

第2次静岡県消費者教育推進計画

2018年度～2021年度

2018年3月

静岡県

目次

第1章 計画の基本的な考え方

1 計画策定の趣旨	1
2 計画の位置づけ	1
3 計画の基本理念	2
4 計画の目標	2
5 消費者教育推進の基本的な方向	3
6 計画の期間	3

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

1 社会的な環境の変化	
(1) 民法の成年年齢の引下げ	4
(2) 高度情報通信社会の進展	4
(3) 高齢化の進行	4
(4) 相次ぐ企業の不祥事	4
(5) 環境に配慮した商品や地産地消の普及	5
(6) 持続可能な社会に向けた世界的な取組	5
2 第1次計画の取組と課題	
(1) 重点的に取り組む事項	6
(2) ライフステージに対応した消費者教育	8
3 国の消費者教育の推進に関する動き	
(1) 基本方針の見直しに向けた論点整理（今後の重点事項）	11
(2) 社会情勢等の変化に対応した課題	11
4 市町における消費者教育の取組	
(1) 消費者教育の推進体制の整備状況	12
(2) 消費者教育コーディネーターの配置状況	12
(3) 学校における消費者教育	12
(4) 地域における消費者教育	12

第3章 消費者教育の取組の視点と施策体系

1 取組の視点	
(1) 「消費者市民社会」の理念を普及するための消費者教育の推進	13
(2) 若年者と高齢者の消費者トラブルを減らすための消費者教育の推進	13
(3) 地域における消費者教育の推進体制の整備	13
2 施策の柱	14

第4章 具体的な施策の展開

1 消費者市民社会の理念の普及	
(1) 多様な場における消費者市民社会の理念の普及	15
(2) 持続可能な社会や環境に向けた県民意識の醸成	17
2 消費者教育の担い手となる人材の育成	
(1) 消費者教育の担い手のスキルアップ支援	18
(2) 新たな担い手の養成	19
3 トラブルの未然防止と消費者の自立支援	
(1) 成年年齢の引下げとインターネットトラブルへの対応	20
(2) ライフステージに対応した消費者被害の未然防止	21
(3) 主体的かつ適切な消費生活を送るための自立支援	22
4 地域における消費者教育の推進	
(1) 県民生活センターによる市町の取組支援	24
(2) 地域の課題への対応	24

第5章 計画の実効性の確保

1 計画の推進と進捗管理	28
2 進捗状況の評価の公表	29

<付属資料>

◇ 消費者教育に関する意識調査結果	30
◇ 消費者教育に関する施策一覧	33
◇ 静岡県版イメージマップ	36
◇ ふじのくに消費教育推進県域協議会設置要綱	37

第1章 計画の基本的な考え方

1 計画策定の趣旨

静岡県では、2014年3月に平成24年度から2017年度までの4年間を計画期間とした「静岡県消費者教育推進計画」を策定しました。この計画に基づき「社会的価値行動ができる消費者」を育成するため、平成27年度に設置した「ふじのくに消費者教育推進県域協議会」（以下、「県域協議会」という）の意見を伺いながら、様々な取組を行ってきました。

近時、スマートフォン等の普及拡大等により、社会の高度情報化やグローバル化が更に大きく進展し、また高齢化も急速に進行しました。

これにより、新たなサービスや商品が次々に登場し、取引方法も多様化する等、消費者の選択肢が増え利便性も高くなりましたが、一方で、様々な情報が氾濫し、悪質商法も巧妙化していることから、インターネットに関するトラブルや高齢者の消費者被害が高止まりしており、自ら学び、自立するとともに被害の拡大防止に向けて行動できる消費者の育成がますます必要となっています。

また、世界的には貧富の差の拡大や地球規模の環境汚染が進んでいることから、2015年に国連総会において、持続可能な開発のための2030アジェンダ（「持続可能な開発目標」SDGs：Sustainable Development Goals）が全会一致で採択されました。この目標の達成のためには、消費者一人ひとりが消費行動を通じて社会や環境を変えていくという意識を持ち、具体的に行動していくことが求められます。

国内においては、民法の成年年齢引下げに対応するため、消費者委員会にワーキング・グループが設置され対応策が検討されると共に、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の中間的見直しが実施され、今後の重点事項が整理されました。

このような社会情勢の変化や法令の改正等を踏まえ、引き続き消費者教育に取り組んでいくため、自ら学び自立し行動する消費者の育成を目標として、第2次静岡県消費者教育推進計画（以下「本計画という。」）を策定します。

2 計画の位置づけ

本計画は、消費者教育の推進に関する法律（平成24年8月22日法律第61号。以下「推進法」という。）第10条第1項の規定により、国の基本方針を踏まえ、本県の区域において、県が実施する消費者教育の推進に関する施策について策定します。

また、静岡県消費生活条例（平成 11 年静岡県条例第 35 号）第 8 条の 2 に基づき策定される「第 3 次静岡県消費者行政推進基本計画」に定める消費者教育に関する行動計画として策定します。

3 計画の基本理念

推進法第 3 条に規定された基本理念の下、次のとおり消費者教育を推進します。

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none">(1) 消費生活に関する知識を習得し、適切な行動に結びつける実践能力の育成を図る。(2) 主体的に消費者市民社会の形成に参画し、発展に寄与できるよう積極的に支援する。(3) 幼児期から高齢者まで段階特性に配慮する。(4) 場（学校、地域、家庭、職域）の特性に対応する。(5) 多様な主体間の連携を促す。(6) 消費者市民社会の形成に関し、多角的な情報を提供する。(7) 非常時（災害）の合理的行動のための知識・理解を深める。(8) 環境教育、食育、国際理解教育、その他の消費生活に関連する教育施策との有機的な連携を図る。 |
|---|

4 計画の目標

第 3 次静岡県消費者行政推進基本計画では、「くらしの理想郷『美しい“ふじのくに”』」の実現を目指し、「自ら学び自立し、行動する消費者の育成」について施策を展開することとしています。本計画では以下の能力を育み、総合的かつ体系的に消費者教育を推進し、消費者市民社会※1の実現に向け、社会的価値行動※2ができる、「自ら学び自立し行動する消費者」を育成することを目標とします。

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">(1) 消費者の権利と役割及び消費者の自立について理解し、それに基づいた意思決定と消費行動ができる能力(2) 消費生活の安全・安定の確保と向上を図るため、消費生活に関する基本的な知識・技術を習得し、これらを活用して、将来を見通した合理的な意思決定や生活設計を行い、消費者被害等を回避し、必要に応じて他者と協力しながら問題解決ができる能力(3) 持続可能な社会の実現に向けて、自分の行動と社会経済との関連を意識し、持続可能な社会へ寄与する消費生活を実践するとともに、諸課題について他者と協力して取り組むことができる能力 |
|--|

5 消費者教育推進の基本的な方向

(1) イメージマップを活用し、ライフステージや場の特性に対応した体系的な推進

消費者教育に関する様々な施策を実施するにあたっては、静岡県独自のイメージマップにより目的と対象を確認し、効果的かつ体系的に進めていきます。

(2) 多様な主体との連携による推進

県域協議会による意見交換を通じ、消費者団体、法律家、金融広報委員会、NPO、事業者、事業者団体、福祉団体等、多様な主体と連携し効果的かつ体系的に消費者教育を推進していきます。

(3) 消費生活に関連する教育との連携による効果的な推進

環境教育、食育、国際理解教育、人権教育、防災教育等、それぞれ目的や内容、対象範囲は異なりますが、「持続可能な社会の形成」という点では重なる内容が多いため、県庁の関連部局の担当課を構成員とした消費者教育関連事業ワーキングを通じて県の関係各課と情報や認識を共有すると共に、これらの関連教育と連携し、効果的に消費者教育を推進していきます。

6 計画の期間

計画期間は、2018年度から2021年度までの4年間とします。

ただし、社会情勢の急激な変化や国の基本方針等の変更等を勘案し、必要に応じて見直しを行います。

※1 「消費者市民社会」とは、消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会をいう。(推進法第2条第2項)

※2 「社会的価値行動」とは、「食育の観点及び地産地消の観点から商品を選択する」「環境に配慮した商品を選択する」「モノを大切に使う」など、自分の消費行動が、現在及び将来の世代にわたって、内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に寄与する行動をいう。それは、消費者市民社会の形成に参画することに通じる行動である。

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

1 社会的な環境の変化

(1) 民法の成年年齢の引下げ

民法の改正により、成年年齢が現行の20歳から18歳に引き下げられることが見込まれます。現行法では20歳未満の若者には、未成年者取消権が認められており、未成年者が保護者の同意を得ずに行った契約は原則、取り消すことができますが、成年年齢の引下げにより18歳から19歳の若者が行った契約について、未成年者取消権が利用できなくなります。

そのため、これらの年齢層の若者が、新たに悪質事業者のターゲットとされ、若者の消費者被害の拡大と深刻化が危惧されます。

(2) 高度情報通信社会の進展

総務省の調査によれば、2016年度末のスマートフォンの保有率は71.8%、インターネットの人口普及率は83.5%となっています。これに伴いインターネット通販等、インターネットを利用した取引が拡大し、2015年の推計では13.8兆円となっています。

また、インターネット利用の低年齢化が進み、内閣府の2016年度の調査では、インターネットの利用率は、小学生で61.8%、中学生で82.2%、高校生で96.6%となっています。また、インターネットを利用している高校生の25.2%がショッピングやオークションを行っており、インターネットに関する消費者トラブルの低年齢化が危惧されます。

(3) 高齢化の進行

県の「高齢者福祉行政の基礎調査」によれば、2017年4月1日現在の静岡県の高齢化率（総人口に占める65歳以上の人口の割合）は過去最高の28.2%となっています。

特に、ひとり暮らし高齢者の世帯は10年間で1.7倍、総世帯に占める割合は13.1%となっており、このようなひとり暮らしの高齢者を狙った悪質商法による消費者被害が後を絶たない状況にあります。

(4) 相次ぐ企業の不祥事

廃棄食品の不正流用や自動車の燃費に関する不正な表示、健康食品の誇大広告、粉飾決算等、企業の不祥事が相次いで発覚し、企業のモラルに対する消費者の信頼低下が懸念されます。消費者庁が実施した「平成28年度

