

# 奈良県消費者教育推進計画

(2019 年度～2023 年度)

平成 31 年 3 月

奈良 県



# 目 次

<b>第 1 章 計画の基本的事項</b> .....	1
1 計画改定の趣旨.....	1
2 計画の基本的な考え方.....	1
3 計画の期間.....	1
<b>第 2 章 消費者教育の現状</b> .....	2
1 社会情勢.....	2
(1) 奈良県人口の状況.....	2
(2) 消費支出の状況.....	4
(3) 消費者の意識.....	5
(4) 情報化の状況.....	7
(5) 民法の改正.....	8
(6) 奈良県消費生活センターでの相談状況.....	8
(7) 消費者被害の状況.....	9
2 消費者教育推進計画（第 1 次計画）での取組状況.....	10
(1) 多様な場における消費者教育の環境の充実.....	10
(2) 連携と協働による消費者教育・啓発の活性化.....	11
(3) 消費者教育・啓発を担う人材が育つ環境づくり.....	11
(4) 自立した消費者や消費者市民社会の形成に寄与する消費者の育成... ..	12
<b>第 3 章 消費者教育の課題</b> .....	13
1 若年者教育の課題.....	13
2 高齢者教育の課題.....	13
3 連携による消費者教育の課題.....	14
4 人材育成の課題.....	14
5 社会的視点から行動する消費者育成の課題.....	14

<b>第4章 計画の目的</b> .....	15
<b>第5章 消費者教育推進に向けた方針</b> .....	16
1 計画の達成目標と施策の方向.....	16
2 施策体系.....	16
3 施策・取組の展開.....	17
<b>目標Ⅰ 消費者教育の場や機会づくりの促進</b> .....	17
1 ライフステージ・スタイルに応じた消費者教育の推進.....	17
(1) 成年年齢引き下げに伴う高校生・大学生等に対する消費者教育の 推進.....	17
(2) 高齢者等に対する消費者啓発の推進.....	18
(3) 幼児、小・中学生に対する消費者教育の推進.....	19
(4) 地域、家庭、職域等における消費者教育の取組への支援.....	20
2 多様な主体と連携した消費者教育の推進.....	21
(1) 消費者、消費者団体、事業者団体等との連携.....	21
(2) 行政機関や公的機関との連携.....	22
(3) 消費生活センターの機能の充実.....	23
<b>目標Ⅱ 消費者教育・啓発を担う人材育成</b> .....	24
(1) 学校、地域における消費者教育の担い手の育成・資質向上.....	24
(2) 消費生活相談員の育成・資質向上.....	25
<b>目標Ⅲ 消費者リテラシーの向上</b> .....	26
(1) 消費者問題理解・解決のための情報提供.....	26
(2) 消費者市民社会形成のための気運づくり.....	27
<b>第6章 計画の推進体制と進行管理</b> .....	28
1 推進体制.....	28
2 進行管理.....	28

<b>参考資料</b> .....	29
用語解説 .....	30
掲載グラフの基礎データ .....	32
消費者教育の推進に関する法律 .....	33



# 第1章 計画の基本的事項

## 1 計画改定の趣旨

奈良県では、自ら考え行動する自立した消費者の育成と公正で持続的な社会の実現に向けて、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「推進法」という。）や奈良県消費生活条例（昭和49年12月奈良県条例第17号）の基本理念にのっとり、平成28年3月に「奈良県消費者教育推進計画（計画期間：平成28～30年度）」（以下「第1次計画」という。）を策定し、消費者教育の推進に向けて取り組んできました。

一方、消費者教育の現状は、少子高齢化の進行による人口減少社会を迎え、高齢者を中心に特殊詐欺被害が増加するとともに、高度情報化の進展によるインターネット関連のトラブルが複雑・多様化するなど、日々目まぐるしく変化しています。また、民法改正により成年年齢が2022年4月から、現行の20歳から18歳に引き下げられることから、若年者の消費者被害の増加が懸念されています。

近年の社会情勢の変化や奈良県の特徴、第1次計画の取組状況等を踏まえ、第1次計画の基本的な考え方を継承しつつ、新たな課題に対応するために、第2次計画を策定します。

## 2 計画の基本的な考え方

本計画は、推進法第10条第1項の規定に基づき策定するもので、同法第9条の規定により国が定めた「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を踏まえ、合理的・社会的視点に基づき、自ら考え行動する自立した消費者の育成に向け、市町村や学校、消費者団体、事業者団体など、様々な消費者教育の担い手と連携・協働しながら、消費者教育を総合的、体系的に推進するための施策について定めた計画です。

## 3 計画の期間

計画期間は、2019年度から2023年度までの5年間とします。

ただし、社会情勢が急激に変化したときや国の基本方針等が大幅に変更されたときは、必要に応じて内容を見直すこととします。

# 第2章 消費者教育の現状

この章では、人口の動きや消費支出の状況、法改正、消費者被害の実態等の社会情勢を分析し、消費者教育の現状や背景、また、奈良県の特徴を見いだすとともに、第1次計画の取組状況を検証することで、奈良県の消費者教育を取り巻く現状を明らかにします。

## 1 社会情勢

### (1) 奈良県人口の状況

#### ① 奈良県人口の推移

第1回国勢調査のあった大正9年の奈良県人口は56万4,607人でしたが、平成11年にはこれまでで最も多い144万9,138人となりました。その後は減少傾向が続き、平成29年10月1日現在の人口は、134万8,257人となっています。

毎年10月1日現在の推計人口及び人口増減率の推移 資料: 県統計課「奈良県推計人口調査」

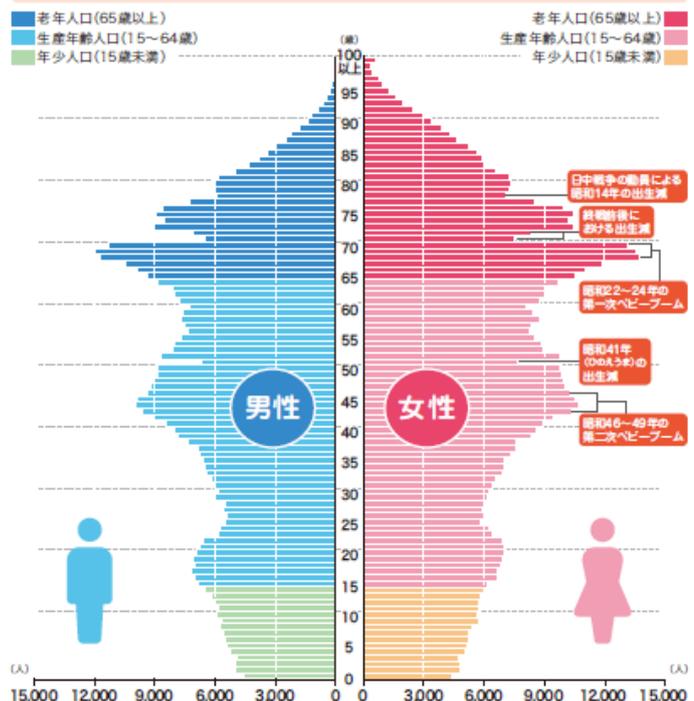


#### ② 高齢化の進展

奈良県人口の年齢構造を人口ピラミッドの形態で見ると、「ひょうたん型」に近い形になっています。

また、65歳以上の人口割合（高齢化率）は30.2%と年々増加しており、全国平均を5.5ポイント上回っています。また、高齢化率の推移を全国と比較すると、この5年間で奈良県の高齢化ペースが全国よりも加速していることが分かります。

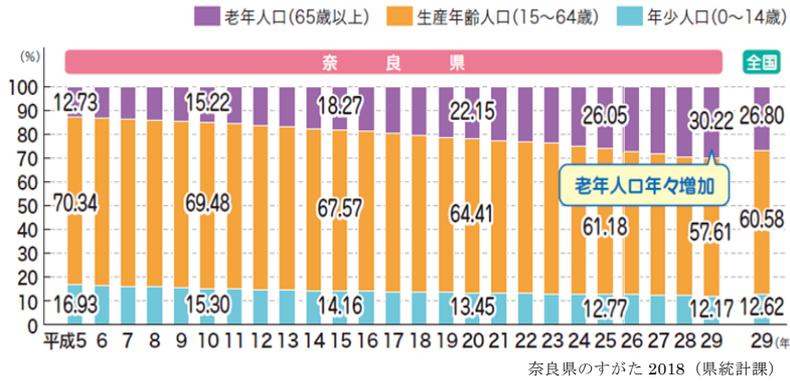
奈良県の人口ピラミッド(平成29年10月1日現在) 資料: 県統計課「奈良県年齢別推計人口」



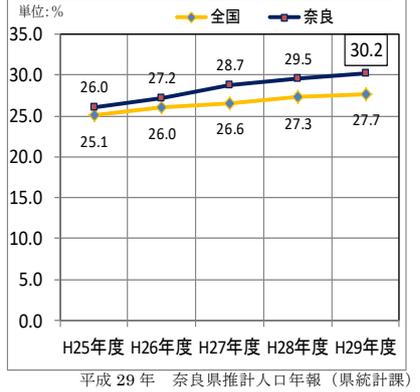
奈良県のすがた 2018 (県統計課)

### 年齢3区分別人口割合の推移

資料：総務省自治行政局「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数」  
県統計課「奈良県年齢別推計人口」



### 高齢化率(65歳以上) 奈良県・全国 比較

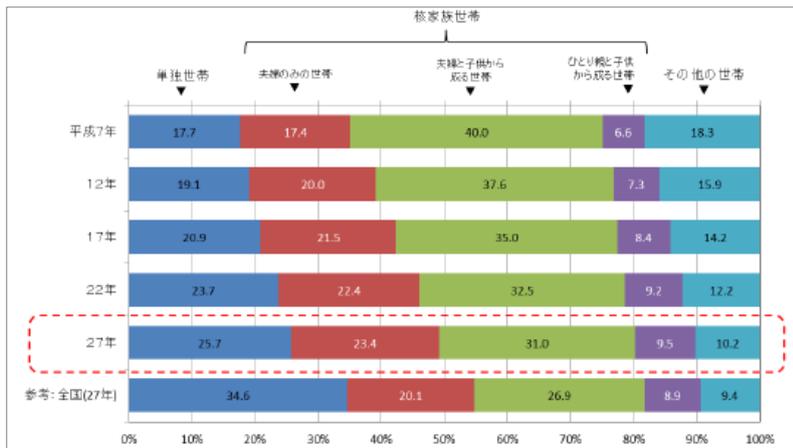
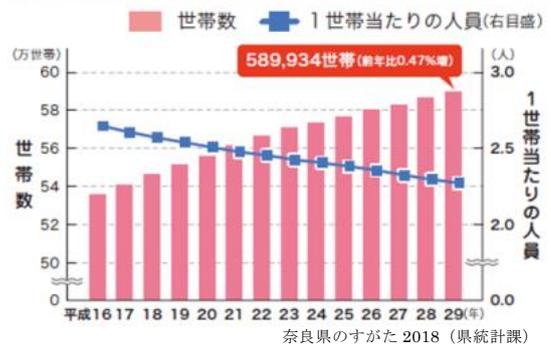


### ③世帯数の状況

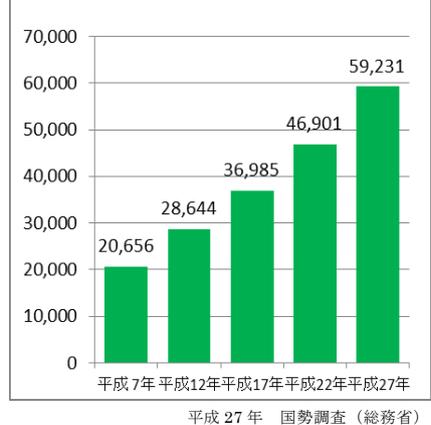
人口が減少する中で、世帯数は増加が続いているため、1世帯あたりの人員は年々縮小し、平成29年は2.29人となっています。また、平成27年の国勢調査によると、単身世帯の占める割合は25.7%で年々高くなっており、特に高齢者の単身世帯は急増しています。

