

香川県消費者教育推進計画

平成 30 年度～平成 34 年度

香川県消費者教育推進計画 目次

第1 計画の基本的考え方

1. 計画策定の趣旨 3
2. 計画の位置付け 3
3. 計画の期間 3

第2 消費者を取り巻く現状と課題

1. 消費生活相談の状況等 4
2. 消費生活に関する県民意識 9
3. 高齢者の消費者被害の状況 26
4. インターネットの普及等に伴う消費者被害の状況 26
5. 若年層の消費者被害の状況 26
6. 「消費者市民社会」に関する状況 27

第3 消費者教育の現状と課題

1. 教育機関における消費者教育 28
2. 地域における消費者教育 30
3. 職域における消費者教育 30

第4 消費者教育の推進施策

1. 消費者教育の目指すもの・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 31
 2. 消費者教育推進のための重要施策・・・・・・・・・・・・ 32
 3. 消費者教育推進のための重要施策の事業の内容・・・・・・ 33
-
- 【1】消費者の自立を支援するため、県民の誰もが生涯を通じ、
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・・・・ 33
 - 【2】自立した消費者を育成する役割を担う教職員等に、消費
者教育の研修を実施し、情報を提供・・・・・・・・・・・・ 37
 - 【3】自らの力で消費者被害を防ぐことが困難な高齢者や障害
者などを支援する民生委員や介護事業所等で働く介護従
事者等に、消費者教育の研修を実施し、情報を提供・・・・ 38
 - 【4】市町、地域包括支援センター、消費者団体など多様な
主体と連携して消費者教育を推進・・・・・・・・・・・・ 39
 - 【5】消費生活センターの拠点化と消費生活コーディネーター
など人材の育成を推進・・・・・・・・・・・・・・ 41

第5 計画の推進体制等

1. 推進体制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 43
2. 計画の進行管理・評価・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 43

第1 計画の基本的考え方

1. 計画策定の趣旨

香川県（以下「県」という。）では、香川県消費生活条例に基づいて、消費者の自立を支援するため、消費生活に関する知識の普及や情報の提供など、消費者に対する啓発活動を推進するとともに、地域や学校など様々な場を通じて消費生活に関する教育の推進に取り組んできました。

しかしながら、消費者を取り巻く環境は、急激な高齢化やグローバル化、高度情報化の進展などにより多様化・複雑化し、地域や家庭のつながりが弱まる中で、消費者被害も多様化・深刻化するなど厳しさを増しており、これまで以上の消費者教育の推進が求められています。

このような中、消費者教育を総合的・一体的に推進することを目的として「消費者教育の推進に関する法律」（以下「消費者教育推進法」という。）が平成24年12月に施行され、消費者が消費行動を通じて、公正かつ持続可能な社会に積極的に参画する「消費者市民社会」が定義付けられました。また、同法に基づき国が示した「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（以下「基本方針」という。）では、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の育成を目指すこととされました。

この基本方針に関しては、平成28年度に中間的見直しが行われ、平成30年度からの次期基本方針に反映させるため、現状、課題を把握したうえで、今後の重点事項が整理されたところです。

こうしたことから、消費者教育推進法及び基本方針等が求めるものを踏まえ、県がこれまで進めてきた消費者の自立の支援に加え、「消費者市民社会」の実現に参画できる消費者の育成を目指し、「香川県消費者教育推進計画」を策定します。

2. 計画の位置付け

この計画は、消費者教育推進法第10条に基づき、国の基本方針を踏まえて策定する計画です。

3. 計画の期間

計画期間は、平成30年度から平成34年度までの5年間とします。

ただし、社会経済情勢の急激な変化や国の基本方針等の変更等を勘案し、必要に応じて見直しを行います。

第2 消費者を取り巻く現状と課題

1. 消費生活相談の状況等

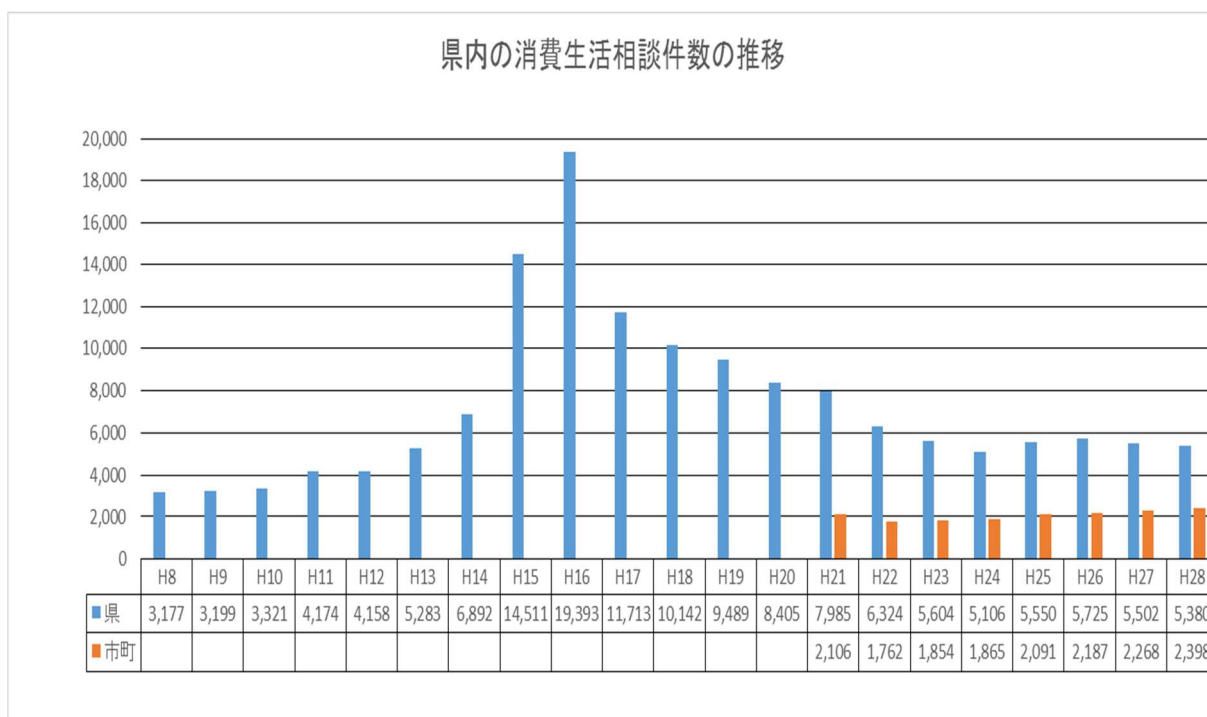
(1) 相談件数の推移

平成 28 年度に県消費生活センター及び県民センターに寄せられた消費生活相談の件数は 5,380 件（消費生活センター3,755 件、県民センター1,625 件）で、前年度の 5,502 件に比べ 2.2%減少しました。また、県内の市町に寄せられた消費生活相談の件数は 2,398 件と、前年度の 2,268 件に比べ 5.7%増加しました。

県消費生活センター及び県民センターに寄せられた消費生活相談件数の推移を見ると、架空請求に関する相談が急増し、ピークを迎えた平成 16 年度以降は減少傾向にありましたが、平成 25 年度以降はほぼ横ばいとなっています。

市町の窓口が受け付けた消費生活相談件数は、全市町に消費生活相談窓口が設置された平成 23 年度以降ほぼ横ばいとなっています。

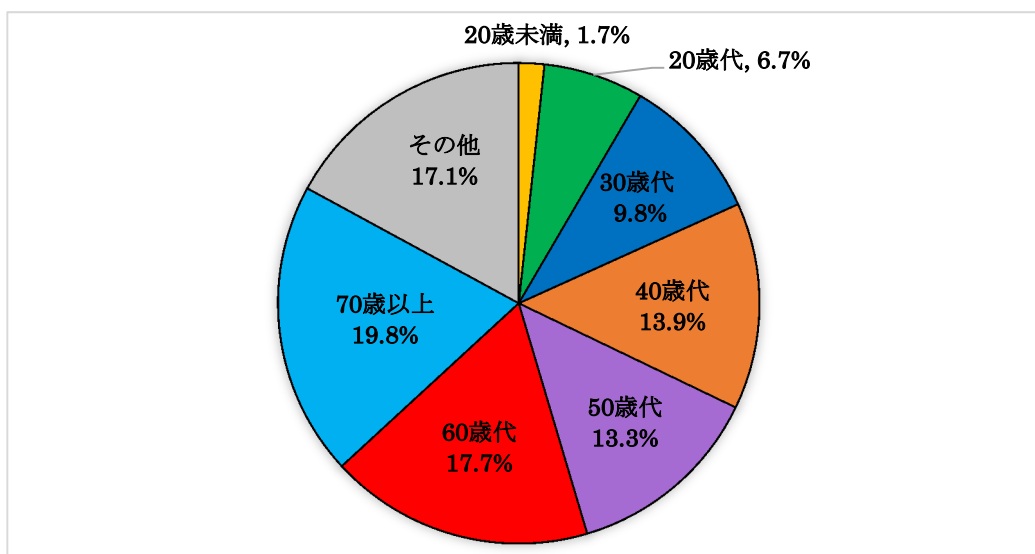
【図表 1 相談件数の推移】



(2) 契約当事者の年代別状況

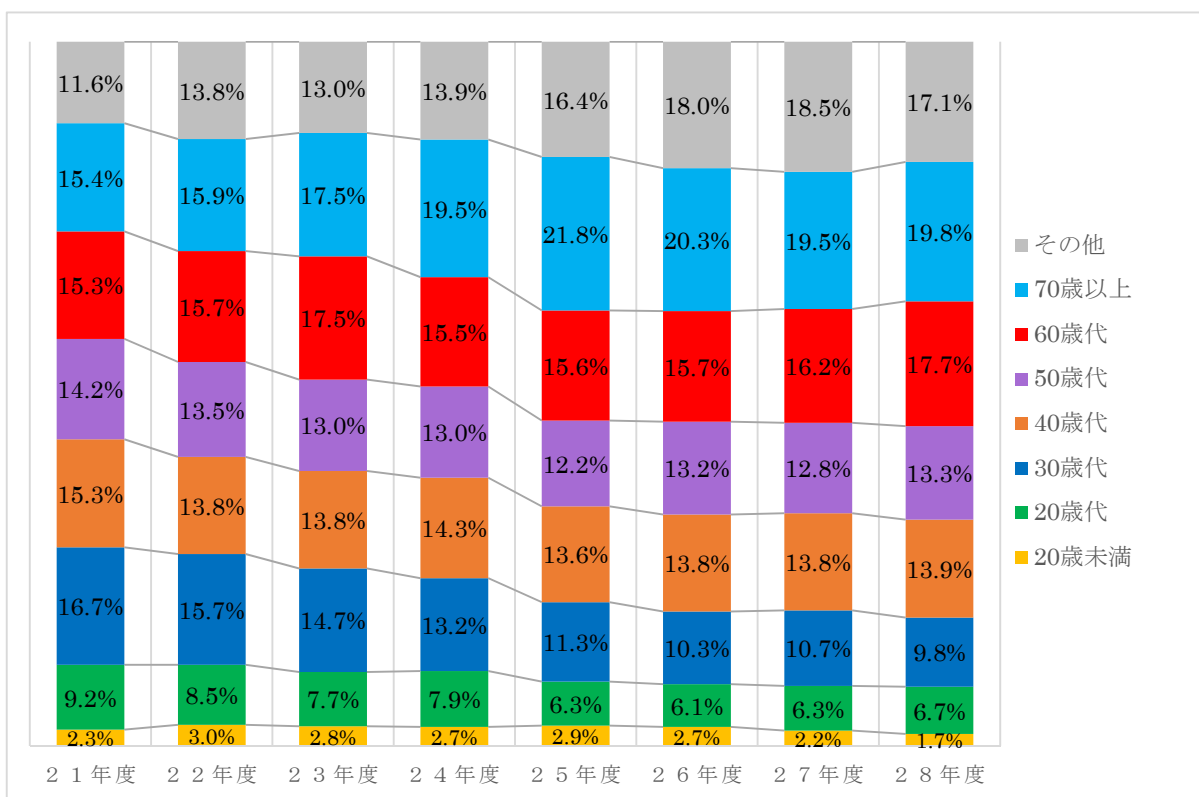
平成 28 年度に県消費生活センター及び県民センターに寄せられた消費生活相談は、契約当事者の年代別に見ると、「70 歳代以上」の占める割合が最も多く、次いで「60 歳代」が多くなっています。両者を合わせた「60 歳代以上」の占める割合は全体の相談件数の 4 割弱を占めています。

