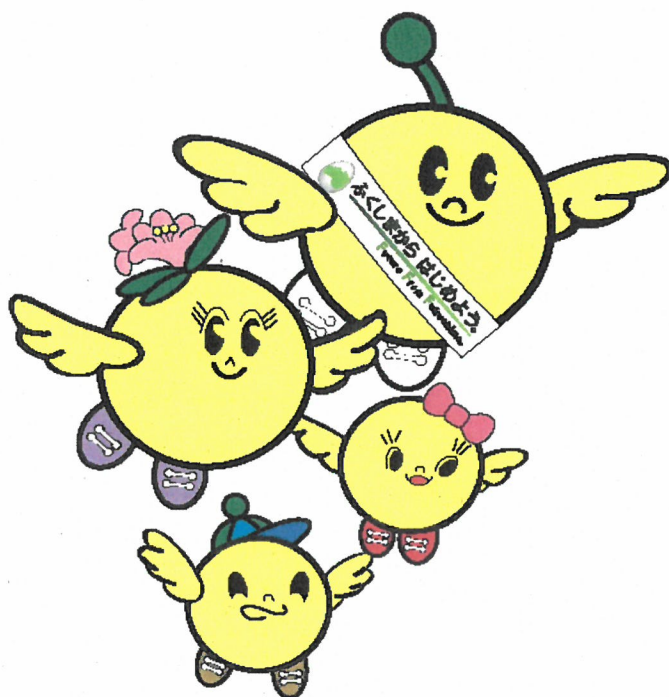


福島県消費者教育推進計画



平成26年12月
(平成30年7月改訂)

福島県

福島県消費者教育推進計画 目次

はじめに（計画の基本的な考え方）

1 計画策定の趣旨	1
2 計画の位置付け	1
3 計画の期間	2

I 消費者教育推進の意義

1 消費者を取り巻く現状と課題	3
2 消費者教育の成り立ち	5
3 消費者教育の推進の必要性	
（1）消費者の自立を支援	6
（2）消費者市民社会の形成に寄与	6

II 消費者教育の推進の基本的な方向

1 体系的な消費者教育の推進	
（1）消費者教育が育むべき力	7
（2）消費者教育の体系イメージマップ	9
2 効果的な消費者教育の推進	
（1）消費者の特性に配慮して実施	10
（2）ライフステージに応じた教育の場の活用	10
（3）各主体の役割と連携・協働	10
（4）関連教育との連携推進	10

III 消費者教育の推進の内容

1 様々な場における消費者教育	
（1）学校等	
① 就学前	14
② 小学校・特別支援学校小学部	16
③ 中学校・特別支援学校中学部	17
④ 高等学校・特別支援学校高等部	18
⑤ 大学、専門学校等	19
（2）地域社会	
① 地域	20
② 家庭	22
（3）職域	23
2 消費者教育の人材の育成・活用	24
3 教材等の作成・活用	25

4	当面の重点事項	29
IV 関連する他の消費者施策との連携		
1	消費者の安全・安心の確保	30
	◆ 食と放射能に関するリスクコミュニケーション	31
2	苦情処理・紛争解決の促進	34
V	計画の推進体制、進行管理	35

附属資料

- 1 消費者教育関係事業一覧表（平成30年度）
- 2 消費生活相談の状況（平成29年度）
- 3 消費者教育の推進に関する法律
- 4 福島県民の消費生活の安定及び向上に関する条例
- 5 福島県消費者教育推進地域協議会設置要綱
- 6 福島県消費者教育推進庁内連絡会議設置要綱

はじめに（計画の基本的な考え方）

（平成 26 年 12 月）

1 計画策定の趣旨

消費者をめぐる状況は厳しく、消費生活と経済社会との関わりがグローバル化、高度情報化の進展等により多様化・複雑化している一方、地域・家庭のつながりが弱まるなか、消費者被害についても多様化・深刻化しています。

県消費生活センターにおける消費生活相談件数は、平成 16 年度をピークとし減少傾向にありましたが、平成 25 年度には 9 年ぶりに増加に転じました。相談内容は、インターネット関連、架空・不当請求、送りつけ商法など多岐にわたっており、内容も多様化・複雑化しています。

県では、「福島県民の消費生活の安定及び向上に関する条例」に基づき、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を中核とした消費者の自立の支援のため、消費者行政執行体制の充実強化を図るとともに消費生活に関する知識の普及、情報を発信し、各世代の消費者被害の特性に応じた教育・啓発事業に取り組んできました。

平成 24 年 12 月に、消費者教育の総合的・一体的な推進及び国民の消費生活の安定・向上に寄与することを目的とし、「消費者教育の推進に関する法律」が施行され、平成 25 年 6 月には、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（以下「基本方針」という。）が閣議決定されました。

基本方針では、消費者が、安全に安心して、豊かな消費生活を営むことができる社会の実現のために、関係法令等の適正な執行、消費者被害の救済だけではなく、消費者自身が消費生活に関する知識を習得し、適切な行動に結びつける実践的能力を有し、自ら考え自ら行動する自立した消費者となることが求められています。

県では、この基本方針に基づき、国、市町村、関係団体等との連携・協働により、消費者教育を体系的・効果的に推進していくため、「福島県消費者教育推進計画」を策定することとしました。

2 計画の位置付け

この計画は、消費者教育の推進に関する法律第 10 条に基づき、国の基本方針を踏まえて策定する計画です。

3 計画の期間

計画の期間は、平成27年度から平成32（2020）年度までの6年間とします。

社会情勢等の変化に対応するため、3年を目途に中間的な見直しをすることとします。



I 消費者教育推進の意義

1 消費者を取り巻く現状と課題

すべての人は、日常生活を送るに当たって日々消費活動を行っており、一生を通じて消費者です。

家計消費は、平成28年は291.9兆円で、経済全体（国内総生産（GDP））の過半数を占め、消費者の消費活動は、経済社会全体に大きな影響を及ぼしています。消費者の安全・安心の確保は、消費の拡大、さらには経済の好循環の実現にとって大前提となっています。それとともに、経済社会においては、日常生活における利便性の向上が迫られ、資源やエネルギーの消費量も増加の一途をたどり、地球温暖化等の環境問題や経済社会の様々な問題が、産業活動のみならず、消費活動によるところも大きいことを考慮していかなくてはなりません。

また、平成23年3月11日の東日本大震災の経験から明らかになったことは、非常時、緊急時こそ単に自己の利益のための消費行動をとるのではなく、他者への配慮や社会的な影響にも高い関心を持ち行動すべきことが、より強く求められることです。東日本大震災直後には、被災地以外でのミネラルウォーターや乾電池等の買いだめによって品不足が生じたり、また、インターネット上も含めた必ずしも根拠が十分ではない情報により消費者が不安に陥り、放射能に係る風評が立つなど、現在に至っても本県は深刻な影響を被っています。

こうした状況に対応するため、消費者自身が消費生活に関する知識を習得し、自らの行動が社会に影響を与えることの自覚と環境に配慮した商品の選択やエネルギーの節約など、日常の消費生活における省資源・省エネルギー等環境に配慮した行動が求められています。さらには、将来世代のニーズを損なわないために、ライフサイクル全般を通じて天然資源の利用及び有害物質や廃棄物・汚染物質の排出を最小限に抑える一方で、基本的なニーズを満たし生活の質を向上させるようなものやサービスを使用すること、すなわち持続可能な消費の実践が求められています。

日本の高齢化率は、平成29年9月には、27.7%と過去最高となっており、約5人に1人が70歳以上となっています。高齢化率は今後も上昇を続け、平成52（2040）年には35%ほどになると見込まれます。本県の高齢化率は、平成29年8月現在30.1%で、全国平均を2.4ポイント上回っているなど高齢化がますます進行しています。

また、人口の減少による地域のつながりの希薄化が深刻になっている中、一人暮らしの高齢者が増加し、日常的に人との交流のない社会的に孤立した生活を送る人も増えています。

このような身近に相談できる人がいない高齢者が悪質業者のターゲットとされることも問題となっています。

全国の消費生活センター等に寄せられた消費生活相談状況によると、平成28年は88万7,000件でした。契約当事者の年齢をみると、高齢者の割合が27.5%と3割近くを占めており、この傾向は平成25年以降変わっていません。

相談件数の多い商品・サービスは、80歳以上を除く全ての年代でデジタルコンテンツが1位となりました。

また、インターネットを利用している個人の割合は、平成28年には約84%となっています。スマートフォンの保有者が6割近くなり、世代的にも若者から中高年まで利用が広がっています。また、インターネットを利用した取引は大きく増加しています。

インターネット通販の発達、海外との取引も容易になるなど利便性が高まる利点があるものの、消費者トラブルの複雑化にも繋がっている現状があります。

そのほか、高齢者を中心に健康グッズを販売していた会社により、多額の消費者被害が発生する事件が起き、一方、若年者に関しては、民法改正により成年年齢が引き下げられることとなります。

消費者庁の消費者被害額の推計によると、2016年消費者被害額（既支払額（信用供与含む）ベース）は4.8兆円に上っています。

消費者が、安全に安心して、豊かな消費生活を営むことができる社会の実現のために、消費者自身が合理的な意思決定を行い、被害を認識し、危害を回避したり、被害にあってしまった場合に適切に対処することが出来る能力を身に付けた、自ら考え自ら行動する自立した消費者となることが求められています。

県消費生活センターにおける消費生活相談件数は、全国と同様に、平成16年度をピークとし減少傾向にあります。平成28年度の相談件数は5,630件に上っています。消費生活相談における高齢者の比率は依然として高く、70歳以上の相談は全体の約17%、60歳以上の相談は35%近くを占めています。

商品・役務別で見ると、全国の状況と同様にデジタルコンテンツが1位となっており、そのほか、インターネット接続回線等が多く、また、販売方法・手口別で見ると電話勧誘・訪問販売等が多く、いずれも内容は多岐に渡り、多様化・複雑化しています。

東日本大震災関連の相談は減少傾向にあるものの、野菜、米等食品に含まれる放射性物質に関する相談が依然として見られます。

なお、県や市消費生活相談センター等で受けた相談件数の合計は、12,000件を超えて推移しています。（平成27年度：12,675件、平成28年度：12,518件、平成29年度：12,748件）

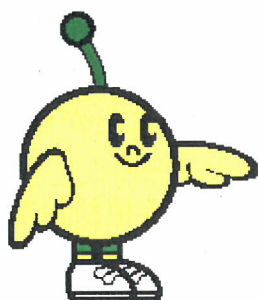
2 消費者教育の成り立ち

消費者教育という言葉が本格的に登場したのは、高度経済成長期であり、家庭電化が進み、次々と新商品が登場したため、それらの正しい使い方の普及などが必要となったという状況からでした。

その後、大量生産・大量消費の時代の中で生産過程で問題があると市場に多くの欠陥品が出回ることとなり、消費者被害が多発し、消費者と事業者との間の情報の質・量や交渉力の格差による消費者問題が顕在化したことを背景に、昭和43年、消費者保護基本法が制定され、各地に消費生活センターが誕生するとともに、次第に消費者向けの啓発、教育の取組が行われるようになりました。

平成元年の学習指導要領の改訂の際には、消費者教育が家庭科や社会科などに本格的に取り込まれることとなり、平成16年には消費者保護基本法を改正した消費者教育基本法が制定され、消費者の自立の支援と消費者の権利の尊重が打ち出され、消費者教育は消費者の権利の一つとして明確に位置づけられました。

平成24年には消費者教育の推進に関する法律が制定され、消費者教育は国や地方公共団体の責務として位置づけられることとなりました。



3 消費者教育の推進の必要性

消費者教育は、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います。

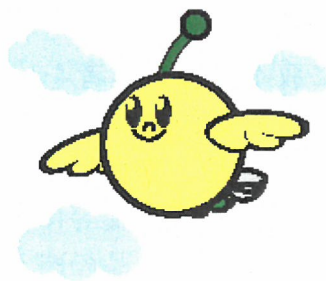
（１）消費者の自立を支援

消費者が、安全に安心して、豊かな消費生活を営むことができる社会の実現のために、消費者被害の防止のための情報提供や法執行、被害救済措置が重要ですが、それとともに、消費者自身が合理的な意思決定を行い、被害を認識し、危害を回避したり、被害にあった場合に適切に対処することができる、自ら考え自ら行動する自立した消費者の能力を身につけることが重要です。また、自身のみではなく、高齢者や障がい者など生活に支援が必要な方を見守る立場の人を育成することも重要です。

（２）消費者市民社会の形成に寄与

また、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将来にわたって地域社会や内外の社会経済情勢、地球環境等にまで影響を及ぼし得ることを自覚し、主体的に公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画できる消費者市民社会の形成に寄与できるような消費者を育成することが求められています。

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機会を提供し、幼少期から高齢者まで、各世代に応じた消費者教育を総合的、体系的、効果的に推進していく必要があります。



Ⅱ 消費者教育の推進の基本的な方向

1 体系的な消費者教育の推進

幼児期から高齢期までの各段階の特性に配慮して、体系的に消費者教育を実施していきます。

(1) 消費者教育が育むべき力

消費者教育の範囲は広く、消費生活はあらゆる領域に関連します。

消費者教育の対象領域を4つに分類し、それぞれの領域で育むべき力（目標）を示します。

① 消費者市民社会の構築に関する領域

- ア 自らの消費が、環境、経済、社会及び文化等の幅広い分野において、他者に影響を及ぼしうるものであることを理解し、適切な商品やサービスを選択できる力
- イ 持続可能な社会の必要性に気づき、その実現に向けて多くの人々と協力して取り組むことができる力
- ウ 消費者が、個々の消費者の特性や消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、主体的に社会参画することの重要性を理解し、他者と協働して消費生活に関連する諸課題の解決のために行動できる力

※ 「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」と定義されています。（消費者教育の推進に関する法律第2条第2項）

※ 平成29年4月、消費者庁は、消費者市民社会の形成への動きである「倫理的消費」（エシカル消費）について、取りまとめました。「倫理的消費」（エシカル消費）とは、「消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費活動を行うこと」であり、その具体例として、障がい者支援につながる商品の購入（人への配慮）、フェアトレード商品、寄付付きの商品の購入（社会への配慮）、エコ商品、リサイクル製品、資源保護等に関する認証がある商品の購入（環境への配慮）、地産地消、被災地産品の購入（地域に対する配慮）を示しています。

② 商品等やサービスの安全に関する領域

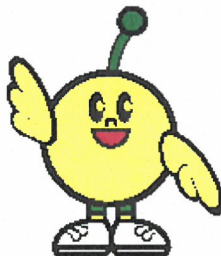
- ア 商品等やサービスの情報収集に努め、内在する危険を予見し、安全性に関する表示等を確認し、危険を回避できる力
- イ 商品等やサービスによる事故・危害が生じた際に、事業者に対して補償や改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力

③ 生活の管理と契約に関する領域

- ア 適切な情報収集と選択による、将来を見通した意思決定に基づき、自らの生活の管理と健全な家計運営をすることができる力
- イ 契約締結による権利や義務を明確に理解でき、違法・不公正な取引や勧誘に気づき、トラブルの回避や事業者等に対して補償、改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力

④ 情報とメディアに関する領域

- ア 高度情報化社会における情報や通信技術の重要性を理解し、情報の収集・発信により消費生活の向上に役立てることができる力
- イ 情報、メディアを批判的に吟味して適切な行動をとるとともに、個人情報管理や知的財産保護等、様々な情報を読み解く力を身に付け、活用できる力



(2) 消費者教育の体系イメージマップ

国では、幼児期から高齢期までの各段階に応じて身につけていくべき内容について、「消費者教育の体系イメージマップ」(平成25年1月消費者教育推進のための体系的プログラム研究会取りまとめ)に分かりやすく示しています。

各期の特徴	幼児期			小学生期		中学生期		高校生期		成人期		Ver.1.0	
	幼児期			小学生期		中学生期		高校生期		成人期		Ver.1.0	
重点領域	幼児期			小学生期		中学生期		高校生期		成人期		Ver.1.0	
	幼児期			小学生期		中学生期		高校生期		成人期		Ver.1.0	
消費者市民社会の構築	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に關心をもち、それを取り入れる時期	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	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	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	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考えよう	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	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	生活・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響に配慮して行動しよう	周囲の支援を受けつつも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	特に高齢者	特に高齢者
	消費がもつ影響力の理解	消費がもつ影響力の理解	消費がもつ影響力の理解	消費がもつ影響力の理解	消費がもつ影響力の理解	消費がもつ影響力の理解	消費がもつ影響力の理解	消費がもつ影響力の理解	消費がもつ影響力の理解	消費がもつ影響力の理解	消費がもつ影響力の理解	消費がもつ影響力の理解	消費がもつ影響力の理解
	持続可能な消費の実践	持続可能な消費の実践	持続可能な消費の実践	持続可能な消費の実践	持続可能な消費の実践	持続可能な消費の実践	持続可能な消費の実践	持続可能な消費の実践	持続可能な消費の実践	持続可能な消費の実践	持続可能な消費の実践	持続可能な消費の実践	持続可能な消費の実践
	消費者の参画・協働	消費者の参画・協働	消費者の参画・協働	消費者の参画・協働	消費者の参画・協働	消費者の参画・協働	消費者の参画・協働	消費者の参画・協働	消費者の参画・協働	消費者の参画・協働	消費者の参画・協働	消費者の参画・協働	消費者の参画・協働
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	商品安全の理解と危険を回避する能力	商品安全の理解と危険を回避する能力	商品安全の理解と危険を回避する能力	商品安全の理解と危険を回避する能力	商品安全の理解と危険を回避する能力	商品安全の理解と危険を回避する能力	商品安全の理解と危険を回避する能力	商品安全の理解と危険を回避する能力	商品安全の理解と危険を回避する能力	商品安全の理解と危険を回避する能力	商品安全の理解と危険を回避する能力	商品安全の理解と危険を回避する能力
	商品安全の理解と危険を回避する能力	商品安全の理解と危険を回避する能力	商品安全の理解と危険を回避する能力	商品安全の理解と危険を回避する能力	商品安全の理解と危険を回避する能力	商品安全の理解と危険を回避する能力	商品安全の理解と危険を回避する能力	商品安全の理解と危険を回避する能力	商品安全の理解と危険を回避する能力	商品安全の理解と危険を回避する能力	商品安全の理解と危険を回避する能力	商品安全の理解と危険を回避する能力	商品安全の理解と危険を回避する能力
生活の管理と契約	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力
	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力
情報とメディア	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度
	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度
	生活設計・管理する能力	生活設計・管理する能力	生活設計・管理する能力	生活設計・管理する能力	生活設計・管理する能力	生活設計・管理する能力	生活設計・管理する能力	生活設計・管理する能力	生活設計・管理する能力	生活設計・管理する能力	生活設計・管理する能力	生活設計・管理する能力	生活設計・管理する能力
	生活設計・管理する能力	生活設計・管理する能力	生活設計・管理する能力	生活設計・管理する能力	生活設計・管理する能力	生活設計・管理する能力	生活設計・管理する能力	生活設計・管理する能力	生活設計・管理する能力	生活設計・管理する能力	生活設計・管理する能力	生活設計・管理する能力	生活設計・管理する能力
情報とメディア	情報の収集・処理・発信能力	情報の収集・処理・発信能力	情報の収集・処理・発信能力	情報の収集・処理・発信能力	情報の収集・処理・発信能力	情報の収集・処理・発信能力	情報の収集・処理・発信能力	情報の収集・処理・発信能力	情報の収集・処理・発信能力	情報の収集・処理・発信能力	情報の収集・処理・発信能力	情報の収集・処理・発信能力	情報の収集・処理・発信能力
	情報の収集・処理・発信能力	情報の収集・処理・発信能力	情報の収集・処理・発信能力	情報の収集・処理・発信能力	情報の収集・処理・発信能力	情報の収集・処理・発信能力	情報の収集・処理・発信能力	情報の収集・処理・発信能力	情報の収集・処理・発信能力	情報の収集・処理・発信能力	情報の収集・処理・発信能力	情報の収集・処理・発信能力	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	情報社会のルールや情報モラルの理解	情報社会のルールや情報モラルの理解	情報社会のルールや情報モラルの理解	情報社会のルールや情報モラルの理解	情報社会のルールや情報モラルの理解	情報社会のルールや情報モラルの理解	情報社会のルールや情報モラルの理解	情報社会のルールや情報モラルの理解	情報社会のルールや情報モラルの理解	情報社会のルールや情報モラルの理解	情報社会のルールや情報モラルの理解	情報社会のルールや情報モラルの理解
	情報社会のルールや情報モラルの理解	情報社会のルールや情報モラルの理解	情報社会のルールや情報モラルの理解	情報社会のルールや情報モラルの理解	情報社会のルールや情報モラルの理解	情報社会のルールや情報モラルの理解	情報社会のルールや情報モラルの理解	情報社会のルールや情報モラルの理解	情報社会のルールや情報モラルの理解	情報社会のルールや情報モラルの理解	情報社会のルールや情報モラルの理解	情報社会のルールや情報モラルの理解	情報社会のルールや情報モラルの理解