消費者意識基本調査」では、「流通している食品は安心・安全である」と回答した人は 44.3%、「流通している商品（食品以外）や提供されているサービスは安心・安全である」と回答した人は 40.0%、「悪質・詐欺的な販売行為等を心配せずに安全に商品・サービスを購入・利用できる」と回答した人は 26.0%、「商品等の表示・広告の内容は信用できる」と回答した人は 26.9%となっています。

また、商品・サービスの価格や利便性による競争力を確保するために、不当な長時間労働を強いたり、残業を支払わなかったりする、「ブラック企業」の存在が社会問題化しており、企業倫理が問われています。

（５）環境に配慮した商品や地産地消の普及

中身を詰め替えるタイプの商品や省エネ商品、ハイブリッド自動車や低燃費自動車等、環境に配慮した商品が普及するようになりました。

また、消費者は新鮮で生産者の顔が見える食材を買うことができ、生産者は輸送コストの削減や安定した経営につながることから、地産地消が普及しました。

（６）持続可能な社会に向けた世界的な取組

2015年9月に国連で採択された持続可能な開発のための2030アジェンダの中で、持続可能な開発目標 SDGs として 17 の目標と 169 のターゲットが掲げられました。この持続可能な開発目標の「12」では「持続可能な生産と消費」が掲げられ、2030年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食品の廃棄を半減させることや、人々があらゆる場所において、持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにすることが盛り込まれており、すべての国々が対策を講じることとされています。※3

※3 国においては、持続可能な開発目標（SDGs）に係る施策の実施について、関係行政機関相互の緊密な連携を図り、総合的かつ効果的に推進するため、全国務大臣を構成員とする持続可能な開発目標（SDGs）推進本部を設置し、実施指針を策定している。

この実施方針に8つの優先課題と具体的施策を掲げ、消費者教育は主に優先課題の「あらゆる人々の活躍の推進」に位置づけられている。

2 第1次計画の取組と課題

第1次計画では、消費者教育の推進の内容として「重点的に取り組む事項」、「ライフステージに対応した消費者教育」、「消費者教育の人材（担い手）の育成・活用」を掲げ、平成27年度に設置した県域協議会の意見を伺いながら、これらに関する様々な取組を行ってきました。それぞれの取組と課題は以下のとおりです。

(1) 重点的に取り組む事項

ア 「消費者市民社会」の意義の普及・啓発

(取組)

- ・ 中学生以上を対象とした「消費者市民社会」について理解するための映像教材、指導マニュアル、ワークシートを作成し、モデル講座の開催や教員向け研修での教材の利用促進を図りました。
- ・ また、リーフレットや消費者教育ポータルサイトを作成し、「消費者市民社会」の意義の普及・啓発を行いました。

(課題)

- ・ 県民意識調査の結果では、「消費者市民社会」について言葉だけでなく、その内容についてもよく知っていると回答した人は6.2%と低い状況にあります。
- ・ 地域や学校等における消費者教育出前講座では、消費者被害の未然防止や契約に関する基礎知識が主な内容となっていることから、消費者トラブルから消費者市民社会へと話をつなげられるよう、担い手への意識付けと教材の有効活用を図る必要があります。

イ 多様な主体の意識付け及び実践方法の普及

(取組)

- ・ 多様な主体の取組事例を「効果的な実践のための担い手向け手引書」として作成し、関係団体へ配布しました。
- ・ 県庁の関連部局の担当課を構成員とした消費者教育関連事業ワーキングを設置し、意見交換を行いました。
- ・ 県域における消費者教育を推進するため、消費者教育推進法の規定に位置づけられた県域協議会を設置するとともに、東部、中部、西部の県民生活センター単位で「ふじのくに消費者教育推進地域連絡会、ふじのくに消費者教育推進地域連絡会議」（以下「地域連絡会、地域連絡会議」という）を設置し、意見交換を行いました。

(課題)

- ・ 県庁内での関連各課との連携はまだ始まったばかりであり、今後もワーキングを継続して、事業の連携を図っていく必要があります。
- ・ その他、民間の団体や大学、事業者等多様な主体への意識付けや実践方法の普及については十分ではなく、今後も取組が必要です。

ウ 学校における消費者教育の推進

(取組)

- ・ 小中学校においては、発達の段階に応じて、学習指導要領に基づき、生活科、社会科、技術・家庭科、道徳の時間等において、消費者の基本的な権利と責任、生産や販売の工夫や環境への配慮、節度節制に心がけた望ましい生活習慣等を指導しています。
- ・ 高等学校においては、公民科や家庭科、商業科の科目を中心に、個人と企業の経済活動における社会的責任、消費者問題と消費者保護の在り方を考えさせるとともに、消費者の権利と責任について理解を深めさせています。
- ・ 教員に対しては、学習指導要領に対応した実践的な授業の実施方法をテーマに消費者教育講座を開催しました。
- ・ また、県内の高等学校、大学、専門学校等を中心に、県民生活センターによる消費者教育出前講座を実施しました。

(課題)

- ・ 消費者教育は主に家庭科で扱われていますが、時数が限られており、消費者教育の時間を十分に確保できない状況にあります。
- ・ 消費者教育は家庭科だけでなく、他の既存の教科に消費者教育の視点を取り入れて行うことや、教科横断的に取り組むことも可能であることから、そのようなモデルを作成し、学校や教員に示すことが必要です。
- ・ 外部人材の活用や教員向け研修の参加等、学校における消費者教育の推進について、市町の教育委員会や学校に必要性の浸透を図っていくことが必要です。
- ・ 消費者教育の担い手として退職教員の活用も検討する必要があります。

エ 県民生活センターの拠点化に向けた取組

(取組)

- ・ 東部、中部、西部の各県民生活センター単位で地域連絡会、地域連絡会議を設置し、地域の実情に応じた消費者教育の推進に取り組みました。
- ・ 東部地域においては、情報提供や意見交換等を通じて、市町における消費者教育推進計画の策定や消費者教育の取組を支援しました。
- ・ 中部地域においては、中学校における消費者教育の推進をテーマに地

域の中学校で活用する消費者教育教材を共同購入するなどにより消費者教育の推進を図りました。

- ・ 西部地域においては、高齢者の被害防止と消費者教育をテーマに情報交換や意見交換を通じて、様々な主体の連携を促進しました。
- ・ また、担い手養成講座により、消費者団体、市町消費生活相談員、福祉関係職員等、地域の消費者教育の担い手のスキルアップ、知識習得を図りました。
- ・ この他、中部県民生活センターでは、2016 年度にセンター内に地域の担い手へ消費者教育に関する教材、情報を提供するコーナーを設置しました。

(課題)

- ・ 地域における消費者教育を推進するためには、消費者教育を必要とする人と多様な主体とのマッチング等のコーディネート機能が必要ですが、それを踏まえて消費者教育の拠点として、県民生活センターが地域の課題に対し、広域的、専門的、補完的役割に基づき具体的な取組を検討していくことが必要です。

オ 消費者教育の担い手の育成・活用

(取組)

- ・ 国民生活センターや県民生活課が主催する研修により、消費生活相談員に対する消費者教育の担い手としての資質向上を図りました。
- ・ 県民生活センターの担い手養成講座や、県民生活課の講師養成講座、くらしのリーダー養成講座、消費者ホーム講座により、地域における人材の育成を行いました。

(課題)

- ・ 担い手養成講座は参加者が限られており、新たな担い手の掘り起こしや、消費者教育関連事業における人材の活用が必要です。
- ・ また、育成だけでなく活用する施策についても併せて考えていく必要があります。

(2) ライフステージに対応した消費者教育

【幼児期における消費者教育】

- ・ NPO 法人への委託による子どもを対象としたお買い物イベントの実施や、家庭における消費者教育推進のため、幼児の保護者向けの消費者教育教材「親子のための消費者教育・こどもの生活力を育てるひと言」、幼児向けの「ぬり絵本」を作成しました。

【小学生期、中学生期における消費者教育】

- ・ 消費者の視点で災害時に備えて必要な事や物をまとめた教材「もしものときのヒント集」を作成し、地域の自主防災組織等での活用を図り

ました。また、同教材を活用し、小中学校への出前講座や教員向け研修を開催しました。

- ・ 小中学生を対象に、製造工程を見学し、経営者や従業員から様々な話を聞き、ものの価値や消費行動がものづくりに与える影響を考えることを目的とした、工場見学を実施しました。また、内容をリーフレットやホームページにまとめ、学校に配布し、消費者教育の視点に立った工場見学の実施方法について周知しました。

【成人期（特に若者）における消費者教育】

- ・ 現役大学生が同世代の目線で編集した消費者教育教材「大学生のための生活向上ハンドブック」を作成し、大学等へ配布しました。
- ・ また、若者の若者による若者のための消費者教育をコンセプトに「消費者教育未来会議」を立ち上げ、消費者教育をテーマに若者によるフューチャーセッションを開催しました。

【成人期（特に若者、成人一般）における消費者教育】

- ・ 職域における消費者教育をテーマに、経営者に対する講演会、働く社会人向けの消費者教育教材の作成、メールマガジンによる情報発信、企業等への出前講座を実施しました。

【成人期（特に高齢者）における消費者教育】

- ・ 暮らしに役立つ生活情報誌の特集号により普及・啓発を行いました。
- ・ 高齢者に対しては、リーフレットを作成し、高齢者自身や見守り者に対する普及・啓発を行ったほか、「188で見守り隊」による見守り活動も実施しました。

（課題）

- ・ 幼児期における消費者教育については、家庭において実施することが効果的ですが、他部局や市町と連携して、保護者に対し作成した教材のPRと活用についての働きかけを行っていく必要があります。
- ・ 小・中・高校生期における消費者教育については、今回モデル的に取り組んだ消費者教育の視点を取り入れた防災訓練や社会科見学、キャリア教育等を学校に普及していくなど、家庭科だけでなく、学校における教育活動と関連させながら取り組んでいく必要があります。
- ・ 大学生期における消費者教育については、消費者教育を受けるだけでなく、消費者市民社会の実現の担い手としての自覚と行動を促す取組を継続していくことが必要です。
- ・ 成人一般期における消費者教育については、職域への出前講座等を拡充し、消費者教育を受ける機会を増やしていく必要があります。
- ・ また、消費者志向経営を普及させることにより、商品やサービス提供の担い手としての自覚を促していく必要があります。

