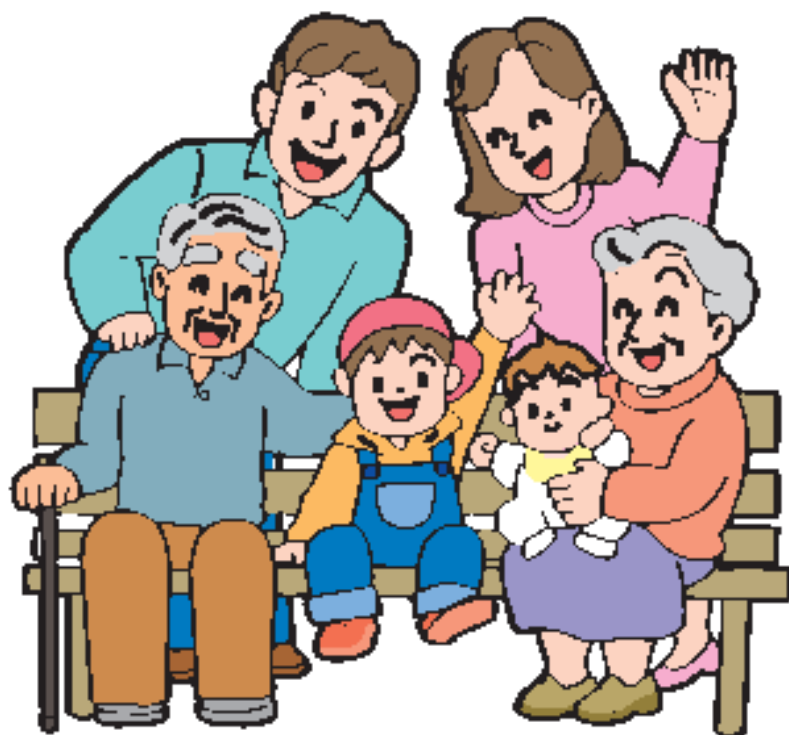


# 熊本県消費者教育推進計画

平成27年度～平成32年度(2020年)

～消費者が社会をつくる～



平成 27 年 2 月  
熊本県

<b>第1章 計画の基本的な考え方</b> ・・・・・・・・・・・・・・・・	<b>1</b>
1 計画策定の趣旨・・・・・・・・・・・・・・・・	1
(1) 背景・・・・・・・・・・・・・・・・	1
(2) 今、求められる消費者教育とは・・・・・・・・	1
(3) 消費者教育推進計画の策定・・・・・・・・	2
2 計画の位置付け・・・・・・・・・・・・・・・・	2
3 計画の期間・・・・・・・・・・・・・・・・	2
<b>第2章 消費者教育に関する現状と課題</b> ・・・・・・・・	<b>4</b>
1 消費者を取り巻く現状・・・・・・・・・・・・・・・・	4
2 消費者教育の現状・・・・・・・・・・・・・・・・	7
(1) 消費者教育の実施状況・・・・・・・・	7
(2) 県民等へのアンケート調査の結果	9
3 消費者教育の問題点と課題・・・・・・・・	12
(1) 問題点・・・・・・・・・・・・・・・・	12
(2) 課題・・・・・・・・・・・・・・・・	13
<b>第3章 計画の目標と取組</b> ・・・・・・・・・・・・・・・・	<b>14</b>
1 計画の目標・・・・・・・・・・・・・・・・	14
2 具体的な取組・・・・・・・・・・・・・・・・	16
《基本的な方針1 ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進》	16
(1) 学校等における消費者教育（高校生以下）の推進	16
(2) 大学、職域、地域等における消費者教育（成人期）の推進	21
《基本的な方針2 効果的な消費者教育のための取組の推進》	25
(1) 消費者教育を行う各実施主体との連携	25
(2) 消費者教育の担い手育成	26
(3) 情報の収集、提供及び取組状況調査	28
<b>第4章 計画の着実な推進に向けて</b> ・・・・・・・・	<b>29</b>
1 推進体制・・・・・・・・・・・・・・・・	29
2 検証等・・・・・・・・・・・・・・・・	29
消費者教育の推進に関する施策・事業一覧	30
<b>付属編</b>	
1 用語解説・・・・・・・・・・・・・・・・	33
※ 用語の解説については、各用語の後ろに（※マーク）と 番号を記載し、P.33～34 にまとめています。	
2 地域における消費者教育の実施状況に関するアンケート調査	35
3 消費者生活相談員、法律家に対する消費者教育に関するアンケート調査	39
4 消費者教育の推進に関する法律	45
5 熊本県消費者教育推進地域協議会	50

# 第1章 計画の基本的な考え方

## 1 計画策定の趣旨

### (1) 背景

消費者問題の複雑化・多様化・深刻化

高度情報化、高齢化等の進展によって、消費者を取り巻く環境は急激に変化しています。県の消費生活センター(※1)に寄せられる相談件数は年間6,000件を超え、インターネットを利用した詐欺や高齢者を狙った悪質商法など、手口の悪質化・巧妙化が進んでいます。

また、多重債務(※2)に関連する相談も依然として多く、食に関する事件・事故や製品の危害事故など、私たちの生活に身近な消費者問題は複雑化・多様化・深刻化しています。

(※はP.33~34の「用語解説」参照、以下同様)

消費者に求められる公共的利益への配慮

私たちの住む熊本は、豊富な地下水を始め豊かな自然環境に恵まれています。

例えば、地下水は、農業とともに育まれています。この「熊本の宝」を次世代に引き継いでいくためには、「地下水と土を育む農業」で生産された農畜産物を優先的に購入するなどして、地下水保全の取組を応援することが求められます。

また、資源の浪費やごみを削減するため、買いすぎを避け、食品の食べ残しを無くすなど、一人ひとりが環境に配慮した消費活動を行うことが必要です。

このように、消費者には、個々人の消費活動が社会へもたらす影響の大きさを考え、個人的利益への関心だけでなく、他者や公共的利益にも配慮し、自ら社会を作っていくという資質が求められています。

### (2) 今、求められている消費者教育とは

知識の修得と実践的な能力の育成

平成24年12月に「消費者教育の推進に関する法律」(以下「推進法」という。)が施行されました。そこには、意思決定・資源管理・市民参加を主な概念とする消費者教育(※3)を進めていくうえでの基本理念や基本方針などが示されています。

これからの消費者教育には、これまでの悪質商法の注意喚起や、トラブルの対処方法など啓発中心としたものにとどまらず、消費生活が安心、安全に送れるために必要不可欠な消費生活上の知識を自ら身に付け、適切な行動に結び付けることができる実践的な能力を育むことが求められています。

#### 消費者市民社会の形成に参画

また、推進法では、社会の一員としてよりよい社会の発展のために積極的に関与する消費者によって形成される社会、「消費者市民社会」(※4)という考え方が新たに盛り込まれました。

「消費者市民社会」とは、消費者一人ひとりが、自分だけでなく周りの人々や、次の世代にわたって、内外の社会経済情勢や地球環境にまで思いを馳せて生活し、持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会を意味しています。

### (3) 消費者教育推進計画の策定

これらを踏まえ、本県では、消費生活に関する知識を得て、自ら考え意思決定ができ、それに基づき適切な行動ができる実践的な能力を身に付け、自立した消費者を育成していくため、この「熊本県消費者教育推進計画」を策定します。そして、施策を体系的に推進することにより、県民の幸福量の増加につなげていきます。

## 2 計画の位置付け

この計画は、熊本県消費生活条例(以下「条例」という。)に基づき策定した「第2次熊本県消費者施策の推進に関する基本計画」(※5)(以下「第2次基本計画」という。)及び推進法に基づく「消費者教育の推進に関する基本的な方針」(※6)(以下「国の基本方針」という。)を踏まえ策定するものです。

## 3 計画の期間

計画の期間は、平成27年度から平成32年度(2020年)までの6年間とします。

なお、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。

(参考：国の基本方針における消費者教育で育むべき力)

消費者教育の範囲は幅広く、生活のあらゆる領域に関わっています。国の基本方針では、それらを4つに分類し、それぞれの領域で育むべき力を提示しています。

また、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なければならないとしています。

[消費者教育で育むべき力]

① 消費者市民社会を構築する力

- 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、消費生活問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を確保する力

- 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な行動がとれる力

③ 生活の管理と適切な契約をする力

- 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、多重債務に陥らないよう自らの生活の管理と健全な家計運営ができる力
- 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、トラブルの回避や補償、改善、再発防止を求めて適切な行動がとれる力

④ 情報とメディアを活用する力

- 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得る力
- 情報、メディアを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、さまざまな情報を読み解く力を身に付け、活用できる力

## 第2章 消費者教育に関する現状と課題

### 1 消費者を取り巻く現状

平成25年度に県内の消費生活センター・相談窓口に寄せられた相談件数は、県受付分6,217件、市町村受付分12,731件、合わせて18,948件となり、前々年度の15,130件、前年度の17,116件に比べ、増加傾向にあります。県に寄せられた相談内容等の状況は、以下のとおりとなっています。

#### ① 相談の複雑化・多様化

相談の内訳をみると、「放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求等）」と「融資サービス（多重債務等）」の2つで全体の4分の1近くを占めています。特に高度情報化社会の進展を反映し、放送・コンテンツ等に係る相談の比率が高く、平成23年度から25年度にかけて最も多くなっています。

また、新たに、健康食品の送り付け商法に関する相談の増加や、劇場型の投資詐欺的商法やワンクリック請求の多発など相談の複雑化・多様化がみられます。（表1参照）

[表1] 相談の多い商品・役務（サービス）

（単位：件、％）

順位	商品・役務（サービス）名	H23年度		H24年度		H25年度	
		件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
1	放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求等）	1,037	16.2	961	15.0	876	14.1
2	融資サービス（多重債務等）	701	10.9	830	12.9	555	8.9
3	健康食品	106	1.7	227	3.5	335	5.4
4	商品一般	192	3.0	220	3.4	312	5.0
5	賃貸アパート・賃貸住宅	224	3.5	259	4.0	228	3.7
6	インターネット通信サービス	92	1.4	117	1.8	177	2.8
7	役務その他	167	2.6	180	2.8	163	2.6
8	自動車	142	2.2	156	2.4	137	2.2
9	新築・増改築工事	138	2.2	153	2.4	133	2.1
10	書籍・印刷物	131	2.0	95	1.5	101	1.6

#### ② 少年期を含む全年代で相談が存在

相談の対象となった契約当事者の年代をみると、年代ごとに件数や契約内

容に違いは見られるものの、未成年者も含め、全年代を通じ契約当事者が存在し、様々な相談が寄せられています。（表2参照）

[表2] 契約当事者の年代別の状況（平成25年度）（単位：件）

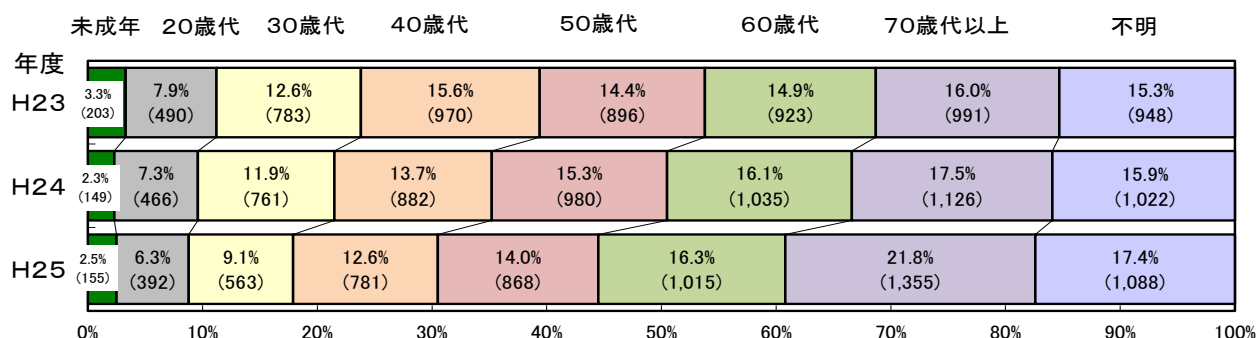
年代	未成年	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
総件数	146	390	558	774	864	1015	1351
1位	放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求）						健康食品
	96	63	104	182	199	104	215
2位	インターネット通信サービス、履物	融資サービス（多重債務等）					商品一般
		53	84	96	93	89	111
3位	各4	理美容	賃貸アパート・賃貸住宅		商品一般		書籍・印刷物
		37	34	44	34	61	55
4位	理美容、時計、かばん	賃貸アパート・賃貸住宅	自動車	インターネット通信サービス		健康食品	放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求）
		30	22	26	33	48	53
5位	各3	自動車、商品一般	新築・増改築工事	自動車、商品一般	賃貸アパート・賃貸住宅	インターネット通信サービス	融資サービス（多重債務等）
		各14	18	各23	30	37	38

### ③ 高齢者が契約当事者となる割合の増加

60歳代以上の高齢者が契約当事者となる相談件数は年々増加し、平成25年度の契約当事者に

占める60歳代以上の割合は、38.1%となっています。（図1参照）

[図1] 契約当事者の年齢別割合の推移



④ 多重債務問題の深刻化

多重債務に関連する相談件数は、依然として多くを占めています。(表3参照)

また、国が調査をした「平成25年中における自殺の状況」によると、自殺の原因として「経済・生活問題」が4,636件(全体の17.0%)と2番目に多くなっています。

さらに、熊本県警察本部が公表した「平成24年犯罪統計書」によると刑法犯の検挙件数5,384件のうち、「債務返済」を動機・原因とした件数は82件で、動機・原因の8位になっています。

[表3] 多重債務等融資サービスに関する相談の内訳 (単位：件、%)

区分	H23年度		H24年度		H25年度	
	件数	全件数中の構成比	件数	全件数中の構成比	件数	全件数中の構成比
多重債務	411	6.62	475	7.40	334	5.37
過払い	104	1.68	121	1.88	47	0.76
ヤミ金	117	1.89	136	2.12	99	1.59
その他	69	1.11	98	1.53	75	1.21
計	701	11.30	830	12.93	555	8.93



## 2 消費者教育の現状

### (1) 消費者教育の実施状況

県では、出前講座等による消費生活に関する知識の普及・情報の提供等の消費者教育を推進するとともに、学校や地域における取組を進めています。(表4参照)

幼児、児童及び生徒に対する消費者教育については、主に幼稚園、保育所及び学校において実施されています。

例えば小学校家庭科においては、物や金銭の大切さに気付き、計画的な使い方を考えることや、身近な物の選び方、買い方を考え、適切に購入できること等の教育を行っています。

また、中学校社会科(公民的分野)では、消費生活や流通に関する事例をもとに、経済活動における選択や、消費者の権利と自立等の教育を行っています。

さらに、高等学校家庭科では、生涯を見通した家計管理の在り方や不測の事態に備えた経済上のリスク管理、持続可能な消費等の教育を行っています。

その他、市町村の消費生活・福祉・社会教育担当部署、消費者団体、社会福祉団体、地域団体、PTA、事業者団体、大学等においても、消費者教育が実施されています。(図2参照)

[表4] 熊本県消費生活出前講座の概要

名称	対象	講座例
高齢者講座	①高齢者、老人クラブ等 ②行政、社会福祉協議会、民生・児童委員、ケアマネージャー、介護ヘルパー、その他高齢者福祉任意団体等	①高齢者を狙う悪質商法の手口と対策 ②激増する金融詐欺に騙されないためのポイント ③高齢者の被害救済と関係機関との連携 ④住まいの中の危険、高齢者に多い消費者事故を考える 等
		平成25年度 11件実施、795人受講
教育講座	①児童・生徒、大学生、専門学生等 ②学校等の教職員をはじめとする関係者、PTA等	①契約トラブルに遭わないための消費生活基礎知識 ②若者に多いインターネットトラブル等とその対処法 ③若者に多い消費者被害とその対処法 ④多重債務に陥らないための注意点と解決策
		平成25年度 22件実施、2,604人受講
一般講座	一般消費者の任意グループ、消費者団体、企業、自治会、女性団体、障がい者・福祉関連団体等	①悪質商法に騙されないための消費生活基礎知識 ②最近の事例から学ぶ悪質商法の手口とその対処法 ③多重債務に陥らないための注意点と解決策 ④日常生活に潜む身近な危険(食品・家電・住まい等)、未然防止の基礎知識 ⑤消費者事故に遭わないための暮らしにおける注意点 ⑥特定商取引法・割賦販売法の法令遵守の留意点(企業向け) ⑦景品表示法の概要 ⑧貸金業法とヤミ金 等
		平成25年度 22件実施、1,398人受講
計		平成25年度 55件実施、4,797人受講

[図2] 平成25年度の熊本県内における消費者教育の実施状況

(「地域における消費者教育の実施状況に関するアンケート調査」及び県の実施状況による)