※本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体系的に組み立て、理解を進めやすいように整理したものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。

2 効果的な消費者教育の推進

消費者教育は、知識を一方的に与えることなく、日常生活の中での実践的な能力を育み、社会の消費者力の向上を目指して行われるべきもので、効果的に進めていく必要があります。

(1) 消費者の特性に配慮して実施

消費者教育を効果的に進めるために、消費者の特性に配慮して実施します。

消費者の年齢、性別、障がいの有無のほか、場合によっては、消費生活に関する知識の量、就業の状態、居住形態、時間的余裕の有無、情報通信機器の利用の状況などの特性が考えられます。また、経済的自立の程度による格差が、消費者問題の発生にも影響を与えている面もあります。

(2) ライフステージに応じた教育の場の活用

消費者教育を効果的に進めるために、学校、地域、家庭、職域等の様々な場を活用して効果的に実施します。

(3) 各主体の役割と連携・協働

国の役割としては、制度的な枠組みの構築のほか、先進的な取組情報を集約し、各地方公共団体等へ提供することなどが挙げられます。市町村において消費者教育に取り組むにあたっては、より住民に密着し地域の特性に合った内容や手法を用いることができ、その充実により、消費者一人一人に対して隙間なく消費者教育の機会を提供することが期待されます。

県は、広域的な観点から市町村の取組を支援し、市町村間での格差を埋めることにより、消費者に提供される消費者教育の水準を確保します。また、消費者行政担当部局と各部局が連携し、施策を推進していきます。

地域においては、多様な立場の担い手の協力が期待されるため、消費者団体、事業者・事業者団体、NPO、学識経験者、法曹関係者や福祉関係者等の多様な主体のそれぞれの特性を生かした連携・協働の仕組みを作ります。

(4) 関連教育との連携推進

消費者の自立を支援し、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、消費者教育と重なる部分が多い環境教育、食育、国際理解教育、法教育、金融経済教育、さらに、東日本大震災による東京電力福島第一原子力発電所の事故を踏まえ、放射線教育と相乗効果をもたらすよう有機的な連携を推進します。

ふくしま新生プランでは、「夢・希望・笑顔に満ちた“新生ふくしま”」を

基本目標に掲げております。その中の「人と地域が輝く“ふくしま”」では、現在の本県の状況を踏まえた「教育」の目標が示されており、その中の消費者教育に関連するものと連携し推進していきます。

本県の消費者関連教育の取組み（新生プラン）

○ 豊かな心の育成に関する取組

震災の教訓や先人の教えなどを生かした道徳教育の充実、自然体験活動、ボランティア活動、読書活動の推進などにより、いのちや自然を大切にする心、思いやりの心、郷土を愛する心、社会性、規範意識などの豊かな心の育成を図ります。また、被災した児童生徒を始め、子どもたちの心のケアなどの対応のためスクールカウンセラーを配置するなど、教育相談体制の充実を図ります。

○ 健やかな体の育成に関する取組

食育の推進などにより、望ましい食習慣や生活習慣を身に付けさせ、健康に対する意識を高めるとともに、学校体育や運動部活動などの充実により体力の向上を図ります。また、放射線と食の安全についての正しい知識と、それに基づく判断力、行動力を育成します。

○ 東日本大震災・原子力災害を踏まえた教育に関する取組

震災の教訓を生かした道徳教育、防災意識の高揚や災害時に主体的に行動する態度などの育成のための防災教育、医学・産業の基盤となる理数教育、児童生徒の発達段階に応じた放射線教育など、東日本大震災・原子力災害を踏まえた教育を推進します。

○ キャリア教育に関する取組

地域や企業などとの連携による職場体験活動やインターンシップの実施などによる発達段階に応じた勤労観・職業観の醸成・育成や、教育活動全体を通じた基礎的・汎用的能力の育成など、一人一人の社会的・職業的自立に向け必要な能力を育成するため、小学校段階からの計画的かつ継続的なキャリア教育を推進します。

○ 特別支援教育に関する取組

障がいのある子どもたちが地域で共に学び、共に生きることができるよう、医療、保健、福祉、教育、労働などの関係機関と連携を深めながら、一人一

人のニーズに対応した特別支援教育の充実を図ります。

○ 情報活用能力、情報モラル教育に関する取組

児童生徒が、社会の情報化の進展に主体的に対応できるよう、情報活用能力を高める教育を推進するとともに、情報モラル教育の充実を図ります。

○ 国際理解教育、外国語教育に関する取組

外国語教育の充実や国際理解教育の推進により、外国語によるコミュニケーション能力や異文化への理解を高め、国際化の進展に対応できる人づくりを進めます。

〈参考〉主な関連教育と消費者教育との関係性

(「消費者教育の推進に関する基本的な方針」から要約)

○ 環境教育

環境教育等による環境保全の取組の促進に関する法律に基づいて推進されており、持続可能な開発のための教育の視点を取り入れた環境教育の実践が特に重要である。このため、環境に対する知識や考えのほか、社会の多様性や将来に対する責任、資源やエネルギーの有限性など、自ら考え、自ら行動する人づくりを推進している。こうした施策は、生産・流通・消費・廃棄の社会経済システムの理解や環境とのバランスを考えた日常の消費生活や事業活動等へ結び付くものであり、消費者教育の側面からも効果的である。消費生活の足場ともいえる環境保全や、そのために行われる環境教育は、持続可能な消費の実践を目指す消費者教育との関わりが深く、連携を図ることにより、消費者教育の効果も高まる。

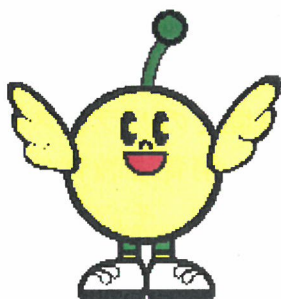
○ 食育

食育基本法に基づいて推進されており、食育の取組の中で、マナーの習得、「もったいない」という意識のかん養、食品ロスの削減や地産地消の推進といった取組は、持続可能な社会の形成を目指す消費者教育の課題でもあり、また、栄養バランス等の観点から適切な食生活を送ること、食品の安全性に関する知識と理解を深めること等は、栄養表示を含めた食品表示を正しく理解することを始め、食における危険を回避する能力を育む消費者教育と密接な関係がある。

○ 国際理解教育

社会経済の国際化に合わせ、海外の文化や外国の人々との接点を理解させ、

地球規模の社会課題（環境や資源など）を考えさせることなどをねらいとしている。これは、国内外の社会情勢及び地球環境に与える影響を自覚するという点で消費者市民社会の形成に向けた教育と深く関係しており、消費者教育の重要な要素と位置付けられる。



Ⅲ 消費者教育の推進の内容

1 様々な場における消費者教育

(1) 学校等

平成28年12月21日の中央教育審議会の答申を受け、平成29年3月に小・中学校の学習指導要領が、平成29年4月に特別支援学校小学部・中学部の学習指導要領が、平成30年3月に高等学校の学習指導要領が改訂されました。今回の改訂は、これまでの学校教育の実践や蓄積をいかし、子供たちが未来社会を切り拓くために必要となる資質・能力を一層確実に育成することを目指すものです。子供たちの現状・課題を踏まえ、知識及び技能の習得と思考力、判断力、表現力等の育成のバランスを重視する現行学習指導要領の枠組みや教育内容を維持した上で、知識の理解の質を更に高め、確かな学力等を育成していくこととしています。

今回改訂された小・中学校の学習指導要領においては、社会科、家庭科、技術・家庭科などで現行の規定に加え、消費者教育に関する内容を充実しました。また、今回改訂された特別支援学校小・中学部の学習指導要領においては、社会科、生活科、職業・家庭科などにおいて、消費者教育に関する内容が充実されました。

なお、今回改訂された学習指導要領は移行期間を経て、小学校は平成32（2020）年度から、中学校は平成33（2021）年度から全面实施、高等学校は移行期間を経て、平成34（2022）年度から年次進行で実施となります。

① 就学前

就学前は、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です。

生活の全体を通じ、様々な体験を積み重ねる中で相互に関連を持ちながら目標が達成できることを目指します。

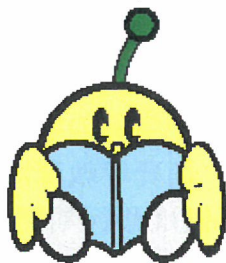
【 取 組 の 例 】

- 保護者や幼稚園・保育所等への情報提供
- 子育て支援団体等を活用した啓発
- 親子で学べる啓発講座の開催

【 連 携 機 関 】

- 国、市町村 ○ 金融広報委員会（※） ○ 幼稚園、保育所
- 環境団体 ○ 特別支援学校 ○ 子育て支援団体 ○ 国民生活センター

(※) 生活設計の策定と健全な家計運営のため、くらしに身近な金融経済情報の提供、生活設計の勧奨、金融・金銭教育の普及活動の推進に努めている組織です。(県、日本銀行福島支店、財務事務所、県内金融機関団体等によって構成されているものです。)



② 小学校・特別支援学校小学部

小学生は、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です。

小学校社会科では、販売の仕事が消費者の多様な願いを踏まえ売り上げを高めるよう工夫して行われていることや、小学校家庭科では、物や金銭の使い方と買い物について消費者の役割が分かることなどを指導することとしています。

そのほか、インターネット・携帯電話などの使い方の注意点、放射線の基礎知識等の消費者教育を行います。

【 取 組 の 例 】

- 学習指導要領に基づく指導への支援
- 専門施設等(※)での学習への支援
- 小学校への専門講師等の派遣
- 親子で参加できる啓発講座、講演会等の開催
- 小学校及び保護者への情報提供
- 学童保育等を活用した啓発
- 消費者教育用教材の活用
- 教職員の研修講座開催

【 連 携 機 関 】

- | | |
|----------------------|---------------|
| ○ 国・市町村 | ○ P T A 連 合 会 |
| ○ 小学校 | ○ 学童保育クラブ |
| ○ 特別支援学校 | ○ 子育て支援団体 |
| ○ 国民生活センター | ○ 環境団体 |
| ○ 金融広報委員会 (注4。P28参照) | |

(※) 教育施設や環境学習施設等

③ 中学校・特別支援学校中学部

中学生は、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です。

中学校社会科（公民的分野）では、個人や企業の経済活動における役割と責任や、消費者の保護とその意義を理解すること、中学校技術・家庭科（家庭分野）では、売買契約の仕組みについて理解することや、消費者被害の背景とその対応について理解することなどを指導することとしています。

また、インターネット・携帯電話などの使い方の注意点を学習するなど、生徒が自立した消費者として成長するための基盤を培う消費者教育を実施します。

【 取 組 の 例 】

- 学習指導要領に基づく指導への支援
- 専門施設等での学習への支援
- 中学校への専門講師等の派遣
- 中学生向けパンフレット等の作成、配布
- 啓発講座、講演会等の開催
- 中学校及び保護者への情報提供
- 教職員の研修講座開催

【 連 携 機 関 】

- | | |
|------------|---------------|
| ○ 国、市町村 | ○ 県弁護士会・司法書士会 |
| ○ 中学校 | ○ P T A 連 合 会 |
| ○ 特別支援学校 | ○ 環境団体 |
| ○ 国民生活センター | |
| ○ 金融広報委員会 | |

④ 高等学校・特別支援学校高等部

高校生は、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、主体的な判断が求められる時期です。

公民科においては、多様な契約及び消費者の権利と責任等に関し身に付けるよう指導することが記されており、家庭科においては、消費者保護の仕組み等を身に付けるほか、持続可能な消費について理解するとともに、持続可能な社会へ参画することの意義等について理解するよう指導することが示されています。

【 取 組 の 例 】

- 学習指導要領に基づく指導への支援
- 専門施設等での学習への支援
- 高等学校への専門講師等の派遣
- 高校生向けパンフレット等の作成、配布
- 啓発講座・講演会等の開催
- 高等学校及び保護者への情報提供
- 教職員の研修講座開催

【 連 携 機 関 】

- | | |
|------------|---------------|
| ○ 国、市町村 | ○ 県弁護士会・司法書士会 |
| ○ 高等学校 | ○ P T A 連 合 会 |
| ○ 特別支援学校 | ○ 環境団体 |
| ○ 国民生活センター | |
| ○ 金融広報委員会 | |

⑤ 大学、専門学校等

大学生、専門学校等の学生は、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です。

学生に対しては、入学時のガイダンス等のなるべく早い段階に契約に関するトラブルやその対処方法についての啓発を行い、また、学生に対する各種の消費生活や消費者問題に関する情報や知識の提供の機会の拡大を目指します。また、教職員が学生の消費生活に関する指導を行うための情報や知識を提供します。

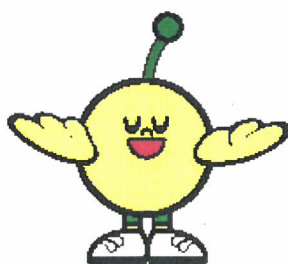
成年と未成年が混在する大学等においては、消費者の権利と責任が大きく変化することを踏まえ、学生の持つ様々な側面に応じ、大学等として積極的に消費者教育に取り組むことが求められています。

【 取 組 の 例 】

- 大学・専門学校の新生オリエンテーション等への専門講師等の派遣
- 大学・専門学校等への情報提供
- 若者向けパンフレット等の作成、配布
- 啓発講座・講演会等の開催
- 大学と連携した消費者問題等に関する啓発事業等への支援
- 消費生活に関する活動等への支援
- 県消費生活センターでの研修・体験の受け入れ

【 連 携 機 関 】

- | | |
|------------|---------------|
| ○ 大学・専門学校等 | ○ 金融広報委員会 |
| ○ 国、市町村 | ○ 県弁護士会・司法書士会 |
| ○ 国民生活センター | ○ 環境団体 |



(2) 地域社会

① 地域

消費者教育については、消費生活センター等を推進拠点としていきます。地域の消費生活センターは、消費生活相談を受けることで、個別の消費者被害を救済するだけでなく、商品・サービスの基礎知識や契約知識、最新の消費生活に関する情報を発信するなどの啓発活動も行っています。

公民館、図書館を始めとする社会教育施設においては、地域の人々に身近な学習や交流の場として、消費者問題に関する普及・啓発を実施するなど大きな役割を果たしています。

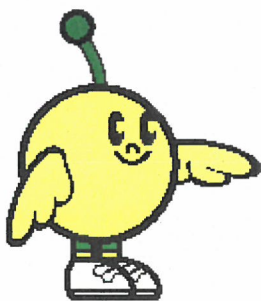
また、消費者の属性に応じた各種コミュニティ、例えば、自治会、PTA、子育てサークル、老人クラブ等を活用した消費者教育の取組が期待されます。

特に、高齢者の消費生活相談件数の増加率は、高齢化率と比較してもそれを大きく上回っていることから、高齢者に対しては一層配慮し、消費者教育を進めていく必要があります。高齢者に対しての消費者教育は、身近な地域での取組みを主に行っています。

具体的には、町内会や地域の学習会の活用等が、有効と考えられ、高齢者が巻き込まれやすい消費者トラブルの手口と対策等についての周知・啓発や民生委員・児童委員、地域包括支援センター等の高齢者を見守る立場の方々への周知・啓発を増やしていきます。また、高齢者本人やその家族向けに様々な媒体を活用して啓発、情報提供を行うなどの取組みを進めていきます。そのほか、高齢社会の進展や家族形態の変化による高齢者や障がい者の地域での支え合いが求められていることから、地域の見守りネットワークの充実を図るなど、その活動の中で、消費者教育、啓発活動を強化していきます。

そのほか、地域には様々な特性の消費者がいますので、その特性に配慮して実施します。

本県においても、相談件数に占める高齢者の割合は、長期的に見ると増加傾向にあります。



参考：県消費生活センター契約当事者の年代別比較(苦情相談)

年代 \ 年度	平成21年度	平成23年度	平成25年度	平成27年度	平成29年度
20歳未満	300	271	227	220	89
20歳代	1,100	696	449	545	428
30歳代	1,525	1,137	869	822	576
40歳代	1,390	1,168	1,050	1,020	808
50歳代	1,208	1,062	1,029	1,059	845
60歳代	913	1,131	1,093	1,047	988
70歳以上	944	940	1,310	1,082	886
不明	581	444	362	288	415
合計	7,961	6,849	6,389	6,083	5,035

60歳代・70歳以上の割合(%)	23.3	30.2	37.6	35.0	37.2
------------------	------	------	------	------	------

【 連 携 機 関 】

- | | |
|-----------------------------------|---------------------------------|
| ☐ 国、市町村 | ☐ 金融機関 |
| ☐ 国民生活センター | ☐ 医療機関 |
| ☐ 社会福祉協議会 | ☐ 労働福祉協議会 |
| ☐ 地域包括支援センター | ☐ 事業者、事業者団体 |
| ☐ 民生児童委員協議会 | ☐ 報道機関 |
| ☐ 老人クラブ | ☐ 消費者団体 |
| ☐ 子育て支援団体 | ☐ 環境団体 |
| ☐ 障がい者団体 | ☐ 農業団体 |
| ☐ 福祉関係団体 | ☐ 防犯協会 |
| ☐ 金融広報委員会 | |
| ☐ 自治会 | |
| ☐ 県弁護士会・司法書士会 | |

② 家庭

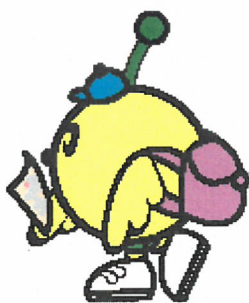
家庭においては、子どもに対して親などの保護者が小遣いの与え方を考え、買い物を手伝わせることなどにより、金銭や物を大切に扱うことについての意識を子どもに身に付けさせていくことが大切です。また、携帯電話やインターネット等の使い方について、家族で考え、家庭でのルールづくりを行うことも重要です。

また、保育所、幼稚園や小学校などで学んだ知識を、子どもたちが家庭での会話の中で保護者に伝え、知識の共有化を図ることも大切です。

また、高齢者世帯を狙った詐欺的な勧誘の被害を防止するため、世帯が別になっても家族間で常に情報共有をしていくことも重要です。

【 連 携 機 関 】

- 国、市町村
- 国民生活センター
- 幼稚園、保育所、小学校
- 金融広報委員会
- 子育て支援団体



(3) 職域

従業者もまた消費者です。

事業者が、入社時のガイダンス等のなるべく早い段階に契約に関するトラブルやその対処方法についての啓発を行うことが重要であり、そうした取組みを支援します。また、事業者が従業者の消費生活に関する指導を行うための情報や知識を提供します。

