

第2次秋田県消費者教育推進計画

(令和2年度～令和6年度)

令和2年3月

秋 田 県

はじめに

消費生活を取り巻く環境は、高齢化の進行や高度情報通信社会の進展、民法改正による成年年齢引下げなどを背景に、大きく変化してきております。

また、商品・サービスが多様化・複雑化する中、消費者の脆弱性につけ込む悪質商法などによる被害は後を絶たず、消費生活の安全・安心を確保する上で、消費者政策の更なる充実が必要不可欠となっております。

こうした状況を踏まえ、県では、国の地方消費者行政強化交付金等を活用しながら、消費生活相談体制の充実・強化を図るとともに、消費者の年代や特性に応じた消費者教育や、消費者トラブルを未然に防止するための啓発活動を推進してまいりました。

また、消費者をめぐる社会経済情勢の変化に適切に対応するため、この度「第2次秋田県消費者教育推進計画」を策定し、若年者への消費者教育の充実や、高齢者の特殊詐欺被害の防止に向けた啓発活動などに重点的に取り組んでいくこととしております。

今後も、市町村や関係団体、事業者等との連携の下、県民の皆様が安全で豊かな消費生活を安心して送ることができるよう、消費者行政を一層推進してまいります。

令和2年3月

秋田県知事 佐竹敬久

目 次

第1	計画の基本的な考え方.....	1
1	計画策定の趣旨.....	1
2	計画の位置付け.....	1
3	計画の期間.....	1
4	第1次計画の取組状況.....	2
第2	消費者を取り巻く現状と課題.....	6
1	社会経済情勢の変化.....	6
2	消費生活相談の状況.....	9
第3	消費者教育推進の必要性.....	13
1	消費者教育の意義.....	13
2	消費者市民社会の意義.....	13
第4	消費者教育推進の基本的な方針.....	15
1	目指す消費者像.....	15
2	消費者教育の推進方針.....	15
第5	消費者教育推進のための重点施策.....	17
1	消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育の推進.....	17
2	若年者への消費者教育の充実・強化.....	20
3	高齢者の消費者被害の未然防止.....	21
4	社会経済情勢の変化に対応した相談体制の充実と啓発推進.....	22
第6	計画の推進体制等.....	24
1	計画の推進体制.....	24
2	他の消費生活に関連する教育と消費者教育との連携.....	24
3	計画の進行管理.....	24
●	参考資料.....	26

第1 計画の基本的な考え方

1 計画策定の趣旨

本県では、これまで、「秋田県消費者教育推進計画（平成27年3月策定）」（以下「第1次計画」という。）に基づき、消費者の自立を支援するため、消費生活に関する知識の普及や情報の提供など消費者に対する啓発活動を行うとともに、地域や学校など様々な場を通じて消費者教育の推進に取り組んできました。

しかし、急速な高齢化の進行や、高度情報通信社会の進展、消費生活におけるサービスの多様化等に伴い、消費者トラブルや消費者被害の内容は複雑化・多様化しています。

また、近年の社会変化として、民法改正により成年年齢が令和4年度から18歳に引き下げられるなど、消費者を取り巻く環境は大きく変化しています。

本県においても、インターネット関連の消費生活相談が増加しているほか、高齢者等を狙った悪質商法が依然として後を絶たない状況にあります。

こうした中、国においては、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（以下「基本方針」という。）が変更（平成30年3月）され、当面の重点事項として、「若年者への消費者教育」、「消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育の推進」、「高度情報通信ネットワーク社会の発展に対応した消費者教育の推進」が掲げられました。

このような社会経済情勢等の変化に的確に対応するとともに、国の基本方針の変更等を踏まえ、引き続き消費者教育を総合的・一体的に推進するため、第2次秋田県消費者教育推進計画を策定します。

2 計画の位置付け

この計画は、消費者教育の推進に関する法律（以下「推進法」という。）第10条第1項に基づき、国の基本方針を踏まえ、本県の消費者教育の推進に関する施策について定める計画です。

3 計画の期間

計画期間は、令和2年度から令和6年度までの5年間とします。

4 第1次計画の取組状況

第1次計画では、「各年代・様々な場の特性に応じた消費者教育の推進」、「消費者行政部局と教育行政部局との緊密な連携による推進」、「地域の多様な主体との連携による推進」の3つの推進方針を掲げ、次の(1)～(5)の取組について、秋田県消費生活審議会における意見等を反映しながら、消費者教育を推進しました。

(1) 小・中・高等学校及び特別支援学校における消費者教育

学習指導要領に基づき、各教科等において消費者教育が実施されました。

高等学校においては、成年年齢引下げへの対応として、消費者庁の消費者教育教材「社会への扉」が授業等で活用されました。

また、成年年齢引下げを見据え、より実践的な消費者教育の実施に向けて、教育委員会と消費者行政部局が連携し、高校教員の指導力向上研修を新たに実施しました。

一方、「消費者教育実施状況等調査」※では、どの校種においても外部講師を活用して授業を行ったことがある学校は4割に満たず、複雑化・高度化した消費者問題に対応するため、今後は、外部人材の有効活用を図っていくことが求められます。

※ 消費者教育実施状況等調査：計画策定の基礎資料とするため令和元年度に学校・事業所を対象に実施。調査概要及び調査結果は巻末「参考資料」に掲載。

[主な取組]

○ 学習指導要領に基づく消費者教育の推進

家庭科や社会科を中心に、各教科等において消費者教育が実施されました。

「消費者教育実施状況等調査」では、消費者教育の実施状況に対する各学校の認識では、「十分実施できている」と「ある程度実施できている」が小学校で64%、中学校で78%、高等学校で68%と高い割合を示しています。

○ 児童・生徒を対象とした出前講座（教育支援講座）の実施

県生活センターが中心となり、携帯電話やインターネットなど若者が被害に遭いやすい消費者トラブルについて、講座を実施しました。

○ 金融・金銭教育の推進

秋田県金融広報委員会では、金銭教育研究校（小学校等において金銭や物に対する健全な価値観を養うことに力点を置くもの）や金融教育研究校（小学校、

中学校、高等学校において金融、経済に関する正しい知識の習得に力点を置くもの)の委嘱を行ったほか、金融広報アドバイザーを派遣した訪問授業等を行い、学校教育における金融教育を支援しました。

(2) 大学等における消費者教育

多くの大学等で、悪質商法に関するトラブルやその対処方法についての啓発や、相談窓口を周知するための情報提供が行われました。

一方、消費生活センターによる出前講座等を活用している大学等は少なく、消費者教育の充実に向けて、今後、専門性を有する団体等の活用を広く促していくことが必要と考えられます。

[主な取組]

○ 出前講座（教育支援講座）を通じた消費者教育の推進

「消費者教育実施状況等調査」によると、県生活センターの出前講座（教育支援講座）を利用したことのある大学等は8%にとどまっています。しかし、「利用したことはないが知っている」は67%と認知度は高く、「機会があれば利用したい」としている大学等も83%と高い割合となっています。

○ 金融リテラシー講座等の実施

金融広報委員会では、金融・財政・投資に関する正しい知識の習得を支援するため、金融リテラシー講座や講演会を実施しました。

平成31年度には、1大学において、金融広報委員会の講師陣による金融リテラシー講座が授業科目として開設されました。

○ 学生向け啓発資料の配布

悪質商法等の被害や契約等のトラブルを未然に防止するため、学内でのポスター等の掲示や学生便覧への掲載、入学時のガイダンス等により、啓発や情報が行われました。

(3) 地域社会における消費者教育

安全で心豊かな暮らしに関する必要な知識や情報を身に付け、消費生活を取り巻く環境の変化に的確に対応できるよう、多様な主体と連携しながら啓発活動を実施しました。

また、新聞やラジオ等のマスメディアを活用し、消費生活に関するトピックス

や、製品事故・消費者トラブルに関する緊急情報の提供を行いました。

「消費生活に関する県民意識調査」※では、消費者問題に「関心がある」、「どちらかといえば関心がある」の合計は72%となっています。関心が高い消費者問題は、生活関連物資の価格動向や食品の安全性、悪質商法、振り込め詐欺、製品事故、環境問題など多岐にわたり、80%以上となりました。一方、金融商品に関する問題や多重債務問題は50%以下と他の項目と比べて低く、生活に身近なテーマに、より関心が高いことが読み取れます。

※ 消費生活に関する県民意識調査：県民の消費生活における意識や実態等を把握し、計画策定の基礎資料とするため、令和元年度に18歳以上の県民3,000人を対象に実施。

[主な取組]

○ 県警察等と連携した特殊詐欺被害の未然防止

県警察や社会福祉協議会、コンビニエンスストアや生活協同組合等の事業者と連携し、高齢者安全・安心アドバイザーによる見守り活動や老人クラブ大会等の機会も活用しながら、特殊詐欺被害の未然防止に向けたパンフレット等を作成・配布しました。

また、最新の消費者トラブルや製品事故に関する情報について、ラジオ放送や路線バスの車内放送、県公式ウェブサイトへの掲載等により注意喚起を行いました。

○ 消費者問題をテーマとした講演会等の実施

県生活センターが中心となり、秋田弁護士会や金融広報委員会、地域の消費者団体等と連携しながら、消費者問題に関する意識を高めるための講演会等を県内各地で実施しました。

○ 金融教育の推進

金融広報委員会において、公民館、図書館等に金融広報アドバイザーを派遣したほか、民間団体においても講演会等を実施し、金融に関する知識の習得や判断力の向上に向けた支援を行いました。

(4) 家庭における消費者教育

インターネット利用の低年齢化に伴い、子供のインターネット関連のトラブルが増加していることを踏まえ、出前講座の実施を通じた消費者教育や、インターネットを安全に利用するための環境づくりを行いました。

[主な取組]

○ 消費者トラブルや特殊詐欺被害の未然防止等のための出前講座の実施

主にインターネットに関連した消費者トラブルをテーマとした出前講座を実施しました。

○ 子供の安心・安全なネット利用をサポートする人材の育成

教育委員会において、中学校区程度のコミュニティで保護者等を対象にした「ネットに少し詳しい大人」を増やすため、インターネットセーフティの核となる「地域サポーター養成講座」を実施しました。

(5) 職域における消費者教育

従業員を対象とした出前講座等を通じて、消費生活向上のための啓発や、食の安全・安心など消費者にとって有益な情報の提供を促すための取組を行いました。

「消費者教育実施状況等調査」では、新入社員など「従業員に対する消費者教育を行っている」と回答したのは13%で、今後実施可能と考える消費者教育として「パンフレット等の配布・事業所内回覧」が88%となっています。

[主な取組]

○ 企業に対する出前講座等の実施

新社会人やその指導者等を対象にした研修の場を活用して、社会人としての基礎知識や消費者トラブルへの対処方法等に関する出前講座を実施しました。

また、食品関連事業者等を対象に、新たな食品表示制度の周知に向けた出前講座や研修会等を実施しました。

○ 食の安全・安心に関する啓発の実施

消費者行政部局や県生活センターが中心となり、食品関連事業者や生産者団体等を対象に、食品表示の適正化やコンプライアンス意識の向上に向けたセミナー等を実施しました。

第2 消費者を取り巻く現状と課題

1 社会経済情勢の変化

(1) 高度情報通信社会の進展

情報通信技術の発達と情報通信機器・サービスの急速な普及により、インターネット上の情報量が飛躍的に増加するとともに、インターネットの利用率も幅広い年齢層で増加しています。

このような状況を背景に、電子商取引が拡大し、ICT（情報通信技術）やAI（人工知能）を活用したターゲティング広告、SNSを活用した広告・勧誘など、広告や勧誘の方法が多様化しており、消費者の意思決定に大きな影響を与えています。

また、技術革新により決済手段の多様化・高度化が進んできており、電子マネーなどキャッシュレスによる決済が増加するとともに、近年は、「仮想通貨」も支払・資金決済ツールとして利用されています。

消費者の利便性が向上する一方で、消費者トラブルが複雑化しているほか、多種多様な商品・サービスに関する大量の情報の中から、自らに必要な情報を的確に理解し、取捨選択することが求められるようになってきています。

(2) 民法の改正による成年年齢引下げ

令和4年4月1日から成年年齢が18歳に引き下げられることに伴い、その日以降に18歳に達した者が締結した契約について、未成年者取消権を行使できなくなるため、社会経験の乏しい若者が消費者トラブルから抜け出しにくくなる危険性が高まっています。

18歳から20歳にかけては、特に生活面での環境が大きく変化する時期であり、社会との関連が深まり、経済活動範囲も広がるなど、社会との新しい関係を築く重要な時期である一方、それに比例し、消費者トラブルの危険性に直面する機会が多くなり、ひいては様々なトラブルに巻き込まれる可能性も大きくなります。

全国の消費生活センター等に寄せられた若者の相談件数（平均値）の推移を見ると、契約当事者が20～22歳の相談は18～19歳の相談と比べて1.4～1.9倍多くなっており、契約金額も高額となっています。成人になった若者は、未成年の若者よりも消費者トラブルや被害に遭いやすい傾向にあることがうかがえます。

本県では、進学・就職などを機に、親元を離れて自立した生活をする若年者が多く、新たに成年となる者の消費者被害の発生・拡大が一層懸念されます。

(3) 高齢化の進行

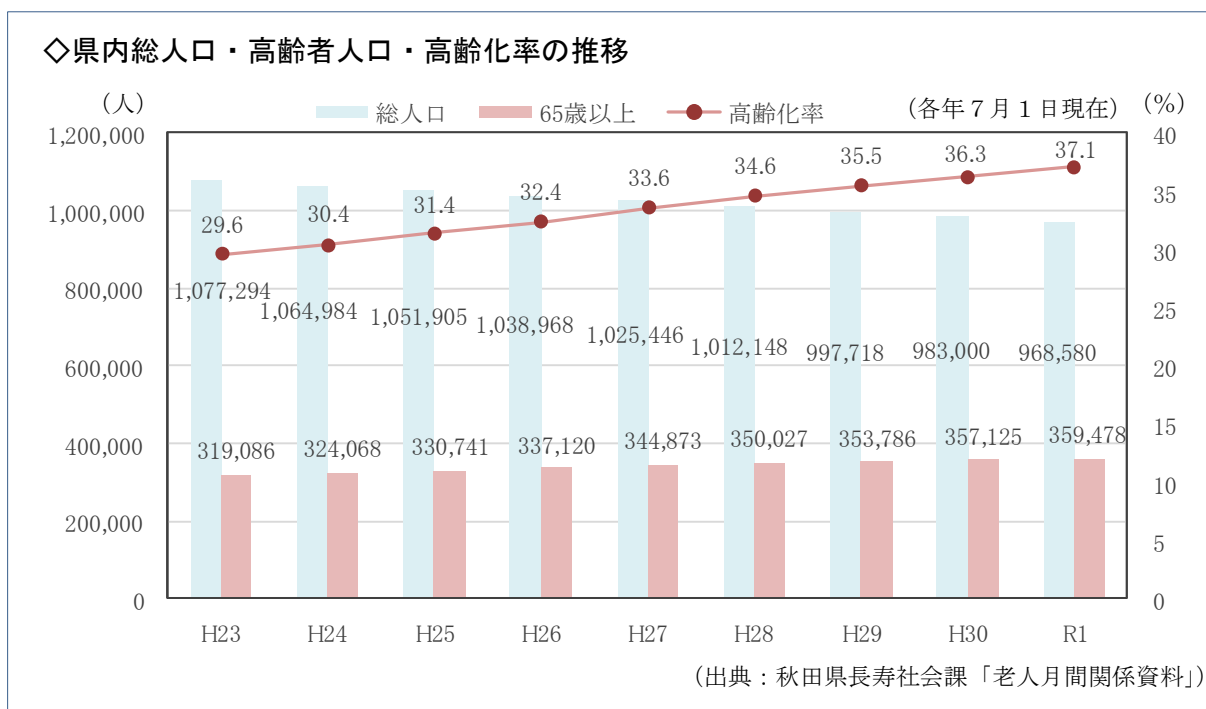
日本は既に超高齢社会の段階に突入したといわれていますが、今後、高齢化の度合いが更に加速することは確実です。これと同時に、核家族化、単身世帯化等の世帯構成の多様化、経済的格差の拡大、地域住民の減少・過疎化等が進んでいます。

高齢化が急速に進行している本県においては、高齢化率（総人口に占める65歳以上の人の割合）が過去最高の37%となり、65歳以上の高齢者だけの世帯数とは123,961世帯、そのうち一人暮らし高齢者の世帯数は68,252世帯と、総世帯数に占める割合はそれぞれ32%、18%となっています。（令和元年7月1日現在）