授業・出前講座   講演会・シンポジウム   その他の教育   チラシ等の配布   広報・情報提供等   その他の啓発活動

[領域ごとの施策]

		高校生以下(幼児・小中高生)	特に若者(概ね30歳以下)	成人一般(概ね30歳～65歳)	特に高齢者(概ね65歳以上)等
消費者市民社会の構築	①消費がもつ影響力の理解 ②持続可能な消費の実践 ③消費者の参画・協働	環境行動推進事業・動く環境教室(県)			
		健康食生活・食育推進における普及啓発(県)			
		くまもとらしいエコライフ普及促進事業・学習会や省エネ活動への支援(県)			
		水銀フリー推進事業・水銀製品の適正管理や廃棄についての啓発(県)			
		PTA研修会(PTA)	エコライフ・省エネ講演会(消費者団体、企業、市町村)		
		国際理解教育・外国の生活や文化の理解のための県内在住留学生の学校への派遣(県)			
商品等の安全	④商品安全の理解と危険を回避する能力	消費者事故に遭わないための消費生活出前講座など(県)(※表4参照)			
		食の安全安心に関する出前講座・セミナー(消費者団体、県)			
		食品衛生に係る啓発指導(事業者団体、県)		安全講習(消費者・事業者向け)(企業、事業者団体)	
生活の管理と契約	⑤トラブル対応能力 ⑥選択し、契約することへの理解と考える態度 ⑦生活を設計・管理する能力	契約トラブルに遭わない消費生活出前講座など(県)(※表4参照)			
		緊急トラブル注意報(県)			
		トラブル対処法等被害防止講話(消費者団体、婦人会、民生委員協議会、大学、企業、社会福祉協議会、市町村、県)			
		防犯講習会(学校、地域、事業者等向け)(県)			
		金銭教育(消費者団体、金融機関、市町村)	ライフプランセミナー(消費者団体、市町村)	高齢者向け防犯講習会(老人クラブ、民生委員協議会、社会福祉協議会、市町村、県)	
未成年者法律教室(弁護士会、司法書士会)	女性セミナー(市町村)				
情報とメディア	⑧情報の収集・処理・発信能力 ⑨情報社会のルールや情報モラルの理解 ⑩消費生活情報に対する批判的思考力	情報教育活動の支援(県)			
		インターネットトラブル等とその対処法についての消費生活出前講座(県)(※表4参照)			

[全領域に共通した施策]

		高校生以下(幼児・小中高生)	特に若者(概ね30歳以下)	成人一般(概ね30歳～65歳)	特に高齢者(概ね65歳以上)等
[すべての領域] 消費者市民社会の構築 商品等の安全 生活の管理と契約 情報とメディア		学習指導要領に基づく教育活動(学校)	見守りネットワークの担い手への研修(民生委員協議会、社会福祉協議会、市町村)		
		学校における教育活動の支援(県)	消費者被害防止連絡協議会(市町村、県)		
			市町村担当者への啓発活動(市町村、県)		
			消費者月間記念講演会(消費者団体、市町村、県)		
			消費者月間における啓発活動(消費者団体、市町村、県)		
			熊日「くらしQ&A」による啓発(県)		

## (2) 県民等へのアンケート調査の結果

この計画を策定するに当たって、①「2013年県民生活に関する意識調査」②「地域における消費者教育の実施状況に関するアンケート調査」③「消費生活相談員、法律家に対する消費者教育に関するアンケート調査」を実施しました（②③の結果の詳細は巻末に掲載）。

### ① 「2013年県民生活に関する意識調査」結果（平成25年8月 熊本県企画課）

消費者教育が学習指導要領（※7）に採り入れられた平成元年以降に高校を卒業している20歳から29歳までの回答者のうち、「小学校から高校までの間に消費者教育を受けたことがある」と回答している人が38.5%にとどまっています。

また、「社会人になってから消費者教育を受けたことがある」との回答が、それぞれの年代で最大でも20%に満たないといった状況にあります。特に、60歳以降では、60歳代が1.0%、70歳代が7.6%と一桁台でしかありません。（図3参照）

一方、受けた教育内容では、「悪質商法の手口、トラブル事例、対処方法」といった悪質商法対策が75.2%と対症的なものとなっています。（図4参照）

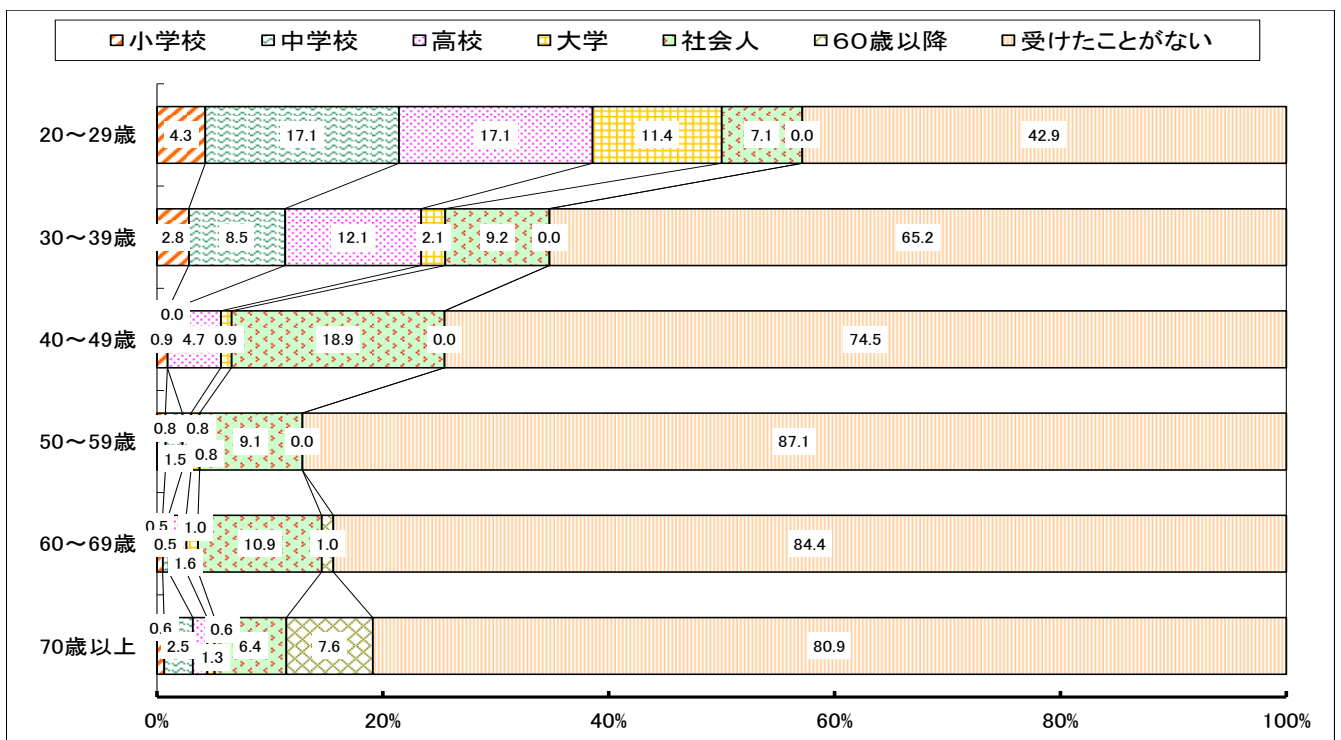
#### ◎ 2013年県民生活に関する意識調査

県企画課が個々の政策課題に関する県民の意識について毎年調査し、その後の政策立案等に必要な基礎資料としているもの。

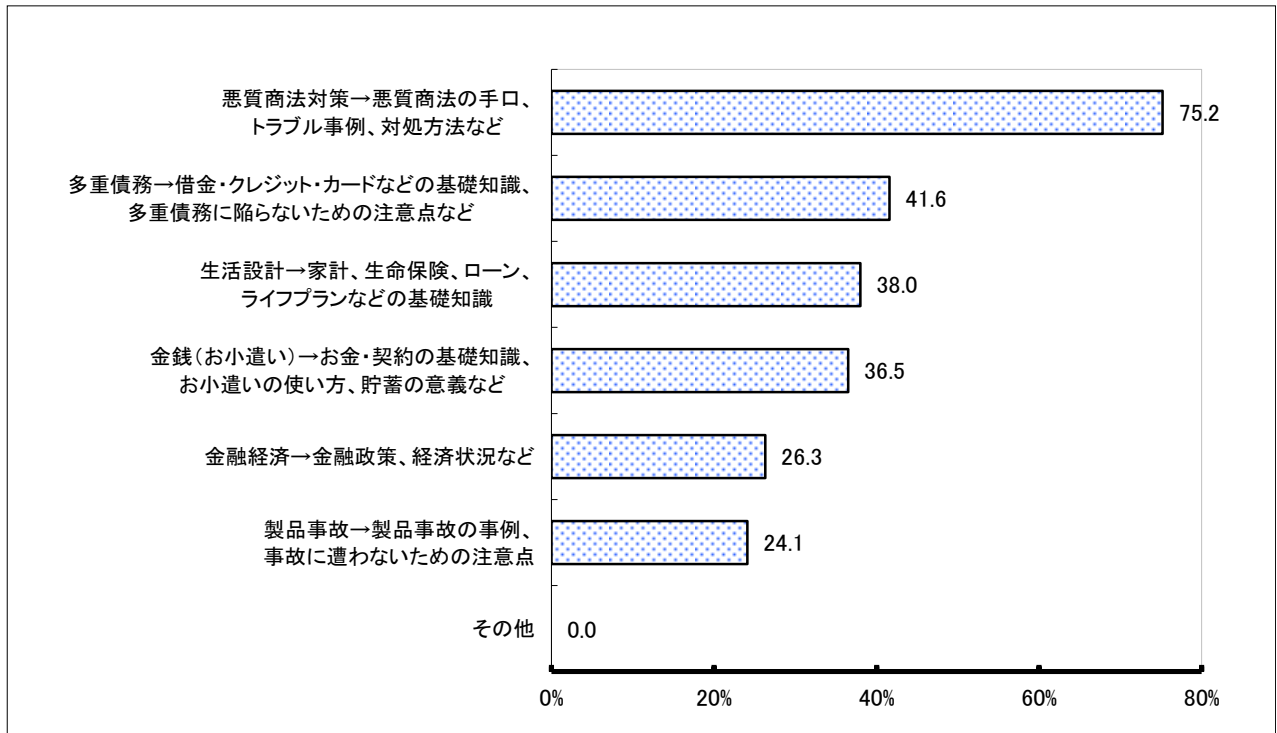
調査対象者等は、県内在住の満20歳以上の男女1,500名。

2013年実施分について、消費者教育に関する2項目を追加し、調査を実施。

〔図3〕 消費者教育を受けた時期（年代別）



[図4] 受けた消費者教育の内容



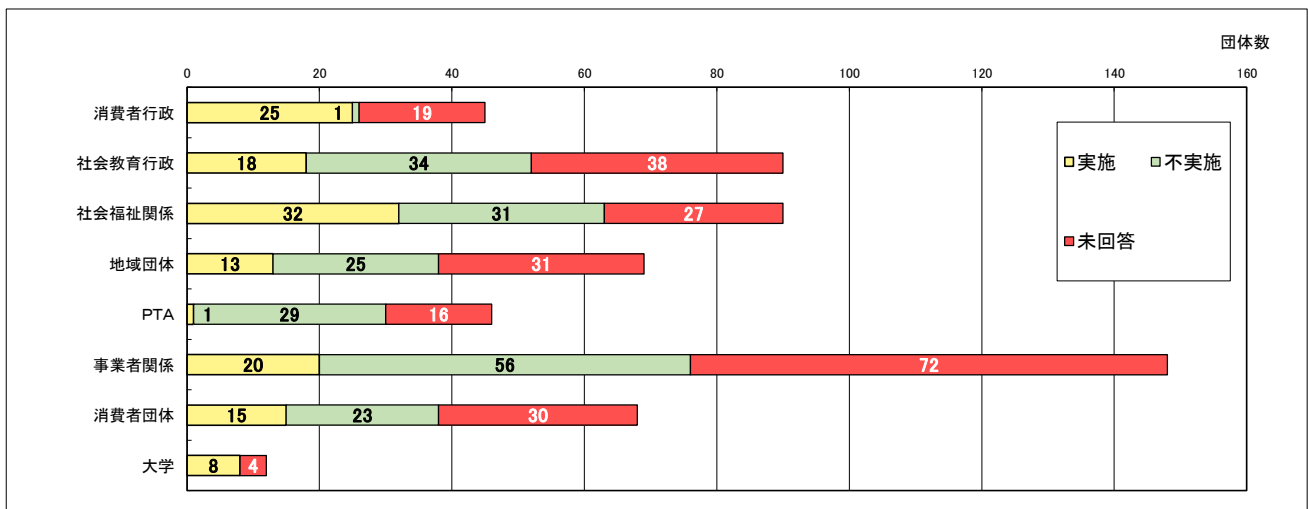
② 「地域における消費者教育の実施状況に関するアンケート調査」結果

(平成25年8月 熊本県消費生活課)

地域で社会的活動等を行っている団体のうち「消費者教育を実施している」と回答した団体が全体の20%程度にとどまっています。

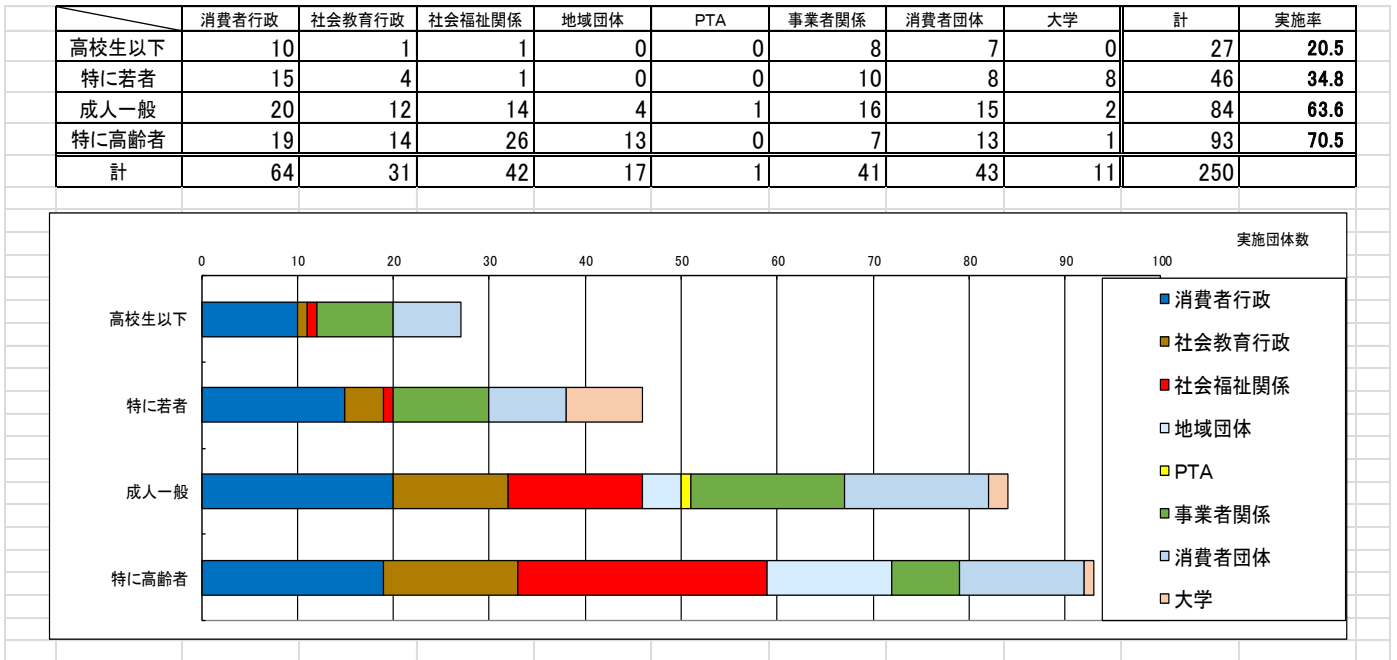
また、実施状況をライフステージごとにみると、「高校生以下」に対する消費者教育の実施率が20.5%、「特に若者」が34.8%となっている一方、「成人一般」が63.6%、「特に高齢者」が70.5%と、若年層が低い状況となっています。(図5、表5、図6参照)

[図5] 消費者教育の実施状況 (県内 568 団体対象)



[表5・図6] ライフステージごとの消費者教育の実施状況

(単位：団体数、%)



③ 「消費生活相談員、法律家に対する消費者教育に関するアンケート調査」結果

(平成 26 年 6 月 熊本県消費生活課)

