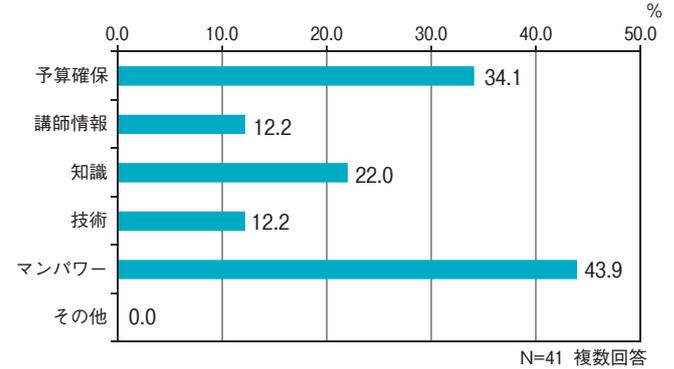


市町における消費者教育の実施状況（兵庫県）

[表3-1]

消費者教育実施内容	実施市町数・割合	
出前講座・講習会等の実施	41	100.0%
啓発パンフレット等作成配布	19	46.3%
子ども・若者向け教材作成配布	11	26.8%
イベント・キャンペーンの実施	19	46.3%

[図9] 消費者教育を推進する上での課題



[表3-2]

市町が力をいれるべき消費者教育の対象 ※複数回答

対象	幼稚園	小学生	中学生	高校生	大学生	成人	高齢者	障害者	その他
市町数	1	28	32	21	5	11	39	14	9
%	2.4	68.3	78.0	51.2	12.2	26.8	95.1	34.1	22.0

(出典：市町消費者教育実施状況調査 H26.7 兵庫県)

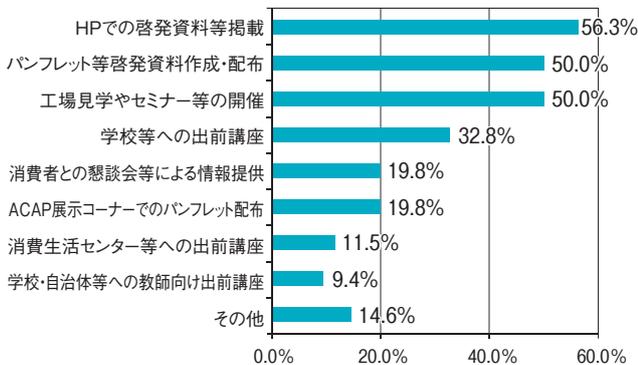
(2) 事業者の取組

事業者は、自社の商品やサービスに対する理解やファンづくり、社会貢献の一環として消費者教育を行っており、商品やサービスを活用した、主に一般成人向けに実施している。

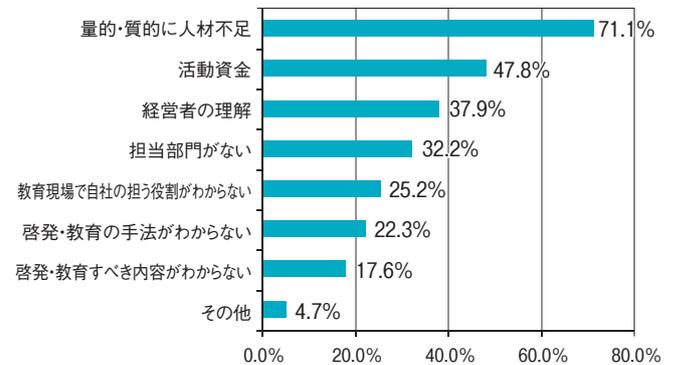
公益社団法人消費者関連専門家会議（ACAP）はお客様相談室を有する企業等が参画する団体で、消費者相談や啓発等に積極的であるが、消費者教育に取り組んでいる企業はそのうち約6割である [図10-1]。

対象者は、一般成人向けが8割以上であり、課題は「人材不足」、「資金不足」、「経営者の理解不足」や「担当部門の不在」である [図10-2]。

[図10-1] 消費者向け啓発活動への取組内容 (複数回答) n=192



[図10-2] 消費者啓発・教育に取り組む上での課題 (複数回答) n=301



(出典：企業における消費者啓発・教育調査 H24.9 公益社団法人消費者関連専門家会議)

(3) 消費者団体等の取組

県内には多数の消費者団体が存在し、高等学校との協定による消費者教育事業や成人向けなどの啓発活動等を行っており、消費者教育に専門的な知識を有する NPO 法人では、小、中学校や特別支援学校等で消費者教育講座を展開している。

また、県では、消費者団体の構成員を中心に「くらしの安全・安心推進員」を委嘱し、街頭における啓発や高齢者の見守り、消費者トラブル防止講座の実施など、身近な地域における活動を推進している [表 4]。あわせて、地域で活動する様々な団体、グループ等をネットワーク化し、情報共有や消費者教育を推進する「はばタン消費者ネット」を設置している [表 5]。

しかし、消費者団体構成員の高齢化が進むなか、若い世代の団体への参画が少ない状況にある。

[表 4]

※くらしの安全・安心推進員による
地域における消費者被害防止活動

(単位：件)

活動内容	計 (H25)
情報提供	231
見守り	130
相談窓口紹介	93
啓 発	244
講演・イベント開催	177

[表 5]

※はばタン消費者ネットの会員数 (H26.10末)

地 域	会員数	地 域	会員数
神戸・阪神	73	但 馬	57
東播磨・北播磨	68	丹 波	36
中播磨	119	淡 路	44
西播磨	55	計	452

(主なグループ)

消費者団体・グループ、女性団体、老人クラブ、子育てグループ、PTA、自治会、民生委員・児童委員、NPO 法人等



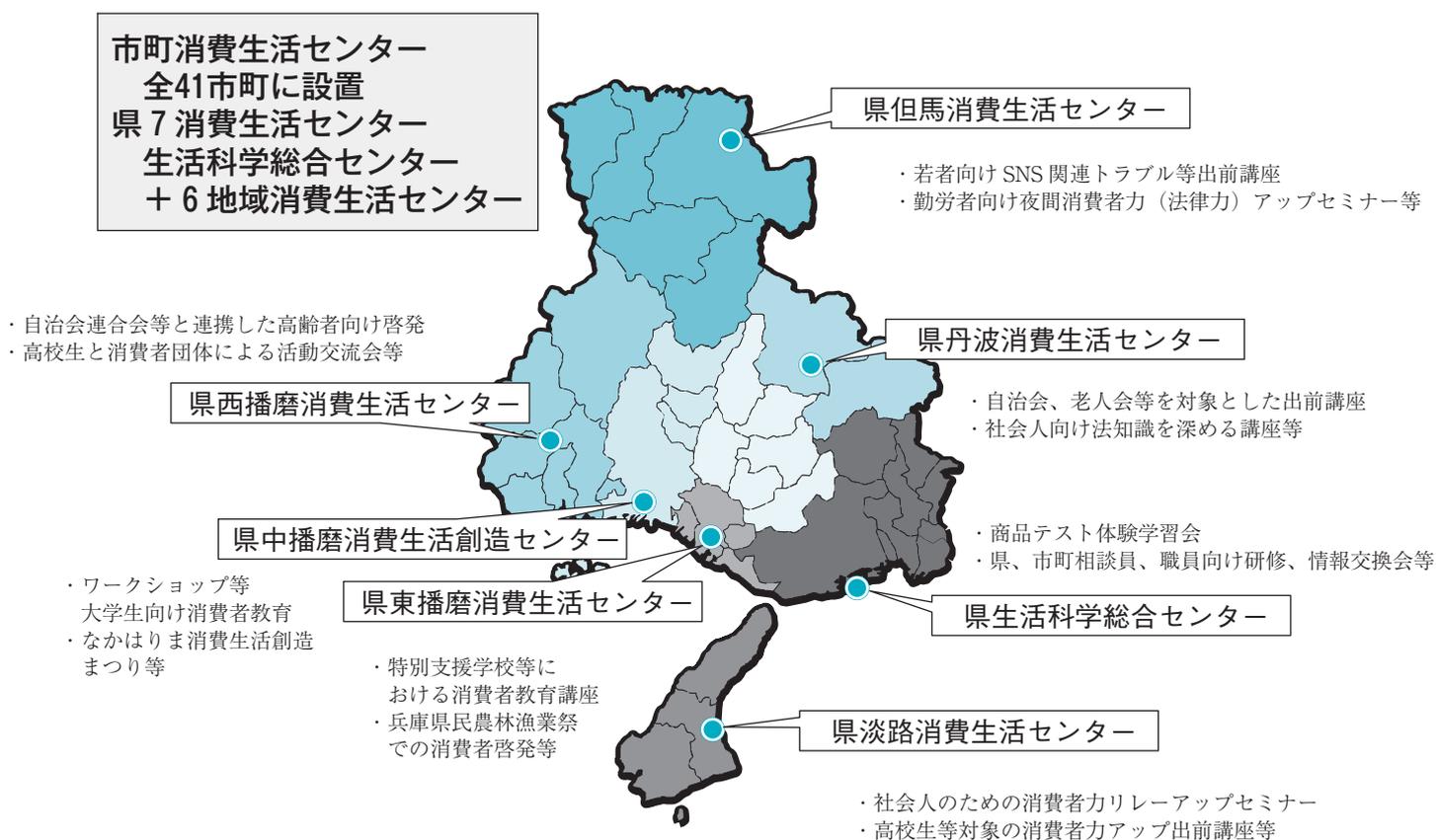
4 兵庫県における消費者教育の取組

県では、全国に先駆け昭和40年に神戸、姫路に生活科学センターを開設、その後、あわせて県内7地域に生活科学センター（現消費生活センター）を設置し、消費生活相談や消費者啓発を実施してきた〔図11〕。

