

静岡県消費者教育推進計画（H26～H29）

進捗評価書

平成29年9月

評価にあたって

静岡県消費者教育推進計画では、「第5章 計画の実行性の確保」において、計画の推進と評価について次のとおり定めておりますが、評価にあたっては、一部その内容を変更しています。

(静岡県消費者教育推進計画から抜粋)

1 計画の推進と進捗管理

各県民生活センター単位では、今後設置に向けて取り組む地域協議会(仮称)において調整を行い、計画を推進し、進捗状況を確認します。

県全体の施策については、同じく今後設置に向けて取り組む消費者教育推進県域協議会(仮称) (以下「県域協議会(仮称)」という。)において調整を行い、計画を推進し、進捗状況を確認します。

2 計画の推進体制と評価の公表

地域協議会(仮称)及び県域協議会(仮称)で確認された進捗状況を、静岡県消費生活審議会に報告し、評価をいただきます。なお、その内容については、ホームページ上で公表していきます。

3 進捗状況の評価方法

(1) 消費者教育の内容に関する進捗評価

本進捗状況の成果測定には、イメージマップを活用します。

イメージマップの重点領域(タテ)とライフステージ(ヨコ)の交わったボックスについて、消費者教育の取組度合いにより、3段階で評価します。

最終的に、すべての学習目標で取組が行われることを目標とします。

表記	◎	○	×
評価内容	十分な取組がなされている	取組がなされていない	取り組まれていない

(2) 消費者教育の推進体制に関する進捗評価

成果指標 1 消費者教育推進計画の策定状況

消費生活センターを設置している市町に推進計画の策定を促進します。

	平成 29 年度末
目標数値	11 市町

成果指標 2 消費者教育推進地域協議会の設置状況

消費生活センターを設置している市町に地域協議会の設置を促進します。

	平成 29 年度末
目標数値	11 市町

成果指標 3 消費者教育の人材育成状況（教職員）

教職員に対する出前講座や研修等を充実し、教職員の参加を促進します。

	平成 29 年度末
目標数値	累計 120 人

成果指標 4 消費者教育の人材育成状況（地域人材）

県民生活センター単位で講座を開催し、消費者教育の担い手を育成します。

	平成 29 年度末
目標数値	累計 1,200 人

評価スケジュール

日時	協議会等	内容
平成 29 年 6 月 27 日（火）	第 1 回ふじのくに消費者教育推進県域協議会	進捗評価書案の確認
平成 29 年 8 月 28 日（火）	第 2 回ふじのくに消費者教育推進県域協議会	進捗評価書案の確定
平成 29 年 9 月 14 日（木）	第 36 回静岡県消費生活審議会	進捗評価書案の報告、評価

1 消費者教育の内容に関する進捗評価

(1) イメージマップによる評価

- ・平成25年度から平成28年度まで、実施した事業毎に「目的」と「対象」からイメージマップ上の該当箇所に「○」をプロットする。
- ・プロットされた「○」の数を集計し、取組の数を数量化する。
- ・イメージマップの重点領域（タテ）とライフステージ（ヨコ）の交わったボックスについて、プロットされた「○」の数に応じて3段階で評価を行う。

(2) 対象事業

- ・平成25年度から平成28年度まで、県民生活課が直接実施した事業、消費者団体等へ委託または補助をして実施した事業、県民生活センターが実施した事業。(75事業)
- ・平成28年度に他部局が実施した消費者教育関連事業。(52事業)
- ・同じ事業を複数年度継続した場合、県民生活センターで同一の事業を実施している場合は、年度毎、県民生活センター毎に一つの事業として数える。

(3) 評価の区分

プロットされた「○」の数に応じ以下の区分により評価を行う

区分	評価基準 (プロットされた「○」の数)	評価内容
◎	40～	多くの取組がなされた
○	20～39	取組がなされた
△	1～19	ある程度の取組がなされた

※計画では、「◎：十分な取組がなされている」、「○：取組がなされている」、「×：取り組まれていない」の3段階で評価することとなっているが、全ての項目で取組が行われていること、「十分」の判断が難しいことから上記の評価内容に変更した。

