

(2) 本県の消費者教育の基本的な方向

基本方針を踏まえながら、高齢者の消費者被害の増加や社会の変化に伴い発生する消費生活トラブルが懸念される等、本県の現状を考慮し、消費者教育の推進についての基本的な方向を、当面、次のとおり整理し関連する取組を推進することとします。

基本的な方向 1

被害に遭わない、合理的な意思決定ができる自立した消費者の育成

基本的な方向 2

一人ひとりの消費行動が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て、よりよい社会のために行動する消費者の育成

消費者教育の推進にあたっては、消費者教育の広い領域に対応できるよう多様な主体と連携しながら、年齢や障害の有無その他の消費者の特性に配慮するとともに、消費者教育が行われる様々な場の特性に応じた、適切な方法により取り組むこととします。

4 実施主体ごとの消費者教育の状況と推進のための方向性

消費者教育については、多様な主体により取り組まれています。その主な主体ごとに、調査やヒアリングなどにより整理した消費者教育の実施状況と今後推進していくための方向性についてまとめました。

以下の内容を踏まえて、多様な主体と連携し、消費者教育を進められるよう必要な取組を検討します。

(1) 県

県においては、各部局が所管する事務・事業等の推進施策として県民への情報提供、啓発、相談対応など様々な消費者教育とそれに関連する取組が行われています。

消費者行政課、消費生活センターでは、消費者被害防止、啓発など「消費者の自立支援」を中心に取り組んでおり、各部局においては、家庭教育・生涯学習支援、環境教育、食育・地産地消、保健、食の安全・安心、医療・福祉サービスの情報、情報分野など「消費者市民社会の構築」に密接に関連するものに幅広く取り組んでいます。

今後も、これらの取組が消費者教育の視点を有しつつ、効果的に進められるよう、連携促進、情報共有を図るほか、消費生活センターにおける相談情報が各部局の取組の参考とされるよう、情報発信や消費者教育関連の情報提供の充実を図ります。

また、消費者教育の意義などについて理解が進むよう広報に取り組むとともに、消費者教育の担い手の掘り起し、育成など必要な取組を検討します。

(2) 市町村

県内すべての市町村消費者行政担当課では、県作成資料の配付や広報紙による情報提供などを行っていますが、相談員が配置されている市町村においては、独自の啓発資料の作成、講座の開催なども活発に行われています。

相談員を置いていない市町村においては、防災無線や広報紙の活用、啓発情報の町内回覧などの工夫がなされていますが、多くは独自の啓発資料の作成や、講座を企画するなどには至っていない状況です。

市町村は身近な相談窓口であり、消費者教育の充実が図られるよう地域の多様な主体との連携による取組の推進など、各市町村の状況に応じた支援を検討します。

(3) 消費者関係団体

「消費生活ネットワーク新潟」の構成団体においては、各団体がそれぞれの活動目的に応じて、対象者、内容など様々な消費者教育に関する取組が行われています。

構成団体の活動目的に応じて行われている取組が、消費者の自立支援や消費者市民社会の形成など消費者教育の視点も有してより効果的に進められるよう、構成団体の消費者教育推進への協力について理解が進むよう働きかけるほか、構成団体の取組に関する情報を共有し、情報発信や関連事業実施の際の連携を深めます。

消費生活ネットワーク新潟（平成 23 年 11 月設立）

消費者問題に取り組む団体が、情報の共有化を図り、消費者問題の解決に向けた行政機関との連携・協働も含めた諸活動を通じて、消費者自らの自立を促進し、県民の誰もが安全・安心な消費生活を営むことができる社会の実現に寄与することを目的として設立

（平成 27 年 10 月現在、次の 8 団体により構成）

新潟県消費者協会、新潟県労働者福祉協議会、新潟県食品衛生協会、新潟県弁護士会、新潟県司法書士会、新潟県労働金庫、日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会東日本支部新潟分科会、新潟県生活協同組合連合会（事務局）

