

静岡県消費者教育推進計画

(平成 26 年度～平成 29 年度)

静岡県

目 次

第1章 消費者教育推進計画策定に当たって

1 計画の基本理念	1
2 計画の目標	1
3 計画の性格	2
4 計画の期間	2

第2章 消費者教育の現状と課題

1 各主体別の現状と課題	
(1) 県民生活課・県民生活センター	3
(2) 市町消費者行政担当課・消費生活センター	3
(3) 教育委員会・学校	4
(4) 幼稚園・保育所	5
(5) 大学等	6
(6) 消費者団体	6
(7) 事業者・事業者団体	6
(8) その他の団体	7
2 消費者教育の体系イメージマップによる整理	
(1) 各ライフステージの特徴と課題	7
(2) 重点領域別の目標と課題	10

第3章 消費者教育推進の基本的な方向

1 イメージマップの活用	13
2 消費者教育を推進するための各主体との役割分担と連携	
(1) 県と市町の消費者行政担当部局等	15
(2) 県の消費者行政担当部局と県教育委員会（学校教育・社会教育）	15
(3) 県と多様な主体	15
(4) 学校と地域	16
3 消費者教育と消費生活に関連する教育との連携	16

第4章 消費者教育推進の内容に関する事項

1 重点的に取り組む事項	
(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	20
(2) 多様な主体の意識付け及び実践方法の普及	20
(3) 学校における消費者教育の充実	21
(4) 県民生活センターの拠点化に向けた取組	21
(5) 消費者教育の担い手の育成・活用	22
2 ライフステージに対応した消費者教育	
(1) 幼児期	22
(2) 小・中・高校生期	23
(3) 成人期	23
3 消費者教育の人材（担い手）の育成・活用	
(1) 消費生活相談員	25
(2) 小・中・高等学校等における教職員	25
(3) 大学等における教職員	26
(4) 地域人材	26
(5) 事業者・事業者団体	27
(6) 消費者	27

第5章 計画の実効性の確保

1 計画の推進と進捗管理	28
2 計画の推進体制と評価の公表	28
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	29
(2) 消費者教育の推進体制に関する進捗評価	29

<付属資料>

◇ 消費者教育に関する取組（県及び県教育委員会）	30
◇ ふじのくに消費教育研究会構成員	31

第1章 消費者教育推進計画策定に当たって

1 計画の基本理念

消費者教育は、これまで様々な場で多様な主体から主に消費者の自立や消費者被害防止を目的に提供されてきましたが、消費者を取り巻く社会・経済情勢が変化する中、平成 24 年 12 月に施行された消費者教育の推進に関する法律(平成 24 年法律第 61 号。以下「推進法」という。)には、消費者の自立を支援するための教育に加え、消費者が主体的に消費者市民社会※1 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が明記されました。

本計画では、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、以下の基本理念の下、消費者教育を推進します。

- (1) 消費生活に関する知識を修得し、適切な行動に結び付けるよう実践的能力の育成を図る。
- (2) 主体的に消費者市民社会の形成に参画し、発展に寄与できるよう積極的に支援する。
- (3) 幼児期から高齢期までの段階特性に配慮する。
- (4) 場(学校、地域、家庭、職域)の特性に対応する。
- (5) 多様な主体間の連携を促す。
- (6) 消費者市民社会の形成に関し、多角的な情報を提供する。
- (7) 非常時(災害)の合理的行動のための知識・理解を深める。
- (8) 環境教育、食育、国際理解教育等と有機的な連携を図る。

2 計画の目標

静岡県総合計画では、富国徳の理想郷“ふじのくに”づくりを基本理念に掲げ、「徳のある、豊かで、自立した」地域づくりを進めています。

“ふじのくに”づくり実現のためには、安全で安心できる心豊かな消費生活の構築が重要になることから、本計画では、以下に掲げる消費者の諸能力を育み、総合的かつ一体的に消費者教育を推進し、「社会的価値行動※2 ができる消費者」を育成することを目標とします。

- (1) 消費者の権利と役割及び消費者の自立について理解し、それに基づいた意思決定と消費行動ができる能力を育む。
- (2) 消費生活の安全・安定の確保と向上を図るため、消費生活に関する基本的な知識・技術を習得し、これらを活用して、将来を見通した合理的な意思決定や生活設計を行い、消費者被害等を回避し、必要に応じて他者と協力しながら問題解決ができる能力を育む。
- (3) 持続可能な社会の実現に向けて、自分の行動と社会経済との関連を意識し、持続可能な社会へ寄与する消費生活を実践するとともに、諸課題について他者と協力して取り組むことができる能力を育む。

3 計画の性格

本計画は、推進法第10条第1項の規定に基づき、「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。以下「基本方針」という。)」を踏まえ本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を策定するものです。

また、「静岡県総合計画」や「静岡県消費者行政推進基本計画」との整合を図りながら、消費者教育の計画的な推進を図るために必要な事項について定めた、本県の消費者教育施策の指針です。

4 計画の期間

計画期間は、平成26年度から平成29年度までの4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。

※1 「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。(推進法第2条第2項)

※2 「社会的価値行動」とは、「食育の観点及び地産地消の観点から商品を選択する」「環境に配慮した商品を選択する」「モノを大切にする」など、自分の消費行動が、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寄与する行動をいう。それは、消費者市民社会の形成に参画することに通じる行動である。

第2章 消費者教育の現状と課題

1 各主体別の現状と課題

(1) 県民生活課・県民生活センター

県ではこれまで、消費者被害防止に重点を置いた「消費者啓発」と、消費者が生涯にわたり様々な場において消費生活について学習する機会を提供する「消費者学習支援」を実施してきました。

消費者啓発では、消費者月間（5月）及び消費者被害防止月間（12月）における全県キャンペーンと、情報誌「くらしのめ」やメールマガジン「くらしのめ〜ル」の配信による県民への情報提供を実施しており、特に高齢者の消費者被害防止に重点的に取り組んでいます。

消費者学習支援では、通信制の消費者ホーム講座、県民生活センターの職員や消費生活相談員による学校・企業等への出前講座などを実施してきました。消費者学習支援のいずれの講座も、受講生のみならず、その家族・友人等へのアプローチによる波及効果を期待しており、広く県民の自立を支援するものです。また、民生委員、ケアマネージャー等、高齢者や障がいのある人の生活を支援する者に対する出前講座を行い、見守り力の向上を図っています。

推進法では、消費者の自立に加えて、知識の修得、適切な行動、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消費者の育成が求められていることから、今後の消費者教育では、こうした新たな視点を加えるとともに、消費者啓発と消費者学習を包含し、体系化した取組や消費者教育の担い手の確保が必要となります。

(2) 市町消費者行政担当課・消費生活センター

市町の消費者行政部門においても、消費者月間（5月）及び消費者被害防止月間（12月）のキャンペーン、広報誌への掲載やリーフレットの作成等、消費者被害防止等の広報啓発に取り組んでいます。多くの市町が消費生活講座を開催し、消費者被害防止を中心に、マネープラン、保険、食品・食品表示、地震・防災、環境など、多岐にわたる内容の学習機会を提供しています。また、住民と顔の見える関係を築き、地域団体等との連携によるきめ細かな啓発も行われています。

今後は、県と同様、消費者市民社会等、新たな視点で体系化した消費者教育が必要となります。また、住民により身近な存在である市町においては、幅広く住民生活に関わる行政を行っている観点から、高齢者や障がいのある人の生活を支援する福祉部門と連携した、取組が求められます。

(3) 教育委員会・学校

ア 学校教育

学校教育分野においては、学習指導要領(小学校、中学校は平成 20 年 3 月、高等学校は平成 21 年 3 月改訂)に基づき、主として家庭科、技術・家庭科、社会科、公民科等において消費者教育の内容の拡充が図られ、各学校において指導に当たっています。