### 世帯数と1世帯あたりの人員の推移

資料：県統計課「奈良県推計人口年報」、総務省統計局「平成27年国勢調査」



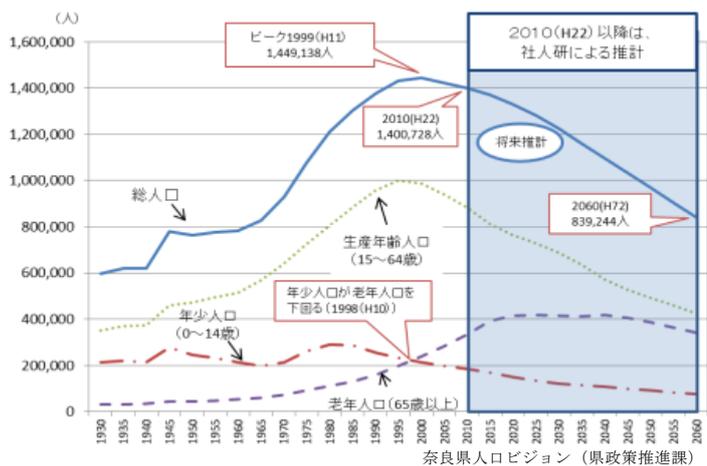
### 高齢者(65歳以上)の単身世帯数[奈良県]



### ④奈良県の将来推計人口

平成27年に策定した奈良県人口ビジョンによると、今後も奈良県人口は大きく減少する一方で、高齢者人口(老年人口)は2050年頃までは40万人程度で推移すると推計されています。これは、今後とも高齢化率の上昇が続くことを意味しています。

### 年齢3区分別人口の推移(奈良県)



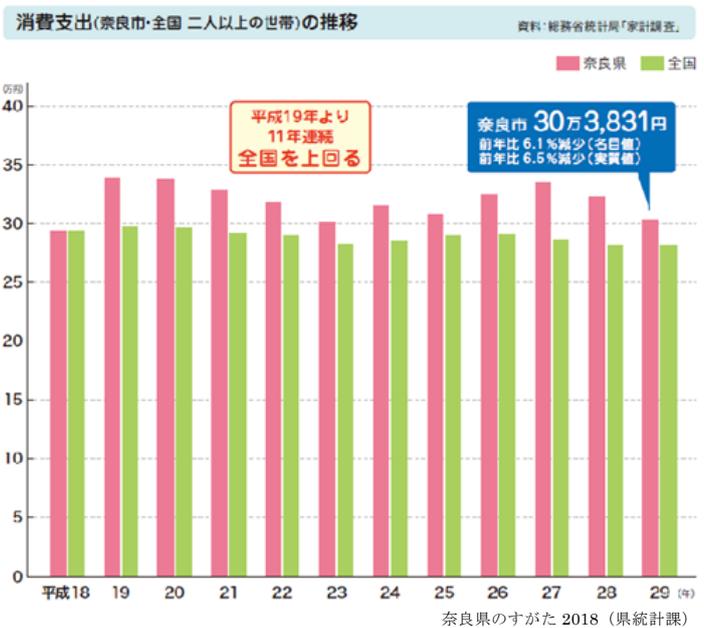
- 人口は平成11年をピークに減少
- 全国を上回るペースで高齢化が進展し、将来的にも上昇が見込まれる
- 1世帯あたりの人員は一貫して減少、特に高齢者の単身世帯は急増している

## (2) 消費支出の状況

### ① 1世帯あたり1か月の平均消費支出

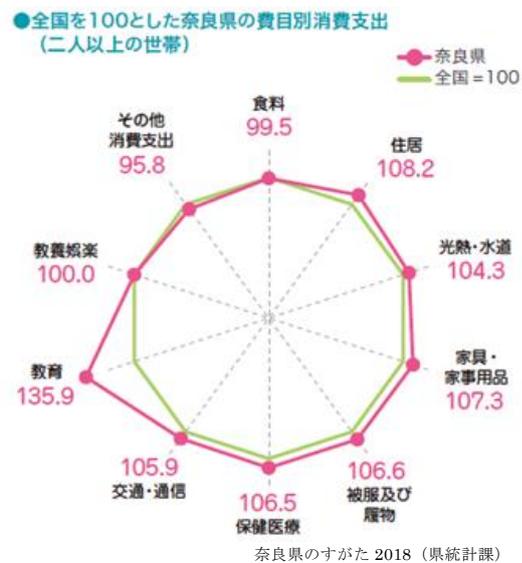
毎年実施される家計調査によると、平成29年の奈良市における2人以上世帯の1世帯あたり1か月の平均消費支出は、30万3,831円で、全国平均を2万円近く上回っています。また、平成19年から11年連続で全国平均を上回っています。

なお、平成26年全国消費実態調査によると、県外での消費割合は、全国1位の15.2%となっています。



### ②消費支出の特徴

全国を100とした奈良県の費目別消費支出を見ると、10費目のうち8費目で全国を上回っており、特に教育に対する支出は全国を大きく上回っています。



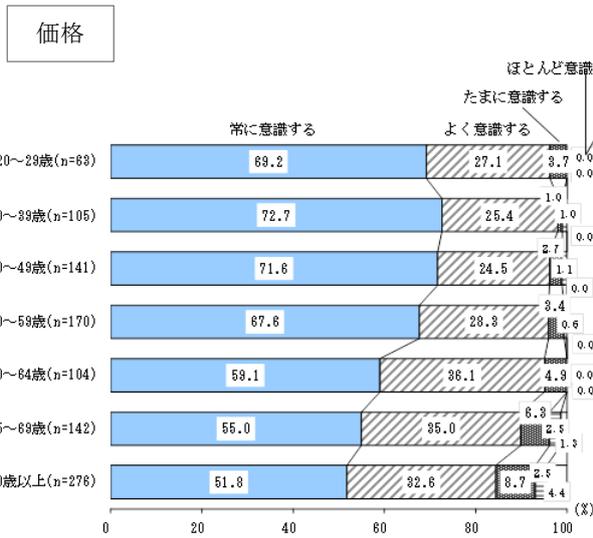
- 奈良市の消費支出額は、全国平均より1か月当たり2万円近く多く、特に教育への支出が大きく上回っている

### (3) 消費者の意識

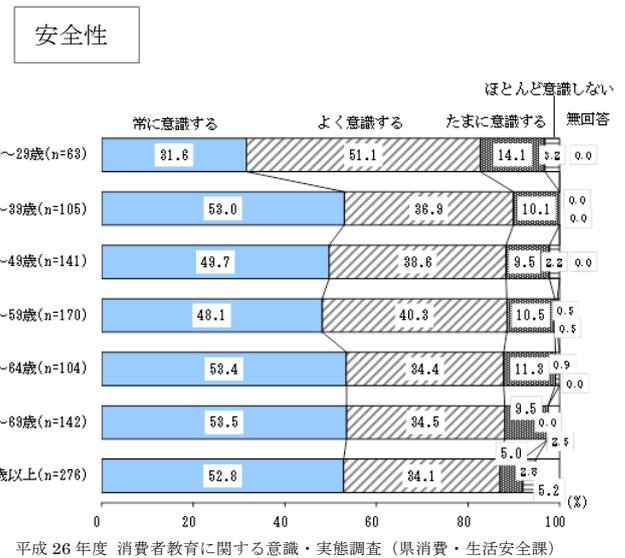
#### ① 価格と安全性への意識

平成 26 年度に、県が実施した消費者教育に関する意識・実態調査によると、商品やサービスを選ぶ際に「価格」を常に意識する人の割合は、若年層で高く高齢者になるほど低くなっています。また、商品の「安全性」を常に意識する人は、20 歳代で低くなっています。

##### ●商品やサービスを選ぶときに意識すること



##### ●商品やサービスを選ぶときに意識すること

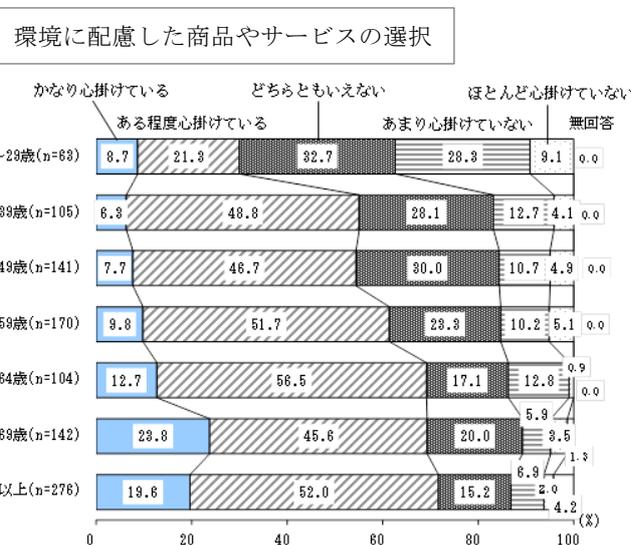


#### ② 環境など社会的な意識

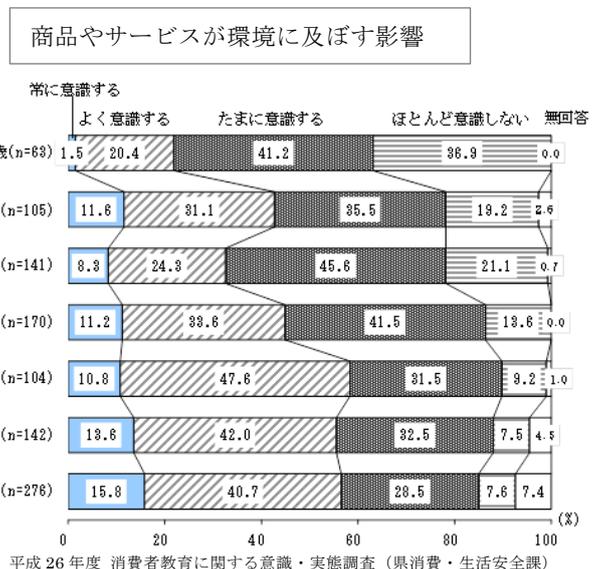
一方、消費者として「環境に配慮した商品やサービスを選択」することに関心を持っている人の割合は、若年層で低く高齢者で高くなっています。

また、商品やサービスを選ぶ際に「環境に及ぼす影響」を常に意識する人の割合は、20 歳代、40 歳代で低く、高齢者で高くなっています。

##### ●消費者として心掛けていること



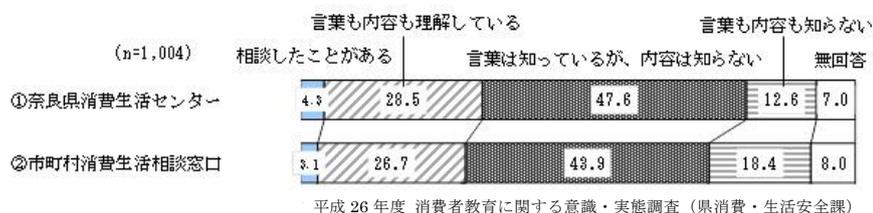
##### ●商品やサービスを選ぶときに意識すること



### ③消費生活センター等の認知状況

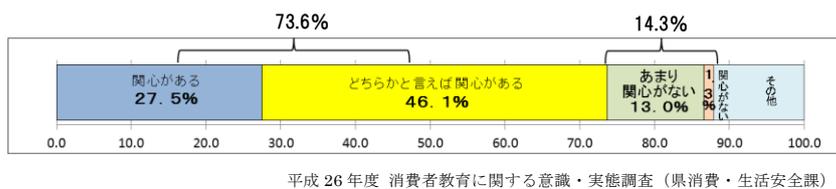
消費生活相談の窓口である「奈良県消費生活センター」や「市町村の消費生活相談窓口」については、言葉も内容も理解している人の割合は3割前後であり、言葉も内容も知らない人が2割弱存在しています。