なかでも、生活科学総合センターは、県内消費生活センターの中核センターとして、消費生活相談や啓発のほか、苦情商品に対する原因究明テストや商品テスト、事業者への指導等を実施している。

近年では、特に次世代に向けた取組を重視し、子どもの頃からの消費者教育を推進するとともに、高齢者の消費者トラブルが増加傾向であることから、高齢者自身及び高齢者を見守る人への啓発等に力を入れている。

〔図11〕



(1) 次世代向けの取組

自立した“かしこい消費者”育成のためには、子どもの頃からの消費者教育が重要であることから、平成22年度から次世代を担う児童・生徒、学生に対する様々な取組を展開している。

さらに、大学生など若い世代向けに消費生活リーダーとなる人材の育成や、啓発活動への参加など活用を行っている。

ア 教材の作成

対象	内 容	実績等
小学生	「ぼく、わたしトラブルってます」 (テーマ) インターネットトラブル	55,000 (H25年度)
中学生	「考えよう私は消費者」 (テーマ) インターネットトラブル、自らの消費行動と社会の関わり	55,000部 (H25年度)
高校生	「これだけは知っておきたい！消費生活のキホン」 (テーマ) 契約・取引、製品安全等消費生活全般	275,000部 (H22～24年度)
	DVD「こちら消費生活センター特相係— 困ったな…になる前に見ておこう」 (テーマ) ネットトラブル・多重債務・マルチ商法	DVD400枚 (H22～24年度)
大学生	・「ダメされないチカラ養成 HandBook」 (テーマ) 悪質商法、契約の基本等消費生活全般 ・「スマートフォン・タブレットを安心して活用するチカラ HandBook」 (テーマ) スマホ、タブレットの仕組みや安全な使い方等 ・「お金を貯める、育てる、生かすチカラ養成 HandBook」 (テーマ) クレジットカードの仕組みや金利、金融商品のリスク等 ・「“スマコン”になるためのチカラ養成 HandBook」 (テーマ) 消費者市民社会の解説と社会に貢献できる消費行動等	各3,000部 (H23～25年度)

イ 人材育成

対象	内 容	実績等	
大学生	次世代消費生活リーダーの養成	新生活に入り、消費者トラブルに巻き込まれやすくなる大学生を対象に、「くらしのヤングクリエイター」として、次世代の消費生活リーダーとなる人材を養成	計600人 (H22～23年度)
	大学生の実践活動支援	くらしのヤングクリエイターが行う啓発活動や調査活動を支援	H23:30事業 H24:32事業 (H23～24年度)
	大学生向けワークショップ	ひょうごの消費者市民社会をテーマに消費者として自立するために自分たちができることを大学生自身が議論するワークショップを開催	18大学 132名 (H25年度)
成人	消費生活リーダーの育成	実践力のある消費生活リーダーを養成する「ひょうご暮らしの大学」を実施(コープこうべとの協働事業)	修了者数 193名 (H23～25年度)
	次世代の人材育成・消費者問題取組の裾野拡充	地域で活動する様々な団体・グループ等のネットワーク「はばタン消費者ネット」の推進により、消費生活に関する情報共有、消費者学習等を推進	会員数455 (H22年度～)

(2) 高齢者向けの取組

高齢者の消費者トラブルが増加傾向にあるなか、今後も、高齢化がさらに進み、被害がますます深刻化することが予想されることから、福祉、介護関係団体等とも連携し、高齢者や高齢者を見守る人への消費者教育に積極的に取り組んでいる。

事業	内容	実績等
高齢者見守り研修会 ・カードの配布	地域包括支援センターの職員等高齢者の支援者等を対象とした研修会実施、見守りカード配布	見守りカード 約45,000枚 (H25年度)
高齢者被害防止 ネットワークの構築	高齢者の被害を防止するため、警察や介護関係施設等関係機関とのネットワークを構築	県内7地域 (H25年度～)
くらしの安全・安心 推進員の設置	消費生活に関する啓発や情報収集など主に高齢者の見守りを行う推進員を全県に設置	約400人 (H25年度～)

(3) 啓発・キャンペーン

県内7地域にある県消費生活センターでは、各種啓発講座・セミナー、キャンペーン等を実施している。なかでも、生活科学総合センターが開催する、商品事故の原因究明テスト等のノウハウを活用した「商品テスト体験学習会」は、参加、体験型の特色ある講座となっている。

【H25年度実績】

項目	総合		東播磨		中播磨		西播磨	
	回数	参加者数	回数	参加者数	回数	参加者数	回数	参加者数
講座	59	4,995	40	3,102	14	5,989	27	3,608
講師派遣等	51	5,403	19	2,321	46	3,525	28	1,145
合計	110	10,398	59	5,423	60	9,514	55	4,753

項目	但馬		丹波		淡路		計	
	回数	参加者数	回数	参加者数	回数	参加者数	回数	参加者数
講座	19	2,735	10	624	17	1,329	186	22,382
講師派遣等	107	7,455	62	2,720	11	465	324	23,034
合計	126	10,190	72	3,344	28	1,794	510	45,416

【商品テスト体験学習会】

商品選択や生活に役立つ知識の習得を図るため、生活科学総合センターが学校や団体・グループ等に講師を派遣し、消費者自らが体験できる商品テスト体験学習会を開催。

H25年度 43回 参加者延べ2,591人

(メニュー例)

紫外線防止グッズ(日焼け止めクリーム等)の効果、
清涼飲料水の糖度測定 等



(商品テスト学習会の様子)

5 消費者教育を推進する上での課題

(1) 体系的な消費者教育の推進

学校における消費者教育については、学習指導要領に基づき、教員が実施している学校がほとんどであるが、それぞれの学年での実施時間数は年間2～3時間と短く、トラブル防止など消費者保護を主とした授業が多くなっている。このため、「消費者市民社会」の形成に向け行動する消費者の育成を、段階的に進めるための授業内容等を検討していく必要がある。

一方、地域では、幅広い世代に向け、県、市町、消費者団体等が出前講座やセミナー等を開催しているが、一部の市町では、教材の提供やキャンペーンに取り組めていないなど、主体となる地域や団体間で取組に違いがある。

また、悪質商法のターゲットとなりやすい高齢者向けには、様々な消費者教育・啓発が行われているが、同じく被害にあいやすい知的障害者等については、さらなる対応が求められている。

以上のように、学校や地域で様々な取組が行われているが、消費者教育をより効果的に進めるためには、それぞれの世代や対象に対応した総合的かつ体系的な講座等の企画や支援が課題となる。

(2) 消費者教育を推進する主体の役割分担と連携

県、市町、消費者団体、事業者団体など様々な主体が消費者教育や啓発を実施しているが、依然として悪質商法や消費者トラブルの被害が深刻化していることから、地域において、さらに消費者一人ひとりに対してきめ細やかに消費者教育の機会を提供していく必要がある。そのためには、地域の実情に応じて、実施主体や内容・方法等を調整し、多様な立場の担い手が役割分担した上で、連携、協力しながら推進していくことが求められる。

そして、推進にあたっては、地域において学校や団体における消費者教育を総合的に企画・調整する中核的な拠点等が重要となり、具体的にその機能を担う組織等が必要である。

(3) 消費者教育の担い手養成、活用

ライフステージや場に応じた消費者教育を進めるためには、地域のニーズを把握し、消費者教育にかかる多様な分野の団体等と連携しながら、体系的に講座等を企画、実施できる人材の養成が課題となる。

また、県や市町等が主催する講座等を受講して、消費生活に関する知識を習得し、消費者教育に取り組む人材として、啓発や高齢者への声かけ等の活動を行う「くらしの安全・安心推進員」や「消費生活リーダー」などがあるが、今後、こうした人材が、学校をはじめ地域で幅広く消費者教育を進める活動に取り組むための支援等が必要となる。

Ⅲ 消費者教育の推進に向けめざすべき方向

1 計画の目標

**生きる力を育み、自ら考え行動する自立した消費者、
さらには、積極的に社会に参画、協働する消費者の育成**

次世代へとつながる公正かつ持続可能な社会、「消費者市民社会」の実現のためには、消費者が生活者として「生きる力」、すなわち消費者が自ら主体的、合理的に判断し、適切な行動に結びつける「消費者力」を身につけることが必要であり、消費行動がもたらす影響と消費者の社会的役割を自覚し、社会の担い手として行動することが重要となる。

そのため、兵庫県では、「消費者市民社会」の形成に向け、参加・体験型による実践力の養成及び参画と協働による安全安心な地域づくりを基本に消費者教育に取り組む。

2 推進にあたっての基本方針

兵庫県においては、自ら判断、選択、行動できる消費者力の向上、さらには、公正で持続可能な社会づくりに積極的に参画・協働する消費者育成をめざし、次の3つを柱とし、消費者教育を推進する。

“参加・体験型による実践力の養成を中心とした”

