

令和2年度徳島県消費者教育推進計画の進捗状況

資料4

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					KPI達成度	実 績 R2年度取組内容及び進捗状況	担当課	消費者教育推進計画
		H30	R1	R2	R3	R4				
(1) ライフステージに応じた消費者教育の推進										
①学校における取組の推進										
ア 幼児期～高校生期の消費者教育										
1 「自立した消費者」として主体的に消費者市民社会の形成に積極的に参画する消費者を育成するため、幼稚園から高校まで消費者教育を推進する学校を「研究実践校」として指定し、その成果を事例報告集にまとめ広く発信します。 【研究実践校】 ㊹ 34校→ R1 44校→ R4 59校	34校		44校			59校	◎	県内公立幼・小・中・高校から研究実践校を新たに6校指定(累計51校)、各校の特色に応じた消費者教育を推進し、その成果を実践報告集としてまとめ、県内に広く普及・発信した。	学校教育課	p21
2 消費者として必要な知識や技術を習得し、将来「自立した消費者」として主体的に判断し行動することができる消費者力を育成するため、とくしま「消費者教育人材バンク」を活用し、多様な主体と連携した出前授業を推進します。 【出前授業実践校】 ㊹ 50校→ R1 55校→ R4 60校	50校		55校			60校	◎	県内小・中・高校55校において、とくしま「消費者教育人材バンク」を活用した消費者教育を支援するための「講演・出前授業」を実施した。	学校教育課 消費者政策課	p21
3 自らの消費生活の安定及び向上に向けて主体的に判断し、行動することができる「自立した消費者」を育成するため、消費者被害の未然防止や消費生活の向上を呼びかける啓発ポスターを児童・生徒から募集し、県民に対して広く発信します。 【啓発ポスターの活用事例数】 ㊹ 1枚→ R1 3枚→ R4 6枚	1枚		3枚			6枚	◎	消費者被害の未然防止や消費生活の向上を呼びかける啓発ポスターを児童・生徒から募集し、優秀作品14枚を啓発カレンダーとして活用した。	学校教育課 消費者政策課	p21
4 消費者として必要な知識や技術を習得し、将来「自立した消費者」として主体的に判断し行動することができる消費者力を育成するため、私立の幼稚園から高校までを対象に、とくしま「消費者教育人材バンク」を活用し、多様な主体と連携した出前授業を推進します。		推進					◎	私立学校に対し、とくしま「消費者教育人材バンク」の周知を図り、出前授業を推進に努めた。	総務課	p22
5 児童生徒の発達段階に応じて、系統的に消費生活について学習できる内容の充実に向け、消費生活の各分野で活躍する人材を積極的に開拓し、人材バンクへの登録者の増大や登録者間の交流を図ることにより、学校における「出前授業」を推進します。 【人材バンク登録団体数】 ㊹ 27団体→ R1 40団体→ R4 50団体(累計)	27団体		40団体			50団体	◎	学校において、人材バンクを活用した出前授業を実施。また、消費生活に関する人材を開拓し、人材バンク登録者の増大に努めている。 (1月末現在 48団体)	消費者政策課 県消費者情報センター	p22

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					KPI 達成 度	実 績 R 2 年度取組内容及び進捗状況	担当課	消費者 教育推 進計画
		H30	R1	R2	R3	R4				
6 金融及び経済を取り巻く環境の大きな変化に伴い、金銭を扱う場面において様々なリスクやトラブルに直面することが予想されるため、社会科・公民科、家庭科等を中心に、発達段階に応じて、現在及び将来の生活を支え得る金融及び金融商品の取扱いに関する知識の習得や金銭に対する健全な価値観を育成します。		推進					◎	金融広報委員会等と連携し、社会科・公民科、家庭科等を中心に、発達段階に応じた金融教育を推進した。	学校教育課	p22
7 食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し重要な役割を果たしている食品の表示について理解させ、食品の安全性に関するリスクコミュニケーションの推進を図るため、小・中学生を対象としたジュニア食品安全ゼミナール、高校生を対象とした食品表示ゼミナールを開催し、「食の知」を高め、「食品表示」に興味を持ち、適切に活用できる人材を育成します。 【リスクコミュニケーションとしての意見交換会等参加者数】 900名/年	900名	900名	900名	900名	900名	900名	△	「食品安全」をテーマとし、小中学生を対象とした「ジュニア食品安全ゼミナール」を3校、「食品表示」をテーマとし、高校生を対象とした「食品表示ゼミナール」を6校で開催した。なお、「食品表示ゼミナール」では、これまで実施してきた食品表示全般の講座に加え、新たに完全義務化された栄養成分表示を正しく理解し、自身の健康づくりに活用できる人材育成に向け、2校で栄養成分表示に特化した講座を開催した。 ・イベント等参加者数：446人(R2.12.31)	安全衛生課	p22
8 地場産物を活用した学校給食を「生きた教材」として授業で使用し、食に対する正しい知識や食の大切さ、生産者への感謝の気持ちや食品ロスの削減について、理解させるとともに食に対する感謝の心を育みます。 【栄養教諭・学校栄養職員による食に関する授業を半分以上の学年で実施する小・中学校の割合】	100%	100%	100%	100%	100%	100%	○	○「徳島県学校食育パワーアップ作戦」として、全ての市町村で、小学校3つの学年、中学校2つの学年、計5つの学年において、栄養教諭・学校栄養職員による食に関する指導を実施。(H25年度より展開中) ○学校における食育推進の中核的役割を担う栄養教諭の配置を推進。(R2年度63名配置 参考：R元年度63名)	体育学校安全課	p23
9 エコリーダー養成講座や県環境・エネルギー教育発表会を開催し、認証システムや具体的な活動内容を説明するとともに講演を行います。また、認証取得校の取組や、環境教育に関する資料をホームページ等から情報提供し、環境教育の推進を支援します。これらの取組により、生命や自然を大切に、地域の環境を守るために行動できる、郷土を愛するモラルの高い児童・生徒の育成につなげ、公立小中高等学校及び特別支援学校で「新学校版環境ISO」の認証校割合を伸ばします。 【「新学校版環境ISO」認証を取得した学校の割合】 ㊴ 84%→ R1 86.5%→ R4 88.0%	84.0%	86.0%	86.5%	87.0%	87.5%	88.0%	◎	53校の継続申請と3校の新規申請の認証取得を行い、令和2年度末で県内公立学校全体の87.6%(262校)の認証となる予定。 ○令和2年10月20日に「エコリーダー養成講座」開催し、認証システムや具体的な活動内容について説明を行った。また、エコみらいとくしま 主事 樋谷 幸司 氏を講師に迎え、「あなたの知らない、環境教育の世界 ～今こそ取り組むべき環境学習の世界～」という演題で講演を行った。 ○令和3年2月19日に「県環境・エネルギー教育発表会」を開催予定	学校教育課	p23
10 「徳島県木造住宅推進協議会」や「とくしま木づかい県民会議」を通じて、小中学生を対象としたフェアや出前講座を実施し、県産木材への理解を深めるとともに、木材を正しく利用し、森林を守ろうとする意識の醸成に向けて、住育・木育を推進します。	推進						◎	徳島県木造住宅推進協議会やその会員団体と連携し、高校生向けの出前講座や、「ゆとりある住生活フェア」の開催など、住育活動を展開した。また、とくしま木づかい県民会議が核となり、木とふれあう「木づかいフェア」や第2回とくしま木育サミットを開催、優れた木材利用事例や木育活動を表彰する「木づかいアワード」を実施するなど、木育の意識醸成に努めた。	住宅課 スマート林業課	p23

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					KPI達成度	実 績 R2年度取組内容及び進捗状況	担当課	消費者教育推進計画
		H30	R1	R2	R3	R4				
11 川口ダム自然エネルギーミュージアムを核として、企業局が有する「水力発電所」や「太陽光発電所」等の「自然エネルギー」施設を活かし、児童生徒に「エネルギー」や「環境問題」、「科学技術」への関心を深めるため、施設見学会や出前授業及び環境学習イベントを実施します。 【川口エネ・ミュ-年間延べ体験者数】 ⑩(16,577名)→ R1(17,500名)→ R4(18,500名)		16,577名	17,500名	17,800名	18,100名	18,500名	△	新型コロナウイルス感染症対策として、施設の休館や、イベントを一部中止としたが、自宅においても学習できる環境を提供するため、YouTubeに新たに開設した「川口エネ・ミュ-のチャンネル」やケーブルテレビにおいて、サイエンスショー等を配信した。 また、北海道博物館が開設した「おうちミュージアム」に参加し、全国のミュージアムと組んで、家で学べるアイデアの発信を行った。 あわせて、「電気エネルギー」をテーマとしたオンライン授業を実施するとともに、感染対策を講じた上で、バスツアー「自然エネルギー探検隊」や間伐体験イベント、出前授業、施設見学会を実施した 【川口ダム自然エネルギーミュージアム年間体験者数】 R2:5,533人(R3.1月末時点)	経営企画戦略課	p23
12 家族形態の多様化、少子化、地域とのつながりの希薄化など、家庭やそれを取り巻く環境が大きく変化し、家庭と子供が抱える問題が複雑化する中、学校や地域が連携して、PTA活動等を通じ、保護者等に対する学習の機会及び情報を提供し、家庭教育を支援します。		推進					◎	〇とくしま家庭教育支援推進事業 ・とくしま親なびげ-ターを要請のあった学校・園等に派遣し、家庭教育に関するテーマでワークショップを実施	生涯学習課	p24
イ 若年成人期における取組の推進										
13 悪質商法や振り込め詐欺等の被害防止に向けて、「消費者教育の充実等のための連携に関する協定」に基づき、大学において 啓発を行う出前授業を行うとともに、大学祭において、最新の情報提供を行います。 【出前授業回数】 ⑨ 4回→ R1 4回→ R4 4回	4回		4回			4回	○	・大学へ出前授業を行い、契約トラブル等の防止に向けて、最新情報を提供するとともに、啓発を行った。 ・新型コロナウイルスの感染拡大防止のため大学祭での情報提供はできなかったが、大学でのポスター掲示やHP等の掲載により、最新の消費者トラブルについて情報提供を行った。	消費者政策課 県消費者情報センター	p24
14 公益通報者保護制度の趣旨や内容、内部通報制度の種類や利点等について、大学生等に理解を深める出前授業を実施することにより、公益通報者保護制度の周知・啓発を行います。 【出前授業回数】 ⑨ 1回→ R1 3回→ R4 6回(累計)	1回		3回			6回	◎	大学生を対象とした、公益通報者保護制度の趣旨や内容、内部通報制度の種類や利点等についての出前講座を令和2年度までに4回実施した。	県消費者情報センター	p24
15 複雑な食品表示制度に関する正しい知識の不足などの課題に対応するため、日常的な生活の中で食品表示の確認を行う「食品表示ウォッチャー」を学生等若い世代に拡充し、食品表示状況の幅広い情報収集と併せて、食品表示の正しい知識を持つ人材を育成します。 【食品表示ウォッチャーによる調査件数】 1,000件以上/年	1,000件以上	1,000件以上	1,000件以上	1,000件以上	1,000件以上	1,000件以上	○	一般消費者に加え、子育て世代や大学生、高校生など幅広い世代を食品表示ウォッチャーに登録し、食品表示に関する情報収集に併せて、食品表示制度を正しく理解し、適切な消費活動に活用できる人材の育成を進めている。 ・食品表示ウォッチャー調査件数1,144件:(R2.12.31)	安全衛生課	p25