■消費者問題に関する相談窓口や言葉等の認知・理解状況（県民）



### ④消費者問題への関心

消費生活相談、特に特殊詐欺や悪質商法等について、関心を持つ県民は73.6%である一方、関心を持たない県民も14.3%存在しています。



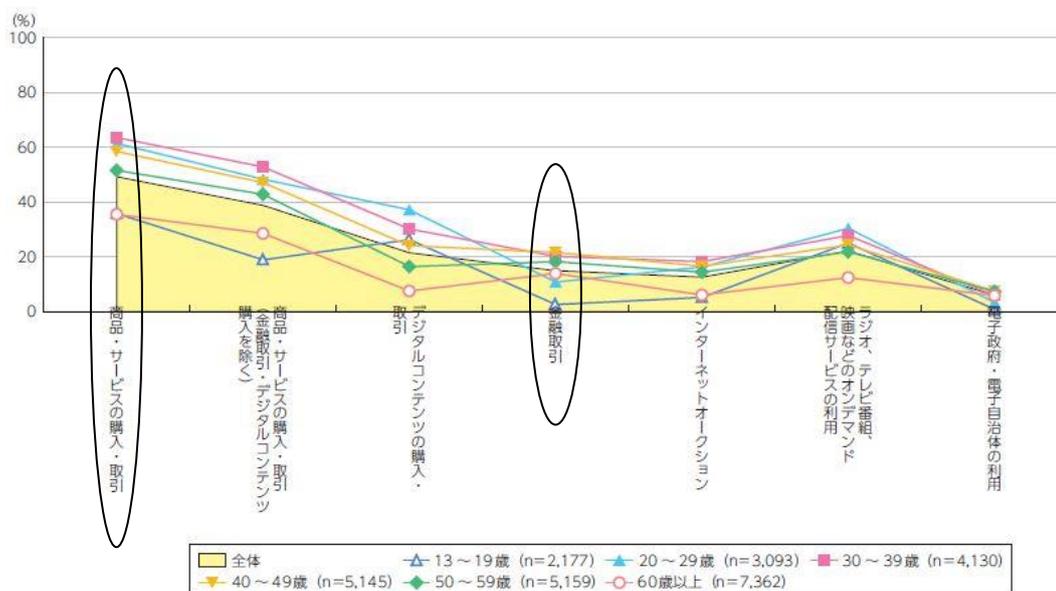
- 若年者は価格を重視する一方で、安全性や環境など社会的視点はあまり重視していない
- 一方、高齢者が商品を選ぶ際には、価格面だけではなく、環境への意識など社会的な視点も重視している
- 消費生活の相談窓口の認知度（名前も内容も理解）は3割程度となっている
- 消費者問題に対して関心を持たない消費者が14%存在する

#### (4) 情報化の状況

##### ① インターネットの利用状況

平成 30 年版情報通信白書(総務省)によると、インターネットを利用する人の割合は全国平均が 80.9%に対し、奈良県は全国第 25 位の 78.9%となっています。

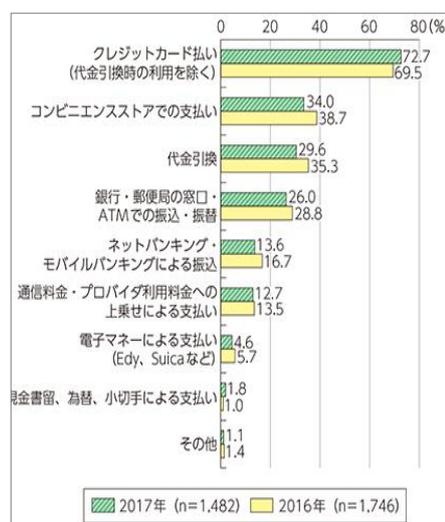
また、インターネットの利用目的のうち「商品・サービスの購入・取引」をしている人の割合は 49.1%で、30 歳代が最も高く、20 歳代、40 歳代、50 歳代の順に低くなっており、「金融取引」にインターネットを利用する人の割合は 15.3%で、40 歳代、30 歳代、50 歳代の順に低くなっています。



平成 30 年版情報通信白書 (総務省)

##### ② インターネットで購入する際の決済方法

インターネットで購入する際の決済方法は、「クレジットカード払い」が 72.7%と最も多く、次いで、「コンビニエンスストアでの支払い」、「代金引換」などとなっています。



平成 30 年版情報通信白書 (総務省)

- 奈良県のインターネットの活用状況は全国平均を少し下回る水準
- インターネットで商品等を購入する人は約 50%で、若年層の利用率が高い
- 決済方法としては、クレジットカードを使う人が 7 割と最も多い

## (5) 民法の改正

平成30年6月第196回国会において、民法の一部を改正する法律案が可決・成立しました。同法律案では、成年に達する年齢が従来20歳とされていたものが18歳と改正され、2022年から成年年齢の引き下げが行われることが規定されました。

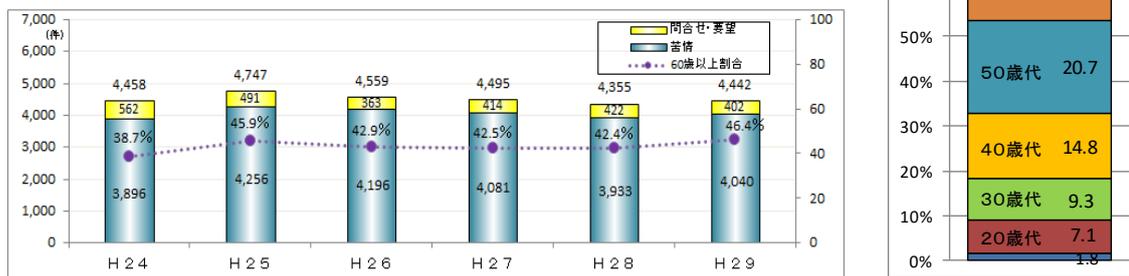
この民法改正による成年年齢の引き下げにより、それまで未成年として未成年者取消権により法的に保護されていた18歳・19歳の若年者が今後は成年となり、未成年者取消権が消失することとなりました。

■民法改正で、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられる

## (6) 奈良県消費生活センターでの相談状況

### ①相談件数の状況

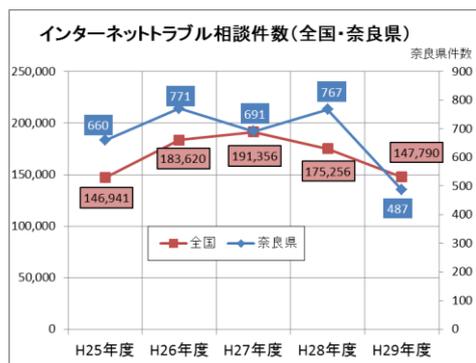
平成29年度に県消費生活センターが受けた相談件数は4,442件で、ここ数年4千件台で推移しています。また、相談者を年齢別にみると、60歳以上が46.4%を占め高い水準にあり、増加傾向にあります。



平成29年度版 県消費生活相談の概要(県消費生活センター)

### ②相談内容の推移

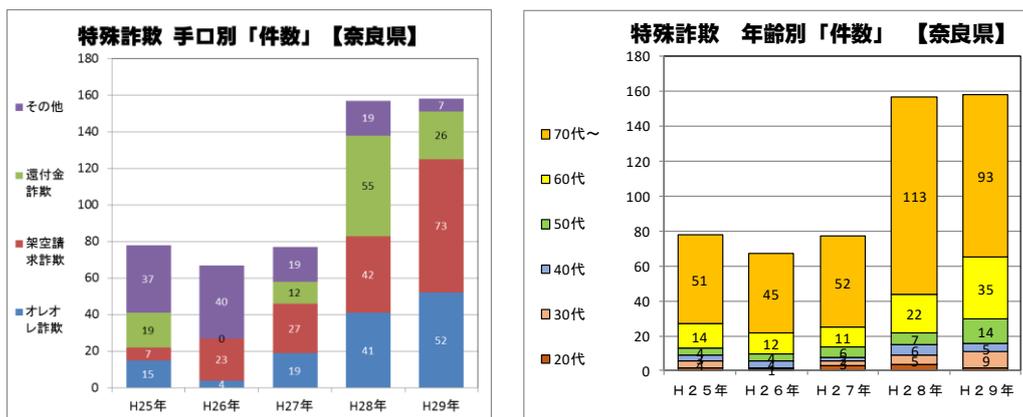
奈良県、全国とも、架空請求詐欺の相談件数が平成29年度に急増しています。一方、インターネットに関するトラブルは横ばい傾向で、利殖商法は減少傾向にあります。



- 相談件数全体は横ばいであるが、高齢者からの相談は増加傾向にある
- 架空請求詐欺に関する相談件数が急増している

### (7) 消費者被害の状況

特殊詐欺の被害状況については、奈良県では平成28年に件数が急増し、「架空請求詐欺」や「オレオレ詐欺」の件数が、ともに増加傾向にあります。また、年齢別に見ると60歳代、70歳代以上が多くを占めています。



県警察本部調べ

- 特殊詐欺のうち、架空請求詐欺やオレオレ詐欺の被害件数が増加している
- 特殊詐欺の被害者は高齢者が多い

## 2 消費者教育推進計画（第1次計画）での取組状況

### (1) 多様な場における消費者教育の環境の充実

若年者から高齢者までの各ライフステージで、また、学校教育の現場や地域・家庭・職域など様々な場において、第1次計画に基づき消費者教育に取り組みました。

小学校から高等学校については、学習指導要領に基づきすべての学校で消費者教育が行われましたが、大学や短期大学、専門学校については、消費生活センターによる啓発講座の実施は特定の大学にとどまり、また職域（職場）での消費者教育についても、県と事業者が連携して啓発講座等を実施するまでには至りませんでした。

また、高齢者に対しては、消費生活センターによる講座やチラシ等による啓発活動を行いました。

施策の方向性	第1次計画(H28～30)に掲載した具体的施策	第1次計画実施期間(H28～30)での実施状況
教育・保育施設及び小学校から高等学校等での消費者教育	小学校から高等学校における消費者教育	学習指導要領に基づきすべての学校で実施
	消費生活センターによる中学校から大学での啓発講座	中学校7校、高校9校、大学等5校に対し実施(H29実績)
	消費生活センターによる高校卒業前の高校生に対する啓発講座	毎年2～4校、300人程度に対して実施
	消費生活センターによるインターネット安全講習会	毎年17校程度、2,000人程度に対して実施
大学・専門学校等での消費者教育	消費生活センターと大学が連携した啓発講座	毎年1～2校、600人程度に対して実施
地域・家庭・職域での消費者教育	消費者団体と協働した学習会	毎年1回実施
	消費生活センターによる啓発講座の実施	毎年5,000～6,000人に対して実施
	消費生活センターによる子どもの事故に関する情報発信等	保護者を対象に、年1～2回実施
	職域における消費者教育	県職員新規採用職員に対し実施
心身状況、生活環境など、特性に応じた消費者教育	消費生活センターによる高齢者を対象とした啓発講座	毎年1,000人程度に対して実施
	消費生活センターによる知的・精神障害者を対象とした啓発講座	毎年100人程度に対して実施

## (2) 連携と協働による消費者教育・啓発の活性化

消費者教育は、消費者団体や行政機関、事業者等と有機的に連携し、効果的・効率的に行うことが必要です。

第1次計画に基づき、金融経済教育については、奈良県金融広報委員会と連携して講演会等を実施するとともに、消費者・消費者団体等と連携した取組を実施しました。

施策の方向性	第1次計画(H28～30)に掲載した具体的施策	第1次計画実施期間(H28～30)での実施状況
県消費生活センターの機能充実	消費生活センターでの啓発活動や、センターを活用した講座等の実施	パネル展示や啓発物品の展示等を実施。また、センターや消費者団体がセンター施設を利用して講座等を実施
行政機関との連携・協力	消費生活センター相談員と学校教員の意見交換	毎年1～4回程度、教員研修会において意見交換会を実施
消費者、消費者団体、事業者団体との連携・協力	食に関するリスクコミュニケーションの実施	年1回開催
	店舗のイベントスペースの活用	年に1～3回程度、ショッピングモール等でパネル展等を実施
市町村への支援	消費生活センターによる相談体制	市町村を支援するため、弁護士等を配置
関連施策との連携	金融経済教育の連携実施	毎年3回程度、消費生活センターと奈良県金融広報委員会が共催して講演会等を実施