○ライフステージ等に応じた総合的・体系的な消費者教育の推進（基本方針1）

幼児期から高齢期までライフステージや場に応じた切れ目のない消費者教育を、県、市町、消費者団体等との役割分担、連携のもと推進する。特に、子どもの頃からの消費者教育が重要なことから、次世代向けの消費者教育を積極的に推進するとともに、学校における消費者教育を支援する。

“参画と協働による”

○多様な関係機関・団体とのネットワークの強化（基本方針2）

行政や消費者、消費者団体だけでなく事業者や事業者団体も含めた参画と協働により消費者教育を推進するとともに、様々な機関が取り組んでいる消費者教育の情報を共有し、積極的に情報発信を行う。

○消費者が主体となった安全・安心な地域づくりの推進（基本方針3）

消費者教育を支える担い手の育成を行うとともに、消費者教育と関連のある多様な分野で消費者教育の観点から担い手となる人材の発掘や活用を行う。

さらに、自ら判断、選択できる自立した消費者が主体となった安全・安心な地域づくり、さらには公正で持続可能な社会づくりを推進する。

Ⅳ 推進体制

1 兵庫県安全安心な消費生活推進本部等による全県的な推進

知事を本部長とし、教育委員会をはじめ関係部局を構成員とする「兵庫県安全安心な消費生活推進本部」により、全県的な消費者教育施策の総合調整を行うとともに、兵庫県県民生活審議会消費生活部会の委員で構成する「消費者教育推進地域協議会」と連携し、県内の消費者教育を総合的に推進する。

2 県と市町の役割分担による消費者教育の推進

広域的、専門的な課題に対応した消費者教育を担う県と、地域の実情に応じた身近な消費者教育を担う市町等、役割分担を図りながら総合的に推進する。

基本的には、小、中学校や自治会、高齢者施設等は、主に地域に身近な市町が担い、高等学校、特別支援学校や大学等は主に県が担うなど役割分担を行うが、実施にあたっては、市町の消費者教育の体制や各地域の状況を勘案しながら調整を行い、全県的に消費者教育が推進されるよう連携、協働する。

3 県消費生活センターの消費者教育推進機能の強化

地域において、市町、消費者団体・機関、事業者等と連携し、消費者教育を推進するため、県消費生活センターを消費者教育の中核拠点として位置づけ、機能強化を図り、講座、セミナーの企画・実施や担い手の活動支援などを行うとともに、講師派遣やノウハウの提供などにより市町や団体等の消費者教育推進を支援する。

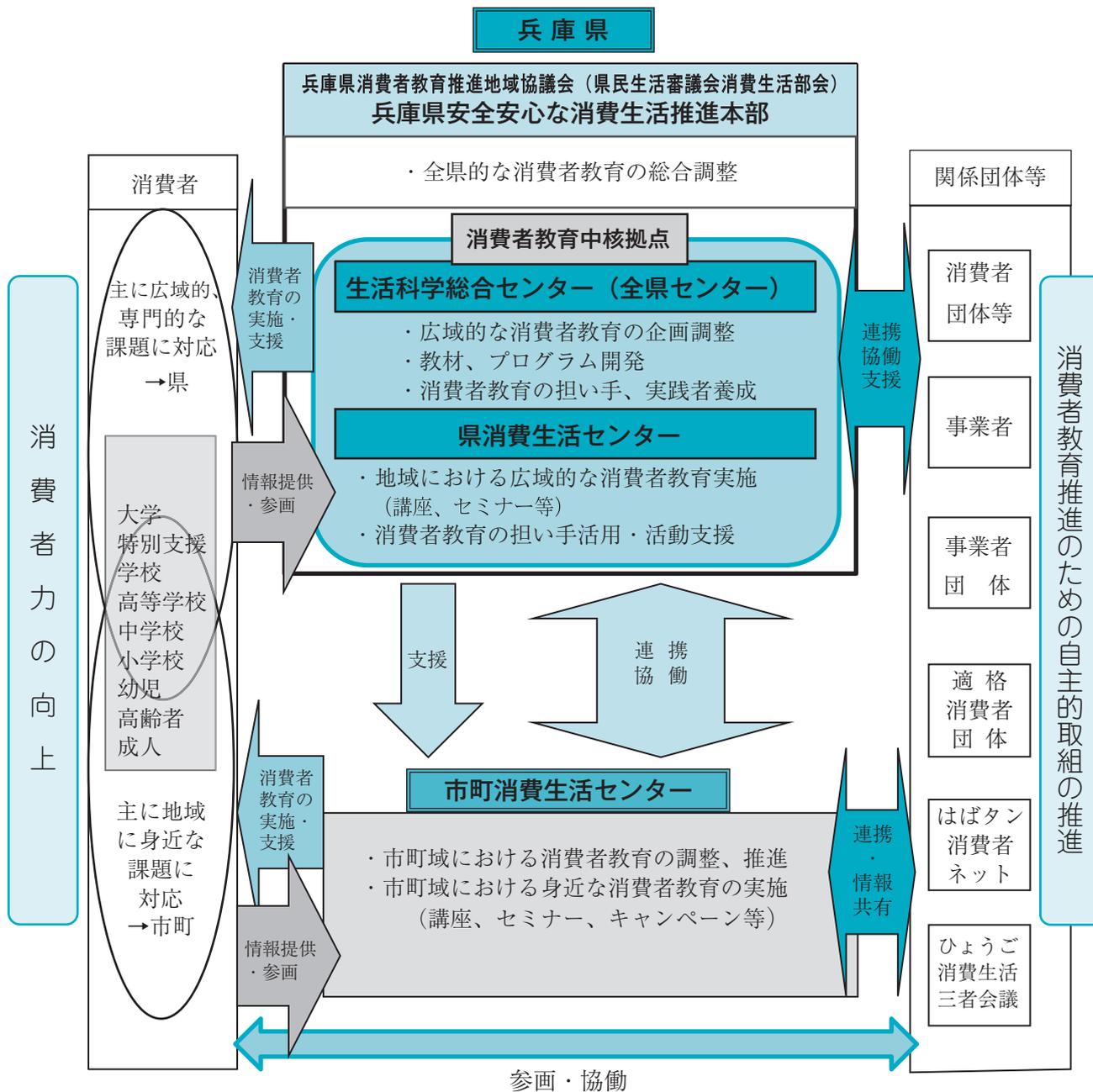
なかでも、現在、相談業務における中核拠点としての機能を担っている生活科学総合センターを、消費者教育における全県センターとして位置づけ、広域的な消費者教育の企画調整や教材やプログラムの開発、消費者教育にかかる担い手育成などを行う。

4 関係機関、団体、事業者等との連携による推進強化

事業者、事業者団体及び消費者団体は、消費者教育の推進のための自主的な活動に努める必要があることから、県、市町、事業者、はばタン消費者ネット構成員、NPOなど、主体となる様々な関係機関・団体等と、連携、協働し情報共有等を図りながら、積極的な取組を進める。

県は、それぞれの主体の連携、協働を支援するとともに、ひょうご消費生活三者会議（消費者団体・事業者団体・行政25団体で構成）等による情報共有を図り、消費者教育・啓発を行う。

(推進体制のイメージ図)



V 消費者教育推進方策と今後の取組例

1 世代・特性に応じた様々な場で展開される多様な消費者教育の推進

公正で持続可能な社会の実現に向け、主体的に考え行動する消費者の育成をめざす。このため、幼児から高齢者までのあらゆる年代や、家庭・地域・学校など場の特性に応じた消費者教育を受けることができるよう取組を進める。

特に、次世代向けの消費者教育が重要であることから、実践的な能力を育むことを目標に、知識の習得だけでなく、課題解決策を考える、行動するなどの参加・体験型学習や主体性を尊重した学習を推進する。さらに、消費者として社会に積極的に参加し、安全安心な地域づくりにつなげていけるよう支援していく。

(主な実施主体と取組の方向性)

発達段階・各世代の特徴	重点課題	主な実施主体	取組方向例
【幼 児（保護者）】 様々な気づきの体験を通じて、身の回りの物事に関心を持ち、それを取り入れる時期	物や資源の大切さの認識 子どもの事故防止	家庭 幼稚園等 消費者団体 市町（県）	○くらしの危険や物の安全な使い方に気づく ○お小遣いや買い物への関心、身の回りの物の大切さを知る
【小学生】 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形成が望まれる時期	インターネット トラブル お金の計画的な 使い方	家庭 小学校 消費者団体 事業者・事業者団体 市町（県）	○消費をめぐる物と金銭の流れを考える ○物の大切さに気づき計画的な使い方を考える ○個人情報保護など情報モラルを知る ○自分の生活と身近な環境の関係に気づく
【中学生】 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	インターネット トラブル お金の使い方と 生活管理	家庭 中学校 消費者団体 事業者・事業者団体 市町（県）	○著作権や発信情報への責任、モラルを知る ○買い物や貯金を計画的に行い生活管理を考える ○消費者の行動が環境や経済に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践する
【高校生】 生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	インターネット トラブル 生活設計・管理	高等学校 消費者団体 県（市町）	○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る ○生涯を見通した生活経済を考える ○生産・流通・消費・廃棄のサイクルが環境、経済や社会に与える影響について考える
【大学生（若者）】 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	インターネット トラブル 生活設計・管理の 習慣化	大学 消費者団体 県（市町）	○情報社会のルールやモラル遵守の習慣化 ○トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を身につける ○持続可能な社会をめざしたライフスタイルを考え実践方法を探す
【成 人】 精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期	インターネット トラブル 持続可能な社会に 向けた実践	消費者団体 事業者・事業者団体 市町・県	○情報モラルが守られる社会をめざす ○トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しやすい環境をつくる ○持続可能な社会をめざしたライフスタイルを実践する
【高齢者】 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	預貯金・証券等 持続可能な社会の 次世代への継承	消費者団体 事業者・事業者団体 市町（県）	○契約トラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝え合う ○トラブル解決の法律や相談機関を利用する ○持続可能な社会をめざしたライフスタイルを実践し、その大切さを伝える

