

# 沖縄県消費者教育推進計画

平成27年 3 月

沖 縄 県

## 目 次

第1章	計画策定の基本的考え方	1
1	策定の趣旨	1
2	計画の位置づけ	2
3	計画期間	2
4	計画の進行管理	2
第2章	消費生活を取り巻く現状と課題	3
1	消費生活相談の状況	3
(1)	消費生活相談件数	3
(2)	商品・役務別苦情相談の状況	4
(3)	高齢者の消費トラブル	4
(4)	高齢者を狙った悪質商法等に対する有効な対策	5
2	消費者教育の実施状況	5
(1)	消費生活に関する授業の学習経験	5
(2)	学校教育における消費生活に関する学習機会の必要性	6
(3)	消費者教育に関する取組	6
(4)	消費者教育の推進にあたっての課題	7
3	消費者教育を推進する上での課題	8
4	沖縄県特有の課題	8
第3章	消費者教育推進のための基本的な方向	10
1	体系的推進のための取組の方向	10
(1)	消費者教育が育むべき力	10
(2)	各ライフステージでの体系的な実施	11
(3)	消費者の特性に対する配慮・場の特性に応じた方法	11
2	重点的に取り組むテーマ	12

第4章	消費者教育に関する取組	14
1	様々な場における消費者教育	14
	(1) 学校	14
	(2) 地域社会	16
	(3) 職域	18
2	消費者教育の担い手の育成	18
第5章	推進体制	20
1	消費者行政と教育行政との緊密な連携・協働	20
2	消費者団体、事業者団体との連携	20
3	市町村との連携・協働	20
4	他の消費生活に関連する教育と消費者教育との連携推進	20
	(1) 環境教育	21
	(2) 食育	21
	(3) 法教育	22
	(4) 生涯学習	22
参考資料		
	消費者教育に関連する取組内容	25
	消費者教育の推進に関する法律	27
	消費者教育の体系イメージマップ	33

# 沖縄県消費者教育推進計画

## 第1章 計画策定の基本的考え方

### 1 策定の趣旨

平成16年6月に、社会経済情勢の変化に対応するため、「消費者の権利の尊重」、「消費者の自立の支援」を消費者政策の基本理念とする消費者基本法が公布、施行されました。「消費者の自立の支援」が掲げられたことにより、消費者は従来の保護される立場から自立した主体へと大きく転換することとなりました。

これを受け、沖縄県では、平成17年12月に沖縄県消費生活条例を改正し、基本法の理念を明記するとともに、消費者基本計画を策定することを規定の上、平成19年度から沖縄県消費者基本計画を策定し、各種消費者行政を進めてきたところであります。

一方、消費者をめぐる状況は、急速な高齢化、グローバル化、高度情報化の進展により高齢者を狙った悪質商法の増加やパソコン等の普及に伴いインターネットに関するトラブルも増加傾向にあり、消費者被害を未然に防止するための教育がますます重要になってきています。

平成24年12月に「消費者教育の推進に関する法律（以下、「消費者教育推進法」という。）」が施行され、消費者が消費行動を通じて、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」が定義づけられました。同法に基づき、国が定めた「消費者教育の推進に関する基本的な方針（以下、「基本方針」という。）」では、「被害に遭わない消費者、合理的決定ができる自立した消費者にとどまらず、社会の一員として、よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与する消費者を育成する」こととしています。

県では、平成25年1月に「第2次沖縄県消費者基本計画」を策定し、啓発活動及び消費者教育の推進について取り組んできましたが、国の基本方針を踏まえ、消費者教育推進に関する施策を体系的に整理するとともに、市町村及び関係機関、消費者団体等の多様な主体との取組と連携するなど、消費者教育を総合的・一体的に推進し、県民の消費生活のさらなる安定及び向上を図るため、「沖縄県消費者教育推進計画」を策定します。