## (3) 消費者教育・啓発を担う人材が育つ環境づくり

消費者教育を推進するためには、それを担う人材の育成が必要であり、第1次計画に基づき学校教員に対する消費者教育に関する研修や、地域での担い手の養成等に取り組みました。

なお、学校教員に対しては、高校生向け教材「社会への扉」の活用に関する研修にとどまりました。

施策の方向性	第1次計画(H28～30)に掲載した具体的施策	第1次計画実施期間(H28～30)での実施状況
学校における担い手育成・資質向上	教員向けの研修	高校教員に向けて、高校生向け教材「社会への扉」の活用等に関する研修を実施
地域における担い手育成・資質向上	くらしの安全・安心サポーターへの支援	毎年、サポーター養成講座、研修会を実施

#### (4) 自立した消費者や消費者市民社会の形成に寄与する消費者の育成

内外の社会情勢や地球環境に与える影響などを考えて行動する消費者を育成するため、第1次計画に基づき、マスメディア等を活用した情報提供やパネル展示等に取り組みましたが、消費者市民社会形成のための気運づくりは「キャッチコピーの募集」にとどまりました。

施策の方向性	第1次計画(H28~30)に掲載した具体的施策	第1次計画実施期間(H28~30)での実施状況
消費者問題理解のための普及・啓発、情報提供	マスメディア等を活用した啓発	消費生活センターにおいて、テレビやラジオ・新聞等を活用した情報発信を実施
	パネル展示の実施	消費生活センターが、県内各地で年に13回程度、パネル展を実施
	消費者フォーラムの実施	消費生活センターが年に1回実施、200人程度が参加
消費者市民社会形成のための気運づくり	キャッチコピーの募集	イラスト、4コマ漫画の募集、表彰を実施

※消費者市民社会：自らの消費行動が内外の社会経済情勢や地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚し、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会

## 第3章 消費者教育の課題

この章では、第2章で行った現状分析に基づき課題の抽出を行うとともに、第2次計画で取り組むべき方向性を見いだします。

### 1 若年者教育の課題

若年者教育で最も重要な視点は、民法改正による成年年齢の引き下げです。法施行の2022年に18歳となる現時点での中学生に対し教育強化を図ることはもちろん、幼児から大学生、就業者など、若年者全般にわたる消費者教育が必要です。

また、若年者はインターネットを使った消費行動が多く見られ、ここ数年はインターネットに関する消費生活相談件数が横ばいとは言え、クレジットカードによるインターネット決済が多くみられ、今後18歳から単独でクレジットカードの契約が可能になることを考えると、若年者に向けて消費者教育の強化が必要です。

一方、若年者の意識として、商品やサービス等の購入において、環境など社会的視点に基づく行動意識が低いことから、若年者が公正で持続可能な社会の形成に積極的に参画するため、社会的な視点を持った若年消費者の育成を図ることも必要です。また、第1次計画では、大学や短期大学、専門学校、また、職域（就業者）に対する取組が十分に行われませんでした。

これら若年者教育の現状や課題を踏まえると、第2次計画では若年者教育の強化に重点的に取り組むことが必要です。

### 2 高齢者教育の課題

奈良県は全国に比べ高齢化の進展が早く、今後も高齢化率が上昇することが予想されています。また、高齢者の単身世帯が急増しており、高齢者をターゲットとする特殊詐欺被害等がこれまで以上に懸念される状況です。第1次計画では、講座やチラシ等による啓発活動を行いました。高齢者の消費者被害を減らすために、高齢者教育の広がりが必要です。

第2次計画では、高齢者に対する効果的な啓発活動に加え、老人クラブや民生児童委員、警察等の多様な主体との連携強化、また消費者教育を担う消費生活センターの一層の機能強化など、第2次計画では高齢者教育の強化を重点的に取り組みます。

### 3 連携による消費者教育の課題

若年者や高齢者など、様々なライフステージにおける様々な場での消費者教育は、県や消費生活センター、学校現場などが単独で行うのではなく、多様な主体と連携することで、効果的かつ効率的に行うことが必要です。

第1次計画に基づき、県・消費生活センターと消費者団体が連携した取組も行っていますが、今後もそれぞれの強みを活かした啓発活動を行うことが必要です。また、市町村や公的機関との連携が十分に行われているとは言えず、第2次計画においては、これまで以上に「連携」を重視することが必要です。

### 4 人材育成の課題

消費者教育の担い手として、学校教員や啓発活動を担当する消費生活センターの相談員の資質向上が必要ですが、消費者教育を更に充実させるためには、教員に対する資質向上の充実のみならず、公的機関や民間の人材を消費者教育の担い手とする新たな取組も必要です。

例えば、高齢者から様々な生活相談に応じる民生児童委員や、大学等において学生からの相談を受ける職員などが、消費者教育の新たな担い手として考えられます。

### 5 社会的視点から行動する消費者育成の課題

消費行動が社会に影響を与えることを自覚して行動し、社会の発展に寄与する消費者を育成するため、第1次計画に基づき、消費者市民社会形成の気運づくりに取り組みましたが、十分ではありませんでした。

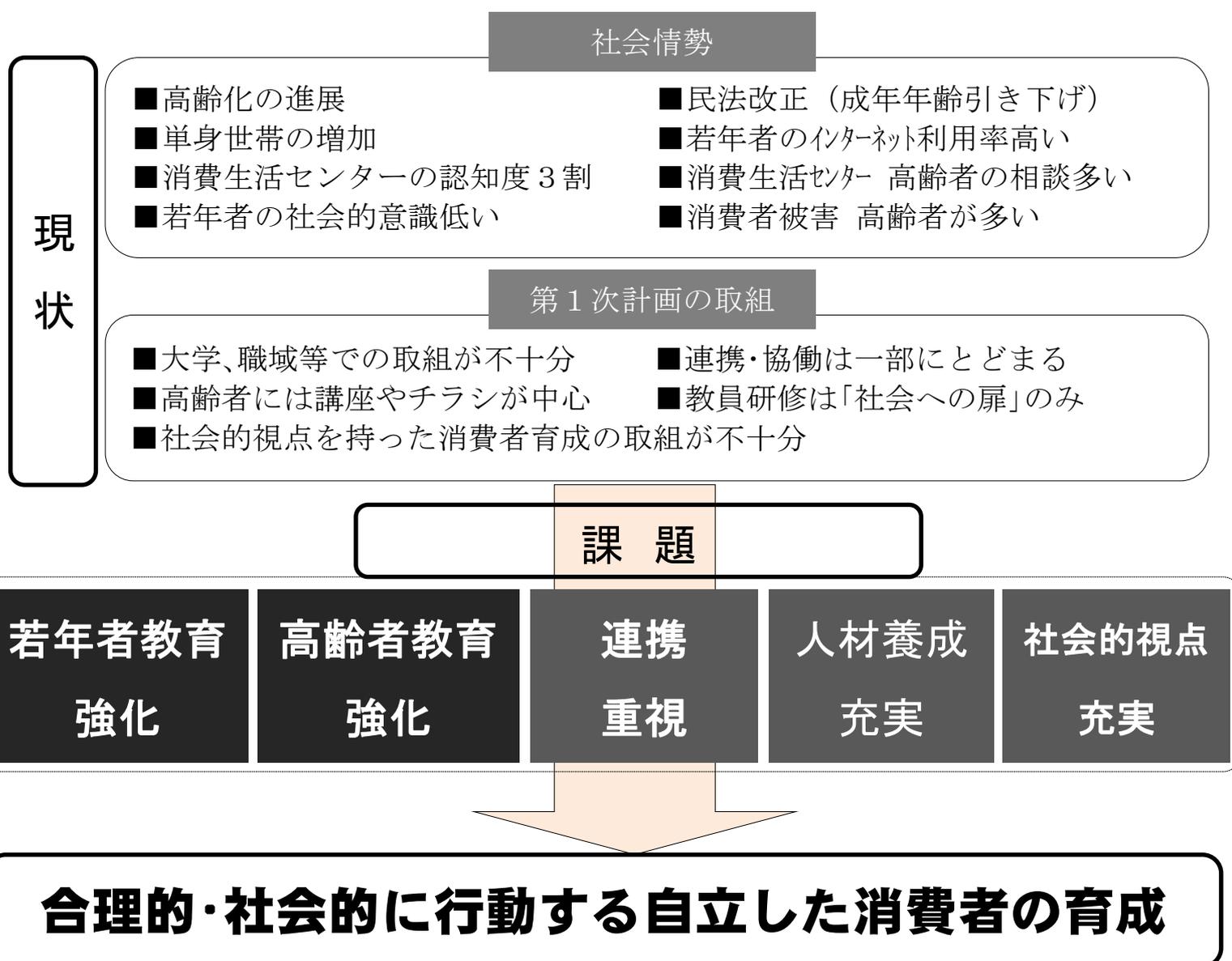
このため、第2次計画では、消費者の社会的視点に立って行動する消費者育成に向けた実効性のある取組が必要です。

## 第4章 計画の目的

第2章の現状分析、第3章の課題の抽出から、第2次消費者教育推進計画の目的を、「合理的・社会的に行動する自立した消費者の育成」と設定します。

合理的に行動する自立した消費者とは、自らの利益の擁護や増進のため、自主的・合理的に行動する消費者であり、合理的に意思決定することで、消費者被害に遭わず、万一消費者トラブルに巻き込まれても適切に対処できる消費者の育成を図ります。

また、社会的に行動する自立した消費者とは、内外の社会経済情勢など社会的な視点を持って行動する消費者であり、より良い社会の発展のため、積極的に社会に関与する消費者の育成を図ります。



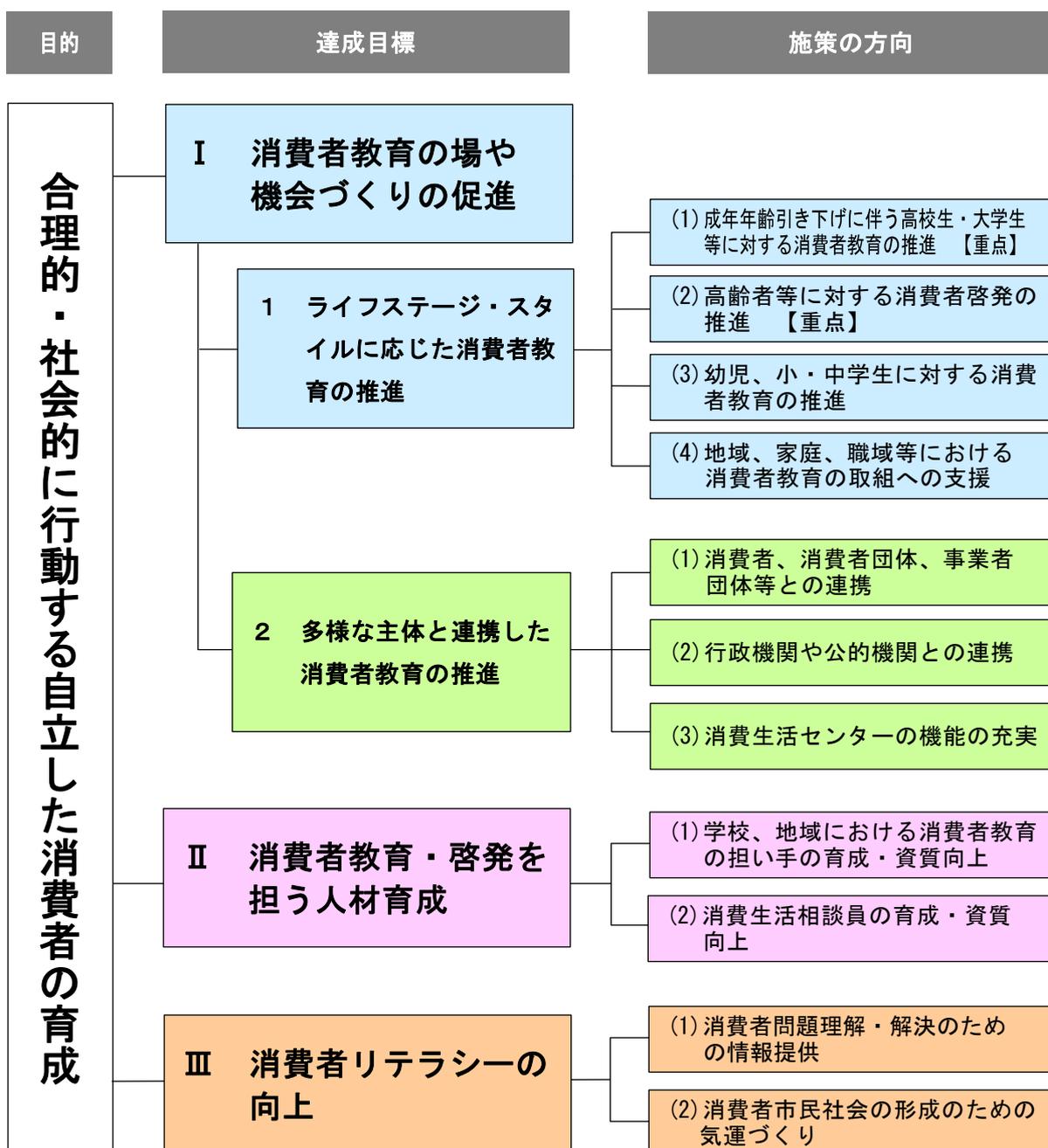
消費者被害に遭わない消費者、社会的視点を持って行動する消費者を育成する

# 第5章 消費者教育推進に向けた方針

## 1 計画の達成目標と施策の方向

本計画において消費者教育を推進するに当たっては、計画の目的である「合理的・社会的に行動する自立した消費者の育成」の達成のために、3つの達成目標「Ⅰ消費者教育の場や機会づくりの促進」、「Ⅱ消費者教育・啓発を担う人材育成」、「Ⅲ消費者リテラシーの向上」を柱として、これら達成目標ごとに消費者教育に関する具体的な取組の方向を示し、具体的施策を実施していきます。