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					KPI 達成 度	実 績 R2年度取組内容及び進捗状況	担当課	消費者 教育推 進計画
		H30	R1	R2	R3	R4				
②地域社会・職域における取組の推進										
7 家庭における消費者教育										
16 多様化・複雑化する消費生活に関して専門的な知識や技術を有する人材を積極的に開拓し、人材バンクへの登録者の増大を図るとともに、PTAの研修会に講師を派遣するなど、保護者等のニーズに応じた「出前授業」を推進します。 【人材バンク登録団体数】 ㊴ 27団体→ R1 40団体→ R4 50団体(累計)	27団体		40団体			50団体	◎	保護者等のニーズに応じた出前事業を実施している。また、消費生活に関する人材を開拓し、人材バンク登録者の増大に努めている。	消費者政策課 県消費者情報センター	p25
17 子供の安全・安心を守るため、「おぎゃつと21」など子育て支援イベントや子育て支援ポータルサイト「とくしまはぐみ ネット」において、保護者の見守りや事故防止に向けて必要な情報提供を行います。		情報提供					◎	○令和2年10月に徳島市及び阿南市で開催した「産前・産後の母親相談事業」における夫婦参加型交流イベントにおいて、参加者に情報提供を行った。 ○子育て支援ポータルサイト「とくしまはぐみネット」において、子どもの事故防止関連情報についての発信を行っている。	次世代育成・ 青少年課	p26
18 事故防止の絵本や動画、チラシ等により、子供に対する啓発を行うとともに、消費者庁をはじめとする関係機関と連携し、「事故防止から事故発生時の対応」について、保護者や祖父母等多様な対象者に合わせた啓発活動を行い、事故防止に向けた意識を高めるとともに、家庭看護力の向上を図ります。 【ネットワーク会議の開催】 ㊴ 2回→ ㊵ 4回→ ㊶ 10回(累計) 【ハンドブック等を用いた啓発市町村数】 ㊴ 24市町村→ ㊵ 24市町村→ ㊶ 24市町村	2回 24市町村		4回 24市町村			10回 24市町村	◎	子どもの事故に関する各関係機関からなる「子どもの事故防止プロジェクト関係者ネットワーク会議」を6月に書面開催し、情報共有を図るとともに、子どもの事故防止週間には県庁の県民ホールにてパネル展を行った。 また、コロナ禍で在宅の時間が多くなることに伴い、子どもの事故の発生する危険が高まることを受け、ネットワーク会議や関係機関を通じて、保育所や幼稚園等チラシを配布し注意喚起を行った。 引き続き、関係機関に対してハンドブックやチラシを配布し、啓発に努めた。	消費者政策課	p26
イ 地域における消費者教育										
19 県民、消費者行政、教育関係担当者が一同に介して交流できるまつりを消費者月間である5月に開催し、消費生活情報の提供や消費者トラブル防止に向けて、内容の充実と規模の拡大を進めます。 【まつりの参加者数】 ㊴ 400名→ R1 450名→ R4 500名	400名		450名			500名	△	令和2年5月10日四国大学で開催予定であったが、新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、開催を中止した。 5月の消費者月間中は、のぼりやポスターを掲示するとともに、HP等で消費者トラブル防止に向けて、情報提供を行った。	県消費者情報 センター	p26
20 社会が急激に変化し、過疎化、少子高齢化、健康・医療・福祉、防災など、多くの地域課題が顕著化している中、公民館等の社会教育施設が地域住民の教養の向上、健康の増進、生活文化の振興、社会福祉の増進等を図るため、様々な学習機会及び学習情報を提供し、地域住民の主体的な学びを支援します。		推進					◎	○各種情報提供 ・市町村教育委員会を通じて公民館等社会教育施設に消費者フェスタ等の開催情報等を案内	生涯学習課	p27

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					KPI 達成 度	実 績 R 2 年度取組内容及び進捗状況	担当課	消費者 教育推 進計画
		H30	R1	R2	R3	R4				
21 「自立した消費者」となるためには、金銭・金融に関する正しい知識を身に付けることが必要であることから、学校や地域コミュニティへ講師を派遣し、金銭・金融教育の普及に努めるとともに、啓発イベントにより、様々な年代に対して、知識の浸透を図ります。 【金銭・金融教育関連イベント開催回数】 ㉘ 18回→ R1 21回→ R4 24回	18回		21回			24回	△	幼児を対象とした「おかね教室」や小学生を対象とした「くらしnoすてっぷ あっぶ教室」、障がい者等を対象とした「らいふらんゼミナール」など、ライフステージに応じた金銭・金融教育を令和元年度においては合計23回開催。令和2年度については新型コロナウイルス感染症拡大防止のため中止となるイベントがあったため、開催は8回となったが、ラジオに消費者教育や金融金銭について学ぶコーナーを設け情報発信するなど、知識の浸透を図るための取組を実施。	消費者政策課	p27
22 高齢者等を標的とした悪質商法等の被害が後を絶たず、最新の情報を地域に発信していくことが重要であることから、地域のネットワークが高齢者等を狙った特殊詐欺や悪質商法等の被害の未然防止に生かされるよう、地域住民の会合等の機会に、最新の被害事例を紹介しながら知識や対処法等を学ぶ機会を提供します。 【出前講座受講者数】 ㉙ 250名以上→R1～R4 年間280名以上		250名以上	280名以上				△	地域住民の会合等の際に、最新の消費者トラブルの事例や対処方法の啓発のため出前講座を実施。新型コロナ感染症の影響により会合等が減少したため目標人数を下回る見込み。(受講見込数230名)	西部総合県民局地域創生観光部	p27
23 多様化・複雑化する消費生活に関して専門的な知識や技術を有する人材を積極的に開拓し、人材バンクへの登録者の増大や登録者間の交流を図ることにより、地域のニーズに応じた「出前授業」を推進します。 【人材バンク登録団体数】 ㉚ 27団体→ ㉛ 40団体→ ㉜ 50団体(累計)	27団体		40団体			50団体	◎	地域等のニーズに応じた出前事業を実施している。 また、消費生活に関する人材を開拓し、人材バンク登録者の増大に努めている。	消費者政策課 県消費者情報センター	p27 再掲
24 食に対する消費者の不安が高まっている中で、より多くの消費者の食品安全に関する理解を深めるため、「事業者発信型」や「体験型」のリスクコミュニケーションや幅広い世代を対象とした出前講座の実施など、多様な機関と連携したリスクコミュニケーションを推進します。 【リスクコミュニケーションとしての意見交換会等参加者数】 900名以上/年	600名	900名以上	900名以上	900名以上	900名以上	900名以上	△	「食品安全」をテーマとし、小中学生を対象とした「ジュニア食品安全ゼミナール」を3校、「食品表示」をテーマとし、高校生を対象とした「食品表示ゼミナール」を6校で開催した。なお、「食品表示ゼミナール」では、これまで実施してきた食品表示全般の講座に加え、新たに完全義務化された栄養成分表示を正しく理解し、自身の健康づくりに活用できる人材育成に向け、2校で栄養成分表示に特化した講座を開催した。 ・イベント等参加者数:446人(R2.12.31)	安全衛生課	p28 再掲
25 県産食材を活用し簡単に調理できる料理を募集する県民参加のコンクールを開催し、優秀作品の給食献立への活用や、量販店とのコラボ商品化及びレシピ集の作成配布を通して、若い世代を含めた県民の食に対する関心や意識を高めるとともに、県産食材の価値を広く発信し、消費拡大につなげます。 【食育に関心を持っている人の割合】 ㉝ 84%→ ㉞ R4 95%	84%		90%	95%	95%	95%	△	県内在住の小中学生以上を対象として、「野菜たっぷり料理レシピコンクール」を実施し、県産野菜を使用したレシピ募集を行った。併せて「とくしまエシカル農産物」の積極的な活用をお願いし、啓発を行った。 コンクール終了後は県民の食及び県産野菜についての関心を高めるため、優秀作品を掲載したレシピ集を作成し、配布している。 <令和2年度の料理レシピコンクールについて> ・応募総数734作品(コロナ禍により応募数減)。 ・二次審査および表彰式を令和2年12月20日に開催。	もうかるブランド推進課	p28 再掲

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					KPI 達成 度	実 績 R 2 年度取組内容及び進捗状況	担当課	消費者 教育推 進計画
		H30	R1	R2	R3	R4				
26 事故防止の絵本や動画、チラシ等により、子供に対する啓発を行うとともに、消費者庁をはじめとする関係機関と連携し、「事故防止から事故発生時の対応」について、保護者や祖父母等多様な対象者に合わせた啓発活動を行い、事故防止に向けた意識を高めるとともに、家庭看護力の向上を図ります。 【ネットワーク会議の開催】 ㊹ 2回→ ㊺ 4回→ ㊻ 10回(累計) 【ハンドブック等を用いた啓発市町村数】 ㊹ 24市町村→ ㊺ 24市町村→ ㊻ 24市町村	2回 24市 町村		4回 24市 町村			10回 24市 町村	◎	子どもの事故に関する各関係機関からなる「子どもの事故防止プロジェクト関係者ネットワーク会議」を6月に書面開催し、情報共有を図るとともに、子どもの事故防止週間には県庁の県民ホールにてパネル展を行った。 また、コロナ禍で在宅の時間多くなることに伴い、子どもの事故の発生する危険が高まることを受け、ネットワーク会議や関係機関を通じて、保育所や幼稚園等チラシを配布し注意喚起を行った。 引き続き、関係機関に対してハンドブックやチラシを配布し、啓発に努めた。	消費者政策課	p28 再掲
ウ 事業所等における消費者教育										
27 県内事業者のコンプライアンス経営の更なる向上を図るため、事業者や労働者向けの公益通報制度の周知や啓発を行うとともに、若者や一般県民に対しても公益通報者保護法の周知啓発を行います。 【啓発イベント数】 ㊹ 2件→ R1 2件→ R2 2件	2件		2件	2件			◎	県内事業者向けに公益通報制度に関するセミナーや出前講座を行い、周知啓発を行った。(令和2年12月現在:2回実施)	消費者政策課 県消費者情報 センター	p29
28 社会人にとって必要な知識や技術を習得する機会を創出するため、経済団体が実施する事業者向け講習会・研修会等において、消費者教育推進に向けた出前授業の活用や効果的な消費者教育推進に向けて啓発を図ります。		啓発					△	新型コロナウイルス感染症により、経済団体における事業者向け講習会・研修会等の実施回数が減少したこともあり、消費者教育推進に向けた十分な周知・啓発の機会を確保することが困難であった。	商工政策課	p29
29 消費生活に関する高度な知識を有する人材を積極的に開拓し、人材バンクへの登録者の増大や登録者間の交流を図ることにより、事業所における「出前授業」を推進します。 【人材バンク登録団体数】 ㊹ 27団体→ R1 40団体→ R4 50団体(累計)	27団体		40団体			50団体	◎	事業者等のニーズに応じた出前事業を実施している。 また、消費生活に関する人材を開拓し、人材バンク登録者の増大に努めている。	消費者政策課 県消費者情報 センター	p29 再掲
30 県南地域の豊かな自然環境を守るため、ボランティアグループ(四国の右下☆RYUGU隊)が、地域の一員として、自然保護のためのボランティア活動に取り組み、環境保全活動を通じて、地域における持続可能な社会の形成に向けた意識の醸成を図ります。 【自然保護活動実施回数】 ㊹ 3回→ ㊺ 3回→ R1 3回	3回	3回	3回				◎	南部圏域の観光資源である「南阿波サンライン」のロードアドプト事業や「剣山」登山道の整備等を実施 ○進捗状況 ・「剣山」登山道整備(5月24日実施) ・南阿波サンラインロードアドプト事業(年度内1回) ・南阿波サンライン展望台一斉清掃(年度内1回)	南部総合県民 局地域創生防 災部(美波)	p29

