
岐阜県消費者教育推進計画

平成 26 年度～平成 30 年度

平成 26 年 3 月

目次

| | |
|--|-----------|
| 第1章 計画の趣旨 | 1 |
| 1 趣旨 | 1 |
| 2 位置付け | 1 |
| 3 計画の期間 | 2 |
| 第2章 基本的な視点 | 3 |
| 1 消費者の自立 | 3 |
| 2 「消費者市民社会」の形成 | 3 |
| 第3章 計画の方針（目標） | 4 |
| 1 消費者教育が育むべき力 | 4 |
| 2 施策のポイント | 5 |
| 第4章 消費者教育の現状と課題 | 6 |
| 1 学校における教育 | 7 |
| 2 地域における教育 | 10 |
| 3 職域における教育 | 10 |
| 4 県の消費者教育の取り組み | 12 |
| 第5章 消費者教育の推進の内容 | 14 |
| 1 各ライフステージ(幼児期から高齢期までの生涯の発達段階)での体系的な実施 | 14 |
| 2 場や消費者の特性に応じた方法での実施 | 14 |
| (1) 学校 | 14 |
| (2) 地域 | 16 |
| (3) 家庭 | 17 |
| (4) 職域 | 17 |
| 3 教育人材の育成・活用 | 18 |
| 4 教育教材等の作成・活用 | 21 |
| 5 多様な教育の担い手との連携 | 22 |
| 第6章 他の消費者施策等との連携 | 23 |
| 1 他の消費生活に関連する教育との連携 | 23 |
| 2 他の消費者施策との連携 | 23 |
| 第7章 計画の推進体制と検証 | 24 |
| 1 推進体制 | 24 |
| 2 計画の検証 | 24 |
| 付属資料 | 25 |
| 別紙 消費者教育県の取り組み状況一覧、消費者教育の体系イメージマップ | |

第1章 計画の趣旨

1 趣旨

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、県はこれまで、自立した「賢い消費者」を育成することを目指して消費者教育を推進してきました。しかしながら、消費者を取り巻く社会経済状況が急速に変化する中、消費者被害の範囲は製品事故から販売や取引方法へ、モノからサービスへと広がり、多様化、複雑化しています。

近年、県の消費生活相談窓口に寄せられる相談の傾向としては、相談全体に占める高齢者からの相談割合が上昇し続けていることが挙げられますが、未成年者の間でインターネットの利用が普及したことで、通信販売や架空請求トラブルに巻き込まれるケースも後を絶ちません。こうしたことから、新たな消費者被害に対応した消費者教育が求められています。

一方で、平成24年12月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。）が施行されたことにより、これまでのような、被害に遭わない消費者、合理的な意思決定ができる自立した消費者を育成することにとどまらず、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する消費者を育成していくことが求められるようになりました。

これらのことから、このたび県では、消費者教育推進法の趣旨を踏まえ、自ら考え自ら行動する自立した消費者を育成するため、また、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する消費者を育成するため、消費者教育を体系的に、かつ多様な主体が連携して推進することを目的としてこの計画を策定することとしました。

2 位置付け

この計画は、消費者教育推進法第10条に基づく都道府県消費者教育推進計画です。

[消費者教育とは]

この計画における「消費者教育」とは、消費者教育推進法第2条第1項の定義によるものとします。また、「消費者市民社会」とは、同法第2条2項の定義によるものとします。

<参考>消費者教育推進法

第2条（定義）

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。

[岐阜県消費者施策推進指針との関係]

岐阜県では、岐阜県消費生活条例第37条に基づき、毎年、「岐阜県消費者施策推進指針」を策定、県民の消費生活の実態に即して消費者施策の方向性を定め、施策に反映させていま

す。その一方で、この計画では、中長期的な視点に立ち、消費者教育を総合的かつ一体的に推進するための具体的な方法や内容を示していくこととします。

3 計画の期間

平成26年度～平成30年度までの5年間とします。なお、社会経済情勢の変化に応じて、必要な場合は見直しを行います。

第2章 基本的な視点

1 消費者の自立

～「自ら考え自ら行動する」自立した消費者～

消費者教育推進法第3条（基本理念）第1項では、「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。」とされています。

すなわち、消費者教育は、知識を一方向的に与えることではなく、日常生活の中での実践的な能力を育み、社会全体の消費者力の向上を目指して行われるべきものだといえます。

消費者の自立により社会の消費者力を向上させるためには・・・

- 1 様々な機会・出会いを通じて、「見て」、「聞いて」、「読んで」自ら調べ、「学ぶ」ことで「気づく」
- 2 知識として学んだことを自らの消費生活にいかす
- 3 「見せて」、「話して」、「書いて」他人に伝える
- 4 自立が困難な人を「見守る」

2 「消費者市民社会」の形成

～自らの消費行動が社会経済や地球環境に与える影響を自覚し行動できる消費者～

消費者教育推進法第3条（基本理念）第2項では、「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。」とされています。

日常生活においては、利便性の向上が追求されることで、大量生産、大量消費、大量廃棄といった経済社会が形成されてきました。消費者には、自らの行動が社会に影響を与えるとの自覚、環境に配慮した商品の選択やエネルギーの節約といった、日常の消費生活における省資源・省エネルギー等環境に配慮した行動、さらには持続可能な消費の実践が求められています。

消費者市民社会を構築するには・・・

- 1 消費者自らの行動が社会に影響を与えるとの自覚をもつ
- 2 環境に配慮した商品を選択する
- 3 エネルギーの節約など、日常の消費生活における省資源・省エネルギー等環境に配慮した行動をとる
- 4 持続可能な消費を実践する

第3章 計画の方針（目標）

この計画では、「消費者教育の体系イメージマップ」※（以下「イメージマップ」という。）に示された対象領域ごと、発達段階ごとの内容を参考にしながら学習目標を整理し、「消費者教育が育むべき力」（教育が目指す目標）を設定することで、計画を体系的に推進していきます。

※「消費者教育の体系イメージマップ」

消費者教育の推進のための体系的プログラム研究会（消費者庁設置）が、平成25年1月に公表したもの。消費者教育の4つの対象領域ごとに、年代ごとに消費者教育の内容（目標として育む力）を整理している。現在のものはVer.1となっており、バージョンアップされていく予定。

1 消費者教育が育むべき力

① 消費が社会に与える影響を考慮し適切な選択ができる力

（イメージマップの領域：消費者市民社会の構築に関する領域）

- ア 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
- イ 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
- ウ 消費者が、個々の消費者の特性や消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、主体的に社会参画することの重要性を理解し、他者と協働して消費生活に関連する諸課題の解決のために行動できる力

② 商品等やサービスの安全性を確認し危険を回避できる力

（イメージマップの領域：商品等やサービスの安全に関する領域）

- ア 商品等やサービスの情報収集に努め、内在する危険を予見し、安全性に関する表示等を確認し、危険を回避できる力
- イ 商品等やサービスによる事故・危害が生じた際に、事業者に対して補償や改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力

③ 健全な家計運営ができ、消費者トラブルを回避し対処する力

（イメージマップの領域：生活の管理と契約に関する領域）

- ア 適切な情報収集と選択による、将来を見通した意思決定に基づき、自らの生活の管理と健全な家計運営をすることができる力
- イ 契約締結による権利や義務を明確に理解でき、違法・不公正な取引や勧誘に気づき、トラブルの回避や事業者等に対して補償、改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力

④ 様々な情報を読み解く力と活用できる力

（イメージマップの領域：情報とメディアに関する領域）

- ア 高度情報化社会における情報や通信技術の重要性を理解し、情報の収集・発信により消費生活の向上に役立てることができる力
- イ 情報、メディアを批判的に吟味して適切な行動をとるとともに、個人情報管理や知的財産保護等、様々な情報を読み解く力を身に付け、活用できる力

〈図表1〉

〔消費者教育の体系イメージマップ〕

| 各期の特徴 | 幼児期 | 小学生期 | 中学生期 | 高校生期 | 成人期 | | |
|-------------------|---|--|---|--|--|---|---|
| | | | | | 特に青年 | 成人一般 | 特に高齢者 |
| 重点領域 | 様々な気づきの体験を通じて、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、社会的責任を理解し、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定める時期 | 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 | 周囲の支援を受けつつも人生での重要な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期 |
| 消費がもつ影響力の理解 | おつかいや買い物に好奇心をもちよう | 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、経済や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伝える習慣を身に付けよう | 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、社会に与える影響に配慮することの大切さを伝えよう |
| 持続可能な消費の実践 | 身の回りのものを大切にしよう | 自分の生活と身近な環境とのかかわりに気づき、物の使い方を工夫しよう | 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指して、ライフスタイルを考えよう | 持続可能な社会を目指したライフスタイルを選択しよう | 持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践しよう | 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 |
| 消費者の参画・協働 | 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ついて考えよう | 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て取り組むことの重要性を理解しよう | 消費者問題その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 |
| 商品等の安全 | 商品安全の理解と危険を回避する能力 | 危険を回避し、物を安全に使う方法を知らう | 危険を回避し、物を安全に使う方法を知らう | 安全で危険の少ない商品と消費社会を目指すことの大切さを理解しよう | 安全で危険の少ない商品と消費社会を目指すことを習慣にしよう | 安全で危険の少ない商品と消費社会をつくらう | 安全で危険の少ない商品の大切さを伝えよう |
| トラブル対応能力 | トラブル対応能力 | 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身に付けよう | トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を身に付けよう | トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を身に付けよう | 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 |
| 生活の管理と契約 | 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 | 商品を選択し、契約するときに、契約とそのルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう | 商品を選択し、契約するときに、契約とそのルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう | 契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する習慣を身に付けよう | 契約とそのルールを理解し、よく確認して契約しよう | 契約トラブルに備えよう |
| 生活設計・管理 | 生活設計・管理 | 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 | 消費に関する生活管理の技術を応用しよう | 主体的に生活設計を立ててみよう | 生涯を見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を実践しよう | 経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的な暮らしをしよう | 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 | 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収集と発信の技術を身に付けよう | 情報と情報技術の適切な利用法や、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習慣を身に付けよう | 情報と情報技術を適切に利用する習慣を身に付けよう | 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 | 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 | 著作権や肖像権などの権利を尊重しよう | 正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る習慣を身に付けよう | 情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を身に付けよう | 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 | 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 | 消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを知らう | 消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会との関係を理解しよう | 消費生活情報を主体的に評価する習慣を身に付けよう | 消費生活情報を主体的に評価して行動しよう | 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。