### 2 計画の位置づけ

この計画は消費者教育推進法第10条第1項に基づく「都道府県消費者推進計画」と位置づけます。

### 3 計画期間

平成 27 年度から平成 31 年度までの 5 年間とします。

また、国の動向や県の取組状況を踏まえ、必要に応じて見直しを行います。

### 4 計画の進行管理

本計画を推進するため、庁内の関係課との連携を強化し、また関係機関や消費者団体及び事業者団体との円滑な連携を図ります。

また、県は沖縄県消費生活審議会に消費者教育推進地域協議会の機能を拡充し、同審議会において、本計画施策の実施状況を報告し、適切に進行管理を行います。

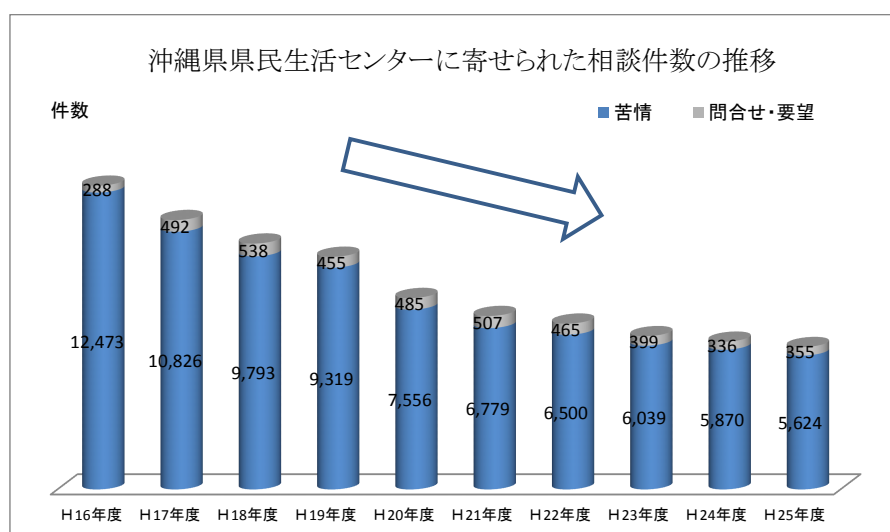
## 第2章 消費生活を取り巻く現状と課題

### 1 消費生活相談の状況

#### (1) 消費生活相談件数

沖縄県県民生活センターにおいて平成25年度に受け付けた消費生活相談は、5,979件で前年度と比較すると227件(△3.7%)の減となっています。

減少理由としては、①アダルトサイト関係の架空請求への対処方法が周知されてきていること、②「サラ金・フリーローン」問題が貸金業者の減少や相談窓口の拡充等により、一時期と比べ落ち着いてきたこと、③市町村相談窓口の拡充や啓発活動の推進が図られていることなどが挙げられます。



#### 消費生活相談件数の減少

#### (2) 商品・役務別苦情相談の状況

平成25年度の商品・役務別の苦情相談を年代別にみると、10代から60代までの各年代において、「デジタルコンテンツ」が1位となっています。

10代では、デジタルコンテンツ(※)に関する苦情相談が約56%となっています。

(※) デジタルコンテンツ

デジタルデータで表現された文章、音楽、画像、映像、データベース、またはそれらを組み合わせた情報の集合のこと。

また、それらを再生するためのソフトウェアを含むこともある。

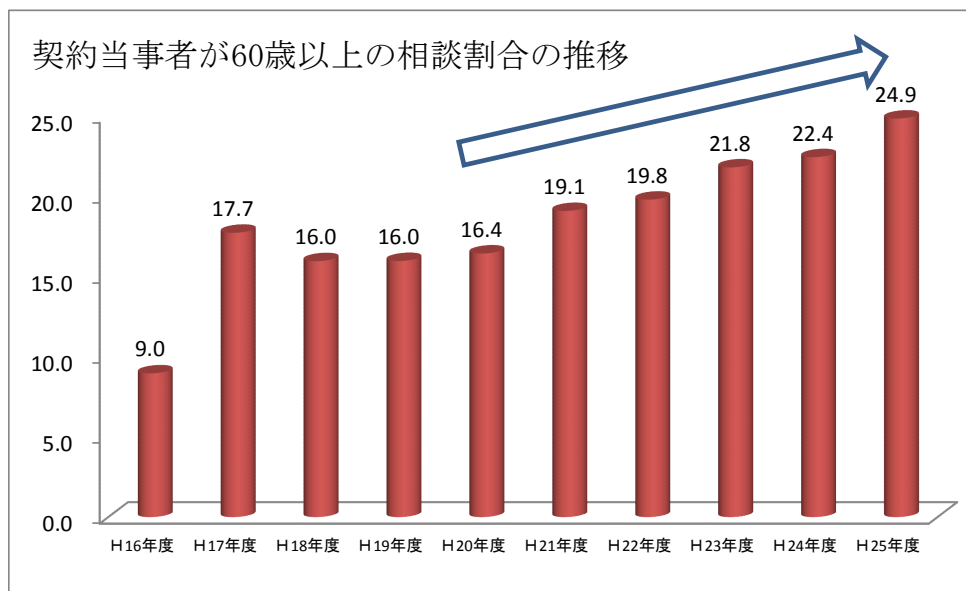
平成25年度苦情相談上位5位の当事者年齢

順位	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
1	デジタルコンテンツ 121 55.8%	デジタルコンテンツ 102 18.9%	デジタルコンテンツ 131 15.3%	デジタルコンテンツ 193 18.4%	デジタルコンテンツ 124 14.1%	デジタルコンテンツ 68 9.2%	健康食品 71 11.1%
2	テレビ放送サービス 12 5.5%	サラ金・フリーローン 50 9.3%	賃貸アパート 98 11.5%	サラ金・フリーローン 84 8.0%	サラ金・フリーローン 77 8.8%	サラ金・フリーローン 68 9.2%	サラ金・フリーローン 25 3.9%
3	自動車 4 1.8%	自動車 46 8.5%	サラ金・フリーローン 82 9.6%	賃貸アパート 75 7.2%	賃貸アパート 39 4.4%	賃貸アパート 46 6.2%	テレビ放送サービス 23 3.6%
4	賃貸アパート 3 1.4%	賃貸アパート 44 8.1%	自動車 48 5.6%	自動車 74 7.1%	自動車 38 4.3%	健康食品 30 4.0%	ファンド型投資商品 23 3.6%
5	携帯電話サービス 3 1.4%	携帯電話サービス 15 2.8%	携帯電話サービス 15 1.8%	インターネット通信サービス 34 3.2%	インターネット通信サービス 24 2.7%	インターネット通信サービス 24 3.2%	賃貸アパート 20 3.1%
総数	217	540	855	1,047	878	742	640

若年層におけるデジタルコンテンツに関する苦情相談割合が高い

(3) 高齢者の消費トラブル

沖縄県県民生活センターで受け付けた契約当事者の年代に着目すると、60歳以上の相談割合が平成16年度の9.0%から平成25年度には24.9%と増加しています。全国的にも高齢者の相談が増加傾向にあります。

