

# 徳島県消費者教育推進計画

＝平成30年度改定版＝  
(案)



徳島県

---

## 目次

---

第1章 計画の改定に当たって	1
1 計画改定の趣旨	1
2 計画の位置付け	1
3 計画期間	2
4 推進体制及び進行管理	2
第2章 消費者を取り巻く現状と課題	3
1 社会環境の変化	3
(1) 社会経済情勢の変化	3
(2) 消費者トラブルの複雑化・多様化	3
(3) 震災で高まる意識の変化	4
(4) 日常の消費生活と環境や経済社会への影響	5
2 消費者行政・消費者教育をめぐる国の動き	8
3 本県における消費生活の現状	10
(1) 消費生活相談件数の推移	11
(2) 契約当事者の年齢別相談件数の推移	11
(3) 商品役務別相談件数	12
(4) 商品役務別・年代別相談件数	12
4 消費生活に関する県民意識	14
(1) 特殊詐欺の電話・メール経験の有無	14
(2) 特殊詐欺の疑いがある電話等を受けた場合、警察、消費者センター等の 公的機関に相談、情報提供するかの有無	14
(3) 自分が特殊詐欺の被害に遭うかの有無	14
(4) 学校における消費者教育への要望	15
(5) 環境を考えた取組み	15
5 本県における消費者教育の現状と今後の方向性	16
(1) 様々な場における消費者教育の現状	16
(2) 消費者教育推進を支える体制状況	17
(3) 領域ごとの方向性	18

第3章 計画における施策の方向	19
1 基本理念	19
2 目指す消費者像	19
3 目指すべき将来像	19
4 基本方針	20
第4章 具体的に取り組む施策	21
1 計画の体系	21
2 主な取組内容	22
(1) ライフステージに応じた消費者教育の推進	22
① 学校等における取組の推進	22
ア 幼児期～高校生期の消費者教育	22
イ 若年成人期における取組の推進	26
② 地域社会・職域における取組の推進	27
ア 家庭における消費者教育	27
イ 地域における消費者教育	29
ウ 事業所等における消費者教育	31
(2) 社会情勢に対応した消費者教育の推進	32
① 成年年齢引き下げへの対応	32
ア 若年成人に対する契約知識の普及	32
イ 小・中・高校生期における消費者教育の充実	33
② 高度情報通信ネットワーク社会への対応	34
ア インターネットトラブル等に関する理解の促進	34
イ 情報活用能力(情報リテラシー)の育成	35
③ 高齢社会への対応	36
ア 高齢者に多い消費者被害に関する理解促進	36
イ 高齢者が参加しやすい講座等の実施	37
(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	38
① エシカル消費教育の推進	38
ア 学校におけるエシカル消費教育の推進	38
イ 大学・大学院等におけるエシカル消費の推進	41
② エシカル消費の推進	42
ア 家庭・地域におけるエシカル消費の推進	42
イ 事業者・団体におけるエシカル消費の推進	45

(4) 消費者教育の担い手の育成・活用	46
① 消費者教育指導者の育成	46
ア 教職員研修での消費者教育の充実	46
イ 教育養成課程での消費者教育の充実	47
② 消費者教育コーディネーターの育成	47
ア 地域における人材の育成・活用	47
(5) 消費者の安全・安心の確保に対する体制の構築	49
① 分かりやすい情報による普及・啓発	49
ア 事故の未然防止、トラブル対応能力の育成	49
イ 分かりやすい教材を通じた情報提供	50
② 関係機関の連携・協働による推進	52
ア 高齢者・障がい者等を見守るコミュニティーづくり	52
イ 事業者における消費者志向経営の促進	53
ウ 災害時、非常時に対応できる消費者の育成	54
(6) 消費生活センターの機能強化	55
① 県消費者情報センターの役割強化	55
ア 地域における消費生活センター拠点化の促進	55
イ 相談窓口の充実強化	56
② 市町村の取組への支援	57
ア 市町村における体制づくり	57
(7) 「徳島モデル」の消費者教育の推進	58
① 関係機関との連携体制の充実	58
ア 消費者庁「モデルプロジェクト」との連携	58
② 「徳島モデル」の全国発信	60
ア 「オール徳島」県民運動の展開	60

## 第1章 計画改定に当たって

### 1 計画改定の趣旨

徳島県では、平成24年12月に施行された「消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号。以下「消費者教育推進法」という。）に基づき、平成25年6月に閣議決定された「消費者教育の推進に関する基本的な方針（以下「基本方針」）に沿って、平成26年に「徳島県消費者教育推進計画」を策定しました。

平成26年度から平成29年度までの4年間を計画期間とし、関係機関・団体等の連携・協力を軸に、「消費者の安全・安心の確保と消費者トラブルへの迅速な対応」、「自立した消費者の育成」の2つを基本方針とし、ライフステージに応じた体系的な消費者教育を進めてきました。

この間、グローバル化や高度情報化、高齢化の急速な進展により、消費者を取り巻く社会環境は大きく変化し、消費者問題は複雑化・巧妙化しています。本県においても高齢者等を狙った特殊詐欺による被害が後を絶たない状況であるとともに、食材偽装事案など食の安全・安心を揺るがす事件等が発生するなど、消費者の安全・安心を脅かす様々な問題が起こっています。

また、東日本大震災以降、人や環境、社会に配慮した新たな消費スタイルである倫理的消費（エシカル消費）への関心が高まるとともに、2015年9月には国連総会で、「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択され、持続可能な生産消費形態の確保が掲げられるなど、国際社会を挙げての取組みが広がり始めています。

一方、国・地方において「地方創生」が最重要課題となる中で、平成29年7月、消費者庁において政策の研究・立案の新拠点となる消費者行政新未来創造オフィス（以下「消費者庁オフィス」）が徳島県庁に開設され、本県を実証フィールドとして、「若年者の消費者教育」や「倫理的消費（エシカル消費）」、「高齢者等の見守りネットワークの構築」等の全国展開を見据えたモデルプロジェクトが展開されています。

本県では、消費者庁オフィスを支援するために、同年6月、同じく県庁内に「とくしま消費者行政プラットホーム」を整備し、プロジェクトに呼応する形で独自の施策や、プラットホーム発の新たな施策も推進しています。

こうした背景とともに、消費者を取り巻く社会環境の変化や消費者行政の動きに対応し、今後の消費者教育を総合的・体系的に推進するため、この度、計画を改定することとしました。

### 2 計画の位置付け

この計画は、消費者教育推進法第10条第1項に基づいて策定する「都道府県消費者教育推進計画」です。また、県の上位計画である「徳島県消費者基本計画」における消費者教育を具体的に推進していくための個別計画として位置付けます。

### 3 計画期間

平成30年度から平成34年度までの5年間を計画期間とします。

なお、平成31年度までの2ヶ年間で集中取組期間として、この計画に掲げられた施策等の成果が得られるよう、重点的な実施を進めることとします。

### 4 推進体制及び進行管理

計画の進捗状況を把握し、進行管理を行うとともに、推進においては、市町村消費生活センターや関係機関、消費者団体等との連携強化を図るとともに、「新未来『創造』とくしま行動計画」との整合性を保ちつつ、事業内容等の見直しを行う必要があります。

そのため、徳島県消費生活審議会(消費者教育推進法第20条第1項に規定する「消費者教育推進地域協議会」を兼ねる。)を開催し、取組状況の検証について自己評価を行うとともに、委員の知見を活用した進行管理を実施し、県民に対してその結果を公表します。

また、PDCAサイクルによる評価手法を活用し、点検・評価の結果などに基づき、事業内容等の見直しを実施するとともに、社会・経済情勢の大きな変化や国の制度改定など消費者を取り巻く状況の変化に応じて、計画内容を適時・適切に見直していきます。

#### Topics

#### 【とくしま消費者行政プラットフォーム】開設

##### 5つの機能・役割

##### I 「消費者行政新未来創造オフィス」サポートの拠点

- 消費者庁オフィスが取り組むモデルプロジェクトをサポート

##### II 消費者行政・消費者教育のネットワークづくりの拠点

- 消費者、自治体、事業者、教育機関等の連携により消費者の利益に資する成果を創出

##### III 消費生活支援の拠点

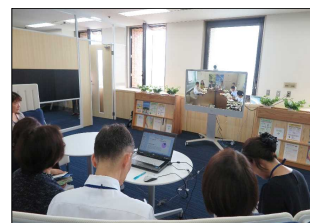
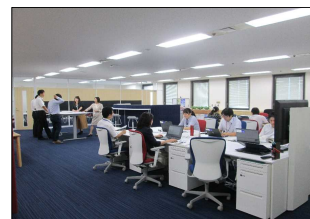
- 消費生活に関する情報の収集・発信、消費者被害や事故の未然・拡大防止を展開

##### IV 「消費者市民社会」創造の拠点

- 「エシカル消費」や「食品のリスクコミュニケーション」を推進

##### V 働き方改革の拠点

- テレビ会議を利用したテレワーク、フリーアドレスによる多様な働き方を推進



## 第2章 消費者を取り巻く現状と課題

### 1 社会環境の変化

#### (1) 社会経済情勢の変化

日本の国内総生産に占める家計消費の割合は、2016年は、約293兆円で、国内総生産(GDP)の約54%となっています。また、ライフスタイルの変化や経済のサービス化が進む中で、家計の消費支出構造においては、モノへの支出からサービスへの支出にシフトしています。

近年、家計における金融資産は、老後に備える節約志向の高まりとともに、2017年には1,832兆円にのぼるなど増加の一途にあり、こうした消費者マインドは、経済社会全体に大きな影響を及ぼしています。

また、2017年4月から電力、2018年4月から都市ガスの小売り全面自由化が開始されたことにより、消費者のニーズに合った契約や選択ができることが可能になりました。一方で、契約や解約等に関する相談が国民生活センター及び消費生活センターに寄せられており、消費者が自主的かつ合理的に判断できる力をより一層身に付けることが必要となっています。

加えて、高度情報化の進展に伴い、インターネットの利用、携帯電話、スマートフォン等の保有率や利用が拡大し、家計におけるインターネット等の利用に関する支出が年々増加するなど、ネットショッピングを通じて、海外からも商品を購入することが容易となり、消費生活においてもグローバル化が進んでいます。

一方で、日本の総人口は、長期の人口減少過程に突入し、平成29年9月15日現在の推計では、総人口1億2,671万人と、前年より21万人減少していますが、総人口に占める65歳以上の高齢者は57万人増加し、その占める割合は、27.7%と過去最高となっています。

今後、高齢者人口は、平成31年には3,588万人へと増加し、高齢化率も28.8%に上昇すると見込まれています。

こうした状況の中、公職選挙法の一部改正により、選挙権年齢が18歳以上に引き下げられたことに伴い、民法の成年年齢引き下げについての検討・議論も加速しています。

#### (2) 消費者トラブルの複雑化・多様化

国民生活センターによると、2016年の消費生活相談件数は、約88.7万件で、前年より相談件数は減少しているものの、人口の高齢化に伴い、相談件数に占める高齢者からの相談の割合は、高水準となっています。相談状況においては、利用した覚えがないサイト利用料の請求など、デジタルコンテンツ等に関する相談が幅広い年代から寄せられており、情報化の影響が見られます。

中でも、SNS等の利用による相談が増加傾向にあり、今後、フィンテックやシェアリングエコノミーといった新たなサービスの普及により、個人情報の流出やトラブルの増加が危惧されています。

また、インターネット上で、自由にやりとりされる電子データである仮想通貨をめぐる金融トラブルが増加しており、国民生活センターによると2017年の相談件数は、2,071件で、前年より約3.4倍増となっています。このことから社会経済情勢を踏まえて、金融商品を適切に利用、選択することができる知識や判断力を身に付ける必要があります。

さらに、2016年のマルチ取引に関する全相談件数のうち、約36%を20歳代の若者からの相談が占めており、とりわけSNSがきっかけとなったトラブルの相談は、20歳代前半を中心に増加しています。

一方、社会問題として被害が深刻化している特殊詐欺については、被害件数の7割以上が65歳以上の高齢者が占めており、被害防止対策が大きな課題となっており、最近では、無人ATM（現金自動受払機）や電子マネーを悪用した架空請求詐欺による被害が、若者の間にも広がってきています。

このような中、貸金業法の改正により、多重債務の相談は、2010年前後をピークに減少傾向となっていますが、国民生活センターには依然として、年間約3万件的相談が寄せられています。多重債務の原因の一つとして挙げられているのが、ギャンブルや買い物等への依存症であり、このため引き続き、消費者の生活管理・家計管理に必要な力の涵養を図る消費者教育を推進することが必要であるとともに、消費生活センター等においても、ギャンブル等依存症への相談窓口機能の維持・強化への期待・必要性が高まっています。

加えて、日本に在住する外国人や訪日外国人が、2020年に東京オリンピック・パラリンピックの開催により、今後も増加することが予想されることから、消費生活センターにおける外国人からの消費生活相談への対応や、外国人に向けた消費生活情報の提供が求められています。

### **(3) 震災で高まる意識の変化**

2011年3月に発生した東日本大震災による原発トラブルにより、被災県産の農産物を中心に、買い控えや風評被害など消費行動が原因となる問題が発生しました。一方、節約や自粛ムードが広がる中、募金や寄付、物資の支援、ボランティア活動に多くの人々が参加するとともに、被災地に直接行かなくても消費を介し、自分にできる応援・支援をしたいという気運の高まりや、エネルギー、環境問題への配慮など、様々な形での社会貢献に関心が集まっています。

こうした中、人や環境、社会に配慮した新たな消費スタイルとして注目されてき



たのが、「エシカル消費」であり、震災以降、被災地への「応援消費」という形で、浸透してきています。

しかしながら、「エシカル消費」に対する認知度は、まだ低く、消費者が身近な言葉として意識することができるように、意味や必要性について、分かりやすく情報を発信し、啓発・普及していくことが大切であるとともに、多発する大規模自然災害に備え、災害時・非常時において社会的な影響を考えて行動することができる消費者の育成が求められています。

#### (4) 日常の消費生活と環境や経済社会への影響

大量消費社会の到来は、気候変動や資源の枯渇、廃棄物による汚染など、環境面に悪影響を及ぼしているとともに、水質資源の減少により、生態系は危機的状況となっています。

また、発展途上国では、生産者は十分な収入が得られず、1億6,800万人、9人に1人が児童労働をしている現状です。

これらの問題を解決する国際的な取組として、2015年9月、「国連持続可能な開発サミット」において、「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択されました。国際社会全体が、これらの諸問題を喫緊の課題として認識し、協働して取り組んでいくことを決意した画期的な合意であり、17の「持続可能な開発目標」(Sustainable Development Goals、以下「SDGs」)が定められています。

SDGs 12「つくる責任 つかう責任」は、消費者として日常的な生活パターンを改善するよう、また、全ての事業者がその事業活動を通して持続可能な開発に貢献するよう、持続可能な消費と生産のパターンを確保することを意味しているとともに、「持続可能な開発」の担い手を育てる消費者教育の推進を掲げています。

※ 持続可能な開発目標 (SDGs) とは



- 1 あらゆる場所で、あらゆる形態の貧困に終止符を打つ
- 2 飢餓に終止符を打ち、食料の安定確保と栄養状態の改善を達成するとともに、持続可能な農業を推進する
- 3 あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を推進する
- 4 すべての人々に包摂的かつ公平で質の高い教育を提供し、生涯学習の機会を促進する
- 5 ジェンダーの平等を達成し、すべての女性と女児のエンパワーメントを図る
- 6 すべての人々に水と衛生へのアクセスと持続可能な管理を確保する
- 7 すべての人々に手ごろで信頼でき、持続可能かつ近代的なエネルギーへのアクセスを確保する
- 8 すべての人々のための持続的、包摂的で持続可能な経済成長、生産的な完全雇用及びディーセント・ワークを推進する
- 9 レジリエントなインフラを整備し、包摂的で持続可能な産業化を推進するとともに、イノベーションの拡大を図る
- 10 国内および国家間の不公平を是正する
- 11 都市と人間の居住地を包摂的、安全、レジリエントかつ持続可能にする
- 12 持続可能な消費と生産のパターンを確保する
- 13 気候変動とその影響に立ち向かうため、緊急対策を取る
- 14 海洋と海洋資源を持続可能な開発に向けて保全し、持続可能な形で利用する
- 15 陸上生態系の保護、回復および持続可能な利用の促進、森林の持続可能な管理、砂漠化への対処、土地劣化の阻止および逆転、ならびに生物多様性損失の阻止を図る
- 16 持続可能な開発に向けて平和で包摂的な社会を推進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供するとともに、あらゆるレベルにおいて効果的で責任ある包摂的な制度を構築する
- 17 持続可能な開発に向けて実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する

