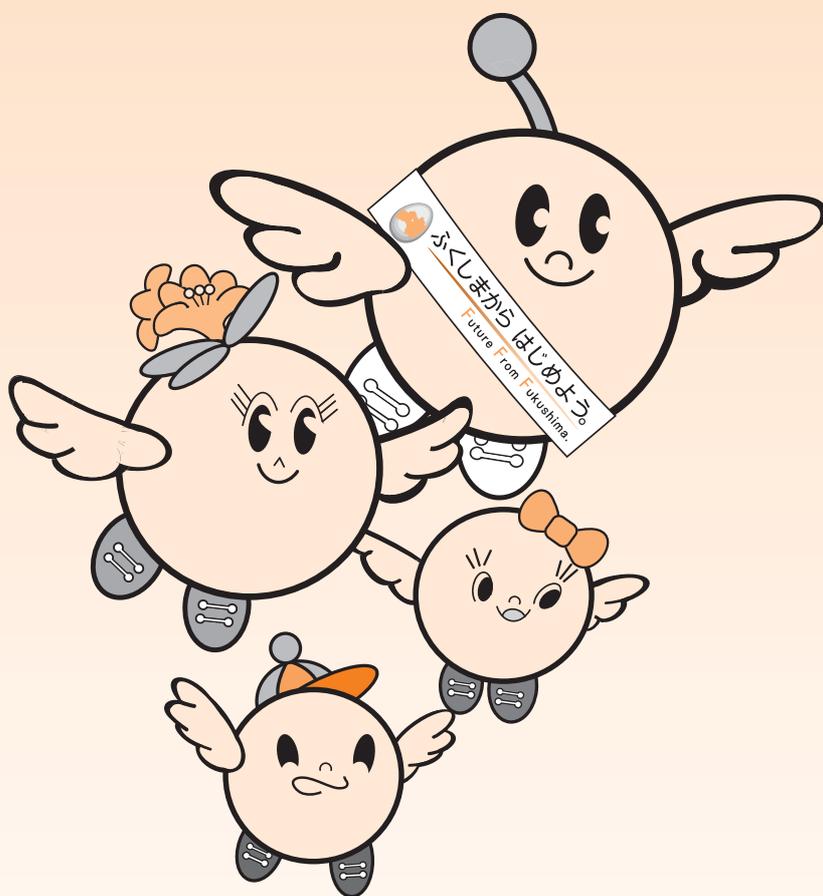


福島県消費者教育推進計画



平成26年12月

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	2
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 消費生活相談の状況（平成25年度）	
（1）相談件数の推移	6
（2）相談の状況	
相談案件当事者の状況	7
商品別（大分類）の相談状況	10
商品別（細分類）の相談件数	12
高齢者（70歳以上）の商品別相談件数	14
販売方法・手口別の相談件数及び架空請求等の相談件数	16
（3）東日本大震災に関連する相談の状況	19
3 消費者教育の推進の必要性	
（1）消費者の自立を支援	22
（2）消費者市民社会の形成に寄与	22

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	23
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	24
（2）場の特性に応じて実施	24
（3）各主体の役割と連携・協働	24
（4）関連教育との連携推進	25

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

就学前	27
小学校・特別支援学校小学部	29
中学校・特別支援学校中学部	32
高等学校・特別支援学校高等部	35
大学、専門学校等	38

(2) 地域社会

地域	41
家庭	43

(3) 職業域

44

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・特別支援学校等の教職員	45
(2) 大学等の教員及び外部団体の専門家	45
(3) 地域における消費者教育の担い手	46
(4) 消費者	46

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	47
食と放射能に関するリスクコミュニケーション	49
2 苦情処理・紛争解決の促進	52

V 計画の推進体制、進行管理

53

附属資料

1 平成26年度消費者教育関係事業一覧	附属資料1
2 消費者教育の推進に関する法律	附属資料2
3 福島県民の消費生活の安定及び向上に関する条例	附属資料3
4 福島県消費者教育推進地域協議会設置要綱及び名簿	附属資料4
5 福島県消費者教育推進庁内連絡会議設置要綱	附属資料5

はじめに（計画の基本的な考え方）

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」（以下「法」という。）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。

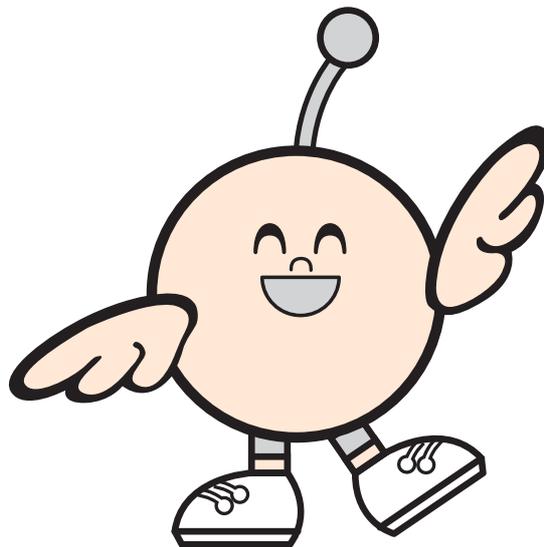
県では、この基本方針に基づき、国、市町村、関係団体等との連携・協働により、消費者教育を体系的・効果的に推進していくため、「福島県消費者教育推進計画」を策定することとしました。

2 計画の位置付け

この計画は、法第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。

消費者が支出する消費額は、平成25年は総額286兆円で、経済全体（国内総生産（GDP））の約6割を占め、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。経済の持続的な発展のためには、消費者が安心して消費活動を営める市場を構築することが重要です。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追及され、資源やエネルギーの消費量も増加の一途をたどっており、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26年8月には、25.8%となっており、平成72年には40%近くにまで上昇すると見込まれます。本県の高齢化率は、平成26年8月現在27.6%で、全国平均を1.8%上回っているなど高齢化がますます進行しています。それにより、身体能力、判断能力の低下に起因する消費者トラブルに巻き込まれるリスクの増加が懸念されます。

また、著しく増加している一人暮らしの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、相談件数は、架空請求が多かった平成16年度の192万件をピークに減少傾向でしたが、平成25年度は約92万5,000件と9年ぶりに前年度を上回りました。その中でも高齢者の消費生活相談件数は、高齢者人口の伸びと比較してもそれを大きく上回っており、前年度からも大幅に増加しました。健康食品の送りつけ商法や劇場型勧誘（注1）等の詐欺的投資の電話勧誘販売に関する相談の増加等が増加の要因となっており、被害額も多額になっています。

また、平成25年のインターネットの人口普及率は、約8割にのぼっており、インターネット関連の相談については、アダルト情報サイト、ワンクリック請求、オンラインゲーム等多岐にわたっています。さらには、急速に普及した携帯電話、スマートフォン等の情報通信機器によるSNS等の利用、取引の増加などもあげられます。

インターネットは、最新のニュースの入手、コミュニケーションの利便性、その簡便性による取引の増加等様々なメリットがある反面、有害サイト、虚偽情報、個人情報の流出、トラブルの国際化等多くの危険性をはらんでいます。

そのほか、メニュー表示問題、薬用化粧品による白斑トラブルなど、様々な消費者問題が相次いで発生しています。

消費者庁の消費者被害額の推計によると、国民の13人に1人が1年間に何らかの消費者被害にあっていることになり、消費者被害額（既支払額（信用供与含む）ベース）は6兆円で、これは、GDPの約1.2%、家計支出の約2.1%に相当しています。

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。

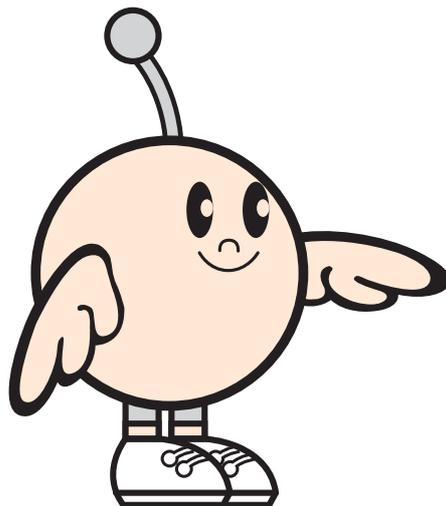
（注1）複数の業者が役回りを分担し、パンフレットを送り付けたり電話で勧誘したりするなど、消費者があたかも得をするように信じ込ませて実体不明の金融商品などを買わせる手口

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年度の約16,000件をピークとし減少傾向にありましたが、平成25年度は9年ぶりに増加に転じました。その中でも、消費生活相談における高齢者の比率は増加傾向が続いており、70歳以上の相談は全体の約20%、60歳以上の相談は40%近くを占めています。

高齢者の相談については、健康食品の送りつけ商法によるものや過去の被害回復を装った劇場型勧誘等の電話勧誘や訪問販売によるものが多くなっています。また、パソコンや携帯電話を通じた情報利用に関する相談は依然として多く、そのほか架空・不当請求、フリーローン・サラ金等多岐にわたっており、内容も多様化・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。

本県の消費生活相談の状況については、次のとおりです。



2 消費生活相談の状況（平成25年度）

（1）相談件数の推移

平成25年度に県消費生活センターに寄せられた相談件数は6,389件で、平成24年度比較で305件、率にして5.0%増加しました。

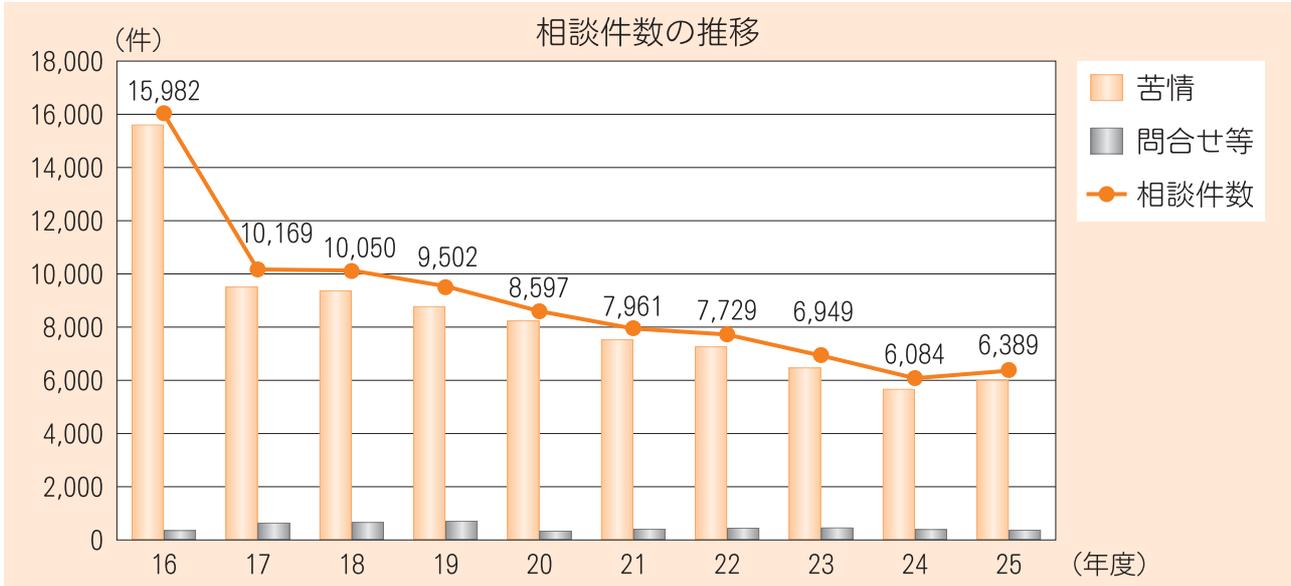
相談件数6,389件のうち、商品、役務等に関する苦情相談は6,011件（構成比94.1%）、情報提供を含む問合せ等は378件（同5.9%）となっています（表 - 1）。