(ア) 義務教育

- ① 小学校においては、社会科や家庭科を中心に身近な生産や販売の事例、家庭の消費生活の学習を通して、正しい金銭感覚の育成、消費者としての実践力を育成しています。

消費者問題が多様化する中で、全国的には、小学生が巻き込まれるなどの事例もあり、被害者になるだけでなく、加害者にもなる可能性があることから、身近な消費生活の中で問題に主体的に対応できるようにするため、関係機関と連携を図りながら、社会の変化に対応した学習内容と活動の工夫が必要です。

- ② 中学校においては、社会科や技術・家庭科を中心に、身近な消費活動を中心とした経済活動の意義、市場経済の基本的な考え方、消費者保護に果たす行政の役割を理解させるとともに、生活に必要な物資やサービスの適切な購入及び環境に配慮した消費生活について工夫し、実践できる力を育成しています。

自立した消費者としての基本的な資質を育成するため、関係機関と連携を図りながら、生活の多様化の中で消費者の基本的な権利と責任を理解した生活ができるようにすること、消費者問題に主体的に対応できるようにすることが必要です。

- ③ 消費者教育と関連のある環境教育や食育、キャリア教育等については、教科のみならず、道徳や特別活動等において指導が行われています。これらの指導場面において消費者教育の視点を踏まえた意図的な指導を行うことにより、消費者教育の充実が可能となります。
- ④ 地域の専門家等の人材活用により、児童・生徒の関心を高めることができることから、消費者教育を行う行政や消費者団体、企業などとの一層の連携が必要です。

(イ) 高校教育

- ① 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あ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の理解を深めさせています。

自立した消費者として行動することができるようにするため、関係機関と連携を図りながら、実際の消費活動や具体的な消費者問題に主体的に対応できる能力を育てるとともに、生産者や販売者として消費者の視点に立った活動をすることの必要性について理解を深めさせることが必要です。

- ② 地区の研修会等で消費者教育を研究テーマとして取り上げ、授業研究、教材の共有などに努めています。新しい情報や消費者教育の重要なポイントが簡潔に示された教材、県や市町、関連機関、消費者団体、企業等主催の研修会等を有効に活用していくことが必要です。

イ 社会教育

県内市町の社会教育施設では様々な学級・講座が開設され、多くの県民が受講しています。こうした講座の中には、消費者教育の要素を含んだ事業が行われています。

- (ア) 公民館等の社会教育施設では、地域の実情に合った活動を行うことができ、高齢者や社会人に対する消費者教育推進の窓口としての役割が求められます。
- (イ) 県や市町の社会教育施設職員等が消費者教育の理解を深め、消費者教育の担い手(講座企画者)になることが求められます。
- (ウ) 食育・環境教育・ESD※3・国際理解・人権教育などを消費者教育という切り口で整理し、消費者教育の充実を図ることが必要です。

(4) 幼稚園・保育所

「幼稚園教育要領」と「保育所保育指針」では、小学校入学時までには育むことが期待される力を、「健康」「人間関係」「環境」「言葉」「表現」の各領域にまとめており、消費者教育のイメージマップにおいて幼児期に身に付けたい諸能力と合致しているものもあります。

幼児期は、遊びにおいて幼児の主体的な力が発揮されることから、幼稚園・保育所では、お買い物ごっこやバザーなどを通じた消費者教育を実施しています。

※3 「ESD (Education for Sustainable Development、持続可能な開発のための教育)」とは、環境、貧困、人権、平和、開発といった現代社会の様々な課題を自らの問題として捉え、身近なところから取り組むことにより、それら課題の解決につながる新たな価値観や行動を生み出すことを目指す。さらに持続可能な社会を創造していくことを目指す学習や活動をいう。

幼児期における教育は、生涯にわたる人格形成の基礎を養う重要なものであることから、消費者教育においても、家庭と連携して、幼児一人ひとりの発達過程の状況を十分に踏まえて行われることが求められます。

(5) 大学等

県内にキャンパスを持つ大学・短期大学などでは、新入生に対するオリエンテーション時に、県民生活センター等から講師を招いて悪質商法に遭わないための講座等が行われています。一部の大学等では、「消費者問題」や「消費と国民生活」に関する授業を設けているところもあります。

大学等によっては、学生が消費者トラブルに遭った場合の学内サポート体制も整えられており、消費者被害防止や金銭管理、経済知識に関する教育が必要だと考えられていることから、消費者教育を行う時間や人材の確保が求められています。

また、大学等において消費者教育を行う教職員への研修がほとんど行われていない現状にあることから、行政や消費者団体等の行う出前講座を活用するなど、教職員研修の充実が求められます。

(6) 消費者団体

消費者団体の中には、機関紙・情報誌発行等の啓発事業を団体の自主事業として実施するほか、県からの委託を受け、出前講座や高齢者宅への戸別訪問等による被害防止啓発等を実施しているところもあります。その他にも、幼稚園・保育所、小学校・中学校や老人会などへの出前講座等地域に根ざした啓発活動や様々な取組を行っていますが、地域に偏りが見られることから、今後は県全体を通じた系統だった取組が求められます。また、その他の消費者団体においても、各団体特色のある取組を行っていることから、今後は、消費者団体間の連携による、より一層の推進が必要です。

(7) 事業者・事業者団体

事業者等は、商品・サービスへの消費者理解を深めるため、またCSR※4の一環として、商品等への理解・安全や職場体験等を内容とする消費者教育を、社外に対して行っています。また、自社従業員に対する消費者教育については、労使協力して行っている実例もあります。

事業者等は、一般的に地域貢献への意識が高く、消費者教育に更に取り組みたいという考えもありますが、消費者ニーズの把握、消費者教育を行う人材の確保が課題となっています。推進法の施行により、消費者及び従業員に対する消費者教育は、事業者等の努力義務となったことから、より一層の推進が求められます。

(8) その他の団体

多様な主体により、学校や地域のニーズに応じ、金融経済教育や法教育など各団体の業務に関連した分野での教育が行われています。今後は、消費者教育推進法の理念を踏まえ、より一層の取組の充実が求められます。

また、消費者教育関連教育を実施するNPO等、多様な主体が消費者教育の担い手になるとともに、多様な主体間の連携が求められます。

2 消費者教育の体系イメージマップによる整理

地域の限られた資源を有効に活用し、各主体が有機的に連携して消費者教育を推進していくために、1で掲げた各主体の取組状況を、「消費者教育の体系イメージマップ※5(以下「イメージマップ」という。14 ページ参照)」のライフステージと重点領域それぞれの枠組に当てはめ、本県における消費者教育の現状と課題を明らかにしました。

(1) 各ライフステージの特徴と課題

ア 幼児期

様々な気付きの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心を持ち、それを取り入れる時期です。

幼稚園・保育所において消費者教育が行われ、消費者団体等が出前講座等でその取組を支援しています。全体的に消費者教育の取組が薄く、家庭内で消費者教育を行う保護者に対する消費者教育もほとんど行われていない状況です。今後は保護者と幼児双方に対する消費者教育の充実が求められます。

※4 「CSR (Corporate Social Responsibility)」とは、企業が事業活動において利益を優先するだけでなく、組織活動が社会に与える影響に責任を持ち、消費者、株主、社会全体との関係を重視しながら果たす社会的責任をいう。

※5 「イメージマップ」とは、生涯の発達段階(ライフステージ)において、消費生活の特徴的な場面(重点領域)ごとに、消費者としての諸能力を身に付けることができるよう、体系的プログラムの学習要素を図表で示したものである。(平成25年1月 消費者教育推進のための体系的プログラム研究会)

