

柏市消費者教育推進計画(案) (H30.2.19)

さあ、踏み出そう！「消費者市民社会」へ



平成30年4月

柏市

※注意：平成30年度以降の課名で記載しています。

目 次

第1章 はじめに(計画の基本的な考え方).....	3
1 計画の趣旨	
2 計画の目標	
3 計画の対象期間	
4 計画の位置付け	
第2章 消費者を取り巻く現状と課題.....	6
1 柏市における消費生活相談の状況	
2 消費者教育の現状と課題	
第3章 消費者教育の基本的な方向性(重点目標).....	17
1 基本的な方向性(重点目標)	
2 重点目標達成に向けた施策体系図	
3 柏市版消費者教育の体系イメージマップ	
4 数値目標(成果指標)	
5 年度別重点推進領域	
第4章 それぞれの場での施策展開.....	23
1 ライフステージや場に応じた体系的な消費者教育の推進	
2 消費者教育を担う人材の育成・効果的な情報発信機能の強化	
3 多様な主体(行政・警察・地域団体・消費者団体・事業者等)との連携	
第5章 今後の消費者教育の計画的な推進.....	34
1 消費生活センターの消費者教育推進機能の強化	
2 推進体制(連携の形)	
第6章 資料編.....	36
1 消費者教育アンケート結果	
2 関係部署との連携について	
3 消費者教育を推進するための主な主体と役割	
4 柏市の消費者教育のあゆみ	
5 柏市消費者教育推進計画策定までの経過	
6 消費者教育の推進に関する法律(消費者教育推進法)	
7 消費者教育の体系イメージマップ(消費者庁)	
8 学習指導要領における消費者教育に関する主な内容(文部科学省資料)	

第1章 はじめに(計画の基本的な考え方)

1 計画の趣旨

本市では、高度経済成長がもたらした様々な消費者問題の解決に向けて、昭和45年に消費生活相談業務を開始、昭和50年に消費生活センターを開設、消費者行政の拠点として様々な取り組みを進めてきました。

また、本市消費者教育啓発事業の一つとして、平成3年に「柏市消費者教育推進連絡会」を設置、消費生活センターと教育委員会関係部署と意見交換を行いながら、学校を主体とした「消費者教育」を実践してまいりました。

しかし、近年、消費者をめぐる環境は厳しいものがあり、少子高齢化及びインターネットの普及に伴う高度情報化、グローバル化の進展等により、消費生活と経済社会との関わりが多様化・複雑化しています。さらに、家庭・地域のつながりが弱まる中、消費者被害も多様化・深刻化しています。

従って、子どもから高齢者までのあらゆる世代で誰もが消費者トラブルに巻き込まれる恐れがあり、市民が消費生活に関する正しい知識と的確な判断力を身に付け、実際の生活の中に活かしていくことが今まで以上に必要となっています。

このような中、平成24年12月に消費者教育を総合的・一体的に推進し、消費者の自立支援を目的とする「消費者教育の推進に関する法律（以下「推進法」という。）」が施行され、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¹が定義され、地方公共団体においては、「消費者教育推進計画」を定めることが努力義務とされました。

今後の消費者教育は、消費者の被害防止のための教育にとどまらず、社会の消費者力向上を目指すべきものと考えるとともに、さらに、消費者がどこに住んでいても、消費者教育が受けられるように、幼児期から高齢期までの全生涯を通じて、各時期に対応し、また家庭、地域、学校、

¹ 消費者市民社会とは、消費者一人ひとりが社会の一員としての自覚を持ち、よりよい社会を実現するために、自分の消費行動について考え、商品やサービスを適切に選択できる社会のことです。

自分のことだけでなく、社会全体のことや、未来の地球のこと(限りある資源を守り、生態系を維持すること等)まで考えて行動する社会のことです。

職域等，様々な場においても推進する必要があると考えます。

こうした諸課題を解消するため，市民（消費者），消費者団体，地域団体，事業者等，様々な担い手（主体）が連携し，知恵を出し合いながら消費者が自らの消費生活の安全・安心の確保と向上を目指すとともに，消費者市民社会を実現できるよう，「柏市消費者教育推進計画」を策定します。

2 計画の目標

本計画を推進することにより，消費者市民社会の実現を目指します。

このために，本市においては，「賢い消費者となって消費者被害を未然に防ぐ」とともに，「消費者の行動が及ぼす影響力を理解して，自ら学び，考え，行動できる，自立した市民づくり・地域づくり」を目標とします。

3 計画の対象期間

計画の期間は，平成30年度から平成34年度までの5年間とします。

なお，社会状況の変化や法制度の改正等によって，修正又は見直しの必要が生じた場合，柏市消費者行政推進協議会及び柏市消費者教育推進連絡会の意見を聞き，必要に応じて計画の見直しを行うものとします。

4 計画の位置付け

本計画は，柏市の消費者教育を総合的に推進するため，推進法第10条第2項に規定された「市町村消費者教育推進計画」として策定するものです。策定に当たっては，国の基本方針²及び「千葉県消費者教育推進計画」³を踏まえるとともに，本市の上位計画である「柏市第五次総合計画」⁴及び関連計画との整合を図りながら策定します。

² 消費者教育推進法第9条の規定に基づき，平成25年6月に，「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（以下「基本方針」といいます。）が閣議決定されました。

³ 平成29年4月策定

⁴ 平成28年3月策定（基本構想期間は平成28年度から平成37年度，前期基本計画期間は平成28年度から平成32年度。）

【参考：柏市第五次総合計画 37 頁 施策体系から抜粋】

- ・ 分野：安全・安心
- ・ 施策：消費者の安全・安心の確保
- ・ 取組：消費者の自立支援体制の整備，
消費者問題解決力の高い地域社会づくり

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

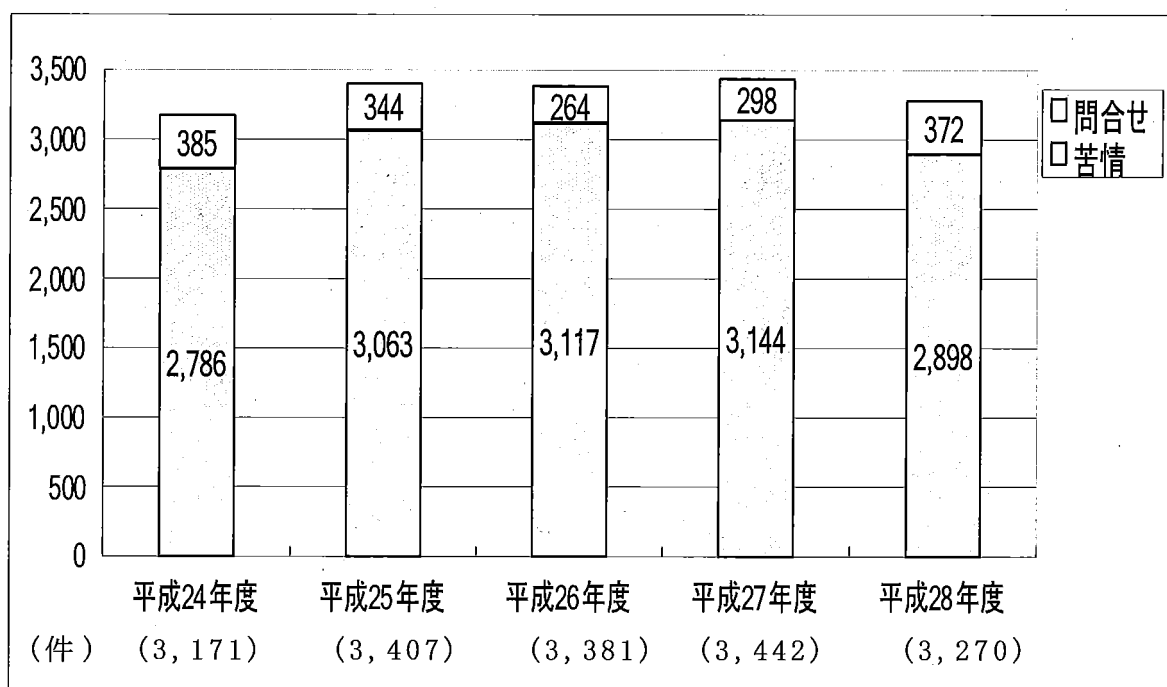
本計画の策定にあたっては、本市における消費生活相談や消費者教育に関する状況を把握するために、平成28年度にアンケート調査（市民、学校教職員、事業所アンケート）を実施しました。以下では、本市の消費生活相談の状況や、アンケート調査結果等についてまとめ、課題を整理しました。

1 柏市における消費生活相談の状況

(1) 消費生活相談件数の推移

全国的に架空請求が急増した平成16年度をピークに減少傾向にあった消費生活相談件数ですが、直近5年間の相談件数は、概ね3千件程度で推移しています。

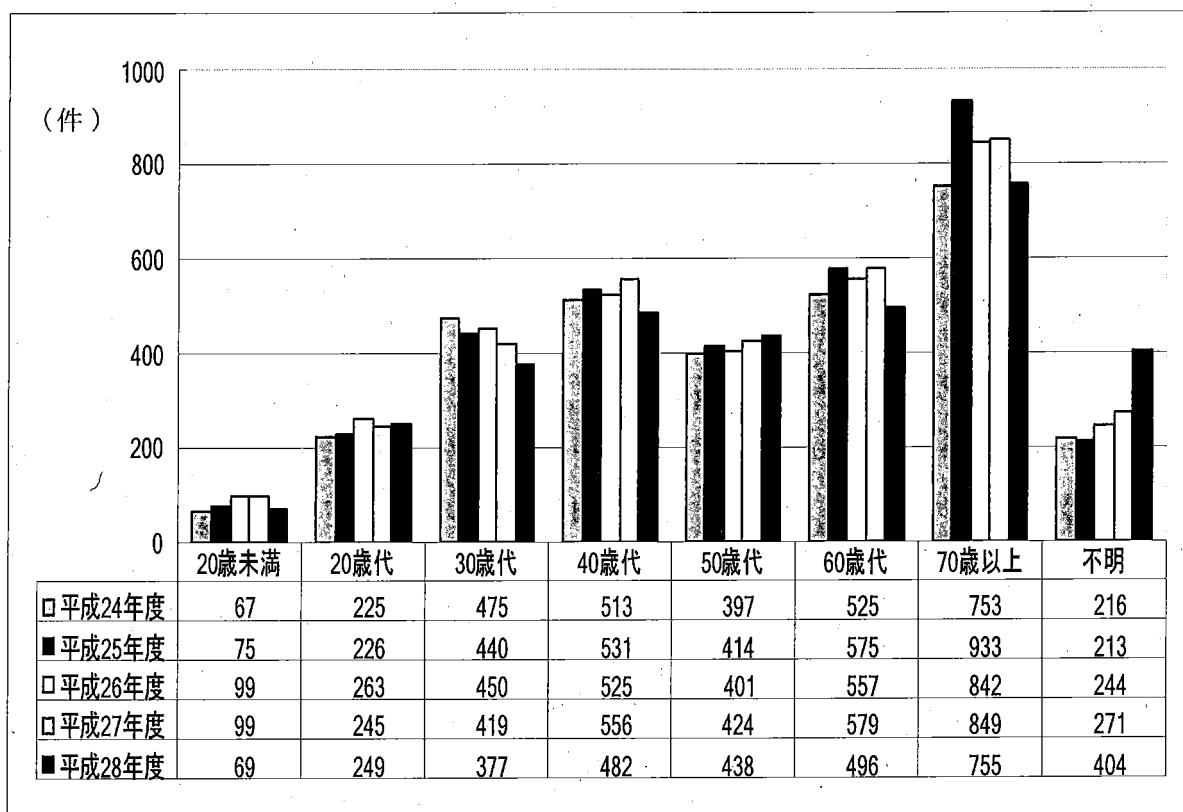
[相談件数の推移(平成24-28年度)]



(2) 契約当事者の年代別消費生活相談件数の推移

契約当事者の年代別の消費生活相談件数の推移を見ると、平成25年度に70歳以上の相談件数が大幅に増加、平成26年度は減少したものの、平成27年度以降の相談件数に占める割合は、70歳以上が最も大きな割合を占め、次いで60歳代となっています。

[契約当事者の年齢別相談件数の推移(平成24-28年度)]



(3) 多く寄せられる消費生活相談内容

平成28年度における年代別の特徴を見ると、携帯電話、パソコン等からインターネットを通して得られる情報である「デジタルコンテンツ」に関わる相談が、全ての年代で多くなっています。

[契約当事者年代別 相談件数上位5品目(平成28年度)]

(件)

順位	20歳未満	件数 増減	20歳代	件数 増減	30歳代	件数 増減	40歳代	件数 増減
1	デジタルコンテンツ	24 Δ30	デジタルコンテンツ	49 Δ6	デジタルコンテンツ	59 Δ26	デジタルコンテンツ	116 Δ25
2	野菜飲料	3 +3	商品一般	15 +8	賃貸アパート	25 Δ11	賃貸アパート	17 Δ16
3	ビジネス教室	3 +3	賃貸アパート	12 Δ7	フリーローン・サラ金	14 +7	フリーローン・サラ金	17 Δ1
4	商品一般	2 +2	モバイルデータ通信	8 +3	相談その他	12 +5	クリーニング	12 +7
5	他の健康食品	2 Δ5	他の健康食品	6 +5	光ファイバー	11 +1	普通・小型自動車	11 +6

順位	50歳代	件数 増減	60歳代	件数 増減	70歳以上	件数 増減
1	デジタルコンテンツ	115 Δ1	デジタルコンテンツ	118 Δ38	デジタルコンテンツ	121 +2
2	フリーローン・サラ金	14 +8	商品一般	24 +9	商品一般	50 +6
3	賃貸アパート	11 Δ1	相談その他	24 +14	相談その他	47 +19
4	商品一般	10 Δ8	修理サービス	16 +6	修理サービス	22 +2
5	他の健康食品	9 +9	役務その他サービス	12 +4	普通生命保険	14 +1

※ 件数が同数の場合も、便宜上、順位の割り振りをした。また、増減は前年度からの増減数を示した。

【参考：デジタルコンテンツの相談例】

「利用した覚えのないサイト利用料を請求するメールが届いた」等の「架空請求」や、「無料だと思い閲覧したら、突然“有料会員登録完了”となり、高額料金を請求された」等の不当請求と思われる「アダルト情報サイト」に関する相談。

(4) 千葉県内⁵及び全国中核市の消費生活センター⁶との比較

平成28年度の本市の消費生活相談件数は3,270件で、千葉県内37市中、上位第3位、また、全国中核市48市中での比較では、平成27年度人口千人当たりの相談件数は、8.4件で、上位第8位の水準となっています。

2 消費者教育の現状と課題

消費者教育の現状を把握するためのアンケート（市民、学校教職員、事業所アンケート）の考察は、以下のとおりです。

なお、アンケート結果の概要は、資料編（37－40頁）を参照してください。

⁵ 千葉県内37市には、31か所の消費生活センターが設置されています（平成29年4月1日現在）。

⁶ 中核市（48市）の全てに、消費生活センターが設置されています（平成29年4月1日現在）。

(1) アンケートの調査期間及び回答者

調査期間：平成28年11月15日から平成29年1月31日

回答者：市民アンケート 1,406人

学校教職員アンケート 770人

事業所アンケート 48事業所

(2) アンケートからの考察

ア 「市民アンケート」からの考察

(ア) 消費者トラブルにあった場合の相談先

現状◇消費者トラブルにあった場合の相談先は、「家族、親族」

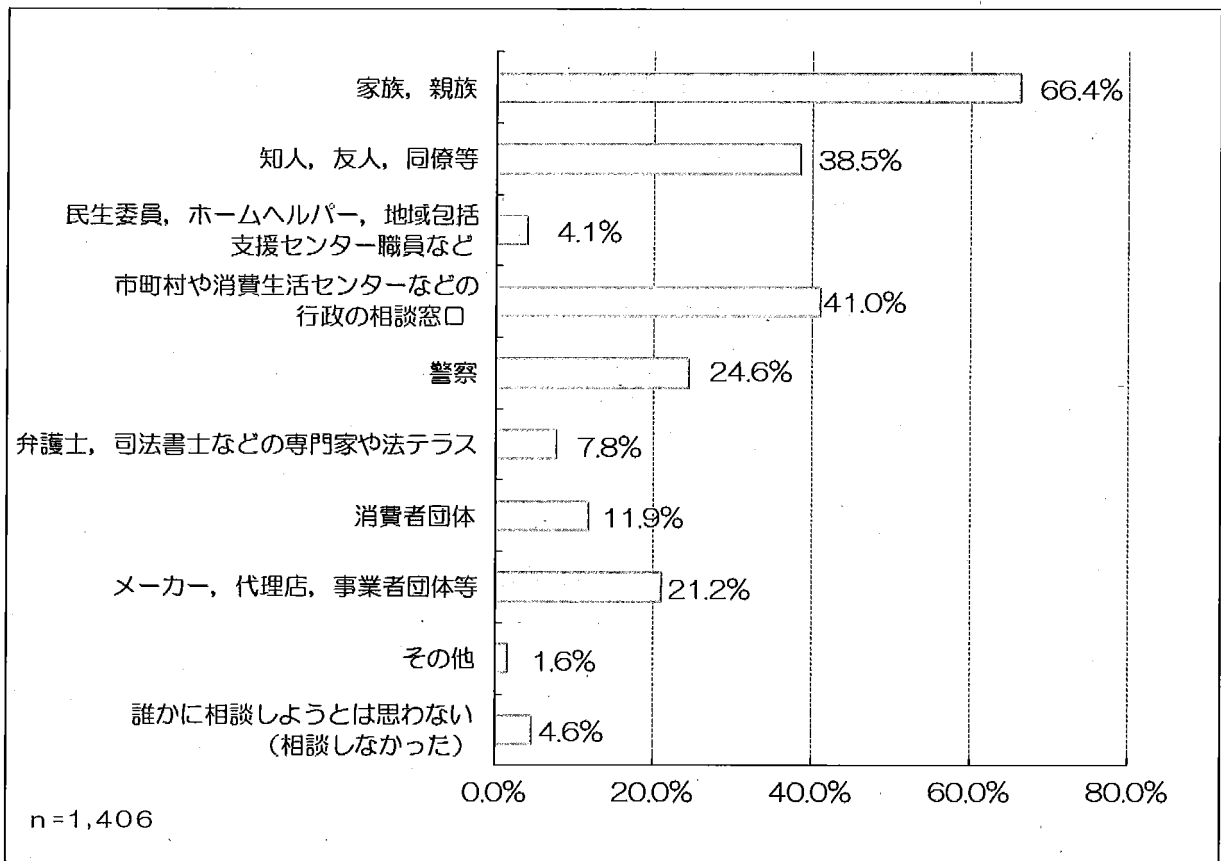
(66.4%)が最も多く、次いで「市町村や消費生活センターなどの行政の相談窓口」(41.0%)、「知人、友人、同僚等」(38.5%)でした。

