

## 「新潟県消費者教育推進のための方策」概要

### 消費者を取り巻く現状と課題

#### (1) 消費者を取り巻く環境の変化

- ・ 高齢化社会、地域社会の変容
- ・ 高度情報通信社会の進展、インターネットを利用した取引の多様化

#### (2) 消費生活相談の現状

- ・ 高齢者層の相談の増加、若者のトラブル被害の懸念
- ・ 高度情報通信社会の進展に伴うトラブルの増加、多様化・複雑化する消費者問題
- ・ 市町村の消費生活相談窓口の整備の進展 → 県は広域的な支援の役割が重要に

#### (3) 県民アンケート調査

- ・ 消費生活におけるトラブル、不満があっても「どこにも相談しなかった」が7割。特に20～39歳では相談しない傾向
- ・ 市町村の消費生活センターなど身近な相談窓口があまり知られていない。
- ・ 消費者教育を受けた事があると認識している者は少ない。
- ・ 被害やトラブルに遭わない知識を得ることや、情報通信の知識や環境に配慮した生活などへの関心は高い。

### 消費者教育推進のための取組

市町村、関係団体、教育関係者、事業者・事業者団体など様々な主体により、対象者層、消費者教育の場に応じた消費者教育が進められるよう連携

#### 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

##### (重点1) 若者、高齢者の被害防止

- ・ 進学、就職等の時期にトラブルに巻き込まれる可能性が高まる。  
→ 基本的な知識の習得の機会充実、効果的な情報提供。  
→ 障害者向け啓発の取組拡充
- ・ 高齢者を狙った詐欺的な手口や悪質商法は依然多い。
- ・ 一人暮らしの高齢者の増加、高齢者のトラブルは増加する懸念  
→ 多様な主体の連携による、迅速な注意喚起情報  
→ 家族や福祉関係者など周囲の人たちを通じた地域での見守り

##### (重点2) 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

- ・ 利便性とともにもリスクを認識し、適切に利用されるよう、年代に応じた消費者教育が行われるよう関係者と連携が重要

#### 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

##### (重点1) 「消費者市民社会」の考え方の普及、啓発

##### (重点2) 多様な主体との連携強化