## ※「エシカル消費」とは

「エシカル (ethical)」とは、「倫理的・道徳的」という意味の英語で、「エシカル消費」とは、人や社会、環境に配慮したサービスを選び、消費することです。消費を通じて持続可能なより良い社会づくりに貢献することができるとともに、社会を変える大きな力となります。

### 「エシカル消費」の実践例とは

#### ☆ 環境への配慮

- グリーン購入
- 自然エネルギー利用
- エコマーク等付き商品
- 有機農産物、県産材など  
地球環境を思いやる消費



〈コウノトリの定着推進〉<sup>\*1</sup>



〈コウノトリレンコン〉

#### ☆ 人への配慮

- 障がい者が作った商品
- 寄付金付き商品
- 地域紛争や児童労働と  
いった人権問題等の  
解決に寄与する商品を消費



〈障がい者の自立を支援〉



〈フェアトレード商品<sup>\*2</sup>の消費〉

#### ☆ 地域への配慮

- 被災地への応援消費
- 地産地消(伝統文化・産業等)
- 地域資源・人材活躍等  
地方創生に資する消費



〈ジャパンプルー・阿波藍〉



他にも、電気や水を大切に使う、リユース・リサイクルできる製品を選ぶ、地元の商品を買う、なども身近にできる「エシカル消費」です。

\*1 写真協力 日本野鳥の会徳島支部

\*2 開発途上国の原料や製品を適正な価格で購入することにより、立場の弱い開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を支援する「貿易の仕組み」を使って、生産・輸入販売されている商品

## 2 消費者行政・消費者教育をめぐる国の動き

### ◆ 消費者教育の推進に関する法律（H24.12施行）

総合的・一体的に消費者教育を推進するため、消費者教育の意義・理念及び推進体制を定めた法律

- 基本方針の策定
- 消費者教育推進会議の設置 等

### ◆ 消費者教育の推進に関する基本的な方針（H25.6閣議決定）

消費者教育の推進の意義及び基本的な方向、推進の内容、関連する消費者施策との連携

- 都道府県消費者教育推進計画の策定
- 消費者教育推進地域協議会の設置

計画期間 平成25年度～平成29年度（5年間）

### ◆ 消費者ホットライン「188」の運用開始（H27.7運用開始）

全国共通の電話番号から身近な消費生活相談窓口を案内

### ◆ 消費者安全法の一部を改正する法律（H28.4施行）

国や地方公共団体の責務として、消費者教育推進等を通じて、消費者安全を図ることを明記

- 消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の構築
- 消費生活センターの設置等
- 相談員の地位向上

### ◆ 学習指導要領（H29.3.31公示）

消費者関係教育に関する内容

- 小学校  
買い物や売買契約の基礎、物や金銭の大切さ、計画的な使い方等についての内容を充実
- 中学校  
契約の重要性や消費者の基本的権利と責任、クーリング・オフ制度、環境に配慮した消費生活や消費行動等についての内容を充実

### ◆ 消費者教育の推進に関する基本的な方針—中間的見直し—（H29.4）

消費者教育の推進に関する基本的な方針の見直しに向けて、現状把握やヒアリングにより、今後の重点事項を把握

◆ 消費者契約法の一部を改正する法律（H29.6施行）

過量な内容の消費者契約の取消しを認める内容を追加、事業者の債務不履行の場合における消費者の解除権を放棄させる条項を無効とする条項の追加

◆ 消費者教育の推進に関する基本的な方針改訂（H29.8～）

基本方針の見直し案、成年年齢引き下げに向けた対応等について審議

計画期間 平成30年度～平成34年度（5年間）

◆ 消費者の安全・安心暮らし戦略2017（H29.9消費者庁公表）

「誰一人取り残されない社会の実現」に向け、地方消費者行政の強化を推進

<p>経済財政運営と改革の基本方針2017(H29.6.9閣議決定)</p> <p>◆ 消費者の安全・安心を確保するため、消費者事故等の情報収集・分析強化と発生・拡大防止、悪質事案においても確実に被害の回復を図る取組、消費者教育や消費者志向経営の促進、高齢者等の見守りネットワーク構築等を図る。</p> <p>第193回国会における安倍総理大臣施政方針演説(H29.1.20)</p> <p>◆ お年寄りなどを狙った悪質業者が後を絶ちません。被害者の救済を消費者団体が代わって求める新しい訴訟制度が昨年スタートしました。これを国民生活センターがバックアップする仕組みを整え、より迅速な救済を目指します。徳島県に「消費者行政新未来創造オフィス」を開設(H29.7.24)</p>			<p>「誰一人取り残されない」社会の実現に向け、</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 政策課題に対応しつつ地方消費者行政の強化を推進するとともに、</li> <li>2. 財産被害対策、生命身体の安全・安心に係る機能強化、</li> <li>3. 多様な消費への対応等、を行う。</li> </ol>		
<p><b>1.政策課題に対応した地方消費者行政の強化</b></p> <p>1)地方と連携・協働した地方消費者行政の充実・強化</p> <p>① 身近で質の高い相談救済を受けられる地域体制の強化</p> <p>② 政府全体としての政策課題に対応するための地方消費者行政の充実・強化          -SDGs(持続可能な開発目標)に対応した課題(倫理的消費、食品ロス削減等)への対応          -成年年齢引き下げ、軽減税率導入、訪日外国人等への対応 など</p> <p>2)新未来創造プロジェクトの推進</p> <p>① 消費者教育推進などモデル事業の実施</p> <p>② 豊かな未来に向けた消費者行政の創造</p> <p>③ 消費者問題に関する分析・研究及び実証実験の実施          -シェアリングエコノミーに関する実証実験          -世代別等の特性を踏まえた調査研究 など</p>	<p><b>2.財産被害対策、生命身体の安全・安心に係る機能強化</b></p> <p>1)財産被害防止・救済のための機能強化等</p> <p>① 法執行体制の強化</p> <p>② 適格消費者団体・特定適格消費者団体の設立・活動促進</p> <p>③ ビッグデータ活用によるトラブル対応強化</p> <p>④ 公益通報者保護制度の実効性向上</p> <p>⑤ 消費者契約法の見直しの検討</p> <p>2)生命身体の安全・安心のための事故対応機能の強化</p> <p>① 事故調査能力向上のための人材育成</p> <p>② 事故の未然防止等に係る事故情報周知</p> <p>③ 生命身体事故等の背景要因の研究による事故調査の質の向上</p> <p>④ 食の安全に関するリスクコミュニケーションや情報発信の強化</p>	<p><b>3.多様な消費への対応等</b></p> <p>1)多様な消費への対応等</p> <p>① 訪日・在日外国人の消費の安全確保</p> <p>② 越境取引増加に伴うトラブル対応強化</p> <p>③ 加工食品の新たな原料原産地表示制度の普及・啓発</p> <p>④ 機能的表示食品制度の運用体制強化</p> <p>2)働き方・業務運営の変革</p> <p>① 働き方改革の推進による効率的・効果的な業務執行体制の確立</p> <p>② EBPM(実証に基づく政策立案)推進体制の整備</p> <p>③ セキュリティ強化や働き方の見直し等に資する情報システムの整備</p>			

◆ 特定商取引に関する法律の一部を改正する法律（H29.12施行）

悪質事業者への対応として、業務停止命令制度の創設、電話勧誘販売の過量販売規制

- 契約を破棄することができる可能期間、業務停止命令の上限期間延長

### 3 本県における消費生活の現状

本県においては、人口の高齢化がより一層進行しています。総人口における65歳以上の割合(高齢化率)は、すでに3割を超えており、全国平均を上回っています。

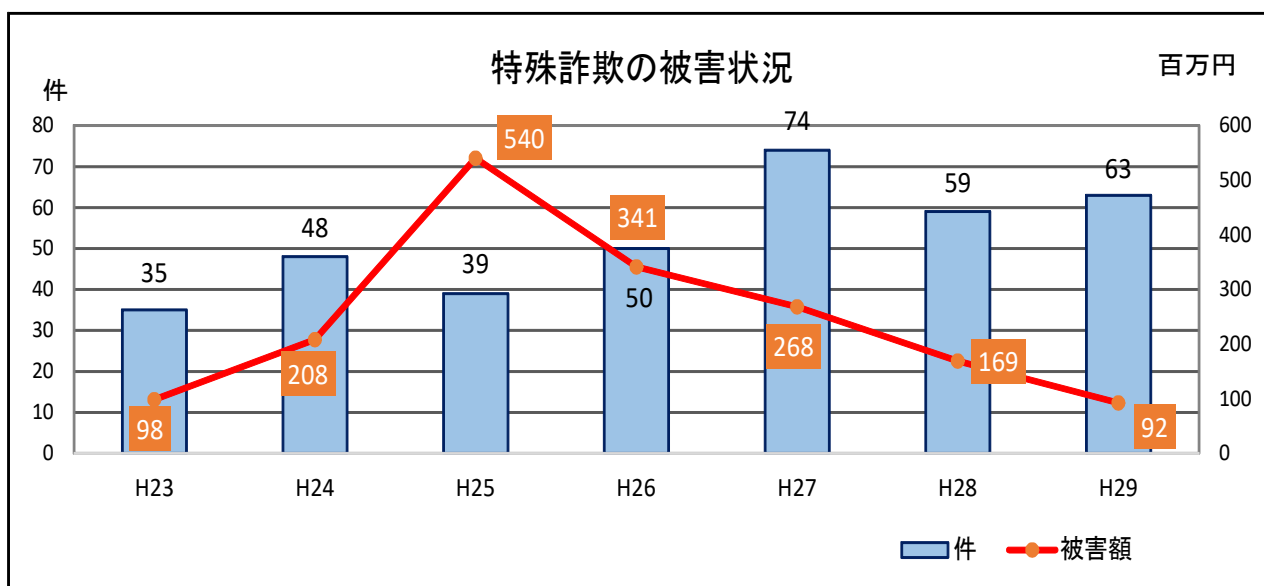
こうした状況と相まって、65歳以上の高齢者がいる世帯は、世帯総数の47.5%(平成27年)となっているとともに、そのうちの約27%は、65歳以上の単独世帯、さらに約27%が高齢夫婦世帯が占めています。

加えて、特殊詐欺による被害が深刻化しており、平成29年の被害総額は、6年ぶりに1億円を下回ったものの、被害件数は63件と前年より増加しています。そのうち振り込め詐欺による被害が59件と大部分を占めているとともに、高齢者が特殊詐欺の被害に遭った割合は、全体の約46%を占めています。

<参考資料>



(総務省 国勢調査より)

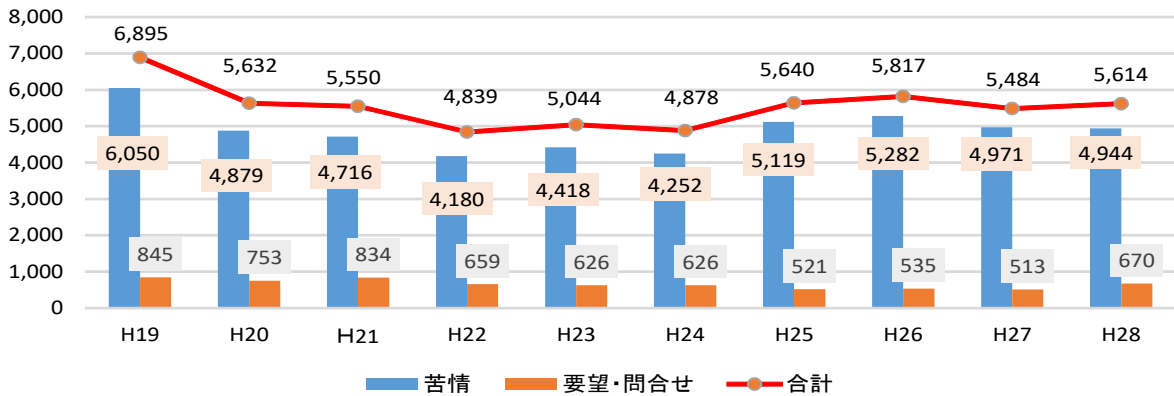


(徳島県警察からのデータをもとに作成)

### (1) 消費生活相談件数の推移

県及び市町村に寄せられた消費生活相談の総件数は、平成21年度から減少傾向が続いていましたが、平成25年度から再び増加傾向となり、ここ数年は、5千件を超えて相談が寄せられています。また、相談内容では、「苦情相談」が全体の約9割を占めています。

図表1 消費相談件数の推移

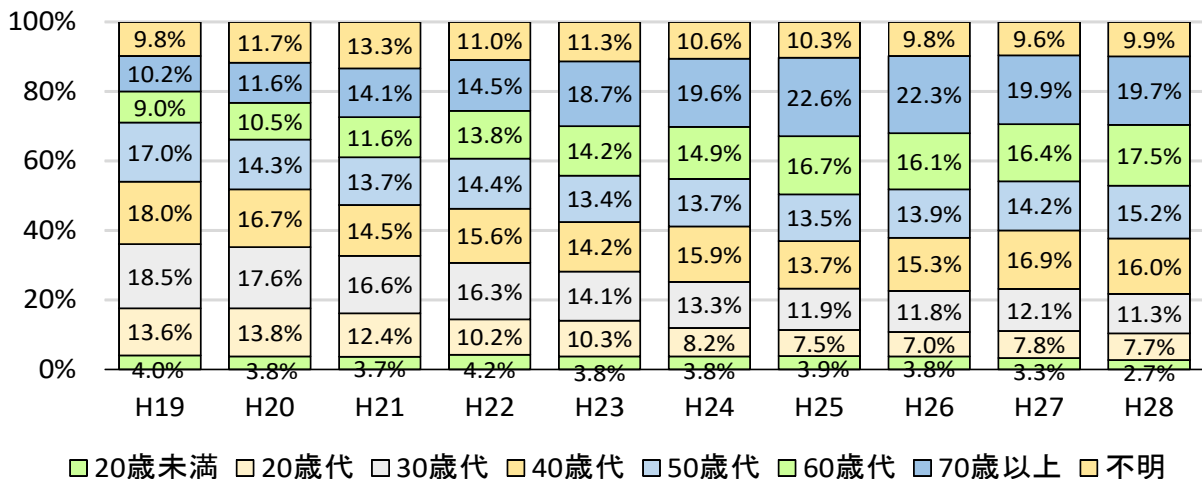


(PIO-NET2015に登録されたデータより)

### (2) 契約当事者の年齢別相談件数の推移

契約当事者の年齢別相談件数の割合をみると、60歳以上の相談の割合は増加しており、平成23年度以降、相談件数の3割以上を占めています。

図表2 契約当事者・年代別相談件数の割合



(PIO-NET2015に登録されたデータより)

### (3) 商品役務別相談件数

平成21年度からの相談件数をみると、「デジタルコンテンツ」が例年最多であり、利用した覚えのないサイト利用料の請求などに関する相談が増加しています。

またインターネットの利用拡大により、「インターネット通信サービス」のサービスの料金請求に関する相談が増加しています。

全体上位10位 (図表3)

(件)