(4) 事業者、事業者団体

新潟県内の事業者には調査（新潟県の産業構成比を考慮のうえ、売上の大きい事業者を対象として 200 社に調査、94 社が回答 回収率 47%）した結果によると、消費者教育の実施状況について、従業者に向けては 29.8%、消費者に向けては 27.7%が「既に実施している」と回答しています。

消費者に向けた消費者教育は、消費者との関連性が比較的高いと思われる業種（卸・小売業、金融・保険業など）、事業者で実施されていました。

一方、未実施と回答した事業者のなかにも、ホームページで自社製品の安全・安心情報を掲載するなど消費者教育の取組がみられ、消費者教育の考え方が浸透していないことがうかがえました。

事業者が既に行っている取組に消費者教育の視点を加味されるよう働きかけるなど消費者教育についての理解促進を図るとともに、業種や業態に応じてどのような取組・連携ができるか検討します。

また、従業者に向けた消費者教育について、「企画・運営する人員的な余裕がない」、「実施する時間がとれない」などが取り組むうえでの課題として挙げられていることを踏まえ、多様な主体と連携して、どのような働きかけができるか検討します。

(5) 小・中・高等学校

従前より、学習指導要領に基づき、消費者教育が授業の中で行われています。消費者教育は、社会科（中学校では公民分野、高等学校では公民、現代社会、など）や家庭科、道徳（小学校）などの各教科に関連しており、授業の中で消費者教育がより効果的に行われるよう、連携について検討します。

また、近年、学校において生徒指導等における課題とされているSNS、情報通信サービス利用に関する啓発など消費生活関連の問題についても、関係部署、関係団体等と情報共有し、連携について検討します。

(6) 大学、専門学校

大学、専門学校に消費者教育の実施状況について調査（92校に調査、59校が回答、回収率64.1%）した結果、84.7%が何らかの啓発を行っており、「校内へのポスターやリーフレット掲示、配置」が72.9%、「学生便覧等への掲載」が32.2%、直接、学生に提供する機会として「入学時におけるガイダンス」で実施が45.8%、「講義での提供」11.9%、「セミナー等の開催」8.5%となっています。

県へ期待することとして、「パンフレット等の提供や教材の配布」という回答が67.8%、「最新情報の定期的な提供」という回答が47.5%と高くなっています。

また、ヒアリング調査では、日常的にホームルームなどの機会に注意喚起などがなされている状況がわかったほか、最近の学生にとっては、直接外部機関に電話相談をするということに抵抗感がある、スマートフォンでインターネットに常にアクセスできる状況であることを踏まえて、情報提供も考えていくべきではないかななどの意見も聞かれました。

大学、専門学校の学生は、一人暮らしを始める、未成年から成年になり契約の主体となるなど、消費者としての立場が大きく変化し、同時に様々なトラブルに巻き込まれる可能性が高まる時期でもあります。

消費者被害防止のための情報や知識のほか、自らの消費行動が社会に影響を与え得るとの自覚を促す消費者教育が効果的に行われるよう、学校と連携を図り、教員等が活用しやすい情報や資料の提供、学生向け情報発信などについて工夫し、取組の推進を働きかけます。

(7) 社会教育施設等

「新潟県生涯学習推進プラン～学びを楽しみ、社会に活かす～」では、「持続可能な未来を実現する循環型生涯学習社会」を基本目標に、「だれもがいつでも・どこでも学べる社会」を理念として、生涯学習を推進しています。

県内市町村の社会教育施設では、社会の要請や個々のニーズに応えられるよう様々な学級・講座が開設され、多くの県民が受講しています。

「家庭教育・家庭生活」、「情報教育関係」、「環境問題関係」などに分類される講座のなかで、幼児期から高齢者までの各段階に求められる消費者教育の要素を含んだ内容が行われており、今後も効果的に取り組まれるよう関係機関等との連携を推進します。

5 重点的な取組

消費者教育を推進するための二つの基本的な方向について、本県の消費者を取り巻く環境や現況を踏まえ、当面、次のテーマを重点的な取組として進めることとします。

(1) 被害に遭わない、合理的な意思決定ができる自立した消費者の育成

- ア 若者、高齢者の被害防止
- イ 喫緊の課題へ対応

(2) 一人ひとりの消費行動が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て、よりよい社会のために行動する消費者の育成