イメージマップにプロットされた「○」の数

		幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期		
						特に若者	成人一般	高齢者
消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解	9	21	34	36	45	44	39
	持続可能な消費の実践	14	32	43	48	58	56	54
	消費者の参画・協働	10	20	31	35	45	45	39
	ものを大切にする	7	19	28	28	33	31	26
商品等の安全	商品安全の理解と危険の回避	11	19	25	31	44	47	47
	トラブル対応能力	7	18	29	39	46	48	52
生活の管理と契約	選択し、契約することへの理解	6	21	32	40	46	50	52
	生活を設計・管理する能力	6	18	28	37	46	46	47
	災害時に適切な消費行動をとれる力	3	15	14	10	16	21	17
情報とメディア	情報の収集・処理・発信能力	8	17	25	31	41	43	42
	情報社会のルールや情報モラルの理解	4	15	25	36	44	40	41
	消費生活情報に対する批判的思考力	7	16	25	35	41	39	41

1-2 重点領域別評価

重点領域 1 「消費者市民社会の構築」の取組状況

	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期		
					若者	一般	高齢者
消費がもつ影響力の理解	△	○	○	○	◎	◎	○
持続可能な消費の実践	△	○	◎	◎	◎	◎	◎
消費者の参画・協働	△	○	○	○	◎	◎	○
本物を見極めモノの使い方を理解し、大切にすることを育む	△	△	○	○	○	○	○

(取組の概要と評価)

- ・ 県民生活センターが実施した出前講座や消費者団体連盟に委託して実施した出前講座により、幅広い世代に対し消費者教育を実施した。
- ・ 出前講座の内容は消費者被害の未然防止が主であるが、消費者団体連盟が実施した出前講座においては「環境」に関する問題についても取り上げている。
- ・ 県民生活センターで実施する出前講座の対象は主に高校生以上であり、担い手養成講座も主に地域で活動する人材を対象とした講座であるため、高校生以上を対象とした取り組みが多くなっている。
- ・ 学校における消費者教育を推進するために、教員向けの消費者教育講座を開催しているが、参加者数は伸び悩んでいる。
- ・ 幼児とその保護者向け、大学生向け、社会人向けの教材や、中学校の授業や地域の講座で活用する教材と指導マニュアル等、年代に応じて様々な教材を作成したが、それらの教材の更なる活用が課題となっている。
- ・ 「ものを大切にする」ことや「消費行動がものづくりに与える影響を考える」取組については、小中学生を対象とした消費者教育の視点に立った「ものづくり現場訪問ツアー」を実施した。
- ・ 他部局が実施した取り組みでは、「環境」や「食」に関する取り組みが多く、「持続可能な消費の実践」や「ものを大切にする」という目標に結びついた。
- ・ この分野は他部局での取り組みが多く、今後連携することにより、消費者市民社会の理念の普及が図られると思われる。

(今後の施策展開)

- ・ 県で実施する出前講座において消費者トラブルだけでなく、「消費者市民社会」についても取り上げ、「消費者市民社会」の理念の普及を図る。
- ・ 教員を含め、消費者教育の担い手となる者への研修を継続して実施し、消費者市民社会を説明できる人材を増やしていく。
- ・ 幼児や小学生の保護者に対するイベントやセミナーを実施。
- ・ 小学生向けの教材の開発や、通常の授業だけでなく、社会科見学や地域学習等の課外授業において消費者教育の視点の導入が図られる方策を検討していく。
- ・ 環境教育や食育等、消費者市民社会の考えと一致する他部局が実施する取り組みとの連携を深めていく。

重点領域 2 「商品等の安全」の取組状況

	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期		
					若者	一般	高齢者
商品安全の理解と危険の回避	△	△	○	○	◎	◎	◎
トラブル対応能力	△	△	○	○	◎	◎	◎

(取組の概要と評価)

- ・ 県民生活課、県民生活センターでは数多く取り組まれている領域であるが、出前講座や教材等は成人を対象としたものが多く、小学生や中学生を対象とした取組は少ない。
- ・ 学校への出前講座は、受け入れを希望する学校が少ないため、学校側の理解を求める取組が必要である。
- ・ メールマガジン（くらしのめ〜ル）や情報誌（くらしのめ）、キャンペーン等により被害防止の啓発が数多く行われた。
- ・ 高齢者の消費者トラブルが多いことから、高齢者への啓発や見守り活動への取組等が数多く行われた。
- ・ この分野は他部局では取り組みが少ないが、スマートフォン所有の低年齢化が進んでおり、子どものネットトラブルの増加が危惧されることから、教育委員会においてケータイ・スマホのルールづくりの普及や、小中学校におけるネット安全・安心講座に取り組んだ。
- ・ 消費者の食への安全意識が高まっていることから、食品表示や食の安全に関する情報提供も行われた。