## 2 施策体系



### 3 施策・取組の展開

#### 目標Ⅰ 消費者教育の場や機会づくりの促進

消費者被害を減らすためには、合理的・主体的に考え行動する自立した消費者の育成が必要です。幼児期から高齢期まで、また、学校、地域、家庭、職域などそれぞれの場で個人の特性に応じた消費者教育を体系的に実施するとともに、取組の展開に当たっては、多様な主体と連携することで、効果的かつ効率的に実施するなど、消費者教育の場を充実し、すべての人が体系的に消費者教育を受ける機会を推進します。

#### 1 ライフステージ・スタイルに応じた消費者教育の推進

##### (1) 成年年齢引き下げに伴う高校生・大学生等に対する消費者教育の推進【重点】

民法改正による成年年齢引き下げや、大学や短期大学、専門学校などでの消費者教育が手薄である現状等の課題を受け、高校生・大学生等に対して重点的に消費者教育を推進します。

具体的には、県内の高等学校、特別支援学校、中等教育学校等での消費者庁作成教材「社会への扉」を活用した授業等の拡大に取り組むとともに、当該授業等の補助教材として、平成30年度作成の映像教材(DVD)の活用も図ります。また、入学ガイダンス等での新入生に対するインターネットトラブルやクレジット契約等に関する啓発講座、高校3年生や大学・短期大学・専門学校への啓発チラシの配付にも取り組みます。



消費生活センターによる啓発講座（高等学校）

取組	内容	新規
学習指導要領に基づく消費者教育の実施	学習指導要領に基づき、授業において消費者教育を実施する。 [公民科] ・消費者に関する問題 [家庭科] ・消費生活の現状と課題や消費者の権利と責任 ・消費生活と生涯を見通した経済の計画 ・契約、消費者信用及びそれらをめぐる問題	
高校生向け教材「社会への扉」を活用した教育の実施	高等学校等での授業等において、消費者庁が作成した高校生向け消費者教育教材「社会への扉」の活用を拡大する。	
高等学校等における啓発DVDを活用した消費者教育の実施	高等学校等での授業等において、「社会への扉」の内容解説を収録した若年者消費者トラブル防止のための映像教材(DVD、平成30年度作成)等を活用する。	○
消費生活センターによる消費者啓発講座	高等学校、大学等に対し、消費生活センターが啓発講座を実施する。	

取組	内容	新規
高校生等に対する巣立ち教育	就職や進学等により自立生活を始める前の高校生等に対し、消費生活センターが啓発講座を実施する。	
高校3年生及び大学・専門学校等新生に対する啓発チラシの配付	18歳・19歳となる高等学校3年生及び大学・専門学校等の新生に対し、若年者が被害に遭いやすい消費者トラブルの事例等に関する啓発チラシを配付する。	○
大学、専門学校等の新生ガイダンス等での啓発講座実施	大学、専門学校等の新生ガイダンス等において、インターネットトラブルやクレジット契約などに関する啓発講座を実施する。	○
警察と連携した若年者に対する啓発活動	警察が実施する学校での啓発活動において、警察と連携して特殊詐欺の対策等に関する啓発チラシを配付する。	

## (2) 高齢者等に対する消費者啓発の推進【重点】

高齢化の進展や、高齢者の単身世帯の増加、消費者被害の増加を踏まえ、高齢者に対して重点的に消費者啓発を推進します。

具体的には、既存の啓発活動に加え、警察が行う特殊詐欺等被害者への戸別訪問と連携したチラシの配付や、老人クラブ連合会、民生児童委員市町村協議会等と連携した高齢者向け啓発講座の実施、主要駅での街頭啓発活動等に取り組みます。

また、障害者への啓発講座等を行うとともに、外国人に対する消費者教育については、外国人労働者の状況等に応じ、必要な取組を実施します。



夕食宅配業者と連携したチラシの配付



消費生活センターによる啓発講座（高齢者）

取組	内容	新規
消費生活センターによる高齢者を対象とした啓発講座の実施	要望に応じて、消費生活センターにおいて、高齢者向けの啓発講座を実施する。	
夕食宅配事業者及び生命保険協会と連携した啓発チラシの配付	高齢者の利用が多い夕食宅配事業者や生命保険協会と連携し、宅配時や外交員訪問時に、消費者トラブルの事例等に関する啓発チラシを配付する。	
警察と連携した特殊詐欺等被害者への啓発活動	警察が行う特殊詐欺等被害者への戸別訪問活動において、警察と連携して特殊詐欺等に関する啓発チラシを配付する。	○
老人クラブや民生児童委員と連携した講座の受講促進	老人クラブ連合会や民生児童委員市町村協議会等と連携し、高齢者向けの啓発講座の開催や講座の受講を促進する。	○
病院・金融機関と連携した高齢者啓発ポスターの掲示	高齢者の利用が多い病院や金融機関と連携して、高齢者向け啓発ポスターを掲示する。	○
主要駅における街頭啓発活動の実施	県内の主要駅等において、消費者被害防止啓発物品(ポケットティッシュ等)を配布し、高齢者を中心とする消費者被害の防止に取り組む。	○
消費生活センターによる障害者を対象とした啓発講座の実施	要望に応じて、消費生活センターにおいて、知的障害者や精神障害等に向けた啓発講座を実施する。	
消費者団体等が実施する障害者施設に対する啓発講座への支援	消費者団体等が実施する障害者施設向けの啓発講座に対して、県として広報面などで支援する。	○

### (3) 幼児、小・中学生に対する消費者教育の推進

幼児については、予期せず身体の安全を脅かす事故の予防のために、保護者に対する啓発や情報発信の充実に取り組みます。

また、小・中学生の学校教育においては、学習指導要領に基づく教育を進め、日常生活で実践できる能力を養うための教育を推進していきます。

なお、消費生活センターでは、環境等を意識した小学生向け講座や、インターネットトラブル防止のための中学生向け講座を実施します。



夏休み子ども講座

取 組	内 容	新規
幼児の保護者を対象とした製品安全や事故に関する講座や情報発信の実施	幼児の保護者を対象に、子どもに身近に起こり得る事故への理解を深めるため、消費生活センターが製品安全や子どもの事故に関する啓発講座等を実施する。また、消費生活センターの広報紙や、ホームページ等により製品安全等の情報発信を行う。	
学習指導要領に基づく消費者教育の実施	学習指導要領に基づき、授業において消費者教育を実施する。 ○小学校 [家庭科] ・物や金銭の大切さに気付き、計画的な使い方を考えること ・身近な物の選び方、買い方を考え、適切に購入できること ○中学校 [社会科(公民)] ・金融などの仕組みや働き ・消費者の自立の支援なども含めた消費者行政 [技術・家庭科] ・自分や家族の消費生活に関心を持ち、消費者の基本的な権利と責任について理解すること ・販売方法の特徴について知り、生活に必要な物質・サービスの適切な選択、購入及び活用ができること	
夏休み子ども講座の開催	消費生活センターにおいて、小学生の環境への意識向上を図るため、LEDのランタンなどを製作する「夏休み子ども講座」を実施する。	
ネットトラブル防止に関する講座等の開催	中学生等に対して、インターネットトラブル防止のための講座等を実施する。	
警察と連携した若年者に対する啓発活動【再掲】	警察が実施する学校での啓発活動において、警察と連携して特殊詐欺の対策等に関する啓発チラシを配付する。	

#### (4) 地域、家庭、職域等における消費者教育の取組への支援

地域における消費者教育推進のため、消費生活センターと地域をつなぐパイプ役である「くらしの安全・安心サポーター」の育成に取り組むとともに、家庭に対する啓発講座や、事業者団体と連携した様々な職域での消費者教育の推進に取り組みます。



くらしの安全・安心サポーター講座

取 組	内 容	新規
「くらしの安全・安心サポーター講座」の実施	消費生活センターと地域をつなぐパイプ役である「くらしの安全・安心サポーター」を消費者教育の担い手として養成するため、消費生活センターが、消費者問題に関する基礎知識や消費者啓発の手法等に関する講座を実施する。	
幼児の保護者を対象とした製品安全や事故に関する講座や情報発信の実施【再掲】	幼児の保護者を対象に、子どもに身近に起こり得る事故への理解を深めるため、消費生活センターが製品安全や子どもの事故に関する啓発講座等を実施する。また、消費生活センターの広報紙や、ホームページ等により製品安全等の情報発信を行う。	
事業者団体等と連携した就業者消費者教育の推進	事業者団体と連携し、団体が発行する広報紙に消費者啓発情報を掲載するとともに、消費生活センター等が若年就業者向けの啓発講座を実施する。	○

## 2 多様な主体と連携した消費者教育の推進

### (1) 消費者、消費者団体、事業者団体等との連携

消費者教育を効果的・効率的に推進するためには、県やそれぞれの消費者教育の主体が単独で取り組むのではなく、県と多様な主体、あるいは主体間で連携することが必要です。

まず、消費者との連携については、「奈良県食品安全・安心懇話会」や「なら食に関するリスクコミュニケーション」を通じ、消費者との連携を図ります。

また、消費者の利益を守り消費者教育の担い手でもある消費者団体との連携については、県との共催による学習会の実施や、消費生活センターと連携した啓発講座の実施などを引き続き実施します。

事業者団体等との連携については、若年就業者向け啓発講座の実施や、消費生活協同組合の取組への支援、また県が作成した啓発チラシの夕食宅配業者等による配付など、多様な主体と連携して消費者教育の充実を図ります。

また、老人クラブや民生児童委員など、新たな主体との連携にも取り組みます。



なら食に関するリスクコミュニケーション

取 組	内 容	新規
消費者等との意見交換の促進	県内の生産者、製造・加工業者、流通業者、消費者代表者及び学識経験者等からなる「奈良県食品安全・安心懇話会」を開催し、県の食品安全施策に県民の意見を反映する。 また、「なら食に関するリスクコミュニケーション」を開催し、食の安全に関する情報発信や、リスクコミュニケーションの充実を図る。	
消費者団体等との共催による消費者学習会の開催	消費者団体等と県が、消費者学習会を共催して実施する。	
消費者団体等が実施する研修等への支援	消費者団体や消費生活協同組合等が実施する研修等に対し、県は広報や講師派遣などを支援する。	
消費者団体等と連携した消費生活センターの啓発講座の実施	消費生活センターが実施する啓発講座に消費者団体も加わり、それぞれの強みを活かすことで、より効果的な啓発講座を実施する。	○
事業者団体等と連携した就業者消費者教育の推進【再掲】	事業者団体と連携し、団体が発行する広報紙に消費者啓発情報を掲載するとともに、消費生活センター等が若年就業者向けの啓発講座を実施する。	○
消費生活協同組合と連携した「体験型リスクコミュニケーション」への支援	消費者と生産者が食の安全性などリスクに関する意見交換等を行うため、消費生活協同組合が生産現場等を見学する機会を設定することに対し、県は後援等の支援を行う。	