(1) 次世代向け消費者教育の推進

ア 小・中・高校生

(ア) 体系的な参加・体験型消費者教育の推進

学習指導要領に基づいた消費者教育を行うにあたり、体系的な取組や消費者市民社会の形成についての意識づけができるよう、小、中、高等学校に対し支援を行う。具体的には、インターネットトラブルや金融リテラシー、食の安全・安心などテーマを整理、調整したうえで、外部講師の活用や体験型の授業例の提案、消費生活部門が作成した教材の提供など、市町、団体等と役割分担のもとで行う。

(イ) 地域団体等との連携

子どもへの消費者教育は、学校だけでなく家庭、地域での取組も重要なことから、PTA、青少年団体、地縁団体、消費者団体等と連携し、夏休み等に子ども向け消費者教育講座の実施を推進する。さらに、団体等と協働で高校生や大学生等若い世代が企画・実施する、又は講師となる出前講座・セミナーなど、次世代が主体となる取組を支援する。

(ライフステージ別の特徴と取組テーマ例)

小学生

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形成が望まれる時期

(テーマ例)

「消費を巡る金銭の流れ」

「自分の生活と身近な環境の関わり」

「計画的なお小遣いの使い方」「インターネットと情報モラル」等

中学生

行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、
トラブルの解決方法の理解が望まれる時期

(テーマ例)

「消費生活が環境に与える影響と環境配慮」

「トラブル解決の法律や制度、相談機関を知る」

「おこづかいと生活管理」「発信した情報への責任」等

高校生

生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、
社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期

(テーマ例)

「生産・流通・消費・廃棄の社会的影響と持続可能な社会」

「トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法」

「情報社会のあり方と情報モラル」「生活設計」等

(県が作成した小、中、高校生向け消費者教育教材)



(小学生向け)



(中学生向け)



(高校生向け)

【拡充例】

消費者団体による高校との消費者教育応援協定事業

これからの兵庫を担う高校生が、消費生活について正しく理解し冷静に行動できる消費者力を身につけられるよう、高等学校等と兵庫県消費者団体連絡協議会が、「ひょうご消費者教育応援協定」を締結し、ともに消費者教育・実践活動に取り組んでいる。

○協定締結校： 県立淡路高等学校 他13校



(消費者トラブル防止講座)



(インターネットトラブル未然防止キャンペーン)

【拡充例】

県青少年本部による「青少年のネットトラブル未然防止大作戦」の展開

青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境づくりを進めるため、県・教育委員会・警察・関係団体・業界など、地域の多様な主体との連携のもと、青少年や保護者等を対象としたインターネットの適切な利用に関する学習及び啓発活動に取り組んでいる。

(取組内容)

- 「青少年のネットトラブル未然防止大作戦」推進会議の設置
- インターネット（親子）学習会への支援
- 保護者等の情報リテラシー習得・向上のための学習会に対して助成
- 青少年のネットトラブルについて考える全県大会「スマホサミット in ひょうご」の開催等

【推進例】

県における小・中・高等学校向け教材開発とモデル講座の実施

小、中、高等学校において、学ぶべきテーマを決め、総合的な学習の時間等で実施できるテーマに沿った教材・プログラム開発を行うとともに、モデル講座を実施する。

(実施例)

- 小学校：テーマ例「インターネット」（自分や友達の個人情報を守るなど情報モラルを知る）
講座例「インターネットゲームの安全な使い方」
- 中学校：テーマ例「インターネットモラル」（発信した情報の責任や著作権保護を知る）
講座例「LINEの安全な使い方」
- 高等学校：テーマ例「金融教育」（契約やクレジットカード等の仕組み、生活設計、貯蓄と投資）
講座例「一人暮らしのスキルアップ」

【拡充例】

県における子どもの食の安全安心普及啓発

幼児から高校生までを対象に、各年齢層の理解力や興味に対応した内容により、食に関する教育や普及啓発を行っている。

○開催方法 学校等への出前講座（各健康福祉事務所）、施設見学等

幼児期から小学校低学年

(内容)

紙芝居

手洗い実習

(テーマ)

手洗いの大切さ

(ツール)

紙芝居

手洗いチェッカー

小学校中～高学年

(内容)

施設見学・手洗い実習

(テーマ)

お肉が食卓に届くまで

正しいお肉の食べ方

(ツール)

施設見学

手洗いチェッカー

中学生～高校生

(内容)

施設見学・手洗い実習・

講義

(テーマ)

食中毒の予防・食の

安全安心への理解

(ツール)

DVD

手洗いチェッカー等

イ 特別支援学校

特別支援学校の生徒に対しては、消費者トラブルの防止や金銭管理等テーマについて学校と調整を図りながら、消費生活相談員や外部講師による出前講座の提案や、教材、情報提供などを、市町と連携のもと実施する。

また、保護者等生徒を見守る側の人への啓発も重要なことから、特別支援学校を通じた情報提供などを行う。

【拡充例】

県と NPO 法人の協働による特別支援学校での出前講座

消費生活センターが主体となり、NPO 法人と協働し、特別支援学校に通う生徒を対象に、金銭教育やインターネットトラブル、食育等消費者教育にかかる出前講座を実施している。

○実施形式：ワークショップ（70分）

○内 容

・楽しいやりくり、ネットと携帯、食育 等



(特別支援学校での講座の様子)

ウ 大学生

(ア) 若者の消費生活リーダーによる啓発活動の拡充

大学生に対する消費者教育については、大学生協阪神事業連合との協働による消費生活リーダー「くらしのヤングクリエイター」の育成、活用を強化するため、クリエイター参加への呼びかけの場となる新入生向けのオリエンテーションでの消費者力アップガイダンスの実施に向け、講師派遣など拡充する。また、クリエイターが行う小、中、高校生や高齢者等異世代に向けた啓発等を支援し、若者が主体となり活動する消費者教育を推進する。

(イ) 大学での講義開設に向けた取組の展開

社会人として自立して行動できるよう、大学において、消費者教育セミナー、さらには、単位取得が可能な講義の実施など、学生を対象にした消費者教育に取り組んでもらえるよう、プログラムや教材開発等を行い、多くの大学で講座開設に向けた支援を進める。

【拡充例】

大学生の自主企画による消費者教育夏期集中講座の実施

大学生の企画・実践力を高めるとともに、消費者市民社会に向け行動する重要性の理解促進のため、自律した消費者として必要な知識を、消費者団体、企業、行政それぞれの視点から学ぶとともに、ワークショップ形式で議論を深める大学生の自主企画講座を、大学生協阪神事業連合と県が協働して実施している。

○実施形式：講義及びワークショップ
(連続3日間)

○参加大学：11大学

○内 容

- ・大学生が健全な消費生活を行うための基礎知識
- ・消費者市民社会に必要なコンシューマーマリテラシー
- ・消費者との信頼を築く企業の活動について



(ワークショップの様子)



【拡充例】

大学生等による児童・生徒等向けインターネット出前講座

県内の大学生等を「学生サイバー防犯リーダー」として登録、県警察が実施するサイバー犯罪被害防止教室の講師活動等に必要な知識を習得するための研修を受講し、認定された「サイバー防犯リーダー」が、県内児童・生徒を対象とした、インターネットトラブルや情報モラルに関する講習会において講師として活動している。

○学生サイバー防犯リーダー 36名



(学生サイバー防犯リーダー研修会)



(高校生向け講習会)

【推進例】

大学における講義での消費者教育

教授等大学関係者や企業との連携による消費者教育を、講義や必修科目として取り入れてもらえるよう、大学生向けのプログラム・教材を作成し、モデル校で実施するとともに、他大学にも実施を働きかける。

○プログラム例

- ・企業から見る消費者教育
- ・消費生活と環境—エシカルコンシューマーになるために—
- ・震災とその後の消費行動—かしこい消費者になるために— 等

(2) 安全安心な消費生活に向けた取組

ア 成人

(ア) 身近な場での啓発の実施

一般成人向けには、消費生活センターが開催するセミナーや講座、キャンペーン等消費者トラブル防止のための啓発を進めるとともに、公民館や自治会等身近な場での出前講座を推進する。特に、生活スキルとしての金融リテラシー習得や商品やサービスの知識や消費生活が社会に及ぼす影響を考えるなど消費者市民社会の形成につながる講座の企画、実施に努める。

また、安全安心な地域づくりに向け、子どもや高齢者の見守り活動など積極的に参加することができるよう啓発や場の提供などの支援を行う。

【拡充例】

市町における出前講座、キャンペーン等の実施

市町において、悪質商法や食の安全安心等消費者教育に関する出前講座や街頭啓発キャンペーンなど、広く市町民を対象に実施している。

○内 容

- ・悪質商法をテーマとした出前講座
- ・通信制消費生活入門講座
- ・街頭啓発キャンペーン、消費生活クイズ大会 等



(南あわじ市での講演)