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					KPI 達成 度	実 績 R2年度取組内容及び進捗状況	担当課	消費者 教育推 進計画
		H30	R1	R2	R3	R4				
(2) 社会情勢の変化に対応した消費者教育の推進										
①成年年齢引下げへの対応										
ア 若年成人に対する契約知識の普及										
31	契約トラブル等の防止に向けて、「消費者教育の充実等のための連携に関する協定」に基づき、大学において啓発を行う出前授業を行うとともに、大学祭において、最新の情報提供を行います。 【出前授業回数】 ㊟ 4回→ R1 4回→ R4 4回	4回	4回				4回	○ ・大学へ出前授業を行い、契約トラブル等の防止に向けて、最新情報を提供するとともに、啓発を行った。 ・新型コロナウイルスの感染拡大防止のため大学祭での情報提供はできなかったが、大学でのポスター掲示やHP等の掲載により、最新の消費者トラブルについて情報提供を行った。	消費者政策課 県消費者情報センター	p30 再掲
32	社会人にとって必要な知識や技術を習得する機会を創出するため、経済団体が実施する事業者向け講習会・研修会等において、消費者教育推進に向けた出前授業の活用や効果的な消費者教育推進に向けて啓発を図ります。		啓発				△	新型コロナウイルス感染症により、経済団体における事業者向け講習会・研修会等の実施回数が減少したこともあり、消費者教育推進に向けた十分な周知・啓発の機会を確保することが困難であった。	商工政策課	p30 再掲
33	若者に多い消費者問題や契約トラブル等について、理解を深めるため、県消費者情報センターのホームページから情報を発信するとともに、メールマガジンへの登録を呼びかけ、登録者に毎週火曜日に情報を配信します。 【配信回数】 ㊟ 50回→ R1 150回→ R4 300回(累計) 【登録者数】 ㊟ 650名→ R1 750名→ R4 900名(累計)	50回 累計 650 名 累計		150 回 累計 750 名 累計			300 回 累計 900 名 累計	○ 令和2年12月11日時点 配信回数:184回(年度末には達成予定) 登録者数:827人	県消費者情報センター	p31 再掲
イ 小・中・高校生期における消費者教育の充実										
34	契約や消費者問題に関して専門的な知識や技術を有する人材を積極的に開拓し、人材バンクへの登録者の増大や登録者間の交流を図ることにより、学校のニーズに応じた「出前授業」を推進します。 【人材バンク登録団体数】 ㊟ 27団体→ R1 40団体→ R4 50団体(累計)	27団体		40団体			50団体	◎ 地域等のニーズに応じた出前事業を実施している。 また、消費生活に関する人材を開拓し、人材バンク登録者の増大に努めている。	消費者政策課 県消費者情報センター	p31 再掲
35	成年年齢引下げを見据え、契約等の基本的な知識を身に付けさせるため、とくしま「消費者教育人材バンク」を活用し、多様な主体と連携した出前授業を推進します。 【出前授業実践校】 ㊟ 50校→ R1 55校→ R4 60校	50校		55校			60校	◎ 県内小・中・高校55校において、とくしま「消費者教育人材バンク」を活用した消費者教育を支援するための「講演・出前授業」を実施した。	学校教育課 消費者政策課	p32 再掲

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					KPI 達成 度	実 績 R 2 年度取組内容及び進捗状況	担当課	消費者 教育推 進計画
		H30	R1	R2	R3	R4				
36 成年年齢引下げを見据え、契約等の基本的な知識を見に付けさせるため、幼稚園から高校までを対象に、とくしま「消費者教育人材バンク」を活用し、多様な主体と連携した出前授業を推進します。							◎	私立学校に対し、とくしま「消費者教育人材バンク」の周知を図り、出前授業を推進に努めた。	総務課	p32 再掲
②高度情報通信ネットワーク社会への対応										
ア インターネットトラブル等に関する理解の促進										
37 インターネットトラブル等について、理解を深めるため、県消費者情報センターのホームページから情報を発信を行うとともに、メールマガジンへの登録を呼びかけ、登録者に毎週火曜日に情報を配信します。 【配信回数】 ㊹ 50回→ R1 100回→ R4 150回(累計) 【登録者数】 ㊹ 650名→ R1 750名→ R4 900名(累計)	50回 累計 650 名 累計		100 回 累計 750 名 累計			150 回 累計 900 名 累計	○	令和2年12月11日時点 配信回数:184回(年度末には達成予定) 登録者数:827人	県消費者情報 センター	p33 再掲
38 子ども・若者がインターネットを介していじめや犯罪被害に遭うケースが後を絶たないことから、子ども・若者や保護者の意識の向上と理解を深めるため、地域における子ども・若者の支援者として「ユースサポーター」を養成し、フィルタリングの活用等インターネットの適切な利用方法について、小中学生や保護者に対する啓発活動や支援活動を行います。 【ユースサポーターによるフィルタリング利用促進活動回数】 ㊹ 120回→ R1 120回→ R4 120回		120回	120回	120回			年度末に市町村報告に基づいて集計	○地域における子ども・若者の支援者として「ユースサポーター」を養成 補導センター等関係機関と連携しながら、フィルタリングの活用等インターネットの適切な利用方法について、小・中学生や保護者に啓発。携帯電話販売店に対し、フィルタリングの義務等について注意喚起を行う。 ○問題を抱えた青少年の相談・支援活動の実施	次世代育成・ 青少年課	p33
イ 情報活用能力(情報リテラシー)の育成										
39 デジタルコンテンツに関して専門的な知識や技術を有する人材を積極的に開拓し、人材バンクへの登録者の増大や登録者間の交流を図ることにより、学校や地域のニーズに応じた「出前授業」を推進します。 【人材バンク登録団体数】 ㊹ 27団体→ R1 40団体→ R4 50団体(累計)	27団体		40団体			50団体	◎	地域等のニーズに応じた出前事業を実施している。 また、消費生活に関する人材を開拓し、人材バンク登録者の増大に努めている。	消費者政策課 県消費者情報 センター	p34 再掲
40 新学習指導要領において「学習の基盤となる資質・能力」の1つとして位置づけられた情報活用能力を、各教科等の特質を生かし、教育活動全体を通して育むために、教職員のICT活用指導力向上に向けた取組を推進します。 【ICTを活用した授業実践の研修参加者数】 ㊹ 400名→ R1 410名→ R4 440名	400名		410名			440名	◎	令和2年度は、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、多くの研修講座が中止となった。しかし、基本研修(初任者、2年目、5年目、10年目)の教科指導等において、ICTの活用について研修を行った。また、令和3年度から始まる「徳島県GIGAスクール構想」に基づく研修の見直しにより、教職経験年数に応じた基本研修において、これまでより充実した内容としたこととした。	総合教育セン ター	p34

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					KPI 達成 度	実 績 R2年度取組内容及び進捗状況	担当課	消費者 教育推 進計画
		H30	R1	R2	R3	R4				
②高齢社会への対応										
ア 高齢者に多い消費者被害に関する理解促進										
41 特殊詐欺の被害防止に向け、被害状況や手口についての情報及び制作したCMを、県のホームページやソーシャルメディアを通して発信します。 【特殊詐欺に関するホームページでの情報発信数】 ㊹ 12回→ R1 36回→ R4 72回(累計)	12回		36回			72回	◎	特殊詐欺の被害状況や手口について、県のホームページにおいて毎月情報提供を行っている。	消費者政策課 県消費者情報センター	p35
42 特殊詐欺等から高齢者を守るため、声かけのポイントや様々な手口と対処法、相談連絡先等を掲載した、いつでも手軽に持ち運べる見守り手帳の内容の改善と啓発に努めます。 【見守り手帳発行部数】 ㊹ 2,000部→ R1 2,000部→ R4 2,000部	2000部		2000部			2000部	○	最新の消費者トラブルに改善した見守り手帳を発行するとともに、特殊詐欺等から高齢者を守るため、あらゆる機会を捉え手帳を配布し、啓発に努めた。	県消費者情報センター	p35
イ 高齢者が参加しやすい講座等の実施										
43 多様化・複雑化する消費生活に関して専門的な知識や技術を有する人材を積極的に開拓し、人材バンクへの登録者の増大や登録者間の交流を図ることにより、地域のニーズに応じた「出前授業」を推進します。 【人材バンク登録団体数】 ㊹ 27団体→ R1 40団体→ R4 50団体(累計)	27団体		40団体			50団体	◎	高齢者のニーズに応じた出前事業を実施している。また、消費生活に関する人材を開拓し、人材バンク登録者の増大に努めている。	消費者政策課 県消費者情報センター	p35 再掲
44 高齢者が安全で安心な消費生活を送る上で、必要な知識を身に付けることができるよう、徳島県シルバー大学の講義に、最新の消費者トラブルについて周知・啓発する内容を盛り込みます。		周知 啓発					◎	徳島県シルバー大学校全9校において講座(各校100分)を実施予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響により年間を通じ休校となったため、本年度は実施できなかった。 なお、対面講座は実施できなかったが、「Web講座」として公益財団法人とくしま“あい”ランド推進協議会ホームページ内で視聴できるよう代替措置を講じた。	ダイバーシティ推進課	p36
45 高齢者等を標的とした悪質商法等の被害が後を絶たず、最新の情報を地域に発信していくことが重要であることから、地域のネットワークが高齢者等を狙った特殊詐欺や悪質商法等の被害の未然防止に生かされるよう、地域住民の会合等の機会に、最新の被害事例を紹介しながら知識や対処法等を学ぶ機会を提供します。 【出前講座受講者数】 ㊹250名以上→R1~R4 年間280名以上		250名 以上	280名 以上				△	地域住民の会合等の際に、最新の消費者トラブルの事例や対処方法の啓発のため出前講座を実施。新型コロナ感染症の影響により会合等が減少したため目標人数を下回る見込み。(受講者見込数230名)	西部総合県民局地域創生観光部	p36 再掲