イ 小・中・高校生期

小学生期は、主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期です。

中学生期は、行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期です。

高校生期は、生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的判断が望まれる時期です。

小学校、中学校、高等学校において消費者教育及びその関連教育が行われ、県・市町消費生活センター、消費者団体等が出前講座等でその取組を支援しています。

地域における学校支援体制の取組との連携充実を進めるとともに、児童や生徒に消費者教育を行う教職員に対する消費生活に関する情報提供や研修会の開催等による支援が必要です。

ウ 成人期

(ア) 特に若者

生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し、自らの行動を始める時期です。

大学等において消費者教育の取組が見られますが、取組実績が少ない状況にあります。今後は、実社会に出る直前の大学生や、教職員に対する大学等の消費者教育の自主的な取組を促進していく必要があります。

(イ) 成人一般

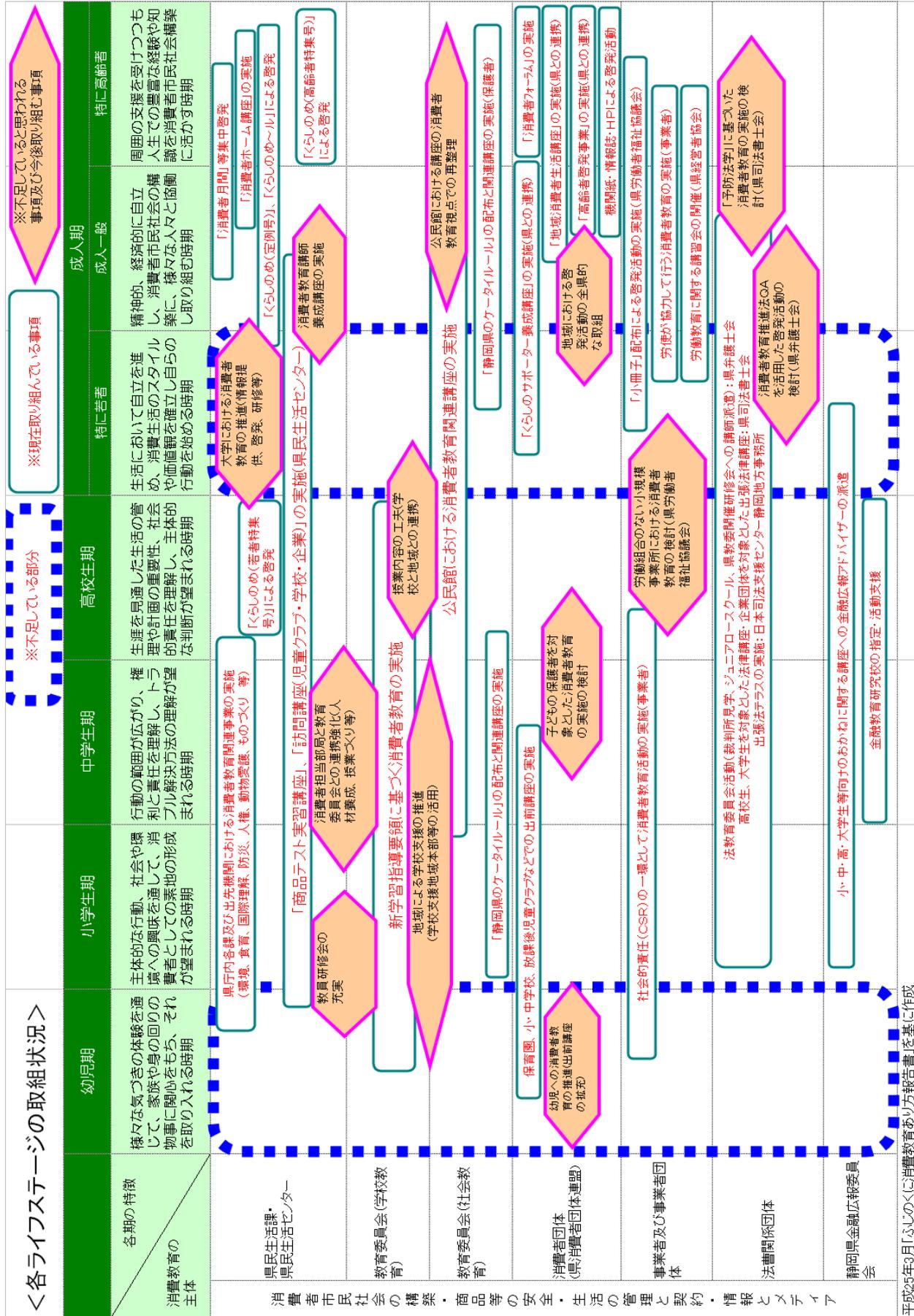
精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期です。

県・市町の消費者行政部局、社会教育施設や職域等で消費者教育の様々な取組が行われています。30歳代から50歳代は全世代の人口の約4割を占め、また、ライフスタイルも様々な年代であることから、職域、地域等様々な場を通しての更なる消費者教育の充実が必要です。

(ロ) 特に高齢者

周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期です。

高齢者に対しては、消費者被害防止啓発の観点から県・市町の消費者担当部局や消費者団体等が消費者教育を行っています。また、様々な支援が必要となる高齢者や障がいのある人に関しては、県と各市町の福祉担当部局を中心に「高齢者の見守りネットワーク」等が構築されています。今後は、このネットワークと連携し、民生委員等支援を行う者に対する情報提供や啓発、研修等を充実する必要があります。



(2) 重点領域別の目標と課題

ア 消費者市民社会の構築

<具体的な目標（育むべき力）>

- 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、他者と協働して消費生活に関連する諸課題の解決のために行動できる力

「消費者市民社会」という言葉が定着していないことから、この言葉を定着させ、理解を深めていくとともに、消費者市民社会の形成者としての能力をどう育てていくのかということ念頭に組み込んでいくことが必要です。

イ 商品等の安全

<具体的な目標（育むべき力）>

- 商品等に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

県民生活センターや消費者団体、法曹関係団体等による出前講座や啓発活動が活発に行われている領域です。

しかしながら、県民生活センターに寄せられる消費生活に関する相談は後を絶たず、製品事故により多大な損害を被るケースもあることから、今後もより一層の充実した消費者啓発や消費者学習支援の取組が必要です。

ウ 生活の管理と契約

<具体的な目標（育むべき力）>

- 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、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

県民生活センターや消費者団体、法曹関係団体等による出前講座や啓発活動が活発に行われている領域です。

しかしながら、県民生活センターに寄せられる消費生活に関する相談は後を絶たず、悪質商法の手口も巧妙化しています。特に高齢者や障がいのある人は、被害に遭いやすいことから、今後もより一層の充実した消費者啓発や消費者学習支援の取組が必要です。

