

兵庫県消費者教育推進計画
「ひょうご“消費者力”アッププラン」
【平成30～32年度】



消費者 行政 事業者
(あぐたん) (はばたん) (こうたん)
ひょうごの消費生活シンボルマーク
消費者教育推進大使

平成30年3月
兵 庫 県

目 次

I	推進計画の基本的な考え方	・・・ 1
1	計画改定の趣旨	・・・ 1
2	改定のポイント	・・・ 1
3	計画の位置づけ	・・・ 1
4	計画の期間	・・・ 1
II	消費者教育をめぐる現状と課題	・・・ 2
1	消費者を取り巻く状況の変化	・・・ 2
2	消費者の意識	・・・ 5
3	学校における消費者教育	・・・ 8
4	市町における消費者教育	・・・ 11
III	消費者教育の推進に向けめざすべき方向	・・・ 13
1	目標	・・・ 13
2	推進にあたっての基本方針	・・・ 13
3	推進にあたって	・・・ 14
IV	消費者教育の今後の取組	・・・ 15
	<重点取組項目>	
1	成年年齢引下げ等に伴う若年者への消費者教育の強化	・・・ 15
2	消費者被害に遭いやすい高齢者・障害者や周囲への消費者教育の強化	・・・ 15
3	社会や環境を意識した消費行動の醸成	・・・ 16
	<推進方向と主な取組>	
1	あらゆる年代や様々な場で展開される多様な消費者教育の推進	・・・ 17
2	消費者教育の担い手の育成・活用	・・・ 20
3	多様な主体の参画と協働による推進	・・・ 22
4	効果的な情報収集・発信	・・・ 26
	【参考資料】	
	消費者教育関連施策体系（平成 30 年度）	・・・ 27

I 推進計画の基本的な考え方

1 計画改定の趣旨

兵庫県では、生きる力を育み、よりよい社会の形成に積極的に寄与する消費者を育成するため、平成 27 年 3 月に「兵庫県消費者教育推進計画（計画期間：平成 27～29 年度）」を策定し、全県的な消費者教育を推進するための取組を行ってきた。

しかし、スマートフォンの急速な普及によるインターネットや SNS の利用拡大、高齢化の進展に伴う一人暮らし高齢者や高齢世帯の増加など、消費者を取り巻く環境は変化を続け、消費者トラブルの手口はますます複雑化・巧妙化している。また、人や社会・環境に配慮した消費行動により、持続可能な社会を実現することが求められるようになり、自ら考え、行動する自立した消費者、積極的に社会に参画・協働する消費者を育成するための教育がより一層重要になっている。

国ではこの間、消費者教育推進会議が「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の中間見直しや「学校における消費者教育の充実に向けた提案」を実施したほか、消費者委員会による「民法の成年年齢引下げに関する消費者被害の防止・救済のための対応策」の検討、持続可能なライフスタイルへの理解を促進するための「倫理的消費等に関する調査研究」や「消費者志向経営の取組」に関する検討が行われた。また、成年年齢を 18 歳に引き下げる民法の改正は 2022 年 4 月の施行が予定されている。

こうした社会状況の変化や国における検討などを踏まえ、現在の推進計画の基本的な考え方を継承しつつ、新たな課題に対応するため、推進計画を改定する。

2 改定のポイント

消費者教育をめぐる現状と課題を踏まえ、計画期間中に重点的に取り組む項目を定めることで目標の実現をめざす。

3 計画の位置づけ

この計画は、兵庫県における消費者教育を総合的かつ体系的に推進していくために、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。）第 10 条第 1 項に基づき、国の基本方針を踏まえて策定する計画とする。

4 計画の期間

この計画の期間は平成 30 年度から平成 32 年度までの 3 年間とする。

II 消費者教育をめぐる現状と課題

1 消費者を取り巻く状況の変化

(1) 高齢化の進行

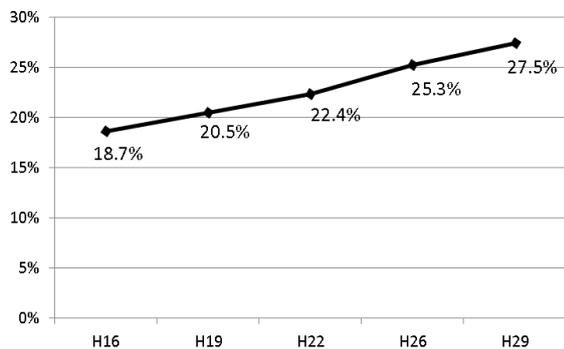
県内における65歳以上の人口は年々増加し、平成29年現在151万6千人、高齢化率は27.5%となっており、今後さらに増加が見込まれる〔図1-1〕。高齢者の一人暮らしや高齢者のみの世帯も増加しており〔図1-2〕、孤立しがちで消費者トラブルに巻き込まれやすい状況が生まれている。

(2) インターネット社会の進展

インターネットの利用が幅広い年齢層で拡大している〔図1-3〕。スマートフォンの普及がインターネットの利用拡大につながり、ネットショッピングの利用増加など家計のインターネット利用に関する支出も年々増加している。

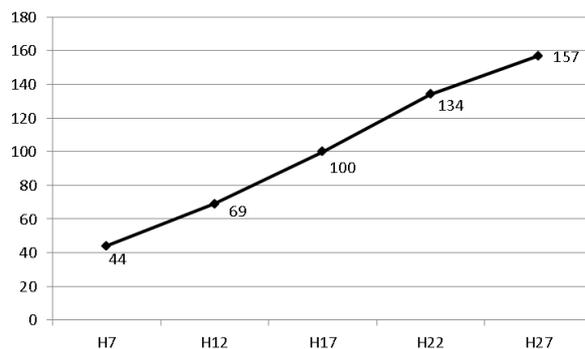
また、SNS (Facebook、Twitter、Instagram、LINE など)の普及で情報の拡散やコミュニケーションの方法が変化している。とりわけ若い世代の利用割合が高く〔図1-4〕、消費行動にも影響していると推測される。

〔図1-1〕兵庫県の高齢化率の推移
(全人口中の65歳以上人口の割合)



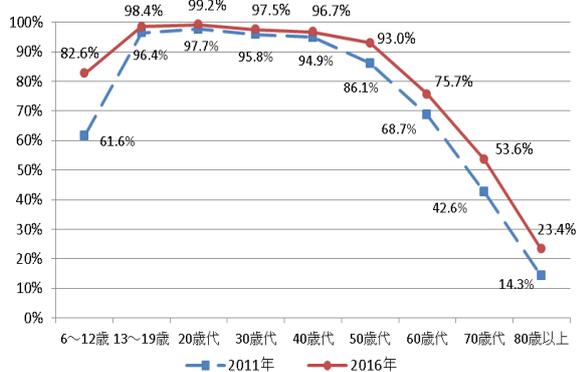
(出典：「高齢化率の推移」兵庫県情報事務センター)

〔図1-2〕高齢単独世帯数(75歳以上)
(単位：千世帯)



(出典：「国勢調査」総務省)

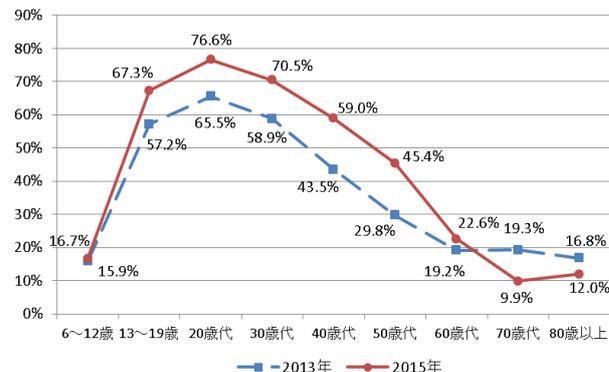
〔図1-3〕年齢層別インターネット利用状況



(出典：「通信利用動向調査」総務省)

〔図1-4〕SNSの利用状況

(インターネット利用者に占める割合)



(出典：「通信利用動向調査」総務省)
(※2013年は「ソーシャルメディアの利用状況」)

(3) 成年年齢引き下げに向けた動き

成年年齢を 18 歳に引き下げる民法の改正案が平成 30 年 3 月、国会に提出され、4 年後の 2022 年 4 月施行が予定されている。

未成年者の法律行為は、民法では法定代理人の同意がなければ原則として取り消すことができるとされており、平成 28 年度、県内の消費生活センターに寄せられた契約当事者が 18～19 歳の相談 429 件のうち、109 件(25.4%)は未成年者取消しに関する相談であった。しかし、成年年齢が引き下げられた場合、未成年者取消権が行使できなくなる 18～19 歳の若者が悪質業者のターゲットになる可能性が高く、消費者被害が拡大する恐れがある。

こうしたことから、消費者委員会では、新たに成年となる者の消費者被害の防止・救済のための消費者教育の充実や制度整備の検討等の対応策をまとめており（平成 29 年 1 月）、就職活動等での不安をあおる告知や、恋愛感情等に乗じた人間関係の濫用など、社会生活上の経験不足を不当に利用した勧誘による契約を取り消し可能にすることができるよう、消費者契約法の改正案が平成 30 年 3 月、国会に提出されている。

(4) 社会や環境を意識した消費行動への要請

消費者が消費行動を通じて、深刻化する環境問題や社会問題、大規模災害の被災地の復興などに貢献するとともに、こうした課題の解決に向けて取り組む事業者を支援することが求められている。消費者庁は、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である「倫理的消費」の必要性（平成 29 年 4 月）や、事業者が消費者ニーズ等に応えることで社会的責任を果たす「消費者志向経営」について取りまとめた（平成 28 年 4 月）。

(5) 兵庫県の消費生活相談の状況

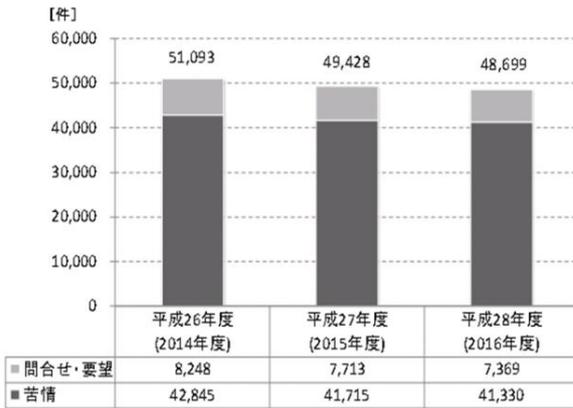
県内の消費生活相談センターで受け付けた平成 28 年度の消費生活相談件数は 48,699 件で、近年 5 万件前後で推移している [図 2-1]。