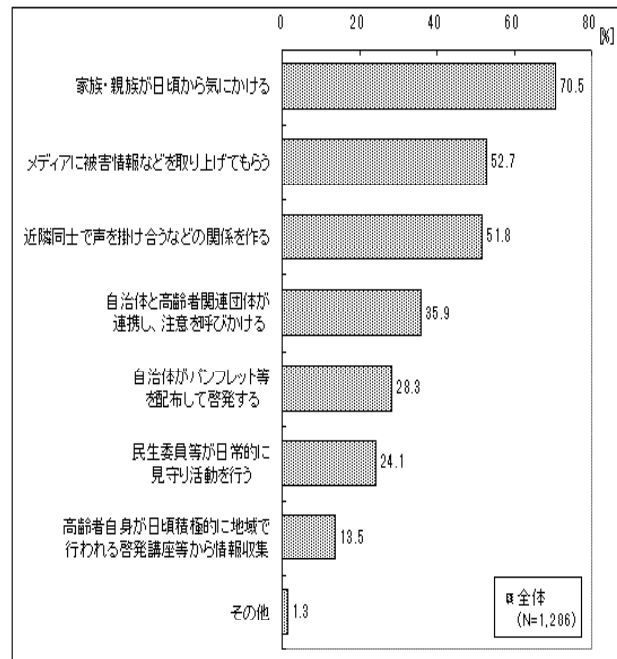


高齢者の相談割合の増加

#### (4) 高齢者を狙った悪質商法等に対する有効な対策

平成24年度に県が実施した県民意識調査によると、高齢者が被害にあわないためには、どのような対策が有効なのかについてたずねたところ、「家族・親族が日頃から気にかける」が70.5%、「メディアに被害情報などを取り上げてもらう」(52.7%)、「近隣同士で声を掛け合うなどの関係を作る」(51.8%)など、身近なコミュニティの中で対策を講じることが有効であるという意見が多くなっています。

(平成25年1月・県民意識調査)



### 高齢者被害に対するコミュニティの中での対策の必要性

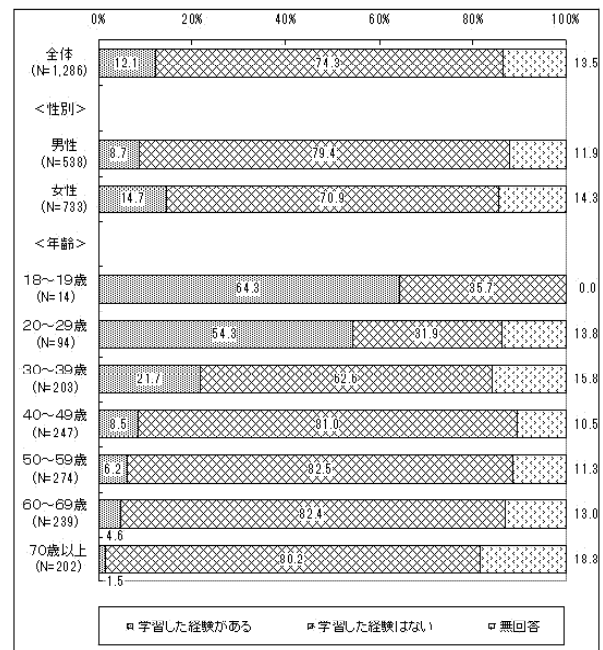
## 2 消費者教育の実施状況

### (1) 消費生活に関する授業の学習経験

学校（小・中・高・専門学校・高専・大）で消費生活に関する学習をした経験についてたずねたところ、「学習した経験がある」と回答した割合（学習経験率）は12.1%、「学習した経験はない」と回答した割合が74.3%となっています。

年代別では、10代の60%以上、20代の半数以上、30代の20%以上は学習経験があるものの、40代以上では学習経験率は低くなり、70歳以上では1.5%となっています。

(平成25年1月・県民意識調査)



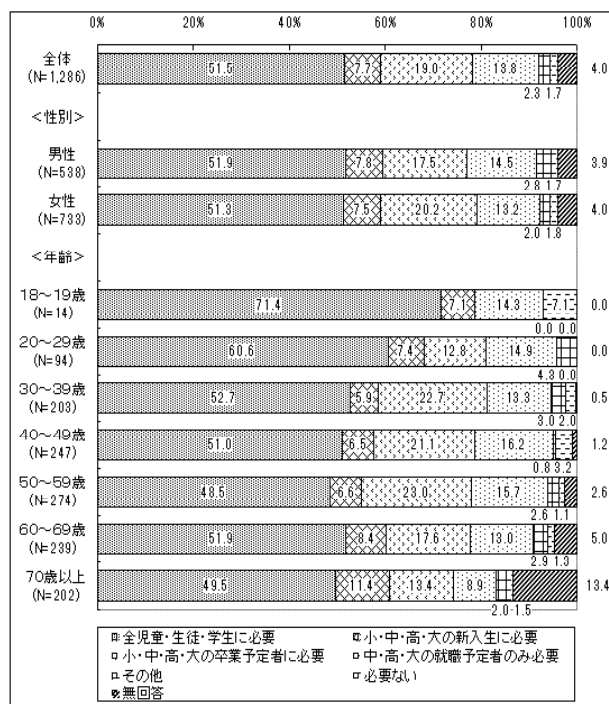
### 消費生活に関する学習経験率の低さ



## (2) 学校教育における消費生活に関する学習機会の必要性

学校教育の中で、消費生活に関する学習機会を設けることについてたずねたところ、「全児童・生徒・学生に必要」が51.5%、「小・中・高・大の新入生に必要」が7.7%、「小・中・高・大の卒業予定者に必要」が19.0%と、学校教育の各ステージにおいて消費生活に関する学習の必要性を感じる人の割合は約80%となっています。