	商品・役務	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28
1	デジタルコンテンツ	748	753	801	679	758	960	934	902
2	商品一般	415	165	142	158	272	383	289	281
3	融資サービス	470	453	272	201	182	182	152	157
4	レンタル・リース・貸借	296	236	211	196	210	236	249	251
5	インターネット通信サービス	69	85	113	96	213	337	401	403
6	工事・建築・加工	159	150	180	180	186	197	192	176
7	健康食品	108	85	107	286	327	135	155	209
8	相談その他	147	118	146	173	211	193	202	202
9	役務その他	119	118	150	133	161	219	223	237
10	自動車	126	105	105	105	114	92	108	103

(PIO-NET2015に登録されたデータより)

### (4) 商品役務別・年代別相談件数

平成28年度における相談内容をみると、20歳未満から60歳代の年代で、「デジタルコンテンツ」に関する相談が1位となっています。

(図表4)

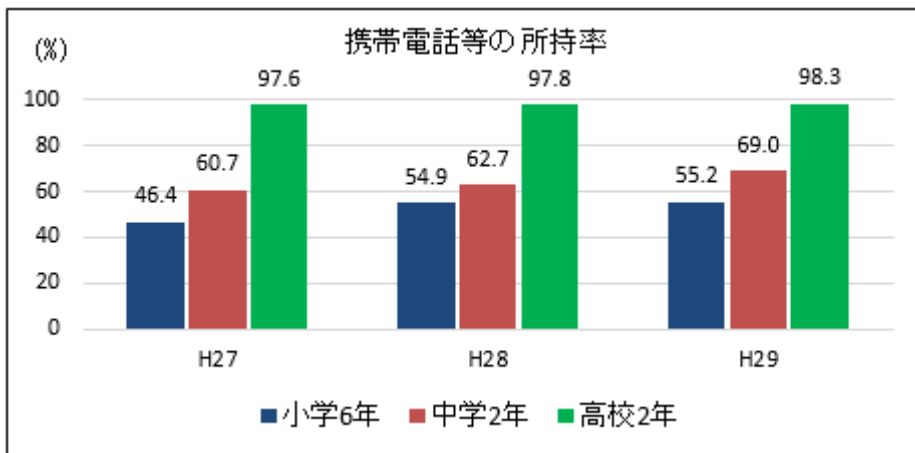
順位	20歳未満	件数	20歳代	件数	30歳代	件数	40歳代	件数
1	デジタルコンテンツ	67	デジタルコンテンツ	81	デジタルコンテンツ	142	デジタルコンテンツ	177
2	健康食品	6	レンタル・リース・貸借	40	レンタル・リース・貸借	46	インターネット通信サービス	71
3	書籍・印刷物	4	インターネット通信サービス	25	インターネット通信サービス	36	レンタル・リース・貸借	52
4	移動通信サービス	4	融資サービス	19	融資サービス	25	融資サービス	41
5	商品一般	3	理美容	17	移動通信サービス	25	役務その他	41
順位	50歳代	件数	60歳代	件数	70歳以上	件数		
1	デジタルコンテンツ	176	デジタルコンテンツ	161	健康食品	99		
2	インターネット通信サービス	76	インターネット通信サービス	102	デジタルコンテンツ	78		
3	商品一般	36	商品一般	61	商品一般	94		
4	工事・建築・加工	35	役務その他	40	工事・建築・加工	63		
5	役務その他	29	相談その他	30	インターネット通信サービス	60		

(PIO-NET2015に登録されたデータより)

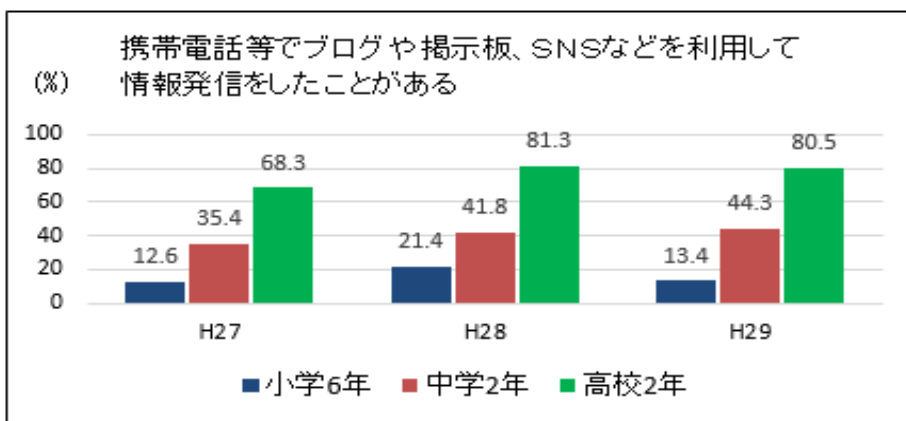


〈参考〉

※ 本県の児童・生徒における携帯電話等利用状況について



携帯電話、スマートフォンを所持している児童・生徒の割合は、年々増加しています。

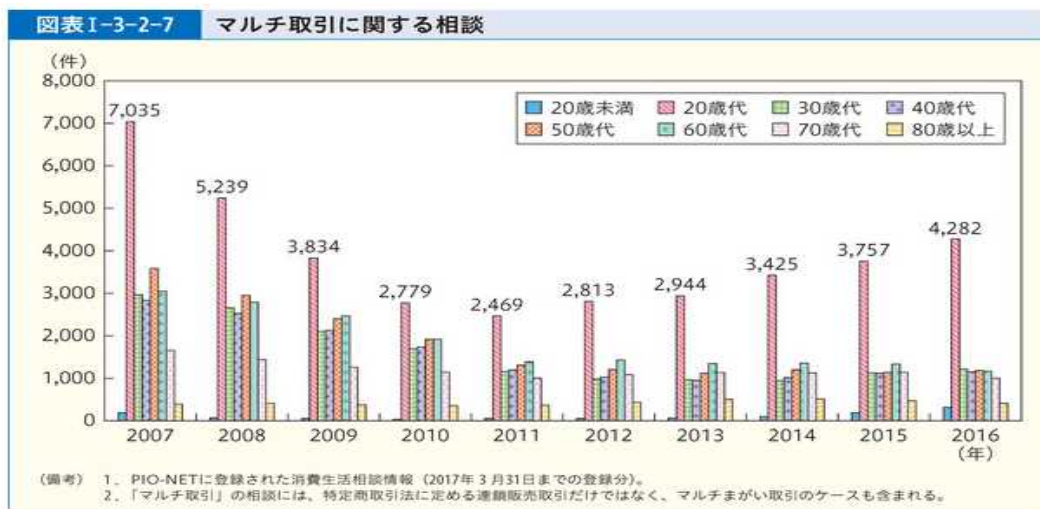


児童・生徒による無料アプリやSNS等の利用者が増加し、情報通信ネットワークを利用して様々な情報を入手しています。

【携帯電話利用状況アンケート調査より 徳島県教育委員会(抽出調査)】

Topics 〈平成29年版消費者白書より〉

大学生を中心に相談が増加

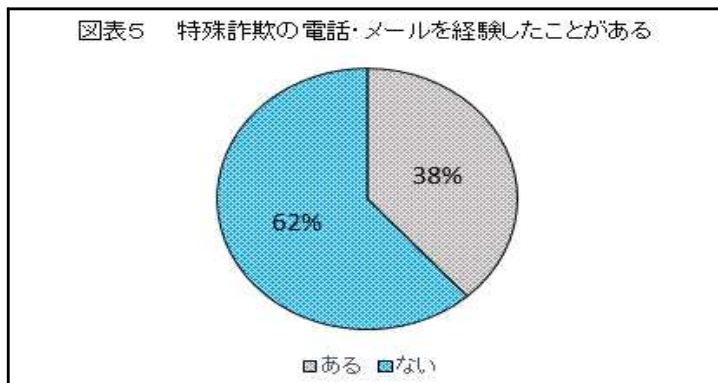


#### 4 消費生活に関する県民意識 ～オープンとくしま e-モニターアンケート結果から～

##### 調査概要

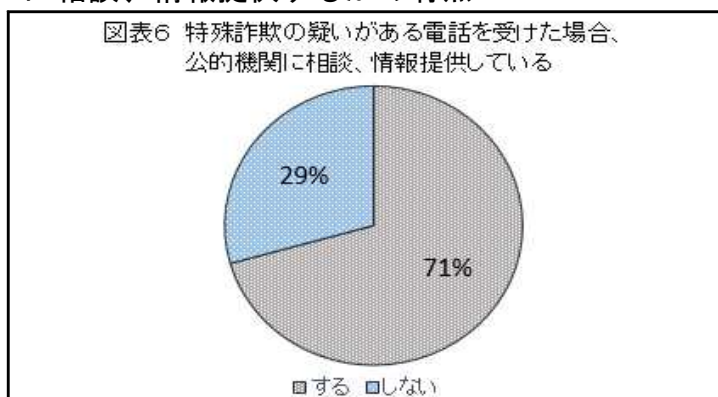
- モニター 18歳以上の県内居住者  
(一般公募100名程度、市町村長推薦100名程度)
- 調査方法 インターネットによるアンケートへの回答

##### (1) 特殊詐欺の電話・メールの経験の有無



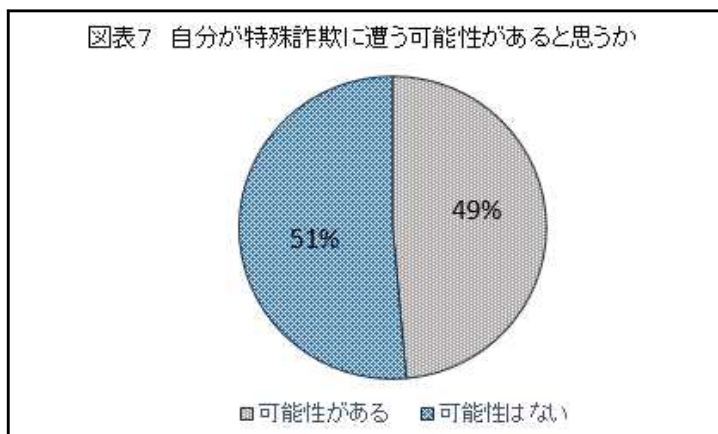
4割近くの人が、特殊詐欺の電話やメールを経験しており、特殊詐欺が身近な犯罪になっている

##### (2) 特殊詐欺の疑いがある電話等を受けた場合、警察、消費者センター等の公的機関に相談、情報提供するかの有無



相談・情報提供しない人が約3割となっており、警察等で把握している予兆電話は実際の7割程度である

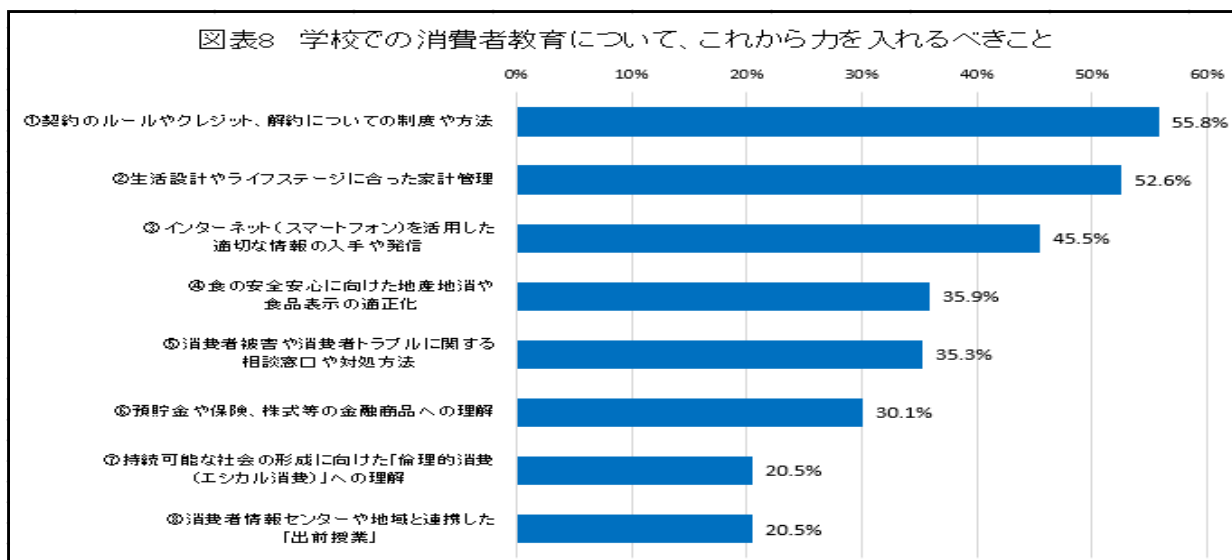
##### (3) 自分が特殊詐欺の被害に遭うかの有無



可能性はないと答えている割合が5割以上を占めており、当事者意識を高めることが必要である

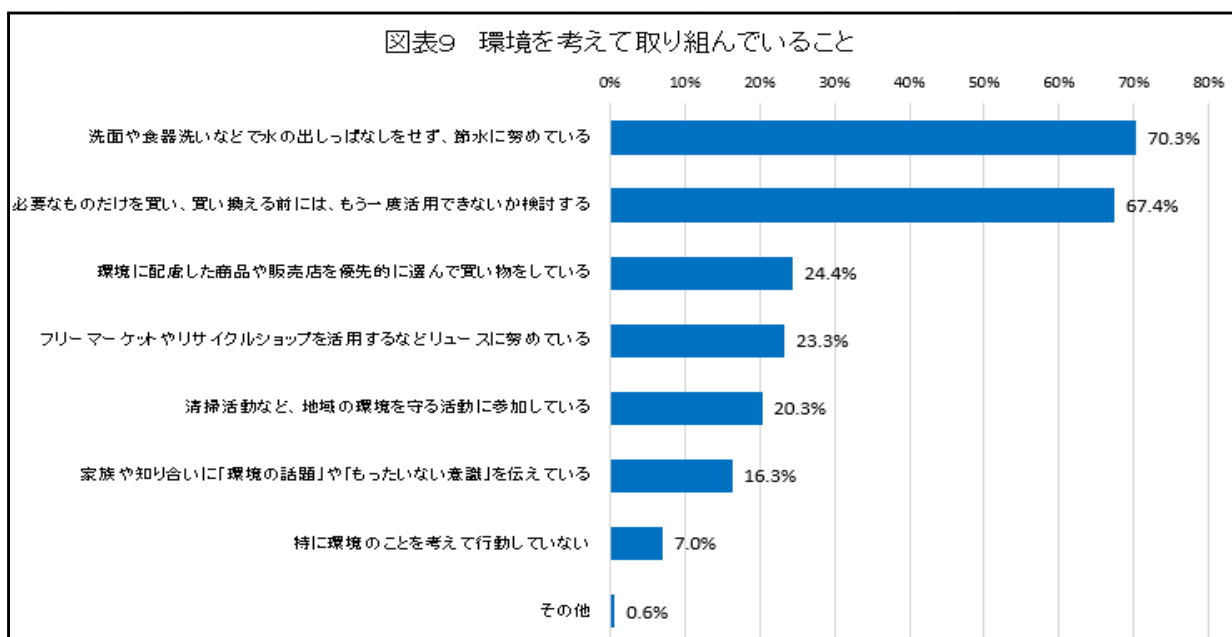
#### (4) 学校における消費者教育への要望

成年年齢の引き下げの動きを見据え、契約のルールやクレジット等、家計管理、インターネットを活用した適切な情報の入手や発信に関する教育への要望が高まっています。



#### (5) 環境を考えた取組み

節水や買い控え等に対する意識は高まっているが、今後は、環境に配慮した商品の選択や、持続可能な社会の形成に向けて、消費者意識を高める必要があります。



## 5 本県における消費者教育の現状と今後の方向性

### (1) 様々な場における消費者教育の現状

本県では、平成25年度に「徳島県消費者教育基本計画」を策定し、幼児期から高齢者まで、各ライフステージに応じた体系的な消費者教育を行政・教育・消費者団体・弁護士等、多様な主体が連携して進めてきました。

