

福井県消費者教育推進計画

平成 28 年 3 月

福 井 県

目次

第1章 計画の趣旨、計画期間および推進体制

1	計画策定の趣旨	1
2	計画の位置付け	2
3	計画期間	2
4	計画策定の経緯	2
5	計画の推進体制	2

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

1	消費生活に関する福井県民の意識	3
(1)	消費者問題への関心	4
(2)	商品・サービス選択の際の意識	5
(3)	消費者トラブルへの対応	6
(4)	消費生活に関する相談窓口等の認知度	7
(5)	消費者教育・啓発について	8
2	福井県における消費者教育の現状	9
3	福井県の消費生活相談の状況	11
(1)	相談件数等の推移	11
(2)	消費生活相談の特徴	12
4	消費者教育推進に当たっての課題	14

第3章 計画の基本理念と施策の内容

1	基本理念	16
2	重点項目と施策の内容	17
(1)	社会や環境を配慮する消費者意識の醸成	18
(2)	幼児から成人までの切れ目ない消費者教育の提供	20
(3)	高齢者の消費者トラブルの撲滅	22
3	計画の目標	23

参考資料

◇	消費者教育の推進に関する法律	25
◇	消費者教育の推進に関する基本的な方針<概要>	30
◇	消費者教育の体系イメージマップ	31
◇	福井県消費生活審議会名簿	32

第1章 計画の趣旨、計画期間および推進体制

1 計画策定の趣旨

経済のグローバル化、高度情報化の進展等により消費生活と経済社会との関わりが多様化・複雑化するとともに、地域や家族の絆の希薄化などを背景として、消費者被害が、高齢者を中心として多様化・深刻化しています。

このような中、消費者が、安心して、安全で豊かな消費生活を営むことのできる社会を実現するためには、行政が消費者を保護するとともに、「自ら考え自ら行動する」、すなわち、「合理的な意思決定を行い、被害を認識し、危害を回避したり、被害に遭った場合に適切に対処することができる自立した」消費者を育成することが重要です。

我が国では、GDPの6割を個人消費支出が占めており、消費者の日々の意思決定や行動が、結果として、経済社会に大きな影響を与えています。

このため、経済社会が、将来的に、持続・発展していくためには、的確な判断と意思決定のもと行動する、事業者と消費者の育成が重要であり、特に、環境、資源エネルギー問題の解決のためには、消費行動が大きく影響することを自覚する消費者の増加が望まれます。

こうした中、国では、「消費者教育を総合的・一体的に推進することで、国民の消費生活の安定及び向上に寄与する」ことを目的とした「消費者教育の推進に関する法律」（以下「推進法」という。）が平成24年12月に施行されるとともに、「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。）が、平成25年6月に閣議決定されました。

県では、この基本方針に基づき、多様な消費者教育の担い手との協働・連携のもと、消費者のライフステージに応じた、体系的な消費者教育を推進していくために、「福井県消費者教育推進計画」（以下「計画」という。）を策定するものです。

2 計画の位置付け

本計画は、推進法第10条第1項に基づき策定する「都道府県消費者教育推進計画」として位置付けます。

3 計画期間

平成28年度から平成30年度までの3年間とします。

なお、経済社会情勢の急激な変化、基本方針の変更など、必要に応じて見直しを行うものとします。

4 計画策定の経緯

本計画は、平成27年1月から2月にかけて、県が行った「消費生活に関する県民調査」（以下「消費生活調査」という。）の結果や学識経験者や消費者団体、経済団体の代表等を委員とする「福井県消費生活審議会」（以下「審議会」という。）での議論のほか、国の消費者教育推進会議の委員へのヒアリングなどをもとに策定したものです。

5 計画の推進体制

本計画を実行性あるものとするため、県は自ら計画を推進することはもとより、市町、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者等と協働して計画を推進します。また、審議会において、計画の進捗状況を管理します。

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

1 消費生活に関する福井県民の意識

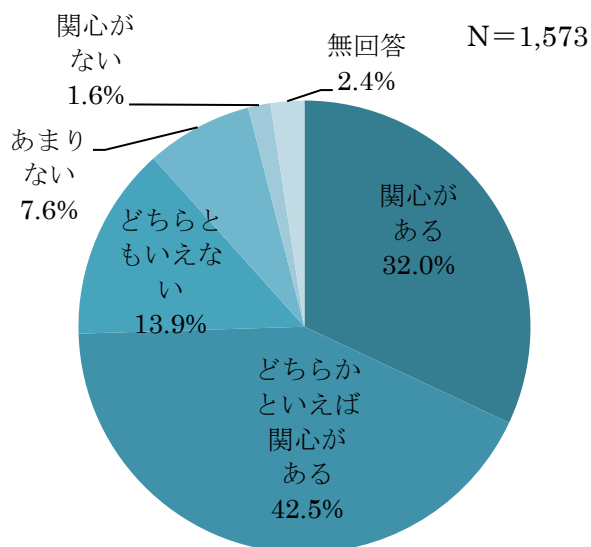
消費生活に関する県民の意識や要望を把握し、消費生活の安定と効果的な施策の推進を図るとともに、計画策定の参考資料とすることを目的として、消費生活調査を実施しました。

- 調査対象 : 県内在住の満20歳以上の男女3,000人
(層化無作為抽出)
- 調査期間 : 平成27年1月27日～2月10日
- 調査方法 : 郵送による無記名調査票の配布・回収
- 有効回収数(率) : 1,573人(52.4%)
- 回答者の属性 : [性別] 男43.7%、女56.3%
[年代別] 20歳代 5.4%、30歳代 12.1%、
40歳代 14.4%、50歳代 18.1%、
60歳代 24.3%、70歳代以上 25.7%

(1) 消費者問題への関心

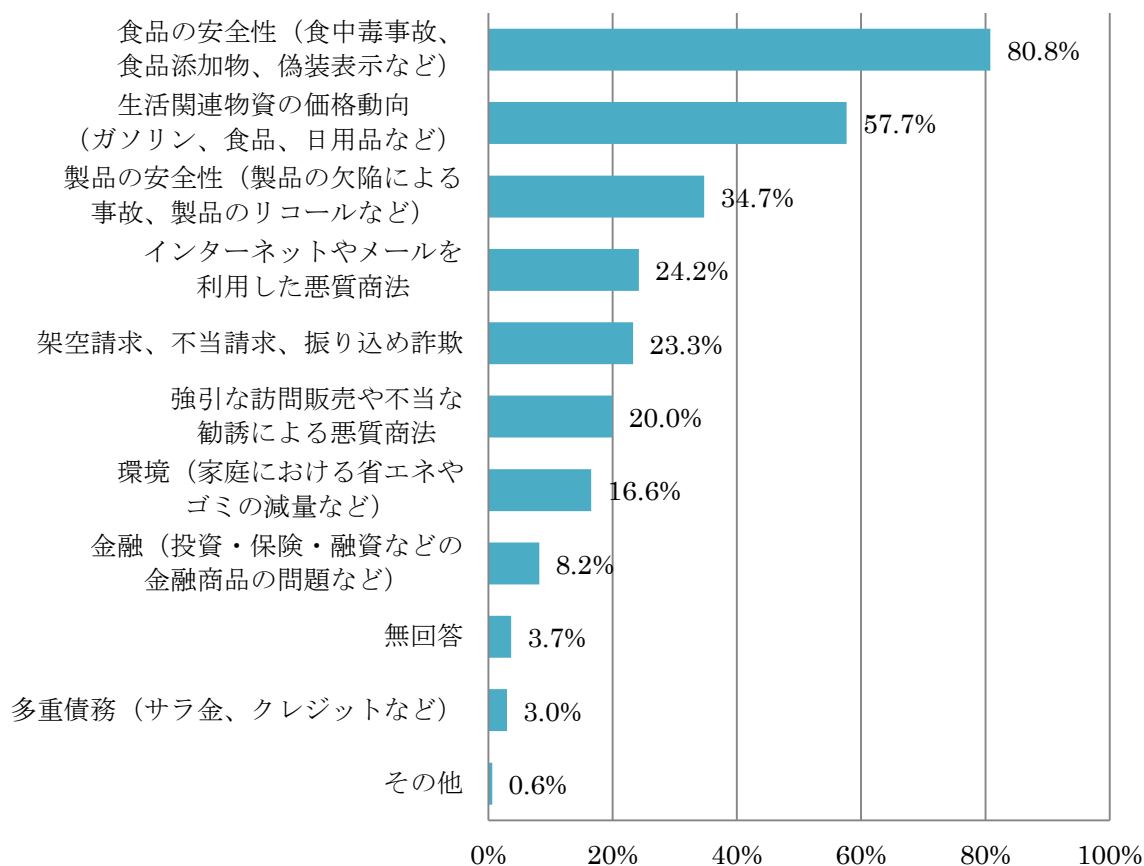
消費者問題への関心度（「関心がある」と「どちらかといえば関心がある」）は、74.5%であり、その中でも、「食品の安全性（食中毒事故、食品添加物、偽装表示など）」（80.8%）、「生活関連物資の価格変動（ガソリン、食品、日用品など）」（57.7%）についての関心が高くなっています。

