

「やまなし消費者教育推進計画」の概要

～公正で持続可能な社会の実現に向けた消費者教育の推進～

1 計画の策定

- 趣旨**
○様々な主体との連携・協働による消費者教育の総合的・体系的な推進
- 計画の位置付け**
○消費者教育推進法(H24.12)、消費者教育基本方針(H25.6)に基づく法定計画
- 計画の期間**
○平成26年度～平成29年度(4年間)

2 基本的な考え方

【現状と課題】

- 消費生活と経済社会との関わりが、グローバル化、高度情報化の進展等により複雑化し、地域・家族のつながりも弱まる中で、若者から高齢者まで消費者問題が多様化・深刻化。特に消費者被害に遭うリスクの高い高齢者等への見守りが必要
 - ◇消費生活相談件数(H24)・・・4,411件
(主な相談内容)
携帯、パソコンなどのワンクリック詐欺、情報通信料の架空・不当請求、健康食品の送りつけ など
 - ◇高齢者からの相談件数と全体に占める割合
H22 903件(20.0%)→H23 952件(20.8%)→H24 1,014件(23.0%)
- 消費者教育等を担う県民生活センターの認知度や消費生活講座等の参加率を高めるため、更なる周知や工夫が必要
 - ◇消費生活に関する調査結果
(県民意識調査(H23.8)、県政モニターアンケート調査(H24.7))
 - ・県民生活センターを知らなかった人 39.0%
 - ・消費生活に関わる講座等への参加 9.8%
 - ・参加したことがない人のうち開催を知らなかった人 55.3%
- 学習指導要領による消費者教育は、家庭科、社会科等で実施。消費者教育の一層の充実を図るため、教職員の指導力向上や教育内容の工夫等が必要

【消費者教育の推進の意義】

- 自立した消費者や消費者市民社会の形成に寄与する消費者の育成
 - ・被害に遭わない合理的意思決定のできる消費者
 - ・社会の発展に積極的に関与する消費者
- 消費者教育が育むべき力
 - ・環境などへの影響を理解した適切な商品選択
 - ・他者と協働した課題解決への取組
 - ・商品等に内在する危険の回避
 - ・生活管理や健全な家計の営み
 - ・消費生活の向上に役立つ情報の活用



総合的・体系的な消費者教育の推進

◇消費者市民社会

- ・消費者が公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会
- ・一人一人の消費者が、自分の周りや将来生まれる人々の状況や内外の社会経済情勢、地球環境にまで思いをはせて生活し、社会の発展と改善に積極的に参加する社会

3 計画の目標と取組

●重点施策1 高齢者・障害のある人に対する消費者教育の推進

消費者被害に遭うリスクが高い高齢者等に対する消費者教育の充実、消費者団体、福祉関係者などと連携した高齢者等を見守るネットワークの構築

●重点施策2 小学校期・中学校期・高等学校期における消費者教育の推進

児童生徒の発達段階に応じた消費者教育、金融広報委員会等との連携強化

●基本目標Ⅰ

ライフステージや場の特性に応じた体系的な消費者教育の推進

○学校教育等における消費者教育の推進

幼児期、**小学校期・中学校期・高等学校期**及び大学等消費者として成長する基礎を培う教育

○地域社会における消費者教育の推進

高齢者・障害がある人、若者及び成人の日常生活における実践的な消費力の向上

○職域における消費者教育の推進

自ら合理的に判断する社会人の育成、消費者の声を反映した商品等の提供促進

●基本目標Ⅱ

消費者教育の人材(担い手)の育成

○幼・小・中・高等学校等における教職員の指導力の向上

県民生活センター等と連携した研修の実施、全国的研修会等への参加や指導事例集の活用

○大学等における教職員の指導力の向上

消費生活講座等の活用促進

○地域人材の育成

市町村における消費者教育の担い手育成のための取組に対する支援、地域における消費者教育の調整役(コーディネーター)の配置等の検討

●基本目標Ⅲ

関連する教育及び消費生活に関する施策との連携

○関連する教育(環境教育、食育、金融経済教育、国際理解教育及び法教育)との連携

有機的な連携による学校や地域における消費者教育の効果的な推進

○消費者の安全・安心の確保

効果的な情報提供、理解を深めるリスクコミュニケーション

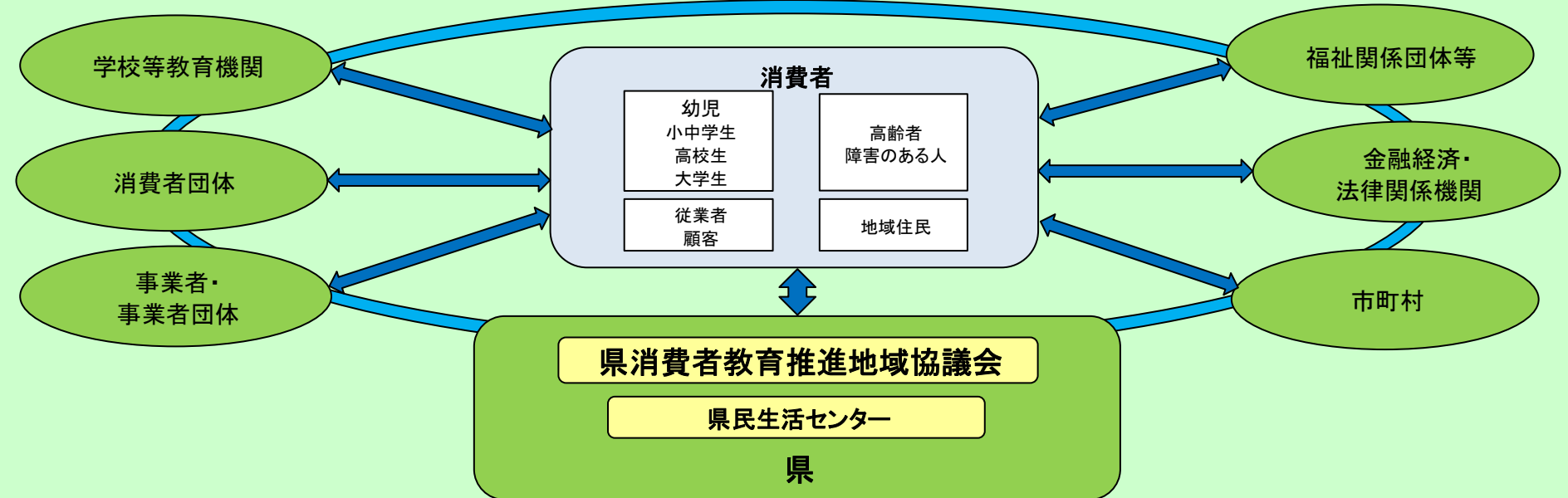
○消費者の意見の反映

消費者教育推進地域協議会開催、県民意識調査結果等の反映

○苦情処理・紛争解決の促進

相談体制の充実、相談窓口等の周知

県民生活センターを消費者教育推進の拠点とした学校教育・地域・職域との緊密な連携・協働



4 計画の推進

- 県消費者教育推進地域協議会を結節点とした関係機関等との連携強化とネットワーク化による施策の推進