取 組	内 容	新規
夕食宅配事業者及び生命保険協会と連携した啓発チラシの配付【再掲】	高齢者の利用が多い夕食宅配事業者や生命保険協会と連携し、宅配時や外交員訪問時に、消費者トラブルの事例等に関する啓発チラシを配付する。	
消費生活審議会による各主体の連携促進と担い手育成	消費者、事業者、消費者団体、事業者団体、学識経験者で構成される消費生活審議会を通じて各主体の連携を促進し、消費者教育の担い手として育成を図る。	
老人クラブや民生児童委員と連携した講座の受講促進【再掲】	老人クラブ連合会や民生児童委員市町村協議会等と連携し、高齢者向けの啓発講座の開催や講座の受講を促進する。	○
大学と消費生活センターの連携による啓発資料等の作成	消費生活センターと県内大学が連携し、当該大学の学生が、消費生活センターで活用する消費者教育パネル等の啓発教材や啓発資料を作成する。	

## (2) 行政機関や公的機関との連携

地域における消費者教育推進には、住民に身近な市町村との連携が必要です。このため県と市町村、あるいは市町村相互が連携し、効果的な啓発活動に取り組みます。

また、警察との連携を一層進めるとともに、金融リテラシー（金融に関する知識や判断力）向上のため、奈良県金融広報委員会と連携して、県民に対する金融経済教育を推進します。



くらしとおかね講演会

取 組	内 容	新規
市町村と連携した啓発活動等の実施	市町村が行う消費者啓発活動等を把握し、県と市町村、市町村相互が有機的な連携を図り、効果的・効率的な啓発活動等を行う。	○
市町村消費者行政活性化助成事業交付金の交付	市町村が行う消費者啓発活動に対し、市町村消費者行政活性化助成事業交付金を交付し、市町村における消費者教育の充実を図る。	
警察と連携した若年者に対する啓発活動【再掲】	警察が実施する学校での啓発活動において、警察と連携して特殊詐欺の対策等に関する啓発チラシを配付する。	
警察と連携した特殊詐欺等被害者への啓発活動【再掲】	警察が行う特殊詐欺等被害者への戸別訪問活動において、警察と連携して特殊詐欺等に関する啓発チラシを配付する。	○
金融広報委員会と連携した金融経済教育の実施	県民が金融リテラシーを身に付けるため、金融広報委員会と消費生活センターが連携して金融経済教育を実施する。	

### (3) 消費生活センターの機能の充実

消費生活センターは、消費生活に関する相談・苦情への対応のみならず、商品・サービス等に関する基礎知識や、契約の基礎知識、最新の消費生活情報の普及・啓発、情報の提供等を行います。

消費生活センターの認知度を高め、消費者教育推進のためのセンター機能充実を図るため、市町村が行う消費者教育への支援や、啓発コーナーの充実・

消費者団体の利用促進、消費者に対する啓発教材の貸し出しなどに取り組みます。また、啓発の機会を通じて消費者ホットライン（188）の周知を図り、消費生活センター及び市町村の消費生活相談窓口の認知を高めます。



消費生活センター啓発コーナーでの講座

取 組	内 容	新規
センター・オブ・センターズとして市町村への支援を強化	市町村に対する消費者教育の適切な助言等を行うため、県消費生活センターに消費者教育コーディネーターを配置するとともに、消費者教育のセンター・オブ・センターズとしての機能強化を図る。	
消費者団体等と連携した消費生活センターの啓発講座の実施【再掲】	消費生活センターが実施する啓発講座に消費者団体も加わり、それぞれの強みを活かすことで、より効果的な啓発講座を実施する。	○
消費者教育の拠点としての消費生活センターの活用	消費生活センターの消費者啓発コーナーでの、各種パンフレットやチラシ等の設置の充実を図るとともに、啓発コーナーにおける講座等の開催や、消費者団体による利用を促進する。	
消費者教育に関する啓発教材の貸出し	消費生活センターが保有するDVDやパネル等の啓発教材の貸出しを行う。	

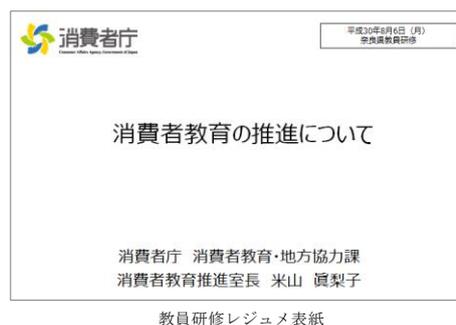
## 目標Ⅱ 消費者教育・啓発を担う人材育成

目標Ⅰの「消費者教育の場や機会づくりの促進」を進めるためには、消費者教育や啓発を担う人材が不可欠です。既存の担い手である学校教員や消費生活相談員等の資質向上を図るだけでなく、消費者教育に関わる新たな担い手を発掘し育成することも必要です。

### (1) 学校、地域における消費者教育の担い手の育成・資質向上

学校教員に対しては、高校生向け教材「社会への扉」に関する研修を既に実施していますが、それ以外に様々な教員研修の機会を捉え、充実・強化を図ります。また、大学等の学生相談担当者を、新たな消費者教育の担い手として育成するための取組も行います。

地域における担い手については、「くらしの安全・安心サポーター」や福祉関係者を育成するとともに、消費生活関係の審議会や情報交換会等の活性化によりそれぞれのメンバーとの連携を深めることで、各主体が地域における消費者教育の担い手となることを目指します。



取組	内容	新規
教員に対する消費者教育研修の実施	消費者教育の推進の重要な担い手である学校教員の育成・資質向上のため、教育研究所等と連携し、教員に対する研修の充実・強化を図る。	
教員と消費生活相談員等との意見交換の実施	学校現場での消費者教育推進の課題や、消費者問題に関する最新情報、児童・生徒への学習教材に関する情報提供、学校と連携・協働した教材の開発などについて、教員と消費生活相談員等の意見交換を実施する。	
学生相談担当者向け説明会の実施	大学・短期大学、専門学校における学生相談の担当者を消費者教育の担い手として育成するため、学生相談担当者向けの説明会(研修)を実施する。	○

取 組	内 容	新規
「くらしの安全・安心サポーター講座」の実施【再掲】	消費生活センターと地域をつなぐパイプ役である「くらしの安全・安心サポーター」を消費者教育の担い手として養成するため、消費生活センターが、消費者問題に関する基礎知識や消費者啓発の手法等に関する講座を実施する。	
介護福祉士等向け説明会の実施	介護福祉士等を消費者被害の発見の担い手として育成するため、説明会(研修)を実施する。	○
消費生活審議会による各主体の連携促進と担い手育成【再掲】	消費者、事業者、消費者団体、事業者団体、学識経験者で構成される消費生活審議会を通じて各主体の連携を促進し、消費者教育の担い手として育成を図る。	
高齢消費者・障害消費者被害防止情報交換会を活用した消費者教育の担い手育成	高齢者消費者・障害消費者の被害を防止するため、県内の高齢・福祉関係団体と県関係課、県警察、市町村、奈良弁護士会等で構成される「高齢消費者・障害消費者被害防止情報交換会」を活用し、構成員を高齢者等に対する消費者啓発や消費者被害の発見の担い手として育成を行う。	

## (2) 消費生活相談員の育成・資質向上

消費生活相談員は、啓発講座や各主体との連携などを通じて消費者教育の推進を担う重要な存在です。

このため消費生活相談員としての資質向上を図る取組はもちろん、指定消費生活相談員や学校・地域などとの連携、消費者教育の企画・立案を担う消費者教育コーディネーターの育成や資質向上にも取り組めます。



消費生活相談員研修

取 組	内 容	新規
指定消費生活相談員(実務経験5年以上)の配置	市町村に対し助言、情報提供等を行う「指定消費生活相談員(実務経験5年以上)」を消費生活センターに配置し、消費生活相談員の資質向上を図る。	○
消費者教育コーディネーターの配置と研修の充実	学校現場や地域、関係機関との調整・連携や、消費者教育施策の企画・立案等を担う消費者教育コーディネーターを消費生活センターに配置する。 また、レベルアップのための研修の実施や、独立行政法人国民生活センター等の公的機関が開催する研修等への派遣により、消費者教育コーディネーターの育成、資質向上を図る。	
消費生活相談員の資質向上研修等の充実	レベルアップのための研修の実施や、独立行政法人国民生活センター等の公的機関が開催する研修等への派遣により、消費生活相談員の資質向上を図る。	

## 目標Ⅲ 消費者リテラシーの向上

目標Ⅰ及びⅡにより、消費者教育の場や機会づくりを促進し、消費者教育等を担う人材育成に取り組みますが、「合理的・社会的に行動する自立した消費者の育成」のためには、人から教わるだけではなく、消費生活に関する正確な知識や的確な判断力を主体的・能動的に学ぶことが重要であり、自らが消費者問題を適切に読み取るとともに、社会的な視点に立って消費行動する自立した消費者を育成することが必要です。

消費者リテラシーの向上を図るため、消費者問題理解・解決のための情報提供を図るとともに、自らの消費行動が内外の社会経済情勢や環境に影響を及ぼすことを自覚し、積極的に社会に参画していく消費者の育成に取り組みます。

### (1) 消費者問題理解・解決のための情報提供

消費者に対し、商品やサービス等の選択に関わる知識や契約に関する基礎的な知識など、消費者問題に関わる情報を適切に提供することが不可欠です。このため、様々な消費者情報をテレビやラジオ、新聞など多様なメディアを活用し発信するとともに、パネル展示等においては、集客を意識した場所の設定に努めます。

また、「消費者フォーラム in 奈良」などによる情報発信も引き続き実施します。



パネル展（イオンモール大和郡山）

取 組	内 容	新規
多様なメディアを活用した消費者問題等の情報提供	消費者リテラシー向上のため、テレビやラジオ、新聞、県民だより奈良など様々なメディアを活用し、消費者問題等について県民に分かりやすく情報提供を行う。	
大規模店舗と連携した情報発信	県内の大規模店舗と連携し、イベントスペースなどでのパネル展示等を行い、消費者問題等についての情報発信を行う。	
消費者フォーラム in 奈良の開催	毎年5月の消費者月間に、奈良県金融広報委員会と共催して「消費者フォーラム in 奈良」を開催する。	
なら県政出前トークの実施	県政情報の提供と、県民との対話促進を目的に、職員が依頼先に向いて施策を説明する「なら県政出前トーク」を実施し、消費者問題等について情報発信を行う。	
消費生活相談内容の分析に基づく適切な情報提供	消費生活相談についての傾向を整理・分析し、消費者が自ら商品・サービス等の選択や契約を行う際に役立つ情報等を提供する。	

## (2) 消費者市民社会形成のための気運づくり

消費者市民社会とは、消費者が公正かつ持続可能な社会の形成に主体的、積極的に参画する社会のことを言います。例えば、商品やサービス等を選択する際に、価格や自分の好みなどだけで判断するのではなく、地域の活性化や地球環境に与える影響なども考慮して判断し、場合によっては、事業者や行政に積極的に意見提案をするなど、社会の発展に寄与する消費者を育成することが消費者市民社会の形成につながります。

具体的には、倫理的消費などの概念普及のための取り組みや、SDGsに関するセミナーやワークショップ等を行うとともに、環境部局が実施する環境教育等により、消費者市民社会形成のための気運づくりに取り組みます。なお、実施に当たっては、消費行動において社会的意識があまり高くない若年者を取り込むための配慮・工夫を行います。