(拡大版は付属資料として添付)

2 施策のポイント

県民の誰もが、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や学び合う機会を提供し、かつ、それらを効果的なものとするため、消費者教育のポイントとして以下の5つを示します。

行政、民間、消費者自身も含め、幅広い教育の担い手が、これらのポイントとそれぞれの役割を意識することで、「いつ」、「だれが」、「どこで」、「だれに」、「何を」、「どのようにして」消費者教育を行っていくのかを明確にしながら取り組むこととします。

- I 各ライフステージでの体系的な実施
- II 場や消費者の特性に応じた方法での実施
- III 教育人材の育成・活用
- IV 教育教材等の作成・活用
- V 多様な教育の担い手との連携

} 県の重点施策

本計画は、消費者教育推進法の施行後、初めて策定される計画であることから、県内全域で消費者教育の機会を提供するための基盤づくりとして、まずは、上記のポイントのうち、特に、III 教育人材の育成・活用、そして、IV 教育教材等の作成・活用に重点的に取り組んでいくこととします。

第4章 消費者教育の現状と課題

平成25年7月から8月にかけて、消費者教育に関する県政モニターアンケート^{*}を実施しました。その結果、消費者教育を受けたことがある方が過半数を下回り、44.3%でした。また、受けたことがある消費者教育の内容について聞いたところ、最も多かったのが「契約のルールや取引のトラブル防止策（クーリング・オフの仕方など）」（60.0%）、次いで「安全・安心な商品（食べ物含む）の選び方、表示の見方」と「環境に配慮した生活（環境に配慮した製品の購入やゴミの減量）」（それぞれ52.9%）でした。

※県政モニターアンケート

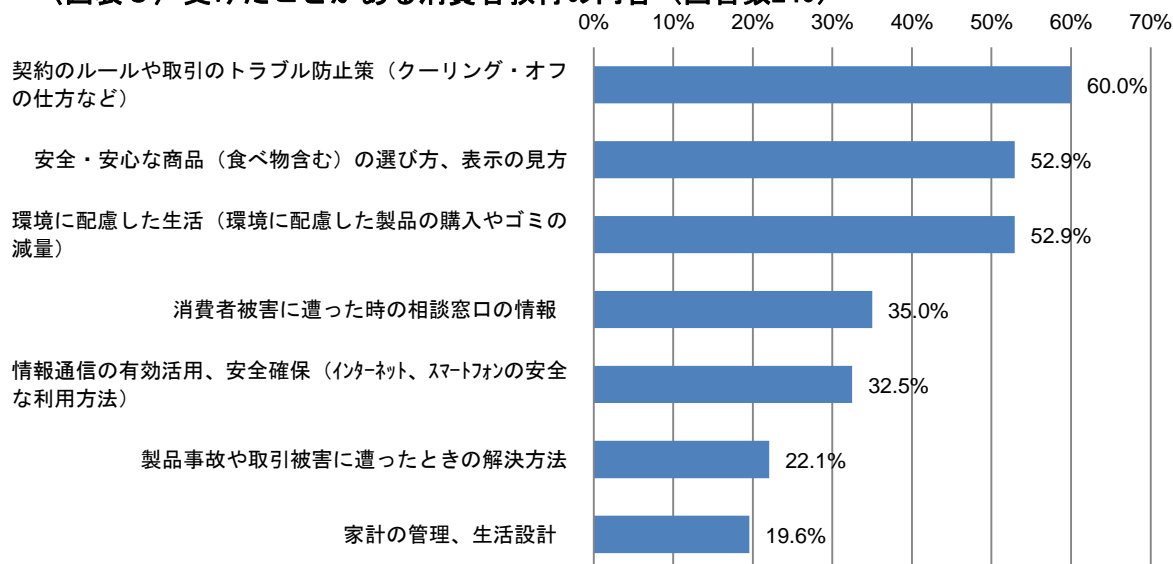
県民の皆さまの県政に関する意識やご意見を把握し、県政推進に活用するため実施しています。

今回の対象モニターは636人、回答者は548人（回答率86.2%）でした。

〈図表2〉消費者教育を受けた経験について（542）

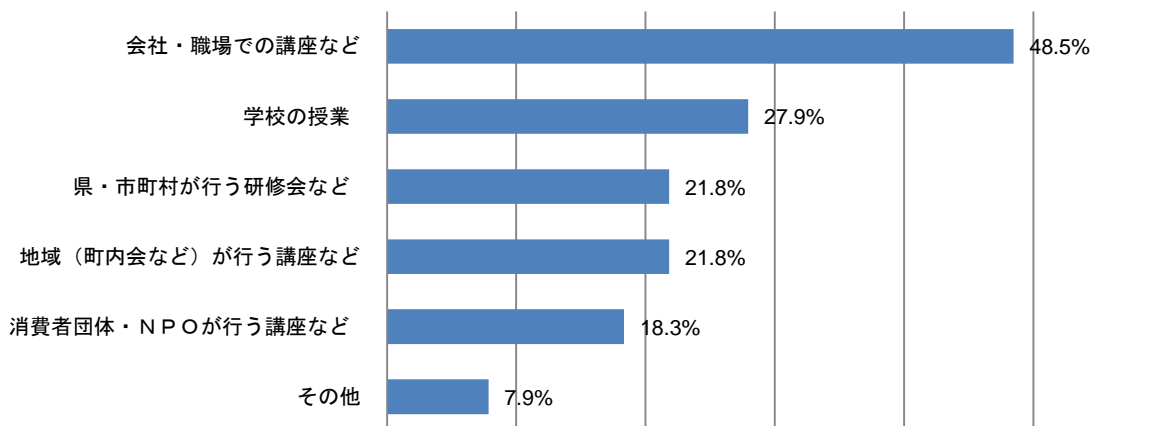


〈図表3〉受けたことがある消費者教育の内容（回答数240）



また、教育を受けた場所について聞いたところ、「会社・職場での講座など」を選択した方が48.5%と最も多く、次いで「学校の授業」（27.9%）、「地域（町内会など）が行う講座など」、「県・市町村が行う研修会など」（それぞれ21.8%）という結果でした。このことから、消費者教育を受けたことがある方のうち2人に1人は会社で、また、4人に1人は学校で受けていることが分かりました。

〈図表4〉教育を受けた場所について(回答数229)



消費者教育に関する県政モニターアンケート(平成25年度)

1 学校における教育

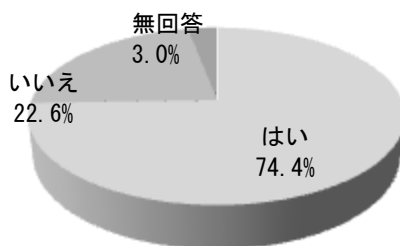
【幼稚園・小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等】

県内幼稚園を対象とした調査では、幼児に対して消費者教育を実施している園は74.4%でした。また、実施していない園にその理由を聞いたところ、最も多い回答が「どのように実施したらよいかわからない」で70.0%でした。

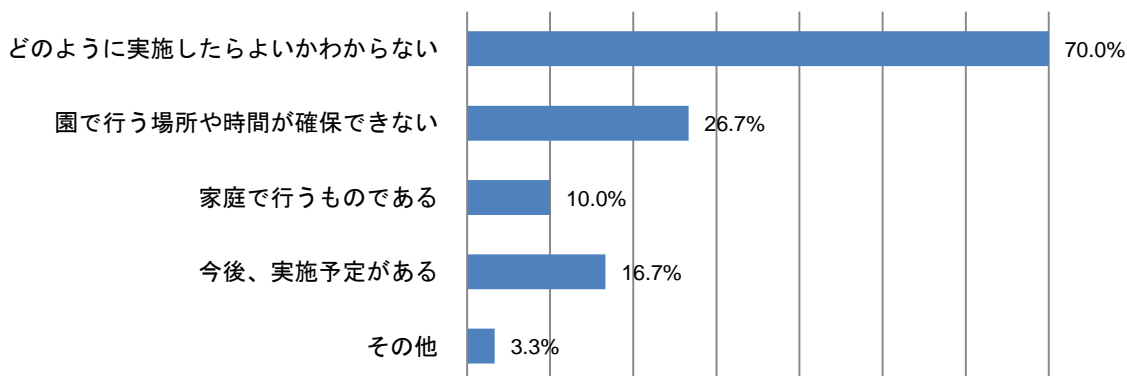
消費者教育の取り組み内容については、最も多かったのが「安全な遊具や用具の選択と利用のしかた」(75.8%)、次いで「環境に配慮した生活(環境に配慮した製品の購入やゴミの減量、節電など)」(69.7%)でした。