◇「誰かに相談しようとは思わない(相談しなかった)」は4.6%(65人)と少ないのですが、その理由として、「どこに相談すればよいか、分からないから」(25人)及び「自分自身で解決できるから」(22人)が多数を占めていました。

課題◆消費者トラブルにあった際に「自分自身で解決できる」人を増やすことや、「家族、親族」から相談を受けたときに、適切な助言や解決法を知っていることが早急なトラブル対処につながると推察されます。

また、「どこに相談すればよいか分からないから」(25人)の理由に対して、相談によって解決できる場合もあると思われるため、消費生活センターにおける相談窓口の周知向上が必要と考えます。

■問 消費者トラブルにあった場合、誰に相談しました（しようと思います）か。



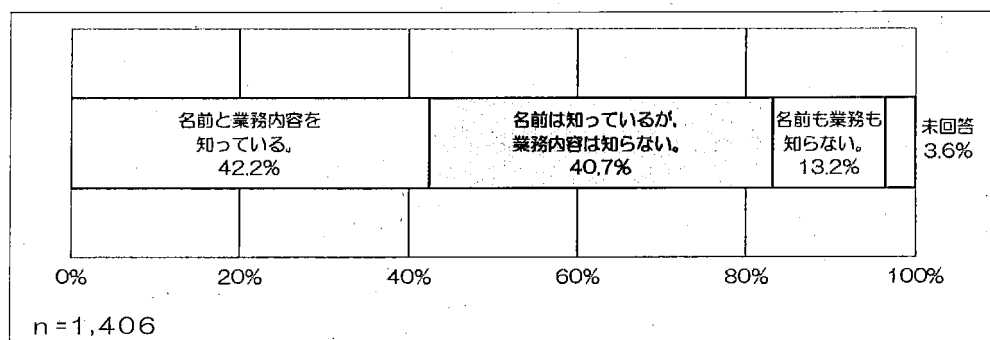
(イ) 消費生活センターの認知度と利用したいもの

現状◇消費生活センターの「名前と業務内容を知っている。」(42.2%), 「名前は知っているが, 業務内容は知らない。」(40.7%)を合わせると, 名前を知っている人は8割以上になります。しかし, 業務を知らない人は, 「名前も業務も知らない。」(13.2%), 「名前は知っているが, 業務内容は知らない。」(40.7%)を合わせると53.9%と半数を超えています。

課題◆消費生活センターの業務内容の周知向上が必要と考えます。

また, 消費生活センターに期待される役割としては, 消費者トラブルの際の「相談支援」のため, 今後も相談事例を広報, チラシ及びホームページ等で周知することで, 併せて, トラブルの未然防止につながる情報も提供できると推察されます。

■問 あなたは「消費生活センター」を知っていますか。



(ウ) 消費生活に関する情報を知ってもらうために必要なこと

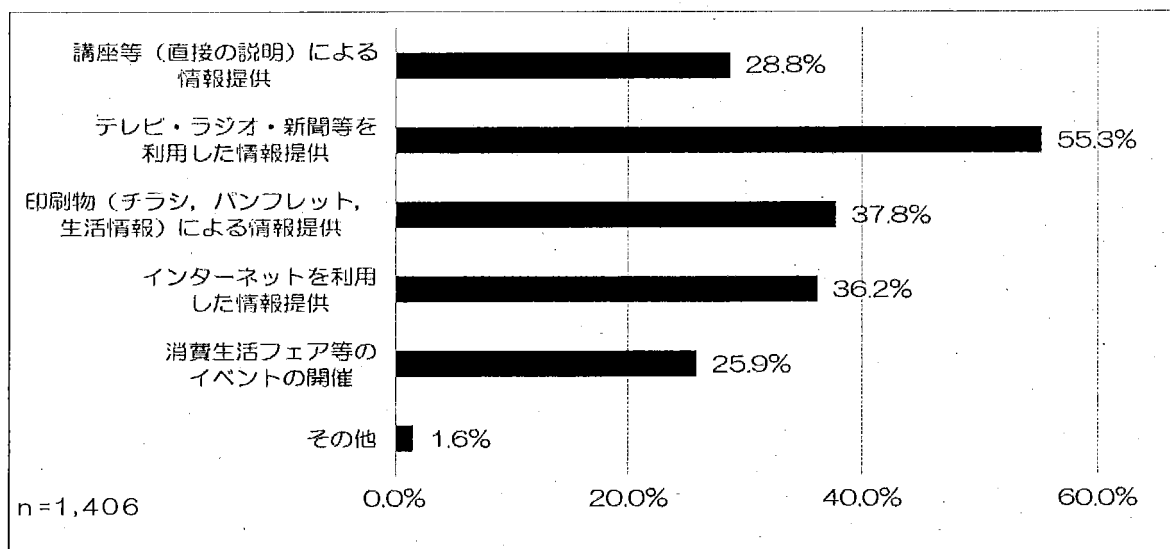
現状◇消費生活に関する情報を知ってもらうために必要なことは、

「テレビ・ラジオ・新聞等」（55.3%）が最も多く、次に「印刷物（チラシ、パンフレット、生活情報情報）」（37.8%），「インターネット」（36.2%）と続きました。

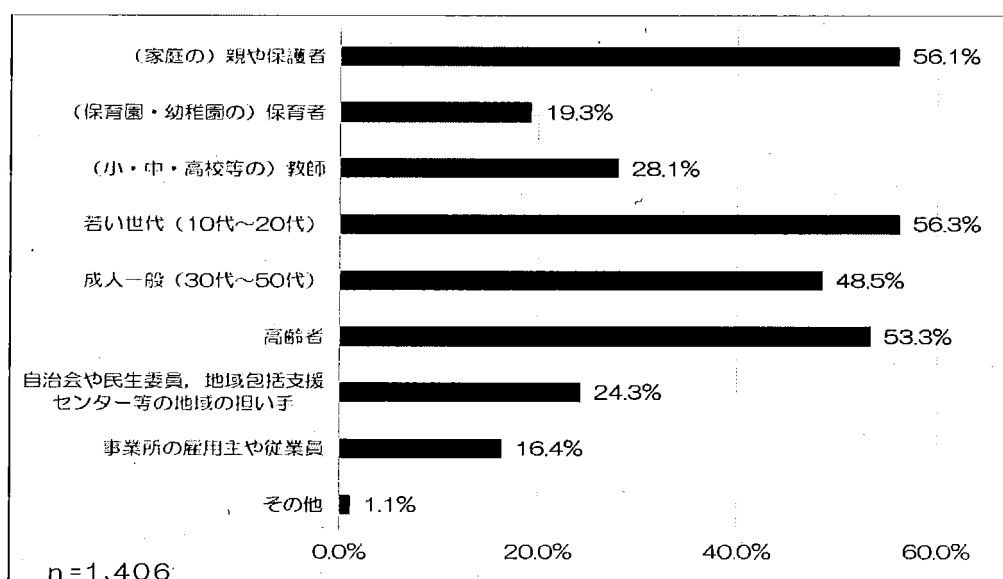
◇誰に知ってもらうことが重要かについては、「若い世代（10代～20代）」（56.3%），「（家庭の）親や保護者」（56.1%），「高齢者」（53.3%）の3項目において、半数を超えました。

課題◆本市単独によるテレビ・新聞等での情報提供は困難と考えるため、「若い世代」，「親や保護者」及び「高齢者」のそれぞれに伝わる方法での情報提供を工夫する必要があると考えます。（例，電子メール・SNS等の活用，消費生活コーディネーター等の啓発活動の充実等。）

■問 今後、消費生活に関する情報を広く知ってもらうためには、どのようなことが必要だと思いますか。



■問 今後、消費生活に関する情報を誰に知ってもらうことが重要だと思いますか。



イ 「学校教職員アンケート」からの考察

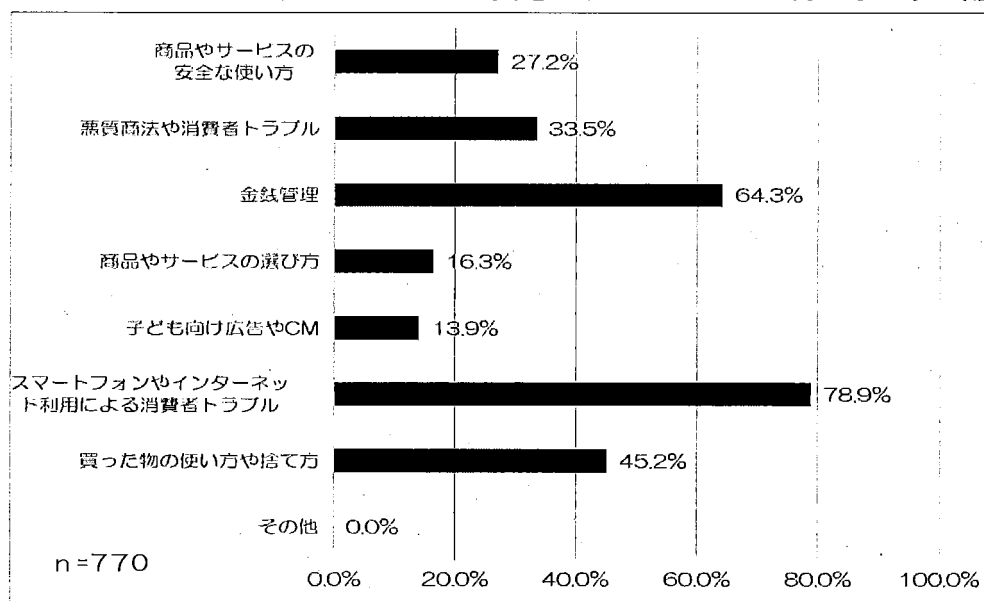
(ア) 子どもたちの消費生活について、どう考えるか

現状◇子どもたちの消費生活について、「憂慮されていることがある」との回答は約6割(59.7%)で、「憂慮されていること」としては、スマートフォンやインターネット利用による消費者トラブル、金銭管理が挙げられました。

課題◆このため、スマートフォンやインターネット利用による消費者トラブル、金銭管理について、憂慮を取り除く対策を講じること(学校教職員・保護者への情報提供等)が必要と考えます。

■問 憂慮が「ある」とお答えの方にお伺いします。

子どもたちの消費生活について憂慮されていることは何ですか。(複数回答)



(イ) 学校で消費者教育を行っていく上での問題点

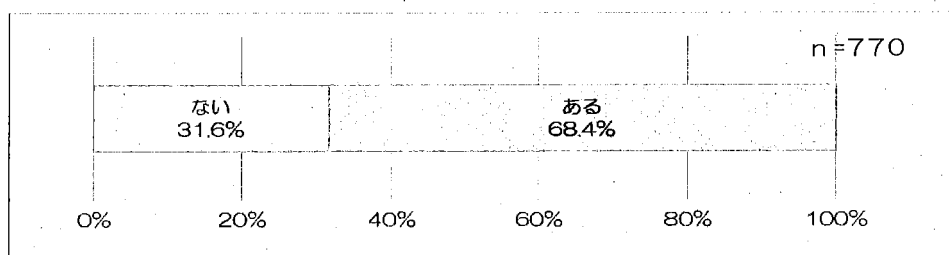
現状◇学校で消費者教育を行っていく上で、「問題がある」との回答は約7割（68.4%）でした。その内容は、「教材がない、または不十分である」、「いつ、だれが、どの教科で実施するのかわからない」が挙げられました。

◇本市では、教育委員会、学校（小・中・高等学校）及び消費生活センターの連携する「柏市消費者教育推進連絡会」を設置し、消費者教育の視点を持った授業開発や事例集の発行等を通して消費者教育の実践を目指しています。

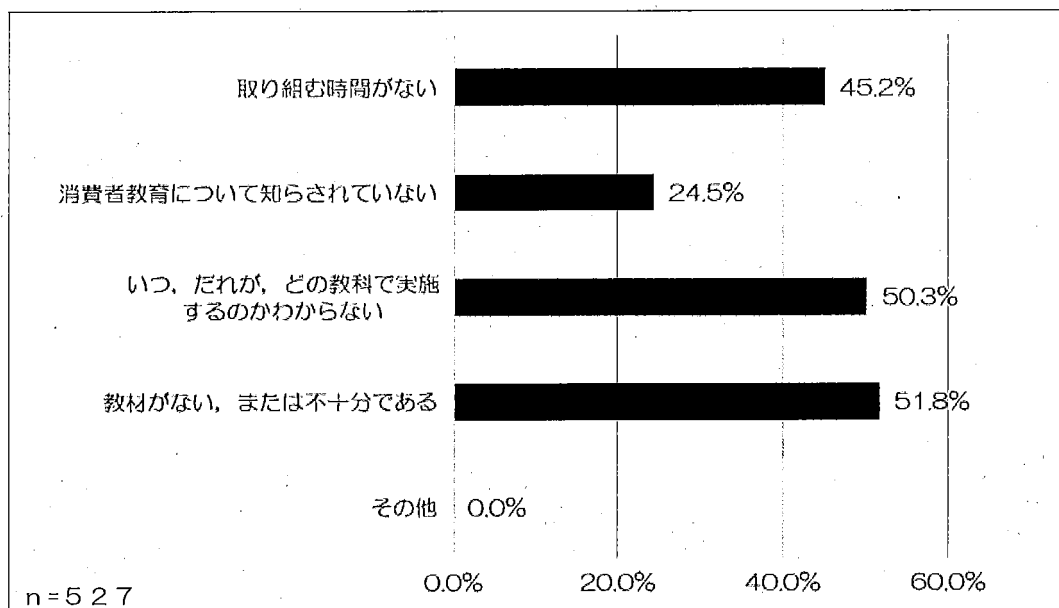
しかし、この連絡会の活動内容について、約8割（80.8%）が「知らない」と回答しました。

課題◆学校で消費者教育を行うための教材（実践事例集・DVD等）についての情報提供が、より一層必要と考えます。

■問 学校で消費者教育を行っていく上で、問題がありますか。



■問 前問で「ある」とお答えの方にお伺いします。
学校で消費者教育を行っていく場合の問題は何ですか。（複数回答）



(ウ) 消費者教育を行う場合に協力してほしい人や機関

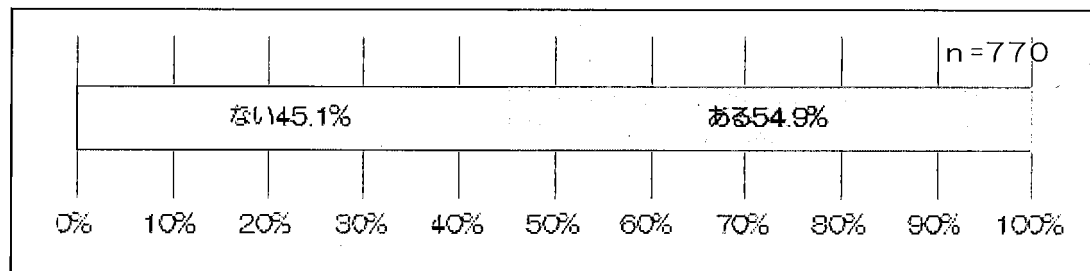
現状◇消費者教育を実施する場合、協力してほしい人や機関が「ある」との回答が54.9%で、協力してほしい人・機関として、事業者、行政、家庭が挙げられました。

◇「ある」と答えた人の自由回答を「小・中・高等学校」ごとに分けたところ、小学校では「金銭教育」、中学校では「ネットモラル」の協力の希望が多くありました。

また、共通して、「専門家からの事例や説明」、「家庭教育の必要性」及び「具体的な指導教材が欲しい」という回答が多くありました。

課題◆消費者教育の担い手となる事業者、行政、家庭との連携を図ることが必要と思われ、今後、具体的な資料の提示や、効果的な連携方法についての検討及び実践が重要と考えます。

■問 消費者教育を実施する場合、協力してほしい人や機関はありますか。



ウ 「事業所アンケート」からの考察

(ア) 今後取り組むことが可能な消費者教育の方法

現状◇従業員に対して消費者問題に関する啓発（消費者教育）を、「行っていない」事業所が約8割（77%）でした。

◇今後取り組むことが可能な消費者教育の方法（選択式）としては、「チラシやパンフレットの職場内回覧」（46%）、「チラシやパンフレットの配布」（46%）が挙げられました。

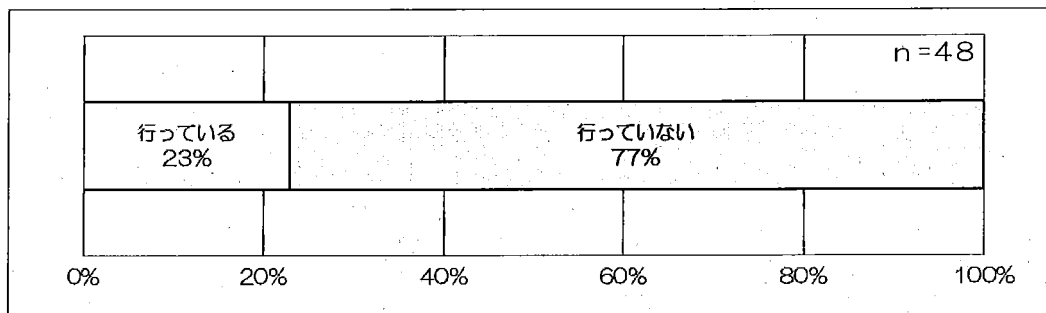
課題◆事業所が必要とするチラシやパンフレットによる情報提供を行うことによって、事業所における消費者教育が進むものと推察されます。