性別、年代別、地域別、職業別においても、約80%が学校教育の各ステージにおいて消費生活に関する学習が必要と回答しています。

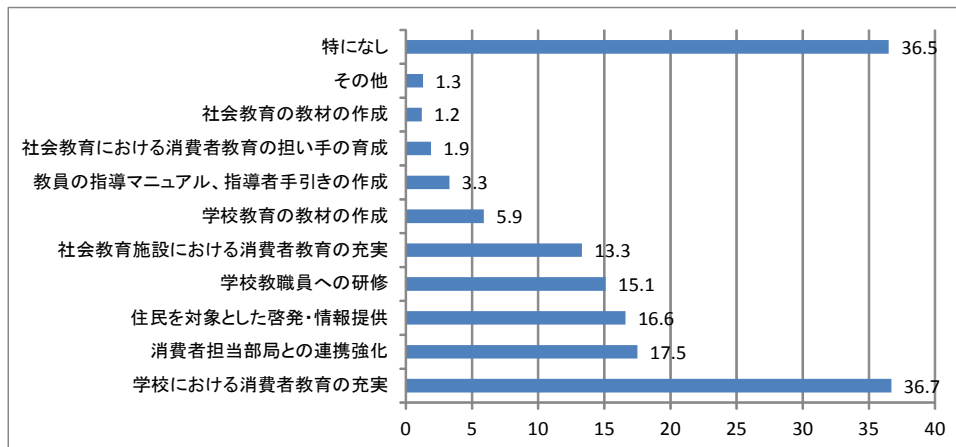


(平成25年1月・県民意識調査)

## 学校教育における消費生活に関する学習の必要性

## (3) 消費者教育に関する取組

消費者教育に関する取組状況調査報告書(文部科学省・平成23年)によれば、全国の教育委員会で、今後、特に重点的に行いたい取組についてたずねたところ、「学校における消費者教育の充実(36.7%)」、「消費者担当部局との連携強化(17.5%)」、「住民を対象とした啓発・情報提供(16.6%)」、「学校教職員への研修(15.1%)」等があげられています。



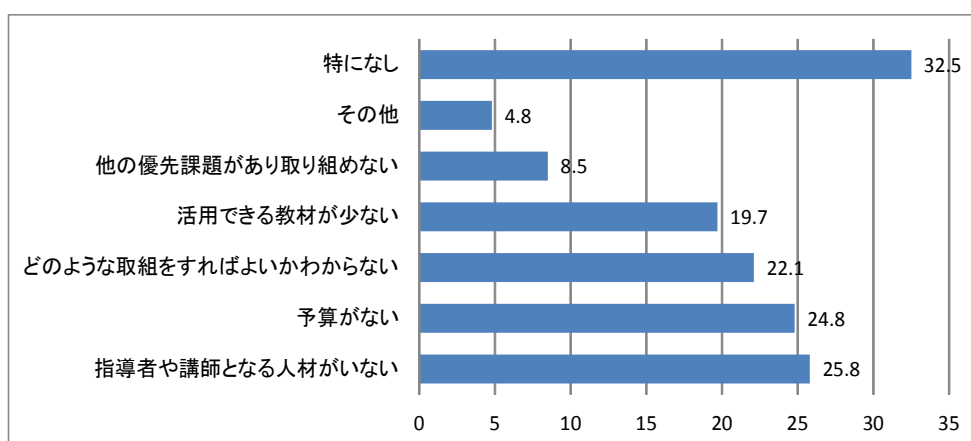
(出典/消費者教育に関する取組状況調査報告書 文部科学省・平成23年3月)

### 教育委員会における消費者教育充実の必要性

#### (4) 消費者教育の推進にあたっての課題

消費者教育に関する取組状況調査報告書(文部科学省・平成23年)によれば、全国の教育委員会に今後、消費者教育を推進するにあたって、課題となることについてたずねたところ、「指導者や講師となる人材がない(25.8%)」、「予算がない(24.8%)」、「どのような取組をすればよいかわからない(22.1%)」等があげられています。

「他の優先課題があり取り組めない(8.5%)」と回答した場合の具体的な優先課題としては、「学力向上」、「生徒指導」、「新学習指導要領への対応」等があげられています。



(出典/消費者教育に関する取組状況調査報告書 文部科学省・平成23年3月)

### 消費者教育の指導者や講師となる人材不足

### 3 消費者教育を推進する上での課題

- 平成16年度以降の相談件数は減少傾向にありますが、インターネット等の普及に伴い、特に若年層においては、デジタルコンテンツに関する苦情相談の割合が高くなっています。  
被害に遭わない消費者教育が求められています。
- 高齢者の消費トラブルの相談件数が増加しているため、高齢者への被害情報の提供や注意喚起の取組を強化する必要があります。
- 県民意識調査において、学校教育における消費生活に関する学習機会の必要性が求められています。また、文部科学省の調査報告書においては、学校における消費者教育の充実や教育委員会と消費者担当部署との連携、学校教職員への研修が今後の取組課題とされています。
- 学校における消費者教育の充実のために、消費生活センター等が実施する消費者学習教室を活用するとともに、消費者教育の担い手となる教員の指導力の向上を図ることが期待されます。

### 4 沖縄県特有の課題

沖縄県は第3次産業中心の産業構造であることや島しょ県という地理的な事情、社会的諸事情に起因する様々な課題があります。

県民の生活を統計データで見ると、一人当たりの県民所得は、201万8千円となっており、全国平均の約70%となっています。また、二人以上世帯の年間平均収入は全国46位、貯蓄年収比率では全国最下位となっており、本県の家計の厳しさがうかがえます。

失業や離婚といった突然の生活環境の変化や病気や事故などによる急な出費に備え、家計管理や生活設計を行う能力を身につけることが必要となります。

県民所得（1人当たり）  
平成23年度 単位：千円

順位	県名	指標値
	全国	2,915
1	東京都	4,373
2	静岡県	3,162
43	秋田県	2,319
44	鳥取県	2,232
45	宮崎県	2,208
46	高知県	2,199
47	沖縄県	2,018