エ 情報とメディア

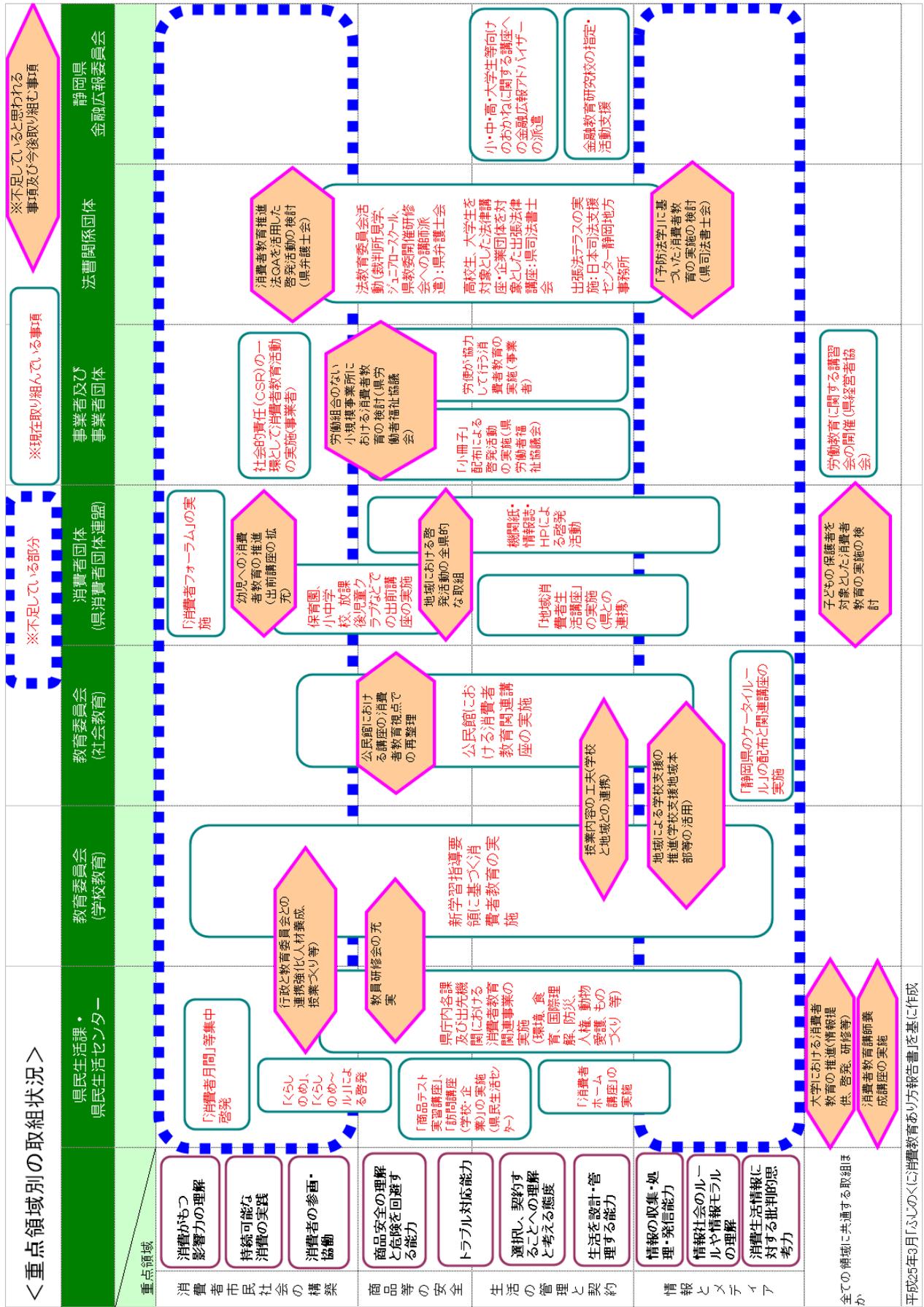
<具体的な目標（育むべき力）>

- 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、メディアを批判的に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、様々な情報を読み解く力を身に付け、活用できる力

学校教育において児童・生徒に対する消費者教育が行われていますが、幼児から高齢者まであらゆる世代がインターネットを使った情報通信機器を操作する現代においては、取組の一層の拡充が必要です。また、情報技術の専門性や技術革新のスピードの速さなどから、専門家等と連携した効果的な取組が必要です。

オ 全領域共通の課題

全ての領域において、消費者教育の担い手の確保が必要です。各主体が実施している出前講座や講師派遣の活用や地域における学校支援の取組の活用等、専門家や地域の人材の活用・掘り起こしが必要となります。



第3章 消費者教育推進の基本的な方向

1 イメージマップの活用

第2章で明らかになった課題に対応し、幼児期から高齢期までの段階や場の特性を踏まえ、消費者教育を体系的に推進するため、重点領域ごと、ライフステージごとに消費者教育が一覧できるイメージマップを活用します。

消費者教育の重点領域には、静岡県総合計画の戦略体系にも位置付けられている「命」を守る危機管理」や本県の特徴である「ものづくり県・静岡県」を本県独自の目標として反映させ、消費者教育のより一層の充実を図ります。

今後は、この本県独自のイメージマップを活用して、多様な主体の連携の下、体系的に消費者教育の推進を図っていきます。

また、このイメージマップは、計画の進捗状況の確認にも活用していきます。

○本県独自の目標としてイメージマップに追加する目標

対象領域	目 標
消費者市民社会の構築	モノの使い方を理解し、大切にする心を育み、豊かな消費生活の向上につなげることができる力
生活の管理と契約	危機管理に関する情報を収集、理解し、災害時において、また災害に備えて適切な消費行動をとれる力

イメージマップ(本県独自の目標設定)	Ver.1.0			
	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期
各期の特徴	様々な気付きの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成を取り入れる時期	行動の範囲が広がり、権利と責任の理解が望まれる時期	生涯を見過した生活の管理的計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が求められる時期
	重点領域	消費をめぐり、お金や物の流れを学ぶ	消費生活が環境に与える影響を学ぶ	生産・流通・消費・廃棄が環境・経済・社会に与える影響を学ぶ
消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解	消費生活が環境に与える影響を学ぶ	消費生活が環境に与える影響を学ぶ	生産・流通・消費・廃棄が環境・経済・社会に与える影響を学ぶ
	持続可能な消費の実践	自分の生活と身近な環境とのつながりを感じ、物の使い方などを工夫する	消費生活が環境に与える影響を学ぶ	持続可能な消費を学ぶ
商品の安全	消費者の参画・協働	身近な消費者問題に目を向ける	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考える	消費生活が環境に与える影響を学ぶ
	商品安全の理解と危険を回避する能力	本物にふれ、モノの価値を理解し、モノの使い方を理解し、大切にすることを学ぶ	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考える	消費生活が環境に与える影響を学ぶ
生活の管理と契約	トラブル対応能力	危険を回避し、ものを安全に使う手がかかりを知らず	危険を回避し、ものを安全に使う手がかかりを知らず	消費生活が環境に与える影響を学ぶ
	選択し、契約することへの理解と考える態度	困ったことがあったら身近な人に伝える	困ったことがあったら身近な人に伝える	消費生活が環境に与える影響を学ぶ
情報とメディア	生活を設計・管理する能力	約束やきまりを守る	約束やきまりを守る	消費生活が環境に与える影響を学ぶ
	災害時に適切な消費行動をとれる力	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る	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る	消費生活が環境に与える影響を学ぶ
情報とメディア	情報の収集・処理・発信能力	身の回りのさまざまな情報に気づく	身の回りのさまざまな情報に気づく	消費生活が環境に与える影響を学ぶ
	情報社会のルールや情報モラルの理解	自分や家族を大切にしよう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを知らず	消費生活が環境に与える影響を学ぶ
情報とメディア	消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」だと思うことを考える	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知らず	消費生活が環境に与える影響を学ぶ
	消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」だと思うことを考える	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知らず	消費生活が環境に与える影響を学ぶ
消費者市民社会の構築	消費生活が環境に与える影響を学ぶ	消費生活が環境に与える影響を学ぶ	消費生活が環境に与える影響を学ぶ	消費生活が環境に与える影響を学ぶ
商品の安全	消費生活が環境に与える影響を学ぶ	消費生活が環境に与える影響を学ぶ	消費生活が環境に与える影響を学ぶ	消費生活が環境に与える影響を学ぶ
生活の管理と契約	消費生活が環境に与える影響を学ぶ	消費生活が環境に与える影響を学ぶ	消費生活が環境に与える影響を学ぶ	消費生活が環境に与える影響を学ぶ
情報とメディア	消費生活が環境に与える影響を学ぶ	消費生活が環境に与える影響を学ぶ	消費生活が環境に与える影響を学ぶ	消費生活が環境に与える影響を学ぶ