環境政策課HP「エコなら」

取組	内容	新規
倫理的消費や消費者志向経営等の普及・啓発活動	「倫理的消費(エシカル消費)」(*1)や「消費者志向経営」(*2)について、セミナー等を実施するとともに、情報発信を行う。 *1 倫理的消費(エシカル消費):地域の活性化や雇用などを含む、人や社会、環境に配慮した消費行動。 *2 消費者志向経営:事業者が、消費者全体の視点に立ち、健全な市場の担い手として、自らの社会的責任を自覚して行う事業活動。	○
持続可能な社会実現のための消費者セミナー等の実施	SDGs(*)に関する消費者政策に関し、持続可能な社会実現の機運醸成のためのセミナー等を実施する。 * SDGs: Sustainable Development Goalsの略称。「持続可能な開発目標」と訳される。世界が2016年から2030年までに達成すべき17の環境や開発に関する国際目標。	○
夏休み子ども講座の開催【再掲】	消費生活センターにおいて、小学生の環境への意識向上を図るため、LEDのランタンなどを製作する「夏休み子ども講座」を実施する。	
環境教育への支援	県民等が実施する講習会等に環境に関する専門家(環境アドバイザー)を講師として紹介・派遣する。	
環境県民フォーラム推進事業の実施	平成9年8月に発足した奈良県環境県民フォーラムにより、環境保全活動の先導的役割を果たし、それらの活動が広く県民に浸透するよう、発展的な活動に資する事業を展開する。	
奈良県の環境情報サイト「エコなら」の運営	環境情報をインターネット上に公開することにより、最新の環境情報を積極的に県民へ提供し、エコライフや環境保全活動の実践等環境に優しい県民行動の普及を図る。	

## 第6章 計画の推進体制と進行管理

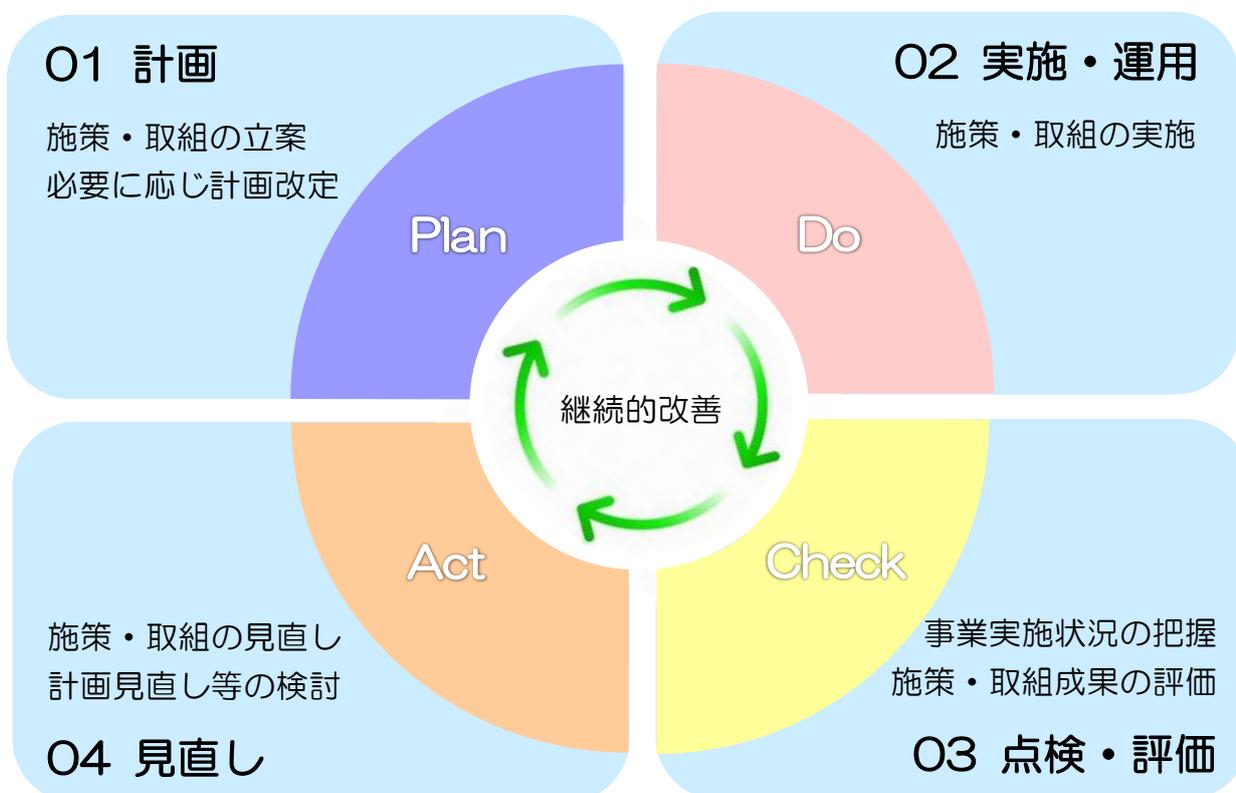
### 1 推進体制

奈良県消費生活審議会消費者教育推進部会を推進法第20条に規定する「消費者教育推進地域協議会」として位置づけ、消費者教育に関する施策・事業の企画立案に当たっては、同推進部会に意見を求めます。

また、県庁内の他部局や学校、消費者団体、事業者団体等と連携し、幼児期から高齢期に至るまで、体系的・効果的に消費者教育を推進します。

### 2 進行管理

本計画の推進に当たっては、PDCAサイクルを取り入れ、毎年度の事業実施状況を把握するとともに、多様化する県民ニーズや社会情勢の変化も加味し、毎年度夏頃に開催する奈良県消費生活審議会消費者教育推進部会などを活用して検討・評価し、次年度の施策に反映します。



# 参 考 资 料

## 用語解説

語 句	意 味
エシカル消費 (倫理的消費)	地域の活性化や雇用なども含む、人や社会、環境に配慮した消費行動
オレオレ詐欺	親族などになりすます手口による詐欺
架空請求詐欺	身に覚えのない料金を請求される手口による詐欺
くらしの安全・安心 サポーター	県内において、消費生活センター等と地域を結ぶパイプ役となり、消費生活情報の提供などのボランティア活動を行う者
社会への扉	消費者庁が作成した高校生（若年者）向け消費者教育教材。12のクイズを通じて自立した消費者像を学ぶ。消費者庁においては、成年年齢引き下げを見据え、2018年度から2020年度の3年間を集中強化期間として全国の高等学校等において活用を促すための取組を行っている。
消費者教育に関する意識・実態調査	消費者教育の推進に向けた施策検討の基礎資料とするために、平成26年度に消費・生活安全課で実施した調査。県民に対する消費生活に関する意識調査と学校（小中高・大学）や事業者に対する消費者教育に関する実態調査。
消費者市民社会	消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会
持続可能な開発目標 (SDGs)	2015年9月の国連サミットで採択された2016年から2030年までの国際目標。持続可能な世界を実現するための17のゴール・169のターゲットから構成されており、貧困に終止符を打ち、地球を保護し、すべての人が平和と豊かさを享受できるようにすることを目指しています。 具体的には、再エネ・省エネの導入、循環型社会の構築、食品廃棄物・食品ロスの削減、森林・海洋等の環境保全、子どもの事故防止などの取組が挙げられています。

語 句	意 味
特殊詐欺	面識のない不特定の者に対し、電話その他の通信手段を用いて、預貯金口座への振込みその他の方法により、現金等をだまし取る詐欺をいい、振り込め詐欺（オレオレ詐欺、架空請求詐欺、融資保証金詐欺及び還付金等詐欺）及び振り込め詐欺以外の特殊詐欺（金融商品等取引名目の特殊詐欺、ギャンブル必勝情報提供名目の特殊詐欺、異性との交際あっせん名目の特殊詐欺など）を総称したもの。
未成年者取消権	未成年者が法定代理人（親権者等）の同意を得ずに行った契約について取り消すことができる権利
リスクコミュニケーション	消費者、事業者、研究者、行政などの関係者間で、社会を取り巻くリスクに関して正確な情報を共有し、理解を深めたり、意見を相互に交換したりすること。
倫理的消費	→エシカル消費

# 掲載グラフの基礎データ

毎年10月1日現在の推計人口及び人口増減率の推移(2頁)

年	H11年	H12年	H13年	H14年	H15年	H16年	H17年	H18年
推計人口	1,449,138	1,442,795	1,440,920	1,437,611	1,434,576	1,429,969	1,421,310	1,416,323
人口増減率	0.14	▲ 0.44	▲ 0.13	▲ 0.23	▲ 0.21	▲ 0.32	▲ 0.61	▲ 0.35
年	H19年	H20年	H21年	H22年	H23年	H24年	H25年	H26年
推計人口	1,410,825	1,405,074	1,400,951	1,400,728	1,395,687	1,389,690	1,383,549	1,376,466
人口増減率	▲ 0.39	▲ 0.41	▲ 0.29	▲ 0.02	▲ 0.36	▲ 0.43	▲ 0.44	▲ 0.51
年	H27年	H28年	H29年					
推計人口	1,364,316	1,356,950	1,348,257					
人口増減率	▲ 0.88	▲ 0.54	▲ 0.64					

年齢3区分別人口割合の推移(3頁)

年	H5年	H6年	H7年	H8年	H9年	H10年	H11年	H12年
年少人口割合	16.93	16.55	16.21	15.90	15.61	15.30	15.01	14.78
生産年齢人口割合	70.34	70.26	70.17	69.96	69.71	69.48	69.26	68.90
老年人口割合	12.73	13.19	13.62	14.14	14.68	15.22	15.72	16.32
年	H13年	H14年	H15年	H16年	H17年	H18年	H19年	H20年
年少人口割合	14.55	14.35	14.16	13.98	13.82	13.67	13.57	13.45
生産年齢人口割合	68.44	67.96	67.57	67.20	66.66	65.91	65.09	64.41
老年人口割合	17.01	17.69	18.27	18.82	19.53	20.42	21.34	22.15
年	H22年	H23年	H24年	H25年	H26年	H27年	H28年	H29年
年少人口割合	13.17	13.05	12.91	12.77	12.62	12.50	12.32	12.17
生産年齢人口割合	63.40	63.18	62.19	61.18	60.18	59.41	58.17	57.61
老年人口割合	23.44	23.77	24.90	26.05	27.20	28.09	29.51	30.22

世帯数と1世帯当たりの人員の推移(3頁)

年	H16年	H17年	H18年	H19年	H20年	H21年	H22年	H23年
世帯数	535,910	540,988	546,776	551,417	556,329	561,651	566,721	571,415
1世帯当たりの人員	2.67	2.63	2.59	2.56	2.53	2.49	2.47	2.44
年	H24年	H25年	H26年	H27年	H28年	H29年		
世帯数	573,731	576,956	580,372	583,479	587,174	589,934		
1世帯当たりの人員	2.42	2.40	2.37	2.34	2.31	2.29		

消費支出(奈良市・全国二人以上の世帯)の推移(4頁)

年	H18年	H19年	H20年	H21年	H22年	H23年	H24年	H25年
奈良県	293,996	339,191	338,445	329,130	318,381	301,667	315,513	307,879
全国	294,943	297,782	296,932	291,737	290,244	282,966	286,169	290,454
年	H26年	H27年	H28年	H29年				
奈良県	324,605	334,972	323,726	303,831				
全国	291,194	287,373	282,188	283,027				

インターネットの利用状況(7頁)

	商品・サービスの購入・取引	商品・サービスの購入・取引(金融取引・デジタルコンテンツ購入を除く)	デジタルコンテンツの購入・取引	金融取引	インターネットオークション	ラジオ、テレビ番組、映画などのオンデマンド配信サービスの利用	電子政府・電子自治体の利用
全体	49.1	38.6	21.3	15.3	12.7	22.6	5.5
13～19歳(n=2,177)	34.5	18.8	26.2	3.0	5.3	25.1	0.8
20～29歳(n=3,093)	61.7	47.9	36.9	11.0	16.1	30.1	3.7
30～39歳(n=4,130)	63.7	52.9	30.3	20.2	18.6	28.2	6.2
40～49歳(n=5,145)	58.3	47.3	24.3	21.8	16.8	24.7	7.3
50～59歳(n=5,159)	51.4	42.9	16.3	18.2	14.6	21.9	7.0
60歳以上(n=7,362)	35.4	28.7	7.4	14.2	6.6	13.1	6.4