【拡充例】

消費者団体による出前講座の実施

身近な消費生活問題にかかる学習により悪質商法による被害防止を推進するため、神戸市消費者協会では、消費生活相談員の経験のある会員を、講師として学校や地域に派遣し出前講座を行う「くらしのいきいきトーク」を実施している。

○内 容

講座時間：30～90分

実施テーマ：6テーマ（「悪質商法に注意」「表示とマーク」他）

（イ）職場での消費者教育の推進

日常的に消費生活情報に接することの少ない就労者について、消費者の視点に立った商品・サービスの開発やコンプライアンスの確立も含めた事業者自身による自社従業員向け消費者教育が推進されるよう、研修会への講師派遣や出前講座、啓発資料の提供等の支援を行う。

【推進例】

事業者における従業員向け消費者教育の推進

事業者において自社の従業員に対する消費者教育が推進されるよう、消費生活センターからの講師派遣や出前講座をメニュー化する等積極的にPRし、新入社員研修や社員研修でテーマとして取り入れられるよう働きかける。

また、従業員に対する研修に活用できるよう、消費生活に関するパンフレットやリーフレットをデジタル化して提供する。

（ウ）家庭での消費者教育の推進

家庭において、子ども、特に幼児について、食べ物や資源の大切さ、約束や決まりを守ることを考える機会を持つことも重要なことから、子育てに関する関係団体等と連携し、食品表示など食の安全・安心や食育、環境教育などを通じて、幼児と保護者がともに学ぶことができる講座や啓発の実施、幼稚園への情報提供等を行う。

また、乳幼児の家庭内事故が多いことから、子どもの事故防止に向けた講座の開催や、ホームページやツイッターによる子どもの安全に関する注意喚起、乳幼児健診、まちの子育て広場等への情報提供等を推進する。

【拡充例】

NPO 法人による「子どもの安全」出前講座

NPO 法人C・キッズ・ネットワークでは、保護者や周囲の大人が子どもの身の回りの危険について知り、子どもの安全を守ることができるよう、子どもの年齢ごとの危険を紹介するオリジナル教材などを活用し、成長とともに増える危険を知り、対策を考える講座を全県的に展開している。

○対象

妊婦、保護者（乳幼児～幼児）、乳幼児と関わる人



【拡充例】

消費者団体による食育を通じた消費者教育

家庭や地域に伝わる伝統料理や季節の節目に作られる郷土色豊かな料理等を、兵庫県連合婦人会が料理教室を通じて、子育て世代等へ積極的に伝承するなかで、地産地消の推進や「もったいない」意識のかん養、食品ロスの削減などへの理解などを深める活動を実施している。

○内 容

- ・おせちづくり
- ・節句料理等伝統料理教室 等



(伝統料理教室)

【拡充例】

保健所による子どもの事故防止の取組

保護者や子どもに関わるすべての人が、身近な危険や事故予防方法についての知識を深めることができるよう、「こどもの事故予防体験ひろば」を開設し、乳幼児検診や相談日に合わせて開場するほか、グループ見学を実施している。

○内 容（姫路市保健所）

- ・子どもの事故に関する展示パネル
- ・一般的な家庭の家の中を再現、起こりやすい事故や、それを防ぐためのポイント展示
- ・子どもの視野体験ができるコーナー 等



（子どもの視野体験コーナー）

【拡充例】

県による保育におけるエコ活動の推進（ひょうごエコっこ育成事業）

人間形成の基礎が培われる幼児期から、ふるさとの自然環境に対する意識や環境に配慮した生活習慣を育成する「ひょうごエコっこ育成事業」において、保育におけるエコ活動として、日々の生活の中で幼児たちが、「水」「電気」「資源」の大切さに気づく環境学習を実施している。



（ソーラーカーを使って太陽の力・電気の大切さを学ぶ学習）

○内 容（各モデル園の取組）

- ・電気を大切にする紙芝居の読み聞かせ
- ・野菜の栽培、収穫、調理、野菜くずの再利用の体験学習
- ・牛乳パックから紙を作る活動
- ・ソーラーカーを使って太陽の力・電気の大切さを学ぶ学習（H26指定モデル園数 30園）

イ 高齢者・障害者等

（ア）地域の多様な場での普及啓発

県警や福祉関係機関との連携や、県内全市町による一斉キャンペーンの実施など、高齢者に多い消費者トラブルの啓発を集中的に行うことにより、被害の未然・拡大防止につなげる。さらに、高齢者大学や介護施設、障害者施設等高齢者、障害者が多く集まる場所への出前講座や、自治会や老人会などと連携したセミナー等の開催を進める。

また、定住外国人の自立支援のための消費者教育も必要なことから、外国人県民インフォメーションセンター等への情報提供を行う。

(イ) 関係機関連携等による見守り活動への支援

見守り活動を推進するため、県消費生活センターを中心に、警察、市町、金融機関等で構成する消費生活高齢者等被害防止ネットワークを構築しているが、さらに、地域の見守りネットワーク活動が活性化するように、防犯グループや戸配等を行う事業者等とも連携し、情報発信・共有等により活動を支援していく。さらに、高齢者、障害者自身だけではなく、見守る側への意識づけや啓発も重要なことから、社会福祉協議会や介護施設、障害者施設関係者等への消費者教育の機会や情報提供を進める。

【拡充例】

県・市町による高齢者消費者被害防止キャンペーンにおける取組

高齢者の消費者被害防止のため、高齢者保健福祉月間である9月に、全県をあげて高齢者の消費者トラブルにかかる研修会や啓発、キャンペーンを実施している。

○内 容

- ・高齢者トラブル防止研修会
- ・くらしの安全・安心推進員による見守り
- ・新聞、ラジオ等メディアを活用した啓発 等



(消費者団体による寸劇)

2 消費者教育の担い手の育成・活用

(1) コーディネート機能を担う人材養成・講師活用

体系的な講座の企画、実施や、講師派遣のマッチング等地域における消費者教育を推進するためのコーディネーターや、消費生活相談の内容を生かした講演ができる講師として消費生活相談員等を中心に、養成・活用する。

また、これまで育成した消費生活リーダーの活動を支援するため、「くらしの安全・安心推進員」等を対象に、スキルアップ研修や消費生活情報の定期的な提供を実施するほか、若者の消費生活リーダーである「くらしのヤングクリエイター」(大学生)が講師として活動できるような仕組みづくりなど、消費者自身が担い手となって消費者に伝える取組を進める。

(2) 多様な分野での人材開発

食育や環境教育など消費生活に関連する分野で活動する人材やグループ、業務のなかで携わる機会が多い保健師、栄養士等への情報提供や研修等により、消費者教育への参画を促し、地域における担い手を増やす。

また、災害等非常事態においても、他者への配慮や社会的な影響を考慮した消費行動が必要とされることから、非常事態における消費生活に関する知識を深める防災教育との連携を推進する。さらには、消費者団体・NPOが、食育や環境をはじめ多様な分野の団体との交流・連携や情報共有を行うことにより、社会づくりや地域づくりに対する意識啓発を促進し、消費者市民社会の形成を進める担い手として活動の広がりにつなげていく。

(3) 教育現場等における人材育成、活用

学校においては担任教員や教科担当教員が消費者教育を行う場合が多いことから、教員に対する消費者教育研修の機会を設けるとともに、消費者教育にかかるコーディネーターが、外部講師等を活用した具体的な授業の事例、体験型学習の紹介や提案を行う。

また、幼稚園や保育園等で行われる食育や環境教育等の取組を通じた消費者教育を推進するため、幼稚園の教員や保育士等を対象としたセミナーや、教材紹介、情報提供などを行う。

【拡充例】

くらしのヤングクリエイター（大学生）による消費者教育

消費生活に関する研修を受けた大学生「くらしのヤングクリエイター」自らが企画し、ワークショップ、紙芝居、寸劇等の消費者教育・啓発活動について大学生等を対象に実施している。

○内 容

- ・ひょうごの「消費者市民社会」を大学生が創造するワークショップ
- ・スウィングジャズ演奏会場での啓発活動
- ・新入生保護者会・新入生オリエンテーションでの消費者セミナー 等



(大学生ワークショップの様子)

【拡充例】

神戸市による消費者教育の担い手活用

神戸市では、消費者問題の専門家養成講座「神戸コンシューマー・スクール」の修了者を、「消費生活マスター」として登録し、地域や学校、職場において消費者教育を推進する担い手として活用している。(登録者134名)

○内 容

- ・ 婦人大学や消費者学級の消費者教育コーディネート
- ・ 学校のゲストティーチャー
- ・ 地域での出前講座 等

【推進例】

県における消費生活相談員向け消費者教育研修会

消費生活相談の内容を講師として消費者教育講座等に活かすことができるよう、必要な基礎知識や手法、コーディネートに係る消費生活相談員向けの研修会を開催する。

○内 容 (講座テーマ)

- ・ 消費者教育にかかる基礎知識 (消費者教育論、消費者教育推進法と方針等)
- ・ 対象の特性に応じた知識習得 (子ども、高齢者、障害者等)
- ・ 演習 (講座にかかるシナリオ作成、プレゼンテーション能力向上等)