【図表 2 平成 28 年度 契約当事者の年代別割合】



県消費生活センター及び県民センターに寄せられた消費生活相談において、契約当事者の年代別割合の推移を見ると、平成 21 年度以降は「50 歳代」以下の全ての年代で減少傾向にある中、「60 歳代」、「70 歳代」は共に増加傾向にあります。

【図表 3 契約当事者の年代別割合の推移】



(3) 商品・役務別相談件数

平成28年度に県消費生活センター及び県民センターに寄せられた消費生活相談は、商品・役務別に見ると、「放送・コンテンツ等」が最も多く、次いで「インターネット通信サービス」、「商品一般」、「健康食品」が多くなっています。

「放送・コンテンツ等」は、インターネットのアダルト情報サイトのワンクリック請求、出会い系サイトやオンラインゲームでのトラブル、インターネットを通じて得られる情報(デジタルコンテンツ)に関する不当請求・架空請求などです。全ての年代において最も相談が多く、「20歳未満」では相談の過半数を占めています。

また、「インターネット通信サービス」は、インターネット接続回線に関する相談が大半を占めており、幅広い年代にわたっています。「商品一般」は、具体的な商品名を明示しない架空請求や詐欺的な勧誘が多くを占めており、60歳代・70歳以上の割合が高くなっています。「健康食品」は、通常の食料品が含有する栄養素、カロリー、嗜好等を超えて薬事的な効果またはそれと類似の効果をうたって製造、販売されるものであり、インターネットや新聞・雑誌等で「お試し」と謳って勧誘する手口が各年代で増えています。

(図表4) 商品・役務別相談件数(上位10位)

順位	26年度		27年度		28年度	
	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数
1	放送・コンテンツ等	991	放送・コンテンツ等	1,016	放送・コンテンツ等	1,032
2	商品一般	523	インターネット通信サービス	437	インターネット通信サービス	400
3	インターネット通信サービス	334	商品一般	390	商品一般	354
4	融資サービス	248	融資サービス	226	役務その他	215
5	役務その他	207	役務その他	223	健康食品	195
6	レンタル・リース・貸借	198	レンタル・リース・貸借	201	レンタル・リース・貸借	180
7	工事・建築・加工	185	工事・建築・加工	152	融資サービス	176
8	健康食品	131	健康食品	131	工事・建築・加工	146
9	書籍・印刷物	109	移動通信サービス	115	移動通信サービス	127
10	自動車	101	自動車	88	自動車	99

(図表 5) 契約当事者年代別、商品・役務別件数(上位 5 位)

年齢	20歳未満		20歳代		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代		70歳以上	
	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数
1	放送・コンテンツ等	50	放送・コンテンツ等	87	放送・コンテンツ等	120	放送・コンテンツ等	181	放送・コンテンツ等	184	放送・コンテンツ等	224	放送・コンテンツ等	122
2	健康食品	6	レンタル・リース・貸借	27	インターネット通信サービス	34	インターネット通信サービス	54	インターネット通信サービス	50	インターネット通信サービス	86	商品一般	92
3	化粧品	6	融資サービス	26	レンタル・リース・貸借	33	レンタル・リース・貸借	36	商品一般	41	商品一般	78	インターネット通信サービス	90
4	インターネット通信サービス	4	インターネット通信サービス	23	融資サービス	26	商品一般	33	健康食品	28	役務その他	37	健康食品	71
5	玩具・遊具	3	移动通信サービス	18	役務その他	22	役務その他	32	役務その他	25	融資サービス	32	工事・建築・加工	33

(4) 販売購入形態別件数

平成 28 年度に県消費生活センター及び県民センターに寄せられた消費生活相談は、販売購入形態別に見ると、「通信販売」、「店舗購入」、「電話勧誘販売」が多くなっています。「通信販売」は、全ての年代を通じて最も多く、インターネット通販に関するトラブルの相談が増えています。

また、「通信販売」には、不特定多数の者を対象に根拠のない請求をする架空請求が含まれており、平成 28 年度は 525 件と、これまでで最も多く、相談件数全体の約 1 割を占めています。その特徴としては、実在する企業名を騙った架空請求が増加しており、60 歳以上の方の相談件数が 214 件と、全体の 40.8%を占めています。

(図表6)販売購入形態別件数 ()は構成比

単位:件.%

区 分	24年度		25年度		26年度		27年度		28年度		前年比
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	
通信販売 (うち架空請求)	1,388 (220)	(27.2) (4.3)	1,476 (210)	(26.6) (3.8)	1,705 (462)	(29.8) (8.1)	1,660 (449)	(30.2) (8.2)	1,770 (525)	(32.9) (9.8)	106.6
店舗購入	1,400	(27.4)	1,423	(25.6)	1,314	(23.0)	1,366	(24.8)	1,187	(22.1)	86.9
電話勧誘販売	606	(11.9)	765	(13.8)	809	(14.1)	768	(14.0)	713	(13.3)	92.8
訪問販売	496	(9.7)	447	(8.1)	419	(7.3)	398	(7.2)	393	(7.3)	98.7
マルチ・マルチまがい	73	(1.4)	60	(1.1)	62	(1.1)	69	(1.3)	61	(1.1)	88.4
訪問購入	0	(0)	43	(0.8)	23	(0.4)	35	(0.6)	40	(0.7)	114.3
ネガティブ・オプション	31	(0.6)	42	(0.8)	13	(0.2)	19	(0.3)	36	(0.7)	189.5
その他無店舗	44	(0.9)	41	(0.7)	50	(0.9)	42	(0.8)	62	(1.2)	147.6
不 明	1,068	(20.9)	1,253	(22.6)	1,330	(23.2)	1,145	(20.8)	1,118	(20.8)	97.6
合 計	5,106	(100)	5,550	(100)	5,725	(100)	5,502	(100)	5,380	(100)	97.8

(図表7)販売購入形態別・契約者年代別件数

単位:件

区 分	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	計
通信販売 (うち架空請求)	67 (2)	147 (30)	206 (55)	299 (95)	308 (118)	334 (146)	248 (68)	161 (11)	1,770 (525)
店舗購入	10	106	160	209	157	191	161	193	1,187
電話勧誘販売	0	27	35	73	69	156	245	108	713
訪問販売	6	16	34	37	37	64	129	70	393
マルチ・マルチまがい	2	10	6	6	13	10	8	6	61
訪問購入	0	0	1	1	8	7	15	8	40
ネガティブ・オプション	0	0	1	1	2	4	13	15	36
その他無店舗	1	4	6	4	11	13	18	5	62
不明・無関係	6	51	79	118	109	175	228	352	1,118
合 計	92	361	528	748	714	954	1,065	918	5,380

2. 消費生活に関する県民意識

平成 28 年度の県政世論調査の中で、消費生活に関する調査を実施しました。この調査では、満 20 歳以上の県民 3,000 人を抽出し、1,639 人 (54.6%) の回答を得ました。

(1) 消費者問題に関心がありますか

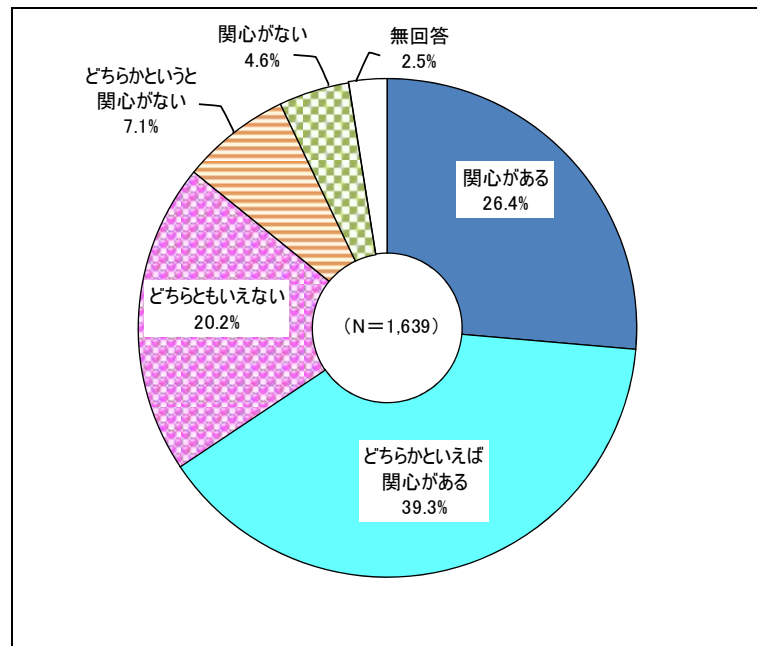
問1 消費者問題に関心がありますか。次に中から 1 つだけ選んでください。

【回答者数=1,639】

1	関心がある	⇒ 付問 4 にお進みください	26.4%
2	どちらかといえば関心がある	⇒ 付問 4 にお進みください	39.3%
3	どちらともいえない		20.2%
4	どちらかというに関心がない		7.1%
5	関心がない		4.6%
	(無回答)		2.5%

「消費者問題に関心がありますか」について、「どちらかといえば関心がある」(39.3%) が最も多く、次いで「関心がある」(26.4%)、「どちらともいえない」(20.2%)、「どちらかというに関心がない」(7.1%) などとなっています。

図表(1)-1 消費者問題に関心がありますか



性別にみると、「興味がある」と「どちらかといえば興味がある」を合わせた割合は男女ともに6割を超える結果となっています。

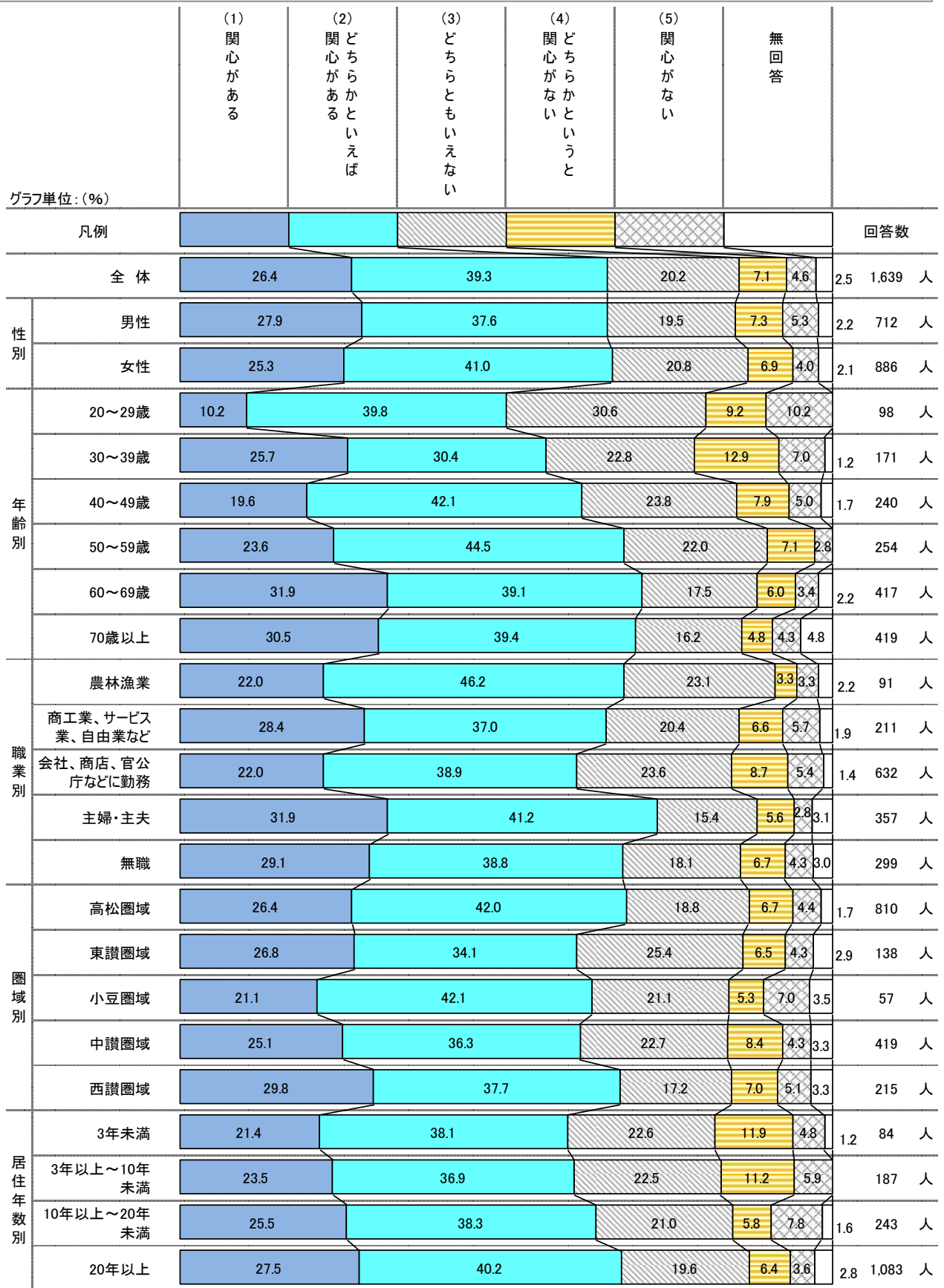
年齢別にみると、『60～69歳』において、「興味がある」(31.9%)と「どちらかといえば興味がある」(39.1%)を合わせた割合は71.0%と、『20～29歳』(50.0%)に比べ21.0ポイント上回っています。