学校教育では、幼稚園から高校まで、これまで34校を消費者教育研究実践校として指定し、「自立した消費者」の育成に向けて、学校の特色に応じた消費者教育を推進しています。消費者大学校・大学院等においては、地域の消費者教育を担うリーダーを養成し、卒業生も2,000名を超えています。

また、安全・安心で持続可能な「消費者市民社会」の実現に向けて、挙県一致で「エシカル消費」に対する気運の醸成に取り組んでいます。

さらに消費者庁オフィスと連携し、全国展開を見据えた様々なモデルプロジェクトを進めています。

多様な主体と連携した消費者教育の現状 (図表10)

様々な場における消費者教育	現状	関係機関との連携
学校における消費者教育	学習指導要領に基づき、授業が展開	消費者庁「モデルプロジェクト」と連携
	消費者教育研究指定校による実践	とくしま「消費者教育人材バンク」活用による多様な主体と連携
	「出前授業」による消費者教育を推進	消費者情報センターへの教員配置
	高校生による「エシカル消費」の推進 「エシカルクラブ」の全公立高校展開	県内4大学と連携
大学・大学院等における消費者教育	消費者教育実践講座の展開	消費者庁「モデルプロジェクト」と連携
	「エシカル消費」教育の推進	消費者庁による「消費者教育」講座
	大学院生による学校への「出前授業」	県内大学間の連携、情報の共有 行政、消費者情報センターと連携 家庭教育ファシリテーターの育成、連携講座の実施
家庭・地域・職域における消費者教育	「くらしのサポーター」啓発・登録	消費者庁「モデルプロジェクト」と連携
	消費者大学校・大学院による人材育成	とくしま「消費者教育人材バンク」活用による多様な主体と連携
	「消費生活コーディネーター」養成講座	県消費者情報センター、市町村消費生活センターと連携
	社会教育施設における「出前授業」	行政、警察、福祉、事業者等と連携
	市町村消費生活センター設置促進	
	啓発用リーフレット、県民大会開催	
事業者における消費者教育	事業者による消費者志向経営自主宣言	消費者庁「モデルプロジェクト」と連携
	事業者による「エシカル消費」自主宣言	行政、事業者団体と連携
	消費者志向経営促進に向けたセミナー開催	

## (2) 消費者教育推進を支える体制状況

### ① 相談体制の強化

県では、県民(事業者)、県及び関係機関が有する消費生活に関する情報を一元化し、消費者問題の解決に向けて、迅速かつ的確に対応するため、平成18年に徳島県消費者情報センターを設置し、消費生活相談に応じるとともに、学校や地域での出前授業、消費生活に関する情報提供、人材育成を行っています。

また、県民にとって身近な相談機関である市町村消費生活センターは、平成29年度末に広域連携を含め、県内24市町村に相談窓口が設置されました。

### ② 消費者ネットの構築

消費者に、役立つ情報を広めたり、地域の情報やニーズを消費者情報センターに取り次ぐ制度として、県では「くらしのサポーター」を養成し、地域に根ざした「消費者ネット」を構築しています。登録者数は400名を超えるとともに、県消費者団体や消費生活協同組合、宅配業者等の14団体となっています。また、くらしのサポーターの活動効果を挙げるため、的確な指導や助言、各種講座の企画・運営等を行う「消費生活コーディネーター」を養成し、これまで47名を輩出するなど、こうした制度は国の制度化へとつながっています。

### ③ 消費者教育を支援する人材バンクの開設

消費者を取り巻く環境が変化し、消費者問題も複雑化・巧妙化する中で、学校や地域から、質の高い「出前授業」へのニーズが高まっています。

県では、こうした声に応えるとともに、成年年齢引き下げの動きを見据え、消費生活の分野で高い専門性を有する専門家を一元的に登録し、様々な場のニーズに応じて講師として派遣する、とくしま「消費者教育人材バンク」を平成29年度に開設しました。

### ④ 「とくしまエシカル推進会議」の発足

消費者、事業者、行政等が連携し、環境、人や社会、地域などに配慮した消費活動「エシカル消費」の浸透・定着を図るとともに、誰もが日々の消費を通じて環境問題や社会問題等の社会的課題の解決に寄与することができる「エシカルな社会」を実現するため、14団体の構成機関からなる「とくしまエシカル消費推進会議」を発足しました。

### ⑤ 「とくしま消費者見守りネットワーク」の設立

高齢者・障がい者等の消費者被害の未然防止を図るため、県内の関係機関・団体が連携して、高齢者・障がい者等の見守り等に必要な取組について、情報交換、協議を行い、市町村における高齢者・障がい者等の見守りネットワーク構築に向けて、支援を行うことを目的として「とくしま消費者見守りネットワーク」を設立しました。

### (3) 領域ごとの方向性

国の基本方針では、消費者教育の4つの重点領域が示されています。県では、消費者を取り巻く現状や、これまでの状況等を鑑みた消費者教育の内容として、それぞれ対象領域に応じて重点的に取り組む施策の方向性を以下のように設定します。

#### ① 「消費者市民社会」の構築に関する領域

##### 社会的な課題

- ・消費者が持つ影響力の理解・持続可能な消費の実践
- ・消費者の参画・協働

- 
- ・SDGs、エシカル消費の普及・啓発、実践力の向上
  - ・災害時、非常事態への対応

#### ② 生活の管理と契約に関する領域

##### 消費生活の基盤

- ・選択し、契約することへの理解と考える態度
- ・生活を設計・管理する能力

- 
- ・学習指導要領改訂に向けての対応
  - ・成年年齢引き下げに向けての対応

#### ③ 商品等やサービスの安全に関する領域

##### 暮らしを守る

- ・商品安全の理解と危険を回避する能力
- ・トラブル対応能力

- 
- ・子供の事故防止、製品等の安全に関する分かりやすい情報発信
  - ・高齢者・障がい者等を見守るネットワークの構築
  - ・消費者志向経営の促進

#### ④ 情報とメディアに関する領域

##### 情報活用の課題

- ・情報の収集・処理・発信能力
- ・情報社会のルールや情報モラルの理解
- ・消費生活情報に対する批判的思考力

- 
- ・高度情報通信ネットワーク社会への対応

### 第3章 計画における施策の方向

本県では、国の基本方針の見直しの動向や、平成29年度改定された「徳島県消費者基本計画」に基づくとともに、これまでの取組の成果や今後の重点事項を踏まえ、「誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で消費者教育を受けることができる」機会を提供し、安全で安心な、消費者が主役となる豊かな「消費者市民社会」の実現に向け、多様な主体が連携・協働した「オール徳島」による消費者教育を推進します。

#### 1 基本理念

社会の変化を見据え、消費者市民として自覚・責任を持ち、主体的に行動できる消費者を育成し、「徳島モデル」の消費者教育を全国に発信

#### 2 目指す消費者像

- ・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」
- ・社会全体のよりよい生活を創造するために「積極的に行動できる消費者」

#### 3 目指すべき将来像

計画が目指す「5年後の姿」を次のように掲げ、目指す姿の実現に向けた取組を強力かつ機動的に行います。

- ① 様々な場において、ライフステージに応じた消費者教育が行われている
- ② 社会情勢の変化に対応した消費者教育が行われている
- ③ 持続可能な消費行動への意識が醸成されている
- ④ 消費者教育の担い手となる人材の確保やコーディネーターの育成、配置ができています
- ⑤ 地域で見守る体制の充実、安全・安心な商品、サービスの提供や関係機関の連携強化ができています
- ⑥ 地域における消費生活センターの拠点化が確立できている
- ⑦ 消費者市民社会の形成を促す徳島県の取組を全国に発信している

#### 4 基本方針（今後取り組む重点項目）

計画では、7つの基本方針(重点項目)を定め、全庁を挙げて、総合的・体系的に施策を推進します。

##### 【基本方針1】ライフステージに応じた消費者教育の推進

消費者被害に遭わない、合理的意思決定ができる「自立した消費者」を育成するために、幼児期から高齢期まで各段階に応じた消費者教育や、学校、家庭、地域、職域等の様々な場の特性に応じた消費者教育に取り組みます。

##### 【基本方針2】社会情勢の変化に対応した消費者教育の推進

複雑化・巧妙化する消費者問題や成年年齢引き下げへの対応、高度情報化の進展、高齢社会への対応など、社会情勢の変化を意識した消費者教育に取り組みます。

##### 【基本方針3】人や環境、社会、SDGsを意識した消費行動の推進

公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画することができる「消費者市民社会」の形成を目指し、エシカル消費教育に取り組みます。

##### 【基本方針4】消費者教育の担い手の育成・活用

教職員等に対する消費者教育の充実を図るとともに、地域において消費者教育の担い手となるコーディネーターの育成に取り組みます。

##### 【基本方針5】消費者の安全・安心の確保に対する体制の構築

事業者による消費者志向経営の促進に取り組むとともに、高齢者や障がい者等を見守るネットワークの構築や災害時等に適切に行動することができる消費者の育成に取り組みます。

##### 【基本方針6】消費生活センターの機能強化

県消費者情報センターの役割強化を図るとともに、質の高い消費者相談や消費者啓発に向けて、市町村への取組支援や消費生活センターの拠点化を促進します。

##### 【基本方針7】「徳島モデル」の消費者教育の推進

消費者庁と連携した「モデルプロジェクト」の全国展開を推進するとともに、「オール徳島」による消費者としての意識を高める運動を展開します。



## 第4章 具体的に取り組む施策

### 1 計画の体系

計画では、7つの基本方針のもと、推進するための15の施策の方向性を設定し、ライフステージに応じた消費者教育や、多様な主体が連携・協働した体制づくりの推進に向けて、具体的な取組を進めます。

〈県施策の方向性と主な取組内容〉

基本方針	施策の方向性		主な取組内容
1 ライフステージに応じた消費者教育の推進	(1) 学校等における取組の推進	ア	幼児期～高校生期の消費者教育
		イ	若年成人期の消費者教育
	(2) 地域社会・職域における取組の推進	ア	家庭における消費者教育
		イ	地域における消費者教育
		ウ	事業所等における消費者教育
2 社会情勢に対応した消費者教育の推進	(1) 成年年齢引き下げへの対応	ア	若年成人に対する契約知識の普及
		イ	小・中・高校生期における消費者教育の充実
	(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
		イ	情報活用能力(情報リテラシー)の育成
	(3) 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
		イ	高齢者が参加しやすい講座等の実施
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の推進
		イ	大学・大学院等におけるエシカル消費の推進
	(2) エシカル消費の推進	ア	家庭・地域におけるエシカル消費の推進
		イ	事業者・団体におけるエシカル消費の推進
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
		イ	教員養成課程での消費者教育の充実
	(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
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
		イ	分かりやすい教材を通じた情報提供
	(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づくり
		イ	事業者における消費者志向経営の促進
		ウ	災害時、非常時に対応できる消費者の育成
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
		イ	相談窓口の充実・強化
	(2) 市町村の取組への支援	ア	市町村における体制づくり
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」と連携
	(2) 「徳島モデル」の全国発信	ア	「オール徳島」県民運動の展開

以上の県の取組内容を担当課・連携機関とともに、一覧表で示します。

なお、K P I (重要業績評価指標)のうち、平成31年度までのK P Iを示したものは、集中取組期間内における目標値であり、平成34年度までのK P Iを示したものは、

は、本計画の期間内における目標値です。また、施策の内容が継続・変動する場合には、KPIを省略しています。

## 2 主な取組内容

### (1) ライフステージに応じた消費者教育の推進

以下のような発達段階に応じて、消費者教育を推進します。

発達段階	各期の学習目標
幼児期	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心を持ち、それを取り入れる時期
小学生期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期
中学生期	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期
高校生期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期
若者	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期
成人一般	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期
高齢者	人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期

#### ①学校等における取組の推進

##### ア 幼児期～高校生期の消費者教育

平成29年3月31日、幼稚園、小学校及び中学校の新学習指導要領が公示されました。新学習指導要領では、子供たちが、変化の激しい社会を生き抜くための資質・能力を確実に育成することが改訂のポイントとして示されています。この中で消費者教育は、改訂の重点事項として挙げられており、小・中学校における技術・家庭科や社会科の中で、内容の充実が図られています。

このため、今後の消費者教育では、消費生活に関する基礎的・基本的な知識を着実に習得するとともに、身に付いた知識を消費者・生活者の視点でどう使

うか、そして持続可能な社会づくりに向けて、どのように人や社会、環境と関わるかという視点が重要となってきます。

県では、新学習指導要領の趣旨に基づき、将来にわたって、合理的な意思決定ができる「自立した消費者」として必要な能力・態度を育むとともに、公正かつ持続可能な社会の形成に向けて、積極的に参画することができる消費者の育成を目指し、各教科・科目はもとより、環境教育や食育、国際理解教育など消費生活に関連する教育との連携やE S D (Education for Sustainable Development)「持続可能な開発のための教育」の視点を取り入れた消費者教育を系統的・体系的に推進します。

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈新次元の消費者教育推進事業「TOKUSHIMA消費者教育」ステップアップ事業〉</p> <p>「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。 (学校教育課)</p> <p>K P I 研究実践校数</p> <p>H29(34) → H31(44) → H34(59) 累計</p>	<p>市町村 市町村教育委員会 県内大学、事業所 法曹関係者 県消費者協会 金融広報委員会</p>
<p>〈新次元の消費者教育推進事業「TOKUSHIMA消費者教育」ステップアップ事業〉</p> <p>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。</p> <p>(学校教育課) (消費者暮らし政策課)</p> <p>K P I 出前授業実践校</p> <p>H29(50) → H31(55) → H34(60)</p>	<p>市町村 市町村教育委員会 県内大学、事業所 法曹関係者 県消費者協会 金融広報委員会</p>
<p>〈新次元の消費者教育推進事業「TOKUSHIMA消費者教育」ステップアップ事業〉</p> <p>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。</p> <p>(学校教育課) (消費者暮らし政策課)</p> <p>K P I 啓発ポスターの活用事例数</p> <p>H29(1) → H31(3) → H34(6)</p>	<p>市町村 市町村教育委員会 県消費者協会</p>

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p><b>〈私立学校における消費者教育の推進〉</b>            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。            (総務課)</p>	県内大学、事業所 法曹関係者 県消費者協会 金融広報委員会
<p><b>〈とくしま「消費者教育人材バンク」〉</b>            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。            (消費者くらし政策課) (県消費者情報センター)            K P I 人材バンク登録団体数            H29(27) → H31(40) → H34(50) 累計</p>	市町村 教育委員会 県内大学、事業所 法曹関係者 県消費者協会 金融広報委員会
<p><b>〈金銭・金融教育〉</b>            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。            (学校教育課)</p>	市町村 県内大学 県消費者協会 金融広報委員会
<p><b>〈全国発信！食の安全安心消費者教育プロジェクト〉</b>            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、冷静に判断することができる態度を育成します。            (安全衛生課)            K P I 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(累計)            H30(600) → H31(1,200) 累計</p>	市町村 教育委員会

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈「ふるさとの味」食育支援事業〉</p> <p>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。 (体育学校安全課)</p> <p>K P I 栄養教諭・学校栄養職員による食に関する授業を実施する学年の割合(%)</p> <p>H29(55.5) → H31(55.5) → H32(55.5)</p>	<p>市町村 市町村教育委員会</p>
<p>〈環境・エネルギー教育推進事業〉</p> <p>エコリーダー養成講座を開催し、「新学校版環境 ISO」の認証システムや具体的な活動内容を説明する講演を行うとともに、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、県環境・エネルギー教育発表会を開催することにより、公立小中高等学校の認証校割合を伸ばします。 (学校教育課)</p> <p>K P I 「新学校版環境 I S O」認証を取得した学校の割合(%)</p> <p>H29(84.0) → H31(85.5) → H34(87.0)</p>	<p>エコみらいとくしま</p>
<p>〈木育・住育推進〉</p> <p>「徳島県木材住宅推進協議会」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、木育・住育を推進します。 (住宅課)</p>	<p>市町村 建築・林業事業者 建築・林業関係団体</p>
<p>〈川口ダム自然エネルギーミュージアム見学会・出前授業〉</p> <p>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」に関心を深めるため、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。 (経営企画戦略課)</p> <p>K P I 川口ダム自然エネルギーミュージアム入館者数 12,000人／年</p>	<p>市町村 教育委員会 小学校 中学校</p>
<p>〈家庭教育支援の充実〉</p> <p>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、P T A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。 (生涯学習課)</p>	<p>教育委員会 市町村 公民館連絡協議会 社会教育委員連絡協議会 各 P T A 団体</p>