年代比では 60 歳以上が全体の 1/3 以上を占め、相談内容は、若者から高齢者までインターネット関連の苦情(*)が上位を占めている [図 2-2、表 1]。

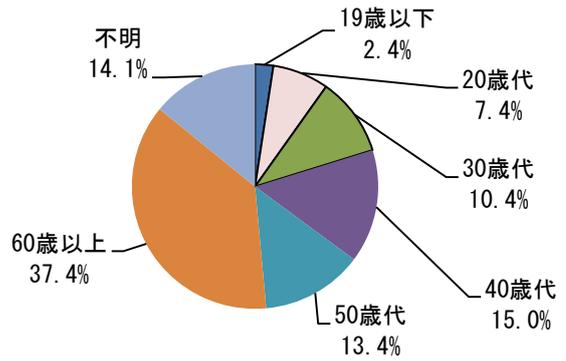
消費者トラブルでの平均支払額は、全体平均は約 63 万円だが、高齢になるほど高額になり、80 歳以上では 100 万円を超えている [図 2-3]。

また、自分では被害に気づいていない等の理由で、本人ではなく家族や周囲の人が相談を寄せる割合は、未成年者を除くと、80 歳以上が 41%で最も多く、次いで 20 代が 26%となっている [図 2-4]。

[図 2-1] 兵庫県の消費生活相談件数



[図 2-2] 年代別苦情相談の割合



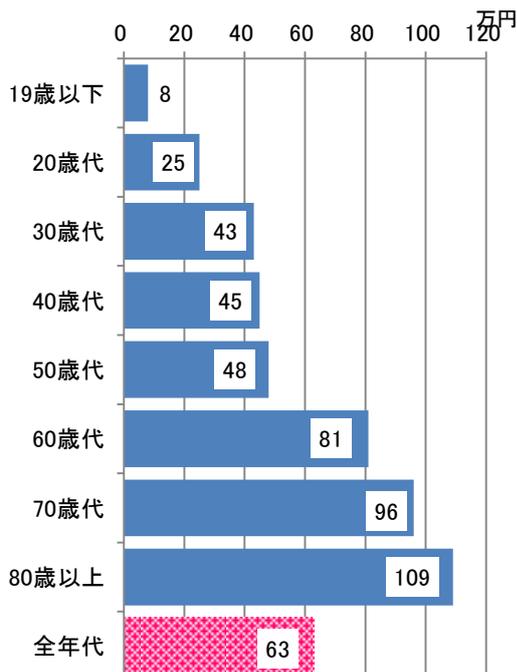
[表 1] 年代別苦情相談内容

	19歳以下	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上
1	アダルト情報サイト	ショートメールによる架空請求等	ショートメールによる架空請求等	ショートメールによる架空請求等	ショートメールによる架空請求等	ショートメールによる架空請求等	ショートメールによる架空請求等	健康食品
2	ショートメールによる架空請求等	アダルト情報サイト	アダルト情報サイト	アダルト情報サイト	アダルト情報サイト	アダルト情報サイト	商品一般	商品一般
3	オンラインゲーム	エステティックサービス	賃貸アパート・マンション	インターネット接続回線	インターネット接続回線	インターネット接続回線	インターネット接続回線	新聞
4	放送サービス	賃貸アパート・マンション	インターネット接続回線	移動通信サービス	商品一般	商品一般	健康食品	インターネット接続回線
5	健康食品	移動通信サービス	移動通信サービス	商品一般	健康食品	移動通信サービス	アダルト情報サイト	ショートメールによる架空請求等

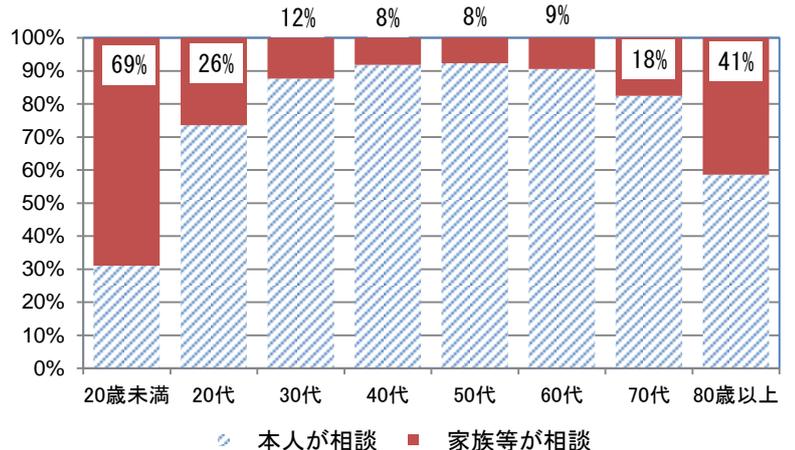
* 「インターネット関連の苦情」

- ・ ショートメール（ショートメッセージサービス）で実在する事業者をかたり、有料サイト等の未納料金を請求される架空請求
- ・ アダルト情報サイト等で「無料」と表示されていたのでクリックすると有料契約になり、料金を請求されるワンクリック請求
- ・ お試しのつもりで申し込むと定期購入が条件だったインターネット通販
- ・ SNS の知人から出会い系サイトに誘導されたり、マルチ商法に勧誘されるトラブル
- ・ 説明と異なり解約を申し出ると高額な解約料が発生するインターネット回線やプロバイダーの契約 など

[図 2-3] 年代別平均支払額



[図 2-4] 年代別家族等からの相談割合



[課題]

- ・ 高齢者の消費者トラブルの未然防止のための啓発活動や見守りの強化
- ・ ネットトラブル増加への対応
- ・ 成年年齢引き下げの動きへの対応
- ・ 人や社会・環境に配慮した消費行動の意識醸成

2 消費者の意識

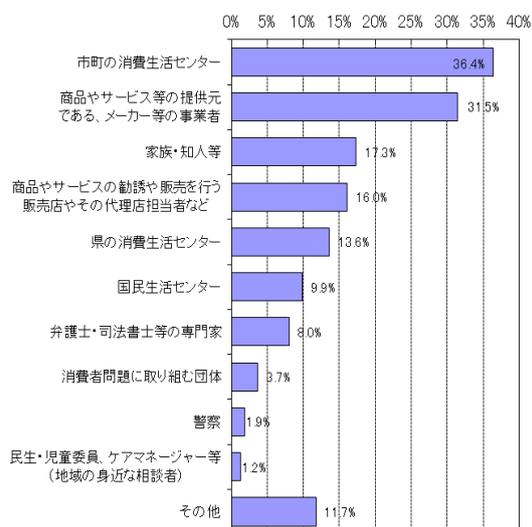
消費者の意識や実態を把握するため、平成28年9月に県民モニターを、平成29年7月に大学生を対象にアンケート調査(※1)を行った。

(1) 消費者トラブル

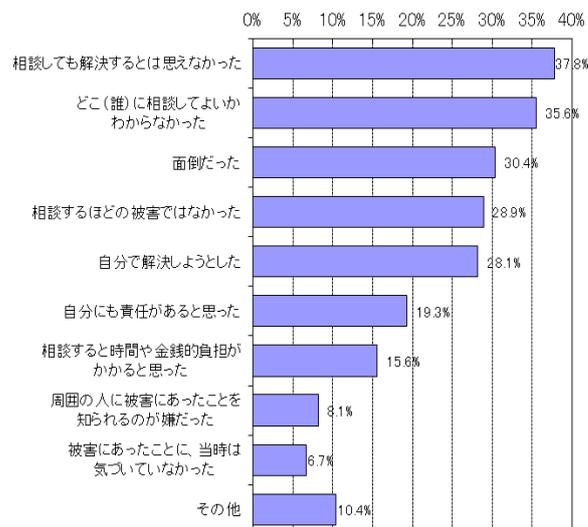
県民モニターで、過去3年間に消費者トラブルに遭った人(16.5%)のうち、被害を受けたことを相談した人は54.5%、相談しなかった人は45.5%だった。相談先に市町または県の消費生活センターを選んだ人は50%と前回調査(平成24年)の11.2%から大幅に増加している[図3-1]。

相談しなかった理由では、「相談しても解決すると思えなかった」「どこに相談してよいか分からなかった」「面倒だった」が3割を超えた[図3-2]。

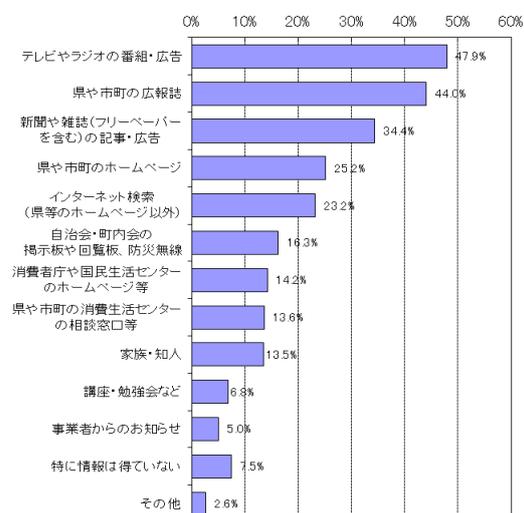
[図3-1]消費者トラブルの相談先(県民モニター)



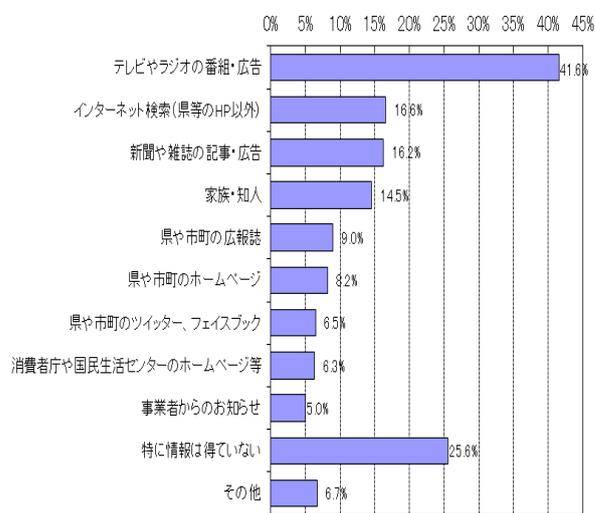
[図3-2]相談しなかった理由(県民モニター)



[図3-3]消費生活に関する情報入手(県民モニター)



[図3-4]消費生活に関する情報の入手(大学生)



(2) 消費生活に関する情報

県民モニター・大学生ともに、テレビ・ラジオから情報を取得している人が多い。大学生は、県や市町のホームページ、ツイッター、フェイスブックからの情報入手も1割に満たず、特に情報を得ていないとの回答も25%あった [図 3-3、3-4]。