図表1 消費者問題への関心度



図表2 関心のある消費者問題の内容

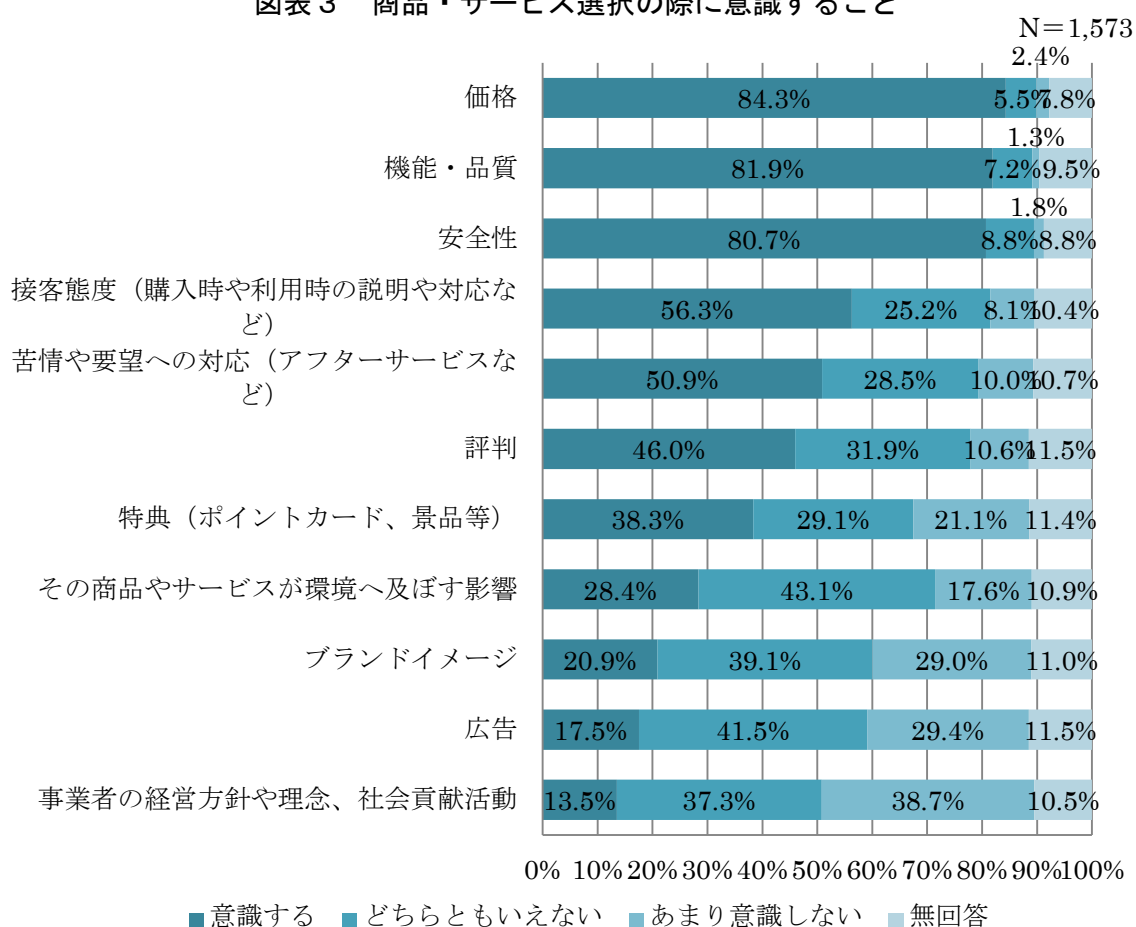
N=1,172（複数回答可）



(2) 商品・サービス選択の際の意識

商品やサービスを選ぶ際に、8割以上の方が「価格」、「機能・品質」、「安全性」を「意識する」と回答していますが、「その商品やサービスが環境へ及ぼす影響」や「事業者の経営方針や理念、社会貢献活動」を「意識する」と回答した人は1～3割程度と低くなっています。

図表3 商品・サービス選択の際に意識すること



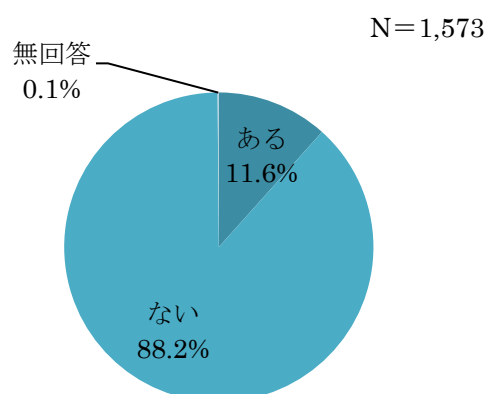
(3) 消費者トラブルへの対応

過去1年間において消費者トラブルの経験が「ある」と回答した人は、11.6%となっており、約1割の人はなんらかの消費者トラブルの経験があると回答しています。

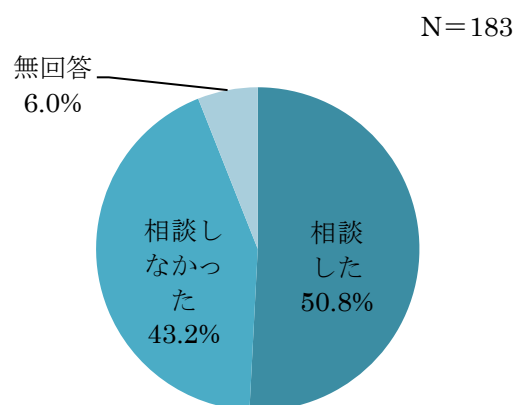
過去1年間において消費者トラブルの経験が「ある」と回答した人のうち、約5割の人は、誰かに相談するなどして自ら行動して解決しようとした。

一方、約4割の人は「相談しなかった」と回答しており、相談しなかった理由としては、「解決できと思えなかった」(34.2%)、「被害が小さく相談するほどでもなかった」(30.4%)という回答が多くなっています。