3 多様な主体の参画と協働による推進

消費者団体が、地域の消費生活センターや他の団体と連携しながら、出前講座や見守り活動等の取組をさらに進め、積極的に安全安心な地域づくりに参画できるよう支援する。

事業者、生活協同組合、NPO等多様な団体がそれぞれ進めている消費者教育との連携を図るとともに、互いの取組の情報共有を進め、広く情報発信する。特に、適格消費者団体ひょうご消費者ネットや公益社団法人消費者関連専門家会議 (ACAP)、兵庫県弁護士会、金融広報委員会等と連携したシンポジウムや、知識を活かした講座の開設や具体的な情報発信等を推進するとともに、企業の実施する社会貢献活動 (CSR) と連携した消費者講座等の開催を進める。

また、ひょうご消費生活三者会議による消費者、事業者、行政の協働事業の推進を図るとともに、事業者自身が商品知識の普及や環境保護活動など、公正かつ持続可能な社会の形成につながるような消費者教育に積極的に取り組むよう働きかけ、情報提供等の支援を行う。

さらに、消費者市民社会の実現に向けた地域づくりを進めるため、高校生や大学生、地縁団体、消費者団体、事業者等立場や世代を超え、消費者トラブル防止や食育、環境保護活動など、主体的な活動の拡充や連携した取組の検討、情報交換を行うフォーラム等を開催する。

【拡充例】

事業者との連携による消費者教育にかかる取組

事業者の消費者関連部門に所属する社員が業種を超えて集う公益社団法人消費者関連専門家会議（ACAP）では、事業者における消費者問題に関する専門家の組織として、消費生活センター等と連携し、大学等への講師派遣や消費生活展への出展等を実施している。

○内 容

- ・消費生活センター相談員対象の講座開催
- ・大学、短大、消費生活センター等への出前講座講師派遣
- ・消費生活展等への出展 等



（消費生活センターとの連携講座）

草の根の被害防止運動を全県で展開するため、兵庫県電気商業組合による街頭キャンペーンや関西スーパーマーケットによる集客施設での啓発など、地域に根ざした事業者等が主体的に消費者トラブル防止事業を企画、実施している。

○内 容

- ・高齢者見守りサポート訪問活動
- ・消費者問題に関する寸劇、落語、クイズ大会
- ・消費者問題に関する体験型展示、キャンペーン



（街頭キャンペーンでのチラシ配布）

生活協同組合コープこうべでは、食育や環境教育、防災教育など幅広い消費者教育について、様々な世代を対象とし広く一般に普及するため、地区ごとに様々なイベント等を開催し消費者教育を実施している。

○内 容

- ・地産地消推進のための料理教室
- ・食品工場等環境学習のための施設見学会
- ・防災学習会 等



（夏休み子どもクッキング）



【拡充例】

ひょうご消費生活三者会議による情報共有の推進

消費者、事業者、行政の三者で協働のネットワークを構築するひょうご消費生活三者会議において、消費者教育にかかる取組の発表や、連携方策のあり方等を検討するフォーラムを開催している。

○実施形式

会議、シンポジウム、ワークショップ等

○内 容 (テーマ)

- ・三者協働による消費者教育のあり方
- ・事業者による消費者教育の推進 等



(三者会議によるシンポジウム)

【推進例】

地域における消費者教育を考えるフォーラム

消費者教育をテーマとしたフォーラム、シンポジウム等を、高校生や大学生、高齢者等様々な世代や、消費者団体や環境、食育等消費者教育に関連の深い団体、事業者等の参集のもと、各地域において開催する。

○内 容 (テーマ例)

- ・私たちが実践する持続可能な消費生活
- ・学校や地域における消費者教育
- ・私たちの食を考える 等



(消費者・事業者・行政ワークショップ
「世代を超えて考えるネット社会」)



4 効果的な情報収集・発信

生活情報誌「Aらいふ」や「ひょうご消費生活ニュース」、ホームページ等を活用し、消費者庁や国民生活センター、県からの情報や、市町、団体等地域の取組等の情報を発信しているが、さらにツイッターや大学生向けのWEBマガジン等による若者向けトラブル情報の発信、子育て世代向けのメールマガジンを活用した子どもの事故防止にかかる情報提供等、世代別に効果的な情報提供を行う。

また、市町、団体、はばタン消費者ネット等と連携を深め、各機関が取り組んでいる消費者教育の情報の収集・発信に努める。

【拡充例】

ツイッターによる消費生活情報の発信

より多くの人にすばやく情報提供できるよう、「Twitter (ツイッター)」を活用した消費生活情報を提供し、消費生活相談の状況や消費生活に係る情報の共有を推進している。

○内 容

- ・最新の悪質情報の手口紹介、製品事故情報、イベント案内、行政処分等の情報を提供
 - ・週2回程度発信
- 累計392ツイート (H23.8~H27.2)



【拡充例】

ひょうご消費生活ニュースによる情報発信

県内の消費生活相談の状況、市町、消費者団体等の取組を「ひょうご消費生活ニュース」として定期的に発行し、県内の消費者教育の取組の情報を発信している。

○内 容

- ・発行回数 年4回
- ・掲載内容

県、市町、地域、消費者団体の取組
消費生活相談 Q&A、商品テスト、
試験研究情報



消費者教育の推進に関する法律 (平成24年 8 月22日法律第61号)

第一章	総則 (第一条—第八条)
第二章	基本方針等 (第九条・第十条)
第三章	基本的施策 (第十一条—第十八条)
第四章	消費者教育推進会議等 (第十九条・第二十条)
附則	

第一章 総則

(目的)

第一条 この法律は、消費者教育が、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるようその自立を支援する上で重要であることに鑑み、消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利であることを踏まえ、消費者教育に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、基本方針の策定その他の消費者教育の推進に関し必要な事項を定めることにより、消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、もって国民の消費生活の安定及び向上に寄与することを目的とする。

(定義)

第二条 この法律において「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う。

2 この法律において「消費者市民社会」とは、消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会をいう。

(基本理念)

第三条 消費者教育は、消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結び付けることができる実践的な能力が育まれることを旨として行われなければならない。

2 消費者教育は、消費者が消費者市民社会を構成する一員として主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援することを旨として行われなければならない。

3 消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行われるとともに、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮した適切な方法で行われなければならない。

4 消費者教育は、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場の特性に応じた適切な方法により、かつ、それぞれの場における消費者教育を推進する多様な主体の連携及び他の消費者政策（消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策をいう。第九条第二項第三号において同じ。）

との有機的な連携を確保しつつ、効果的に行われなければならない。

- 5 消費者教育は、消費者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与える影響に関する情報その他の多角的な視点に立った情報を提供することを旨として行われなければならない。
- 6 消費者教育は、災害その他非常の事態においても消費者が合理的に行動することができるよう、非常の事態における消費生活に関する知識と理解を深めることを旨として行われなければならない。
- 7 消費者教育に関する施策を講ずるに当たっては、環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育に関する施策との有機的な連携が図られるよう、必要な配慮がなされなければならない。

(国の責務)

- 第四条** 国は、自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができる自立した消費者の育成が極めて重要であることに鑑み、前条の基本理念（以下この章において「基本理念」という。）にのっとり、消費者教育の推進に関する総合的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。
- 2 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、前項の施策が適切かつ効率的に策定され、及び実施されるよう、相互に又は関係行政機関の長との間の緊密な連携協力を図りつつ、それぞれの所掌に係る消費者教育の推進に関する施策を推進しなければならない。

(地方公共団体の責務)

- 第五条** 地方公共団体は、基本理念にのっとり、消費生活センター（消費者安全法（平成二十一年法律第五十号）第十条第三項に規定する消費生活センターをいう。第十三条第二項及び第二十条第一項において同じ。）、教育委員会その他の関係機関相互間の緊密な連携の下に、消費者教育の推進に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の社会的、経済的状况に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。

(消費者団体の努力)

- 第六条** 消費者団体は、基本理念にのっとり、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われる消費者教育に協力するよう努めるものとする。

(事業者及び事業者団体の努力)

- 第七条** 事業者及び事業者団体は、事業者が商品及び役務を供給する立場において消費者の消費生活に密接に関係していることに鑑み、基本理念にのっとり、国及び地方公共団体が実施する消費者教育の推進に関する施策に協力するよう努めるとともに、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるものとする。

(財政上の措置等)

- 第八条** 政府は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講じなければならない。

- 2 地方公共団体は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講ずるよう努めなければならない。

第二章 基本方針等

(基本方針)

第九条 政府は、消費者教育の推進に関する基本的な方針（以下この章及び第四章において「基本方針」という。）を定めなければならない。

- 2 基本方針においては、次に掲げる事項を定めるものとする。

- 一 消費者教育の推進の意義及び基本的な方向に関する事項
- 二 消費者教育の推進の内容に関する事項
- 三 関連する他の消費者政策との連携に関する基本的な事項
- 四 その他消費者教育の推進に関する重要事項

- 3 基本方針は、消費者基本法（昭和四十三年法律第七十八号）第九条第一項に規定する消費者基本計画との調和が保たれたものでなければならない。

- 4 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成し、閣議の決定を求めなければならない。

- 5 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成しようとするときは、あらかじめ、関係行政機関の長に協議するとともに、消費者教育推進会議及び消費者委員会の意見を聴くほか、消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講じなければならない。

- 6 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、第四項の規定による閣議の決定があったときは、遅滞なく、基本方針を公表しなければならない。