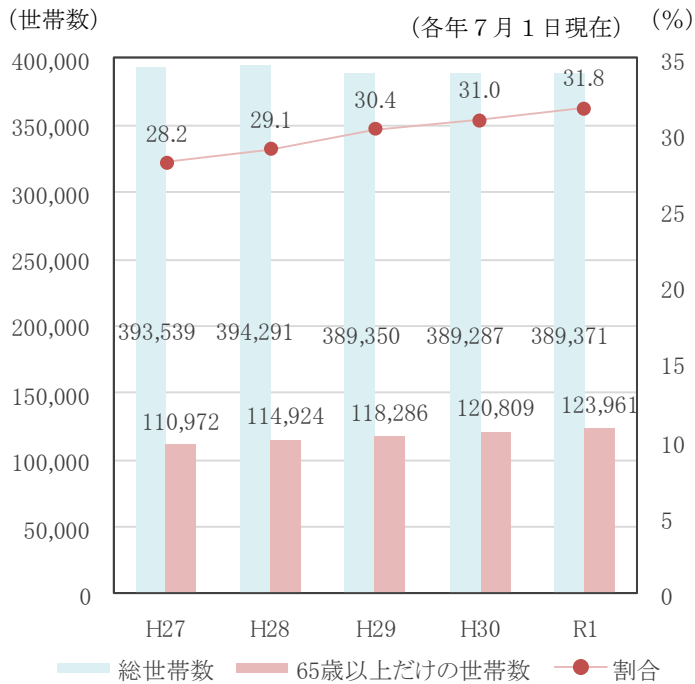
単身高齢者、障害者、貧困世帯、買物弱者、情報弱者等の社会経済の変化に順応できずに取り残される消費者が増加する可能性が高いと考えられ、高齢者をターゲットにした特殊詐欺被害等の深刻化等が懸念されています。

高齢者は、「お金」や「健康」、「孤独」に関する大きな不安を抱えていることが多く、自身の不安をきっかけに消費者被害に遭った高齢者が、相談できる相手が誰もいない中で、「損を取り戻してあげる」などといった被害の救済を装った勧誘にだまされ、更なる被害に遭ってしまう事態（いわゆる二次被害）も増加しています。

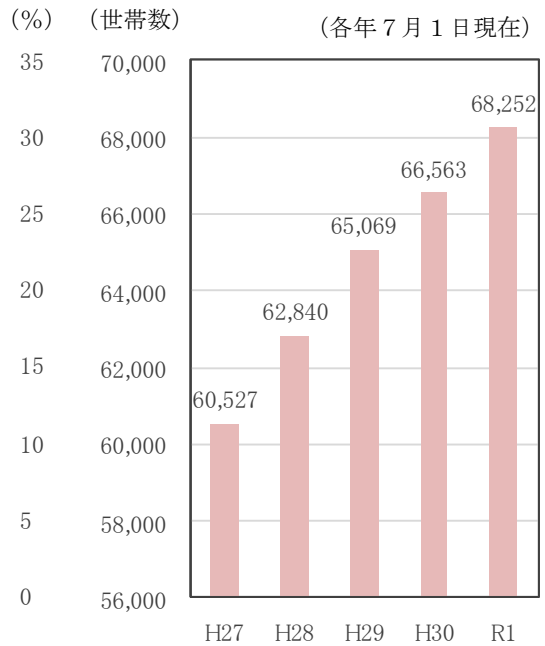
特に、認知症等で判断能力が不十分な高齢者は、一般の高齢者よりトラブルに遭いやすい状況にあります。その認識が低いため、問題が顕在化しにくい傾向にあります。また、相談は本人以外から寄せられる場合が多く、何らかの異変を察知した地域の福祉関係機関等からの情報提供による場合も多くなっています。



◇総世帯数に占める高齢者世帯数の推移



◇高齢者単身世帯の推移



(出典：秋田県長寿社会課「老人月間関係資料」)

◇秋田県の特種詐欺被害状況

	H27年		H28年		H29年		H30年	
	件数	被害額(円)	件数	被害額(円)	件数	被害額(円)	件数	被害額(円)
被害総数	57	202,451,293	36	88,362,482	50	83,526,575	29	52,279,313
(うち65歳以上)	39	147,616,955	21	31,381,873	24	73,033,234	11	18,637,836
振り込め詐欺	50	161,141,893	30	77,971,982	49	82,526,575	29	52,279,313
オレオレ	17	41,396,000	4	5,710,000	13	24,039,257	3	504,000
架空請求	28	111,936,000	19	66,171,800	33	55,830,471	18	30,730,437
融資保証	2	5,600,938	2	2,043,078	1	755,870	4	12,003,823
還付金等	3	2,208,955	5	4,047,104	2	1,900,977	4	9,041,053
振り込め詐欺以外	7	41,309,400	6	10,390,500	1	1,000,000	0	0

(出典：秋田県警察本部資料)

(4) 公正で持続可能な社会を目指した消費行動の促進

消費をめぐる国際的な動向として、平成 27 年 9 月の国連サミットにおいて、持続可能な開発のための 2030 アジェンダが採択され、その中に SDGs（持続可能な開発目標）として 17 のゴール（目標）と 169 のターゲットが掲げられました。その目標の一つとして、「持続可能な生産と消費の確保」が明記されています。

日常生活において利便性の向上が追求され、大量生産、大量消費、大量廃棄が行われている経済社会において、資源やエネルギーの消費量も増加の一途をたどっています。地球温暖化のような環境問題や、経済社会の生み出す様々な問題は、産業活動のみならず、消費活動によるところも大きいとの認識が広がっています。

それに対応して、消費者には、自らの行動が社会に影響を与えることの自覚と、環境に配慮した商品の選択やエネルギーの節約など、日常の消費生活における環境に配慮した行動、さらには、人や社会、環境や地域に配慮した商品やサービスを選んで消費するエシカル消費、食品ロス削減に向けた取組など、持続可能な消費の実践が求められるようになっていきます。

消費者が、自らの意思決定や消費行動がもたらす影響と、消費者の社会的役割を自覚し、行動することが重要であり、社会の担い手としてモラルとマナーを備えた市民として行動する消費者を育成することの必要性が高まっています。

2 消費生活相談の状況

(1) 県内の消費生活相談件数の推移

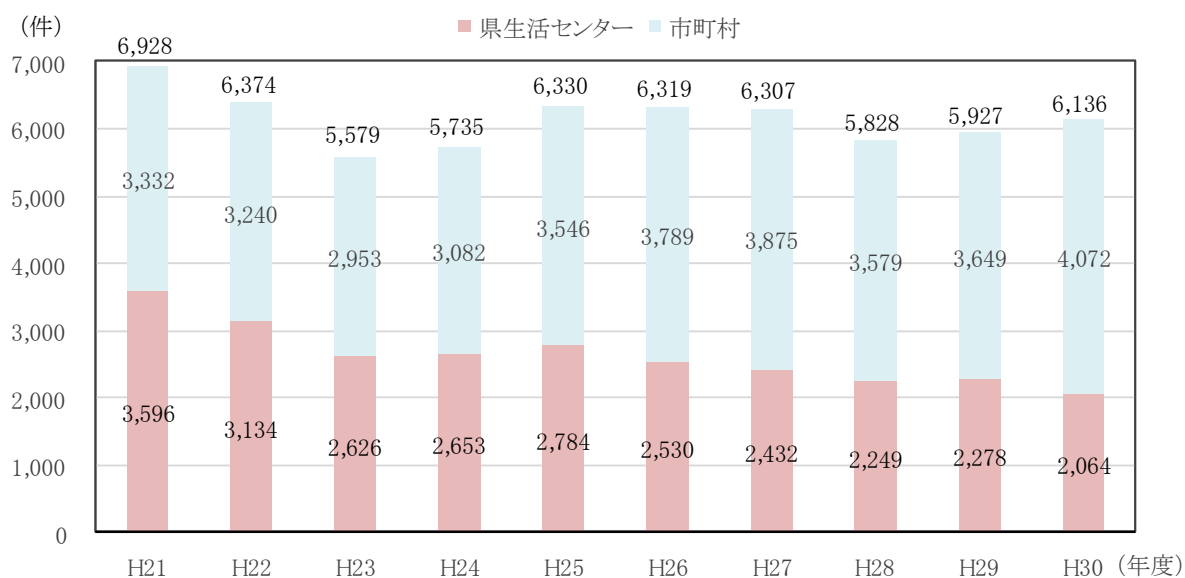
平成 30 年度に県生活センターや市町村の消費生活センター・相談窓口に寄せられた消費生活相談件数は 6,136 件で、前年度に比べ 3.5%増加しています。

県内の相談件数は、振り込め詐欺の相談が多かった平成 16 年度（18,031 件）をピークに減少しており、平成 23 年度以降増加に転じたものの、ここ数年は 6,000 件前後で推移しています。

全相談に占める市町村への相談割合は着実に増加しており、住民に身近な相談先として定着しつつあると考えられます。

なお、平成 30 年度の全国の消費生活相談件数は 99.2 万件で、前年度の 94.1 万件に比べ 5.3%増加しています。

◇県・市町村別消費生活相談件数の推移



(出典：秋田県生活センター事業概要)

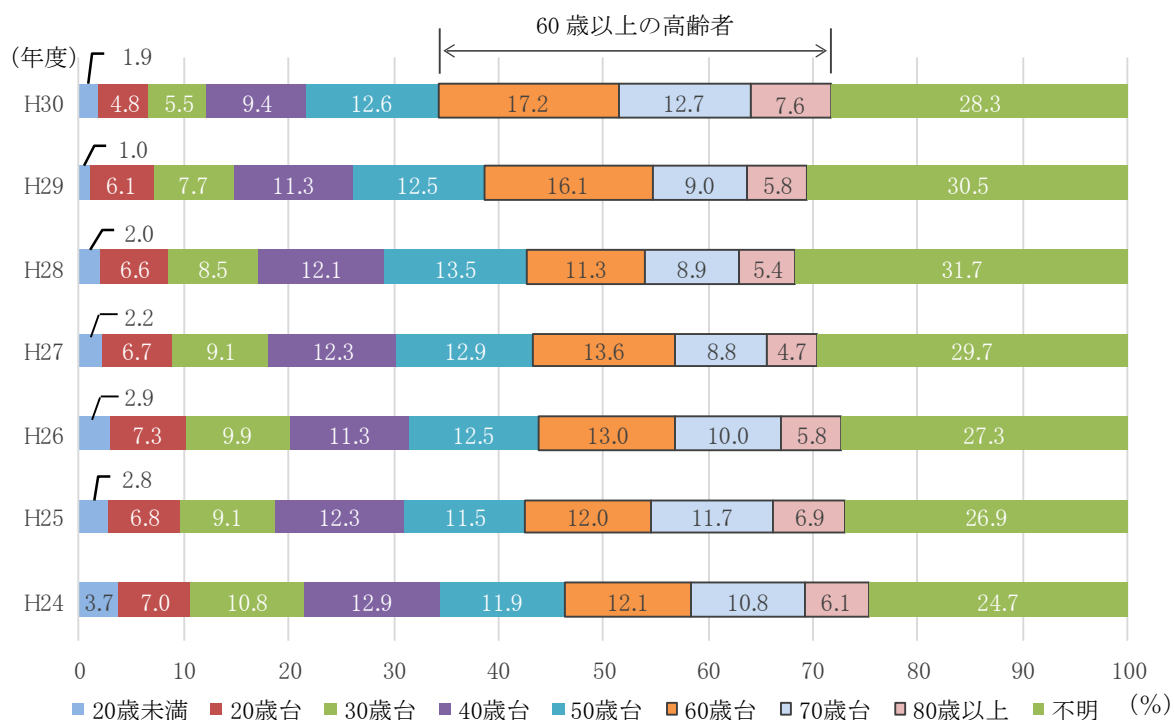
(2) 契約当事者の年代別の相談状況

平成30年度に県生活センターで受け付けた相談を契約当事者の年代別に見ると、60歳台の割合が17.2%、70歳以上の割合が20.3%です。60歳以上の高齢者の割合は37.5%（不明を除く。）を占めており、前年度に比べ6.6ポイント増加しています。

なお、平成30年度の全国の状況は、60歳台が19.0%、70歳以上が24.7%で、60歳以上の高齢者は43.7%と、前年度に比べ4.7ポイント増加しています。

◇年代別相談件数・割合の推移（県受付分）

	H24 年度	H25 年度	H26 年度	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度
20歳未満	99	78	74	53	46	23	38
20歳台	186	190	184	162	149	140	100
30歳台	285	253	249	222	192	175	113
40歳台	343	342	287	299	273	258	194
50歳台	316	319	315	313	303	284	260
60歳台	321	335	329	331	253	367	354
70歳台	286	325	254	214	200	205	263
80歳台	161	191	147	114	121	132	157
不明	656	751	691	724	712	694	585
計	2,653	2,784	2,530	2,432	2,249	2,278	2,064



(出典：秋田県生活センター事業概要)

(3) 商品・サービス別の相談状況

平成30年度に県生活センターで受け付けた相談を商品・サービス別に見ると、「運輸・通信サービス」（インターネット通信サービス、デジタルコンテンツ等）に関する相談が最も多く、「商品一般」、健康食品等の「食料品」と続いています。

平成 30 年度の全国の状況は、架空請求※の相談が増加した影響で「商品一般」が前年度に比べて 1.5 倍に増加しました。

※ 請求の内容が不明な架空請求は「商品一般」、利用した覚えのないサイト利用料等の架空請求は「デジタルコンテンツ」に分類されています。

◇商品・サービス別相談件数の推移（県受付分・上位 5 位）

順位	H26 年度		H27 年度		H28 年度		H29 年度		H30 年度	
	商品・サービス	件数	商品・サービス	件数	商品・サービス	件数	商品・サービス	件数	商品・サービス	件数
1	運輸・通信サービス	760	運輸・通信サービス	802	運輸・通信サービス	621	運輸・通信サービス	690	運輸・通信サービス	482
2	金融・保険サービス	256	金融・保険サービス	197	金融・保険サービス	165	商品一般	187	商品一般	301
3	商品一般	158	商品一般	158	その他相談	149	金融・保険サービス	165	食料品	186
4	教養娯楽品	152	教養娯楽品	149	食料品	148	食料品	156	金融・保険サービス	152
5	食料品	148	食料品	148	商品一般	142	教養娯楽品	143	教養娯楽品	104

◇年代別の主な相談内容（県受付分・平成 30 年度上位 5 位）

年代	件数	商品・サービス
20 歳未満	38	①オンラインゲーム、商品一般、化粧品 ④デジタルコンテンツ ⑤アダルト情報サイト、インターネット通信サービス
20 歳台	100	①デジタルコンテンツ ②賃貸アパート、移動通信サービス ④化粧品 ⑤商品一般
30 歳台	113	①デジタルコンテンツ ②フリーローン・サラ金、商品一般、健康食品 ⑤化粧品
40 歳台	194	①インターネット通信サービス ②健康食品 ③デジタルコンテンツ ④移動通信サービス ⑤商品一般
50 歳台	260	①商品一般 ②インターネット通信サービス ③デジタルコンテンツ ④健康食品 ⑤フリーローン・サラ金、化粧品
60 歳台	354	①商品一般 ②インターネット通信サービス ③電気 ④デジタルコンテンツ ⑤健康食品
70 歳台	263	①商品一般 ②インターネット通信サービス ③健康食品 ④デジタルコンテンツ ⑤電話
80 歳以上	157	①健康食品 ②商品一般 ③修理サービス ④インターネット通信サービス、書籍・印刷物

（出典：秋田県生活センター事業概要）

第3 消費者教育推進の必要性

1 消費者教育の意義

推進法においては、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と明示されるとともに、消費者教育が「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、消費者教育推進のあり方や消費者の社会的役割が示されています。消費者教育は、推進法の趣旨を踏まえた教育や啓発活動を行うことが求められています。

自立した消費者であるためには、まず被害に遭わない消費者であること、そして合理的意思決定ができる消費者であることが必要ですが、これに加え、社会の一員として、より良い市場と社会の発展のために積極的に関与することも必要です。

消費者被害防止のためのこれまで行われてきた様々な主体による教育や啓発は、消費者自らが学習し、知識や判断力・交渉力を身に付けることにより、一層効果を発揮します。

2 消費者市民社会の意義

消費者の社会的役割や消費者教育推進のあり方を考える上での共通概念が、「消費者市民社会」であり、推進法では、「消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会をいう。」と定義されています。

公正かつ持続可能な社会の形成という課題は、世界的により一層重要な課題となっています。消費者にSDGsについての理解を促し、より多くの人々がSDGsに関し主体的・能動的に学ぶことは、消費者市民社会の形成につながります。

消費者の日々の意思決定や行動が、総体として経済社会の発展や持続可能な社会を形成する上で大きな役割を果たすことを認識し、社会の一員として行動することも、消費者の自立の要素です。

また、消費者が被害に遭った場合に、その解決や同種の被害の予防に向けて自ら行動することも消費者市民社会形成の第一歩です。状況に応じて相談機関を活用す

るなど積極的な行動をとることは、被害を受けた個人が救済されるだけでなく、情報を社会で共有することによりトラブルの原因となった社会的問題の解決にもつながり得るものであり、消費者市民社会の一員としての行動ということができます。

第4 消費者教育推進の基本的な方針

1 目指す消費者像

県民が安心して、安全で豊かな消費生活を営むことのできる社会を実現するためには、行政による消費者被害防止のための情報提供や、法令等に従わない行為の規制とともに、消費者が自ら進んで、必要な知識を習得し、必要な情報を収集することに努める必要があります。