職業別にみると、『主婦・主夫』において、「興味がある」(31.9%)と「どちらかといえば興味がある」(41.2%)を合わせた割合は73.1%と、『会社、商店、官公庁などに勤務』(60.9%)に比べ12.2ポイント上回っています。

圏域別にみると、全ての地域別において、「興味がある」と「どちらかといえば興味がある」を合わせた割合は6割を超える結果となっています。

居住年数別にみると、『20年以上』において、「興味がある」(27.5%)と「どちらかといえば興味がある」(40.2%)を合わせた割合は67.7%と、『3年未満』(59.5%)に比べ8.2ポイント上回っています。

図表(1)-2 消費者問題に関心がありますか



P239 数表参照

0%

50%

100%

(2) 関心がある消費者問題は何ですか

【問1で「1」または「2」と答えた方にお聞きします】

問2 関心がある消費者問題はなんですか。次の中からあてはまるものすべてを選んでください。

【回答者数=1,076】

1 食品の安全性	85.4%
2 製品事故	35.8%
3 悪質商法	60.3%
4 詐欺	48.0%
5 資源・エネルギー	41.1%
6 環境	45.4%
7 金融	25.4%
8 多重債務	8.9%
9 その他（具体的に： （無回答）	0.8% 0.5%

「関心がある消費者問題」について、「食品の安全性」（85.4%）が最も多く、次いで「悪質商法」（60.3%）、「詐欺」（48.0%）などとなっています。

図表(2)-1 関心がある消費者問題は何ですか

	割合 (%)	回答数
全体	100.0	1,076 人
(1) 食品の安全性	85.4	919 人
(2) 製品事故	35.8	385 人
(3) 悪質商法	60.3	649 人
(4) 詐欺	48.0	517 人
(5) 資源・エネルギー	41.1	442 人
(6) 環境	45.4	488 人
(7) 金融	25.4	273 人
(8) 多重債務	8.9	96 人
(9) その他	0.8	9 人
無回答	0.5	5 人

グラフ単位：(%)

性別にみると、男女ともに、「食品の安全性」が7割を超え最も高く、特に『女性』(90.3%)は9割を占める結果となっています。

年齢別にみると、『30～39歳』において「悪質商法」(62.5%)と回答した人の割合は、『20～29歳』(36.7%)に比べ25.8ポイント、「詐欺」(60.4%)と回答した人の割合は、『20～29歳』(36.7%)に比べ23.7ポイント上回っています。

職業別にみると、『商工業、サービス業、自由業など』において「詐欺」(52.2%)と回答した人の割合は、『農林漁業』(38.7%)に比べ13.5ポイント、「金融」(31.9%)と回答した人の割合は、『農林漁業』(19.4%)に比べ12.5ポイント上回っています。

圏域別にみると、『東讃圏域』において「製品事故」(44.0%)と回答した人の割合は、『小豆圏域』(30.6%)、『中讃圏域』(32.3%)に比べ11ポイント以上上回っています。『小豆圏域』において「悪質商法」(75.0%)と回答した人の割合は、『高松圏域』(59.2%)、『東讃圏域』(57.1%)に比べ15ポイント以上上回っています。

居住年数別にみると、『3年未満』において「資源・エネルギー」(52.0%)と回答した人の割合は、『3年以上～10年未満』(40.7%)、『20年以上』(40.4%)に比べ11ポイント以上、「多重債務」(18.0%)と回答した人の割合は、『10年以上20年未満』(7.7%)、『20年以上』(8.3%)に比べ9ポイント以上上回っています。

図表(2)-2 関心がある消費者問題は何ですか

		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)		
		回答者数 (人)	食品の 安全性	製品 事故	悪質 商法	詐欺	資源・ エネルギー	環境	金融	多重 債務	その 他	無 回答
単位: 比率(%)												
全体		1,076	85.4	35.8	60.3	48.0	41.1	45.4	25.4	8.9	0.8	0.5
性別	男性	467	79.9	37.0	62.7	51.4	43.3	42.6	28.7	10.9	0.6	1.1
	女性	587	90.3	35.1	58.4	45.8	40.4	47.9	22.8	7.3	0.9	-
年齢別	20~29歳	49	73.5	36.7	36.7	36.7	36.7	36.7	30.6	12.2	-	2.0
	30~39歳	96	78.1	29.2	62.5	60.4	45.8	45.8	26.0	14.6	-	-
	40~49歳	148	85.1	41.9	54.7	58.1	45.9	50.7	34.5	10.8	0.7	0.7
	50~59歳	173	78.0	27.2	60.1	48.0	48.6	53.2	27.2	11.0	1.2	0.6
	60~69歳	296	90.9	39.9	61.1	44.9	43.9	52.4	27.0	5.4	0.7	0.3
	70歳以上	293	89.8	35.8	65.9	44.7	32.4	33.1	17.4	7.8	1.0	0.3
職業別	農林漁業	62	85.5	35.5	66.1	38.7	35.5	45.2	19.4	3.2	3.2	-
	商工業、サービス業、 自由業など	138	83.3	34.8	58.7	52.2	47.1	47.8	31.9	11.6	-	0.7
	会社、商店、官公庁 などに勤務	385	81.0	30.9	54.8	48.6	44.2	47.5	29.1	9.6	0.5	0.3
	主婦・主夫	261	93.5	38.3	65.1	46.0	40.2	45.6	21.1	7.3	0.8	-
	無職	203	85.7	42.9	64.0	51.2	37.4	41.4	22.2	8.9	1.0	1.5
圏域別	高松圏域	554	85.2	35.6	59.2	48.2	40.8	44.9	25.3	9.7	1.1	0.5
	東讃圏域	84	85.7	44.0	57.1	47.6	48.8	46.4	19.0	9.5	-	-
	小豆圏域	36	83.3	30.6	75.0	55.6	33.3	33.3	19.4	13.9	-	-
	中讃圏域	257	84.4	32.3	60.3	45.9	41.2	47.1	27.2	8.2	1.2	0.8
	西讃圏域	145	88.3	39.3	62.8	49.7	39.3	46.2	27.6	5.5	-	-
居住年数別	3年未満	50	86.0	40.0	64.0	58.0	52.0	48.0	34.0	18.0	-	-
	3年以上~10年未満	113	80.5	31.0	50.4	49.6	40.7	48.7	30.1	10.6	0.9	-
	10年以上~20年未満	155	89.0	36.8	63.2	52.3	45.8	51.0	29.0	7.7	0.6	0.6
	20年以上	733	85.7	36.0	61.4	46.7	40.4	44.1	23.5	8.3	0.8	0.5

(3) 消費者トラブルにあった際の相談先はどこですか

問3 消費者トラブルにあった際の相談先はどこですか。次の中からあてはまるものすべてを選んでください。

【回答者数=1,639】

1	商品・サービスの勧誘や販売を行う販売店や代理店など	39.8%
2	商品・サービスの提供元のメーカーのお客様相談窓口	54.2%
3	家族・知人・同僚など身近な人	33.1%
4	県や市町の消費生活センター等の行政機関の相談窓口	46.6%
5	警察	24.5%
6	弁護士や司法書士	7.6%
7	国民生活センター	31.1%
8	消費者団体	12.5%
9	その他（具体的に：)	0.7%
10	相談しない ⇒ 付問5にお進みください (無回答)	2.7% 5.7%

「消費者トラブルにあった際の相談先」について、「商品・サービスの提供元のメーカーのお客様相談窓口」(54.2%)が最も多く、次いで「県や市町の消費生活センター等の行政機関の相談窓口」(46.6%)、「商品・サービスの勧誘や販売を行う販売店や代理店など」(39.8%)などとなっています。

図表(3)-1 消費者トラブルにあった際の相談先はどこですか

	割合 (%)	回答数
全体	100.0	1,639 人
(1) 商品・サービスの勧誘や販売を行う販売店や代理店など	39.8	653 人
(2) 商品・サービスの提供元のメーカーのお客様相談窓口	54.2	888 人
(3) 家族・知人・同僚など身近な人	33.1	543 人
(4) 県や市町の消費生活センター等の行政機関の相談窓口	46.6	764 人
(5) 警察	24.5	401 人
(6) 弁護士や司法書士	7.6	125 人
(7) 国民生活センター	31.1	510 人
(8) 消費者団体	12.5	205 人
(9) その他	0.7	12 人
(10) 相談しない	2.7	44 人
無回答	5.7	94 人

グラフ単位：(%)

性別にみると、『女性』において「家族・知人・同僚など身近な人」(38.0%)と回答した人の割合は、『男性』(27.9%)に比べ10.1ポイント上回っています。

年齢別にみると、『20～29歳』において「商品・サービスの提供元のメーカーのお客様相談窓口」(67.3%)と回答した人の割合は、『70歳以上』(41.1%)に比べ26.2ポイント上回っています。『70歳以上』において「県や市町の消費生活センターの行政機関の相談窓口」(53.7%)と回答した人の割合は、『20～29歳』(30.6%)に比べ23.1ポイント上回っています。

職業別にみると、『会社、商店、官公庁などに勤務』において「商品・サービスの勧誘や販売を行う販売店や代理店など」(44.6%)と回答した人の割合は、『無職』(32.1%)に比べ12.5ポイント、「商品・サービスの提供元のメーカーのお客様相談窓口」(58.9%)と回答した人の割合は、『農林漁業』(45.1%)に比べ13.8ポイント上回っています。

圏域別にみると、『中讃圏域』において「商品・サービスの提供元のメーカーのお客様相談窓口」(58.5%)と回答した人の割合は、『東讃圏域』(47.1%)に比べ11.4ポイント、「家族・知人・同僚など身近な人」(36.3%)と回答した人の割合は、『小豆圏域』(24.6%)に比べ11.7ポイント上回っています。

居住年数別にみると、『3年未満』において「弁護士や司法書士」(13.1%)と回答した人の割合は、『20年以上』(6.6%)に比べ6.5ポイント上回っています。『20年以上』において「消費者団体」(13.9%)と回答した人の割合は、『3年未満』(4.8%)に比べ9.1ポイント上回っています。

