

# 奈良県消費者教育推進計画（案）の概要

## 1 計画の基本的な考え方

### (1) 計画策定の趣旨

自ら考え行動する自立した消費者を育成するため、市町村や学校、消費者団体、企業など、様々な消費者教育の担い手と連携・協働しながら消費者教育を総合的、体系的に推進するための指針として策定

### (2) 計画の位置づけ

消費者教育推進法第10条第1項に基づく計画

### (3) 計画の期間

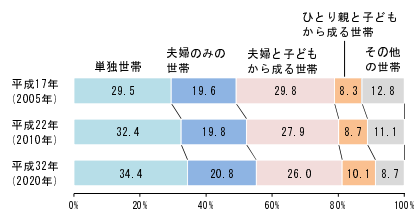
平成28年度～平成30年度

## 2 基本理念

奈良県の風土や県民性が活きる消費者市民社会の形成

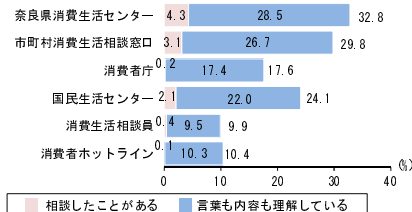
## 3 消費者教育に関する現状

### ◆単独世帯が増加傾向(全国)



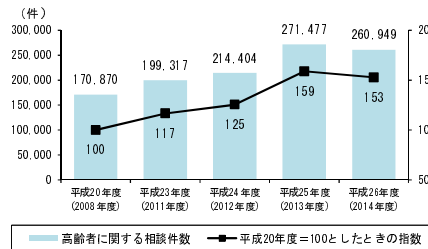
資料：国勢調査(総務省統計局)、日本の世帯数の将来推計(社人研)

### ◆相談窓口等の認知度は低い(奈良県)



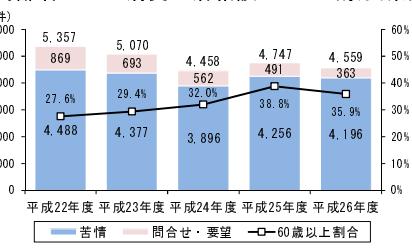
資料：奈良県消費者教育に関する意識・実態調査(平成26年度)

### ◆高齢者に関する相談件数が増加傾向(全国)



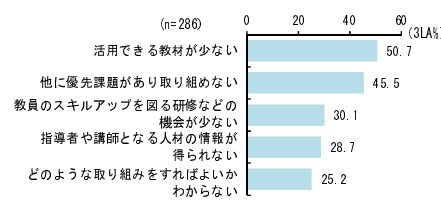
資料：平成27年度版消費者白書(消費者庁)

### ◆高齢者からの消費生活相談が4割(奈良県)

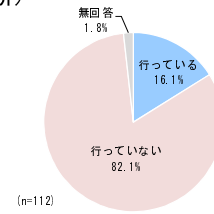


資料：奈良県消費生活センター

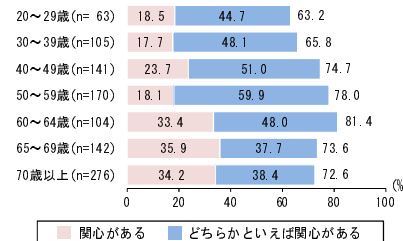
### ◆消費者教育を推進するにあたって最も多い課題は「活用できる教材が少ない」(小学校・中学校・高等学校/上位項目)



### ◆消費者教育を実施していない事業所が82.1%(事業所)

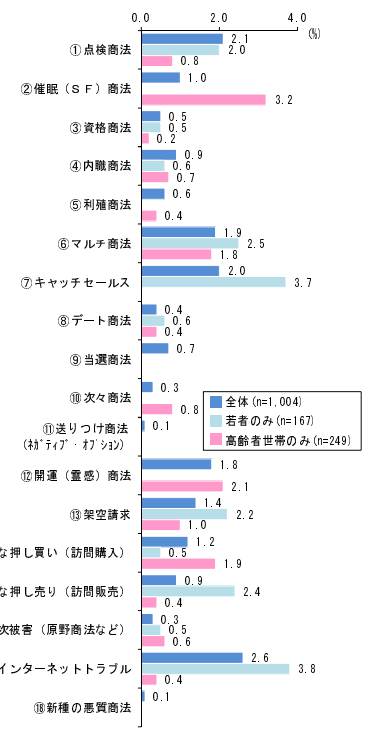


### ◆消費者問題に対する関心度は40歳以上で7割を超える(県民)



◆奈良県においては「住んでよし」「働いてよし」「訪れてよし」の奈良県づくりに積極的に取り組むこととしています。

### ◆悪質商法の被害にあった経験は20歳代～30歳代の若者だけでは「①インターネットトラブル」が、高齢者世帯では「②催眠(SF)商法」が最も高い(県民)



資料：奈良県消費者教育に関する意識・実態調査(平成26年度)

## 4 消費者教育をめぐる課題

- (1) 消費者の成長過程や場、特性に合わせた適切な消費者教育の推進
- (2) 消費者問題に関する情報提供の充実、情報を読み解く力の向上
- (3) 各主体と連携した効果的な消費者教育の推進
- (4) 消費者教育の担い手の確保・育成
- (5) 消費活動を通じた社会問題の解決、社会貢献に取り組む県民の育成

## 5 達成目標と施策の方向

### 目標Ⅰ 多様な場における消費者教育の環境の充実

- (1) 教育・保育施設及び小学校、中学校、高等学校における消費者教育の推進
- (2) 大学、専門学校等における消費者教育の取組への支援
- (3) 地域における消費者教育の取組への支援
- (4) 家庭における消費者教育の取組への支援
- (5) 企業（職域）分野に対する消費者教育の取組への支援
- (6) 心身の状況や生活環境など消費者の特性に応じた取組の推進