- ア 「消費者市民社会」の考え方の普及、啓発
- イ 多様な主体との連携強化

(1) 被害に遭わない、合理的な意思決定ができる自立した消費者の育成
ア 若者、高齢者の被害防止

【若者】

10～20歳代の若者は、進学・就職する、一人暮らしを始める、未成年から成年になり契約の主体となるなど、消費者としての立場が大きく変化し、同時に様々なトラブルに巻き込まれる可能性が高まる時期でもあります。

そのため、契約や若者に多い消費者トラブルなど、自立した消費者として基本的な知識の修得の機会を充実させることが大変重要であるとともに、「消費生活に関する行動が社会に影響を与え得ることについて自覚を促すよう取り組む」ことが求められています。

また、最近ではSNSなどに不用意に掲載した情報によるトラブルや悪質商法とは知らずに勧誘・販売などに関わってしまうなど、意図せずに若者自身が加害者となるような事態も懸念されています。

若者は、SNSなどによりコミュニケーションを取ることが多いことや、スマートフォンなどでインターネットに常にアクセスできる環境であることに配慮し、情報モラルの理解、インターネット利用の利便性やリスクなどの知識と併せ消費生活トラブル防止に向け、効果的な情報提供の手法を検討することが必要です。

10～20歳代は小・中学生、高校生、大学生、社会人と、発達段階や社会経験に大きな違いがあるので、保護者、地域団体、学校、事業者などそれぞれに身近な関係者、関係団体との連携により効果的に取り組むことが求められます。

【取組例】

- ・高校生等を対象にした消費生活講座について、多様な主体と連携して、学校などが利用しやすいように、実施方法等を検討
- ・特別支援学校を対象とした消費生活出前講座の拡充に向け、関係者と連携、推進

【今後の検討】

- ・大学等と連携した学生への情報提供の充実等について検討
- ・多様な主体と連携した新入社員等への情報提供について検討
- ・学校やPTAなどとの連携により、保護者や地域など周囲の者が子どもの消費生活トラブルについて関心を高め、被害防止に注意を払えるよう、共に学ぶ機会の提供を検討 など

【高齢者】

高齢者人口が増加するなか、高齢者を対象にした商品やサービスも増加し、また、多様化してきています。それに伴い、高齢者の相談件数も増加しており、平成26年度の相談件数は平成21年度の1.8倍となっています。

高齢者の資産を狙った問題のある勧誘や詐欺的商法が現れるなど、今後も高齢者の消費者トラブルや詐欺被害などが増加していくことが懸念されます。

高齢者については「電話勧誘販売」や「訪問販売」に関する相談が他の年代層より多いことが特徴の一つであり、自宅への電話、訪問による勧誘に対して適切に対応する必要があります。

高齢者は、契約者本人以外の者から相談が寄せられることも多いですが、今後は認知症等の理由によって十分な判断ができない状態にある消費者に係る相談の増加や、一人暮らしの高齢者が増加することでトラブルが気付かれにくくなる懸念もあります。

そのため、高齢者の消費者被害防止のための取組は、身近な相談窓口である市町村と連携しながら、高齢者本人を対象にした注意喚起、消費者教育の機会の拡充のほか、家族や福祉関係者など周囲の者に対する見守りのための情報提供をし、速やかに相談窓口へつなぐ取組を通じ、地域での見守り体制の整備などが求められます。

【取組例】

- ・消費生活サポーターの養成、活動支援による身近な地域での被害防止の啓発の機会を拡充
- ・高齢者の生活に身近な場での注意喚起や啓発の取組について関係団体等と連携

【今後の検討】

- ・市町村の消費者行政担当部署、高齢者福祉担当部署、防犯担当部署及び警察など関係機関との連携による高齢者、周囲の者への注意喚起等、様々な手法を活用した速やかな注意喚起、効果的な情報提供の検討 など