表 - 1 相談受付状況

	25年度	24年度	比較増減（件、率）	
相談件数	6,389件	6,084件	305件	5.0%
苦情	6,011件	5,680件	331件	5.8%
問合せ等	378件	404件	26件	6.4%

相談件数は、身に覚えのない料金をハガキにより請求される架空請求等がその40%近くを占めた平成16年度の15,982件をピークとし、その後官民あげた被害撲滅に向けた注意喚起の取組もあり、全国同様に減少傾向にありました。しかし、平成25年度は、電話勧誘等による健康食品の送りつけ商法に関する相談の増加等により、相談件数は9年ぶりに前年度を上回りました（グラフ1）。

相談件数の推移（グラフ1）



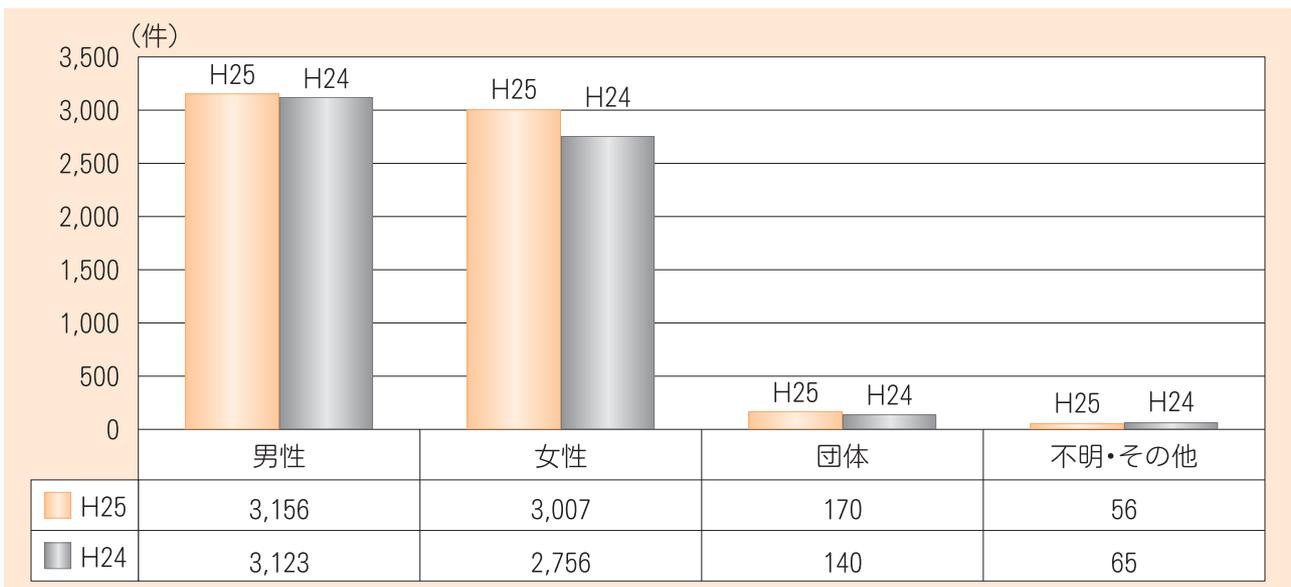
(2) 相談の状況

① 相談案件当事者の状況

ア 性別等

平成25年度の男女別構成比は、男性が3,156件（構成比49.4%）、女性が3,007件（同47.1%）、団体が170件（同2.7%）となっており、引き続き男性の相談が多くなっています（グラフ2）。

(グラフ2)



平成24年度の構成比 男性51.3%、女性45.3%、団体が2.3%

相談者と相談案件当事者が異なる場合は当事者で計上しています（以下同じ）。

イ 年代及び職業別等

年代別では70歳以上が1,310件（構成比20.5%）と最も多く、次いで60歳代1,093件（同17.1%）、40歳代1,050件（同16.4%）の順になっています（表 - 2）（グラフ3）。

消費生活相談における高齢者の比率は増加傾向が続き、70歳以上の相談は全体の約20%、60歳以上の相談は40%近くを占めています。

職業別では、平成24年度同様、給与生活者、無職、家事従事者の順に多くなっており、企業・団体、無職、自営・自由業の伸び率が大きくなっています（表 - 3）（グラフ4）。

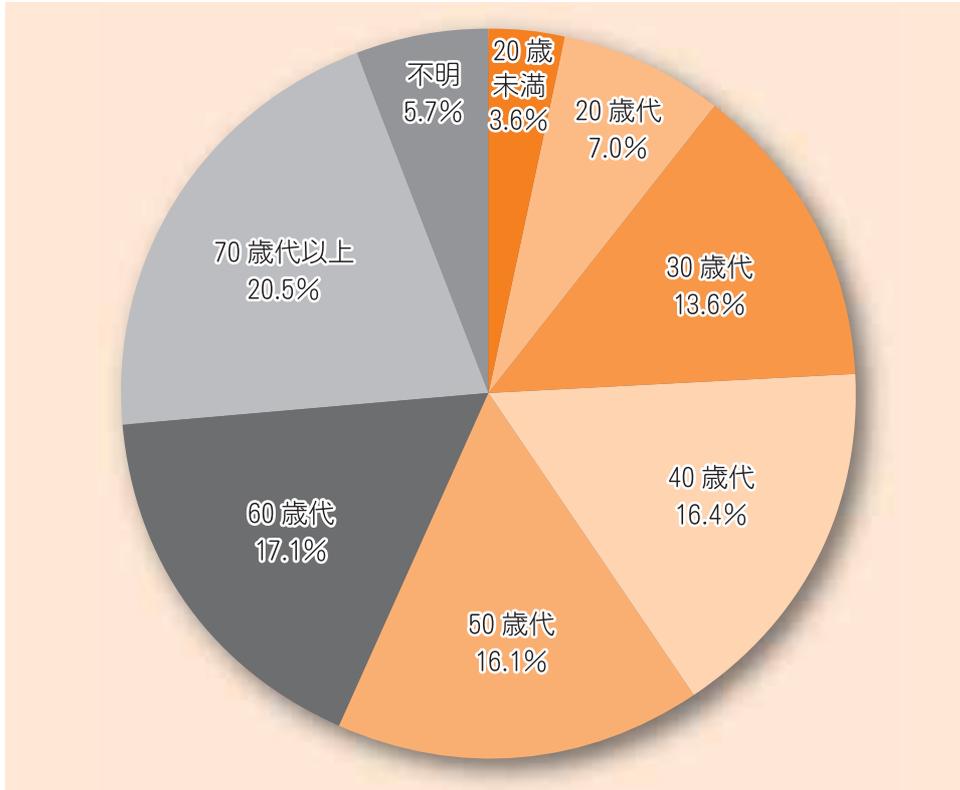
表 - 2 年代別（職業）の状況（H25）

職業	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明等	合計
給与生活者	16	306	565	621	579	183	16	46	2,332
自営・自由業	0	9	58	89	138	143	67	11	515
家事従事者	1	27	132	172	158	157	54	5	706
学生	195	44	2	0	0	0	0	1	242
無職	15	52	86	134	112	558	1,142	18	2,117
行政機関	0	0	0	0	0	0	0	11	11
企業・団体	0	0	0	0	0	0	0	158	158
相談窓口	0	0	0	0	0	0	0	1	1
不明	0	11	26	34	42	52	31	111	307
合計	227	449	869	1,050	1,029	1,093	1,310	362	6,389
同構成比	3.6%	7.0%	13.6%	16.4%	16.1%	17.1%	20.5%	5.7%	100.0%
H24件数	209	544	940	1,045	980	1,021	984	361	6,084
同構成比	3.4%	8.9%	15.5%	17.2%	16.1%	16.8%	16.2%	5.9%	100.0%
伸び率(件数)	8.6%	17.5%	7.6%	0.5%	5.0%	7.1%	33.1%	0.3%	5.0%

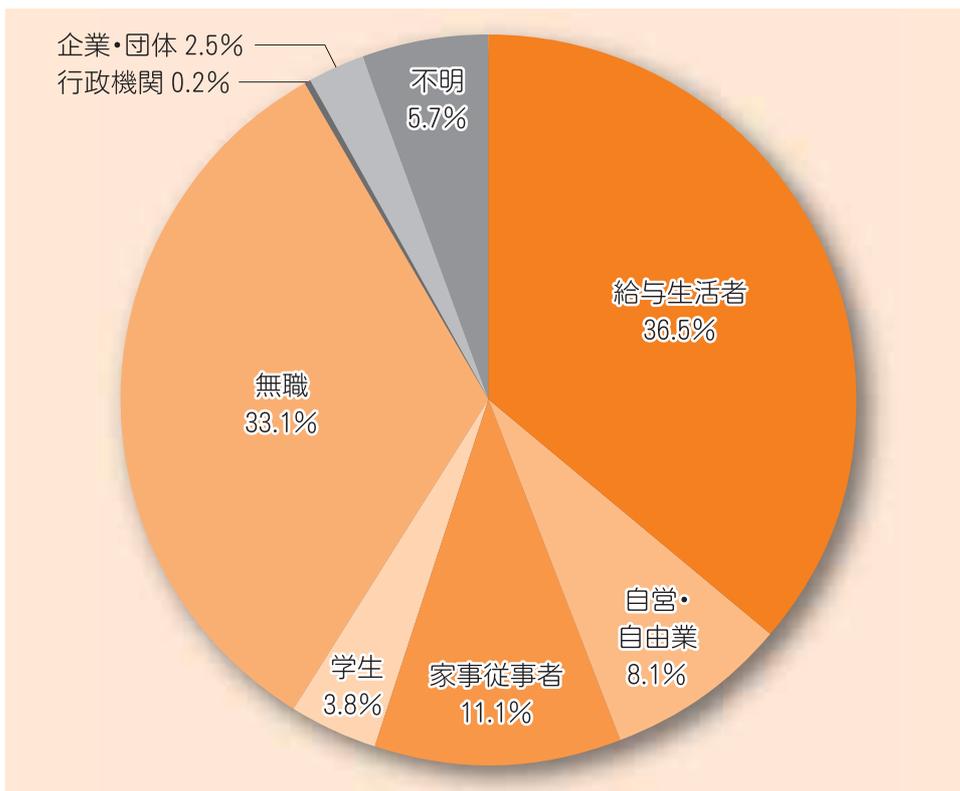
表 - 3 職業別の状況

職業	H25件数	同構成比	H24件数	同構成比	比較増減（件、率）	
給与生活者	2,332	36.5%	2,410	39.6%	78	3.2%
自営・自由業	515	8.1%	445	7.3%	70	15.7%
家事従事者	706	11.1%	759	12.5%	53	7.0%
学生	242	3.8%	242	4.0%	0	0%
無職	2,117	33.1%	1,811	29.8%	306	16.9%
行政機関	11	0.2%	16	0.3%	5	31.3%
企業・団体	158	2.5%	123	2.0%	35	28.5%
相談窓口	1	0%	0	0%	1	0%
不明	307	4.7%	278	4.5%	29	10.4%
合計	6,389	100.0%	6,084	100.0%	305	5.0%

グラフ3 (表 - 2 年代別の状況)



グラフ4 (表 - 3 職業別の状況)



② 商品別（大分類）の相談状況

商品別（大分類）から相談状況をみると、役務関係の相談が最も多く2,857件（構成比44.7%）で、次いで商品に関する相談が2,526件（同39.5%）、商品関連が501件（同7.8%）、他の相談が505件（同7.9%）となっており、平成24年度と比べて商品関連と他の相談の順序が逆転しました。役務関係の相談では、「運輸・通信サービス」、「金融・保険サービス」に関する相談が多くなっています。平成24年度に大幅に減少した「金融・保険サービス」はほぼ横ばいとなっています（表 - 4）。