- ・ 高齢期における消費者教育については、地域の見守り活動による支援が不可欠であるため、地域の見守り者への情報提供や研修等により、地域の実情に応じた見守り活動を促していく必要があります。

3 国の消費者教育の推進に関する動き

国では、推進法に基づき 2013 年 6 月に 2013 年度から 2018 年度の 5 年間の消費者教育の推進に関する基本方針を閣議決定しましたが、2017 年 4 月に中間的な見直しを行い、基本方針の変更に向けた検討にあたり強化すべき事項を提示しました。

(1) 基本方針の見直しに向けた論点整理（今後の重点事項）

ア 消費者教育の効果的な推進

- ・消費者教育の効果測定、到達目標、優先事項の検討、調査研究が必要
- ・若年者への実践的な消費者教育の強化
- ・消費者市民社会の概念普及、理解促進

イ 都道府県等における施策の促進

- ・消費者教育推進計画、消費者教育推進地域協議会の設置を市町へ拡大
- ・消費者行政と教育行政の連携強化（消費者教育の担い手、コーディネーターの活用・役割強化）
- ・消費生活センターの拠点化の促進

ウ 社会情勢の変化に対応した消費者教育の強化

- ・成年年齢引下げ対応としての若年者への消費者教育の強化
- ・高度情報化の進展、国際化、情報リテラシーの向上
- ・制度の変化の周知・情報提供、消費者の知識の習得・活用、事業者の取組も重要

エ 社会や環境を意識した消費行動に関する消費者教育

- ・消費者自身がエシカル消費※4等の消費行動により社会や環境を変えていくことが可能という意識の向上

(2) 社会情勢等の変化に対応した課題

ア 学校における消費者教育の充実方策

イ 若年者への消費者教育（成年年齢引き下げに向けた環境整備）の充実

ウ 消費者市民社会の形成への参画の重要性の理解促進

エ 高齢者等への対応

オ 関係者との連携・協働

※4 「エシカル消費」とは消費者基本計画では「地域の活性化や雇用なども含む、人や社会・環境に配慮した消費行動」と定義されており、消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費行動を行うことである。具体的には、障がい者支援につながる商品やフェアトレード商品、エコ商品やリサイクル商品、被災地産品の購入や地産地消などがある。

4 市町における消費者教育の取組

(1) 消費者教育の推進体制の整備状況

2018年3月末現在で、消費者教育推進計画を策定している市町は、静岡市、浜松市、沼津市、三島市、富士宮市、富士市、御殿場市の7市となっており、消費者教育推進地域協議会を設置している市町は静岡市、浜松市、沼津市、富士市の4市となっています。

(2) 消費者教育コーディネーターの配置状況

浜松市においては、2015年度から中学校の校長OBを消費者教育コーディネーターとして配置しています。また、静岡市においては2015年度から消費者教育推進員を配置し、2017年度から中学校の校長OBを消費者教育推進員として採用しています。この他、御殿場市においても2017年度から中学校の校長OBを消費者教育コーディネーターとして配置しています。

(3) 学校における消費者教育

富士市と藤枝市においては学校への出前講座を推進するため、消費生活相談員を増員しています。富士市では全て中学校の家庭科の授業において消費生活相談員が出前講座を実施しています。

浜松市においては、家庭科教員とのコラボレーションにより小学校と中学校における消費者教育の教材セットを作成し、学校の家庭科の授業で取り入れています。

また、静岡市と磐田市においても家庭科の副教材として消費者教育に関する教材を作成し、学校への配布を行っています。

(4) 地域における消費者教育

富士宮市や藤枝市では小学生の親子を対象に「おこづかい講座」を開催しました。

また、多くの市町で消費者団体等と連携して高齢者やその見守り者を対象とした消費者被害の未然防止のための出前講座を実施したり、消費生活展等により環境に配慮したライフスタイルの普及等に取り組みました。

第3章 消費者教育の取組の視点と施策体系

1 取組の視点

(1) 「消費者市民社会」の理念を普及するための消費者教育の推進

既に記載したとおり、2015年に国連総会において持続可能な開発のための2030アジェンダが採択されました。この中で、持続可能な開発目標SDGsとして17の目標と169のターゲットが掲げられ、国においても推進本部が設置されています。

持続可能な社会を実現するためには、引き続き、出前講座等により「消費者市民社会」の考えの普及に取り組んでいく必要があります。

(2) 若年者と高齢者の消費者トラブルを減らすための消費者教育の推進

民法の成年年齢の引下げの動きがある中で、18歳から19歳の若者の消費者トラブルの増加が危惧されます。また、若者は社会経験が浅く、社会的な知識も十分に身につけていないことから、思いもよらない消費者トラブルに巻き込まれる恐れもあります。他方で知らないうちに加害者となっている場合もあります。そのため、若者に対する消費者被害防止のための消費者教育に取り組んでいきます。

高齢者についても、依然として悪質商法のターゲットになりやすく、消費生活相談件数も高止まりしていることから、引き続き、見守り者への情報提供や消費者教育に取り組んでいきます。

(3) 地域における消費者教育の推進体制の整備

どこに住んでいても、質の高い消費者教育を受けられるよう、県民生活センターを消費者教育の拠点として、消費者教育の担い手の育成と活用に取り組んでいきます。

また、市町における消費者教育推進計画の策定と消費者教育推進地域協議会の設置を働きかけ、消費者教育の取組を促進していきます。

2 施策の柱

第2次消費者教育推進計画の計画期間（2018年度～2021年度）において、各施策を実施するにあたり、特に留意すべき事項を施策の柱として以下のとおりまとめました。

施策1 消費者市民社会の理念の普及

- (1) 多様な場における消費者市民社会の理念の普及
- (2) 持続可能な社会や環境に向けた県民意識の醸成

施策2 消費者教育の担い手となる人材の育成

- (1) 消費者教育の担い手のスキルアップ支援
- (2) 新たな担い手の養成

施策3 トラブルの未然防止と消費者の自立支援

- (1) 成年年齢の引下げとインターネットトラブルへの対応
- (2) ライフステージに対応した消費者被害の未然防止
- (3) 主体的かつ適切な消費生活を送るための自立支援

施策4 地域における消費者教育の推進

- (1) 県民生活センターによる市町の実施支援
- (2) 地域の課題への対応

第4章 具体的な施策の展開

1 消費者市民社会の理念の普及

公平かつ公正で持続可能な社会の実現に向け、環境保全や社会貢献の視点で商品・サービスを選択するエシカル消費等、消費者自らが自発的、積極的に行動できるよう、消費者市民社会の理念の普及に取り組みます。

指標	基準値	2021 目標
消費者市民社会の考え方を意識して商品・サービスを選択する県民の割合	(2016) 52.1%	59.2%
消費者教育ポータルサイトのアクセス数	(2016) 16,154 人/年	20,000 人/年
消費者教育講師人材バンクに登録している講師を派遣した回数	—	80 回/年

(1) 多様な場における消費者市民社会の理念の普及

ア 学校、地域、家庭、職域における消費者教育の推進

学校や地域、事業所や事務所等の職域への出前講座を行い、消費者トラブルや契約の基礎知識だけでなく、相談窓口に相談することが社会全体の消費者被害の減少につながることや、持続可能な社会の実現に向け、環境保全や社会貢献の視点で商品・サービスを選択することや行動することの大切さを伝えていきます。

学校においては、社会科、公民科、技術・家庭科、家庭科、商業科の授業等において消費者教育の内容充実を図るよう、教育委員会と連携して、働きかけを行っていきます。

家庭においても、フォーラムの開催や幼児とその保護者を対象とした教材の配布等を行うことにより、保護者等が行う家庭での消費者教育を支援していきます。

また、事業者に対しては、事業活動を通じ公正かつ持続可能な社会の形成へ参画できるよう、消費者志向経営についての研究を行い、取組の普及を図っていきます。

(具体的な取組)

- ・ 学校（高校、大学、専門学校等）、地域、職域、への出前講座の実施
(県民生活センター)
- ・ 教員向け消費者教育講座の開催（県民生活課・県民生活センター）
- ・ 消費者教育講師派遣事業の実施（県民生活課・県民生活センター）
- ・ 学習指導要領に沿った学校における消費者教育の充実（義務教育課、高校教育課）
- ・ 消費者団体と連携した消費者学習支援の推進（県民生活課）
- ・ 消費者教育推進フォーラムの開催（県民生活課）
- ・ 消費者志向経営に関する調査・研究と考え方の普及（県民生活課）

イ 学校や地域における関連教育の推進

環境教育や食育、キャリア教育等の関連教育と連携し、消費がもつ影響力や、身近な消費者問題や社会課題の解決、公正かつ持続可能な社会の形成に向けた取組の必要性についての理解を促進していきます。

(具体的な取組)

- ・ こどもエコクラブ支援事業の実施（環境政策課）
- ・ 学校訪問水資源啓発教室の実施（水利用課）
- ・ 水素エネルギー普及啓発事業の実施（エネルギー政策課）
- ・ WAZA チャレンジ教室の実施（職業能力開発課）
- ・ 食の都の授業の実施（マーケティング課）
- ・ ふじのくに多彩な和の食文化推進事業の実施（地域農業課）
- ・ 犬と猫の飼い方教室の実施（衛生課）
- ・ ふるさと給食週間及びふるさと給食の日の設定（健康体育課）
- ・ ユニバーサルデザインの理解促進（県民生活課）

ウ 消費者教育の担い手に対する理解の促進

様々な場で消費者市民社会の理念を広めていくためには、消費者教育の担い手自身がその考え方を理解する必要があります。

そのため、消費者教育の担い手となる消費生活相談員、市町職員、消費者団体、NPO 等に対し、消費者市民社会についての理解促進と、考え方を伝える技法等についての研修を実施していきます。

(具体的な取組)

- ・ 消費者教育講師フォローアップ研修の開催（県民生活課・県民生活センター）
- ・ 教員向け消費者教育講座の開催【再掲】（県民生活課・県民生活センター）

エ 多様な機会を活用した啓発

多くの県民に消費者市民社会の考え方を普及していくため、多様な機会と手段を活用し、啓発活動を行っていきます。

(具体的な取組)

- ・ 消費者教育推進フォーラムの開催【再掲】(県民生活課)
- ・ 情報誌やメールマガジンによる情報発信(県民生活課)
- ・ 消費者教育ポータルサイトによる情報発信(県民生活課)