消費者市民社会の形成に重要な役割を担う消費者は、消費者教育の客体であるにとどまらず、権利としての消費者教育の機会を最大限活用して、自らも積極的に学習する姿勢が大切です。

この計画における目指す消費者像は、推進法の趣旨や国の基本方針を踏まえ、第1次計画に引き続き、自ら考え自ら行動する「自立した消費者」とします。

2 消費者教育の推進方針

国の基本方針では、誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で消費者教育を受けることができる機会を提供するためには、消費者教育を体系的・総合的に推進することが必要であるとしています。

この計画でも、第1次計画で定めた次の3つの推進方針を継承し、施策を展開していきます。

推進
方針

I 各年代・様々な場の特性に応じた推進

II 消費者行政部局と関係部局との緊密な連携による推進

III 地域の多様な主体との連携による推進

目指す
消費者像

自ら考え自ら行動する「自立した消費者」

I 各年代・様々な場の特性に応じた推進

「消費者の自立を支援する」という目的の達成に向けて、消費者に求める様々な能力を発展させることができるよう、各年代・様々な場の特性に応じた取組を体系的に実施していきます。

II 消費者行政部局と関係部局との緊密な連携による推進

消費者行政部局と教育行政部局、福祉部局や警察など関係部局とが、緊密に連携・協働するとともに、情報共有を図りながら、消費者教育を効果的に推進していきます。

III 地域の多様な主体との連携による推進

地域において、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は、行政だけではなく、多様な立場の担い手の協力が必要です。

行政が消費者教育推進の中心となり、地域で活動している消費者団体や民間団体、事業者・事業者団体等の多様な主体と相互に連携・協働し、それぞれの人的・知的資源を生かしながら、消費者教育を推進していきます。

第5 消費者教育推進のための重点施策

国の基本方針における「当面の重点事項」や本県の課題を踏まえ、次に掲げる4項目を重点施策として、消費者教育に取り組みます。

1 消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育の推進

消費者教育は、幼児期から高齢期までの各年代に応じて、学校、家庭、地域、職域などそれぞれのライフステージの様々な場において、体系的・効果的に行われることが重要です。

特に、大学生、社会人、高齢者等に対する消費者教育については体系的な取組を行うことが難しいことや、社会人については、事業者等が従業員に対して行う消費者教育の具体的内容や、事業者にとってのメリットなどが事業者・従業員の双方に十分に認識されていない現状にあります。こうした消費者への取組も意識しながら、生涯を通じた切れ目のない学びの機会を提供する必要があります。

また、消費者の特性によって、消費者の権利を自ら行使できない状況にある消費者がいることを踏まえ、対象に応じた方法や内容の工夫が必要です。

特性としては、例えば、年齢、性別、障害の有無のほか、消費生活に関する知識の量、就業の状態、居住形態、時間的余裕の有無、情報通信機器の利用状況等があるほか、経済的自立の程度による格差が、消費者問題の発生に影響を与えている面もあります。

様々な立場や状況、事情や特性等のある消費者一人ひとりが、どこに住んでいても、生涯を通じて消費者教育を受けることができるよう、施策を推進していきます。

(1) 学校

① 小学校、中学校、高等学校、特別支援学校

小・中・高等学校、特別支援学校においては、文部科学省が定める学習指導要領に基づき、社会科、公民科、家庭科、技術・家庭科等を中心に、児童・生徒の発達段階を踏まえた消費者教育を推進します。

平成29年3月には小・中学校、平成30年3月には高等学校の学習指導要領が改訂され、従前の要領に加え、消費者教育に係る内容が充実されました。

新学習指導要領の趣旨の周知・徹底を図り、社会において主体的に生きる消費者を育む実践的な消費者教育を推進します。

② 大学等

大学等においては、成年に達しているか否かによって消費者としての権利と責任が大きく変化することを踏まえ、学生の持つ特性に配慮して消費者教育に取り組む必要があります。

大学等における消費者教育は、社会で通用する能力、知識、価値観等を学生が身に付けることが重要となっており、自立した社会人として、また、生産者・サービス提供者となる職業人としての育成も求められていることから、学生が持つ様々な側面に応じて実施することが必要です。

また、消費生活に関して必要な情報の収集、適切な意思決定や消費行動ができる消費者の育成の観点に加え、社会的責任を意識し、倫理観をもって行動できるなどの観点を取り入れることが重要です。

一方、学生は被害者になるだけでなく加害者になることもあり、マルチ商法等に関する被害については、ゼミやサークル等のネットワークを介して拡大する場合や、インターネットやSNSなど従来とは異なる形で気が付かないうちに巻き込まれたり、安易な消費者金融の利用につながる場合があります。

こうしたことから、大学等の取組の推進に向けて、消費者基本法や推進法の趣旨を踏まえた情報提供等の支援や、出前講座を通じた啓発活動を行います。

(2) 地域社会

学校教育を終えた社会人にとっても、日々変化していく現代社会において安全で豊かな消費生活を営むためには、生涯にわたって消費者教育・啓発の機会を持つ必要があります。

県生活センター等が中心となり、消費生活相談の窓口としてだけでなく、消費者教育の担い手として、啓発活動を推進します。

また、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普及・啓発を実施するなど大きな役割を果たしている公民館等の社会教育施設や、自治会や子育てサークル、老人クラブ等を活用し、出前講座の実施等を通じて消費者教育を推進します。

(3) 家庭

家庭においては、保護者等が子供に対し、物やお金の大切さ、社会環境への配慮、情報通信機器の使い方など、消費生活に関する基本的な知識を身に付けさせることが必要です。

全国の消費生活相談の状況を見ると、契約当事者が小学生、中学生、高校生で

はインターネットに関連する相談が多く、平成22年度以降全体に占める割合は7割を超えています。保護者に内緒でオンラインゲームで高額な課金をしていたり、アダルトサイト等のデジタルコンテンツに関するトラブルが見られるほか、SNS上で知り合った相手がきっかけとなったトラブルも増えていることから、スマートフォンやインターネット等の使い方について、家庭で考え、家庭でのルールづくりを行うことも大切です。

特に、インターネット利用が低年齢化していることを踏まえ、保育士や幼稚園教諭も対象として、家庭や地域におけるインターネットセキュリティの核となる人材の育成を引き続き推進します。

ほかにも、製品の安全な使い方を身に付けたり、食品など商品の表示の意味を正しく理解するなど、日常の場面で実践的な消費者教育が行われることにより、合理的な商品の選択や事故防止に生かすことができる力を養うことも重要です。

また、高齢者については、高齢者世帯における詐欺的な勧誘等の被害を防止するために、世帯が別であっても、家族間で消費者被害や防止策に関する情報を共有することが重要です。

こうした家庭内での消費者教育が促進されるよう、市町村、教育機関や保護者会等と連携しながら、情報提供や啓発活動を行います。

(4) 職域

就職して社会へ出ると、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。消費者教育は、学校等で行えば十分というものではなく、社会で生活していく限り消費と無縁ではられません。社会に出てからの学びの場は少ないことから、事業者が従業員に対して消費者教育を行うことは、生涯学習の観点からも非常に有意義です。

若年者が消費者トラブルに遭いやすいことを踏まえ、新入社員や社会経験の乏しい従業員向けに、契約のルールや生活設計・管理、若年者に多い消費者トラブルへの対処方法等に関する啓発を行うことも重要です。

また、コンプライアンスの強化やガバナンスの徹底、SDGsやエシカル消費の普及等について消費者教育を行うことは、消費者の安全・安心の確保という観点からも重要であり、事業の形態や事業分野など個々の事情や特性に応じた消費者教育の推進が期待されます。

これらを踏まえ、出前講座の実施や消費生活に関する情報提供等により、事業者の特性やニーズに応じた消費者教育を支援します。

2 若年者への消費者教育の充実・強化

成年年齢引下げを踏まえ、若年者の消費者被害の防止・救済のため、また、自主的かつ合理的に社会の一員として行動する自立した消費者の育成のため、実践的な消費者教育を推進します。

高等学校等においては、学習指導要領に基づき消費者教育を実施するとともに、学校外の専門家や実務経験者を外部講師として効果的に活用します。

大学等においては、入学時のガイダンスなど早期の段階で、消費者トラブルの防止に向けた啓発を行うとともに、自立した消費生活を営む上で必要不可欠な金融リテラシーの向上に向けて、金融経済教育と連携した消費者教育を推進します。

併せて、教育現場における外部人材の活用を促進するため、消費者行政部局や県生活センター等において、消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐコーディネーター機能の充実を図ります。

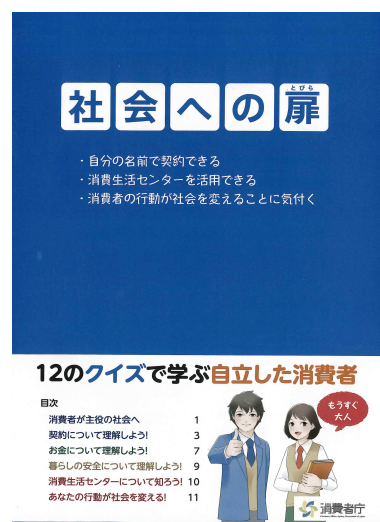
また、社会人に対しては、職域における消費者教育において、従業員向け研修の場を活用した出前講座を実施するなど、若年者への消費者教育の充実を図ります。

さらに、トラブルに巻き込まれた際の相談先として、消費生活センター・消費者ホットライン（188）の周知を推進します。

【主な取組】

○ 高校生向け教材「社会への扉」を活用した実践的な消費者教育の推進

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を理解するとともに、身近な契約等を通じて、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できるような能力を育むため、全ての高等学校等において、消費者庁の消費者教育教材「社会への扉」を活用した授業の拡大に取り組みます。



○ 教員の指導力向上のための研修の充実

消費者教育推進の重要な担い手である学校教員の資質向上のため、教育委員会と消費者行政部局が連携し、教員に対する研修機会の充実を図ります。

○ 金融経済教育等の推進

秋田県金融広報委員会と連携し、引き続き金融経済教育を推進、金融リテラ

シーの習得を支援します。

また、県生活センター等と連携し、消費者被害防止に関する情報提供を推進するとともに、出前講座やセミナー等を通じて、契約に関する基礎知識や若年者に多い消費者トラブルへの対処方法等に関する啓発を推進します。

3 高齢者の消費者被害の未然防止

高齢化の進行や家族形態の変化等に応じ、高齢者については、単に知識や情報を発信するだけでなく、地域の見守りネットワーク活動等の支え合いの仕組みの中で、消費者教育や啓発活動を強化していくことが必要です。

地域の実情や福祉関係者等の活動に消費者教育を取り入れてもらうため、消費者行政部局と福祉部局、地域包括支援センター等との連携を強化していきます。

高齢者においても年齢に幅があり、生活状況や行動範囲、活動の状況も様々であることに加え、加齢による判断力や身体的能力等の低下は個人個人によって違いがあり、活動的な高齢者も増加していることから、高齢者に対する消費者教育・啓発については、一層の工夫をしながら取り組みます。

また、高齢者を狙った悪質商法や巧妙な手口による詐欺など消費者被害の未然防止、早期発見及び拡大防止を図るため、関係機関と連携しながら、様々な広報媒体を活用した啓発活動や効果的な情報提供を推進します。

【主な取組】

○ 地域の見守り活動等と連携した啓発活動の強化

高齢者安全・安心アドバイザーや地域包括支援センター、社会福祉協議会等の福祉関係機関、事業者等が行っている見守り活動と連携し、高齢者と直接接する機会を通じた効果的な啓発活動を実施します。

また、認知症高齢者等の消費者被害の未然防止、早期発見及び被害防止に向けて、認知症高齢者等を地域で見守る体制を強化するため、市町村における消費者安全確保地域協議会[※]の設置を促進します。

[※] 消費者安全確保地域協議会：消費者安全法に基づき、消費生活上特に配慮を要する消費者の見守り活動等を行う組織。消費者行政部局、消費生活センター、福祉、医療・保健、警察・司法、事業者関係の機関で構成される。

○ 特殊詐欺対策に関する適切な情報発信、注意喚起

国の「オレオレ詐欺等対策プラン」（令和元年6月、犯罪対策閣僚会議）や「架空請求対策パッケージ」（平成30年7月、消費者政策会議）等に基づき、

警察や関係機関等と連携し、特殊詐欺被害の未然防止に向けた啓発活動を引き続き推進します。

町内会や地域で活動している各種団体等における出前講座のほか、高齢者が参加する地域イベント、高齢者の利用が多い病院等や、高齢者と接する機会が多い事業者等と連携したチラシ配布等による啓発や、新聞・ラジオ等のマスメディアによる情報発信を推進します。

また、県警察や市町村と連携し、自動通話録音機の貸出等による被害防止対策も行います。

最新の詐欺の手口や新たな消費者トラブルについては、県警察との情報交換を密に行い、様々な広報媒体の活用や市町村・関係機関等への速やかな情報提供により、タイムリーな情報発信を行います。

4 社会経済情勢の変化に対応した相談体制の充実と啓発推進

消費生活相談は、消費者被害を防止し、消費者の権利を守り、安全・安心な消費生活を送る上で重要です。

消費生活センターは、消費生活相談を受けることで、個別の消費者被害を救済するだけでなく、商品・サービスの基礎知識や契約知識、最新の消費生活に関する情報を発信するなどの啓発活動も行っています。

県内の消費生活相談等の中枢機関として県生活センターの充実を図るとともに、被害の未然防止、早期発見、迅速な対応が可能となるよう、地域の消費者問題解決力を強化します。

また、行政が消費生活相談を実施するとともに情報提供などの啓発活動を行っていることについて、消費者や消費者教育の担い手による認知を高めることが引き続き重要であり、関心を持たない層や、真に情報を必要とする人にも届くよう努めていきます。

【主な取組】

○ 新たな消費者問題に対応できる消費生活相談員の育成・レベルアップと市町村の相談体制の維持・充実

県の消費生活相談員の資質向上を図るため、国民生活センター等が実施する研修に派遣します。

また、市町村の相談体制の維持・充実に向けて、地方消費者行政強化交付金を活用した国指定研修への参加を促進します。県生活センターにおいても、外

部の専門家を講師とした研修会の開催や巡回指導、困難事案への助言等を行い、市町村の状況に応じて必要な支援を行います。

○ 社会経済情勢を的確に捉えた相談機能の充実

県生活センターにおいて、P I O-N E T（パイオネット：全国消費生活情報ネットワークシステム）の活用により相談実例の傾向を分析し、相談機能の充実につなげるとともに、消費者への注意喚起や啓発等に活用します。

○ 社会経済情勢を的確に捉えた普及啓発の推進

法制度の改正や社会経済情勢の変化によって生じる新たな消費者問題に的確に対応できるよう、県生活センターが中心となり、秋田県金融広報委員会、秋田弁護士会、県内婦人団体等と連携を図りながら、講演会の開催等により普及啓発を推進します。

金融に関する知識の習得、判断力の向上のため、公民館、図書館、学校等に対し金融広報アドバイザーを派遣した講座開催により、金融教育を推進します。

また、消費者市民社会の構築に向け、消費生活が国内外の社会経済情勢、地球環境に与える影響について考える素材となる情報を積極的に提供します。

「消費生活に関する県民意識調査」では、一人ひとりの消費行動が社会等に影響を及ぼす可能性があることに対する認知度については、「知っている」と「ある程度知っている」で81%となっています。

一方、エシカル消費（又は倫理的消費）の認知度については、「知らない」が80%以上となっていることから、持続可能な社会の形成に寄与する具体的な情報について、講演会等を通じて普及啓発を推進します。

○ 消費生活センターと「消費者ホットライン」188（いやや）の活用促進

「消費生活に関する県民意識調査」では、相談窓口の認知度については、「名前も内容も知っている」が県生活センターでは66%、市町村の消費生活センター・消費生活相談窓口では64%、188については34%となっています。

一方、消費者トラブルに遭ったときの相談先については、「家族、知人、同僚などの身近な人」と回答した人が53%と最も多く、市町村の消費生活センター・消費生活相談窓口は17%、県生活センターは8%にとどまっています。消費者被害に遭った場合には適切に救済を求め得るよう、相談窓口の周知に努めるとともに、様々な制度や紛争解決手段の周知・啓発に努めます。

また、消費生活センターは消費者教育の拠点でもあることから、積極的に出前講座の活用促進を図ります。

第6 計画の推進体制等

1 計画の推進体制

県、市町村、消費生活センターをはじめ、消費者・消費者団体、事業者・事業者団体、教育関係者、福祉関係者等の多様な主体が情報交換や連携・協働しながら、それぞれの強みを最大限に活かし、消費者教育を推進します。