表 - 4 商品別（大分類）

商 品 等	H25相談 件 数 ①	う ち 苦情件数	内 容 別					
			安全・ 衛 生	品質・機能 ・役務品質	法規・ 基 準	価格・ 料 金	計量・ 量 目	
商 品	商品一般	232	215	0	3	9	13	0
	食料品	852	788	284	274	152	83	6
	住居品	196	189	23	65	6	28	0
	光熱水品	47	43	6	8	4	16	3
	被服品	234	231	5	32	10	42	0
	保健衛生品	156	145	33	45	3	26	0
	教養娯楽品	398	383	9	68	11	57	0
	車両・乗り物	180	179	11	60	4	41	0
	土地・建物・設備	216	199	17	43	13	35	1
	他の商品	15	15	1	4	3	1	0
	（小計）	2,526	2,387	389	602	215	342	10
商 品 関 連	クリーニング	22	21	0	14	0	1	0
	レンタル・リース・賃借	245	235	6	30	11	65	0
	工事・建築・加工	181	178	13	59	13	46	0
	修理・補修	49	48	3	20	1	19	0
	管理・保管	4	4	0	0	0	0	0
	（小計）	501	486	22	123	25	131	0
役 務	役務一般	28	28	0	0	0	5	0
	金融・保険サービス	687	660	3	8	37	107	0
	運輸・通信サービス	1,430	1,411	0	20	18	332	0
	教育サービス	41	38	0	1	3	10	0
	教養・娯楽サービス	161	159	1	6	7	36	0
	保健・福祉サービス	206	130	78	93	19	28	0
	他の役務	210	192	6	11	11	36	0
	内職・副業・ねずみ講	26	25	0	1	1	5	0
	他の行政サービス	68	48	5	5	16	0	0
（小計）	2,857	2,691	93	145	112	559	0	
他 の 相 談	505	447	0	0	0	0	0	
総 数	6,389	6,011	504	870	352	1,032	10	

「運輸・通信サービス」は「デジタルコンテンツ」が大多数を占め、次いで「インターネット接続回線」となっています。

商品では、「食料品」が大きな割合（33.7%）を占めていますが、これは電話勧誘による「健康食品（注2）」や冷凍食品の農薬検出問題による「冷凍調理食品」に関する相談が多く寄せられたためです。

商品関連は、「クリーニング」が例年並みですが、東日本大震災関連相談が落ち着いたため、全体的に減少しています（表 - 4）。

（注2）高麗人参、クロレラ、ローヤルゼリー等

相談件数									H24相談 件数②	比較増減率 ①/②-100
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		
19	157	142	19	0	0	1	1	1	142	63.4%
98	475	457	97	10	0	1	4	2	711	19.8%
21	92	134	32	2	0	1	2	1	193	1.6%
0	11	27	6	0	1	0	1	0	64	26.6%
38	156	202	40	1	0	0	1	0	194	20.6%
16	74	108	18	1	0	1	0	1	122	27.9%
43	232	299	66	0	0	3	0	1	355	12.1%
14	52	159	47	0	0	0	0	0	190	5.3%
3	90	159	24	0	2	0	1	1	195	10.8%
0	6	10	1	0	0	0	0	0	19	21.1%
252	1,345	1,697	350	14	3	7	10	7	2,185	15.6%
1	3	17	9	0	0	0	0	0	20	10.0%
3	39	225	39	0	1	0	0	0	253	3.2%
0	49	152	47	0	1	0	0	0	211	14.2%
3	15	38	9	0	0	0	0	0	61	19.7%
0	1	2	0	0	2	0	0	0	7	42.9%
7	107	434	104	0	4	0	0	0	552	9.2%
0	16	27	0	0	0	0	0	0	20	40.0%
35	244	606	78	0	0	5	2	3	675	1.8%
182	1,084	1,336	107	0	1	0	1	0	1,504	4.9%
2	15	37	9	0	0	0	0	1	17	141.2%
20	92	137	29	0	0	0	0	0	142	13.4%
5	29	76	28	0	1	3	3	3	176	17.0%
18	104	163	31	0	1	1	1	3	214	1.9%
3	23	24	2	0	0	0	0	0	14	85.7%
0	5	27	11	0	2	1	1	8	73	6.8%
265	1,612	2,433	295	0	5	10	8	18	2,835	0.8%
0	0	0	0	0	0	0	0	505	512	1.4%
524	3,064	4,664	749	14	12	17	18	530	6,084	5.0%

③ 商品別（細分類）相談件数

商品別（細分類）で相談件数の多い上位（10位）は表 - 5 のとおりです。平成24年度同様に「デジタルコンテンツ」（パソコンや携帯電話を通じた情報利用に関するトラブル等）が最も多く、アダルトサイト等において料金や利用規約等の説明がないままクリックすると「登録完了」や「料金請求」の画面が表示されたとする「ワンクリック請求」が537件と半数近くを占めています。「お金をあげる」、「恋人になってほしい」等と言って有料サイトにアクセスさせる「サクラサイト商法」は平成24年度より減少しています。

件数は減少傾向ですが、次いで多いのが、「フリーローン・サラ金」（消費者金融等の用途が限定されないローン等の相談、主に多重債務等）、次に「消費生活以外の相談」（個人間金銭貸借や交通事故等の消費生活相談ではない相談）、「商品一般」、「健康食品（注2 P11参照）」、「不動産貸借」（アパート退去時の敷金トラブル等）、「工事・建築」となっています。「健康食品」及び「他の健康食品（注3）」が増加しているのは、平成24年度より大幅に件数が増加した送りつけ商法によるものです。また、「インターネット接続回線」（プロバイダや光回線に関する相談）が平成24年度に引き続き増加しています（表 - 5）（グラフ5）。

（注3）「注2の健康食品以外の健康食品」

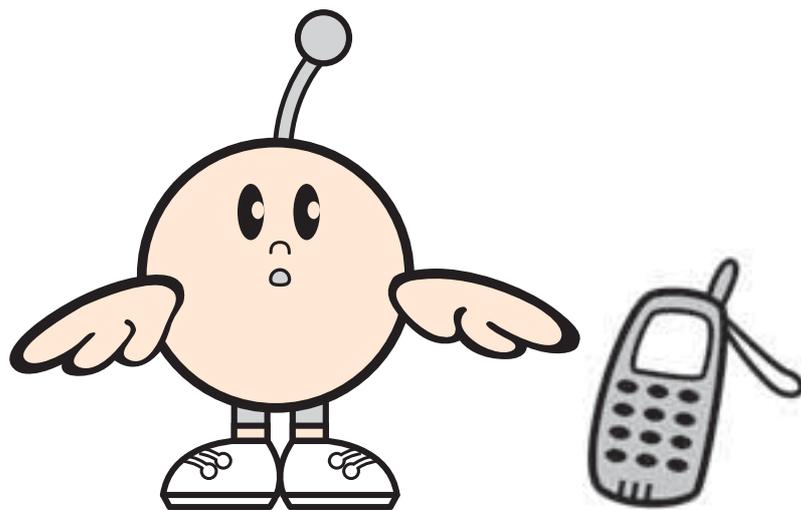
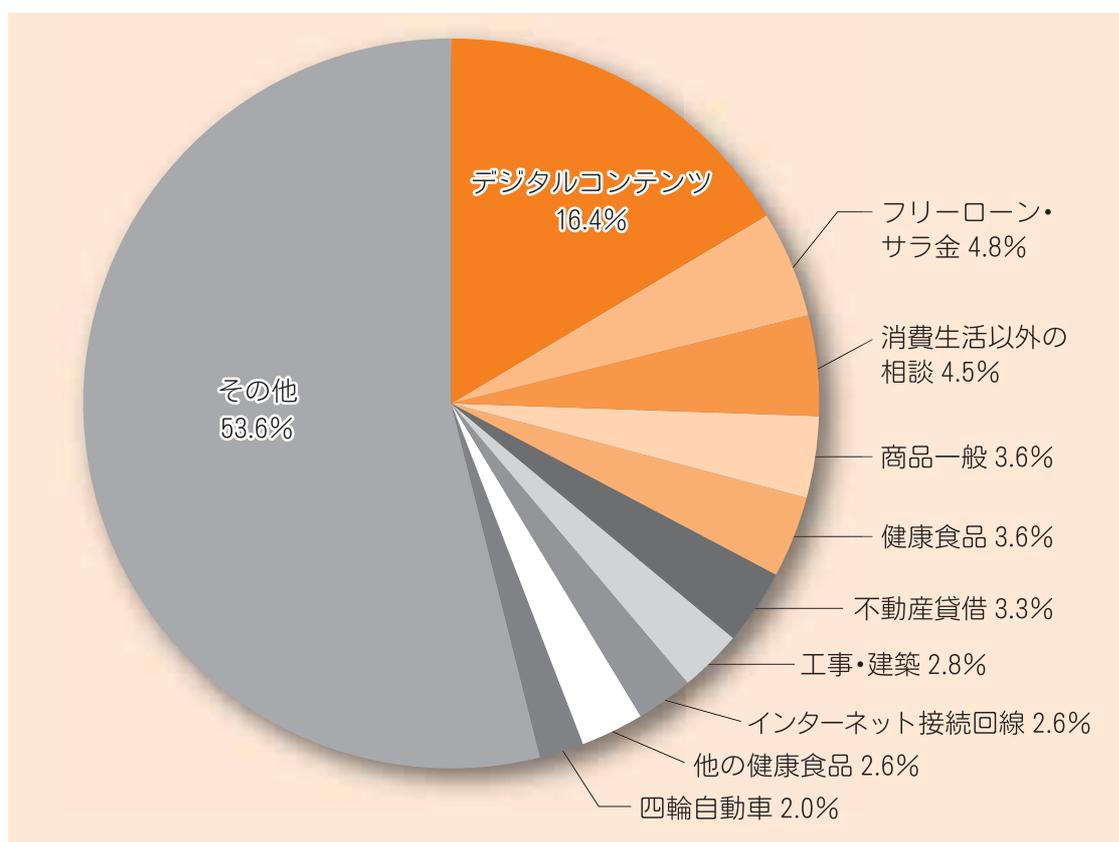


表 - 5 商品別（細分類）相談件数

順位	商 品	25年度	24年度(24年度の順位)	比較増減 (件、率)
1	デジタルコンテンツ	1,046	1,124 (1)	78 6.9%
2	フリーローン・サラ金	308	345 (2)	37 10.7%
3	消費生活以外の相談	292	317 (3)	25 7.9%
4	商品一般	232	142 (7)	90 63.4%
5	健康食品(注2 P11参照)	221	94 (10)	127 135.1%
6	不動産貸借	214	211 (4)	3 1.4%
7	工事・建築	180	221 (5)	41 18.6%
8	インターネット接続回線	175	122 (9)	53 43.4%
9	他の健康食品(注3 P12参照)	166	93 (-)	73 78.5%
10	四輪自動車	129	140 (8)	11 7.9%
	その他	3,426	3,275	151 4.6%
	合 計	6,389	6,084	305 5.0%

グラフ5 (表 - 5 商品別（細分類）相談件数)



④ 高齢者（70歳以上）の商品別相談件数

高齢者（70歳以上）の商品別相談件数は表 - 6 のとおりですが、平成24年度と比べて特徴的であったのは、「健康食品（注2 P11参照）」の増加です。

その多くはいわゆる送りつけ商法に関する相談で、自宅に電話があり、注文した覚えのない健康食品を「以前注文いただいた健康食品が出来たので送る」などと言われ、代引き配達で送りつけられるものです。特に4月、5月が増加傾向にありました。

平成24年度比で倍増している「ファンド型投資商品」には、勧誘に前後してパンフレット等が送りつけられ、その購入権利を買い取りたい、代理で購入してくれれば謝金を払うなどと電話がかかってくる劇場型勧誘（注1。P4参照）が多く見受けられました。

「インターネット接続回線」についても平成24年度比で大きく増加しており、相談内容としては、「電話料金が安くなると言われ、インターネット回線のリース契約をしたが、インターネットを使わないので解約したい」など、通信のしくみや操作に不慣れなためトラブルに巻き込まれるケースが見られるほか、頻繁な勧誘電話についての苦情なども多く寄せられています。