(2) 持続可能な社会や環境に向けた県民意識の醸成

ア イベントやキャンペーンによる環境意識の醸成

持続可能な社会や環境の実現に向け、消費者一人ひとりがごみの減量や省エネ等によるCO₂の削減等、環境にやさしいライフスタイルを实践できるよう啓発活動を行っていきます。

(具体的な取組)

- ・ 環境保全啓発事業の実施(自然保護課)
- ・ 資源・リサイクルフォーラムの開催(廃棄物リサイクル課)
- ・ ごみ削減推進キャンペーンの実施(廃棄物リサイクル課)
- ・ ふじのくにしずおか次世代エネルギーパーク県民の日見学会の開催
(エネルギー政策課)
- ・ 「3R推進月間」における普及啓発の実施(廃棄物リサイクル課)
- ・ 「ふじのくに食べきりやったね!キャンペーン・チャレンジの実施
(廃棄物リサイクル課)
- ・ マイボトル・マイカップ運動の実施(廃棄物リサイクル課)

イ 消費者の社会参画・協働の促進

社会問題や環境問題の解決に向け、消費者一人ひとりが協働することの重要性を認識できるよう、社会参画を促す事業に取り組みます。

(具体的な取組)

- ・ 富士山ごみ減量大作戦の実施(自然保護課)
- ・ “静岡どぼくらぶ”の活用(交通基盤部政策監)

Topics

【食品ロスの削減】

日本国内で売れ残りや食べ残しなど、本来食べられたはずなのに廃棄される食品、いわゆる「食品ロス」は年間621万トンとされる。食品ロスの約半数は家庭から発生しており、食材を「買い過ぎず」「使い切る」「食べ切る」等の工夫が求められる。

最近では、NPO等により、安全に食べられるにもかかわらず処分されてしまう食品を企業や個人から寄贈を受け、生活困窮者等支援を必要とする人に配布する「フードバンク」事業も行われている。

2 消費者教育の担い手となる人材の育成

消費者被害の未然防止や持続可能な社会・環境の実現に向け、地域における消費者教育及び関連教育の担い手となる人材のスキルアップと、新たな人材の掘り起こしに取り組みます。

指標	基準値	H33 目標
教員向け消費者教育講座の受講者数	(2014～2017) 142 人	(2018～2021) 142 人
消費者教育講師フォローアップ研修の受講者数	(2016) —	(2018～2021) 600 人

(1) 消費者教育の担い手のスキルアップ支援

ア 地域人材のスキルアップ支援

消費者教育講師人材バンク登録者や消費生活相談員の他、市町職員等消費者教育出前講座の講師となる人材を対象としたフォローアップ講座を開催し、地域人材のスキルアップに取り組んでいきます。

また、環境学習や環境保全のリーダーとなる人材のスキルアップにも取り組めます。

(具体的な取組)

- ・ 消費者教育講師フォローアップ研修の開催【再掲】
(県民生活課・県民生活センター)
- ・ 環境学習指導員スキルアップ研修の開催 (環境政策課)
- ・ 環境学習指導法講座の開催 (廃棄物リサイクル課)

イ 教員のスキルアップ支援

学校における消費者教育の取組を支援するため、子供に多い消費者トラブルの事例紹介や消費者教育指導のポイントや金融教育の具体的な指導方法等、教員向けの研修を開催します。

また、子供の間でスマートフォンに関するトラブルが増えていることから、小中学校の教員向けに、情報モラルの指導についての研修を開催する等、時代の変化とニーズに合わせたきめの細かい教員研修の実施を推進します。

(具体的な取組)

- ・ 教員向け消費者教育講座の開催【再掲】(県民生活課・県民生活センター)
- ・ 小中学校における情報モラル教育実践研修の開催(総合教育センター)

(2) 新たな担い手の養成

ア 消費者教育の担い手の養成

消費者教育講師人材バンクに登録されている講師を活用し、民生・児童委員、高齢者や障害者等の福祉施設の職員、その他高齢者の見守り者等を対象とした研修会を開催し、新たな消費者教育の担い手を養成していきます。

(具体的な取組)

- ・ 見守り者等を対象とした研修会への消費者教育講師派遣事業の実施【再掲】
(県民生活課・県民生活センター)

イ 関連教育における担い手の養成

地域や学校、家庭において、消費者教育に関連する環境教育や食育、情報モラル教育等の担い手を養成し、様々な関連教育においても、消費者市民社会の理念を普及する等、連携して消費者教育を広めていきます。

(具体的な取組)

- ・ 「ケータイ・スマホルール」アドバイザー養成講座の開催(社会教育課)
- ・ 環境学習指導員養成講座の開催(環境政策課)
- ・ ふじのくに多彩な和の食文化推進事業の実施【再掲】(地域農業課)

Topics

【消費者教育コーディネーター】

国の基本方針では、コーディネーターは「消費者教育を担う多様な関係者をつなぐために、間に立って調整をする役割」を持つとし、その役割を担う者として「消費生活相談員、消費者団体やNPO法人の一員、社会教育主事等」をあげている。都道府県では、一部において専任のコーディネーターを配置したり、育成を行ったりしているが、多くは消費生活センター等の教育啓発担当職員が多様な主体の調整役を担っている。

3 トラブルの未然防止と消費者の自立支援

消費者トラブルを未然に回避するとともに、万が一消費者トラブルに遭ってしまった場合でも適切に対応できる能力を身につけられるよう、消費者を支援します。また、消費者が主体的に、生涯を見通した安全で安心な消費生活を計画的に送られるよう、消費者の自立を支援します。

指標	基準値	2021 目標
消費生活相談における被害額※ (PIO-NET データから県民生活課算出)	(2016) 474 千円	380 千円以下
小中学校ネット安全・安心講座の開催学校数	(2016) 202 校	250 校

※ 県民生活センターで受け付けた消費生活相談において聞き取った、相談案件に関して消費者が支払った額の平均額

(1) 成年年齢の引下げとインターネットトラブルへの対応

ア 学校における消費者教育の推進

消費者トラブルや契約の基礎知識、商品の安全・安心等については、出前講座等で多く取り上げられているテーマですが、民法の成年年齢の引下げが予定されていることから、これまで以上に学校における取組が必要になります。

そのため、教員向け研修への教員の参加や、出前講座等の支援策の利用について、教育委員会と連携して学校に対する働きかけを継続していきます。

(具体的な取組)

- ・ 学校（高校、大学、専門学校）への出前講座の実施【再掲】
(県民生活センター)
- ・ 消費者教育講師派遣事業の実施【再掲】(県民生活課・県民生活センター)
- ・ 教員向け消費者教育講座の開催【再掲】(県民生活課・県民生活センター)
- ・ 学習指導要領に沿った学校における消費者教育の実施【再掲】
(義務教育課、高校教育課)

イ 消費者被害防止の普及・啓発

消費者月間や消費者被害防止月間におけるキャンペーンやメールマガジンの配信、情報誌の発行により、タイムリーな情報を提供し、消費者トラブルへの注意を促していきます。

(具体的な取組)

- ・ 被害防止キャンペーンの実施 (県民生活課・県民生活センター)
- ・ メールマガジン「くらしのめ〜ル」による情報発信【再掲】(県民生活課)
- ・ 情報誌「くらしのめ」による情報発信【再掲】(県民生活課)
- ・ インターネットを活用した若者への消費者被害防止啓発の実施(県民生活課)

ウ 情報モラル、情報リテラシー教育の推進

スマートフォンの所有が増え、インターネットの普及率が高まったことからインターネット関連のトラブルが増加しています。

インターネット上には様々な情報が氾濫しており、若い頃から情報に対する批判的思考力を身につけることが必要であることから、教員や保護者に対する研修等により、学校や家庭における情報モラル、情報リテラシーに関する教育を支援していきます。

(具体的な取組)

- ・ 出前人権講座等の人権啓発事業の実施 (地域福祉課)
- ・ 小中学校ネット安全・安心講座の開催 (社会教育課)
- ・ 「ケータイ・スマホルール」アドバイザー養成講座の開催【再掲】
(社会教育課)
- ・ 「親子で話そう!!我が家のケータイ・スマホルール」カレンダーの配布 (社会教育課)
- ・ 小中学校における情報モラル教育実践研修の開催【再掲】(総合教育センター)

(2) ライフステージに対応した消費者被害の未然防止

ア 出前講座によるライフステージに対応した消費者教育の実施

消費者トラブルは年代によって特徴があるため、ライフステージに対応した消費者教育が必要です。

特に、民法の成年年齢が引き下げにより消費者被害の増加が懸念される若者や消費者被害に遭いやすい高齢者については、重点的に消費者教育を行う必要があります。

若者についてはクレジットカードの仕組みやインターネット通販、マルチまがい商法等、高齢者は訪問販売や電話勧誘販売、健康食品や投資詐欺等、年代に応じた内容で、学校や新入社員研修、地域のコミュニティセンター等で出前講座を実施し、消費者被害の未然防止に取り組みます。

高齢者への対応として、地域の民生委員や社会福祉協議会の職員、地域包括支援センター職員、その他高齢者福祉施設で働く職員等を対象とした出前講座等を実施し、地域の見守りによる消費者被害の未然防止にも取り組んでいきます。

なお、若者に対しては、悪質商法や振り込め詐欺等の加害者となることもあるため、被害者だけでなく加害者にならないという視点も加えて

消費者教育を行う必要もあります。

(具体的な取組)

- ・ 学校、地域、職域への出前講座の実施【再掲】(県民生活センター)
- ・ 消費者団体と連携した消費者学習支援の推進【再掲】(県民生活課)
- ・ 消費者教育講師派遣事業の実施【再掲】(県民生活課・県民生活センター)

イ ライフステージに対応した普及・啓発

中高生や大学生、若者、一般、高齢者等、各世代を対象に様々な媒体を活用して情報を発信し、消費者被害未然防止の普及・啓発を行います。

また、高齢者への対応として、福祉関係者等、地域の見守り者に対しても、情報提供を行っていきます。

(具体的な取組)

- ・ 被害防止キャンペーンの実施【再掲】(県民生活課・県民生活センター)
- ・ メールマガジン「くらしのめ〜」による情報発信【再掲】(県民生活課)
- ・ 情報誌「くらしのめ」による情報発信【再掲】(県民生活課)