(注)本県では、単にヒトと器を扱う場合、機器や計画における「ヒト、モノ、大地の資源」とは生態系資源として体系的に組み立て、理解を進めようとする。一方、「モノ、ヒト」という階層のほかに生態系資源として体系的に組み立て、理解を進めようとする。また、本県の資源は生態系資源と見なされ、単にヒトと器を扱う場合、機器や計画における「ヒト、モノ、大地の資源」とは生態系資源として体系的に組み立て、理解を進めようとする。一方、「モノ、ヒト」という階層のほかに生態系資源として体系的に組み立て、理解を進めようとする。

2 消費者教育を推進するための各主体との役割分担と連携

(1) 県と市町の消費者行政担当部局等

県と市町の役割分担については、地域住民に身近な市町が一義的にその地域の実情にあったきめ細やかな消費者教育を実施し、県は、県民が県内どこに住んでいても消費者教育を受けられる体制を確保します。また、より広域的な観点から、県域で活動する消費者教育の担い手との連携や全県共通の課題に関して取り組みます。

今後は、市町消費生活相談員・職員への研修、講座企画への助言等による市町の消費者教育の担い手育成、人材・教材・取組事例等の消費者教育に関する情報提供などにより、市町が消費者市民社会など新たな視点で消費者教育に取り組むことができるよう支援するとともに、市町において、消費者教育推進計画が策定されるよう、また、消費者教育推進地域協議会が組織されるよう支援していきます。

(2) 県の消費者行政担当部局と県教育委員会（学校教育・社会教育）

推進法の成立後、本県の消費者教育のあり方を検討する「ふじのくに消費教育研究会」を開催し、消費者担当部局、県教育委員会等が議論をすることにより、学校教育、社会教育における消費者教育の諸課題等を共有するなど連携を深めてきました。今後も学校教育分野や社会教育分野においてより効果的に消費者教育を推進するため、引き続き、研究会で築いた連携を継続し、意見交換の場を設け、県民生活課及び各県民生活センターが保有する消費生活相談に関する情報、消費者教育に関する人材や教材等に関する情報の積極的な提供や社会教育施設の活用など、緊密な連携を図っていきます。

さらに、教職員や社会教育施設職員等の研修等で、県民生活課・県民生活センターと県教育委員会が連携することで、消費者教育の普及や担い手育成に取り組めます。

(3) 県と多様な主体

消費者をめぐる状況は、経済的、社会的な要因により複雑多様化しています。また、高齢者の消費者被害防止では、地域の力を活用したきめ細かな対応が重要です。こうしたことから、消費者教育を推進する上においても、消費者団体、事業者・事業者団体、法曹関係団体などの多様な主体の連携により、体系的かつ効果的に消費者教育を推進します。

県では「ふじのくに消費教育研究会」において、県の消費者教育のあり方について、消費者団体、法曹関係団体、労働者団体、経営者団体をはじめ、多様な主

体との議論を深めてまいりましたが、今後、本格的な消費者教育の実践を行うに際しても、多様な主体の連携は不可欠であり、引き続き、意見交換の場を設け、積極的な連携を図っていきます。

(4) 学校と地域

地域で学校を支援する視点も重要であり、「学校支援地域本部」等の地域住民等の参画による学校教育活動を支援する体制づくりを推進しています。「学校支援地域本部」は、地域教育協議会、地域コーディネーター、学校ボランティアで構成され、地域住民のほか、保護者、学生、社会教育団体、NPO、企業など地域全体で学校の教育活動に参画しています。消費者教育に関する学校からの要請を受け、地域人材による各地域の実情に応じた消費者教育を推進していきます。

組織的・継続的に学校を支援していく体制づくりを進めていくためには、質の高いコーディネーターの確保や関係機関との密接な連携が必要です。今後も教職員、市町教育委員会担当者等を対象とした研修会を開催するなど、地域で学校を支援する仕組みづくりを推進していきます。

3 消費者教育と消費生活に関連する教育との連携

県の各所属が実施する、環境教育、食育、国際理解教育、人権教育、防災教育など消費生活に関連する教育は、目的、内容、対象範囲はそれぞれ異なりますが、消費者市民社会の構築など消費生活の対象領域の多くと重なっています（次表「消費者教育の視点での関連教育の整理及び本県の取組」参照）。

これらの関連教育と消費者教育との関係を整理し、各所属が実施する事業を随時情報収集し、イメージマップに位置付けることにより、県の各所属の消費者教育としての認識を高めます。そして、関連教育を消費者教育の視点から検証し、連携することにより、効果的な消費者教育を推進します。

<消費者教育の視点での関連教育の整理及び本県の取組>

区 分	消費者教育との関連
環 境 教 育	環境に対する知識や考えのほか、社会の多様性や将来に対する責任、資源やエネルギーの有限性など、自ら考え、自ら行動する人づくりを推進する点が、生産・流通・消費・廃棄の社会経済システムの理解や環境とのバランスを考えた日常の消費生活や事業活動等へ結び付く。
総 合 計 画	3-2-6(2)自然とのふれあいの推進 ○主体的な行動につながる環境教育・環境学習の推進
分 野 別 計 画	静岡県環境基本計画
取 組	<ul style="list-style-type: none"> ・環境学習指導員の養成及び資質向上（くらし・環境部） ・地域や学校に対する環境学習講座の実施（くらし・環境部） ・環境学習用資器材の貸し出し（くらし・環境部）
食 育	マナーや作法の習得、伝統的な食文化の伝承、食品ロスの削減や地産地消の推進といった取組は、持続可能な社会の形成を目指す消費者教育の課題でもある。また、栄養バランス等の観点から適切な食生活を選択すること、食品の安全性に関する知識と理解を深めること等は、栄養成分表示を含めた食品表示の適切な理解を始め、食の大切さを重んじる心や食における危険を回避する能力を育む消費者教育と密接な関係がある。
総 合 計 画	3-3-2(5)健康長寿日本一の推進 ○ふじのくにの食育の推進
分 野 別 計 画	ふじのくに食育計画
取 組	<ul style="list-style-type: none"> ・幼児・小学生に対する食育教室の実施（健康福祉部） ・情報発信等リスクコミュニケーション強化事業（健康福祉部） ・和食の基本となる食材の豊富さを活かした食育活動の推進（経済産業部）
国 際 理 解 教 育	国際理解教育は、社会経済の国際化の進展に合わせ、海外の文化や外国の人々との接点を理解させ、地球規模の社会問題（環境や資源など）を考えさせることなどをねらいとしている。これは内外の社会情勢及び地球環境に与える影響を自覚するという点で消費者市民社会の形成に向けた教育と深く関係しており、消費者教育の重要な要素である。
総 合 計 画	2-1-3(3)留学生支援の推進 ○グローバルに活躍できる人材の育成 2-2-3(1)多文化共生社会の形成 ○誰もが理解しあえる地域づくりの推進
分 野 別 計 画	ふじのくに多文化共生推進基本計画
取 組	<ul style="list-style-type: none"> ・小中高校での世界の文化と暮らしの出前教室（企画広報部） ・留学生地域交流会（文化・観光部） ・中国浙江省との短期留学生交流（文化・観光部）