なお、70歳以上の高齢者の相談件数は、平成24年度と比べて、326件の増加で33.1%の増加率となっています（表 - 6）。

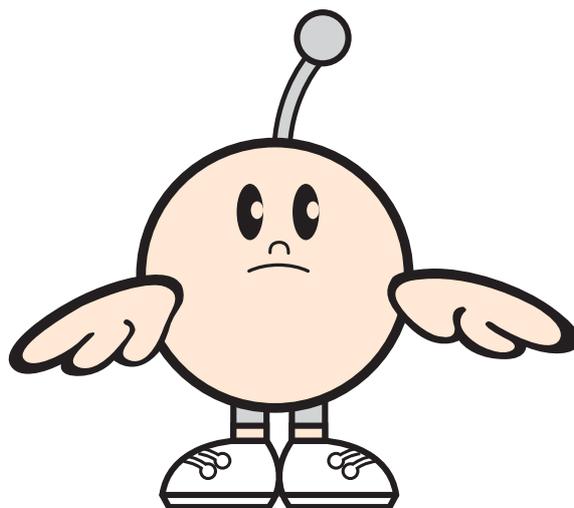
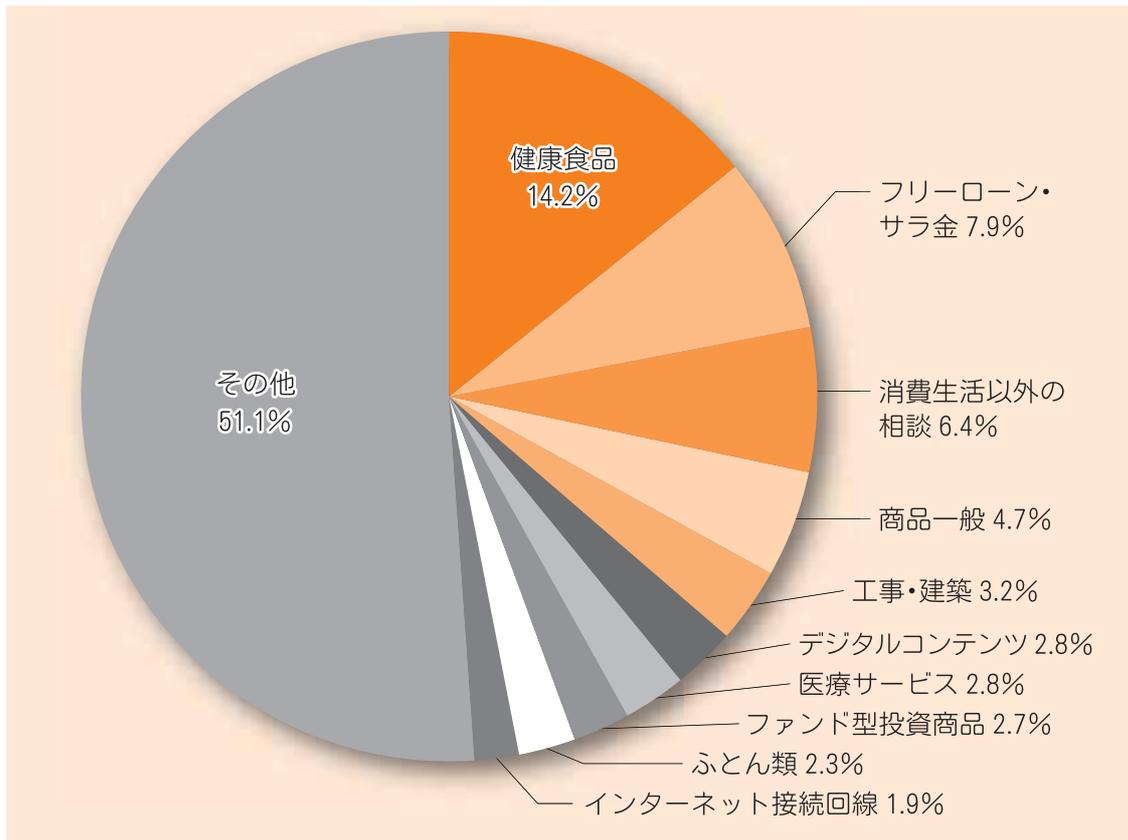


表 - 6 高齢者（70歳以上）の商品別相談件数

順位	商 品	25年度	24年度(24年度の順位)	比較増減 (件、率)
1	健康食品(注2 P11参照)	186	59 (1)	127 215.3%
2	フリーローン・サラ金	103	52 (3)	51 98.1%
3	消費生活以外の相談	83	25 (8)	58 232.0%
4	商品一般	61	45 (4)	16 35.6%
5	工事・建築	42	55 (2)	13 23.6%
6	デジタルコンテンツ	37	20 (10)	17 85.0%
6	医療サービス	37	25 (8)	12 48.0%
8	ファンド型投資商品	36	17 (-)	19 111.8%
9	ふとん類	30	31 (6)	1 3.2%
10	インターネット接続回線	25	14 (-)	11 78.6%
	その他	670	641	29 4.5%
	合 計	1,310	984	326 33.1%

グラフ 6 (表 - 6 高齢者 (70歳以上) 商品別相談件数)



⑤ 販売方法・手口別の相談件数及び架空請求等の相談件数

販売方法・手口別の相談件数の上位は表 - 7 のとおりです。「強引」な勧誘やワンクリック請求などを含む「インターネット通販」が多いのは平成24年度同様ですが、「電話勧誘」に関する相談の増加が顕著です。「インターネット通販」に関する相談で最も多い役務は「アダルト情報サイト」で563件です。「電話勧誘」で多く見られる商品は「健康食品（注2 P11参照）」136件、「他の健康食品（注3 P12参照）」97件、「商品一般」67件、「インターネット接続回線」55件、「光ファイバー」50件です。

表 - 7 販売方法・手口別相談件数（全体 上位10位）

順位	販売方法・手口	H25	H24	比較増減（件、率）		特 徴
1	強引	1,580	1,471	109	7.4%	事業者の勧誘時等に、脅迫とまで言えないが、執拗、威圧的な態度、不退去と消費者が感じたもの。
2	インターネット 通販	1,323	1,208	115	9.5%	インターネットによる申込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	電話勧誘	785	601	184	30.6%	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。
4	説明不足	498	500	2	0.01%	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	虚偽説明	495	406	89	21.9%	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。
6	詐欺	442	360	82	22.8%	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。
7	無料商法	304	360	56	15.6%	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）
8	家庭訪問販売	264	235	29	12.3%	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	ネガティブ オプション	185	84	101	120.2%	送りつけ商法のこと。消費者が契約していないことを承知で業者が商品を送付するもの。
10	利殖商法	123	102	21	20.6%	利殖になることを強調して投資や出資を勧誘する商法。

70歳以上の高齢者については、表 - 8 のとおりです。「電話勧誘」や「強引」な勧誘、「ネガティブオプション」に関する相談が多いことが特徴です。「電話勧誘」に関する相談で多い商品は「健康食品 (注2 P11参照)」や「他の健康食品 (注3 P12参照)」、「商品一般」、「ファンド型投資商品」です。

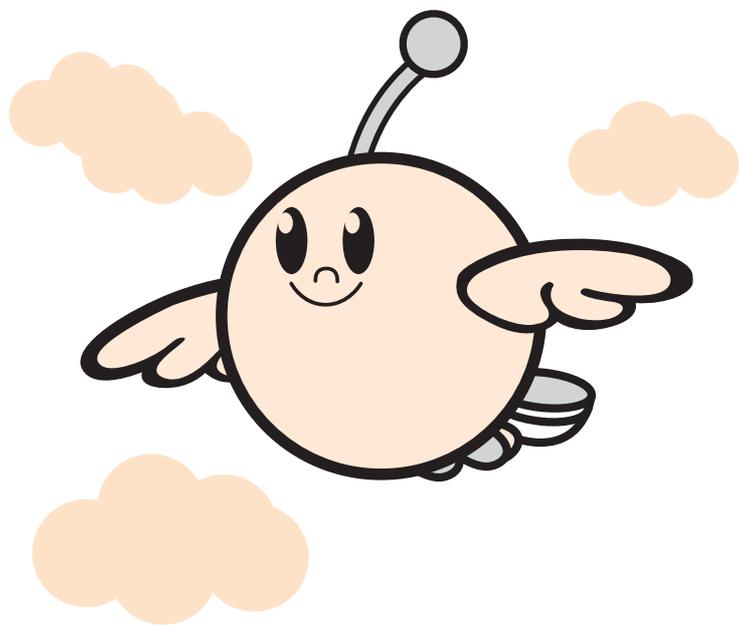
表 - 8 販売方法・手口別相談件数 (70歳以上 上位10位)

順位	販売方法・手口	H25	H24	比較増減(件、率)		特 徴
1	電話勧誘	376	196	180	91.8%	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。
2	強引	370	243	127	52.3%	事業者の勧誘時等に、脅迫とまで言えないが、執拗、威圧的な態度、不退去と消費者が感じたもの。
3	虚偽説明	167	90	77	85.6%	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	ネガティブオプション	134	42	92	219.1%	送りつけ商法のこと。消費者が契約していないことを承知で業者が商品を送付するもの。
5	詐欺	99	82	17	20.7%	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。
6	家庭訪問販売	96	84	12	14.3%	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。
7	利殖商法	50	26	24	92.3%	利殖になることを強調して投資や出資を勧誘する商法。
8	インターネット通販	45	23	22	95.7%	インターネットによる申込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)
9	二次被害	41	25	16	64.0%	被害にあった人を再び勧誘して二次的な被害を与えること。
10	次々販売	33	24	9	37.5%	一人の消費者に次から次へと契約させるような売り方で行う販売方法。

架空請求等に関する相談件数は802件です。「架空請求」が減少した一方、ワンクリック請求が再び増加に転じています（表 - 9）。

表 - 9 架空請求等の相談件数

内 訳	H25	H24	比較増減（件、率）		特 徴
架空請求	261	307	46	15.0%	ハガキやパソコン・携帯電話の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送金させる。 架空請求の請求手段は、ハガキから電子メールへと変化しており、請求名目としては、「有料サイト利用料」、「総合情報サイト利用料」などのデジタルコンテンツの料金が多くなっています。
ワンクリック請求	541	509	32	6.3%	メールやホームページにおいて、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。
融資保証金詐欺	0	0	0	-	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。
還付金詐欺	0	0	0	-	官公庁の名前を名乗り、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、実際はATMから振り込ませる。



(3) 東日本大震災に関連する相談の状況

平成23年3月11日に発生した東日本大震災関連の相談は、平成25年度は247件で全相談件数の4.1%となり、全相談件数に占める割合は年々減少しています。しかし、原発事故により、放射性物質が放出されたことに関連して、野菜、米等の食品に含まれる放射性物質に関する相談は、依然として寄せられています。

平成25年度の相談では、平成24年度に引き続き「野菜」に関する相談が最も多くなっています。「野菜」の中で多かったものは豆類、梅、いも類、きゅうりです。

表 - 10 商品別相談件数（東日本大震災関連）（震災後～平成25年度）

順位	平成23年3月14日～31日		構成比	平成23年度		構成比
	相談件数	810		相談件数	6,949	
	うち震災関連相談件数	682	84.2%	うち震災関連相談件数	1,850	26.6%
1	ガソリン	258	37.8%	野菜	199	10.7%
2	消費生活以外の相談	43	6.3%	不動産貸借	173	9.4%
3	不動産貸借	42	6.2%	工事・建築	158	8.5%
4	行政サービス	24	3.5%	消費生活以外の相談	106	5.7%
5	水道水	18	2.6%	保健衛生品その他	93	5.0%
6	野菜	18	2.6%	米	88	4.8%
7	商品一般	17	2.5%	行政サービス	74	4.0%
8	食料品一般	13	1.9%	井戸水等	64	3.5%
9	フリーローン・サラ金	12	1.8%	果実	62	3.4%
10	工事・建築	10	1.5%	フリーローン・サラ金	61	3.3%
	灯油	10	1.5%			
	その他	217	31.8%	その他	772	41.7%
	合計	682	100%	合計	1,850	100%