また、公正かつ持続可能な社会を形成する重要な構成員として、従業者に対し、コンプライアンスの強化や概念の普及、(※) エシカル消費の概念の普及、消費者志向経営の視点を持って従業者となるための教育や研修、情報提供等を行うことは、健全な市場の形成に繋がることとなります。これは、消費者市民社会の形成という観点からも、また、消費者の安全・安心の確保という観点からも重要です。

【 連 携 機 関 】

- 国、市町村
- 国民生活センター
- 事業者、事業者団体
- 商工団体
- 金融広報委員会
- 県弁護士会・司法書士会
- 労働福祉協議会

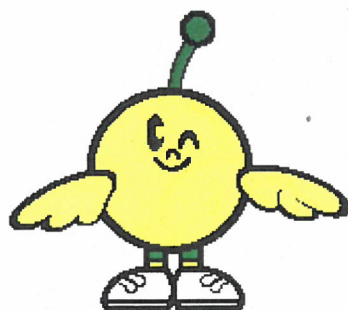
(※) エシカル消費については、P 7 参照。

2 消費者教育の人材の育成・活用

消費者自身が合理的な意思決定を行い、被害を認識し、危害を回避したり、被害にあった場合に適切に対処することができる自ら考え自ら行動する自立した消費者となるためには、学校や地域、家庭、職域等様々な場での消費者教育が必要です。

現在、学校教職員、専門家、消費者団体等さまざまな人が消費者教育の担い手として活動していますが、その数は限られています。そのため、消費者教育の担い手となっている方々との連携・協働、活動への支援のほか、新たな消費者教育の人材を育成します。

また、消費者教育を担う多様な関係者をつなぐためには、間に立って調整する役割を担うコーディネーター等が必要です。



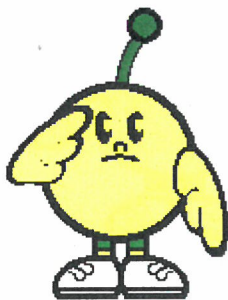
3 教材等の作成・活用

国の機関や消費者団体なども含め、様々な主体により作成される多様な教材等の有効活用を促していきます。

様々な主体が学校向けの教材を作成するに際しては、学校現場で実際に使われるものになるよう学習指導要領等の趣旨を反映したものにすることが期待されます。

なお、消費者庁では、「消費者教育ポータルサイト」で消費者教育教材等を紹介しているほか、全国の全ての高等学校等の授業で活用されるよう、消費者教育教材「社会への扉」を作成しています。

また、県のホームページ「消費者教育専用サイト」に県や関係団体の取組や各種教材等の情報を掲載し、さらに充実させていきます。



【社会への扉（消費者庁作成パンフレット）】（表紙）

高校生を中心に幅広い世代で活用できます。

社会への扉

- ・自分の名前で契約できる
- ・消費生活センターを活用できる
- ・消費者の行動が社会を変えることに気付く

12のクイズで学ぶ自立した消費者

目次

消費者が主役の社会へ	1
契約について理解しよう!	3
お金について理解しよう!	7
暮らしの安全について理解しよう!	9
消費生活センターについて知ろう!	10
あなたの行動が社会を変える!	11

消費者庁
Consumer Affairs Agency of Japan

消費者が主役の社会へ

今更や後悔はねだつた
お金の使ひ方が
よくないなあ!

消費者
市民社会

さあ、街を眺めてクイズに挑戦!

自立した消費者になるためにまず、このクイズにチャレンジしてみよう。

Q1 はで悪い物をするとき、契約が成立するのはいつ?

- ①商品を運け取ったとき。
- ②代金を払ったとき。
- ③店員が「はい、かしこまりました」と言ったとき。

Q2 はで商品を買ったが、使う前に不要になった。解約できる?

- ①期約でない。
- ②レシートがあり1週間以内なら解約できる。
- ③商品を壊害していなければ解約できる。

Q10 製品による事故が発生したとき、損害賠償を求めることができますか?

- ①無玉製品はされない。
- ②製品の欠陥のみを認められることができる。
- ③原因による損害であれば、過失責任なども含む。

Q11 消費生活について相談したいときにかける電話番号は?

- ①消費生活ホットライン 118番
- ②消費者ホットライン 188番
- ③消費者ホットライン 189番

Q9 「必ずもうかる投資」ってあるの?

- ①「必ずもうかる投資」はない。
- ②リアル不動産の仕組みを使った投資は必ずもうかる。
- ③専門家に頼らなくてもうかる投資を知っている。

Q8 自動車を購入し、送ったため金利負担が20万円を年利(金利)17%で借りた。毎月5,000円ずつ返済した場合の返済総額は?

- ①約23万円
- ②約26万円
- ③約29万円

食料品スーパー

銀行会社

コンビニ

ジュエリーショップ

引っ越しのトラック

おもちゃ屋

損害保険会社

消費生活センター

消費生活センター

スポーツ用品店

新しい地産会社

車のディーラー

クイズの答えはこちら: Q1・Q2・Q3・Q4・Q5・Q6・Q7・Q8・Q9・Q10・Q11・Q12・Q13・Q14・Q15・Q16・Q17・Q18・Q19・Q20・Q21・Q22・Q23・Q24・Q25・Q26・Q27・Q28・Q29・Q30・Q31・Q32・Q33・Q34・Q35・Q36・Q37・Q38・Q39・Q40・Q41・Q42・Q43・Q44・Q45・Q46・Q47・Q48・Q49・Q50・Q51・Q52・Q53・Q54・Q55・Q56・Q57・Q58・Q59・Q60・Q61・Q62・Q63・Q64・Q65・Q66・Q67・Q68・Q69・Q70・Q71・Q72・Q73・Q74・Q75・Q76・Q77・Q78・Q79・Q80・Q81・Q82・Q83・Q84・Q85・Q86・Q87・Q88・Q89・Q90・Q91・Q92・Q93・Q94・Q95・Q96・Q97・Q98・Q99・Q100・Q101・Q102・Q103・Q104・Q105・Q106・Q107・Q108・Q109・Q110・Q111・Q112・Q113・Q114・Q115・Q116・Q117・Q118・Q119・Q120・Q121・Q122・Q123・Q124・Q125・Q126・Q127・Q128・Q129・Q130・Q131・Q132・Q133・Q134・Q135・Q136・Q137・Q138・Q139・Q140・Q141・Q142・Q143・Q144・Q145・Q146・Q147・Q148・Q149・Q150・Q151・Q152・Q153・Q154・Q155・Q156・Q157・Q158・Q159・Q160・Q161・Q162・Q163・Q164・Q165・Q166・Q167・Q168・Q169・Q170・Q171・Q172・Q173・Q174・Q175・Q176・Q177・Q178・Q179・Q180・Q181・Q182・Q183・Q184・Q185・Q186・Q187・Q188・Q189・Q190・Q191・Q192・Q193・Q194・Q195・Q196・Q197・Q198・Q199・Q200・Q201・Q202・Q203・Q204・Q205・Q206・Q207・Q208・Q209・Q210・Q211・Q212・Q213・Q214・Q215・Q216・Q217・Q218・Q219・Q220・Q221・Q222・Q223・Q224・Q225・Q226・Q227・Q228・Q229・Q230・Q231・Q232・Q233・Q234・Q235・Q236・Q237・Q238・Q239・Q240・Q241・Q242・Q243・Q244・Q245・Q246・Q247・Q248・Q249・Q250・Q251・Q252・Q253・Q254・Q255・Q256・Q257・Q258・Q259・Q260・Q261・Q262・Q263・Q264・Q265・Q266・Q267・Q268・Q269・Q270・Q271・Q272・Q273・Q274・Q275・Q276・Q277・Q278・Q279・Q280・Q281・Q282・Q283・Q284・Q285・Q286・Q287・Q288・Q289・Q290・Q291・Q292・Q293・Q294・Q295・Q296・Q297・Q298・Q299・Q300・Q301・Q302・Q303・Q304・Q305・Q306・Q307・Q308・Q309・Q310・Q311・Q312・Q313・Q314・Q315・Q316・Q317・Q318・Q319・Q320・Q321・Q322・Q323・Q324・Q325・Q326・Q327・Q328・Q329・Q330・Q331・Q332・Q333・Q334・Q335・Q336・Q337・Q338・Q339・Q340・Q341・Q342・Q343・Q344・Q345・Q346・Q347・Q348・Q349・Q350・Q351・Q352・Q353・Q354・Q355・Q356・Q357・Q358・Q359・Q360・Q361・Q362・Q363・Q364・Q365・Q366・Q367・Q368・Q369・Q370・Q371・Q372・Q373・Q374・Q375・Q376・Q377・Q378・Q379・Q380・Q381・Q382・Q383・Q384・Q385・Q386・Q387・Q388・Q389・Q390・Q391・Q392・Q393・Q394・Q395・Q396・Q397・Q398・Q399・Q400・Q401・Q402・Q403・Q404・Q405・Q406・Q407・Q408・Q409・Q410・Q411・Q412・Q413・Q414・Q415・Q416・Q417・Q418・Q419・Q420・Q421・Q422・Q423・Q424・Q425・Q426・Q427・Q428・Q429・Q430・Q431・Q432・Q433・Q434・Q435・Q436・Q437・Q438・Q439・Q440・Q441・Q442・Q443・Q444・Q445・Q446・Q447・Q448・Q449・Q450・Q451・Q452・Q453・Q454・Q455・Q456・Q457・Q458・Q459・Q460・Q461・Q462・Q463・Q464・Q465・Q466・Q467・Q468・Q469・Q470・Q471・Q472・Q473・Q474・Q475・Q476・Q477・Q478・Q479・Q480・Q481・Q482・Q483・Q484・Q485・Q486・Q487・Q488・Q489・Q490・Q491・Q492・Q493・Q494・

2

あなたも私も、みんな消費者。
一人ひとりの消費者の行動は、社会や経済などに大きな影
響を与えます。

消費者が生き生きと暮らし、消費者が主役の社会、「消費者
市民社会」を実現していくために、あなたにできることは？

化粧品手帳

英会話教室

エス・エス・エス

Q3

17歳の高校生が、保護者に内緒で
10万円の化粧品セットを契約した。
この契約は取り消せるか？

- ①取り消すことはできない。
- ②未成年者が契約したため、取り消すことができる。
- ③保護者が取り消しを求めたときのみ、未成年者取消しができる。

レンタル着物店

絵画教室

生命保険会社

Q12 消費者トラブルにあったとき、あなたはどうする？

- ①自分が損すればよいことなので拒めない。
- ②ネット上に意見を投稿し、中傷した書き込みをする。
- ③消費者センターや事業者（お百姓田舎屋）に相談する。

※「中傷」はのりずみで悪意がめぐることをいふ。消費者は、販売者やメーカー、クレジットカード会社などの信頼機関。

Q7

クレジットカードの支払方法で、
1つ1つの商品の価格が分ら
ないのは？

- ①36回分割払い
- ②リボルビング払い（リボ払い）
- ③ボーナス1回払い

ショッピングモール

不動産

公園

消費者の権利

（消費者基本法から）

消費者生活における基本的権利が定められ、
*健全な生活環境が確保されること、

- 1. 安全が確保されること
- 2. 選択の機会が確保されること
- 3. 必要な情報が提供されること
- 4. (消費者) 教育の機会が確保されること
- 5. 意見が政策に反映されること
- 6. 危害の除去がなされること

Q4 街で呼び止められ、展示会館に行ったら契約をせ
断れなくて10万円の絵画を契約してしまった。
この契約をクーリング・オフすることはできる？

- ①事業者がウソを言って勧誘した場合は、クーリング・オフできる。
- ②絵画を売るなど、商品を使用していないければ、クーリング・オフできる。
- ③契約してから8日間であれば、クーリング・オフできる。

Q5

ネットショップでシャツを買っ
たけれど合わない。
クーリング・オフできる？

- ①クーリング・オフできない。
- ②契約してから14日間からクーリング・オフできる。
- ③商品が無く前よりクーリング・オフできる。

家庭科

アパート

Q6

買い物をした後日に代金
を支払うことになるのは
どれ？

- ①デビットカードで買う。
- ②クレジットカードで買う。
- ③プリペイドカードで買う。

クレジットカード会社

【福島県（消費生活課）作成パンフレット（主なもの）】（表紙）

① だまされないで！悪質商法（高齢者向け）

② CONSUMER'S EYE
（学生・社会人向け）



4 当面の重点事項

消費者教育の取り組むべき課題は、社会経済情勢の変化により変わっていくものであり、県としては、国の「消費者教育の推進に関する基本的な方針」も踏まえ、当面、以下の事項を重点的に推進します。

① 若年者への消費者教育

民法の成年年齢が引き下げられることも踏まえ、若年者の消費者被害の防止・救済のため、また、自主的かつ合理的に社会の一員として行動する自立した消費者の育成のための効果的な消費者教育の方策として、学校における消費者教育の推進を図る。

② 消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育の推進

若年者への消費者教育に加え、年齢、性別、障害の有無のほか、消費生活に関する知識の量や情報通信機器の利用状況などの消費者の特性に配慮しつつ、様々なライフステージに応じて生涯を通じた切れ目のない学びの機会を提供する。

特に、高齢者への消費者教育については、高齢化が進展し、一人暮らし世帯が増加する中、高齢者を見守る立場の方々を含めて、高齢者に身近な地域での取組を行っていくことにより、効果的に消費者教育を推進する。

③ 高度情報通信ネットワーク社会の発展に対応した消費者教育の推進

幅広い年齢層で日常生活に浸透しているインターネットの有用性を理解しつつ、セキュリティやリスクを自ら管理・配慮する必要があることについての意識を持つことや情報リテラシーの向上を図ることを含む消費者教育を推進する。

④ 食と放射能に関するリスクコミュニケーションの推進

消費者庁が実施している「風評被害に関する消費者意識の実態調査」によると、食品に含まれる放射性物資への不安は薄れつつある一方、情報を十分に得ていないとする人も一定数存在することから、引き続き、食と放射能に関するリスクコミュニケーションに積極的に取り組んでいく。

具体的には、平成28年度から実施している「学校教員向け出前講座」にさらに力を入れるなど、学校教育において、消費者教育を受ける機会が設けられるよう取り組むとともに、引き続き、出前講座など、高齢者等に対する消費者教育の取組や消費者教育に係る人材を育成する事業等を実施していきます。

また、「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」（平成30年2月20日若年者への消費者教育の推進に関する4省庁関係局長連絡会議決定）において示された、消費者教育教材「社会への扉」の活用等について、国と連携しながら進めていきます。

さらに、食と放射能に関するシンポジウムや説明会を開催するなど、消費者に対し、食と放射能に関する正確な知識や情報を提供していきます。

IV 関連する他の消費者施策との連携

1 消費者の安全・安心の確保

消費者施策の中で、消費者の安全・安心の確保は最も基本的な事項です。

県では、「福島県民の消費生活の安定及び向上に関する条例」等に基づき、経済社会の発展に即応して県民の消費生活の安定及び向上を図る総合的な施策を策定し、実施していますが、その施策が実効性を持ち、消費者の安全・安心が確保されるためには、消費者が受け身の立場ではなく、自らの情報の収集、知識の習得、そして情報を提供していくことが不可欠であり、このための受信力や発信力を育成していきます。

消費者の毎日の暮らしに欠かせない食の安全・安心の確保は、極めて重要であり、多くの消費者が高い関心をもっています。

経済の発展に伴い、ライフスタイルの変化や生産、流通のあり方が変化し、また、世界中からのさまざまな食品を食べることができるようになるなど、豊かな食生活を送っています。しかし、その一方で、食の安全をめぐって、国内外の食品の偽装、食品添加物、残留農薬問題等の多くの消費者問題が生じています。

県では、食の安全・安心の確保のため、消費者や生産者、事業者等と情報を共有しながら、様々な施策を展開していきます。

また、東京電力福島第一原子力発電所事故による放射能の影響により、食の安全への関心が高まっていることから、消費者教育としてリスクコミュニケーションを積極的に実施することにより、食と放射能に関する理解を深めていきます。

食と放射能に関する消費者の理解を深めることは、風評被害の払拭という観点からも喫緊の課題です。

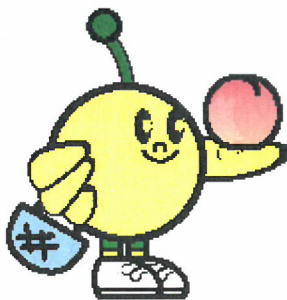
平成29年度までに、県内各地で食と放射能に関するリスクコミュニケーションを427回開催し、約22,000人の方々に参加いただきました。放射線が身体に及ぼす影響や食品中の放射性物質の基準値の説明のほか、食品の放射能簡易分析装置での測定実演を行い、多くの方々の食の安全・安心の確保の一環となっております（アンケート結果は37、38ページのとおりです）。

平成30年度も平成29年度と同様に75回以上の開催を予定しており、今後も自立した消費者の育成、消費者市民社会の形成に向け、積極的に取り組んでいきます。

◆ 食と放射能に関するリスクコミュニケーション

東日本大震災による東京電力福島第一原子力発電所の事故により消費者の食の安全への関心が高まっています。県では、消費者庁及び市町村と連携し、放射能や食の安全性をテーマとした学識経験者等の講演や食品の放射能簡易分析装置による測定実演などを行い、消費者に対して食と放射能に関する知識や情報を提供することに努めています。

	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度
シンポジウム 回数	—	1	1	2	2	2	2
説明会 回数	—	38	65	69	75	76	75
アカデミー 回数	3	10	6	—	—	—	—
回数計	3	49	72	71	77	78	77
参加者計	470	2,269	2,558	4,625	5,065	4,096	3,192

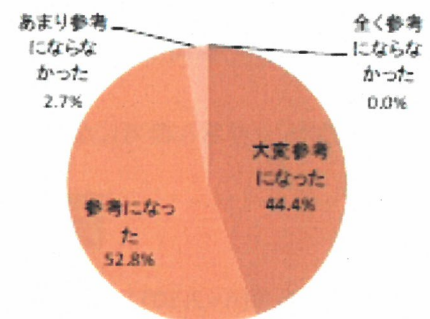


平成29年度食の安全・安心アカデミーシンポジウム
アンケート集計結果

1 基調講演「福島復興と食の安全」はいかがでしたか？

カテゴリ	件数	%
1 大変参考になった	180	44.4
2 参考になった	214	52.8
3 あまり参考にならなかった	11	2.7
4 全く参考にならなかった	0	0.0
総計	405	100.0

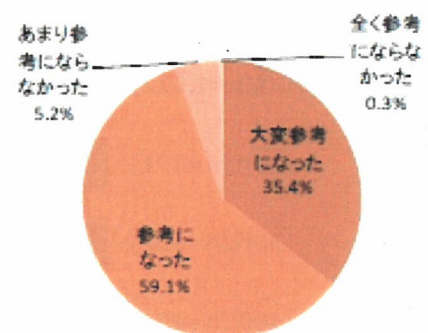
無記入:29



2 パネルディスカッション「広げよう安心の輪～今、わたしたちにできること～」の各パネリストの説明と意見交換はいかがでしたか？

カテゴリ	件数	%
1 大変参考になった	129	35.4
2 参考になった	215	59.1
3 あまり参考にならなかった	19	5.2
4 全く参考にならなかった	1	0.3
総計	364	100.0

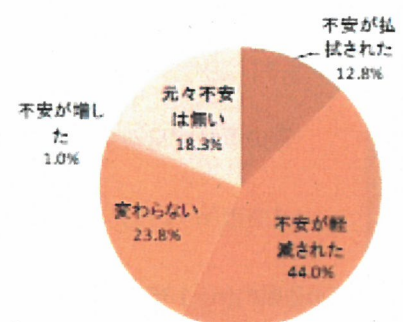
無記入:70



3 今日のシンポジウムに参加して食の安全（放射能との関連）に関するあなたの考え方、感じ方は変わりましたか？

カテゴリ	件数	%
1 不安が払拭された	49	12.8
2 不安が軽減された	168	44.0
3 変わらない	91	23.8
4 不安が増した	4	1.0
5 元々不安は無い	70	18.3
総計	382	100.0