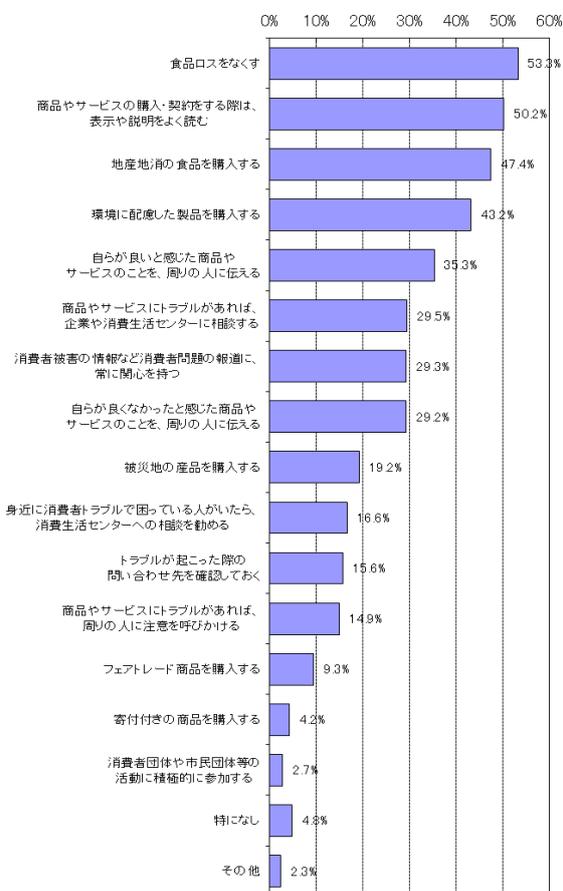
(3) 心がけている消費行動

県民モニター、大学生ともに、「食品ロスの削減」「購入・契約の際に表示や説明をよく読む」「周りの人に良いと感じた商品・サービスを伝える」を心がけている人が多かった。

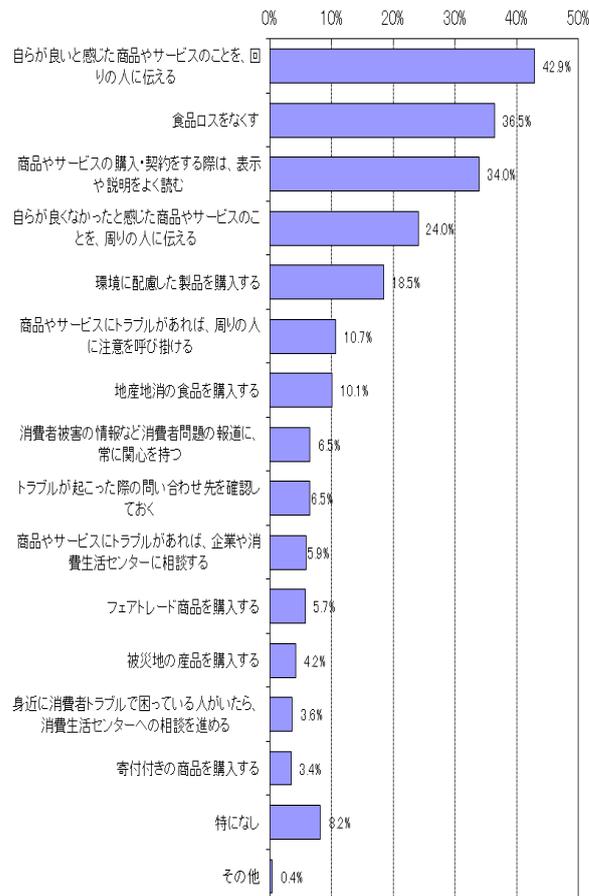
商品の購入では、「地産地消の商品」「環境に配慮した商品」の購入を心がけている人は、県民モニターでは4割を超えたが大学生は2割に満たず、「寄付付き商品」「フェアトレード商品」の購入は県民モニター、大学生ともに1割に満たなかった。

消費生活センターへの相談については、「トラブルがあればセンターに相談する」が県民モニター29%、大学生5%、「身近に困っている人がいたらセンターへの相談を勧める」が県民モニター16%、大学生3%、「消費者問題の報道に関心を持つ」も県民モニター29%、大学生6%で、大学生の消費者問題への関心は低いことが分かる [図 3-5、3-6]。

[図 3-5]心がけている消費行動(県民モニター)



[図 3-6]心がけている消費行動(大学生)

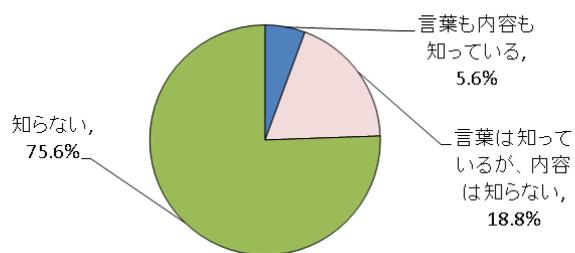


(4) 消費者市民社会

消費者市民社会(*)について、言葉も内容も知っている人は5%しかおらず、知らない人が7割を超えている [図 3-7]。

*「消費者市民社会」とは、消費者自らが現在および将来の世代にわたって社会経済情勢や地球環境に影響を及ぼし得ることを自覚し、消費行動をする社会。またその消費者の行動により、公正で持続可能な社会の形成に進んで参画する社会

[図 3-7]消費者市民社会について(県民モニター)

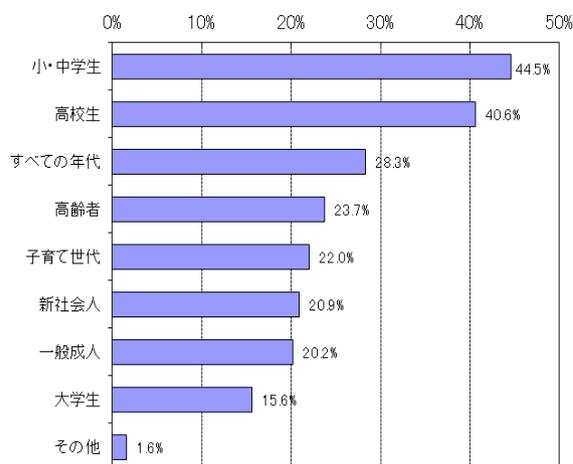


(5) 消費者教育

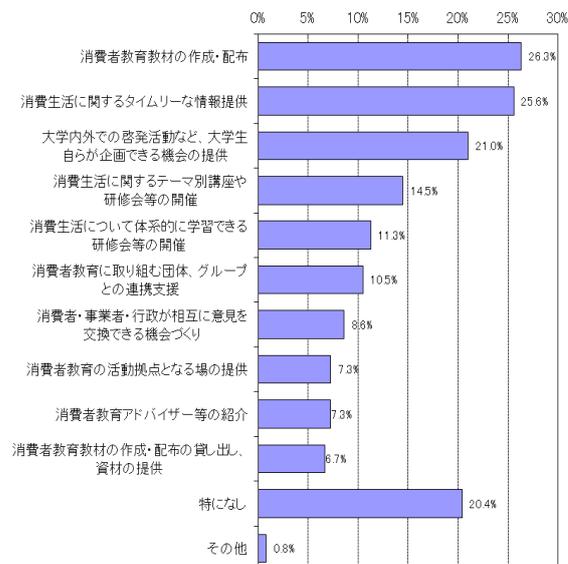
県民モニターが、消費者教育を受けることで効果があるとする時期は、「小・中学生」「高校生」が多い [図 3-8]。

大学生が、消費者教育を推進するために行政に対して求めることでは、「消費者教育教材の作成・配布」「タイムリーな情報提供」「大学生自らが企画できる機会の提供」が2割を超えたが、「特になし」との回答も2割見られた [図 3-9]。

[図 3-8]消費者教育を受けるべき時期(県民モニター)



[図 3-9]行政に対して求めること(大学生)



〔課題〕

- ・消費者トラブルに遭った際に相談することの意義や、消費生活センターの役割についての更なる周知
- ・「消費者市民社会」を実現する意義と実践方法について、わかりやすい表現で周知するとともに、実際の消費行動につなげるための機運の醸成

※1 県民モニターアンケート調査 (平成 28 年 9 月実施)

県民モニターとして応募した兵庫県在住・在勤・在学の県政に関心のある 18 歳以上の県民 2,401 名の内、回答者数 1,796 名 (回答率 74.8%)

大学生の消費者教育に関する実態調査 (平成 29 年 7 月実施)

「くらしのヤングクリエイター(P19 参照)」が 25 大学で無作為に選んだ大学生 524 名

3 学校における消費者教育

学校現場における消費者教育は、学習指導要領に基づき、小学校では家庭科、中学校では技術・家庭科や社会科、高等学校では公民科や家庭科の指導内容として位置づけられており、必要な知識や技能等について指導が行われている。

学校における消費者教育の実施状況を把握するため、県内の小・中・高等学校、特別支援学校を対象に、平成29年7～8月に調査を行った（前回調査：平成26年）。

(1) 実施状況

消費者教育の1学年あたりの実施時間数は小学校以外の校種で前回調査より増加している。

教科はすべての校種で「家庭科」が最も多く、「社会科」が続くが、「総合的な学習の時間」や小学校の「道徳」、高等学校の「情報」の授業での取組も増加している。

消費者教育を行っているのは「担任教員」または「教科担当教員」で、外部講師の活用については、特別支援学校で「消費生活センター職員」や「警察」による取組が増加しているが、他の校種では前回とほぼ同じである。

[表 2-1]消費者教育実施状況

	1学年あたり年間時間数	
	H26	H29
小学校	約2～3時間	約2～3時間
中学校	約3～4時間	約4～5時間 ↑
高等学校	約2～3時間	約3～4時間 ↑
特別支援学校	約2～3時間	約3～4時間 ↑

[表 2-2]外部講師による消費者教育実施割合

	消費生活センター職員		警察		情報セキュリティサポーター		NPO等	
	H26	H29	H26	H29	H26	H29	H26	H29
小学校	5%	7% ↑	14%	22% ↑	10%	13% ↑	7%	15% ↑
中学校	5%	9% ↑	20%	20%	12%	11%	3%	9% ↑
高等学校	8%	9% ↑	18%	18%	7%	6%	8%	13% ↑
特別支援学校	13%	26% ↑	16%	23% ↑	10%	2%	8%	11% ↑

(2) 教員研修

消費者教育を担当する教員が、消費者教育に関する研修や講座を受講した割合は、全校種で前回より低くなっている。受講したことがない理由は、すべての校種で「他の業務に時間をとられ受講できない」、「研修等の機会がないため受講できない」だった。

[表 2-3]教員研修参加状況

	ある(前回)	ない	理 由	
小学校	34% (48%)	66%	他の業務で忙しい 55%	研修の機会がない 40%
中学校	33% (33%)	67%	他の業務で忙しい 67%	研修の機会がない 32%
高等学校	62% (63%)	38%	他の業務で忙しい 70%	研修の機会がない 38%
特別支援学校	36% (41%)	64%	研修の機会がない 56%	他の業務で忙しい 26%

(3) 消費者教育を充実するために必要なこと

「教材の作成・配付」については小学校での希望が特に多い。教材の種類では、「DVD 等映像の教材」が全校種で多く、小中学校では「パソコンを活用した教材」が、高等学校と特別支援学校では「ボードゲーム等グループで使える教材」が効果があるとの回答が多かった。