(今後の施策展開)

- ・ 民法の成年年齢の引下げが見込まれることから、特にこの分野に関しては今まで以上に、中学生、高校生への出前講座や教員への研修、情報誌等による啓発等の取組を進める。
- ・ そのため、教育委員会等との連携を深め、学校における取組を促進していく。
- ・ 専門学校や大学生についても、一人暮らしやアルバイト等により社会との接点が増え、消費者トラブルに巻き込まれる機会が増えるため、入学時のオリエンテーション実施時の機会等、各大学等の実情に合わせ消費者教育講座に取り組んでいく。
- ・ また、インターネット通販やインターネット上での個人間取引が拡大していることから、その危険性を十分認識させるような教育や啓発に取り組む。
- ・ 消費生活相談に占める高齢者の割合が依然として高いため、引き続き、高齢者に対する啓発や周囲の見守り体制を充実していく。
- ・ 商品やサービスを提供する事業者に対しても、消費者の目線に立った安全で安心な商品の提供や、トラブルが発生した場合に迅速な対応がとれる体制を整備する等、消費者志向経営を働きかけていく。
- ・ 今後も様々な手段の悪質商法が現れることが予見されることから、様々な媒体を活用した情報提供を行うとともに、消費生活相談窓口へ相談することが社会全体の被害を減らすことについての理解を促進する取組を検討する。

重点領域 3 「生活の管理と契約」の取組状況

	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期		
					若者	一般	高齢者
選択し、契約することへの理解と考える態度	△	△	○	○	◎	◎	◎
生活を設計・管理する能力	△	△	○	○	◎	◎	◎
災害時に適切な消費行動をとれる力	△	△	△	△	△	△	△

(取組の概要と評価)

- ・この領域についても、「商品の安全」と同様、県民生活センターの出前講座や担い手養成講座、情報紙等による啓発等、多くの取組が行われた。
- ・幼児期、小学生に対する取り組みとしては、親子で楽しみながら学べる教材やお買い物イベント等を実施したが、取組としては少ない。
- ・中学生や高校生、若者を対象とした出前講座では契約とそのルールを理解させる内容が多く扱われた。
- ・県民生活課が発行している生活情報誌「くらしのめ」では特別号により、高齢者や若者に対して契約トラブルについての注意を呼びかけた。
- ・「災害時に適切な消費行動をとれる力」については、平成27年度に研究会を開催し、議論を行った。
- ・また、研究会での議論を活かし、消費者の視点から防災力を高めるためのヒント集の作成や小学生や一般成人を対象とした出前講座を行った他、平成28年度の教員向け消費者教育講座においても、講座の一つとして災害時に備えた消費者教育をテーマとして扱った。
- ・「商品の安全」と同様に、他部局における取組は少ないが、教育委員会において、インターネットの安全利用に関する講座やモデル校による金融教育・金銭教育の研究が行われた。
- ・また、学校における租税教室により、児童・生徒に税の意義や役割について理解を深めてもらう取組も行われた。

(今後の施策展開)

- ・ 「商品等の安全」と同様に、この領域に対しても、民法の成年年齢の引下げに対応した取組を行う。
- ・ この領域は次期学習指導要領においても、技術・家庭科等において拡充される内容であるため、教員を対象とした消費者教育講座を充実させ、参加者数が増えるよう工夫していく。
- ・ また、引き続き、教育委員会と連携し、学校に対し外部人材による出前講座の活用も働きかけていく。
- ・ 「生活を設計・管理する能力」について、若者や成人一般に対しては、金融広報アドバイザーを講師とした、職域への出前講座を実施していく。
- ・ また、金融広報委員会と連携してお金に関する講演会やセミナーを開催し、金融知識の普及等を図っていく。
- ・ 「災害時に適切な消費行動をとれる力」については、大規模災害の発生が予見されることから、引き続き、出前講座等に取り組んでいく。
- ・ なお、危機管理部においても、職員による出前講座を実施しているため、危機管理部と連携した教育プログラムの開発等により、学校や地域における防災教育と消費者教育を推進していく。
- ・ その他、高齢者や事業者に対しても「商品等の安全」の領域と同様に取り組んでいく。

重点領域 4 「情報とメディア」の取組状況

	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期		
					若者	一般	高齢者
情報の収集・処理・発信能力	△	△	○	○	◎	◎	◎
情報社会のルールや情報モラルの理解	△	△	○	○	◎	◎	◎
消費生活情報に対する批判的思考力	△	△	○	○	◎	◎	◎