2 他の消費生活に関連する教育と消費者教育との連携

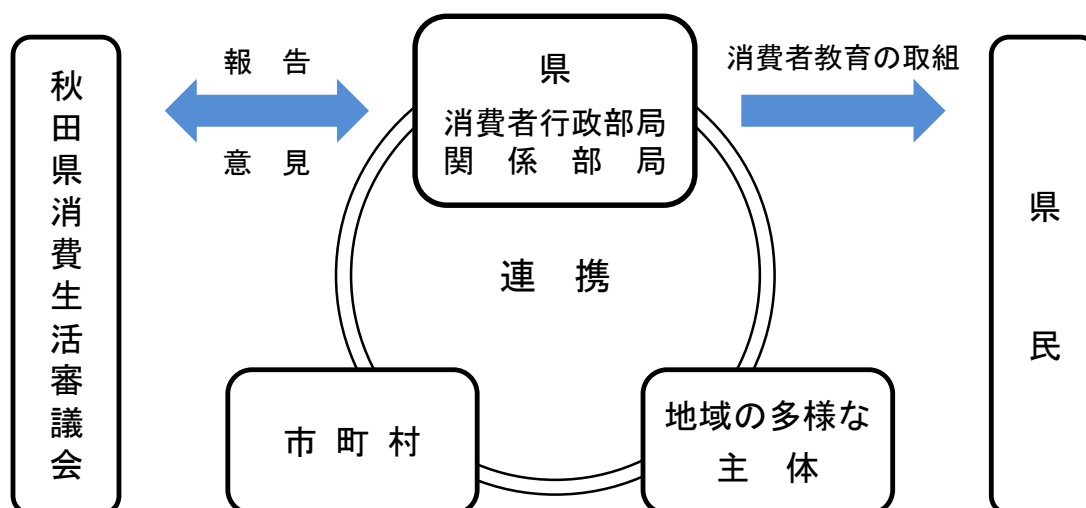
推進法では、環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育に関する施策との有機的な連携を図ることが求められています。

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と関心を深める消費者教育と重なる部分も少なくないことから、多様な主体が連携について共通の認識に立ち、連携・協働して効果的に消費者教育を推進します。

3 計画の進行管理

計画の進行管理に当たっては、毎年度、施策の具体的な取組状況を秋田県消費生活審議会において検証し、施策に反映します。

【計画の推進体制のイメージ】



【 参 考 资 料 】

消費者教育実施状況等調査

1 調査概要

(1) 調査目的

自ら考え自ら行動する「自立した消費者」を育成することで、県民の誰もが、安全で安心な消費生活を営むことができる社会を実現するため、県内の学校や事業所における消費者教育の取組状況を調査し、第2次秋田県消費者教育推進計画策定の基礎資料とする。

(2) 調査項目

① 学校

- 児童・生徒に対する消費者教育の実施状況
- 消費者教育に関する課題、消費者行政への要望

② 事業所

- 従業員に対する消費者教育の実施状況
- 従業員に対する今後の消費者教育
- 消費者教育に関する課題、行政への要望

(3) 調査対象

① 学校

県内全ての小・中・高等学校（特別支援学校を含む）及び大学・短期大学

② 事業所

県内の事業所 100 社

（公益財団法人あきた企業活性化センターが運営する受発注登録企業検索から無作為抽出）

(4) 調査方法

① 小学校、中学校、高等学校及び事業所

電子メールによる調査票の配布及び回収

② 大学等

郵送による調査票の配布及び回収

(5) 調査期間

令和元年8月5日から令和元年8月31日

(6) 回収結果

調査対象		送付数	回収数	回収率
学 校	小学校	212校	170校	80.2%
	中学校	130校	92校	70.8%
	高等学校	73校	66校	90.4%
	大学等	13校	12校	92.3%
	小計 ①	428校	340校	79.4%
事業所 ②		100社	24社	24.0%
合計 (①+②)		528件	364件	68.9%

2 調査結果

(1) 小・中・高等学校（特別支援学校を含む）

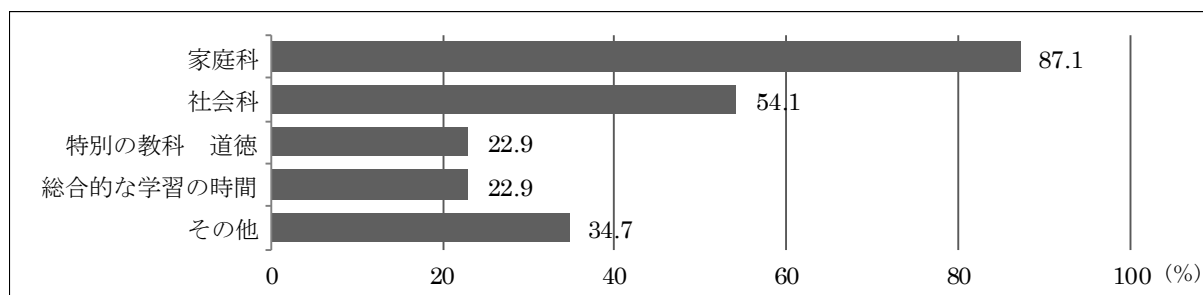
I 消費者教育に関する授業の実施状況等について

問1-1 消費者教育に関する授業を行っている教科等、学年、時間数を教えてください。

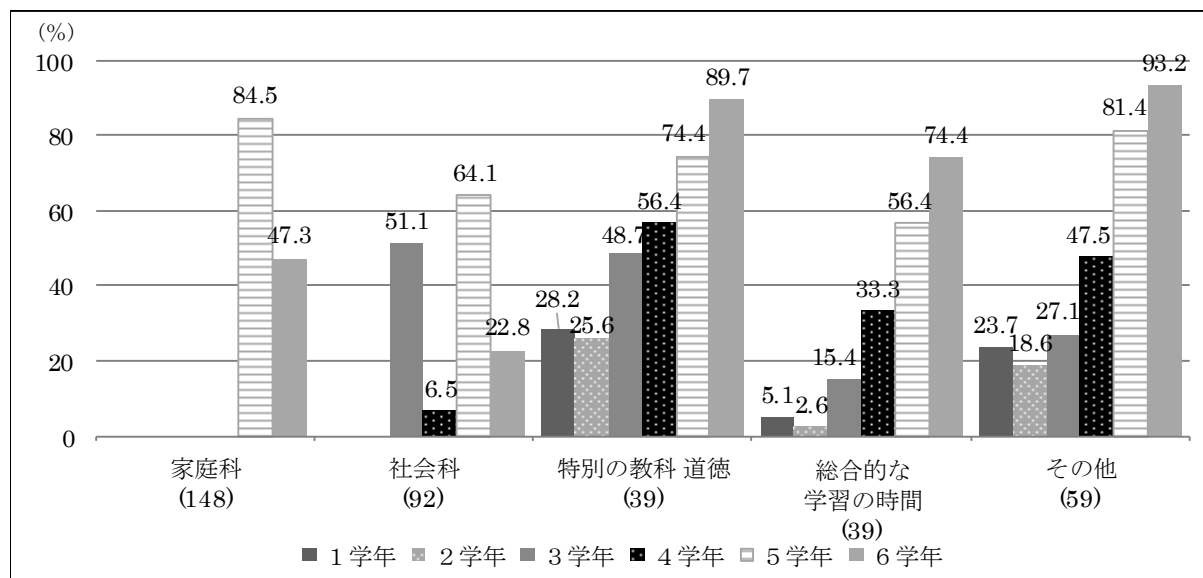
(〇はいくつでも)

小学校では「家庭科（87.1%）」、中学校では「技術・家庭科の家庭分野（88.0%）」と「社会科の公民的分野（85.9%）」、高等学校では「家庭科（83.3%）」と「公民科（68.2%）」での実施割合が高かった。

【小学校(170)】

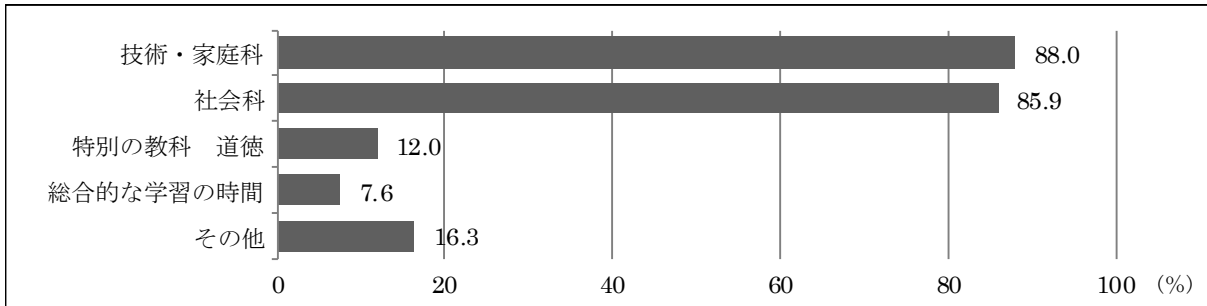


(科目ごとの学年別実施状況)

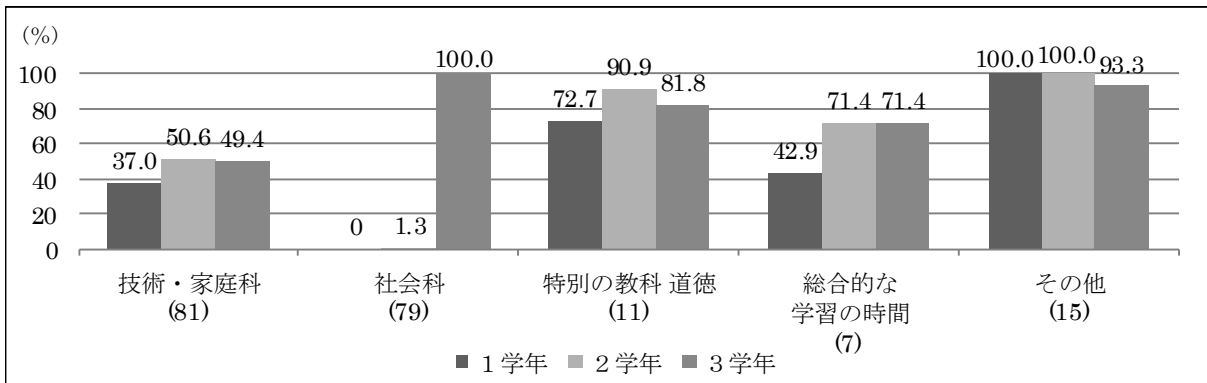


その他：学級活動、特別活動、修学旅行学習、国語 等

【中学校(92)】

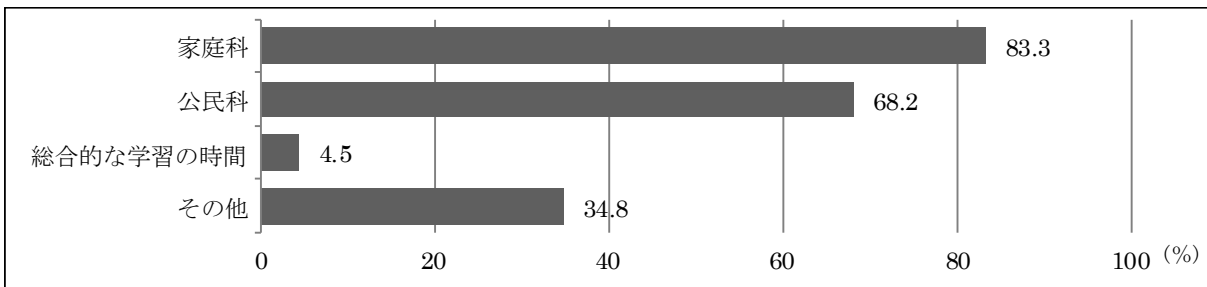


(科目ごとの学年別実施状況)

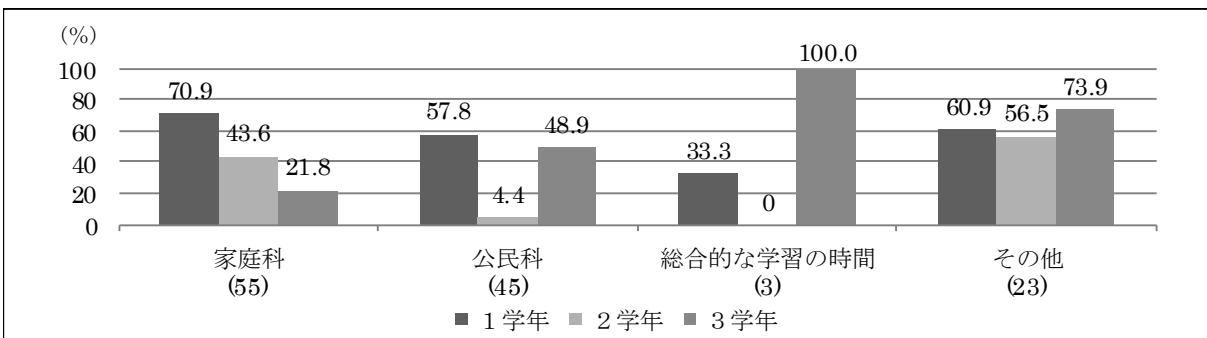


その他：特別活動、生活単元学習

【高等学校(66)】



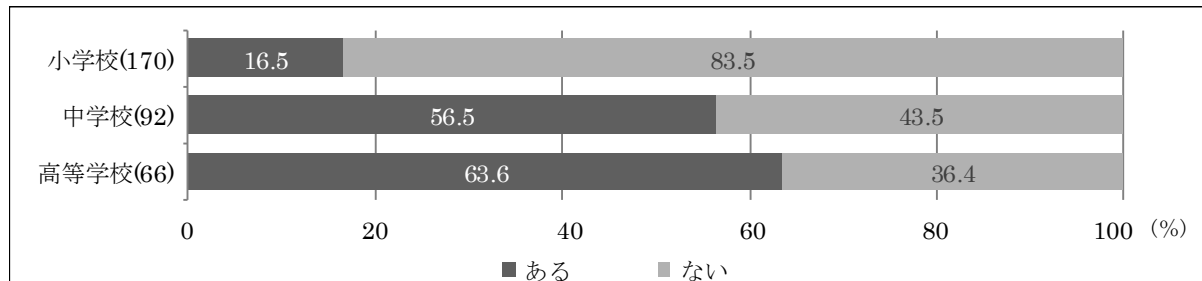
(科目ごとの学年別実施状況)



その他：保健体育、商業科、情報科、学校行事 等

問 1-2 教科書以外に使用した教材はありますか。(○は1つ)

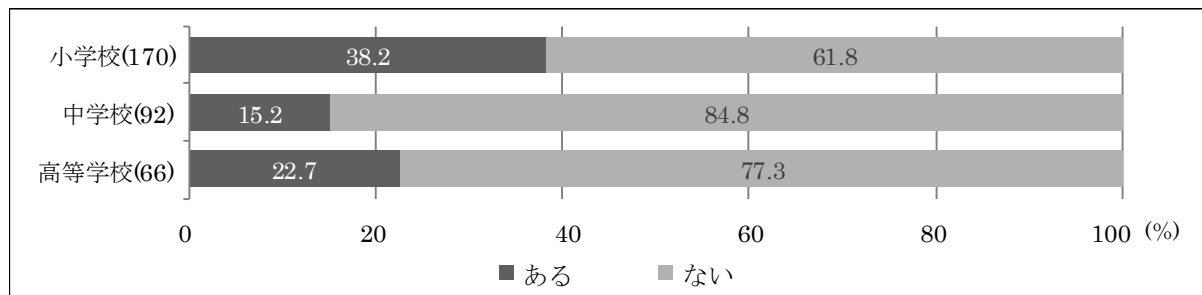
小学校では、教科書以外に教材を使用している割合が低い(16.5%)。中学校(56.5%)、高等学校(63.6%)では、半数以上が教科書以外の教材を使用して授業を行っている。



使用した教材の例：DVDなどの映像資料、企業等が作成したパンフレットやリーフレット、新聞 等

問 1-3 外部講師による授業を行ったことはありますか。(○は1つ)

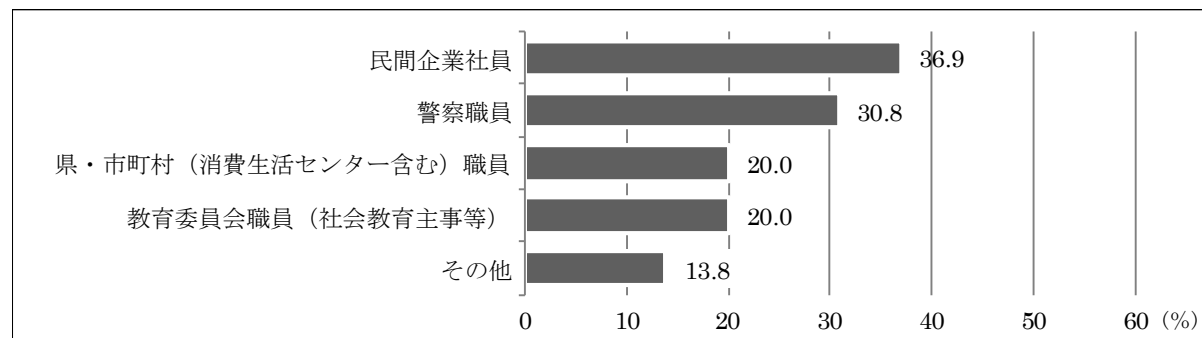
外部講師を活用しての授業の実施状況は、小学校が38.2%と、中学校(15.2%)及び高等学校(22.7%)より高い割合となっている。