中学校では「実践事例の紹介」が、高等学校では「消費者被害の最新情報の定期的な提供」が必要との回答が多い。特別支援学校では「教材の作成・配付」が多かったほか、「消費者被害の最新情報の定期的な提供」が前回調査より増加した。

また、「外部講師等を活用した消費者教育授業」については、すべての校種で前回より増加している。

[表 2-4]主な必要事項意見(()内は前回調査結果)

	実践事例紹介	教材の作成配付	教員向け研修	最新情報の提供	外部講師の活用
小学校	②62%(63%)	①74%(72%) ↑	④37%(44%)	⑤34%(36%)	③55%(44%) ↑
中学校	①72%(69%) ↑	②66%(74%)	⑤30%(39%)	③59%(66%)	④44%(43%) ↑
高等学校	②59%(60%)	③52%(60%)	⑤39%(40%)	①66%(71%)	④43%(39%) ↑
特別支援学校	②58%(68%)	①61%(66%)	⑤39%(42%)	②58%(49%) ↑	④56%(42%) ↑

〔課題〕

- ・ 外部講師による消費者教育の支援
- ・ 校種にあった授業で活用しやすい教材の提供、実践事例の紹介、消費者被害の最新情報の定期的な提供
- ・ 多忙な教員に配慮した研修機会の充実

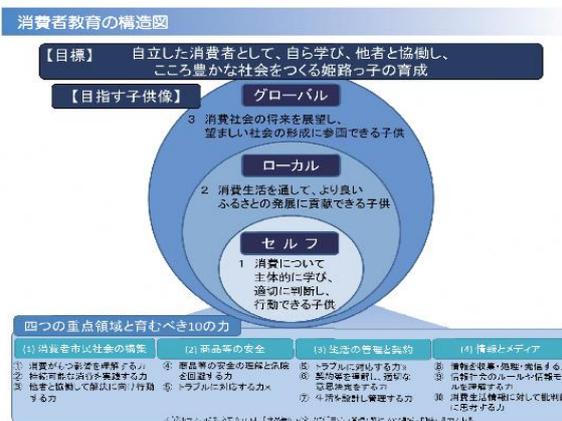
＜県内の取組例＞

学校において、様々な形での消費者教育が行われる中で、新たな先進的な取組も展開されている。

【姫路市教育委員会による「姫路市学校園消費者教育指針」の策定】

姫路市教育委員会では、「姫路市教育振興基本計画」を平成27年3月に策定し、“消費者教育の推進”を新たな事業として盛り込むとともに、平成29年3月には学校教育における消費者教育の充実を図るため、これまでの授業や活動に消費者の視点をプラスした「姫路市学校園消費者教育指針」を策定した。

指針では、目標を「自立した消費者として、自ら学び、他者と協働し、こころ豊かな社会をつくる姫路っ子の育成」とし、消費者庁が策定した消費者教育の体系イメージマップの10の育むべき力の中で、「既存の教育がここに該当する」ということを示した姫路市オリジナルの領域別体系図を掲載している。また、カリキュラムマネジメント(*)を踏まえ、複数教科を同じ視点で組み合わせるとともに、実践推進校での取組も活用実践例としてまとめ、未経験の教員にもイメージが付きやすいよう工夫した。授業の展開の仕方を詳しく紹介するため、学習指導案集も掲載し、従来の指導案に消費者教育の視点を記載し、授業展開の中にも1カ所だけ「ここがポイント」として示している。



姫路市学校園消費者教育指針より

HP http://www.city.himeji.lg.jp/koho/press/_38379/_38620/_39086.html

【たつの市立新宮小学校による複数教科等を組み合わせた消費者教育授業の展開】

たつの市立新宮小学校では、たつの市の地場産業である皮革産業や近隣にある食肉センターの学習とともに、5年生が姫路市立動物園から借りた2頭のヤギを、半年間飼育した。ヤギを飼うことを通じて、子供たちの興味は牛にも広がり、地場産業の内容やBSE問題等にまで関心が広がった。

また、翌年6年生になった子供たちは、ヤギの糞尿と敷き藁で有機肥料を作り、その肥料を使って市の名産である大根を育てることで循環型農業を学んだ。大根の種は、農家の方に手紙を書いて提供してもらい、さらに、育てた大根を使って、隣接することも園や市内にある障害者の就労継続支援事業所と交流している。

ヤギを飼うことから、消費者に寄り添う食の安全や地産地消等、様々な学びにつなげたように、社会科や家庭科等の複数教科と総合的な学習を効果的に関連させたカリキュラム・マネジメント(*)により、消費者教育を推進している。

*「カリキュラム・マネジメント」とは、学習指導要領等に基づき教育課程を編成し、どのように実施・評価し改善するかを打ち立て、教育目標を実現すること。

4 市町における消費者教育

現行の兵庫県消費者教育推進計画では、県と市町の役割分担のもと、地域の実情に応じた身近な消費者教育は市町が担うこととし、小・中学校や自治会、高齢者施設等における消費者教育は基本的には市町が実施することとしている。

県内 41 市町の消費者行政担当課を対象に、消費者教育の実施状況を調査したところ（平成 29 年 7～8 月実施）、すべての市町が何らかの消費者教育に関する事業を実施しており、対象別では「高齢者（36 市町）」が最も多く、「成人（34 市町）」、「小学生（29 市町）」、「中学生（25 市町）」が続いた。

計画における県と市町の役割分担や、市町を対象とした前回調査（平成 26 年）で、今後力を入れるべき対象として回答が多かったのが小・中学生と高齢者であったことを考えると、小・中学生対象の消費者教育の実施がまだ十分ではない状況にある。

〔表 3-1〕市町における対象別消費者教育実施状況

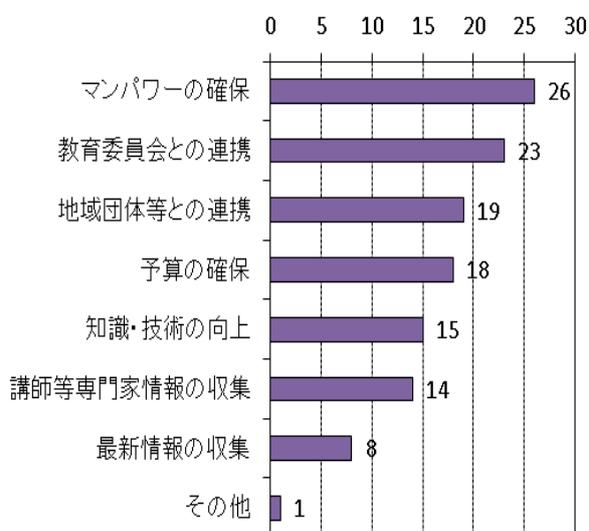
幼児	小学生	中学生	高校生	大学生	成人	高齢者	障害者
11	29	25	18	14	34	36	13

市町が消費者教育を推進する上での課題は、「マンパワーの確保（26 市町）」が最も多く、前回調査時より 8 市町増加した。教育委員会との連携が課題と考える市町は 23 で、半数を超えている〔図 4-1〕。

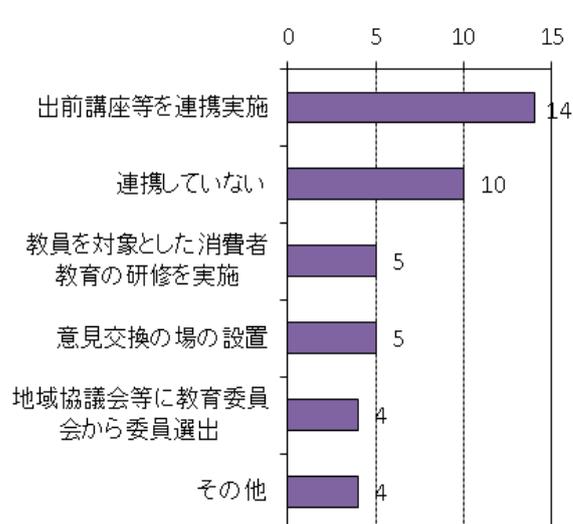
教育委員会との連携状況では 10 市町が「連携していない」と回答している。〔図 4-2〕。

消費者教育を推進する上で県に求めることでは、「消費者教育教材の作成・配布（27 市町）」、「講師やアドバイザーの紹介（21 市町）」が多い〔図 4-3〕。

〔図 4-1〕市町で消費者教育を推進する上での課題



〔図 4-2〕教育委員会との連携状況



現在、県内 41 市町のうち、「消費者教育推進計画」を策定しているのは6市、「消費者教育推進地域協議会」を設置しているのは3市 [表 3-2] だが、市町の総合計画に、消費者教育・啓発の強化に関する目標や重点施策を掲げている市町は 35 市町ある。

[図 4-3]消費者教育を推進する上で県に求めること



[表 3-2]消費者教育推進計画及び地域協議会の状況

消費者教育推進計画の策定 (6 市)	消費者教育推進地域協議会の設置(3 市)
神戸市 (H25)	神戸市 (H23)
西宮市 (H28)	西宮市 (H28)
芦屋市 (H29)	宝塚市 (H27)
伊丹市 (H28)	
宝塚市 (H28)	
姫路市 (H28)	

〔課題〕

- ・市町による小・中学校や地域団体、高齢者の周囲の人への啓発など、地域の実情に応じた消費者教育の更なる推進
- ・県民が、県内どこに住んでいても消費者教育を受けられる体制を確保するための県による市町支援（人材・教材等に関する情報提供、消費者教育推進計画の策定支援等）

Ⅲ 消費者教育の推進に向けめざすべき方向

1 目標

生きる力を育み、自ら考え行動する自立した消費者、さらには、積極的に社会に参画・協働する消費者の育成

次世代へとつながる公正かつ持続可能な社会、「消費者市民社会」の実現のためには、消費者が生活者として「生きる力」、すなわち消費者が自ら主体的、合理的に判断し、適切な行動に結びつける「消費者力」を身につけることが必要であり、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、社会の担い手として行動することが重要となる。

そのため、兵庫県では、参加・体験型による実践力の養成及び参画と協働による安全安心な地域づくりを基本に消費者教育に取り組む。

2 推進にあたっての基本方針

兵庫県においては、自ら判断、選択、行動できる消費者力の向上、さらには、公正で持続可能な社会づくりに積極的に参画・協働する消費者育成をめざし、次の3つを柱とし、消費者教育を推進する。

“参加・体験型による実践力の養成を中心とした”

○ライフステージ等に応じた総合的・体系的な消費者教育の推進（基本方針1）

幼児期から高齢期までライフステージや場に応じた切れ目のない消費者教育を、県、市町及び消費者団体・事業者・事業者団体等との役割分担、連携のもと推進する。特に、子どもの頃からの消費者教育が重要なことから、次世代向けの消費者教育を積極的に推進するため、教育委員会との連携を強化し、学校における消費者教育を支援する。