(取組の概要と評価)

- ・スマートフォンの普及により、インターネットによる情報収集や売買取引が増え、消費者トラブルの要因ともなっていることから、出前講座や担い手養成講座等で、インターネット広告の注意事項やインターネットトラブルの事例が取り上げられた。
- ・また、生活情報誌「くらしのめ」やメールマガジン「くらしのめ〜ル」によりインターネットトラブルに関する注意喚起を行った。
- ・インターネット利用の低年齢化が進み、中学校や高校ではLINE等のSNS絡みのトラブルが増えていることから、学校における情報モラル教育が重要になっているため、県総合教育センターにおいて、小中学校の教員を対象とした情報モラル教育実践講座を行った。
- ・青少年を取り巻く有害情報環境対策として、教育委員会では、通信事業者やNPO法人等と連携し、小中学校ネット安全・安心講座や「ケータイ・スマホルール」アドバイザー養成講座に取り組み、情報社会のルールや情報モラルの啓発を実施した。
- ・他部局の取組としては、人権教育において情報モラルを扱った。インターネット上では、様々な情報が氾濫しているため、その情報を評価し、正しく選択する批判的思考力を養う必要がある。
- ・特に若年層にはこのような能力を養う教育が必要であるが、取組としては不足していると思われる。

(今後の施策展開)

- ・ インターネットの普及により、誤った情報も瞬時に拡散されるため、情報を正しく評価し選択する批判的思考力を養う取組が必要である。
- ・ 特に若年層はインターネットの利用割合が高い一方で、情報モラルの意識が低いため、学校教育において取り組む必要がある。
- ・ そのため、教育委員会と連携し、引き続き教員への研修を実施したり、情報モラルの内容を盛り込んだ出前講座の実施を検討する。
- ・ また、インターネットの利用割合が高い若年層に対しては、メールマガジンや SNS 等、デジタルメディアを活用した啓発や消費者教育の取組についても検討していく。
- ・ その他、携帯電話やスマートフォンを利用した様々な悪質商法が広がっていることから、引き続き様々な媒体を活用し注意喚起を行っていく。

2 消費者教育の推進体制に関する進捗評価

成果指標1 消費者教育推進計画の策定状況

消費生活センターを設置している市町に推進計画の策定を促進する。

目標数値	平成28年度末	評価と対応
11市町	5市	計画の策定市町は目標値の半数に留まった。目標達成に向け、引き続き市町に対し、計画策定を働きかけていく。

成果指標2 消費者教育推進地域協議会の設置状況

消費生活センターを設置している市町に地域協議会の設置を促進する。

目標数値	平成28年度末	評価と対応
11市町	3市	協議会の設置は目標を大きく下回った。計画の進捗状況を管理するためにも、計画の策定とセットで協議会の設置を働きかけていく。

成果指標3 消費者教育の人材育成状況（教職員）

教職員に対する出前講座や研修等を充実し、教職員の参加を促進する。

目標数値	平成28年度末	評価と対応
累計 120人	累計 142人	目標数値を上回った。学校における消費者教育推進のため、引き続き研修参加を呼びかけていく。

成果指標4 消費者教育の人材育成状況（地域人材）

県民生活センター単位で講座を開催し、消費者教育の担い手を育成する。

目標数値	平成28年度末	評価と対応
累計 1,200人	累計 754人	目標数値に対し、6割程度の達成率で推移している。引き続き、効果的な研修により、担い手の育成を図る。

3 事業一覧

(1) 県民生活課・県民生活センター実施分 (H25～H28)