平成23年3月14日～平成23年9月は土・日・祝日も相談窓口を開設

食品ではほかに「米」、「果実」に関する相談も上位にあり、「果実」では、柿に関する相談が多くなっています。

二番目に多かったのは「工事・建築」で、屋根修理や新築工事に関する相談が多く、「業者に屋根の修繕工事をしてもらったが雨漏りがひどくなった」、「業者に新築工事の図面の書き直しを依頼したが連絡がこない」等の契約トラブルに関する相談が寄せられています。

商品別分類による相談件数上位（10位）は表 - 10のとおりです。

平成24年度		構成比	平成25年度		構成比
相談件数	6,084		相談件数	6,389	
うち震災関連相談件数	564	9.3%	うち震災関連相談件数	247	3.9%
野菜	145	25.7%	野菜	62	25.1%
工事・建築	47	8.3%	工事・建築	26	10.5%
果実	42	7.4%	米	15	6.1%
米	31	5.5%	果実	13	5.3%
不動産貸借	29	5.2%	不動産貸借	13	5.3%
消費生活以外の相談	27	4.8%	消費生活以外の相談	12	4.9%
行政サービス	20	3.5%	行政サービス	10	4.0%
フリーローン・サラ金	13	2.3%	デジタルコンテンツ	8	3.2%
保健衛生品その他	11	2.0%	テレビ放送サービス	4	1.6%
デジタルコンテンツ	10	1.8%	住宅ローン	4	1.6%
井戸水等	10	1.8%	現住宅等	4	1.6%
			井戸水等	4	1.6%
その他	179	31.7%	その他	72	29.2%
合計	564	100%	合計	247	100%

東日本大震災後の主な相談事例（震災関連）

<震災後1か月>

品不足関係

- ・ガソリンが品切れで入手できない。どこで販売しているか。入荷の見込みはいつか。
- ・ガソリンが不足したため、買い物に行けない。病院にも行けない。

放射能関係

- ・洗濯物を外に干したいが放射能が心配。どうしたらよいか。
- ・本県産の小松菜と隣県産のほうれん草を買ったが大丈夫か。
- ・避難地域に隣接している市町村産の卵、シャモ肉は安全か。

住宅関係

- ・避難指示が出て避難したが、賃貸アパートの家賃を支払わなければならないか。
- ・震災で屋根の瓦が落ちた。建築工事が手抜きだったのではないか。

悪質商法関連

- ・災害被災者に対し義援金を振り込むので、口座番号を教えてほしいという電話があった。
- ・石塀が壊れた。片付けてあげると業者が訪問、処分料は30万円だと言われた。
- ・携帯電話に「地震速報」というメールが届いた。確認すると、「詳細情報はこちら」とあったため、貼付されていたアドレスをクリックしたところ出会い系サイトにつながった。そのサイトに入っただけで、「利用料金1万円を払うように」という表示が出た。

<震災後6か月>

放射能関係

- ・ネット通販で放射線測定器を注文したが、届くのも遅いし、キャンセルしたい。
- ・庭でトマトを栽培しているが、放射線量が気になる。食べても大丈夫なのだろうか。
- ・県内産や近隣の野菜しか売っていない。危険性のある野菜は出荷停止にしてほしい。
- ・放射能汚染で肉牛の出荷が停止された。肉から出るなら乳にも出るのではないか。

住宅関係

- ・原発避難区域で、戻れる保証がないまま住宅ローンの返済だけ続いている。救済措置はないのか。
- ・震災で賃貸マンションに損傷があったが、大家が修繕してくれない。
- ・震災後アパートが壊れ、修理することとなったが、見積が300万円である。高過ぎないか。
- ・住宅が全壊したので解体工事を依頼したところ、工事完了後に500万円を請求された。高過ぎないか。

悪質商法関連

- ・放射性物質を吸着するフィルターを買ったが、メーカーに確認したらそのような効果はないと言われた。
- ・団体名を名乗らず「義援金として不要の金を買取りしたい」と訪問された。
- ・被ばくに効果があるサプリメントを代引き払いで注文したが、その業者が逮捕された。

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、消費生活のあらゆる領域について体系的に消費者教育を実施していきます。

【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

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 効果的な消費者教育の推進

消費者教育は、知識を一方向的に与えることではなく、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) 場の特性に応じて実施

消費者教育を効果的に進めるために、学校、地域、家庭、職域等の様々な場の特性に対応して実施します。

(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。市町村は、消費者の生活に密着した存在であり、幅広く住民生活に関わる行政を担っていることから、その地域特性にあった内容や手法で消費者教育に取り組むことができ、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、現在の本県の状態を踏まえた「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

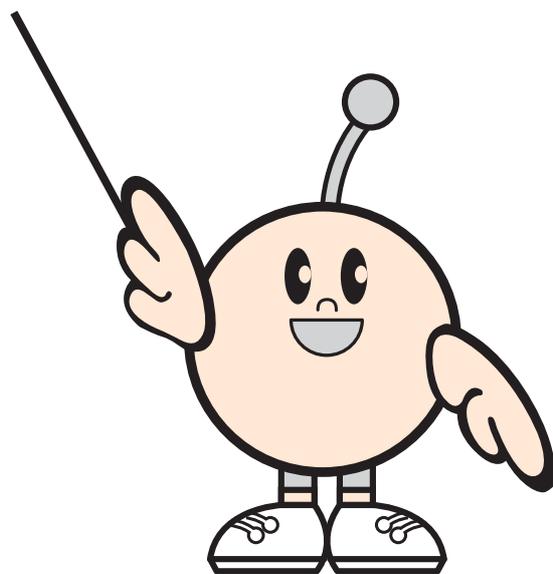
障がいのある子どもたちが地域で共に学び、共に生きることができるよう、医療、保健、福祉、教育、労働などの関係機関と連携を深めながら、一人一人のニーズに対応した特別支援教育の充実を図ります。

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。



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

学校教育においては、幼児、児童及び生徒の「生きる力」を育むことを目指し、生涯にわたり学習する基盤が培われるよう、基礎的な知識及び技能を習得させるとともに、これらを活用して課題を解決するために必要な思考力、判断力、表現力等の能力を育み、主体的に学習に取り組む態度を養うことを理念としています。

消費者教育に関しては、平成18年に改正された教育基本法を踏まえ、平成20年及び21年に改訂された小・中・高等学校の学習指導要領においては、社会科や家庭科などを中心に教育内容が充実されました。

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。

目 標	取 組 内 容 [主 な 担 当 課]
消費者市民社会の構築 ・ 買い物への関心を持つ ・ 物を大切に作る心の育成 ・ 協力の大切さの理解	・ おつかいや買い物に関心を持たせ、欲しいものがあつた時にどうするか等の教育を支援 ・ 身の回りの物を大切に使用すること等の教育を支援 ・ 望ましい食習慣や知識の指導、食べ物を大切に作る心の育成等の教育の支援 ・ 約束や決まりを理解し守ること、協力することの大切さの教育の支援 〔消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・子育て支援課・健康増進課 義務教育課・特別支援教育課〕
商品等の安全 ・ 暮らしの中の危険や、物の安全な使い方に気づく	・ 乳幼児の事故及び事故防止に関する情報の提供 ・ 危険な場所、危険な遊び方等をしないことの教育への支援 ・ 火事や地震等の災害時の行動の教育への支援 ・ 事故、被害に気づき、それを身近な大人に伝えることの教育への支援

	消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・子育て支援課・義務教育課 特別支援教育課
生活の管理と契約 ・困ったことがあったら身近な大人に伝える ・約束、きまりを理解し守る ・欲しいものがあったときはよく考え、時にはがまんする	・おつかいや買い物に関心を持せ、欲しいものがあつた時にどうするか等の教育への支援 ・社会のきまりや約束事を理解するための教育への支援 消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・子育て支援課・義務教育課 特別支援教育課 ・食育の推進等により、望ましい食習慣や生活習慣を身につけさせるための教育への支援 消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・健康増進課・環境保全農業課 義務教育課・特別支援教育課・健康教育課
情報とメディア ・自分や家族を大切にする	・自分や家族、友達を大切にする教育への支援 消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・子育て支援課・義務教育課 特別支援教育課

【 取 組 方 法 】

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（注4）
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	

（注4）生活設計の策定と健全な家計運営のため、暮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ます。）

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。

小学校では、3・4学年の社会科において、地域の産業や消費生活の様子、人々の健康な生活や良好な生活環境及び安全を守るための諸活動などを、5・6学年の家庭科において、物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えることや、適切に購入できることを指導し身近な消費生活と環境をよりよくしようと工夫する能力と実践的な態度を育てることをねらいとしています。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。

目 標	取 組 内 容 [主 な 担 当 課]
<p>消費者市民社会の構築</p> <ul style="list-style-type: none"> 消費と経済の循環への関心 身近な環境を認識し、物の使い方などを工夫する 身近な消費者問題や社会課題への関心 	<ul style="list-style-type: none"> 物や金銭の大切さに気づき、計画的に使えるような健全な金銭感覚の育成 身近な消費者トラブルやその回避方法の啓発普及、親子で学べる講座の開催 社会のきまりや約束事を理解するための教育への支援 <p>[消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・社会教育課・義務教育課]</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> 望ましい食習慣の形成 地産地消など食を通じて地域等を理解し、食文化の継承を図る <p>[消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・健康増進課・環境保全農業課 農産物流通課・義務教育課・健康教育課]</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> 地域の環境に目を向け、自ら問題を発見し、環境の保全・回復のために主体的に考え、判断し、行動できる実践的な態度や能力を育成 <p>[生活環境総務課・私学・法人課・社会教育課・ 義務教育課]</p>
<p>商品等の安全</p> <ul style="list-style-type: none"> 商品等の安全な使用方法の認識 	<ul style="list-style-type: none"> 放射線の食品等への影響等について指導 食品中の放射性物質が人体に与える影響について指導

<ul style="list-style-type: none"> ・事故、被害に気づき危険を回避する 	<ul style="list-style-type: none"> ・食の安全について指導 [消費生活課（県消費生活センター） ・ 私学・法人課 ・ 放射線監視室 ・ 食品生活衛生課 義務教育課 ・ 健康教育課] ・製品事故防止の啓発 [消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課 ・ 社会教育課 ・ 義務教育課] ・地震、火事等の災害時の行動の指導 [私学・法人課 ・ 消防保安課 ・ 災害対策課 ・ 義務教育課]
<p>生活の管理と契約</p> <ul style="list-style-type: none"> ・物の適切な選択購入 ・小遣いの管理能力の習得 ・事故、被害に気づき身近な大人に相談 	<ul style="list-style-type: none"> ・商品選択で気をつけるべきことを指導 ・必要なものを適切に選択し、計画的に使えるような健全な金銭感覚の育成 [消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課 ・ 社会教育課 ・ 義務教育課]
<p>情報とメディア</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費生活関連情報の収集・活用方法の理解 ・情報モラルの意義理解 	<ul style="list-style-type: none"> ・携帯電話やインターネット等の使用の注意点等について指導 ・自分や知人の個人情報を守るなど情報モラルの指導 [消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課 ・ 社会教育課 ・ 義務教育課]
<p>～ 共通</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・特別な支援を必要とする児童に対する障がいの特性に配慮した指導 [特別支援教育課]