今後は、幼稚園での取り組みが進むよう、消費者教育の内容と方法について情報提供していく必要があります。

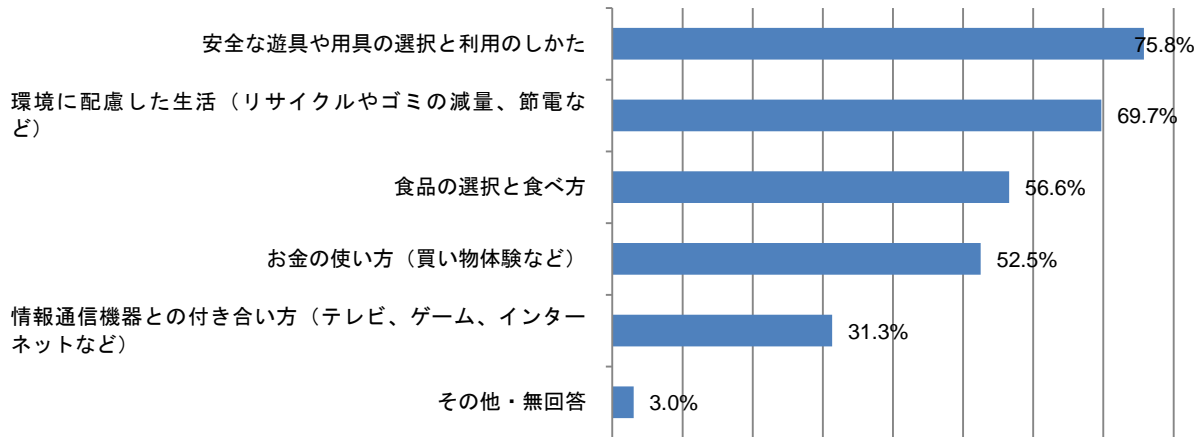
〈図表5〉幼児に対して消費者教育を実施していますか(回答数133)



〈図表6〉実施していない理由(回答数30)



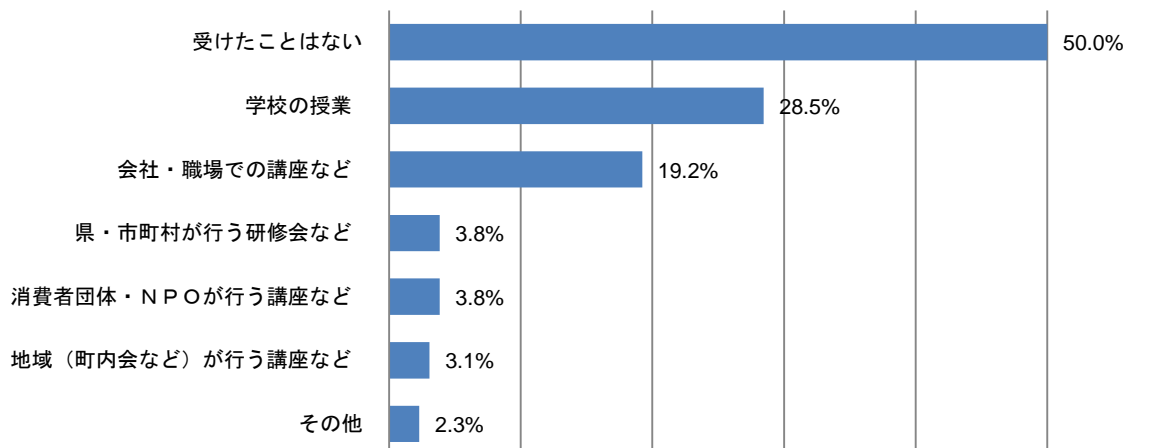
〈図表7〉 幼児に対する教育(啓発)の内容(回答数99)



「岐阜県消費者教育に関する実態調査」県内幼稚園対象 (平成 25 年度)

一方で、県政モニターアンケートでは、回答者のうち、20～30代の学校で消費者教育を受けた世代(消費者教育が本格的に学校教育に導入されたのは、89年の学習指導要領改訂以降であるため)の回答について見たところ、「消費者教育を受けたことはない」と回答した方が50%でした。さらに、受けた場所について、「学校の授業」を選択した方は28.5%で10人に3人の割合となりました。

〈図表8〉 20、30代の教育を受けた場所について(回答数65)



消費者教育に関する県政モニターアンケート(平成 25 年度)

このことは、小学校以上の学校教育においては、消費者教育の内容が社会科、家庭科等の複数教科にまたがることから、学習者にとっては体系だった消費者教育としてとらえにくく、学習者自身が学習した内容を消費者教育として認識していないことや、知識が十分に定着しなかったことが主な原因であると考えられます。

現在、県内の小・中・高等学校の各学校においては、学習指導要領により、社会科、家庭科等の関係する各教科で消費者教育が取り組まれているところですが、消費者問題の急激な変化に十分対応し切れていない現状があります。消費者教育を効果的に推進するためには、消費者教育に関する連携や教職員の意識付け及び消費者問題の変化に対応した指導力等が不可欠です。

今後は、教科横断的な教職員同士の連携や外部機関との連携、消費者問題の変化に対応した教材開発や活用、教職員の指導力向上のための研修等を通して、消費者教育をさらに充実させていく必要があります。

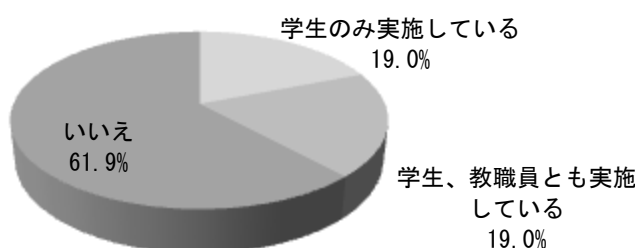
【大学・専門学校等】

県内大学・短大、専修学校（以下「大学等」という。）に対する調査では、学生、教職員に対して消費者教育を実施している大学等は38.0%にとどまっています。また、実施していない学校にその理由を聞いたところ、「学校で行う場所や時間が確保できない」が50%、「どのように実施したらよいかわからない」が26.9%でした。

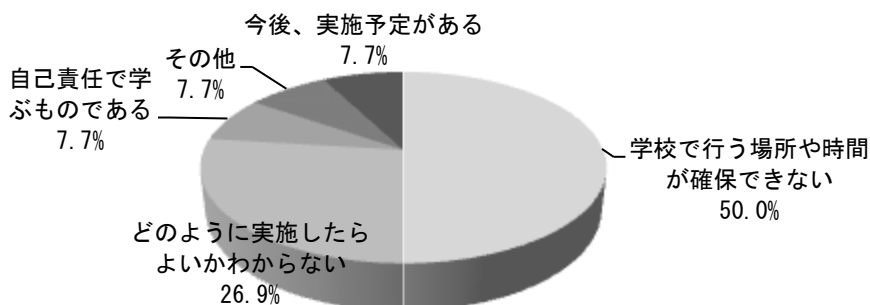
消費者教育の取り組み内容については、最も多かったのが「契約のルールや取引のトラブル防止（クーリング・オフの仕方など）」（93.8%）、次いで「情報通信機器の有効活用、安全確保（インターネット等の安全な利用方法など）」（81.3%）でした。

大学等においては、チラシの配布、ポスター掲示等による啓発のほか、新入生を対象とした研修を実施するなどして、消費者教育に取り組まれている学校もありますが、今後は、各大学等の実態に合わせて、消費者教育の方法や人材について情報提供をするとともに、消費者教育への取り組みを支援していく必要があります。

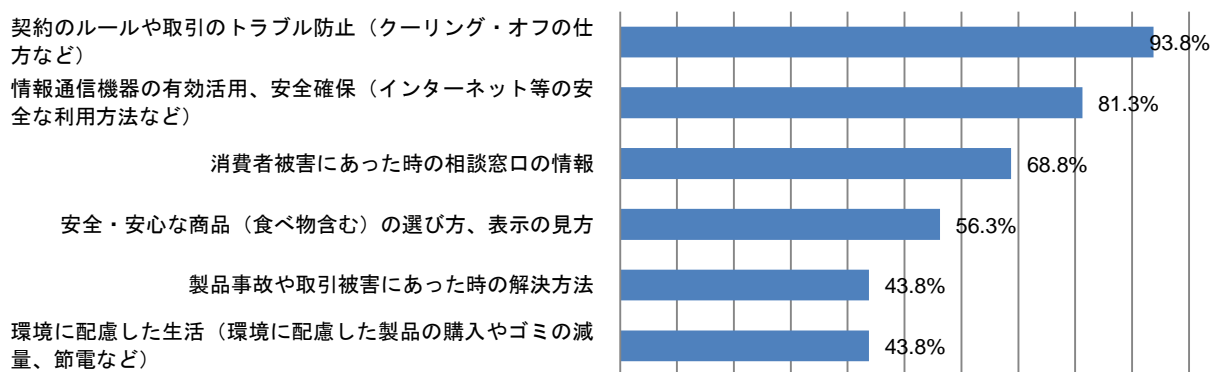
〈図表9〉 学生、教職員に対して消費者教育を実施していますか(回答数42)



〈図表10〉 実施していない理由(回答数25)



〈図表11〉 実施している教育(啓発)の内容(回答数16)