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈外国人英語指導助手配置〉</p> <p>県立3中学校、県立高等学校、総合教育センターに21名のALTを配置し、全クラスでALTを活用した授業を展開するとともに、英会話クラブやスピーチコンテストの指導など、外国語教育の充実と地域レベルの草の根の国際交流の進展を図ることにより、国際化の促進及びグローバル人材の育成を図ります。</p> <p>(学校教育課)</p>	<p>総務省 外務省 文部科学省 (一財)自治体国際化協会</p>
<p>〈Tokushima英語村プロジェクト・ステップアップ事業〉</p> <p>児童・生徒が世界を体感する英語体験プログラムを実施し、日本人としてのアイデンティティーの確立や「生きた英語」に触れる機会を創出し、異文化理解やコミュニケーション能力の育成を図ります。</p> <p>(学校教育課)</p> <p>K P I 児童・生徒が世界を体感する英語体験プログラムへの参加者数</p> <p>H29(155) → H30(335) → H31(515) 累計</p>	<p>市町村 市町村教育委員会</p>

#### イ 若年成人期における取組の推進

消費者教育は、学校教育において行えば十分というのではなく、卒業後においても高等教育機関や事業所において、若年成人に対する消費者教育を学び続けることができる環境づくりを行うことが必要です。

近年、20歳代を中心にマルチ商法の被害が増加しており、特に、大学生等の被害が増加しています。大学においても消費者トラブルを未然に防ぐための取組として、学内へのポスター等の掲示や新入生オリエンテーションなど、学生への支援を行っていますが、初等中等教育機関と異なり、消費者教育に関する授業科目の開設や講義は、限られています。今後は消費生活や消費者トラブルについての情報や知識を獲得できる機会を拡大していくことが必要です。

県では、大学等と連携し、「自立した社会人としての消費者」の育成に向け、消費生活に関する正しい知識の啓発や、消費者教育を学べる機会を提供します。

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈大学へ出張講座、情報提供〉</p> <p>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。</p> <p>(消費者くらし政策課) (県消費者情報センター)</p> <p>K P I 出前授業回数</p> <p>H29(4) → H31(4) → H34(4)</p>	<p>県内大学 県消費者協会</p>

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈公益通報者保護制度の啓発〉</p> <p>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。</p> <p>(県消費者情報センター)</p> <p>K P I 出前授業回数</p> <p>H29(1) → H31(3) → H34(6) 累計</p>	<p>県内大学等</p>
<p>〈全国発信！食の安全安心消費者教育推進プロジェクト〉</p> <p>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。</p> <p>(安全衛生課)</p> <p>K P I 食品表示ウォッチャー数</p> <p>H28(80) → H31(160)</p>	<p>県内大学</p>

## ②地域社会・職域における取組の推進

### ア 家庭における消費者教育

家庭は、子供たちの基本的な生活習慣の確立や情操の涵養など、「生きる力」の基礎的な資質や能力を育む、すべての教育の出発点です。

家庭における消費者教育の推進においては、保護者等が消費者教育の重要性を認識することが何よりも重要です。近年、デジタルコンテンツに関する相談年齢の低年齢化の現状からも、若年者の消費者トラブルの未然防止に向けて、家庭で物と金銭の大切さを気付かせたり、インターネット等の使い方について考えさせるとともに、家庭内でのルールづくりや親子で学ぶ機会の確保を図ることが必要です。また、消費生活上の事故等により、全国で14歳以下の子供が毎年、300名以上死亡しており、子供の事故防止に向けた家庭の取組みを支援することが求められています。

このため、県においては、家庭における消費者教育を支援するための情報提供や親子で学べる学習の機会を提供します。

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈とくしま「消費者教育人材バンク」〉 再掲  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。</p> <p>(消費者暮らし政策課) (県消費者情報センター)</p> <p>K P I 人材バンク登録団体数  H29(27) → H31(40) → H34(50) 累計</p>	市町村 教育委員会 県内大学、事業所 法曹関係者 県消費者協会 金融広報委員会
<p>〈イクメンパワーアッププロジェクト〉  〈はぐくみネット情報発信強化事業〉</p> <p>子供の安全・安心を守るため、「おぎやっと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「とくしまはぐくみネット」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。</p> <p>(次世代育成・青少年課)</p>	市町村 事業所・関係機関 子育て支援団体
<p>〈子どもの事故防止〉</p> <p>事故防止の絵本やチラシ等を作成し、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。</p> <p>(新未来消費生活課)</p> <p>K P I ネットワーク会議の開催  H29(2) → H31(4) → H34(10) 累計  ハンドブック等を用いた啓発市町村数  H29(24) → H31(24) → H34(24)</p>	市町村 教育委員会 小児科医会 看護協会、助産師会 子育て支援ネットワークとくしま 県内大学 保育事業連合会 幼稚園・子ども園長会
<p>〈「海とともに生きる」地域はぐくみ事業(体験型環境学習事業)〉</p> <p>消費者の適正な廃棄物処理意識の醸成を図るため、ビーチコーミング・漂着物工作体験などの体験型環境学習を、主として親子づれを対象に行うことにより、ゴミの適正処理について家庭で考えるきっかけをつくり、環境保全意識の向上を図ります。</p> <p>(南部総合県民局)</p> <p>K P I ビーチコーミング(工作体験)参加者数  H29(200) → H30(200) → H31(200)</p>	地域NPO・自然保護活動団体



## イ 地域における消費者教育

消費者が、生涯を通じて、安全で安心して豊かな消費生活を送るためには、合理的な意思決定ができる「自立した消費者」にとどまらず、社会の一員として、消費者市民社会の形成に向けて、積極的に行動する消費者になることが求められており、地域においても消費者教育に取り組むことが必要です。

県では、消費者が、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、身近な場で消費者教育を受けられる機会の設定や、講師派遣を行います。

また、消費者トラブルの防止に向けて、適切な情報提供を行うとともに、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場を設定します。

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p><b>〈消費者まつり〉</b></p> <p>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。 (県消費者情報センター)</p> <p>K P I まつりの参加者数 H29(400名) → H31(450名) → H34(500名)</p>	<p>市町村 教育委員会 県消費者協会</p>
<p><b>〈公民館等の社会教育施設における学習機会の充実〉</b></p> <p>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における生涯学習・社会教育活動の拠点として、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。(生涯学習課)</p>	<p>市町村 教育委員会 公民館連絡協議会 社会教育委員連絡協議会</p>
<p><b>〈生活設計等啓発事業〉</b></p> <p>「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。 (消費者暮らし政策課)</p> <p>K P I 金銭・金融教育関連イベント開催回数 H28(18) → H31(21) → H34(24)</p>	<p>金融広報委員会</p>

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈にし阿波・消費者啓発出前講座事業〉</p> <p>高齢者等を標的に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。 (西部総合県民局企画振興部)</p> <p>K P I 出前講座受講者数 H30 (250以上)</p>	<p>県消費者情報センター 県消費者協会</p>
<p>〈とくしま「消費者教育人材バンク」〉 再掲</p> <p>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。 (消費者くらし政策課) (県消費者情報センター)</p> <p>K P I 人材バンク登録団体数 H29(27) → H31(40) → H34(50) 累計</p>	<p>市町村 教育委員会 県内大学、事業所 法曹関係者 県消費者協会 金融広報委員会</p>
<p>〈全国発信！食の安全安心消費者教育プロジェクト〉 再掲</p> <p>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「食の安全安心ミーティング」など、多様な関係者を通じたリスクコミュニケーションを推進します。 (安全衛生課)</p> <p>K P I 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 H30(600) → H31(1,200) 累計</p>	<p>県消費者協会 子育て支援ネットワークとくしま 食品関連事業者</p>
<p>〈とくしま食育・地産地消推進事業〉</p> <p>県民参加の県産食材を活用し簡単に調理できる料理を募集するコンクールを開催し、優秀作品を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行うことを通して、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。 (もうかるブランド推進課)</p> <p>K P I 県民の食育に関心を持っている人の割合(%) H26(90.1) → H34(95)</p>	<p>市町村 教育委員会 J A全農とくしま</p>

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p><b>〈子どもの事故防止〉</b> <span style="float: right;">再掲</span></p> <p>事故防止の絵本やチラシ等を作成し、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。</p> <p style="text-align: right;">(新未来消費生活課)</p> <p>K P I ネットワーク会議の開催 H29(2)→ H31(4) → H34(10) 累計 ハンドブック等を用いた啓発市町村数 H29(24)→ H31(24) → H34(24)</p>	<p>市町村 教育委員会 小児科医会 看護協会、助産師会 子育て支援ネットワークとくしま 県内大学 保育事業連合会 幼稚園・子ども園長会</p>

#### ウ 事業所等における消費者教育

消費者教育は、生涯学習の一環として、様々な場を通して推進することが重要であり、消費者教育推進法第14条第3項には、事業者における従業員等への消費者教育の推進が明記されています。

特に、20歳代を中心としたマルチ商法の被害や、「デジタルコンテンツ」、契約等に関する相談件数が増加しており、採用直後から30歳前後の若い従業員への消費者教育は極めて重要となっています。

また、従業員も職場を離れば消費者であり、社会に出てからの消費者教育を学ぶ機会が少なくなることから、消費生活に関する知識を深めることが必要です。さらに、事業者には、持続可能な社会の形成に積極的に参画できるよう、お客様相談室などを設け、消費者の声を生かした商品やサービスの開発、提供が期待されています。

このため、県では、事業所等に対して、消費生活に関する情報提供や、各種法令を遵守したコンプライアンス経営に取り組めるように、啓発を行います。

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p><b>〈守ろう！「ガード徳島」消費者保護社会構築事業〉</b></p> <p>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保護法の周知啓発を行います。 (消費者暮らし政策課) (県消費者情報センター)</p> <p>K P I 啓発イベント数 H29(2) → H31(2)</p>	<p>市町村 経済団体</p>

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈消費者教育推進への啓発〉</p> <p>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。 (商工政策課)</p>	<p>経済団体</p>
<p>〈とくしま「消費者教育人材バンク」〉 再掲</p> <p>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。 (消費者暮らし政策課) (県消費者情報センター)</p> <p>K P I 人材バンク登録団体数 H29(27) → H31(40) → H34(50) 累計</p>	<p>市町村 教育委員会 県内大学、事業所 法曹関係者 県消費者協会 金融広報委員会</p>
<p>〈四国の右下☆RYUGU隊による地域貢献事業〉</p> <p>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。 (南部総合県民局)</p> <p>K P I 自然保護活動実施回数 H29(3) → H30(3) → H31(3)</p>	

## (2) 社会情勢に対応した消費者教育の推進

### ①成年年齢引き下げへの対応

#### ア 若年成人に対する契約知識の普及

「全国消費生活ネットワークシステム (PIO-NET)」によると、2016年度、契約当事者が18歳から22歳における相談件数は、18歳が4,259件、19歳が5,388件、20歳が9,507件、21歳が7,703件、22歳が7,948件と20歳になった若者(成人)からの相談件数は、未成年者からの相談件数の約2倍となっており、本県においても同様の結果となっています。

また、大学生等を中心に、マルチ商法による被害が増加しており、今後、成年年齢が引き下げられると高校生を含む18歳、19歳の若者について、未成年者取消権が行使できなくなることから、消費者被害に巻き込まれるリスクの高まりと被害の拡大が懸念されます。

若年成人においては、高校卒業までに、クーリング・オフ制度や消費生活センターの役割等について、学ぶ機会があったにもかかわらず、消費者被害に遭うケースが増加しています。生活の中で消費者問題を「自分ごと」化できていない現状がうかがえ、大学等や職域において、当事者意識を高める消費者教育を推進することが重要です。

このため、県では、成年年齢引き下げに向けての動きや、若年成人に多い契約トラブルについて学習する機会を提供するとともに、メールマガジン等により、消費生活に関する最新の情報や契約トラブルの対処法について情報を提供します。

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈大学への出張講座、情報提供〉 <span style="float: right;">再掲</span>            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。            （消費者くらし政策課）（県消費者情報センター）            K P I 出前授業回数            H29(4) → H31(4) → H34(4)</p>	<p>県内大学            県消費者協会</p>
<p>〈「とくしま消費者交流ひろば」メールマガジンによる情報提供〉            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。            （県消費者情報センター）            K P I 配信回数            H29(50) → H31(150) → H34(300) 累計</p>	<p>市町村            県消費者協会</p>
<p>〈消費者教育推進への啓発〉 <span style="float: right;">再掲</span>            社会人にとって必要な契約・取引に関する知識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。            （商工政策課）</p>	<p>経済団体</p>

#### イ 小・中・高校生期における消費者教育の充実

学校における消費者教育においては、学習指導要領に基づき、消費者の権利や責任、消費者問題等について、系統的・体系的に学習が行われていますが、成年年齢が引き下げられると、未成年者取消権の喪失に伴い、高等学校に通う生徒が悪質業者のターゲットとなるおそれがあり、現在の若年成人と同様に、高校生における消費者被害の増大や高校内におけるマルチ商法の拡大等が懸念されます。

そのため、今後の学校における消費者教育については、成年年齢の引き下げを念頭におき、これまで以上に契約に関する基本的な考えや、契約に伴う責任、契約や取引のルール等の最低限の知識を身に付けさせるとともに、消費者ホットラインや消費生活センターの役割・機能等について、理解させることが必要です。

本県では、消費者庁が作成した若年者向け消費者教育啓発冊子「社会への扉」を活用した授業を、平成29年度全ての高校で実施し、成年年齢引き下げの動きを見据えた消費者教育の充実に取り組んでおり、引き続き、高校における取組みを推進するとともに、小・中学校段階から必要な知識等の普及・啓発に取り組めます。

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈とくしま「消費者教育人材バンク」〉 再掲            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。            (消費者くらし政策課) (県消費者情報センター)            K P I 人材バンク登録団体数            H29(27) → H31(40) → H34(50) 累計</p>	市町村 教育委員会 県内大学、事業所 法曹関係者 県消費者協会 金融広報委員会
<p>〈新次元の消費者教育推進事業「TOKUSHIMA消費者教育」ステップアップ事業〉 再掲            成年年齢引き下げの動きを見据え、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。            (学校教育課) (消費者くらし政策課)            K P I 出前授業実践校            H29(50) → H31(55) → H34(60)</p>	市町村 市町村教育委員会 県内大学、事業所 法曹関係者 県消費者協会 金融広報委員会
<p>〈私立学校における消費者教育の推進〉 再掲            成年年齢引き下げの動きを見据え、契約等の基本的な知識を身に付けさせるため、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。            (総務課)</p>	県内大学、事業所 法曹関係者 県消費者協会 金融広報委員会

## 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

総務省「平成28年通信利用動向調査」によると、インターネットを利用している個人の割合は、83.5%であり、スマートフォンを保有する個人の割合も56.8%となっています。特徴としては、5年前の調査と比較して、6歳から12歳までの低年齢層で、インターネットの利用が大きく上昇したことや、10代から60代の各年齢階層において、携帯電話・PHSの利用が低下し、スマートフォンの利用が上昇していることが挙げられるとともに、高齢者によるインターネットの利用が拡大しています。

