

# 埼玉県における消費者教育・啓発事業の取り組み

## 現在までの取組

### 従来型啓発事業

- ・消費生活講座(S43～):233回開催、19,644人参加(H23)
- ・県職員による出前講座開催 14回 637人参加
- ・消費生活講演会・金融経済講演会開催:7回 1,844人参加
- ・情報誌「彩の国くらしレポート」隔月発行各25,000部、他リーフレット等作成
- ・HP活用 消費生活支援センターアHPケース数25,591件(H23)
- ・市町村担当課への情報提供(くらしの110番:年12回⇒市町村広報誌に掲載)

### 活性化基金活用事業

- ・FM795「消費生活スポットインフォメーション」金曜日朝7:40放送
- ・テレビ埼玉特集番組放送(1回のみ)
- ・県出身落語家協力ポスター作成、電車窓上広告・路線バス広告
- ・ラッピングバス・啓発グッズ作成
- ・彩の国だより(県広報誌)消費生活特別号発行
- ・高齢者見守りガイドブック・パンフ作成  
⇒市町村・地域包括支援センター・民生委員等に説明・配布

### 基金活用地域連携事業

- ・消費者被害防止サポーター養成200人(H22～24)  
同フォローアップ講座開催、継続的にサポーターさんを支援
- ・消費者被害防止寸劇グランプリ開催⇒消費者団体とのコラボ
- ・福祉、自治振興部門との連携事業「高齢者の消費者被害防止フォーラム」開催⇒地域包括支援センター、社協職員等参加

### 学校教育連携事業

- ・消費者教育連携会議の運営:年2回
- ・教職員消費生活セミナー開催(毎年7～8月)
- ・中高校、大学対象消費生活講座開催

### 消費者啓発施設の運営

- ・彩の国くらしプラザの運営・リニューアルオープン(H24. 4. 28)  
⇒H23:96,273人来館、H24:11.20現在103,128人来館

## 課題

依頼のある場合に実施  
⇒関心のない人は参加しない

紙資料のインパクト不足、  
受け手の多様なニーズ、  
絶対量の不足、予算不足

基金事業新手法は投資  
対効果判定が困難

サポーターの活躍  
場所の確保、地域  
で活動できる人や  
消費者団体の育成

地域包括支援センター・  
民生委員・各関係団体  
との連携強化

教育委員会、学校現  
場との意思疎通円滑  
化・協力体制の確保

スタッフ確保

社会科見学等学校教育  
活動での利用促進

## これからの方向性

市町村・関係団体との連携協  
力による効果的な実施  
わかりやすく魅力的なコンテンツ  
開発・電子配信等の手法整備

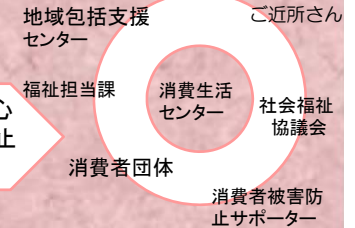
必要な人に必要な情報  
を届ける

### 地域連携消費者教育の促進

- ・住民に身近な市町村の機能発揮 自治会
- ・相談の掘り起こし 民生委員 近所さん

#### 【例】

消費生活センターを中心  
とした高齢者等被害防止  
ネットワークの構築



役割  
分担

推進法S13

- ・市町村との協力関係拡大
- ・県の情報提供能力、相談レベルの向上
- ・適格消費者団体との連携

役割  
分担

推進法S11

- ・教育委員会との連携強化
- ・相談員による中高校消費生活講座の充実等

金融教育・悪質商法啓発施設として  
一層の利用促進・民間ノウハウ導入