区分	消費者教育との関連
法 教 育	自立した消費生活を営むためには、消費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）を理解する必要がある。この点で、法教育は、選択し、契約することの理解と考える態度を身に付け、消費者契約の適正化を目指す消費者教育と整合する。
取 組	・中学校社会科・高等学校公民科学習（教育委員会）
金 融 経 済 教 育	個人向けの新しい金融商品やサービスが増え、消費者の選択肢が広がっている一方で、利殖商法などの悪質商法によるトラブルも増加している。金融商品や金融リテラシーを学ぶことは、こうした悪質商法に対応できる能力を身に着けるとともに自立した消費生活を営む上で、必要不可欠であり、消費者教育の重要な要素である。
取 組	・金融広報委員会と連携した金融経済教育（教育委員会）
人 権 教 育	高齢者の悪質商法被害やアパート等への入居拒否、高齢者虐待など高齢者への人権侵害への対応が求められている。また、発展途上国などにおいて、不法な児童労働や強制労働を排除し、公正な取引を実践する貿易の仕組み（フェアトレード）が広がりつつある。このような人権問題に対する対応は、消費者市民社会の構築に必要な重要な要素である。
総 合 計 画	3-2-7(5)人権尊重の意識が定着した人権文化の推進 ○あらゆる場における人権教育・人権啓発の推進
分野別計画	静岡県人権施策推進計画
取 組	・各種人権教育の実施（健康福祉部） ・人づくり地域懇談会（文化・観光部）
動 物 愛 護	犬猫の育て方や習性等の知識を学ぶことで、動物による人の命や財産への侵害、生活環境の保全上の支障を防止することになり、よりよい社会の発展に積極的に関与する消費者市民社会の考え方と合致する。
総 合 計 画	3-2-1(4)動物愛護の推進
分野別計画	静岡県動物愛護管理推進計画
取 組	・飼い方教室等の開催（健康福祉部）
ものづくり・ 技 能 継 承	消費者が、確かな目で本物を見極めモノを大切にすることにより、心豊かなより良いライフスタイルを築くとともに、事業者は「ものづくり」において、消費者にいかにも良い使われ方をするかを第一に考え、人々の暮らしや生き方の質の向上を意識して活動することで、経済や産業の活力向上にもつながる。モノの使い方を理解することやモノを大切にすることを育むことは、豊かな消費生活の向上につながる。
総 合 計 画	3-1-3(1)産業の成果を担う人づくり ○ものづくり技能の継承
分野別計画	静岡県経済産業ビジョン、静岡県職業能力開発計画
取 組	・小中学校、特別支援学校でのものづくり体験教室（経済産業部）

区 分	消費者教育との関連
情報リテラシー 教 育	<p>商品や音楽、画像・動画の配信、電子書籍、ゲームなどネットを通じた様々なサービスが充実する一方で、商品トラブルや高額請求などの問題も多発している。また、ツイッターやフェイスブック、LINEなど利用者が急増しており、インターネット上のトラブルに遭う危険性が高まっていることから、情報や通信技術の重要性を理解し、インターネット上のトラブルに対応できる能力を習得することは、消費生活の向上につながる。</p> <p>取 組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小学5年生に「静岡県ケータイ・スマホルール」の配布（教育委員会） ・小中学校でのケータイ講座の実施（教育委員会） ・教職員・保護者等大人に対するウェブチェック講座の実施（教育委員会）
防 災 教 育	<p>推進法では、「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」とされている。防災教育により、平常時における、防災意識を高めることは、非常時における、適切な消費行動がとれる消費者の育成につながる。</p> <p>総 合 計 画</p> <p>1-2 (1)組織力の強化 ○地域防災リーダーの育成</p> <p>分 野 別 計 画</p> <p>静岡県地域防災計画</p> <p>取 組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域防災力強化人材育成研修（危機管理部） ・地域防災学習出前講座（危機管理部）

第4章 消費者教育の推進の内容に関する事項

～ 消費者市民社会の形成に向けて ～

消費者市民社会の形成に向けては、消費者一人ひとりが豊かな消費生活を自ら実践するとともに、消費生活に関する知識を修得し、適切な行動に結びつける実践的な能力を身に付けるため、主体的・能動的に学ぶことが必要です。

これを実現するため、消費者市民社会を意識した消費者学習支援や質の高い人材(担い手)の育成・活用に取り組みます。また、消費者市民社会の考え方を効果的に広めるため、広報、啓発の充実を図ります。

個々の消費者の消費生活の多様性を尊重しつつ、地域、国、地球レベルで公正かつ持続可能な社会の形成をめざす消費者市民社会の実現に向け、社会的価値行動がとれる消費者を育成します。

1 重点的に取り組む事項

本計画は、推進法の施行後、初めて策定される計画であることから、推進法の理念の普及・啓発や、多様な主体が消費者教育を効果的に実践できるようにするための地固めに重点的に取り組みます。推進に当たっては、高齢者、障がいのある人、外国人等、支援が必要な人にも配慮します。

併せて、県民生活センターの地域の消費者教育の拠点化に向けた取組を行います。

(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

本県で消費者の自立を支援するという推進法に沿った消費者教育が展開されることを目指して、推進法の趣旨及び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消費者市民社会の意義を普及・啓発します。

併せて、県と市町の消費生活相談員や消費者団体等が「消費者市民社会」について教育ができるよう、資質向上を図ります。

(2) 多様な主体の意識付け及び実践方法の普及

県の各所属や多様な主体が実施する消費生活に関連する教育は、当事者が消費者教育との関連を理解しないで実施されている場合があります。

そこで、県民生活課・県民生活センターでは、これらの情報や事例を収集し、消費者教育との関係を整理し、イメージマップに位置付け、フィードバックすることにより、県の各所属や多様な主体に対する消費者教育の意識付けを図ります。

また、消費者教育にどのように取り組んだらよいかわからない担い手もいることから、「消費者教育実践の手引書(仮称)」を活用し、実践方法の普及を図ります。

(3) 学校における消費者教育の充実

ア 全教育活動における充実

学校における消費者教育については、学習指導要領に基づき、家庭科や社会科学等において実施されています。消費をめぐる社会環境や児童生徒の日常生活の変化を踏まえ、発達段階に応じた指導の一層の充実を図ります。

また、学級活動や道徳をはじめ、現在行われている様々な教育活動を、消費者教育の視点から捉え直し、活用していくことも重要な視点です。校内における連携・調整のあり方について検討します。

イ 外部機関等との連携、研修の充実

消費者教育の充実のためには、外部機関等との連携も重要な視点です。外部機関等との連携により、専門的、実践的知識を有する地域の人材や情報へのアクセス方法について協議するなど、学校への支援を推進します。

また、推進法第11条第2項では「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」とあります。外部機関等と連携するなど、教職員の研修について計画的に推進します。

(4) 県民生活センターの拠点化へ向けた取組

国の基本方針では、消費生活センターを消費者教育の拠点とし、そこに様々な情報を集積して、地域住民に消費者教育を提供する場として、また、消費者教育の担い手を支援する場として活用することが期待されています。

東西に長いという本県の地理的条件を踏まえ、県下3箇所の県民生活センターが、市町の実情に応じた消費者教育の取組支援、地域の担い手の育成・活用、地域の消費者教育の情報整理、教育を必要とする人と多様な主体とのマッチングの促進等により「拠点」となることで、消費者教育の効果的な推進が図られます。

そこで、県民生活センターの消費生活相談員の資質向上を図り、消費者教育の情報収集・整理・提供を行うとともに、各県民生活センター単位で、市町、学校関係者、消費者団体等が地域の消費者教育について意見交換する消費者教育推進地域協議会(仮称) (以下「地域協議会(仮称)」という。)を設けるなど、拠点化に向

けた取組を行います。

(5) 消費者教育の担い手の育成・活用

ア 消費生活相談員

県民生活センターが消費者教育の拠点としての役割を果たすために、消費生活相談員が日々の研鑽と消費生活相談対応の積み重ねにより獲得した知識と経験を、消費者教育の実施に活かせるよう、国民生活センター等が実施する研修等を活用するなどその資質の向上を図り、消費者教育の推進体制を強化します。