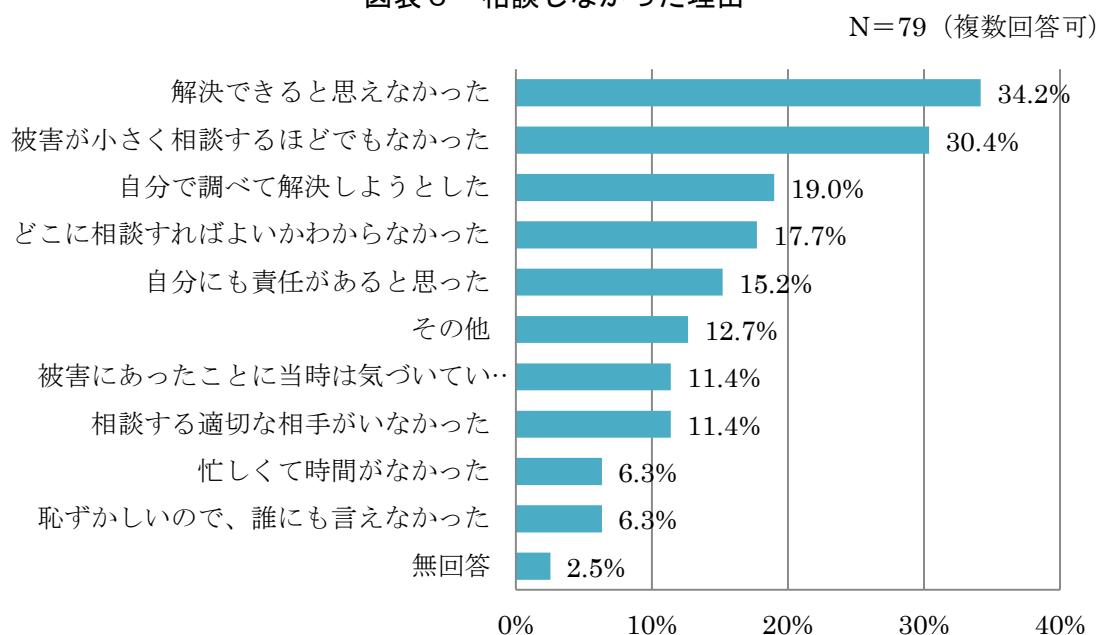
図表4 消費者トラブルの経験



図表5 消費者トラブルの相談の有無



図表6 相談しなかった理由



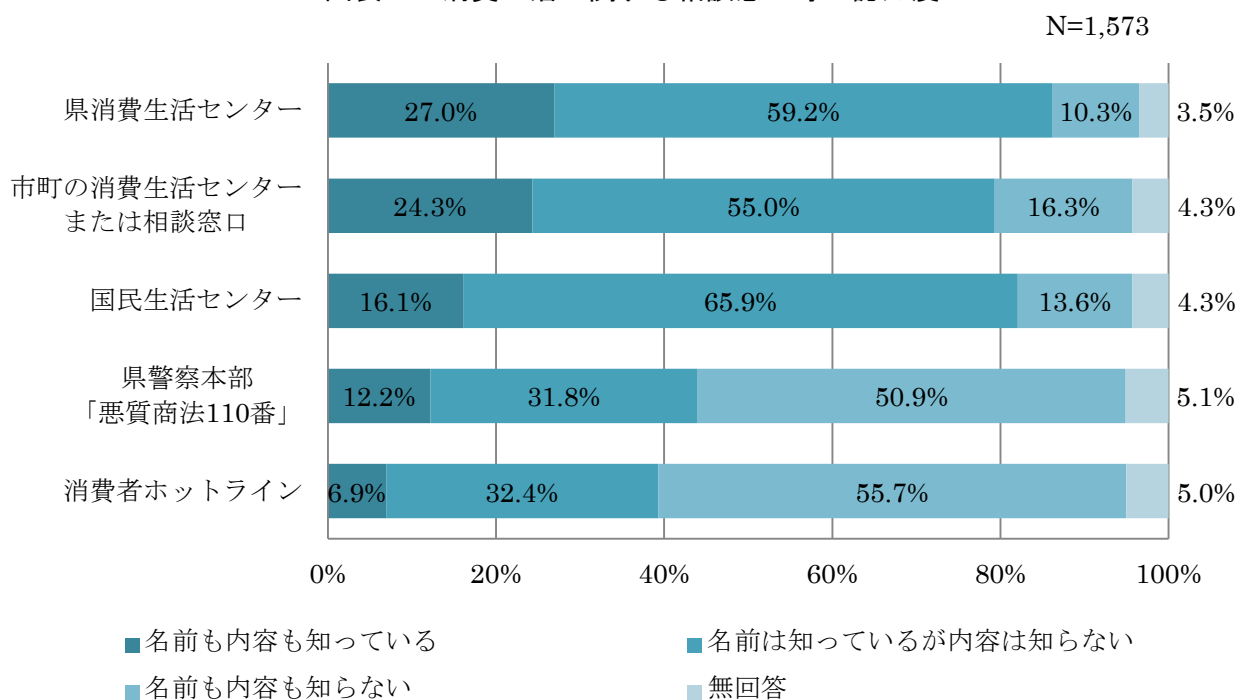
(4) 消費生活に関する相談窓口等の認知度

消費生活に関する相談窓口等の認知度については、「名前も内容も知っている」と答えた人は「県消費生活センター」で27.0%であり、「市町の消費生活センターまたは相談窓口」では24.3%でした。

また、「国民生活センター」については16.1%、県警察本部の「悪質商法110番」は12.2%、「消費者ホットライン」は6.9%と低くなっています。

全体として、消費生活に関する相談窓口等についての名前も業務の内容も知っている方は3割未満と低くなっています。

図表7 消費生活に関する相談窓口等の認知度

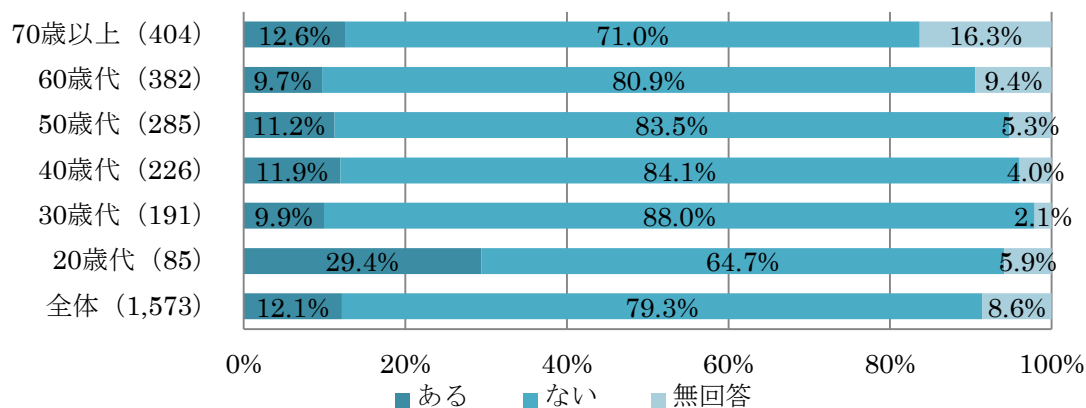


(5) 消費者教育・啓発について

学校、地域、職場などで消費者教育・啓発（授業、講義、出前講座など）を受けた経験が「ある」と回答した人は全体で約1割にとどまり、大多数の人が消費者教育・啓発を受けたという経験や認識を持っていない状況です。

年代別にみると、20歳代では「経験がある」と回答した人が29.4%と他の世代より高い傾向にありました。この理由としては1989年（平成元年）に改訂された学習指導要領から消費者教育が学校教育に導入されたため、現在30歳代半ば以下の世代で小学校や中学校、高校で消費者教育を受けた経験があると推測されますが、30歳代以上の世代では消費者教育を経験した認識を持っている人は少ないのが現状です。