- 7 政府は、消費生活を取り巻く環境の変化を勘案し、並びに消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を踏まえ、おおむね五年ごとに基本方針に検討を加え、必要があると認めるときは、これを変更するものとする。

- 8 第四項から第六項までの規定は、基本方針の変更について準用する。

(都道府県消費者教育推進計画等)

第十条 都道府県は、基本方針を踏まえ、その都道府県の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画（以下この条及び第二十条第二項第二号において「都道府県消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。

- 2 市町村は、基本方針（都道府県消費者教育推進計画が定められているときは、基本方針及び都道府県消費者教育推進計画）を踏まえ、その市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画（以下この条及び第二十条第二項第二号において「市町村消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。

- 3 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めようとするときは、あらかじめ、その都道府県又は市町村の区域の消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。この場合において、第二十条第一項の規定により消費者教育推進地域協議会を組織している都道府県及び市町村にあっては、当該消費者教育推進地域協議会の意見を聴かなければならない。

- 4 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定め

たときは、遅滞なく、これを公表するよう努めるものとする。

- 5 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めた場合は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を行うよう努めるとともに、必要があると認めるときは、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を変更するものとする。
- 6 第三項及び第四項の規定は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の変更について準用する。

第三章 基本的施策

(学校における消費者教育の推進)

- 第十一条** 国及び地方公共団体は、幼児、児童及び生徒の発達段階に応じて、学校（学校教育法（昭和二十二年法律第二十六号）第一条に規定する学校をいい、大学及び高等専門学校を除く。第三項において同じ。）の授業その他の教育活動において適切かつ体系的な消費者教育の機会を確保するため、必要な施策を推進しなければならない。
- 2 国及び地方公共団体は、教育職員に対する消費者教育に関する研修を充実するため、教育職員の職務の内容及び経験に応じ、必要な措置を講じなければならない。
 - 3 国及び地方公共団体は、学校において実践的な消費者教育が行われるよう、その内外を問わず、消費者教育に関する知識、経験等を有する人材の活用を推進するものとする。

(大学等における消費者教育の推進)

- 第十二条** 国及び地方公共団体は、大学等（学校教育法第一条に規定する大学及び高等専門学校並びに専修学校、各種学校その他の同条に規定する学校以外の教育施設で学校教育に類する教育を行うものをいう。以下この条及び第十六条第二項において同じ。）において消費者教育が適切に行われるようにするため、大学等に対し、学生等の消費生活における被害を防止するための啓発その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。
- 2 国及び地方公共団体は、大学等が行う前項の取組を促進するため、関係団体の協力を得つつ、学生等に対する援助に関する業務に従事する教職員に対し、研修の機会の確保、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

(地域における消費者教育の推進)

- 第十三条** 国、地方公共団体及び独立行政法人国民生活センター（以下この章において「国民生活センター」という。）は、地域において高齢者、障害者等に対する消費者教育が適切に行われるようにするため、民生委員法（昭和二十三年法律第九十八号）に定める民生委員、社会福祉法（昭和二十六年法律第四十五号）に定める社会福祉主事、介護福祉士その他の高齢者、障害者等が地域において日常生活を営むために必要な支援を行う者に対し、研修の実施、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。
- 2 国、地方公共団体及び国民生活センターは、公民館その他の社会教育施設等において消費生活センター等の収集した情報の活用による実例を通じた消費者教育が行われるよう、必要な措置を講じなければならない。

(事業者及び事業者団体による消費者教育の支援)

第十四条 事業者及び事業者団体は、消費者団体その他の関係団体との情報の交換その他の連携を通じ、消費者の消費生活に関する知識の向上が図られるよう努めるものとする。

- 2 事業者は、消費者からの問合せ、相談等を通じて得た消費者に有用な消費生活に関する知識を広く提供するよう努めるものとする。
- 3 事業者は、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等を通じ、消費生活に関する知識及び理解を深めるよう努めるものとする。
- 4 事業者団体は、消費者団体その他の民間の団体が行う消費者教育の推進のための活動に対し、資金の提供その他の援助に努めるものとする。

(教材の充実等)

第十五条 国及び地方公共団体は、消費者教育に使用される教材の充実を図るとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において当該教材が有効に活用されるよう、消費者教育に関連する実務経験を有する者等の意見を反映した教材の開発及びその効果的な提供に努めなければならない。

(人材の育成等)

第十六条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、消費者安全法第十一条に規定する相談員その他の消費者の利益の擁護又は増進を図るための活動を行う者に対し、消費者教育に関する専門的知識を修得するための研修の実施その他その資質の向上のために必要な措置を講じなければならない。

- 2 国及び地方公共団体は、大学等、研究機関、消費者団体その他の関係機関及び関係団体に対し、消費者教育を担う人材の育成及び資質の向上のための講座の開設その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

(調査研究等)

第十七条 国及び地方公共団体は、消費者教育に関する調査研究を行う大学、研究機関その他の関係機関及び関係団体と協力を図りつつ、諸外国の学校における総合的、体系的かつ効果的な消費者教育の内容及び方法その他の国の内外における消費者教育の内容及び方法に関し、調査研究並びにその成果の普及及び活用に努めなければならない。

(情報の収集及び提供等)

第十八条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われている消費者教育に関する先進的な取組に関する情報その他の消費者教育に関する情報について、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮しつつ、これを収集し、及び提供するよう努めなければならない。

- 2 国は、消費生活における被害の防止を図るため、年齢、障害の有無その他の消費者の特性を勘案して、その収集した消費生活に関する情報が消費者教育の内容に的確かつ迅速に反映されるよう努めなければならない。

第四章 消費者教育推進会議等

(消費者教育推進会議)

第十九条 消費者庁に、消費者教育推進会議を置く。

2 消費者教育推進会議は、次に掲げる事務をつかさどる。

- 一 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進会議の委員相互の情報の交換及び調整を行うこと。
- 二 基本方針に関し、第九条第五項（同条第八項において準用する場合を含む。）に規定する事項を処理すること。
- 3 消費者教育推進会議の委員は、消費者、事業者及び教育関係者、消費者団体、事業者団体その他の関係団体を代表する者、学識経験を有する者並びに関係行政機関及び関係する独立行政法人（独立行政法人通則法（平成十一年法律第百三号）第二条第一項に規定する独立行政法人をいう。）の職員のうちから、内閣総理大臣が任命する。
- 4 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進会議の組織及び運営に関し必要な事項は、政令で定める。

(消費者教育推進地域協議会)

第二十条 都道府県及び市町村は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育を推進するため、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センターその他の当該都道府県又は市町村の関係機関等をもって構成する消費者教育推進地域協議会を組織するよう努めなければならない。

2 消費者教育推進地域協議会は、次に掲げる事務を行うものとする。

- 一 当該都道府県又は市町村の区域における消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進地域協議会の構成員相互の情報の交換及び調整を行うこと。
- 二 都道府県又は市町村が都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を作成し、又は変更しようとする場合においては、当該都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の作成又は変更に関して意見を述べること。
- 3 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進地域協議会の組織及び運営に関し必要な事項は、消費者教育推進地域協議会が定める。

附 則 抄

(施行期日)

- 1 この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。

(検討)

- 2 国は、この法律の施行後五年を目途として、この法律の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。

兵庫県消費者教育推進計画検討会 構成員

(敬称略)

<u>滝川 好夫</u>	神戸大学大学院経済学研究科教授
上田 孝治	弁護士（神戸さきがけ法律事務所）
大本 久美子	大阪教育大学准教授
篠原 嘉一	兵庫県情報セキュリティサポーター
藤江 正俊	大学生協阪神事業連合事務局長
宮本 久美子	神戸市立大沢小学校長
阪田 國昭	明石市立大蔵中学校長
門脇 千里	兵庫県立西脇高等学校長
小畑 勝嗣	兵庫県立姫路特別支援学校長
向田 茂	学校法人親和学園 親和女子高等学校長・親和中学校長
柳瀬 厚子	兵庫県企画県民部県民生活局長

※二重下線は座長

第10期県民生活審議会消費生活部会 委員名簿

(50音順・敬称略)

(委 員)

根岸 哲 甲南大学法科大学院教授

寄本 捺愛 大学生（公募委員）

滝川 好夫 神戸大学大学院教授

玉田はる代 神戸市消費者協会長

幡井 政子 兵庫県消費者団体連絡協議会長

村田 泰男 兵庫県商工会議所連合会専務理事

安平 一志 兵庫県商工会連合会専務理事

山崎 省吾（特）ひょうご消費者ネット理事長

(専門委員)