(3) 主体的かつ適切な消費生活を送るための自立支援

ア 学校や地域における基礎的な生活・経済に関する教育の実施

消費に関する生活管理の技能を身につけ、主体的に生活設計を立てられるよう、学校への金融教育や法教育等の実施の働きかけと支援を行っていきます。

また、静岡県金融広報委員会と連携し、出前講座や講演会等により、生涯を見通した生活設計・管理に関する知識を普及していきます。

(具体的な取組)

- ・ 学校(高校、大学、専門学校)への出前講座の実施【再掲】
(県民生活センター)
- ・ 静岡県金融広報委員会と連携した金融経済セミナーの開催(県民生活課)
- ・ 金銭・金融教育研究の実施(義務教育課)
- ・ 学校における金融教育、法教育の実践(義務教育課・高校教育課)
- ・ 金融経済教育の実施(高校教育課)
- ・ 学校における租税教室の実施(税務課)
- ・ 統計出前講座の実施(統計利用課)

イ 適切な食生活を送るための支援

健康づくりのための望ましい食生活や、安全で安心な食生活を送ることができるように、食の安全や栄養成分に関する情報提供や、学校や地域等における食と健康に関する講座等を開催します。

(具体的な取組)

- ・ 食育教室の実施 (健康増進課)
- ・ 地域における食の環境整備事業の実施 (健康増進課)
- ・ 食の安全に関するタウンミーティングの実施 (衛生課)
- ・ ちゃっぴーの食品安全インフォメーション事業の実施 (衛生課)

ウ 災害時に備えた消費者教育の推進

非常時においても落ち着いて冷静な消費行動がとれるよう、出前講座等により、食品や生活に必要な物の備蓄方法や、災害時に注意が必要な消費者トラブルに関する知識等の普及を行っていきます。

(具体的な取組)

- ・ 地域防災力強化人材育成研修の開催 (危機情報課)
- ・ 消費者教育講師派遣事業の実施【再掲】(県民生活課・県民生活センター)

Topics

【青少年のインターネットの利用状況】

2016年度の内閣府の調査では、年齢が上がるとともにインターネット利用時間が長くなり、平均利用時間は13歳で128.6分、17歳で212.3分となっている。

保護者のインターネットを安全に使うための注意点の認知度は、「出会い系や著作権等の違法情報の問題を知っている」(83.1%)については高いが、クレジットカードの管理等の電子商取引に関する問題を知っている」(63.5%)は、相対的に低くなっている。

4 地域における消費者教育の推進

消費者教育の担い手の育成と活用、地域の消費者教育の情報収集・整理・提供、学校や地域、職域への出前講座の実施等、県民生活センターを拠点として、広域性、専門性、補完性の観点から市町や地域の取組を支援します。

指標	基準値	2021 目標
消費者教育推進計画の策定市町数	(2016) 5 市町	11 市町
消費者教育推進地域協議会の設置市町数	(2016) 3 市町	11 市町

(1) 県民生活センターによる市町の取組支援

ア 消費者教育の推進体制整備の支援

地域連絡会、地域連絡会議を通じて、市町、学校関係者、消費者団体等と、地域の消費者教育の推進についての意見交換、研修等を行います。

また、消費者教育推進計画の策定や消費者教育推進地域協議会の設置についても地域連絡会、地域連絡会議における情報提供や意見交換等により支援を行っていきます。

(具体的な取組)

- ・ 地域連絡会、地域連絡会議を活用した取組支援 (県民生活センター)

イ 消費者教育講師の派遣による消費者教育推進の支援

市町からの依頼を受け、消費者教育出前講座等に、県の消費者教育講師を派遣することにより、市町の消費者教育の取組を支援します。

(具体的な取組)

- ・ 消費者教育講師派遣事業の実施【再掲】(県民生活課・県民生活センター)
- ・ 消費者教育講師フォローアップ研修の開催【再掲】
(県民生活課・県民生活センター)

(2) 地域の課題への対応

ア 市町における消費者教育推進にあたっての課題

(ア) 消費者教育の目的の明確化

市町の規模や組織体制、消費者行政に係る予算規模の大小や消費者教育に関する意識により、消費者教育の取組に差があります。

消費者教育推進法において、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」と定義されていますが、消費者被害の未然防止のための啓発活動が取組のほとんどを占め、「消費者市民社会」への理解と関心を深める取組が十分ではない市町が多く見受けられます。

(イ) 市町における共通の課題

消費者教育の推進にあたって、多くの市町が、大別すると以下の2点を課題として捉えています。

(学校における消費者教育の推進)

- ・ 教員が多忙であることや授業時間に制約があること、教材の情報が行き渡っていないこと等により、市町教育委員会が所管する学校現場においては消費者教育に取り組むことが難しい。
- ・ 行政と教育が相互の状況を理解し、連携することが必要となっている。

(消費者教育を担う人材の不足)

- ・ 多くの市町において、消費生活相談員は相談業務に忙殺されており、出前講座の講師等消費者教育を担うことが難しい状況にある。
- ・ 行政職員も他の業務と兼務をしていることが多く、消費者教育に関する知識とスキルを十分に身につける時間がない。
- ・ また、現在消費者に対する啓発活動を行っている消費者団体においては、会員数の減少と高齢化による活動の縮小が懸念されている。
- ・ 消費者団体のない市町や消費生活相談員がいない市町においては、行政職員以外に消費者教育の担い手がいない。

(ウ) 課題への対応

消費者教育の取組は市町において取組状況に差がありますが、取組が先行している市町においては、消費者教育推進計画の策定や消費者教育推進地域協議会の設置、教育委員会や福祉部門との連携、優れた教材の作成等について試行錯誤しながら取り組んでいます。

それらの取組を地域で共有したり、地域連絡会、地域連絡会議に参加している構成員の意見を参考にする等、県民生活センター単位で設置している地域連絡会、地域連絡会議を課題解決に向けた施策の検討の場として活用していきます。

イ 地域における課題

(ア) 東部地域

- ・ 既に沼津市、富士市、三島市において消費者教育推進計画が策定、沼津市、富士市において消費者教育推進協議会が設置されていますが、今後は残りの市町の実情に応じ、消費者教育を体系的に推進していく必要があります。
- ・ 首都圏からの距離が近く、悪質商法等でその影響を受けやすい一方で伊豆地域は高齢化が顕著であり、高齢者への啓発や地域の見守り活動の推進が課題となっています。
- ・ 首都圏の大学に通学する学生が多数おりますが、これらの学生に対するアプローチが難しいことも課題となっています。
- ・ 小規模な市町が多く、これらの市町では一人の職員が多くの職務を兼務していることから、人材の育成や消費者団体との連携等、消費者教育の推進体制を整えることも課題となっています。

(イ) 中部地域

- ・ 既に消費者教育推進計画の策定並びに消費者教育推進地域協議会を設置済の静岡市を除き、人口 10 万人程度の規模がある自治体が 3 市ありますが、消費者教育を体系的に推進していくためには、消費者教育推進計画の策定と、消費者教育推進地域協議会の設置に取り組んでいく必要があります。
- ・ この地域には多数の大学が立地していることから、大学生の数も他の地域と比較して最も多くなっており、若者の消費者トラブルの増加が懸念される中、引き続き、大学生に対する消費者教育の推進に取り組んでいく必要があります。

(ウ) 西部地域

- ・ 既に消費者教育推進計画の策定並びに消費者教育推進地域協議会を設置済の浜松市を除く、人口 10 万人程度の規模がある自治体が 2 市ありますが、消費者教育を体系的に推進していくためには、消費者教育推進計画の策定と、消費者教育推進地域協議会の設置に取り組んでいく必要があります。
- ・ また、若者の消費者トラブルが多いなか、この地域にも多数の大学が立地していることもあり、引き続き、大学生を対象にした消費者教育に取り組んでいく必要があります。
- ・ 全市町に消費生活相談員が置かれていますが、地域内の消費者教育の充実を図るため、さらに市町の消費生活相談体制の強化に取

り組んでいく必要があります。

- ・ ブラジル人を中心に外国人が多く在住していることから、外国人への消費者教育の機会提供を進める必要があります。

今後、これらの課題について、地域で共通認識を持ち、市町においては消費者教育推進計画の策定や消費者教育推進地域協議会の設置を通して具体的な対応策に取り組み、県においては広域性、専門性、補完性の観点から市町を支援する等、県と市町で連携をしながら対応を検討していきます。

第5章 計画の実効性の確保

1 計画の推進と進捗管理

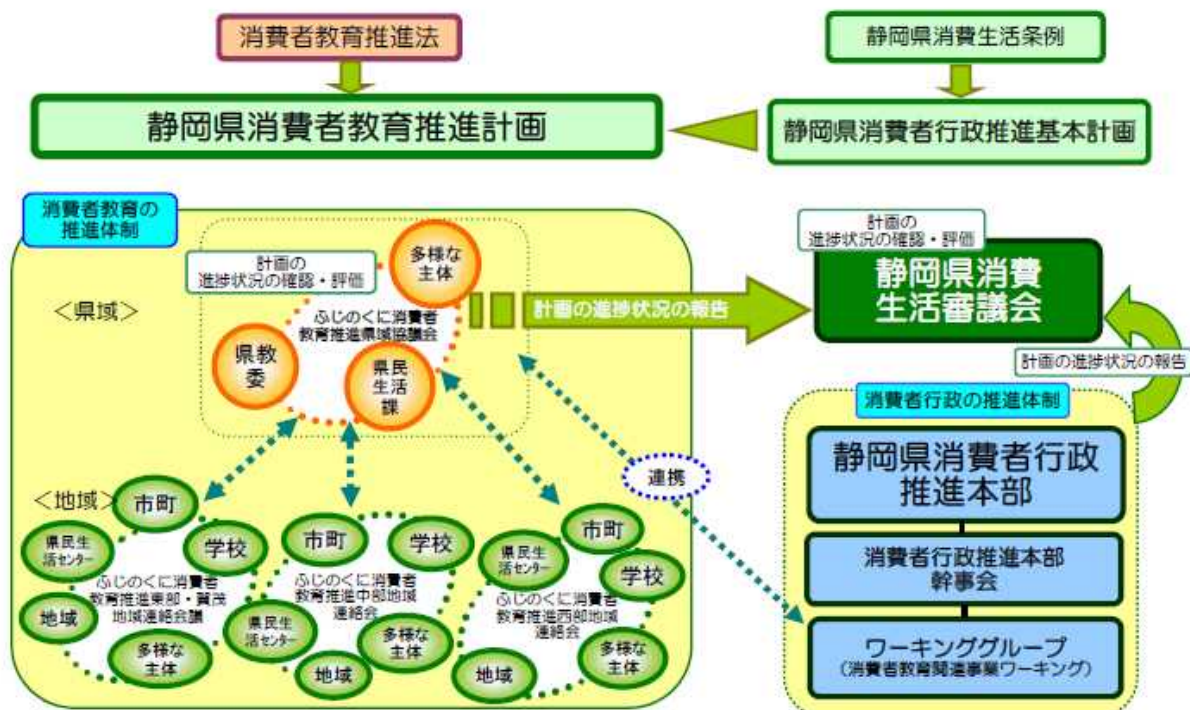
計画の推進にあたっては、県域協議会において調整を行うとともに進捗状況を確認します。