また、インターネットの普及により、様々な商品・サービスがインターネッ

ト経由で取引されるようになったことで、平成28年の国内の消費者向け電子商取引の市場規模は、15.1兆円となっています。

こうした通信サービスが進む一方で、アダルト情報サイトやインターネット通販、オンラインゲームなどに関する消費者トラブルや消費者相談が増加するとともに、SNSによるマルチ取引の拡大や個人情報の流出が深刻化しています。こうしたデジタルコンテンツに関連した消費者相談件数は、本県でも増加していることから、トラブル等に関して理解及び関心を深めるために、情報提供や啓発活動を促進します。

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈「とくしま消費者交流ひろば」メールマガジンによる情報提供〉 再掲</p> <p>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。 (県消費者情報センター)</p> <p>K P I 配信回数 H29(50) → H31(100) → H34(150) 累計</p>	<p>市町村 県消費者協会</p>
<p>〈フィルタリング利用促進活動の推進〉</p> <p>子供・若者がインターネットを介していじめや犯罪被害にあうケースが後を絶たないことから、子供・若者や保護者の意識の向上と理解を深めるため、地域における子供・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。 (次世代育成・青少年課)</p> <p>K P I 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 H30(120) → H31(120) → H34(120)</p>	<p>市町村 教育委員会 県内大学、事業所 法曹関係者 県消費者協会 金融広報委員会 青少年補導センター</p>

#### イ 情報活用能力(情報リテラシー)の育成

情報化の進展により、以前より増して、情報活用能力の育成が求められています。一人一人が情報の発信者となる高度情報通信ネットワーク社会においては、情報の使い方や選び方等の知識や技能の習得は、消費者トラブルの防止についても重要であるとともに、個人情報の保護や著作権に対する正しい知識、コンピュータセキュリティーの必要性に対する理解等、情報モラルを身に付けることが必要です。

このため、県では、関係機関と連携し、学校や地域において、デジタルコンテンツの正しい使い方について学ぶ機会を提供するとともに、教職員の指導力の向上に努めます。

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈とくしま「消費者教育人材バンク」〉 再掲</p> <p>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。</p> <p>(消費者暮らし政策課) (県消費者情報センター)</p> <p>K P I 人材バンク登録団体数</p> <p>H29(27) → H31(40) → H34(50) 累計</p>	<p>市町村</p> <p>教育委員会</p> <p>県内大学、事業所</p> <p>法曹関係者</p> <p>県消費者協会</p> <p>金融広報委員会</p>
<p>〈教職員研修〉</p> <p>新学習指導要領において「学習の基盤となる資質・能力」の一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みを推進します。</p> <p>(総合教育センター)</p> <p>K P I ICTを活用した授業実践の研修参加者数</p> <p>H29(400) → H31(410) → H34(440)</p>	

### ③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

近年、高齢化が急速に進行する中で、高齢者をめぐる消費者被害や消費者トラブルが増加し、本県においても深刻化しています。今後、さらに高齢化が進行することが予測されており、それに伴い消費者被害の増加も懸念されています。県消費者情報センターに寄せられている60歳以上の高齢者からの相談件数は、増加傾向にあり、その背景として、高齢者のみの世帯が増加し、身近に相談できる人がいないケースや、家族と同居していても日中一人でいる時間の長い高齢者が度重なる訪問販売や電話勧誘販売により、契約してしまうケースがあります。また、高齢者の消費者トラブルの特徴として、被害に遭ったことに気づかない、複数の被害に遭っている、被害金額が高額であることが挙げられており、こうしたことから、高齢者に対して、契約の内容を確認した上で契約することや、年金や資産の状況を把握して家計管理を行うこと、環境保全に関する生活上の知恵や工夫を次世代に伝えるといった直接的に消費者教育を行う機会を設定するとともに、情報提供を適切に行うことが必要です。

さらに、記憶力や判断力が低下し、要介護を必要とする高齢者を見守る人材に対しても、情報提供が必要であり、県では、引き続き、関係機関と連携し、高齢者等に対して、消費者被害に関する情報提供及び相談窓口の普及・啓発に取り組めます。



取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈特殊詐欺被害防止に向けた情報発信〉</p> <p>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。</p> <p>(消費者暮らし政策課) (県消費者情報センター)</p> <p>K P I 特殊詐欺に関するホームページでの情報発信</p> <p>H29(12) → H31(36) → H34(72) 累計</p>	<p>市町村</p> <p>警察</p>
<p>〈見守り手帳の作成・発行〉</p> <p>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。</p> <p>(県消費者情報センター)</p> <p>K P I 見守り手帳発行部数</p> <p>H29(2,000) → H31(2,000) → H34(2,000)</p>	<p>市町村</p> <p>県消費者協会</p>

#### イ 高齢者が参加しやすい講座等の実施

活動的で豊かな知恵を持つアクティブシニアと呼ばれる高齢者が増える中、高齢者に対する消費者教育を進めるには、町内会や介護予防教室等地域の高齢者が集まる場所に出向き、学習の機会を提供するとともに、高齢者相互の交流や社会参加を促し、ともに学び合う場として、生涯学習講座を開講することが必要です。このため、県では、関係機関と連携し、高齢者に刻々と変化する消費生活や消費者トラブルについて学べる講座や機会を提供します。

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈とくしま「消費者教育人材バンク」〉 再掲</p> <p>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、高齢者に分かりやすい「出前授業」を推進します。</p> <p>(消費者暮らし政策課) (県消費者情報センター)</p> <p>K P I 人材バンク登録団体数</p> <p>H29(27) → H31(40) → H34(50) 累計</p>	<p>市町村</p> <p>教育委員会</p> <p>県内大学、事業所</p> <p>法曹関係者</p> <p>県消費者協会</p> <p>金融広報委員会</p>
<p>〈徳島県シルバー大学校講義〉</p> <p>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校の講義に、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。</p> <p>(長寿いきがい課)</p>	<p>とくしま“あい”ランド推進協議会</p>

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈にし阿波・消費者啓発出前講座事業〉 再掲  高年齢者を標的に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年齢者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。  (西部総合県民局企画振興部)</p> <p>K P I 出前講座受講者数  H30 (250以上)</p>	<p>県消費者情報センター  県消費者協会</p>

### (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

近年、人や社会、環境に配慮したものやサービスを選んで消費するエシカル消費に対する意識の高まりが見られる一方で、認知度はまだ低く、学校における消費者教育においても、自らの消費行動が、社会経済情勢や地球環境に影響を及ぼすことを自覚させ、持続可能な社会の構築に向けて、積極的に参画することができる実践的な態度を育成することが求められています。

現在、日本における食品ロスは、年間621万トンと推計されており、このうち約半数の282万トンが家庭から排出されています。

「パリ協定」を受け、地球温暖化対策は喫緊の課題であり、県では、食品ロス削減や温室効果ガス削減に向けて、自らの問題として捉え、課題解決に取り組むことができる児童生徒の育成を図るとともに、ESDの理念をふまえ、生産者・消費者の立場から、持続可能な社会の担い手を育む教育を推進します。

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈新次元の消費者教育推進事業「Go!Go!エシカル」わくわく徳島プロジェクト〉(エシカル消費リーディングスクール)  エシカル消費の普及・拡大を図るため、エシカル消費教育で県内の高校を牽引する学校をリーディングスクールとして指定し、伝統技法や地元食材を活用した安全安心な「エシカル商品」等を開発するとともに、その成果を県内外に発信します。  (学校教育課)</p> <p>K P I リーディングスクール数  H29(2)→ H31(3) 累計</p>	<p>市町村  県内大学  事業所  関係部局</p>

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p><b>〈新次元の消費者教育推進事業「Go!Go!エシカル」わくわく徳島プロジェクト〉(エシカルクラブ)</b></p> <p>県内全ての公立高等学校で、「エシカル消費」の機運を高めるために、「エシカル消費」を研究・実践する組織として「エシカルクラブ」を計画的に結成し、学校の特色に応じた啓発・実践活動を行うとともに、その成果を発信する「エシカルフェス」を開催し、全国大会(エシカル消費甲子園[仮])へとつなげます。 (学校教育課)</p> <p>K P I 「エシカルクラブ」設置率(%) H29(33.0)→ H31(100)</p>	<p>市町村 市町村教育委員会 県内大学 事業所 関係部局</p>
<p><b>〈特別支援学校「エシカルチャレンジ」事業〉</b></p> <p>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。 (特別支援教育課)</p> <p>K P I エシカル活動・作品を地域に提供した学校数 H30(7)→ H31(8) → H34(11)</p>	<p>事業所</p>
<p><b>〈私立学校におけるエシカル消費教育の推進〉</b></p> <p>エシカル消費の普及・拡大を図るため、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。 (総務課)</p>	<p>県内大学、事業所 法曹関係者 県消費者協会 金融広報委員会</p>
<p><b>〈みんなで学ぶ！エシカル教室〉</b></p> <p>「食品ロス削減」を推進するため、食品ロス削減について、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。 (消費者暮らし政策課)</p> <p>K P I エシカル教室開催数 H30(2)→ H32(4) → H34(6) 累計</p>	<p>市町村 教育委員会 企業、大学 県消費者協会</p>
<p><b>〈エシカル消費自主宣言〉</b></p> <p>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・浸透させる取組みとして、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。 (新未来消費生活課)</p> <p>K P I 宣言事業者・団体数 H29(20) → H31(30)→ H34(40) 累計</p>	<p>市町村 教育委員会 企業・団体 NPO法人 県内大学</p>

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈とくしま「消費者教育人材バンク」〉 <span style="float: right;">再掲</span></p> <p>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。</p> <p style="text-align: center;">(消費者暮らし政策課) (県消費者情報センター)</p> <p style="text-align: center;">K P I 人材バンク登録団体数</p> <p style="text-align: center;">H29(27) → H31(40) → H34(50) 累計</p>	<p>市町村 教育委員会 県内大学、事業所 法曹関係者 県消費者協会 金融広報委員会</p>
<p>〈エシカル農産物の消費拡大推進〉</p> <p>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るよう、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。</p> <p style="text-align: right;">(もうかるブランド推進課)</p>	<p>J A等生産者団体 教育委員会</p>
<p>〈6次産業化実践教育ステップアップ事業〉</p> <p>学校で習得した消費生活に関する知識をもとに、県下各3地域(県央・県南・県西)の農業・工業・商業科設置高校等が連携した「6次産業化プロデュース事業」における商品開発への取組みの中で、エシカル消費を意識した商品(地産地消、無農薬栽培阿波藍を使った食べる藍商品、摘果・剪定による産業廃棄物の再利用商品等)のプロデュースを進めることをとおして、生産者及び消費者、それぞれの立場から多面的に必要な知識の習得、必要な情報の収集を行い、相手の立場に立った消費について考えることができる人材を育成します。</p> <p style="text-align: right;">(教育創生課)</p> <p style="text-align: center;">K P I エシカル消費を意識した商品プロデュース数</p> <p style="text-align: center;">H27(1) → H31(13) → H34(22) 累計</p>	<p>県内大学 事業所 関係部局</p>
<p>〈環境学習サポート事業〉</p> <p>「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。</p> <p style="text-align: right;">(環境首都課)</p> <p style="text-align: center;">K P I 環境学講座の開催数</p> <p style="text-align: center;">H29(3) → H31(6) → H34(9)</p>	<p>N P O 法人環境首都 とくしま創造センター</p>

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈化学物質適正利用促進事業〉</p> <p>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。</p> <p style="text-align: right;">(環境管理課)</p> <p>K P I 啓発行事、セミナー等実施回数 H29(1) → H31(2) → H34(2)</p> <p style="text-align: center;">※ 学校・大学・地域・事業者対象の総計で設定</p>	<p>市町村 教育委員会 事業所 住民団体</p>
<p>〈未来へつなぐ「とくしまSATOUMI」推進事業〉</p> <p>「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。</p> <p style="text-align: right;">(環境管理課)</p> <p>K P I 開催回数 H29(7) → H31(21) → H34(42) 累計</p>	<p>市町村 教育委員会</p>
<p>〈川口ダム自然エネルギーミュージアム見学会・出前授業〉再掲</p> <p>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」に関心を深めるため、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。</p> <p style="text-align: right;">(経営企画戦略課)</p> <p>K P I 川口ダム自然エネルギーミュージアム入館者数 12,000人／年</p>	<p>市町村 教育委員会 小学校 中学校</p>

## イ 大学・大学院等におけるエシカル消費の推進

エシカル消費の普及・拡大には、学校教育だけでなく、大学・大学院等においても、エシカル消費に対する理解を深める取組を行うことが必要です。

県内大学で行われた消費生活に関する意識調査では、クーリング・オフ制度等、学校教育で学習したことについては、既有知識として持っていますが、消費者市民社会や消費が社会に与える影響についての知識は乏しいことがうかがえます。また、節約につながるような身近な行動はできていますが、今後は、積極的に環境に配慮した行動がとれるよう意識を高めていく必要があります。

そのため、県では大学・大学院等と連携し、エシカル消費を学べる機会やイベント等の情報提供を行い、大学・大学院等におけるエシカル消費の普及・啓発を行います。

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈大学への出張講座、情報提供〉</p> <p>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。</p> <p>(消費者暮らし政策課) (県消費者情報センター)</p> <p>K P I 出前授業回数</p> <p>H29(4) → H31(4) → H34(4)</p>	<p>県内大学</p> <p>県消費者協会</p>
<p>〈化学物質適正利用促進事業〉</p> <p>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、学生を対象に、化学物質が有する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。(環境管理課)</p> <p>K P I 啓発行事、セミナー等実施回数</p> <p>H29(1) → H31(2) → H34(2)</p> <p>※ 学校・大学・地域・事業者対象の総計で設定</p>	<p>再掲</p> <p>市町村</p> <p>教育委員会</p> <p>事業所</p> <p>住民団体</p>

## ②エシカル消費の推進

### ア 家庭・地域におけるエシカル消費の推進

より良い社会に向けて、人や社会、環境に配慮した消費行動であるエシカル消費は、生活の中で着実に浸透しつつありますが、認知度はまだ低く、家庭や地域、職域など様々な場で、エシカル消費に対する意識や行動を高めていくことが必要です。

これまで、消費者庁主催「エシカル・ラボ」の本県での開催や、地域の活性化や雇用など、地方創生の可能性を秘めたエシカル消費を県民に発信する「エシカル de 地方創生」を開催し、「とくしまエシカル宣言」を行うなど、「エシカル消費」を全国に発信しています。

一方で、本県においては、食品ロスの問題をはじめ、今なお廃棄物の排出量は高水準で推移しており、県民総ぐるみで、ごみの排出量を減らし、3Rの推進を図っていくことも必要です。また、県内総生産に占める家計消費支出の割合は、平成26年度には約55%に達していることから、家庭における消費行動は、環境や地域、社会に大きな影響を及ぼしています。

県では、消費者や事業者、教育機関など多様な主体が参画したエシカル消費推進のプラットフォーム「とくしまエシカル消費推進会議」を拠点とし、SDGs達成に向け、より一層、エシカル消費についての知識の啓発や、実践力を高める取組を推進します。

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈とくしまエシカル消費推進会議〉</p> <p>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、取組みの全国への情報発信等を行います。 (新未来消費生活課)</p> <p>K P I とくしまエシカル消費推進会議 H29(2)→ H31(4) → H34(10) 累計</p>	<p>市町村 教育委員会 県内大学 事業所 県消費者協会 報道機関</p>
<p>〈エシカル消費自主宣言〉</p> <p>再掲 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・浸透させる取組みとして、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。 (新未来消費生活課)</p> <p>K P I 宣言事業者・団体数 H29(20) → H31(30) → H34(40) 累計</p>	<p>市町村 教育委員会 企業・団体 NPO法人 県内大学</p>
<p>〈脱炭素「ステップアップ」事業〉</p> <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。 (環境首都課)</p> <p>K P I とくしま環境首都学校の開催数 H29(10) → H31(15) → H34(20)</p>	<p>NPO法人環境首都 とくしま創造センター</p>
<p>〈徳島夏・冬のエコスタイル〉</p> <p>地球温暖化対策の新たな国際的な枠組みであるパリ協定を受け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。 (環境首都課)</p>	<p>とくしま環境県民会議 徳島県地球温暖化防止活動推進センター</p>
<p>〈とくしまの「あおぞら発見」学習事業〉</p> <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、小学生を対象に環境学習を実施し、大気環境保全への取組みについて理解を深めます。 (環境管理課)</p> <p>K P I 実施市町村数 H29(1)→ H31(5) → H34(11) 累計</p>	<p>市町村 教育委員会 保健製薬環境センター 地域の自治会 住民団体</p>