図表(3)-2 消費者トラブルにあった際の相談先はどこですか

		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)		
		回答者数(人)	商品・サービスの勧誘や販売を行う販売店や代理店など	商品・サービスの提供元のメーカーのお客様相談窓口	家族・知人・同僚など身近な人	県や市町の消費生活センター等の行政機関の相談窓口	警察	弁護士や司法書士	国民生活センター	消費者団体	その他	相談しない	無回答
単位: 比率(%)													
全体		1,639	39.8	54.2	33.1	46.6	24.5	7.6	31.1	12.5	0.7	2.7	5.7
性別	男性	712	41.2	56.0	27.9	45.9	27.1	8.8	31.9	13.5	1.1	2.5	4.5
	女性	886	39.3	53.3	38.0	47.9	22.8	6.8	30.9	12.0	0.3	2.7	6.1
年齢別	20~29歳	98	43.9	67.3	38.8	30.6	27.6	10.2	17.3	12.2	-	2.0	5.1
	30~39歳	171	45.0	55.6	45.6	39.8	30.4	8.8	28.1	3.5	1.2	2.9	4.7
	40~49歳	240	50.0	65.8	40.0	40.8	25.0	10.0	31.7	11.3	0.8	0.4	4.2
	50~59歳	254	47.2	59.4	36.6	43.3	26.8	12.2	30.7	10.6	0.8	2.0	3.9
	60~69歳	417	39.6	55.2	29.0	53.2	20.9	6.7	34.5	14.6	0.7	1.9	5.3
	70歳以上	419	27.4	41.1	26.3	53.7	23.9	3.6	32.9	16.7	0.5	5.0	7.4
職業別	農林漁業	91	40.7	45.1	28.6	46.2	23.1	4.4	23.1	11.0	-	1.1	9.9
	商工業、サービス業、自由業など	211	42.7	56.9	29.9	46.4	28.0	10.9	34.1	12.3	0.9	4.7	5.7
	会社、商店、官公庁などに勤務	632	44.6	58.9	35.8	41.3	26.4	9.2	30.9	9.8	1.1	1.1	4.6
	主婦・主夫	357	37.0	53.8	38.1	53.8	19.0	6.2	31.4	14.0	-	3.6	7.0
	無職	299	32.1	48.5	27.1	51.8	25.4	4.7	33.1	17.1	0.7	3.7	4.0
圏域別	高松圏域	810	40.0	54.1	32.5	49.3	22.5	8.1	32.1	14.1	0.6	2.7	5.3
	東讃圏域	138	36.2	47.1	31.9	45.7	30.4	6.5	29.0	12.3	-	3.6	8.7
	小豆圏域	57	43.9	52.6	24.6	42.1	24.6	1.8	33.3	12.3	-	-	8.8
	中讃圏域	419	42.5	58.5	36.3	42.0	25.8	9.1	30.5	10.0	1.2	2.4	4.1
	西讃圏域	215	35.3	51.2	32.6	47.4	25.6	5.1	29.3	11.6	0.9	3.3	7.9
居住年数別	3年未満	84	48.8	64.3	41.7	41.7	26.2	13.1	27.4	4.8	-	4.8	1.2
	3年以上~10年未満	187	45.5	57.2	34.8	40.6	23.5	11.2	29.9	10.7	1.6	2.7	5.3
	10年以上~20年未満	243	39.9	63.4	37.9	41.2	25.1	8.2	32.1	11.9	1.6	1.6	6.2
	20年以上	1,083	38.3	51.2	31.7	50.0	24.6	6.6	31.8	13.9	0.4	2.7	5.6

(4) 相談しなかった理由は何ですか

【問3で「10」と答えた方にお聞きします】

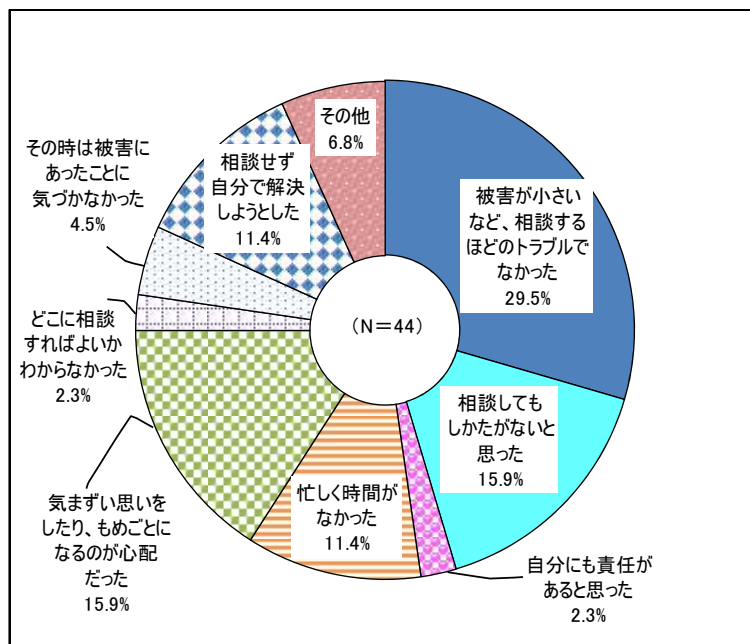
問4 相談しなかった理由は何ですか。次の中から1つだけ選んでください。

【回答者数=44】

1	被害が小さいなど、相談するほどのトラブルでなかった	29.5%
2	相談してもしかたがないと思った	15.9%
3	自分にも責任があると思った	2.3%
4	忙しく時間がなかった	11.4%
5	気まずい思いをしたり、もめごとになるのが心配だった	15.9%
6	恥ずかしいので、誰にも言えなかった	0.0%
7	どこに相談すればよいかわからなかった	2.3%
8	その時は被害にあったことに気づけなかった	4.5%
9	相談せず自分で解決しようとした	11.4%
10	その他（具体的に：)	6.8%
	(無回答)	0.0%

「相談しなかった理由」について、「被害が小さいなど、相談するほどのトラブルでなかった」(29.5%)が最も多く、次いで「相談してもしかたがないと思った」「気まずい思いをしたり、もめごとになるのが心配だった」(ともに15.9%)、「忙しく時間がなかった」「相談せず自分で解決しようとした」(ともに11.4%)などとなっています。

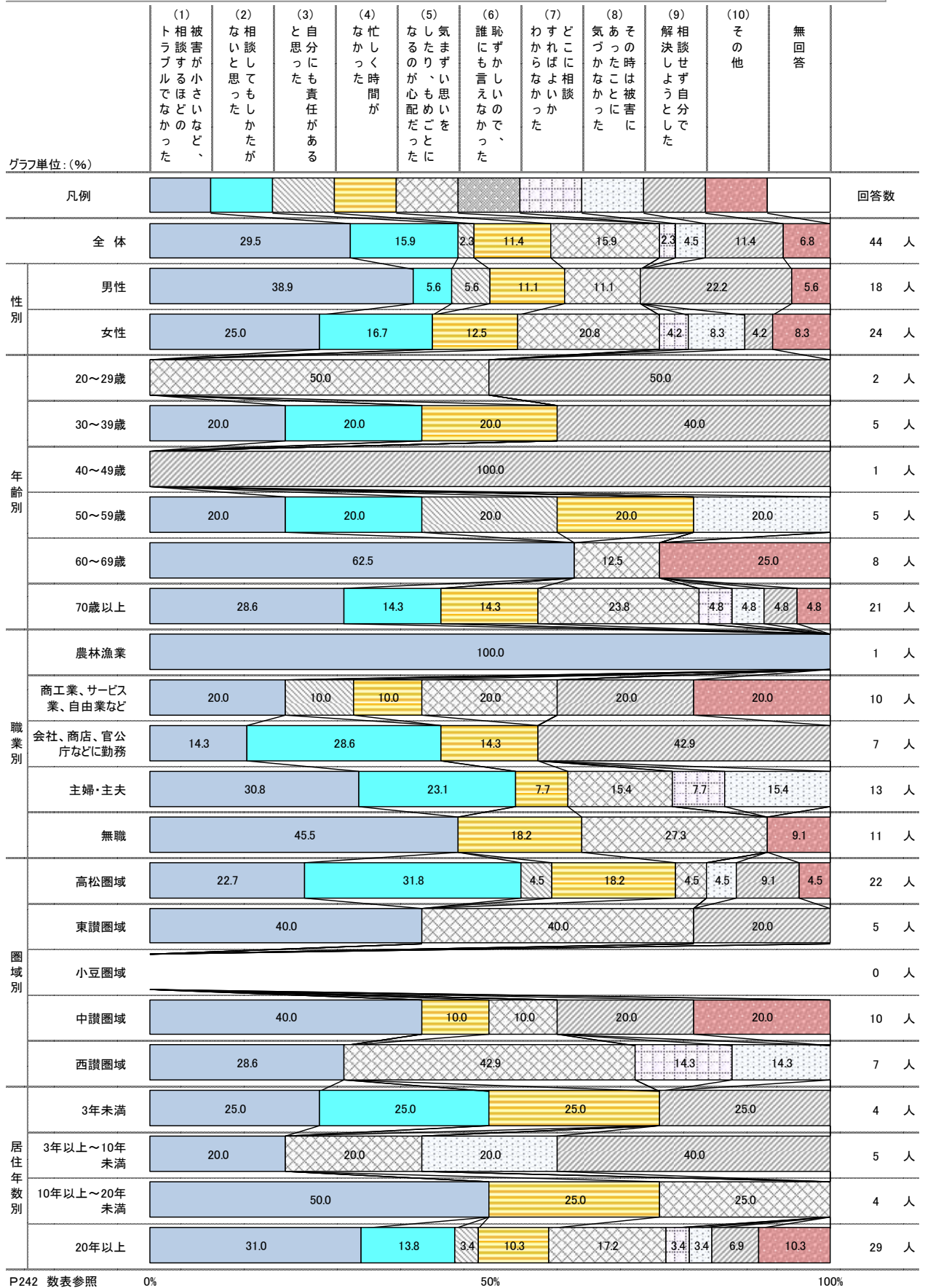
図表(4)-1 相談しなかった理由は何ですか



性別にみると、『男性』において「被害が小さいなど、相談するほどのトラブルでなかった」(38.9%)と回答した人の割合は、『女性』(25.0%)に比べ13.9ポイント、「相談せずとも自分で解決しようとした」(22.2%)と回答した人の割合は、『女性』(4.2%)に比べ18.0ポイント上回っています。『女性』において「相談してもしかたがないと思った」(16.7%)と回答した人の割合は、『男性』(5.6%)に比べ11.1ポイント、「気まずい思いをしたり、もめごとになるのが心配だった」(20.8%)と回答した人の割合は、『男性』(11.1%)に比べ9.7ポイント上回っています。