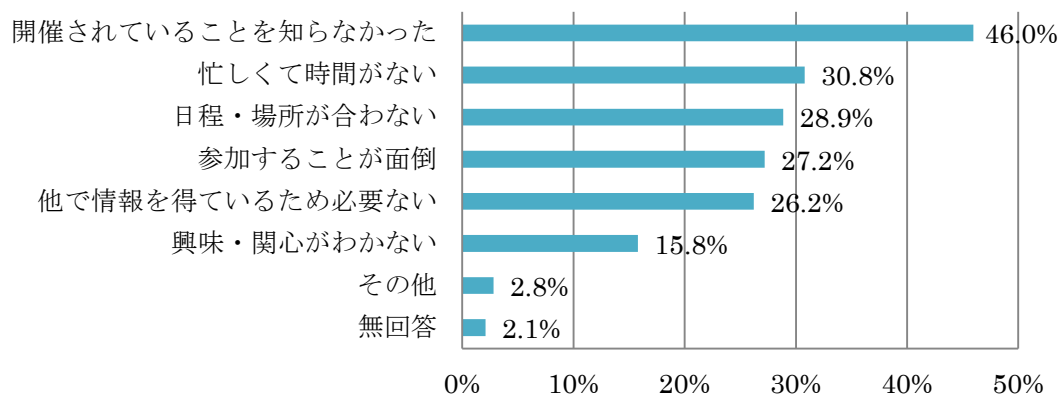
図表8 消費者教育を受けた経験



一方、消費者教育を受けた経験が「ない」と回答した人の理由として、「講座や催しが開催されていることを知らなかった」と回答した人が5割弱、また、「忙しくて時間がない」、「日程・場所が合わない」や「参加することが面倒」を挙げている人が3割前後となっています。

図表9 消費者教育を受けたことがない理由

N=1,247（複数回答可）



2 福井県における消費者教育の現状

現在、福井県で実施されている消費者教育は、学校・行政・消費者団体等が担っています。

学校では、家庭科や社会科等の学習指導要領に消費者教育に関する内容が盛り込まれており、各教科において消費者教育が行われています。

行政では、学校、企業、高齢者など世代に応じた出前講座、消費生活講座、通信セミナーの実施、情報誌の発行、啓発強化期間中のパンフレット等の配付といった消費生活に関する知識の啓発、情報の提供に努めています。

消費者団体等は、地域で学習会、研修会、出前講座等を実施しています。

これらの福井県の消費者教育の取組をまとめたものが図表 10 の「福井県における消費者教育の取組（ライフステージ、教育の場別）」です。

図表 10 によると、幼児期においては「家庭・地域」、小中学生期においては「家庭・地域」、成人期においては「職域」での消費者教育の施策の強化が必要となります。

図表10 福井県における消費者教育の取組(ライフステージ、教育の場別)

		教育の場			
		学校	家庭・地域	職域	
ライフステージ別	幼児期	幼稚園や学校での教育(幼稚園教育要領・学習指導要領)			
	小学生期		低学年	児童館における消費者教育	親子向け消費生活講座
			高学年	小5年向け金融教育	
	中学生期	中学生・高校生・大学生向け消費生活教室	若者向け消費者被害防止キャンペーン		
	高校生期		中3年向け金融教育教材作成		
		若者向け消費者被害防止キャンペーン			
		若者向け金融教育教材作成	高校生モニターによる消費生活調査		
	特に若者		大学生モニターによるインターネット広告調査		
			若者向け消費者被害防止キャンペーン		
	成人期	成人一般		企業・団体を対象とした消費生活教室	
通信セミナー					
特に高齢者		消費者リーダー育成講座			
		消費生活講座の開催【世代ごとに応じたセミナー】			
		高齢者を対象とした消費生活教室			
		福祉関係者向け高齢者見守りマニュアル配付			
		高齢者向け消費者被害防止キャンペーン			
全年齢層		消費生活情報誌「くらしの情報ふくい」の発行			
		消費者月間における各種取組み(県消費者フォーラム、街頭啓発、巡回消費生活展、メディア広報等)			
		専門家による支援(面談・電話相談)、県相談員による巡回訪問指導、事例検討会			
		県ホームページによる情報発信			

3 福井県の消費生活相談の状況

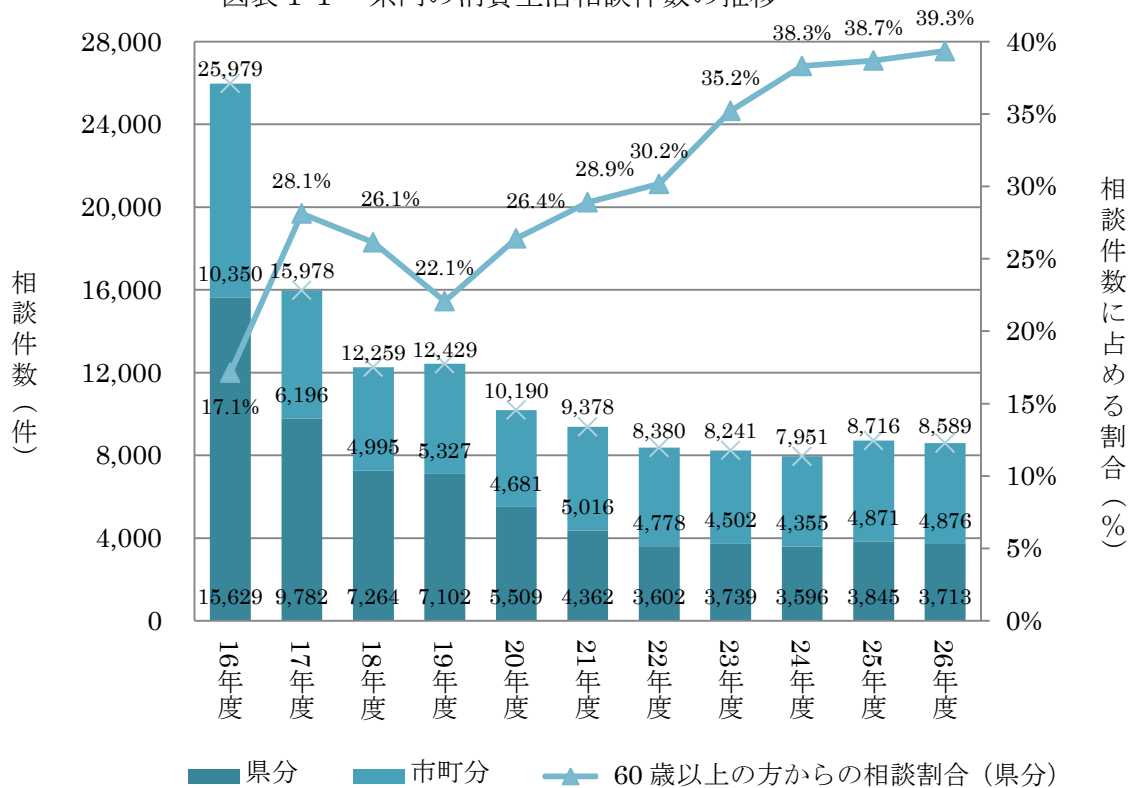
県では、消費者問題に対応するため、昭和 44 年 10 月に福井市に福井県消費生活センターを、平成 11 年 4 月に小浜市に嶺南消費生活センターを設置し、10 名の消費生活相談員を配置して、県民からの消費生活相談に対応しています。

また、県内の 17 市町においても、9 市に消費生活センターが設置され、その他 8 町でも消費生活相談窓口が設置されています。

(1) 相談件数等の推移

県内の消費生活相談件数は、全国的に架空請求が多発した平成 16 年度の 25,979 件をピークに減少傾向をたどった後、平成 21 年度以降は約 8,000～9,000 件で推移しています。一方、60 歳以上の方からの相談割合は、平成 19 年度以降、増加しています。