また、携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するト

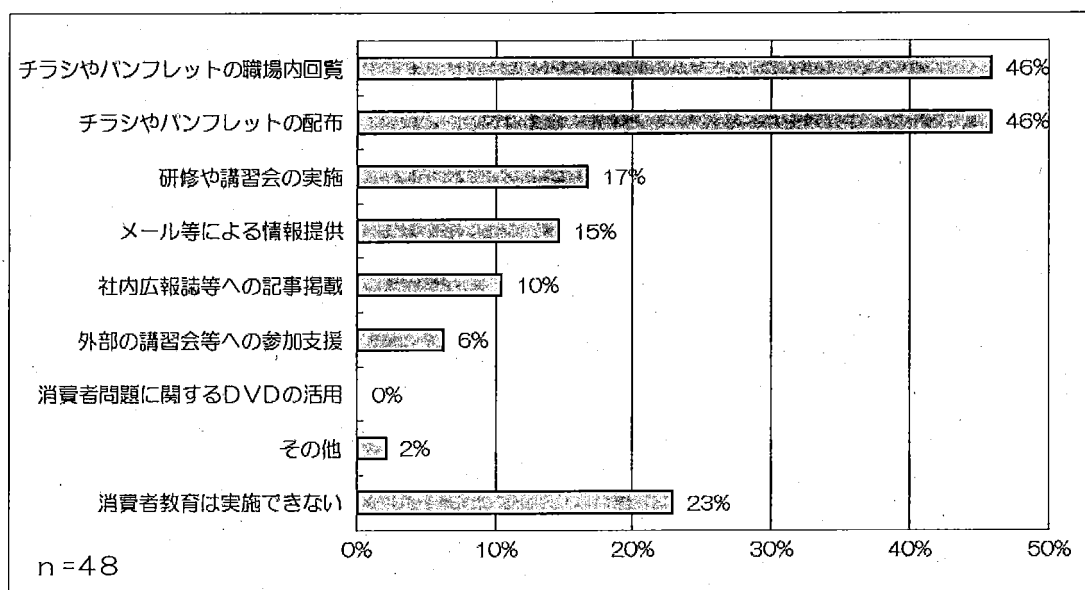
ラブル，悪質商法に関する情報提供又は消費者講座（出前講座等）を消費生活コーディネーター及び地域住民等と連携して実施することにより，消費者教育に関心を持ってもらうことは，従業員のみならず，地域住民にとっても有効であると考えます。

（※アンケート結果の数値は，100 以下のため，小数点以下を四捨五入しました。）

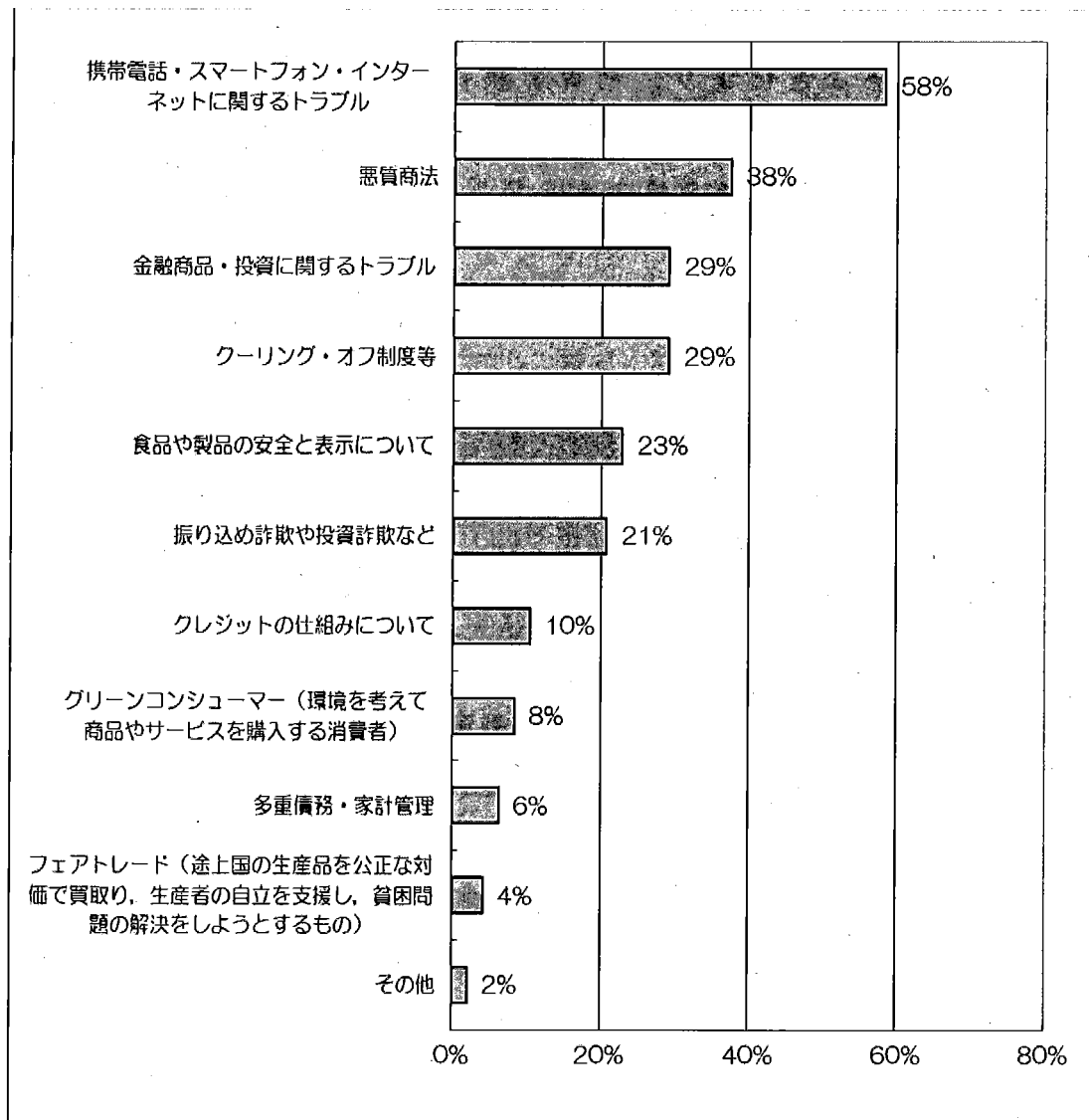
■問 消費者問題に関する啓発（消費者教育）を行っていますか。



■問 今後取り組むことが可能な消費者教育の方法は何ですか。当てはまるものをいくつでもお選びください。



■問 消費者教育を行う場合に取り上げたいテーマは何ですか。（3つまで）



第3章 消費者教育の基本的な方向性(重点目標)

1 基本的な方向性(重点目標)

本市では、学校、地域、家庭、職域と様々な場において、教職員、消費者団体、地域関係者、事業者・事業者団体、消費生活相談員及び消費生活コーディネーター等の担い手により、これまでも消費者教育の取り組みが行われてきましたが、未だ十分とは言えない状況にあります。

そのため、本市では、様々な「場」や「担い手」により、消費者教育の取り組みがさらに充実すること、また新しい取り組みが市内全体へ広がることを目指して、消費者教育を推進するための「まちづくり」「人づくり」を、本計画に沿いながら、支援していきます。

ここでは、第2章で整理した課題から、今後、目指すべき方向性（重点目標）として、三つの柱を掲げます。

なお、この「方向性（重点目標）」は、急激な社会情勢の変化や計画の進捗状況、国の消費者教育に関する施策の動向等を踏まえ、必要に応じて見直しを行うこととします。

(1) ライフステージや場に応じた体系的な消費者教育の推進

消費者教育は、対象が広範囲であり、消費生活のあらゆる領域に関連しますが、国の基本方針に従い、その対象領域を①消費者市民社会の構築、②商品等やサービスの安全、③生活の管理と契約、④情報とメディアの4つに分類、さらに幼児期から高齢期までの各ライフステージの発達段階ごとに身につける目標を設定することで、体系的な消費者教育を目指します。（資料編 63 頁、「国の消費者教育の体系イメージマップ」参照。）

また、柏市では、学校における消費者教育を推進してきたことを重視し、学校教育を中心とした「柏市版消費者教育の体系イメージマップ」（21 頁参照）を作成しました。

国の基本方針における対象領域と消費者教育が育むべき力（目標）

対象領域	消費者教育が育むべき力（目標）
消費者市民社会の構築	・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
商品等やサービスの安全	・商品等やサービスの情報収集に努め，安全性に関する表示等を確認し，危険を回避できる力 ・商品等やサービスによる事故・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に行動できる力
生活の管理と契約	・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をすることができる力 ・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，トラブルの回避や事業者等に対して補償，改善，再発防止を求めて適切に行動できる力
情報とメディア	・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ることができる力 ・情報，メディアを批判的に吟味して，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（メディアリテラシー）を身につけ，活用できる力

（2）消費者教育を担う人材の育成・効果的な情報発信機能の強化

ライフステージや場に応じた体系的な消費者教育の推進にあたっては，行政だけでなく，地域の各種団体，学校，事業者等，様々な担い手が消費者教育において，実際に期待されている役割の理解が深められるように，消費生活センター等が中心となって働きかけを行っていきます。

特に，本市独自の制度で，地域における担い手である「消費生活コーディネーター」・「消費生活サポーター」，消費生活センターにおける担い手である「消費生活相談員及び消費者教育相談員」，学校における

担い手である「学校教職員」等を中心に、持続的な消費者教育の推進を目的とした人材育成の充実と、地域・学校等における啓発事業の活性化による消費者教育の理解・促進を図ります。

また、消費者教育を効果的に進めていくためには、国・県・関係機関等から幅広い情報を収集するとともに、消費生活センターにおける相談内容をデータ分析し、消費者トラブル未然防止につながる情報を地域・学校へ有効かつ迅速に活用・提供していくために、市広報・ホームページ等を通じた情報発信の充実に努めます。

さらに、地域・学校及び様々な「場」の特性に応じた啓発リーフレット・ちらし及びDVD等の効果的活用の推進を図ります。

(3) 多様な主体(行政・警察・地域団体・消費者団体・事業者等)との連携

消費者教育は、私たちの暮らしの中で、ありとあらゆる消費生活に関わりがあり、対象・内容も多岐に渡り、消費生活センターだけで対応することは困難です。

そこで、警察・消費者団体・事業者等の関係機関が有する消費生活に関する様々な情報を共有し、消費者被害の未然防止と消費者市民社会の形成に効果的に生かせるよう、多様な主体との連携を図ります。

また、公正で持続可能な社会の実現に参画できる消費者の育成に向け、環境教育、食育、国際理解教育及び金融教育等、消費者教育と同様に人や社会・環境に配慮した消費行動（倫理的消費）の理解の促進を図ります。

2 重点目標達成に向けた施策体系図

消費者市民社会の実現に向けて

1 ライフステージや場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
- ・ 地域・家庭における消費者教育の推進
- ・ 職域における消費者教育の推進

2 消費者教育を担う人材の育成・効果的な情報発信機能の強化

- ・ 地域人材（消費生活コーディネーター等）の育成・活動支援
- ・ 消費生活相談員及び消費者教育相談員の育成
- ・ 学校教職員への動機付け及び実践への支援
- ・ 消費者教育の効果的な情報発信機能の強化

3 多様な主体（行政・警察・地域団体・消費者団体・事業者等）との連携

- ・ 関係部署との連携
- ・ 地域との連携
- ・ 消費者団体との連携
- ・ 事業者等との連携

3 柏市版消費者教育の体系イメージマップ

柏市版消費者教育の体系イメージマップ

計画の目標		消費者教育の場					職業	
		地域					職域	
		学校、園、社会教育施設						
		家庭						
重点領域	各期の特徴 (留意の点に配慮する)	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期 成人一般	特に高齢期	
		家庭などを中心に消費生活を送る時期 (思わぬ商品事故に周囲の人の注意が必要な時期)	家庭などを中心に消費生活を送る時期	家庭などを中心に消費生活を送る時期	消費者として自立を始める時期	精神的、経済的に自立した消費生活を送る時期 (成人すると、社会経験が少ないうえに思わぬ商品事故に狙われる時期)	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 (悪質商法に狙われる時期／注意が必要な時期)	
消費者市民社会の構築	人、社会、環境、未来を考えた消費生活を送る力(持続可能な消費)	買い物に関心を	消費をめぐめる物と金銭の流れを知り、消費者の行動との関わりを考える				人、社会、環境、未来を考えた消費生活を送る。よりよい方法を伝える	
	消費者の影響を理解し、行動する力(消費者市民社会)	物を大切に	消費生活と環境、資源及びエネルギーとの関わりを知り、消費生活に生かす				消費者問題、消費者被害を減らすために積極的に行動する	
	商品に安全に使用する力	協力の大切さに気付く	消費者問題に目を向け、消費者としてできることを考え、実行する					
	安全な商品を選択する力	安全に関する注意を守る	商品を買うときや使うときに安全に配慮する／商品の危険有害情報に関心をもち、伝える					
契約・金銭管理・生活設計	契約の仕組みを理解する力	商品を使用して怪我をしたときや危険だと思ったことを、信頼できる大人に知らせる						
	消費者トラブルに対応する力	買い物のマナーや約束を守る	商品による危険や危害に関する相談機関を知り、活用する					
	生活設計し、金銭を管理する力	困ったときは信頼できる大人に知らせる	契約の決まりを知る、契約の内容を確認し、よく考えてから契約する					
			販売方法の特徴、契約トラブル解決の法律や制度、相談機関を知り活用する／消費者被害の情報を待つ、伝える					
情報社会対応	消費生活情報を評価し、活用する力	買ってみたい、買いたい物があるとき、欲しい理由を考える	将来を見据えた生活設計を考える／計画的な暮らしをする					
		物や金銭の大切さに気付き、使い方を考えて実践する						
		消費生活情報について、発信の目的と特徴に気付き情報の内容を評価する／情報を適切に活用し、意思決定に生かす						
	情報モラルを理解し、活用する力	情報の収集、発信の技能を身につけて適切に行う	情報の収集、発信を適切に行う					
		自分の物に名前を書き大切に扱う 他の人の物を大切に扱う						
		知らない人に聞かれたときは、家族や友だちのことを教えないようにする 聞かれても、言いたくないことは言わなくてよいことを理解する						
		個人情報、著作権、肖像権及び情報発信の責任を理解し、注意して行動する						

4 数値目標（成果指標）

本計画を推進する効果の指標として、目標年までの数値目標を以下のとおりとします。なお、計画策定4年目（33年度）にアンケート調査を行い、その数値を図るものとします。

- 1 消費生活センターの業務内容を知っている割合
42.2%⇒65%（市民アンケート・11頁図参照）
- 2 学校で消費者教育を行っていく上で問題がないと答える割合
31.6%⇒50%（学校教職員アンケート・13頁図参照）
- 3 事業所で消費者問題に関する啓発（消費者教育）を行っている割合
23%⇒35%（事業所アンケート・15頁図参照）

5 年度別重点推進領域

本計画の年度ごとの重点推進領域を以下のとおりとします。

（21頁「柏市版消費者教育の体系イメージマップ」参照。）

	年度	特に推進する 領域及び対象	推進方法
1年目	30年度	・「契約・金銭管理・生活設計」 「情報社会対応」 ・高齢者、幼児期～高校生期 を中心に	・インターネットを使った効果的な周知の確立 （市民・学校教職員向け） ・学校教職員への研修講座開催の検討 ・市民向け啓発チラシの見直し、検討 ・高齢者見守り体制の確立
2年目	31年度	・「契約・金銭管理・生活設計」 「情報社会対応」 ・高齢者、幼児期～高校生期 を中心に	・チラシ、リーフレット配布先の拡充（小・中・高等学校、大学、幼稚・保育園、事業所等） ・市民向け消費者講座の拡充 ・インターネットトラブル対応の拡充 ・高齢者見守り体制の拡充
3年目	32年度	・「消費者市民社会の構築」 「商品安全」 ・全世代対象	・連携先及び相談先のデータベース化 ・前期2年間を振り返り、未実施部分について 見直し検討・実施
4年目	33年度	・「消費者市民社会の構築」 「商品安全」 ・全世代対象	・推進の効果を計るアンケート調査の実施 ・次期計画策定に向けての検討開始
5年目	34年度	・「消費者市民社会の構築」 「商品安全」 ・全世代対象	・次期計画策定の協議、年度末に策定

第4章 それぞれの場での施策展開

1 ライフステージや場に応じた体系的な消費者教育の推進

(1) 学校教育等における消費者教育の推進

ア 幼児期（保護者も含む）

就学前の幼児期は、消費者としての最初のステップを踏み出す大切な時期で、また、生活の場の多くが「家庭」または「地域」にあるため、家族や周囲に関心をもち、生活上のマナーやルール等を覚えていく時期にあたります。

買い物での約束事やお金の使い方等への関心を醸成するため、教材提供や講師派遣等により幼稚園や保育所等（幼稚園教諭・保育士等も含む）における担い手への消費者教育の支援を行います。

また、商品や遊具等による事故を防止するため、幼稚園や保育園等に加え、保護者に対しては出産前の段階から、また、事業者や周囲の大人に対しては、様々な機会の場を通して、商品事故に関する情報提供や講師派遣等を実施する等、子どもの安全を守るために、身の回りの危険に関する知識の普及啓発を推進します。

イ 小学生期・中学生期

小・中学校では、学習指導要領の改訂に基づき、主に社会科、公民科、家庭科及び技術・家庭科等を中心に消費者教育に関する内容が充実されました。消費者教育を、学校教育同様に、「生きる力」を身につける教育と捉え、消費生活センターに寄せられる相談情報や発達段階に応じた教材の提供をします。特に本市にあたっては、「柏市消費者教育推進連絡会」を通じた学校教職員等に対する研修、学校が開催する研修会への講師派遣等の実施を通じた、学校における消費者教育を支援します。

ウ 高校生期

高等学校でも、学習指導要領の改訂に基づき、公民科及び家庭科等を中心に消費者教育に関する内容が充実されました。成人年齢の引下げが予定されている中、生涯を見通した生活の設計管理・計画や消費

者市民社会参画への重要性，契約をめぐる問題等，消費者として主体的に判断し，責任をもって行動できる能力を育むよう，情報提供，講師派遣等を通じて支援します。

エ 大学・専門学校等

大学・専門学校等では未成年者と成年者が混在しており，消費者としての権利と責任が大きく変化するため，教材情報の提供，講師派遣を行い，新入生オリエンテーションや初年次教育等の機会に消費者教育を円滑に実施できるようにします。

また，サークル・ボランティア活動等にも働きかけ，講座等の共催やチラシ・パンフレット等の提供等，大学との「協働」事業の検討も行います。

具体的な施策		現況	平成 34 年度 までの目標
1	各教科等における体系的な消費者教育の推進	既存実施	既存内容を確認し，有用情報の提供
2	「柏市消費者教育推進連絡会」の開催及び教員の消費者教育に対する関心を高め，研修に参加できるような環境を整え，適切な教材，資料を提供することによって児童，生徒への浸透を図る	・年 3 回の開催 ・委員は，小・中・高等学校の教職員で構成	・連絡会開催時以外での有用教材の提供 ・委員に幼稚園・保育園の保育者及び大学教職員等を含む
3	幼児・児童・生徒・保護者向け啓発リーフレット・ちらし等の作成・配布	未実施	各校・各園で年 1 回の配布
4	大学入学時ガイダンス等における消費者教育出前講座の実施	未実施	各校年 1 回の出前講座開催

(2) 地域・家庭における消費者教育の推進

ア 子ども，保護者

家庭においては，保護者が子どもに対して小遣いの使い方や買い物の手伝い等を通じ，金銭や物を大切に扱うこと，また，スマートフォンやインターネット等の使い方のルール，食の安全や物の安全な使い方等の意識を身につけさせることが望ましいと考えます。