“参画と協働による”

○多様な関係機関・団体とのネットワークの強化（基本方針2）

消費者・消費者団体、事業者・事業者団体、行政など多様な主体の参画と協働により消費者教育を推進するとともに、様々な機関が取り組んでいる消費者教育の情報を共有し、積極的に情報発信を行う。

○消費者が主体となった安全・安心な地域づくりの推進（基本方針3）

消費者教育を支える担い手の育成を行うとともに、消費者教育と関連のある多様な分野で消費者教育の観点から担い手となる人材の発掘や活用を行う。さらに、自ら判断、選択できる自立した消費者が主体となった安全・安心な地域づくり、さらには公正で持続可能な社会づくりを推進する。

3 推進にあたって

(1) 推進体制

「兵庫県安全安心な消費生活推進本部」(知事を本部長とし、関係部局で構成)により、全県的な消費者教育施策の総合調整を実施するとともに、「消費者教育推進地域協議会」(県民生活審議会消費生活部会の委員で構成)と連携して、県内の消費者教育を総合的に推進する。

消費生活総合センター(現:生活科学総合センター)(*)を全県の消費者教育の中核拠点として位置づけ、広域的な消費者教育の企画調整や教材・プログラムの開発、担い手の育成支援等を行うとともに、県民局・県民センターにおいては、消費者教育推進員等が安全・安心な地域づくりのために取り組む活動団体の支援や消費者学習・啓発を実施する。

*平成30年4月より、県が担う消費者被害の防止・救済機能を高度化・専門化するため、地域消費生活センターの相談機能を集約するとともに、消費生活に関する活動を行う団体・グループ等の拠点として整備することから、名称を「消費生活総合センター」に変更

(2) 各主体との役割分担と連携

① 県と市町の役割分担

県と市町の役割分担については、地域住民に身近な市町が地域の実情に応じた消費者教育を実施し、県は広域的・専門的な課題に対応するとともに、県民が県内どこに住んでいても消費者教育を受けることができるよう、市町の状況を勘案しながら、連携・協働して消費者教育を推進する。

また、市町が消費者教育をめぐる現状と課題に対応できるよう、人材・教材等に関する情報提供や担い手のための研修のほか、必要に応じて、消費者教育推進計画の策定についても市町を支援する。

② 消費生活部局と教育委員会の連携

消費生活総合センター等において、教員向け研修を充実するとともに、消費者被害の最新情報の提供や教材・実践事例の紹介を行う等、緊密な連携を図り、学校における消費者教育を推進する。また、市町における消費生活部局と市町教育委員会との連携についても必要に応じて支援する。

③ 多様な主体との連携

ひょうご消費生活三者会議(消費者団体・事業者団体・行政25団体で構成)等で情報の共有を図るほか、教育委員会(学校)、消費者団体、事業者・事業者団体、生協など消費者教育に取り組んでいる関係機関・団体の連携・協働による取組により、消費者教育を一層推進する。

IV 消費者教育の今後の取組

「Ⅱ 消費者教育をめぐる現状と課題」を踏まえ、これまで実施してきた取組を継続するとともに、充実を図る必要がある部分については取組を強化することとし、とりわけ、計画期間中に重点的に取り組む項目を定める。

<重点取組項目>

1 成年年齢引下げ等に伴う若年者への消費者教育の強化

民法の成年年齢が18歳に引き下げられれば、18～19歳の若者が悪質事業者の新たなターゲットになる可能性があり、現在20代の若者が遭っている消費者トラブルが低年齢層に拡大し、深刻化する恐れがある。

大学生の実態調査では、トラブルがあった場合に消費生活センター等に相談するとの回答が非常に少なく、消費者問題への関心も低い傾向がみられた。若者が被害に遭わないための知識を身に付けるとともに、悪質商法に加担しないことや、被害に遭った際には消費生活センターへ相談することが被害の拡大防止につながることを、出前講座やセミナー、各種媒体による情報発信など、様々な場や機会を通じて若年者への消費者教育を強化する。

【取組例】

- 契約の責任、トラブルへの対処・相談先などを内容とする中学校・高等学校・特別支援学校への出前講座の充実
- くらしのヤングクリエイターによる大学新入生に対する啓発の強化
- 最新のトラブル事例や対処法などについて、SNSを活用した若年者向け情報の発信

到達目標	現状(H28)	目標値(H32)
消費者トラブルへの対応や消費者問題に関心のある高校生・大学生の割合	6%未満(*)	30%
くらしのヤングクリエイター活動認定証交付数	130人	200人(累計)
消費生活総合センターが実施する教員向け研修の開催回数	4回/年	8回/年

*P6 心がけている消費行動(大学生)の「トラブルがあればセンターに相談する(5%)」や「消費者問題の報道に関心を持つ(6%)」等より

2 消費者被害に遭いやすい高齢者・障害者や周囲への消費者教育の強化

高齢者からの消費生活相談割合が年々増加しており、高齢になるほど高額な被害に遭うことが多い。加齢により理解力が低下した高齢者や判断能力が不十分な障害者は、消費者トラブルに巻き込まれやすいが、自分が被害に遭っていることに気が付かないことが多く、トラブルに遭った場合の生活への影響も大きい。

被害を未然に防ぐには、高齢者や障害者本人とともに、家族や周囲の見守りが重要であることから、各種地域団体や社会福祉協議会、介護施設、障害者施設関係者等への情報提供や出前講座など消費者教育を強化し、困ったときや不審に思ったときは、すぐに消費生活センターに相談するよう意識づけを行うことに加え、県民一人一人が見守り者となるための仕組みをつくる。

障害者については、これまでの特別支援学校での出前講座などの取組に加え、知的障害者更生相談所等の利用者に対する啓発も推進する。

【取組例】

- 高齢者等被害防止ネットワークの連携強化
- 地域の見守り活動による消費者被害の防止（高齢者が高齢者を見守る活動の強化等）
- 悪質な手口や対処法を掲載した事例集の活用による情報リテラシー強化

到達目標	現状(H28)	目標値(H32)
消費者トラブルで既に支払いをしている人の割合	19%	15%
くらしの安全安心推進員による啓発活動数	588回/年	1,000回/年
最新の手口や対処法を掲載した事例集等の配布数	1万部	3万部(累計)

3 社会や環境を意識した消費行動の醸成

深刻化する地球規模での環境問題や社会問題に対応するため、消費行動を通じて持続可能な社会を形成することが求められている。

消費者市民社会についての認知度は現状では非常に低いが、自らの消費行動が経済だけでなく社会や環境に影響を与えることを理解し、人や社会・環境に配慮した消費行動（倫理的消費）の普及に向けた消費者教育を推進する必要がある。

環境や社会等への影響について理解を深める観点から取り組まれている環境教育や食育、国際理解教育などとも連携し、公正で持続可能な社会の実現に参画・協働する消費者の育成に取り組む。

【取組例】

- 消費者、事業者、行政が集まる場での意見交換会の開催
- 倫理的消費や消費者志向経営(*)への取組に関する情報発信
- 関係機関・団体等と連携・協働した事業の実施

到達目標	現状	目標値(H32)
倫理的消費を意識した行動をしている県民割合	—	60%
倫理的消費に取り組む団体等と協働で取り組んだ事業数	—	50回(累計)
県による倫理的消費や消費者志向経営に関する情報発信数	—	20回/年

*「消費者志向経営」とは、事業者が事業活動による影響に配慮しながら消費者のニーズや期待に応えることで社会的責任を果たすこと。

＜重点取組項目を推進するための消費生活総合センターの機能の充実＞

重点取組項目を推進するための体制整備として、全県の消費者教育の中核拠点である消費生活総合センターにおいて、「消費者教育に関する情報の収集・発信や参加体験型による学習支援を強化するためのスペースの拡充」「団体・グループ、NPOなど多様な主体が自主的な活動や交流に使うための場の整備」を行い、消費者教育や消費生活に関連の深い分野で活動している多様な主体と連携・協働した取組を実施する。

<推進方向と主な取組>

1 あらゆる年代や様々な場で展開される多様な消費者教育の推進

実践的な能力を育むことを目標に、参加・体験型学習や主体性を尊重した学習を推進するための支援を行っていくほか、安全安心な暮らしの実現に向け、身近な場での啓発や、職場での消費者教育を推進するための出前講座等を実施していく。

[今後の方向]

- ・成年年齢引下げ等に伴う若年者への消費者教育の強化
- ・消費者被害に遭いやすい高齢者・障害者や周囲への啓発と見守りの強化
- ・幼少期からの消費者教育の展開
- ・あらゆる世代の情報リテラシー、金融リテラシーの強化

幼児から高齢者までのあらゆる年代や、家庭・地域・学校など様々な場で消費者教育を受けることができるよう、ライフステージに応じた取組を示した「消費者教育体系イメージマップ(消費者庁)」を参考に推進する。なお、実施にあたっては、環境・福祉など、関係部局との連携を強化しながら取り組む。

幼児期は消費者として最初に一步を踏み出す時期であるが、現在、県・市町ともに保護者を含む幼児向け消費者教育の取組が少ないため、保育所や認定こども園の園長を対象とした研修機会の提供や、子供の安全を守るための情報発信等を強化する。

若者から高齢者までネット関連の消費者トラブルが増加しているため、あらゆる世代での情報リテラシーの強化が必要である。また、金融に関する知識や情報を正しく理解し、判断できる力が求められており、金融リテラシーを身に付けるための消費者教育を推進する。

<主な取組>

消費者教育体験学習会

幼児から小中学生、その保護者などを対象に、身近な製品の使用方法やお金の管理に関する学習会を開催。楽しみながら参加・体験することで実践的な能力を養成。

[メニュー例]

- ・紫外線防止グッズ(日焼け止めクリーム等)の効果
- ・清涼飲料水の糖度測定



特別支援学校等での消費者教育の推進

知的障害のある生徒が社会に出る前に、金銭管理の重要性や消費者トラブル等について学ぶ教材やプログラムを作成するとともに、教材を活用した出前講座や教員向け研修を実施。

[教材の種類] 悪質業者にまけんぞう！スゴロク
楽しいやりくり（ロールプレイ）
賢く使おう！ネットとスマホ（ロールプレイ） など全6種類



高等学校・特別支援学校等への出前講座



最新のトラブル事例やその対処法、ネット関連情報等について、外部講師等も活用しながら、教科や特別活動等の時間を利用して、出前講座を実施。

大学での消費者教育講座の導入

大学の講義で消費者教育を導入してもらえるよう、行政や企業からの講師による講演等を提案。

[導入校] 神戸大学、兵庫県立大学、甲南大学



【兵庫発】県版HACCP認定施設見学会

食の安全安心を推進するため、一定水準以上の衛生管理のもと、食品を製造・加工している県内の食品関係施設を「県版 HACCP 認定施設」とする認定制度を全国に先駆けて創設。認定施設を小学生とその保護者が見学・製造体験することで、食品に関する安全性や衛生管理などを学ぶ機会を提供。