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					KPI 達成 度	実 績 R 2 年度取組内容及び進捗状況	担当課	消費者 教育推 進計画
		H30	R1	R2	R3	R4				
(3) 人や環境、社会、SDGs(持続可能な開発目標)を意識した消費行動の推進										
① エシカル消費教育の推進										
ア 学校におけるエシカル消費教育の推進										
46 公立高等学校における「エシカル消費」を研究・実践する組織「エシカルクラブ」において、学校の特色に応じた啓発・実践活動を推進します。				推進			◎	県内全ての公立高校(分校及び定時制含む)に「エシカルクラブ」を設置し、各校の強みをいかした取組を推進した。また、その成果を発信するパネル展を開催した。また、年度末には成果報告集を作成し、県内外に広く普及・発信する予定である。	学校教育課	p37
47 高校生によるエシカル消費の研究・実践の取組を広く全国に発信します。				推進			◎	令和元年度に「エシカル甲子園2019」を開催し、全国70校の高校生等が参加する中、予選を通過した12校が令和元年12月27日に徳島に集い実践発表を行うことで、高校生等のエシカル消費の研究・実践の取組を広く全国に発信した。令和2年度は「エシカル甲子園2020」を開催する。	学校教育課	p37
48 これまで培ってきたリサイクル活動や商品開発の視点から特別支援学校を「エコステーション」として拠点化し、児童生徒がエコボランティアとして、開発したエシカル商品や製品を家庭や地域に提供することにより、エシカル消費に対する意識の向上を図ります。 【エシカル活動・作品を地域に提供した学校数】 ⑩ 7校→ R1 8校→ R4 11校		7校	8校	9校	10校	11校	◎	○リサイクル資材を回収し、それを活用した作業学習や作品作りを実施 ○企業等と連携した地産地消の取組や商品、作品作りを実施 ○特別支援学校からのエシカル消費の発信 ・四国霊場札所でのリサイクル資材を活用したしおり等の配布による啓発活動 ・商業施設や四国霊場札所での作品展による啓発活動	特別支援教育課	p37
49 エシカル消費の普及・拡大を図るため、幼稚園から高校までを対象に、とくしま「消費者教育人材バンク」を活用し、多様な主体と連携した出前授業を推進します。		推進					◎	私立学校に対し、とくしま「消費者教育人材バンク」の周知を図り、出前授業を推進に努めた。	総務課	p37
50 エシカル消費への理解や実践力を高めるため、食を通して食品ロスや地産地消、GAP、ロハス、フェアトレードなどを学べるエシカル教室を開催します。 【エシカル教室開催数】 ⑩ 2回→ R1 3回→ R4 6回(累計)		2回	3回			6回	◎	コロナ禍に対応し、エシカル消費について学ぶことができる動画を作成して配信し、エシカル消費への理解や実践力を高めるために寄与できた。	消費者政策課	p37

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					KPI 達成 度	実 績 R2年度取組内容及び進捗状況	担当課	消費者 教育推 進計画
		H30	R1	R2	R3	R4				
51 事業活動や消費生活、学校教育に、エシカル消費教育を取り入れ、エシカル消費を普及・浸透させる取組として、エシカル消費に先進的に取り組む学校、事業者等からの「エシカル消費自主宣言」を促進します。 【宣言事業者・団体数】 ㊴ 20団体→ R1 41団体→ R4 60団体(累計)	20団体		41団体			60団体	◎	事業者等によるエシカルな取組が広く情報発信されることで、他の事業者等の意識の向上が図られるとともに、商品やサービスを通じて、消費者・事業者間のコミュニケーションが深まった。 (令和3年1月末現在:47団体)	消費者政策課	p37
52 持続可能性の高い生産方法で栽培される「GAP認証取得農産物」、「有機農産物」、「エコファーマー生産農産物」を「エシカル農産物」として位置づけ、選択的購入を積極的にしてもらえよう、PRイベントや消費拡大キャンペーン、出前授業を実施します。		実施					◎	エシカル農産物の生産意義を理解していただくため、消費者へのPRを実施した。 ・web会議システムを活用したエシカル農産物販売促進活動 ・徳島ヴォルティスホームゲームでのPRイベント ・オーガニック・エコフェスタ2021開催(令和3年2月21日予定)	もうかるブランド推進課	p38
53 エシカル消費について学習できる内容の充実に向け、消費生活の各分野で活躍する人材を積極的に開拓し、人材バンクへの登録者の増大や登録者間の交流を図ることにより、学校における「出前授業」を推進します。 【人材バンク登録団体数】 ㊴ 27団体→ R1 40団体→ R4 50団体(累計)	27団体		40団体			50団体	◎	地域等のニーズに応じた出前事業を実施している。 また、消費生活に関する人材を開拓し、人材バンク登録者の増大に努めている。	消費者政策課 県消費者情報センター	p38 再掲
54 地域に貢献し、持続可能な社会を担う人材を育成するため、「6次産業化実践教育ステップアップ事業」において、エシカル消費やSDGsの目標12「つくる責任、つかう責任」の視点を踏まえ、地域資源を生かした、地元企業での販売につながる6次産業化商品の開発を推進します。 【販売商品開発数】 R2(3商品) → R4(9商品) 累計				3商品		9商品	△	県下4チームの農工商学校間連携・生徒間協働活動による、地域資源、未利用資源等を活用した商品開発 ○Aチーム(城西高校、徳島科学技術高校、徳島商業高校) ・阿波藍を活用した「藍の洋菓子」を製造、ネットショップでの販売 ○Bチーム(小松島西高校勝浦校、小松島西高校) ・「ゆこうマーマレード」を製造、県内ショッピングモールでの販売 ・次年度に向けた商品開発への地元企業との連携協議 ○Cチーム(阿南光高校、富岡東高校) ・外部人材を活用した商品開発への企画 ○Dチーム(池田高校三好校、池田高校辻校) ・未利用資源を活用したアロマオイルを使った「消毒用アロマスプレー」の開発 新型コロナウイルス感染拡大のため、令和2年度の各チームの取組は9月以降のスタートとなった。地元企業との連携については準備段階であるため、地元企業での販売につながる6次産業化商品の開発までは取り組むことができていないが、オンラインを活用するなど工夫を凝らしながら進めている。	教育創生課	p38

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					KPI 達成 度	実 績 R2年度取組内容及び進捗状況	担当課	消費者 教育推 進計画
		H30	R1	R2	R3	R4				
55 「食品ロス削減」を推進するため、紙芝居等を活用した「出前授業」を児童生徒に対して開催します。 【環境学講座の開催数】 ㊹ 3回→ R① 9回→ R④ 18回(累計)	3回	6回	9回			18回	◎	R2年度取組内容及び進捗状況> 出前授業実施 3回 <計画目標の達成見込み> 順調 <今後の取組方針> 引き続き「食品ロス削減」を推進するため、紙芝居等を活用した「出前授業」を児童生徒に対して開催する。	環境首都課	p38
56 美しく豊かな環境を未来に継承するため、企業等と連携し、児童生徒を対象に、化学物質が有する環境リスクとその適正利用に関する啓発行事やセミナー等を計画的に実施することにより、有害化学物質の消費量削減への取組を促進します。 【啓発行事、セミナー等実施回数】 ㊹ 1回→ R1 2回→ R4 2回 ※学校・大学・地域・事業者対象の総計で設定	1回		2回			2回	△	化学物質が有する環境リスクとその適正利用に関する環境学習等を予定していたが、コロナ渦で実施困難な状況となっている。	環境管理課	p39
57 「水質改善」と「生物多様性・生産性」を両立した「とくしまのSATOUMI(里海)」づくりを推進するため、自分たちの生活が河川や海の水質に及ぼす影響について学ぶ「水質汚濁を考える教室」の充実を図ります。 【開催回数】 ㊹ 7回→ R1 21回→ R4 42回(累計)	7回		21回			42回	◎	SATOUMIリーダー育成講座等において、「水質汚濁を考える教室」を開催することにより、生活排水が公共用水域に及ぼす影響について、意識付けを図った。 一部の教室については、新型コロナウイルス感染症の発生に伴い、実施困難となった。 【取組内容】 開催回数の累計 22回(見込)	環境管理課	p39
58 川口ダム自然エネルギーミュージアムを核として、企業局が有する「水力発電所」や「太陽光発電所」等の「自然エネルギー」施設を活かし、児童生徒に「エネルギー」や「環境問題」、「科学技術」への関心を深めるため、施設見学会や出前授業及び環境学習イベントを実施します。 【川口エネ・ミュ一年間延べ体験者数】 ㊺(16,577名)→ R1(17,500名)→ R4(18,500名)		16,577名	17,500名	17,800名	18,100名	18,500名	△	新型コロナウイルス感染症対策として、施設の休館や、イベントを一部中止としたが、自宅においても学習できる環境を提供するため、YouTubeに新たに開設した「川口エネ・ミュのチャンネル」やケーブルテレビにおいて、サイエンスショー等を配信した。 また、北海道博物館が開設した「おうちミュージアム」に参加し、全国のミュージアムと組んで、家で学べるアイデアの発信を行った。 あわせて、「電気エネルギー」をテーマとしたオンライン授業を実施するとともに、感染対策を講じた上で、バスツアー「自然エネルギー探検隊」や間伐体験イベント、出前授業、施設見学会を実施した 【川口ダム自然エネルギーミュージアム年間体験者数】 R2:5,533人(R3.1月末時点)	経営企画戦略課	p39 再掲
イ 大学・大学院等におけるエンカレッジ教育の推進										