そのため、家庭教育支援講座、保護者会及びPTA活動等の多様な場を活用し、保護者向けの金銭に関する教育やインターネットの適正利用をテーマとした講座の実施を推進します。

また、子どもの消費者被害や事故防止に向けた各種情報の提供等を行います。

イ 若者

契約や取引の知識・経験が浅い若者は、悪質商法やインターネット関連の消費者被害に遭う可能性が高くなります。また、民法の成年年齢の引下げが行われた場合、これまで以上に若者の消費者被害が拡大する恐れがあり、このために、高校生までに、社会人として求められる知識を持つことができるよう支援する必要があります。

しかし、若者の殆どが就学・就労している可能性が高いため、地域社会における消費者教育との関わりが薄いのが現状です。

そのため、地域で消費者問題に取り組んでいる学生サークルと子どもたちとを連携させる等、新たな消費者教育事業も検討していきます。

ウ 成人一般

成人一般に対しては、今までも消費生活センター、消費生活相談員、消費者団体及び消費生活コーディネーター等による啓発・PR活動を実施してきました。一般的に、精神的・経済的に自立しており、消費活動の中心となっているため、消費者トラブルの当事者となるケースも多々あります。しかし、次世代のために持続可能な社会を形成していく責任を負う世代であると考えられるため、引続き、広報紙やホームページ等を活用した情報発信、各種消費者講座の開催等、消費者教育や啓発活動を積極的に行います。

エ 高齢者等

急速な高齢化・核家族化・高度情報化等の進展に伴い、多くの高齢者が「お金」、「健康」、「孤独」の3つの大きな不安を抱えて日々、暮らしていることから、インターネット関連、通信・訪問販売及び電話勧誘販売等の被害者になることが少なくありません。

こうした中、孤立しがちな単身高齢者・障がい者を地域で支えあ

う仕組みが必要とされ、既存の地域の見守りネットワーク活動の中での、消費者教育及び啓発活動の強化が求められており、消費生活センター等には、消費者教育の拠点として、地域の多様な担い手を支援し、関係機関との連携を進めていくことが期待されています。

具体的には、町会単位のサロン活動や介護予防教室等、地域で高齢者が集まりやすい場所に出向く「出前講座」の開催、民生・児童委員、介護福祉士等の福祉関係者、配食サービス等の民間事業者等、日頃から高齢者・障がい者等に個別訪問を行っている支援者等への啓発・研修、特に地域包括支援センターとの連携強化を図ります。

本市においては、「消費生活コーディネーター」が地域の消費者リーダーとして活動しています。「消費生活コーディネーター」がこれまで以上に地域コミュニティにおける消費者教育の中核的存在となり、行政と地域住民の橋渡し役として活動できるように支援します。

具体的な施策		現況	平成 34 年度 までの目標
1	消費生活情報リーフレット「消費生活センターつうしん」、ホームページ、メール配信サービス、広報かしわ等による情報発信	つうしん年 4 回発行、 メール配信 適時発信	広報かしわで 年 1 回特集ペ ージ掲載、メ ール配信サー ビスは消費トラ ブル注意報とし て月 1-2 回発信
2	消費者講座、出前講座の開催(町会、サロン、事業所等)	年 21 回 開催	年 40 回 開催
3	消費生活コーディネーターによるチラシ配布、地域活動件数	チラシ 15,000 枚 活動件数 118 件	チラシ 45,000 枚 活動件数 180 件

(3) 職域における消費者教育の推進

推進法では、事業者は従業者に対して、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されています。

事業者は、消費者から寄せられた声を事業者自らの顧客満足度の向上に生かすことはもとより、情報提供や商品、サービスの開発に

取組むことが、事業者としての活動及び社会的責任の観点からも欠かせないものです。

このため、事業者が行う社員研修等への講師派遣や、教材の貸出し、啓発リーフレットの配布等の職域における消費者教育について、行政と事業者とが連携・協働していくことが必要と考えます。

特に、新入社員向けの社会人としての基礎知識（契約・財産管理・生活設計・食生活等）や定年退職後の生活設計・消費者トラブル事例の情報提供等を検討します。

なお、本市では、柏市消費者行政推進協議会の委員として、事業者団体及び事業者の方が参加しており、まず、当該委員が所属する事業者、商工会議所等を中心に協力を依頼し、このような社会的責任を实践できるよう働きかけを行います。

具体的な施策		現況	平成 34 年度 までの目標
1	社員研修等への講師派遣	2事業者	5事業者
2	社会人（従業者）向け啓発パンフレット・ポスター等の配布	2事業者	5事業者
3	社会人（従業者）向け啓発DVDの貸出	0事業者	5事業者

2 消費者教育を担う人材の育成・効果的な情報発信機能の強化

(1) 地域人材（消費生活コーディネーター）の育成・活動支援

本市では、当時、全国的に欠陥商品や不良商品が増大し、安全性や品質が問われるという消費者保護が不十分であった状況から、昭和45年4月に「消費生活モニター制度」を発足しました。消費生活モニターは行政に対する意見具申を中心に大きな役割を果たしましたが、任期が2年程度と限定的で、継続的な活動がしにくいとの指摘等から、昭和63年3月をもって当該制度を発展的に解消させました。そして、同時に各地域での市民の参加を求め、消費者の立場に立つ人材を確保し、地域密着型の消費者リーダーを育てようと考え、「消費生活コーディネーター制度」を発足しました⁷。

消費生活コーディネーターは、「市民と行政のパイプ役」を担っています。制度発足以来、地域における「情報発信基地」として、また、地域密着型の「消費者リーダー」（身近な相談相手）として、積極的に活動を展開しています。

さらに、平成28年度からは消費生活コーディネーター任期修了者の活用を図った「消費生活サポーター制度」も発足し、地域での啓発活動の充実を図っております。

具体的な施策		現況	平成34年度までの目標
1	消費生活コーディネーターに対しての年10回の研修会で、消費者問題だけでなく地域・事業者等への啓発アプローチの手法及び関係団体との連携方法を学ぶ	既存実施 消費生活コーディネーター委嘱数 36名	消費生活コーディネーター委嘱数 43名
2	消費生活サポーターが消費生活コーディネーターの経験を生かした地域活動ができるように支援を図る	既存実施 消費生活サポーター登録数 6名	登録消費生活サポーター登録数 15名

⁷ 消費生活コーディネーターの役割は次のとおりです。

①消費者への啓発として各種講座を消費生活センターと連携協力し企画運営する②身近な相談相手となり、消費生活センターとのパイプ役となり、消費者被害の未然防止・早期で適切な対応につなげる③消費者問題に関する情報収集に努める④地域に情報を提供する⑤調査活動を行い、消費者の実態把握に努める⑥毎月の研修会に参加し、自己研鑽に努める⑦その他消費生活に関すること

(2) 消費生活相談員及び消費者教育相談員の育成

消費生活センターは消費者被害救済の相談窓口の役割だけでなく、「消費者教育の拠点」として、その担い手となる団体等における人材の育成支援が求められます。

そのためには、消費生活相談員が日々の研鑽と消費生活相談の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践活動に活かしていくことが必要と考え、消費生活相談員や消費者教育相談員による消費者教育教材の開発や啓発講座の講師等、消費者教育の「担い手」としての役割を実践できるように、研修及び必要人員体制等の充実に努めます。

具体的な施策		現況	平成 34 年度 までの目標
1	国民生活センターや都道府県等が開催する研修会への参加	年 13 回	年 20 回

(3) 学校教職員への動機付け及び実践への支援

平成 4 年度に施行された学習指導要領に消費者教育が盛り込まれ、消費者行政からの積極的な支援策が望まれるようになったことを受け、平成 3 年 5 月に、学校における消費者教育を推進するため、「柏市消費者教育推進連絡会要領」を制定し、柏市消費者教育推進連絡会⁸を設置し、消費者教育に関する知識等が充実した教員による消費者教育実践への支援を継続的に行っています。

個々の子どもの「生きる力」を育むという観点から消費者市民社会への積極的な参画を促すために学校教育関係者との連携は重要と考えます。

学習指導要領等における消費者教育に関する教育内容を反映した授業と、消費生活センターとの連携の強化により、消費者教育に対する教職員への動機付け（モチベーション）及び資料・教材の活用に対して積極的に支援します。

⁸ 学校での消費者教育を支援、推進するための連絡会であり、柏市内の小中高学校の教員及び教育委員会の教育研究所長等（委員数は10数名）から構成されています。

具体的な施策		現況	平成34年度 までの目標
1	「柏市消費者教育推進連絡会」の開催	年3回開催，連絡会の研修内容の全教職員への周知	全教職員への周知徹底，活用方法の見直し
2	「消費者教育授業実践事例集」の作成	2年に1回発行，消費者教育ポータルサイトへの掲載	全教職員への周知徹底，活用方法の見直し

(4) 消費者教育の効果的な情報発信機能の強化

消費生活センターは消費者教育を効果的に進めていくために，国・県・関係機関等との連携により幅広い情報収集を行うとともに，必要な情報を提供していく等，消費者教育・啓発に関する情報発信力の充実に努めていきます。また，様々なメディア・機会を通じ，消費生活相談窓口である「消費生活センター」の周知・PRを図ります。

さらに，42万市民に「消費者市民社会」の理念を浸透させるべく，消費者教育・啓発につながる「暮らしに役立つ消費生活情報」を迅速かつ有効に届けます。特に，高齢・障がい等により，自ら消費生活情報にアクセスすることが困難な市民への，家族や支援者等を含めた情報伝達について，検討していきます。なお，高齢者及び幼児・児童に対しては，文字の大きさや興味を持てるよう読みやすさへの工夫にも配慮し，障がいの特性に応じて，点字や読み上げソフトの対応等も検討していきます。

また，学んだことを身近な人に伝えていくことの重要性も併せて伝える等，より効果のある情報発信を目指します。

現時点では，消費者教育を推進させるためには，広報紙やホームページの活用を図るとともに，学校や地域等において提供する多様な教材等も率先して有効活用をしていくことも重要と考えます。

また，年齢や様々な場（学校，地域，家庭，職域等）の特性に応じた啓発パンフレットやDVD等の効果的な活用を図りながら推進していきます。

具体的な施策		現況	平成 34 年度 までの目標
1	情報リーフレット「消費生活センターつうしん」、ホームページ、メール配信サービス、広報かしわ等による情報発信（再掲）	つうしん年 4 回発行、 メール配信 適時発信	広報かしわで の年 1 回特集 ページ掲載、メ ール配信サー ビスは注意報と して月 1-2 回 発信
2	消費者教育に関する教材（DVD等）の周知・貸出し	貸出し件数 21 件	貸出し件数 60 件

3 多様な主体（行政・警察・地域団体・消費者団体・事業者等）との連携

消費者教育の各種施策を実施していくためには消費生活センターが単独で実施するだけでは難しく、食育や環境教育等を実施する担当部署や、地域で活動する様々な団体等と連携・協働する視点が不可欠と考えます。

市内では、消費生活センターをはじめとする多くの部署において、消費生活に関連する様々な事業が行われています。

また市外においても、振り込め詐欺等の被害防止活動を行う警察、地域活動や社会貢献活動の一環として消費生活に係る事業を行うふるさと協議会、町会・自治会、消費者団体及び事業者等、様々な団体が連携しあいながら、各々に活動を推進しています。

消費者教育の担い手である多様な主体と消費生活センターが連携し、情報共有を図るとともに、育成・支援していくことで、消費者教育を総合的に推進していきます。

(1) 関係部署との連携

本市の、さまざまな部署と円滑な情報交換・情報共有を図ることによって、既に取り組みをしている事業・施策等との融合・連携を図り、消費者教育を進めていきます。

※ 関係部署との連携についての詳細は、資料編（41-48 頁）を参照してください。

(具体的な連携先事例)

- ・ 防災安全課（詐欺被害防止教育）
- ・ 子ども部（子ども事故防止教育）
- ・ 保健福祉部地域包括支援課（権利擁護教育）
- ・ 環境部環境政策課（環境教育）
- ・ 経済産業部（食育）
- ・ 教育委員会（教育研究所・生涯学習課・中央公民館・図書館：
各種消費者教育，少年補導センター：情報モラル教育，学校保健課：食育）

(2) 地域との連携

本市における地域との連携については，特に消費生活コーディネーター及び消費生活サポーターを中心に地域関連団体・消費者団体・事業者等と連携し，消費者被害や各種事故の未然防止を目的とした高齢者・障がい者及び子どもへの地域での見守り体制を構築していきます。

(具体的な連携先事例)

- ・ ふるさと協議会
- ・ 民生委員・児童委員協議会
- ・ 柏市民健康づくり推進員連絡協議会
- ・ 町会・自治会・区等
- ・ (地区) 社会福祉協議会
- ・ 地域包括支援センター
- ・ 地域生活支援センター（あいネット）

(3) 消費者団体との連携

本市の消費者団体は，長年にわたり，市民の消費生活向上に関する啓発活動に取り組んできました。本市との連携では，高齢者の消費者被害の未然防止を主な目的とした市内各地域での出前講座の講師派遣，各種消費生活イベントへの出展などがあげられます。

(具体的な連携先事例)

- ・ 柏生活クラブ
- ・ 柏市消費生活「かたくりの会」
- ・ 柏市消費者の会
- ・ 千葉県消費者団体連絡協議会

(4) 事業者等との連携

「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が、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ています。消費者と事業者等がともに消費者市民社会の形成に向けて意識・情報を共有し、よりよい関係を構築するため、事業者等に対して、消費者に必要な情報提供・研修を行う等を働きかけ、情報交換の場づくりを行います。

また、特に子どもや高齢者を対象とした消費者教育や消費者トラブル未然防止について、事業者等との連携による啓発や様々な仕組みの検討を行います。

なお、環境教育・食育・国際理解教育及び金融教育等については、関連NPO団体、企業等とも連携した施策・事業を提供していきます。

(具体的な連携先事例)

- ・ 商工会議所
- ・ 市内各種企業
- ・ 医療・介護・福祉関係事業者
- ・ 各種NPO団体等
- ・ 千葉県弁護士会

第5章 今後の消費者教育の計画的な推進

1 消費生活センターの消費者教育推進機能の強化

消費生活センターには、さまざまな消費生活に関わる相談・情報が寄せられ、専門知識や経験を有する消費生活相談員等を中心に対応しています。

本計画を着実に推進するには、さまざまな情報が日々集まる消費生活センターを「消費者教育の拠点」として位置づけ、相談業務だけでなく、市民に身近な地域や学校等にこれらの情報を提供し、市民一人ひとりが自立した消費者になることを目指すとともに、地域の消費者として学び合い、ともに支えあう地域づくりを推進します。

計画の推進にあたっては、消費生活センターが事務局となり、引き続き、学識経験者、各種関係団体及び市民を構成員とする「柏市消費者行政推進協議会」において、本計画に基づく適切な事業の推進を図るため、進捗状況等を報告するとともに、点検・評価を行うために、多様な視点から情報・意見交換を行います。

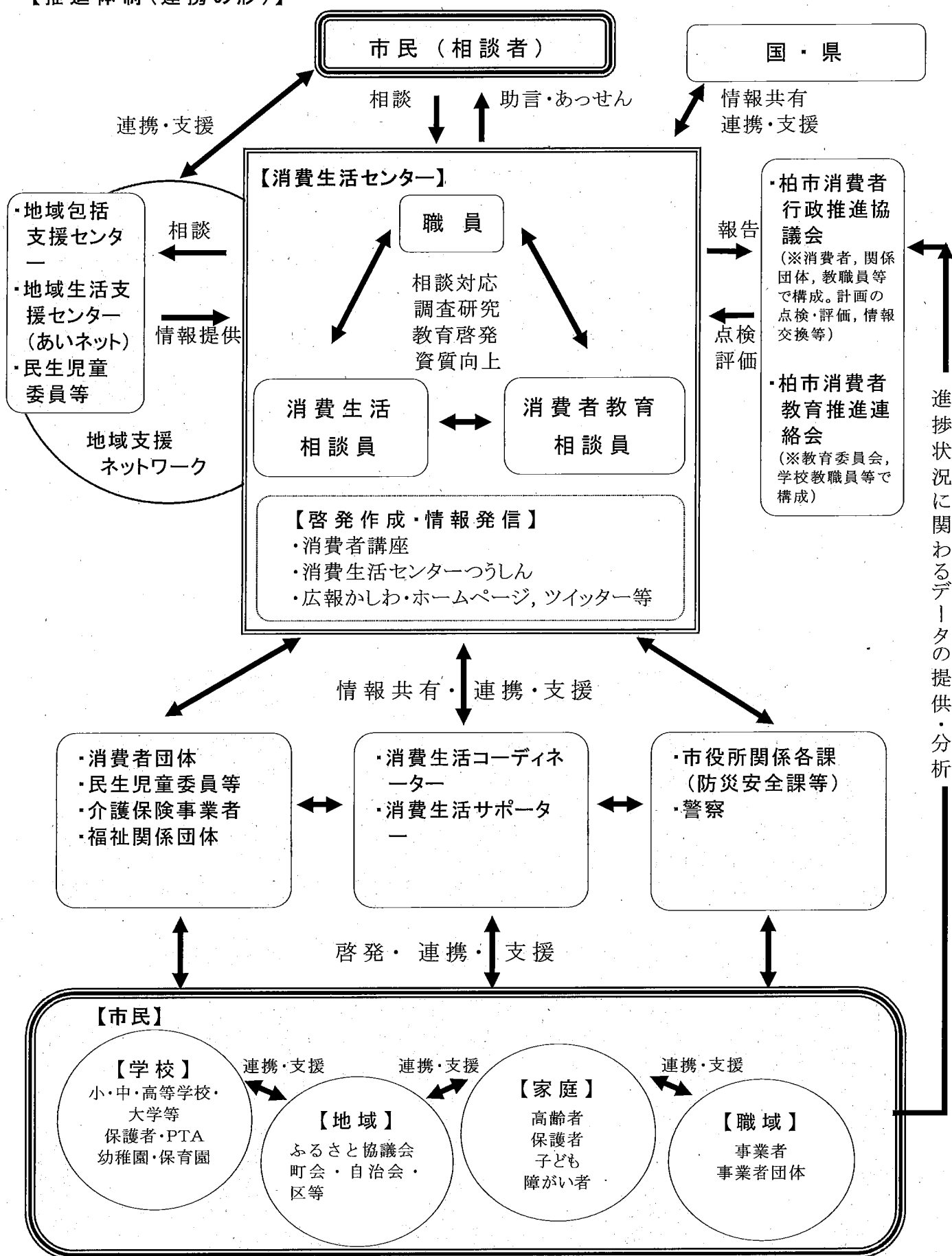
また、「柏市消費者教育推進連絡会」において、教育委員会及び市内小・中・高等学校とも連携を図り、本計画の推進について、学校現場での消費者教育の視点からも情報・意見交換を行います。