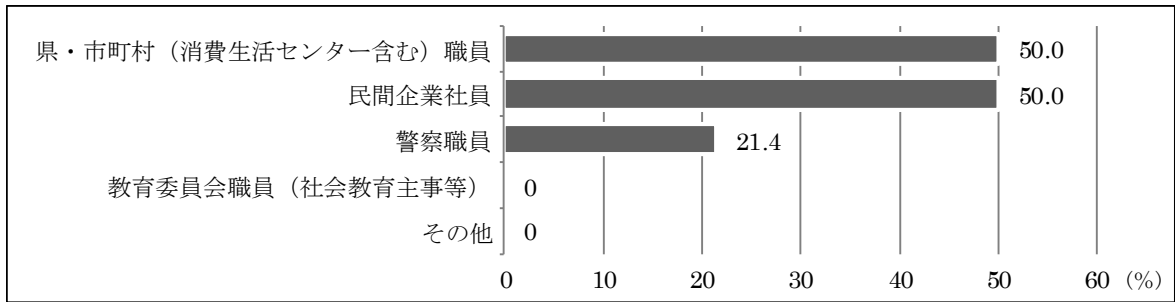
問 1-4 授業を行った外部講師の属性を選んでください。(○はいくつでも)

どの校種でも民間企業社員活用の割合が高いが、行政職員の活用も行われている。

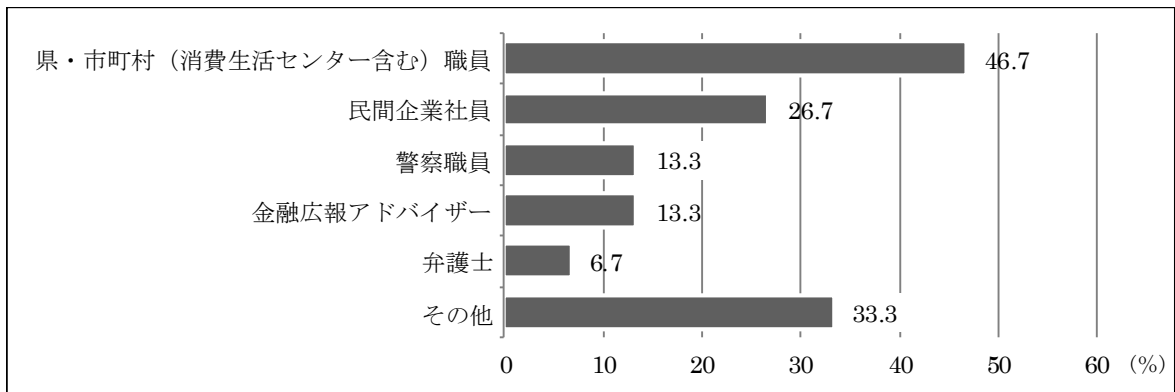
【小学校(65)】



【中学校(14)】



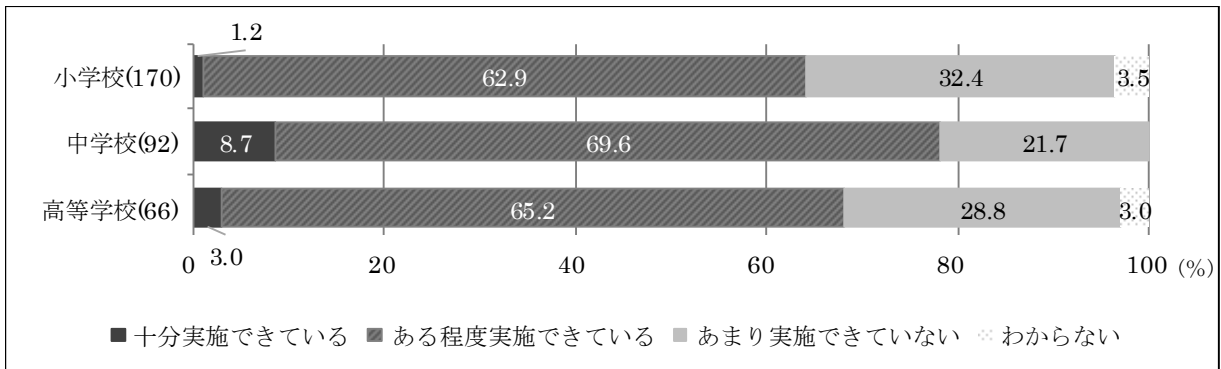
【高等学校(15)】



その他：税務署職員、司法書士、全国銀行協会 等

問 1-5 貴校における消費者教育の実施状況に対する認識をお聞かせください。(○は1つ)

「十分実施できている」、「ある程度実施できている」の割合は、小学校で64.1%、中学校で78.3%、高等学校で68.2%となった。

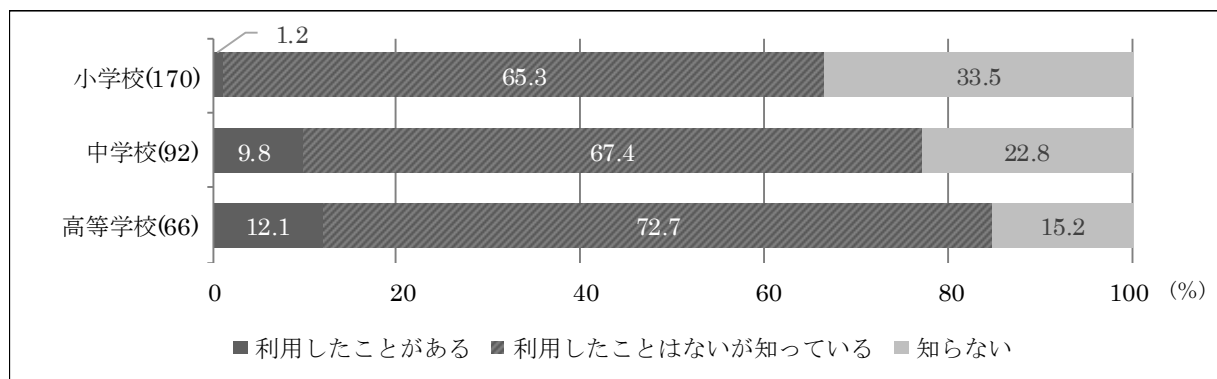


II 消費者教育に関する講座について

問2-1 秋田県生活センターが、教育支援講座を実施していることを知っていますか。

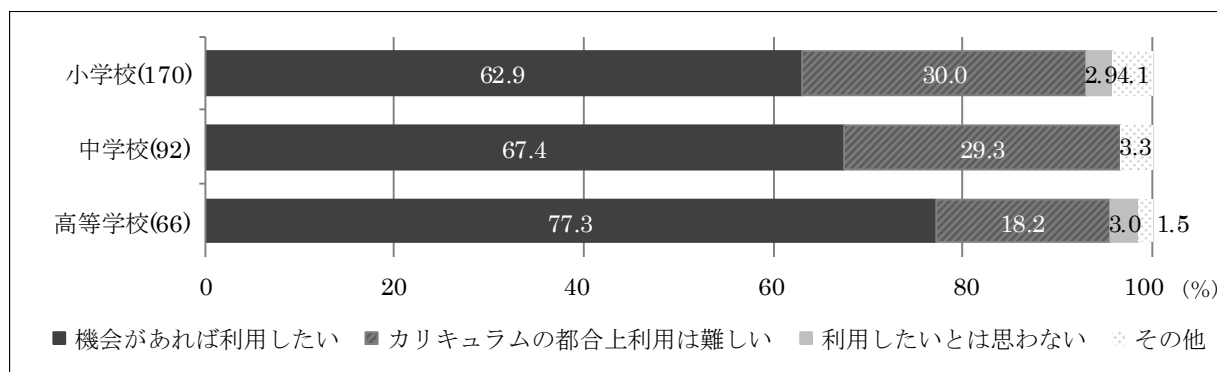
(○は1つ)

全校種において、「利用したことがある」は10%程度だったが、「利用したことはないが知っている」を含めると、小学校は66.5%、中学校は77.2%、高等学校では84.8%となり、半数を超えた。



問2-2 今後、教育支援講座を利用したいと思いますか。(○は1つ)

「機会があれば利用したい」の割合が、全校種において60%以上となった。



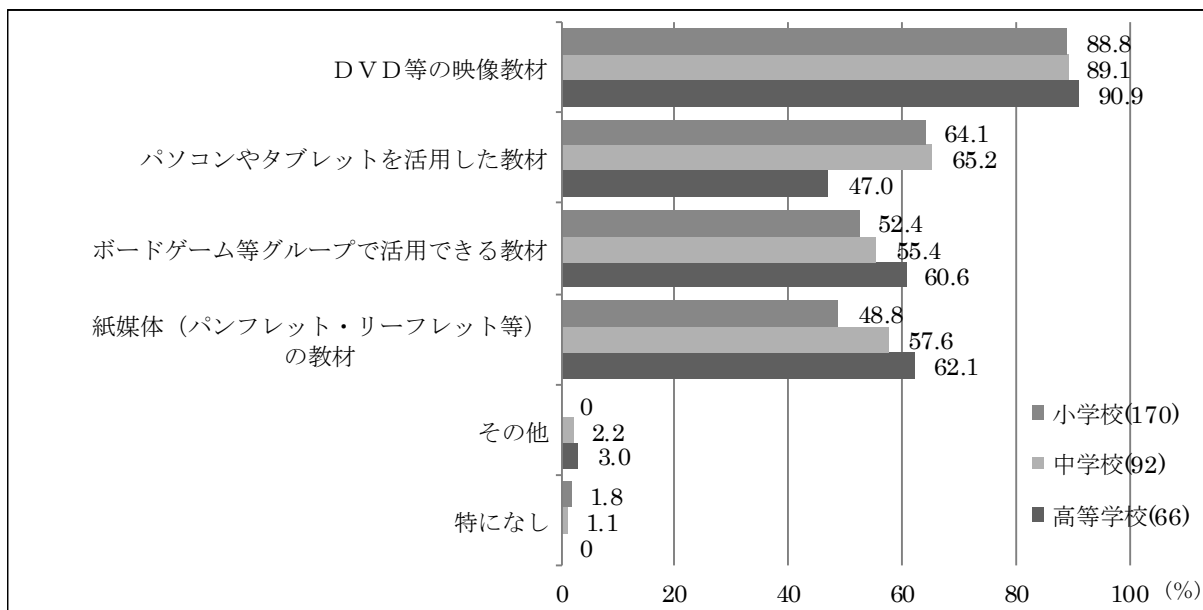
その他：今年度活用予定、アクティブラーニング型であれば利用したい 等

III 消費者教育用教材について

問3-1 授業で活用しやすい又は効果があると思われる教材を選んでください。

(○はいくつでも)

全校種で「DVD等の映像教材」が90%近くなり、最も高かった。2番目以降は各校種で異なり、小学校と中学校では「パソコンやタブレットを活用した教材」、高等学校では「紙媒体の教材」が2番目に高かった。

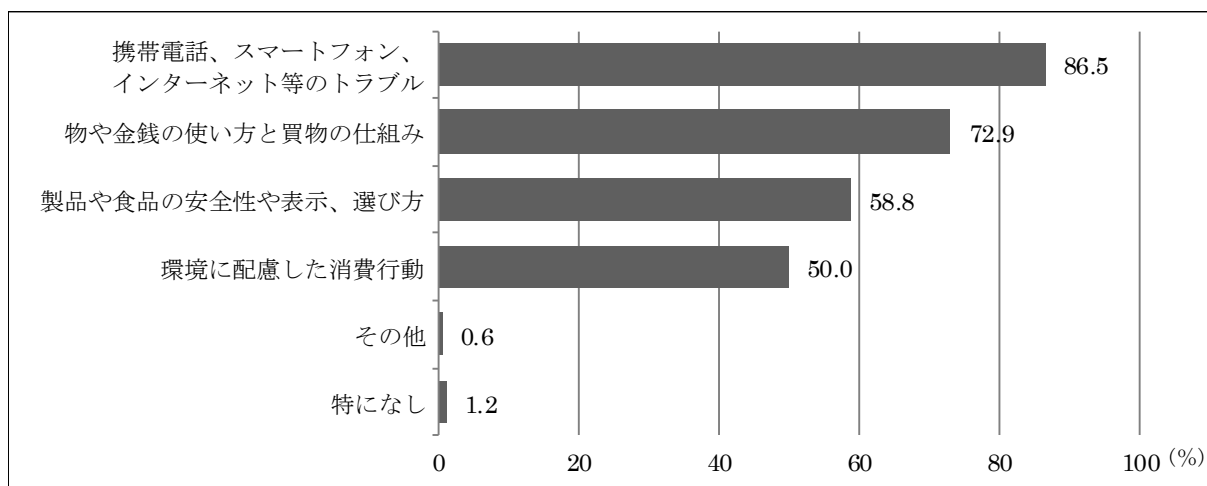


その他：県内で発生したトラブルの具体的事例 等

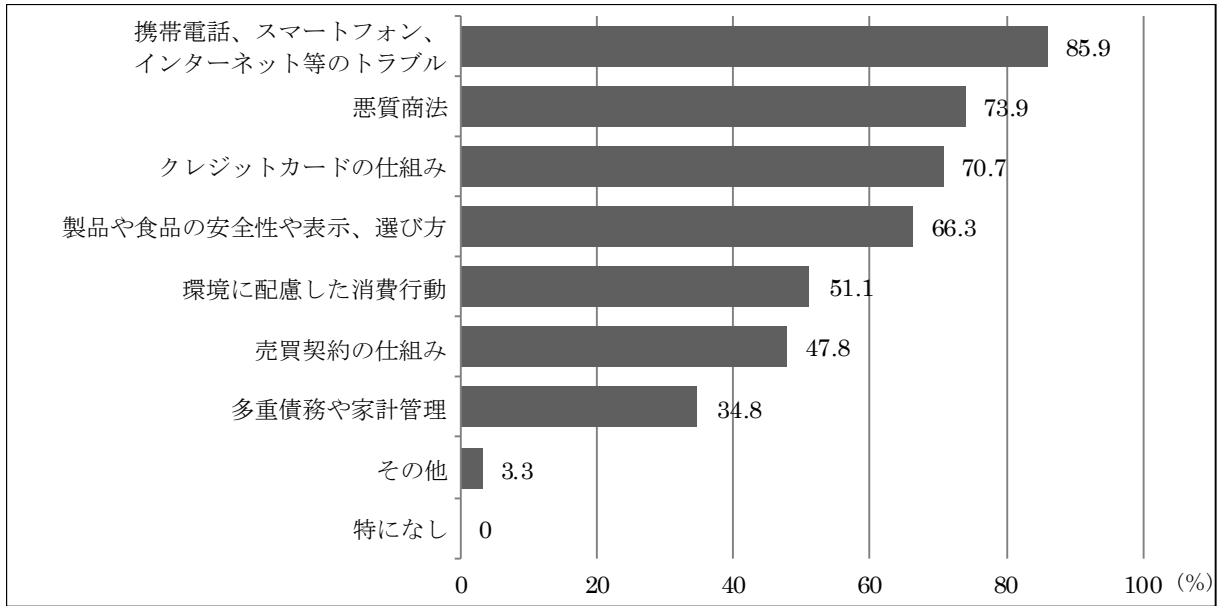
問3-2 消費者教育用の教材で、希望するテーマを選んでください。(〇はいくつでも)