図表 1 1 県内の消費生活相談件数の推移



出典：県分については、PIO-NET（国民生活センターの全国消費生活情報ネットワーク・システム）に登録された相談件数
市町分については、県民安全課が取りまとめた消費生活相談件数（市町受付分）の報告に基づく相談件数

(2) 消費生活相談の特徴

平成 26 年度の消費生活相談状況の特徴は、パソコンやスマートフォンでのアダルト情報サイトに係る相談、インターネットのプロバイダ契約をめぐる相談やパソコンのウイルス警告表示やオンラインゲームの料金請求等のデジタルコンテンツ等に係る相談等、インターネットに関連した相談が増加しています。

特に、60 歳代と 70 歳以上においては、いずれの相談も前年度を大きく上回っています。

図表 1 2 アダルト情報サイトに係る相談件数

年度	計	年代別相談件数							
		20 歳未満	20 歳代	30 歳代	40 歳代	50 歳代	60 歳代	70 歳以上	無回答
平成 26 年度	510 件	75 件	54 件	78 件	105 件	88 件	69 件	40 件	1 件
前年度比	134.9%	104.2%	117.4%	159.2%	143.8%	146.7%	121.1%	210.5%	50.0%
平成 25 年度	378 件	72 件	46 件	49 件	73 件	60 件	57 件	19 件	2 件

相談例) ワンクリック請求などの不当な登録料金の請求に関する相談

出典：平成 26 年度福井県消費生活相談の概要

図表 1 3 インターネット通信サービスに係る相談件数

年度	計	年代別相談件数							
		20 歳未満	20 歳代	30 歳代	40 歳代	50 歳代	60 歳代	70 歳以上	無回答
平成 26 年度	232 件	-	22 件	28 件	36 件	47 件	36 件	53 件	10 件
前年度比	209.0%	-	440.0%	200.0%	144.0%	167.9%	133.3%	441.7%	-
平成 25 年度	111 件	-	5 件	14 件	25 件	28 件	27 件	12 件	-

相談例) 料金が安くなると電話勧誘し、遠隔操作でプロバイダを変更させるが、安くならないといった相談

出典：平成 26 年度福井県消費生活相談の概要

図表 1 4 デジタルコンテンツ等に係る相談件数

年度	計	年代別相談件数							
		20 歳未満	20 歳代	30 歳代	40 歳代	50 歳代	60 歳代	70 歳以上	無回答
平成 26 年度	201 件	11 件	13 件	29 件	46 件	46 件	35 件	17 件	4 件
前年度比	105.2%	183.3%	86.7%	76.3%	102.2%	88.5%	116.7%	340.0%	-
平成 25 年度	191 件	6 件	15 件	38 件	45 件	52 件	30 件	5 件	-

出典：平成 26 年度福井県消費生活相談の概要

さらに、架空請求や劇場型勧誘に係る相談件数においては、60歳代と70歳以上の方からの相談が大きく増加しており、相談件数が前年度比で大幅に上回っています。

図表 15 架空請求に係る相談件数

年度	計	年代別相談件数							
		20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答
平成 26 年度	360 件	2 件	14 件	45 件	54 件	68 件	85 件	83 件	9 件
前年度比	173.9%	66.7%	107.7%	225.0%	131.7%	123.6%	236.1%	244.1%	180.0%
平成 25 年度	207 件	3 件	13 件	20 件	41 件	55 件	36 件	34 件	5 件

架空請求とは…公的機関や債権回収業者等の名称を騙って、利用した覚えのない料金や賠償を請求したり、裁判手続きをちらつかせる手口

出典：平成 26 年度福井県消費生活相談の概要

図表 16 劇場型勧誘に係る相談件数

年度	計	内容別相談件数		年代別相談件数			
		金融商品	その他投資等	50歳代以下	60歳代	70歳以上	無回答
平成 26 年度	144 件	88 件	56 件	8 件	44 件	91 件	1 件
前年度比	126.3%	151.7%	100.0%	72.7%	163.0%	119.7%	-
平成 25 年度	114 件	58 件	56 件	11 件	27 件	76 件	0 件

劇場型勧誘とは…販売者と共謀した買取業者と称する業者が「購入金額を上回る金額で買い取る」などと消費者を安心させて、実体のない未公開株等を購入させる詐欺的な勧誘手口

出典：平成 26 年度福井県消費生活相談の概要

4 消費者教育推進に当たっての課題

消費行動が社会や環境に影響を与えることの理解促進が必要

消費生活調査結果では、商品やサービスを選択する際に、価格や機能、安全性を考慮する等、目前の事柄や自らの利益に直結する事柄に関しては関心が高い傾向にあります。

一方で、自らの消費行動が環境や社会全体へ及ぼす影響を考慮して商品等を選択する人の割合は高くありません。

また、消費者トラブルにあった際に、誰かに相談して解決しようとした割合は半数程しかなく、多くの方が誰にも相談せず、被害の情報が誰にも共有されないことで被害拡大につながっている側面があります。

こうしたことから、消費者として、自らの消費行動が社会や環境に影響を与えられることを自覚し、積極的に行動することによって、将来のより良い社会の実現につながることへの理解促進が必要です。

幼児期から高齢期まで様々な世代ごとの消費者教育の提供

消費者教育については、現在、学校では学習指導要領に基づいて行われていますが、消費生活調査によると、その教育内容を覚えている人の割合は低い状況にあります。このため、学校で学んだ知識を定着させていくためには、学校における消費者教育の充実と卒業後も継続して消費者教育を受けられる環境の整備が必要です。

また、消費生活調査において、消費者教育を受けた経験がないと答えた人の大多数は「開催されていることを知らなかった」、「忙しくて時間がない」、「日程・場所が合わない」といった理由をあげ、身近な場所で教育を受けることができる環境づくりも必要です。

また、本県では、幼児や小中学生が家庭や地域で消費者教育を受ける機会が、必ずしも十分とはいえません。家庭や地域の消費者教育は、日常生活と密接に関係していることから、消費に関する知識やルールが身につけやすいため、消費者教育を受ける機会を増やしていくことが必要です。

このほか、地域での消費者教育を担う、消費者団体は、活動者の高齢化等により、団体数・構成員とも減少していることから、若い世代に対し、消費者団体等への参画を促していく必要があります。

高齢者の消費者トラブルなどの減少に向けた対策の強化

高齢化社会や高度情報化の進展によって、高齢者を狙った詐欺や悪質商法、インターネット関連のトラブルなど、高齢者の被害が増加しており、解決すべき大きな課題となっています。

こうしたことから、高齢者への情報提供や注意喚起の徹底と併せて、高齢者の生活を見守る体制を整えるなど、被害減少に向けた対策の強化が必要です。

第3章 計画の基本理念と施策の内容

1 基本理念

国の基本方針や本県の消費者を取り巻く現状と課題に基づき、本計画は、

・消費者は、一人ひとりが消費行動するに当たって、社会や環境を意識しながら、自身の消費行動で社会を変えていくことができるという自覚をもって、それぞれのライフスタイルに合った消費生活を営む。