内閣府「平成23年度県民  
経済計算」

年間平均収入（二人以上世帯）  
平成25年 単位：万円

順位	県名	指標値
	全国	616
1	東京都	716
2	埼玉県	700
43	岩手県	552
44	秋田県	532
45	北海道	525
46	沖縄県	515
47	青森県	474

総務省統計局「家計調査  
貯蓄・負債編」

貯蓄年収比率（二人以上世帯）  
平成25年 単位：%

順位	県名	指標値
	全国	282.31
1	兵庫県	372.90
2	神奈川県	364.62
43	福島県	280.73
44	山形県	207.22
45	鹿児島県	207.14
46	長崎県	193.91
47	沖縄県	122.33

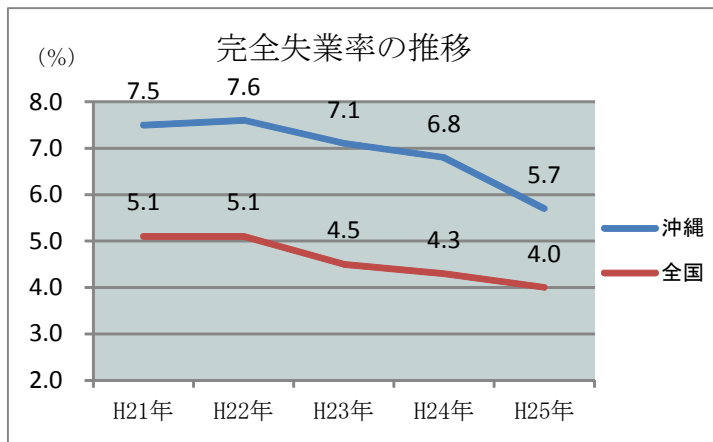
総務省統計局「家計調査  
貯蓄・負債編」

※貯蓄現在高の年間収入に占める割合

離婚率（人口千人対）  
平成24年 単位：件

順位	県名	指標値
	全国	1.85
1	沖縄県	2.58
2	宮崎県	2.15
3	北海道	2.12
3	大阪府	2.12
5	福岡県	2.07
46	秋田県	1.41
47	新潟県	1.37

総務省統計局「2014統計でみる  
都道府県のすがた」



総務省労力調査、県統計課「労働力調査」

### 第3章 消費者教育推進のための基本的な方向

#### 1 体系的推進のための取組の方向

##### (1) 消費者教育が育むべき力

消費者教育の範囲は幅広く、消費生活のあらゆる領域に関連しますが、その対象領域を次のとおり4つに分類し、それぞれの領域で消費者教育が育まれるよう推進します。

##### ①商品等やサービスの安全に関する領域

- ア 商品等やサービスの情報収集に努め、内在する危険を予見し、安全性に関する表示等を確認し、危険を回避できる力
- イ 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な行動をとることができる力

##### ②生活の管理と契約に関する領域

- ア 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
- イ 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な行動をとることができる力

##### ③情報とメディアに関する領域

- 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
- イ 情報、メディアを批判的に吟味して適切な行動をとるとともに、個人情報管理や知的財産保護等、様々な情報を読み解く力を身に付け、活用できる力

##### ④消費者市民社会の構築に関する領域

- ア 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
- イ 持続可能な社会の必要性に気づき、その実現に向けて多くの人々と協力して取り組むことができる力
- ウ 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

## (2) 各ライフステージでの体系的な実施

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なければなりません。

このため、国が示した「消費者教育の体系イメージマップ」を参考に、庁内各課や関係団体が実施している消費者教育に関連する各種の取組を対象領域ごと、発達段階ごとに整理し、消費者教育の体系的な実施を目指します。

## (3) 消費者の特性に対する配慮・場の特性に応じた方法

認知症などの要因で判断力が低下している高齢者や身体障害、知的障害等の障害を持つ消費者、消費者の年齢や性別、障害の有無、消費生活に関する知識の量などの特性が考えられることから、消費者教育を実施するにあたっては消費者の特性に対する配慮が必要となります。

また、消費者教育は学校、地域、家庭、職域等の様々な場所で行われています。多人数での一斉研修や少人数でのワークショップ形式などの人数の違いに対応した方法や映像・ロールプレイなどの五感に訴える方法、県の消費生活センターが実施している親子実験教室や工場訪問等の体験を通して身につける方法など、場の特性に応じて消費者教育が実施できるよう努めます。

## 2 重点的に取り組むテーマ

沖縄県において、若年層におけるデジタルコンテンツに関する苦情相談の割合が高いことや高齢者の相談割合が増加していることに加え、学校における消費者教育の充実や消費者教育の担い手となる教職員の指導力の向上、家計管理や生活設計の必要性が求められています。

これらの課題を克服し、県民が安全で安心して暮らせる地域づくりを目指すため、消費者教育を推進する上で重点的に取り組むテーマを次のとおりとします。

### ○重点テーマ1

#### 小学生期・中学生期・高校生期における消費者教育の推進

消費者市民社会（※）の形成に参画することができる自立した消費者となるためには、高等学校段階までに契約に関する基本的な考え方や契約に伴う責任の重要性などについて理解させ、社会において消費者として主体的に判断し責任を持って行動をできるような能力を育むことが重要です。

関係機関は連携して、全ての児童・生徒が発達段階や特性、地域の特殊性にあった消費者教育を受けられるよう努めます。

#### （※）消費者市民社会

県民が安定した消費生活を享受するとともに、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参画する社会

### ○重点テーマ2

#### 高齢者等の消費者被害防止のための地域ネットワークの構築

孤立しがちな単身の高齢者や障害者の消費者被害防止を図るために、地域で支え合うための仕組み作りが求められています。

そのため、地域コミュニティの再生・充実を図り、自治会、老人会、婦人会等の地域で活動する団体や民生委員、社会福祉主事、介護福祉士等が連携して高齢者等を見守るネットワークを構築する必要があります。