年齢別、職業別、圏域別、居住年数別にみると、問3で「相談しない」と回答した人が少なかったため、大きな差はみられません。

図表(4)-2 相談しなかった理由は何ですか



P242 数表参照

0%

50%

100%

(5) 消費者教育を受けた経験がありますか

問5 消費者教育(学校の授業、各種講座や出前講座等)を受けた経験がありますか。

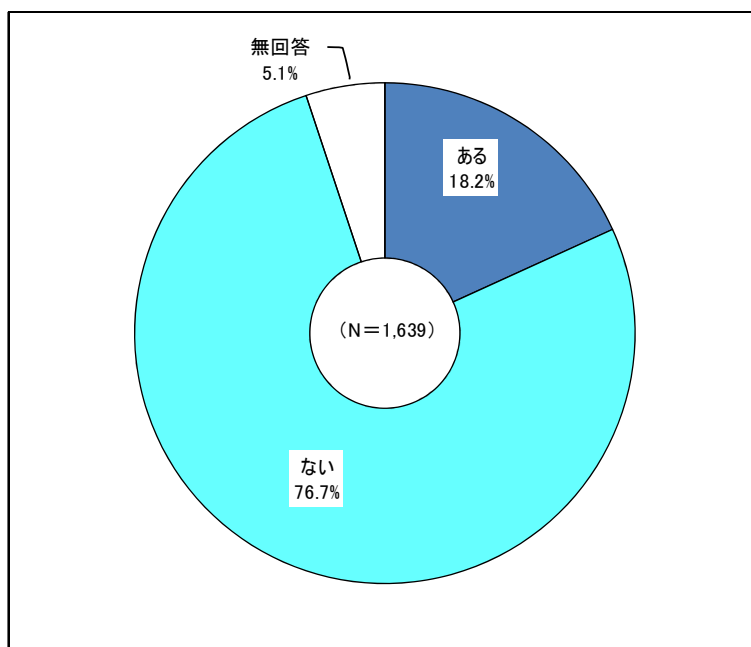
次の中から1つだけ選んでください。

【回答者数=1,639】

1 ある	18.2%
2 ない	76.7%
(無回答)	5.1%

消費者教育を受けた経験の有無について、「ある」(18.2%)、「ない」(76.7%)となっています。

図表(5)-1 消費者教育を受けた経験がありますか



性別にみると、『女性』において「ある」(20.4%)と回答した人の割合は、『男性』(15.9%)に比べ4.5ポイント上回っています。

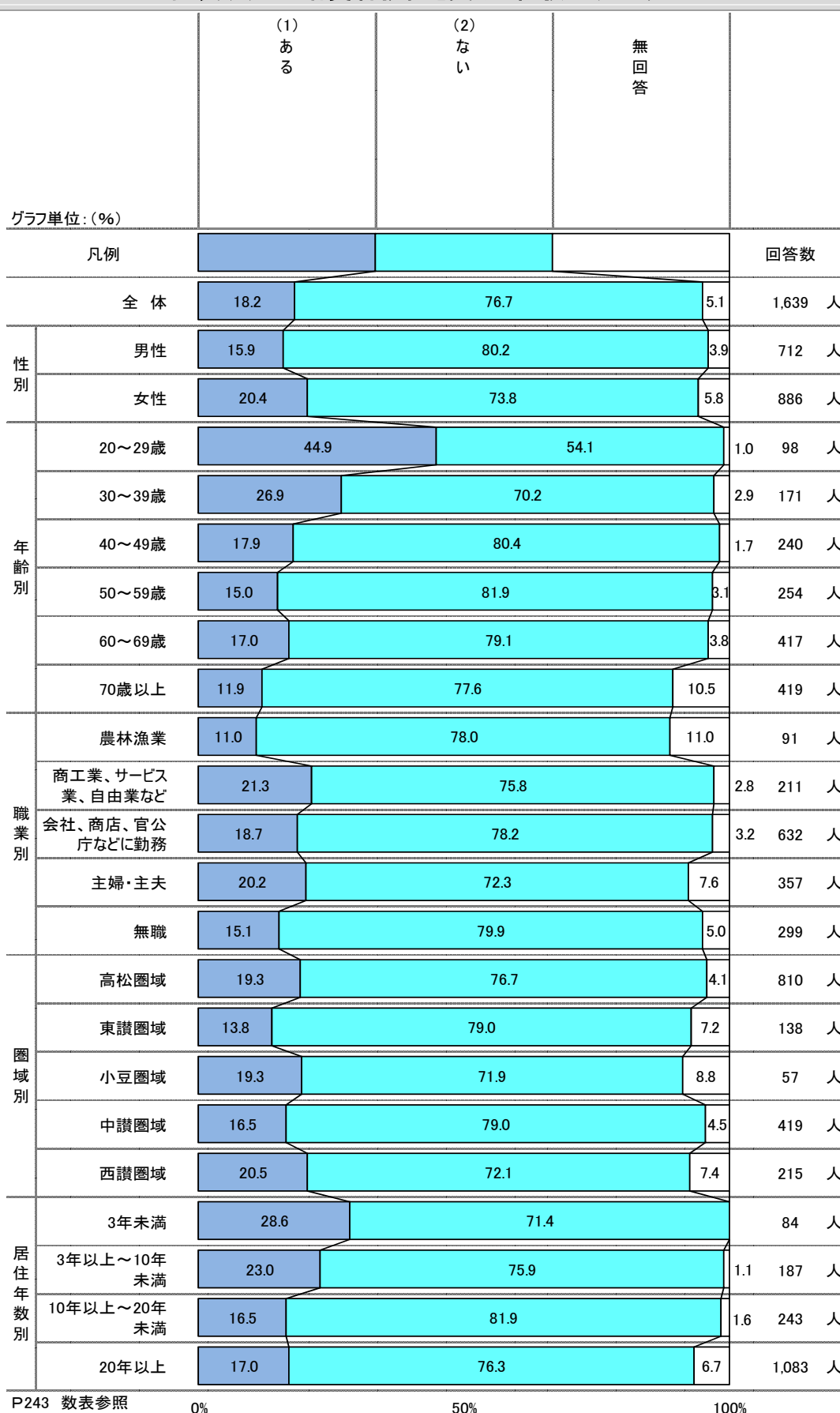
年齢別にみると、『20~29歳』において「ある」(44.9%)と回答した人の割合は、『70歳以上』(11.9%)に比べ33.0ポイント上回っています。

職業別にみると、『商工業、サービス業、自由業など』において「ある」(21.3%)と回答した人の割合は、『農林漁業』(11.0%)に比べ10.3ポイント上回っています。

圏域別にみると、『西讃圏域』において「ある」(20.5%)と回答した人の割合は、『東讃圏域』(13.8%)に比べ6.7ポイント上回っています。

居住年数別にみると、『3年未満』において「ある」(28.6%)と回答した人の割合は、『10年以上~20年未満』(16.5%)に比べ12.1ポイント上回っています。

図表(5)-2 消費者教育を受けた経験がありますか



(6)どのような消費者教育を受けましたか

【問5で「1」と答えた方にお聞きします】

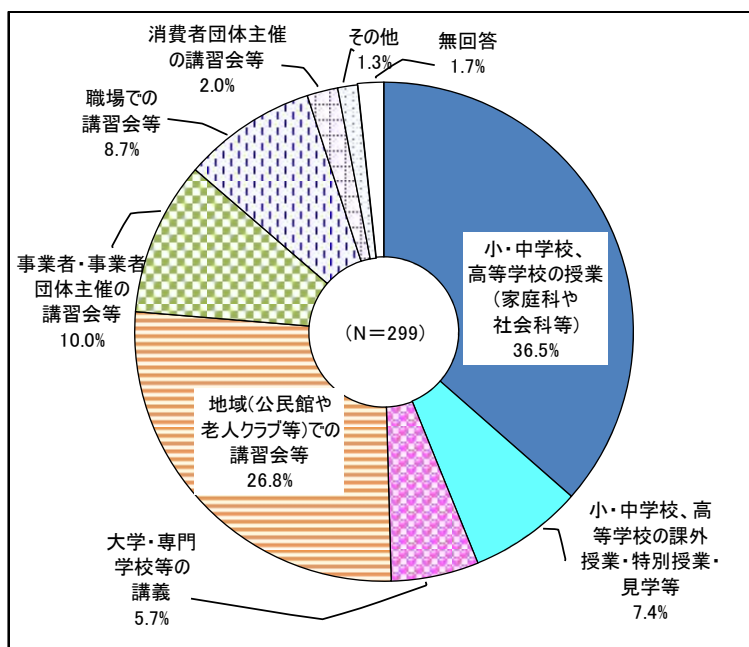
問6 あなたは、どのような消費者教育を受けましたか。次の中から1つだけ選んでください。

【回答者数=299】

1	小・中学校、高等学校の授業(家庭科や社会科等)	36.5%
2	小・中学校、高等学校の課外授業・特別授業・見学等	7.4%
3	大学・専門学校等の講義	5.7%
4	地域(公民館や老人クラブ等)での講習会等	26.8%
5	事業者・事業者団体主催の講習会等	10.0%
6	職場での講習会等	8.7%
7	消費者団体主催の講習会等	2.0%
8	その他(具体的に：)	1.3%
	(無回答)	1.7%

「どのような消費者教育を受けましたか」について、「小・中学校、高等学校の授業(家庭科や社会科等)」(36.5%)が最も多く、次いで「地域(公民館や老人クラブ等)での講習会等」(26.8%)、「事業者・事業者団体主催の講習会等」(10.0%)、「職場での講習会等」(8.7%)などとなっています。

図表(6)-1 どのような消費者教育を受けましたか



性別にみると、『男性』において「事業者・事業者団体主催の講習会等」(16.8%)と回答した人の割合は、『女性』(6.1%)に比べ10.7ポイント上回っています。『女性』において「地域(公民館や老人クラブ等)での講習会等」(31.5%)と回答した人の割合は、『男性』(16.8%)に比べ14.7ポイント上回っています。

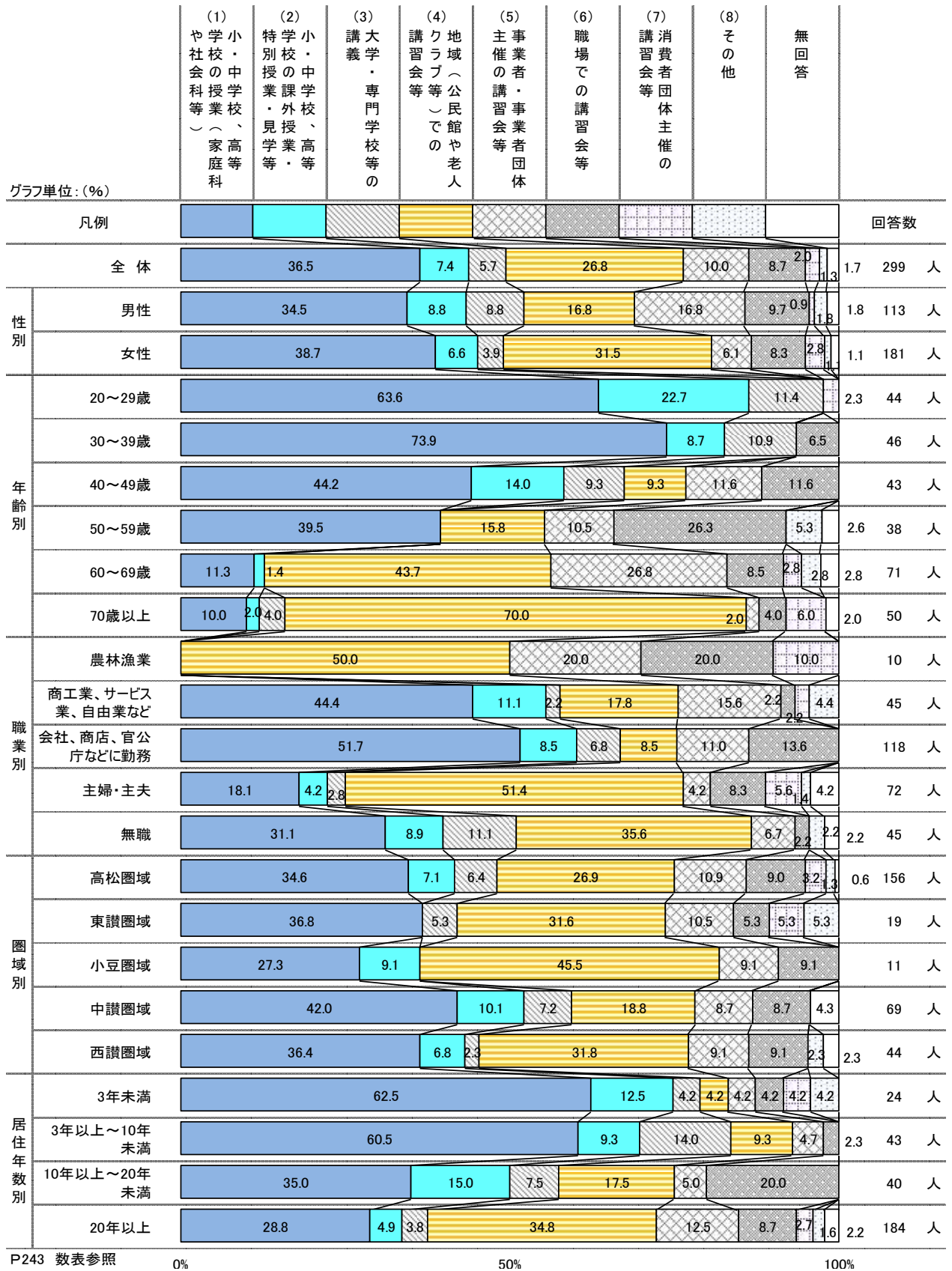
年齢別にみると、『30～39歳』において「小・中学校、高等学校の授業(家庭科や社会科等)」(73.9%)と回答した人の割合は、『60～69歳』(11.3%)、『70歳以上』(10.0%)に比べ62ポイント以上上回っています。