・生産者（事業者）は、生産（事業）活動を通じて消費者や社会・環境に配慮した商品、サービス、情報提供に努める。

こうしたことにより、豊かで発展し続ける安全で安心な「ふるさと福井」を実現し、将来世代に継承していくことを基本理念とします。

～消費者と生産者が築く

安全で豊かな「ふるさと福井」の実現と継承～

2 重点項目と施策の内容

この基本理念のもと、次の3つの項目を重点項目として、施策を展開します。

～重点項目～

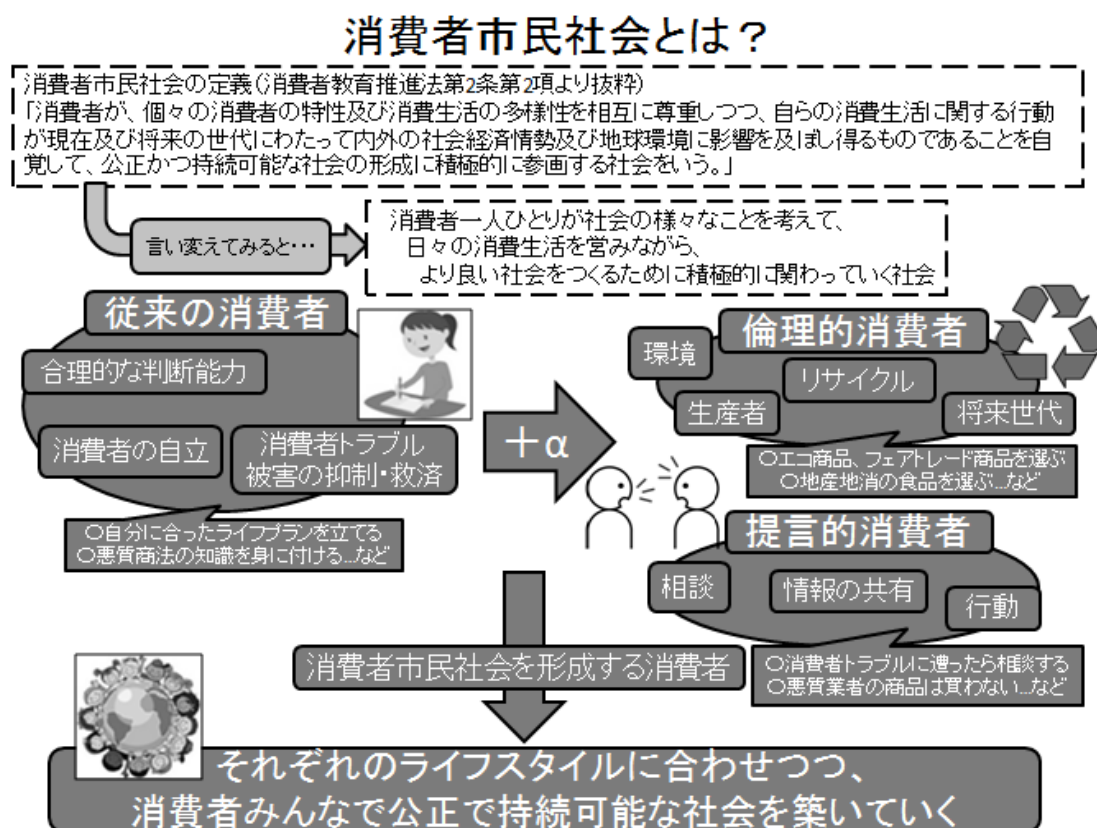
- (1) 社会や環境を配慮する消費者意識の醸成
- (2) 幼児から成人まで切れ目ない消費者教育の提供
- (3) 高齢者の消費者トラブルの撲滅

(1) 社会や環境を配慮する消費者意識の醸成

「消費者市民社会」は、一般的になじみのない概念であり、県民には浸透していません。

「消費者市民社会」とは、「消費者一人ひとりが社会の様々なことを考えて、日々の消費生活を営みながら、より良い社会をつくるために積極的に関わっていく社会」のことです。

推進法においては、「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。」と定義しており、社会や環境に配慮する消費者意識の醸成を図ります。



《施策の内容》

○「消費者市民社会」の考え方をまとめた読本の作成

「消費者市民社会」という新しい概念を、県民にわかりやすく伝えるとともに、「地産地消」や「おいしいふくい食べきり運動」などの活動や消費者が気軽に実践できる活動をまとめた読本を作成し、消費生活教室等の様々な機会を活用します。

○県内生産者（事業者）への啓発

県内生産者（事業者）に、顧客満足度の向上やC S R (Corporate Social Responsibility) 活動といった、消費者や社会全体の利益を考慮した活動の重要性の理解を促進するため、C S R活動に積極的に取り組む企業の協力を得て、県内生産者（事業者）を対象とした講習会を実施します。

○事業者と消費者をつなぐ交流事業の実施

地域の環境や社会貢献に積極的に活動している企業の生産現場への見学ツアーを実施し、消費者が生産者（事業者）の取組に対する理解を深め、自らの消費行動を見直すきっかけづくりを進めます。

また、消費者と生産者（事業者）との交流の場を設定し、相互の理解を深めます。

○消費者教育に取り組む消費者団体を支援

地域のイベント企画や保育所、児童館で子ども向けの消費者教育を担っている消費者団体に対し、消費生活に関する情報提供などの必要な支援を行います。

(2) 幼児から成人までの切れ目ない消費者教育の提供

幼児や小中学生に対する、家庭や地域での消費者教育を充実するとともに、職場等でも、消費者教育を受けることができるよう、消費者教育の場の提供を拡大していくことにより、幼児期から高齢期に至る各年代の特性に応じた消費者教育を実施します。

《施策の内容》

＜幼児・学校＞

○幼児や保護者向けに暮らしの安全情報の提供

幼児やその保護者が集まる子育て支援センターにおいて、日常生活において起こり得る製品事故への注意を喚起する出前講座を実施するとともに、保育園等に消費者庁の「子どもを事故から守る！プロジェクト」DVDを配付し、暮らしの中の危険を知ってもらうための情報提供を行います。

○小中学生が家庭で金銭管理や消費者問題を学ぶ機会づくり

共働き率日本一の福井県においては、親が家庭にいない時間が多くなりがちのため、親が不在の間でも子どもたちが自ら、家庭で消費者問題を学べるワークシートを作成・配付します。

○授業で使える消費者教育の教材の作成

教員、県消費生活センター相談員、学識経験者等をメンバーとするワーキンググループにより、授業で活用できる消費者教育の教材を作成し、学校における消費者教育の充実を図ります。

○教員研修を活用した消費者教育力の向上

教員を対象に、消費者教育の教材の活用や授業の進め方等の研修を実施し、教員の消費者教育に対する指導力の向上を図ります。

○学校での出前講座の実施

希望する学校に消費生活相談員を派遣し、児童・生徒が巻き込まれやすい消費者トラブルの事例や予防・対処法、消費者の役割等を内容とする出前講座を実施します。

<成人一般>

○県労働者福祉協議会と連携した事業所における消費者教育を推進

県労働福祉協議会と協働して、事業所において、従業員を対象とした消費生活講座を開催します。

○消費生活セミナーや通信セミナーの実施

様々な世代ごとの興味や関心に応じた消費生活セミナーの開催や手軽に消費生活の知識と実践力を身に付けてもらうための通信セミナーの開催など、様々な消費者のニーズに合わせた消費者教育を実施します。

○消費者教育の担い手となる人材の育成

消費者教育に関心がある県民や消費生活に関する知識を習得して社会貢献活動を希望する県民向けの研修会を開催するとともに、消費者団体との交流を通じて、消費者団体への参画を促し、消費者教育の担い手を育成します。

<高齢者>

○高齢者対象の出前講座の実施

老人会や高齢者の集う場において、高齢者向けの消費生活出前講座を実施し、高齢者が被害に遭いやすい消費者トラブル事例に基づいた予防法や対処法を学ぶ機会を設け、高齢者の消費者トラブルに対する対応力の向上を図ります。