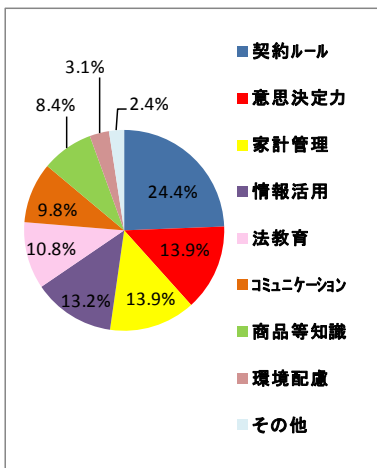
調査対象とした消費生活相談員、弁護士・司法書士からは、消費者教育が必要な内容として、契約のルール、意思決定力、家計管理能力が優先項目として挙げられています。

また、教育の開始時期については、基礎教育の重要性の観点から、小学生期、中学生期、幼児期を挙げる人が多く、これらを合わせると 86.3%に達しています。

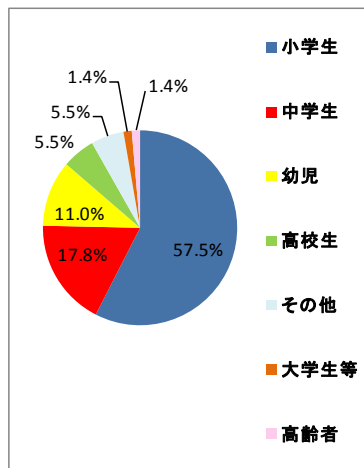
そして、消費者教育を推進する方法に関しては、学校教育の充実をトップに挙げており、次いで最新の情報提供等、次が各種専門家の派遣を挙げています。(図7参照)

[図7]

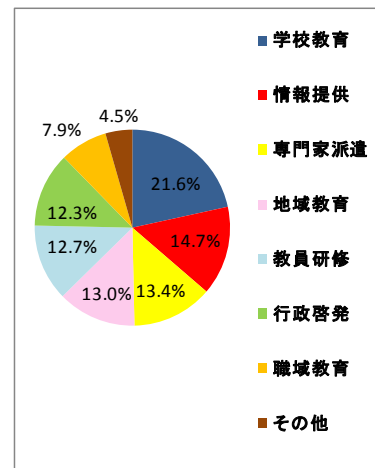
[消費者教育が必要な内容]



[消費者教育の開始時期]



[消費者教育を推進する方法]



### 3 消費者教育の問題点と課題

#### (1) 問題点

##### 消費者を取り巻く現状から

- ① 新たな悪質商法が次々に出現し、相談内容の複雑化・多様化が見られます。 ⇒ 課題①へ
- ② 高度情報化社会を反映し、全年代で携帯電話等によるインターネットトラブルの相談の比率が高くなっています。 ⇒ 課題②へ
- ③ 高齢者からの消費者トラブルの相談割合が高くなっています。 ⇒ 課題③へ
- ④ 多重債務に関する相談は、依然深刻な問題として存在しています。 ⇒ 課題④へ

##### 消費者教育の現状から

- ⑤ 消費者教育は悪質商法対策など対症療法的なものが中心となっています。 ⇒ 課題①へ
- ⑥ 基礎教育の重要性の観点から、少年期からの消費者教育をさらに充実することが求められています。 ⇒ 課題②へ
- ⑦ 地域団体における消費者教育の実施率は低く、関係団体との連携や各種専門家の派遣も求められています。 ⇒ 課題⑤へ
- ⑧ 消費者教育を推進する方法では、学校教育の充実のほか、教育の担い手による最新情報等の提供が重要と考えられています。 ⇒ 課題⑥へ

## (2) 課題

### 課題① 複雑化・多様化に対応できる実践的な教育の実施

消費者教育で学んだ知識を行動に移せるよう、実践的な教育を行うことが必要となっています。

### 課題② 少年期からの教育の実施

少年期から学校等において消費者教育をさらに充実し、基礎的な力を育むことが必要となっています。

### 課題③ 高齢者等見守りネットワークの構築

当事者のみならず、地域の見守りネットワークの構築や支援者に対する見守りの働きかけを行うとともに、被害の未然防止のための教育を行うことが必要となっています。

### 課題④ 多重債務の未然防止のための教育の実施

基礎教育の段階も含め、家計管理能力を高めていく観点からの金融経済教育も充実させることが必要となっています。

### 課題⑤ 関係団体や各種専門家との連携

消費者教育に関係する団体、各種専門家等と連携・協力しながら、推進を図ることが必要となっています。

### 課題⑥ 教育の担い手の育成

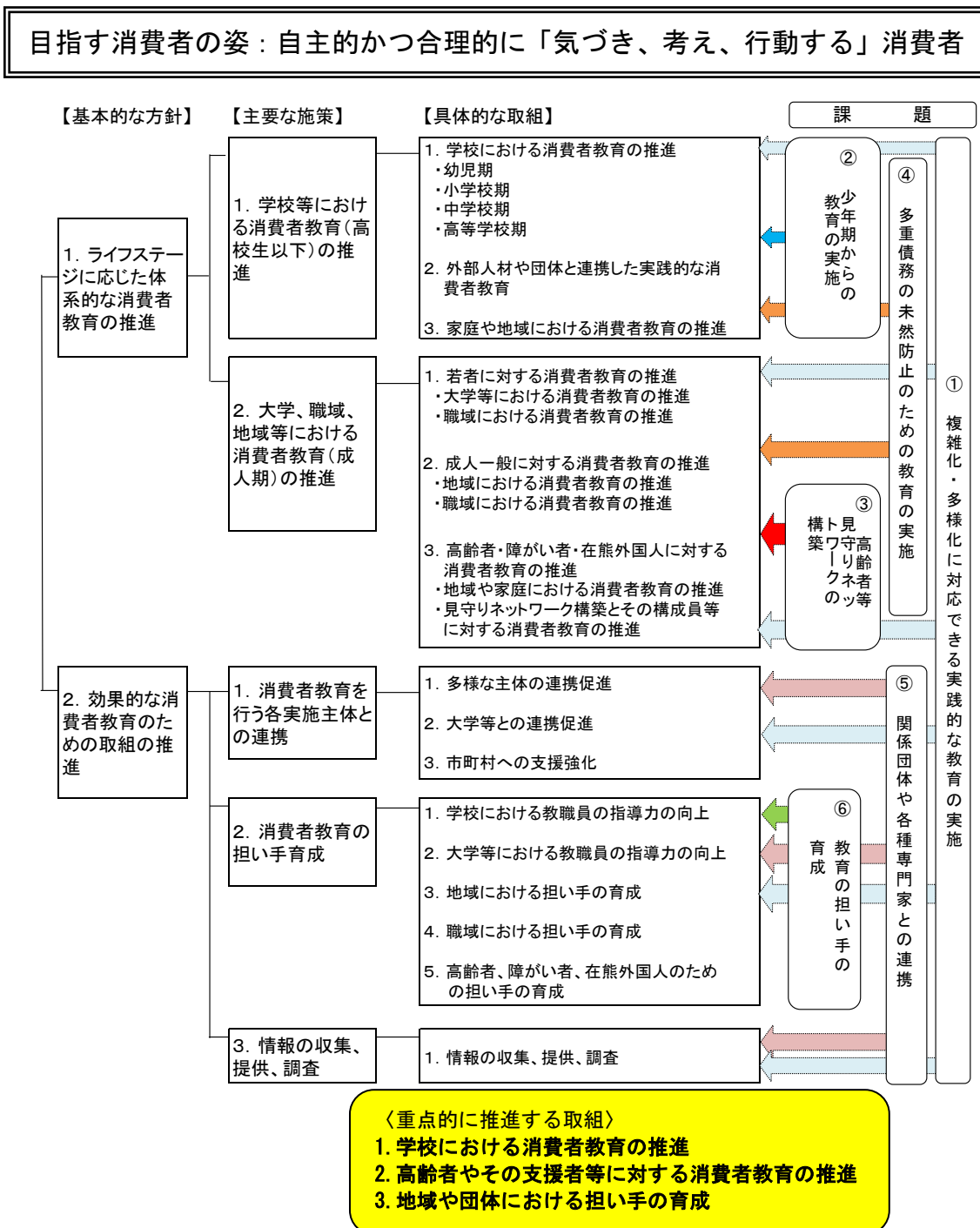
消費者教育を推進する担い手となる人材を育成することが必要となっています。

# 第3章 計画の目標と取組

## 1 計画の目標

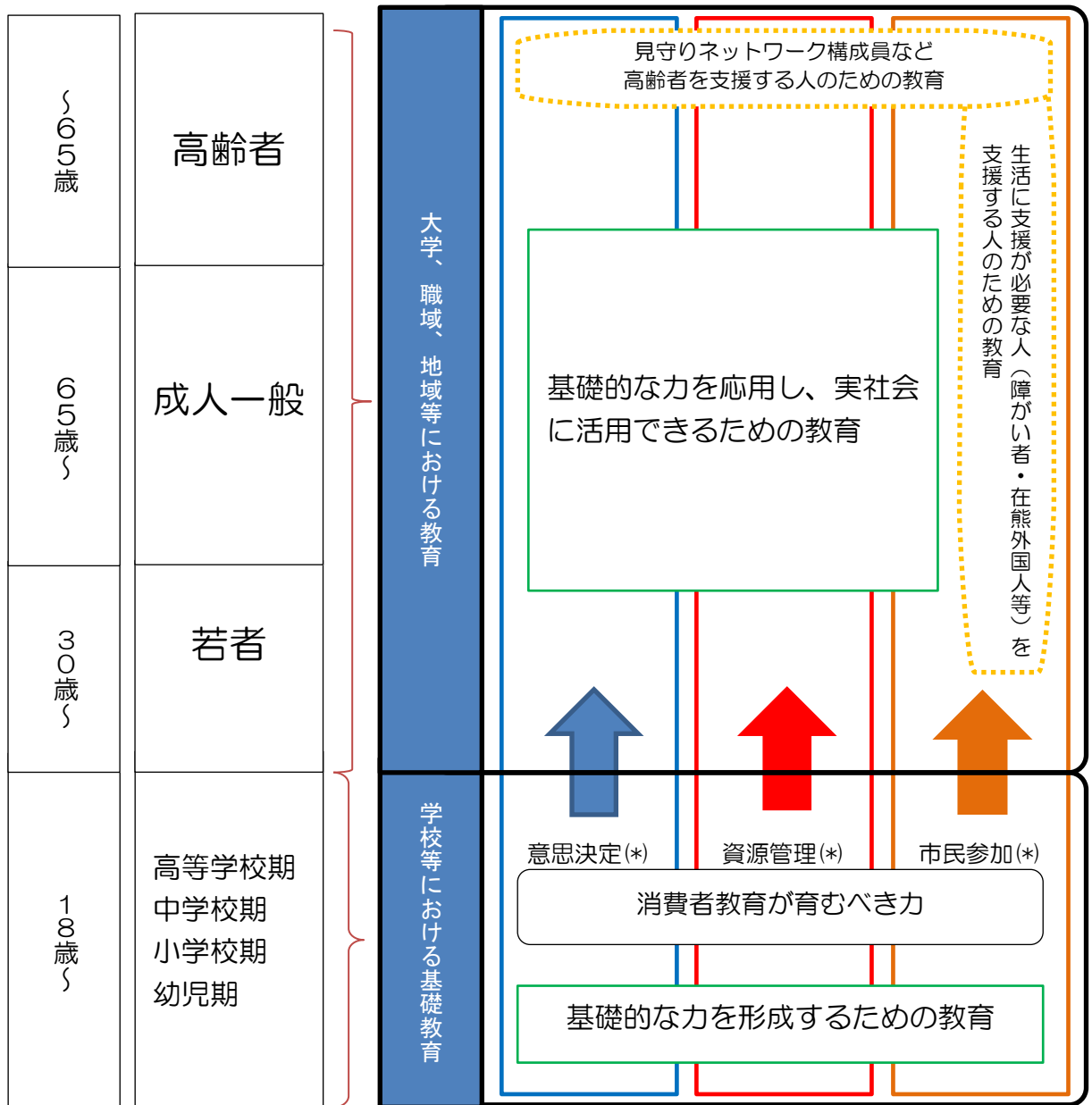
目指す消費者の姿として『自主的かつ合理的に「気づき、考え、行動する」消費者』を掲げ、ライフステージに応じた取組を効果的に進めるという観点から、2つの基本的な方針と、その下に5つの主要な施策を設定し、各種の取組を推進していきます。

### 《 計画の体系 》





## ライフステージに応じた体系的な消費者教育のイメージ図



### ① [意思決定]

人が物を買おうとする場合、その人や物を取り巻く経済・社会・政治・技術的な状況などの外的要因と、自分の生活の価値観や目標、家族の中での自分の立場などの個人的要因とが複雑にからみあってくる。この二つの要因が対立した時にどう対処すべきかということが、この意思決定という分野の大きなポイントになる。

### ② [資源管理]

自分の持っている「資源の管理」、そこから派生する「購入」、そして人類共通の財産としての「資源保全」を教えることが資源管理である。

### ③ [市民参加]

消費者は商品・サービスの購入決定権を持つという消費者の権利に基づく、積極かつ正当な主張により、市民として社会に参加することができる。消費者教育の目指す理想的な消費者とは、今日の経済社会の中で主体的な「円の投票者」である。

(パニスター・モンスマ、「消費者教育における諸概念の分類」、1980。(財)消費者教育支援センター訳)

## 2 具体的な取組

### 《基本的な方針 1 ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進》

#### 取組の視点

消費者が消費生活に関する情報を収集・選択・分析・評価し、適切な意思決定を行い、行動に結び付けることができる実践的な能力を、幼児期から高齢期までの発達段階に応じて育みます。

#### (1) 学校等における消費者教育（高校生以下）の推進

幼児、児童及び生徒に対して、幼稚園、保育所及び学校における消費者教育を推進するとともに、家庭・地域における取組を支援します。

##### 〈具体的な取組 1 学校における消費者教育の推進〉

県内すべての学校において、学習指導要領に基づき、各教科等における教育活動を一層充実し、消費生活にかかる基礎的な知識を定着させ、実践につなげられるよう、幼児、児童及び生徒の発達段階に応じた、体系的な消費者教育の充実を図ります。

##### ① 幼児期

幼稚園や保育所等で遊びを楽しむことを通して身近な物を大切にすることの気持ちや物への愛着心を育むとともに、園や学級等の約束やきまりを守るなどの教育・保育を推進し、小学校期以降の消費者教育につなげていきます。

##### ② 小学校期

1・2年の生活科では、自らが必要な物（遊び道具等）を作るとともに、それを繰り返し使ったり、活用したりすることを学習します。

3・4年の社会科では、地域の生産や販売に携わっている人々の動きを学習します。

5・6年の社会科では、携帯電話やインターネットの使い方等を、家庭科では、物や金銭の大切さ、計画的な使い方を考えること、及び身近な物の選び方・買い方などについて学習します。

また、他の教科等においても、消費をめぐる社会環境や児童の日常生活を踏まえ、発達段階に応じた指導の充実を図ります。

### ③ 中学校期

中学校社会科（公民的分野）では、金融の仕組みや働きを学習します。

また、身近で具体的な消費行動を例に取り上げながら、商品購入（売買契約）時に消費者として身に付けておくべき知識を習得させたり、トラブル解決の方法等を考えさせます。

さらに消費者の自立の支援なども含めた消費者行政についての学習を充実させます。

技術・家庭科（家庭分野）（平成5年度より男女必修）においては、自分や家族の消費生活に関心をもち、消費者の基本的な権利と責任について理解させることや、販売方法の特徴について知り、生活に必要な物資・サービスの適切な選択、購入及び活用ができることなどについての教育を充実させます。

また、携帯電話やスマートフォンなどの情報通信機器の適正な利用やインターネットによる契約トラブル等についても学習するなど、自立した消費者となるための基礎づくりに取り組みます。

さらに、専門的、実践的知識を有する地域の方々や、外部機関と連携し、指導の充実を図ります。

### ④ 高等学校期

高等学校では、家庭科（平成6年度より男女必修）において、生涯を見通した家計管理の在り方や不測の事態に備えた経済上のリスク管理、消費行動における意思決定、現代の消費生活の現状と課題、契約、消費者信用、消費者問題や消費者の権利と責任、消費者の自立と支援等の学習を深めます。

また、携帯電話やスマートフォンなどの情報通信機器の適正な利用やインターネットによる契約トラブル等についても学習し、主体的に判断及び行動ができる自立した消費者の育成に取り組みます。

公民科においては、消費者に関する問題として、欠陥商品や不当な価格・品質表示、強引な訪問販売、消費者ローンやクレジットカードによる多重債務問題、電子商取引をめぐるトラブル等の問題について学習します。