無記入:52

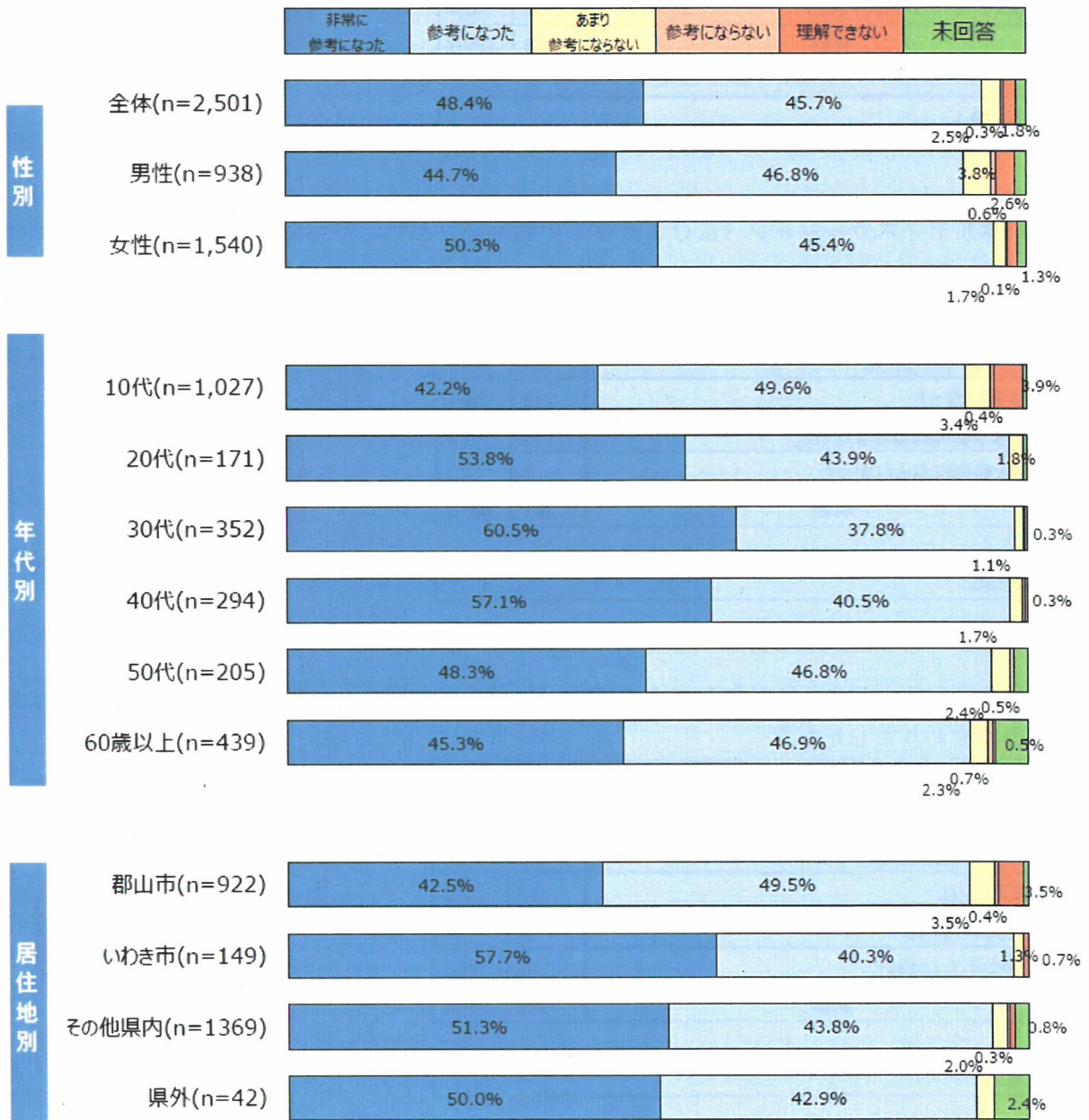


平成29年度食と放射能に関する説明会 アンケート集計結果

講演は参考になったかについては、全体で「非常に参考になった」が48.8%、「参考になった」が45.7%で、合わせて9割以上が「参考になった」と答えている。

性別では全体と傾向は大きく変わらない。年代別では30代/40代の「非常に参考となった」が約6割を占めている。

居住地別の「非常に参考になった」の割合は、郡山市の42.5%に対し、いわき市は57.7%と差が大きい。



※県外は回答数が42件と少ないため、分析する際は注意が必要である。

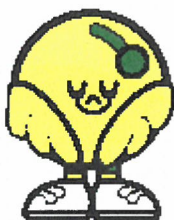
2 苦情処理・紛争解決の促進

消費者被害に遭わない消費者の育成も消費者教育の大きな目的ですが、被害にあってしまった場合に、被害を認識し、適切に対処できる能力を育成することも重要です。消費者の被害の適切かつ迅速な救済のため、消費生活相談窓口の充実を進めていき、対応する消費生活相談員の人材の確保と資質の向上に努めていきます。

また、不当な取引に対する指導の強化等の消費者行政体制の強化を進めていきます。

【 連 携 機 関 】

- 国、他都道府県、市町村
- 国民生活センター
- 県弁護士会・司法書士会
- 法テラス

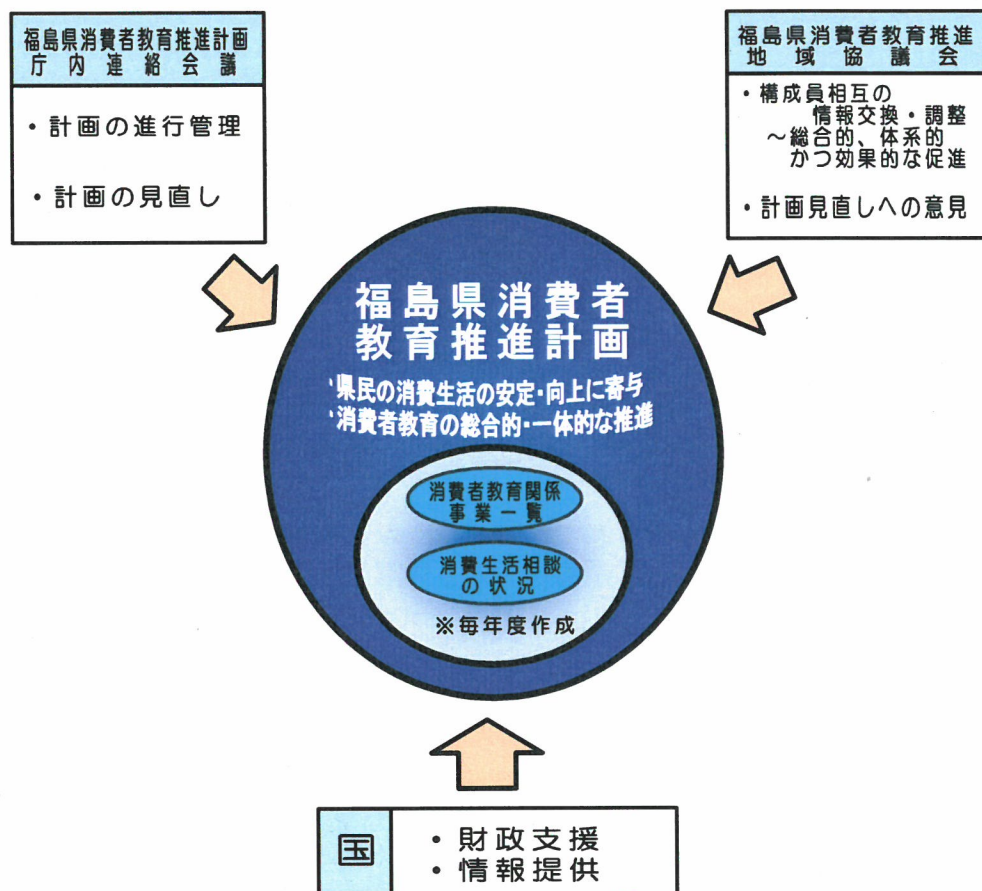


V 計画の推進体制、進行管理

県内の消費生活の安定及び向上に寄与するため、関係機関相互の連携の強化を図り、消費者教育を総合的・一体的に推進するため設置された「福島県消費者教育推進地域協議会」において、構成員相互の情報交換及び調整を行い、消費者教育を推進していきます。

本計画の推進に当たっては、社会経済情勢の変化、多様化する県民ニーズに対応するため、具体的な施策の事業として、「消費者教育関係事業一覧」を毎年度作成の上、消費者教育の推進を目的として設置している福島県消費者教育推進地域協議会等において実施状況を把握し、目標値を立てるなどして、次年度以降の対応に生かすこととします。

また、国の基本方針の見直しや本県社会経済情勢の変化等に適切に対応できるよう本計画を見直し、消費者教育を総合的・一体的に推進していきます。



消費者教育推進計画に係る主な事業実績

◎ 全体

目標値

「食品や日用品など、消費生活に関して不安を感じることなく、安心して暮らしている」県民の割合（県政世論調査）

平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	※広報広聴課 「はい」または「どちらかと言えばはい」と答えた割合
57.4%	67.1%	66.0%	72.0%	

現状値より上昇を目指す

※安全で安心な暮らしの推進に関する基本計画より引用

1 消費者教育の推進の内容

(1) 様々な場における消費者教育

消費生活に関する出前講座の実施回数

平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	※消費生活課
70回	44回	22回	35回	合計回数
48回	25回	15回	28回	一般向け講座実施回数
7回	6回	4回	3回	学生向け講座実施回数
15回	13回	3回	4回	見守り向け講座実施回数

毎年度70回以上の開催

福祉の「見守りネットワーク」等を活用して高齢者の消費者被害防止に取り組む市町村数

平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	※消費生活課
		3市町	3市町	

現状値より上昇を目指す

県消費生活課ホームページへのアクセス件数

平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	※消費生活課
51,958回	83,993回	84,820回	86,275回	

現状値より上昇を目指す

※安全で安心な暮らしの推進に関する基本計画より引用

消費者啓発劇の実施回数及び参加者数

平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	※消費生活課
9校	8校	8校	7校	(実施回数)
733人	528人	504人	1,067人	(参加者数)

現状を維持する

県金融広報委員会による出前講座実施回数

平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	※金融広報委員会
108回	115回	116回	93回	

※数値目標設定なし(実績値をもって事業執行状況の推移を把握する)

(2) 消費者教育の人材の育成・活用

消費者力養成講座受講者数

平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	※消費生活課
	49人	62人	42人	

毎年度50人以上の受講を目指す

消費生活に関する出前講座の実施回数

平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	※消費生活課
		4回	9回	教員向け講座実施回数
15回	13回	3回	4回	見守り向け講座実施回数(再掲)

現状値より上昇を目指す(教員向け講座)

2 関連する他の消費者施策との連携

(1) 消費者の安全・安心の確保

食の安全・安心推進事業(講演会、シンポジウム)の実施回数と参加者数

平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	※消費生活課
2回	2回	2回	2回	(実施回数)
455人	441人	659人	575人	(参加者数)

毎年度60回以上の開催

食と放射能に関する説明会の実施回数と参加者数

平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	※消費生活課
69回	75回	76回	75回	(実施回数)
4,170人	4,624人	3,437人	2,617人	(参加者数)

※ふくしま新生プランより引用

自家消費野菜等放射能検査件数

平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	※消費生活課
97,980件	83,723件	70,449件	50,088件	

※数値目標設定なし(実績値をもって事業執行状況の推移を把握する)

(2) 苦情処理・紛争解決の促進

消費生活相談対応状況

平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	※消費生活課
5,877件	6,083件	5,630件	5,035件	(相談受理件数)
559件	654件	593件	(算出中)	(あつせん対応した件数)
92.8%	91.9%	91.1%	(算出中)	(あつせん対応したものの解決率)

※数値目標設定なし(実績値をもって事業執行状況の推移を把握する)

市町村の相談体制の充実(各年4月1日現在)

平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	※消費生活課
5	5	5	7	(センターの設置状況)
11	15	17	22	(消費生活に関する相談員がいる市町村数)

消費生活に関する相談員がいる市町村数:平成32年度までに35市町村以上

※ふくしま新生プランより引用

専門家の活用実績

平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	※消費生活課
292件	257件	250件	188件	弁護士・司法書士による法律相談件数
16件	20件	13件	11件	FPIによる生活再建等相談件数

※数値目標設定なし(実績値をもって事業執行状況の推移を把握する)

「なりすまし詐欺」被害状況(年)

平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	※県警調べ
111件	163件	101件	103件	(被害件数)
47,079万円	45,801万円	30,831万円	19,869万円	(被害額(万円))

現状値より減少を目指す

※ふくしま新生プランより引用

附 属 資 料

1	消費者教育関係事業一覧表（平成30年度）	1
2	平成29年度消費生活相談の状況	19
3	消費者教育の推進に関する法律	25
4	福島県民の消費生活の安定及び向上に関する条例	33
5	福島県消費者教育推進地域協議会設置要綱	47
6	福島県消費者教育推進庁内連絡会議設置要綱	48

1 消費者教育関係事業一覧表（平成30年度）

1 様々な場における消費者教育

（1）学校等

① 就学前

【関係事業（主なもの）】

事業名等	事業概要	担当課
「消費生活」 出前講座 【再掲】	研修会や勉強会に講師を派遣し、消費生活に関する知識の普及、啓発を図る。	消費生活課
食べ残しゼロ 学習会の開催	家庭での食品ロス削減の取組を促進するため、幼稚園・保育所等において、学習会を開催する。	一般廃棄物課
ふくしまからはじめよう。 元気なふくしまっ子食環境 整備事業 【再掲】	保健福祉部・農林水産部・教育委員会等関係機関が連携し、家庭・学校・地域が一体となって地域における食育推進体制を整備するとともに、食育推進体系を再構築し「元気なふくしまっ子」が育つ食環境整備を進める。	健康教育課

② 小学校・特別支援学校小学部

【関係事業（主なもの）】

事業名等	事業概要	担当課
先生のための金融教育 セミナー	先生などの教育関係者を対象に金融教育に実践事例を紹介するなど、消費者教育等どのように取り組むべきかを考えるきっかけをつくる。	消費生活課 （金融広報委員会）
夏休みにちぎん親子見学会	小学生の親子を対象とした日本銀行福島支店の見学会。日本銀行の役割やお札の偽造防止技術のほか、お金の使い方を考えるゲーム体験を行った。	消費生活課 （金融広報委員会）
「消費生活」 出前講座 【再掲】	研修会や勉強会に講師を派遣し、消費生活に関する知識の普及、啓発を図る。	消費生活課

事業名等	事業概要	担当課
学校教員向け出前講座 【再掲】	学校教員の研究会等に講師を派遣し、学校における消費者教育の推進を図る。	消費生活課
私立学校運営の補助 【再掲】	新学習指導要領や教育振興基本計画を踏まえた下記のような教育の質の向上を図る取組を行う私立小・中・高等学校に対し補助する。 1 次世代を担う人材育成の促進 2 次期学習指導要領に向けた取組の促進 3 教育相談体制の整備 4 職業・ボランティア・文化等の体験活動の推進 5 健康・安全・食に関する教育の推進 6 特別支援教育に係る活動の充実 7 チーム学校の推進	私学・法人課
せせらぎスクール推進事業	水環境保全意識の高揚を図るため、水生生物を用いた水質調査「せせらぎスクール」を実施する団体への支援を行い、水環境保全活動の活性化を図る。	生活環境総務課
環境教育副読本の作成	環境教育に関する副読本を作成し、県内の学校に配付することで、環境に関する理解の促進を図り、環境保全に関する主体的な取組を実践できる人材育成を行う。	生活環境総務課
国際交流員による出前講座	交流員の自国の紹介を中心とした国際理解出前講座を行う。	国際課
3R総合推進事業	県内におけるごみの減量化やリサイクルを推進するため、3R（リデュース・リユース・リサイクル）の取組を学ぶ教材（リーフレット）を県内全小学生に配布し、意識啓発を行い、家庭で「ごみダイエット」にチャレンジしてもらうことにより、県内における3Rの取組を促進する。	一般廃棄物課

事業名等	事業概要	担当課
食べ残しゼロ チャレンジ事業	家庭での食品ロス削減の取組を促進するため、県内の全小学生に教材を配布し、食べ残しゼロにチャレンジしてもらう。	一般廃棄物課
食品衛生講習 会への講師派遣 【再掲】	一般消費者を対象とする食品の衛生的な取扱方法や表示の見方、及び、食品中の放射性物質に関する講習会（講習依頼に基づく出前講座）へ講師を派遣する。また、小・中学生を対象とする、正しい手洗い方法等の体験学習を含めた食の安全教室（講習依頼に基づく出前講座）へ講師を派遣する。	食品生活衛生課
ふくしまから はじめよう。元 気なふくしま っ子食環境整 備事業	子どもが適切に食品を選択する力や家庭等における豊かな食生活を実践する力を養うため、先進的な食育活動実践者をサポーターとして登録し、学校等に派遣するとともに、地域団体が行う特色ある食育活動を支援することなどにより、子ども達の体験等を通じた食育を推進する。	農産物流通課
「ふくしま の農育」推 進事業	地域の未来を担う子どもたちが「農業・農村地域の大切さ」、「環境の大切さ」、「食・命の大切さ」について学びを深めるとともに、農地と土地改良施設への理解、豊かな感性及び深い見識を持つことを目指して、農村地域の重要な要素である田畑、水路、ため池等を遊びと学びの場として活用した体験型学習を実施する。	農村振興課
ふくしまっ子 自然体験・交 流活動支援事 業	震災の経験を踏まえ、再発見した郷土の良さを伝え合い発信していくような交流活動を行うとともに、充実した自然体験活動を行う機会を提供し、豊かな人間性と生きる力の育成を図る。	社会教育課 義務教育課
グローバル人 材を育む小中 連携英語教育 推進事業	双葉8町村の小中学生を対象として、小中一貫した指導計画の作成、インターネットを活用した外国語活動の授業や異文化体験交流活動及びミニ講演会を実施し、グローバル化に対応できる未来のふくしまを担う人材を育成する。	義務教育課

事業名等	事業概要	担当課
「尾瀬子どもサミット」 小・中学生 3県交流事業	尾瀬の自然に触れることで環境問題について考え、フィールド活動や意見交換会等を実施することにより環境保全の意識を高めるとともに、3県（福島・群馬・新潟）の児童生徒の交流とふれあいを深める。	義務教育課
ふくしまからはじめよう。 元気なふくしまっ子食環境整備事業	保健福祉部・農林水産部・教育委員会等関係機関が連携し、家庭・学校・地域が一体となって地域における食育推進体制を整備するとともに、食育推進体系を再構築し「元気なふくしまっ子」が育つ食環境整備を進める。	健康教育課
つながる食育推進事業	栄養教諭と養護教諭等が連携した家庭へのアプローチや、体験活動を通じた食への理解促進など、栄養教諭が中心となり、学校を核として家庭を巻き込んだ取組を推進し、家庭における望ましい食生活の継続的な実践にもつながる食育の実践プログラムを構築する。	健康教育課
「水との共生」出前講座【再掲】	水環境保全活動を推進するため、各流域の民間団体等の要望に基づき、専門家の派遣により、各流域の特徴に沿った内容の出前講座を開催する。	土地・水調整課
地域と共に創る放射線・防災教育推進事業 【再掲】	身の回りで起こる災害や放射線等に関する問題、取組等に目を向けながら、未来を拓く地域社会の一員として、安全・安心な社会づくりに貢献しようとする態度を身に付けるための支援を行う。	義務教育課
外国語指導助手の母国の文化や習慣を学ぶ機会の提供 【再掲】	外国語や総合的な学習の時間などにおいて、外国語指導助手の母国の文化や習慣を学ぶ機会を設けるなど、児童生徒の異文化理解を深める。	義務教育課 高校教育課