各地域連絡会、地域連絡会議においては、情報交換や意見交換を通じ各地域における消費者教育の取組状況を確認し、県域協議会で報告します。

また、関連教育については、県庁の関係各課で構成される消費者教育関連事業ワーキングにおいて、それぞれの取組状況を確認し、連携を図りながら、効果的に消費者教育を推進していきます。

なお、毎年、施策の進捗状況を示す代表的な数値目標により、施策の進捗管理を行い、消費者教育の推進について検証します。

<計画の推進体制>



2 進捗状況の評価の公表

県域協議会において確認した進捗状況及び評価を「静岡県消費生活審議会」へ報告します。なお、評価は計画の最終年度に報告します。

また、評価の内容については、ホームページ上で公表していきます。

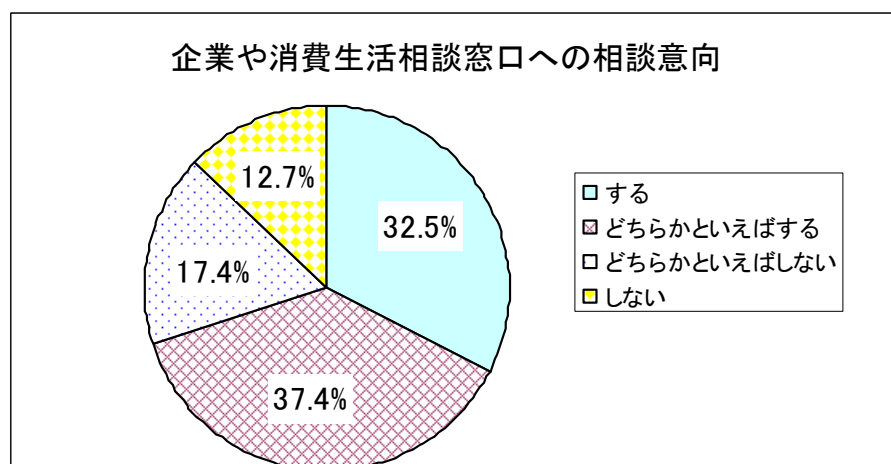
付属資料

【消費者教育に関する意識調査結果】

県では、2017年度に、県内に居住、通勤する10代以上の男女1,138人を対象に、インターネットにより「消費者教育に関する意識調査」を行いました。

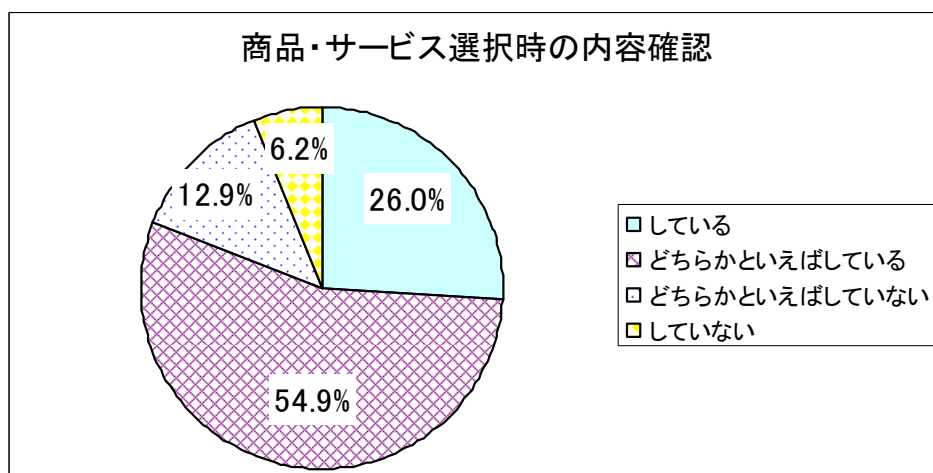
(1) 消費者被害に遭った場合のお客様センターや消費生活相談窓口相談意向

消費者被害に遭った場合32.5%の人が「相談する」と回答し、「どちらかといえば相談する」と回答した人と合わせると約7割の人が相談意向を有しています。一方で12.7%の人が消費者被害に遭っても、「相談しない」と回答しました。



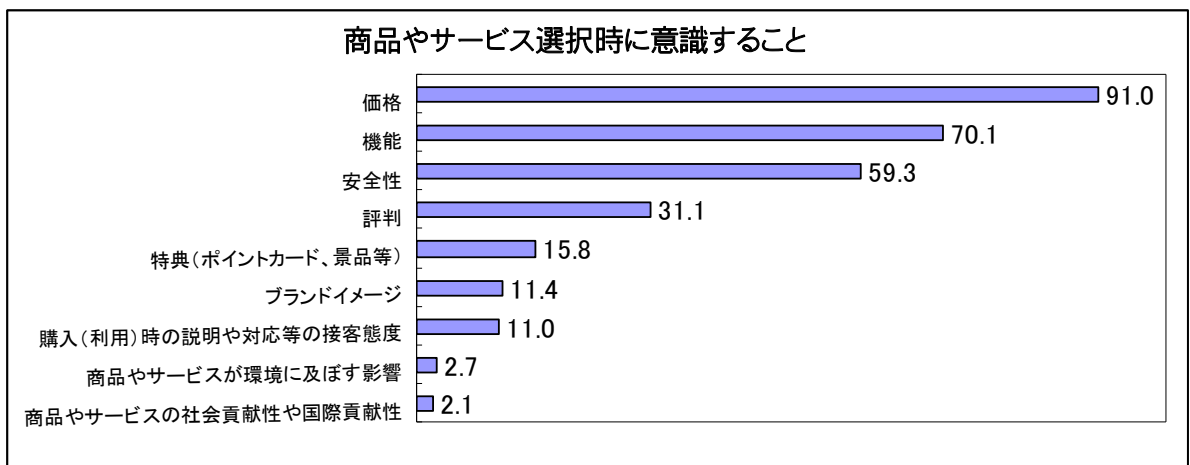
(2) 商品・サービス選択時の内容理解度

商品やサービスを選択する際に、値段だけでなく表示や説明を確認し、その内容を理解しているかとの問いに対し、26.0%の人が「理解している」と回答し、「どちらかといえば理解している」と回答した人と合わせると8割を超えました。



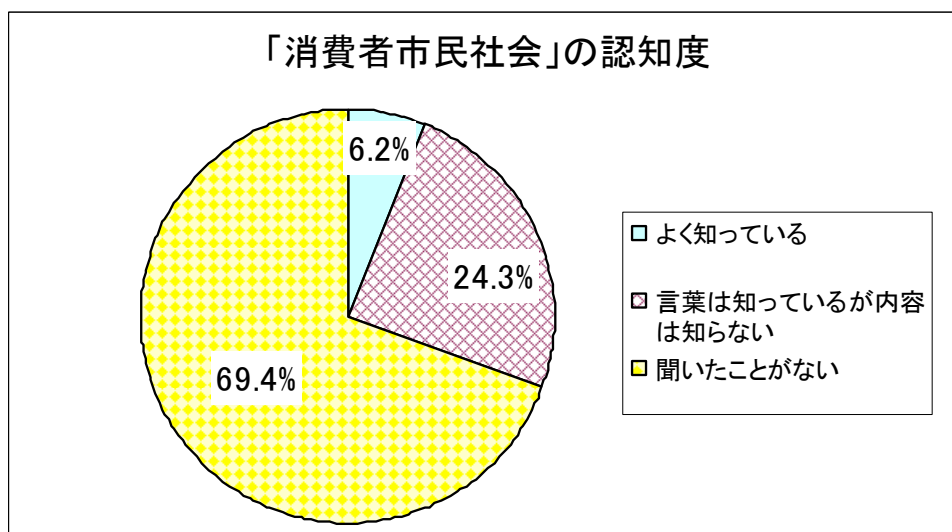
(3) 商品やサービス選択時に意識すること

商品やサービスを選択する際には9割の人が「価格」を意識すると回答しており、最も高くなっています。次いで「機能」が70.1%、安全性「59.3%」、評判「31.1%」の順となっています。一方で、「商品やサービスが環境に及ぼす影響」や「商品やサービスの社会貢献性や国際貢献性」はそれぞれ2.7%、2.1%と相対的に低い数字となっています。