2 推進体制（連携の形）

本計画については、さまざまな場において、消費者教育が着実に実践されるよう、市内で開催されている講座・研修会等の把握・整理を行う等、効率的な運営を目指します。

また今後は、次に掲げる推進体制の下、「消費者市民社会」の構築に向け、消費生活に関わる多様な関連部署・団体等、各々の役割を理解し、情報共有・意見交換等を通して、連携を図りながら推進していきます。

【推進体制（連携の形）】



第6章 資料編

1 消費者教育アンケート結果	37
2 関係部署との連携について	41
3 消費者教育を推進するための主な主体と役割	49
4 柏市の消費者教育のあゆみ	54
5 柏市消費者教育推進計画策定までの経過	55
6 消費者教育の推進に関する法律(消費者教育推進法)	57
7 消費者教育の体系イメージマップ(消費者庁)	61
8 学習指導要領における消費者教育に関する主な内容(文部科学省資料)	64

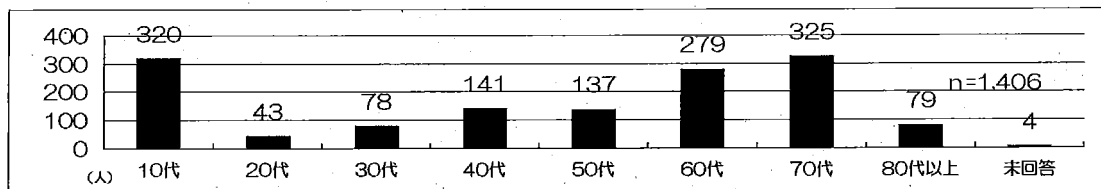
1 消費者教育アンケート結果

* 消費者教育に関するアンケート(市民)結果ダイジェスト *

* アンケート13設問のうち、下記4問をダイジェスト版で報告します。

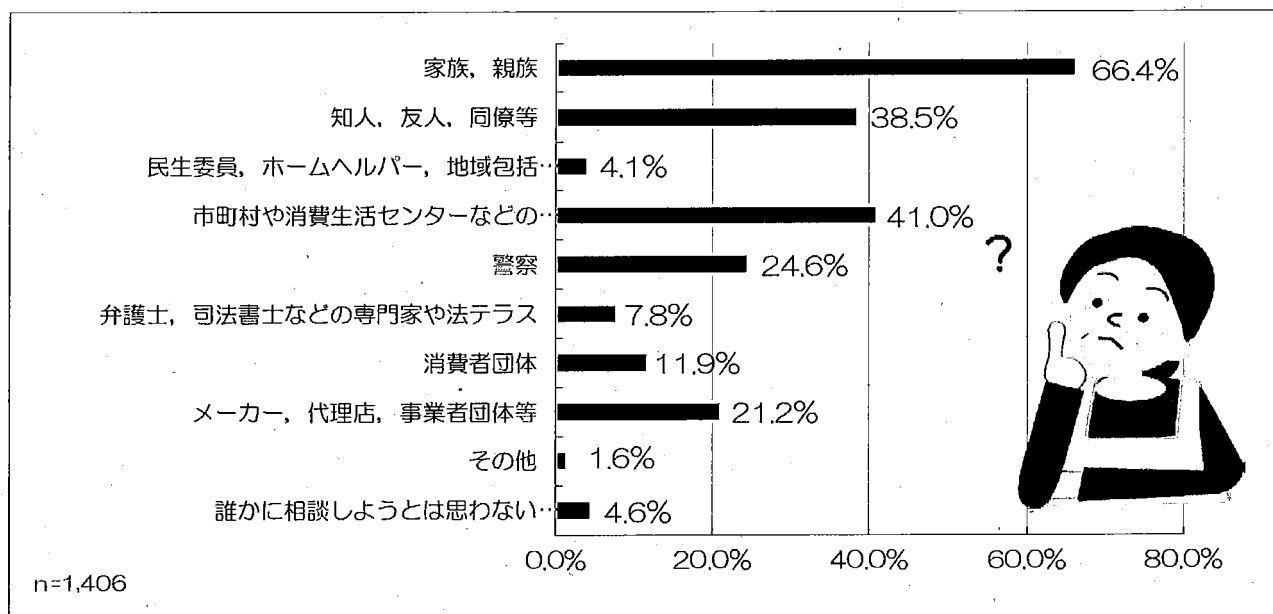
- * 実施内容
- ・実施者：柏生活クラブ、柏市消費者の会、柏市消費生活センター（協働）、柏市
 - ・実施日：平成28年11月15日から平成29年1月31日まで
 - ・回答数：1406人（内訳：①インターネット 223人、②紙 1,183人）

【年齢】

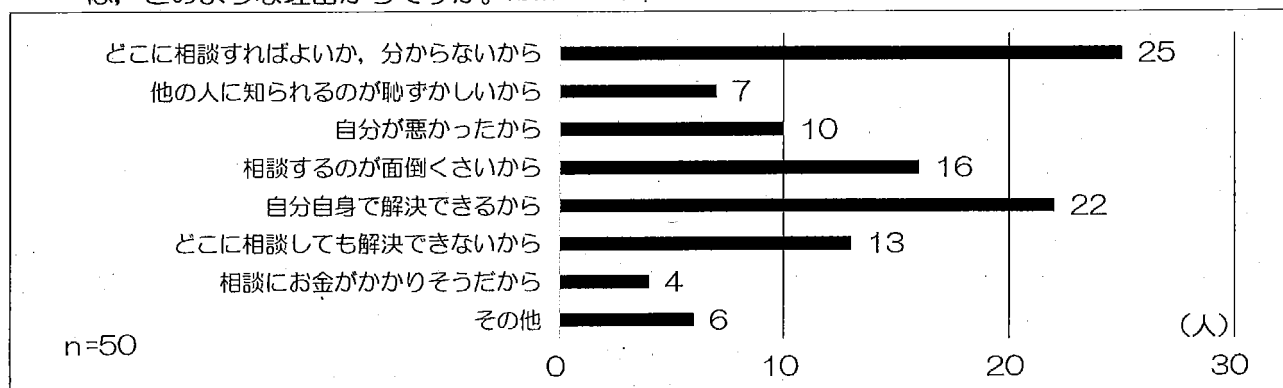


■消費者トラブルにあった場合の相談先 第1位は「家族・親族」、誰にも相談しない人の理由は「どこに相談すればよいか、わからないから」でした。

■問 消費者トラブルにあった場合、誰に相談しました（しようと思います）か。（複数回答）

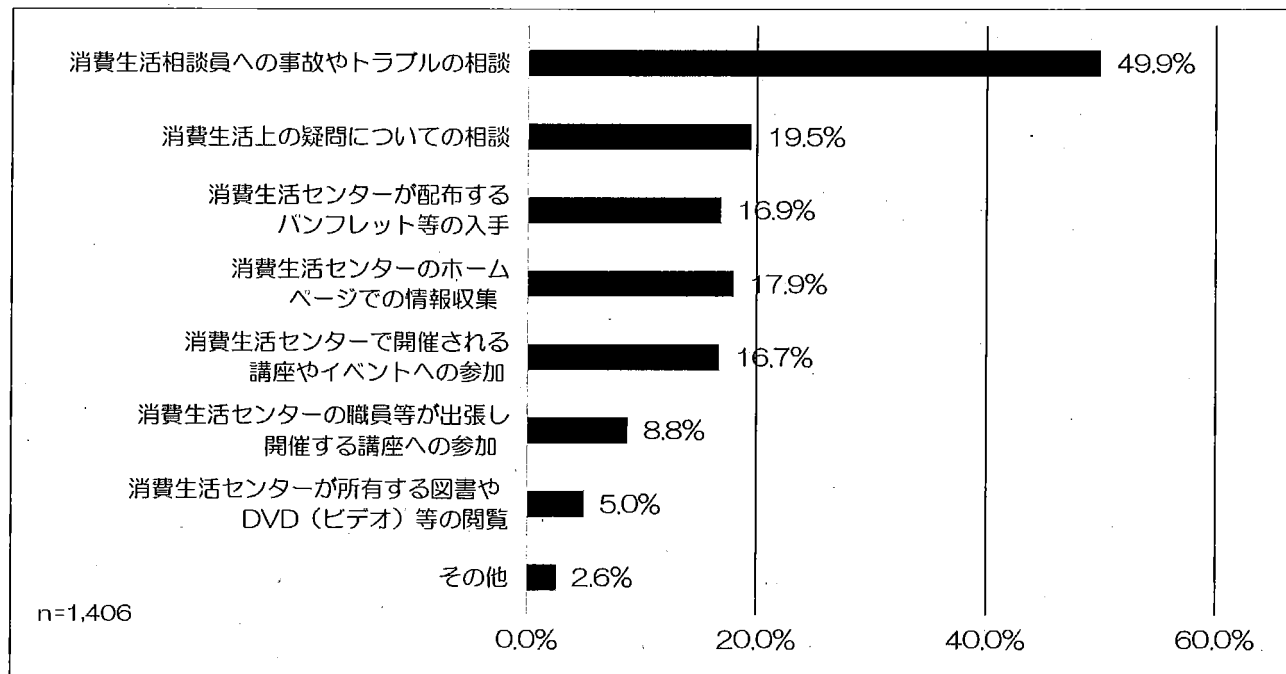


■問 前の設問で「誰かに相談しようとは思わない」と回答した方に伺います。誰にも相談しないのは、どのような理由からですか。（複数回答）

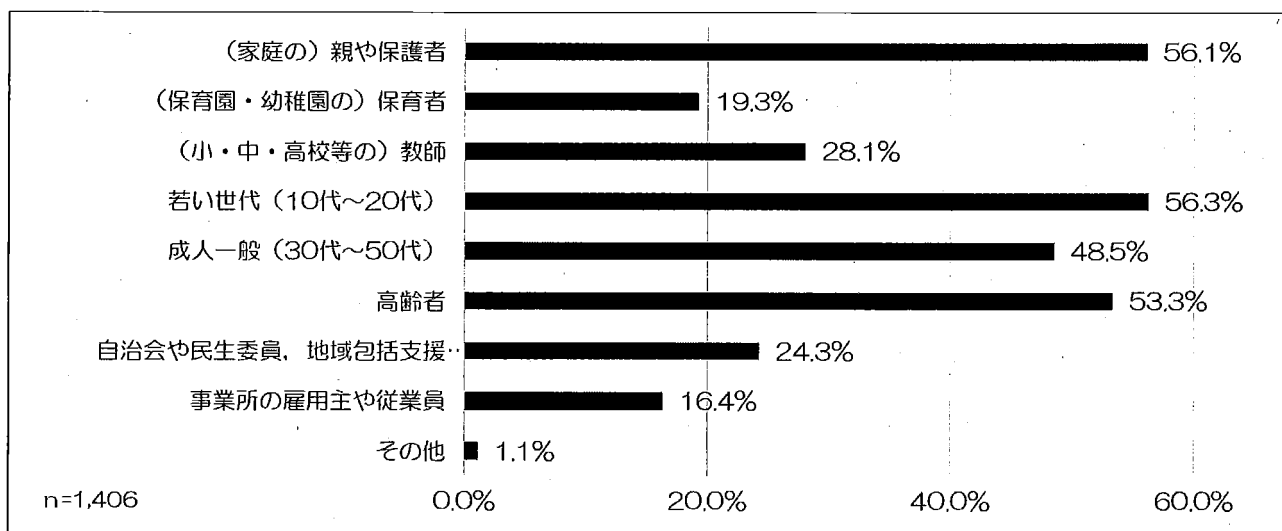


■消費生活センターで利用したいもの1位は「消費生活相談員への事故やトラブルの相談」，消費生活に関する情報は，「親や保護者」「若い世代」「高齢者」に知っていただくことが重要との回答でした。

■問 今後、消費生活センターで利用したいものはありますか。（複数回答）



■問 今後、消費生活に関する情報を誰に知っていただくことが重要だと思いますか。次の中からあてはまるものを全てお選びください。



* 消費者教育に関するアンケート(学校教職員)結果ダイジェスト *

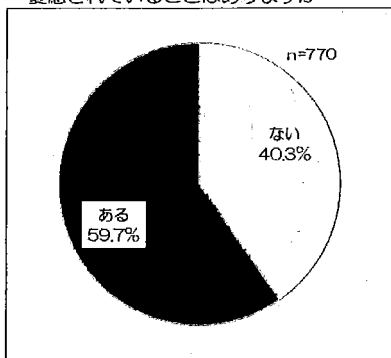
* 消費者教育に関するアンケート(学校の教職員) アンケート結果の10設問のうち、下記5問の回答をダイジェスト版で報告いたします。

* 実施内容 ・実施者: 柏市消費生活センター(協力: 柏市教育研究所)
・実施日: 平成28年11月15日から平成29年1月31日まで
・回答数: 770人

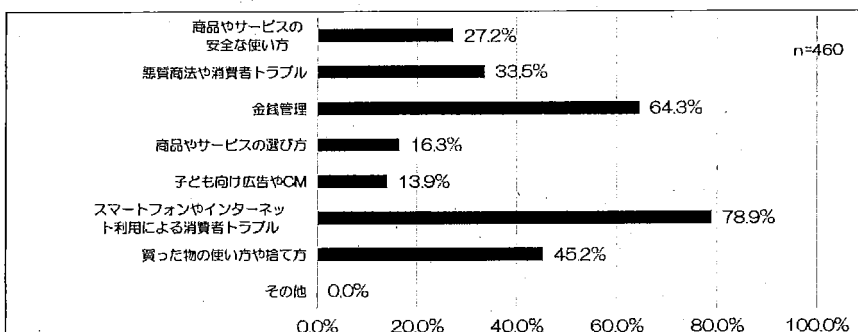


■ 子どもたちの消費生活について、憂慮している先生が約6割。憂慮する内容の第1位は「スマートフォンやインターネット利用による消費者トラブル」、2位は「金銭管理」でした。

■ 問 子どもたちの消費生活について憂慮されていることはありますか

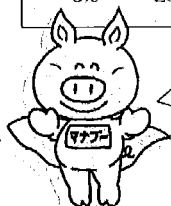
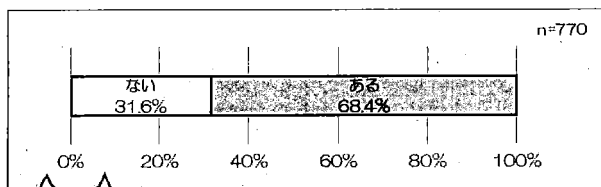


■ 問 「(憂慮されることが)ある」とお答えの方にお聞きます。憂慮されていることは何ですか。(複数回答)



■ 学校で消費者教育を行っていく上で、「問題はある」とした先生が、約7割。問題の内容は「教材がない、不十分」、「いつ、誰が、どの教科ですのか分からない」でした。

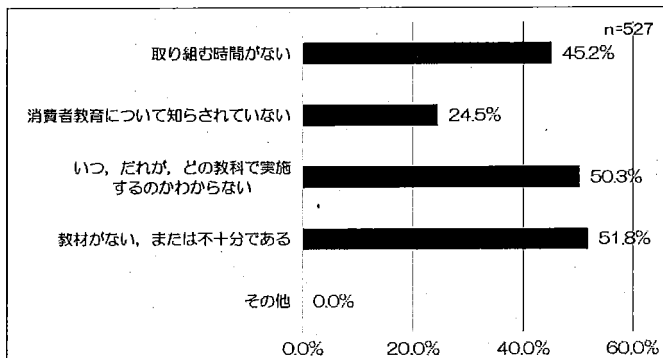
■ 問 学校で消費者教育を行っていく上で、問題がありますか。



教材は、消費者庁のホームページや、柏市の消費者教育ポータルサイトを参考にしてみたら嬉しいです。消費生活センターには、DVDの貸出しもあります。ぜひご活用ください。

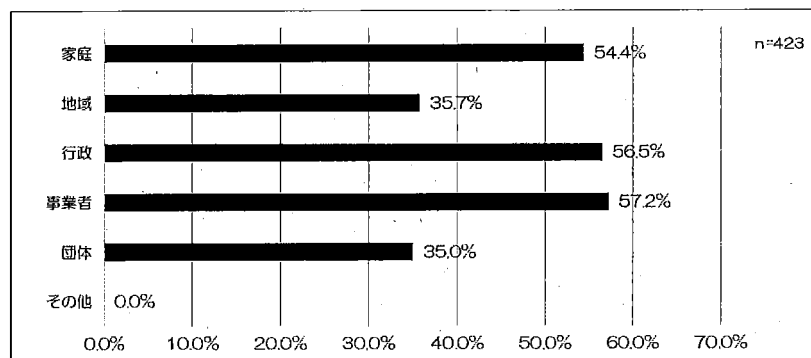
■ 問 前の問で「ある」とお答えの方にお伺いします。

学校で消費者教育を行っていく場合の問題は何ですか。(複数回答)

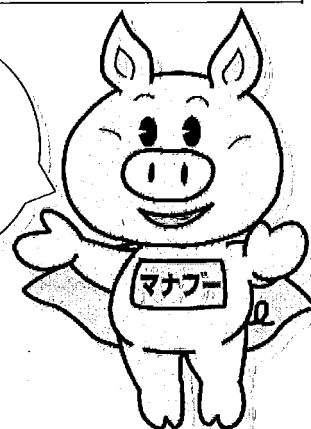


■ 消費者教育を実施する場合、協力してほしい人や機関は、「ある」は54.9% (グラフ省略)。協力してほしい人や機関は、「事業所」、「行政」、「家庭」がほぼ同じ数(55%前後)でした。

■ 問 消費者教育を実施する場合、協力して欲しい人が「ある」とお答えの方にお伺いします。消費者教育を実施する場合、協力してほしい人や機関はどこですか。(複数回答)