イ 地域人材

現在も、消費者団体や法曹関係団体、事業者・事業者団体、NPO等を通じて、地域における消費者教育が幅広く行われています。

今後は、こうした多様な主体で活躍する人材の積極的な活用を図るとともに、県が育成した「くらしのサポーター養成講座」の修了生等の活用方法を検討していきます。地域、家庭、職域等様々な場で消費者教育を推進する人材を育成することにより、消費者教育の担い手層を厚くします。特に、民生委員、社会福祉士等の福祉関係者や、配食・配達サービスを行う民間事業者等、日ごろから高齢者、障がいのある人、外国人等に必要な支援を行う者を消費者教育の担い手と明確に位置付け、幅広く研修等を実施します。

2 ライフステージに対応した消費者教育

消費者が、幼児期から成人期までの生涯を通じて、どこに住んでいても消費者教育が受けられるよう、身近な場で学習機会が提供されることを目指します。

(1) 幼児期

保護者の下での生活が中心となる幼児が、遊びや、親子のコミュニケーションを通して、自然に消費者教育を学べるよう支援します。

また、幼稚園・保育所が実施する消費者教育の取組を支援します。

○幼児用教材及び保護者用手引書の提供（くらし・環境部）

平成25年度の「消費者教育推進事業（子育て世代向け）」では、幼児が自立した消費者としての判断力や行動力を身に付けるために「知っておきたいこと」や「気づいてほしいこと」を盛り込んだ教材と、子どもの生活力を育てる保護者のための手引書を作成しました。

これら消費者教育に関する教材や手引書が幼児や保護者に広く活用されるよう、幼稚園・保育所、市町等に働き掛けます。

(2) 小・中・高校生期

小・中・高校生期のライフステージの特徴を踏まえた消費者教育が、学校、家庭・地域等様々な場で推進されるよう取り組みます。

ア 小・中・高等学校等

校内における連携・調整を図り、学校における教育活動の全体を通じて、児童・生徒のライフステージに応じた消費者教育を推進します。

消費者教育を行う教職員に対する研修を計画的に行うとともに、児童・生徒に消費生活に関する実践的な能力が身に付くよう、専門家や地域人材と連携します。

○学習指導要領に基づいた消費者教育の実施（教育委員会）

社会科、公民科、技術・家庭科、家庭科、商業科等において、消費者教育の内容充実を図ります。小学校から高等学校まで、発達段階に応じて、消費者の権利と責任等を学び、消費者市民教育を具現化していきます。実施にあたっては、外部の専門家を活用するなど、効果的に消費者教育を推進します。

○学校に対する出前講座の実施（くらし・環境部）

学校における消費者教育の一層の充実が図られるよう、県民生活センターが実施する出前講座の積極的な活用について、各学校に対し、働き掛けを行います。

イ 家庭・地域

家庭においては、保護者が金銭やモノを大切に扱うことの意識を子どもに身に付けさせたり、携帯電話やインターネット等の使い方について、家庭でのルールづくりを行ったりすることが重要です。様々な場を活用し、学習の機会や情報提供を行い、保護者等の行う家庭での消費者教育を支援します。

地域においては、消費生活に関連する教育やNPO等地域の人材との連携により効果的な消費者教育の推進を図ります。

(3) 成人期

ア 若者

大学生等に対しては、大学等を通じた消費生活や消費者問題に関する情報の提供機会の拡大に努めます。また、大学等への出前講座の実施や教職員の研修に講師を派遣するなど、消費者教育を行う大学等の取組を促進します。

○大学生等に対する消費者被害防止啓発の実施（くらし・環境部）

平成 25 年度の「消費者教育推進事業（大学生向け）」では、現役大学生が同世代の目線で大学生向け消費者教育冊子を作成しました。これら冊子等を活用して大学生等に対する情報提供や消費者被害防止啓発を実施します。

イ 成人一般

家庭、地域、職域などの場を活用して、消費者被害防止の注意喚起・啓発や、商品・サービスの基礎知識、契約知識及び消費生活が社会に及ぼす影響について情報を発信します。

(ア) 家庭・地域

消費生活に関する情報発信をするとともに、家庭・地域における学習機会を提供します。

○消費者ホーム講座（通信制）の実施（くらし・環境部）

時間的な制約のある県民向けに、契約、金融、ライフプランに関する知識を学べる通信制の講座を実施し、自立した消費者の育成を図ります。この講座で学んだ受講生が、教育の成果を周囲に伝えることで、家庭・地域への更なる波及を図ります。

○社会教育施設における消費者教育の推進（教育委員会）

公民館を始めとする社会教育施設は、地域の住民に身近な学習や交流の場として、消費者教育の推進に大きな役割を果たしていることから、今後も、より一層の推進を図ります。

(イ) 職域

消費者教育に関する情報提供や、出前講座等の実施により、職域で消費者教育を行う事業者等の取組を促進します。

○企業等に対する出前講座の実施（くらし・環境部）

自立的・主体的に消費行動を行う働き世代に対しては、職域における効果的な消費者教育の実施が望まれることから、県民生活センターが実施する出前講座の活用を積極的に働き掛け、職域における消費者教育を促進します。

ウ 高齢者

消費者被害防止啓発を中心に、高齢者向け講座や学習会等を開催し、高齢者宅や高齢者が集まる場所に出向いて情報提供を行うとともに、福祉関係者や民間事業者等、日頃から高齢者を見守る活動を行っている支援者等に対して幅広く研修・情報提供を行います。

○高齢者に対する消費者被害防止啓発の実施（くらし・環境部）

「くらしのめ高齢者特集号」の全戸回覧や、消費者団体へ委託しての高齢者宅への戸別訪問による啓発など、高齢者に対するきめ細やかな被害防止啓発事業を実施します。

○高齢者見守りネットワークの活用（くらし・環境部）

孤立しがちな高齢者や障がいのある人に対し、消費者教育を行うことが求められているため、県民生活センターと町内会、民生委員等関係機関が連携した高齢者見守りネットワーク活動の中で、消費者教育、啓発活動の取組を強化します。

3 消費者教育の人材（担い手）の育成・活用

地域での新たな消費者教育の人材を育成するとともに、消費者、事業者、地域の多様な主体の能力を活用します。

(1) 消費生活相談員

消費生活相談員は、消費生活相談を反映した消費者教育・啓発及び情報発信をします。このため、消費生活相談員に対する研修を充実します。

○消費生活相談員に対する研修の充実（くらし・環境部）

外部講師の活用や国民生活センターの実施する研修などを活用して、消費生活相談員の資質向上を図ります。消費者教育を推進する上で、消費生活相談員が地域の担い手のコーディネーターの役割を果たすことが期待されることから、コーディネーター育成の観点からも検討を進めていきます。

(2) 小・中・高等学校等における教職員

児童・生徒に消費者教育を行う教職員に対して、消費者教育に関する研修や、消費者問題に関する啓発・情報提供を行います。

○教職員研修の実施（教育委員会）

学校で消費者教育を行う教職員の資質向上を図るため、消費者教育に関する研修を行います。研修の実施にあたっては、県民生活センターが実施する講師派遣を活用したり、消費者団体等多様な担い手との連携を図ります。

(3) 大学等における教職員

大学等で学生の生活支援を行う教職員に対して、消費者問題に関する啓発・情報提供をします。

○教職員研修等への講師派遣等（くらし・環境部）

学校における消費者教育の一層の推進が図られるよう、県民生活センターの出前講座や講師派遣等により、学校支援の取組を充実させます。

(4) 地域人材

消費者団体やNPO、高齢者・障がいのある人・外国人の生活を支える者、意欲のある県民等、地域人材の自主的な活動を促進するため、消費者被害防止や消費者教育に関する啓発・情報提供をします。併せて、地域人材同士の連携を促進します。