事業名	実績	重点領域	ライフステージ
消費者教育講師養成講座 (H25、H27、H28)	消費者行政職員、消費生活相談員、消費者団体等を対象に講座を実施(延べ受講者数166人)	消費者市民社会 商品の安全 生活管理と契約 情報とメディア	小 中 高 若 成 高齢
消費者ホーム講座 (H25～H28)	一般県民を対象とした通信制の消費者教育講座 (延べ修了者数667人)	消費者市民社会 商品の安全 生活管理と契約 情報とメディア	若 成 高齢
消費者教育出前講座 (H25～H28)	学校、企業、高齢者、見守り者等を対象とした出前講座 (延べ受講者数 38,017人)	消費者市民社会 商品の安全 生活管理と契約 情報とメディア	若 成 中 高 高齢
高齢者消費者被害防止事業「個別対面型」 (H25～H28)	高齢者宅の戸別訪問、出前講座、地域でのイベント、高齢者施設等において、個別対面による啓発を実施。	商品の安全 生活管理と契約 情報とメディア	高齢
くらしのリーダー養成講座 (H25)	地域における担い手となる人材を養成する講座を実施した。 (受講者 35人)	消費者市民社会 商品の安全 生活管理と契約 情報とメディア	若 成 高齢
消費者教育推進事業出前講座 (H25)	あらゆる世代を対象に、食、環境、金融の分野の消費者教育出前講座を実施した (受講者数 3,913人)	消費者市民社会 商品の安全 生活管理と契約	幼 小 中 高 若 成 高齢
幼児の保護者向け消費者教育教材の作成 (H25)	家庭で実践できる消費者教育手引き冊子を作成。 (50,000部)	消費者市民社会 商品の安全 生活管理と契約 情報とメディア	幼
幼児向け消費者教育教材の作成 (H25)	親子で楽しみながら学ぶことができる「ぬり絵本」の作成とミニイベントの実施	消費者市民社会 商品の安全 生活管理と契約 情報とメディア	幼

事業名	実績	重点領域	ライフステージ
小学生向け消費者教育イベントの開催 (H25)	主に小学生向けの働き、遊び、買い物をする「こどものまち」イベントを3回開催。 (参加者(子供)延べ902人)	消費者市民社会 商品の安全 生活管理と契約 情報とメディア	小
大学生向けの消費者教育教材の作成 (H25)(H26)	大学生向け情報誌のスタッフにより、「大学生のための消費生活向上ハンドブック」の作成(16,500部)。	消費者市民社会 商品の安全 生活管理と契約 情報とメディア	若
地域消費者生活講座 (消団連委託) (H25~H28) 【再掲】	啓発講座を希望するおおむね10人以上のグループ・団体に講師を派遣し、講座を実施。 (延べ受講者数 5,770人)	消費者市民社会 商品の安全 生活管理と契約	幼 小 中 高 若 成 高齢
悪質商法未然防止キャンペーン「『待て!』は最大の防御」 (H25)	高齢者の消費者被害を未然に防止するため、12月を中心に「悪質商法被害防止キャンペーン」を実施。	商品の安全 生活管理と契約	高齢
食品表示親子研修 (H25)	育児世代と子供達に向けて、食品表示等の知識を身につけられる体験型の研修会を実施。県内小学校に食品表示に係るDVDを配布。(参加者404人)	消費者市民社会 商品の安全 生活管理と契約 情報とメディア	小 成
一般向け生活情報誌「くらしのめ」の作成 (H25~H28)	消費者トラブルに関する情報を提供するため、啓発資料等を作成し、県内の関係各所に配布	消費者市民社会 商品の安全 生活管理と契約 情報とメディア	高 若 成 高齢
一般向け消費生活情報メールマガジン「くらしのめ〜ル」配信 (H25~H28)	悪質商法、製品事故情報、食品表示、県の講座関係のお知らせ等を携帯メールとPCメールにより月2回程度配信。	消費者市民社会 商品の安全 生活管理と契約 情報とメディア	若 成 高齢
県民生活センターが実施する消費者教育担い手養成講座 (H26~H28)	市町職員や消費生活相談員、消費者団体の会員等を対象に研修を実施。 (延べ受講者数 1,453人)	消費者市民社会 商品の安全 生活管理と契約 情報とメディア	中 高 若 成 高齢

