

第 2 次静岡県消費者教育推進計画の総括評価

(県民生活課)

第 2 次静岡県消費者教育推進計画では、9つの指標を設定し、「自ら学び自立し、行動する消費者の育成」に取り組んでいる。うち7つが目標達成に向け順調に推移しているが、うち2つは目標達成に向けてより一層の推進が必要である。

(1) 消費者市民社会の理念の普及

■ 概況

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を推進するなど、消費者市民社会の理念の普及に取り組み、2020年度には56.6%の県民が、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と回答した。

■ 指標の状況

	指標名	(年度) 基準値	2021 目標値	(年度) 現状値	評価 区分
成果	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(県政世論調査)	(2016) 52.1%	59.2%	(2020) 56.6%	B
成果	消費者教育ポータルサイトのアクセス数(県民生活課調査)	(2016) 16,154人/年	20,000人/年	(2020) 22,158人/年	目標値 以上
活動	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(県民生活課調査)	—	80回	(2020) 55回	○

■ 主な取組と成果

- 消費生活相談員や消費者教育講師が講師となり、学校、地域等において「消費者教育出前講座」を実施し、消費者市民社会の理念の普及を図った。
- 若者向け消費者教育ウェブサイトやエシカル消費啓発サイトを開設し、これらを活用した消費者教育・普及啓発を実施した。
- 「エシカル・ラボ in しずおか」(消費者庁と共催)等のイベント・フォーラムの開催やキャンペーンの実施により、エシカル消費の認知度向上を図った。

■ 今後の課題と方向性

- 2015年に国連がSDGs(持続可能な開発目標)を採択したことを契機に、持続可能な社会の実現に向け、消費者一人ひとりの行動変容が求められていることから、引き続きエシカル消費を推進する。エシカル消費は、一般的に倫理的・義務的なものであると捉えられる傾向があるため、本県では一人ひとりの主体的な選択が、地球上の誰かと自分の心を豊かにする「人が幸せになるエシカル消費」として推進する。
- 2022年4月の成年年齢引下げに対応する必要があるなど、学校においては、消費者トラブルの未然防止を目的とする消費者教育を優先せざるを得ない実情があるが、今後は学校も含めた多様な場において実施していく。

(2) 消費者教育の担い手となる人材の育成

■ 概況

消費者トラブルの未然防止や消費者市民社会の実現に向け、学校、地域等における消費者教育の担い手である教員や消費者教育出前講座の講師等を対象とした研修を実施し、資質向上を図った。

■ 指標の状況

	指標名	(年度) 基準値	2021 目標値	(年度) 現状値	評価 区分
活動	教員向け消費者教育講座の受講者数 (県民生活課調査)	(2014~17) 142人	(2018~21) 142人	(2018~20) 110人	○
活動	消費者教育講師フォローアップ研修 の受講者数(県民生活課調査)	—	(2018~21) 600人	(2018~20) 314人	●

■ 主な取組と成果

- 教員を対象に、消費者教育を授業で取り入れるための実践的研修を実施するとともに、教員免許状更新講習において消費者教育に関する講座を開催した。
- 「消費者教育出前講座」の講師となる相談員や消費者教育講師を対象にフォローアップ研修を実施し、資質向上を図った。

■ 今後の課題と方向性

- 今後、消費者教育未実施の市町に対し、県の「消費者教育出前講座」の積極的な活用を促していくことから、県は、消費者教育の新たな担い手となる人材の掘り起こしや講師の養成を行う。
- 「消費者教育出前講座」の講師の資質向上のための研修は今後も継続して実施する。2020年度から集合型研修にオンライン・オンデマンド研修を併用したことで参加者が増加した。今後も、目的・内容に応じた適切な形態で実施するなど、受講者が参加しやすい環境づくりに努める。

(3) トラブルの未然防止と消費者の自立支援

■ 概況

消費者トラブルの未然防止や消費者市民社会の実現に向け、学校、地域等における消費者教育・啓発に取り組み、2020年度の「消費生活相談における被害額」は目標値を達成した。

■ 指標の状況

	指標名	(年度) 基準値	2021 目標値	(年度) 現状値	評価 区分
成果	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/人	380千円以下	(2020) 378千円/人	目標値 以上
活動	小中学校ネット安全・安心講座の開催 学校数(社会教育課調査)	(2016) 202校	250校	(2020) 304校	◎

■ 主な取組と成果

- 消費生活相談員や消費者教育講師が講師となり、学校、地域等において「消費者教育出前講座」を実施し、消費者トラブルの未然防止を図った。
- 成年年齢引き下げに対応して、消費生活の基礎知識を体系的に習得できるよう、2020年度から「高校生消費者教育出前講座」を開講し、若年層の消費者トラブル防止に取り組んだ。
- 若者向け消費者教育ウェブサイトを開設、活用した消費者教育・普及啓発を実施した。
- 県内の小中学校に対して、「ネット安全・安心講座」を通信事業者と連携して実施し、家庭でのルールづくりの啓発やフィルタリングの普及など、情報モラル・情報リテラシーの向上を図った。

■ 今後の課題と方向性

- 2022年4月の成年年齢引き下げに伴い、今後も若年者の消費者トラブルの増加が懸念されるため、「高校生消費者教育出前講座」を引き続き実施するとともに、その保護者、大学生・新社会人への教育を強化する。
- 高齢者はもちろんのこと、スマートフォンやインターネットの普及により小中学生も消費者トラブルに巻き込まれる危険性がある。地域住民や小中学生を対象とする消費者教育を効果的・効率的に実施するためには、市町が主体となる必要があることから、県では、教育委員会等関係部局が一体となって、消費者教育の講師となる人材の養成、派遣等により市町を支援するなど、県と市町の連携体制を構築する必要がある。

(4) 地域における消費者教育の推進

■ 概況

県民生活センターにおいて、消費者教育地域連絡会・連絡会議を開催し、市町や地域の実情を把握しながら、消費者教育の取組や消費者教育推進計画の策定を支援した。

■ 指標の状況

	指標名	(年度) 基準値	2021 目標値	(年度) 現状値	評価 区分
成 果	消費者教育推進計画の策定市町数 (県民生活課調査)	(2016) 5市町	11市町	(2020) 9市町	B
成 果	消費者教育推進地域協議会の設置市 町数(県民生活課調査)	(2016) 3市町	11市町	(2020) 5市町	C

■ 主な取組と成果

- 県民生活センターにおいて、消費者教育地域連絡会・連絡会議を開催し、地域の消費者教育についての意見交換、研修等を実施した。また、他市町の計画策定状況等について情報提供した。
- 市町が新たに計画を策定する際には、県民生活センターが協力・助言を行った。

■ 今後の課題と方向性

- 地域連絡会・連絡会議の開催等により、他市町の計画策定状況等について引き続き情報提供し、計画策定や協議会設置の意向のある市町に対しては、県が積極的に支援する。
- 市町によっては、人員不足等により、計画策定や協議会設置・運営に係る事務が負担となり、相談対応や啓発等の実務を優先せざるを得ないのが実情である。県では、市町の相談対応、消費者教育・啓発等が円滑に実施できるよう、市町への支援を強化する。