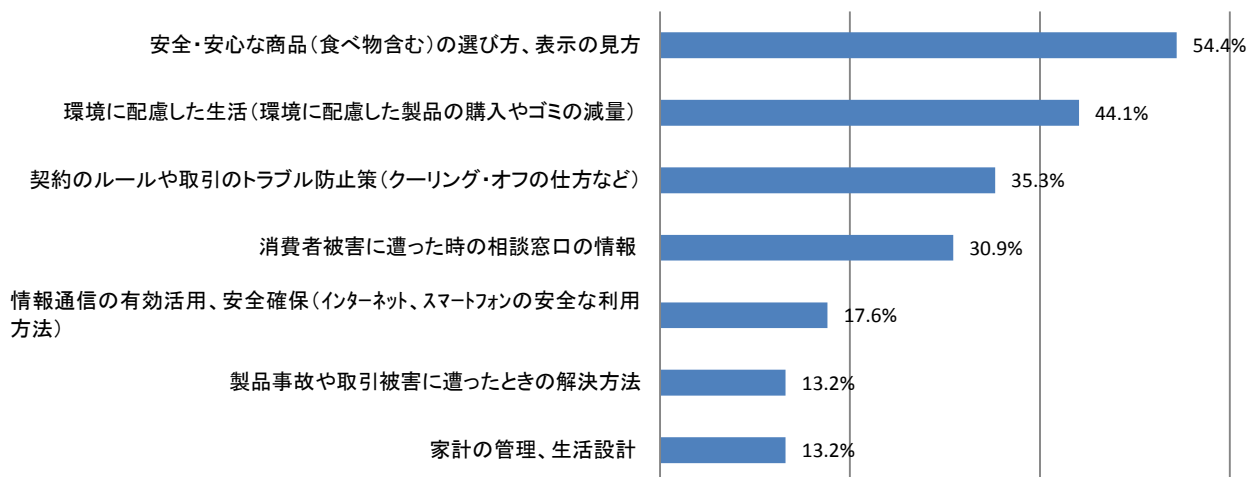


「岐阜県消費者教育に関する実態調査」県内大学、短大、専修学校対象（平成25年度）

2 地域における教育

県政モニターアンケートにおいて、消費者教育を受けた場所として、主に地域での講座等（「地域(町内会など)が行う講座など」、「県・市町村が行う研修会など」、「消費者団体・NPOが行う講座など」の3つの選択肢のいずれか）を選択した回答者は全体の48.5%でした。そのうち、これら3つのみを選択した方について、受けたことがある消費者教育の内容を見てみると、最も多かったのが「安全・安心な商品（食べ物含む）の選び方、表示の見方」が54.4%、次いで「環境に配慮した生活（環境に配慮した製品の購入やゴミの減量）」が44.1%、次いで「契約のルールや取引のトラブル防止策（クーリング・オフの仕方など）」が35.3%でした。

〈図表12〉 受けたことがある消費者教育の内容(地域での講座等のみの選択者68)



消費者教育に関する県政モニターアンケート(平成25年度)

地域における消費者教育の展開は、県や市町村だけでなく、消費者団体、社会福祉協議会、地域包括支援センター、老人クラブ等、様々な主体が講座や研修会の機会を利用して行っています。

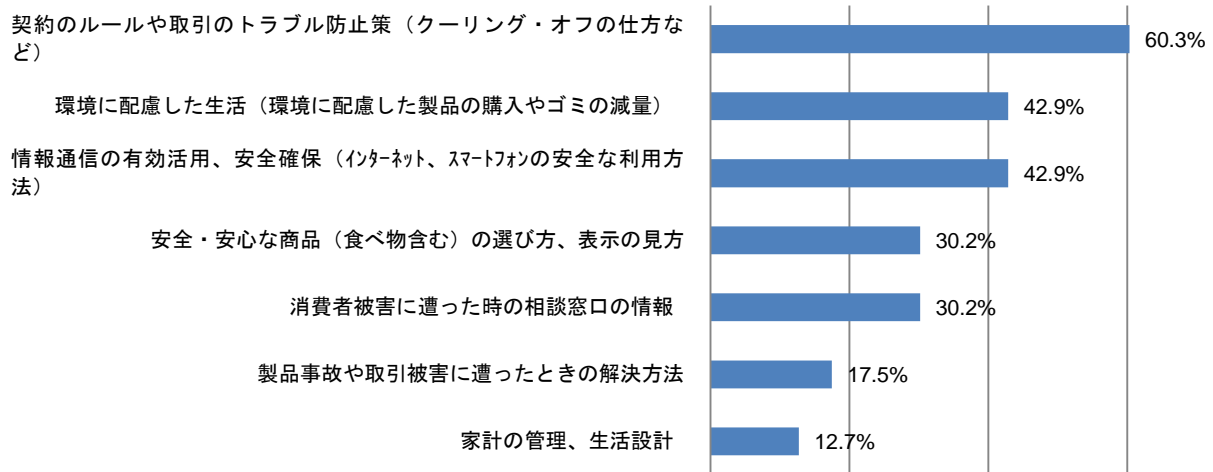
今後は、地域においても「消費者教育」の必要性に対する理解を深めていくと同時に、県民一人一人に消費者教育の機会が様々な場において提供していくことが必要です。

3 職域における教育

県政モニターアンケートにおいて、消費者教育を受けた場所として「会社・職場での講座」を選択した方は48.5%でした。(7頁図表4参照)また、「会社・職場での講座」のみを選択した方について、受けたことがある消費者教育の内容を見てみると、最も多かったのが「契約のルールや取引のトラブル防止策（クーリング・オフの仕方など）」(60.3%)、次いで「環境に配慮した生活（環境に配慮した製品の購入やゴミの減量）」、「情報通信の有効活用、安全確保（インターネット、スマートフォンの安全な利用方法）」(それぞれ42.9%)でした。

特に、インターネットが普及した現在では不可欠な、情報通信に関する教育については、会社・職場での講座のみを選択した回答者では42.9%と半数近くあった一方で、上記の地域での講座等のみを選択した回答者では17.6%と学ぶ機会があまり提供されていないことが分かりました。このことから、会社・職場等における教育が、生活していく上で必要となる知識を補完する重要な役割を担っていることが分かります。

〈図表13〉 受けたことがある教育の内容(「会社・職場での講座」のみの選択者63)

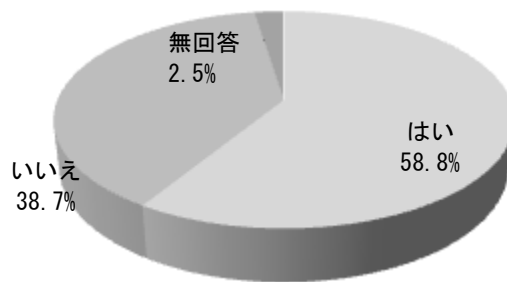


消費者教育に関する県政モニターアンケート(平成25年度)

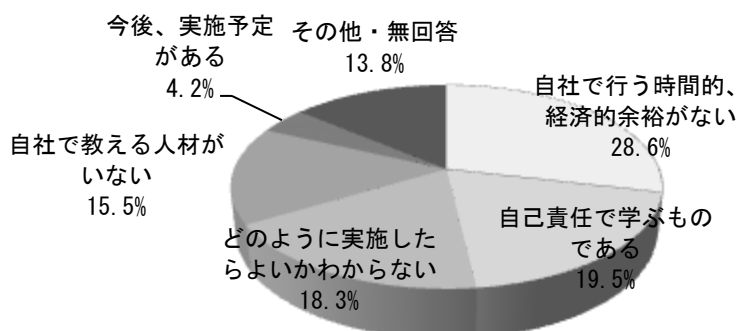
一方、県内事業者を対象とした調査では、従業員に対する教育を実施している事業者は58.8%と過半数を超えました。また、実施していない事業者にその理由を聞いたところ、「自社で行う時間的・経済的余裕がない」(28.6%)が最も多く、次いで「自己責任で学ぶものである」(19.5%)でした。

従業員教育の方法については、従業員教育を実施している事業者のうち60.4%が「新入社員研修(自社)」と最も多い一方で、45.4%が事業者団体等の実施する研修への参加などにより、従業員教育に取り組まれていることが分かりました。

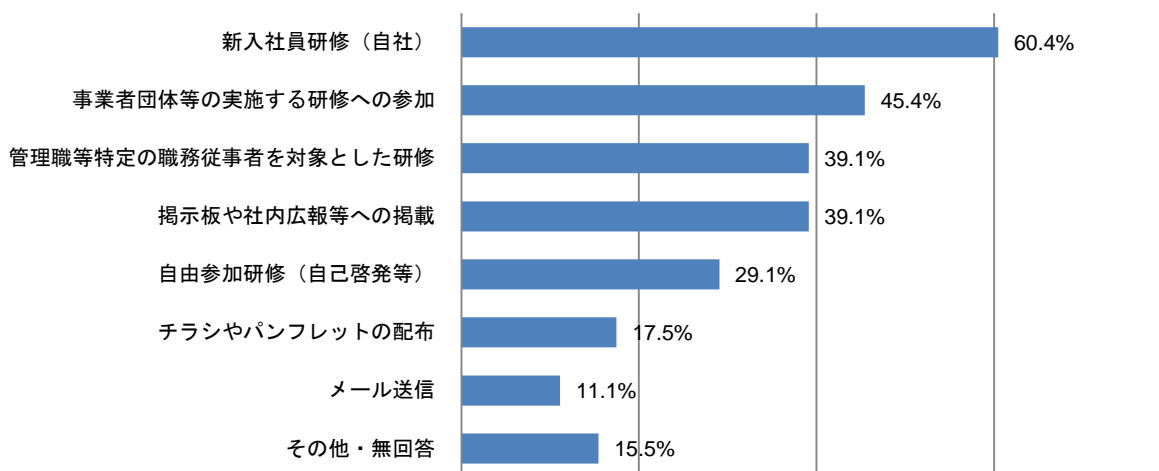
〈図表14〉 従業員に対する教育を実施していますか(回答数1,100)



〈図表15〉 実施していない理由(426)



〈図表16〉 教育(啓発)の方法(回答数647)