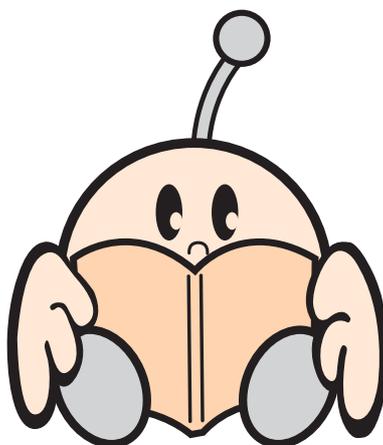
【 取 組 方 法 】

学習指導要領に基づく指導への支援
専門施設等（注5）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）	

（注5）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。

中学校では、社会科（公民的分野）において、国や地方公共団体が消費者政策を推進する役割を担っていることや、どのような消費者行政が行われているのかなど消費者の保護について、技術・家庭科（家庭分野）において、消費生活と環境についての基礎的・基本的な知識及び技術を習得するとともに、消費者としての自覚を高め、身近な消費生活の視点から、持続可能な社会を展望して、環境に配慮した生活を主体的に営む能力と態度を育てることをねらいとしています。

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。

目 標	取 組 内 容 [主 な 担 当 課]
<p>消費者市民社会の構築</p> <ul style="list-style-type: none"> ・身近な消費者問題や社会課題の解決に向けた意識の醸成 ・経済活動が環境や経済に与える影響の理解 	<ul style="list-style-type: none"> ・身近な消費者問題及び社会課題の解決や公正な社会の形成について指導 ・消費者の行動が経済に与える影響を指導 <p>[消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・社会教育課・義務教育課]</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者の行動が環境に与える影響を指導 ・地域の環境に目を向け、自ら問題を発見し、環境の保全・回復のために主体的に考え、判断し、行動できる実践的な態度や能力を育成 <p>[私学・法人課・生活環境総務課・社会教育課 農村振興課・義務教育課]</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ・国際的な視野を持ち、外国の人とコミュニケーションできるように指導 <p>[私学・法人課・国際課・社会教育課・義務教育課]</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ・望ましい食習慣の形成 ・地産地消など食を通じて地域等を理解し、食文化の継承を図る <p>[消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・健康増進課・環境保全農業課 農産物流通課・義務教育課・健康教育課]</p>

	<ul style="list-style-type: none"> 放射線の基礎知識、その影響等について指導 <p>[消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・放射線監視室・義務教育課]</p>
<p>商品等の安全</p> <ul style="list-style-type: none"> 商品等の安全な使用方法の習得 	<ul style="list-style-type: none"> 放射線の食品等への影響等について指導 食品中の放射性物質が人体に与える影響について指導 食の安全について指導 <p>[消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・放射線監視室・食品生活衛生課 義務教育課・健康教育課]</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> 製品事故防止の啓発 <p>[消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・社会教育課・義務教育課]</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> 地震、火事等の災害時の行動の指導 <p>[私学・法人課・消防保安課・災害対策課 義務教育課]</p>
<p>生活の管理と契約</p> <ul style="list-style-type: none"> トラブル解決に資する法律、制度、相談機関の存在の認識 商品の適切な選択 契約の仕組みの理解 計画的な買い物・貯蓄行動の習得 	<ul style="list-style-type: none"> 消費者の基本的な権利や責任について学び、生活に必要な商品・サービスの適切な選択等ができるように指導 契約の基礎知識や金融関連知識について指導 トラブル解決の法律や制度、相談機関について指導 <p>[消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・社会教育課・義務教育課]</p>
<p>情報とメディア</p> <ul style="list-style-type: none"> 消費生活関連情報の収集方法と発信技能の習得 情報社会のルールを理解、情報モラルの認識 消費生活情報の選択、評価と意思決定の重要性の理解 	<ul style="list-style-type: none"> 携帯電話やインターネット等の使用、注意点等についての指導、啓発 メディア・リテラシー（注6）の向上について指導・啓発 情報モラル・セキュリティの指導 <p>[消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・社会教育課・義務教育課]</p>
<p>～ 共通</p>	<ul style="list-style-type: none"> 特別な支援を必要とする生徒に対する障がいの特性に配慮した指導 <p>[特別支援教育課]</p>

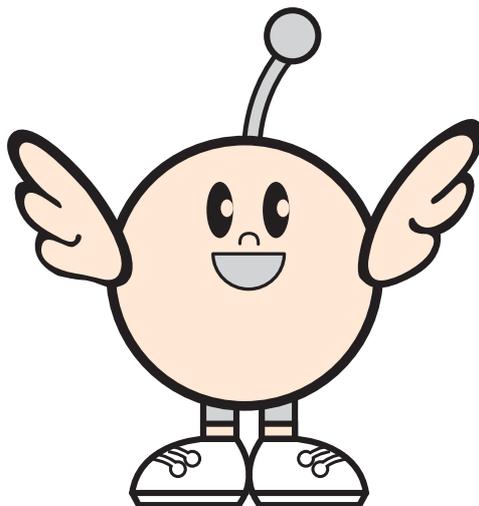
【 取 組 方 法 】

学習指導要領に基づく指導への支援
 専門施設等（注5。P31参照）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
 教職員の研修講座の開催

【 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（注4。P28参照）	

（注6）メディアを主体的に読み解く、メディアにアクセスし活用する、メディアを通じコミュニケーションする複合的な能力



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。

高等学校では、公民科（現代社会）において、消費者に関する問題を学習するほか、家庭科において、消費生活の現状と課題や消費者の権利と責任、生涯を見通した経済の管理や計画、消費生活と環境との関わり等について学習します。また、情報科において、情報通信社会で必要とされる情報モラルや情報に対する責任について学習するなど、生徒が自立した消費者として成長するための消費者教育を実施します。

目 標	取 組 内 容 [主 な 担 当 課]
<p>消費者市民社会の構築</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 経済活動が環境、経済や社会に与える影響の理解 ・ 持続可能な社会の構築の意義の理解・探究 ・ 消費者問題その他の社会課題の解決と公正な社会への参画協働の意義理解 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 生産、流通、消費、廃棄が経済や社会に与える影響を指導 ・ 身近な消費者問題及び社会課題の解決や公正な社会の形成に協力して取り組むことの重要性を指導 <p>[消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・社会教育課・高校教育課]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 生産、流通、消費、廃棄が環境に与える影響を指導 ・ 地域の環境に目を向け、自ら問題を発見し、環境の保全・回復のために主体的に考え、判断し、行動できる実践的な態度や能力を育成 <p>[私学・法人課・生活環境総務課・社会教育課 高校教育課]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 国際的な視野を持ち、外国の人とコミュニケーションできるように育成 <p>[私学・法人課・国際課・社会教育課・高校教育課]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 望ましい食習慣の形成 ・ 地産地消など食を通じて地域等を理解し、食文化の継承を図る <p>[消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・健康増進課・環境保全農業課 農産物流通課・高校教育課・健康教育課]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 放射線の基礎知識、その影響等について指導 <p>[消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・放射線監視室・高校教育課]</p>

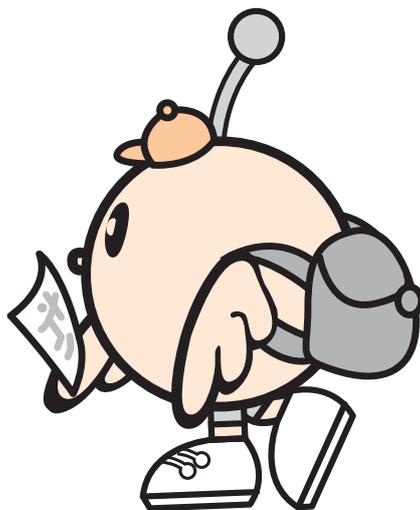
<p>商品等の安全</p> <ul style="list-style-type: none"> ・安全で危険の少ない消費社会の重要性の認識 	<ul style="list-style-type: none"> ・放射線の食品等への影響等について指導 ・食品中の放射性物質が人体に与える影響について指導 ・食の安全について指導 <p>[消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・放射線監視室 食品生活衛生課・高校教育課・健康教育課]</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ・製品事故防止の啓発 <p>[消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・社会教育課・高校教育課]</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ・災害時の行動について、防災訓練や地域に応じた防災対策を指導 <p>[私学・法人課・消防保安課・災害対策課 高校教育課]</p>
<p>生活の管理と契約</p> <ul style="list-style-type: none"> ・トラブル解決に資する法律、制度、相談機関の意義の理解 ・契約内容、権利義務の理解、契約の履行等の適切な意思決定 ・生活設計の意義の理解 	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者の基本的な権利や責任について学び、生活に必要な商品・サービスの適切な選択等ができるように指導 ・契約の基礎知識や金融関連知識について指導 ・トラブル解決の法律や制度、相談機関について指導 ・生涯を見通した生活設計の指導 <p>[消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・社会教育課・高校教育課]</p>
<p>情報とメディア</p> <ul style="list-style-type: none"> ・情報収集と情報技術の適切な利用法、国内外の社会との関係理解 ・情報社会のルール、情報モラル重視の情報社会を志向 ・消費生活情報の選択、評価と意思決定等の社会との関係理解 	<ul style="list-style-type: none"> ・携帯電話やインターネット等の使用、注意点等についての指導、啓発 ・メディア・リテラシー（注6。P34参照）の向上について指導、啓発 ・情報モラル・セキュリティの指導 <p>[消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・社会教育課・高校教育課]</p>
<p>～ 共通</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・特別な支援を必要とする生徒に対する障がいの特性に配慮した指導 <p>[特別支援教育課]</p>

【 取 組 方 法 】

学習指導要領に基づく指導への支援
専門施設等（注5。P31参照）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
教職員の研修講座の開催

【 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（注4。P28参照）	



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。

目 標	取 組 内 容 [主 な 担 当 課]
<p>消費者市民社会の構築</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 経済活動が及ぼす環境への影響を考える習慣の取得 ・ 持続可能な社会の構築のためのライフスタイルの確立 ・ 消費者問題その他の社会課題の解決に向けた行動の場の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 生産、流通、消費、廃棄が経済や社会に与える影響の啓発 ・ 消費者問題その他の社会課題の解決や公正な社会の形成に向けた行動の場の指導 <p>[消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・社会教育課・高校教育課]</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ・ 生産、流通、消費、廃棄が環境に与える影響の啓発 ・ 地域の環境に目を向け、自ら問題を発見し、環境の保全・回復のために主体的に考え、判断し、行動できるように啓発 <p>[生活環境総務課・私学・法人課・義務教育課 社会教育課・高校教育課]</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ・ 放射線と食の安全についての知識とそれに基づく判断力、行動力の啓発 <p>[消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・放射線監視室・高校教育課]</p>
<p>商品等の安全</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 安全で危険の少ないくらしの習慣の習得 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者の基本的な権利や責任について学び、生活に必要な商品・サービスの適切な選択等ができるように啓発

	<p>〔消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・社会教育課・高校教育課〕</p> <p>・放射線と食の安全についての知識とそれに基づく判断力、行動力育成のための啓発</p> <p>・食品中の放射性物質が人体に与える影響</p> <p>〔消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・放射線監視室・高校教育課〕</p> <p>・製品事故防止の啓発</p> <p>〔消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・社会教育課・高校教育課〕</p> <p>・災害時の行動について、防災訓練や地域に応じた防災対策の啓発</p> <p>〔私学・法人課・消防保安課・災害対策課 高校教育課〕</p>
<p>生活の管理と契約</p> <ul style="list-style-type: none"> ・トラブル解決に資する法律・制度・相談機関の利用習慣の習得 ・契約内容確認の習慣の習得 ・生活設計・管理の習慣の習得、実践 	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者の基本的な権利や責任について学び、生活に必要な商品・サービスの適切な選択等ができるように啓発 ・契約の基礎知識や金融関連知識について啓発 ・トラブル解決の法律や制度、相談機関についての啓発 ・生涯を見通した生活設計の啓発 <p>〔消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・高校教育課〕</p>
<p>情報とメディア</p> <ul style="list-style-type: none"> ・情報技術の適切な利用習慣の習得 ・情報社会のルール、情報モラル遵守の習慣の習得 ・消費生活情報を主体的に吟味する習慣の習得 	<ul style="list-style-type: none"> ・携帯電話やインターネット等の使用、注意点等についての啓発 ・メディア・リテラシー（注4。P28参照）の向上についての啓発 ・情報社会のルールや情報モラルを守る習慣の啓発 <p>〔消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・社会教育課・高校教育課〕</p>