職業別にみると、『主婦・主夫』において「地域(公民館や老人クラブ等)での講習会等」(51.4%)と回答した人の割合は、『商工業、サービス業、自由業など』(17.8%)、『会社、商店、官公庁などに勤務』(8.5%)に比べ33ポイント以上上回っています。

圏域別にみると、『中讃圏域』において「小・中学校、高等学校の授業(家庭科や社会科等)」(42.0%)と回答した人の割合は、『小豆圏域』(27.3%)に比べ14.7ポイント上回っています。『小豆圏域』において「地域(公民館や老人クラブ等)での講習会等」(45.5%)と回答した人の割合は、『中讃圏域』(18.8%)に比べ26.7ポイント上回っています。

居住年数別にみると、『3年以上～10年未満』において「大学・専門学校等の講義」(14.0%)と回答した人の割合は、他の居住年数別に比べ6ポイント以上上回っています。『20年以上』において「地域(公民館や老人クラブ等)での講習会等」(34.8%)と回答した人の割合は、他の居住年数別に比べ17ポイント以上上回っています。

図表(6)-2 どのような消費者教育を受けましたか



P243 数表参照

3. 高齢者の消費者被害の状況

我が県の人口に占める高齢者の割合は、全国平均を上回っており、平成27年には3割を超え、団塊の世代の全ての方々が75歳を超える平成37年には、3人に1人が高齢者になると予測されています。

このような高齢化の進行と相まって、県内の65歳以上の高齢者の特殊詐欺認知状況については、認知件数は減少している一方で、被害総額は増加しており、被害者全体における高齢者が占める割合は80%を超え、さらにその約80%が女性という結果となっています。

このように、高齢者の特殊詐欺などの消費者被害が後を絶ちません。被害に遭わないための情報提供や消費者啓発のほか、地域における見守り強化に向けた取り組みが必要です。

4. インターネットの普及等に伴う消費者被害の状況

情報の収集のほか、通信販売サイトやゲーム、電子メールの利用など、今やインターネットは私たちの暮らしと切り離せなくなっています。

それに伴い、インターネットに関連する消費生活相談も増え続け、インターネットを利用した通信販売やオンラインゲームの問題、アダルト情報サイトやワンクリック請求などのインターネット関係の消費者被害は相変わらず消費生活相談の多くを占めています。

通信販売のトラブルは以前からあり、商品を直接確認できない分、広告や表示、情報をよく確認するように注意喚起がなされてきましたが、インターネットによる通信販売や取引の場合は、手続きが簡単に済むことから、一層慎重になる必要があり、また、新たなインターネットに関連する技術の正確な情報や留意点を消費者に伝えていく必要があります。

5. 若年層の消費者被害の状況

若年層の消費者被害の特徴として、

- ①法的知識や社会経験が乏しいところにつけ込まれる
- ②契約についての知識が不足している
- ③適正な金銭感覚が身についておらず、安易に契約し、高額な代金の支払いをする
- ④ソーシャルネットワーキングサービス（SNS）がトラブルのきっかけになっている

といったことが指摘されています。

また、若年層が消費者被害に遭った場合、それをすぐに専門家に相談することができれば、適切な対応につながりますが、若年層に対する消費生活センターなどの相談窓口の周知が十分に進んでおらず、相談窓口を知らないために、適切な対応ができない、または遅れることとなるとの指摘もあります。

その対策として、若年層の消費者被害に関する情報や相談窓口の存在と役割が十分に認知されるように、若年層の利用頻度の高い媒体を活用した情報発信を行う必要があります。

また、民法改正により成年年齢が引き下げられた場合、新たに成年に加わる18、19歳は、契約についての知識・経験・交渉力等が十分とはいえず、また、未成年者取消権を行使できなくなることから、消費者被害の防止・救済について検討する必要があります。

6. 「消費者市民社会」に関する状況

消費者教育推進法において、「消費者市民社会」は個々の消費者が、お互いの特性や多様性を尊重し、自らの消費行動が将来にわたって内外の社会、経済、環境に影響を及ぼしうることを自覚し、公正かつ持続可能な社会に主体的に参画する社会（推進法第2条第2項）と定義されています。

消費者はその消費行動と事業者や行政に対する働きかけを通じて、主体的に、社会、経済、環境に影響を与えることができる存在です。消費者教育推進法では、このような消費者の主体性と、消費行動の社会的な側面に着目し、消費者教育の目指すものとして「消費者市民社会」が加えられました。

しかしながら、「消費者市民社会」という概念は比較的新しく、県民のみならず消費者団体の中でも十分浸透しているとは言えない状況です。

持続可能な社会とされる「消費者市民社会」を作るためには、消費者が自分の幸福追求だけでなく、家族、地域、地球全体のよりよい生活や環境を意識し、主体的・能動的に選択して消費行動をする必要があります。そのためには、広く消費者が、被害に遭わないという知識や意識を身に付けて、自ら考え行動する「自立した消費者」となることに加えて、地域の活性化や雇用なども含む、人や社会・環境に配慮した消費行動である※エシカル消費（倫理的消費）への関心を高めることが重要であるので、消費生活に関する講座や講義、各種研修など、あらゆる機会を通じて積極的に情報提供や啓発に取り組む必要があります。

※エシカル消費（倫理的消費）

地域の活性化や雇用なども含む、人や社会、環境に配慮した消費行動で、消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費活動を行うこと

○配慮の対象と具体例

人：障害者支援につながる商品

社会：フェアトレード商品、寄付付きの商品

環境：エコ商品、リサイクル製品

地域：地産地消、被災地産品

第3 消費者教育の現状と課題

1. 教育機関における消費者教育

(1) 小学校、中学校、高等学校、特別支援学校

学校教育においては、児童・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目標としています。

小学校では、学習指導要領に基づき、家庭科において、買物の仕組みや消費者の役割が分かり、物や金銭の大切さと計画的な使い方について理解すること、購入に必要な情報を活用し、身近な物の選び方や買い方を考え、工夫することなどを指導することとしています。

社会科においては、地域に見られる販売の仕事について、学習の問題を追究・解決する活動を通して、販売の仕事は消費者の多様な願いを踏まえ、売り上げを高めるよう工夫して行われていることを理解し、考察するよう指導することとしています。

中学校では、学習指導要領に基づき、技術・家庭科（家庭分野）において、自分や家族の消費生活に関心を持ち、消費者の基本的な権利と責任について理解するとともに、計画的な金銭管理の必要性、売買契約の仕組み、消費者被害の背景とその対応について知り、生活に必要な物資・サービスの適切な選択、購入方法等について考え、工夫することができるよう指導することとしています。

社会科（公民的分野）においては、金融などの仕組みや働きについて理解するとともに、消費者の保護について、消費者の自立の支援なども含めた消費者行政の取組みについて理解するよう指導することとしています。

高等学校では、学習指導要領に基づき、家庭科、情報科や総合的な学習の時間等と連携して、持続可能な社会づくりに向けて必要な力を育む「公民科」の共通必修科目として、「公共」が設置される予定です。

「公共」では、考察、構想する学習を通じ、財政と税、消費者の権利と責任、多様な契約などの具体的な内容を指導することとしています。

また、「家庭科」では、消費生活の現状と課題や消費者の権利と責任について理解し、適切な意思決定に基づいて行動できるようにするとともに、生涯を見通した生活における経済の管理や計画について考えることができるよう指導することとしています。

特別支援学校では、学習指導要領に基づき、職業・家庭の授業において、生活に必要な物の選択や扱い方について理解し、実践できるように身近な消費生活について指導することとしています。

これからも、各校種において児童・生徒の特性や発達段階に応じた消費者教育の充実を図る必要があります。

また、学習指導要領における消費者教育に関する学習を一層推進するとともに、教職員研修の充実、教材に関する情報提供や、相談員等から消費者被害についての話を聞く出前講座の実施など、県消費生活センター等の消費者行政と教育行政が緊密に連携する必要があります。

(2) 大学・専門学校等

成年と未成年が混在する大学等においては、消費者の権利と責任が大きく変化することも踏まえ、学生の持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。

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きました。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も少なくない中、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。

民法の改正により、成年年齢の引き下げが実施されれば、消費者被害の低年齢化が危惧されることから、契約の重要性についての認識や基本的な知識がないまま無防備に成人となることがないように、成年年齢の引き下げまでに、消費者問題の知識や対処方法など、最低限の知識を身に付けるための消費者教育が必要であり、その重要性に鑑みても、大学等に消費者教育の重要性を認識してもらうように働きかけることが必要です。

2. 地域における消費者教育

消費者教育推進法では、地域においては、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、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（民生委員・児童委員、社会福祉主事、社会福祉士、介護福祉士等）に対し、研修の実施、情報の提供その他必要な措置を講じることとなっています。また、公民館等の社会教育施設等において、消費生活に関する情報を活用した実例を通じた消費者教育を行うことが求められています。

さらに、高齢者を狙った悪質商法に関する被害の相談が増加しており、孤立しがちな障害者等の被害を防ぐためにも、地域のネットワークの強化が求められています。

3. 職域における消費者教育

消費者教育推進法では、事業者等（事業者及び事業者団体）は、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されており、また、消費者にとって有用な消費生活に関する情報を広く提供するとともに、従業員に対し研修を実施し、講習会を受講させることを通じ、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されています。

職域における消費者教育はまだ十分に行われているとはいえませんが、事業者等による消費者への情報提供の拡充や、消費者双方向の情報交換を行うことは重要であり、事業者等においても消費者教育の重要性は認識されつつあります。

事業者等は職域における消費者教育を主体的に担うことが求められており、また、社内研修の実施や講演会の受講などを通じて、従業員に対する消費者教育の着実な実施が期待されています。

第4 消費者教育の推進施策

1. 消費者教育の目指すもの

消費者教育推進法では、「合理的な意思決定を行い、被害を認識し、危害を回避し、被害に遭った場合には適切に対処する能力を身に付けた、自ら考え自ら行動する消費者」を育成するとともに、これらの消費者が「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実現のため積極的に参画する」ことを目指しています。

また、国の基本方針では、「誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けることができる機会」を提供するため、「幅広い主体を担い手として、担い手を支援し、育成し、情報を共有し、連携を図って、効果的に進めていく」ことを求めています。

香川県教育大綱においても、「消費者が必要な情報を得て、自主的かつ合理的に行動できるよう、学校、地域、家庭において、消費者教育を推進する」としています。

県では、これらを踏まえ、この計画において「消費者教育推進のための重要施策」を定め、事業を展開していきます。

2. 消費者教育推進のための重要施策

消費者教育を推進するため、ライフステージや場の特性に応じて消費者教育の担い手と連携し、様々な施策に取り組むことが必要であり、この計画期間中、次に掲げる重要施策に取り組みます。

- 【1】消費者の自立を支援するため、県民の誰もが生涯を通じ、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します。
- 【2】自立した消費者を育成する役割を担う教職員等に、消費者教育の研修を実施し、情報を提供します。
- 【3】自らの力で消費者被害を防ぐことが困難な高齢者や障害者などを支援する民生委員・児童委員や介護事業所等で働く介護従事者等に、消費者教育の研修を実施し、情報を提供します。
- 【4】市町、地域包括支援センター、消費者団体など多様な主体と連携して消費者教育を推進します。
- 【5】消費生活センターの拠点化と消費生活コーディネーターなど人材育成を推進します。