事業名	実績	重点領域	ライフステージ
「ピン！ト BOOK」を活用した高齢者悪質商法被害防止啓発（H26）	悪質商法の被害に気づく見守りのポイントや手口を掲載した啓発冊子「ピン！ト BOOK」（14万部）を作成、様々な媒体を通じて、高齢者の悪質商法被害防止を呼びかけ。	商品の安全 生活管理と契約 情報とメディア	成 高齢
消費者市民社会をテーマにした消費者教育推進事業（H26～H27）	DVD教材、教える側マニュアル、教わる側ノートの作成。学校、地域におけるモデル事業の実施、ポータルサイト作成、事業者の取組調査	消費者市民社会 商品の安全 生活管理と契約 情報とメディア	若 小 中 高 成 高齢
教員向け消費者教育講座（H26～H28）	学校で消費者教育を教える教員を対象にした研修の実施 H26、H27は県民生活センター毎、H28は県民生活課で実施（延受講者数 142人）	消費者市民社会 商品の安全 生活管理と契約 情報とメディア	小 中 高
消費者教育フォーラムの開催（H27～H28）	市町職員や消費者団体会員等を対象としたフォーラムを開催。（延べ参加者数 600人）	消費者市民社会 商品の安全 生活管理と契約 情報とメディア	若 小 中 高 成 高齢
ふじのくに災害時に備える消費者教育推進研究会（H27）	「災害時に適切な消費行動をとれる力」達成するため、研究会で議論し、消費者目線の防災教育の推進を図った。	生活管理と契約	若 小 中 高 成 高齢
災害時に備える消費者教育推進事業（H27）	学校（小学生）、地域におけるモデル講座の実施と、新聞（夕刊）へ消費者の視点から防災力を高めるためのワンポイント講座を全5回掲載	生活管理と契約	若 小 成
県若手職員向け消費者教育講座（H27～H28）	H27は県の新規採用職員を対象、H28は県、市町の若手職員を対象にして実施（延べ参加者数 182人）	消費者市民社会 商品の安全 生活管理と契約 情報とメディア	若

事業名	実績	重点領域	ライフステージ
若者を対象とした消費者教育推進事業 (H28)	若者世代の情報収集、若者世代への情報発信、若者によるフューチャーセッションの実施	消費者市民社会 商品の安全 生活管理と契約 情報とメディア	若
職域における消費者教育推進事業 (H28)	経営者を対象とした講演会の実施、勤労者向け教材の作成、モデル講座の実施、フリーペーパー等による情報発信	消費者市民社会 商品の安全 生活管理と契約 情報とメディア	若 成
「ものづくり・ものづくり」をテーマにした消費者教育 (H28)	小中学生を対象としたものづくり現場訪問ツアーの実施、リーフレットとホームページによる情報発信 (参加者数 小中学生とその保護者 63人)	消費者市民社会 生活管理と契約	小 中 成
災害時に備える消費者教育出前講座 (H28)	小学校向け防災講座 (4校) と一般消費者向け講座「上手な冷蔵庫の活用術」(3回)の開催 (受講者数:小学生 338人 一般 64人)	生活管理と契約	小 若 成
高齢者消費者被害防止啓発「参加者募集型」(H28)	高齢者の見守りを実施する事業者・団体等を188団体公募、参加者の活動紹介リーフレット、啓発資材の作成。	商品の安全 生活管理と契約 情報とメディア	成 高齢

(2) 他部局事業【H28の主な事業】

事業名	実績	重点領域	ライフステージ
租税教育	社会科副教材を国税局と共同で作成して、県内の中学校及び特別支援学校に配付。租税教室の開催。	生活管理と契約	小 中 高
こどもエコクラブ支援事業	子どもたちが地域の中で仲間と一緒に、主体的に地域環境・地球環境に関する学習や活動が展開できるように支援。	消費者市民社会 情報とメディア	幼 小 中 高
環境学習指導員養成講座	静岡県環境学習指導員の養成と質の向上を目的とした養成講座。	消費者市民社会 情報とメディア	幼 小 中 高 若 成 高齢
廃棄物・リサイクル学習指導法講座	市町において学校等への出前講座や社会人対象の講座が実施できるよう、市町職員に対して啓発教室の実施方法についての研修を実施。	消費者市民社会	幼 小 中 高 若 成 高齢
ごみ削減推進キャンペーン	市町、各種関係機関・団体と連携し、県内各地でごみ削減を推進する事業や啓発のキャンペーンを実施。	消費者市民社会	幼 小 中 高 若 成 高齢
環境にやさしい買い物キャンペーン	消費者、事業者、行政、消費者団体等の連携により、容器・包装使用の抑制及び環境配慮型商品の普及拡大等の推進を呼びかけるキャンペーンを実施	消費者市民社会	幼 小 中 高 若 成 高齢
マイボトル・マイカップ運動	行政や消費者、ボトルメーカーや飲料販売店等にも協力を求め、繰り返し使用できる飲料容器の利用を促進。	消費者市民社会	幼 小 中 高 若 成 高齢
ふじのくに食べきりやったね！キャンペーン	食品ロスに対する消費者の意識を啓発し、食品廃棄物の削減を図るためのキャンペーンを実施。	消費者市民社会	幼 小 中 高 若 成 高齢