消費者教育は、事業者、行政、家庭、学校が手を組むと良いですね♪

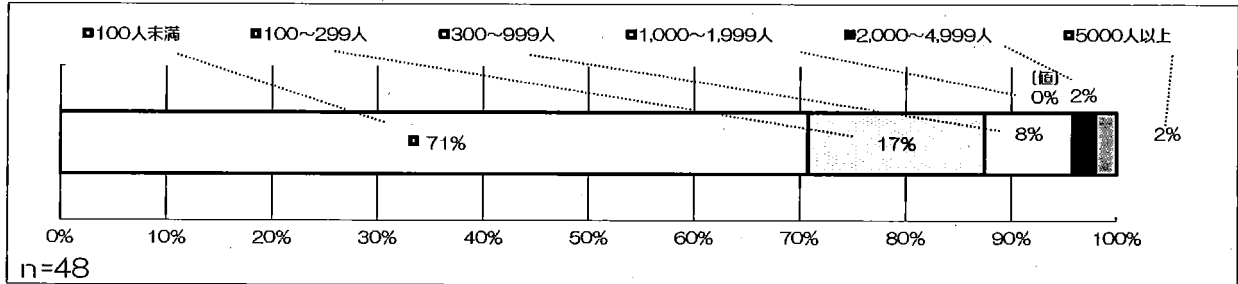


* 消費者教育に関するアンケート(事業所)結果ダイジェスト *

* アンケート11設問のうち、前述されていないものから下記2問を掲載します。

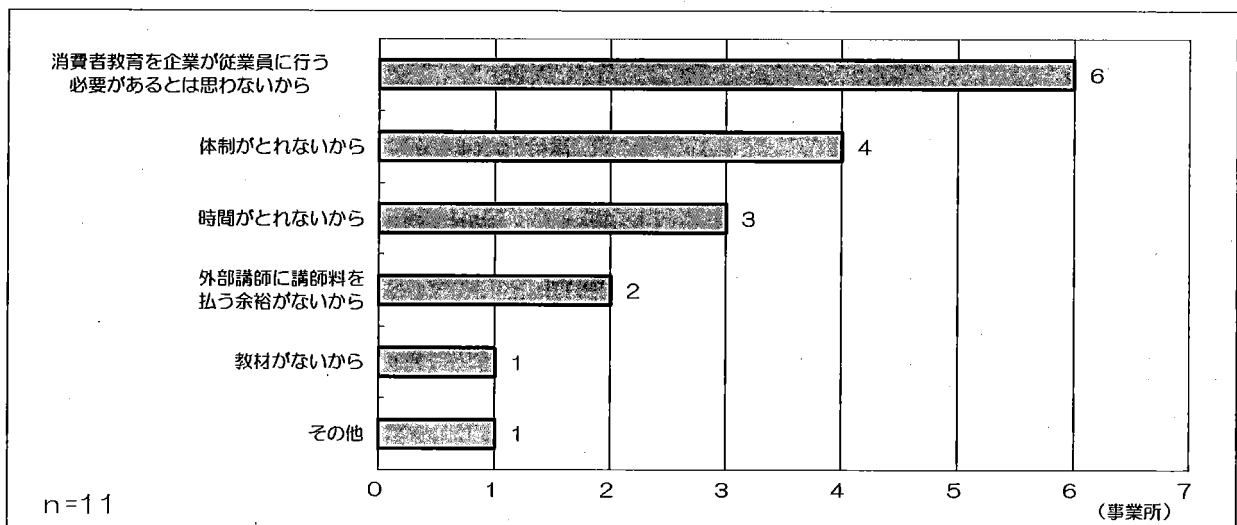
- * 実施内容
- ・ 実施日：平成28年11月15日から平成29年1月31日まで
 - ・ 対象事業所：170事業所

■ 問 貴社の従業員数を教えてください。



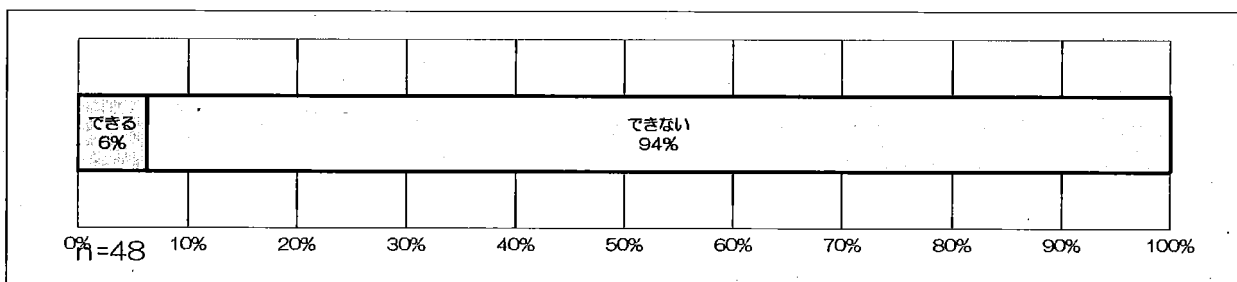
■ 消費者問題に関する啓発を行っているのは2割強です（前述のとおり）。啓発を実施できない理由は、「必要があるとは思わないから」

■ 問 前の問で「消費者教育は実施できない」と回答したかたに伺います。実施できない主な理由は何ですか。（2つまで）



■ 地元の学校で児童・生徒を対象に「消費者講座」を行うことは「できない」が9割以上です。

■ 問 貴社が地元の学校（小・中・高校）を対象に「消費者講座（出前講座）」を行うことは可能ですか。



2 関係部署との連携について

今後、消費生活センターと関係部署が連携して消費者教育を推進するにあたり、連携可能事業について関係部署に照会システムを活用し、アンケート調査を行い、以下のとおりまとめました。

・調査期間

平成29年10月6日（金）から10月18日（水）

No.	部	課・室・所等	連携を検討する事業	消費者教育推進計画の推進に係る具体的な連携内容	既存実施事業	重点領域 (イメージマップのどの「重点領域」に該当するか。)		消費者教育の場(イメージマップのどの「消費者教育の場」に該当するか。)		対象とする年代(イメージマップのどの「年代」に該当するか。)														
						◎直接的 ○間接的	消費者市民社会の構築	商品安全	契約・金銭管理・生活設計	情報社会対応	学校等	地域	家庭	職場	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期(若者)	成人期(一般)	成人期(高齢期)			
1	01総務部	給与厚生室	職員健康管理事業	健康相談、メンタルヘルス相談を受ける中で、消費生活相談及び多重債務相談に関する相談があった場合、消費生活センターの案内チラシ等を配布。					○															◎
2	01総務部	人事課	職員研修に関する事業	職員研修(夜間自己啓発講座)等で、消費生活相談員等による消費者講座の実施。			○	○	○	○			○	◎	○	○	○	○	○	◎	◎	○		
3	01総務部	防災安全課	防犯啓発事業	防犯啓発事業での啓発チラシ配布及び関連する講座においては連携して実施。		●	○		◎	○		○	◎								○	◎		
4	01総務部	防災安全課	犯罪を起させない人づくり(組織づくり)事業	地域の防犯活動を通じて関係団体及び関係者に消費生活関連のチラシ配布やミニ講座を実施。			○		◎	○	○	◎	○			○	○	○	○	◎	◎			
5	01総務部	防災安全課	防犯関係機関との連携	振り込め詐欺等対策本部会議で、消費生活関連のチラシ配布を実施。また、消費者安全確保地域協議会への組み込みを検討。			○		◎	○	○	◎		◎							◎	○		

No.	部	課・室・所等	連携を検討する事業	消費者教育推進計画の推進に係る具体的な連携内容	既存実施事業	重点領域 (イメージマップのどの「重点領域」に該当するか。)				消費者教育の場(イメージマップのどの「消費者教育の場」に該当するか。)				対象とする年代(イメージマップのどの「年代」に該当するか。)									
						◎直接的 ○間接的		◎直接的 ○間接的		◎直接的 ○間接的				◎直接的 ○間接的									
						消費者市民社会の構築	商品安全	契約・金銭管理・生活設計	情報社会対応	学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期(若者)	成人期(一般)	成人期(高齢期)			
6	04地域づくり推進部	協働推進課	大学との連携事業	行政と大学の連携である地域ニーズ情報ネットワークを活用し、消費生活に関するチラシの掲示及び配布の実施。		○	○	○	○	◎	○								◎	○	○		
7	04地域づくり推進部	協働推進課	柏市民交流センター事業	柏市民交流センターを利用する人たちに啓発するため、消費生活に関するチラシの配架。来場者への消費者講座の検討。		○	○	○	○		◎							○	◎	◎			
8	04地域づくり推進部	協働推進課	柏市国際交流センター事業	柏市国際交流センターを利用する人たちに啓発するため、消費生活に関するチラシの配架。来場者への消費者講座の検討。		○	○	○	○		◎							○	◎	◎			
9	04地域づくり推進部	協働推進課	在住外国人支援事業	相談業務を担う外国人アドバイザーやボランティア向けに消費生活に関する知識を学んでもらい、相談業務に生かしてもらい、また、消費生活センター発行の情報紙について、分かりやすい表現等の作成方法についての相談。		○	○	○	○		◎							○	◎	◎			
10	04地域づくり推進部	広報広聴課	広報かしわの発行	消費生活に関するトラブル防止のための啓発記事を定期的に掲載。	●	○	○	○	○		◎	◎	○	○	○	○	○	◎	◎	◎			
11	04地域づくり推進部	広報広聴課	SNSによる情報発信	ツイッター、フェイスブック等を活用し、消費生活に関するトラブル防止のための情報の周知。	●	○	○	○	○	○	◎	◎	○	○	○	◎	◎	◎	◎	◎			

No.	部	課・室・所等	連携を検討する事業	消費者教育推進計画の推進に係る具体的な連携内容	既存実施事業	重点領域 (イメージマップのどの「重点領域」に該当するか。)	消費者教育の場(イメージマップのどの「消費者教育の場」に該当するか。)	対象とする年代(イメージマップのどの「年代」に該当するか。)												
						◎直接的 ○間接的	◎直接的 ○間接的	◎直接の対象 ○間接的な対象												
						消費者市民社会の構築	商品安全	契約・金銭管理・生活設計	情報社会対応	学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期(若者)	成人期(一般)	成人期(高齢期)
12	04地域づくり推進部	広報広聴課	外部メディアへの情報提供	媒体の特徴を生かし、適切なタイミングでの情報提供するため、適宜、報道資料を作成。		○	○	○	○	○	○	○	○		○	○	○	○	○	○
13	04地域づくり推進部	地域支援課	地域づくり推進事業	町会長会議で、消費生活に関するチラシ配布。また、消費者講座は検討。		○	○	○	○		◎									◎
14	05市民生活部	(沼南)総務課	窓口業務(所管地域内の巡回を含む)	消費生活に関するチラシの配架。		●	○	○	○	○		○						○	○	○
15	05市民生活部	(沼南)総務課	沼南まつりの支援事業	沼南まつりにおいて、消費生活センターの周知及び消費生活に関する啓発資料の配布。		●	○	○	○	○		○	○					○	○	○
16	06保健福祉部	医療公社管理課	デイサービスセンター管理事業	デイサービス事業の利用者に対して、消費生活に関するチラシの配架。			○	○	○	○		○	○							◎
17	06保健福祉部	高齢者支援課	介護保険制度等の啓発パンフレット作成	介護サービス事業者ガイドブック「ハートページ」等の介護保険制度の啓発パンフレットに、消費生活相談窓口の掲載を検討。		●	○	○	○	○		○	○							◎
18	06保健福祉部	高齢者支援課	老人クラブ支援事業	老人クラブ連合会及び単位老人クラブが実施する大会等で消費生活に関するチラシの配布。会の内容により、消費者ミニ講座の実施の検討。			○	○	○	○		○								◎
19	06保健福祉部	高齢者支援課	豊四季台老人いこいの家	施設の利用者に啓発するため、消費生活に関するチラシの配架。			○	○	○	○		○								◎

No.	部	課・室・所等	連携を検討する事業	消費者教育推進計画の推進に係る具体的な連携内容	既存実施事業	重点領域 (イメージマップのどの「重点領域」に該当するか。) ◎直接的 ○間接的				消費者教育の場(イメージマップのどの「消費者教育の場」に該当するか。) ◎直接的 ○間接的				対象とする年代(イメージマップのどの「年代」に該当するか。) ◎直接の対象 ○間接的な対象							
						消費者市民社会の構築	商品安全	契約・金銭管理・生活設計	情報社会対応	学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期(若者)	成人期(一般)	成人期(高齢期)	
20	06保健福祉部	高齢者支援課	老人福祉センター管理運営等業務	施設の利用者に啓発するため、消費生活に関するチラシの配架。	●	○	○	○	○		○									◎	
21	06保健福祉部	障害者相談支援室	自立支援協議会・権利擁護ネットワーク会議	自立支援協議会内の全体会、運営会議、4部会(相談支援、はたらく、こども、くらし)及び権利擁護ネットワーク会議にて、消費生活に関するチラシの配布及び消費者講座の実施。			○	○	○	○		○		○	○	○	○	○	○	○	
22	06保健福祉部	障害福祉課	奉仕員養成研修事業(指定管理)	奉仕員養成研修等にて、消費生活に関するチラシの配布や消費者講座の実施について指定管理者である社会福祉協議会と検討。			○	○	◎	○		◎	○						◎	◎	
23	06保健福祉部	障害福祉課	障害者就労支援事業	障害者就労支援施設等において、消費生活に関するチラシの配布や消費者講座の開催。				◎	◎	◎	○	○		○			○	◎	◎	○	
24	06保健福祉部	生活支援課	自立相談支援及び就労準備、家計相談支援事業	あいネットのブースに消費生活に関するチラシの配架。			○	○	◎	○		○	◎					◎	◎	◎	
25	06保健福祉部	生活支援課	随時の相談業務	生活困窮者自立支援制度における家計相談員に対し、消費生活に関するチラシの配布及び消費者講座の実施。			○	○	◎	○		○	◎					◎	◎	○	
26	06保健福祉部	地域包括支援課	介護予防センター運営支援事業	フレイル予防講座にて、消費生活に関するチラシの配布。			○	○	○	○		◎								◎	
27	06保健福祉部	地域包括支援課	高齢者の総合相談事業	高齢者の総合相談を受ける地域包括支援センター職員に対し、消費者被害の防止に関する啓発チラシの配布及び消費者講座の実施。	●		○	○	◎	○		◎								◎	
28	06保健福祉部	地域包括支援課	市民後見推進事業	市民後見人養成講座やフォローアップ研修等にて、消費生活に関するチラシの配布や消費者講座の実施について検討。	●				◎	◎		◎	◎						◎	◎	

No.	部	課・室・所等	連携を検討する事業	消費者教育推進計画の推進に係る具体的な連携内容	既存実施事業	重点領域 (イメージマップのどの「重点領域」に該当するか。)				消費者教育の場 (イメージマップのどの「消費者教育の場」に該当するか。)				対象とする年代(イメージマップのどの「年代」に該当するか。)							
						◎直接的 ○間接的	◎直接的 ○間接的	◎直接的 ○間接的	◎直接的 ○間接的	◎直接的 ○間接的	◎直接的 ○間接的	◎直接的 ○間接的	◎直接的 ○間接的	◎直接的 ○間接的	◎直接的 ○間接的	◎直接的 ○間接的	◎直接的 ○間接的	◎直接的 ○間接的	◎直接的 ○間接的	◎直接的 ○間接的	
						消費者市民社会の構築	商品安全	契約・金銭管理・生活設計	情報社会対応	学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期(若者)	成人期(一般)	成人期(高齢期)	
29	06 保健福祉部	地域包括支援課	権利擁護啓発活動事業	地域包括支援センターが開催する高齢者の権利擁護に関する講座等にて、消費生活に関するチラシの配布や消費者講座の実施。また、地域包括支援センターの連携会議や同職員向け講座にて消費者講座の実施。	●	○	○	○	○		◎									○ ◎	
30	06 保健福祉部	地域包括支援課	権利擁護ネットワーク事業	柏市と福祉・保健・医療・司法等の関係者が連携し、高齢者虐待防止、成年後見制度、消費者被害、認知症について情報共有及び意見交換を行う会議等でのチラシ配布。また、「消費者安全確保地域協議会」の組み込みの検討。		○	○	○	○		○	○								◎	
31	06 保健福祉部	地域包括支援課	介護支援専門員支援事業	地域包括支援センター主催の主任介護支援専門員研修会等にて、消費生活に関するチラシの配布。また、消費者講座の検討。		○	○	○	○				◎							◎	
32	06 保健福祉部	地域包括支援課	高齢者声かけ訪問事業	民生委員の声かけ訪問での消費者被害の防止に関する啓発チラシの配布や訪問時に活用できる気づきのポイント等についての消費者講座の検討。		○	○	◎	○		○									◎	
33	06 保健福祉部	地域包括支援課	地域の支えあいの充実と体制整備	地域支えあい事業に係る協議会や人材育成講座にて、消費生活に関するチラシの配布や消費者講座を実施することを、事業の委託先である社会福祉協議会と検討。		○	○	○	○		○	○								◎	
34	06 保健福祉部	保健福祉総務課	民生・児童委員の活動支援・研修事業	民生・児童委員研修会にて、消費生活に関するチラシの配布。また、消費者講座の受講の検討。	●	○	○	○	○		○	○			○	○	○			○ ○	
35	06 保健福祉部	保健福祉総務課	柏市社会福祉協議会支援事業	社会福祉協議会が実施している事業にて消費生活に関するチラシ配布。(保健福祉総務課としての本事業は補助金の交付になる。)			○	◎	○		◎	○								○ ◎	
36	07 保健所	生活衛生課	家庭用品監視・指導事業	家庭用品監視・指導事業の結果(柏市保健所事業年報からの抜粋)を情報提供してもらい、啓発活動に利用。			◎						◎						◎ ◎ ◎		
37	07 保健所	生活衛生課	生活衛生思想普及啓発事業	食品衛生関連事業「食の安全・安心講演会」にて、消費生活に関するチラシの配架。			◎						◎						◎ ◎ ◎		

No.	部	課・室・所等	連携を検討する事業	消費者教育推進計画の推進に係る具体的な連携内容	既存実施事業	重点領域 (イメージマップのどの「重点領域」に該当するか。) ◎直接的 ○間接的				消費者教育の場(イメージマップのどの「消費者教育の場」に該当するか。) ◎直接的 ○間接的				対象とする年代(イメージマップのどの「年代」に該当するか。) ◎直接の対象 ○間接的な対象							
						消費者市民社会の構築	商品安全	契約・金銭管理・生活設計	情報社会対応	学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期(若者)	成人期(一般)	成人期(高齢期)	
38	07保健所	健康増進課	がん検診—各種がん検診	がん検診受診会場にて消費生活に関するチラシの配架。		○	○	○	○		○	○						○	○	○	
39	07保健所	健康増進課	健康づくり相談	「へるすアップ相談」会場にて消費生活に関するチラシの配架。		○	○	○	○		○	○							○	○	
40	07保健所	健康増進課	栄養改善事業	栄養関係団体(柏市保健所管内調理師会、柏市保健所管内集団給食研究会)の会議にて、消費生活に関するチラシの配布。			○						○						○	○	
41	07保健所	健康増進課	地域ウォークの推進	手賀沼ふれあいウォーク時に消費生活に関するチラシの配布。		○	○	○	○	○	○			○	○	○	○	○	○	○	
42	07保健所	地域保健課	母子保健食育	育児相談や母子保健食育事業にて、消費生活に関するチラシの配架。		○	○						◎						◎		
43	07保健所	地域保健課	母子歯科保健事業	母子歯科保健事業にて、消費生活に関するチラシの配架。		○	○	○	○			○		○					○		
44	07保健所	地域保健課	柏市民健康づくり推進員活動	協議会組織で地域ごとに活動している柏市民健康づくり推進員に対し、消費生活に関する知識を活用してもらえよう、消費者講座の実施の検討。			○		○			○	○		○				○	○	
45	08こども部	学童保育課	こどもルーム管理運営事業(指導員の人材育成)	こどもルームを利用している児童への消費者講座の実施。また、指導員に対し、消費生活に関する知識を活用してもらえよう消費者講座を実施。	●	◎	○	◎	◎	○	○	○			◎	○	○		◎	○	
46	08こども部	キッズルーム	医療型児童発達支援センター管理運営事業	児童指導員や保育士に対し、消費生活に関する知識を活用してもらえよう消費者講座の実施。また、施設利用者へ啓発チラシの配布。		○	○	○	○			○							○		