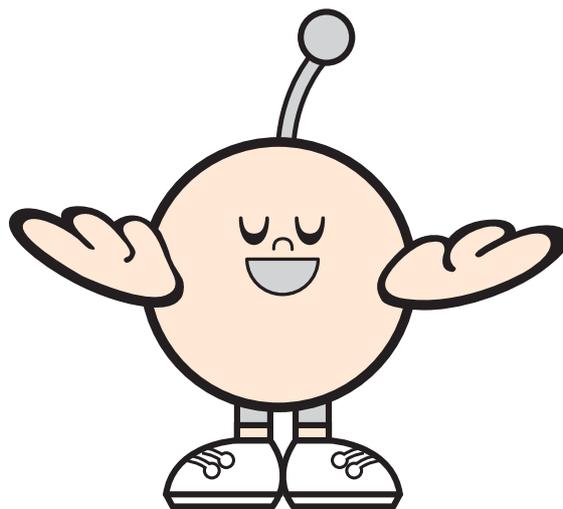
【 取 組 方 法 】

大学・専門学校の新入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
国、市町村
国民生活センター

金融広報委員会（注4。P28参照）
県弁護士会・司法書士会
環境団体



(2) 地域社会

① 地域

自立した消費者を育成するには、地域においても消費者教育に取り組むことが重要です。県消費生活センター、市町村消費生活相談窓口は、消費生活に関する相談を受けるだけでなく、商品・サービスの基礎知識や契約知識についても情報を発信していきます。また、地域の人々に身近な学習や交流の場となっている公民館、図書館を始めとする社会教育施設において消費者問題に関する普及・啓発を実施します。

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、高齢者が多く集まる場所等で、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介護従事者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、高齢化社会や核家族化の進行による一人暮らしの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。

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）

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	計
25年度	227	449	869	1,050	1,029	1,093	1,310	362	6,389
24年度	209	544	940	1,045	980	1,021	984	361	6,084
増減%	8.6	17.5	7.6	0.5	5.0	7.1	33.1	0	5

目 標	取 組 内 容 ・ 方 法 [主 な 担 当 課]
<p>消費生活相談窓口等の認知度の向上、充実</p> <p>地域の見守りネットワークの中での消費者教育、啓発活動の強化</p> <p>高齢者・障がい者等への見守り</p> <p>地域における多様な主体間の連携促進</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 公民館、福祉施設等への啓発パンフレットの作成・配布 ・ 公民館、福祉施設等での啓発講座への講師派遣 ・ 新聞、ラジオ、情報誌等での情報提供 ・ 消費生活出前講座の充実 ・ 消費生活に関する啓発講座、講演会等の開催 ・ 民生委員・児童委員、地域包括支援センター介護従事者等支援者、配食・宅配サービスを行う民間事業者等への啓発、情報提供、研修の実施 ・ 老人クラブ等による高齢者単身世帯等への訪問活動の支援 ・ 消費者交流の場の提供、活動への支援 ・ 消費者教育に関する市町村への支援 ・ 街頭キャンペーン等の実施 ・ 連携機関等への教材等の提供 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>消費生活課（県消費生活センター） 生涯学習課・生活環境総務課・社会福祉課 高齢福祉課・障がい福祉課・社会教育課 警察本部</p> </div>

【 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（注4。P28参照）	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。

目 標	取 組 内 容 ・ 方 法 [主 な 担 当 課]
学校で学んだ知識の共有化 携帯電話、インターネットの使い方のルールの作成 困ったことがあったら相談することの取り決め 災害時の行動の取り決め 消費者被害についての情報の共有化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 各世代毎の消費者被害について講師派遣、親子で学べる講座の開催等により指導 ・ 子どもと遊びながら学べる教材等の提供 ・ 学校を通しての情報提供 ・ P T A への情報提供 ・ 消費生活に関する情報の提供 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> 消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・生活環境総務課 青少年・男女共生課・社会教育課 義務教育課・特別支援教育課・警察本部 </div>

【 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（注4。P28参照）
 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。

事業者がお客様相談室などを設け、そこで直接的、間接的に消費者の声を聴き、その声を事業者自らの顧客満足度の向上に生かすことは、事業者の活動として今や必須であると考えられます。その声を生かし、消費者が公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画できるような、情報提供や商品やサービスの開発、提供が期待されます。このように、消費者教育に取り組むことは、事業者の社会的責任（CSR）（注7）の観点からも有意義です。

目 標	取 組 内 容 ・ 方 法 [主 な 担 当 課]
従業者への消費生活に関する知識及び理解を深める	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新入社員オリエンテーション等事業所内研修への専門講師等の派遣 ・ 事業所への情報提供 ・ 消費者への情報提供への支援 <div style="text-align: center; border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> 消費生活課（県消費生活センター） 生活環境総務課 </div>

【 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（注4。P28参照）
 県弁護士会・司法書士会
 労働福祉協議会

（注7）英語のCorporate Social Responsibilityの頭文字をとったCSRという略語。

企業活動において、社会的公正や環境などへの配慮を組み込み、従業員、投資家、地域社会などの利害関係者に対して責任ある行動をとるとともに、説明責任を果たしていくことを求める考え方。

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が必要です。コーディネーターは、消費者市民社会形成の重要な役割を担っていきますので、その育成に力を入れていきます。

(1) 小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等の教職員

目 標	取 組 内 容 ・ 方 法 [主 な 担 当 課]
○ 消費者教育の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者教育のための教材、情報等の提供 ・ 指導力の向上のための研修の充実等の支援 ・ 指導力の向上のための研修への参加の支援 <div style="text-align: center; border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> [消費生活課（県消費生活センター） 私学・法人課・教育庁] </div>

(2) 大学等の教員及び外部団体の専門家

目 標	取 組 内 容 ・ 方 法 [主 な 担 当 課]
学校、地域への講師派遣 啓発教材等へ助言 法律相談会等への協力	<ul style="list-style-type: none"> ・ 講演会、出前講座等の充実 ・ 無料法律相談の充実 ・ 消費者教育のための教材、情報等の提供 ・ 啓発教材の充実 <div style="text-align: center; border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> [消費生活課（県消費生活センター）] </div>

(3) 地域における消費者教育の担い手

目 標	取組内容・方法 [主な担当課]
地域での消費者教育の実施 コーディネーターとしての役割	<ul style="list-style-type: none"> ・消費生活関係講座等の消費者教育の機会の提供 ・消費生活に関する啓発教材、情報等の提供 ・学習資料、学習の場所等の提供 ・消費者団体・NPO等の育成 ・消費者リーダーの育成 ・コーディネーターの育成・活用 <p style="text-align: right;">[消費生活課（県消費生活センター）]</p>

(4) 消費者

目 標	取組内容・方法 [主な担当課]
消費者の自覚の喚起 消費者の学習の展開	<ul style="list-style-type: none"> ・消費生活関係講座等の消費者教育の機会の提供 ・学習資料、学習の場所等の提供 ・消費生活に関する啓発教材、情報等の提供 ・専門講師の派遣 ・街頭啓発キャンペーン等の実施 <p style="text-align: right;">[消費生活課（県消費生活センター）]</p>

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、世界中からの様々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、食の安全をめぐる、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。

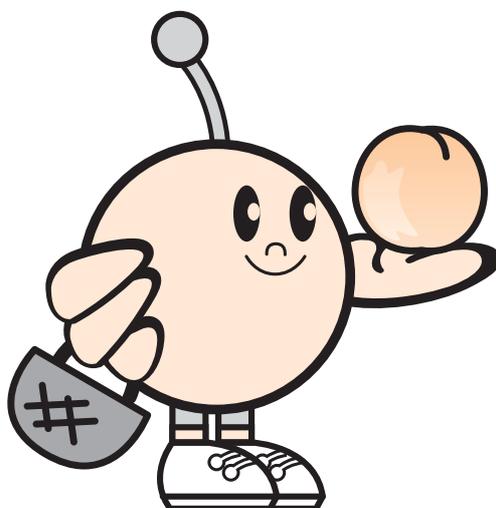
また、東京電力福島第一原子力発電所事故による放射能の影響により、食の安全への関心が高まっていることから、消費者教育としてリスクコミュニケーションを積極的に実施することにより、食と放射能に関する理解を深めていきます。

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25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124回開催し、約5,300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50ページのとおりです）。

平成26年度も平成25年度と同様に70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。

目 標	取 組 内 容 ・ 方 法 [主 な 担 当 課]
<p>消費者の受信力・発信力の育成</p> <p>食の安全・安心の確保</p> <p>食と放射能に関する理解促進</p> <p>風評被害の払拭</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者への安全・安心に関する情報発信 ・ 食と放射能に関するリスクコミュニケーションの実施 ・ 食の安全・安心に関わる講座等の開催 ・ 風評被害の払拭、防止の取組の実施、支援 <p>[消費生活課（県消費生活センター） 食品生活衛生課・農林企画課 環境保全農業課・農産物流通課]</p>



◆ 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。

	平成23年度	平成24年度	平成25年度
回数	3回	49回	72回
講演会	3回	10回	6回
シンポジウム		1回	1回
説明会		38回	65回
参加者	470人	2,269人	2,558人

平成26年度は70回以上開催する予定です。

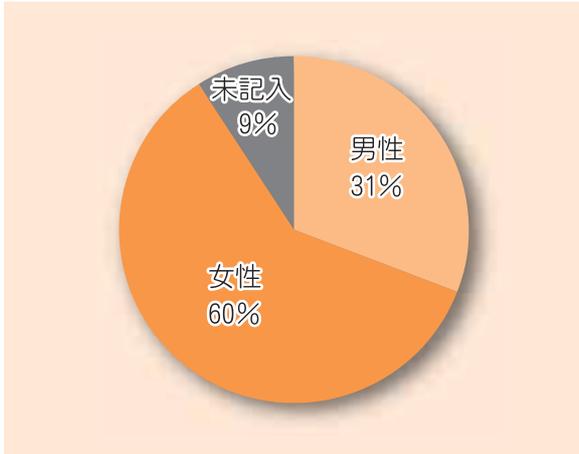
主な講演テーマ等

- ・放射線の健康影響～食品の安全性について考える～
- ・放射線・放射能の基礎知識と人体への影響
- ・低線量放射線の生体への影響と食の重要性
- ・放射線の基礎知識と人体や農作物への影響
- ・食品中放射性物質のリスク評価
- ・食品中の放射性物質の基準値の説明

平成25年度参加者アンケート集計

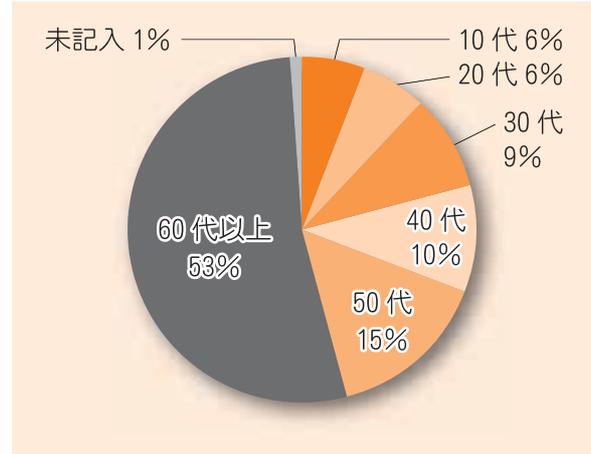
(参加者2,558人アンケート回収1,664人)