関係機関は連携して、ネットワークの構築に努めます。

### ○重点テーマ3

#### 消費者教育の人材（担い手）の育成

学校、地域、家庭、職域の様々な場において消費者教育を推進していくためには、消費者教育の担い手となる人材の育成が必要です。

県や市町村は消費者教育・啓発を推進するとともに、人材の育成に努めます。消費者団体や事業者、事業団体等は職員等の研修の機会を確保し、それぞれの組織内に消費者教育のリーダーを養成するよう努めます。

### ○重点テーマ4

#### 家計管理や生活設計に関する消費者教育の推進

県民一人一人が、家計管理や将来の資金を確保するために長期的な生活設計を行う習慣・能力を身に付けること、保険商品、ローン商品、資産形成商品といった金融商品の適切な利用選択に必要な知識・行動についての着眼点等の習得、事前にアドバイス等の外部の知見を求めることの必要性を理解することが重要です。

これらの金融・金銭に関する知識や判断力は、自立した消費生活を営む上で、必要不可欠であり、消費者教育の重要な要素であることから、金融経済教育の内容を消費者教育の内容に盛り込むとともに、金融経済教育と連携した消費者教育を推進します。



## 第4章 消費者教育に関する取組

### 1 様々な場における消費者教育

消費者教育は、知識を一方向的に与えることではなく、日常生活の中での実践的な能力を育み、社会の消費者力の向上を目指して行われるべきものです。

知識を得るに当たっては、一人一人が、様々な機会・出会いを通じて、「見て」、「聞いて」、「読んで」自ら調べ、「学ぶ」ことで「気づく」ことが基本です。それだけでなく、知識として学んだことを、自らの消費生活にいかすとともに、「見せて」、「話して」、「書いて」他人に伝えることにより、社会をたくましく生きていく実践的な能力（生きる力）を育み、そして自立が困難な人を「見守る」ことで、社会の消費者力を向上していくことができます。

このため、幼児期から高齢期までの生涯を通じて、それぞれの時期に応じ、また、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において消費者教育が受けられるよう体系的な取組を推進します。

#### (1) 学校

##### ①幼稚園、小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等

学校教育においては、幼児、児童及び生徒の「生きる力」を育むことを目指し、生涯にわたり学習する基盤が培われるよう、基礎的な知識及び技能を習得させるとともに、これらを活用して課題を解決するために必要な思考力、判断力、表現力等の能力を育み、主体的に学習に取り組む態度を養うことを理念としています。

また、平成18年に改正された教育基本法において、教育の目標として、自主及び自律の精神を養うとともに、職業及び生活との関連を重視することや、主体的に社会の形成に参画し、その発展に寄与する態度を養うことが規定されています。

平成20年及び21年に改訂された小・中・高等学校の学習指導要領においては、社会科、公民科、家庭科、技術・家庭科などを中心に消費者教育に関する教育内容を充実しました。

学校においては、教育活動の全体を通じて、幼児、児童及び生徒の発達の段階に応じた消費者教育を推進します。

#### 【取組内容1】子どもの事故防止に向けた情報発信・普及啓発

県ホームページや県の消費生活センターのくらしの情報誌「がじゅまる」を活用し、子どもの商品・製品使用時の事故について情報を発信し、事故の未然防止を普及啓発します。

### 【取組内容2】学習指導要領に基づく消費者教育

県では、新学習指導要領の趣旨の周知・徹底を図り、各教科において充実した消費者教育が行われるよう努めます。

また、消費生活や消費者教育について専門的知識を有する外部人材の活用、消費生活センター等の関係機関との連携の促進などの取組を推進します。

### 【取組内容3】幼稚園、学校向けの消費生活学習教室

保育園、幼稚園、学校（小・中・高等学校等）に講師を派遣し、それぞれの段階に応じた消費者教育を支援します。

### 【取組内容4】沖縄県金融広報委員会（※）との連携

物や金銭の大切さを身につけるため、保育園、幼稚園、学校（小・中・高等学校等）において金融広報アドバイザーを派遣し、金銭金融講座等を開催します。また、金融・金銭教育連絡会議を開催して、教育委員会との連携を図り、金銭金融教育研究校を委嘱し、金融経済教育を推進します。

（※）沖縄県金融広報委員会

沖縄県金融広報委員会は、中立・公正な立場から暮らしに身近な金融に関する広報活動を行っています。昭和47年に発足し、沖縄県、日本銀行那覇支店、内閣府沖縄総合事務局財務部、県内金融機関等から構成されています。

### ②大学・専門学校等

成年と未成年が混在する大学等においては、消費者の権利と責任が大きく変化する時期となります。学生の持つ様々な側面に応じ、大学等において積極的に消費者教育に取り組む必要があります。

### 【取組内容1】消費者トラブルの情報提供

大学等においては、交友関係を利用した悪質商法等の被害や契約等のトラブルに遭う学生は少なくないため、学生を支援する部署への消費生活や消費者問題に関する情報提供を行います。

### 【取組内容2】消費生活講座等の実施

各大学等においては、学生等に対し、入学時のガイダンス等で契約に関するトラブルやその対処方法等の教育・啓発活動を行うことが求められます。

そうした取組を支援するために、消費生活相談員や金融広報アドバイザー等を講師として派遣します。

## (2) 地域社会

自立した消費者を育成するためには、地域や家庭においても消費者教育に取り組むことが重要です。県や市町村は消費者教育・啓発に努めるとともに、必要な情報を発信します。

また、民生委員や地域で活動する団体、関係機関と連携して地域における消費者教育の担い手の育成を支援します。

### ①地域

核家族化や高齢化社会の進展することで、孤立しがちな単身の高齢者や障害者を地域で支え合うための仕組み作りが求められており、直接その人々に対して消費者教育を行う機会を設けるだけでなく、支え合いの仕組みの中で、消費者教育がなされる必要もあります。そのため、地域の支え合いの仕組みの中で消費者教育や啓発活動を推進します。