### 目標Ⅱ 連携と協働による消費者教育・啓発の活性化

- (1) 県の消費生活センターの機能の充実
- (2) 行政機関相互の連携と協力による教育の活性化
- (3) 消費者・消費者団体・企業（事業者団体）等との連携・協働による教育・啓発の推進
- (4) 市町村の取組への支援
- (5) 関連する他の消費者施策との有機的な連携

### 目標Ⅲ 消費者教育・啓発を担う人材が育つ環境づくり

- (1) 学校における消費者教育の担い手の育成と資質の向上
- (2) 地域における消費者教育の担い手の育成と資質の向上

### 目標Ⅳ 自立した消費者や消費者市民社会の形成に寄与する消費者の育成

- (1) 消費者問題の理解のための普及・啓発
- (2) 消費者問題の解決のための情報提供
- (3) 消費者市民社会の形成のための気運づくり

## 6 基本理念を実現するために考慮すべき本県の特性や県民性

●大学・短大等への進学率は全国8位 ●1世帯あたりの新聞発行部数は全国で4位  
向学心に富み世の中の動きに関心が高いことから、新しい消費者問題に対応が可能

●1世帯当たりの1か月実収入額は全国7位 ●1人当たりの個人預金残高は全国4位  
●持ち家比率が全国8位  
比較的裕福な県民が多いことから、その財産を狙う悪質商法に注意が必要

●県外就業率は29.9%で全国1位 ●昼夜間人口比率の低さは全国3位  
多様な消費行動を経験できる反面、消費者被害に遭遇する機会も増大

出典：100の指標からみた奈良県勢（平成27年度版）等

県民の時代の流れへの順応性の高さや向学心の高さ  
人口集中地域と過疎地域という地域の二面性によりもたらされる多様な消費行動  
消費者教育の実践モデルを創造する可能性を秘めた環境 など

このような本県の特徴や県民性に配慮し、各特性から強みを見出し、それを活かした取組に努める。

## 7 今後取り組むべき施策の具体例

### I-(1) 教育・保育施設及び小学校、中学校、高等学校における消費者教育の推進

- 幼稚園・保育所等向けの消費生活出前講座の実施
- 小学生・中学生・高校生及び保護者を対象としたインターネット安全講習会の開催 など

### I-(2) 大学、専門学校等における消費者教育の取組への支援

- 県内大学と連携した消費生活講座の実施
- 大学と消費生活センターの連携による消費者啓発教材の作成 など

### I-(3) 地域における消費者教育の取組への支援

- 消費者団体等と協働した消費者学習会の開催
- 消費者が食品の生産現場を見学し意見交換を行う「体験型リスクコミュニケーション」の開催 など

### I-(4) 家庭における消費者教育の取組への支援

- 子どもの消費に関わる事故防止に向けた情報発信・普及啓発
- 保護者対象の出前講座等の実施 など

### I-(5) 企業（職域）分野に対する消費者教育の取組への支援

- 新入社員等への出前講座等の実施
- 事業所等が実施する消費者教育の取組紹介 など

### I-(6) 心身の状況や生活環境など消費者の特性に応じた取組の推進

- 高齢者を対象とした出前講座の実施
- 介護サービスや障害福祉サービス事業者に対する講座・研修への支援 など

### Ⅱ-(1) 県の消費生活センターの機能の充実

- 消費者教育の拠点としての消費生活センターの活用
- コーディネーターの育成に向けた相談員への研修の充実 など

### Ⅱ-(2) 行政機関相互の連携と協力による教育の活性化

- 教員と行政職員との意見交換の実施
- 高齢消費者・障害消費者被害防止情報交換会の開催 など

### Ⅱ-(3) 消費者・消費者団体・企業（事業者団体）等との連携・協働による教育・啓発の推進

- 県民が主体となって参画する企画提案型の啓発事業の実施
- 大学生協と連携・協働した大学生対象の啓発の実施 など

### Ⅱ-(4) 市町村の取組への支援

- 市町村提案のモデル事業実施に向けた支援 など

### Ⅱ-(5) 関連する他の消費者施策との有機的な連携

- 保健所との連携による食の安全・安心に向けた出前講座の実施
- 金融経済教育、環境教育、食育、国際理解教育との連携 など

### Ⅲ-(1) 学校における消費者教育の担い手の育成と資質の向上

- 優れた実践事例等を関係教員へ情報提供 など

### Ⅲ-(2) 地域における消費者教育の担い手の育成と資質の向上

- PTAや子育て支援団体等に対する講師派遣、外部人材の活用支援
- 消費者団体の育成 など

### Ⅳ-(1) 消費者問題の理解のための普及・啓発

- 製品事故に関する効果的な啓発の実施
- 「消費者フォーラム in 奈良」 など

### Ⅳ-(2) 消費者問題の解決のための情報提供

- メディアを活用した総合的な周知・啓発の実施
- 消費生活相談の内容分析に基づく消費生活における必要かつ適切な情報提供 など

### Ⅳ-(3) 消費者市民社会の形成のための気運づくり

- 「消費者市民社会」に係るキャッチコピー等の募集・普及
- 安全・安心に向けた講座の開催を通じた情報提供 など

## 8 計画の推進

### ○推進体制

- ・県庁内の他部局や県内消費者団体、大学、事業者等との連携による効果的な推進
- ・県と市町村の役割分担を考慮しながら、市町村の取組を支援し連携を実施
- ・幼児期から高齢期に至るまでの体系的な消費者教育の推進

### ○進行管理

毎年度の施策と関連事業の実施状況の把握及び奈良県消費者教育推進部会（消費者教育推進地域協議会）への報告、情報共有の実施