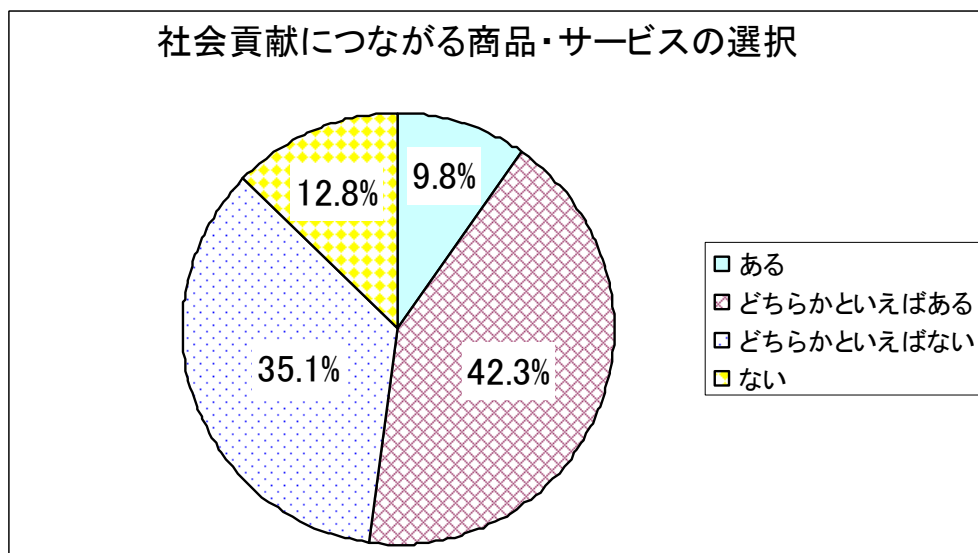
(4) 消費者市民社会の認知度

「消費者市民社会」について、言葉を知っていると回答した人は24.3%でしたが、内容を含め「よく知っている」と回答した人は6.2%でした。



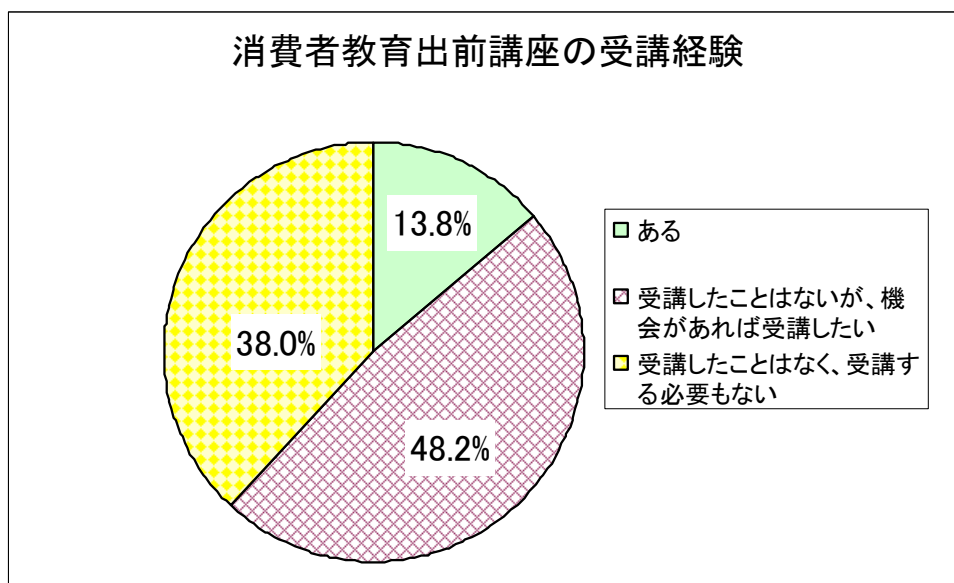
(5) 商品・サービス選択時の社会貢献意識

「商品・サービスを選択する際に、環境保全、被災地の支援、地産地消、開発途上国の労働者の生活改善など、社会貢献につながるものを意識するか」との問いに対し、「ある」と回答した人は9.8%で、「どちらかといえばある」と回答した人と合わせると5割を超えました。



(6) 消費者教育講座の受講経験

地域や学校、職場等で消費者教育講座を「受講したことがある」と回答した人は13.8%でしたが、約5割の人が「受講したことはないが、機会があれば受講したい」と回答しました。



消費者教育に関する施策一覧

大柱	中柱	小柱	施策	業務指標	2016実績値	2021目標値	担当部局名	担当所属
1 消費者市民社会の理念の普及								
(1) 多様な場における消費者市民社会の理念の普及								
ア 学校、地域、家庭、職域における消費者教育の推進								
			学校、地域、職域への出前講座の実施	出前講座の回数	105回	120回/年	くらし・環境部	県民生活センター
			教員向け消費者教育講座の開催	延べ研修参加者数	142人	142人	くらし・環境部	県民生活課・県民生活センター
			消費者教育講師派遣事業の実施	消費者教育講師の年間派遣回数	-	80回	くらし・環境部	県民生活課・県民生活センター
			学習指導要領に沿った学校における消費者教育の充実	家庭科の授業で推奨	-	-	教育委員会	義務教育課、高校教育課
			消費者団体と連携した消費者学習支援の推進	地域消費生活講座の受講者数	2,133人	-	くらし・環境部	県民生活課
			消費者教育推進フォーラムの開催	消費者教育推進フォーラムの開催回数	1回	-	くらし・環境部	県民生活課
			消費者志向経営に関する調査・研究と考え方の普及	-	-	-	くらし・環境部	県民生活課
イ 学校や地域における関連教育の推進								
			こどもエコクラブ支援事業の実施	-	-	-	くらし・環境部	環境政策課
			学校訪問水資源啓発教室の実施	水の出前教室	162回	140回/年	くらし・環境部	水利用課
			地球家族会議の実施	-	-	-	文化・観光部	ふじのくに地球環境史ミュージアム
			水素エネルギー普及啓発事業の実施	-	-	-	経済産業部	エネルギー政策課
			WAZAチャレンジ教室の実施	WAZAチャレンジ教室受講者数	2,274人	2,400人	経済産業部	職業能力開発課
			食の都の授業の実施	-	-	-	経済産業部	マーケティング課
			ふじのくに多彩な和の食文化推進事業の実施	-	-	-	経済産業部	地域農業課
			犬と猫の飼い方教室の実施	-	-	-	健康福祉部	衛生課
			動物愛護教室の実施	-	-	-	健康福祉部	衛生課
			動物愛護フェスティバルの開催	-	-	-	健康福祉部	衛生課
			ふるさと給食週間及びふるさと給食の日の設定	-	-	-	教育委員会	健康体育課
			ユニバーサルデザイン出前講座の実施	出前講座の回数	30回	30回/年	くらし・環境部	県民生活課
ウ 消費者教育の担い手に対する理解の促進								
			消費者教育講師フォローアップ研修の開催	延べ研修参加者数	-	600人	くらし・環境部	県民生活課・県民生活センター
			教員向け消費者教育講座の開催(再掲)	延べ研修参加者数	142人	142人	くらし・環境部	県民生活課・県民生活センター
エ 多様な機会を活用した啓発								
			消費者教育推進フォーラムの開催(再掲)	消費者教育推進フォーラムの開催回数	1回	-	くらし・環境部	県民生活課
			消費者月間におけるキャンペーンの実施	-	-	-	くらし・環境部	県民生活課・県民生活センター
			メールマガジンによる情報発信	「くらしのめ〜」登録者数	2,454人	-	くらし・環境部	県民生活課
			情報誌による情報発信	消費生活情報誌「くらしのめ」発行回数	4回	-	くらし・環境部	県民生活課
			消費者教育ポータルサイトによる情報発信	ポータルサイトの年間アクセス件数	16,154件	20,000件	くらし・環境部	県民生活課
(2) 持続可能な社会や環境に向けた県民意識の醸成								
ア イベントやキャンペーンによる環境意識の醸成								
			環境保全啓発事業の実施	-	-	-	くらし・環境部	自然保護課
			「南アルプスを知ろう！」講演会の開催	聴講者数	91	90	くらし・環境部	自然保護課
			資源・リサイクルフォーラムの開催	一般廃棄物1人1日当たり排出量	H30公表	815g/人日(H32)	くらし・環境部	廃棄物リサイクル課
			ごみ削減推進キャンペーンの実施	一般廃棄物1人1日当たり排出量	H30公表	815g/人日(H32)	くらし・環境部	廃棄物リサイクル課
			「3R推進月間」における普及啓発	一般廃棄物1人1日当たり排出量	H30公表	815g/人日(H32)	くらし・環境部	廃棄物リサイクル課
			ふじのくに食べきりやっだね！キャンペーン・チャレンジの実施	一般廃棄物1人1日当たり排出量	H30公表	815g/人日(H32)	くらし・環境部	廃棄物リサイクル課
			マイボトル・マイカップ運動の実施	一般廃棄物1人1日当たり排出量	H30公表	815g/人日(H32)	くらし・環境部	廃棄物リサイクル課
			ふじのくにしずおか次世代エネルギーパーク県民の日見学会の開催	見学会実施施設数	4施設	-	経済産業部	エネルギー政策課
イ 消費者の社会参画・協働の促進								
			富士山ごみ減量大作戦の実施	参加者数	138	180	くらし・環境部	自然保護課
			根原県有地管理事業の実施	参加者数	15	30	くらし・環境部	自然保護課
			“静岡どぼくらぶ”の活用	-	-	-	交通基盤部	交通基盤部政策監

消費者教育に関する施策一覧

大柱	中柱	小柱	施策	業務指標	2016実績値	2021目標値	担当部局名	担当所属
2 消費者教育の担い手となる人材の育成								
(1)消費者教育の担い手のスキルアップ支援								
ア 地域人材のスキルアップ支援								
			消費者教育講師フォローアップ研修の開催(再掲)	研修参加者数(累計)	-	600人	くらし・環境部	県民生活課・県民生活センター
			環境学習指導員スキルアップ研修の開催	-	-	-	くらし・環境部	環境政策課
			環境学習指導員講座の開催	一般廃棄物1人1日当たり排出量	H30公表	815g/人日(H32)	くらし・環境部	廃棄物リサイクル課
イ 教員のスキルアップ支援								
			教員向け消費者教育講座の開催(再掲)	研修参加者数(累計)	142人	142人	くらし・環境部	県民生活課・県民生活センター
			小中学校における情報モラル教育実践研修の開催	-	-	-	教育委員会	総合教育センター
(2)新たな担い手の養成								
ア 消費者教育の担い手の養成								
			見守り者等を対象とした研修会への消費者教育講師派遣事業の実施(再掲)	研修会への消費者教育講師の派遣回数	-	-	くらし・環境部	県民生活課・県民生活センター
イ 関連教育における担い手の養成								
			「ケータイ・スマホルール」アドバイザー養成講座の開催	アドバイザー登録者数	125人	120人	教育委員会	社会教育課
			環境学習指導員養成講座の開催	-	-	-	くらし・環境部	環境政策課
			ふじのくに多彩な和の食文化推進事業の実施(再掲)	育成指導者数	18人/年	15人/年	経済産業部	地域農業課
3 トラブルの未然防止と消費者の自立支援								
(1)成年年齢引下げとインターネットトラブルへの対応								
ア 学校における消費者教育の推進								
			学校(高校、大学、専門学校)への出前講座の実施(再掲)	学校への出前講座の回数参加者数	2,081人	2,400人	くらし・環境部	県民生活センター
			消費者教育講師派遣事業の実施(再掲)	消費者教育講師の年間派遣回数	-	80回	くらし・環境部	県民生活課・県民生活センター
			教員向け消費者教育講座の開催(再掲)	延べ研修参加者数	142人	142人	くらし・環境部	県民生活課
			学習指導要領に沿った学校における消費者教育の実施(再掲)	家庭科の授業で推奨	-	-	教育委員会	義務教育課・高校教育課
イ 消費者被害防止の普及・啓発								
			被害防止キャンペーンの実施(再掲)	-	-	-	くらし・環境部	県民生活課・県民生活センター
			メールマガジンによる情報発信(再掲)	「くらしのめ〜ル」登録者数	2,454人	-	くらし・環境部	県民生活課
			情報誌による情報発信(再掲)	消費生活情報誌「くらしのめ」発行回数	4回	-	くらし・環境部	県民生活課
			インターネットを活用した若者への消費者被害防止啓発の実施	消費者被害防止サイトへのアクセス件数	-	3,040件	くらし・環境部	県民生活課
ウ 情報モラル・情報リテラシー教育の推進								
			出前人権講座等の啓発事業の実施	人権啓発講座等参加人数	25,971人	30,000人/年	健康福祉部	地域福祉課
			教科指導等におけるICT活用の推進	-	-	-	教育委員会	総合教育センター
			小中学校ネット安全・安心講座の開催	実施校数	202校	250校	教育委員会	社会教育課
			「ケータイ・スマホルール」アドバイザー養成講座(再掲)	アドバイザー登録者数	125人	120人	教育委員会	社会教育課
			「親子で話そう!!我が家のケータイ・スマホルール」カレンダー配布	-	-	-	教育委員会	社会教育課
			小中学校における情報モラル教育実践研修の開催(再掲)	-	-	-	教育委員会	総合教育センター