#### **【取組内容 1】成人を対象とした消費者教育の推進**

消費生活講座や社会教育施設での出前講座を通して、消費トラブルの防止や消費生活に関する情報を提供します。

#### **【取組内容 2】金融広報委員会との連携**

- ・生活設計や金融経済に関する情報を提供する講演会を開催します。
- ・地域の公民館等に金融広報アドバイザーを派遣し、金銭金融講座等を開催します。
- ・自主的に金融学習会を開催する学習グループを委嘱し、カリキュラムの作成など活動を支援します。

#### **【取組内容 3】特殊詐欺等の消費者被害の防止**

高齢者等に係る各種の犯罪被害を予防するため、高齢者等を対象とした防犯講習会、防犯座談会の開催や広報媒体を利用した防犯広報を実施します。

#### **【取組内容 4】サイバー犯罪研修会の開催**

サイバー犯罪の現状やインターネットを利用する際に遭いやすいトラブルを防止するため、各種研修会等に専門の講師を派遣します。

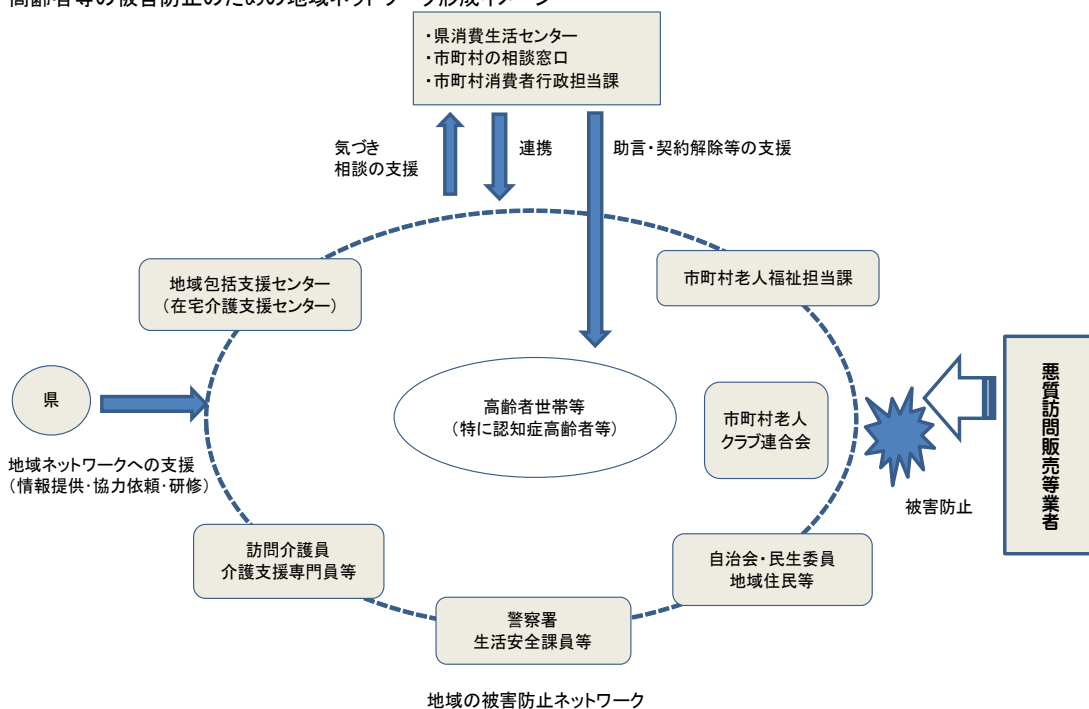
#### **【取組内容 5】障害者への消費者教育の推進**

障害者が消費者トラブルに巻き込まれないよう消費者被害についての情報提供を行います。また、障害者団体と連携し消費生活講座を実施します。

## 【取組内容6】高齢者への消費者教育の推進

- ・ 高齢者宅を訪問する機会の多い、市町村職員、民生委員・児童委員、介護支援専門員、訪問介護員等に対し、消費者被害についての情報提供や消費生活講座を実施します。
- ・ 沖縄県老人クラブ連合会と連携し、各老人クラブを通じて高齢者に対する情報提供を行います。

高齢者等の被害防止のための地域ネットワーク形成イメージ



## ②家庭

家庭においては、子どもに対して保護者が小遣いの与え方を考え、買い物を手伝わせることなどにより、金銭や物を大切に扱うことについての意識を子どもに身につけさせることが大切です。また、携帯電話やインターネット等の使い方について、家庭でのルールづくりを行うことが大切です。

## 【取組内容】金融広報アドバイザーの派遣

小学生と保護者を対象に、お金の使い方などの出前講座を開催します。また、お小遣い帳やお金についての資料を配付し、金融・金銭に関する情報を提供します。

### (3) 職域

社会に出ると、自ら合理的に判断し行動することが求められますが、学校教育の中で得た知識と社会に出てから必要となる知識は必ずしも一致しません。

しかし、社会に出てからの学びの場は少ないことから、事業者がその従業員に対し消費者教育を推進することが求められています。

#### 【取組内容1】消費者教育に関する情報提供

事業者への消費者教育に関する情報提供を行います。また、消費生活センター等が行う消費生活講座への参加を促進します。

#### 【取組内容2】事業所等が実施する消費者教育の取組紹介

全国の事業所や事業所団体等が行っている消費者教育に関する取組を紹介し、県内事業所等の取組を促進します。

## 2 消費者教育の担い手の育成

学校の教職員は、消費者教育の推進役としての役割が期待されることからその指導力の向上を図ることが期待されています。

また、大学等における学生の生活支援を行う担当部局等において、消費者問題についての相談等に対して適切な対応ができるよう、連携を図ることも重要です。

県の消費生活センターをはじめとする消費生活相談窓口では、専門的な知識や経験を有する消費生活相談員が相談に応じていることから、消費者教育の担い手となることは消費者に必要な知識を効果的に伝えていく上で有意義となります。