HP <https://web.pref.hyogo.lg.jp/kf14/documents/documents/haccp.html>

【兵庫発】 暮らしのヤングクリエイター（大学生）による消費者教育

平成 22 年に、県と大学生協神戸事業連合（現在の関西北陸事業連合）が締結した「次世代の消費者教育・学習に関する協定」に基づき、消費生活に関する研修等を受けた大学生を「暮らしのヤングクリエイター」と位置づけ、学生の消費者リーダーを養成。

暮らしのヤングクリエイターは、大学生向け消費者教育基礎講座やワークショップ、街頭啓発など、消費者問題に関する事業を自ら企画・実施しているほか、自分たちの学びのため、事業者等と協働で工場見学会やエコクッキングを開催し、食の安全や環境問題について学ぶなど、多彩な活動を展開。

暮らしのヤングクリエイターとして活動する大学生の中から、消費者教育・啓発活動を顕著に実践したと認められる者に対して、知事名の「活動認定証」を交付。



ひょうご発！暮らしのヤングクリエイターHP <http://www.young-creator.net/>

職場での消費者教育出前講座



事業者等の従業員向け新任研修や、県職員向けヤングライフプランセミナー等で、若者に多い消費者トラブルなどをテーマとした出前講座を実施。

高齢者等被害防止ネットワークによる見守り

県を中心に、市町や警察、福祉関係団体、学校関係者等で構築した「消費生活高齢者等被害防止ネットワーク」により、地域における高齢者・障害者等への見守り支援、本人や家族への啓発を実施。

高齢者向け消費者トラブル事例集の作成・配付

インターネット関連の苦情が増加していることから、高齢者の情報リテラシーを強化するため、悪質な事業者の手口や対処法をマンガなどで分かりやすく紹介した事例集を作成し、高齢者や高齢者の家族・支援者へ配付。



自治会・老人クラブ等のリーダーを対象とした高齢者特殊詐欺対策出前講座

特殊詐欺の標的になりやすい高齢者に、最新のトラブル事例をきめ細かく提供するため、自治会・老人クラブ等のリーダーを対象とした出前講座を実施。

2 消費者教育の担い手の育成・活用

きめ細かな消費者教育を提供できるよう、コーディネート機能を担う人材の養成や活用を支援するとともに、多様な分野で活動する人材・グループの消費者教育への参画を促進するほか、教育現場等における人材育成・活用にも力を入れていく。

[今後の方向]

- ・消費者教育の担い手となる教員への研修機会の充実
- ・専門的知識を有する外部講師の活用
- ・若者の消費者リーダーの育成及び活動支援
- ・消費者教育推進員等による団体の活動支援

学校や地域、職場など様々な場における消費者教育を推進するには、消費者教育を担う人材が必要であり、消費者教育の専門家やこれまでに育成した消費生活リーダー等の活動支援を進める。

消費者教育を主に担当するのは、小学校と特別支援学校では担任教員、中学校・高等学校では教科担当教員であり、あらゆる教員を対象とした消費者教育の研修機会を充実させることで、より専門的な消費者教育を負担なく実施できるよう支援を強化する。

また、食育や環境教育など消費生活に関連する分野で活動する人材やグループ、業務として携わる機会が多い栄養士や栄養指導員等とも連携することで、消費者教育への参画を促し、地域における担い手を増やす。

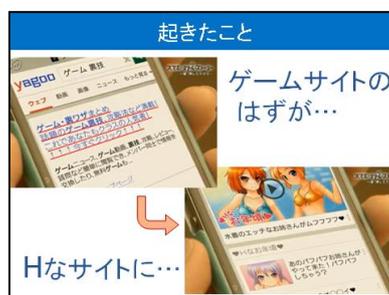
<主な取組>

消費者教育コーディネーター等への支援

消費生活相談員や地域で活躍する消費者リーダー等、消費者教育を推進するためのコーディネーターの役割を担う人を対象に、スキルアップ研修や最新の消費生活情報等の提供、情報交換会等を実施。消費者教育に関する知識をさらに深められるよう支援。

大学生による小中学生向け出前講座

大学生が出前講座用に開発したワンクリック請求に関するコンテンツを利用し、大学生による小・中学生向けの出前講座を実施。



高等学校における消費者教育モデル授業の事例集作成・報告会

モデル校（5校）で、消費生活に関連するテーマについて、生徒自らが考え、体験する授業を、家庭科教員が専門機関の助言を得ながら実施。他の教員への報告会を開催するとともに、授業展開例や学習指導案等を事例集としてまとめ、各高等学校に配付。



食品表示における相談対応向上のための研修会

栄養成分表示や誇大表示の禁止等に関する知識や指導技術の向上を図るため、消費者や飲食店からの栄養成分表示の活用について相談対応を行う兵庫県栄養士会会員などを対象に研修会を実施。

サイバー防犯ボランティアの養成

インターネット利用による消費者トラブルや犯罪被害を防止するため、ネット情報に長けた「サイバー防犯ボランティア」を養成し、県警察が実施する小・中学生対象のインターネットトラブル防止講習会の講師として活動や、各種啓発活動を実施。



兵庫県警察本部サイバー犯罪防犯センターHP <http://www.police.pref.hyogo.lg.jp/cyber/>

3 多様な主体の参画と協働による推進

全県で消費者教育を推進するため、消費者団体・事業者・事業者団体など多様な主体の取組を支援するとともに、消費者・事業者・行政のネットワークである「ひょうご消費生活三者会議」による協働事業を推進し、消費者市民社会の実現に向けた地域ネットワークの構築や、機運醸成のための異世代交流等を支援していく。

【今後の方向】

- ・ 社会や環境を意識した消費行動の醸成
- ・ 消費者行政と教育委員会との連携強化
- ・ 消費者教育に取り組む団体等への活動支援の強化

消費者教育を推進するには、環境等関係部局をはじめ、教育機関、消費者団体、事業者・事業者団体、NPO等多様な主体との連携協働が不可欠である。

消費者行政担当課と教育委員会との連携を強化し、学校での消費者教育を負担なく実施できる仕組みを作るとともに、教員の消費者教育への意識付けを行う。

事業者・事業者団体、生活協同組合、NPO等多様な団体がそれぞれ進めている消費者教育を支援するとともに、互いの取組の情報共有を進め、連携・協働を図るため、消費者教育の中核拠点である消費生活総合センターの施設整備により、その活用を促進する。

<主な取組>

適格消費者団体への活動支援

適格消費者団体「ひょうご消費者ネット」による差止請求訴訟制度や新たな被害回復制度の普及・啓発のためのシンポジウムやリーフレット作成を支援。

NPO 法人ひょうご消費者ネットHP <http://hyogo-c-net.com/>

消費者団体等との協働による啓発

自立した消費者を育成・支援するため、消費者団体・女性団体と協働で、消費生活に関する学習会、パネル展、キャンペーン、消費生活情報の提供等を実施。

[兵庫県消費者団体連絡協議会の取組] 食の安全安心に関する事業として県内各地域に伝わる伝統的な郷土料理のレシピを収集、発行。



事業者団体等による消費者教育の支援



地域に根ざして消費者の暮らしを支える生協や事業者団体等が主体的に実施する消費者教育・啓発活動を支援。

[コープこうべの取組]

くらしに関するマークが書いてあるおもちゃの魚を釣りながら、表示について学ぶ学習プログラムを開発、イベント会場で啓発を実施。

【兵庫発】ひょうご消費生活三者会議による異世代交流ワークショップ

消費者市民社会の実現に向け、家庭、学校、企業など地域における各々の役割や連携を考える機会とするため、これからの社会の担い手となる高校生・大学生等も含めた「消費者」、「事業者」、「行政」の三者が、それぞれの立場から意見交換を行い、ともに実践できることを考えるワークショップを開催。



[参考：多様な主体による自主的な取組]

従来から多様な主体による自主的な取組が進められてきたが、消費者教育に関する活動を県と協働で行ってきた大学生による新たな団体の設立など、さらなる広がりを見せている。

兵庫県消費者団体連絡協議会による「ひょうご消費者教育応援協定」の締結

これからの兵庫を担う高校生等が、消費生活について正しく理解し、冷静に行動できる消費者力を身に付けられるよう、兵庫県消費者団体連絡協議会が高等学校等と「ひょうご消費者教育応援協定」を締結。消費者教育・実践活動を協働で実施している。

高校生が日頃の学習を活かした「子ども向け間伐材を用いた木工教室」や、消費者団体ならではの「地産地消料理教室」の開催、悪質商法による被害防止のため、消費者団体が作成した台本をもとに高校生が紙芝居を作成する等、それぞれの世代の得意分野を活かした協働事業が展開されている。



(平成 29 年度現在 16 校)

神戸商業高校、神出学園、KTC 中央高等学院、武庫荘総合高校、有馬高校、姫路商業高校、千種高校、山崎高校、龍野北高校、山の学校、但馬農業高校、豊岡総合高校、氷上高校、篠山東雲高校、淡路高校、関西看護医療大学

生活協同組合コープこうべによる「エシカル消費」の取組

「エシカル消費」は、これまでからの生協の様々な取組を横断的につなぐキーワードになることから、職員向け研修に力を入れるとともに日本生活協同組合連合会と共同で啓発冊子を作成し、店舗での学習会のメニューに「エシカル消費」を取り入れている。

啓発冊子では、具体的な商品をあげ、公正な社会の仕組みを作り出すことや、豊かな地域を作り出すことへのつながりを分かりやすく説明している。



兵庫県クリーニング生活衛生同業組合による「消費者教育講座」の実施

家庭用品品質表示法に基づく衣類等の洗濯表示が変更になったことから、新しい記号の意味を正しく理解し、上手な洗濯やクリーニングトラブル防止に活かしてもらうための消費者向け講座を開催している。

NPO 法人C・キッズネットワークによる「消費者教育講座」の実施

子どもや障害者等の特性に応じ、行政との協働による新たな教材の開発や、特別支援学校での出前講座等を実施している。



『学生団体スマセレ』の設立

大学生の消費者リーダーとして、消費者教育に関わってきた「くらしのヤングクリエイター (P19 参照)」が、未来を自分たちの手で「スマート・セレクト (賢い選択)」し、消費者市民社会を目指すための様々な活動に取り組むことを目的に、平成28年3月1日に学生団体「スマセレ」を立ち上げた。

「スマセレ」は行政や事業者等と連携しながら、消費者啓発やワークショップを企画実施するなど、学生ならではの活動を続けており、兵庫県だけでなく全国の学生へと広がりを見せている。



HP <https://www.sma-sele.jp/>

4 効果的な情報収集・発信

情報誌、ツイッター等を活用し、世代に対応した情報発信を行っていくとともに、市町や各種団体等との連携を深め、消費者教育の情報収集・発信に努める。

[今後の方向]