鈴木 尉久 弁護士

建内 卓也 日本チェーンストア協会関西支部参与

竹内 和雄 兵庫県立大学准教授

奈良山喬一 兵庫県商店街振興組合連合会常任理事

伴 智代 兵庫県生活協同組合連合会理事

※二重下線は部会長

用語解説

語句	解説
消費者教育	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。
消費者力	消費者が消費者として生きる力。消費者が消費者市民社会において、個人自らのためだけでなく消費者・生活者全体の福祉のために行動する役割を果たすための実践能力。
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。消費者教育の推進に関する法律第2条第2項で規定。
消費者安全法	消費者庁の設置に伴い、消費者の生活における安全を確保するために制定された法律。平成21年（2009）施行。消費者の消費生活における被害防止と安全確保のため、内閣総理大臣による基本方針の策定、都道府県及び市町村による消費生活相談の実施や消費生活センターの設置、消費者事故に関する情報の集約や消費者安全調査委員会による消費者事故の調査の実施、消費者被害防止のための措置等について規定。
特定商取引に関する法律	訪問販売や通信販売等、消費者トラブルを生じやすい取引類型を対象に、事業者が守るべきルールと、クーリング・オフ等の消費者を守るルールを定め、事業者による違法・悪質な勧誘行為等を防止し、消費者の利益を守るための法律。（※旧称「訪問販売法（訪問販売等に関する法律）」）。
公益社団法人 消費者関連専門家 会議（ACAP）	企業や事業者団体の消費者関連部門に所属し、日々消費者の声に接している責任者・担当者が業種を超えて集う組織。消費者の声を企業内に伝え、企業への消費者からの信頼の構築を図ることを目的とし、消費者啓発、講師派遣等様々な活動を行っている。
くらしの 安全・安心推進員	地域の消費生活のリーダーとして、身近な市町消費生活センターと消費者のパイプ役を担い、とりわけ消費者被害に巻き込まれやすい高齢者への見守りを強化するため、消費生活に関する情報収集、提供や、関係機関と連携して啓発活動を行う。
くらしの ヤングクリエイター	次世代の消費者リーダーを養成するため、県と大学生協神戸事業連合との協定（平成22年5月21日締結）に基づき、消費生活に関する研修を受けた大学生を「くらしのヤングクリエイター」として設置。消費者教育をテーマとしたワークショップや寸劇によるトラブル防止の啓発活動などを自ら企画、実施している。

<p>サイバー 防犯リーダー</p>	<p>兵庫県警察本部が、県内の大学、専門学校の学生等を登録。インターネット上で、薬物や銃器の売買など違法情報等を見つけたときに、メールでインターネット・ホットラインセンターに情報提供。さらに、登録した人の中から、希望により研修会受講後に認定証を交付し、県下の小・中・高等学校において、警察が行っているインターネットトラブル防止教室の講師等も行う。</p>
<p>エシカル コンシューマー</p>	<p>環境や社会に配慮した商品・サービスを選択し、購入・利用するなどの消費行動を通じて、社会的な課題の解決に寄与していこうという意識を持った消費者。 エシカル (ethical) とは「倫理的」「道徳上」という意味の形容詞。</p>
<p>適格消費者団体</p>	<p>消費者全体の利益擁護のために差止請求権を適切に行使することができる適格性を備えた消費者団体として、内閣総理大臣の認定を受けたもの。</p>



このマークは、消費者（ふくろうのふくタン）、事業者（こうのとりのこうタン）、行政（はばタン）の信頼と協働により、安全で安心な消費生活を推進する兵庫県の理念を表しています。
三者は、消費者庁から「消費者教育推進大使」に委嘱されています。

趣 旨 等

【趣 旨】自ら判断・選択・行動できる自立した消費者、さらには公正で持続可能な社会の形成に積極的に参加する消費者を育成するため、多様な主体との参画と協働のもと、全県的な消費者教育を推進する

【位置づけ】消費者教育推進法第10条第1項に基づく計画
【計画の期間】平成27年度～平成29年度

現 状・課 題

【消費者を取り巻く現状】
○25年度の消費生活苦情相談件数は過去5年間で最多である。特に、高齢者の相談件数は年々増加。
○相談内容では、インターネット関連トラブルが最も多い。

【学校における消費者教育の現状】

○小・中・高校とも、ほとんどの学校で実施されているが、時間は概ね2～3時間と短い。
○大学で消費者教育を受けた割合は32.7%である。

【地域における消費者教育】

○市町では、講座やセミナーは実施されているが、マンパワーや予算の確保などの課題がある。
○事業者は、消費者教育として商品やサービスを活用した一般向け啓発を実施。課題は、人材や資金不足、経営者の理解不足等。
○消費者団体は、高校との協定による消費者教育事業や、地域における啓発や高齢者の見守り活動等を実施。
○地域において、高齢者向けの取組は、市町や消費者団体等により多く行われているが、障害者向けの取組は十分とは言えない。

【兵庫県の取組】

次世代向けの取組	小・中・高校・大学向けの教材開発・配布、大学生が主体の「くらしのヤングクリエーター」等人材育成
高齢者向けの取組	高齢者向け出前講座・セミナー、啓発チラシの配布、見守り者への研修等
啓発・キャンペーン	講座・セミナーなど延べ約45,000人が参加(H25)

○体系的な消費者教育の推進

・「消費者市民社会」形成に向けた意識づけ
・主体となる市町、団体での取組状況の違い
・高齢者、障害者等へのさらなる対応

○消費者教育を推進する主体の役割分担と連携

・関係機関、団体等消費者教育の主体の役割分担と連携強化
・地域で消費者教育を企画、調整する中核機能の必要性
○消費者教育の担い手養成、活用
・地域で消費者教育の企画、実施のできる人材の養成
・これまで養成した消費生活リーダー等の活用

現 状

課 題

* 「消費者市民社会」＝消費者としての役割において、社会倫理問題、多様性、世界情勢、将来世代の状況等を考慮することによって、社会の発展と改善に積極的に参加する社会

目 標

生きる力を育み、自ら考え行動する自立した消費者、さらには、積極的に社会に参画、協働する消費者の育成

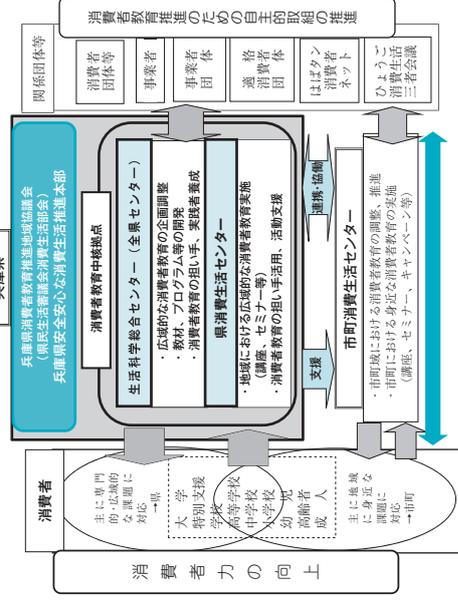
基本方針

- 参加・体験型による実践力の養成を中心とした
○ライフステージ等に応じた総合的、体系的な消費者教育の推進
- 参画と協働による
○多様な関係機関・団体とのネットワークの強化
- 消費者が主体となった安全安心な地域づくりの推進

推進体制

- ・兵庫県安全安心な消費生活推進本部等による全県的な推進
- ・県と市町との役割分担による消費者教育の推進
- ・県消費生活センターの消費者教育推進機能の強化
- ・関係機関、団体、事業者等との連携による推進強化

【全県の消費者教育の推進体制】



推進方策と今後の取組例

- 世代・特性に応じた様々な場で展開される多様な消費者教育の推進
- (1) 次世代向け消費者教育の推進
- ・体系的な参加・体験型消費者教育の推進
 - ・テーマを整理した授業例の提案、外部講師の紹介
 - ・地域団体等との連携
 - ・PTA、青少年団体、地縁団体、消費者団体等と連携した出前講座の実施
 - ・特別支援学校向け消費者教育の推進
 - ・若者の消費生活リーダーによる啓発活動の拡充
 - ・小、中、高校や高齢者等異世代への啓発活動等の促進
 - ・大学での講義開設に向けた取組の展開
 - ・単位取得可能な講義としての消費者教育講座プログラム、教材の開発・作成
- 大学生
- (2) 安全安心な消費生活に向けた取組
- ・身近な場での啓発の実施
 - ・消費者市民社会を意識した内容の講座を公民館、自治会等身近な場で実施
 - ・職場での消費者教育の推進
 - ・コンプライアンス確立も含めた就労者向け出前講座
 - ・家庭での消費者教育の推進
 - ・子どもをまもる保護者等に対し、モノの大切さや食の安全・安心等の消費者教育の推進、親子等向け講座の実施、家庭内の事故防止に関する情報提供
- 成人
- 障害者等
- ・地域の多様な場での普及啓発
 - ・高齢者大学や介護施設、障害者施設、外国人向け多様な場での啓発
 - ・関係機関連携等による見守り活動への支援
 - ・社会福祉協議会や介護施設、防犯グループ、事業者等と連携した見守り

2 消費者教育の担い手の育成・活用

- ・コーディネート機能を担う人材養成、講師活用
- ・消費生活相談員等をコーディネーターとして養成、活用
- ・多様な分野での人材育成
- ・食育や環境、防災教育等消費生活に関連する分野での担い手育成、協働
- ・教育現場における人材育成、活用
- ・教員、保育士等向け研修会、外部講師・教材等の提案等

3 多様な主体の参画と協働による推進

- ・消費者団体による安全・安心な地域づくりへの参画
 - ・事業者、生活協同組合、適格消費者団体等との連携による専門性を活かした取組
 - ・ひょうご消費生活三者会議(消費者、事業者、行政25団体)などによる取組
- 4 効果的な情報収集・発信
- ・情報紙、ツイッター等を活用した世代に対応した情報発信
 - ・市町、団体等との連携による情報収集、発信

兵庫県企画県民部消費生活課

〒650-8567 神戸市中央区下山手通 5-10-1

TEL 078-362-3157 FAX 078-362-4022

E-mail syouseiseikatsu@pref.hyogo.lg.jp

URL http://web.pref.hyogo.lg.jp/ac10/ac10_000000076.html