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					KPI 達成 度	実 績 R2年度取組内容及び進捗状況	担当課	消費者 教育推 進計画
		H30	R1	R2	R3	R4				
59 エシカル消費への関心を高め、意識を醸成するために、「消費者教育の充実等のための連携に関する協定」に基づき、大学において啓発を行う出前授業を実施するとともに、イベント紹介や、大学祭においてエシカル消費の発信を行います。 【出前授業回数】 ㊹ 4回→ R1 4回→ R4 4回	4回		4回			4回	○	大学での出前授業を行うとともに、イベントについての紹介に努め、エシカル消費発信を行った。	消費者政策課	p40
60 美しく豊かな環境を未来に継承するため、企業等と連携し、児童生徒を対象に、化学物質が有する環境リスクとその適正利用に関する啓発行事やセミナー等を計画的に実施することにより、有害化学物質の消費量削減への取組を促進します。 【啓発行事、セミナー等実施回数】 ㊹ 1回→ R1 2回→ R4 2回 ※学校・大学・地域・事業者対象の総計で設定	1回		2回			2回	△	化学物質が有する環境リスクとその適正利用に関する環境学習等を予定していたが、コロナ渦で実施困難な状況となっている。	環境管理課	p40 再掲
②エシカル消費の推進										
7 家庭・地域におけるエシカル消費の推進										
61 SDGsが目指す誰一人取り残さない持続可能な社会の実現に寄与し、人や社会、環境などに配慮した消費行動であるエシカル消費を県民の暮らしに浸透・定着させるため、地域での消費者教育や消費者まつり等行事の開催、事業者・団体によるとくしまエシカル消費自主宣言の募集などを実施し、県民のエシカル消費に対する認知度向上を図ります。 KPI エシカル消費の認知度 H30(34%)→ R4(43%)		34%				43%	◎	令和元年度の認知度は40.9%となり、順調に認知度が向上している。	消費者政策課	p41
62 県内におけるエシカル消費の普及推進を一層加速させるため、地方では初めてとなる「エシカル消費」の推進組織として、関係者がそれぞれの強みを活かしながら、エシカル消費の普及啓発や教育活動等の企画運営、取組の全国への情報発信等を行います。	2回	実施					◎	消費者・事業者・行政が一体となったエシカル消費の推進母体「とくしまエシカル消費推進会議」が本県のエシカル消費の普及を強力に推進。 (令和元年度は3月に書面開催のみ。)	消費者政策課	p41
63 事業活動や消費生活、学校教育に、エシカル消費教育を取り入れ、エシカル消費を普及・浸透させる取組として、エシカル消費に先進的に取り組む学校、事業者等からの「エシカル消費自主宣言」を促進します。 【宣言事業者・団体数】 ㊹ 20団体→ R1 41団体→ R4 60団体(累計)	20団体		41団体			60団体	◎	事業者等によるエシカルな取組が広く情報発信されることで、他の事業者等の意識の向上が図られるとともに、商品やサービスを通じて、消費者・事業者間のコミュニケーションが深まった。 (令和3年1月末現在:47団体)	消費者政策課	p41 再掲

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					KPI 達成 度	実 績 R 2 年度取組内容及び進捗状況	担当課	消費者 教育推 進計画
		H30	R1	R2	R3	R4				
<p>限りある資源を大切にするとともに、廃棄物の減量化を図り、温室効果ガス削減を推進するため、県民一人一人が、家庭で不要となり廃棄するものを有効活用したり、リサイクル製品の率先購入など3Rを積極的に推進できるようエコみらいとくしまを活用した講座を開催します。 【とくしま環境首都学校の開催数】 ㊹ 10回→ R1 15回→ R4 20回</p>	10回		15回			20回	○	<p><R2年度取組内容及び進捗状況> 講座開催数 15回 <計画目標の達成見込み> 順調 <今後の取組方針> 限りある資源を大切にするとともに、廃棄物の減量化を図り、温室効果ガス削減を推進するため、県民一人一人が、家庭で不要となり廃棄するものを有効活用したり、リサイクル製品の率先購入など3Rを積極的に推進できるよう、引き続きエコみらいとくしまを活用した講座を開催する。</p>	環境首都課	p42
<p>エコでエシカルな脱炭素型ライフスタイルへの転換を図るため電力需要が高まる夏場と冬場を中心に、節電・省エネを呼びかける啓発活動を実施し、脱炭素社会の実現を推進します。</p>	推進						◎	<p><R2年取組内容と進捗状況> 1 夏のエコスタイル(実施) 2 冬のエコスタイル(実施) <計画目標の達成見込み> 順調 <今後の取組方針> 「エシカル消費」の実践を通じた節電・省エネを起こすきっかけとなるよう、事業所への呼びかけや、県民各層を対象とした普及啓発イベントを実施していく。</p>	環境首都課	p42
<p>大気環境保全への意識と関心を高めるため、大気環境移動測定車による大気環境測定の間を活用して、小学生等を対象に環境学習を実施し、大気環境保全への取組について理解を深めます。 【実施市町村数】 ㊹ 1市町村→R1 5市町村→R4 11市町村(累計)</p>		1市町村	5市町村			11市町村	○	<p>大気環境移動測定車による大気環境測定の間を活用し、小学生等を対象に環境学習を実施し、大気環境保全への取組について理解を深めた。一部については、新型コロナウイルス感染症の発生に伴い、実施困難となった。 【取組内容】 累計4市町</p>	環境管理課	p42
<p>地産地消や食品ロスなど食に関わる社会的課題に対応するため栄養教諭による地場産物を学校給食に活用するための調理技術マニュアル等を活用し、栄養教諭・学校栄養職員の研修会等でマニュアルの活用や地場産物の活用の推進を図ります。</p>	推進						○	<p>○栄養教諭、栄養職員の研修会実施状況 ・栄養教諭・学校栄養職員研修会(中止) ・食育コーディネーター研修会(オンラインで実施) ○その他 ・食育リーダー研修会(中止) ・学校食育推進研修会(中止) ※中止になった研修会は、新型コロナウイルス感染症対策のため</p>	体育学校安全課	p42
<p>学校給食を「生きた教材」として活用し、地場産物や徳島の食文化への理解を深めるため、学校給食における地場産物の活用を推進します。また、全ての学校給食調理場等で学校給食に地場産物を活用する割合を調査して把握します。 【学校給食に地場産物を活用する割合】 ㊹ 35%→ R1 35%→ R4 35%</p>	35%		35%			35%	◎	<p>○食育コーディネーター研修会(1/22実施)において、地場産物の利用と「レシピ・調理技術マニュアル(H28年度作成)」活用を呼びかける。 ○学校給食における地場産物活用状況調査(全市町村悉皆調査)を6月、11月に実施し、公表する。(R24年度42.2% 参考:R元年度全国平均26.0%)</p>	体育学校安全課	p42

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					KPI 達成 度	実 績 R 2 年度取組内容及び進捗状況	担当課	消費者 教育推 進計画
		H30	R1	R2	R3	R4				
69 持続可能性の高い生産方法で栽培される「GAP認証取得農産物」、「有機農産物」、「エコファーマー生産農産物」を「エシカル農産物」として位置づけ、選択的購入を積極的にしてもらえよう、PRイベントや消費拡大キャンペーン、出前授業を実施します。	実施						◎	エシカル農産物の生産意義を理解していただくため、消費者へのPRを実施した。 ・web会議システムを活用したエシカル農産物販売促進活動 ・徳島ヴォルティスホームゲームでのPRイベント ・オーガニック・エコフェスタ2021開催(令和3年2月21日予定)	もうかるブランド推進課	p43 再掲
70 ジェネリック医薬品の使用促進を図るため、わかりやすい情報発信を行うとともに、医薬品を適正に使用するため、「かかりつけ薬局」等を積極的に利用し、薬に関する理解が深まるよう、「エシカル消費」醸成の観点で啓発事業を実施します。 【ジェネリック医薬品等に関する講習会受講者数】 ㊹ 688名→R1 2,000名→R4 3,500名(累計)	688名		2000名			3500名	△	①アンケート調査(eモニターアンケート:178名) ②健康教室での講習(11回 236名)及びお薬相談窓口実施 ③市町村職員等への講習(3回実施:62名) ④一般・薬学生向けセミナー実施(127名) ⑤市民向け小冊子作成・配布 (令和2年度講習会受講者数425名 ※令和元年度講習会受講者数693名)	薬務課	p43 再掲
71 美しく豊かな環境を未来に継承するため、企業等と連携し、児童生徒を対象に、化学物質が有する環境リスクとその適正利用に関する啓発行事やセミナー等を計画的に実施することにより、有害化学物質の消費量削減への取組を促進します。 【啓発行事、セミナー等実施回数】 ㊹ 1回→ R1 2回→ R4 2回 ※学校・大学・地域・事業者対象の総計で設定	1回		2回			2回	△	化学物質が有する環境リスクとその適正利用に関する環境学習等を予定していたが、コロナ渦で実施困難な状況となっている。	環境管理課	p43 再掲
72 清掃活動やビーチコーミングなどのフィールド学習、イベント、研修会での啓発活動をとおり、自然環境をどのように守っていくかを考える機会を創出し、「環境行動宣言」として文章化することで、家庭でできる具体的な行動を促します。 【環境行動宣言者数】 R1 100人→R2 200人→R3 300人→R4 400人(累計)	-	-	100人	200人	300人	400人	○	<R2年取組内容と進捗状況> ・主催事業である、ビーチコーミング教室等及び他団体主催のこどもフェスティバル等は、新型コロナの影響ですべて中止となったため、オンラインでも環境行動宣言を行えるよう、現在システムを構築中 <計画目標の達成見込み> 達成見込み <今後の取組方針> ・年度内に開設するオンラインで環境行動宣言できるシステムを高校等関係機関に周知し、幅広く「環境行動宣言」を呼びかける。	南部総合県民局保健福祉環境部	p43
73 「水質改善」と「生物多様性・生産性」を両立した「とくしまのSATOUMI(里海)」づくりを推進するため、自分たちの生活が河川や海の水質に及ぼす影響について学ぶ「水質汚濁を考える教室」の充実を図ります。 【開催回数】 ㊹ 7回→ R1 21回→ R4 42回(累計)	7回		21回			42回	◎	SATOUMIリーダー育成講座等において、「水質汚濁を考える教室」を開催することにより、生活排水が公共用水域に及ぼす影響について、意識付けを図った。 一部の教室については、新型コロナウイルス感染症の発生に伴い、実施困難となった。 【取組内容】 開催回数の累計 22回(見込)	環境管理課	p43 再掲
イ 事業者・団体におけるエシカル消費の推進										

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					KPI 達成 度	実 績 R 2 年度取組内容及び進捗状況	担当課	消費者 教育推 進計画
		H30	R1	R2	R3	R4				
74 事業活動や消費生活、学校教育に、エシカル消費教育を取り入れ、エシカル消費を普及・浸透させる取組として、エシカル消費に先進的に取り組む学校、事業者等からの「エシカル消費自主宣言」を促進します。 【宣言事業者・団体数】 ㊹ 20団体→ R1 41団体→ R4 60団体(累計)	20団体		41団体			60団体	◎	事業者等によるエシカルな取組が広く情報発信されることで、他の事業者等の意識の向上が図られるとともに、商品やサービスを通じて、消費者・事業者間のコミュニケーションが深まった。 (令和3年1月末現在:47団体)	消費者政策課	p44 再掲
75 県内のエシカル消費の普及推進に顕著な功績のあった事業者等を表彰し、その功績を称え広く紹介することにより、県内事業者等のエシカル消費に関する意識の高揚を図ります。 KPI 表彰事業者・団体数 H30(2事業者・団体)→ R4(6事業者・団体) 累計		2				6	◎	5月の消費者月間に合わせて、1事業者へ「とくしまエシカルアワード」の表彰を行った。	消費者政策課	p44
76 エコでエシカルな脱炭素型ライフスタイルへの転換を図るため電力需給が高まる夏場と冬場を中心に、節電・省エネを呼びかける啓発活動を実施し、脱炭素社会の実現を推進します。	推進						◎	<R2年取組内容と進捗状況> 1 夏のエコスタイル(実施) 2 冬のエコスタイル(実施) <計画目標の達成見込み> 順調 <今後の取組方針> 「エシカル消費」の実践を通じた節電・省エネを起すきっかけとなるよう、事業所への呼びかけや、県民各層を対象とした普及啓発イベントを実施していく。	環境首都課	p44 再掲
77 美しく豊かな環境を未来に継承するため、企業等と連携し、児童生徒を対象に、化学物質が有する環境リスクとその適正利用に関する啓発行事やセミナー等を計画的に実施することにより、有害化学物質の消費量削減への取組を促進します。 【啓発行事、セミナー等実施回数】 ㊹ 1回→ R1 2回→ R4 2回 ※学校・大学・地域・事業者対象の総計で設定	1回		2回			2回	△	化学物質が有する環境リスクとその適正利用に関する環境学習等を予定していたが、コロナ渦で実施困難な状況となっている。	環境管理課	p45 再掲
(4) 消費者教育の担い手の育成・活用										
① 消費者教育指導者の育成										
ア 教職員研修での消費者教育の充実										
78 幼・小・中・高校・特別支援学校教職員及び市町村行政職員を対象に、ライフステージに応じた消費者教育の意義や消費者トラブルの最新状況、トラブル回避のポイント、エシカル消費等の効果的な指導方法や、ギャンブル等依存症への理解を深める研修を行います。 【研修参加者数】 ㊹ 30名→ R1 50名→ R4 90名(累計)		30名	50名			90名	△	令和2年度は7月21日に研修を行う予定であったが、新型コロナウイルスの感染拡大防止の為、中止となったが、機会を捉えて、若年者向け消費者トラブルに関する注意喚起等を学校に対して行った。	学校教育課 消費者政策課	p45 再掲