- ・消費者被害の最新情報や倫理的消費等に関する情報の定期的な発信
- ・消費者被害の未然防止・拡大防止を意識した消費生活センターの活用周知

消費者トラブルに関する最新情報や、消費者市民社会を構築するために必要な倫理的消費や消費者志向経営に関する情報を、若者や高齢者、障害者などそれぞれの世代・特性にあった効果的な方法により定期的に提供する。

小・中・高校、特別支援学校向けにメールで情報発信をしている「消費生活情報メール」について、大学生や事業者等にも提供するなど、より多くの若者等の目に触れる仕組みをつくる。

<主な取組>

ひょうご消費生活ニュースによる情報発信

県内の消費生活相談の状況や、市町、消費者団体等の取組を「ひょうご消費生活ニュース」として定期的に発行し、県内の消費者教育の取組情報を発信。

[発行回数] 年 4 回

HP https://web.pref.hyogo.lg.jp/kf13/ac10_000000054.html

ツイッターによる消費生活情報の発信

Twitter(ツイッター)を活用し、最新の悪質情報の手口紹介、製品事故情報、イベント案内、行政処分等を発信。 年間約 140 ツイート

HP <https://twitter.com/HyogoShohi>

小・中・高校、特別支援学校へのメール情報発信

県内すべての小・中・高等学校、特別支援学校に対し、年 3 回(長期休暇前)、消費生活情報メールにより情報提供。

最新のスマホ利用に関するコンテンツについては、対象者と年代の近い大学生が作成することで、より効果的に働きかけ。

2017年7月 第30号
兵庫県消費生活科学センター企画研修課
TEL:078-302-4000 FAX:078-302-4002
<http://www.seiken.server-shared.com>

知ってる？
**増えるLINE乗っ取り
「携帯番号教えて」の理由とは？**

みなさんは、右の画面のようなメッセージを取ったことはありますか？
これは、無料通話アプリ「LINE(ライン)」のトーク画面で、まもなくLINEの乗っ取りが行われようとしているところ。このメッセージは「友だち」から届いていますが、その友だちは、本人ではなく「友だちを乗っ取った悪い人」です。こんな風に、「友だち」から突然、「携帯番号」と「4ケタの認証(にんしょう)コード」を聞かれたら、**注意して!** 言われた通りに携帯番号と4桁の認証コードを教えしまうと、LINEアカウントは乗っ取られて、使えなくなってしまう。この状況では、本の友だちからメッセージが来るので、詳しい情報を教えようになります。しかし、自分のLINEが乗っ取られれば、自分の友だちは被害が広がることを防ぐためには「あれ?大丈夫かな?」と、一歩立ち止まって、適切に判断しましょう!
こんなメッセージが来たら、どうすればいい?

➡ 4ケタの認証コードを教えない!
➡ ほかに方法で本人に連絡する!
➡ まわりの大人に相談する!

携帯番号だけなら乗っ取られない。電話や通話音などして、メッセージの内容について確認する。一人で解決しようとせず、まわりの大人に相談する。

ごまったときには相談を!
消費者ホットライン
☎ 188番
お近くの相談窓口につながります

HP <http://www.seiken.server-shared.com/information/mail>

消費者教育関連施策体系(平成30年度)

I あらゆる年代や様々な場で展開される多様な消費者教育の推進

1 あらゆる年代を対象にした消費者教育の推進

(1) 幼児・小・中・高校生

①消費者教育体験学習会事業 (H22年度～)	<p>幼児から小中学生、保護者などが楽しみながら参加・体験できる体験学習会を開催し、実践的な能力を養成</p> <ul style="list-style-type: none"> ○商品テスト等体験学習会の開催 ○ライフ＆マネープラン等体験学習会の開催
②サイバー犯罪防犯センターによるサイバー犯罪被害防止教室 (H26年度～)	<p>サイバー空間における脅威に対処するため、児童や保護者、教育関係者等を対象にサイバー犯罪被害防止教室を開催</p>
③子ども向け食の安全安心実践事業 (H28年度～)	<p>食の安全安心を推進するため、次代を担う子どもに対し、将来にわたる衛生思想を定着させるイベント等を開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ○子ども向け食の安全安心実践教室の開催（6回）
④県版HACCP認知度向上大作戦 (H29年度～)	<p>次世代を担う子供にターゲットを絞り、重点的に啓発事業を展開することで、将来にわたって県版HACCPの知識の醸成及び認知度向上を図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○夏休み親子HACCP自由研究大作戦（県版HACCP認定施設見学会の実施等）（2回） ○子供HACCP PR大作戦（啓発資料資料1,500個）
⑤「学びの農」実践活動促進事業 (H19年度～)	<p>次代を担う子どもたちが、兵庫県農林水産業を総合的に学び、衣食住など自らの生活と深く結びついていることを理解し、ひいては本県農林水産業の理解者、応援団として育成するため、各方面で農林水産業の理解促進に資する活動を支援</p>
⑥暮らしの中に木材を取り入れる運動の推進 (H26年度～)	<p>子供達が木の良さを体感することで、木づかいの社会的気運を醸成するため、私立学校園等に対して木製玩具・学習機の導入支援を行い、木にたくさん触れる機会を提供する「木育キャラバン」を実施</p>
⑦県産農林水産物学校給食利用促進事業 (H25年度～)	<p>生産者と連携し、学校への出前授業や農作業体験の機会を提供。児童生徒や給食関係者の食や「農」への理解を醸成することで、学校給食での県産農林水産物の利用促進を図る</p>
⑧環境体験事業 (H19年度～)	<p>小学校において命の大切さ等を発展的に学び、「生きる力」の育成を図るため、自然にふれあう体験型環境学習を実施</p>
⑨学校教育活動全体で行う食育の推進 (H24年度～)	<p>学校における食育推進に資するため「食育実践推進に関する有識者会議」を設置し、学識経験者等の意見を聴取するとともに、全国学校給食研究協議大会を神戸市で開催し、兵庫県の食育を推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ○食育実践推進に関する有識者会議の設置 ○第69回全国学校給食研究協議大会の開催
⑩若年者のインターネットトラブル防止事業 (H26年度～)	<p>インターネット利用による消費者トラブルや犯罪被害を防止するため、インターネット等の情報に長けたサイバー防犯ボランティアを養成し、県警察が実施する小中学生対象のインターネットトラブル防止講習会の講師としての活動や、各種啓発活動を実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ○サイバー防犯ボランティア（約70人）向け研修会 ○サイバー防犯ボランティアによる啓発活動等実施
⑪青少年のインターネット依存等防止対策の推進 (H20年度～)	<p>インターネット依存等を防止するため、県民・業界等との協働により安全利用への啓発を行い、良好な環境づくりを推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ○青少年のインターネット利用対策戦略会議の開催 ○インターネット依存防止対策キャンペーンの実施 ○インターネット依存防止対策推進事業
⑫インターネット利用基準作成遵守支援事業 (H28年度～)	<p>青少年愛護条例の趣旨を踏まえ、小中学生のインターネット利用の自主的なルールづくりの取り組みがさらに進むよう、利用基準の作成及び遵守を市町と連携して支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ○対象校数 600校 ○事業例 学習会の実施、保護者へ配布するリーフレットの作成、アンケートの実施、スマホサミットの開催 等
⑬消費生活センター等による高等学校向け出前講座 (H28年度～)	<p>学校現場で必要とされている消費生活に関する最新のトラブル事例・対処法やネット関連情報等について、消費生活センター等が外部講師も活用しながら、出前講座を企画・実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ○消費生活センター・消費者センターによる出前講座 ・実施回数 21回（7センター×3回）
⑭消費生活センター等による特別支援学校等向け出前講座 (H27年度～)	<p>学校現場で必要とされている消費生活に関する最新のトラブル事例・対処法やネット関連情報等について、消費生活センター等が外部講師も活用しながら、出前講座を企画・実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ○消費生活センター・消費者センター等による出前講座 ・実施回数 14回（7地域×2回）

(2) 若者	
①くらしのヤングクリエイターの養成・活動支援 (H22年度～)	大学生に対し、消費者問題に関する研修会等を実施し、次世代の消費者リーダーとなる「くらしのヤングクリエイター」を養成し、活動を支援 ○若者向け研修、ワークショップ等の開催 ○若者の消費者意識向上のための啓発活動への支援 ○教材・コンテンツの開発
②大学生による倫理的消費活動 (H29年度～)	人や社会・環境に配慮した倫理的消費について、大学教授や事業者団体等との協働により、若者が企画し、啓発や研究に取り組む活動を支援
③次世代(若者)の消費者力アップ講座 (H25年度～)	これから社会に出て行く大学生・専門学校生等を対象に、消費者力アップ講座の開催や、消費者トラブル啓発資料等による情報提供を実施 ○大学での消費者教育講座の導入
④サイバー犯罪防犯センターによるサイバー犯罪被害防止教室(大学と連携した消費者教育を含む情報モラル教育の推進) (H26年度～) ※再掲	サイバー空間における脅威に対処するため、児童や保護者、教育関係者等を対象にサイバー犯罪被害防止教室を開催
⑤若年者のインターネットトラブル防止事業(学生サイバー防犯リーダーの育成) (H26年度～) ※再掲	インターネット利用による消費者トラブルや犯罪被害を防止するため、インターネット等の情報に長けたサイバー防犯ボランティアを養成し、県警察が実施する小中学生対象のインターネットトラブル防止講習会の講師としての活動や、各種啓発活動を実施 ○サイバー防犯ボランティア(約70人)向け研修会 ○サイバー防犯ボランティアによる啓発活動等実施
⑥若年層や社会的弱者への消費者教育の充実 (H28年度～)	若年層や社会的弱者に、消費生活センター・消費者センターが無料で相談に対応していることを周知・徹底 ○出前講座の充実実施 ○消費生活の見守り・パイプ役の育成 ○但馬消費者教育手作り教材等の作成
(3) 高齢者	
①くらしの安全・安心推進員の設置 (H25年度～)	「くらしの安全・安心推進員」を設置し、高齢者の見守りや悪質商法によるトラブル防止など消費生活に関する啓発、情報収集などの活動を支援
②高齢者・障害者等の情報リテラシー強化 (H26年度～)	県消費生活センター・消費者センターを中心に市町や警察、福祉関係団体等で構築した「高齢者等被害防止ネットワーク」により、地域における高齢者・障害者等の被害防止のための見守り支援、本人や家族への啓発の実施 ○高齢者等被害防止ネットワーク(連絡会議:7地域×4回) ○高齢者・障害者等への啓発活動の実施(街頭キャンペーン等)
③自治会・老人クラブ等のリーダーを対象とした高齢者特殊詐欺対策出前講座 (H28年度～)	特殊詐欺の標的となりやすい高齢者に対し、最新のトラブル情報をきめ細かく提供するため、自治会・老人クラブ等のリーダーを対象とした出前講座を実施 ○自治会役員等への出前講座 14回(7地域×2回)
④高齢者の消費者被害防止に向けた見守り推進事業 (H26年度～)	高齢者の見守りを行う機関、次世代(高校生等)を対象にした見守り力アップ講座の実施及び団体、協定校等の連携による啓発活動を実施 ○見守り力アップ講座 ○交流会等の実施 ○啓発チラシの作成
2 様々な場での消費者教育の推進	
①金融リテラシー講座 (H27年度～)	実態のない投資話をもちかける投資詐欺の被害が増加していることから、基本的な金融に関する基礎知識を学ぶ講座を実施 ○消費者向け金融リテラシー講座の開催(37回) ・実施回数 各センター7回(7地域×1回) ・NPO団体等委託での実施回数(FP等外部講師の活用) 30回
②企業従業員向け消費者教育出前講座 (H27年度～)	事業者が自社の従業員に対する消費者教育を推進するよう、消費生活センター等が出前講座を実施
③消費者教育に係る実践事例発表・検討会議 (H27年度～)	地域における消費生活センター・消費者センター等が中心となり、消費者市民社会の実現に向けた地域のネットワーク構築や気運醸成のための、実践事例発表・検討会議を実施 ○消費者教育実践事例発表・検討会議 ・実施回数 7回(7地域×1回)
④消費者団体による啓発推進事業 (S46年度～)	自立した消費者を育成・支援するため、消費者団体・女性団体と協働で、消費生活に関する学習会、パネル展、キャンペーン、出前講座等を行い、消費生活情報の提供、啓発等を実施
⑤地域・家庭の伝統行事普及推進事業 (H19年度～)	各地域において、多くの家族、親子が参加できる伝統行事等を住民主体で企画し、行事のいわれを学ぶとともに、家族一緒に行事を体験できる事業等の実施を支援
⑥ひょうご「食の健康」運動の展開 (H15年度～)	県民一人ひとりが食を通じた健康づくりを進めるため、リーフレットを作成し食の健康運動リーダーから県民へ広く普及を図る