事業名等	事業概要	担当課
先駆けの地における再生可能エネルギー教育推進事業 【再掲】	推進校が再生可能エネルギーに関する課題やテーマに取り組み、学習教材や指導事例の作成、専門家による講義・講座の設定、学習プログラムの開発を行う。	高校教育課 義務教育課

③ 中学校・特別支援学校中学部

【関係事業（主なもの）】

事業名等	事業概要	担当課
「消費生活」出前講座 【再掲】	研修会や勉強会に講師を派遣し、消費生活に関する知識の普及、啓発を図る。	消費生活課
学校教員向け出前講座 【再掲】	学校教員の研究会等に講師を派遣し、学校における消費者教育の推進を図る。	消費生活課
私立学校運営の補助 【再掲】	新学習指導要領や教育振興基本計画を踏まえた下記のような教育の質の向上を図る取組を行う私立小・中・高等学校に対し補助する。 1 次世代を担う人材育成の促進 2 次期学習指導要領に向けた取組の促進 3 教育相談体制の整備 4 職業・ボランティア・文化等の体験活動の推進 5 健康・安全・食に関する教育の推進 6 特別支援教育に係る活動の充実 7 チーム学校の推進	私学・法人課
地域と共に創る放射線・防災教育推進事業	身の回りで起こる災害や放射線等に関する問題、取組等に目を向けながら、未来を拓く地域社会の一員として、安全・安心な社会づくりに貢献しようとする態度を身に付けるための支援を行う。	義務教育課

事業名等	事業概要	担当課
外国語指導助手の母国の文化や習慣を学ぶ機会の提供	外国語や総合的な学習の時間などにおいて、外国語指導助手の母国の文化や習慣を学ぶ機会を設けるなど、児童生徒の異文化理解を深める。	義務教育課 高校教育課
せせらぎスクール推進事業【再掲】	水環境保全意識の高揚を図るため、水生生物を用いた水質調査「せせらぎスクール」を実施する団体への支援を行い、水環境保全活動の活性化を図る。	生活環境総務課
国際交流員による出前講座【再掲】	交流員の自国の紹介を中心とした国際理解出前講座を行う。	国際課
食品衛生講習会への講師派遣【再掲】	一般消費者を対象とする食品の衛生的な取扱方法や表示の見方、及び、食品中の放射性物質に関する講習会（講習依頼に基づく出前講座）へ講師を派遣する。また、小・中学生を対象とする、正しい手洗い方法等の体験学習を含めた食の安全教室（講習依頼に基づく出前講座）へ講師を派遣する。	食品生活衛生課
ふくしまからはじめよう。元気なふくしまっ子食環境整備事業【再掲】	子どもが適切に食品を選択する力や家庭等における豊かな食生活を実践する力を養うため、先進的な食育活動実践者をサポーターとして登録し、学校等に派遣するとともに、地域団体が行う特色ある食育活動を支援することなどにより、子ども達の体験等を通じた食育を推進する。	農産物流通課
ふくしまっ子自然体験・交流活動支援事業【再掲】	震災の経験を踏まえ、再発見した郷土の良さを伝え合い発信していくような交流活動を行うとともに、充実した自然体験活動を行う機会を提供し、豊かな人間性と生きる力の育成を図る。	社会教育課 義務教育課
グローバル人材を育む小中連携英語教育推進事業【再掲】	双葉8町村の小中学生を対象として、小中一貫した指導計画の作成、インターネットを活用した外国語活動の授業や異文化体験交流活動及びミニ講演会を実施し、グローバル化に対応できる未来のふくしまを担う人材を育成する。	義務教育課

事業名等	事業概要	担当課
「尾瀬子どもサミット」 小・中学生 3県交流事業【再掲】	尾瀬の自然に触れることで環境問題について考え、フィールド活動や意見交換会等を実施することにより環境保全の意識を高めるとともに、3県（福島・群馬・新潟）の児童生徒の交流とふれあいを深める。	義務教育課
先駆けの地における再生可能エネルギー教育推進事業【再掲】	推進校が再生可能エネルギーに関する課題やテーマに取り組み、学習教材や指導事例の作成、専門家による講義・講座の設定、学習プログラムの開発を行う。	高校教育課 義務教育課
ふくしまからはじめよう。 元気なふくしまっ子食環境整備事業【再掲】	保健福祉部・農林水産部・教育委員会等関係機関が連携し、家庭・学校・地域が一体となって地域における食育推進体制を整備するとともに、食育推進体系を再構築し「元気なふくしまっ子」が育つ食環境整備を進める。	健康教育課
つながる食育推進事業【再掲】	栄養教諭と養護教諭等が連携した家庭へのアプローチや、体験活動を通じた食への理解促進など、栄養教諭が中心となり、学校を核として家庭を巻き込んだ取組を推進し、家庭における望ましい食生活の継続的な実践にもつながる食育の実践プログラムを構築する。	健康教育課

④ 高等学校・特別支援学校高等部

【関係事業（主なもの）】

事業名等	事業概要	担当課
国と連携した教材の活用	消費者庁と連携し、高等学校等において、消費者教育教材「社会への扉」等を活用した授業の実施を促す。	消費生活課 高校教育課 私学・法人課
学生・新社会人向け啓発パンフレット作成・配布	各年代であいやすい消費者被害の手口とその対策を啓発し、被害の未然防止を図る。	消費生活課

事業名等	事業概要	担当課
「消費生活」 出前講座 【再掲】	研修会や勉強会に講師を派遣し、消費生活に関する知識の普及、啓発を図る。	消費生活課
学校教員向け 出前講座 【再掲】	学校教員の研究会等に講師を派遣し、学校における消費者教育の推進を図る。	消費生活課
私立学校運営 の補助	新学習指導要領や教育振興基本計画を踏まえた下記のような教育の質の向上を図る取組を行う私立小・中・高等学校に対し補助する。 1 次世代を担う人材育成の促進 2 次期学習指導要領に向けた取組の促進 3 教育相談体制の整備 4 職業・ボランティア・文化等の体験活動の推進 5 健康・安全・食に関する教育の推進 6 特別支援教育に係る活動の充実 7 チーム学校の推進	私学・法人課
国際交流推進 事業	地域や学校において、環境、貧困、人権といった地球規模の課題について理解を深め、その解決に向けた取り組みを行う人材を育成するため、JICAやNGO等と連携しながらセミナーを開催する。	国際課
子どもインターネット 安全安心環境整備事業	インターネット上の有害情報から子どもを守るため、子どものメディアリテラシー育成及びフィルタリング利用の啓発活動を行う。	こども・青少年政策課
先駆けの地における再生可能エネルギー 教育推進事業	推進校が再生可能エネルギーに関する課題やテーマに取り組み、学習教材や指導事例の作成、専門家による講義・講座の設定、学習プログラムの開発を行う。	高校教育課 義務教育課

事業名等	事業概要	担当課
ふくしまの未来を担う高校生海外研修・グローバル支援事業	国際社会に貢献できる人材を育成するため、学校が実施する海外ホームステイ研修や国際交流に参加する高校生を対象に旅費の一部を支援するとともに、その経験等を県内外に発信するため、英語プレゼンテーションコンテストを実施する。	高校教育課
県立学校における森林環境学習推進事業	森林の環境に関する学習、森林の管理に関する学習、森林の資源に関する学習、及び地域における森林の役割に関する学習に対する活動経費を支援する。	高校教育課
せせらぎスクール推進事業【再掲】	水環境保全意識の高揚を図るため、水生生物を用いた水質調査「せせらぎスクール」を実施する団体への支援を行い、水環境保全活動の活性化を図る。	生活環境総務課
外国語指導助手の母国の文化や習慣を学ぶ機会の提供【再掲】	外国語や総合的な学習の時間などにおいて、外国語指導助手の母国の文化や習慣を学ぶ機会を設けるなど、児童生徒の異文化理解を深める。	義務教育課 高校教育課

⑤ 大学、専門学校等

【関係事業（主なもの）】

事業名等	事業概要	担当課
学生・新社会人向け啓発パンフレット作成・配布【再掲】	各年代であいやすい消費者被害の手口とその対策を啓発し、被害の未然防止を図る。	消費生活課
「消費生活」出前講座【再掲】	研修会や勉強会に講師を派遣し、消費生活に関する知識の普及、啓発を図る。	消費生活課

事業名等	事業概要	担当課
環境にやさしい農業拡大推進事業	栄養系学部のある短期大学と連携した有機農業セミナー等を開催し、有機農産物に関する理解を深める。	環境保全農業課
国際交流推進事業 【再掲】	地域や学校において、環境、貧困、人権といった地球規模の課題について理解を深め、その解決に向けた取り組みを行う人材を育成するため、JICAやNGO等と連携しながらセミナーを開催する。	国際課

(2) 地域社会

① 地域

【関係事業（主なもの）】

事業名等	事業概要	担当課
「消費生活」出前講座	研修会や勉強会に講師を派遣し、消費生活に関する知識の普及、啓発を図る。	消費生活課
パンフレット等の提供	消費生活に関する活動をする場合にパンフレット・啓発グッズ等を提供	消費生活課
「ふくしまくらしの情報」の発行	消費生活に関する様々な情報を提供する広報誌を発行し、啓発を図る。	消費生活課
消費生活に関するQ&Aの新聞掲載	悪質商法やなりすまし詐欺の対策など消費生活に関する注意喚起情報について新聞記事により県民へ広く情報発信し、消費者トラブルの未然防止を図り、安全・安心な消費社会づくりを推進する。	消費生活課
消費者力養成講座の開催 【再掲】	一般の消費者が参加しやすい土日に講座を実施し、身近な高齢者への助言や、それぞれのネットワークを活用した啓発など、地域において自発的な活動ができる消費者教育の担い手を育成する。	消費生活課

事業名等	事業概要	担当課
食の安全・安心アカデミーシンポジウムの実施【再掲】	県内の消費者や消費者団体会員を対象に、県内の主要都市において、大規模な会場において参加者を募り、放射能や食の安全性に関するシンポジウムを開催する。	消費生活課
食と放射能に関する説明会の開催【再掲】	市町村と連携し、県民に正確な知識を普及・啓発するため、食と放射能に関する説明会を開催する。	消費生活課
県外消費者の福島県への招聘【再掲】	食と放射能に関して、県内外の消費者が不正確な情報や思い込みに惑わされることなく、自らの判断で安全な食品の選択ができるよう、県内の農林水産業関係者の取組を広く紹介するとともに、消費者と生産者との理解交流を図るなど風評の払拭に資する取組を実施する。	消費生活課
「ふくしまの今を語る人」県外派遣【再掲】	食と放射能に関して、県内外の消費者が不正確な情報や思い込みに惑わされることなく、自らの判断で安全な食品の選択ができるよう、県内の農林水産業関係者の取組を広く紹介するとともに、消費者と生産者との理解交流を図るなど風評の払拭に資する取組を実施・支援する。	消費生活課
「くらしと県税」電子書籍の作成・公開	税務広報及び租税教育を推進し、納税意識の向上を図る。	税務課
少年消防クラブ員教育	少年消防クラブの果たす役割である火災予防に関する知識の習得及び防火防災意識を培うとともに、クラブ員の交流を通じて少年消防クラブ活動の充実強化を図ることを目的とし、県消防学校において県内の少年消防クラブ員を対象に体験学習等の研修を実施する。	消防保安課
防災出前講座の実施	防災に関する情報を説明することにより、家庭や地域における防災意識の啓発、地域防災力の強化を図る。	災害対策課

事業名等	事業概要	担当課
環境放射能監視結果の広報	ホームページ上に福島県放射能測定マップを公開し、県内全域の空間線量率のほか、市町村独自調査、全国・世界の放射線量の測定結果を掲載することにより、県民に迅速かつ分かりやすい情報提供を行う。	放射線監視室
「水との共生」出前講座	水環境保全活動を推進するため、各流域の民間団体等の要望に基づき、専門家の派遣により、各流域の特徴に沿った内容の出前講座を開催する。	土地・水調整課
地産地消の啓発	地域自らが地域資源に愛着を持ち積極的に利活用することで、本県の豊かな地域資源を将来にわたって持続し発展させる。	地域振興課
情報通信月間特別講演会	ふくしまICT利活用推進協議会で、情報通信の普及・振興を図ることを目的として「情報通信月間特別講演会」を開催する。	情報政策課
情報リテラシー向上事業	ふくしまICT利活用推進協議会で、県民の情報活用能力の習得・向上を目的とした「情報リテラシー向上事業」を実施する。	情報政策課
ふくしまICT未来フェアの開催	ふくしまICT利活用推進協議会で、復興の加速化と情報通信の普及・振興を図ることを目的として「ふくしまICT未来フェア」を開催する。	情報政策課
ふるさとふくしま情報提供事業（地域情報紙発行事業）	福島の復興に向けた動きや避難者支援に関する取組などを盛り込んだ避難者向け情報紙「ふくしまの今が分かる新聞」を発行する。	避難者支援課
くらしと環境の県民講座	県民等からの依頼に基づき、県職員が集会や職場などに出向き、消費生活などに関する生活環境部関連の施策や事業についての講演や意見交換を行う。	生活環境総務課

事業名等	事業概要	担当課
環境アドバイザー等派遣事業	環境分野の第一線で活躍している県内の学識経験者などを「環境アドバイザー」として委嘱し、市町村、公民館、各種団体等が開催する講演会、講習会、研修会等に講師として派遣する。	生活環境総務課
公共交通乗り方教室の開催	児童等を対象にバス等の乗り方教室を開催し、身近な公共交通とのふれあいの機会を創出することにより、公共交通の利用促進を図る。	生活交通課
福島県食育推進事業	「福島県食育計画」に基づき、食育を推進するため、食育関係者等で構成される推進組織「福島県食育推進ネットワーク会議」において広く意見を求めるとともに、関係者、関係機関等と連携を図りながら食育を県民運動として展開する。	健康増進課
食品衛生講習会への講師派遣	一般消費者を対象とする食品の衛生的な取扱方法や表示の見方、及び、食品中の放射性物質に関する講習会（講習依頼に基づく出前講座）へ講師を派遣する。また、小・中学生を対象とする、正しい手洗い方法等の体験学習を含めた食の安全教室（講習依頼に基づく出前講座）へ講師を派遣する。	食品生活衛生課
医薬品等に対する県民への正しい知識の啓発	県民の安全安心を図るため、医薬品等に対する県民への正しい知識の啓発を行う。	薬務課
消費者等支援事業 『大人のための計量出前講座』	市町村や消費者団体等が計量に関する講座等を開催する際に必要な支援を行い、県民の日常生活に深く結びついている計量について、その重要性の普及啓発を図る。	計量検定所
なりすまし詐欺被害防止の広報・啓発活動	オレオレ詐欺をはじめとする「なりすまし詐欺」被害の防止を図るため、被害が多い高齢者を中心にあらゆる機会を捉え、被害防止広報啓発活動を実施する。	県警生活安全企画課

事業名等	事業概要	担当課
県民の安全・安心を守るためのネットワーク構築事業 【再掲】	サイバー犯罪やなりすまし詐欺など、県民の身近に潜む犯罪被害防止の中核となる、サイバーセキュリティリーダーを養成するための講座を各方部で開催するほか、県内各署、分庁舎単位になりすまし詐欺被害防止モデル地区を設定してより効果的な広報・啓発活動を推進する。	県警生活環境課、生活安全企画課

② 家庭

【関係事業（主なもの）】

事業名等	事業概要	担当課
消費生活に関するQ&Aの新聞掲載 【再掲】	悪質商法やなりすまし詐欺の対策など消費生活に関する注意喚起情報について新聞記事により県民へ広く情報発信し、消費者トラブルの未然防止を図り、安全・安心な消費社会づくりを推進する。	消費生活課
子どもインターネット安全安心環境整備事業 【再掲】	インターネット上の有害情報から子どもを守るため、子どものメディアリテラシー育成及びフィルタリング利用の啓発活動を行う。	こども・青少年政策課

(3) 職域

【関係事業（主なもの）】

事業名等	事業概要	担当課
「消費生活」出前講座 【再掲】	研修会や勉強会に講師を派遣し、消費生活に関する知識の普及、啓発を図る。	消費生活課

2 消費者教育の人材の育成・活用

(1) 小学校・中学校・高等学校・特別支援学校の教職員等

【関係事業（主なもの）】

事業名等	事業概要	担当課
学校教員向け出前講座	学校教員の研究会等に講師を派遣し、学校における消費者教育の推進を図る。	消費生活課
学生・新社会人向け啓発パンフレット作成・配布 【再掲】	各年代であいやすい消費者被害の手口とその対策を啓発し、被害の未然防止を図る。	消費生活課
情報化対応研修の充実	全ての教員が、ICTを活用して指導できるようにするため、教員研修の充実を図る。	高校教育課 義務教育課

(2) 地域における消費者教育の担い手

【関係事業（主なもの）】

事業名等	事業概要	担当課
介護関係職員等見守る立場の方へのパンフレット等の提供	高齢者があいやすい消費者被害の手口とその対策をパンフレット等で啓発し、被害の未然防止を図る。	消費生活課
消費者力養成講座の開催	一般の消費者が参加しやすい土日に講座を実施し、身近な高齢者への助言や、それぞれのネットワークを活用した啓発など、地域において自発的な活動ができる消費者教育の担い手を育成する。	消費生活課
消費生活活動における場の提供	消費者団体等に対する活動の場を提供する。	消費生活課
「消費生活」出前講座 【再掲】	研修会や勉強会に講師を派遣し、消費生活に関する知識の普及、啓発を図る。	消費生活課

事業名等	事業概要	担当課
「ふくしま くらしの情報」 の発行【再掲】	消費生活に関する様々な情報を提供する広報誌を発行し、啓発を図る。	消費生活課
せせらぎスク ール指導者養 成講座の開催	水環境保全意識の高揚を図るため、水生生物を用いた水質調査「せせらぎスクール」の指導者等を対象とした講座を開催し指導者の養成・資質向上を図る。	生活環境総務課
民生委員児 童委員研修 事業	民生委員及び児童委員に対し、社会福祉に関する研修を実施し、専門的知識の向上及び技術の修得を図る。	社会福祉課
県民の安全・ 安心を守るた めのネットワ ーク構築事業	サイバー犯罪やなりすまし詐欺など、県民の身近に潜む犯罪被害防止の中核となる、サイバーセキュリティリーダーを養成するための講座を各方部で開催するほか、県内各署、分庁舎単位になりすまし詐欺被害防止モデル地区を設定してより効果的な広報・啓発活動を推進する。	県警生活環境課、生活安全企画課

4 当面の重点事項

【関係事業（主なもの）】

事業名等	事業概要	担当課
国と連携した 教材の活用	消費者庁と連携し、高等学校等において、消費者教育教材「社会への扉」等を活用した授業の実施を促す。	消費生活課 高校教育課 私学・法人課
「消費生活」 出前講座	研修会や勉強会に講師を派遣し、消費生活に関する知識の普及、啓発を図る。	消費生活課
学校教員向 け出前講座	学校教員の研究会等に講師を派遣し、学校における消費者教育の推進を図る。	消費生活課
消費者力養 成講座の開 催	一般の消費者が参加しやすい土日に講座を実施し、身近な高齢者への助言や、それぞれのネットワークを活用した啓発など、地域において自発的な活動ができる消費者教育の担い手を育成する。	消費生活課