#### 【取組内容1】小・中・高等学校等の教職員研修

教育委員会と県の消費生活センターをはじめとする消費生活相談窓口が連携し、児童・生徒への消費者教育の質を向上させるため、消費生活トラブルの事例や教材の活用方法等に関する研修を実施します。

#### 【取組内容2】大学等における教職員への消費生活講座の実施

学生生活を支援する教職員に対し、消費生活トラブルに適切なアドバイスができるように啓発や消費生活講座を実施します。

#### 【取組内容3】消費生活専門講座の実施

消費者教育に携わる担い手を育成するため、消費生活に関する専門知識の習得講座を実施します。

#### **【取組内容4】消費生活相談員への研修**

消費者教育の担い手となる消費生活相談員に対して、必要な知識や実務能力の向上を図る研修会を実施します。

#### **【取組内容5】コーディネーターの配置**

消費者教育を担う多様な関係者をつなぐためには、その役割を担うコーディネーターの配置が重要となります。コーディネーターの具体的な配置について検討します。

## 第5章 推進体制

### 1 消費者行政と教育行政との緊密な連携・協働

消費者教育を効果的に推進するために、今後とも消費者行政部局と教育委員会との間で意見交換を行い、小・中・高校生の消費者トラブルの事例について情報を共有します。

また、教職員の研修等の場において、消費者行政部局と教育委員会が連携し消費生活に関する研修を開催することで消費者教育の普及や担い手育成に取り組みます。

### 2 消費者団体、事業者団体との連携

消費者団体や事業者団体はそれぞれの目的において、講座の実施や体験学習・普及イベント等の開催といった啓発事業に取り組んでいます。

様々な機会を捉えて消費者教育を実施する環境を作るために、行政を含めて情報交換を行い、効果的な教育の推進方法を検討します。

### 3 市町村との連携・協働

消費者の生活に密着した存在であり、幅広く住民生活に関わる市町村が消費者教育に取り組むことにより、地域の特性にあった細やかな消費者教育の機会を提供することが期待されます。

県では、広域的な観点から市町村と情報共有や連携を図りながら消費者教育を推進します。また、県内全域における消費者教育の水準を確保するために、市町村の消費生活相談員・職員への研修や連携講座の企画などの情報提供や助言等を行い、市町村の取組を支援します。

### 4 他の消費生活に関連する教育と消費者教育との連携推進

消費者教育推進法第3条第7項では、「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を図る」ことを求めています。

これらの消費生活に関連する教育の目的、内容や対象範囲は、それぞれ異なるものですが、消費者の自立を支援し、また、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消費者教育と重なる部分があります。

県では、環境教育、食育、法教育、生涯学習と消費者教育の関係を明確にしながら、連携して効果的に消費者教育を推進します。

## (1) 環境教育

環境教育は、環境教育等による環境保全の取組の促進に関する法律に基づいて推進されていますが、持続可能な開発のための教育（Education for Sustainable Development: ESD）の視点を取り入れた環境教育の実践が特に重要となっています。

このため、環境教育の現場においては、環境に対する知識や考えのほか、社会の多様性や将来に対する責任、資源やエネルギーの有限性など、自ら考え、自ら行動する人づくりを推進しています。

こうした施策は、生産・流通・消費・廃棄の社会経済システムの理解や環境とのバランスを考えた日常の消費生活や事業活動等へ結び付くものであり、消費者教育の側面からも効果的です。

消費生活の足場ともいえる環境保全や、そのために行われる環境教育は、持続可能な消費の実践を目指す消費者教育との関わりが深いので、その点を意識して連携を図り、消費者教育の効果が高まるよう努めます。

## (2) 食育

食育は、食育基本法に基づいて推進されていますが、食育を、生きる上での基本であって、知育、徳育及び体育の基礎となるべきものと位置付けるとともに、様々な経験を通じて「食」に関する知識と「食」を選択する力を習得し、健全な食生活を実践することができる人間を育てる食育を推進することが求められています。

食育の取組の中で、「もったいない」という意識の涵養、食品ロスの削減や地産地消の推進といった取組は、持続可能な社会の形成を目指す消費者教育の課題でもあります。

また、栄養バランス等の観点から適切な食生活を選択すること、食品の安全性に関する知識と理解を深めること等は、栄養表示を含めた食品表示の適切な理解を始め、食における危険を回避する能力を育む消費者教育と密接な関係があることから、食育と消費者教育との連携に努めます。



### (3) 法教育

法教育の一部として、日常生活を支える私法の基本的な考え方を実感として理解し、身に付けることが挙げられます。自立した消費生活を営むためには、身近な法律である私法の基本的な考え方（契約自由の原則、私的自治の原則など）を理解する必要があります。この点で、法教育は、選択し、契約することの理解と考える態度を身に付け、消費者契約の適正化を目指す消費者教育と整合するものがあることから、法教育と連携した消費者教育を推進します。

### (4) 生涯学習

公民館、図書館を始めとする社会教育施設においては、地域の人々に身近な学習や交流の場として、消費者問題に関する講座や金融・税金等に関する講座の開催や消費者月間等の啓発事業の実施など大きな役割を果たしています。

これらの取組を継続していくとともに、県内の社会教育施設で行われている生涯学習の活動に消費生活講座メニューを積極的に提供し、一層連携した取組を実施します。