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					KPI 達成 度	実 績 R2年度取組内容及び進捗状況	担当課	消費者 教育推 進計画	
		H30	R1	R2	R3	R4					
イ 教員養成課程での消費者教育の充実											
79	スマートフォンや電子ゲーム機などによるインターネット利用の低年齢化に伴い、SNS等のトラブルが増加しており、デジタルコンテンツ等に対する指導力を身に付ける取組として県消費者情報センターが実施する出前授業のサポーターとして学生を派遣します。 【授業サポーター数】 ㊹ 15名→ R1 25名 → R4 50名	15名		25名			50名	◎	大学と連携し、出前授業のサポーターとして学生を派遣し、消費者教育の実践的な指導力を身に付けた人材を養成した。 学生授業サポーター数 累計40名	県消費者情報センター	p46
② 消費者教育コーディネーターの育成											
ア 地域における人材の育成・活用											
80	くらしのサポーター活動の効果を高めるため、くらしのサポーターへの指導・助言を行うとともに、消費生活に関する専門的な知見を生かし、消費者被害を防止するための啓発活動、自主講座の企画・運営等の活動を行うコーディネーターの養成に取り組み、市町村等地域との連携強化を推進します。 【消費生活コーディネーター認定者数】 ㊹ 50名→ R1 60名→ R4 70名(累計)	50名		60名			70名	◎	くらしのサポーター活動の効果を高めるため、研修会を行うなどコーディネーターの養成に取り組み、市町村等地域との連携強化を推進した。 コーディネーター認定者数 71名	県消費者情報センター	p47
81	地域のボランティアとして活動している元気な高齢者等を、新たな人材としてくらしのサポーターに認定するとともに、サポーター研修を充実させるなど、活動の活性化とサポーター同士の交流を促進することにより、消費者ネットの担い手としての役割強化を図ります。 【くらしのサポーター認定者数】 ㊹ 440名→ R1 620名→ R4 710名(累計)	440名		620名			710名	○	くらしのサポーター認定者数 632人(令和2年11月末時点) 今年度末には達成見込み	県消費者情報センター	p47
82	複雑化・多様化する消費生活に関する専門的な知識や技術、問題対処能力を身に付けるとともに、エシカル消費や食の安全安心など幅広い視点から、地域の消費者教育を推進するリーダーを養成します。 【リーダー養成数】 ㊹ 126名→ R1 230名→ R4 340名(累計)	126名		230名			340名	◎	消費者大学校、大学院卒業生 351人(令和元年度までの累計)	県消費者情報センター	p47
(5) 消費者の安全・安心の確保に対する体制の構築											
① 分かりやすい情報による普及・啓発											
ア 事故の未然防止、トラブル対応能力の育成											
83	食品等の自主回収や食品表示に関する情報、食中毒の発生状況 など、食の安全・安心の確保に必要な情報や、食の安全・品質管理に取り組んでいる企業情報を提供します。		情報提供					◎	「食の安全安心ポータルサイト」による情報提供(随時) 「食の安全・安全情報メール」 配信回数26回、登録者数1,277人(R3.1月末現在)	安全衛生課	p48

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					KPI 達成 度	実 績 R 2 年度取組内容及び進捗状況	担当課	消費者 教育推 進計画
		H30	R1	R2	R3	R4				
84 食品事業者の事業所に立ち入り、食品表示等の調査や店舗でのメニュー表示等を調査するとともに、食品表示法に基づき厳正に対処し、食品表示の適正化を推進します。 【立入検査件数】 3, 200件/年	3200件	3200件	3200件	3200件	3200件	3200件	○	食品関連事業者や飲食店事業者への立入調査・検査の他、各保健所と連携した広域監視活動により、食品表示の監視・指導を進めている。 ・立入調査・検査件数:1,565件(R2.12.31)	安全衛生課	p48
85 食品関連事業者に対する栄養成分表示に関する相談や支援を行うとともに、消費者に対して栄養成分表示の読み取り方や健康食品に関する相談や質問に応じるにより、健康づくりを推進します。		推進					◎	消費者や食品関連事業者からの「栄養成分表示」や「健康食品」に関する問合せ等に対応する「栄養表示相談窓口」を安全衛生課と県内6保健所に設置し、表示制度の周知・啓発を推進している。 ・相談件数:409件(R2.12.31)	安全衛生課	p48
86 食に対する消費者の不安が高まっている中で、より多くの消費者の食品安全に関する理解を深めるため、「事業者発信型」や「体験型」のリスクコミュニケーションや幅広い世代を対象とした出前講座の実施など、多様な機関と連携したリスクコミュニケーションを推進します。 【リスクコミュニケーションとしての意見交換会等参加者数】 900名以上/年	600名	900名以上	900名以上	900名以上	900名以上	900名以上	△	「食品安全」をテーマとし、小中学生を対象とした「ジュニア食品安全ゼミナール」を3校、「食品表示」をテーマとし、高校生を対象とした「食品表示ゼミナール」を6校で開催した。なお、「食品表示ゼミナール」では、これまで実施してきた食品表示全般の講座に加え、新たに完全義務化された栄養成分表示を正しく理解し、自身の健康づくりに活用できる人材育成に向け、2校で栄養成分表示に特化した講座を開催した。 ・イベント等参加者数:446人(R2.12.31)	安全衛生課	p49 再掲
87 事故防止の絵本や動画、チラシ等により、子供に対する啓発を行うとともに、消費者庁をはじめとする関係機関と連携し、「事故防止から事故発生時の対応」について、保護者や祖父母等多様な対象者に合わせた啓発活動を行い、事故防止に向けた意識を高めるとともに、家庭看護力の向上を図ります。 【ネットワーク会議の開催】 ⑳ 2回→ R1 4回→ R4 10回(累計) 【ハンドブック等を用いた啓発市町村数】 ⑳ 24市町村→ R1 24市町村→ R4 24市町村	2回 24市町村		4回 24市町村			10回 24市町村	◎	子どもの事故に関する各関係機関からなる「子どもの事故防止プロジェクト関係者ネットワーク会議」を6月に書面開催し、情報共有を図るとともに、子どもの事故防止週間には県庁の県民ホールにてパネル展を行った。 また、コロナ禍で在宅の時間多くなることに伴い、子どもの事故の発生する危険が高まることを受け、ネットワーク会議や関係機関をとし、保育所や幼稚園等チラシを配布しに注意喚起を行った。 引き続き、関係機関対してハンドブックやチラシを配布し、啓発に努めた。	消費者政策課	p49 再掲
88 インターネットトラブル等について、理解を深めるため、県消費者情報センターのホームページから情報を発信を行うとともに、メールマガジンへの登録を呼びかけ、登録者に毎週火曜日に情報を配信します。 【配信回数】 ⑳ 50回→ R1 150回→ R4 300回(累計) 【登録者数】 ⑳ 650名→ R1 750名→ R4 900名(累計)	50回 累計 650 名 累計		150 回 累計 750 名 累計			300 回 累計 900 名 累計	○	令和2年12月11日時点 配信回数:184回(年度末には達成予定) 登録者数:827人	県消費者情報 センター	p49 再掲

イ 分かりやすい教材を通じた情報提供

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					KPI 達成 度	実 績 R2年度取組内容及び進捗状況	担当課	消費者 教育推 進計画
		H30	R1	R2	R3	R4				
89 特殊詐欺の手口や、消費者トラブルに遭いやすい販売・取引について、リーフレットやパネルを作成し、イベントや出前授業を通して、消費者被害防止に向けての知識の啓発を行います。							◎	各種イベントや出前授業の際に、消費者被害防止に向けて、リーフレット配布やパネル展示による啓発を行った。	県消費者情報センター	p50
90 デジタルコンテンツに関する相談件数が増加しており、正しい使い方を啓発するための視覚的教材を作成し、出前授業で活用するとともに、ホームページに掲載し、学校や地域での活用を促進します。 【教材開発数】 ㊹ 10回→ R1 15回→ R4 20回(累計)	10回		15回				◎	デジタルコンテンツをはじめとした視覚的教材を作成し、出前授業で活用した。学校・地域等での活用を促進するため、ホームページに掲載予定(18回以上となる見込み)	県消費者情報センター	p50
91 事故防止の絵本や動画、チラシ等により、子供に対する啓発を行うとともに、消費者庁をはじめとする関係機関と連携し、「事故防止から事故発生時の対応」について、保護者や祖父母等多様な対象者に合わせた啓発活動を行い、事故防止に向けた意識を高めるとともに、家庭看護力の向上を図ります。 【ネットワーク会議の開催】 ㊹ 2回→ R1 4回→ R4 10回(累計) 【ハンドブック等を用いた啓発市町村数】 ㊹ 24市町村→ R1 24市町村→ R4 24市町村	2回 24市町村		4回 24市町村				◎	子どもの事故に関する各関係機関からなる「子どもの事故防止プロジェクト関係者ネットワーク会議」を6月に書面開催し、情報共有を図るとともに、子どもの事故防止週間には県庁の県民ホールにてパネル展を行った。 また、コロナ禍で在宅の時間多くなることに伴い、子どもの事故の発生する危険が高まることを受け、ネットワーク会議や関係機関をとし、保育所や幼稚園等チラシを配布し注意喚起を行った。 引き続き、関係機関対してハンドブックやチラシを配布し、啓発に努めた。	消費者政策課	p50 再掲
92 川口ダム自然エネルギーミュージアムを核として、企業局が有する「水力発電所」や「太陽光発電所」等の「自然エネルギー」施設を活かし、児童生徒に「エネルギー」や「環境問題」、「科学技術」への関心を深めるため、施設見学会や出前授業及び環境学習イベントを実施します。 【川口エネ・ミュ一年間延べ体験者数】 ㊹(16,577名)→ R1(17,500名)→ R4(18,500名)		16,577名	17,500名	17,800名	18,100名	18,500名	△	新型コロナウイルス感染症対策として、施設の休館や、イベントを一部中止としたが、自宅においても学習できる環境を提供するため、YouTubeに新たに開設した「川口エネ・ミュのチャンネル」やケーブルテレビにおいて、サイエンスショー等を配信した。 また、北海道博物館が開設した「おうちミュージアム」に参加し、全国のミュージアムと組んで、家で学べるアイデアの発信を行った。 あわせて、「電気エネルギー」をテーマとしたオンライン授業を実施するとともに、感染対策を講じた上で、バスツアー「自然エネルギー探検隊」や間伐体験イベント、出前授業、施設見学会を実施した 【川口ダム自然エネルギーミュージアム年間体験者数】 R2:5,533人(R3.1月末時点)	経営企画戦略課	p50 再掲
② 関係機関の連携・協働による推進										
ア 高齢者・障がい者等を見守るコミュニティーづくり										
93 「とくしま消費者見守りネットワーク」の開催や、見守りネットワーク活動を活性化させる「見守りコーディネーター」を活用した研修会を実施することにより、各市町村の見守りネットワーク活動を支援します。 各市町村見守りネットワークにおいて、実効性のある取組を進めるための研修会を実施 H30(3回)→ R1(6回)→R4(12回)累計		3	6			12	◎	「とくしま消費者見守りネットワーク」や研修会、フォーラムを開催することにより、見守りネットワーク構築に向けての機運醸成を図り、目標の1年前倒しの平成30年度末に、県内全市町村に見守りネットワークを設置することができた。 引き続き研修会を開催予定。(令和3年3月19日web開催)	消費者政策課 県消費者情報センター	p51