No.	部	課・室・所等	連携を検討する事業	消費者教育推進計画の推進に係る具体的な連携内容	既存実施事業	重点領域 (イメージマップのどの「重点領域」に該当するか。)	消費者教育の場(イメージマップのどの「消費者教育の場」に該当するか。)	対象とする年代(イメージマップのどの「年代」に該当するか。)												
						◎直接的 ○間接的	◎直接的 ○間接的	◎直接の対象 ○間接的な対象												
						消費者市民社会の構築	商品安全	契約・金銭管理・生活設計	情報社会対応	学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期(若者)	成人期(一般)	成人期(高齢期)
47	08こども部	子育て支援課	子育て支援情報提供事業	子育てサイト「はぐはぐ柏」に消費生活に関する啓発情報の掲載。		◎	○			○			○	○	○	○	○	○	○	
48	08こども部	子育て支援課	児童センター運営事業	児童センターにて、消費生活の子どもに関する情報の、チラシの配布。		◎	○			○	○			○	○	○	○			
49	08こども部	子育て支援課	はぐはぐひろば(地域子育て支援拠点)事業の整備運営	地域子育て支援拠点にて、消費生活の子どもに関する情報のチラシの配架。		◎	◎			○	◎			○						
50	08こども部	子育て支援課	子育てに関する啓発活動	子育て支援団体等及び団体が実施する事業時に、消費生活の子どもに関する情報のチラシの配布。		◎								○				◎	○	
51	08こども部	こども発達センター	相談支援窓口	施設利用者に対し、消費生活の子どもに関する情報のチラシの配架。		○	○	○		○	○			○	○			○		
52	08こども部	こども福祉課	母子・父子自立支援相談事業	母子、父子自立支援員に対し、消費生活に関する知識を活用してもらえよう、消費者講座の実施。また、相談事業利用者に対し、消費生活に関するチラシの配布。			◎				◎			○	○			◎		
53	08こども部	保育運営課	公立保育園における通常保育事業	公立保育園での消費生活に関するチラシの配架。また、幼児や保護者に向けた消費者講座の実施の検討。		○	◎	◎	○	○	○			◎				◎		
54	08こども部	保育運営課	一時保育事業	一時保育利用者に対し、消費生活に関するチラシの配布。			◎	◎		○	○			◎				◎		
55	09環境部	環境政策課	かしわ環境フェスタ	環境に関する事業にて、チラシの配布。		◎				○	○				○	○	○	◎	◎	◎
56	09環境部	廃棄物政策課	リサイクルプラザリボン館事業	リボン館事業にて、消費生活に関するチラシの配布。		◎				◎	◎	◎		○	◎	◎	◎	◎	◎	◎

No.	部	課・室・所等	連携を検討する事業	消費者教育推進計画の推進に係る具体的な連携内容	既存実施事業	重点領域 (イメージマップのどの「重点領域」に該当するか。)				消費者教育の場(イメージマップのどの「消費者教育の場」に該当するか。)				対象とする年代(イメージマップのどの「年代」に該当するか。)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
						◎直接的 ○間接的		◎直接的 ○間接的		◎直接的 ○間接的				◎直接的の対象 ○間接的な対象																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
						消費者市民社会の構築	商品安全	契約・金銭管理・生活設計	情報社会対応	学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期(若者)	成人期(一般)	成人期(高齢期)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
57	10 経済産業部	商工振興課	高齢者雇用対策の充実事業(シルバー人材センター補助事業)	シルバー人材登録者入会説明会等にて、消費生活に関するチラシの配布。また、消費生活の知識を活用してもらえるように消費者講座の検討。		○	○	○	○		○	○	○																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		</

No.	部	課・室・所等	連携を検討する事業	消費者教育推進計画の推進に係る具体的な連携内容	既存実施事業	重点領域 (イメージマップのどの「重点領域」に該当するか。) ◎直接的 ○間接的				消費者教育の場(イメージマップのどの「消費者教育の場」に該当するか。) ◎直接的 ○間接的				対象とする年代(イメージマップのどの「年代」に該当するか。) ◎直接の対象 ○間接的な対象									
						消費者市民社会の構築	商品安全	契約・金銭管理・生活設計	情報社会対応	学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期(若者)	成人期(一般)	成人期(高齢期)			
66	18生涯学習部	図書館	こども図書館	こども図書館にて、消費生活に関するチラシの配架。また、子どもに関する消費者講座の検討。	●	○	○	○	○			○		○	○								
67	19学校教育部	教職員課	学校へのチラシ等の配布	市内小・中・高等学校の児童・生徒・保護者に対して、消費生活に関するチラシの配布の検討。			○	○	○	○	◎		○			◎	◎	◎					○
68	19学校教育部	学校保健課	食育の推進(子ども健康プロジェクト)	市内小・中・高等学校の児童・生徒・保護者に対して、消費生活(特に食育推進)に関するチラシの配布の検討。			○				◎					◎	◎						
69	19学校教育部	教育研究所	消費者教育に関する事業	小・中学校における「情報モラル育成プログラム」の実施。小6と中2においては、IT教育支援アドバイザーによる「情報モラル教育」を行う。							◎	◎				◎	◎						○
70	19学校教育部	教育研究所	特別支援教育	特別支援学級の児童生徒や保護者に対して、消費生活に関するチラシ等の配布と講座の検討。			○	○	○	○	◎					◎	◎						○
71	19学校教育部	児童生徒課	防犯活動推進事業(防犯教育推進事業含む)	防犯活動推進事業(交通安全教室)にて、消費生活(特に防犯関連)に関するチラシの配布。				◎			◎					◎	◎						○
72	19学校教育部	少年補導センター	非行防止啓発事業(講演会活動・サイバーパトロール)	非行防止啓発事業にて、テーマに沿った消費生活(特にインターネット)に関するチラシの配布の検討。							◎	◎				◎	◎						

3 消費者教育を推進するための主な主体と役割

主体	役割(具体的)	役割(法律, 条例)
柏市(柏市消費生活センター)	【事業の拡大,工夫,連携】 ・消費者教育全体のコーディネート(関係部署との連携) ・消費生活相談員, 消費者教育相談員の活用 ・消費生活相談員, 消費者教育相談員の資質向上 ・消費生活コーディネーターの育成及び地域等との連携支援 【連携先】 ・全ての部署	【消費者教育推進法】 (教材の充実等) 第十五条 国及び地方公共団体は、<u>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。</u> (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、消費者安全法に定める消費生活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、<u>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。</u> 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、<u>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。</u> (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<u>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。</u> 【柏市消費生活センター条例】 ・消費生活相談員資格試験に合格した者(合格した者とみなされた者を含む。)を消費生活相談員として置くもの。 ・消費者教育に関して豊かな識見及び経験を有する専任の消費者教育相談員を置くことができる。 ・消費生活相談等又は消費者教育に従事する職員に対し、その資質の向上のための研修の機会を確保するもの。
消費生活相談員	【相談】 ・相談業務 ・相談に係る連携(地域包括支援センター、民生委員、社会福祉協議会、地域生活支援センター(あいネット)等との連携) 【教育・啓発】 ・相談結果(PIO NET)の分析 ・緊急を要する啓発内容の拾い出し ・消費者講座の講師 ・消費生活コーディネーター育成(研修講師)	【柏市消費生活センター条例】 ・消費生活相談(事業者に対する消費者からの苦情に係る相談及びあっせん)を行う。 【条例施行規則】 (1) 消費生活に関する調査及び研究 (2) 消費生活に関する教育及び啓発 (3) その他市長が必要と認める事項
消費者教育相談員	【教育・啓発のコーディネート】 ・消費生活相談員からの相談結果(PIO NET)の分析を受け、消費生活センターつうしん等の啓発内容企画 ・消費者講座のコーディネート	【柏市消費生活センター条例】 ・消費者教育を行う。 【消費生活センター条例施行規則】 (1) 地域社会における消費者教育を担う人材の育成 (2) 消費者教育に関する事業の実施に係る連絡調整 (3) 消費者教育に関する調査及び研究 (4) その他市長が必要と認める事項

	(講座対象・内容の企画) ・消費者教育の講師のリスト化 ・啓発物品(DVD, パネル等)の作成・管理 ・啓発ツールの活用(チラシ, ホームページ, メール配信サービス, ツイッター等)	
消費者行政推進協議会	◎昭和 51 年発足。本市における市民の消費生活の安定及び向上を図るため設置。 【協議】 ・消費者教育の推進に関する法律(平成24年法律第61号)第20条第2項各号に掲げる事務に関することを含んでいる(消費者教育推進地域協議会) ・消費者教育推進計画の進捗状況の確認・意見 ・各自で活動できる内容の検討	【消費者教育推進法】 (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。 【柏市消費者行政推進協議会要領】 次の事項を協議する。 (1) <u>消費者啓発及び消費者教育に関すること。</u> (2) <u>消費者団体に関すること。</u> (3) 消費者教育の推進に関する法律 第20条第2項各号(<u>消費者教育推進地域協議会</u>))に掲げる事務に関すること。 (4) その他消費者行政に関すること。
消費者教育推進連絡会	◎学校における消費者教育の推進を図るため、平成3年度発足。学校教育指導課及び柏市立教育研究所と連携を図り、小・中・高等学校の教員を委員とし、委員は自校にて消費者教育に関する実践授業の開催。 【研修】 ・消費者教育について研修(理解と知識の習得) ・各自の学校での消費者教育の実践(授業及び教員向け、保護者向けの消費者講座の企画) ・推進方法に関する話し合い及び実践	【柏市消費者教育推進連絡会要領】 ・学校における消費者教育を推進する。 ・<u>消費者教育推進の基本的な方策について協議する</u>
消費者団体	【啓発】 ・地域サロン, 学校, 保育園・幼稚園等での啓発活動	【消費者教育推進法】 (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、<u>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。</u>
消費生活コーディネーター	◎地域における消費生活の安全及び向上を図ることを目的に、昭和63年度から、市内各ふさと協議会から推薦を受けた方を消費生活コーディネーターとして委嘱。 ◎「地域の消費者リーダー」として、消費者トラブルを未然に防ぐため、消費生活に関する情報を市民に提供するなど、市と地域のパイプ役としての活動。	【柏市消費生活コーディネーター基準】 (1) <u>消費者への啓発に関すること。</u> (2) <u>消費生活相談の受理及び連絡に関すること。</u> (3) <u>消費生活についての意見並びに情報の収集及び提供に関すること。</u> (4) <u>消費生活についての調査に関すること。</u> ※【改正消費者安全法の実施に係る地方消費者行政ガイドライン】 (ガイドラインでいう)「消費生活協力員」(消費者行政担当職員及び消費生活相談員と連携協力して見守りや相談窓口の周知や被害防止のための活動に取り組む人)の役割を果たす。

	【研修】 ・消費者問題に関すること ・地域・事業者へのアプローチ手法 ・関係部署との連携方法 【啓発】 ・ふる協内での地域サロン等(消費生活サポーターとの連携)での活動	
消費生活サポーター	◎平成28年度から、消費生活コーディネーターの任期修了者を対象に、希望者を消費生活サポーターとして登録。各地域の消費生活コーディネーターと連携を図り、消費生活に係る情報のPR等を行う。 【研修】 ・新規の啓発内容の研修(消費生活コーディネーター研修会に準ずる) 【啓発】 ・消費生活サポーター個人での啓発活動及び消費生活サポーターグループでの活動。(地域サロン、学校、保育園・幼稚園等での啓発活動)	【柏市消費生活サポーター基準】 (1) 消費者への啓発に関すること。 (2) 消費生活コーディネーターとの連携に関すること。 (3) 消費生活相談の受理及び連絡に関すること。 (4) 消費生活についての意見並びに情報の収集及び提供に関すること。 (5) 消費生活についての調査に関すること。 (6) 消費生活サポーター活動報告書の作成及び提出に関すること。 ※【改正消費者安全法の実施に係る地方消費者行政ガイドライン】 (ガイドラインでいう「消費生活協力員」(消費者行政担当職員及び消費生活相談員と連携協力して見守りや相談窓口の周知や被害防止のための活動に取り組む人)の役割を果たす。
教育委員会(教育研究所)	・消費者教育推進連絡会(各委員への研修、実践授業及び消費者講座企画への支援を行う。) ・学習指導要領に基づいた推進	【消費者教育推進法】 (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、<u>幼児、児童及び生徒の発達段階に応じて、学校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。</u> 2 国及び地方公共団体は、<u>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。</u> 3 国及び地方公共団体は、<u>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。</u> 【柏市HPから】 ・教職員研修・特別支援教育・教育情報・幼児教育等の業務を担当 (内容) ・教職員研修:教職員研修講座の開催 (※cf:指導課:教職員研修会の開催)
学校(小中高校)	・消費者教育推進連絡会へ協力。(委員選出、実践授業及び消費者講座企画への支援、受け入れ) ・高校卒業時までの段階的な消費者教育の実施 ・学習指導要領に基づいた推進	【消費者教育推進法】 (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、<u>幼児、児童及び生徒の発達段階に応じて、学校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。</u> 2 国及び地方公共団体は、<u>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。</u> 3 国及び地方公共団体は、<u>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。</u>

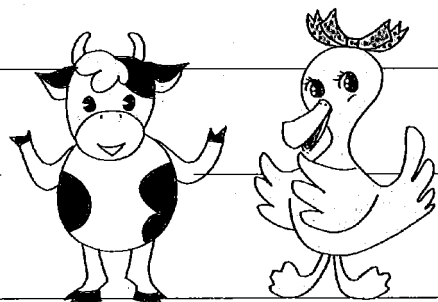
大学	・学生・教師に対する消費者講座の実施 ・学生への啓発チラシ配布実施(受入れ) ・大学卒業時までの段階的な消費者教育の実施	【消費者教育推進法】 (大学等における消費者教育の推進) 第十二条 国及び地方公共団体は、<u>大学等において消費者教育が適切に行われるようにするため、大学等に対し、学生等の消費生活における被害を防止するための啓発その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。</u> 2 国及び地方公共団体は、大学等が行う前項の取組を促進するため、関係団体の協力を得つつ、<u>学生等に対する援助に関する業務に従事する教職員に対し、研修の機会の確保、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。</u>
保育園・幼稚園	・幼児・保育者・保護者に対する消費者講座の開催 ・各家庭への啓発チラシ配布実施(受入れ)	
家庭	・各家庭で啓発チラシの受入れ ・子どもへの消費者教育 ・高齢者への注意喚起 ・地域に関心を持つ	
事業者等	・従業員へのチラシ配布、消費者講座の実施(受入れ)	【消費者教育推進法】 (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、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、<u>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。</u> (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、<u>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。</u> 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、<u>その従業員に対し、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。</u> 4 事業者団体は、<u>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。</u>
地域(ふる協・町会等)	・消費生活コーディネーターの選出 ・消費生活コーディネーター、サポーターからのチラシ配布・講座の受入れ	
民生児童委員	・民生委員・児童委員への消費者講座実施の受入れ(チラシ配布受入れ) ・地域の高齢者の消費生活相談の支援(消費生活相談への連携・つなぎ)	【消費者教育推進法】 (地域における消費者教育の推進) 第十三条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、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、<u>民生委員法に定める民生委員、社会福祉法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。</u>
地域包括支援センター	・高齢者の消費者問題への気付き、消費生活センターへのつなぎ。 ・消費生活相談で福祉的な支援が必要な相談者を地域包括支援センターへのつなぎ(受入れ)	【消費者教育推進法】 (地域における消費者教育の推進) 第十三条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、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、<u>民生委員法に定める民生委員、社会福祉法に定める社会福祉主事、介護福祉士その他の</u>

	・地域包括支援センター職員への消費者講座実施の受入れ	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。
あいネット	・相談者の消費者問題への気付き、消費生活センターへのつなぎ。 ・消費生活相談で生活支援が必要な相談者のあいネットへのつなぎ（受入れ） ・あいネット職員への消費者講座実施の受入れ	【消費者教育推進法】 （地域における消費者教育の推進） 第十三条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、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、民生委員法に定める民生委員、社会福祉法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。
防災安全課	・消費者トラブルに関する情報共有 ・講座の共同開催（消費生活コーディネーター、サポーター）	
その他（中央公民館、関係各課）	・消費者教育に関する講座の開催、チラシ等の配布、パネル展示等 ・環境、国際理解等	【消費者教育推進法】 （地域における消費者教育の推進） 第十三条 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。

4 柏市の消費者教育のあゆみ



年度	国等	備考
S43	消費者保護基本法成立(消費者の保護) 学習指導要領改訂(消費者保護の理念導入)	
S45		消費生活モニター制度発足 ～S62 消費生活苦情相談員制度発足(現消費生活相談員)
S47		第1回消費生活展開催 ～H15
S51		消費者行政推進協議会発足
S52	学習指導要領改訂(企業責任等)	
S56	消費者教育学会発足	石けん利用推進協議会発足 ～H21
S63		消費生活コーディネーター制度発足
S64	学習指導要領改訂(契約の重要性)	
H2	(財)消費者教育支援センター設立	
H3		消費者教育推進連絡会発足
H7		消費者教育相談員制度発足 学校向け「消費者教育便り」発行～H16
H10	学習指導要領改訂(環境への配慮等)	
H16	消費者基本法成立(消費者の権利尊重・自立支援)	
H17		子ども向け「消費者出前講座」開始 ～H26
H19		①消費者教育実践校(小5・中2・高1)計8校
H20	学習指導要領改訂(消費者の権利と責任,持続可能な社会の構築)	
H21	消費者庁, 消費者委員会設置(消費者主役の社会)	②消費者教育実践校(小3・中3・高0)計6校
H23		学校向け「消費者教育連絡会つうしん」発行開始 ③消費者教育実践校(小6・中2・高2)計10校
H24	消費者教育推進法成立	
H25	「消費者教育の推進に関する基本的な方針」閣議決定	④消費者教育実践校(小7・中3・高2)計12校
H26		学校向け「柏市消費者教育ポータルサイト」設置
H27		⑤消費者教育実践校(小5・中3・高2)計10校
H28		柏市消費生活サポーター制度発足 ⑥消費者教育実践校(小7・中4・高2)計13校 学校等対象に「消費者教育アンケート」実施
H29		「消費者教育フェスタin柏」開催 「柏市消費者教育推進計画」策定予定