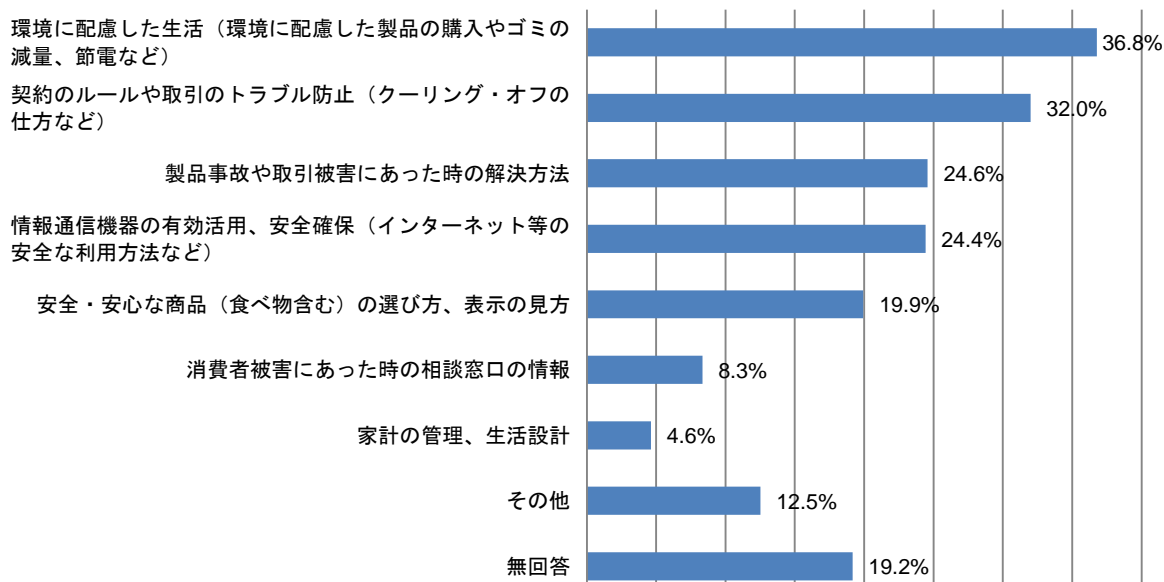


「岐阜県消費者教育に関する実態調査」県内事業者対象(平成25年度)

従業員教育を実施している事業者のうち、消費者教育の取り組み内容について聞いたところ、「環境に配慮した生活(環境に配慮した製品の購入やゴミの減量、節電など)」(36.8%)が最も多く、次いで、「契約のルールや取引のトラブル防止(クーリング・オフの仕方など)」(32.0%)でした。

今後は、各事業者の実態に合わせて、消費者教育の方法や人材について情報提供をするとともに、消費者教育への取り組みを支援していく必要があります。

〈図表17〉 従業員教育(啓発)の内容(回答数647)



「岐阜県消費者教育に関する実態調査」県内事業者対象(平成25年度)

4 県の消費者教育の取り組み

県ではこれまで、自立した「賢い消費者」を育成するため、消費者の状況に応じた効果的な方法を検討しながら消費者教育に力を入れてきました。誰もが自立した「賢い消費者」になるには、年齢・世代を問わず消費生活に関する知識を身につける必要があることから、啓発資料の配付のみにとどまらず、学校、職場、地域など様々な場において消費生活に関して学ぶ場を提供できるよう、「消費生活出前講座」を実施してきました。

しかしながら、これまでの県の取り組みについては、商品等の安全や消費者被害防止に関する内容が多いことから（別紙取り組み状況一覧25頁参照）、消費者市民社会の構築に関する分野については、今後、教育の内容や方法について検討していく必要があります。

これまでも県としては、例えば、県民に対して、環境にやさしい買い物（グリーン購入）の実践についての働きかけをしたり、環境にやさしい農業（ぎふクリーン農業）を推進することで、安全・安心な農作物を提供するといった取り組みを行ってきました。今後は、この計画で示す消費者教育の体系を意識しながら、対象分野や内容に偏りがないよう、関係各課と連携して、充実すべき部分は充実させながら推進していく必要があります。

第5章 消費者教育の推進の内容

第4章で見てきたように、県民の消費者教育に対する認知度は必ずしも高いとはいえません。また、県民がこれまでに受けてきた消費者教育の内容について、改めて「イメージマップ」に示された各領域の内容と照らし合わせてみると、以下のような課題があると考えられます。

- ・「消費者教育」の必要性についての理解を深めること
- ・消費者トラブルを解決する知識や実践力を身につける教育が必要なこと
- ・家計管理や生活設計についての教育が必要なこと
- ・学校教育での消費者教育に関する連携、教職員への意識付けが必要なこと

その一方で、環境に配慮した生活の実践については、県民の中で意識が定着しつつありますが、消費者教育としては、以下の視点を取り入れていくこととします。

- ・消費活動が社会経済情勢や地球環境に影響を及ぼす影響を自覚し、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を育成すること

以上のことを踏まえつつ、この章では、消費者教育の具体的な方法や内容について示していくこととします。

また、これらは、県として取り組むべき内容だけを示しているのではなく、幅広い消費者教育の担い手がそれぞれの役割を自覚し、様々な主体と連携して推進していく内容について示しています。

1 各ライフステージ(幼児期から高齢期までの生涯の発達段階)での体系的な実施

消費者教育推進法第3条(基本理念)第3項には、「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。」とされています。

このため、消費者庁では、消費者と消費者教育の推進に従事する方が、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、「イメージマップ」に対象領域ごと、発達段階ごとの学習目標を整理し、全体像を明示し、消費者教育の「見える化」を図っています。

当県においても、このイメージマップを活用し、消費者教育に体系的に取り組んでいくこととします。

2 場や消費者の特性に応じた方法での実施

(1) 学校

【幼稚園、小学校、中学校、高校、特別支援学校】

学校教育においては、幼児、児童及び生徒の「生きる力」を育むことを目指し、生涯にわたり学習する基盤が培われるよう、基礎的な知識及び技能を習得させるとともに、これらを活用して課題を解決するために必要な思考力、判断力、表現力等の能力を育み、主体的に学習に取り組む態度を養うことを理念としています。

消費者教育に関しては、平成20年及び21年に改訂された小・中・高等学校の学習指導要領において、社会科、公民科、家庭科、技術・家庭科などを中心に教育内容が充実されました。

消費者教育は、知識を一方的に与えることではなく、日常生活の中での実践的な能力を育み、社会の消費者力の向上を目指して行われるべきものですので、学校教育においては、学習指導要領に基づく教育を充実させると同時に、学校で学んだ内容を日常生活で実践する能力を養うことが大切です。

そこで、県では、学校教育で得た知識は家庭で、家庭教育で得た知識は学校でといった相互作用により実践力を高めるため、PTA活動などで体験型講座を実施するなど、消費者教育の内容が学校、家庭で共有される取り組みを進めています。

さらに、近年は、急速に普及した携帯電話、スマートフォン等の情報通信機器や、インターネットの利用による契約トラブルも増加しています。このような消費者被害等の状況から、高校までに、契約に関する基本的な考え方や契約に伴う責任、消費者市民社会の形成に参画することの重要性などについて理解させ、社会において消費者として主体的に判断し責任を持って行動できるような能力を育む必要があります。

そのため、県では、時代の要請に応じた消費者教育を学校で行っていくために、新しい教材に関する情報を収集、紹介するだけでなく、専門的知識を有する外部人材の活用も進めています。

また、幼稚園においては、消費者教育のニーズ把握に努めるとともに、モデルケースを発掘し、園で使用できる教材を作成する等、園での取り組みを支援していきます。

<具体的取組内容>

PTA 活動などで体験型講座を実施

新しい教材に関する情報を収集、紹介

専門的知識を有する外部人材の活用

(幼稚園) モデルケースの発掘と教材作成、情報提供

【大学、専門学校等】

成年と未成年が混在する大学、専門学校等（以下大学等という。）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、学生のもつ様々な側面に応じ、大学等として積極的に消費者教育に取り組み、学生への生活支援を行うのみならず、自立した社会人としての消費者、職業人としての生産者・サービス提供者の育成等を行うことが求められています。

また、大学等は、社会的経験の浅い学生が、安心して充実した学生生活を送るための支援を行う役割を担っており、これまでも学習面での支援にとどまらず、多様な学生の相談に応じ、生活面での支援を行っています。しかし、悪質商法等の被害や契約等のトラブルに遭う学生は少なくなく、学生からの相談に対応するほかにも、学生に対する各種の消費生活や消費者問題に関する情報や知識の提供機会を拡大していくことが求められています。

そこで、県では、大学等における消費者教育のニーズ把握に努めるとともに、モデルケースを発掘し、入学時のガイダンスや、学生支援に従事する教職員等に対する研修の実施を支援していきます。

<具体的取組内容>

モデルケースの発掘と情報提供

入学時のガイダンス等の実施支援

教職員等に対する研修の実施支援

(2) 地域

自立した消費者を育成するためには、地域においても消費者教育に取り組むことが重要です。例えば市町村等の消費生活センターは、消費者被害の救済だけではなく、商品・サービスの基礎知識や契約知識について情報を発信する役割を担うことで、地域の消費生活を支え、情報発信の業務の一環として啓発活動をしています。また、公民館、図書館を始めとする社会教育施設においては、地域の人々に身近な学習や交流の場として、消費者問題に関する普及・啓発を実施するなど大きな役割を果たしています。これらの取り組みを継続していくとともに、一層推進していくことが求められています。

一方で、情報や支援を求めて学習の場に自ら足を運ぶ人よりも、関心を持たない人の方こそ、消費者教育が必要だという意見もあります。

県政モニターアンケートでも、「希望者を募集する情報提供ではなく、より積極的なアプローチをすべき」、「高齢者にも分かりやすい講座を地域別、町内会別といった小さい単位グループで行って欲しい」といった意見がありました。（「県が消費者教育を進めるうえで特に力を入れてもらいたいと思うこと」への回答）