事業名	実績	重点領域	ライフステージ
出前人権講座	県民の人権尊重の意識の高揚を図るため、学校、各種団体、企業等に人権啓発指導員を派遣	情報とメディア	若 小 中 高 成 高齢
食育教室	減塩や野菜を摂取することの大切さについて学ぶ教室を開催。(食推委託事業)	消費者市民社会 商品の安全 情報とメディア	幼 小 中 成
味覚の授業	県産食材等を用いた体験型学習「味覚の授業」を実施。	消費者市民社会	小
ふじのくに和の食文化推進事業	和の食を軸とした食育活動を推進する。(指導者育成講座等の開催、ふじのくに食の都の祭典の開催等)	消費者市民社会 情報とメディア	幼 小 中 高 若 成 高齢
ちゃっぴーの食品安全インフォメーション事業	身近な食品販売店舗に県作成の掲示板を設置し、県民の関心の高い食品の安全に関する情報や時節に対応した注意情報等をいち早く発信する	商品の安全	若 成 高齢
動物愛護教室	園児・児童を対象に講義や動物とのふれあい体験等を実施	消費者市民社会	幼 小 中
ふじのくにしずおか次世代エネルギーパーク県民の日見学会	次世代エネルギーパークを構成する再生可能エネルギー設備や体験施設等の見学会を開催	消費者市民社会	若 小 中 高 成 高齢
地域防災力強化人材育成研修	地域防災の中心的な担い手となる人材、災害発生時に自らの判断で的確な行動ができる人材を育成する。	生活管理と契約	若 小 中 高 成 高齢
教科等指導リーダー育成事業	学校及び地区において教員の資質を高める支援を行うことのできる教員(ミドルリーダー)を育成	消費者市民社会 商品の安全 生活管理と契約 情報とメディア	小 中

事業名	実績	重点領域	ライフステージ
金融経済教育	指定校が「金融業者の役割・種類・仕組み」や「企業の基礎活動としての資金調達方法」などの学習を通して研究を実施。	消費者市民社会 商品の安全 生活管理と契約	高
小中学校ネット安全・安心講座	携帯電話会社等のノウハウを活用して小中学校に対して安全教室を実施。	消費者市民社会 商品の安全 生活管理と契約 情報とメディア	小 中
『ケータイ・スマホルール』アドバイザー養成講座	小中学校の保護者等を対象に、正しく安全なネット利用の仕方を伝えるアドバイザーを養成。	消費者市民社会 商品の安全 生活管理と契約 情報とメディア	小 中 成
「親子で話そう!!我が家のケータイ・スマホルール」カレンダー配布	小学校5年生・中学校2年生の全保護者を対象にカレンダーを配布。	消費者市民社会 商品の安全 生活管理と契約 情報とメディア	小 中 成
小中学校における情報モラル教育実践研修	情報モラル教育の推進の仕方について学ぶ。教員が知っておくべき基礎知識と具体的実践について研修を実施。	消費者市民社会 商品の安全 生活管理と契約 情報とメディア	小 中
家庭科の授業づくり研修	家庭科の授業ではどのように取り上げていくことが良いのか、具体的な教育実践に向けた研修を行う。	消費者市民社会 生活管理と契約	小 中 高
国際理解教育研修	国際理解とは何か？他者理解や人権感覚、自分自身の問題として取り上げ、児童生徒に向けた具体的な指導の仕方を研修。	消費者市民社会 情報とメディア	小 中 高

(参考)

重点取組事項に対する評価

(1) 消費者教育推進法の趣旨及び「消費者市民社会」の意義の普及・啓発 (取組)

- ・中学生以上を対象とした「消費者市民社会」について理解するための映像教材、指導マニュアル、ワークシートを作成しモデル講座を実施した。
- ・教員研修においても、参加者に教材を配布し、活用方法についての解説を実施した。
- ・また、消費者市民社会についてのリーフレットを作成し、市町や学校等へ配布した。
- ・その他、消費者教育ポータルサイトを作成し、「消費者市民社会」についてわかりやすく解説している。

(評価)

- ・教材を作成するとともに、消費者教育講師養成講座やフォーラム等においてテーマとして取り上げているが、一般県民へ十分に浸透しているとは言いがたい。
- ・本年度実施したインターネット調査では、「消費者市民社会」について、その内容まで知っている人の割合は6.2%だった。
- ・出前講座は消費者被害の未然防止に重点が置かれているが、今後は消費者市民社会の内容も盛り込んでいくことが必要である。
- ・なお、中学校や高校の家庭科の教科書では「消費者市民社会」が取り上げられており、中学生や高校生の認知度は高いのではないかと推測される。