また、消費者保護の重要性及び消費者の権利の尊重と自立支援の観点に留意した消費者教育の充実に一層努めます。

## 学校における消費者教育の取組事例

### ● 県独自の副教材「熊本県版家庭科学習ノート」

家庭科の授業において、副教材として「熊本県版家庭科学習ノート」（熊本県高等学校教育研究会家庭部会家庭科研究委員会編集）を活用し、消費者教育に取り組んでいる。

学習ノートの『家庭の経済生活』（１）わたしの命をはぐくんだお金（ゆりかごから１８年）、（２）高校生活にいくらかかる？、（３）一人暮らしの経済学の項目では、生まれてから高校を卒業するまで、そして卒業後の生活などライフステージにかかる費用のシュミレーション等の実践に取り組み、生涯を見通した経済の計画を立てさせるための主体的な資金管理の在り方、リスク管理など不測の事態へ対応できる力を身につけさせている。また、『消費者問題』の項目には、熊本県で実際にあった消費者問題の事例等を掲載し、悪質商法や多重債務等の消費者トラブルをより身近な問題として生徒が捉えることができるよう工夫をしている。



#### (2) 高校生活にいくらかかる？

自分の高校生活に1ヶ月にどれくらい費用がかかっているのか調べて、記入しよう。

費目		金額	費目		金額
授業料	授業料以外の校納金		昼食・飲食費		
学費	学費		趣味・娯楽費		
教科書・学習用品代	学費		塾・習い事		
交通費	学費		被服・身の回り		
部活動費	学費		通信費		
			1ヶ月の合計		

#### (3) 一人暮らしの経済学

(資料) <熊本市内の大学で学ぶK君の場合> (単位:円)

収入		金額	支出		金額
内訳	住込み	60,000	内訳	住居費(光熱費・水道代込み)	50,000
	アルバイト	20,000		食費	30,000
	奨学金	47,000		日用品・文具	15,000
				その他	30,000

\* 学生生活実態調査報告の事例

(資料) <単身世帯支出調査(34歳以下)> (単位:円)

費目		金額	費目		金額
住居費	36,470	交際費	13,007		
電気・ガス・水道費	6,698	保健医療費	3,012		
交通・通信費	31,254	教育・娯楽費	34,152		
食費	44,304	娯楽費	11,325		
被服・履き物費	11,450	支出合計金額	191,672		

(2000年総務庁統計局「単身世帯収支調査」をもとにモデルケースとして算出)

(資料) <高校卒業後の初任給の事例> (単位:円)

地域・職種	支給額	税・社会保険・他	手取額
東京・IT総務	170,500	29,030	141,470
大阪・サービス	156,100	27,759	128,341
熊本・事務	134,400	26,780	107,620

(2001年高卒生実態調査より)

<課題> あなたが高校卒業後、働いて一人暮らしをする、あるいは進学して一人暮らしをするかと仮定して、資料を参考に1ヶ月の支出計画を立てよう。

(1ヶ月の支出計画) (就職・進学)〇でかこむ (単位:円)

費目		金額	費目		金額
住居費			交際費		
電気・ガス・水道費			保健医療費		
交通・通信費			教育・娯楽費		
食費			娯楽費		
被服・履き物費			1ヶ月の支出合計		

●上記の資料とワークから、考えたことをまとめよう。

## 2. 消費者問題

(1) 熊本県での相談の多い事例

1) 過去5年間の相談件数の推移

順位	商品・役務(サービス)名	H19 (件数)	H20 (件数)	H21 (件数)	H22 (件数)	H23 (件数)
1	放送・コンテンツ等(携帯電話の架空請求等)	1,887	1,759	1,238	1,117	1,037
2	融資サービス(多重債務等)	2,549	2,156	1,450	1,149	701
3	賃貸アパート・賃貸住宅	405	444	380	268	224
4	商品一般(架空請求の葉書等)	1,253	611	443	209	192
5	役務その他(葉書)	194	195	206	184	167

2) 性別・年代別の状況

順位	1位		2位		3位	
未成年	男	放送・コンテンツ(携帯電話の架空請求)	インターネット通信サービス(プロバイダ等)	融資サービス(多重債務等)		
	女	放送・コンテンツ(携帯電話の架空請求)	移動通信サービス	健康食品・化粧品		
20代	男	放送・コンテンツ	融資サービス	賃貸アパート・借家等		
	女	放送・コンテンツ	融資サービス	理美容(エステ等)		
70代	男	放送・コンテンツ	預貯金・証券等	商品一般・医療用品等		
	女	医療用具(家庭用治療器具)	融資サービス	商品一般・健康食品		

3) 商品・役務に関するトラブル例(火災・機器の誤作動・重篤な事故等)

商品機器	相談事例の内容
エアコン	クーラーの使用ができなくなったので、室外機を確認すると基盤と樹脂が焼損していた。以前、別のクーラーでも同様の焼損があった。
パソコン	ネットオークションでパソコンの専用電池を購入した。何度充電を行っても充電できなかったことから、出品前に連絡し返金されることになった。専用電池については返品しなくてもいいとの回答だったので、パソコンにつないだまま外出し、数時間経過後帰宅するとパソコンが大量の煙を出しながら燃えていて、机や絨毯まで被害が出た。
テレビ	3年前に購入したテレビからパチパチと音がして上部から煙が出た。
花火	自宅で花火をしていて、夫が持っていた花火と一緒に煙が持った所、花火の持ち手が上方方向に折れ、火花が顔に当たり、顔と角膜炎を火傷した。
エアバッグ	車が停止中に突然後部座席のエアバッグが開き、夫に当たってケガをした。
トースター	購入したばかりのトースターで10分程、クラタンを加熱したところ、内部のヒーターが粉々に破損した。
スチームクリーナー	クリーナーの取っ手部分から高温の水蒸気が出ているので危険と思い、交換してもらったが、交換後の商品も同じ部分から蒸気が出ているので構造的に問題があるのではないか。
ドラム式洗濯機	4年前に購入した洗濯機が使用中に高温になり、顔の部分が落ちて怪我をした。
歩行補助車	歩行補助車を使用中に段差につまづいて転倒した際に歩行補助車が折れたため、その折れた部分に顔を挟んで負傷した。
扇風機	数年前に購入した扇風機が突然止まり、焦げた臭いがしたため、使用を中止した。

〔平成21年度消費生活相談の概要〕  
熊本県消費生活センター

### ●学校における消費生活に関連する実践的取組の一例

鹿本農業高等学校では、栄養価は高いが、担い手不足などを背景に生産中止の恐れもあった赤米（古代米）を未来に残すための「くまもと赤米リレープロジェクト」を生徒たちが立ち上げた。赤米の生育調査などを行ったうえで、「くまもとの赤」ブランドのあか牛、トマトなどを使用した熊本をイメージしたロコモコ「クマロコ」を開発し、地元物産館などと連携して販売するなど、赤米の普及活動を行っている。

これらは、県産の農産物の利活用の促進、地域の伝統的な食文化の継承、農業への理解促進など地産地消や食育など消費生活に関連する実践的な取組につながっている。



### 〈具体的な取組2 外部人材や団体と連携した実践的な消費者教育の推進〉

学校のニーズに応じ、消費生活、法教育（※8）、金融経済教育（※9）その他の専門的な知識を有する人材（以下「専門家」という。）を学校に派遣し、教職員と連携した教育を行います。

また、消費生活センターなどの関係機関との連携を促進し、県の消費生活相談員による消費生活出前講座（表4.6）の開催や熊本県金融広報委員会（※10）の金融広報アドバイザーを派遣します。

### 外部人材や団体と連携した取組事例

#### ●外部団体と連携した実践的な消費者教育の一例

玉東町では、「消費者教育 NPO 法人お金の学校くまもと」と連携して、消費者として必要な思考力を磨き、消費生活トラブルや多重債務の未然防止を目的として、小学生とその保護者を対象に、突然の出費が発生した際に、限られた収入の中でどうやりくりするかを家族の一員となって考えるワークショップを実施している。

また、ゲーム機の購入、ケータイの購入、給与明細書の見方、マイホームをもつこと、理想の葬式などのライフイベントを題材に、お金について親子（大人と子ども）が話し合うテキストを作成。児童・保護者・教職員・役場職員（全員）に配付。学校と役場が連携して、地域全体で消費者教育に取り組もうと動き出している。





●年代に応じた体系的な消費者教育プログラムの例

「消費者教育NPO法人お金の学校くまもと」では、多重債務問題の未然防止のために、クレジットカウンセリング(※)やお金の教育をはじめとする消費者教育を実施しており、行政が行う相談・支援に関する調査・研究・ツールの開発も行っている。

〔※ クレジットカウンセリングとは、債務の返済が困難な状態に陥った多重債務者などに対し、その生活再建と救済を図るため、消費者保護の立場から公正・中立なカウンセリングなどを行うことをいう。〕

<お金の学校くまもとが作成した消費者教育プログラム>

	重点領域	ねらい	実施内容
高等学校期	トラブル対応能力	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知る。	「もしもケータイを落としたら!？」 もしも携帯電話を落としたらどんなトラブルが起こるのか予想し、カテゴリー(お金・情報・不便・その他)別に分類する。携帯電話に対する自分の知識量や価値観に気づき、トラブルへの対処法や必要性について考え、知識を習得する。
中学校期	消費生活情報に対する批判的思考	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る。	「こんな画面が出てきたら!？」 携帯電話に表示されたワンクリック詐欺の画面を見て、どこがおかしいのか、変だと感じるのかを考え、そのうえでどのような行動をとるかを決める。その後、自分が考えた行動についておとな(教師や保護者)に耳打ちし、正解したら着席する。不正解の場合は、「相談員」役のおとな(ファシリテーターや教師)に相談し、正解するまで考えるとともに知識を習得する。
5～6年生	生活を設計・管理する能力	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考える。おこづかいを考えて使う。	「人生いろいろやりくりゲーム」 仮想の家族(祖母・祖父・父・母・中学生の子ども・小学5年生の子どもの6人)を作り、突然の出費が発生した際に、限られた収入の中でどうやりくりするかを家族の一員となって考える。
3～4年生	選択し、契約することへの理解と考える態度	物の選び方、買い方を考え、適切に購入する。約束、きまりの大切さを知り、考える。	「300円をどう使う？」 300円の金券をもらい、買い物ルールについて説明を聞く。その後、お菓子や文房具などの商品の中から、予算内で買い物を行う。購入後は、おこづかい帳をつける作業を行う。
1～2年生	生活を設計・管理する能力	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考える。おこづかいを考えて使う。	「もしも、魔法でおとなになったら？」 おもちゃの100円玉5枚とお年玉袋を受け取り、もしも魔法で自分がおとなになったら、自分の子どもにいくらお年玉をあげるかを考える。決めた金額をお年玉袋に入れ、子ども役のおとな(教師や保護者)に渡し、どんな気持ちだったか、なぜその金額にしたのかを発表する。
幼児期	生活を設計・管理する能力	欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することを覚えさせる。	「こんなとき、どうする？」 100円のあめ玉が欲しいときに10円しか持っていなかった場合に、自分はどうかを考え、発表する。

### 〈具体的な取組 3 家庭や地域における消費者教育の推進〉

家庭や地域における実践的な教育ができるよう、地域団体、PTA、消費者団体等の活動による「親の学び」プログラム等の活用や、各団体と連携して専門家の活用を行います。

さらに、必要に応じて、消費生活に関する情報提供を行います。

## (2) 大学、職域、地域等における消費者教育（成人期）の推進

成人が消費生活に関する知識を活用して行動に移せる実践力を身に付け、他者への影響や経済社会・環境などにも配慮することができるよう、県の消費生活相談員による消費生活出前講座の開催や熊本県金融広報委員会の金融広報アドバイザーの派遣を行います。

また、専門家等とのコーディネート等を行うことにより、大学、職域、地域団体等が行う実践的な消費者教育の取組を支援します。

### 〈具体的な取組 1 若者（概ね 30 歳以下）に対する消費者教育の推進〉

#### ① 大学等における消費者教育の推進

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れるよう支援する役割も担っており、これまでも学習面にとどまらず、多様な学生の相談に応じ、生活面での支援を行ってきました。

しかし、悪質商法等の被害やインターネットを介した契約等のトラブルに遭う学生は少なくないため、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よう大学等に働きかけていきます。

そのうえで、大学等が入学時期にガイダンス、授業、研修等を行う際に、契約のルールに関する知識の提供や、情報を収集・選択・分析・評価し意思決定を行うことについての教育が行えるよう、専門家を派遣すること等により消費者教育の実施を支援していきます。

#### ② 職域における消費者教育の推進

ア 事業者等が入社等の時期をはじめ従業者等に対して研修等を行う際に、金融商品取引の事例を通じ、契約のルールや家計管理、情報を収集・選択・分析・評価し意思決定を行うことなどについての専門家を派遣すること等により支援していきます。

イ 職域における消費者教育の重要性について理解を得るため、事業者等の会合等において、周知を図っていきます。

## 〈具体的な取組 2 成人一般（概ね 30 歳以上 65 歳以下）に対する消費者教育の推進〉

### ① 地域における消費者教育の推進

市町村、地域団体、社会福祉団体、社会教育施設等が、セミナー・講習・研修会等を行う際に、最新の消費者トラブル事例を通して、契約のルール、情報を収集・選択・分析・評価し意思決定を行うこと、コミュニケーション能力を高めることなどの教育が行えるよう、専門家を派遣すること等により支援していきます。

### ② 職域における消費者教育の推進

ア 事業者等の消費者志向を進めるため、事業者等が行う研修において、消費者保護に係る法律等の説明やチラシ等の配布を行います。

イ 事業者等が従業員等に対し研修等を行う際に、多重債務問題を事例に、契約のルール、家計管理、情報を収集・選択・分析・評価し意思決定を行うことなどについて、専門家を派遣すること等により支援していきます。

ウ 職域における消費者教育の重要性について理解を得るため、事業者等の会合等において、周知を図っていきます。（再掲）

## 〈具体的な取組 3 高齢者（概ね 65 歳以上）、障がい者、在熊外国人等に対する消費者教育の推進〉

高齢者や障がい者、在熊外国人等については、当事者に対する教育のみならず、判断力の程度や独居率の上昇などを考慮すると、地域や家庭における取組も重要となります。

そのため、生活実態に応じ、身近な市町村、地域団体、社会福祉団体、社会教育施設等多様な主体が実施する教育の取組を支援します。

### ① 地域における消費者教育の推進

市町村、地域団体、社会福祉団体、社会教育施設等がセミナー・講習・研修会等を行う際に、高齢者を狙う悪質商法などを事例に、被害の未然防止や拡大防止の具体的対応方法についての教育が行えるよう、専門家を派遣すること等により支援していきます。

### ② 見守りネットワーク構築とその構成員等に対する消費者教育の推進

市町村や各地域における、高齢者や障がい者等の消費者被害の未然防止や早期救済を図るための見守りネットワークの構築を支援します。

また、見守りネットワーク構成団体と連携し、その構成員をはじめ、



高齢者や障がい者の支援者に対し、高齢者を狙う悪質商法などについて問題の発見のポイントや対応方法などについて、教育を行う取組を進めます。

このほか、在熊外国人の相談機関と連携し、安心した消費生活が送れるよう支援していきます。

高齢者・障がい者の見守りネットワークの構成員や、支援者として関わっている団体や人材の例  
(順不同)

消費者団体、民生委員・児童委員、区長会、老人クラブ、地域婦人会、社会福祉協議会、社会福祉主事、地域包括支援センター、居宅介護支援事業所、介護支援専門員（ケアマネージャー）、介護福祉士、障がい者相談支援事業所、地域活動支援センター、障がい者団体、障がい者の家族会、高齢者や障がい者福祉施設、医師会、弁護士・司法書士、人権擁護委員、学校、PTA、消費生活協同組合、商工会議所・商工会、JA、地域ボランティア団体、郵便局、警察署、消防署、行政

## 地域における消費者教育に関連する取組の例

### ●地下水と土を育む農業への理解や農産物の購入促進

#### ①ウォーターオフセット事業（「水の恵み」ブランド農産物の購入）

熊本市をはじめとする熊本地域11市町村は、生活用水をほぼ100%地下水で賄うなど、全国有数の地下水に恵まれた地域である。この豊かな地下水の恵みを将来に守り継いでいくためには、地下水を育む水田の保全が重要であり、白川中流域の農産物「水の恵み」の購入を促進する「ウォーターオフセット事業」を行い、環境に配慮した農業を支える消費行動への理解促進を図っている。



#### ②くまもとグリーン農業（環境に配慮した農業への理解や農産物の購入）

「くまもとグリーン農業」とは、熊本の豊かな地下水を始めとする自然環境の保全に配慮し、土づくりを基本に、化学肥料や化学合成農薬をできるだけ減らした環境にやさしい農業のことである。