そこで、市町村、町内会、老人クラブといった地域団体との連携により、人が多く集まる商業施設等での地域イベント、講演会等での啓発活動や、県が委嘱する消費者啓発推進員や県市町村の消費生活相談員の活用による出前講座により、情報が届きにくい地域や人への教育を推進していきます。

<具体的取組内容>

市町村や地域団体等との連携によるイベントや講演会等での啓発
消費者啓発推進員や県市町村相談員の活用による出前講座の実施

【高齢者、障がい者】

消費者教育推進法第13条では、「地域において高齢者、障がい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、社会福祉主事、介護福祉士その他の高齢者、障がい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。」としています。

高齢者や障がい者など生活に支援が必要な方に対しては、その支援者（介護従事者等）に対する働きかけが特に重要です。

また、高齢社会の進展や核家族化が進展することで、孤立しがちな単身の高齢者や障がい者を地域で支え合うための仕組みが求められており、直接その人々に対して消費者教育を行う機会を設けるだけでなく、支え合いの仕組みの中で、消費者教育がなされる必要もあります。

そのため、これまでの出前講座のほか、老人クラブの会合や見守りネットワークを活用した啓発や障がい者支援施設、支援者ネットワークを活用した啓発に取り組んでいきます。

<具体的取組内容>

高齢者や障害者またはその支援者に対する啓発
老人クラブの会合や見守りネットワークを活用した啓発
障害者支援施設、支援者ネットワークを活用した啓発

(3) 家庭

家庭においては、子どもに対して親などの保護者が小遣いの与え方を考え、買い物を手伝わせることなどにより、金銭や物を大切に扱うことについての意識を子どもに身に付けさせていくことが大切です。また、オンラインゲームの課金トラブルが低年齢でも発生していることから、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うことも重要です。

一方で、高齢者に対しては、高齢者世帯を狙った詐欺的な勧誘の被害を防止するため、家族間で常に情報共有をしていくことが重要です。

県では、幼児期から保護者等の行う家庭教育を支援するため、幼稚園等でのニーズを把握し、それをもとに、家庭において親子で学べる教材を作成します。また、高齢者世帯への家族による見守りを支援するため、家族への高齢者被害についての情報提供等を行っていきます。

<具体的取組内容>

親子で学べる教材の作成

家族への高齢者被害情報の提供

(4) 職域

【顧客の声を生かした消費者への情報提供】

消費者教育推進法第14条第2項では、「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に努めるものとする。」とされています。

事業者がお客様相談室などを設け、そこで直接的、間接的に消費者の声を聴き、その声を事業者自らの顧客満足度の向上にいかすことは、事業者の活動として今や必須であると考えられます。さらに、その声をいかし、消費者が公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画できるような、情報提供や商品やサービスの開発、提供が期待されます。このように、消費者教育に取り組むことは、事業者の社会的責任（CSR）の観点からも有意義です。

【従業員への消費関連情報提供】

消費者教育推進法第14条第3項では、「事業者は、その従業員に対し、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。」とされています。

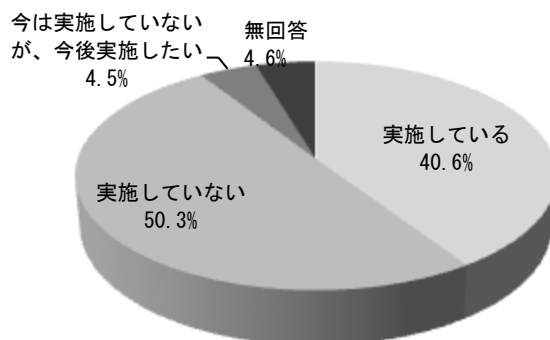
従業員については、特に、初めて社会に出て経済的に自立し、自己の責任において消費生活を実現する新入社員等については、自ら合理的に判断し消費者として行動することが求められます。しかしながら、時代が変化する中で、学校教育の中で得た知識と、社会に出てから必要となる知識は必ずしも一致しないことがあります。

また、社会に出てからの学びの場は少ないことから、新入社員向けに契約のルールや生活設計・管理に係る社会人としての基礎知識や食生活向上のための知識、あるいは、中高年層向けに定年退職後の生活設計情報や注意すべき消費者トラブル事例情報などの提供の場が必要です。

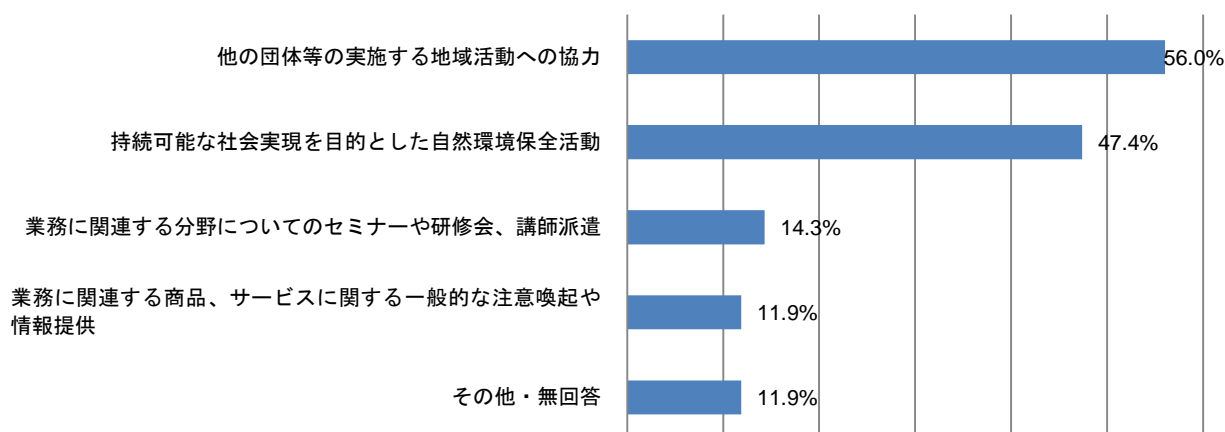
さらに、消費者市民社会の構築に向け、事業の形態や、事業分野、その事業者の事情、特性に応じ、従業員へ環境保護活動への参加を促すなど、消費者市民社会を形成する消費者を育成するという観点から消費者教育を行うことも大切です。

県内事業所においては、既に自然環境保全活動等の社会貢献活動に取り組んでいる事業所もありますが、今後は、消費者教育のニーズの把握に努めるとともに、モデルケースを発掘し、各事業者の実態に適した消費者教育の方法や人材について情報提供をすることで、消費者教育への取り組みを支援していきます。

〈図表18〉 社会貢献活動を実施していますか(回答数1100)



〈図表19〉 どのような活動内容ですか(回答数446)



「岐阜県消費者教育に関する実態調査」 県内事業者対象 (平成 25 年度)

〈具体的取組内容〉

ニーズ把握とモデルケースの発掘

各事業者等に適した教育方法や人材についての情報提供

3 教育人材の育成・活用

学校の教職員には、消費者教育の推進役としての役割が期待されることであり、その指導力の向上を図ることが求められます。また、県民生活相談センターをはじめとする、消費生活センターでは専門的な知識や経験を有する消費生活相談員が相談に応じていることから、消費者教育の担い手となることは大変有効です。

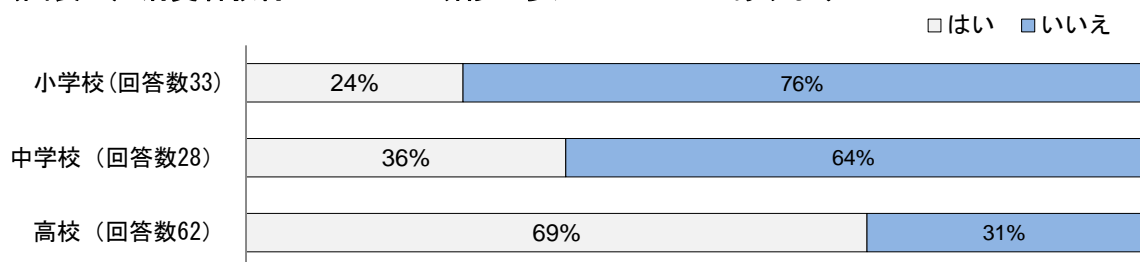
さらに、県内全域で消費者教育の機会を提供するためには、新たな教育人材の育成が不可欠であることから、大学や職域、地域で教育できる人材を育成していく必要があります。

【教員を対象とした研修、教材開発】

平成25年5月から6月にかけて、学校での消費者教育の実施状況と教員の研修機会等について把握することを目的として、小、中学校、高校の家庭科（技術・家庭科）教員に対しアンケートを実施しました。（小中学校教育研究会小学校家庭科部会、中学校技術・家庭科部会、高等学校教育研究会家庭部会による協力）

その結果、教員が消費者教育に関係する研修に参加する機会は限られていることが分かりました。また、研修に参加できない理由についてみると、多くが「時間が確保できない」という理由でしたが、次いで「研修の情報がない」との理由でした。