(2) 多様な主体の意識付け及び実践方法の普及

(取組)

- ・県庁の関連部局 19 課により静岡県消費者教育関連事業ワーキングを設置し、意見交換を実施した。
- ・調査を通じ、各課で実施している関連事業がイメージマップのどこに該当する事業なのかを認識してもらった。
- ・また、多様な主体の取り組み事例を「効果的な実践のための担い手向け手引書」として作成し、関係する団体等へ配布した。

(評価)

- ・ 県庁内での関連各課との連携はまだ始まったばかりであり、今後、ワーキングの継続開催や事業の連携を通じて、意識付けを強めていく必要がある。
- ・ その他、民間の団体や大学、事業者等多様な主体への意識付けや実践方法の普及については十分ではなく、今後も取組が必要である。

(3) 学校における消費者教育の充実

(取組)

- ・ 小中学校においては、発達の段階に応じて、学習指導要領に基づき、生活科、社会科、技術・家庭科、道徳の時間等において、消費者の基本的な権利と責任、生産や販売の工夫や環境への配慮、節度節制に心がけた望ましい生活習慣等を指導している。
- ・ 高等学校においては、公民科や家庭科、商業科の科目を中心に、個人と企業の経済活動における社会的責任、消費者問題と消費者保護の在り方を考えさせるとともに、消費者の権利と責任について理解を深めさせている。
- ・ 教員に対しては、学習指導要領に対応した実践的な授業の実施方法等テーマに消費者教育講座を開催した。
- ・ 教育委員会では、学校及び地区において消費者教育等の指導をはじめとする教員の資質を高める支援を行うことのできる教員（ミドルリーダー）を育成する事業を実施した。

(評価)

- ・ 教員向け消費者教育講座は、情報が現場の教員にまで行き渡らず、参加者数が伸び悩んでいる。
- ・ 成年年齢の引下げが見込まれることから、消費者トラブルを未然に防止するためにも、早い時期から消費者教育を実施する必要がある。
- ・ そのため、引き続き、教員に対する研修を実施し、参加者を増やす取組が必要である。

(4) 県民生活センターの拠点化へ向けた取組

(取組)

- ・ 各県民生活センターにおいて、ふじのくに消費者教育推進地域連絡会・連絡会議を設置し、各地域における消費者教育の推進について、市町、学校関係者、消費者団体等で意見交換、情報交換を行った。

- ・ 中部県民生活センターにおいては、平成 28 年度に地域の担い手に消費者教育に関する教材等、情報を提供する場を設置した。
- ・ また、消費者教育の担い手を育成するため、各県民生活センターにおいて担い手養成講座を実施した。

(評価)

- ・ 地域連絡会・連絡会議の設置により、地域における消費者教育の推進を支援し、東部地域では消費者教育推進計画を策定する自治体が増えた。
- ・ また、担い手養成講座により、消費者団体、市町消費生活相談員、福祉関係職員等、地域の消費者教育の担い手のスキルアップ、知識習得が図られた。
- ・ 一方で、地域における消費者教育を推進するためには、消費者教育を必要とする人と多様な主体とのマッチング等のコーディネートが必要であるが、それを踏まえ、地域における消費者教育の拠点として、県民生活センターが担うべき役割についての検討が必要である。

(5) 消費者教育の担い手の育成・活用

(取組)

- ・ 国民生活センターや県民生活課が主催する研修への参加により、県民生活センターの消費生活相談員の資質向上を図った。
- ・ 県民生活センターの担い手養成講座や、県民生活課の講師養成講座、くらしのリーダー養成講座、消費者ホーム講座により地域における人材の育成を図った。
- ・ なお、平成 28 年度に消費生活相談員を消費者教育の担い手として活用するため、ワーキングを実施した。

(評価)

- ・ 研修の実施により、消費生活相談員や消費者団体の会員等のスキルアップは図られた。
- ・ また、県民生活センターの担い手養成講座により、福祉関係者等、高齢者の見守り者等への研修を実施することができた。
- ・ 一方で、地域や家庭、職域等、様々な場で消費者教育を推進していくためには、多様な担い手を育成し、活用していく必要がある。
- ・ なお、他部局の消費者教育関連事業において活用している人材がいるため、消費者教育との連携を検討することも必要である。