平成23年度から、「くまもとグリーン農業」に取り組む生産者とそれを応援する消費者・企業が自身の取組を宣言する「グリーン農業生産宣言・応援宣言制度」を開始するとともに、くまモンを使用したマークを作成し、グリーン農業農産物に表示して販売するなど、グリーン農業農産物に対する消費者の理解や積極的な購入促進のため、啓発活動や情報発信を積極的に行っている。



## 〈重点的に推進する取組〉

特に、①少年期から基礎的な消費者教育を行う必要があること、②高齢者の消費者被害が多発していることから、重点的に推進する取組を次のとおりとします。

- 〈重点的に推進する取組 1〉 学校における消費者教育の推進  
 〈重点的に推進する取組 2〉 高齢者やその支援者等に対する消費者教育の推進

成果指標：消費生活に関する出前講座の実施市町村数

年 度	平成 27	平成 28	平成 29	平成 30
目標数値	24	31	38	45

〔表 6〕 熊本県消費生活出前講座における領域ごとの内容例

領域	講座の内容例
消費者市民社会の構築	熊本県の消費者行政について 消費者教育推進法と消費者教育における基本的な方針について 悪質商法から高齢者を守るために（気配り、目配りのポイント）
商品等の安全	消費者事故に遭わないための暮らしにおける注意点 住まいの中の危険、高齢者に多い消費者事故を考える 日常生活に潜む身近な危険（食品・家電・住まい等）の未然防止について
生活の管理と契約	家庭の経済と消費 契約トラブルにあわないための消費生活の基礎知識 若者・学生をターゲットにする悪質商法の手口と対策 高齢者を狙う悪質商法の手口と対策 激増する金融詐欺に騙されないためのポイント 多重債務に陥らないための注意点と解決策 税金、年金、ライフプランニングについて
情報とメディア	若者に多いインターネットトラブル等とその対処法 携帯電話やメディアに関するトラブルに陥らないために

## 《基本的な方針 2 効果的な消費者教育のための取組の推進》

### 取組の視点

消費者教育が、体系的、かつ効果的に実施されるよう、地域の関係団体や専門家等と連携するとともに、人材の育成や情報共有等に取り組みます。

### (1) 消費者教育を行う各実施主体との連携

消費者教育をより体系的かつ効果的に推進していくためには、国・市町村・学校・消費者団体・社会福祉団体・事業者・地域団体・大学・弁護士・司法書士等の各種専門家等、多様な主体（以下「各主体」という。）との連携が必要です。

そこで、県は、以下のとおり各主体が相互に連携していくように取り組みます。

#### 〈具体的な取組 1 多様な主体との連携促進〉

- ① 学校、地域、職域などにおいて効果的な消費者教育が実施できるよう、各主体が実施する教育や啓発活動の情報を収集し、インターネット等を活用して広く情報提供します。
- ② 各主体が実施する消費者教育や啓発活動の情報交換や、相互連携が図れるよう、熊本県消費者教育推進地域協議会を開催するとともに、特に、市町村に対し、消費者教育推進地域協議会の設置を働きかけます。  
また、各主体が自主的に連携の場を開催するための支援を行います。
- ③ 学校、地域、職域などにおいて実践的な消費者教育が実施できるよう、各主体が教育を実施する際に、講師として活用できる市町村の消費生活相談員や消費者団体、弁護士・司法書士等の専門家についての情報提供を行います。

#### 〈具体的な取組 2 大学等との連携促進〉

大学等における研究者と、消費者教育に関する最新の研究情報、教育の手法や教材の開発等について、情報交換を行います。

### 〈具体的な取組3 市町村への支援強化〉

市町村における消費者教育推進計画の策定や消費者教育推進地域協議会の設置を支援するため、消費者教育に関する幹部に対するセミナーや担当職員向けの研修会等を開催します。

また、計画の策定の参考となるモデル計画等の提供や協議会を設置するための情報提供や働きかけを行います。

**成果指標**：消費者教育推進計画を策定した市町村累計数

年 度	平成 27	平成 28	平成 29	平成 30
目標数値	7	11	14	18

## (2) 消費者教育の担い手育成

学校、地域、職域などにおける教育を推進していくために、県は教育を担う人材に対する支援を行うとともに、新たな人材を育成します。

また、人材の育成や支援を実施するに当たっては、消費者団体、事業者等と連携して、それぞれの主体が持つ消費生活に関する情報や教育スキルを有効に活用します。

### 〈具体的な取組1 学校における教職員の指導力の向上〉

教職員は、消費者教育の担い手として最も重要な役割が期待されています。授業等において幼児、児童及び生徒の発達段階に応じた教育が適切かつ体系的に実施できるよう、教職員の指導力の向上を図ることが重要です。

そのため、教職員の職務の内容、経験に応じ、学習指導要領の内容を具現化するため、消費者教育の現状とその必要性について理解を深め、授業における実践的指導力を育成する研修を充実します。

また、教職員の自主的な学習会の充実や教育プログラムの研究・開発、教材作成を支援するため、消費者団体、事業者、各種専門家等と連携して、情報提供を行います。

### 〈具体的な取組2 大学等における教職員の指導力の向上〉

大学等は、専門的な教育のみならず、社会的経験の浅い学生に対して消費者問題も含め生活面の支援を行う役割も期待されています。

そのため、大学等が、学生支援・学生相談を担当する教職員に対し消費者教育に関する研修を実施する際に、専門家を派遣するなどにより、その取組を支援します。

### 〈具体的な取組3 地域における担い手の育成〉

住民に身近な市町村、地域団体、社会福祉団体、消費者団体は、地域における消費者教育の実施のために重要な役割が期待されます。

特に、市町村の消費生活センター、消費生活相談窓口で相談を受けている消費生活相談員や消費者行政担当職員は、地域における教育の担い手の中核であり、各主体との連携を図るうえでのコーディネーターとしての役割など、多方面での活躍が期待されます。

そのため、市町村等が教育の担い手の育成やスキルアップを図るために実施する研修に対し、専門家を派遣するなどにより、その取組を支援します。

さらに、身近な消費生活相談への対応など地域の消費者行政の推進につながる消費生活相談サポーターを養成します。

加えて、教育の担い手を育成する県の消費生活相談員、熊本県金融広報委員会の金融広報アドバイザー等は、普段から指導力の向上を図ることが重要です。そのため研修会の開催などを通じて知識や技法の習得、実践事例の情報提供を行います。

### 〈具体的な取組4 職域における担い手の育成〉

事業者等は、入社等や退職前の時期における従業者に対する消費者教育や啓発活動、顧客への情報提供など、それぞれの分野、特性に応じた教育が期待されます。

そのため、事業者等が、従業者に対する研修や顧客への情報提供を担当する役職員に対し消費者教育に関する研修を実施する際に、専門家を派遣するなどにより、その取組を支援します。

### 〈具体的な取組5 高齢者、障がい者、在熊外国人のための担い手の育成〉

高齢者、障がい者、在熊外国人の生活を支援する団体や個人は、それらの人たちに対して消費者教育を行う役割が期待されます。

そのため、これらの団体等が、教育の担い手の育成やスキルアップのための研修を実施する際に、専門家を派遣するなどにより、その取組を支援します。

成果指標：消費生活相談サポーターの養成累計人数

年 度	平成 27	平成 28	平成 29	平成 30
目標数値	80	120	160	200

### (3) 情報の収集、提供及び取組状況調査

県内の各主体は、それぞれの特長を生かして、様々な消費者教育に積極的に取り組んでいます。

しかしながら、その情報が他の主体や県民に知られていないため、十分に活用されているとは言えない状況にあるか、またはその活動範囲が団体構成員に限定されたものとなっています。

そこで、県は、消費者教育や啓発事業、消費生活に関する情報を収集し、県民に提供するとともに、消費者教育の取組状況についての調査を行い、その結果を施策に反映させていきます。

#### 〈具体的な取組 1 情報の収集、提供及び取組状況調査〉

学校、地域、職域など様々な場における教育の効果的な推進につながるよう、各主体が実施する教育や啓発事業、また、各主体が持つ消費生活に関する情報や教育スキルを収集し、広く紹介します。

また、毎年5月の消費者月間における消費生活講演会の開催や街頭啓発の実施をはじめ、県ホームページ等の活用やマスコミと協力した各種の消費生活情報の提供を行います。

なお、成人一般における教育を受けた比率が低いこと（2013年県民生活に関する意識調査）及び事業者等における教育の実施率が低いことを考慮し、県内の教育の取組状況については、継続して調査を行います。

#### 〈重点的に推進する取組〉

消費者教育を効果的に推進するためには、人材の育成が重要であることにより、ここでの重点的に推進する取組を次のとおりとします。

#### 〈重点的に推進する取組 3〉 地域や団体における担い手の育成

## 第4章 計画の着実な推進に向けて

### 1 推進体制

この計画の実施に当たっては、既存の施策・事業(\*)に加え、新たな施策・事業についても、庁内の消費者行政部署と教育行政部署、その他消費者教育に関連する行政部署とからなる消費者行政推進本部又は同本部幹事会において検討・調整を行います。

さらに、熊本県消費者教育推進地域協議会において協議を行いながら、総合的、体系的かつ効果的な推進を図ることとします。

\* 本章末尾に、既存の施策・事業について、「消費者教育の推進に関する施策・事業一覧」として掲載。

### 2 検証等

毎年度、熊本県消費者教育推進地域協議会において、施策・事業の実施状況について報告をし、その意見を踏まえ、必要に応じて、見直しを行います。

併せて、実施状況については、県のホームページ等で速やかに公表します。



消費者教育の推進に関する施策・事業一覧 (平成26年4月現在)

基本的な方針	主要な施策	対象者			No.	施策・事業名	施策・事業概要	担当課
		高校生以下	成人一般	高齢者等				
1 ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進	(1) 学校等における消費者教育(高校生以下)の推進	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	学校における消費者教育の推進	教育活動の全体を通じて、幼児、児童及び生徒の発達の段階に応じた消費者教育の実施又は実施のための支援を行う。また、消費者教育の現状について理解を深め、消費者教育の充実を図り、授業に活用できる環境を整えるため、消費者教育に関する情報や実践事例を提供する。	高校教育課、義務教育課、特別支援教育課
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	情報教育活動の支援	情報モラル・情報安全に係るモデル授業の開発や、学校非公式サイトの実態調査、出前講座の実施などの取組みを行う。	教育政策課
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3	私立学校における消費者教育の支援	消費者教育の現状について理解を深め、消費者教育の充実を図り、授業に活用できる環境を整えるため、消費者教育に関する情報や実践事例を提供する。	私学振興課
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4	若年層への食の安全に関する学習機会の提供	若年層の食品衛生や食品表示等の食の安全に関する知識の習得を促進するため、中学生や高校生を対象とした講座等を開催する。	くらしの安全推進課
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5	くまもと「親の学び」プログラムトレーナーの消費者意識の向上に向けた支援	くまもと「親の学び」プログラムを活用した講座を行うトレーナーに対して消費者教育の必要性について啓発を行うとともに、必要な情報の提供を行う。	社会教育課
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6	食育・米消費拡大対策	米の消費拡大を図るため、日本型食生活や朝ごはん摂取の啓発活動及び地産地消、食育、農業への理解活動を推進する。	農産課
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7	消費者意識の向上に向けた支援	複雑化・多様化している消費者トラブルの未然防止のため、各市町村担当者等に消費者教育の必要性について啓発を行うとともに、必要な情報の提供を行う。	社会教育課	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	8	福祉サービス第三者評価結果の公表	事業者の福祉サービスの質の向上と利用者の適切なサービス選択に資するため、ホームページ等により福祉サービス第三者評価結果の公表を行う。	健康福祉政策課福祉のまちづくり室	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	9	食品衛生に係る啓発指導	食品衛生に関する意識の向上を図るため、県民及び食品等事業者を対象として、パンフレット、ビデオ等による講習会を実施する。	健康危機管理課	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	10	医療機能情報提供事業	病院等の適切な選択に資するため、病院、診療所及び助産所が県に報告する医療機能に関する情報について、県が集約して分かりやすく県民へ提供する。	医療政策課	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	11	健康増進法に基づく指導等	県民自らの正しい食品選択のため、健康や栄養に関する食品表示の普及啓発を行う。	健康づくり推進課	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	12	健康食生活・食育推進における普及啓発	「熊本県健康食生活・食育計画」に基づき県民の健全な食行動につながるよう、食育に係る多様な関係者と協働した普及啓発を行う。	健康づくり推進課	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	13	水銀フリー推進事業	水銀に関する水俣条約が採択されたことを受け、水俣条約の早期発効及び水銀フリー社会の実現に向けて、国内外に対し、先導的に啓発事業を実施していく。	環境政策課	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	14	地球温暖化対策推進事業	地球温暖化防止行動を県民運動として広げるため、各種イベント等の開催、地球温暖化防止活動推進員による地域での啓発活動の支援等を実施する。	環境立県推進課	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	15	くまもとらしいエコライフ普及促進事業	日々の生活や企業活動そのものが環境配慮行動となる熊本らしいライフスタイル・ビジネススタイル(くまもとらしいエコライフ)の普及・定着を図るため、具体的な行動の提示や県内各地での学習会開催、地域でのエコ活動や事業所ぐるみでの省エネ活動への支援を行う。	環境立県推進課	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	16	環境行動推進事業	環境への負荷を少なくするライフスタイルを学び、考え、日常生活で実践することを目的に、「エコライフ体験教室」を開催する。	環境立県推進課	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	17	動く環境教室事業	環境センターの環境指導員やエコロジスト・リーダー(ボランティア)を派遣し、環境学習(出前講座)を行う。	環境立県推進課	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	18	環境学習指導事業	希望する学習内容に応じた各分野の専門家を派遣する。	環境立県推進課	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	19	廃棄物リサイクル等啓発事業	廃棄物の排出抑制・再利用・再生利用の取組について、県民全体の意識の向上を図り、循環型社会の構築を推進するため、講演、事例報告等を内容とした県民大会を開催する。	廃棄物対策課	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	20	ごみゼロ推進県民会議事業(うち、循環型社会情報誌作成)	廃棄物の3R(排出抑制・再利用・再生利用)に関する県民の啓発を図るため、循環型社会情報誌「ばってんリサイクル」を発行する。	廃棄物対策課	



基本的な方針	主要な施策	対象者			No.	施策・事業名	施策・事業概要	担当課			
		高校生以下	若者	成人一般					高齢者等		
1	(2) 大学、職域、地域等における消費者教育(成人期)の推進	ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進	○			21	食の安全安心に関する出前講座やセミナー等の開催	食の安全安心に関する県民の知識の普及や理解促進のため、食の安全セミナー等を開催するとともに、食の安全性確保に関する取組みについての出前講座等を実施する。	くらしの安全推進課		
				○			22	食の安全安心確保に係る情報提供	食の安全安心確保のため、食の安全に関する県の施策や関係団体の取組について、県のホームページ等を活用し、県民へ積極的な情報提供を行う。	くらしの安全推進課	
						○		23	高齢者向け防犯講習会の実施	高齢者自身の行動や生活を見直すきっかけとするため、高齢者の方々が日々の生活の中で遭遇しやすい犯罪被害等についての防犯講習会を実施する。	くらしの安全推進課
			○	○	○	○	24	消費者月間記念事業の開催	県民が消費生活への関心を持つきっかけとしてもらうため、「消費者月間」の5月に、講演会、相談会、相談窓口の広報・啓発等を集中的に実施する。	消費生活課	
			○	○	○	○	25	消費生活出前講座	消費者被害の未然防止と消費者の自立の支援のため、市町村、老人会、事業所、高校・大学等に出向いて消費生活に関する講座を行う。	消費生活課	
			○	○	○	○	26	金融関連消費者教育推進事業	金融に関する消費者教育・啓発の推進を図り、自立した消費者の育成を行う。	消費生活課	
			○	○	○	○	27	消費生活条例等に基づく申出制度の啓発	消費生活条例・特定商取引法等に基づく申出制度の啓発を行い、消費者の利益の擁護を図る。	消費生活課	
					○		28	家庭用品品質表示法の啓発	家庭用品の品質に関する表示の適正化のため、事業者・消費者に対する啓発を行う。	消費生活課	
					○		29	消費生活用製品安全法の啓発	消費生活用製品の安全の確保のため、事業者・消費者に対する啓発を行う。	消費生活課	
						○	30	市町村窓口強化支援事業(見守りネットワーク構築支援)	高齢者等の消費者被害の未然防止・早期救済を図るため、市町村における見守りネットワーク体制の構築を支援する。	消費生活課	
			○	○	○	○	31	国際理解教育	国籍や民族などの異なる人々同士で互いを認め合い、よりよい関係を構築することを目的に実施。 県内在住留学生を学校に派遣する等により外国の生活・文化等の理解促進を図る。	国際課	
						○	32	計量教室	11月1日の計量記念日に関連する行事として計量教室を実施し、正確な計量思想普及の徹底を図る。 (一般社団法人熊本県計量協会に委託して実施)	産業技術センター	
			○	○	○	○	33	地下水と土を育む農業の推進	熊本の宝である地下水を50年先、100年先の未来に引き継ぐため、「地下水と土を育む農業」に対する県民の理解を促進し、その農産物の積極的な購入を通じて農家を支える県民運動を推進する。	農業技術課	
			○	○	○	○	34	県産農林水産物の地産地消推進	県民や生産者、関係事業者及び関係機関における県内農林水産物の優先的な利活用や熊本の食文化等への理解促進のため、地産地消の推進に向けた取組を推進する。	流通企画課	
			○	○	○	○	35	くまもとの木と親しむ環境推進事業	消費者に森林の働きや木材の良さなどを理解してもらうため、県民へ木のぬくもりや香りに親しむ環境を提供し体感してもらう等の学ぶ教育活動である「木育」を推進する。	林業振興課	
○	○	○	○	36	防犯講習会(学校、地域、事業者等向け)	振り込め詐欺や悪質商法等による被害防止のため、学校、地域における各種会合、関係事業者等を対象に、現状や対処法についての講話を実施する。	警察本部生活安全企画課・生活環境課				
○	○	○	○	37	トラブル対処法等被害防止講話	サイバー犯罪被害防止のため、県内の学校、保護者、教育関係者、企業等各種団体を対象に、インターネットや携帯電話等に関するトラブルの現状とその対処法についての講話を実施する。	警察本部サイバー犯罪対策課				