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					KPI 達成 度	実 績 R 2 年度取組内容及び進捗状況	担当課	消費者 教育推 進計画
		H30	R1	R2	R3	R4				
94 認知症高齢者、知的障がい者、精神障がい者など判断能力が不十分な方が、地域で自立した生活を継続し安心して生活が送れるよう、引き続き福祉サービスの利用援助を実施します。		実施					◎	福祉サービス利用援助事業に関する周知啓発や事業に従事する者への研修等を実施して従事者の質の向上を図り、複雑・多様化する生活課題を抱える利用者の支援に努めた。	保健福祉政策課	p51
95 県社会福祉協議会に設置された「とくしま権利擁護センター」において、成年後見制度・権利擁護に関する相談や人材の育成、行政・専門職団体、支援機関等との連携・協働を図ることにより、地域における総合的な権利擁護体制を整備します。		整備					◎	権利擁護についての広報・啓発、成年後見制度の相談・申し立て支援や、行政・専門職団体・支援機関等とのネットワーク会議の開催、生活支援員や市民後見人等の人材育成等を実施した。	保健福祉政策課	p51
96 ひとり暮らしの高齢者等の孤立化を防止するため、定期的に友愛訪問員が訪問する「友愛訪問活動」において、友愛訪問員のモチベーション向上と更なる活動の活性化を図るため、引き続き表彰を行います。		表彰					◎	長年にわたり友愛訪問員としての功績が顕著である方を対象に、令和2年9月開催の「第51回徳島県敬老県民のつどい」において、表彰を実施。	長寿いきがい課	p52
97 障がい者が製造した商品等を限界集落の高齢者に定期的に宅配するとともに、高齢者の見守り活動を実施する取組を支援し、障がい者自らが地域の担い手としてやりがいを持って働くことができる場を創出します。 【見守り活動を実施する市町】 ㊹ 10市町→ R1 4213市町→ R4 15市町	10市町		12 13 市 町	14市町		15市町	◎	就労支援施設が移動販売車による中山間地等での高齢者等の見守りや買い物支援を行うための初期投資(車両、備品等)に対する支援を行った。 R2実績: 14市町(R3年2月に交付決定を行い、新たに「神山町」にて実施見込み)	障がい福祉課	p52
イ 事業者における消費者志向経営の促進										
98 消費者志向経営を目指す事業者間の情報交換や経営者層等を対象とした各種セミナーを開催し、事業者による消費者志向自主宣言を推進します。 【消費者志向自主宣言事業者数】 ㊹ 10事業者→ R1 31事業者→ R3 50事業者(累計)	10事業者		31事業者			50事業者	◎	消費者志向経営に取り組む県内外の事業者、消費者庁、ACAPに出演いただいた「地域×企業のためのSDGs実践セミナー」をオンデマンド配信した。(11月) 消費者志向自主宣言フォローアップ・セミナーを開催。(令和3年1月25日) 徳島県内の消費者志向経営自主宣言事業者34事業者(令和2年12月末現在)	消費者政策課 商工政策課	p53
99 消費者志向経営に取り組む県内事業者の中から、その推進に功績のある事業者を表彰するとともに、広く周知することにより事業者の消費者志向経営への意識向上に努めます。 消費者志向経営推進事業者表彰数 H30(1事業者)→ R1(2事業者)→ R4(5事業者)累計		1事業者	2事業者			5事業者	◎	令和元年度に2事業者を表彰した。(令和3年2月3日)	消費者政策課 商工政策課	p53
ウ 災害時、非常時に対応できる消費者の育成										

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					KPI 達成 度	実 績 R 2 年度取組内容及び進捗状況	担当課	消費者 教育推 進計画
		H30	R1	R2	R3	R4				
100 地震発生等により交通が途絶することによる帰宅困難者を支援するため、コンビニエンスストアや外食事業者等との協定に基づき、災害時の帰宅困難者に適切な情報や便宜を提供できる「災害時帰宅支援ステーション」の普及啓発を推進します。							◎	関西広域連合と連携し、災害時帰宅支援ステーションに位置づけられた店舗の周知のため、ホームページ掲載やポスター・ステッカー配布などにより普及を図った。	とくしまゼロ 作戦課	p54
101 地域の寄り合いや各種団体等が実施する研修会において、地震や津波の特徴をはじめ、防災・減災に関する知識や情報を分かりやすく説明し、家庭や地域でできる日頃の備えについて考えを深めるための「防災出前講座」を実施することで、自助・共助による地域防災力の向上を図ります。 【講座受講数】 ㊹ 20,000名→R1 25,000名→R4 25,000名	20000名		25000名		16000名	25000名	△	職員が地域へ出向いて実施する「とくしまゼロ作戦」防災出前講座 R2実績:12,000人(見込み)	防災人材育成 センター	p54
102 津波避難訓練に参加する人は徐々に増加しているが、より多くの県民に参加を促す必要があることから、県、市町及び自衛隊、警察等の防災関係機関の連携のもと、地域住民等が参加する津波避難訓練を毎年1回実施します。							◎	県、県内の津波関係10市町、地域住民等が参加し、「津波防災の日」「世界津波の日」である令和2年11月5日を中心とした期間に、津波情報の迅速かつ確実な伝達、避難態勢の確立を図ることを目的とした情報伝達訓練を実施した。	とくしまゼロ 作戦課	p54
103 消防団は、災害発生時における「要因動員力」や「即時対応性」など、その特性を活かした活動が大いに期待されることから、団員募集パンフレットの配布、イベントへの出展等による消防団のPRを通じて、地域防災の要である消防団員の確保を推進し、地域防災力の向上を図ります。							◎	消防団の認知度アップ及び入団促進の取組 ・啓発イベントや行事等でのPR ・地域防災力向上シンポジウムの開催 ・「徳島県消防団協力事業所」の表彰 ・消防団1日体験入団の実施 等	消防保安課	p54
104 地震などの大規模災害が発生した場合、行政等による支援が遅延することが想定されるため、各家庭における3日分程度の生活必需品の備蓄や地域における毛布・食料等の備蓄の必要性の啓発を促進します。							◎	職員が地域へ出向いて実施する「とくしまゼロ作戦」防災出前講座や県立防災センターで実施する各種防災講座など、機会を捉えて啓発を実施。	防災人材育成 センター	p54
105 耐震出前講座や各種イベントでの相談会などを開催し、南海トラフ巨大地震など、大規模地震発生時における「死者ゼロ」を目指し、木造住宅の耐震化に取り組みます。							◎	市町村の防災訓練や各種住宅関連イベントなどにおいて耐震相談を実施。	住宅課	p54

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					KPI 達成 度	実 績 R 2 年度取組内容及び進捗状況	担当課	消費者 教育推 進計画
		H30	R1	R2	R3	R4				
106 災害時や非常時に児童生徒自らが主体的に判断し、安全に行動できる資質や能力を育成するため、地域や学校の状況に応じた防災教育を展開するとともに、研修会を開催し教職員のスキルアップを図ります。		スキル アップ					◎	○新型コロナウイルス感染症対策のため、中学生・高校生防災クラブ交流イベントをWEB開催し、各学校における実践的な防災教育・防災活動の取組を発表・共有し、生徒が発災時に主体的に判断し、安全に行動できる資質や能力を育成した。(12/25実施) ○新型コロナウイルス感染症対策のため、学校安全教室並びに学校安全教育指導者研修をWEB開催し、学校の危機管理について教職員のスキルアップを図った。(10/21実施)	体育学校安全 課	p55

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					KPI 達成 度	実 績 R 2 年度取組内容及び進捗状況	担当課	消費者 教育推 進計画
		H30	R1	R2	R3	R4				
(6) 消費生活センターの機能強化										
① 県消費者情報センターの役割強化										
ア 地域における消費生活センター拠点化の促進										
107	市町村消費生活センターの消費生活相談員に対し、PIO-NETや最近の相談事例と対応方法等について、研修会を実施するとともに、県消費者情報センターの消費生活相談員による市町村消費生活センターへの巡回指導を行います。	巡回 指導					◎	・消費者問題研究会 令和2年9月3日開催 県内全センターへの巡回指導を実施中	消費者政策課 県消費者情報 センター	p55
108	各地域ごとの消費生活相談体制の強化を図るため、消費者問題において重要な法律関連の知識の習得を目指し、消費者行政担当職員、消費生活相談窓口での相談業務従事者等に対して、研修会を実施し、即戦力になるための実務的な研修や能力向上に役立つ研修を実施します。 【研修会実施回数】 ③⑩ 2回→ R2 6回→ R4 10回(累計)	2回		6回		10回	○	・消費者大学校大学院特別講座 令和2年9月25日開催 ・新型コロナウイルスの感染拡大防止のためオンデマンド形式とした消費者大学校大学院Web講座を活用し、研修機会とした。	県消費者情報 センター	p55
イ 相談窓口の充実強化										
109	消費者が身近な場所で質の高い相談が受けられるよう全市町 村に設置された消費生活センターの相談体制を充実・強化する ため、「消費生活相談員人材バンク」を創設し、消費生活相談 員の確保を図ります。 KPI 人材バンク登録者数 R1(5名)→R4(20名)累計		5名			20名	○	県内消費生活センター、市町村、関係団体等に周知するとともに、「消費生活相談員養成講座」の受講要件に、試験合格者は人材バンクに登録することとし、消費生活相談員の人材確保を図った。 現時点 累計6人 ※消費生活相談員資格の合格発表が12月下旬、消費生活アドバイザー資格の合格発表が令和3年2月8日	県消費者情報 センター	p56
110	県内の消費生活相談員が集まり、情報交換、意見交換を実施することにより、業務改善、業務の効率化につなげ、県内全体の消費生活相談の向上につなげます。	向上					◎	・消費生活相談員懇談会 令和2年8月7日実施 令和2年3月実施予定	県消費者情報 センター	p56
111	多重債務の解決方法等を適切にアドバイスするとともに、ギャンブル等依存症に関する相談機関の情報提供や専門機関との連携を行います。また、訪日・在日外国人に対して、消費生活トラブルに関する情報提供や意見交換会等を実施します。	実施					◎	多重債務等に関する法律相談会を9月に2回開催し、3月にも1回開催予定。 訪日・在日外国人に対して消費者トラブル啓発記事を月1回程度県HPIに掲載するほか、啓発資料を提供。	消費者政策課 県消費者情報 センター	p56
② 市町村の取組への支援										
ア 市町村における体制づくり										
112	市町村における消費者行政・消費者教育の充実・強化に向け、市町村との連携を図り、パンフレットや教材等の提供を行うとともに、市町村による消費者教育推進計画の策定について、支援を行います。	支援					◎	副市町村長会議において、情報提供及び策定についての説明を行った。	消費者政策課	p57