○消費者教育担い手育成講座の実施（くらし・環境部）

消費者市民社会、契約、啓発手法等を体系的に学ぶ講座を開催し、消費者力の向上を図り、地域における消費者教育の担い手となる人材を養成します。

○高齢者見守り者に対する出前講座の実施（くらし・環境部）

高齢者見守りネットワークの活動を通じた、消費者教育、啓発活動の取組を行うことは、高い効果が期待できることから、高齢者の見守り者に対して出前講座を実施して、その資質向上を図ります。

○地域における学校支援体制との連携（教育委員会）

地域で学校を支援する「学校支援地域本部」等を活用し、地域人材による効果的で質の高い消費者教育の推進を図ります。

○社会教育施設における消費者教育の推進（教育委員会）

社会教育施設における消費者教育の充実を図るため、研修等を通じて、社会教育施設職員等を消費者教育のコーディネーターとして位置付けます。

(5) 事業者・事業者団体

事業者等の消費者教育活動を促進するため、消費者教育に関する情報提供をします。

○「消費者教育実践の手引書（仮称）」の提供（くらし・環境部）

多様な主体が、効果的に消費者教育に取り組むことができるよう、平成 25 年度に「消費者教育実践の手引書（仮称）」を作成しました。この手引書を活用し、職域や消費者に対する消費者教育に活用されるよう事業者等に働きかけます。

(6) 消費者

自ら学び、学んだ成果を家庭や地域に伝える消費者を育成します。

○消費者ホーム講座（通信制）の実施（くらし・環境部）【再掲】

時間的な制約のある県民向けに、契約、金融、ライフプランに関する知識を学べる通信制の講座を実施し、自立した消費者の育成を図ります。この講座で学んだ受講生が、教育の成果を周囲に伝えることで、家庭・地域への更なる波及を図ります。

第5章 計画の実効性の確保

1 計画の推進と進捗管理

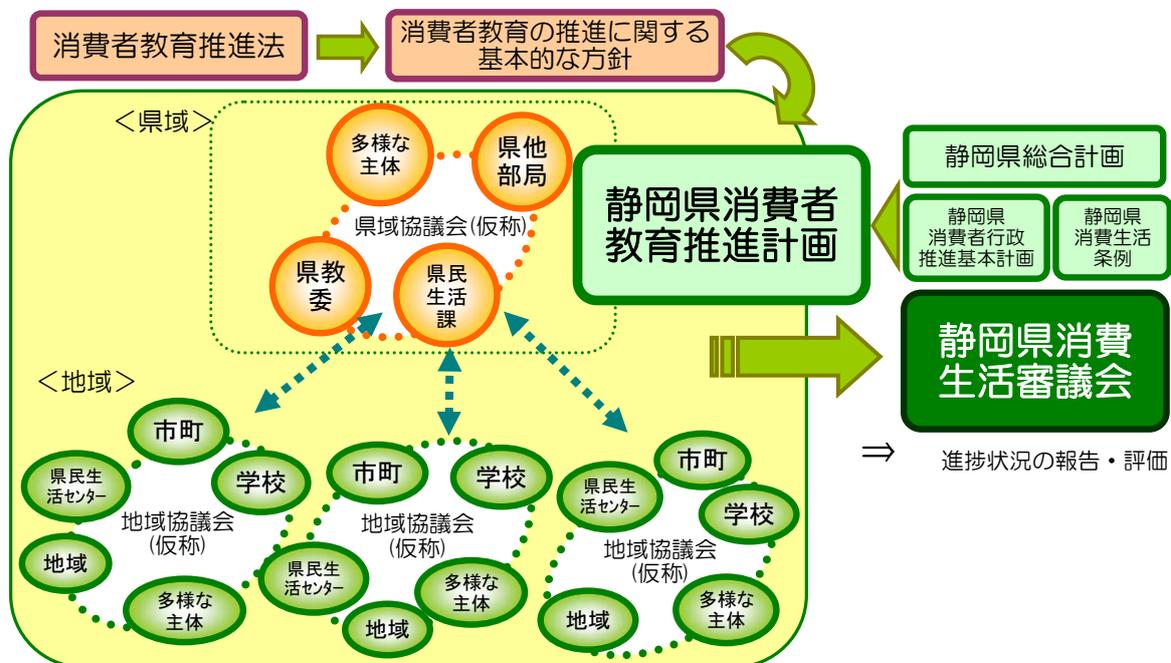
各県民生活センター単位では、今後設置に向けて取り組む地域協議会(仮称)において調整を行い、計画を推進し、進捗状況を確認します。

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。

◎消費者教育推進の体制図



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	取組がなされている	取組まれていない

(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

◇消費者教育に関する取組(県及び県教育委員会)																				
取組・施策	担当部	発達段階				重点領域														
		幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	特に若者	成人一層	特に高齢期	市民社会	商品安全	生活管理	情報メディア								
新 幼児用教材の提供	くらし・環境部	○																		
新 保護者用手引書の提供	くらし・環境部	○																		
学習指導要領に基づいた消費者教育	教育委員会		○	○																
「静岡県のケータイ・スマホホルル」の作成	教育委員会		○5年生																	
小・中学校ケータイ講座	教育委員会		○	○																
大人のためのウェブチェック講座	教育委員会																			
金融広報委員会と連携した金融経済教育	教育委員会		○	○																
学校外の専門家を活用した消費者教育	教育委員会		○	○																
教職員研修への講師派遣	くらし・環境部		○	○																
県民生活センターによる出前講座	くらし・環境部																			
消費生活に関する情報提供																				
生活情報誌「くらしのゆめ」	くらし・環境部																			
メールマガジン「くらしのゆめ〜」	くらし・環境部																			
食の安全に関するリスクコミュニケーション強化	健康福祉部																			
食品衛生の普及啓発	健康福祉部																			
くらしのリーダー養成講座	くらし・環境部																			
消費者ホーム講座	くらし・環境部																			
各種消費者教育講座への講師派遣	くらし・環境部																			
商品テスト講座	くらし・環境部	○	○	○																
社会教育施設における消費者教育	教育委員会																			
消費者被害防止啓発																				
高齢者宅への戸別訪問による啓発	くらし・環境部																			
高齢者見守りネットワークの活用	くらし・環境部																			
高齢者見守り者への情報提供	くらし・環境部																			
消費者団体の活動促進																				
地域消費生活講座	くらし・環境部																			
ふじのくに消費者フォーラム	くらし・環境部																			

◇ふじのくに消費教育研究会構成員

	機関・団体名	氏名
座長	梶山女学園大学 教授	あづま たまみ 東 珠実
委員	静岡県弁護士会 弁護士	つるおか ひきはる 靄岡 寿治
//	静岡県司法書士会 司法書士	ますだ しんや 増田 真也
//	日本司法支援センター静岡地方事務所 常勤弁護士	あさい ひろたか 浅井 裕貴
//	公益財団法人消費者教育支援センター 総括主任研究員	かきの しげみ 柿野 成美
//	静岡県消費者団体連盟 会長	こばやし あきこ 小林 昭子
//	一般社団法人静岡県労働者福祉協議会 消費生活ｺﾝｻﾙﾀﾞﾝ	かつまた ながみ 勝又 長生
//	一般社団法人静岡県経営者協会(静岡ガス(株)執行役員)	ますだ ゆういちろう 増田 雄一郎
//	静岡県金融広報委員会 事務局長	こばやし しげる 小林 茂

静	くらし・環境部 県民生活課長	かみむら あきとし 神村 明利
岡	教育委員会 学校教育課長	こしみず まゆみ 興水 まゆみ
県	教育委員会 社会教育課長	やまだ ぶん子 山田 文子