基本的な方針	主要な施策	対象者			No.	施策・事業名	施策・事業概要	担当課	
		高校生以下	若者	成人一般					高齢者等
2 効果的な消費者教育のための取組の推進	(1) 消費者教育を行う各実施主体との連携			○	38	消費者団体の自主的 活動の支援	消費者被害防止、節電・ゴミ削減等の教育・啓発活動を促進するため、消費者団体とのネットワークの構築、強化を促進する。	消費生活課	
				○	39	市町村における消費 者教育推進計画策定 の支援	市町村における消費者教育推進計画の策定を支援するため、市町村に対し、策定の参考となるモデル計画等の提供等の支援を行う。	消費生活課	
				○	○	40	消費者教育推進事業	消費者教育を推進するため、消費者教育推進地域協議会を開催し、有識者の意見を聴き、施策に反映させる。	消費生活課
				○		41	市町村消費生活担当 者研修事業	市町村消費者行政担当職員・消費生活相談窓口業務担当者に対して、消費者行政・相談窓口対応業務の基本的な知識、及び応用的な事項について研修を行う。	消費生活課
					再 掲 30	市町村窓口強化支援 事業（見守りネットワ ーク構築支援）	高齢者等の消費者被害の未然防止・早期救済を図るため、市町村における見守りネットワーク体制の構築を支援する。	消費生活課	
					再 掲 2	情報教育活動の支援	情報モラル・情報安全に係るモデル授業の開発や、学校非公式サイトの実態調査、出前講座の実施などの取組みを行う。	教育政策課	
				○		42	高等学校教員に対す る消費者教育の推進	教員に対して、学習指導の充実を図るため、消費者教育に関する情報を提供する。	高校教育課
				○		43	小中学校教員に対す る消費者教育の推進	教員に対して、学習指導の充実を図るため、消費者教育に関する情報を提供する。	義務教育課
					○	44	研修事業（領域別研 修）	本県児童生徒の学力向上と情報活用能力の育成を目指して、教職員のICT（情報通信技術）活用指導力の向上及び児童生徒の情報活用能力の育成を図る研修を行う。	教育センター
					○	45	熊本県教育情報化推 進事業における指導 者養成講習会	本県児童生徒の情報活用能力の育成を目指し、学校教育活動における効果的なICT（情報通信技術）の活用や情報安全・情報モラル教育等を推進するために、教職員の情報教育における指導者（地域リーダー、校内リーダー）の育成を図る。	教育センター
				○	46	研修事業（経験者研 修）	学習指導要領の内容を具現化するため、消費者教育の現状とその必要性について理解を深め、社会科、家庭科の教科研修を中心に授業指導力を育成する研修を行う。 また、消費生活センターと連携し、本県の消費者問題を踏まえた教育実践について演習を交えた研修を行う。	教育センター	
				○	47	私立高等学校等經常 費助成費補助事業	消費者教育を行っている私立高等学校に対し、經常費助成額を加算する。	私学振興課	
				○	48	民生委員・児童委員一 般研修会	複雑・多様化した住民の福祉ニーズに適切に対応するため、民生委員・児童委員に対し実践活動の強化に資する研修を行う。（研修テーマの一部に消費生活分野を設定）	健康福祉政策課福祉のまちづくり室	
				○	49	徴収部門等行政職員 多重債務対策研修会 の実施	多重債務問題の解決のため、徴収・督促事務を行う行政職員に対し研修会を実施する。	消費生活課	
				○	50	消費生活相談サポー ター養成事業	消費者トラブル等の情報を地域の方々へ提供したり、消費者からの相談を聞いて相談窓口へつないだりするなど、地域における消費生活をサポートできる人材を養成する。	消費生活課	
			○	○	再 掲 24	消費者月間記念事業 の開催	県民が消費生活への関心を持つきっかけとしてもらうため、「消費者月間」の5月に、講演会、相談会、相談窓口の広報・啓発等を集中的に実施する。	消費生活課	
				○	○	51	消費生活広報事業	消費者被害や多重債務問題といった潜在的な相談を掘り起こし、消費者被害への注意喚起を行うため、テレビ等の広報媒体を活用して消費者被害の注意、消費生活センターのPRを行う。	消費生活課
				○	○	52	多重債務者生活再生 支援事業に係る広報	潜在化している多重債務者の掘り起こしを図るため、多重債務者生活再生支援事業を広く県民に周知する。	消費生活課
				○	○	53	緊急な消費者情報・生 活情報の提供	消費者被害の未然防止と拡大防止のため、タイムリーな情報を提供します。また、県ホームページ等を活用して県民に生活情報を提供する。	消費生活課
		(3) 情報の収集、提供、調査							

# 付属編

## 1 用語解説

### ※1 [消費生活センター]

都道府県や市町村が設置する機関で、消費者の事業者に対する苦情処理やあっせん、商品テスト、消費者への情報提供等を行っている。消費者安全法では、次の要件を満たすことと定めている。平成26年4月1日現在、県内には、県及び14市すべてにおいて、消費生活センターが設置されている。

- ①事業者に対する消費者からの苦情に係る相談について、専門的な知識及び経験を有する者が、苦情の処理及びあっせんを行うこと。
- ②苦情処理等の効率的な実施のために、全国消費生活情報ネットワークシステムの機能を有する電子情報処理組織（PIO-NET等）その他の設備を備えていること。
- ③ ①及び②の事務を、1週間につき4日以上行うこと。

### ※2 [多重債務]

従来は、複数の消費者金融等から借入れを行い、債務が膨らんでいたことが多かったことから、複数債務を抱える状態を「多重債務」と呼び、その対策が講じられてきた。現在では、消費者金融等からの借入れのほか、厳しい経済情勢における収入減などの理由から、返しきれない債務を抱える場合も多く、このような状態たちも含めて「多重債務」と総称している。

(参考) 「多重債務者相談の手引き」(金融庁H23.8)

本県は、平成7～8年に自己破産申立件数が人口比で全国1位となり、その後も件数が増加するなど、多重債務問題が深刻化したことに伴い、平成19年、関係機関及び団体で構成する熊本県多重債務者対策協議会を設置し、多重債務者対策を推進している。

### ※3 [消費者教育]

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。(消費者教育の推進に関する法律第2条第1項)

### ※4 [消費者市民社会]

地球環境、エネルギー・資源問題など、現代社会には消費をめぐる社会問題が山積している。そのような中では、消費者は、単なるサービスの受け手としてではなく、消費を個人の欲求を満たすものとのみ捉えず、社会、経済、環境などに消費が与える影響を考えて商品・サービスを選ぶなど、公正で持続可能な発展に貢献するような消費行動をとることが求められている。

(出所) 「平成25年版消費者白書」消費者庁

#### ※5 [第2次熊本県消費者施策の推進に関する基本計画]

第2次熊本県消費者施策の推進に関する基本計画（平成25年度～平成29年度）では、重点的取組として、県内における消費者教育を総合的、体系的に推進するため、県消費者教育推進計画を策定することとしている。

#### ※6 [消費者教育の推進に関する基本的な方針]

平成25年6月28日に閣議決定され、消費者教育推進の意義、基本的な方向、推進の内容、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等を定めたものである。

#### ※7 [学習指導要領]

全国のどの地域で教育を受けても、一定の水準の教育を受けられるようにするため、文部科学省では、学校教育法等に基づき、各学校で教育課程（カリキュラム）を編成する際の基準を定めている。これを「学習指導要領」という。

「学習指導要領」では、小学校、中学校、高等学校等ごとに、それぞれの教科等の目標や大まかな教育内容を定めている。  
(出所) 文部科学省ホームページ

#### ※8 [法教育]

自立した消費生活を営むために、消費生活活動の前提となる身近な法律であ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）を実感として理解し、身に付けること。

(参考) 消費者教育の推進に関する基本的な方針（平成25年6月28日閣議決定）

#### ※9 [金融経済教育]

金融や経済についての知識のみならず、家計管理や将来の資金を確保するために長期的な生活設計を行う習慣・能力を身に付けること、保険商品、ローン商品、資産形成商品といった金融商品の適切な利用選択に必要な知識・行動についての着眼点等の習得、事前にアドバイス等の外部の知見を求めることの必要性を理解し、金融リテラシー（金融に関する知識・判断力）を身に付ける教育。

(参考) 「新消費者教育 Q&A」日本消費者教育学会編

#### ※10 [熊本県金融広報委員会]

熊本県金融広報委員会は、県、九州財務局、日本銀行熊本支店が連携し、県内の金融機関団体等を構成メンバーとしており、県消費生活課内に事務局を設置している。

「金融経済情報の提供」、「生活設計の勧め」、「金融教育の普及」を主要なテーマとして掲げ、賢い生活者として自立するための意識啓発を目的として、金融広報アドバイザー派遣を始めとする金融に関する広報および消費者教育活動など、幅広い活動を行っている。

## 2 地域における消費者教育の実施状況に関するアンケート調査

### 1 調査の概要

#### (1) 調査の目的

消費者教育を総合的、体系的に推進し、県消費者教育推進計画に反映させるため、県内の各地域における平成24年度の消費者教育の実施状況を把握する。

#### (2) 調査の内容

消費者教育の重点領域ごと・ライフステージごとの実施状況、消費者教育の方法、啓発活動の方法、講師の選定方法、資料作成方法等。

#### (3) 調査対象

市町村消費者行政部局、同社会教育部局、同公民館担当部局、同PTA連絡協議会、同社会福祉協議会、同民生委員・児童委員協議会、同老人クラブ、消費者団体、地域婦人会、生活協同組合、金融広報委員会加盟団体、事業者団体、企業、大学 計568団体

#### (4) 調査方法

郵送配布・郵送回収方式（一部電子メール）

#### (5) 調査期間

平成25年8月19日から9月18日まで

#### (6) 実施機関

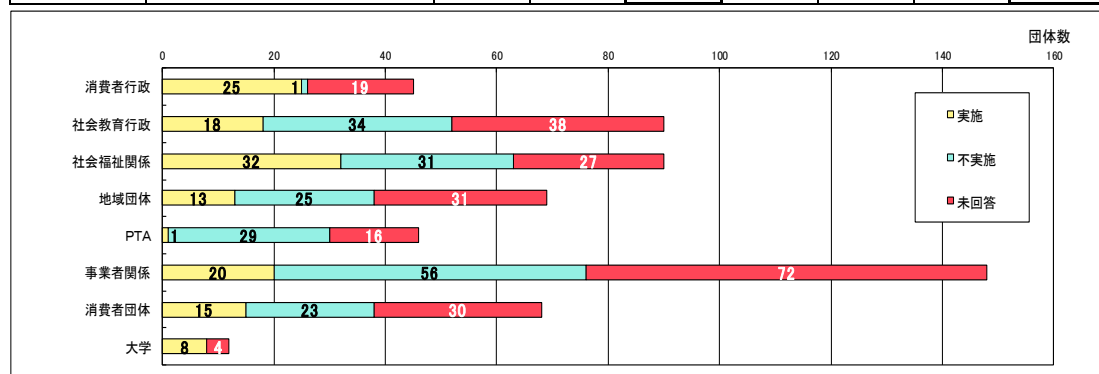
熊本県環境生活部県民生活局消費生活課

## 2 調査結果のまとめ

### (1) 調査結果の回答状況と消費者教育の実施状況

(単位:団体数、%) ※実施率=実施団体数/回答団体数

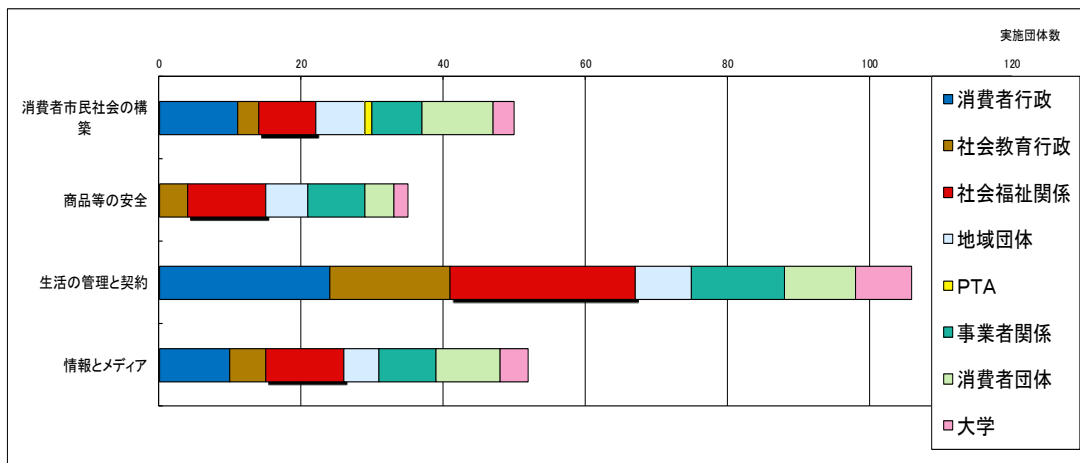
区分	送付数	回答数	実施	不実施	未回答	回答率	実施率
消費者行政	45	26	25	1	19	57.8%	96.2
社会教育行政	90	52	18	34	38	57.8%	34.6
社会福祉関係	90	63	32	31	27	70.0%	50.8
地域団体	69	38	13	25	31	55.1%	34.2
PTA	46	30	1	29	16	65.2%	3.3
事業者関係	148	76	20	56	72	51.4%	26.3
消費者団体	68	38	15	23	30	55.9%	39.5
大学	12	8	8	0	4	66.7%	100.0
計	568	331	132	199	237	58.3%	39.9



(2) 重点領域ごとの消費者教育の実施状況

(単位:団体数,%)

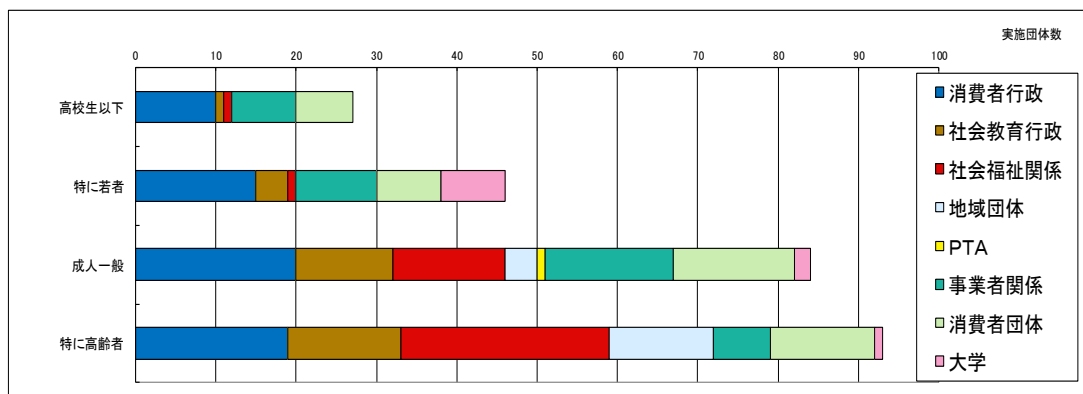
	消費者行政	社会教育行政	社会福祉関係	地域団体	PTA	事業者関係	消費者団体	大学	計	実施率
消費者市民社会の構築	11	3	8	7	1	7	10	3	50	37.9
商品等の安全	0	4	11	6	0	8	4	2	35	26.5
生活の管理と契約	24	17	26	8	0	13	10	8	106	80.3
情報とメディア	10	5	11	5	0	8	9	4	52	39.4
計	45	29	56	26	1	36	33	17	243	