# 消費者教育の推進に関する法律

(平成二十四年八月二十二日法律第六十一号)  
最終改正：平成二六年六月一三日法律第七一号

- 第一章 総則（第一条—第八条）
- 第二章 基本方針等（第九条・第十条）
- 第三章 基本的施策（第十一条—第十八条）
- 第四章 消費者教育推進会議等（第十九条・第二十条）
- 附則

## 第一章 総則

（目的）

第一条 この法律は、消費者教育が、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるようその自立を支援する上で重要であることに鑑み、消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利であることを踏まえ、消費者教育に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、基本方針の策定その他の消費者教育の推進に関し必要な事項を定めることにより、消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、もって国民の消費生活の安定及び向上に寄与することを目的とする。

（定義）

第二条 この法律において「消費者教育」とは、消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動をいう。

2 この法律において「消費者市民社会」とは、消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会をいう。

（基本理念）

第三条 消費者教育は、消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結び付けることができる実践的な能力が育まれることを旨として行われなければならない。

2 消費者教育は、消費者が消費者市民社会を構成する一員として主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することが

できるよう、その育成を積極的に支援することを旨として行われなければならない。

3 消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行われるとともに、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮した適切な方法で行われなければならない。

4 消費者教育は、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場の特性に応じた適切な方法により、かつ、それぞれの場における消費者教育を推進する多様な主体の連携及び他の消費者政策（消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策をいう。第九条第二項第三号において同じ。）との有機的な連携を確保しつつ、効果的に行われなければならない。

5 消費者教育は、消費者の消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に与える影響に関する情報その他の多角的な視点に立った情報を提供することを旨として行われなければならない。

6 消費者教育は、災害その他非常の事態においても消費者が合理的に行動することができるよう、非常の事態における消費生活に関する知識と理解を深めることを旨として行われなければならない。

7 消費者教育に関する施策を講ずるに当たっては、環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育に関する施策との有機的な連携が図られるよう、必要な配慮がなされなければならない。

（国の責務）

第四条 国は、自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができる自立した消費者の育成が極めて重要であることに鑑み、前条の基本理念（以下この章において「基本理念」という。）にのっとり、消費者教育の推進に関する総合的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。

2 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、前項の施策が適切かつ効率的に策定され、及び実施されるよう、相互に又は関係行政機関の長と

の間の緊密な連携協力を図りつつ、それぞれの所掌に係る消費者教育の推進に関する施策を推進しなければならない。

(地方公共団体の責務)

第五条 地方公共団体は、基本理念にのっとり、消費生活センター（消費者安全法（平成二十一年法律第五十号）第十条第三項に規定する消費生活センターをいう。第十三条第二項及び第二十条第一項において同じ。）、教育委員会その他の関係機関相互間の緊密な連携の下に、消費者教育の推進に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の社会的、経済的状况に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。

(消費者団体の努力)

第六条 消費者団体は、基本理念にのっとり、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われる消費者教育に協力するよう努めるものとする。

(事業者及び事業者団体の努力)

第七条 事業者及び事業者団体は、事業者が商品及び役務を供給する立場において消費者の消費生活に密接に関係していることに鑑み、基本理念にのっとり、国及び地方公共団体が実施する消費者教育の推進に関する施策に協力するよう努めるとともに、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるものとする。

(財政上の措置等)

第八条 政府は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講じなければならない。

2 地方公共団体は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講ずるよう努めなければならない。

## 第二章 基本方針等

(基本方針)

第九条 政府は、消費者教育の推進に関する基本的な方針（以下この章及び第四章において「基本方針」という。）を定めなければならない。

2 基本方針においては、次に掲げる事項を定めるものとする。

- 一 消費者教育の推進の意義及び基本的な方向に関する事項
- 二 消費者教育の推進の内容に関する事項
- 三 関連する他の消費者政策との連携に関する基本的な事項

四 その他消費者教育の推進に関する重要事項

3 基本方針は、消費者基本法（昭和四十三年法律第七十八号）第九条第一項に規定する消費者基本計画との調和が保たれたものでなければならない。

4 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成し、閣議の決定を求めなければならない。

5 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成しようとするときは、あらかじめ、関係行政機関の長に協議するとともに、消費者教育推進会議及び消費者委員会の意見を聴くほか、消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講じなければならない。

6 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、第四項の規定による閣議の決定があったときは、遅滞なく、基本方針を公表しなければならない。

7 政府は、消費生活を取り巻く環境の変化を勘案し、並びに消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を踏まえ、おおむね五年ごとに基本方針に検討を加え、必要があると認めるときは、これを変更するものとする。

8 第四項から第六項までの規定は、基本方針の変更について準用する。

(都道府県消費者教育推進計画等)

第十条 都道府県は、基本方針を踏まえ、その都道府県の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画（以下この条及び第二十条第二項第二号において「都道府県消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。

2 市町村は、基本方針（都道府県消費者教育推進計画が定められているときは、基本方針及び都道府県消費者教育推進計画）を踏まえ、その市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画（以下この条及び第二十条第二項第二号において「市町村消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。

3 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めようとするときは、あらかじめ、その都道府県又は市町村の区域の消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。この場合において、第二十条第一項の規定により消費者教育推進地域協議会を組織している都道府県及

び市町村にあつては、当該消費者教育推進地域協議会の意見を聴かなければならない。

- 4 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表するよう努めるものとする。
- 5 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めた場合は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を行うよう努めるとともに、必要があると認めるときは、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を変更するものとする。
- 6 第三項及び第四項の規定は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の変更について準用する。

### 第三章 基本的施策

(学校における消費者教育の推進)

第十一条 国及び地方公共団体は、幼児、児童及び生徒の発達段階に応じて、学校（学校教育法（昭和二十二年法律第二十六号）第一条に規定する学校をいい、大学及び高等専門学校を除く。第三項において同じ。）の授業その他の教育活動において適切かつ体系的な消費者教育の機会を確保するため、必要な施策を推進しなければならない。

- 2 国及び地方公共団体は、教育職員に対する消費者教育に関する研修を充実するため、教育職員の職務の内容及び経験に応じ、必要な措置を講じなければならない。
- 3 国及び地方公共団体は、学校において実践的な消費者教育が行われるよう、その内外を問わず、消費者教育に関する知識、経験等を有する人材の活用を推進するものとする。

(大学等における消費者教育の推進)

第十二条 国及び地方公共団体は、大学等（学校教育法第一条に規定する大学及び高等専門学校並びに専修学校、各種学校その他の同条に規定する学校以外の教育施設で学校教育に類する教育を行うものをいう。以下この条及び第十六条第二項において同じ。）において消費者教育が適切に行われるようにするため、大学等に対し、学生等の消費生活における被害を防止するための啓発その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

- 2 国及び地方公共団体は、大学等が行う前項の取組を促進するため、関係団体の協力を得つつ、学生等に対する援助に関する業務に従事する教職員に対し、研修の機会の確保、情

報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

(地域における消費者教育の推進)

第十三条 国、地方公共団体及び独立行政法人国民生活センター（以下この章において「国民生活センター」という。）は、地域において高齢者、障害者等に対する消費者教育が適切に行われるようにするため、民生委員法（昭和二十三年法律第九十八号）に定める民生委員、社会福祉法（昭和二十六年法律第四十五号）に定める社会福祉主事、介護福祉士その他の高齢者、障害者等が地域において日常生活を営むために必要な支援を行う者に対し、研修の実施、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

- 2 国、地方公共団体及び国民生活センターは、公民館その他の社会教育施設等において消費生活センター等の収集した情報の活用による実例を通じた消費者教育が行われるよう、必要な措置を講じなければならない。（事業者及び事業者団体による消費者教育の支援）

第十四条 事業者及び事業者団体は、消費者団体その他の関係団体との情報の交換その他の連携を通じ、消費者の消費生活に関する知識の向上が図られるよう努めるものとする。

- 2 事業者は、消費者からの問合せ、相談等を通じて得た消費者に有用な消費生活に関する知識を広く提供するよう努めるものとする。
- 3 事業者は、その従業者に対し、研修を実施し、又は事業者団体等が行う講習会を受講させること等を通じ、消費生活に関する知識及び理解を深めるよう努めるものとする。
- 4 事業者団体は、消費者団体その他の民間の団体が行う消費者教育の推進のための活動に対し、資金の提供その他の援助に努めるものとする。

(教材の充実等)

第十五条 国及び地方公共団体は、消費者教育に使用される教材の充実を図るとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において当該教材が有効に活用されるよう、消費者教育に関連する実務経験を有する者等の意見を反映した教材の開発及びその効果的な提供に努めなければならない。

(人材の育成等)

第十六条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、消費者安全法第十一条に規定する相談員その他の消費者の利益の擁護又は増進を図るための活動を行う者に対し、消費者教育に関する専門的知識を修得するための研修の

実施その他その資質の向上のために必要な措置を講じなければならない。

- 2 国及び地方公共団体は、大学等、研究機関、消費者団体その他の関係機関及び関係団体に対し、消費者教育を担う人材の育成及び資質の向上のための講座の開設その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

(調査研究等)

第十七条 国及び地方公共団体は、消費者教育に関する調査研究を行う大学、研究機関その他の関係機関及び関係団体と協力を図りつつ、諸外国の学校における総合的、体系的かつ効果的な消費者教育の内容及び方法その他の国の内外における消費者教育の内容及び方法に関し、調査研究並びにその成果の普及及び活用に努めなければならない。

(情報の収集及び提供等)

第十八条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われている消費者教育に関する先進的な取組に関する情報その他の消費者教育に関する情報について、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮しつつ、これを収集し、及び提供するよう努めなければならない。

- 2 国は、消費生活における被害の防止を図るため、年齢、障害の有無その他の消費者の特性を勘案して、その収集した消費生活に関する情報が消費者教育の内容に的確かつ迅速に反映されるよう努めなければならない。

#### 第四章 消費者教育推進会議等

(消費者教育推進会議)

第十九条 消費者庁に、消費者教育推進会議を置く。

- 2 消費者教育推進会議は、次に掲げる事務をつかさどる。
  - 一 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進会議の委員相互の情報の交換及び調整を行うこと。
  - 二 基本方針に関し、第九条第五項（同条第八項において準用する場合を含む。）に規定する事項を処理すること。
- 3 消費者教育推進会議の委員は、消費者、事業者及び教育関係者、消費者団体、事業者団体その他の関係団体を代表する者、学識経験を有する者並びに関係行政機関及び関係する独立行政法人（独立行政法人通則法（平成十一年法律第百三号）第二条第一項に規定する独立行政法人をいう。）の職員のうちから、内閣総理大臣が任命する。

- 4 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進会議の組織及び運営に関し必要な事項は、政令で定める。

(消費者教育推進地域協議会)

第二十条 都道府県及び市町村は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育を推進するため、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センターその他の当該都道府県又は市町村の関係機関等をもって構成する消費者教育推進地域協議会を組織するよう努めなければならない。

- 2 消費者教育推進地域協議会は、次に掲げる事務を行うものとする。

- 一 当該都道府県又は市町村の区域における消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進地域協議会の構成員相互の情報の交換及び調整を行うこと。

- 二 都道府県又は市町村が都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を作成し、又は変更しようとする場合においては、当該都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の作成又は変更に関して意見を述べること。

- 3 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進地域協議会の組織及び運営に関し必要な事項は、消費者教育推進地域協議会が定める。

附 則 抄

(施行期日)

- 1 この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。

(検討)

- 2 国は、この法律の施行後五年を目途として、この法律の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。

附 則（平成二六年六月一三日法律第七一号）抄  
(施行期日)

第一条 この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。ただし、次の各号に掲げる規定は、当該各号に定める日から施行する。

- 二 第一条中不当景品類及び不当表示防止法第十条の改正規定及び同法本則に一条を加える改正規定、第二条の規定（次号に掲げる改正規定を除く。）並びに附則第三条及び第七条から第十一条までの規定 公布の日から起算して二年を超えない範囲内において政令で定める日

奈良県消費者教育推進計画

平成 31 年 3 月

奈良県くらし創造部 消費・生活安全課

〒630-8501 奈良市登大路町 30 番地

電話 : 0742-27-8704

FAX : 0742-22-0300