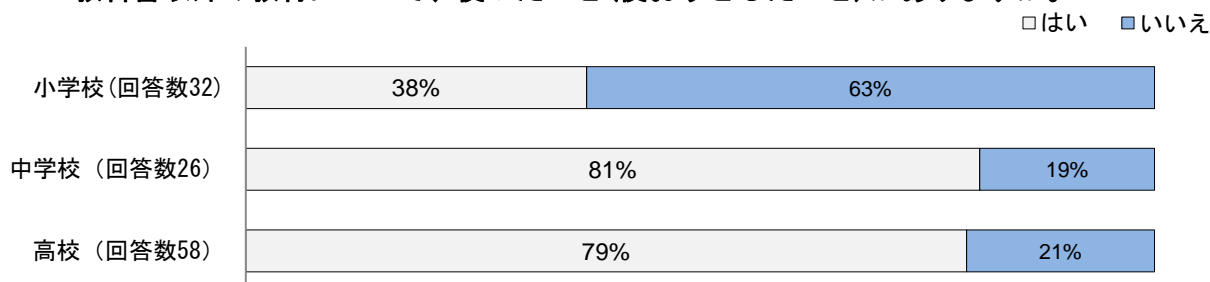
〈図表20〉消費者教育についての研修に参加したことがありますか



また、このアンケートでは、消費者教育に関する授業において、多くの教員が教科書以外の教材を活用していることが分かりました。消費者教育関係のDVDを使用したり、専門家を講師として招くなどして、できる限り多くの情報を子どもたちに学ばせる工夫も行われています。

〈図表21〉

教科書以外の教材について、使ったこと（使おうとしたこと）がありますか。



今後は、各地域で取り組まれている優れた実践事例についての情報を収集し、家庭科、社会科等の関係教員へ情報誌などの形で情報提供するとともに、教育研究会等の教員が集まりやすい機会を利用して、消費者教育の専門家を派遣する等の研究支援を行うことにより、教員に対する研修機会を提供していきます。

また、消費者教育の専門家や教員の意見を取り入れながら、教科書以外の副教材を作成、充実させることで、消費者教育が学校現場で効果的に実施されるよう支援します。

〈具体的取組内容〉

- 優れた実践事例等を関係教員へ情報提供
- 教育研究会等への専門家派遣による研究支援
- 学校現場で使える副教材の作成、充実

【消費者教育拠点としてのセンター機能の充実】

県民生活相談センターには、消費生活相談に関する専門的な資格（消費生活専門相談員資格等）を持った相談員が多くおり、これまでも、相談員としての経験を活かして、数多くの出前講座の講師を務めてきました。

県民生活相談センターで実施する消費生活出前講座は、年間80件以上（月平均7～8件）の実績があり、うち35%を県が委嘱する消費者啓発推進員が寸劇による講座で担当しています（平成24年度実績）。このように、県民生活相談センターは消費生活相談の窓口としてだけでなく、相談員、消費者啓発推進員による「届ける」タイプの消費者教育の拠点としても機能しています。

しかし、誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けることができる機会を提供するためには、地域に根差した教育人材をさらに育成し、県内全域を網羅できるような教育体制を整備する必要があります。

そこで県では、県及び市町村の相談員、相談窓口担当職員に対しては、伝えるだけでなく、教えるノウハウも身につけられるよう、消費者教育実践マニュアルを作成するとともに、「消費者教育人材育成研修」等を開催していきます。

また、消費者啓発推進員については、相談員経験者等からの新たな人材の発掘と教育スキルの向上を図っていきます。

さらに、消費者団体、事業者団体、事業者等においては、担当職員等がそれぞれの所属において消費者教育の推進役となれるよう、「頼れる消費者先生」（仮称）を養成していきます。

<具体的取組内容>

消費者教育実践マニュアルの作成

相談員等を対象とした「消費者教育人材育成研修」の実施

相談員経験者等の教育人材発掘と教育スキルの向上

「頼れる消費者先生」（仮称）の養成

4 教育教材等の作成・活用

県では、これまで学校用副教材の作成のほか、啓発冊子やパンフレット等の広報媒体を作成し、消費者の年齢等の特性に応じた啓発を行ってきました。

今後は、「消費者教育」の必要性に対する県民の理解を深めていく取り組みを行っていくとともに、消費者教育の担い手のすそ野を広げるための取り組みを行っていくことが必要です。

また、消費者市民社会の形成のためには、消費者一人一人が豊かな消費生活の実現に向けて、主体的に消費生活に関する正確な知識や確かな判断力を身に付けていくという「消費者学習」が必要です。

そこで、県では、誰もが活用できる、各ライフステージや場に応じた内容の教材作成と活用を進めることで、県民の消費者学習の取り組みを支援していきます。

さらに、県の作成する教材だけでは限界があることから、誰もが使いやすい教材を選ぶことができるよう、国が提供する「消費者教育ポータルサイト」も併せて周知していきます。

<具体的取組内容>

■消費者教育普及啓発パンフレットの作成

消費者教育の必要性についての理解を深める啓発パンフレット「消費者教育って？」(仮称)の作成

■消費者教育実践マニュアルの作成

法律の基礎知識、講座の組み立て、対象者別の講座展開例等を記載した「消費者教育実践マニュアル」の作成

■各ライフステージや場に応じた内容の教材の作成・活用

【親子で学べる教材の作成等】

紙芝居やワークシートで学ぶ教育教材の作成

幼児期から金銭感覚を養う、買い物体験やお金クイズ等の教材の作成

【学校現場で使える副教材の作成、充実、活用】

小中学校向け副読本「知ってクBOOK」の活用

現在の高校生向け副読本の内容に消費者市民社会の形成等、新たな視点を加えて改訂

【大学・専門学校等向け】

大学や専門学校が消費者教育に取り組む際の参考とするため、入学時ガイダンスや教職員研修向けの教材を作成

【事業者等向け】

事業者等が消費者教育に取り組む際の参考とするため、消費者教育担当者向け、新入社員研修向けの教材を作成

5 多様な教育の担い手との連携

消費者教育推進法では、国や地方公共団体の責務等について規定しているだけでなく、消費者教育の様々な担い手、消費者団体、事業者・事業者団体の努力についても定めています。同様に、この計画では、県として取り組むべき教育内容を示しているだけでなく、幅広い消費者教育の担い手との連携により推進していく内容について示しています。

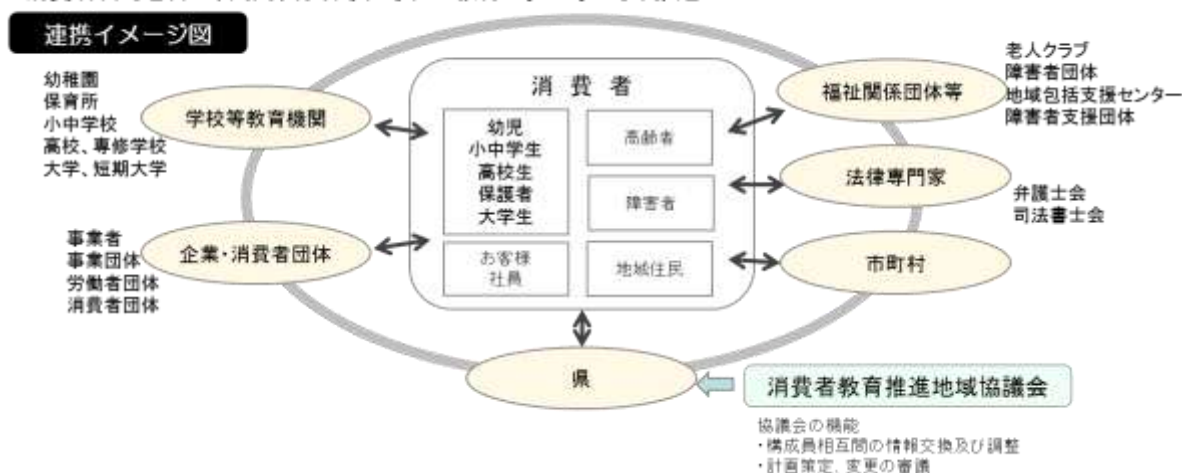
また、地域には、これまで自らの活動が消費者教育の活動であることを自覚せずに実践している担い手があり、限られた時間、資源において効率的・効果的に消費者教育を推進するには、こうした各主体が情報を共有し、自らが行う取り組みの位置付けの理解を進めながら相互の連携・協働を図っていくことが必要です。

県では、消費者団体や事業者・事業者団体等の自主性を尊重しつつ、それぞれの取り組みを支援し、協力関係を築きながら、相互の連携により情報共有を図っていきます。

行政、民間、消費者自身も含め、幅広い教育の担い手それぞれが連携することで、県民の誰もが、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や学び合う機会を提供していきます。

〈図表22〉

～ 消費者自身を含め、民間、行政それぞれが教育の担い手となり推進 ～



【各主体が取り組むべき内容】

■学校等教育関係機関

- (幼、小、中、高)
- ・学習指導要領に基づく教育の充実
 - ・部会等での研究活動、教材の作成(大学、専門学校等)
 - ・学生を対象とした消費者教育
 - ・学生相談担当の教職員等を対象とした教育

■消費者団体

- ・地域での消費者教育の実施(特に行政サービスが届きにくい対象者や地域)
- ・学校や事業者、NPO等との連携による消費者教育
- ・地域の消費者教育人材の育成
- ・啓発資料や教育資料の作成

■企業・事業団体

- ・お客様への製品やサービスに関する情報提供
- ・消費者にとって有益な情報の提供
- ・従業員に対する教育
- ・CSR活動を通じての社会貢献(学校や消費者団体等との連携)

■福祉関係団体等(高齢者、障害者)

- (高齢者)
- ・地域の会合等の場を利用した教育
 - ・家族や見守り活動をする人への教育(障害者)
 - ・障害者関係施設での講座等の開催
 - ・家族や支援団体関係者への教育

■法律専門家

- ・学校や地域への講師派遣
- ・市町村や団体等が作成する啓発資料についての法的助言
- ・市町村、団体等が実施する法律相談会への協力

■市町村

- ・消費者教育推進地域協議会の設置、消費者教育推進計画の策定
- ・地域での講習会の開催や場の提供
- ・学校や高齢者の会合等への出前講座の実施

第6章 他の消費者施策等との連携

1 他の消費生活に関連する教育との連携

消費者教育推進法第3条第7項では、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を図ることを求めています。これらの消費生活に関連する教育の目的、内容や対象範囲は、それぞれ異なるものですが、消費者の自立を支援し、また、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消費者教育と重なる部分も少なくありません。