(3) ライフステージごとの消費者教育の実施状況

(単位:団体数,%)

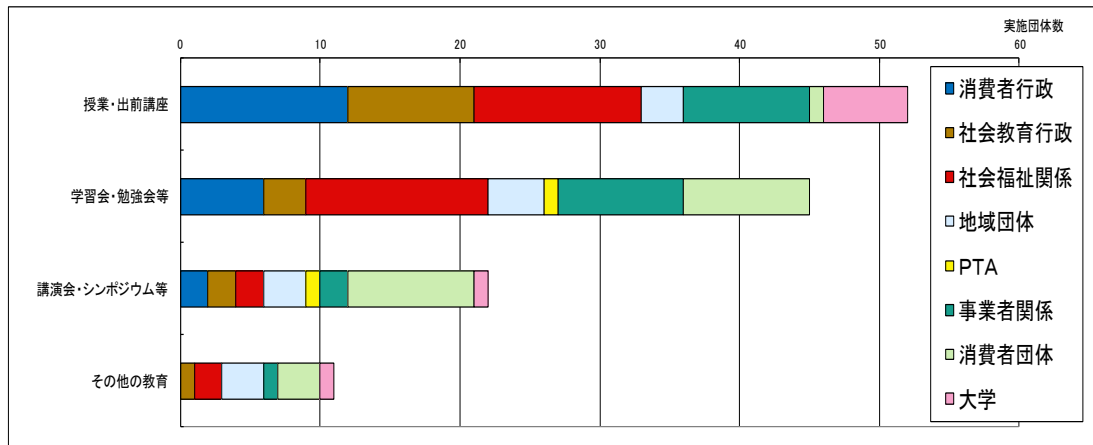
	消費者行政	社会教育行政	社会福祉関係	地域団体	PTA	事業者関係	消費者団体	大学	計	実施率
高校生以下	10	1	1	0	0	8	7	0	27	20.5
特に若者	15	4	1	0	0	10	8	8	46	34.8
成人一般	20	12	14	4	1	16	15	2	84	63.6
特に高齢者	19	14	26	13	0	7	13	1	93	70.5
計	64	31	42	17	1	41	43	11	250	



(4) 消費者教育の方法

(単位:団体数)

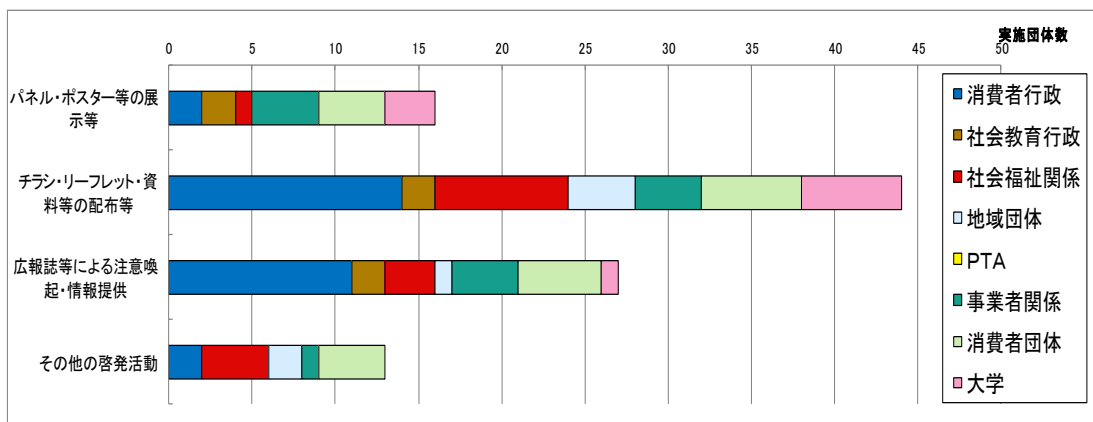
	消費者行政	社会教育行政	社会福祉関係	地域団体	PTA	事業者関係	消費者団体	大学	計
授業・出前講座	12	9	12	3	0	9	1	6	52
学習会・勉強会等	6	3	13	4	1	9	9	0	45
講演会・シンポジウム等	2	2	2	3	1	2	9	1	22
その他の教育	0	1	2	3	0	1	3	1	11



(5) 消費者啓発活動の方法

(単位:団体数)

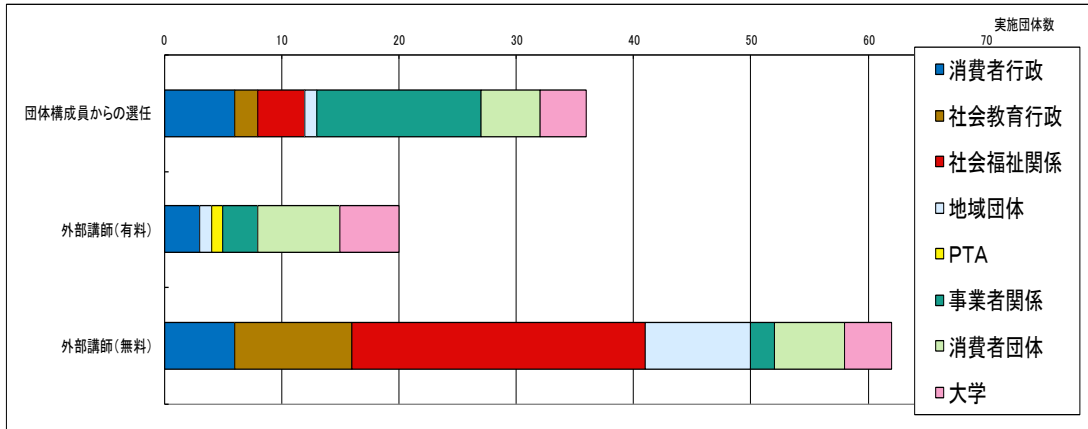
	消費者行政	社会教育行政	社会福祉関係	地域団体	PTA	事業者関係	消費者団体	大学	計
パネル・ポスター等の展示等	2	2	1	0	0	4	4	3	16
チラシ・リーフレット・資料等の配布等	14	2	8	4	0	4	6	6	44
広報誌等による注意喚起・情報提供	11	2	3	1	0	4	5	1	27
その他の啓発活動	2	0	4	2	0	1	4	0	13



(6) 消費者教育における講師の選定方法等

(単位:団体数)

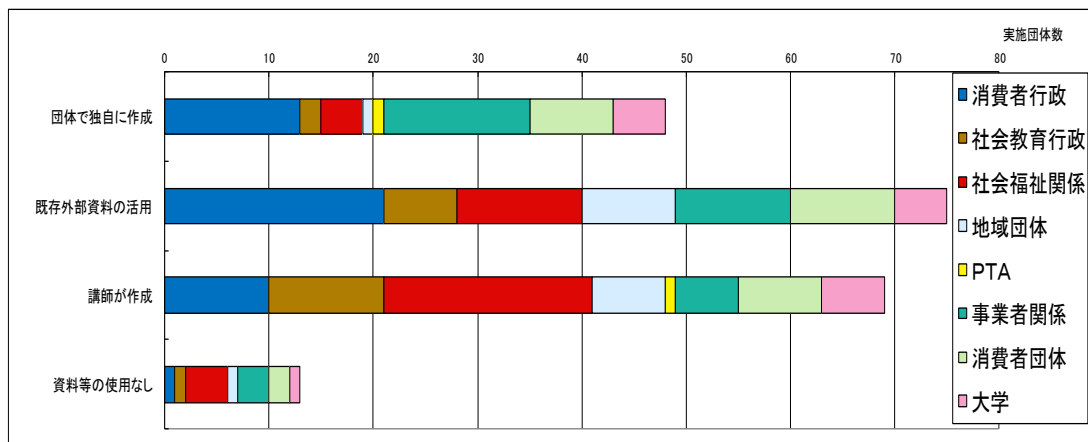
	消費者行政	社会教育行政	社会福祉関係	地域団体	PTA	事業者関係	消費者団体	大学	計
団体構成員からの選任	6	2	4	1	0	14	5	4	36
外部講師(有料)	3	0	0	1	1	3	7	5	20
外部講師(無料)	6	10	25	9	0	2	6	4	62



(7) 消費者教育・啓発活動における資料の作成方法等

(単位:団体数)

	消費者行政	社会教育行政	社会福祉関係	地域団体	PTA	事業者関係	消費者団体	大学	計
団体で独自に作成	13	2	4	1	1	14	8	5	48
既存外部資料の活用	21	7	12	9	0	11	10	5	75
講師が作成	10	11	20	7	1	6	8	6	69
資料等の使用なし	1	1	4	1	0	3	2	1	13





### 3 消費者生活相談員、法律家に対する消費者教育に関するアンケート調査

#### 1 調査の概要

##### (1) 調査の目的

日常的に消費者からの相談を受け、消費者問題の実態に精通されている専門家に、消費者教育が必要な項目などについて調査を行い、「消費者教育推進計画」の策定の参考とする。

##### (2) 調査の内容

2の(2)～(5)のとおり

##### (3) 調査対象

消費生活相談員（市町村又は県の消費生活センター、消費生活相談窓口に勤務）

弁護士（熊本県弁護士会消費者問題対策委員会及び法教育委員会所属の弁護士）

司法書士（熊本県司法書士会未成年者法律教室部会及び熊本県青年司法書士会消費者委員会所属の司法書士）

##### (4) 調査方法

熊本県弁護士会、熊本県司法書士会、市町村の支援・協力を得て電子メール配布・回収方式（一部郵送、ファクシミリ、直接配付・回収）

##### (5) 調査期間

平成26年6月5日から6月20日まで

##### (6) 実施機関

熊本県環境生活部県民生活局消費生活課

#### 2 調査結果のまとめ

##### (1) 調査結果の回答状況

(単位:人、%)

区分	計	消費生活相談員	弁護士・司法書士
配付者数	186	60	126
回答者数	73	49	24
回答率	39.2	81.7	19.0

(2)消費者教育が必要な内容

(質問:日頃から相談に対応される中で、消費者にどのような消費者教育が必要と思われますか、次の中からあてはまる欄に○をつけてください。)

(単位:延人数;複数回答あり)

	計	消費生活相談員	弁護士・司法書士
① 意思決定力	40	35	5
② 契約のルール	70	47	23
③ 商品やサービスに関する知識	24	19	5
④ 法教育全般	31	12	19
⑤ 情報の収集・選択・分析・活用能力	38	30	8
⑥ 家計管理能力	40	32	8
⑦ コミュニケーション能力	28	17	11
⑧ リサイクル、省エネ、省資源型の商品の購入、使用	9	9	0
⑨ 特になし	0	0	0
⑩ その他	7	3	4
計	287	204	83

「その他」の意見

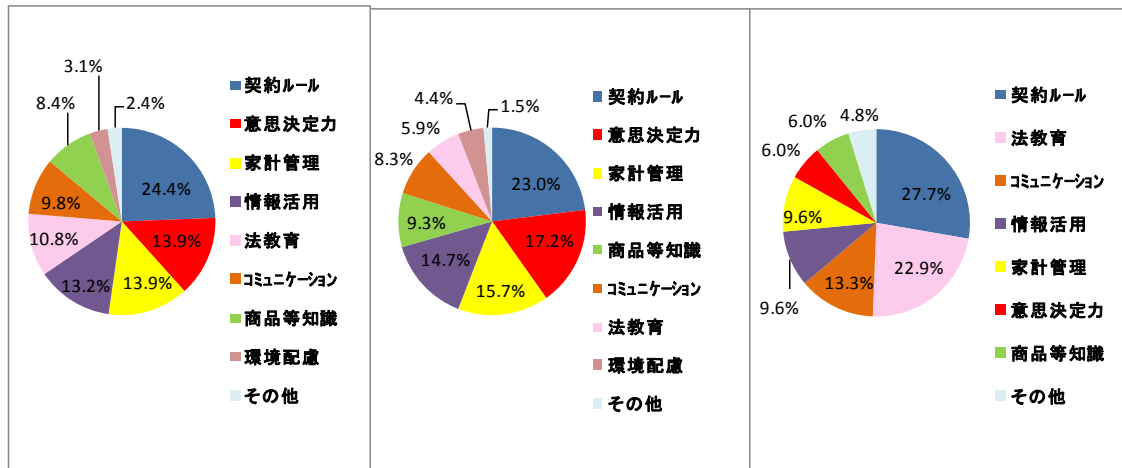
(※回答の到着順にすべて原文どおり記載、以下同じ)

1 問題解決のための行動	消費生活相談員
2 消費者教育は、各消費者の行動の変容につながるものでなければ意味がないと思います。	消費生活相談員
3 専門職や相談窓口の紹介	弁護士
4 契約することの重要性を理解していない	消費生活相談員
5 メディアリテラシー	弁護士
6 契約に関する基本的知識	弁護士
7 考える力を養うこと	弁護士

合計

消費生活相談員

弁護士・司法書士



回答が多かった項目

(合計)

- 1 契約のルール(24.4%)
- 2 意思決定力、家計管理能力(各13.9%)

(消費生活相談員)

- 1 契約のルール(23.0%)
- 2 意思決定力(17.2%)
- 3 家計管理能力(15.7%)

(弁護士・司法書士)

- 1 契約のルール(27.7%)
- 2 法教育(22.9%)
- 3 コミュニケーション(13.3%)

(3)消費者教育の開始時期

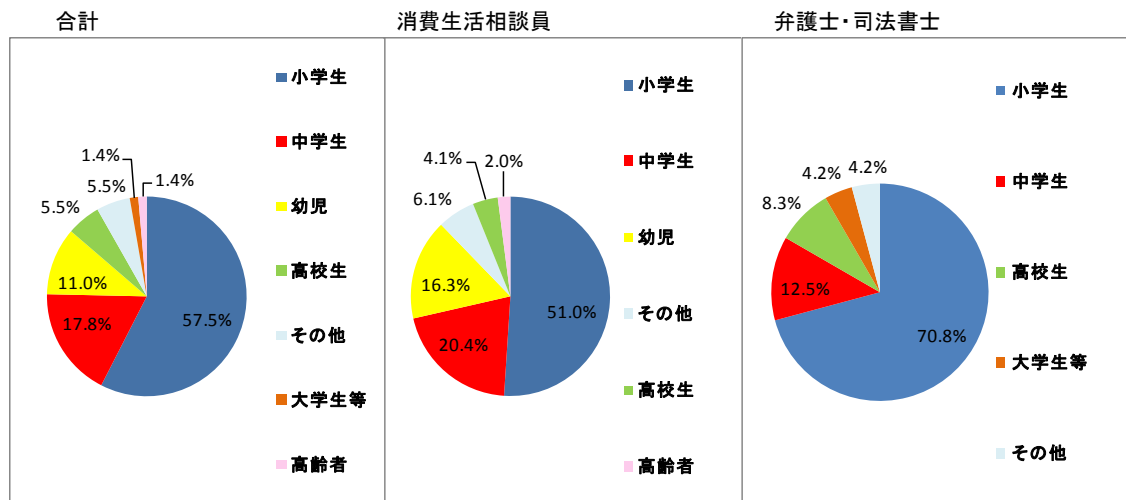
(質問:消費者教育はどの段階から実施するのが望ましいと思われますか、次の中からあてはまる欄に○をつけてください。)

(単位:人)

		計	消費生活相談員	弁護士・司法書士
①	幼児	8	8	0
②	小学生	42	25	17
③	中学生	13	10	3
④	高校生	4	2	2
⑤	大学・専門学校生	1	0	1
⑥	社会人	0	0	0
⑦	高齢者	1	1	0
⑧	特になし	0	0	0
⑨	その他	4	3	1
	計	73	49	24

「その他」の意見

1	現在は高校生・専門学校生の一部に教育を実施している。最も多いのが高齢者への啓発であるが、社会人対象の啓発が必要と思っている。市政だより等で最新の事例を案内していたりしても、読んでなかったりして、被害に遭う方がかなりある。公民館活動の中で啓発をするよう推進しているが、時間の制約もあり、中々できないのが実情である。	消費生活相談員
2	消費者としての意識を持ち始める小学生(低学年)から実施するのが望ましいと思います。	消費生活相談員
3	すべての段階でなすべきことがあるし、常に変化しているので、くり返し行う必要がある。	消費生活相談員
4	一概には言い難い。成長(加齢)するにつれて、経済的な可処分範囲が広がっていくので、それに応じた教育が必要である。年齢を経るほどに具体的な消費者教育が必要だが、逆に年少者については法教育一般の方が重要であると考え。	弁護士