消費者教育に関する施策一覧

大柱	中柱	小柱	施策	業務指標	2016実績値	2021目標値	担当部局名	担当所属				
35	(2)	ライフステージに対応した消費者被害の未然防止	ア 出前講座によるライフステージに対応した消費者教育の実施									
			学校、地域、職域への出前講座の実施(再掲)	出前講座の回数	105回	120回	くらし・環境部	県民生活センター				
			消費者団体と連携した消費者学習支援の推進	地域消費生活講座の受講者数	2,133人	-	くらし・環境部	県民生活課				
			消費者教育講師派遣事業の実施(再掲)	消費者教育講師の年間派遣回数	-	80回	くらし・環境部	県民生活課・県民生活センター				
			イ ライフステージに対応した普及・啓発									
			被害防止キャンペーンの実施(再掲)	-	-	-	くらし・環境部	県民生活課・県民生活センター				
			メールマガジンによる情報発信(再掲)	「くらしのめ〜」登録者数	2,454人	-	くらし・環境部	県民生活課				
			情報誌による情報発信(再掲)	消費生活情報誌「くらしのめ」発行回数	4回	-	くらし・環境部	県民生活課				
			(3)	主体的かつ適切な消費生活を送るための自立支援	ア 学校や地域における基礎的な生活・経済に関する教育の実施							
					学校(高校、大学、専門学校)への出前講座の実施(再掲)	学校への出前講座の回数参加者数	2,081人	2,400人	くらし・環境部	県民生活センター		
					静岡県金融広報委員会と連携した金融経済セミナーの開催	-	-	-	くらし・環境部	県民生活課		
					金融・金銭教育研究の実施	-	-	-	教育委員会	義務教育課		
	学校における金融教育の実践	外部講師を招致			-	100%	教育委員会	義務教育課・高校教育課				
	学校における法教育の実践	小学校における公民的資質を養う学習や中学校における公民的分野、高校における公民科の学習で推奨			-	-	教育委員会	義務教育課・高校教育課				
	金融経済教育の実施	指定校で外部講師招致、研究発表会の実施			-	100%	教育委員会	高校教育課				
	学校における租税教育の実施	-			-	-	経営管理部	税務課				
	統計出前講座の実施	統計出前講座受講生数			343人/年	300人/年	経営管理部	統計利用課				
	イ 適切な食生活を送るための支援											
	食育教室の実施	教室開催数及び参加者数			46回 1,067人	-	健康福祉部	健康増進課				
	地域における食の環境整備事業の実施	-	-	-	健康福祉部	健康増進課						
	食の安全推進に関するタウンミーティング・意見交換会等の開催	開催回数	4	10回	健康福祉部	衛生課						
	食品安全出前講座の開催	開催回数	-	10回								
	ちやっぴーの食品安全インフォメーション事業の実施	情報提供回数	24	24	健康福祉部	衛生課						
ウ 災害時に備えた消費者教育の推進												
地域防災力強化人材育成研修の開催	静岡県地域防災力強化人材育成研修修了者(毎年3,000人)	3,471	3,000	危機管理部	危機情報課							
消費者教育講師派遣事業の実施(再掲)	-	-	-	くらし・環境部	県民生活課・県民生活センター							
4	地域における消費者教育の推進											
(1)	県民生活センターによる市町の取組支援	ア 消費者教育の推進体制整備の支援										
		消費者教育推進地域連絡会・地域連絡会議を活用した取組支援	-	-	-	くらし・環境部	県民生活センター					
		消費者教育推進計画の策定の支援	消費者教育推進計画策定市町数	5市町	11市町	くらし・環境部	県民生活課・県民生活センター					
		消費者教育推進地域協議会の設置の支援	消費者教育推進地域協議会設置市町数	3市町	11市町	くらし・環境部	県民生活課・県民生活センター					
		イ 消費者教育講師の派遣による消費者教育推進の支援										
		消費者教育講師派遣事業の実施(再掲)	消費者教育講師の年間派遣回数	-	80回	くらし・環境部	県民生活課・県民生活センター					
		消費者教育講師フォローアップ研修の開催(再掲)	研修参加者数(累計)	-	600人	くらし・環境部	県民生活課・県民生活センター					
		(2) 地域の課題への対応										
		消費者教育推進地域連絡会・地域連絡会議を活用した取組支援(再掲)	-	-	-	くらし・環境部	県民生活センター					

		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	
重点領域	各期の特徴	様々な気付きの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心を持ち、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て取り組む時期	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	消費をめぐるもの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、公正な社会をつくらう	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、公正な社会をつくらう
本物を見極めモノ(注)の使い方を理解し、大切にすることを育む		モノを丁寧に扱おう	本物にふれ、モノの価値を理解しよう ものづくりを体験しよう	消費行動がものづくりに与える影響を考えよう	自分や社会にとって、よりよいモノとは何か考えよう	よりよいモノを選択する消費行動をとる習慣を付けよう	よりよいモノを選択する消費行動を実践しよう	よりよいモノを選択する消費行動について伝え合おう	
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に気付こう	危険を回避し、ものを安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、もの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らう	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、相談機関の利用しやすい社会をつくらう	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	ものの選び方、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	ものや金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう 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	
	災害時に適切な消費行動をとれる力	あわてないで行動しよう	普段から、あわてないで行動しよう	普段と違う状態でも、あわてず冷静な行動をしよう	非常時の消費行動を考えてみよう	非常時に落ち着いて消費行動をしよう	日ごろから非常時に備えた消費行動をしよう	冷静な消費行動の大切さを伝えよう	
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付こう	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らう	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らう	
	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	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会との関連を調べよう	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。

(注)本県では、単にヒトと言う場合、県総合計画における「ヒト、モノ、大地の資源」など生産要素又は経営資源といった手段としての意味を持たせるため、カタカナで表記している。一方、「ものづくり」という際の「もの」は生産活動により付加価値を持った成果物としての概念であり、静岡県総合計画における表記を準用している。

ふじのくに消費者教育推進県域協議会設置要綱

(設 置)

第1条 消費者教育を効果的、体系的に推進するため、県の役割と推進体制を明確にするとともに、多様な主体の連携による実効性のある協議の場の設置を目的として、消費者教育推進法第20条第1項の規定に基づき、ふじのくに消費者教育推進県域協議会（以下「県域協議会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 県域協議会は次に掲げる事項を所掌する。

- (1) 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関する構成員の情報の交換及び調整に関すること。
- (2) 静岡県消費者教育推進計画の策定に関する構成員の意見の調整に関すること。
- (3) 静岡県消費者教育推進計画の進捗状況の確認に関すること。
- (4) 消費者教育推進に係る、調査、研究等に関すること。
- (5) その他、消費者教育の推進に必要な事務に関すること。

(組 織)

第3条 県域協議会に、座長を置く。

- 2 座長には、学識者をもって充てる。
- 3 構成員には、別表に掲げる機関・団体等から推薦のあった者をもって充てる。
- 4 構成員は、必要に応じて、増員、減員ができるものとする。
- 5 座長及び構成員の任期は、県域協議会において委員が協議し別に定める。

(会 議)

第4条 県域協議会は、座長が招集する。

- 2 座長は、必要があると認めるときは、構成員以外の者の出席を求めることができる。

(事務局)

第5条 県域協議会の事務局は静岡県くらし・環境部県民生活課に置く。

(その他)

第6条 この要綱に定めるもののほか、県域協議会の運営に関して必要な事項は、委員が協議し別に定める。

附 則

この要綱は、平成27年4月1日から施行する。

附 則

この要綱は、平成29年4月1日から施行する。

別 表

	団体・機関等	区分
1	常葉大学	学識
2	静岡県弁護士会	学識
3	静岡県司法書士会	学識
4	静岡県消費者団体連盟	消費者団体
5	静岡県生活協同組合連合会	消費者団体
6	一般社団法人静岡県労働者福祉協議会	消費者団体
7	公益財団法人消費者関連専門家会議	事業者団体
8	静岡県金融広報委員会	関係機関
9	社会福祉法人静岡県社会福祉協議会	関係機関
10	静岡県教育研究会	教育関係者
11	静岡県教育委員会事務局義務教育課	教育関係者
12	静岡県教育委員会事務局高校教育課	教育関係者
13	静岡県教育委員会事務局社会教育課	教育関係者
14	静岡県くらし・環境部県民生活課	関係機関
15	ふじのくに消費者教育推進東部・賀茂地域連絡会議	関係機関
16	ふじのくに消費者教育推進中部地域連絡会	関係機関
17	ふじのくに消費者教育推進西部地域連絡会	関係機関