⑧食の安全安心推進事業（リスクコミュニケーション推進）（H18年度～）	県民が不安に感じているテーマ等について、地域の特性や県民の関心が高いテーマを選定した意見交換会等の開催 ○食の安全安心フェアの開催（13回）
⑨エコツアーリズムバス運行支援事業（H11年度～）	環境関連施設での学習機会や貴重な自然環境などに触れる機会を提供することにより、環境保全の取組や環境に配慮した生活を自発的に出来るようになることを目的として、団体及び学校が借り上げたバス等経費の一部を助成
⑩サイバー犯罪防犯センターによるサイバー犯罪被害防止教室（企業向けサイバー犯罪被害防止教室）（H26年度～） ※再掲	サイバー空間における脅威に対処するため、児童や保護者、教育関係者等を対象にサイバー犯罪被害防止教室を開催
⑪高齢者・障害者等の情報リテラシー強化（まちづくり防犯グループ等の参画強化）（H26年度～） ※再掲	県消費生活センター・消費者センターを中心に市町や警察、福祉関係団体等で構築した「高齢者等被害防止ネットワーク」により、地域における高齢者・障害者等の被害防止のための見守り支援、本人や家族への啓発の実施 ○高齢者等被害防止ネットワーク（連絡会議：7地域×4回） 467千円 ○高齢者・障害者等への啓発活動の実施（街頭キャンペーン等） 2,172千円

II 消費者教育の担い手の育成・活用

1 コーディネート機能を担う人材養成・講師活用

①相談業務に必要な消費者教育基礎研修（H21年度～）	県・市町センターの相談員等の資質向上を図るため、法改正内容や新たな消費者トラブル事例等の最新情報、消費者教育の基礎知識等に係る各種研修を実施 ○実施回数 基礎研修（3回）、専門研修（10回）、特定商取引法執行业務研修（6回）、消費者教育研修（3回）
②消費者教育コーディネーター等支援事業（H27年度～）	27年度に消費者教育コーディネーター養成講座、28年度にフォローアップ講座を実施。消費者教育コーディネーター（消費生活相談員や地域で活躍する消費者リーダー等）の地域における活動を支援するため、情報交換会や研修の機会を提供 ○情報交換会・スキルアップ研修 ・実施回数 5回
③くらしのヤングクリエイターの養成・活動支援（H22年度～） ※再掲	大学生に対し、消費者問題に関する研修会等を実施し、次世代の消費者リーダーとなる「くらしのヤングクリエイター」を養成し、活動を支援 ○若者向け研修、ワークショップ等の開催 ○若者の消費者意識向上のための啓発活動への支援 ○教材・コンテンツの開発
④地域保健食生活改善業務資質向上研修（H10年度～）	栄養・食育推進行政に携わる、地域の核となる人材を育成するため、県の栄養・食生活改善、食育推進行政に対する理解を一層深めることを目的として、研修会を実施 ○栄養指導員資質向上研修 ○市町栄養改善業務強化推進研修
⑤若年者のインターネットトラブル防止事業（大学生等への自学促進支援）（H26年度～） ※再掲	インターネット利用による消費者トラブルや犯罪被害を防止するため、インターネット等の情報に長けたサイバー防犯ボランティアを養成し、県警察が実施する小中学生対象のインターネットトラブル防止講習会の講師としての活動や、各種啓発活動を実施 ○サイバー防犯ボランティア（約70人）向け研修会 ○サイバー防犯ボランティアによる啓発活動等実施

2 多様な分野での人材開発

①食品表示における相談対応等の向上のための研修会（H27年度～）	栄養成分表示や誇大表示の禁止等に関する知識や指導技術の向上を図るため、消費者や飲食店からの栄養成分表示の活用についての相談対応を行う（公社）兵庫県栄養士会会員等を対象に研修会を実施
②花緑いっぱい運動推進員設置事業（H16年度～）	花と緑あふれる美しい県土づくりを推進するため、花と緑のまちづくりに一定の技術、知識を有し、地域における花緑活動のリーダー（ボランティア）として実践活動や人材育成に取り組む者を「花緑いっぱい運動推進員」に委嘱
③花緑いっぱい運動推進員研修会・地域ワークショップ開催事業（H16年度～）	美しい県土づくりに向けて、花と緑のまちづくりを通して、県民の花と緑に関する意識の向上を一層進めるため、花緑を使ったまちづくりの核となる人材である花緑いっぱい運動推進員と一般県民を対象とする「花緑いっぱい運動推進員ワークショップ」を開催 ○開催回数：6回
④特別支援学校等の教員向け研修（H27年度～）	平成29年度までに作成した教材・プログラムの活用方法のほか、効果的な消費者教育授業等について、専門的講師等による教員向け研修会を開催 ○教員向け研修会 ・実施回数 5回（5地域×1回）
⑤サイバー犯罪防犯センターによるサイバー犯罪被害防止教室（学校単位、地域単位の教職員研修に対する支援）（H26年度～）※再掲	サイバー空間における脅威に対処するため、児童や保護者、教育関係者等を対象にサイバー犯罪被害防止教室を開催

Ⅲ 多様な主体の参画と協働による推進

1 事業者・事業者団体、NPO、適格消費者団体等との連携

①消費者セミナー、ワークショップ等の実施（H22年度～）	「消費者」「事業者」「行政」による協働のネットワーク構築を目的として設置された「ひょうご消費生活三者会議」で、セミナーやワークショップ等を実施
②消費者教育推進プロジェクト（H29年度～）	多様な主体と連携した総合的な消費者教育を推進するため、専門家や教育委員会、各種団体等から意見を収集するためのワークショップの開催や、県内各地域で各種団体・グループ等の消費者教育への参画を促進 ○ワークショップの開催（3回）、パンフレットの作成 ○消費者教育推進員の設置
③消費者団体による啓発推進事業（S46年度～）※再掲	自立した消費者を育成・支援するため、消費者団体・女性団体と協働して、消費生活に関する学習会、パネル展、キャンペーン、出前講座等により、消費生活情報の提供、啓発等を実施
④事業者団体等による消費者教育支援事業（H26年度～）	地域に根ざした活動を展開する消費生活協同組合や地域に多数の店舗等を有する事業者団体等が各地域で実施する消費者教育・啓発活動を支援 ○事業者団体等の取組み支援（3団体程度 補助上限1,000千円）
⑤適格消費者団体活動支援事業（シンポジウム開催）（H27年度～）	県内唯一の適格消費者団体である「ひょうご消費者ネット」による、差し止め請求訴訟制度や新たな被害回復制度等に関する啓発のためのシンポジウムやリーフレット作成を補助 ○シンポジウムの開催（県内3地域） 571千円 ○リーフレットの作成（70,000部） 879千円
⑥消費者教育に係る実践事例発表・検討会議（H27年度～）※再掲	地域における消費生活センター・消費者センター等が中心となり、消費者市民社会の実現に向けた地域のネットワーク構築や気運醸成のための、実践事例発表・検討会議を実施 ○消費者教育実践事例発表・検討会議 ・実施回数 7回（7地域×1回）
⑦青少年のインターネット依存等防止対策の推進（H20年度～）※再掲	インターネット依存等を防止するため、県民・業界等との協働により安全利用への啓発を行い、良好な環境づくりを推進 ○青少年のインターネット利用対策戦略会議の開催 ○インターネット依存防止対策キャンペーンの実施 ○インターネット依存防止対策推進事業
⑧産・官・学連携による消費者教育を含むインターネット対策の推進（H24年度～）	県民のサイバー犯罪等に対する対処能力を向上するため、官民一体となって各種対策を検討・推進 ○検討課題に応じ、民間の有識者を招致した分科会を開催 ○官民連携による民間事業者を対象とした情報セキュリティ対策セミナー等を開催
⑨青少年関連団体等と連携した研修会（H26年度～）※再掲	サイバー空間における脅威に対処するため、児童や保護者、教育関係者等を対象にサイバー犯罪被害防止教室を開催

Ⅳ 効果的な情報収集・発信

1 情報紙、ツイッター等を活用した世代に対応した情報発信

①情報紙、注意喚起チラシの発行・配布（H10年度～）	○ひょうご消費生活ニュース（年4回） ○ひょうご発 生活情報誌Aライフ（11,000部×年4回） ○若者向けリーフレット「あま～い誘いにご用心」
②ミニコミ紙への掲載（H20年度～）	悪質商法等の注意喚起のため、全世帯配布ミニコミ紙により、情報を発信
③ツイッター「安全安心な消費生活推進本部」（H23年度～）	悪質商法の手口紹介、製品事故情報、食品安全情報、相談会、イベント等の案内、行政処分など随時発信
④小中高校へのメール情報発信（H19年度～）	県下の市町立小・中・高等学校・特別支援学校にへのメールでの情報提供（年3回）
⑤専用WEBサイトを活用した情報発信（H26年度～）	サイバー犯罪対策課発行の啓発資料「サイバー防犯通信」や各種セキュリティ情報、相談事例や相談窓口等を随時掲載