

第1 計画の基本的考え方

計画策定の趣旨

現計画が終期を迎えることから、社会経済情勢が急激に変化してきていること等を踏まえ、新たな課題に対応するため、現計画を改定する。

計画の位置付け

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

計画の期間

5年間
(令和5年度～9年度)
必要に応じて見直し

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

- 令和3年度の消費生活相談の件数は5,064件、うち60歳代以上の相談件数は1,766件で全体の34.9%だが減少傾向。20歳代は8.1%だが、増加傾向。
- 相談の内容は「通信販売」が全ての年代で最も多い。

・特に高齢者・若年者への対策が求められる。
・悪質商法の新しい手口など、あらゆる世代に向けた、時機を得た情報の提供が求められる。

2. 消費生活に関する県民意識

- 消費者問題に58.1%(↓)が関心あり。特に「食品の安全性」、「悪質商法」。
- 消費者トラブルの相談先としては、「企業のお客さま相談窓口」が一番多く、次いで「消費生活センター等の行政機関」。
- 消費者教育を受けた経験は、80.4%(↑)が「ない」と回答。

相談窓口としての消費生活センター等のPRのほか、より積極的な消費者教育の推進が求められる。

3. 消費者の多様化

(1) 高齢化の進行(高齢者の消費者被害の状況)

- 特殊詐欺被害について、認知件数の約66.7%、被害総額の約72.3%を高齢者が占めている。

(2) 成年年齢の引き下げ(若年層の消費者被害の状況)

- 若者を中心にSNSが浸透し、SNSをきっかけとするトラブルの増加や電話利用しない若者の相談控への懸念。

(3) その他の状況(孤立・孤独の顕在化、在留外国人等の増加)

- 単身世帯や在留外国人が増加傾向にある。

・高齢者が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組みが求められる。
・若年層向けの情報発信と相談しやすい環境整備が求められる。
・孤立しがちな高齢者・障害者や在留外国人への取組みが求められる。

4. 社会情勢の変化

(1) 社会のデジタル化の進展(デジタル化に伴う消費者被害の状況)

- 通信販売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が消費生活相談の多くを占める。

(2) 持続可能な社会の実現に向けた機運の高まり

- 持続可能な社会の実現に向けて、エシカル消費の促進が重要になっている。

(3) 自然災害等の緊急時対応

- 緊急時に乗じた悪質商法と消費者トラブルが増加。

・デジタル化に対応した消費者教育・普及啓発の推進が求められる。
・SDGsの理念を踏まえた消費者教育が求められる。
・平素から過去の自然災害等の教訓を踏まえた消費者教育が求められる。

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

- 小学校、中学校、高等学校、特別支援学校では指導要領に基づき、担当教科等の中で指導している。
- 大学では学習面での支援にとどまらず、多様な学生の相談に応じ、生活面での支援を行っている。
- SNS利用の増加や成年年齢引き下げによる被害拡大が懸念。

・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が求められる。
・大学生等に対する各種の消費者問題に関する情報や知識の提供機会の拡大が求められる。
・実践的な消費者教育が求められる。

2. 地域における消費者教育

- 高齢者、障害者等に対する適切な消費者教育のため、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る(インターネットトラブルの増加)。

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及び地域のネットワークの強化が求められる。

3. 職域における消費者教育

- まだ十分に行われているとはいえない状況。

事業者等は主体的な取組が求められており、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る。

4. 家庭における消費者教育

- SNS等の普及で保護者が適切に関与できないことも増加。

保護者への支援のほか、家族間での情報共有等が求められている。

第4 消費者教育の推進施策

1. 消費者教育推進の目指すもの

- 「消費者教育推進法」、「国の基本的な方針」、「香川県教育大綱」を踏まえて、自立した消費者、「消費者市民社会」に積極的に参画する消費者の育成を目指す。

2. 消費者教育推進のための重要施策

3. 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**

(1) 学校等

- ア 小学校、中学校、高等学校、特別支援学校
- イ 大学、専門学校等

(2) 地域社会

- ア 地域の社会福祉に関わる主体等に対する消費者教育
- イ 社会教育施設等における消費者教育
- ウ 職域における消費者教育
- エ 家庭における消費者教育
- オ その他

- 【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**

- (1) 小学校、中学校、高等学校、特別支援学校の教職員
- (2) 大学、専門学校等の学生支援の教職員

- 【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**

- (1) 民生委員の研修
- (2) 事業所で介護等に従事する職員の研修

- 【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**

- (1) 市町との連携
- (2) 市町地域包括支援センター等の福祉部門との連携
- (3) 消費者団体等との連携
- (4) 教育委員会、健康福祉部局、警察との連携

- 【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**

- (1) 県消費生活センターの拠点化
- (2) 消費生活コーディネーターなどの人材養成

第5 計画の推進体制等

1. 推進体制

- 国をはじめ、市町、関係団体と連携、情報共有を行いながら、施策を実施。
- 「香川県消費生活審議会」の意見を聞きながら計画の修正等を行う。

2. 計画の進行管理・評価

- 毎年度、施策の具体的な取組状況について、「香川県消費生活審議会」に報告し、検証及び評価を行う。