県では、食育（保健医療課、教育委員会スポーツ健康課）、食農教育（農産物流通課）、ぎふクリーン農業（農産園芸課）、環境教育（環境生活政策課）といった庁内関係課、さらに、国際理解教育（県国際交流センター）、金融教育（岐阜県金融広報委員会）といった関係団体の実施する消費者教育について現状を把握し、それぞれの役割分担を明確にしながら、連携して効果的に消費者教育を推進します。

2 他の関連する消費者施策との連携

【消費者の安全・安心の確保等】

消費者施策の中で、消費者の安全・安心の確保は最も基本的な事項であり、県では、事業者が安全性に欠ける商品の提供や不当な表示をすることがないように、また、消費者に商品やサービスの選択を誤らせるような取引方法を用いることがないように、岐阜県消費生活条例等に基づき指導を行っています。

このような施策や法制度の実効性を確保するためには、それらの意義・内容を理解し活用できる消費者の育成が不可欠です。その点に留意して、消費者教育を実施していきます。

【消費者意見の反映・透明性確保】

県では、毎年、岐阜県消費者施策推進指針を策定しており、これに県民の意見を反映させるため、県民意見募集（パブリック・コメント）を行っています。

消費者市民社会の構築に向け、消費者自身がこうした機会に積極的に意見を出すことの重要性についても普及、啓発に留意していくこととします。

【苦情処理・紛争解決の促進】

県では、消費者被害等の適切かつ迅速な救済のため、消費者と事業者との当事者間での自主交渉が円滑に進むよう、消費生活相談の窓口体制の充実・強化を進めています。また、解決が困難な事例への対応のため、学識経験者等からなる岐阜県苦情処理委員会を設置しています。

被害に遭わない消費者の育成も消費者教育の大きな目標ですが、消費者が被害に遭った場合に、その解決に向けて自ら行動することができる消費者の育成も必要です。消費者教育を実施していく中で、受身ではなく、状況に応じて相談機関を活用するなど積極的な行動をとることができる消費者の育成に留意していくこととします。

第7章 計画の推進体制と検証

1 推進体制

県民の消費生活の安定及び向上を図るための重要な事項を調査審議する「岐阜県消費生活安定審議会」（岐阜県消費生活条例第30条）を、消費者教育推進法第20条に定める「消費者教育推進地域協議会」として位置付け、情報交換と調整を行うとともに、計画の策定や修正について協議します。

また、県他部局（県教育委員会、県警本部等）、県内消費者団体、大学、事業者等との連携により、効果的な推進に努めます。

さらに、市町村の消費者教育推進計画の策定状況、推進状況を把握しながら、県民一人一人に対して隙間なく消費者教育の機会を提供できるよう、市町村の取り組みを支援し、連携して取り組んでいきます。

2 計画の検証

県や市町村だけでなく、県内消費者団体、事業者・事業者団体等が地域で展開している様々な消費者教育の取り組み状況について、毎年、「岐阜県消費生活安定審議会」（岐阜県消費者教育推進地域協議会）において報告します。また、それらの取り組みについては、この計画の体系への位置づけを確認しながら、充実が必要な部分については、連携の在り方について検討するとともに今後の施策に反映させていきます。

消費者教育 県の取り組み状況一覧 (消費者教育が育むべき力の領域別)

| 計画第3章1の各領域 | 事業名 | 内容(対象や目的などの概要) | 担当課 |
|-----------------------------|---------------------------|---|-----------------------------|
| ①消費が社会に与える影響を考慮し適切な選択ができる力 | 東海三県一市グリーン購入キャンペーン | 東海三県一市の広域連携により、環境にやさしい買い物についての普及啓発 | 廃棄物対策課 |
| | 米粉活用促進事業 | 大規模集客施設等での米粉フェアの開催 | 農産園芸課 |
| ②商品等やサービスの安全性を確認し危険を回避できる力 | 健康食品情報受信・相談応需事業 | ・健康食品県民講座の開催 ・一般県民向け健康食品の使用に関する啓発パンフレットの作成 | 薬務水道課 |
| | 医薬品等安全使用対策事業 | 医薬品等の適正使用に関する講習会(薬の安全使用教室)を実施し、医薬品等に関する正しい知識を普及 | 薬務水道課 |
| | 食品安全総合対策(リスクコミュニケーション推進費) | 県民ニーズに合わせたリスクコミュニケーション事業 | 生活衛生課 |
| | 清流を守るぎふクリーン農業等総合推進事業 | 消費者を対象とした食農教育(ぎふクリーン農業の紹介) | 農産園芸課 |
| ③健全な家計運営ができ、消費トラブルを回避し対処する力 | 高齢者が安心して暮らせる出前講座・訪問事業 | ・老人クラブ等を対象に出前講座を実施 ・老人クラブ未加入世帯等を対象に啓発リーフレットを配布 | 環境生活政策課(地域安全室) |
| | 消費者教育支援事業 | 学校における消費者教育の資料として活用できる副読本を作成 | 県民生活相談センター |
| | 消費者被害未然防止啓発事業費 | 消費者被害の未然防止を目的に、新聞広告、映画CM、イベント等を実施 | 県民生活相談センター |
| | 高齢者等を取り巻く消費者トラブル対策事業費 | 高齢者向け啓発カレンダー見守りリーフレットを印刷し、配布 | 県民生活相談センター |
| | 消費者問題未然防止事業 | 消費者被害の未然防止を目的に、出前講座の実施、消費者啓発推進員の資質向上研修を実施 | 県民生活相談センター |
| | 宅地建物取引業指導監督事業 | 消費者向けの不動産取引の手引きの購入・配布 | 建築指導課 |
| | 犯罪のないまちづくり対策事 | 振り込め詐欺等犯罪被害防止広報用チラシの印刷 | 生活安全総務課(警察本部) |
| | 悪質商法被害防止用リーフレット | 悪質商法被害防止の啓発用リーフレットの作成、印刷 | 生活環境課(警察本部) |
| ④様々な情報を読み解く力と活用できる力 | 健康増進法に基づく栄養表示基準等の指導 | 消費者対象の栄養表示講習会等の開催 | 保健医療課 |
| ⑤①～④全領域に関わる内容 | 消費者団体等活動支援補助金 | 消費者団体活性化を目的として、団体の行う事業に対して補助 | 県民生活相談センター |
| | 消費者教育スモールステージ開催事業 | 小・中学校の児童生徒や保護者・地域住民を対象として、消費者教育啓発ステージや、企業・団体による出前講座等を内容とする行事を開催 | 学校支援課 社会教育文化課 (教育委員会) |
| | 消費者教育に関する家庭教育学級開催の支援 | 保護者を対象とした家庭教育学級で、小・中学生の消費者教育学習会を併せて開催する等、家庭における消費者教育推進の支援 | 社会教育文化課 (教育委員会) |

| 各期の特徴 | 成人期 | | | | | |
|-------|------------------|------------------------|---|---|--|--------------------------------------|
| | 特に関心 | 成人一般 | 特に関心 | 特に関心 | | |
| 重点領域 | 消費者市民社会の構築 | 消費がもつ影響力の理解 | 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に、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活用する市民社会構築に活かす時期 | |
| | | 持続可能な消費の実践 | 生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考へる価値を身に付けよう | 持続可能な社会を目指す。ライフスタイルを実践しよう | 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考へる大切さを伝えよう |
| | | 消費者の参画・協働 | 持続可能な社会を目指す。ライフスタイルを確立しよう | 消費者問題その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 | 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 | 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 |
| | 商品の安全 | 商品安全の理解と危険を回避する能力 | 安全で危険の少ない商品を選ぶ価値を付けよう | 安全で危険の少ない商品を選ぶ価値を付けよう | 安全で危険の少ない商品の大切さを伝えよう | 安全で危険の少ない商品の大切さを伝えよう |
| | | トラブル対応能力 | トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する価値を付けよう | トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用し、正しい社会をつくらう | トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用し、正しい社会をつくらう | 安全でないか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 | 契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する価値を付けよう | 契約とそのルールを理解し、よく確認して契約する価値を付けよう | 契約とそのルールを理解し、くらしに活かそう | 契約トラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝えよう |
| | 生活の管理と契約 | 生活を設計・管理する能力 | 生活を見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を実践しよう | 生活を見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を実践しよう | 経済社会の変化に対応し、生活を豊かにした計画的な暮らしをしよう | 生活環境の変化に対応し、安全でないから生活を豊かにしよう |
| | | 情報の収集・処理・発信能力 | 情報と情報技術を活用し、価値を身に付けよう | 情報と情報技術を活用し、価値を身に付けよう | 情報と情報技術を活用し、価値を身に付けよう | 安全でないから情報と情報技術を活用し、価値を身に付けよう |
| | | 情報社会のルールや情報モラルの理解 | 情報社会のルールや情報モラルを守る価値を付けよう | 情報社会のルールや情報モラルを守る価値を付けよう | 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 | 安全でないから、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 | 消費生活情報を主体的に吟味する価値を付けよう | 消費生活情報を主体的に吟味する価値を付けよう | 消費生活情報を主体的に吟味する価値を付けよう | 消費生活情報を主体的に吟味する価値を付けよう | 安全でないか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、理解を深めやすいう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。

岐阜県消費者教育推進計画（平成26年度～平成30年度）

平成26年3月発行

《発行者》

岐阜県環境生活部県民生活相談センター

岐阜県岐阜市藪田南5-14-53 ふれあい福寿会館1棟5階

電話 058-272-8204