IV 関連する他の消費者施策との連携

1 消費者の安全・安心の確保

【関係事業（主なもの）】

事業名等	事業概要	担当課
食の安全・安心アカデミーシンポジウムの実施	県内の消費者や消費者団体会員を対象に、県内の主要都市において、大規模な会場において参加者を募り、放射能や食の安全性に関するシンポジウムを開催する。	消費生活課
食と放射能に関する説明会の開催	市町村と連携し、県民に正確な知識を普及・啓発するため、食と放射能に関する説明会を開催する。	消費生活課
県外消費者の福島県への招聘	食と放射能に関して、県外の消費者が正確な情報や思い込みに惑わされることなく、自らの判断で安全な食品の選択ができるよう、県内の農林水産業関係者の取組を広く紹介するとともに、消費者と生産者との理解交流を図るなど風評の払拭に資する取組を実施する。	消費生活課
「ふくしまの今を語る人」県外派遣	食と放射能に関して、県外の消費者が正確な情報や思い込みに惑わされることなく、自らの判断で安全な食品の選択ができるよう、県内の農林水産業関係者の取組を広く紹介するとともに、消費者と生産者との理解交流を図るなど風評の払拭に資する取組を実施・支援する。	消費生活課
ふくしまプライド農林水産物販売力強化事業	県産農林水産物の美味しさを、消費者の視覚、聴覚、味覚に直接訴え、再認識してもらうことで、消費者の購買意欲を高め、販売促進につなげることを目的に、量販店等でのキャンペーンを実施する。	農産物流通課

2 苦情処理・紛争解決の促進

【関係事業（主なもの）】

事業名等	事業概要	担当課
消費者行政 体制強化事業	消費生活相談員の配置、資質の向上、無料 法律相談の充実等により、消費生活相談窓 口の充実強化を図る。	消費生活課

2 平成29年度消費生活相談の状況

1 相談件数の推移

近年、相談件数は減少傾向にあり、平成29年度に県消費生活センターに寄せられた相談件数は5,035件となり、前年度比較で595件、10.6%減少した。

全国的に増加傾向であった架空請求ハガキについての相談が、県においても増加したが、そのほかの相談については減少傾向となった。

相談方法では、来訪の割合は前年とほぼ変わらないが、電話や文書による相談が前年度より減少し、特に文書による相談が半数近く減少した。

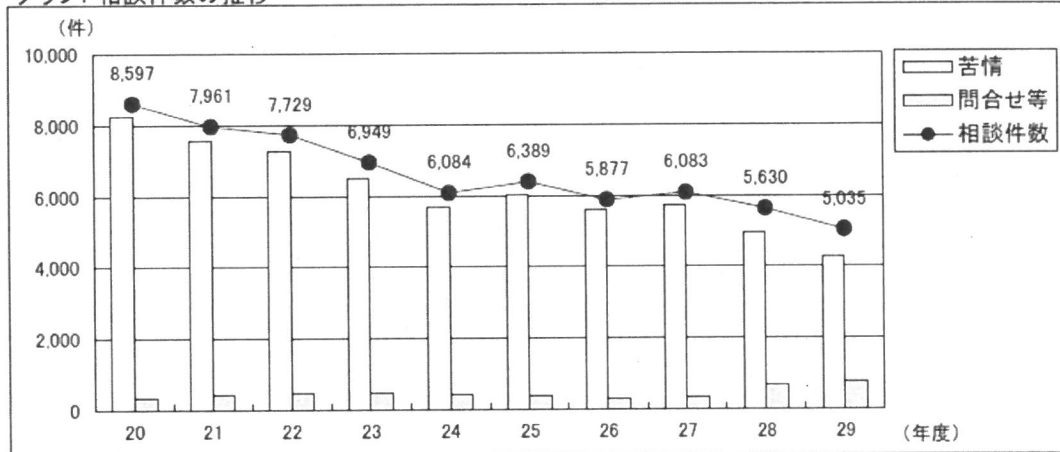
表1 相談受付状況

	29年度	28年度	伸び率
相談件数(件)	5,035	5,630	▲10.6%
苦情	4,269	4,936	▲13.5%
問合せ等	766	694	10.4%

表2 相談方法

	29年度	28年度	伸び率
相談件数(件)	5,035	5,630	▲10.6%
来訪	508	509	▲0.2%
再来訪	49	50	▲2.0%
電話	4,478	5,027	▲10.9%
文書	49	94	▲47.9%

グラフ1 相談件数の推移



2 相談の状況

(1) 相談案件当事者の状況

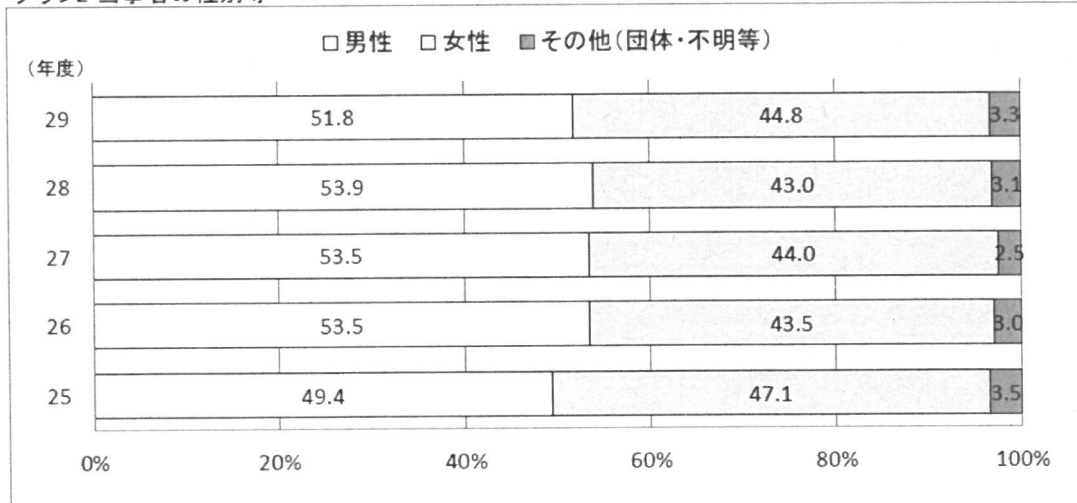
ア 性別等

平成29年度の男女別件数は、男性が2,610件（比率51.8%）、女性が2,257件（同44.8%）、その他が168件（同3.3%）となっており、引き続き男性が5割を超えている。

* 平成28年度の件数は男性3,034件、女性2,423件、その他173件。

* 相談者と契約当事者が異なる場合は、契約当事者で計上している（以下同じ）。

グラフ2 当事者の性別等



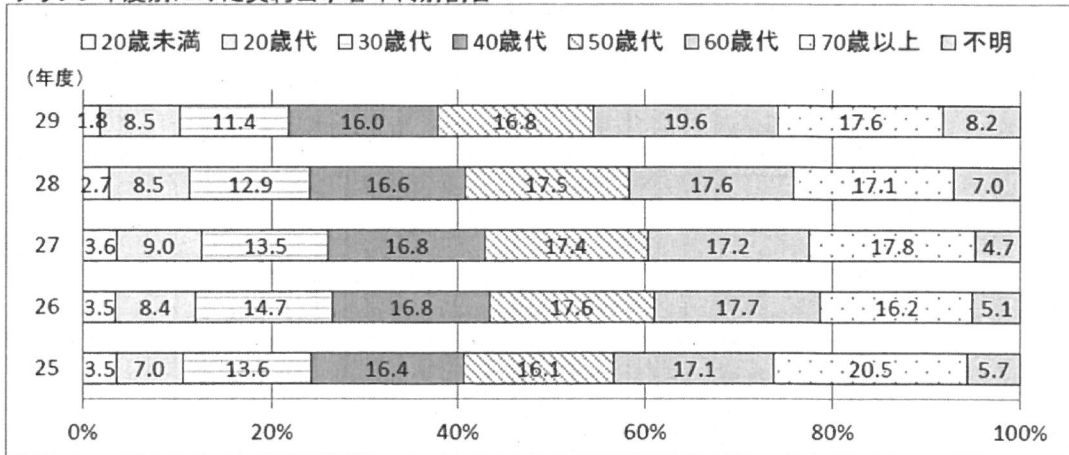
イ 年代別及び職業別

平成29年度の年代別では60歳代が988件(比率19.6%)と最も多く、次いで70歳以上886件(同17.6%)、50歳代845件(同16.8%)の順となっており、60歳代以上の割合が約37%を占めている。

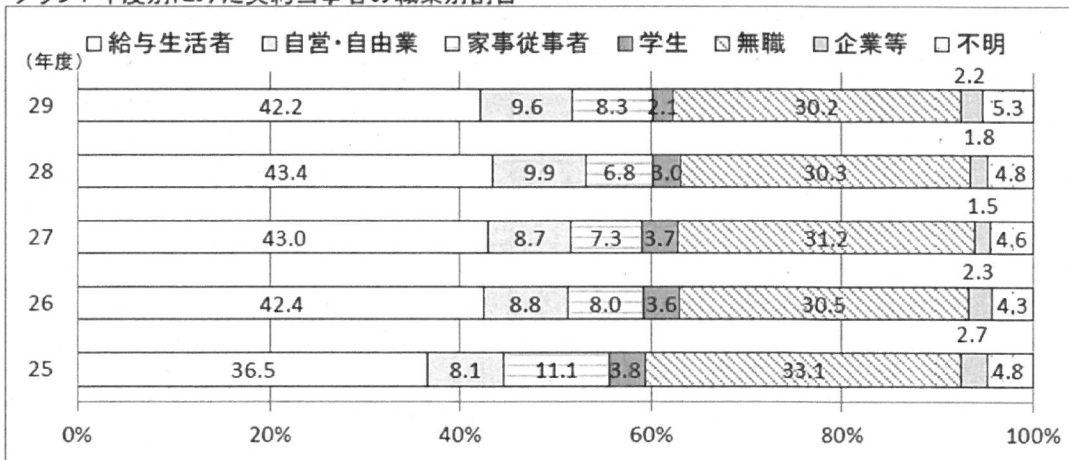
また、職業別では、給与生活者2,127件(比率42.2%)、無職1,523件(同30.2%)、自営・自由業481件(同9.6%)の順となっている。

(注)グラフ3～5の構成比は各年度の総件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値。

グラフ3 年度別にみた契約当事者年代別割合



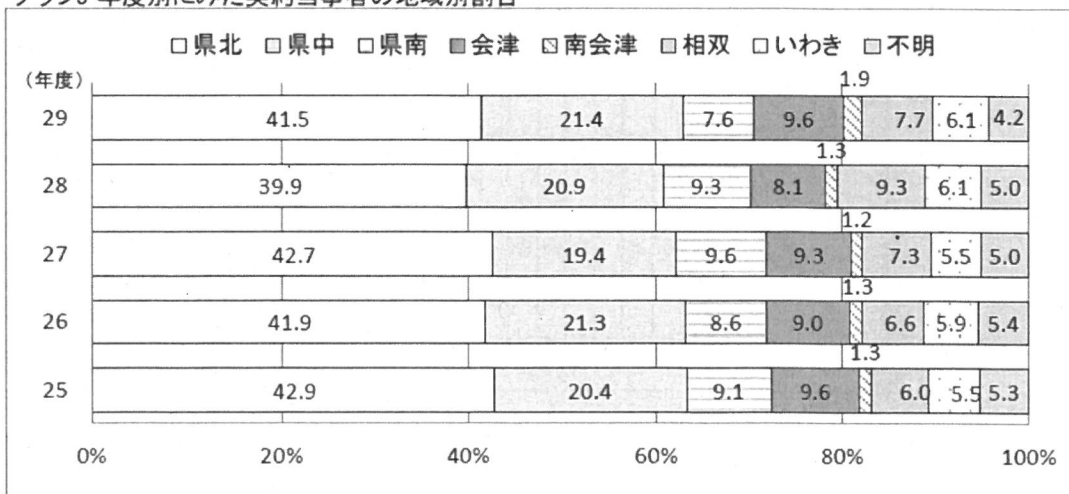
グラフ4 年度別にみた契約当事者の職業別割合



ウ 地域別

平成29年度の地域別では例年同様、県北が2,089件(比率41.5%)と最も多く、次いで県中1,079件(同21.4%)、会津が484件(同9.6%)の順になっている。相談件数としては会津、南会津において増加した。避難している当事者については、申し出のあった地域で計上している。

グラフ5 年度別にみた契約当事者の地域別割合



(2) 商品別(大分類)の相談状況

商品では、「商品一般」の増加が大きい。「商品一般」は架空請求・ハガキに関する相談、「光熱水品」は電気料金や契約に関する相談がみられた。
 商品関連では、「クリーニング」の増加が顕著であった。「クリーニング」はクリーニングの事故に関する相談がみられた。
 投資関係の相談は、全体的に減少傾向であった。特に前年度増加傾向にあった、ネットの副業サイトの解約トラブルについての苦情がみられた「内職・副業・ねずみ講」は半数以下に減少した。
 他の相談では、相続や相続関係、個人間借金に関するものがみられた。

表3 商品別(大分類)

	H29 相談 件数 ①	うち 苦情 件数	内容別相談件数														H28 相談 件数 ②	比率 ①/② %
			安全・衛生	品質・役・質・品機	法規・基準	価格・料金	計量・量目	表示・広告	販売方法	契約・解約	接客対応	包装・容器	施設・設備	買物相談	生活知識	その他		
商品	商品一般	372	340	1	1	8	6	0	16	230	233	26	0	1	1	2	1	178.0%
	食料品	395	319	130	114	87	12	2	48	126	159	55	3	1	2	9	0	82.8%
	住居品	124	109	11	43	2	10	0	7	46	51	21	0	0	4	1	0	70.5%
	光熱水品	64	47	3	3	7	18	1	0	20	17	10	0	0	3	1	0	106.7%
	被服品	174	159	1	33	4	11	0	13	74	85	42	0	0	4	1	0	176.98.9%
	保健衛生品	164	119	43	61	1	3	1	8	52	84	19	1	0	3	1	0	191.85.9%
	教育・娯楽品	309	271	9	66	6	9	0	10	147	157	59	1	0	3	2	1	332.93.1%
	車・面・乗り物	123	110	13	54	5	9	2	4	20	60	31	0	0	1	0	0	169.72.5%
	土地・建物・設備	147	111	3	19	14	6	1	5	45	70	29	0	0	9	1	0	192.76.5%
	他の商品	14	12	0	4	1	1	0	1	6	7	1	0	0	0	1	0	18.77.5%
(小計)	1,886	1,597	214	398	135	85	7	112	766	923	293	5	2	30	19	2	2,000.94.3%	
商品・業務	クリーニング	16	15	0	12	1	0	0	0	3	4	9	0	0	0	0	0	9.177.8%
	レンタル・リース・賃借	216	190	8	32	9	47	1	3	27	147	44	0	0	0	0	0	236.91.5%
	工事・建築・加工	130	119	3	49	5	21	0	0	42	71	39	0	0	1	0	0	146.89.0%
	修理・補修	60	55	3	30	0	13	0	0	11	22	26	0	0	1	0	0	72.83.3%
	管理・保管	5	5	1	0	0	1	0	3	2	0	2	0	0	0	0	0	5.100.0%
	(小計)	427	384	15	123	15	82	1	6	85	244	120	0	0	2	0	0	468.91.2%
役務	役務一般	35	34	0	0	0	1	0	0	27	34	0	0	0	0	0	0	55.63.6%
	金融・保険サービス	453	402	0	3	22	36	0	3	104	369	48	0	0	6	0	0	536.84.5%
	運輸・通信サービス	1,426	1,384	0	34	15	81	0	105	993	1,108	107	0	0	3	0	0	1,558.91.5%
	教育サービス	21	18	0	0	1	2	0	1	6	16	6	0	0	1	0	0	25.84.0%
	教育・娯楽サービス	85	73	0	1	1	8	0	3	40	40	17	0	0	1	1	1	122.69.7%
	保健・福祉サービス	111	87	13	18	12	9	0	7	29	50	27	0	0	1	1	0	191.58.1%
	他の役務	191	167	7	10	9	25	3	10	69	94	58	0	2	5	1	0	221.86.4%
	内職・副業・ねずみ講	15	14	0	1	0	1	0	1	9	11	1	0	0	0	0	0	33.45.5%
	他の行政サービス	30	13	4	0	10	1	0	0	0	9	7	0	1	0	0	0	38.78.9%
	(小計)	2,367	2,192	24	67	70	164	3	130	1,277	1,731	271	0	3	17	3	1	2,779.85.2%
他の相談	355	96	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	383.92.7%	
総数	5,035	4,269	253	588	220	331	11	248	2,128	2,898	684	5	5	49	22	3	5,630.89.4%	

(3) 商品・役務等別相談件数

商品・役務別では、「デジタルコンテンツ」(パソコンや携帯電話、スマートフォン等を通じた情報利用に関するトラブル)が908件と最多となったが、ワンクリック請求の相談の減少を受けて、前年度比139件、13.3%の減少となった。そのような中、SMS(*1)により未払い料金等の名目で金銭を支払わせようとするケースが多く(*2)、中には実在する動画配信サービス事業者や通信販売事業者と同一又は類似の名称を告げて、消費者を困惑させる事例もみられた。

また、「商品一般」が372件となっており、架空請求ハガキによる相談が増えたことを受けて、前年度比163件、78.0%の増加となった。

*1 … 携帯電話番号を宛先にして送受信するメッセージサービス。

*2 … コンビニからギフト券を購入し、番号を通知するよう指示されるプリカ詐欺と呼ばれる手口。複数軒のコンビニからギフト券を購入するよう指示された消費者もいる。

グラフ6 商品・役務等別(上位5位)

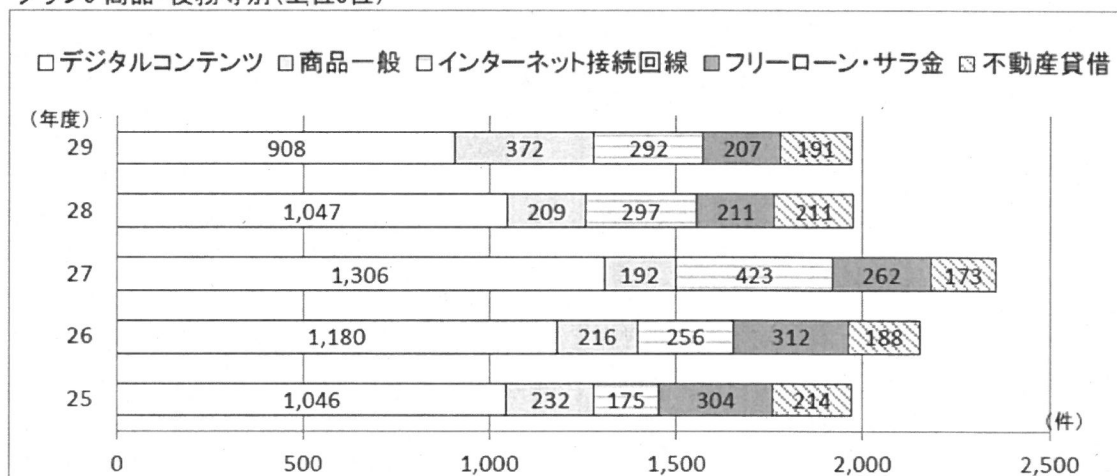


表4から、各年代で「デジタルコンテンツ」の相談が1位となり、世代を問わず通信関係のトラブルが多いことが伺える。一方で特に50歳代以上において「商品一般」が上位にくるなど、架空請求ハガキによる相談が多いことが伺える。

20歳代以下では、進学等に伴う一人暮らしにより、「不動産貸借」に関する問い合わせのほか、20歳未満においては、ダイエットサプリ等の定期購入をめぐる「他の健康食品」の相談がみられた。