○民生委員やケアマネージャーを対象とした高齢者見守り研修の実施

高齢者宅を訪問するなど、高齢者と接する機会の多い、民生委員やケアマネージャーを対象とした研修会を実施し、民生委員等が特殊詐欺の手口や被害防止のポイント等を学ぶことにより、普段の活動を通じて、高齢者に対し、注意喚起を行います。

(3) 高齢者の消費者トラブルの撲滅

高齢者を狙った悪質商法や特殊詐欺の被害は後を絶たないことから、高齢者本人や家族への働きかけのみならず、若者が被害防止活動を行うとともに、市町・関係団体等が協働して高齢者を地域で見守っていく体制を整備し、被害を防止します。

《施策の内容》

○地域のネットワークによる高齢者見守り体制づくりの推進

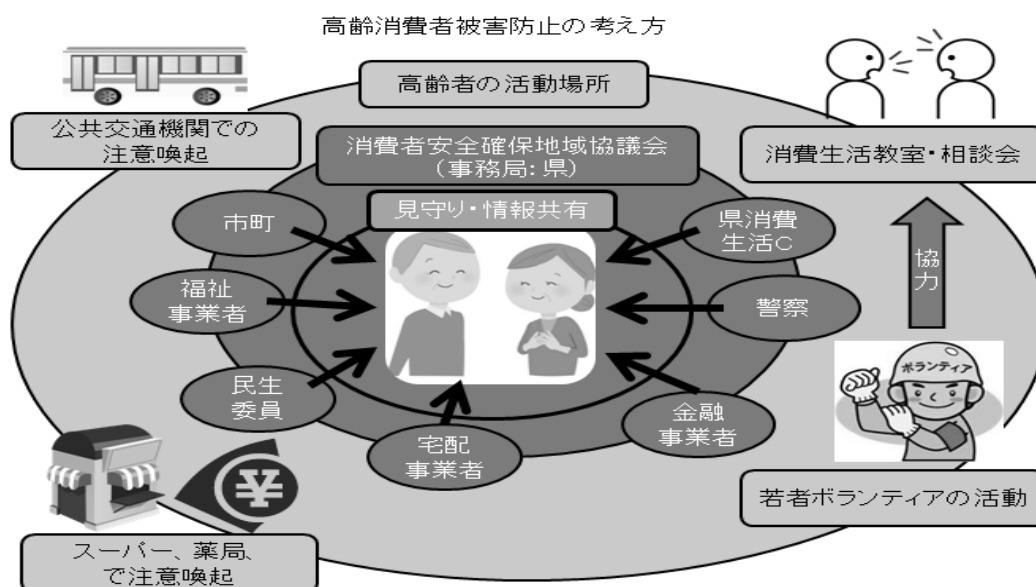
市町の消費者行政担当課や福祉行政担当課、高齢者の暮らしに密接に関係している団体・事業者と地域ネットワークを構築して、高齢者の消費者トラブル防止に向けた組織的な活動を実施します。

○スーパーマーケット等と連携した消費者トラブル・被害防止の啓発

高齢者やその家族が日常的に利用するスーパーマーケット等において、悪質商法や特殊詐欺等に対し、注意喚起を促すポスターの掲示や店内放送を行います。

○若者による高齢者向け消費者トラブル防止啓発活動の実施

大学生が授業（ゼミ活動）の一環として被害防止活動に取り組むとともに、若者が高齢者の多く集まる施設で消費生活出前講座を実施するなど、若者と高齢者の交流を通じた被害防止対策を実施します。



3 計画の目標

重点項目に掲げた施策を実施することにより、県民が「消費者市民社会」を構築し、将来にわたって発展し続ける「ふるさと福井」を実現するため、計画の目標を次のとおり設定します。

～計画の目標～

**○商品・サービス選択時に環境や社会の事を意識する
消費者の割合を8割以上**

※商品・サービス選択の際に意識すること（H27年2月）

「その商品やサービスが環境へ及ぼす影響」28.4%

「事業者の経営方針や理念、社会貢献活動」13.5%

**○生産（事業）活動において環境や社会のことを意識する
生産者（事業者）の割合を5割以上**

○高齢者の特殊詐欺被害ゼロを目指す

※県内の特殊詐欺認知件数

（H26年）51件、被害金額 2億8,540万円

（H27年）58件、被害金額 2億5,284万円

参 考 资 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)第十条第三項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っては、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(昭和二十三年法律第九十八号)に定める民生委員、社会福祉法(昭和二十六年法律第四十五号)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を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、消費者安全法第十一条に規定する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。

消費者教育の推進に関する基本的な方針(基本方針)

平成25年6月28日 閣議決定

概要

平成25年度～29年度の5年間
国・地方、多様な担い手の指針

○消費者教育の推進に関する法律第9条(平成24年12月施行)
○内閣総理大臣及び文部科学大臣が案を作成、閣議で決定。
～平成25年3月より消費者教育推進会議開催、消費者委員会の意見聴取、消費者等の意見反映。

○基本方針を踏まえ、都道府県消費者教育推進計画、市町村消費者教育推進計画を作成(努力義務)

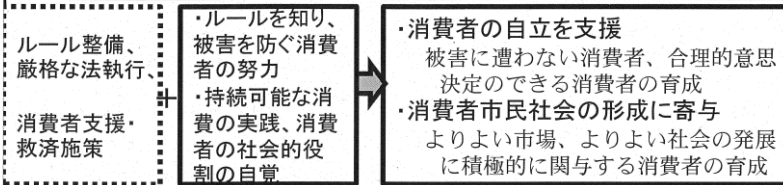
○基本方針の方向＝誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けることができる機会を提供し、効果的に推進
○手段＝幅広い担い手(国・地方、行政・民間、消費者自身)の支援、育成担い手間の連携、情報共有の促進

Ⅲ 消費者教育の推進の内容

1 様々な場での推進 ・学校(小・中・高校、大学・専門学校等) ・地域社会(地域、家庭) ・職域	2 人材(担い手)の育成・活用 ・小・中・高校・大学等の教職員 ・消費者団体、NPO、地域福祉関係者 ・事業者・事業者団体等 ・消費者	3 資源等 ・教材等の作成、活用 ・調査研究 ・情報収集・提供
--	--	---

Ⅰ 消費者教育の推進の意義

経済社会の変化
 ・グローバル化/高度情報化/高齢化⇒消費者被害の多様化・複雑化
 ・大量生産 大量消費 大量廃棄/大震災の経験⇒消費行動の課題



行政各部局間、多様な担い手との連携
 消費者行政部局と教育行政部局、福祉関係部局、商工部局との連携
 (高齢者・障害者見守り、担い手としての事業者・事業者団体との連携)

効果的な情報提供方策の開発
 ～特に高齢者・障害者向け

モデル地区における先進的な実践
 消費者市民社会概念の研究・普及
 コーディネーターの育成 / 情報提供

消費生活センターを拠点化
 (消費者教育・人材育成)
 <国民生活センターが支援

消費者学習の国民的な運動
 多様な実践を共有し、相互に連携・協働できる場の提供
 優れた活動を奨励
 (消費者支援功労者表彰制度等)
 消費者教育の日、週などの制定

Ⅱ 消費者教育の推進の基本的な方向

○消費者教育の体系的推進 領域・段階ごとに目標を設定
 情報の「見える化」⇒多様な担い手が共有

・対象領域 消費者市民社会の構築 商品等の安全	・各段階 生活の管理と契機 情報とメディア
-------------------------------	-----------------------------

・消費者の特性・場の特性に応じた方法で実施
 若年者の被害防止・成年年齢引下げに向けた環境整備の観点等から、高等学校段階までに、主体的に判断し責任をもって行動できる能力を育む
 ・消費行動の社会経済への影響等 多角的視点で情報提供