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p><b>〈社会的課題に対応するための学校給食の活用事業〉</b></p> <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> <p>(体育学校安全課)</p>	<p>市町村 市町村教育委員会</p>
<p><b>〈学校給食における地場産物の活用促進〉</b></p> <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おける地場産物の活用率を調査して把握します。</p> <p>(体育学校安全課)</p> <p>K P I 学校給食における地場産物の活用率(%) H29(35.0)→ H31(35.0) → H34(35.0)</p>	<p>市町村 市町村教育委員会</p>
<p><b>〈エシカル農産物の消費拡大推進〉</b> 再掲</p> <p>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。</p> <p>(もうかるブランド推進課)</p>	<p>J A等生産者団体 教育委員会</p>
<p><b>〈薬に関する啓発事業〉</b></p> <p>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。</p> <p>(薬務課)</p> <p>K P I ジェネリック医薬品等に関する講習会受講者数 H28(688)→ H31(2,000) → H34(3,500) 累計</p>	<p>(一社) 徳島県薬剤師会 県消費者協会 シルバー大学校 徳島県保険者協議会</p>
<p><b>〈化学物質適正利用促進事業〉</b> 再掲</p> <p>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、県民を対象に、化学物質が有する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。(環境管理課)</p> <p>K P I 啓発行事、セミナー等実施回数 H29(1)→ H31(2) → H34(2)</p> <p>※ 学校・大学・地域・事業者対象の総計で設定</p>	<p>市町村 教育委員会 事業所 住民団体</p>



取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈未来へつなぐ「とくしまSATOUMI」推進事業〉</p> <p>「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。（環境管理課）</p> <p>K P I 開催回数 H29(7) → H31(21) → H34(42) 累計</p>	<p>市町村 教育委員会 シルバー大学校</p>
<p>〈徳島県廃棄物処理計画推進事業〉</p> <p>廃棄物の発生抑制やリサイクルを促進するため、廃棄物処理施設の見学など、住民や児童、生徒等に対する実践的な3Rの普及啓発活動や環境学習に取り組む市町村に対し、技術的な支援を行います。（環境指導課）</p>	<p>市町村</p>

#### イ 事業者・団体におけるエシカル消費の推進

エシカル消費の推進においては、消費者の行動はもとより、商品の選択の機会を提供する事業者の取組みが不可欠です。

事業者がエシカル消費に取り組み、その思いを消費者や社会に対して発信することで、商品やサービスを通じて、消費者と事業者間のコミュニケーションの深化につながります。

県では、事業者におけるエシカル消費推進に向けての意識の向上を図るため、「とくしまエシカル宣言」の主旨に賛同する事業者の拡大に努めます。

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈エシカル消費自主宣言〉</p> <p>再掲 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・浸透させる取組みとして、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。（新未来消費生活課）</p> <p>K P I 宣言事業者・団体数 H29(20) → H31(30) → H34(40) 累計</p>	<p>市町村 教育委員会 事業所・団体 NPO法人 県内大学</p>
<p>〈徳島夏・冬のエコスタイル〉</p> <p>地球温暖化対策の新たな国際的な枠組みであるパリ協定を受け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。（環境首都課）</p>	<p>とくしま環境県民会議 徳島県地球温暖化防止活動推進センター</p>

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈化学物質適正利用促進事業〉<span style="float: right;">再掲</span></p> <p>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、事業者を対象に、化学物質が有する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。</p> <p style="text-align: right;">(環境管理課)</p> <p>K P I 啓発行事、セミナー等実施回数 H29(1) → H31(2) → H34(2) ※ 学校・大学・地域・事業者対象の総計で設定</p>	<p>市町村 教育委員会 事業所 住民団体</p>

#### (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

学校教育は、消費者教育の実践の場であり、教職員には、消費者教育の推進役としての役割が期待されています。

子供たち一人一人の消費者力の育成をはじめ、学習指導要領の理念である「生きる力」を育むという観点から、消費者市民社会の形成に向けて、積極的に参画できる消費者を育むための指導力や、消費生活を取り巻く社会変化に適切に対応できる資質能力を高めていくことが求められています。

また、消費者教育の推進においては、教科・科目にとどまらず、教科横断的な視点で目標の達成に必要な教育内容を把握し、カリキュラム・マネジメントを実施していくことが必要であり、県では、その推進役となる指導者の養成をはじめ、教職員の指導力の向上に努めます。

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈新次元の消費者教育推進事業「TOKUSHIMA消費者教育」ステップアップ事業〉<span style="float: right;">再掲</span></p> <p>教科・領域の視点を踏まえ、地域の人的・物的資源を活用し中心となって消費者教育を推進することができるコーディネーター的な役割を果たす指導者の育成に向け、消費生活に関する最新の情報を提供するとともに、指導方法を身に付ける研修を行います。</p> <p style="text-align: right;">(学校教育課)</p> <p>K P I 指導者養成講座受講者数 H29(45) → H31(135) 累計</p>	<p>県内大学 法曹関係者 県消費者協会 金融広報委員会</p>

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈消費者教育研修講座〉</p> <p>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。（学校教育課）（消費者暮らし政策課）</p> <p>K P I 研修参加者数</p> <p>H30(30) → H32(60) → H34(90) 累計</p>	<p>県内大学、事業所 法曹関係者 県消費者協会</p>

## イ 教員養成課程での消費者教育の充実

大学の教員養成課程で学ぶ学生に対しては、将来の消費者教育の担い手として、資質能力の向上を図っていくことが求められていますが、家庭科教育の講座以外では、学ぶ機会が限定されています。

大学では、学部・大学院で可能な限り、多くの学生が消費者教育を学べるよう、共通科目での消費者教育の授業回数を増加するとともに、最新の相談事例等が学べるよう関係機関と連携を図っています。

県では、教員養成課程の学生が、消費者教育に関する実践力を高めることができるよう県消費者情報センターが行う出前授業に授業サポーターとして派遣します。

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈出前授業へのサポーター派遣〉</p> <p>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み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。（県消費者情報センター）</p> <p>K P I 授業サポーター数</p> <p>H29(15) → H31(25)</p>	<p>市町村 県内大学 教育委員会</p>

## 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

地域における消費者教育を推進するためには、消費者トラブルの現状や消費者教育についての情報を収集し、発信することができる人材の確保とともに、地域の実情に応じて、消費者と行政をつなぎ、コーディネーターとしての役割を果たすことができる推進役の育成が必要です。

本県では、これまで県消費者情報センターが拠点となり、昭和62年に地域のリーダーを養成する消費者大学校を開校するとともに、平成17年には大学

院を創設し、これまでに合わせて2,000名以上が卒業しています。また、平成18年度からは、地域や高齢者等の消費生活を見守り、消費者と行政をつなぐ人材として「くらしのサポーター“阿波の助っ人”」に県民440名と14団体を登録しています。さらに、くらしのサポーターの活動を支援し、地域の消費者教育の指導者を養成するため、平成25年度には国の動きに先駆けて「消費生活コーディネーター」制度を創設するなど、先進的な取組みを進めています。加えて、平成15年度から、高等学校教員を長期研修生として、県消費者情報センターに派遣しており、学校と地域、行政をつなぐ役割を果たしています。

「消費者教育に関する基本的な方針」では、コーディネーターについて、いかなる名称にするかは問わないとされており、本県では、これらの人材がコーディネーターの機能を果たしていくとの整理で進めており、引き続き、県民74万人の消費生活を支える人材の育成・活用に努めます。

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈消費生活コーディネーター養成〉</p> <p>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。</p> <p style="text-align: right;">(県消費者情報センター)</p> <p style="text-align: center;">K P I 消費生活コーディネーター認定者数</p> <p style="text-align: center;">H29(50) → H31(60) → H34(70) 累計</p>	<p>市町村 県消費者協会 各種団体</p>
<p>〈くらしのサポーター養成〉</p> <p>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。</p> <p style="text-align: right;">(県消費者情報センター)</p> <p style="text-align: center;">K P I くらしのサポーター認定者数</p> <p style="text-align: center;">H29(440) → H31(500) → H34(560) 累計</p>	<p>市町村 県消費者協会</p>
<p>〈消費者大学校・大学院の運営〉</p> <p>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、エン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。</p> <p style="text-align: right;">(県消費者情報センター)</p> <p style="text-align: center;">K P I リーダー養成数</p> <p style="text-align: center;">H29(126) → H31(230) → H34(340) 累計</p>	<p>県内大学 事業所 県消費者協会</p>

## (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

消費者トラブルは、契約トラブルだけでなく、製品・サービスによる事故も発生しています。製品やサービスによる事故で、ケガをしたり、時には亡くなってしまうケースもあり、県では、消費者事故等の情報について、消費者庁や国民生活センターから発信された注意喚起情報等を県民に向けて、県消費者情報センターホームページから発信しています。

また、近年、消費生活上の事故等により、全国で14歳以下の子供が毎年300名以上死亡しており、中でも0歳児から6歳児までの死亡事故の発生率が高くなっています。このため、県では、関係機関と連携し、「子供を事故から守る！プロジェクト」を推進し、子供の事故防止に関して積極的に取り組んでいます。

加えて、食の安全・安心を脅かす事案が本県においても発生していることから、県庁ホームページにおいて、食品の生産から消費に至る食の安全・安心の確保に向けた情報提供を行っています。県では、引き続き、製品・サービスの事故防止に向けて、知識の普及を図るとともに、トラブルに対して的確に対応することができるよう、啓発活動に努めます。

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈「食の安全安心情報ポータルサイト」による情報提供〉</p> <p>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。</p> <p>(安全衛生課)</p>	保健所
<p>〈「とくしま食品表示Gメン」体制〉</p> <p>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。</p> <p>(安全衛生課)</p> <p>K P I 立入検査件数 H29(3,200) → H31(3,200) → H34(3,200)</p>	市町村 保健所 関係部局
<p>〈栄養表示相談窓口設置〉</p> <p>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ことにより、健康づくりを推進します。</p> <p>(安全衛生課)</p>	保健所

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈徳島発！食の安全安心実感創出事業〉 <span style="float: right;">再掲</span></p> <p>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「食の安全安心ミーティング」など、多様な関係者を通じたリスクコミュニケーションを推進します。 （安全衛生課）</p> <p>K P I 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</p> <p>H30(600) → H31(1,200) 累計</p>	<p>県消費者協会 子育て支援ネットワークとくしま 食品関連事業者</p>
<p>〈子どもの事故防止〉 <span style="float: right;">再掲</span></p> <p>事故防止の絵本やチラシ等を作成し、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。 （新未来消費生活課）</p> <p>K P I ネットワーク会議の開催</p> <p>H29(2) → H31(4) → H34(10) 累計</p> <p>ハンドブック等を用いた啓発市町村数</p> <p>H29(24) → H31(24) → H34(24)</p>	<p>市町村 教育委員会 小児科医会 看護協会、助産師会 子育て支援ネットワークとくしま 県内大学 保育事業連合会 幼稚園・子ども園長会</p>
<p>〈「とくしま消費者交流ひろば」メールマガジンによる情報提供〉 <span style="float: right;">再掲</span></p> <p>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。 （県消費者情報センター）</p> <p>K P I 配信回数</p> <p>H29(50) → H31(150) → H34(300) 累計</p>	<p>市町村 県消費者協会</p>

#### イ 分かりやすい教材を通じた情報提供

消費者にとって必要な情報を的確に伝えるためには、ホームページ等を通じた情報発信とともに、パンフレットや動画コンテンツなどの教材等により、分かりやすく伝えることが必要です。

県では、消費者の安全・安心の確保に向けて、パンフレット等を作成し、知識の啓発や相談窓口の広報に努めていますが、消費者トラブルが複雑化・高度化する中で、高齢者や障がい者等に対して、分かりやすく情報を提供することが必要であり、今後はユニバーサルデザインの視点を取り入れた教材づくりを行います。

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈県消費者情報センターによる啓発パンフレット作成〉  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。  (県消費者情報センター)</p>	市町村 県消費者協会
<p>〈県消費者情報センターによる視覚的教材の作成〉  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します。  (県消費者情報センター)</p> <p>K P I 教材開発数  H29(10)→ H31(15) → H34(20) 累計</p>	県消費者協会
<p>〈子どもの事故防止〉 再掲  事故防止の絵本やチラシ等を作成し、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。  (新未来消費生活課)</p> <p>K P I ネットワーク会議の開催  H29(2)→ H31(4) → H34(10) 累計  ハンドブック等を用いた啓発市町村数  H29(24)→ H31(24) → H34(24)</p>	市町村 教育委員会 小児科医会 看護協会、助産師会 子育て支援ネットワークとくしま 県内大学 保育事業連合会 幼稚園・子ども園長会
<p>〈川口ダム自然エネルギーミュージアム見学会・出前授業〉 再掲  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」に関心を深めるため、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。  (経営企画戦略課)</p> <p>K P I 川口ダム自然エネルギーミュージアム入館者数  12,000人／年</p>	市町村 教育委員会 小学校 中学校

## 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

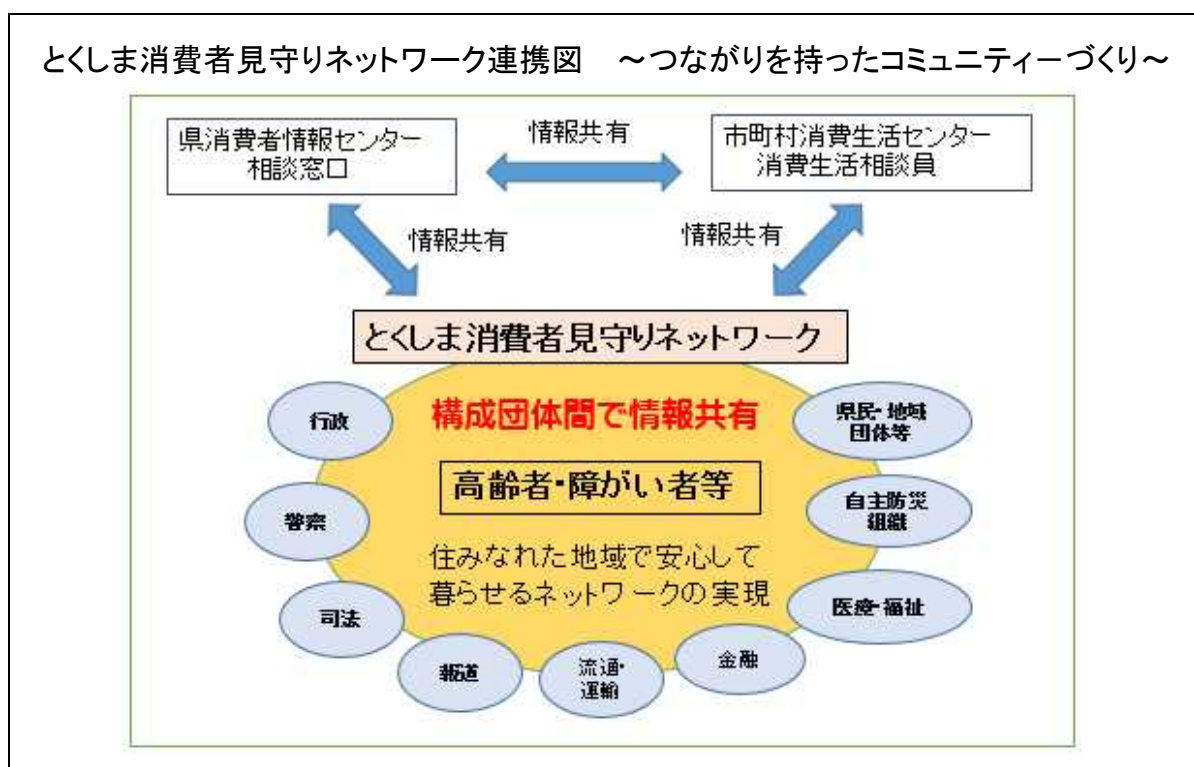
現在、65歳以上の高齢者の4人に1人以上が認知症もしくは予備群と推計されており、本県においても高齢化の進行に伴い、認知症の人は、さらに増加すると見込まれています。高齢者等を中心に、消費者トラブルが増加、深刻化する中で、相談体制の整備とともに、消費生活上特に配慮を要する消費者に対する更なる取組が必要です。