校種ごとに選択肢の数と内容は異なるが、全校種において「携帯電話、スマートフォン、インターネット等のトラブルに関するもの」が最も高かった。

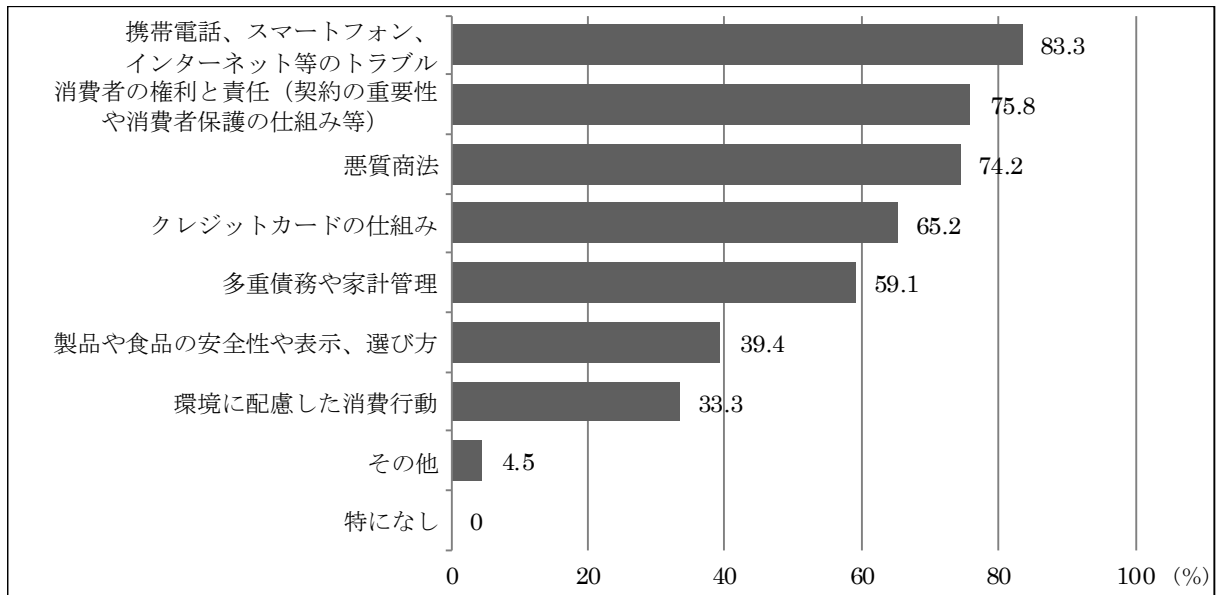
【小学校(170)】



【中学校(92)】

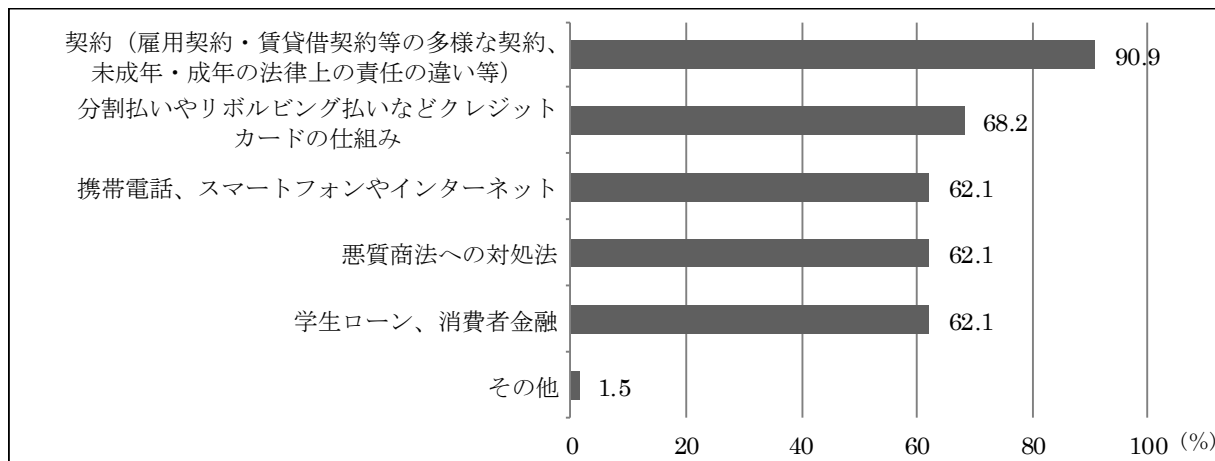


【高等学校(66)】



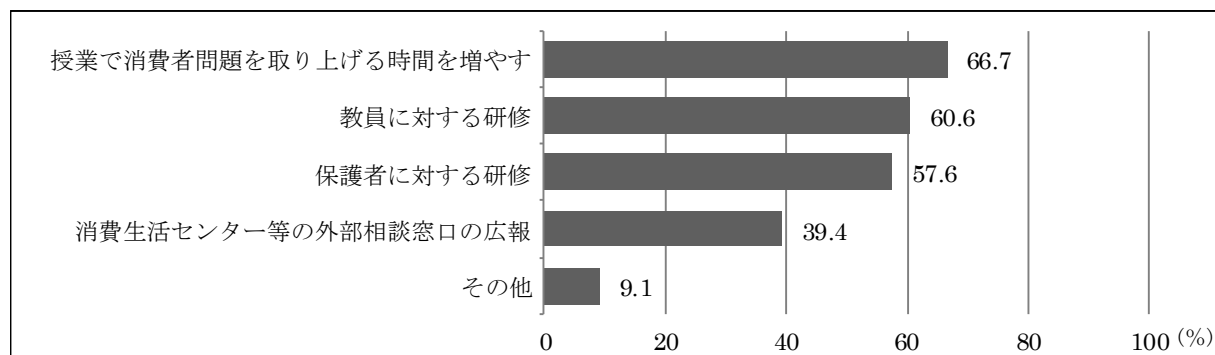
IV 成年年齢引下げに関する消費者教育について（高等学校のみ(66)）

問4-1 成年年齢引下げに対応した今後の消費者教育において、どのような内容を授業で取り上げればよいと思いますか。（〇はいくつでも）



その他：県内で発生したトラブルの具体的事例 等

問4-2 成年年齢引下げに対応した今後の消費者教育において、どのような取組が必要と思いますか。（〇はいくつでも）



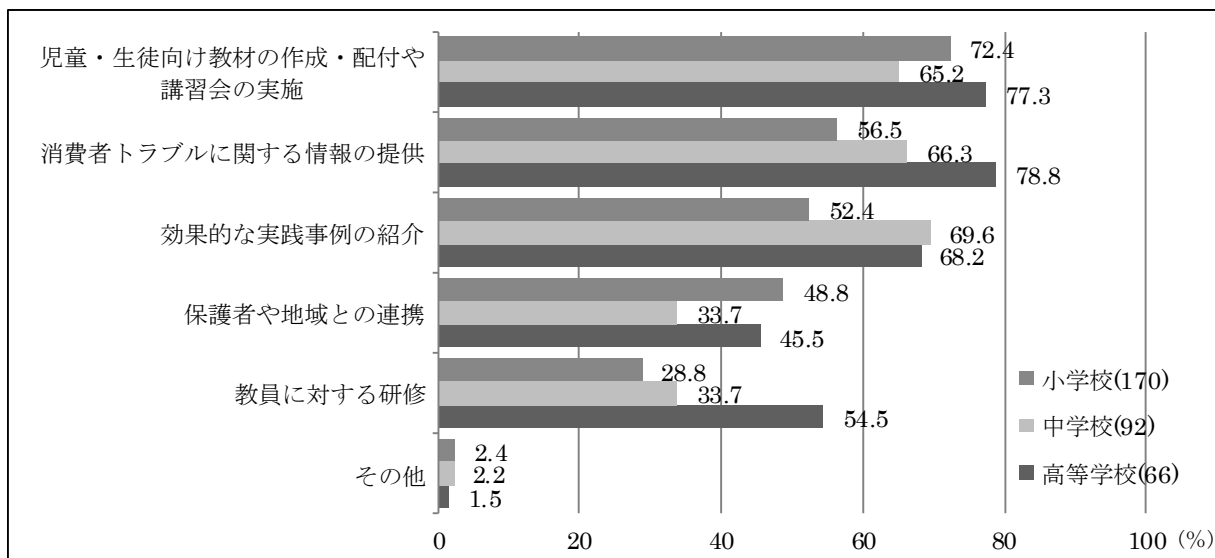
その他：高校3年生（18歳）向けに特化した研修、授業内容の精選、家庭との共通理解のもと生活全般において話題にしていくこと 等

V 消費者教育に関する課題・行政への要望等について

問5-1 消費者教育を推進するために必要だと思うことを選んでください。（〇はいくつでも）

「児童・生徒向け教材の作成・配布や講習会の実施」、「消費者トラブルに関する情報の提供」、「効果的な実践事例の紹介」が全校種において50%を超えた。

各校種において最も高かったのは、小学校では「児童・生徒向け教材の作成・配布や講習会の実施(72.4%)」、中学校では「効果的な実践事例の紹介(69.6%)」、高等学校では「消費者トラブルに関する情報の提供(78.8%)」だった。また「教員に対する研修」が、高等学校では54.5%と、小学校(28.8%)、中学校(33.7%)と比べてやや高かった。

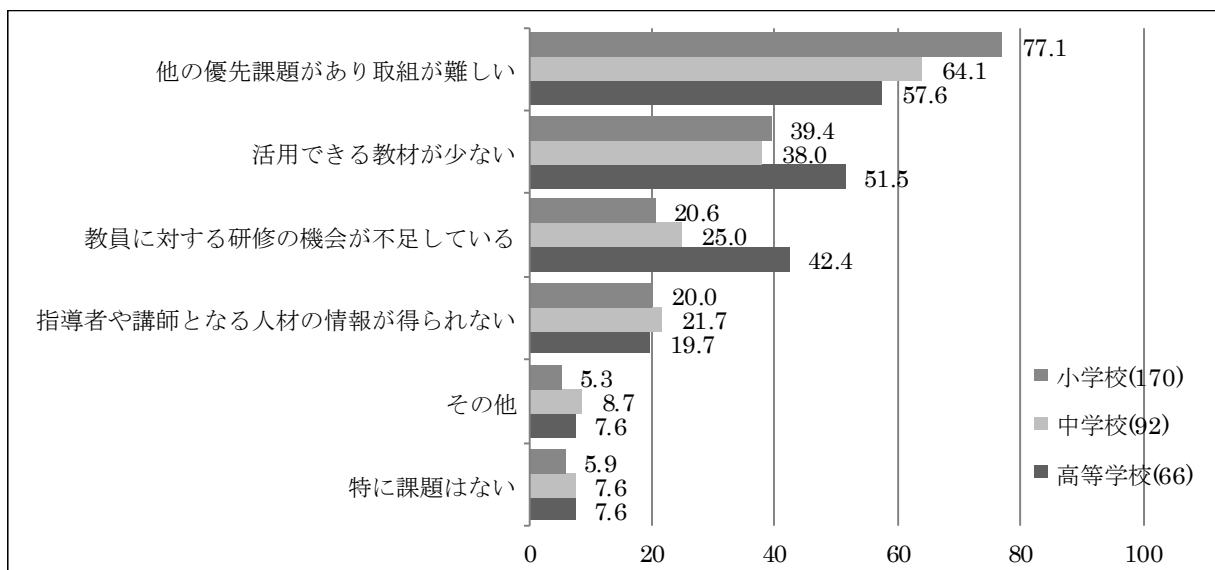


その他：学校教育の場以外の活用、時間の捻出、学校全体で取り組む姿勢 等

問5-2 消費者教育を推進するに当たって、課題となっていることを選んでください。

(〇はいくつでも)

全校種において「他の優先課題があり取組が難しい」の割合が1番高く、次いで「活用できる教材が少ない」となった。

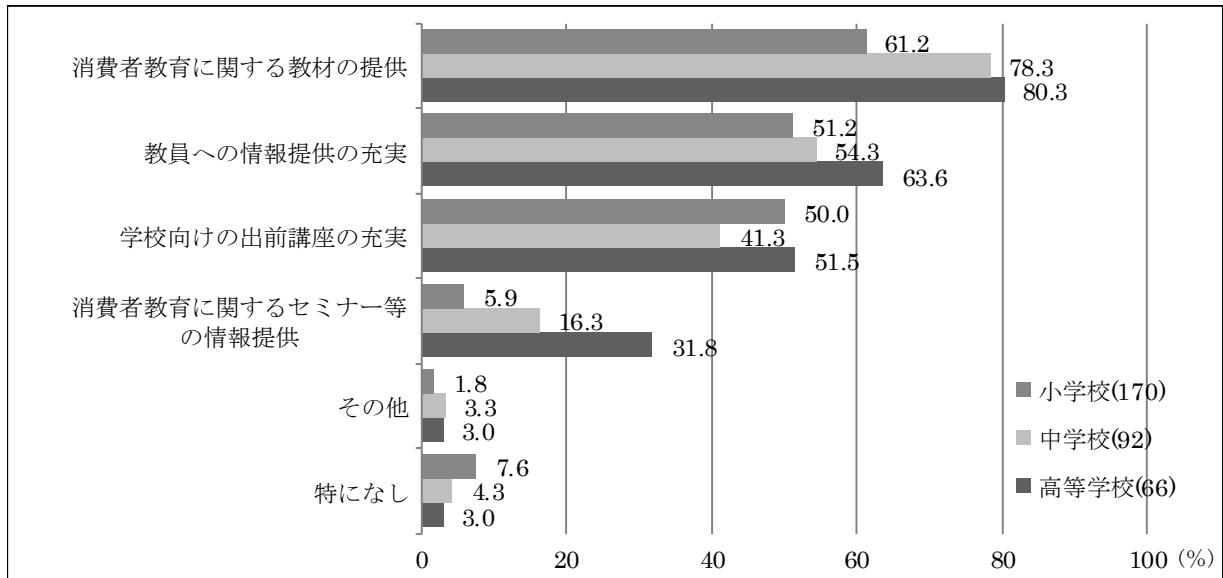


その他：親子で一緒に学ぶことのできる講義の工夫、時数の確保 等

問5-3 消費者教育を推進するに当たって、消費者行政に対する要望を選んでください。

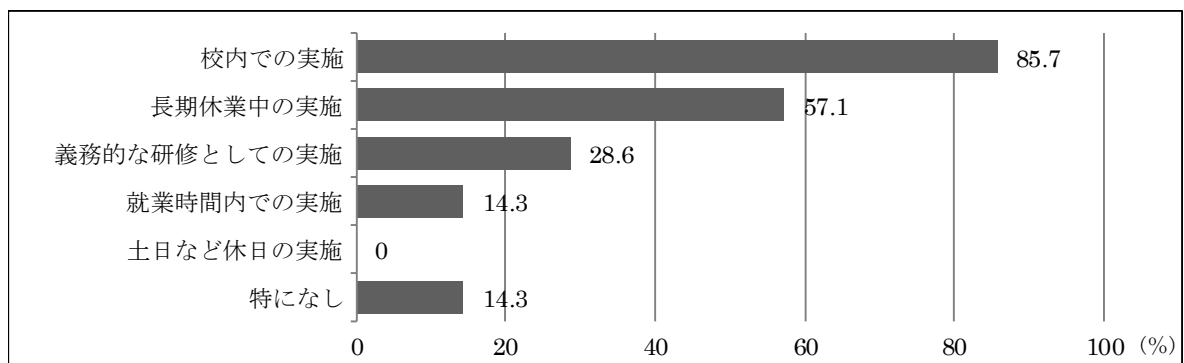
(〇はいくつでも)

全校種において「教材の提供」が高く、次いで「教員への情報提供の充実」となった。



問5-5 (高等学校のみ) <問5-4で「参加したくない」を選択した学校のみ(7)>

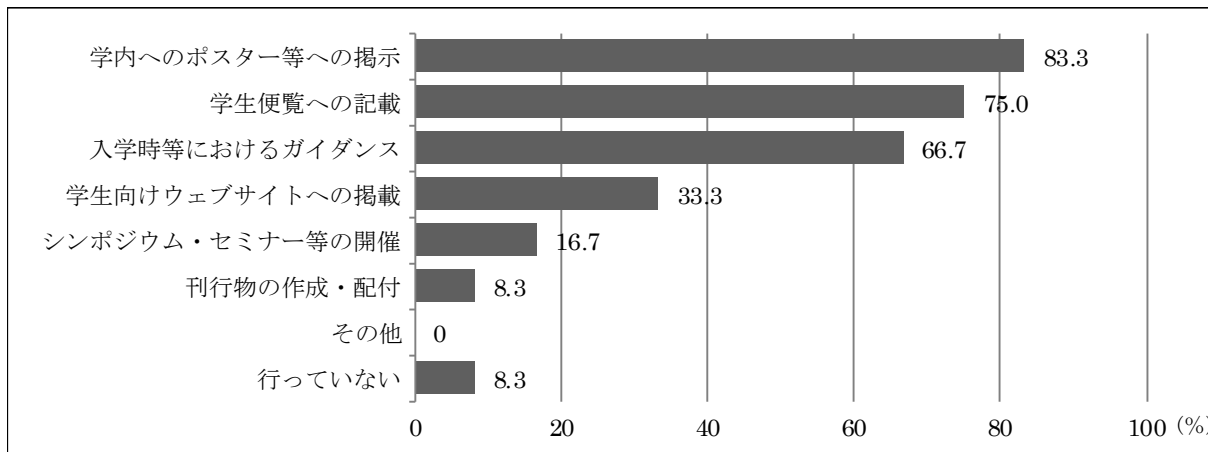
どういう工夫があると参加しやすくなると思いますか。(〇はいくつでも)



(2) 大学・短期大学 (回答数 : 12)