30、40歳代では、借金や多重債務等の「フリーローン・サラ金」に関する相談がみられた。

60歳代では、住宅のリフォームや新築工事のトラブルに関する「工事・建築」の相談がみられた。

70歳代では、配当金が入るというレンタルオーナー契約をしたが、業者が経営破綻したという「ファンド型投資商品」のトラブルがあった。

表4 契約当事者年代別にみた上位商品・役務別相談

全体		20歳未満		20歳代		30歳代	
順位	商品・役務等	順位	商品・役務等	順位	商品・役務等	順位	商品・役務等
1	デジタルコンテンツ	1	デジタルコンテンツ	1	デジタルコンテンツ	1	デジタルコンテンツ
2	商品一般	2	他の健康食品	2	不動産貸借	2	フリーローン・サラ金
3	インターネット接続回線	3	不動産貸借	3	商品一般	3	不動産貸借
4	フリーローン・サラ金	4	テレビ放送サービス	3	外食	4	インターネット接続回線
5	不動産貸借	4	外食	5	複合サービス	5	相談その他

40歳代		50歳代		60歳代		70歳以上	
順位	商品・役務等	順位	商品・役務等	順位	商品・役務等	順位	商品・役務等
1	デジタルコンテンツ	1	デジタルコンテンツ	1	デジタルコンテンツ	1	デジタルコンテンツ
2	フリーローン・サラ金	2	商品一般	2	商品一般	2	商品一般
3	商品一般	3	インターネット接続回線	3	インターネット接続回線	3	インターネット接続回線
4	インターネット接続回線	4	フリーローン・サラ金	4	工事・建築	4	ファンド型投資商品
5	相談その他	5	不動産貸借	5	フリーローン・サラ金	5	相談その他

(4) 販売方法・手口別の相談件数及び架空請求等の相談件数(重複集計)

表5から、「強引」が前年度比96件、6.0%増、「虚偽説明」が同26件、4.5%増、「身分詐称」が同388件、396%増となった。
表6から、70歳以上の高齢者では強引な電話勧誘により、内容を理解しないまま契約してしまうというトラブルがみられた。
表7では、「ワンクリック請求」「還付金等詐欺」「融資保証金詐欺」が減少した一方で、「架空請求」は増加した。

表5 販売方法・手口別相談件数(上位10位)

	H29	H28	特 徴
1 強引	1693	1597	事業者の勧誘時等に、消費者が脅迫とまで言えないが執拗、威圧的、不退去な態度と感したものの。
2 インターネット通販	1374	1552	インターネットによる申込みを受けて商品の販売やサービスの提供を行う販売方法。(デジタルコンテンツ等)
3 虚偽説明	598	572	履行不能な約束や事実と異なるセールストークで売りつける商法。
4 説明不足	593	652	販売時等に事業者の説明が足りない事が原因で苦情となったもの。
5 電話勧誘	523	553	事業者が消費者に電話をかけ、またはかけさせて勧誘し、郵便などの通信手段で契約をさせるもの。
6 身分詐称	486	98	公的機関や有名企業の職員や関係者であるかのように思わせて売りつける商法。
7 詐欺	305	549	犯罪として立証できるか不明であるが、相談者またはセンターが事業者側の「だます」という意思を疑ったもの。
8 家庭訪問販売	232	269	事業者が消費者の自宅を訪問し、商品やサービスを勧誘・販売する販売方法。
9 無料商法	178	239	無料、またはただ同然で買って売りつける商法。(ワンクリック請求などで無料表示してあった場合なども含まれる)
10 利殖商法	87	95	利殖になることを強調して投資や出資を勧誘する商法。

表6 販売方法・手口別相談件数(70歳以上 上位10位)

	H29	H28	特 徴
1 強引	300	266	事業者の勧誘時等に、消費者が脅迫とまで言えないが執拗、威圧的、不退去な態度と感したものの。
2 電話勧誘	132	145	事業者が消費者に電話をかけ、またはかけさせて勧誘し、郵便などの通信手段で契約をさせるもの。
3 インターネット通販	106	103	インターネットによる申込みを受けて商品の販売やサービスの提供を行う販売方法。(デジタルコンテンツ等)
4 説明不足	99	114	販売時等に事業者の説明が足りない事が原因で苦情となったもの。
5 家庭訪問販売	97	100	事業者が消費者の自宅を訪問し、商品やサービスを勧誘・販売する販売方法。
6 虚偽説明	95	84	履行不能な約束や事実と異なるセールストークで売りつける商法。
7 身分詐称	73	28	公的機関や有名企業の職員や関係者であるかのように思わせて売りつける商法。
8 詐欺	48	78	犯罪として立証できるか不明であるが、相談者またはセンターが事業者側の「だます」という意思を疑ったもの。
9 利殖商法	34	19	利殖になることを強調して投資や出資を勧誘する商法。
10 無料商法	26	31	無料、またはただ同然で買って売りつける商法。(ワンクリック請求などで無料表示してあった場合なども含まれる)

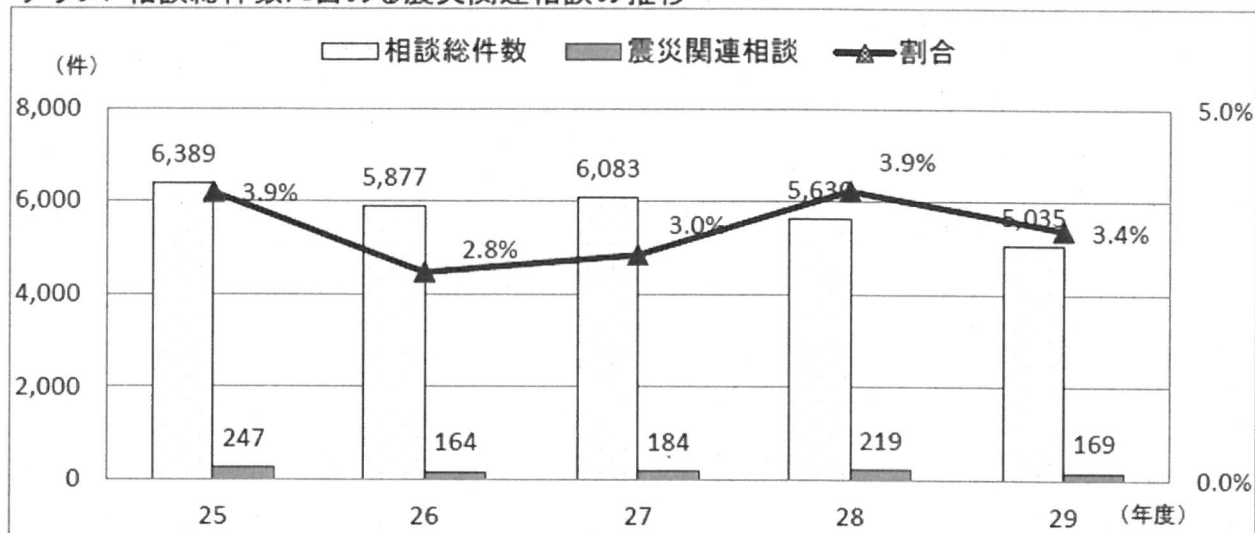
表7 架空請求等の相談件数

	H29	H28	特 徴
架空請求	781	459	ハガキやメールなどを利用して、不特定多数者に対し未払いがあるなどと架空の事実を口実として請求し、支払わせようとする。
ワンクリック請求	133	402	サイトやメールにおいて、クリックする前に利用料金・利用規約等について明確な説明がない、又は事実と異なる説明により操作を促し、リンク先において即座に「契約完了」や「料金請求」といった内容を表示させるなどして金銭を支払わせようとする。
還付金詐欺	4	7	「官公庁の名前をかたって医療費などの還付金がある」と言いながら携帯電話を使って操作を指示し、実際はATMから振り込ませる。
なりすまし詐欺(オレオレ詐欺)	3	3	息子や孫を装って「風邪をひいて声が変わった」「携帯電話の番号が変わった」と信用させて、「会社の金を使い込んでしまった」「妊娠させてしまった」などと現金を指定の場所に持って来させたり、宅配便で送らせたりする。
融資保証金詐欺	1	2	融資する旨(実際には融資しない)のハガキやメールなどを送り付け、申込をしてきた者に保証金や登録料の名目で送金させる。

3 東日本大震災に関連する相談の状況

東日本大震災による震災関連の相談は、震災直後の平成23年3月14日～31日は相談総件数810件のうち682件(84.2%)と大部分を占め、平成23年度は相談総件数6,949件のうち1,850件(26.6%)だった。その後割合は減少してきたが、平成27年度より再び増加に転じたものの、平成29年度は169件で全相談件数の3.4%と減少した。

グラフ7 相談総件数に占める震災関連相談の推移



グラフ8から、震災関連相談では「野菜」に関する相談が最も多く47件(27.8%)となっている。前年度と比較して件数は減少しているものの、比率に変化は見られなかった。当センターでは非破壊式測定器による食品等の放射能検査を実施していることもあり、依然としてより安心して食したいという消費者の姿勢が伺える。

「野菜」では、山菜が13件、きのこ類が6件、きゅうりが6件等の相談があった。

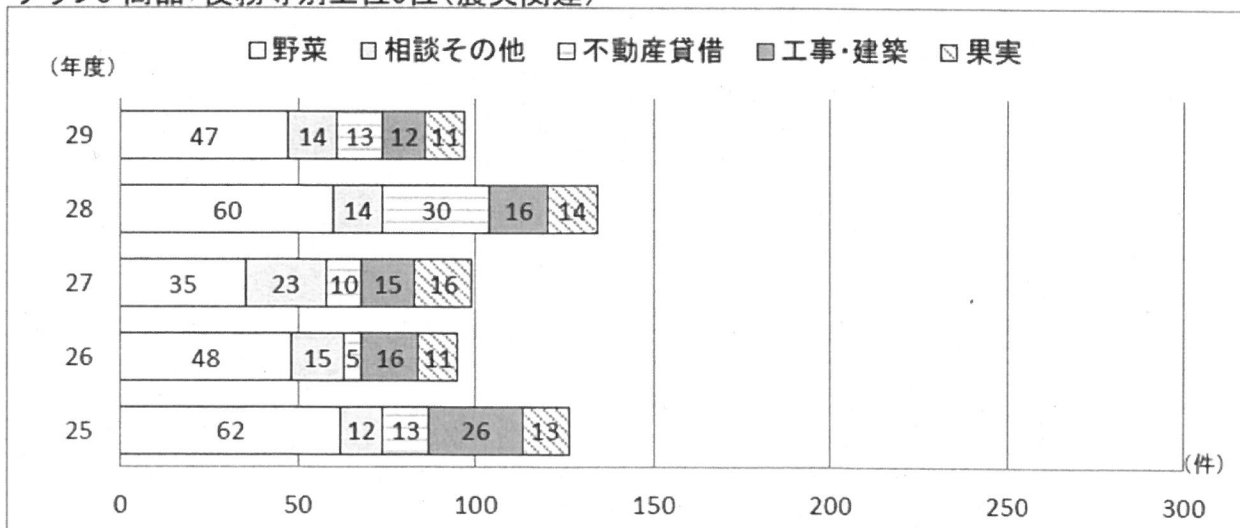
「相談その他」では、電力会社に対する損害賠償請求に関する相談がみられた。

「不動産貸借」では、借上げ住宅退去の際の修繕費トラブルに関する相談がみられた。

「工事・建築」では、避難先からの帰還に伴う住宅リフォームや新築工事に関する相談がみられた。

「果実」では、柿が4件、ゆずが2件等の相談があった。

グラフ8 商品・役務等別上位5位(震災関連)



3 消費者教育の推進に関する法律

平成二十四年法律第六十一号

消費者教育の推進に関する法律

目次

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

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)第十条の二第一項第一号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っては、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百九十八号）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、消費者安全法に定める消費生活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。

一 略

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

4 福島県民の消費生活の安定及び向上に関する条例

昭和五十二年八月一日

福島県条例第三十九号

改正 平成七年三月一七日条例第一七号

平成八年三月二六日条例第九号

平成一〇年三月二七日条例第一四号

平成一一年一二月二四日条例第五五号

平成一六年七月六日条例第五六号

平成二五年七月九日条例第五五号

福島県民の消費生活の安定及び向上に関する条例をここに公布する。

福島県民の消費生活の安定及び向上に関する条例

目次

第一章 総則（第一条—第五条の二）

第二章 安全の確保及び取引等の適正化（第六条—第十五条）

第三章 生活関連物資の確保（第十六条—第二十条）

第四章 消費者苦情の処理及び訴訟資金の貸付け（第二十一条—第二十五条）

第五章 消費者啓発、消費者の申出等（第二十六条—第二十九条）

第六章 消費生活審議会（第三十条—第三十四条）

第七章 雑則（第三十五条—第三十七条）

附則

第一章 総則

（目的）

第一条 この条例は、県民の消費生活における利益の擁護及び増進に関し、基本理念を定め、並びに県及び事業者の責務並びに消費者の果たすべき役割等を明らかにするとともに、県が実施する施策についての基本的事項を定めることにより、県民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的とする。

（平一一条例五五・平一六条例五六・一部改正）

（定義）

第一条の二 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- 一 商品 契約の目的となる物品をいう。
- 二 役務 契約の目的となるもののうち、商品以外のものをいう。
- 三 事業者 法人その他の団体及び事業として又は事業のために契約の当事者となる場合における個人をいう。
- 四 事業者団体 事業者の共通の利益の増進を図ることを目的又は目的の一部として事業者により組織された団体をいう。
- 五 消費者 事業者と契約してその供給する商品若しくは役務（以下「商品等」という。）を使用し、若しくは利用する個人又は事業者と契約して商品を提供する個人であつて、事業として又は事業のために契約の当事者となる場合におけるものを除いた者をいう。
- 六 消費者団体 消費者の権利又は利益の擁護又は増進を目的又は目的の一部として消費者により組織された団体をいう。

（平一六条例五六・追加、平二五条例五五・一部改正）

（基本理念）

第二条 消費生活を安定させ、及び向上させるに当たつては、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、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を中核とした消費者の自立が支援されるよう、次に掲げる消費者の権利の確立が基本とされなければならない。

- 一 消費者の安全が確保されること。
- 二 消費生活を営むために必要な情報を速やかに提供されること。
- 三 消費生活において、商品等について適正な表示により選択すること。
- 四 消費生活において、不当な取引行為により害を受けないこと。
- 五 消費生活において、商品等により不当に被つた被害から迅速かつ適正に救済されること。
- 六 消費者の意見が事業者の事業活動及び県の施策に十分反映されること。
- 七 消費生活において、必要な知識及び判断力を習得し、主体的に行動するため、消費者教育を受けること。
- 八 消費者の健全かつ自主的な組織活動を通じて消費者の利益を確保するため、消費者団体を組織し、行動すること。

2 消費生活を安定させ、及び向上させるに当たつては、消費者の安全確保等に関して事業者による適正な事業活動が図られるとともに、消費者の年齢その他の特性に配慮されなければならない。

- 3 消費生活を安定させ、及び向上させるに当たっては、環境への負荷（人の活動により環境に加えられる影響であつて、環境の保全上の支障の原因となるおそれのあるものをいう。以下同じ。）の低減その他の環境の保全が配慮されなければならない。

（平一六条例五六・全改）

（県の責務）

第三条 県は、経済社会の発展に即応して県民の消費生活の安定及び向上を図る総合的な施策を策定し、及びこれを実施する責務を有する。

- 2 県は、前項の規定による施策の策定及び実施に当たっては、消費者の意見を把握し、それを反映させるよう努めるものとする。
- 3 県は、第一項の規定による施策の策定及び実施に当たっては、環境への負荷の低減その他の環境の保全について配慮するものとする。

（平一一条例五五・平一六条例五六・一部改正）

（事業者の責務）

第四条 事業者は、その事業活動を行うに当たっては、消費者の安全、消費者との取引における公正の確保その他必要な措置を講じなければならない。

- 2 事業者は、その事業活動を行うに当たっては、県の消費生活の安定及び向上を図る施策の実施に協力しなければならない。
- 3 事業者は、その事業活動を行うに当たっては、その供給又は消費者から購入（以下「供給等」という。）をする商品等について、品質その他の内容の向上、消費者からの苦情（以下「消費者苦情」という。）の適切な処理及び消費者の意見の反映に努めなければならない。
- 4 事業者は、その事業活動を行うに当たっては、その供給等をする商品等及び当該商品等の取引に関する適正な情報を消費者に積極的に提供するよう努めなければならない。
- 5 事業者は、その供給等をする商品等の取引に当たっては、当該取引の内容について消費者の知識、経験及び財産の状況に照らして消費者の理解が得られるよう配慮するとともに、消費者の権利義務その他の契約の内容が消費者にとって明確かつ平易なものとなるよう努めなければならない。
- 6 事業者は、その事業活動を行うに当たっては、その供給等をする商品等に関し、環境への負荷の低減その他の環境の保全に努めなければならない。
- 7 事業者は、前各項に規定する責務を適切かつ確実に果たすことができるよう、

その事業活動に関し自らが遵守すべき基準の作成その他必要な措置を講ずることにより、消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

(平一六条例五六・全改、平二五条例五五・一部改正)

(事業者団体の役割)

第四条の二 事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、消費者苦情の処理の体制の整備、前条第七項に規定する基準の作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。

(平一六条例五六・追加)

(消費者の役割)

第五条 消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めるとともに、必要に応じて県の施策及び事業者の事業活動に対して意見を述べることにより、消費生活の安定及び向上に積極的な役割を果たすものとする。

2 消費者は、商品の選択、使用及び廃棄並びに役務の選択及び利用に当たっては、環境への負荷の低減その他の環境の保全に配慮するよう努めるものとする。

(平一六条例五六・全改)

(消費者団体の役割)

第五条の二 消費者団体は、消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明、消費者に対する啓発及び教育、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めるものとする。

(平一六条例五六・追加)

第二章 安全の確保及び取引等の適正化

(平一六条例五六・改称)

(事業者の危害防止義務)

第六条 事業者は、消費者の安全を害するおそれがある商品等の供給を未然に防止するため、品質の改善、検査体制の整備等必要な措置を講じなければならない。

2 知事は、前項の規定により事業者が講ずべき措置について、当該事業者に対し、必要な指導又は助言を行うことができる。

(平一六条例五六・一部改正)

第七条 削除

(平一六条例五六)

(危害防止措置の勧告)

第八条 知事は、事業者が供給する商品等が消費者の安全を害すると認めるときは、法令に特別の定めがある場合を除き、当該事業者に対し、当該商品等の供給の中止、回収等危害を防止するために必要な措置を講ずるよう勧告することができる。

2 知事は、事業者が前項の規定による勧告に従わなかった場合は、その旨を公表することができる。

3 知事は、前項の規定による公表をしようとするときは、別に定めるところにより、あらかじめ当該事業者に対し、意見を述べる機会を与えなければならない。

(平一六条例五六・一部改正)

(立入調査等)

第九条 知事は、第六条第二項の指導若しくは助言又は前条第一項の勧告を行うため必要があると認めるときは、当該事業者若しくはその者とその事業に関して関係のある事業者に対し、その業務に関し報告をさせ、又はその職員に、これらの事業者の事務所、工場、事業場、店舗若しくは倉庫に立ち入り、帳簿書類その他の物件を調査させ、若しくは関係者に質問させることができる。

2 前項の規定により立入調査又は質問をする職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係者に提示しなければならない。

3 第一項の規定による権限は、犯罪捜査のために認められたものと解釈してはならない。

4 知事は、事業者が第一項の規定による報告をせず、若しくは虚偽の報告をし、又は同項の規定による調査を拒み、若しくは妨げ、若しくは同項の規定による質問に対し答弁をせず、若しくは虚偽の答弁をした場合は、その旨を公表することができる。

5 前条第三項の規定は、前項の場合に準用する。

(平一六条例五六・一部改正)

(緊急安全確保措置)

第九条の二 知事は、事業者が供給等をする商品等が消費者の安全を相当程度に害し、又は害するおそれがあると認められる場合において、消費者の安全を確保するため緊急の必要があると認めるときは、法令に特別の定めがある場合を除き、消費者に対し、速やかに、当該危害の内容、当該商品等の名称、当該商品等を供給等をする事業者の氏名又は名称及び住所その他必要な情報を提供することができる。

(平一六条例五六・追加、平二五条例五五・一部改正)