回答が多かった項目 (合計)	(消費生活相談員)	(弁護士・司法書士)
1 小学生(57.5%)	1 小学生(51.0%)	1 小学生(70.8%)
2 中学生(17.8%)	2 中学生(20.4%)	2 中学生(12.5%)
3 幼児(11.0%)	3 幼児(16.3%)	3 高校生(8.3%)

(4)消費者教育を推進する方法

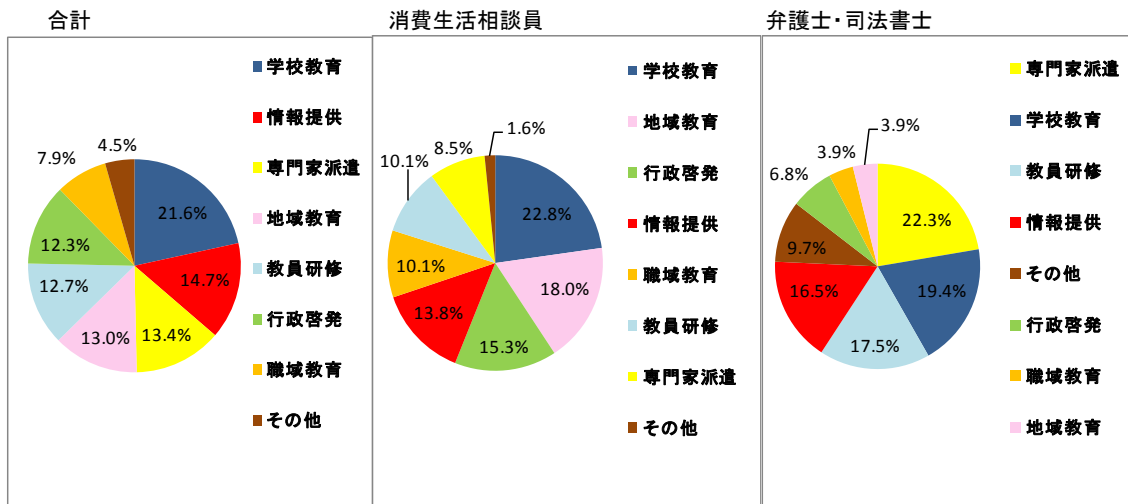
(質問:消費者教育を推進するためには、特に何が重要とお考えですか、次の中からあてはまる欄に○をつけてください。)

(単位:延人数:複数回答あり)

	計	消費生活相談員	弁護士・司法書士
① 学校教育における消費者教育の充実	63	43	20
② 職域における消費者教育	23	19	4
③ 社会福祉協議会、民生委員、老人クラブ、婦人会やPTAなどが行う消費者教育	38	34	4
④ 行政による消費者教育・啓発活動	36	29	7
⑤ 教育の担い手による教材、実践事例、最新情報等の提供	43	26	17
⑥ 教員に対する研修	37	19	18
⑦ 各種専門家の派遣	39	16	23
⑧ 特になし	0	0	0
⑨ その他	13	3	10
計	292	189	103

「その他」の意見

1	家庭生活の中で夫婦・親子の会話の中に消費者問題を話し合うような取組。	消費生活相談員
2	マスメディアの活用をもっとした方がいいと思います。(ネット、TV、ラジオなどを通じて、各年齢層に合わせた方法で！)	消費生活相談員
3	子どもを育てる親の教育	消費生活相談員
4	学校教育における消費者教育を含む法教育の充実、各種団体と教育委員会・学校・教員等との連携(7人同意見)	弁護士7人
5	消費者教育についての積極的な広報活動	弁護士
6	行政・団体間の連携	弁護士



回答が多かった項目

(合計)

- 1 学校教育 (21.6%)
- 2 教材、事例、情報提供 (14.7%)
- 3 各種専門家の派遣 (13.4%)

(消費生活相談員)

- 1 学校教育 (22.8%)
- 2 社会福祉協議会など (18.0%)
- 3 行政の啓発等 (15.3%)

(弁護士・司法書士)

- 1 各種専門家の派遣 (22.3%)
- 2 学校教育 (19.4%)
- 3 教材・事例・情報提供、  
教員への研修 (各17.5%)

(5) 消費者教育についての意見(自由記載)

①早い段階、学校、家庭における消費者教育に関する意見

1	消費生活相談の中で、消費者教育の重要性を日々感じている。高齢者の消費者トラブルもさることながら、IT環境下での消費者トラブルの低年齢化には危惧するところ大である。小学生からの消費者教育は重要だと思う。	消費生活相談員
2	教員をしている友人から、ワンクリック詐欺についての本当に初歩的な相談を受けたことがあります。学活の時間でしか消費者教育はなされていないと聞きました。生徒にも教師にも学びの場が必要だと思います。義務教育として取り入れてもらえば一番良いと考えています。	弁護士
3	全体的な相談件数は減少傾向にあるものの、相談内容は非常に複雑になってきて、いざ解約や取消交渉になっても、なかなかすんなり交渉成立にならないのが現状です。私たち相談員は最後の砦であって、根本的に消費者被害を失くす為には、消費者ひとりひとりが責任と自覚を持って向き合わなければならない事だと思います。そうなるには、やはり早くから消費者教育をする事が不可欠です。ぜひ学校教育のカリキュラムに入れて頂きたいと思えます。「消費者教育」という言葉がひとり歩きしない様、全地域で取り組んでいかなければいけない事だと実感しています。	消費生活相談員
4	若者のネットトラブルやエステ契約トラブルなども多く、やはり小・中学校での段階ごとに授業等において消費者教育の必要性を感じます。そのためにも、学校現場にも理解を深めてもらうよう働きかけたり情報提供、情報交換の機会を多くとって頂くことを望んでいます。消費者力の高い大人に育ってほしいという気持ちが現場にいて強くなってきました。	消費生活相談員
5	学校へ出前講座について紹介するため訪問しているが、依頼がないのが現状です。先生方との時間もとれず、教頭会などに参加して紹介させていただいたが、先に進まずどこかしい気持ちでいます。しかしあきらめず、消費者教育の重要性について伝えていきたいと思えます。	消費生活相談員
6	どの年代においても、悪質商法の被害が増えている。出前講座等の啓発は、今までは主に高齢者が対象であったが、学校・職場への出前講座も積極的に申し入れて行くべきだと感じている。	消費生活相談員
7	情報化社会に伴って、若年層が消費者トラブルに巻き込まれることが多くなると考えられるので、小学校高学年から、お金の使い方・契約についての教育が必要となってくると思う。	消費生活相談員
8	相談を受けていて感じるのは、やはり消費者教育が大切だという事です。自分の収入の範囲で生活できる金銭感覚、怪しい勧誘に怪しいと気付く感覚等、多重債務や被害に遭わない消費者を作っていく事が重要だと思います。病気の治療も大切ですが、病気になる前の予防の為、健康診断を受けたり体操等で体を動かす事が重視されているのと同じだと思います。我が子の通う小学校では、保護者向けに携帯電話のトラブルについて、他校の校長先生の講座がありました。内容は、いじめ等につながるという事が中心でした。地域的に消費生活に対する意識が低いようで、センターに話が来ない事を残念に思いました。消費者教育推進の為の活動や、講座等に私ももっと携わっていければと思っています。	消費生活相談員
9	子育てと同様に大切な教育だと思います。	消費生活相談員
10	小学3～6年生くらいが集中して傾聴してくれると思います。	消費生活相談員
11	インターネットによる被害、犯罪が増加しているし、低年齢化している。しかしながら、親の危機感は薄い。子供が何をしているか知らない。PTAの教育と、小学校からの消費者教育は特に必要だと思う。	消費生活相談員
12	消費者問題を含め法全般につき、自分たちとは関係ないこと、疎遠なものと考えている方が多いのではないかと感じます。そのような現状を変えるために、幼い頃から、法が自分たちや社会と関係ある身近なものであることを学ぶ必要があると思います。小中高と段階に応じて消費者教育をできればよいと思います。	弁護士
13	消費者問題を含め法全般につき、自分たちとは関係ないこと、疎遠なものと考えている方が多いのではないかと感じます。そのような現状を変えるために、幼い頃から、法が自分たちや社会と関係ある身近なものであることを学ぶ必要があると思います。	弁護士
14	消費者問題は、特に問題意識なく契約等をしてしまうために生じていることがほとんどだと感じます。このような状況を変えていくには、幼少期からきちんと意識させて習慣づけること、また身近な大人たちにも同時に意識させ、自然とまねさせるように持っていくことが重要だと思います。	弁護士
15	弁護士として業務を行っている、消費者教育の大切さをよく実感します。社会に出る前に、きっちりとした消費者教育を施すべきだと考えます。	弁護士
16	質問3のところ②の小学生を記入しましたが、具体的に小学校高学年の時よりおもしろおかしく興味を持つように教育を始めた方がよいかと思えますし、その場を持つように勤めていくべきだと思います。	消費生活相談員
17	教育現場での消費者教育が大事だと思います。教科に入れることも検討すべきだと思います。	消費生活相談員
18	消費者教育は「生きる力」と思う。生きていくためには、食も含め備えていく観点が必要だろう。その為、幼児期から知る、選ぶ、安全に配慮するという考え方を身に付けることが大切と思う。	消費生活相談員

②消費者の自立支援に関する意見

1	これまで行われてきた悪質商法の講座だけでなく、参加者の自律性を高め、問題解決能力を向上できるような講座の増加を期待致します。そのため、一方的に話を聞く講座ではなく、参加者自らが積極的に関わることのできる参加型(ワークショップ)の教育も重要であると考えています。	消費生活相談員
2	社会生活において自己決定・自己責任は大事だと思う。そのためには、家庭における教育や学校生活において、子どもの成長に応じた「契約のルール」を教えることは最も重要なことだと考える。	消費生活相談員

3	知識や情報を頭の中にインプットするだけでなく、それらを必要な場面でアウトプットし行動に移せる消費者になっていただく為の消費者教育が求められていると思います。双方向的な手法で1年中、どこでも均質の消費者教育が受けられる環境を整備していただけたらと思います。	消費生活相談員
4	消費者教育については、消費者被害に対する知識を持ち、その知識をわかりやすく各世代層に教育するための能力が必要であると考えています。そのための一助としてコミュニケーション能力が重要であると感じています。	消費生活相談員
5	消費者教育ではなく、生活者教育、市民教育として教育しなければ意味がない。学校教育の段階からきちんとしたテキストを作り、時間をとってしっかり教育すべきである。	消費生活相談員
6	新しい消費者問題が次々に登場してきたり、新しい法律ができてきたりする中で、消費者も新しい知識を得ることが必要であると考えます。そのため、学校教育だけでなく、それ以降も継続的に消費者教育をしていく必要があると思います。	弁護士
7	子どもが消費者の方々の消費者問題に接するのは、すでに問題が生じたあと(被害を受けてしまったあと)になってしまうことが多いように感じられます。今後は事前の消費者教育を拡充し、消費者の方々に、消費者問題に対する予防的な力を身につけていただきたいと思いますと考えております。	弁護士
8	インターネットの普及などの時代の流れに対応して、教える側の研鑽も必要性を増していると思います。ただ単にネットの使い方の注意点などの表面的な指導をするのではなく、なぜいけないのか、なぜトラブルになるのか、契約の仕組み、社会の仕組み、等の根本的な法的な理解から紐解いて教えることが効果的と思われる。	弁護士
9	消費者問題につき、実際に問題に直面するまで、自分たちとは関係ないと考えている方が多いのではないかと感じます。そのため、問題が顕在化した際にもどのような手段によって解決したらよいかかわからず、問題が複雑化してしまっていることも少なくないのではないのでしょうか。消費者問題を未然に防ぐ、あるいは問題が生じて被害が最小限で済むようにするためには、日ごろからの情報の提供、子供のころから気づきの視点を与えることが重要ではないかと考えます。	弁護士
10	私たち消費生活相談員にとっては、消費者教育はずっと前から当然のことという認識でしたが、一般的に話が出てきたのが、この数年であることにむしろ驚きを感じてしまいます。生活に根付いた知識、実践が身につくように多くの時間をかけてすべきであると考えています。	消費生活相談員

### ③各種専門家による消費者教育に関する意見

1	消費者教育は、小さい頃から年齢に応じて行うべきと思うが、時代の変化と共に通り一遍の教育では不十分になってくる。学校教育の中でそれをやっていくには、教職員の負担が大きすぎる。専門家との連携や専門家が学校の中に入っていくことは大切だと思う。	消費生活相談員
2	法的なトラブルについて、学生は関係ないと考えがちなので、社会が法律に従って動いていることを学んでもらう必要があると思います。また、法的なトラブルに巻き込まれた場合に、問題が大きくなる前に、弁護士や行政等に相談して、解決を図ることが大切ということを知ってもらう必要があると思います。	弁護士
3	各種専門家の積極的な活用を希望します。	弁護士
4	少年期からの消費者教育・法教育及び具体的問題に直面した際に専門家・有識者に相談できる環境づくりが重要であると考えます。また、上記課題については、熊本県弁護士会でも利用できる制度を提供していますし、他の業種においても同様であると思われます。このような制度について、提供側の広報の拡充及び仲介者の尽力が必要であると考えます。	弁護士
5	消費者教育と一言に言っても、内容は幅広く、学校で教諭が教えるのにも限界があるように思います。ときには専門の他団体から講師派遣等を行うなどして教育・指導したほうが、子ども達には刺激になるのではないかと思います。小学生、中学生、高校生、社会人では行ってほしい消費者教育のニーズが異なるのではないかと思いますので、ニーズにあった教育ができればよいのかなと思います。	弁護士

### ④消費者被害防止の啓発、情報提供に関する意見、その他

1	消費者庁の消費者教育のポータルで他県の教材等をウォッチングしていて、DVD動画等を要請すると頂ける場合がある。神奈川県は、インターネットの関係と高齢者の悪質商法対策を提供戴いた。社会福祉協議会等で、高齢者のふれあいサロンなどで気軽に視聴戴けるDVD動画の作成を県のセンターにお願いしたい。	消費生活相談員
2	・未成年者の契約について、本人が成人と偽ってした行為、親が同意した契約など、契約の取消しの可否を詳しく教示していく事が大切だと思いますので、分かり易い事例で説明出来るものがあると良いと思うところです。 ・高齢者を狙った悪質商法や詐欺が後を絶ちませんが、広報などの啓発活動手段も効果を発揮をしています。更にテレビを使って被害防止を訴えると一段と皆さんへの周知が徹底するのではないのでしょうか。	消費生活相談員
3	消費者問題においては、被害に遭ってからでは、損失を回復できないケースが多々ある。被害予防の観点から、頻繁に生じるトラブルの具体的事案及びその対処法の広報活動が重要であると考えている。	弁護士
4	若年からの「消費者教育」については、その効果(実効性)に些か疑問がある。具体的な経済活動を開始していない段階では、教えられても実感をもって体得できる事柄は限られるのではないかとと思われる。	弁護士

## 4 消費者教育の推進に関する法律

(平成二十四年八月二十二日法律第六十一号)

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）第十条の二第一項第一号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



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。

## 5 熊本県消費者教育推進地域協議会

都道府県消費者教育推進地域協議会は、推進法第20条第2項に基づき、都道府県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構成員相互の情報の交換及び調整を行うほか、消費者教育推進計画の策定・変更をする場合において意見を述べることとされています。

熊本県においては、平成25年9月に設置し、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関係機関からの15人の委員をもって組織されました。現委員の任期は、平成27年11月30日までとなっています。

委員名簿

(敬称略・五十音順)

氏名	所属 又は 職名 (平成25年12月現在)
芦原 陸雄	熊本県中学校教育研究会社会科部会 副会長
稲本 信広	熊本県司法書士会 常任理事
上田 哲	熊本県銀行協会 事務局長
川口 和博	熊本県社会福祉協議会 県民福祉課課長補佐
川口 恵子	尚綱大学短期大学部 教授
坂口 真理	特定非営利活動法人熊本消費者協会 会長
下山 和也	熊本県弁護士会 消費者問題対策委員長
高木佐由理	熊本県高等学校教育研究会家庭部会
出口 浩	菊池市商工観光課 商工労政係長
徳村 美佳	消費者教育NPO法人お金の学校くまもと 代表
西村まりこ	熊本商工会議所女性会 会長
藤木 正幸	熊本県PTA連合会 理事
牧 幸子	グリーンコープ生活協同組合くまもと 理事長
宮本 史明	熊本県公立高等学校長会 常任理事
山野 和子	消費生活アドバイザー

※本名簿は、計画策定時の委員名簿です。

発行者：藤 本 真  
所 属：消費者部  
発行年度：平成27年度