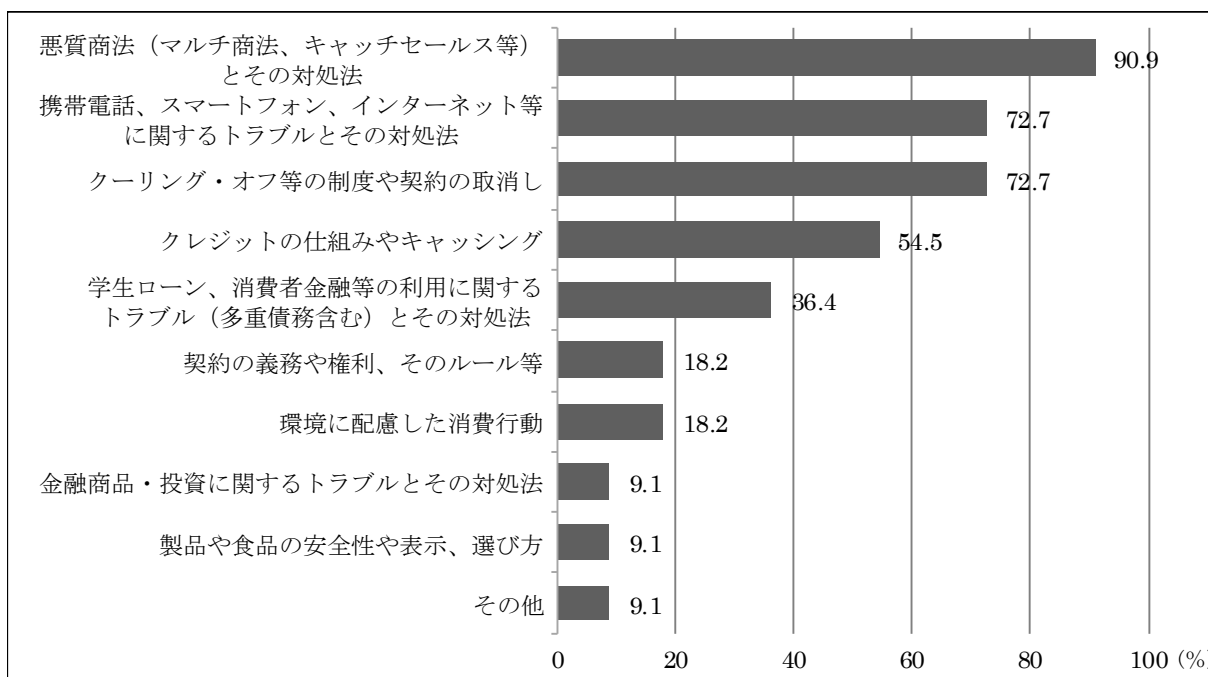
I 消費者教育の実施状況等について

問1-1 消費者問題について、学生に対してどのような方法で啓発・情報提供を行っていますか。(〇はいくつでも)

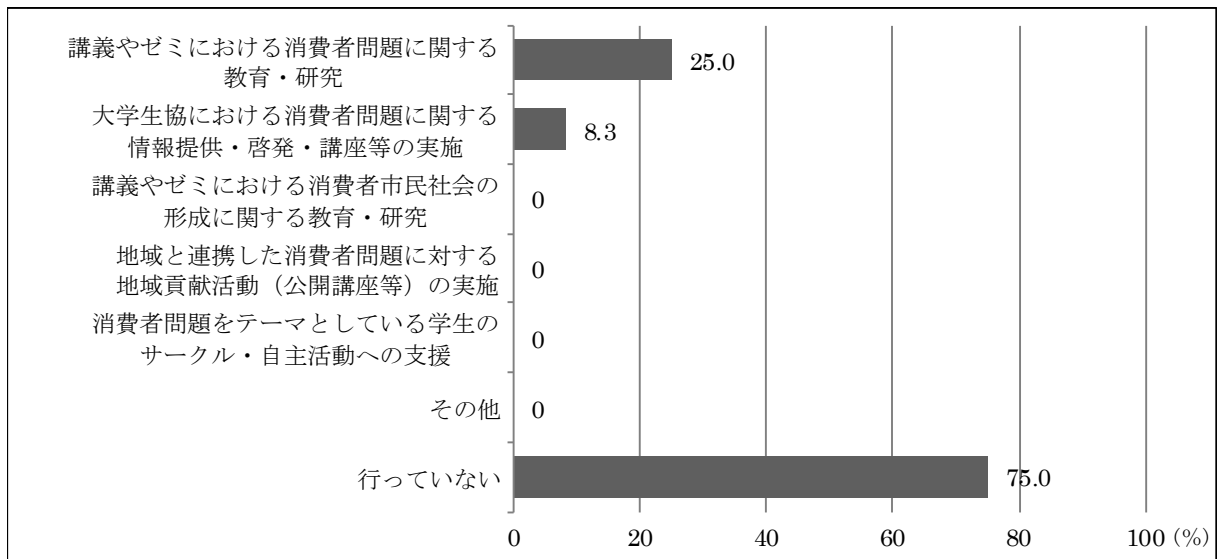


問1-2 <「行っていない」と回答した大学等以外(回答数 : 11)>

どのような内容の啓発・情報提供を行っていますか。(〇はいくつでも)

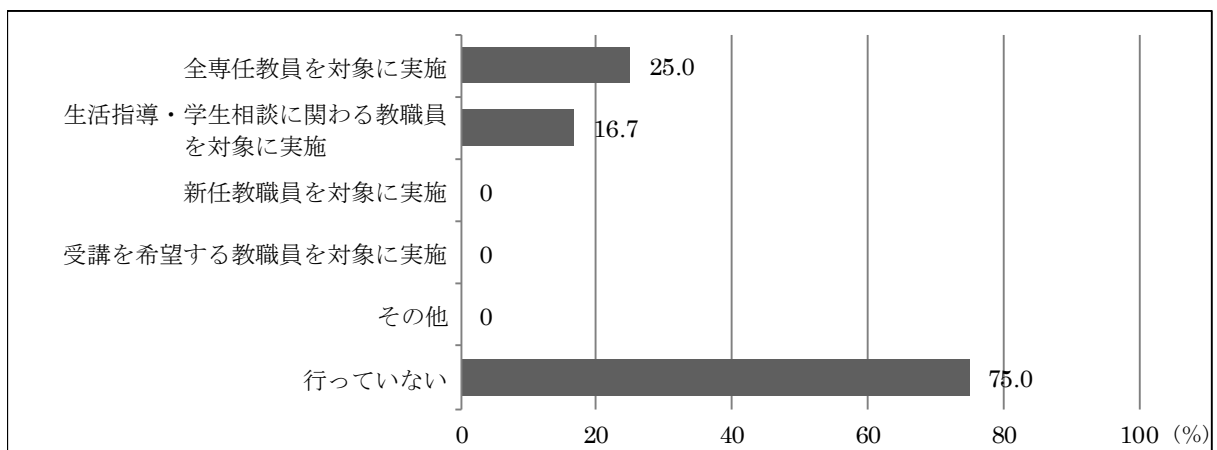


問1-3 学生への消費者教育について、啓発・情報提供の他に、どのような取組を行っていますか。(〇はいくつでも)



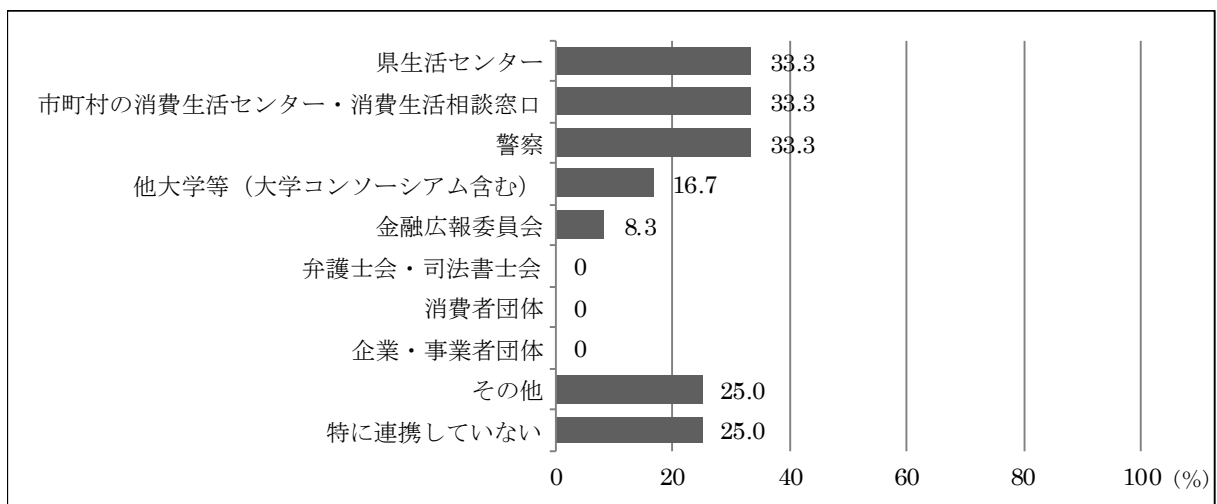
問 1-4 教職員に対して消費者問題に関する啓発・情報提供を行っていますか。

(〇はいくつでも)

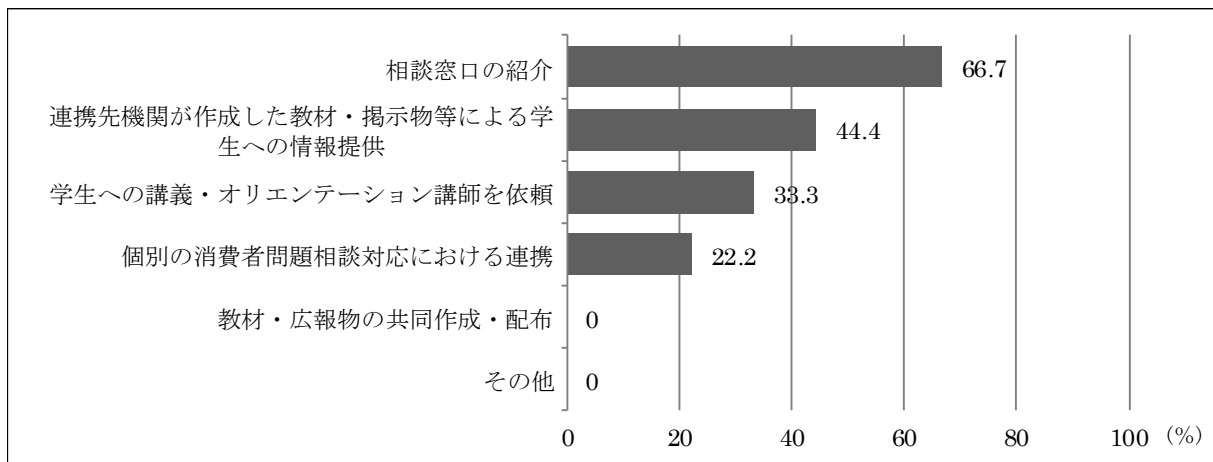


問 1-5 学生の消費者問題に対する対応において、どのような機関と連携していますか。

(〇はいくつでも)

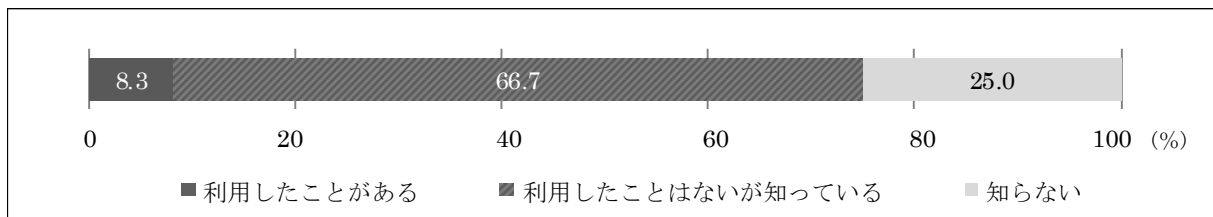


問1-6 <連携している機関を回答した大学等のみ(回答数:9)>
 どのような連携を行っていますか。(〇はいくつでも)

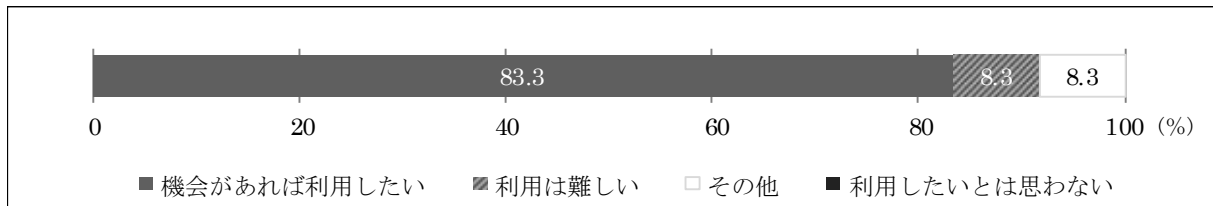


II 消費者教育に関する講座について

問2-1 秋田県生活センターが、教育支援講座を実施していることを知っていますか。
 (〇は1つ)

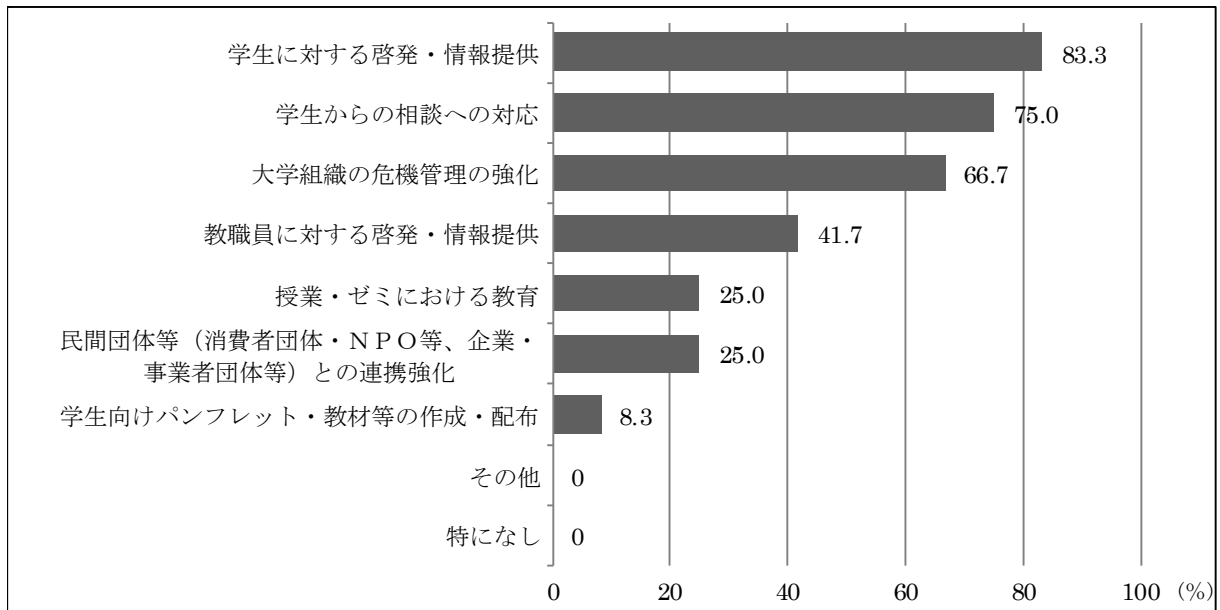


問2-2 今後、教育支援講座を利用したいと思いますか。(〇は1つ)

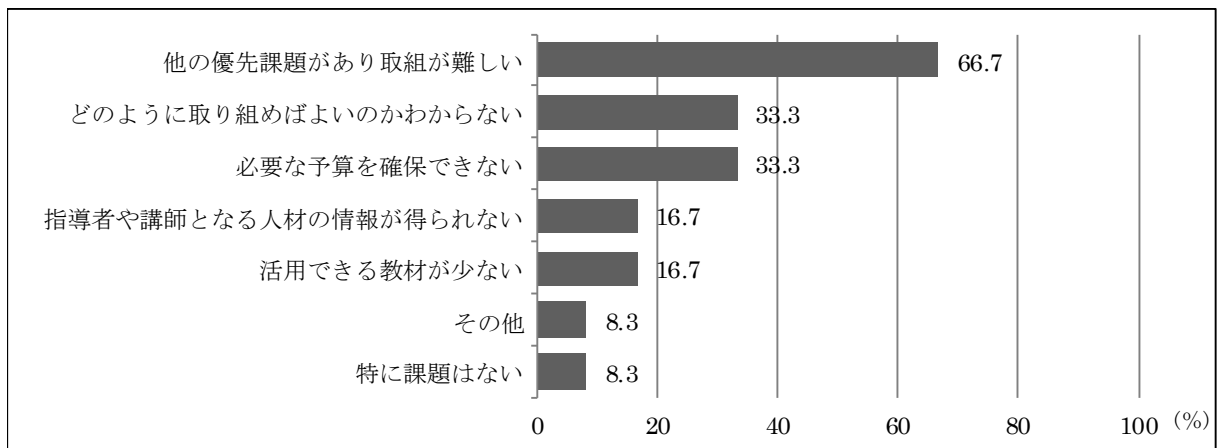


III 消費者教育に関する課題・行政への要望等について

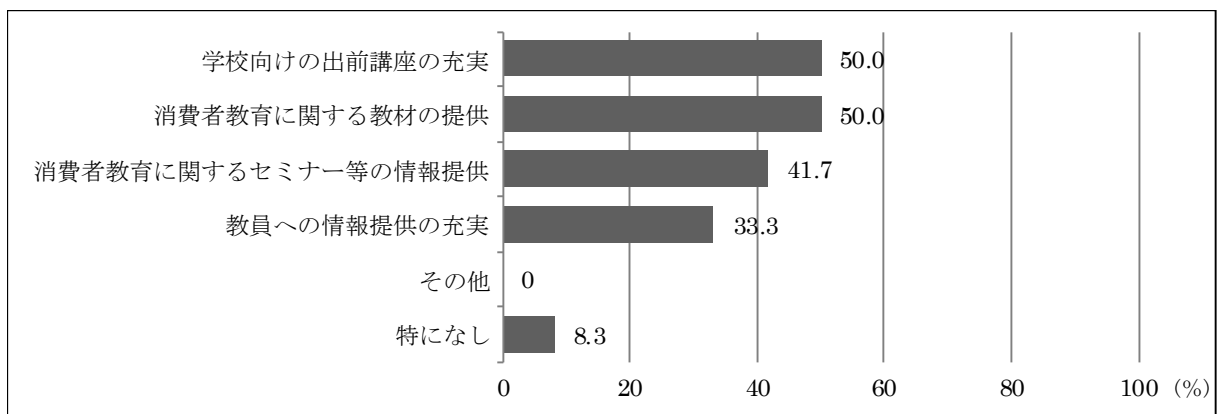
問3-1 大学等における消費者教育を推進するために必要だと思うことを選んでください。
 (〇はいくつでも)