3. 消費者教育推進のための重要施策の事業の内容

【1】消費者の自立を支援するため、県民の誰もが生涯を通じ、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します。

(1) 学校等

ア 小学校、中学校、高等学校、特別支援学校

学校では、児童・生徒の「生きる力」を育むことを目指し、学習指導要領に基づいて小学校(家庭科)、中学校(社会科(公民的分野)及び技術・家庭科(家庭分野))、高等学校(公民科及び家庭科)等において、児童・生徒が自立した消費者として成長するための基盤を培う消費者教育を実施します。

県では、消費者教育に使用する教材について、専門家や教育委員会等の意見を聴いて作成するなど、内容の充実を図り、授業用教材として依頼に応じて、県消費生活センターから内容に応じて学校に啓発リーフレットの配布や教材用DVDの貸出等を行います。また、特別支援学校や卒業後社会人として生活する生徒が多い高等学校に、契約トラブルに巻き込まれないよう県消費生活センターが消費生活相談員等を講師として派遣し、出前講座を行います。

イ 大学・専門学校等

消費生活に関する経験や知識の乏しい若年層への消費生活に関する知識の普及啓発を図り、自立した消費者としての意識の向上を図るため、県消費生活センターが消費生活相談員等を大学・専門学校等へ派遣し、学生を対象に「若者向け消費生活講座」を開催します。

また、大学と連携し、大学の正規の授業として「消費者啓発リレー講座」を開催します。大学生は成年と未成年が混在し、社会的な経験の乏しさから様々な消費者被害やトラブルに巻き込まれる可能性があることから、「消費者啓発リレー講座」では、このような学生を取り巻く消費者被害やトラブルの防ぎ方、解決する方法を学びます。さらに、生涯にわたり責任を持った行動をとることができる消費者、卒業後、職業については社会的責任や倫理を意識し消費者の立場に立った行動がとれる生産者・サービス提供者を育成する観点を持った授業が行われるよう大学等と緊密な連携を取ります。

(2) 地域社会

ア 社会教育施設等における消費者教育

消費者教育推進法では、公民館等の社会教育施設等で県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を講ずることが義務付けられています。

県消費生活センターでは、公民館やコミュニティーセンター等を設置運営する市町と連携し、一般消費者や消費者グループなどを対象にして、商品やサービスについての知識や判断能力などを身に付けるため、また、消費者被害の未然防止等を図るため、日常生活に密着したテーマを中心にした生活設計情報教室「くらしのセミナー」を開催します。また、日ごろ、消費生活に関する情報が不足し、消費者被害が後を絶たない高齢者を対象とした生活設計情報教室「お年寄りのための消費者教室」を開催します。

公民館等の社会教育施設等は、地域が抱える様々な課題に対応するための学習機会の提供や学習拠点としての役割を果たしています。高齢化や核家族化が進展する中で、社会教育施設等で市町が実施する高齢者等の消費者被害等を防ぐための様々な事業を通じて、新たな地域社会のつながりや活性化に結びつく活動が生まれることも考えられます。県では、地域の社会教育施設等からの要請に応じて、その地域で開催される研修会、講習会等に県消費生活センターが消費生活相談員等を講師として派遣します。

県では、このほか、消費生活相談員資格取得者の裾野を広げるとともに、消費者が被害に遭わないための知識や意識を身に付け、多くの消費者被害に関する知識を持った人材を育成するため、「消費生活に関する資格取得応援講座」を開催するなど、あらゆる年齢層や団体など幅広く消費者教育に関する取組みを行います。

イ 地域の社会福祉に関わる主体等に対する消費者教育

誰もが地域で安心して生活できるよう、生活の支障となる課題を地域全体で解決するため、福祉活動として多くの社会福祉に関わる主体が様々な研修や学習活動をしています。

地域で孤立しがちな高齢者や障害者等が、消費者被害だけでなく、製品事故や財産被害などに遭わないよう消費者教育を進めることは、地域の社会福祉活動の一つであると考えられます。

また、消費者教育を推進する中で、高齢者自身が消費生活に関する知識を習得するだけでなく、その習得した知識を生かして互いに見守り、訪問や声掛けをすることで地域の消費者活動、社会福祉活動の担い手となることも可能です。

さらに、判断力が低下するなど支援が必要な高齢者等の生活や健康状態を見守る社会福祉活動を地域で行っている人が、消費者教育を受け、消費者被害防止の知識も併せ持って見守ることで、高齢者等がより安心して生活を送ることができる地域を築くことができます。

県では、社会福祉に関係する様々な主体が実施する研修や学習等に、要請に応じて県消費生活センターが消費生活相談員等を講師として派遣し、参加者自身の消費者被害の防止とともに自らの力では消費者被害を防ぐことのできない高齢者等を見守る活動等に生かせるような消費者教育を推進します。

ウ 家庭における消費者教育

教育委員会や学校と連携し、地域や学校でのPTA等の研修会・学習会等において要請に応じ、県消費生活センターが消費生活相談員等を消費者教育の講師として派遣します。

エ 職域における消費者教育

職域においては、事業者等が研修や講習会等を企画し、従業員に受講させるなどして、消費者の意見や要望を捉えて事業活動に反映させる手法を身に付けるとともに、消費者として被害に遭わないための知識や意識を修得するよう、消費者教育を推進することは重要であり、事業者等は職域における消費者教育を主体的に担うことが求められています。県では、事業者等に積極的に働き掛け、要請に応じて県消費生活センターが消費生活相談員等を講師として派遣するなど、事業者等による消費者教育の実施を支援します。

取組項目	取組内容	担当課
消費者啓発リレー講座	大学と連携して、大学の正規カリキュラムと位置付けて、学生が消費者被害やトラブルを解決する方法を学習するほか、消費者市民社会を意識した人材の育成につなげ、また、学生の生活支援を行う教職員の消費者教育に関する研修の場として、実務経験豊かな講師陣による消費者啓発リレー講座を実施します。	くらし安全安心課
若者向け消費生活講座（対象：大学、高校、特別支援学校高等部等・職員）	大学、高校、特別支援学校等の要請に応じ、若者を狙った悪質商法やインターネットトラブルなどの消費生活問題等についての講座を実施します。	県消費生活センター 高校教育課 特別支援教育課

取組項目	取組内容	担当課
エシカル消費（倫理的消費）の情報提供及び啓発	エシカル消費への関心を高めるため、各世代を対象に、消費生活に関する講座や講義、各種研修など、あらゆる機会を通じて積極的に情報提供や啓発を実施します。	くらし安全安心課 県消費生活センター 義務教育課 高校教育課 特別支援教育課
消費生活に関する資格取得応援講座	消費者団体と連携して、消費者被害に関する知識を持った人材を育成し、また、消費生活相談員等の資格取得を支援するため、「消費生活に関する資格取得応援講座」を実施します。	くらし安全安心課
「暮らしに役立つ金融経済講演会」（香川県金融広報委員会主催）	県民が消費生活に関する知識を身に付けられるよう、各層の関心やライフステージに応じた「暮らしに役立つ金融経済講演会」を開催します。	くらし安全安心課
生活設計情報教室「くらしのセミナー」 生活設計情報教室「お年寄りのための消費者教育」	市町等の協力を得て、消費者グループ、老人クラブ等を対象に、悪質商法等の消費者問題や健康・福祉等、日常生活に密着したテーマ等について講座を実施します。	県消費生活センター
講師派遣「出前講座」	市町や消費者グループ、女性団体、高齢者団体、事業者等の要請に応じ、研修会等に消費生活相談員等を講師として派遣し、悪質商法等の消費者問題等について情報提供、啓発を行います。	県消費生活センター
香川県金融広報委員会による講師派遣	金融広報アドバイザーを講師として「巣立ち教育」、「消費者教育講座」を実施します。	高校教育課 県消費生活センター
学習指導要領に基づく指導	授業を通じて自立した消費者の育成を図ります。	義務教育課 高校教育課 特別支援教育課
授業用教材の貸出	授業用教材として啓発リーフレット及び教材用DVDの貸出等を行います。	県消費生活センター
各学校におけるホームルーム活動	外部講師を派遣依頼するなどして、生徒指導部及び特別活動部を中心とした、携帯電話、スマートフォン、SNS等に関する指導を実施します。	高校教育課 (各高等学校)
公民館関係者等への情報提供	公民館関係者等が集まる研修会や市町社会教育主事・担当者会等で消費者被害に関する情報提供、啓発を行います。	生涯学習・文化財課 県消費生活センター

【2】 自立した消費者を育成する役割を担う教職員等に、消費者教育の研修を実施し、情報を提供します。

(1) 小学校、中学校、高等学校、特別支援学校の教職員

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に児童・生徒を育成するため、消費者教育を担う教科の教職員だけでなく、すべての教職員が消費者教育を意識し、学校全体で取り組むことが大切です。県では、教育委員会と消費者行政部局が連携し、教育センター等での教職員研修の機会を捉えて、消費者教育の研修を実施します。

(2) 大学、専門学校等の学生支援の教職員

学生の生活支援を行う担当部局と県消費生活センターが連携し、学生の消費者問題についての相談に対応します。また、教職員の啓発・研修の要請に応じて、県消費生活センターが消費生活相談員等を講師として派遣します。

「消費者啓発リレー講座」を開催している大学では、学生の生活支援を行う教職員が消費者教育の研修として、学生とともに授業に参加するよう促します。また、一般の聴講者が参加できるように、講座開催を積極的に広報します。

取組項目	取組内容	担当課
教職員研修における消費者教育	教育センター等における教職員研修の機会を捉えた消費者教育の研修を実施します。	くらし安全安心課 県消費生活センター
【再掲】 消費者啓発リレー講座	大学と連携して、大学の正規カリキュラムと位置付けて、学生が消費者被害やトラブルを解決する方法を学習するほか、消費者市民社会を意識した人材の育成につなげ、また、学生の生活支援を行う教職員の消費者教育に関する研修の場として、実務経験豊かな講師陣による消費者啓発リレー講座を実施します。	くらし安全安心課
【再掲】 若者向け消費生活講座（対象：大学、高校、特別支援学校高等部等・職員）	大学、高校、特別支援学校等の要請に応じ、若者を狙った悪質商法やインターネットトラブルなどの消費生活問題等についての講座を実施します。	県消費生活センター 高校教育課 特別支援教育課
【再掲】 エシカル消費（倫理的消費）の情報提供及び啓発	エシカル消費への関心を高めるため、各世代を対象に、消費生活に関する講座や講義、各種研修など、あらゆる機会を通じて積極的に情報提供や啓発を実施します。	くらし安全安心課 県消費生活センター 義務教育課 高校教育課 特別支援教育課

【3】自らの力で消費者被害を防ぐことが困難な高齢者や障害者などを支援する民生委員や介護事業所等で働く介護従事者等に、消費者教育の研修を実施し、情報を提供します。

(1) 民生委員・児童委員の研修

県が行う民生委員の研修の機会を捉えて消費者教育を実施するとともに、市町の民生委員の啓発・研修等で要請に応じて、県消費生活センターが消費生活相談員等を講師として派遣します。

(2) 事業所で介護等に従事する職員の研修

介護サービス事業所等で高齢者の介護に従事する職員等や障害者を支える事業所職員等に対して、県が行う集団指導等の機会を捉えて消費者教育を実施するとともに、高齢者や障害者の財産被害を防止するため、消費者被害に関する情報や対応策について、事業者向け一斉メール配信システムを活用し、メールマガジンとして発行するなど、情報提供、啓発を行います。

