

## 予 算 要 求 資 料

令和6年度当初予算

支出科目 款：総務費 項：企画開発費 目：県民生活行政費

### 事業名 高校生向け啓発カレンダー制作事業費

(この事業に対するご質問・ご意見はこちらにお寄せください)

環境生活部 県民生活課 消費生活安全係 電話番号：058-272-1111(内3017)

E-mail：c11261@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 1,047 千円 (前年度予算額： 1,047 千円)

#### <財源内訳>

区 分	事業費	財 源 内 訳							
		国 庫 支出金	分担金 負担金	使用料 手数料	財 産 収 入	寄附金	その他	県 債	一 般 財 源
前年度	1,047	523	0	0	0	0	0	0	524
要求額	1,047	523	0	0	0	0	0	0	524
決定額	1,047	523	0	0	0	0	0	0	524

## 2 要 求 内 容

### (1) 要求の趣旨（現状と課題）

- ・県では令和2年3月改定の「岐阜県消費者施策推進指針」に基づき、幼児期から高齢期までの各段階に応じた体系的な消費者教育を推進している。
- ・とりわけ、令和4年4月の改正民法施行による成年年齢引下げに対応した若年者への消費者教育の強化は、重要項目として取り組んでいる。
- ・令和4年度からスタートした新学習指導要領には、家庭科、社会科において消費者教育という内容が明確に位置付けられているが、この高校生向けのカレンダーは、高校生が家に持ち帰り、家庭で消費生活について家族と話題を共にし、トラブルに巻き込まれないようにすることを狙いとしており、学校教育を補完するものとして、これまでも教育委員会から高校生カレンダーの存在意義について有用であると評価をいただいております、特に高校生参画型のカレンダー制作であるため、事業意義は大きい。

### (2) 事業内容

○高校生向け啓発カレンダーの制作配付

- ・若者が巻き込まれやすい消費者トラブル（マルチ取引、オンラインゲーム、定期購入等）とその対処法を紹介した「カレンダー」を作成し、家庭での利用を想定して高校生の家庭に配付
- ・高校生が消費者トラブル事例のイラスト制作、標語作成にかかわる高校生参画型事業

### (3) 県負担・補助率の考え方

岐阜県消費者施策推進指針に掲げられている施策であり、県下全域の高校生とその家庭への啓発事業であるため、県での実施が必要である。

### (4) 類似事業の有無

無

## 3 事業費の積算 内訳

事業内容	金額	事業内容の詳細
委託料	1,020	啓発カレンダー作成委託費
消耗品費	27	
合計	1,047	

## 決定額の考え方

## 4 参考事項

### (1) 各種計画での位置づけ

- 【「清流の国ぎふ」創生総合戦略】 2 健やかで安らかな地域づくり  
(2) 安らかに暮らせる地域  
5 犯罪・交通事故防止の推進
- 【岐阜県消費者施策推進指針】 1 消費者教育・啓発

### (2) 国・他県の状況

・消費者教育推進法が平成24年12月に施行されたことを受け、国及び他県が消費者教育を推進

### (3) 後年度の財政負担

・事業の継続性について、必要な検討を実施する。

### (4) 事業主体及びその妥当性

・若年者の消費者被害の未然防止を図り、安心して消費生活を営むことができる社会の実現に向け、県が主体となって事業を実施することが重要である。

# 事業評価調書（県単独補助金除く）

新規要求事業

継続要求事業

## 1 事業の目標と成果

### （事業目標）

#### ・何をいつまでにどのような状態にしたいのか

成年年齢を18歳に引き下げる民法改正が令和4年4月に施行され、高校・特別支援学校には、成年と未成年が混在し、契約上のトラブル等で悩む生徒が急増することが予想される。そこで当事業は、若者に多い消費者トラブルとその対処法を県内高校生が制作したイラストで分かりやすく紹介したカレンダーを作成し、県内全高校生に配付する。学校での消費者教育に加え、家庭でのカレンダーの活用により、若年者はもとより親、祖父母、兄弟などを含む世代を超えた啓発による学びの相乗効果を図る。

### （目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	R2年度 実績	R3年度 実績	R4年度 実績	R5年度 目標	終期目標 (R6)	達成率
①若年者（15～19歳）の消費者ホットライン188の認知度	35.9%	42.9%	—	47.5%	50%	—

※令和4年度は、国において調査が実施されなかったため統計値なし。

### ○指標を設定することができない場合の理由

### （これまでの取組内容と成果）

令和2年度	<p>若者に多い消費者トラブルとその対処法をイラスト等で分かりやすく紹介したカレンダーを作成し、県内全高校生3年生に配付した。</p> <p>高校生に対して、消費生活に関する基礎知識、消費者トラブル事例や対処方法などに関する基礎知識を学ぶ機会を提供し、消費者トラブルの未然防止を図ることができた。</p>
	指標① 目標：40.0% 実績：35.9% 達成率：89.8%
令和3年度	<p>若者に多い消費者トラブルとその対処法をイラスト等で分かりやすく紹介したカレンダーを作成し、県内全高校生3年生に配付した。</p> <p>高校生から標語を募集したところ1,116件の応募があり、消費者問題を自らの問題として考える機会を提供することができた。</p>
	指標① 目標：42.5% 実績：42.9% 達成率：100.9%
令和4年度	<p>高校生から募集したイラストと標語を掲載した消費者啓発カレンダーを作成し、高校3年生の家庭に配付した。</p> <p>県内の高校生を対象に、消費者トラブル事例に関する啓発用標語を募集したところ723件の応募があり、消費者問題を自らの問題として考える機会を提供することができた。</p>
	指標① 目標：45.0% 実績：— 達成率：— %

## 2 事業の評価と課題

### (事業の評価)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業の必要性(社会情勢等を踏まえ、前年度などに比べ判断) 3：増加している 2：横ばい 1：減少している 0：ほとんどない</li> </ul>	
(評価) 3	平成24年12月に「消費者教育の推進に関する法律」が成立し、県においても学校における消費者教育の推進を図っていく責務がある。
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業の有効性(指標等の状況から見て事業の成果はあがっているか) 3：期待以上の成果あり 2：期待どおりの成果あり 1：期待どおりの成果が得られていない 0：ほとんど成果が得られていない</li> </ul>	
(評価) 2	消費者トラブルの事例等を紹介し、トラブルに巻き込まれることを防ぐとともに、対処方法を伝えることで、問題を早期に解決することが可能となる。
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業の効率性(事業の実施方法の効率化は図られているか) 2：上がっている 1：横ばい 0：下がっている</li> </ul>	
(評価) 2	県内高校生(3年生全員)に配付することにより、ほぼ全ての若者及びその保護者に、消費生活について考える機会を提供することができる。

### (今後の課題)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業が直面する課題や改善が必要な事項 令和4年4月の改正民法施行による成年年齢の引下げに伴い、引き続き若年者の消費者教育に取り組む必要がある。</li> </ul>
---

### (次年度の方向性)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 継続すべき事業か。県民ニーズ、事業の評価、今後の課題を踏まえて、今後どのように取り組むのか 成年となって間もない若者が、高度化、複雑化する消費者トラブルに巻き込まれないよう、新たな商法や若者に特徴的な商法にかかる注意喚起等を若者自身とその家庭にわかりやすく伝える啓発物を作成する。</li> </ul>
--

### (他事業と組み合わせて実施する場合の事業効果)

組み合わせ予定のイベント 又は事業名及び所管課	【〇〇課】
組み合わせる理由 や期待する効果 など	