5 柏市消費者教育推進計画策定までの経過

年月日	会議等	内容
平成 28 年 7 月 26 日	平成 28 年度 第 1 回 柏市消費者行政推進協議会	【説明及び協議】 1 市町村消費者教育推進計画(案)の作成について 2 消費者教育アンケート(案)について
11 月 1 日	平成 28 年度 第 2 回 柏市消費者教育推進連絡会	【説明及び検討】 講習会「柏市版消費者教育イメージマップの検討」 (講義, グループワークを含む)
11 月 15 日 から 平成 29 年 1 月 31 日	「柏市消費者教育推進計画(案)」策定へのアンケート実施	【アンケート実施】 1 市民アンケート 2 学校教職員アンケート 3 事業者アンケート
2 月 22 日	平成 28 年度 第 2 回 柏市消費者行政推進協議会	【説明及び協議】 1 消費者教育アンケートの結果(経過)報告について 2 柏市消費者教育推進計画の作成について(計画の概要, 計画の方向性) 3 イメージマップ及び計画に掲載すべき内容について
5 月 31 日	平成 29 年度 第 1 回 柏市消費者行政推進協議会	【説明及び協議】 柏市消費者教育推進計画策定(案)についての説明及び協議 ・策定スケジュール(案) ・柏市消費者教育推進計画(案)及び柏市版消費者教育体系イメージマップ(案)
6 月 30 日	平成 29 年度 第1回 柏市消費者教育推進連絡会	【説明及びグループワーク】 柏市消費者教育推進計画について ・柏市消費者教育推進計画策定に関わる調査の結果報告 ・柏市版消費者教育のイメージマップ(案)の説明及び検討
9 月 21 日	消費生活コーディネーター研修会	【研修及びグループワーク】 柏市消費者教育推進計画(案)について説明及びグループワーク
9 月 15 日	消費生活センター内部検討会(職員及び相談員)	【内部協議】 柏市消費者教育推進計画(案)について協議 ・計画内容及び各部署への調査内容
10 月 6 日 から 10 月 18 日	「柏市消費者教育推進計画(案)」に関わる調査	【関係部署への調査実施】 「柏市消費者教育推進計画(案)」に関わる調査

11月20日	平成29年度 第2回柏市消費者行政推進協議会	【協議】 柏市消費者教育推進計画(案)について
12月7日	消費生活センター内部 検討会(職員及び相談 員)	【内部協議】 柏市消費者教育推進計画(案)について協議 ・計画内容の確認
12月15日 から 平成30年 1月15日	意見募集(パブリックコメ ント)	柏市消費者教育推進計画(案)についての意見募 集
1月31日	意見募集(パブリックコメ ント)結果公表	柏市消費者教育推進計画(案)についての意見募 集の結果公表
2月19日	平成29年度 第3回柏市消費者行政推進協議会	【協議】 柏市消費者教育推進計画(案)修正案について
2月21日 (予定)	平成29年度 第3回 柏市消費者教育推進 連絡会	【報告】 柏市消費者教育推進計画(案)修正案について
4月1日 (予定)	柏市消費者教育推進 計画策定	【策定】 柏市消費者教育推進計画策定
4月15日 (予定)	柏市消費者教育推進 計画について広報	広報かしわ(4月15日号)にて柏市消費者教育推 進計画策定について掲載。

平成29・30年度 柏市消費者行政推進協議会委員名簿

(50音順番 平成30年●月●日現在)

N O.	氏 名	性 別	所 属・役 職 等	備 考 (区 分)
1	浅海 實	男	風早南部手賀地区民生委員 児童委員協議会 副会長	6 その他市長が必要と認めるもの
2	阿部 和美	女	柏生活クラブ 副会長	2 消費者団体に属するもの
3	伊藤 その枝	女	柏市沼南商工会 理事(女性部長)	4 事業者団体に所属するもの
4	今井 恵里	女	公募委員	1 消費者(公募)
5	狩野 宏樹	男	柏市介護支援専門員協議会	4 事業者団体に所属するもの
6	菊田 洋子	女	柏市消費生活かたくりの会連絡協議会 相談役	2 消費者団体に属するもの
7	齋川 英文	男	北柏地域包括支援センター センター長	6 その他市長が必要と認めるもの
8	谷生 泰斗	男	谷生法律事務所 弁護士	5 学識経験者
9	西岡 克美	女	柏商工会議所 総務部総務課 課長補佐	4 事業者団体に所属するもの
10	丹羽 勝則	男	柏市商店会連合会 副会長	4 事業者団体に所属するもの
11	美留町 紀子	女	柏市教育研究所 指導主事	5 学識経験者
12	田久保 宏征	男	柏警察署生活安全課 課長	6 その他市長が必要と認めるもの
13	蓑田 光子	女	柏市消費者の会 書記	2 消費者団体に属するもの
14	湯浅 実	男	明治安田生命保険相互会社 柏支社 お客さまサービス室 室長	3 事業者
15	渡部 利一	男	柏市心身障害者福祉連絡協議会 副会長	6 その他市長が必要と認めるもの

6 消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）

消費者教育の推進に関する法律

（平成二十四年八月二十二日）

（法律第六十一号）

目次

第一章 総則（第一条—第八条）

第二章 基本方針等（第九条・第十条）

第三章 基本的施策（第十一条—第十八条）

第四章 消費者教育推進会議等（第十九条・第二十条）

附則

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

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)第十条の二第一項第一号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。

(平二六法七一・一部改正)

(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つては、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百九十八号)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が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、消費者安全法に定める消費生活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。

(平二六法七一・一部改正)

(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。

附 則 抄

(施行期日)

1 この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。

(平成二四年政令第二九〇号で平成二四年一二月一三日から施行)

(検討)

2 国は、この法律の施行後五年を目途として、この法律の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。

附 則 (平成二六年六月一三日法律第七一号) 抄

(施行期日)

第一条 この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。ただし、次の各号に掲げる規定は、当該各号に定める日から施行する。

一 略

二 第一条中不当景品類及び不当表示防止法第十条の改正規定及び同法本則に一条を加える改正規定、第二条の規定(次号に掲げる改正規定を除く。)並びに附則第三条及び第七条から第十一条までの規定 公布の日から起算して二年を超えない範囲内において政令で定める日

(平成二七年政令第三五八号で平成二八年四月一日から施行)

7 消費者教育の体系イメージマップ(消費者庁)

Ver.1.0

成人期

特に高齢者

成人一般

特に若者

高校生期

中学生期

小学生期

幼児期

各期の特徴

重点領域

消費者市民社会の構築

商品等の安全

生活の管理と契約

情報とメディア

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

商品安全の理
解と危険を回
避する能力

トラブル対応能
力

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

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

様々な気づきの体験を
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

おつかいや買物に
関心を持つ

身の回りのものを大切
にしよう

協力することの大切さ
をしよう

くらしの中の危険や、も
の安全な使い方について
学ぶ

困ったことがあったら
身近な人に伝える

約束やきまりを守ろう

欲しいものがあったとき
は、よく考え、時には我慢
することをおぼえよう

身の回りのさまざまな情
報に気づこう

自分や家族を大切にしよ
う

身の回りの情報から「な
ぜ」をどうして考えよう

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

消費をめぐる物と金銭の
流れを考えよう

自分の生活と身近な環境
とのつながりに気づき、物
の使い方を工夫しよう

身近な消費者問題に目
を向けよう

危険を回避し、物を安全
に使う手を知ろう

困ったことがあったら
身近な人に相談しよう

物の選び方、買い方を考
え、適切に購入しよう

物や金銭の大切さに気づ
き、計画的な使い方を考
えよう

消費に関する情報の集め
方や活用方法をしよう

自分や知人の個人情報
を守るなど、情報モラルを
知ろう

消費生活情報の目的や特
徴、選択の大切さを
知ろう

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

消費者の行動が環境や
経済に与える影響を考
えよう

消費生活が環境に与える
影響を考えた上で、環境に
配慮した生活を実践しよう

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

危険を回避し、物を安全
に使う手段を知り、使おう

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

商品を選択し、適切に買
入る。契約とそれのル
ールを知り、よりよい契約
の仕方をしよう

消費に関する生活管理の
技能を活用しよう

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

著作権や発信した情報
への責任を知ろう

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

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
的な判断が望まれる時期

生涯・流通・消費・環境
が環境、経済、社会に与
える影響を考えよう

持続可能な社会を目指
し、ライフスタイルを考
えよう

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

安全で危険の少ないく
らしと消費社会を目指す
大切さを理解しよう

トラブル解決の法律や制
度、相談機関の活用を
しよう

適切な意思決定に基づ
いて行動しよう

主体的に生活設計を立
ててみよう

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

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

消費生活情報を評価、選
択の方法について学び、
意思決定の大切さを
知ろう

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
る行動の始める時期

生涯・流通・消費・環境
が環境、経済、社会に与
える影響を考えた上で、
価値観を身に付けよう

持続可能な社会を目指
し、ライフスタイルを考
えよう

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

安全で危険の少ないく
らしと消費社会を目指す
大切さを理解しよう

トラブル解決の法律や制
度、相談機関の活用を
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

生涯を見通した計画
的な生活設計をしよう

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

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

消費生活情報を評価、選
択の方法について学び、
意思決定の大切さを
知ろう

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

生涯・流通・消費・環境
が環境、経済、社会に与
える影響を考えた上で、
価値観を身に付けよう

持続可能な社会を目指
し、ライフスタイルを考
えよう

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

安全で危険の少ないく
らしと消費社会を目指す
大切さを理解しよう

トラブル解決の法律や制
度、相談機関の活用を
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

生涯を見通した計画
的な生活設計をしよう

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

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

消費生活情報を評価、選
択の方法について学び、
意思決定の大切さを
知ろう

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

生涯・流通・消費・環境
が環境、経済、社会に与
える影響を考えた上で、
価値観を身に付けよう

持続可能な社会を目指
し、ライフスタイルを考
えよう

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

安全で危険の少ないく
らしと消費社会を目指す
大切さを理解しよう

トラブル解決の法律や制
度、相談機関の活用を
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

生涯を見通した計画
的な生活設計をしよう

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

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

消費生活情報を評価、選
択の方法について学び、
意思決定の大切さを
知ろう

※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、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。

8 学習指導要領における消費者教育に関する主な内容(文部科学省資料)

○ 小学校学習指導要領<平成20年3月文部科学省告示>(抜粋)

第8節 家庭

第2 各学年の目標及び内容

〔第5学年及び第6学年〕

2 内容

D 身近な消費生活と環境

(1) 物や金銭の使い方と買物について、次の事項を指導する。

ア 物や金銭の大切さに気付き、計画的な使い方を考えること。

イ 身近な物の選び方、買い方を考え、適切に購入できること。

(2) 環境に配慮した生活の工夫について、次の事項を指導する。

ア 自分の生活と身近な環境とのかかわりに気付き、物の使い方などを工夫できること。

○ 中学校学習指導要領<平成20年3月文部科学省告示>(抜粋)

第2節 社会

〔公民的分野〕

2 内容

(2) 私たちと経済

ア 市場の働きと経済

身近な消費生活を中心に経済活動の意義を理解させるとともに、価格の働きに着目させて市場経済の基本的な考え方について理解させる。また、現代の生産や金融などの仕組みや働きを理解させるとともに、社会における企業の役割と責任について考えさせる。その際、社会生活における職業の意義と役割及び雇用と労働条件の改善について、勤労の権利と義務、労働組合の意義及び労働基準法の問題と関連付けて考えさせる。

イ 国民の生活と政府の役割

国民の生活と福祉の向上を図るために、社会資本の整備、公害の防止など環境の保全、社会保障の充実、消費者の保護など、市場の働きにゆだねることが難しい諸問題に関して、国や地方公共団体が果たしている役割について考えさせる。また、財源の確保と配分という観点から財政の役割について考えさせる。その際、租税の意義と役割について考えさせるとともに、国民の納税の義務について理解させる。

3 内容の取扱い

(3) 内容の(2)については、次のとおり取り扱うものとする。

ア アについては、身近で具体的な事例を取り上げ、個人や企業の経済活動が様々な条件の中での選択を通じて行われるという点に着目させるとともに、市場における価格の決め方や資源の配分について理解させること。その際、市場における取引が貨幣を通して行われていることに気付かせること。

イ イの「消費者の保護」については、消費者の自立の支援なども含めた消費者行政を取り扱うこと。「財政」については、少子高齢社会など現代社会の特色を踏まえて考えさせること。

第8節 技術・家庭

第2 各分野の目標及び内容

〔家庭分野〕

2 内容

D 身近な消費生活と環境

(1) 家庭生活と消費について、次の事項を指導する。

ア 自分や家族の消費生活に関心をもち、消費者の基本的な権利と責任について理解すること。

イ 販売方法の特徴について知り、生活に必要な物資・サービスの適切な選択、購入及び活用ができること。

(2) 家庭生活と環境について、次の事項を指導する。

ア 自分や家族の消費生活が環境に与える影響について考え、環境に配慮した消費生活について工夫し、実践できること。

3 内容の取扱い

(4) 内容の「D身近な消費生活と環境」については、次のとおり取り扱うものとする。

ア 内容の「A家族・家庭と子どもの成長」、「B食生活と自立」、又は「C衣生活・住生活と自立」の学習との関連を図り、実践的に学習できるようにすること。

イ (1)については、中学生の身近な消費行動と関連させて扱うこと。

○ 高等学校学習指導要領〈平成21年3月文部科学省告示〉(抜粋)

第3節 公民

第1 現代社会

2 内容

(2) 現代社会と人間としての在り方生き方

エ 現代の経済社会と経済活動の在り方

現代の経済社会の変容などに触れながら、市場経済の機能と限界、政府の役割と財政・租税、金融について理解を深めさせ、経済成長や景気変動と国民福祉の向上の関連について考察させる。また、雇用、労働問題、社会保障について理解を深めさせるとともに、個人や企業の経済活動における役割と責任について考察させる。

3 内容の取扱い

(2) 内容の取扱いに当たっては、次の事項に配慮するものとする。

イ 内容の(2)については、次の事項に留意すること。

(オ) エの「市場経済の機能と限界」については、経済活動を支える私法に関する基本的な考え方についても触れること。「金融」については、金融制度や資金の流れの変化などにも触れること。また、「個人や企業の経済活動における役割と責任」については、公害の防止と環境保全、消費者に関する問題などについても触れること。

第3 政治・経済

2 内容

(2) 現代の経済

ア 現代経済の仕組みと特質

経済活動の意義、国民経済における家計、企業、政府の役割、市場経済の機能と限界、物価の動き、経済成長と景気変動、財政の仕組みと働き及び租税の意義と役割、金融の仕組みと働きについて理解させ、現代経済の特質について把握させ、経済活動の在り方と福祉の向上との関連を考察させる。

3 内容の取扱い

(2) 内容の取扱いに当たっては、次の事項に配慮するものとする。

イ 内容の(2)については、次の事項に留意すること。

アについては、マクロ経済の観点を中心に扱うこと。「市場経済の機能と限界」については、公害防止と環境保全、消費者に関する問題も扱うこと。

また、「金融の仕組みと働き」については、金融に関する環境の変化にも触れること。

第9節 家庭

第1 家庭基礎

2 内容

(2) 生活の自立及び消費と環境

エ 消費生活と生涯を見通した経済の計画

消費生活の現状と課題や消費者の権利と責任について理解させ、適切な意思決定に基づいて行動できるようにするとともに、生涯を見通した生活における経済の管理や計画について考えることができるようにする。

3 内容の取扱い

(2) 内容の範囲や程度については、次の事項に配慮するものとする。

イ 内容の(2)のエについては、契約、消費者信用及びそれらをめぐる問題などを取り上げて具体的に扱うこと。

第2 家庭総合

2 内容

(3) 生活における経済の計画と消費

ア 生活における経済の計画

生活と社会とのかかわりについて理解させ、生涯を見通した生活における経済の管理や計画の重要性について認識させる。

イ 消費行動と意思決定

消費行動における意思決定の過程とその重要性について理解させ、消費者として主体的に判断できるようにする。

ウ 消費者の権利と責任

消費生活の現状と課題、消費者問題や消費者の自立と支援などについて理解させ、消費者としての権利と責任を自覚して行動できるようにする。

3 内容の取扱い

(2) 内容の範囲や程度については、次の事項に配慮するものとする。

イ 内容の(3)のアについては、家庭の経済生活の諸課題について具体的に扱うようにすること。ウについては、契約、消費者信用及びそれらをめぐる問題などを取り上げて具体的に扱うこと。

第3 生活デザイン

2 内容

(2) 消費や環境に配慮したライフスタイルの確立

ア 消費生活と生涯を見通した経済の計画

消費生活の現状と課題や消費者の権利と責任について理解させ、適切な意思決定に基づいて行動できるようにするとともに、生涯を見通した生活における経済の管理や計画について考えることができるようにする。

3 内容の取扱い

(2) 内容の範囲や程度については、次の事項に配慮するものとする。

イ 内容の(2)のアについては、契約、消費者信用及びそれらをめぐる問題などを取り上げて具体的に扱うこと。

【補足】

以上に掲載しました学習指導要領は、現行のものです。

なお、平成29年3月公示の「新学習指導要領」の小・中学校学習指導要領等では、消費者教育などの充実等が追加されました。

追加された消費者教育に関する新たな記述は、

- ・ 売買契約の基礎（小：家庭）

- ・ 計画的な金銭管理や消費者被害への対応（中：技術・家庭）

※ただし、それぞれの全面実施は以下のとおりです。

小学校：平成30年度

中学校：平成32年度

高等学校：平成34年度

柏市消費者教育推進計画

発行 平成30年4月

柏市市民生活部消費生活センター

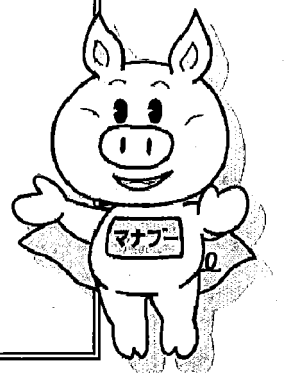
〒277-0004

柏市柏下7-3 中央体育館管理棟1階

電話番号 04-7163-5853

相談専用 04-7164-4100

FAX 04-7164-4327



柏市消費生活センターマスコット マナプー