コーディネーターの育成、活用
 多様な関係者のつなぎ役、地域と学校のつなぎ役

Ⅳ 関連する他の消費者施策との連携

1 安全・安心の確保 2 自主的・合理的な選択の機会の確保 3 消費者意見の反映・透明性確保 4 苦情処理・紛争解決の促進	事故・トラブル情報の迅速な確かな分析、原因究明 ⇒ 教材への反映 食品と放射能に関する理解増進 リスクコミュニケーションの強化 食品表示の理解増進
--	---

○国からの地方支援 財政支援、情報提供による支援
 ○各主体の役割と連携・協働
 ・国と地方公共団体
 ・消費者行政と教育行政
 ・地方公共団体と消費者団体、事業者団体
 地域における多様な主体間のネットワーク化(消費者教育推進地域協議会)

Ⅴ 今後の消費者教育の計画的な推進

1 今後の推進方策 ・各都道府県・市町村での推進の支援 ・推進会議・小委員会での検討、施策への反映 専門委員:地域ごとの代表を任命	各府省庁で今後実施の施策を取りまとめ(25年内目途) 地方支援 推進会議の地方開催 推進計画策定、地域協議会設置に向け、事例集の作成・説明会等で情報提供
2 基本方針の達成度の検証(5年の見直し) ・基本方針の見直し=中間的に3年を目途に見直し ・達成度の検証	・消費者教育推進のための指標化 ・すべての都道府県で推進計画の策定、地域協議会の設置を目指し、支援

消費者教育の体系イメージマップ（消費者庁より）

		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	特に高齢者	
		Ver.1.0							
重点領域	各期の特徴	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に興味をもち、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が望まれる時期	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	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、主体的な判断が望まれる時期	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	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	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	
	消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解	おつかいや買い物に関心を持つ	消費をめぐる物と金銭の流れを考えよう	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済や社会に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考える習慣を身に付けよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響に配慮して行動しよう	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響に配慮することの大切さを伝え合おう
		持続可能な消費の実践	身の回りのものを大切にしよう	自分の生活と身近な環境とのかかわりに気づき、物の使い方などを工夫しよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう	持続可能な社会を目指して、ライフスタイルを考えよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを探そう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践しよう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝え合おう
消費者の参画・協働		協力することの大切さを知ろう	身近な消費者問題に目を向けよう	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よう	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協働して取り組むことの重要性を理解しよう	消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう	地域や職場で協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくろう	支え合いながら協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくろう	
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	くらしの中の危険や、ものの安全な使い方を知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手段を知り、使おう	安全で危険の少ないくらしと消費社会を目指すことの大切さを理解しよう	安全で危険の少ないくらし方をする習慣を付けよう	安全で危険の少ないくらしと消費社会をつくろう	安全で危険の少ないくらしの大切さを伝え合おう	
	トラブル対応能力	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しやすい社会をつくろう	支え合いながらトラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう	
生活の管理と契約	選択し、契約することへの理解と考える態度	約束やきまりを守ろう	物の選び方、買い方を考え適切に購入しよう 約束やきまりの大切さを知り、考えよう	商品を適切に選択するとともに、契約とそのルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう	適切な意思決定に基づいて行動しよう 契約とそのルールの活用について理解しよう	契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう	契約とそのルールを理解し、くらしに活かそう	契約トラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝え合おう	
	生活を設計・管理する能力	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おぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な買い方を考えよう お小遣いを考えて使おう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう 買い物や貯金を計画的にしよう	主体的に生活設計を立ててみよう 生涯を見通した生活経済の管理や計画を考えよう	生涯を見通した計画的なくらしを目指して、生活設計・管理を実践しよう	経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的なくらしをしよう	生活環境の変化に対応し支え合いながら生活を管理しよう	
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こう	消費に関する情報の集め方や活用の仕方を知ろう	消費生活に関する情報の収集と発信の技能を身に付けよう	情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう	情報と情報技術を適切に利用する習慣を身に付けよう	情報と情報技術を適切に利用するくらしをしよう	支え合いながら情報と情報技術を適切に利用しよう	
	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、情報モラルを知ろう	著作権や発信した情報への責任を知ろう	望ましい情報社会のあり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を付けよう	トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくろう	支え合いながら、トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくろう	
	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」「どうして」を考えよう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを知ろう	消費生活情報を評価、選択の方法について学び、社会との関連を理解しよう	消費生活情報を主体的に吟味する習慣を付けよう	消費生活情報を主体的に評価して行動しよう	支え合いながら消費生活情報を上手に取り入れよう	

※本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体系的に組み立て、理解を進めやすいように整理したものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。

福 井 県 消 費 生 活 審 議 会 名 簿

平成 28 年 3 月現在
(分野ごとに五十音順)

	氏 名	役 職 名	備考
【学識経験者】			
	荒 井 紀 子	福井大学 特命教授	
	江 藤 公 彦	日本銀行福井事務所 所長	
	南 保 勝	福井県立大学 教授	会長
	山 下 裕 己	福井新聞社 参与・特別論説委員	
	山 本 雅 代	仁愛大学 准教授	
【消費者代表】			
	齋 藤 啓 子	鯖江市くらしをよくする会 副会長	
	豊 嶋 美 代 子	福井県消費者グループ連絡協議会 会長	
	美尾谷 清 美	敦賀市消費者連絡協議会 副会長	
	山 崎 富美恵	JA 福井県女性組織協議会 顧問	
	山 場 眞理子	勝山市消費者団体連絡協議会 会長	
【事業者代表】			
	歌 門 敬 二	(社) 福井県建築士会 会長	
	友 本 正 己	福井県生活衛生同業組合連合会 会長	
	坪 田 隆 義	福井県経済農業協同組合連合会 常務理事	
	宮 崎 和 彦	福井県商工会議所連合会 理事	
	村 中 文 子	福井県商工会女性部連合会 会長	
		計 15 名	

困ったときは一人で悩まず、まず相談！



消費者ホットライン

※地方公共団体が設置している
最寄りの消費生活センターや
消費生活相談窓口をご案内します。

いやや！
☎ 188 泣き寝入り！
と覚えてね

市町の消費生活相談窓口

福井市消費者センター	0776-20-5588		
敦賀市消費生活センター	0770-22-8115		
小浜市消費生活相談室	0770-53-1140		
大野市消費者相談センター	0779-66-1111		
勝山市消費者センター	0779-88-8103		
鯖江市消費者センター	0778-53-2204		
あわら市消費者センター	0776-73-8017		
越前市消費者センター	0778-22-3773		
坂井市消費者センター	0776-50-3030		
永平寺町	0776-61-3941	池田町	0778-44-8003
南越前町	0778-47-8000	越前町	0778-34-8700
美浜町	0770-32-6703	高浜町	0770-72-7703
おおい町	0770-77-1111	若狭町	0770-45-9126

県の消費生活相談窓口

福井県消費生活センター 相談日時：平日、土日 9時～17時 (年末年始と祝日は除く)	0776-22-1102 〒910-0858 福井市手寄1丁目4-1 AOSSA 7階
福井県嶺南消費生活センター 相談日時：平日、土日 9時～17時 (年末年始と祝日は除く) ※第3日曜日は休館	0770-52-7830 〒917-0069 小浜市小浜白鬚112 つばき回廊業務棟 3階

福井県消費者教育推進計画

平成28年3月発行

発行 福井県安全環境部県民安全課
福井県福井市大手3丁目17番1号
TEL : 0776-20-0287



福井しあわせ元気国体 2018
福井しあわせ元気大会 2018

第73回 国民体育大会 / 第18回 全国障害者スポーツ大会 織りなそう 力と技と美しさ