取組項目	取組内容	担当課
メールマガジンの発行	高齢者や障害者の在宅介護事業者に対し、特に注意が必要な悪質商法の手口や対応策について定期的にメール配信します。	県消費生活センター
高齢者の介護に従事する職員等に向けた研修、情報提供等	事業所等で高齢者の介護に従事する職員等の研修において、消費者教育を実施し、高齢者が被害に遭わないよう消費者被害に関する情報提供、啓発を行うとともに、高齢者本人やその家族への周知啓発を依頼します。	長寿社会対策課 県消費生活センター
障害者を支える事業者等に向けた研修、情報提供等	障害者を支える事業者の研修において、消費者教育を実施し、障害者が被害に遭わないよう消費者被害に関する情報提供、啓発を行うとともに、障害者本人やその家族等への周知啓発を依頼します。 また、各種の当事者団体に対しても、機会を捉えて消費者被害に関する情報提供を行い、障害者自身に対する周知啓発を依頼します。	障害福祉課 県消費生活センター
民生委員・児童委員研修等	地域福祉の推進の担い手である民生委員・児童委員の研修において、地域住民が被害に遭わないよう消費者被害に関する情報提供、啓発を行います。	健康福祉総務課

【4】市町、地域包括支援センター、消費者団体など多様な主体と連携して消費者教育を推進します。

(1) 市町との連携

市町は住民にとって身近な窓口であることから、市町の消費生活センター及び相談窓口と消費者行政に関する情報を共有し、広く周知啓発を依頼するとともに、消費生活相談担当者研修会を実施するなど連携に努めます。

(2) 市町地域包括支援センター等の福祉部門との連携

市町地域包括支援センターは高齢者の総合相談窓口であることから、消費者行政に関する情報を共有し、広く周知啓発を依頼するとともに、市町地域包括支援センターが実施する民生委員や見守りボランティア等の研修等で要請に応じて、県消費生活センターが消費生活相談員等を講師として派遣するなど連携に努めます。

(3) 在宅介護事業者等との連携

県が行う在宅介護事業者への集団指導等で高齢者や障害者の財産被害防止等の情報を提供します。悪質商法や特殊詐欺は、常に新しく巧妙な手口で高齢者等を狙うことから、特に注意が必要な最新の情報を、事業者向け一斉メール配信システムを活用し、定期的に県消費生活センターから県内の在宅介護事業所等にメールマガジンにて提供します。

また、事業者に対して、事業者が支援する高齢者等やその家族に消費者被害に関する注意喚起を依頼するとともに、事業者、家族が一体となって、高齢者等を見守ることで消費者被害を防ぐことができるよう、在宅介護事業者等との連携に努めます。

(4) 消費者団体等との連携

消費者団体等が企画・実施する消費者教育や人材育成について、県は助言や資料提供、講師派遣を行うなど、連携してその活動を支援します。

また、消費者団体等は、様々な場で消費者教育を推進する担い手として期待されることから、「消費者市民社会」の形成が効果的に進められるよう、消費者団体等の取組に関して情報を共有し、情報発信や事業を実施する際の連携に努めます。

(5) 教育委員会、健康福祉部局、警察との連携

効果的な消費者教育を推進するため、県教育委員会や健康福祉部局の関係各課で構成する「香川県消費者教育連絡会」、県警察等関係機関で構成する「香川県特殊詐欺撲滅ネットワーク会議」を活用し、消費者教育に関する情報を共有するとともに意見交換をするなど連携に努めます。

取組項目	取組内容	担当課
市町消費者行政担当者等研修会	市町の消費生活相談窓口の充実や消費者被害の防止を図るため、市町消費者行政担当者等を対象に、国・県の施策や消費生活相談状況、悪質商法等に関する情報提供及び普及啓発を行う研修会を開催します。	くらし安全安心課 県消費生活センター
市町との消費生活に関する情報共有	様々な消費生活に関する事項について、市町との緊密な情報共有を図り、意見交換を行う機会を定期的実施します。	くらし安全安心課
県教育委員会や健康福祉部局、県警察との消費生活に関する情報共有	様々な消費生活に関する事項について、「消費者教育連絡会」等の機会を捉えて、緊密な情報共有を図り、意見交換を行う機会を定期的実施します。	くらし安全安心課
【再掲】消費生活に関する資格取得応援講座	消費者団体と連携して、消費者被害に関する知識を持った人材を育成し、また、消費生活相談員等の資格取得を支援するため、「消費生活に関する資格取得応援講座」を実施します。	くらし安全安心課
【再掲】メールマガジンの発行	高齢者や障害者の在宅介護事業者に対し、特に注意が必要な悪質商法の手口や対応策について定期的にメール配信します。	県消費生活センター
【再掲】生活設計情報教室「くらしのセミナー」 生活設計情報教室「お年寄りのための消費者教育」	市町等の協力を得て、消費者グループ、老人クラブ等を対象に、悪質商法等の消費者問題や健康・福祉等、日常生活に密着したテーマ等について講座を実施します。	県消費生活センター
【再掲】講師派遣「出前講座」	市町や消費者グループ、女性団体、高齢者団体、事業者等の要請に応じ、研修会等に消費生活相談員等を講師として派遣し、悪質商法等の消費者問題等について情報提供、啓発を行います。	県消費生活センター
【再掲】エシカル消費（倫理的消費）の情報提供及び啓発	エシカル消費への関心を高めるため、各世代を対象に、消費生活に関する講座や講義、各種研修など、あらゆる機会を通じて積極的に情報提供や啓発を実施します。	くらし安全安心課 県消費生活センター 義務教育課 高校教育課 特別支援教育課

【5】消費生活センターの拠点化と消費生活コーディネーターなど人材の育成を推進します。

(1) 消費者教育の拠点としての県消費生活センター

消費者教育の実践には地域で活動する多様な主体の連携が重要であり、連携を進める場として、消費者相談・苦情処理業務を通じて様々な消費生活に関する情報を蓄積するとともに、普及啓発の取組みを通じて構築したネットワークやノウハウを有する県消費生活センターを拠点として位置付け、消費生活相談員等の体制を充実するなど、より一層の機能強化を図ります。

県消費生活センターでは、様々な消費生活に関する情報や人材の集まる場であることを活かして、地域において消費者教育を担う様々な機関や人材を調整・連携・協働しながら、消費者の自立支援とともに「消費者市民社会」の実現に参画できる消費者の育成に向けて消費者教育を推進します。

(2) 消費生活コーディネーターなどの人材育成

消費者教育の「場」とともに、多様な主体の連携を進める「人」の役割も消費者教育の推進には不可欠です。消費生活コーディネーターは、地域において消費者教育を担う様々な人材（行政職員、消費生活相談員、専門家、教育関係者、福祉関係者、消費者団体、事業者等）が有機的に活動できるようにそれらの人材をつなぐとともに、調整するといった重要な役割を担います。

拠点として消費者教育を推進する県消費生活センターにおいて、消費生活コーディネーターを養成・配置し、消費者教育のネットワークの構築や消費者教育を担う様々な人材の育成を実施します。

取組項目	取組内容	担当課
消費生活コーディネーター養成講座	地域の消費者教育を担う関係機関の職員を対象に、消費者教育の推進に向けて、多様な主体の関係者をつなぎ、多様な主体が連携・協働できる体制づくりを担う消費生活コーディネーター養成講座を開催します。	県消費生活センター
啓発資料の作成、配布、貸出し、掲示等	啓発用リーフレットを作成し、消費者や関係団体、学校等に配布するとともに、啓発用ビデオ・DVD、展示パネルを関係団体や学校等からの要請に応じて貸し出します。 また、県消費生活センター内、県庁ロビー等で、啓発用展示パネルやリーフレットを掲示・配布し、来庁者への啓発を行います。	県消費生活センター

取組項目	取組内容	担当課
報道機関、市町等の協力による情報提供	報道機関の協力を得て、最新の相談事例の情報やトラブルへの対応方法等についてのアドバイスを県民に提供します。 また、各市町発行の広報誌等に掲載し、県民に周知を図るため、「くらしのワンポイントアドバイス」を市町に提供します。 さらに、報道機関に対し消費者相談の状況を随時、情報提供します。	県消費生活センター
ホームページ等による情報発信	県消費生活センターのホームページにおいて、様々な消費生活情報を随時更新し提供します。	県消費生活センター
【再掲】 メールマガジンの発行	高齢者や障害者の在宅介護事業者に対し、特に注意が必要な悪質商法の手口や対応策について定期的にメール配信します。	県消費生活センター
【再掲】 生活設計情報教室「くらしのセミナー」 生活設計情報教室「お年寄りのための消費者教育」	市町等の協力を得て、消費者グループ、老人クラブ等を対象に、悪質商法等の消費者問題や健康・福祉等、日常生活に密着したテーマ等について講座を実施します。	県消費生活センター
【再掲】 講師派遣「出前講座」	市町や消費者グループ、女性団体、高齢者団体、事業者等の要請に応じ、研修会等に消費生活相談員等を講師として派遣し、悪質商法等の消費者問題等について情報提供、啓発を行います。	県消費生活センター
【再掲】 若者向け消費生活講座（対象：大学、高校、特別支援学校高等部等・職員）	大学、高校、特別支援学校等の要請に応じ、若者を狙った悪質商法やインターネットトラブルなどの消費生活問題等についての講座を実施します。	県消費生活センター 高校教育課 特別支援教育課
【再掲】 エシカル消費（倫理的消費）の情報提供及び啓発	エシカル消費への関心を高めるため、各世代を対象に、消費生活に関する講座や講義、各種研修など、あらゆる機会を通じて積極的に情報提供や啓発を実施します。	くらし安全安心課 県消費生活センター 義務教育課 高校教育課 特別支援教育課

第5 計画の推進体制等

1. 推進体制

本計画の実施にあたっては、市町をはじめ、教育機関、消費者団体、福祉団体、事業者等の関係団体、さらに国及び他の都道府県と連携・情報共有を行いながら、計画に掲げた施策を実施します。

また、学識経験者、消費者団体代表、事業者団体代表等で構成される「香川県消費生活審議会」を消費者教育推進法第20条の「消費者教育推進地域協議会」として位置づけ、その意見を聞きながら計画の修正等を行います。

2. 計画の進行管理・評価

本計画の進行管理にあたっては、毎年度、施策の具体的な取組状況について、消費者教育推進地域協議会である香川県消費生活審議会に報告し、検証及び評価を行います。

附 属 資 料

消費者教育の推進に関する法律

(平成 24 年法律第 61 号)

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つては、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（昭和三十二年法律第九十八号）に定める民生委員、社会福祉法（昭和三十六年法律第四十五号）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、消費者安全法に定める消費生活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。

附 則 (平成二六年六月一三日法律第七一号) 抄

(施行期日)

第一条 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。ただし、次の各号に掲げる規定は、当該各号に定める日から施行する。

一 略

- 二 第一条中不当景品類及び不当表示防止法第十条の改正規定及び同法本則に一条を加える改正規定、第二条の規定 (次号に掲げる改正規定を除く。)並びに附則第三条及び第七条から第十一条までの規定 公布の日から起算して二年を超えない範囲内において政令で定める日

消費生活相談窓口一覧

○県の消費生活相談窓口

香川県消費生活センター 消費生活相談 多重債務・ヤミ金融専用	087-833-0999 087-834-0008
東讃県民センター	0879-42-1200
小豆県民センター	0879-62-2269
中讃県民センター	0877-62-9600
西讃県民センター	0875-25-5135

○市町の消費生活相談窓口

高松市	くらし安全安心課 高松市消費生活センター	087-839-2067 087-839-2066
丸亀市	市民活動推進課	0877-24-8809
坂出市	産業課	0877-44-5012
善通寺市	商工観光課	0877-63-6315
観音寺市	商工観光課	0875-23-3933
さぬき市	商工観光課	087-894-1114
東かがわ市	危機管理課	0879-26-1235
三豊市	産業政策課	0875-73-3013
土庄町	企画課	0879-62-7014
小豆島町	住民課	0879-82-7005
三木町	住民生活課	087-891-3303
直島町	まちづくり観光課	087-892-2221
宇多津町	住民生活課	0877-49-8000
綾川町	経済課	087-876-5282
琴平町	観光商工課	0877-75-6710
多度津町	産業課	0877-33-1113
まんのう町	企画観光課	0877-73-0106

消費者ホットライン ☎ 188 (局番なし)

最寄りの消費生活相談窓口をご案内します。
IP電話、PHSからはご利用いただけません。