(取引等の適正化)

第十条 事業者は、次に掲げる事項につき、その推進に努めなければならない。

- 一 商品等について、品質その他の内容を改善し、及び向上させること。
- 二 供給した商品について補修等のアフターサービスを適正に行うこと。
- 三 商品について計量を適正に行うこと。
- 四 商品について過大又は過剰な容器の使用及び包装をしないこと。
- 五 商品等について、品質その他の内容及び価格その他の取引条件について適正に表示すること。
- 六 商品等について宣伝及び広告を適正に行うこと。
- 七 消費者の知識、能力又は経験の不足に乗ずる取引方法により、商品等の供給等を行わないこと。

(平二五条例五五・一部改正)

(自主基準の設定)

第十一条 事業者団体は、前条各号に掲げる事項に関し法令に違反しない限り、守るべき必要な基準を自主的に定めるよう努めなければならない。

- 2 事業者団体は、前項の規定による基準を定めるに当たっては、消費者の意見が十分に反映するよう努めなければならない。
- 3 知事は、事業者団体が第一項の規定により定めることとなる基準について、当該事業者団体に対し、意見を述べ、又は助言することができる。
- 4 事業者団体は、第一項の規定による基準を定めたときは、知事に届け出なければならない。その内容を変更し、又は廃止したときも同様とする。
- 5 第一項から前項までの規定は、別に定める事業者について準用する。

(平一六条例五六・一部改正)

(県基準の設定)

第十二条 知事は、特に必要があると認めるときは、消費生活審議会の意見をきいて、法令に違反しない限り第十条各号に掲げる事項について、事業者が守るべき基準を定めることができる。

- 2 知事は、前項の規定により基準を定めたときは、別に定めるところにより告示するものとする。その内容を変更し、又は廃止したときも同様とする。

(県基準遵守の勧告)

第十三条 知事は、事業者が前条第一項の規定により定められた基準を守っていない

いと認めるときは、当該事業者に対し、基準を守るよう勧告することができる。

2 第八条第二項及び第三項の規定は、前項の場合に準用する。

(平一六条例五六・一部改正)

(不当な取引行為の禁止)

第十三条の二 事業者は、消費者との間で行う商品等の取引に関し、次のいずれかに該当する行為であつて規則で定めるもの（以下「不当な取引行為」という。）を行つてはならない。

- 一 消費者に対し商品等の売買又は提供に係る契約（以下「商品売買契約等」という。）の締結について勧誘しようとして、消費者に迷惑を及ぼし、又は消費者を欺いて消費者に接触する行為
- 二 消費者との商品売買契約等の締結又はその勧誘に際して、口頭によると文書によるとを問わず、消費者が当該商品売買契約等に関する事項を正確に認識することを妨げるおそれがある行為
- 三 消費者との商品売買契約等の締結又はその勧誘に際して、契約を締結させようとして消費者に害を加え、消費者を威迫し、又は消費者を困惑させる等消費者の自由な意思形成を妨げるおそれがある行為
- 四 消費者に不当に不利益となる内容の条項を含む商品売買契約等を締結させる行為
- 五 消費者との商品売買契約等に関し、消費者又はその関係人を欺き、威迫し、又は困惑させる等により、商品売買契約等（当該契約の成立、存続又はその内容について当事者間で争いのあるものを含む。）に基づく債務の履行を請求し、又は当該債務を履行させる行為
- 六 消費者との商品売買契約等に関し、法令の規定若しくは契約に基づく債務の全部若しくは一部の履行を拒否し、又は正当な理由なく遅延させる行為
- 七 消費者との商品売買契約等に関し、法律上認められた消費者の権利の行使を妨げるおそれがある行為
- 八 商品等を販売若しくは提供する事業者からの商品等の購入若しくは提供を受けることを条件又は原因として信用の供与をする契約若しくは保証を受託する契約（以下「与信契約等」という。）について、消費者の利益を不当に害することを知つていた、又は知り得べきであつたにもかかわらず、その締結を勧誘し、若しくは締結させ、又は消費者の利益を不当に害する方法で与信契約等に基づく債務の履行を迫り、若しくは債務の履行をさせる行為

(平一六条例五六・追加)

(不当な取引行為の是正勧告)

第十三条の三 知事は、事業者が不当な取引行為を行っていると認めるときは、当該事業者に対し、当該不当な取引行為を是正するよう勧告することができる。

2 第八条第二項及び第三項の規定は、前項の場合に準用する。

(平一六条例五六・追加)

(立入調査等)

第十三条の四 知事は、不当な取引行為が行われている疑いがあると認めるとき又は第十三条第一項の勧告を行うため必要があると認めるときは、当該事業者若しくはその者とその事業に関して関係のある事業者に対し、その業務に関し報告をさせ、又はその職員に、これらの事業者の事務所、工場、事業場、店舗若しくは倉庫に立ち入り、帳簿書類その他の物件を調査させ、若しくは関係者に質問させることができる。

2 第九条第二項から第五項までの規定は、前項の場合に準用する。

(平一六条例五六・追加)

(緊急被害防止措置)

第十三条の五 知事は、事業者が行う不当な取引行為により、相当多数の消費者に被害が生じ、又は生じるおそれがあると認められる場合において、当該不当な取引行為による被害の発生又は拡大を防止するため緊急の必要があると認めるときは、消費者に対し、速やかに、当該不当な取引行為の内容、これを行う事業者の氏名又は名称及び住所その他必要な情報を提供するものとする。

(平一六条例五六・追加)

(認証制度等の実施)

第十四条 知事は、事業者が第十条各号に掲げる事項につき、その推進を図るため、自主的かつ積極的にその事業活動を行うよう、別に定めるところにより認証制度を設ける等必要な施策を講ずるものとする。

(商品試験等の実施)

第十五条 知事は、消費生活に関する施策の実効を確保するため、商品等の試験、検査、調査等の体制を整備するとともに、必要に応じて試験、検査、調査等の結果を県民に周知させる等必要な施策の実施に努めるものとする。

第三章 生活関連物資の確保

(価格動向等の調査)

第十六条 知事は、県民の消費生活との関連性が高い物資（以下「生活関連物資」という。）について、必要に応じてその価格の動向、需給の状況及び流通の実態について調査するものとする。

（供給の確保等の協力の要請）

第十七条 知事は、生活関連物資の円滑な供給を確保するために必要があると認めるときは、当該生活関連物資の生産、輸入又は販売を行う事業者に対して、当該生活関連物資の供給の確保、供給のあつせんその他必要な協力を求めるものとする。

（平二五条例五五・一部改正）

（特定物資の指定）

第十八条 知事は、法令に特別の定めがあるもののほか、生活関連物資の価格が異常に上昇し、又は上昇するおそれがある場合において、当該生活関連物資の買占め又は売惜しみが行われ、又は行われるおそれがあるときは、当該生活関連物資を特定生活関連物資（以下「特定物資」という。）として指定することができる。

2 知事は、前項に規定する事態が消滅したと認めるときは、当該指定を解除するものとする。

（売渡しの指示又は勧告）

第十九条 知事は、特定物資の生産、輸入又は販売を行う事業者が買占め又は売惜しみにより当該特定物資を多量に保有していると認めるときは、当該事業者に対し、売渡すべき期限及び数量並びに売渡し先を定めて適正な価格で売渡しをすべきことを指示することができる。

2 知事は、前項の規定による指示を受けた事業者がその指示に従わなかつたときは、消費生活審議会の意見をきいて、当該事業者に対し売渡しをすべきことを勧告することができる。

3 第八条第二項及び第三項の規定は、前項の場合に準用する。

（平一六条例五六・一部改正）

（立入調査等）

第二十条 知事は、前条第一項の規定により指示又は同条第二項の規定により勧告を行うため必要があると認めるときは、特定物資の生産、輸入若しくは販売を行う事業者に対し、その業務に関し報告をさせ、又はその職員に、これらの事業者の事務所、工場、事業場、店舗若しくは倉庫に立ち入り、特定物資に関し、帳簿、書類その他の物件を調査させ、若しくは関係者に質問させることができる。

2 知事は、前項の規定により特定物資に関し、立入調査又は質問をさせた場合において、特に必要があると認めるときは、その職員に、当該特定物資を保管していると認められる事業者の倉庫その他の場所に立ち入り、当該特定物資に関し、帳簿、書類その他の物件を調査させ、又は関係者に質問させることができる。

3 第九条第二項から第五項までの規定は、前二項の場合に準用する。

(平一六条例五六・一部改正)

第四章 消費者苦情の処理及び訴訟資金の貸付け

(事業者等による消費者苦情の処理)

第二十一条 事業者及び事業者団体は、消費者から消費者苦情の申出があつたときは、迅速かつ適切に処理するとともに、これに必要な体制の整備に努めるものとする。

2 知事は、前項の体制の整備について、事業者又は事業者団体に対し、意見を述べ、又は助言することができる。

(平一六条例五六・一部改正)

(知事による消費者苦情の処理)

第二十二条 知事は、県民の消費生活に関する相談に応ずる体制の整備に努めるものとする。

2 知事は、消費者から消費者苦情の申出があつたときは、速やかにその内容を調査し、その解決を図るため、あつせんその他の必要な措置を講ずるものとする。

3 知事は、前項の規定による措置を講ずるため必要があると認めるときは、消費者苦情に係る事業者その他の関係者に対し、説明又は資料の提出を求めることができる。

4 知事は、前項の事業者その他の関係者が説明を拒み、若しくは虚偽の説明をし、又は資料の提出を拒み、若しくは虚偽の資料を提出した場合は、消費生活審議会の意見を聴いて、その旨を公表することができる。

5 知事は、第二項の規定による消費者苦情の申出があつた場合において、当該消費者苦情が県民の消費生活に影響を及ぼすものと認めるときは、消費者に対して、当該消費者苦情に係る商品等に関する情報を展示その他の方法により提供するものとする。

(平一六条例五六・一部改正)

(消費生活審議会による消費者苦情の処理)

第二十三条 知事は、前条第二項の規定による消費者苦情が同項の規定による措置

によつては解決が困難であると認める場合は、その解決を図るため、別に定めるところにより当該消費者苦情を消費生活審議会のあつせん又は調停に付することができる。

- 2 消費生活審議会は、あつせん又は調停を行うため必要があると認めるときは、当該あつせん又は調停に付された消費者苦情に係る事業者その他の関係者に対し、説明又は資料の提出を求めることができる。
- 3 知事は、第一項の規定により消費生活審議会のあつせん又は調停に付した消費者苦情のうち特に必要があると認めるものについて、消費生活審議会におけるあつせん又は調停の経過及び結果を公表するものとする。

(平七条例一七・平八条例九・平一六条例五六・一部改正)

(訴訟資金の貸付け)

第二十四条 知事は、事業者が供給等をする商品等によつて被害を受けた消費者が当該被害に係る事業者を相手とする訴訟（民事訴訟法（平成八年法律第百九号）第二百七十五条第一項の和解及び民事調停法（昭和二十六年法律第二百二十二号）による調停を含む。以下「消費者訴訟」という。）を提起する場合において、当該消費者訴訟が次の各号に掲げる要件の全てを満たすときは、当該消費者に対し、消費生活審議会の意見を聴いて、別に定めるところにより当該消費者訴訟に要する費用に充てる資金（以下「訴訟資金」という。）を貸し付けることができる。

- 一 消費生活審議会のあつせん又は調停によつても解決されなかつた消費者苦情に係るものであること。
- 二 一人当たりの被害額が別に定める額以下の被害に係るものであること。
- 三 同一又は同種の原因による被害が多数発生し、又は発生するおそれがある消費者苦情に係るものであること。
- 四 その他別に定める要件に該当するものであること。

(平八条例九・平一〇条例一四・平一六条例五六・平二五条例五五・一部改正)

(貸付金の返還等)

第二十五条 前条の規定により訴訟資金の貸付けを受けた者は、当該消費者訴訟が終了したときは、別に定めるところにより貸付金を返還しなければならない。

- 2 知事は、前項の規定にかかわらず、別に定めるところにより貸付金の全部又は一部の返還を猶予し、又は免除することができる。

第五章 消費者啓発、消費者の申出等

(消費者の啓発及び教育の推進)

第二十六条 知事は、消費者の自立を支援するため、消費生活に関する知識の普及及び情報の提供等消費者に対する啓発活動を推進するとともに、消費者が生涯にわたって消費生活について学習する機会があまねく求められている状況にかんがみ、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を講ずるものとする。

(平一六条例五六・全改)

(消費者団体の自主的な活動の促進)

第二十七条 知事は、県民の消費生活の安定及び向上を図るため、消費者団体の健全かつ自主的な活動が促進されるために必要な施策を講ずるものとする。

(平一六条例五六・全改)

第二十八条 削除

(平一六条例五六)

(消費者の申出)

第二十九条 消費者は、この条例の規定に違反する事業者の事業活動により、消費者の利益が侵害され、又は侵害されるおそれがあると認めるときは、別に定めるところにより知事にその旨を申し出て、適当な措置をとるべきことを求めることができる。

2 知事は、前項の申出があつた場合において、必要があると認めるときは、当該事業者若しくはその者とその事業に関して関係のある事業者に対し、その業務に関し報告をさせ、又はその職員に、これらの事業者の事務所、工場、事業場、店舗若しくは倉庫に立ち入り、帳簿書類その他の物件を調査させ、若しくは関係者に質問させることができる。

3 第九条第二項から第五項までの規定は、前項の場合に準用する。

4 知事は、第一項の申出があつた場合において、必要があると認めるときは、この条例による措置その他適当な措置を講ずるものとする。

(平一六条例五六・一部改正)

第六章 消費生活審議会

(平一六条例五六・改称)

(消費生活審議会の設置)

第三十条 知事の諮問に応じ、消費生活の安定及び向上を図る施策の策定及び実施に関する基本的事項について調査又は審議し、消費者苦情についてあつせん又は

調停を行い、並びに訴訟資金の貸付け等について審議するため、知事の附属機関として消費生活審議会（以下「審議会」という。）を設置する。

（平一六条例五六・一部改正）

（審議会の組織及び運営）

第三十一条 審議会は、委員二十人以内で組織する。

2 審議会の委員は、次に掲げる者のうちから知事が任命する。

一 学識経験者

二 消費者

三 事業者

3 委員の任期は、二年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

4 審議会に会長一人を置き、会長は、委員の互選によりこれを定める。

5 会長は、会務を総理し、審議会を代表する。

6 会長に事故あるときは、会長があらかじめ指名する委員が、会長の職務を代理する。

第三十二条及び第三十三条 削除

（平一六条例五六）

（規則への委任）

第三十四条 この条例に定めるもののほか、審議会の運営に関し必要な事項は、規則で定める。

（平一六条例五六・一部改正）

第七章 雑則

（国の機関及び他の地方公共団体との相互協力）

第三十五条 知事は、消費生活に関する施策を実施するに当たり、必要に応じ、国の機関又は他の地方公共団体に対して、情報の提供、調査の実施その他の必要な協力を求めるものとする。

2 知事は、国の機関又は他の地方公共団体からその実施する消費生活に関する施策について、情報の提供、調査の実施その他の必要な協力を求められたときは、その求めに応じるものとする。

（平一六条例五六・全改）

（国に対する措置の要請等）

第三十六条 知事は、前条第一項に定めるもののほか、県民の消費生活の安定及び

向上を図るため必要があると認めるときは、国に対し意見を述べ、又は必要な措置をとるよう求めるものとする。

(平一六条例五六・全改)

(規則への委任)

第三十七条 この条例に定めるもののほか、この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

附 則

この条例は、公布の日から施行する。

附 則 (平成七年条例第一七号)

この条例は、平成七年七月一日から施行する。

附 則 (平成八年条例第九号)

この条例は、平成八年四月一日から施行する。

附 則 (平成一〇年条例第一四号)

この条例は、公布の日から施行する。

附 則 (平成一一年条例第五五号)

この条例は、平成十二年四月一日から施行する。

附 則 (平成一六年条例第五六号)

この条例は、平成十六年十月一日から施行する。

ただし、目次の改正規定(「及び消費者苦情処理委員会」を削る部分に限る。)、第二十一条から第二十四条までの改正規定、第六章の章名の改正規定並びに第三十二条及び第三十三条の改正規定は、公布の日から施行する。

附 則 (平成二五年条例第五五号)

この条例は、平成二十五年十月一日から施行する。

5 福島県消費者教育推進地域協議会設置要綱

（目的）

第1条 県内の消費生活の安定及び向上に寄与するため、関係機関相互の連携の強化を図り、消費者教育を総合的・一体的に推進することを目的として、福島県消費者教育推進地域協議会（以下「地域協議会」という。）を設置する。

（所掌事務）

第2条 地域協議会は、次に掲げる事務を所掌する。

- （1）県内における消費者教育の推進に関して構成員相互の情報交換及び調整を行うこと。
- （2）福島県消費者教育推進計画の策定又は変更に関して意見を述べること。
- （3）その他、消費者教育を推進するために必要と認められること。

（組織等）

第3条 地域協議会は、知事が委嘱する委員二十名以内で組織する。

- 2 委員の任期は、二年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。
- 3 地域協議会に会長一人を置き、委員の互選によりこれを定める。
- 4 会長は、会務を総理し、地域協議会を代表する。
- 5 会長に事故あるときは、会長があらかじめ指名する委員が、会長の職務を代理する。
- 6 会長が必要と認めるときは、委員以外の者に出席を求めることができる。

（運営）

第4条 地域協議会の会議は必要に応じて会長が招集する。ただし、委員の任期満了に伴い新たに組織された地域協議会の最初に開催される会議は、知事が招集する。

- 2 会長は、地域協議会の会議の議長となる。
- 3 地域協議会の事務局は、生活環境部生活環境総室消費生活課に置く。

（その他）

第5条 この要綱に定めるもののほか、地域協議会の運営に関して必要な事項は、知事が別に定める。

附 則

- 1 この要綱は、平成26年1月8日から施行する。
- 2 設置の際の委員の任期は、平成26年7月24日までとする。

6 福島県消費者教育推進庁内連絡会議設置要綱

(目的)

第1条 県民の消費生活の安定及び向上に寄与するため、関係機関相互の連携の強化を図り、消費者教育を総合的・一体的に推進することを目的として、福島県消費者教育推進庁内連絡会議（以下「連絡会議」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 連絡会議は、次に掲げる事務を所掌する。

- (1) 福島県消費者教育推進計画の策定・見直しの検討
- (2) 福島県消費者教育推進計画の進行管理
- (3) その他、消費者教育に必要と認められること。

(連絡会議)

第3条 連絡会議は、生活環境部政策監及び別表に掲げる課（室）の課（室）長をもって構成するものとし、必要に応じて議長が招集する。

- 2 議長は、生活環境部政策監の職にある者をもって充てる。
- 3 議長が必要と認めるときは、委員以外の者に連絡会議への出席を求めることができる。

(ワーキンググループ)

第4条 連絡会議の下にワーキンググループを置き、連絡会議の所掌事項について具体的な調査検討を行う。

- 2 ワーキンググループは、消費生活課長及び連絡会議の各課（室）の担当主任主査等により構成するものとし、必要に応じて座長が招集する。
- 3 座長は、消費生活課長の職にある者をもって充てる。

(事務局)

第5条 連絡会議の事務局は、消費生活課に置く。

(その他)

第6条 この要綱に定めるもののほか、推進会議の運営に関して必要な事項は、議長が別に定める。

附 則

この要綱は、平成25年11月5日から施行する。

附 則

この要綱は、平成26年7月18日から施行する。

附 則

この要綱は、平成30年5月1日から施行する。

別表（第3条、第4条関係）

私学・法人課

情報政策課

生活環境総務課

消費生活課

国際課

高齢福祉課

健康増進課

こども・青少年政策課

商工総務課

農林企画課

社会教育課

義務教育課

高校教育課

特別支援教育課

健康教育課

生活安全企画課