県では、全県域で消費者安全法に基づく「消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）」の設置に向けて、「とくしま消費者見守りネットワーク」を設立し、市町村における見守りネットワーク構築に向けての支援を行うことにより、地域の中で、高齢者等を孤立させないコミュニティーづくりを行います。

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p><b>〈見守りネットワークの設置促進〉</b></p> <p>「とくしま消費者見守りネットワーク」の開催や研修会を実施するとともに、フォーラムを開催し、見守りネットワーク構築に向けての機運の醸成を図るなど、ネットワークの全県的な設置を推進します。</p> <p>(消費者暮らし政策課) (県消費者情報センター)</p> <p>K P I 全市町村における見守りネットワーク数 H29(2) → 平成31年度までに全市町村に設置</p>	<p>市町村、警察 医療・福祉 報道機関 老人クラブ連合会 防犯協会 消費者団体</p>
<p><b>〈日常生活自立支援事業〉</b></p> <p>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。</p> <p>(地域福祉課)</p>	<p>県社会福祉協議会 市町村社会福祉協議会</p>
<p><b>〈地域でまもる安心生活支援事業〉</b></p> <p>県社会福祉協議会に設置された「徳島県権利擁護センター」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。</p> <p>(地域福祉課)</p>	<p>県社会福祉協議会</p>
<p><b>〈友愛訪問活動〉</b></p> <p>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。</p> <p>(長寿いきがい課)</p>	<p>老人クラブ</p>



取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈障がい者が繋ぐ地域の暮らし“ほっとかない”事業〉</p> <p>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。 (障がい福祉課)</p> <p>K P I 見守り活動を実施する市町 H29(9) → H30(11) → H34(15)</p>	<p>社会福祉法人</p>



## イ 事業者における消費者志向経営の促進

消費者が安全・安心で、豊かな生活を送ることができる消費者市民社会の実現に向けては、事業者が消費者全体の視点に立ち、高齢化や環境問題等に対応した商品・サービスの提供など、より消費者を意識した事業活動を実施することが求められています。また、健全な市場の形成や消費の拡大を通じた経済の好循環を実現する上で、コーポレートガバナンスの確保はもとより、消費者への情報提供や、社会的活動を自覚して事業活動を行うことが重要です。

県では、経済団体等と連携し、地方初として設立した「とくしま消費者志向経営推進組織」により、消費者志向経営を推進します。

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p><b>〈消費者志向経営の推進〉</b></p> <p>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。 (消費者くらし政策課) (商工政策課)</p> <p>K P I 消費者志向自主宣言事業者数</p> <p>H28(0) → H29(10) → H31(30) 累計</p>	<p>経済団体</p> <p>消費者団体</p>

#### ウ 災害時、非常時に対応できる消費者の育成

台風、豪雨、地震などの災害時には、住宅など建物に関するトラブルや、交通機関や旅行など、キャンセルに関する消費者相談が、多く寄せられるとともに、災害を口実にした便乗商法と思われる勧誘や、不審な電話が多数発生しています。

本県においても、近年、豪雨災害等の発生をはじめ、今後30年以内に「南海トラフ地震」が70%程度の確率で発生すると言われており、全県的に「防災意識の向上」や「防災力の強化」に取り組むことが重要であるとともに、災害時、非常時においても消費者として、合理的に行動することができるようにしなければなりません。平素からの備えや、避難場所・連絡先の確認など、県民・地域・行政が「自助」「共助」「公助」の責務と役割を理解し、連携して災害時、非常時に備えることが必要です。このため、県では、災害時、非常時に消費者として適切な行動に結び付けることができる訓練の機会や、正しい知識、情報等を積極的に提供します。

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p><b>〈「災害時帰宅支援ステーション」の普及啓発〉</b></p> <p>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。</p> <p>(とくしまゼロ作戦課)</p>	<p>関西広域連合</p>
<p><b>〈「とくしまー〇（ゼロ）作戦」防災出前講座〉</b></p> <p>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。</p> <p>(防災人材育成センター)</p> <p>K P I 講座受講者数</p> <p>H29(20,000) → H31(20,000) → H34(20,000)</p>	<p>関係部局</p>

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p><b>〈津波避難訓練の実施〉</b> 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。 (とくしまゼロ作戦課)</p> <p><b>〈消防団員の確保促進〉</b> 消防団は大規模災害発生時における、「要員動員力」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できる組織であり、地域防災の要である消防団を確保するため、団員募集パンフレットによる周知啓発及びイベント等への出展による消防団活動のPRを通じて、広報啓発活動を推進します。 (消防保安課)</p>	<p>防災関係機関 県消防協会</p>
<p><b>〈家庭や地域における備蓄の啓発・促進〉</b> 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。 (防災人材育成センター)</p>	<p>防災関係機関</p>
<p><b>〈木造住宅耐震化〉</b> 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。 (住宅課)</p>	<p>市町村 建築関係団体</p>
<p><b>〈実践的防災・安全教育総合支援事業〉</b> <b>〈ふるさと大好き！地域防災推進事業〉</b> 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。 (体育学校安全課)</p>	<p>市町村教育委員会</p>

## (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

消費者トラブルの内容が複雑化、高度化する中で、本県では、平成29年度に、広域連携を含め、県内全市町村に対応した消費生活センターを設置し、県民がどこに住んでいても、質の高い相談・救済が受けられるとともに、消費者啓発や情報発信、消費者教育において、消費生活センターが地域の拠点となるよう目指しています。

平成28年度、県内の消費生活相談の約6割は、県消費者情報センターで受

けており、あっせん率も全国平均を上回る12.1%となっています。県では、引き続き、広域的、専門的な相談の処理や連絡調整を行うほか、消費生活センターが効果的・効率的にその役割・機能が果たせるように、情報提供や助言など、支援を行います。

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈市町村消費生活センター支援〉</p> <p>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。</p> <p>(消費者くらし政策課)(県消費者情報センター)</p>	<p>市町村 県消費者協会</p>
<p>〈消費者大学校大学院特別講座〉</p> <p>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。(県消費者情報センター)</p> <p>K P I 研修会実施回数 H30(2) → H32(6) → H34(10) 累計</p>	<p>徳島弁護士会</p>

#### イ 相談窓口の充実強化

消費者トラブルの増加とともに、特殊詐欺の手口が刻々と変化し、新たな詐欺被害が発生する中、県や市町村消費生活センターにおける相談窓口の充実強化が不可欠となっています。

また、依然として社会問題である多重債務への対応として、引き続き、債務整理につなげる相談体制を充実させるとともに、国において、深刻な問題として提起され、多重債務の原因となるギャンブル等依存症に関する相談窓口機能の強化への期待が高まっています。

さらに、2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けて、訪日・在日外国人が更に増えることが見込まれる中、外国人に対する消費生活相談体制の整備を行うことが必要です。

このため県では、消費生活相談員や担当職員のレベルアップを図るため、県内の相談員同士の情報交換会や、有識者・専門家などを招いた研修会を開催するとともに、より高度で専門的な事案に対処できる相談体制の整備・拡充を図ります。

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p><b>〈消費生活相談員養成講座〉</b></p> <p>消費生活相談員のスキルアップとともに、消費生活相談員資格の保有者を確保していく必要があるため、消費者安全法に基づく消費生活相談員資格試験の登録試験機関((独行)国民生活センター、(一財)日本産業協会)が実施する資格試験の合格を目標とした消費生活相談員養成講座を実施します。</p> <p>(県消費者情報センター)</p> <p>K P I 消費生活相談員資格保有者 H29(22) → H31(100) 累計</p>	<p>日本消費者協会 独立行政法人国民生活センター 一般財団法人日本産業協会、 消費生活アドバイザー・コンサルタント ・相談員協会 (N A C S)</p>
<p><b>〈相談員連絡協議会の実施〉</b></p> <p>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。(県消費者情報センター)</p>	<p>市町村 県消費者協会</p>
<p><b>〈多重債務・外国人向け相談窓口の充実・強化〉</b></p> <p>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、ギャング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。</p> <p>(消費者くらし政策課)(県消費者情報センター)</p>	<p>市町村 県消費者協会 法曹関係者 国際交流協会</p>

## ②市町村の取組への支援

### ア 市町村における体制づくり

市町村は、地域の住民に最も近い相談窓口として、相談対応やあっせんの実施、消費者の安全確保のための情報収集及び住民への情報提供、地域の特性に適した消費者教育・啓発活動などの機能を担うことが求められており、県では、消費者が身近な場所で質の高い相談を受けられるよう、市町村の消費者行政担当職員に対する研修や、消費生活に関する最新の情報を提供するとともに、各市町村の区域における消費者教育の施策を推進するための計画策定について周知を行うなど、体制づくりを進めます。

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p><b>〈市町村消費者行政担当者会の実施〉</b></p> <p>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。</p> <p>(消費者くらし政策課)</p>	<p>市町村</p>

取組内容／担当課	連携機関・団体
<p>〈消費者教育研修講座〉 <span style="float: right;">再掲</span></p> <p>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。 (学校教育課) (消費者くらし政策課)</p> <p>K P I 研修参加者数</p> <p>H30(30) → H32(60) → H34(90) 累計</p>	<p>県内大学</p> <p>事業所</p> <p>法曹関係者</p> <p>県消費者協会</p>

## (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

消費者庁オフィスでは、全国の都道府県及び消費者の利益に資する高い成果を創り出し、消費者行政を発展・創造させるため、本県を実証フィールドとして、全国展開を見据えた様々な「モデルプロジェクト」を展開しています。

本県では、これらの「モデルプロジェクト」を全力でサポートするため、関係部局横断の「タスクフォース」を立ち上げるとともに、消費者団体や福祉団体、事業者・事業者団体、弁護士会等の様々な団体と有機的な連携を図りながら、挙県一致で取り組んでいます。プロジェクトの推進は、本県や全国の消費者行政が抱える様々な課題の解決につながるものであり、県では引き続き、消費者庁オフィスや関係機関と強力に連携し、プロジェクトを機動的に支援するとともに、徳島発の全国に通用する効果的・効率的な施策を推進します。

消費者庁モデルプロジェクトと連携・支援	連携機関・団体
<p>〈若者向け消費者教育〉</p> <p>消費者庁が作成した若年者向け消費者教育啓発冊子「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するとともに、生徒・教員に対するアンケートを実施し、教材の検証や教材を活用した授業事例集を作成・発信することにより、全国展開を図ります。また、教材を活用したデモンストレーション授業や教員を対象とした指導力向上研修を開催するとともに「小・中学生向け消費者教育用教材」を作成し、成年年齢引き下げの動きを見据えた消費者教育を推進・発信します。</p>	<p>市町村</p> <p>教育委員会</p> <p>県内大学</p> <p>消費者団体</p>

消費者庁モデルプロジェクトと連携・支援	連携機関・団体
<p><b>〈見守りネットワークの構築〉</b>            全市町村における見守りネットワークの構築に向けて、「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の先進地域の関係者を招いたフォーラム及び県内3圏域での研修会を開催し、市町村における機運の醸成や構築に向けての支援を行います。</p>	市町村、警察 医療・福祉 報道機関 老人クラブ連合会 防犯協会 消費者団体
<p><b>〈エシカル消費の普及〉</b>            「とくしまエシカル消費推進会議」の開催や、学校における「エシカル消費」リーディングスクール、エシカルクラブ設置によりエシカル消費教育をより一層推進するとともに、エシカル消費自主宣言企業の拡大に努めます。また、ライフステージに応じた普及啓発チラシや動画、冊子を作成するとともに、エシカル消費に積極的に取り組む県や市を招いて、本県においてエシカルサミットを開催し、全国におけるエシカル消費の普及拡大を図ります。</p>	市町村 教育委員会 県内大学 事業所 県消費者協会
<p><b>〈食品ロスの削減〉</b>            「食品ロス削減」講座や環境配慮型セミナーの県内3圏域での開催や、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。</p>	市町村
<p><b>〈子どもの事故防止〉</b>            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、子どもの安全安心チェックリストを活用し、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を関係機関に配付するとともに、重要度の高い事故原因に対して強力に啓発を行います。</p>	市町村、教育委員会 小児科医会、看護協会、助産師会、子育て支援ネットワーク とくしま、県内大学 保育事業連合会、幼稚園・子ども園長会
<p><b>〈栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育〉</b>            29年度のプロジェクトで作成された栄養成分表示や、保健機能食品の消費者教育ツール(パンフレットや解説書)を用いて、県内各地域での消費者教育学習会を実施し、「徳島モデル」の全国展開を促進します。また、食育イベント会場等において「栄養成分表示活用推進ブース」を設置し、普及啓発を図るとともに、食品表示適正化推進員(市町村版・消費者団体版G/N)や関係団体と連携した消費者教育を推進します。</p>	県栄養士会 市町村 県消費者協会

消費者庁モデルプロジェクトと連携・支援	連携機関・団体
<p><b>〈消費者志向経営の推進〉</b>            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、事業者を対象としたセミナーを開催し、消費者志向経営自主宣言企業の拡大を図ります。</p>	経済団体 事業所
<p><b>〈公益通報窓口及び内部通報制度の整備促進〉</b>            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。</p>	市町村 経済団体 事業所 弁護士会
<p><b>〈食品に関するリスクコミュニケーション〉</b>            フォーラムやゼミナール等の開催のほか「事業者発信型」や「体験型」のリスクコミュニケーション、幅広い世代を対象とした「食の安全安心ミーティング」など、多様な関係者を通じたリスクコミュニケーションを推進します。また、平成29年度の調査・研究による効果測定の結果を活かし、新たなリスクコミュニケーションを展開します。</p>	市町村 教育委員会 食品関連事業所 県消費者協会 県内大学 子育て支援ネットワークとくしま

## ②「徳島モデル」の全国発信

### ア 「オール徳島」県民運動の展開

本県では、関係機関と連携し、消費者庁「モデルプロジェクト」の全国展開に向けて、支援を行うとともに、「徳島モデル」としてその取組みの発信に努めています。また、「とくしま消費者行政プラットフォーム」からは、消費者が主役となって活躍できる「消費者市民社会」の実現に向け、「徳島ならではの」施策を展開しています。

県では、こうした施策について、引き続き情報発信に努めるとともに、社会全体で、消費者の真に豊かな暮らしを創造するため、多様な主体と連携した県民運動による機運の醸成を図ります。



消費者庁モデルプロジェクトと連携・支援	連携機関・団体
<p><b>〈輝け！「オール徳島」消費者教育推進プロジェクト〉</b>            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、消費者志向経営の促進をはじめ、「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。（消費者くらし政策課）</p> <p>K P I 県民大会参加数            H30(300) → H32(320) → H34(350)</p>	市町村 経済団体、事業所 教育委員会 県消費者協会 金融広報委員会 弁護士会
<p><b>〈地域の未来図作成支援事業〉</b>            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。（県立総合大学校）</p>	市町村 県内大学 事業所