問3-2 大学等における消費者教育を推進するに当たって、課題となっていることを選んでください。（〇はいくつでも）



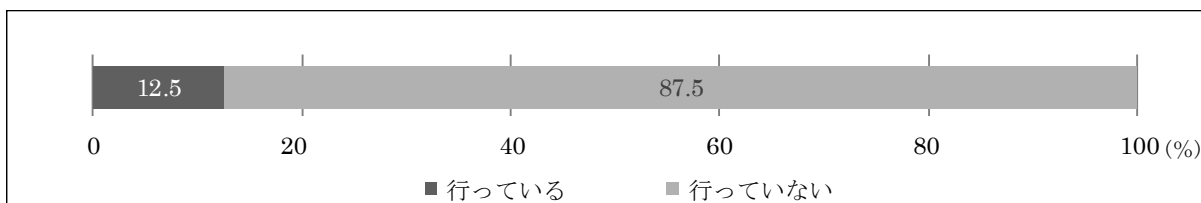
問3-3 大学等における消費者教育を推進するに当たって、消費者行政に対する要望を選んでください。（〇はいくつでも）



(3) 事業所 (回答数 : 24)

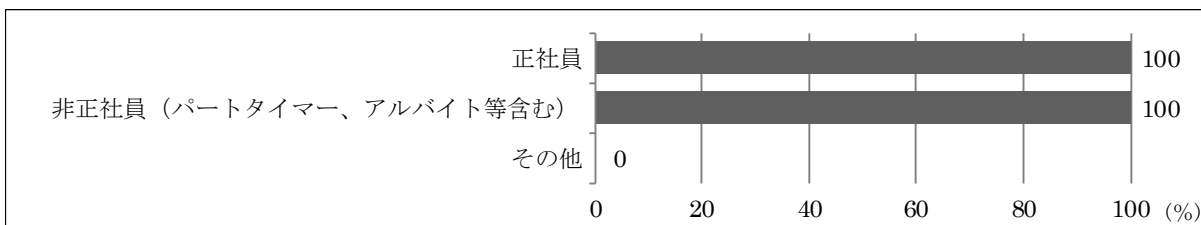
I 消費者教育の実施状況等について

問1-1 従業員に対する消費者教育を行っていますか。(○は1つ)



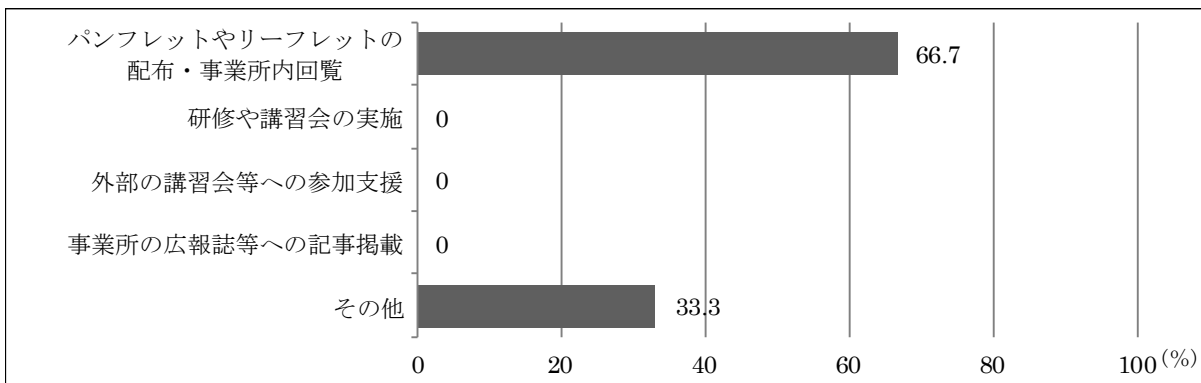
問1-2 <「行っている」を選択した事業所 (回答者数 : 3) >

対象者を選んでください。(○はいくつでも)



問1-3 <「行っている」を選択した事業所 (回答者数 : 3) >

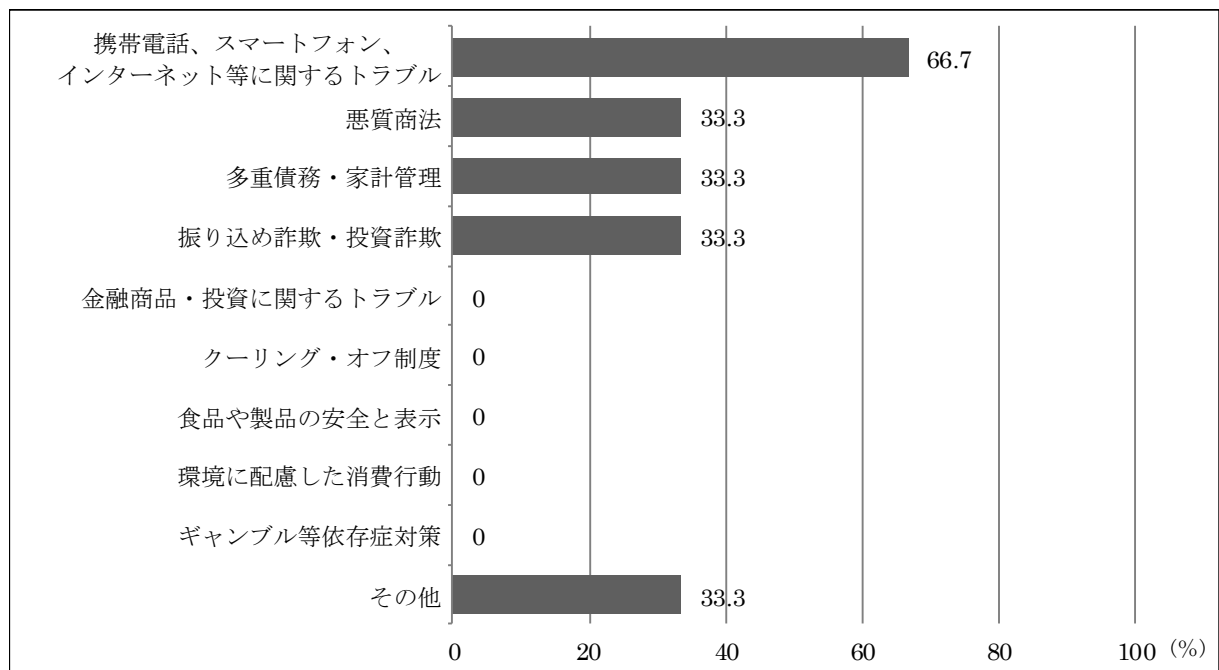
消費者教育の方法を選んでください。(○はいくつでも)



その他：朝礼時に情報提供

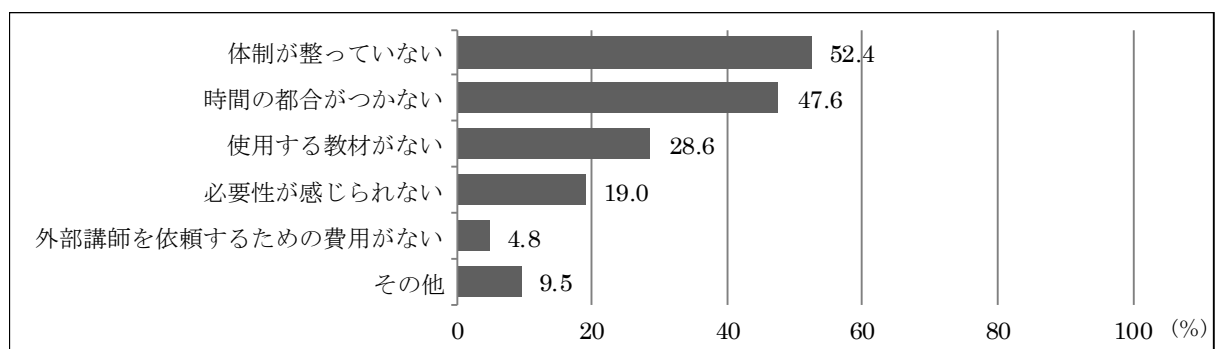
問1-4 <「行っている」を選択した事業所（回答数：3）>

消費者教育のテーマを選んでください。（○はいくつでも）



問1-5 <「行っていない」を選択した事業所（回答数：21）>

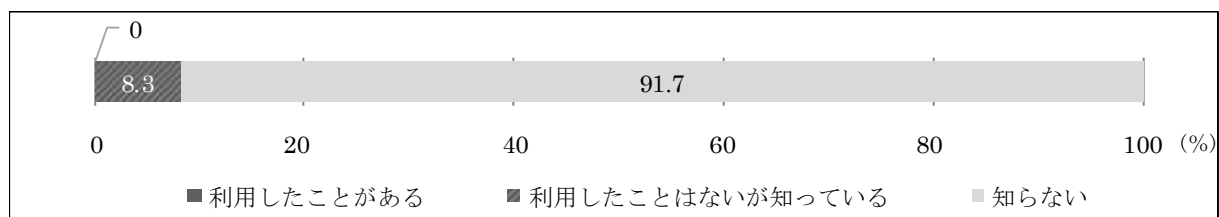
消費者教育を行っていない理由を選んでください。（○はいくつでも）



II 消費者教育に関する講座について

問2-1 秋田県生活センターが、無料の出前講座を実施していることを知っていますか。

（○は1つ）

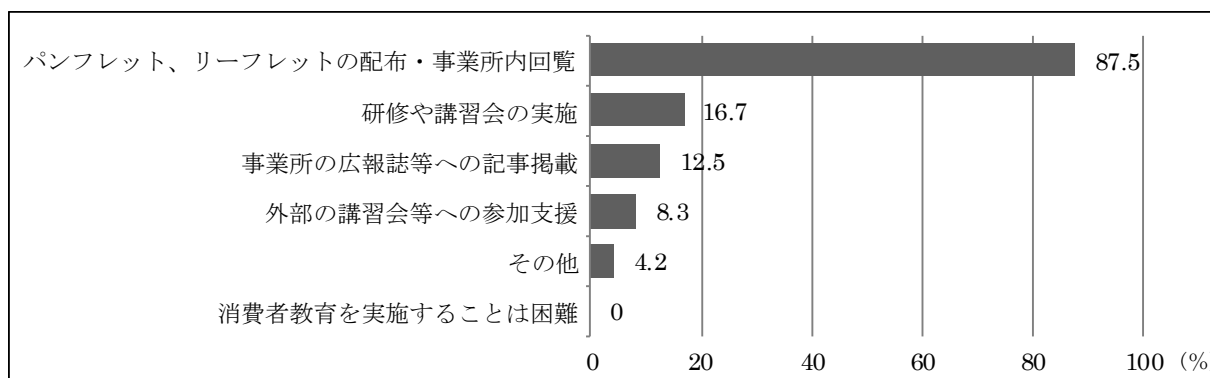


問2-2 今後、出前講座を利用したいと思いますか。(〇は1つ)



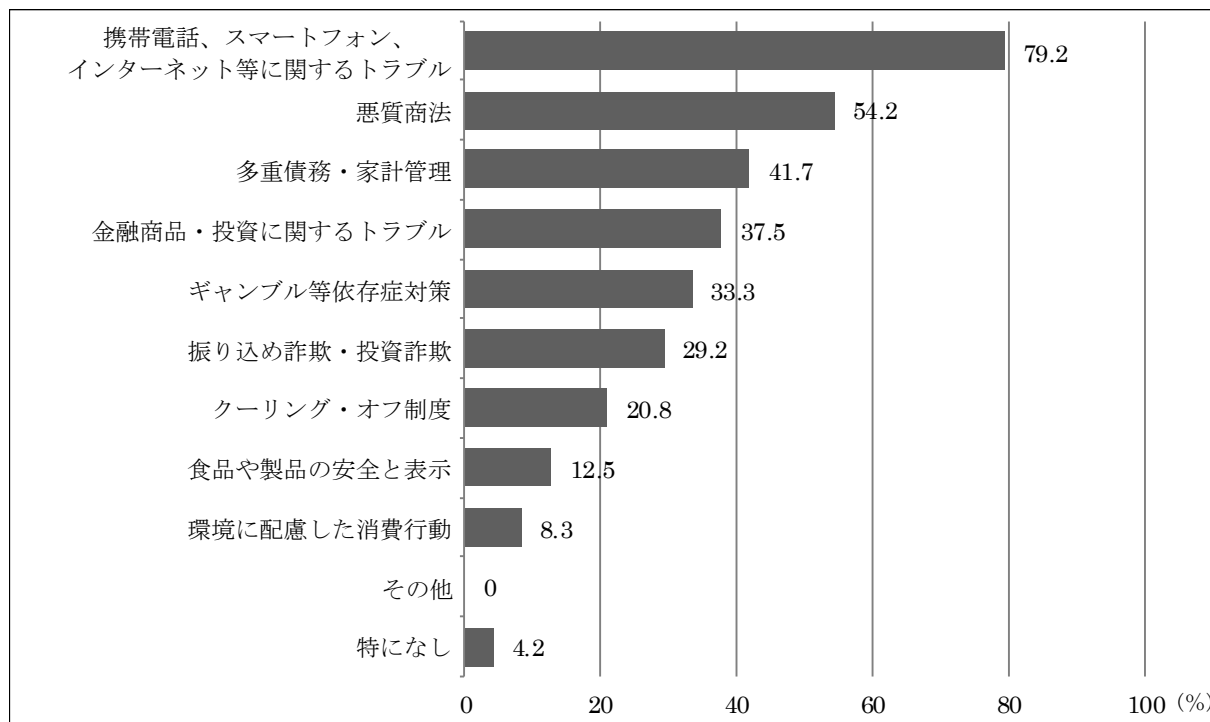
Ⅲ 従業員に対する今後の消費者教育の実施について

問3-1 実施可能と考える消費者教育の方法を選んでください。(〇はいくつでも)

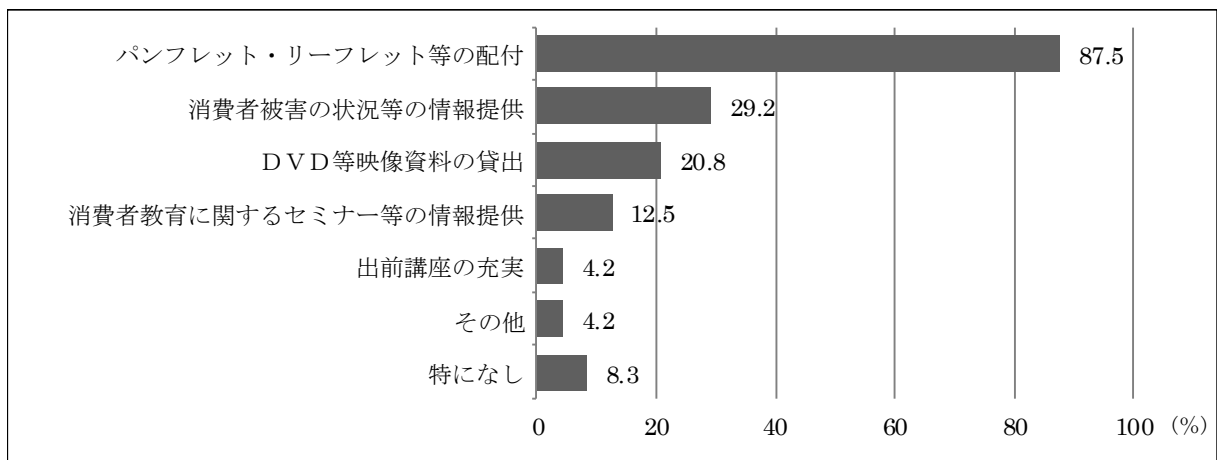


問3-2 実施可能な場合に上げたい消費者教育のテーマを選んでください。

(〇はいくつでも)



問3-3 消費者教育を実施するに当たって、行政に対し期待することを選んでください。
(〇はいくつでも)



第2次秋田県消費者教育推進計画

発 行 令和2年3月

秋田県生活環境部県民生活課

〒010-8570

秋田県秋田市山王四丁目1-1

電 話 018-860-1517

F A X 018-860-3891