イ 喫緊の課題への対応

～インターネット利用に関連する消費者トラブル防止

近年の相談状況として、最も相談の多い商品・役務は、インターネットを利用した商品・サービスである「デジタルコンテンツ」となっており、平成26年度における相談は3千件を超えています。平成25年度と比較すると26.7%増加し、その大半は「ワンクリック請求」や「架空請求メール」によるものとなっています。

また、「インターネット接続回線」の契約についての相談も、NTTが光サービスの卸売を始めた影響もあり、前年度から75.3%増加するなど、インターネットに関連した相談は、今後も増加することが懸念されます。

電気通信サービスの契約については、料金体系や契約条件、サービス内容などが複雑化し消費者がこれらを正確に理解することが困難な状況がみられます。

消費者保護のために「電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン（総務省）」が示されており、個々の消費者が適切なサービスを選択し安全に利用できるように、事業者において啓発資料の作成や消費者向けの講座などに取り組む事例もみられます。

インターネットの利用については、その情報やサービスをそれぞれの目的のための適正に利用する相応の知識や能力が必要であり、利用者が情報を発信する側として加害者になり得る恐れなど、情報モラルを理解し、その利便性やリスクを認識することが重要です。インターネットが適正に利用されるよう、通信事業者や情報教育を行う多様な主体と、取組内容などの情報を相互に共有し、年代に応じた消費者教育が行われるよう連携していくことが重要です。特に小・中学生の利用については、保護者による対処が重要になってくるので、保護者への啓発や保護者と共に学ぶ機会の提供など工夫が必要です。

また、スマートフォン、モバイル端末など情報通信機器が普及し、利用が広まっていることから、インターネットを利用した注意喚起の情報や消費生活に関する有用な情報発信について、効果的な手法を検討していくことも求められます。

【取組例】

- ・情報モラル、インターネットによる取引やサービスなどの適正な利用に関する講座等を通じた、各年代に応じた情報提供
- ・各部局の関連事業等の情報を共有し、効果的な実施に向け連携 など

【今後の検討】

スマートフォンなどの端末の利用に配慮した効果的な情報発信 など

(2) 一人ひとりの消費行動が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て、よりよい社会のために行動する消費者の育成

ア 「消費者市民社会」の考え方の普及、啓発

多くの県民が消費者問題に関心を持っていますが、自らの消費行動が環境や社会全体へ及ぼす影響を考えて商品等を選択する、といった「消費者市民社会」の考え方について、理解を深めるような取組は十分ではありませんでした。

県民の消費生活の安定と向上を図るためには、「一人ひとりが消費者被害に遭わない消費者として、考え、行動できる自立した消費者」であること、「それぞれの消費生活に関する行動が社会に影響を及ぼし得ることを自覚し、公正かつ持続可能な社会の形成に向け積極的に参画する『消費者市民社会』が重要」であることが広く認識され行動につながっていくことが求められています。

「消費者市民社会」の考え方や日々の消費生活のなかでの具体的な行動の例などについて、わかりやすく発信することで、消費者市民社会の考え方に対する理解が進み、具体的な行動につながるよう取り組む必要があります。

【取組例】

- ・啓発資料等の配布、ホームページによる情報提供
- ・理解推進のため市町村との連携による啓発 など

【今後の検討】

- ・教育関係者、消費者関係団体、事業者団体等との情報交換、研修会 など

イ 多様な主体との連携強化

基本方針では、消費者市民社会の構築に関する領域で消費者教育が育むべき力として、「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」、「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」、「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」としています。

そのため、消費者教育の範囲は広く、消費生活のあらゆる領域に関連しており、家庭教育・生涯学習支援、環境教育、食育・地産地消、保健、食の安全・安心、医療・福祉サービスの情報、情報分野など「消費者市民社会の構築」に密接に関連する取組を行う庁内各部局や関係団体、事業者など多様な主体と連携して取り組む必要があります。

【取組例】

- ・ 環境教育、食育、国際理解教育その他の関連する教育についての情報共有
- ・ 学校への出前講座や資料提供などによる消費者教育の機会拡充
- ・ 消費者関係団体、社会教育施設等における取組の情報共有、周知

【今後の検討】

- ・ 多様な主体との連携による消費生活関連の情報提供について検討