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策 定 時	計 画					KPI 達 成 度	実 績 R 2 年度取組内容及び進捗状況	担当課	消費者 教育推 進計画
		H30	R1	R2	R3	R4				
113 幼・小・中・高校・特別支援学校教職員及び市町村行政職員を対象に、ライフステージに応じた消費者教育の意義や消費者トラブルの最新状況、トラブル回避のポイント、エンカル消費等の効果的な指導方法やギャンブル等依存症への理解を深める研修を行います。 【研修参加者数】 ⑩ 30名→ R1 50名→ R4 90名(累計)		30名	50名			90名	△	令和2年度は7月21日に研修を行う予定であったが、新型コロナウイルスの感染拡大防止の為、中止となったが、機会を捉えて、若年者向け消費者トラブルに関する注意喚起等を学校に対して行った。	学校教育課 消費者政策課	p57 再掲
(7) 「徳島モデル」の消費者教育の推進										
① 関係機関との連携体制の充実										
ア 消費者庁「モデルプロジェクト」との連携										
114 消費者庁が作成した高校生向け消費者教育啓発教材「社会への扉」を活用した授業を引き続き、県内全ての高校において展開し、「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」を強力に支援します。また、徳島ならではの小学生・中学生向け消費者教育教材の活用を促進するとともに、特別支援学校向けの消費者教育教材を作成し、成年年齢下げを見据えた消費者教育を推進します。	推進						◎	消費者庁が作成した高校生向け消費者教育啓発教材「社会への扉」を活用した授業を引き続き、県内全ての高校・特別支援学校・高等専門学校において展開する。また、成年年齢下げや新学習指導要領に対応した徳島ならではの「中学生向け消費者教育用教材」「小学生向け消費者教育教材」の活用促進を図る。	消費者政策課	p58
115 「とくしま消費者見守りネットワーク」における情報交換や見守りネットワーク活動を活性化させる「見守りコーディネーター」を活用した研修会を開催することにより、各市町村の見守りネットワーク活動の支援を行います。			支援				◎	各ネットワークに設置した「見守りコーディネーター」を対象に研修会を開催(3月予定)。「見守りコーディネーター」の資質向上を図るとともに、見守りネットワーク活動を活性化させ、普及啓発活動の支援を行う。	消費者政策課	p58
116 「エンカル甲子園」や「エンカル消費自治体サミット」、「とくしまエンカル消費推進会議」の開催、県内公立高校における「エンカルクラブ」によりエンカル消費教育をより一層推進するとともに、エンカル消費自主宣言企業の拡大に努めます。さらにG20消費者政策国際会合のレガシーを継承し、欧米や東南アジア、東アジア等の消費者行政担当部局とネットワークを構築し「国際会議」や「学術会議」の開催を目指します。			開催構築				◎	コロナ禍の中、さまざまな会議やイベント等を実現可能な形に見直した。エンカル甲子園のオンライン参加やライブ配信、徳島国際消費者フォーラム及び地域と企業のためのSDGs実践セミナー、国際会議等のweb開催の実現により、国内外の取組や有識者の意見、本県の取組を全国・世界に発信することができた。	消費者政策課 学校教育課	p58
117 「食品ロス削減」講座や環境配慮型セミナーの開催やフォーラムをとおして、県内や四国他県における啓発を推進します。	推進						◎	<R2年度取組内容及び進捗状況> ・食品ロス削減出前授業実施 3回 <計画目標の達成見込み> 順調 <今後の取組方針> 引き続き「食品ロス削減」に関する講座や出前授業、環境配慮型セミナーの開催やフォーラムを通して、県内や四国他県における啓発を推進する。	環境首都課	p59

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					KPI 達成 度	実 績 R2年度取組内容及び進捗状況	担当課	消費者 教育推 進計画
		H30	R1	R2	R3	R4				
118 関係機関による「ネットワーク会議」の開催をはじめ、消費者庁作成ハンドブックや子供の安全安心チェックリストを活用した啓発を推進します。また、県内在住絵本作家が作成した絵本や絵本の動画を積極的に広報することにより、重要度の高い事故原因に対して強力に啓発を行います。	啓発						◎	子どもの事故に関する各関係機関からなる「子どもの事故防止プロジェクト関係者ネットワーク会議」を6月に書面開催し、情報共有を図るとともに、子どもの事故防止週間には県庁の県民ホールにてパネル展を行った。 また消費者庁と共催による「子どもの事故防止合同研修会」を関西広域連合で実施し、関西圏に広く発信しました。	消費者政策課	p59
119 藍住町を「実証フィールド」とした取組の成果により作成された「教育媒体」や「実施要領」を活用し、栄養成分表示等を正しく理解し、健康づくりに活用できるよう、ライフステージや健康課題に応じた、消費者教育プログラムを県関係部局や栄養士会と連携し、効果的に推進します。	推進						◎	プロジェクトで作成された教材やマニュアルを活用し、徳島県栄養士会と連携した「ライフステージ別セミナー」や、大型商業施設における「栄養表示啓発キャンペーン」等の開催を通じて、多様な世代を対象とした消費者教育を推進している。 ・ライフステージ別セミナー開催数:11回 ・栄養表示啓発キャンペーン開催数:1回 (R2.12.31)	安全衛生課	p59
120 地方初となる「とくしま消費者志向経営推進組織」を活用し、消費者志向経営の理念の普及・浸透に努めるとともに、消費者志向経営自主宣言企業の拡大を図ります。	拡大						◎	消費者志向経営に取り組む県内外の事業者、消費者庁、ACAPに出演いただいた「地域×企業のためのSDGs実践セミナー」をオンデマンド配信した。(11月) 消費者志向自主宣言フォローアップ・セミナーを開催。(令和3年1月25日) 徳島県内の消費者志向経営自主宣言事業者34事業者(令和2年12月末現在) とくしま消費者志向経営推進組織 令和2年10月 2団体加入	消費者政策課	p59
121 県内自治体の内部職員からの通報窓口の設置・促進や外部労働者からの共通通報窓口の運用を図るとともに、事業者への内部通報窓口の設置促進や社員への啓発に努めます。さらに、県内経済団体における公益通報制度推進員の配置や同団体内に会員事業者が利用できる社外通報窓口の設置・運営を支援し、中小企業向けの内部通報制度推進に向けた「徳島モデル」を全国に発信します。	支援						◎	県内の経済団体等に公益通報者保護制度推進員を配置し、会員企業等における内部通報窓口の設置を促進した。(令和2年9月末現在の新たな内部通報窓口設置件数 43社)	消費者政策課	p59
122 教育機関や関係団体、食品関連事業者など様々な機関と連携した多様なリスクコミュニケーション機会を提供するとともに、調査・研究の成果を踏まえたリスクコミュニケーションの理解度を高めるプログラムの実証を通じて、消費者と食品関連事業者等の相互理解を促進します。	推進						△	「食品安全」をテーマとし、小中学生を対象とした「ジュニア食品安全ゼミナール」を3校、「食品表示」をテーマとし、高校生を対象とした「食品表示ゼミナール」を6校で開催した。なお、「食品表示ゼミナール」では、これまで実施してきた食品表示全般の講座に加え、新たに完全義務化された栄養成分表示を正しく理解し、自身の健康づくりに活用できる人材育成に向け、2校で栄養成分表示に特化した講座を開催した。 ・イベント等参加者数:446人(R2.12.31)	安全衛生課	p59 再掲
②「徳島モデル」の全国発信										
ア「オール徳島」県民運動の展開										
123 徳島版「SDGs」紹介ガイドブックを作成し、SDGsの普及・啓発に向けた取組をより一層推進するとともに、SDGs達成に向けた機運を高めます。				作成	啓発		◎	R2年度中に徳島版SDGs×消費者教育デジタル教材を作成し、県内のSDGsやエシカル消費に取り組む事業所・学校を紹介するとともに、SDGsやエシカル消費について学び、持続可能な社会の実現に向けて行動できることを目指す。	消費者政策課	p60

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					KPI 達成 度	実 績 R 2 年度取組内容及び進捗状況	担当課	消費者 教育推 進計画
		H30	R1	R2	R3	R4				
124 誰もが安心して暮らせる「消費者市民社会」の実現に向けて、消費者と事業者とのコミュニケーションの深化を図る県民大会を開催し、「自立した消費者」の育成やよりよい社会の実現に向けて主体的に行動することができる消費者力を育みます。 (消費者政策課) KPI 県民大会参加数 H30(150名) → R1(300名) → R4(750名)累計		150名	300名			750名	△	令和元年度については、新型コロナウイルス感染拡大のため中止、令和2年度以降についても、WITHコロナ時代を見据え、「消費者まつり」など他のイベントとの統合や、消費者大学校など他の教育・啓発ツールを活用して、目標とする「自立した消費者の育成」等に取り組む。	消費者政策課	p60
125 環境、人や社会、地域に配慮した消費「エシカル消費」を徳島から全国へ展開するため、先進的な自治体が一室に会し、事例報告や意見交換などを通じて連携強化を図る「エシカル消費自治体サミット」を開催します。		開催					◎	令和2年度は「地域×企業のためのSDGs実践セミナー」(オンデマンド配信)の中で、エシカル消費に積極的に取り組む全国や県内の自治体の取組事例を紹介したリレー動画を作成し、事例を共有し合った。	消費者政策課	p60
126 過疎・高齢化が進む中で、「自立した消費者」を育成するため、「とくしま政策研究センター」と民・学・官が連携・協働し、「消費者行政・消費者教育」に関する調査研究を行います。		調査 研究					◎	新未来創造戦略本部の活動に呼応したテーマの調査研究を県内高等教育機関と連携し実施する。(実施中)	県立総合大学 校	p60