参加者（男女別）



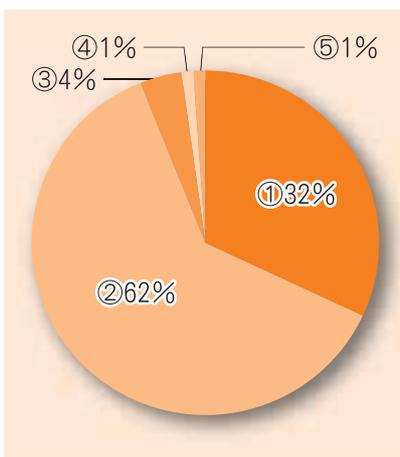
男性	516人 (31%)
女性	994人 (60%)
未記入	154人 (9%)

参加者（年代別）



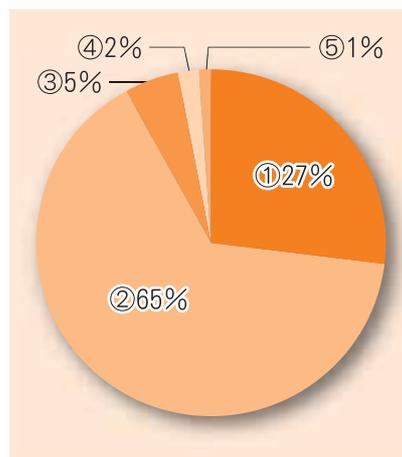
10代	104人 (6%)
20代	93人 (6%)
30代	150人 (9%)
40代	160人 (10%)
50代	250人 (15%)
60代以上	883人 (53%)
未記入	24人 (1%)

学識経験者の
講演を聞いて



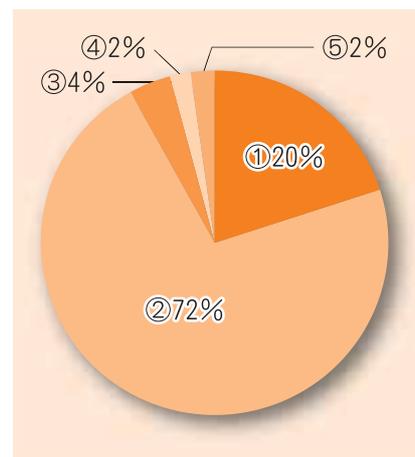
非常に参考になった	505人 (32%)
参考になった	959人 (62%)
あまり参考にならない	54人 (4%)
参考にならない	22人 (1%)
理解できない	18人 (1%)

食品中の基準値
の説明演を聞いて



非常に参考になった	322人 (27%)
参考になった	760人 (65%)
あまり参考にならない	56人 (5%)
参考にならない	23人 (2%)
理解できない	16人 (1%)

食品中の放射能
分析装置について



非常に参考になった	131人 (20%)
参考になった	485人 (72%)
あまり参考にならない	30人 (4%)
参考にならない	15人 (2%)
理解できない	10人 (2%)

受講者の質問・感想・要望等

<平成23年度>

- ・食品から放射能を取り除く調理方法が知りたい。
- ・体内から放射性物質を排出しやすくするための方法や食生活が知りたい。
- ・自然界の放射線と人工の放射線は同じに考えてよいのか。
- ・セシウム137は半減期が30年。30年経ってやっと半分、次の30年でその半分…。気が遠くなる、心配。
- ・食べ物によってセシウムが入りやすいものとそうでないものがあるのか。
- ・日本人の2人に1人ががんになる。100ミリシーベルトを浴びればがん死亡率のリスクの増加は0.5%という説明が具体的でわかりやすく、安心した。
- ・「安全」と言われながら、幼児・児童が県外に避難していくのが気になる。
- ・福島県の応援のつもりで県産品を食べている。

<平成24年度>

- ・少量の被ばくは影響が少ないとのことだが、将来、因果関係はわかるのか。
- ・放射線の健康リスクがよくわかった。放射線を恐れる必要がないことがわかった。
- ・食品中の放射性物質の測定が実際に見られてよかった。
- ・福島で暮らしていることに自信が持てた。
- ・体内に入ったセシウムは蓄積されるのか。
- ・コメはなぜ精白したものの方が放射性物質が少ないのか。

<平成25年度>

- ・食品中の放射性物質の測定を実際に見て、どのように分析しているのかがわかった。
- ・検査にすり抜けがあったりはしないのか。
- ・県外産の食べ物の方が安心だと思っていたが、福島県のは全て測定して基準値以下のものであるのか、かえって安心なのではないか。
- ・自分で栽培、採取したものは、必ず測定して食べようと思った。
- ・このような講演を福島県内で行うことも大事であるが、他県でも行い、風評を払拭してほしい。
- ・風評被害の実態と払拭への取組について聞きたい。

<平成26年度>

- ・放射線を正しく恐れることが大事だとわかった。
- ・昨年、県外から転入してきて不安だったが、安心できた。
- ・多少なりとも汚染食品を食している。それをいかに避けるか、いかに体内から減らすかが重要。
- ・現在、漫画雑誌の鼻血のことで騒がれているが、鼻についた放射性物質は鼻の粘膜に作用するのか。

<平成23～26年度共通>

- ・消費者への詳細な情報提供を願う。
- ・難しい話だと思っていたが、わかりやすかった。
- ・食品の放射性物質の測定で、刻まなくてよいものや少量でできるものがほしい。
- ・もっとたくさんの人に参加してほしい。開催のPRをもっとすべき。

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。

目 標	取 組 内 容 [主 な 担 当 課]
消費者被害の未然防止 消費者被害の救済	消費生活相談窓口の充実強化 消費生活相談員の資質の向上 消費者行政体制の強化 無料法律相談の充実 [消費生活課 (県消費生活センター) 警察本部]

【 連 携 機 関 】

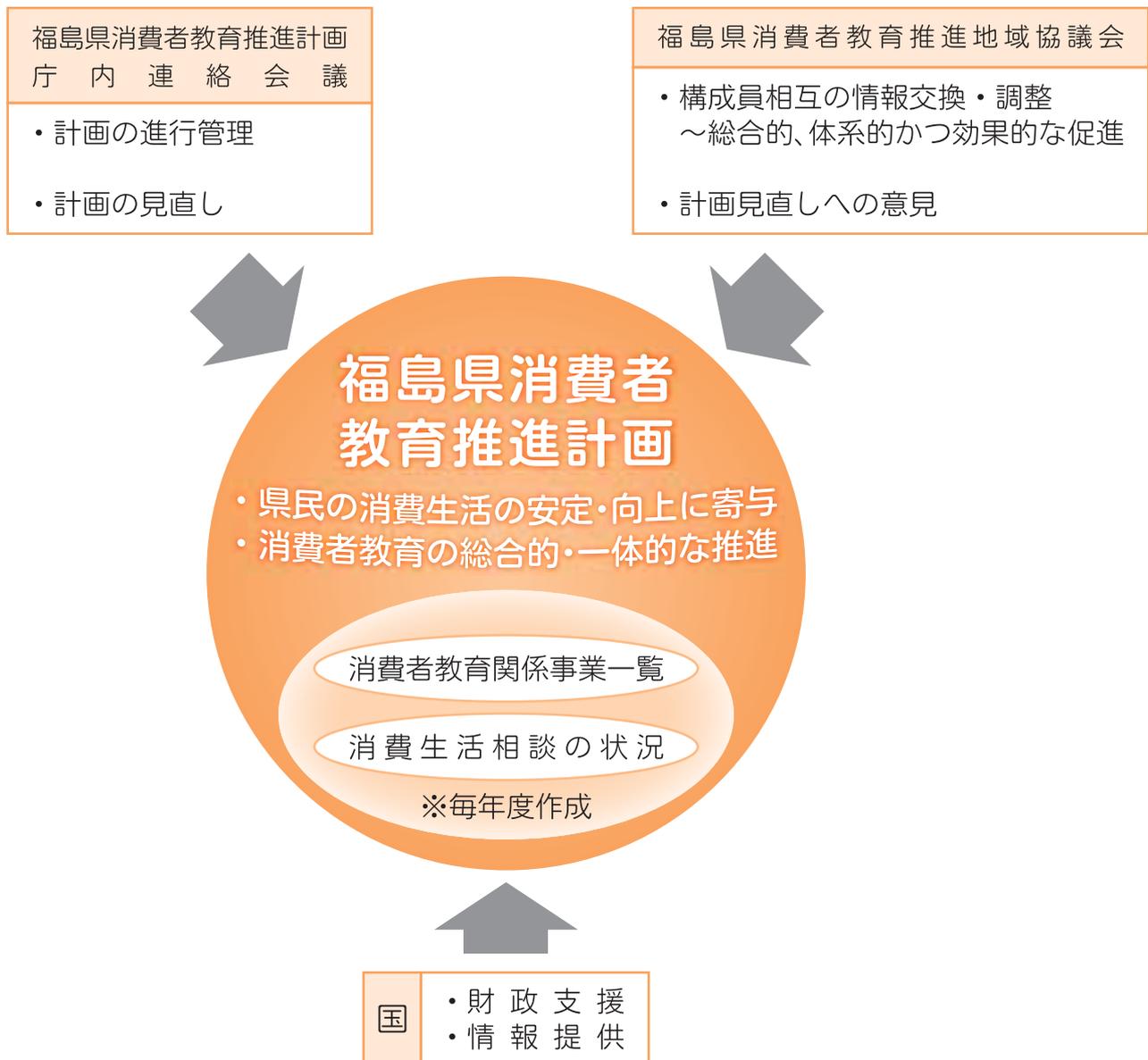
国、他都道府県、市町村
 国民生活センター
 県弁護士会・司法書士会
 法テラス

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計画庁内連絡会議において実施状況を把握し、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の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。



附 属 資 料

1 平成26年度消費者教育関係事業一覧	1
2 消費者教育の推進に関する法律	9
3 福島県民の消費生活の安定及び向上に関する条例	15
4 福島県消費者教育推進地域協議会設置要綱及び名簿	26
5 福島県消費者教育推進計画庁内連絡会議設置要綱	28

平成26年度消費者教育関係事業一覧

主 なる 取組内容	H26の取組み	事 業 名	事 業 の 概 要 ・ 目 的	担当課
専 門 講 師 の 派 遣	・消費生活出前講座への講師派遣	消費者行政体制強化事業	消費生活に関する知識の普及を図るため、研修会や自主的な勉強会に講師（職員）を派遣する。	消 費生活課
	・消費生活啓発劇の開催	消費者行政体制強化事業	将来、自立した消費者となるべく、小学生時より、契約や悪質商法に関して興味を引きながら知識の習得、実践能力を育成する。	消 費生活課
	・環境アドバイザーの派遣	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
	・くらしと環境の県民講座	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
	・国際交流員の派遣	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
	・消防防災出前講座（高校生対象）の実施	消防防災出前講座（高校生対象）の実施	地域防災力の中核である消防団員が年々減少の一途をたどっており、また、消防団員の平均年齢も上昇し続けている現状を打開するため、若者の入団促進を図ることを目的に、高校生を対象とした消防防災出前講座を実施する。	消 防保安課
	・防災出前講座の実施	防災出前講座事業	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
	・景観アドバイザー派遣	景観アドバイザー派遣	県民、事業者、行政などにおいて、魅力ある景観づくりを進めるにあたり、要請に応じて、計画立案から実施にいたるまでの幅広いアドバイスを行うため、様々な専門的知識や経験を有する人を景観アドバイザーとして派遣し、案件に対する助言を行う。	自 然保護課
	・食品衛生講習会への講師派遣	食品衛生講習会への講師派遣	一般消費者を対象に食品の衛生的な取扱方法や表示の見方、さらには、食品の放射性物質に関する基準や行政の取組などについて食品衛生講習会（講習依頼に基づく出前講座）を実施。また、小・中学生を対象に正しい手洗いの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）を実施。	食 品生活衛生課
	・老人クラブ等への講師派遣	老人クラブ等への講師派遣	単位老人クラブ等の様々な集会において、消費者被害防止に関する講演を実施し、被害の防止に努めている。	高 齢福祉課
	・食育実践サポーター派遣	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。	環 境保全農業課
	・薬物乱用防止教室への講師派遣	薬物乱用防止教室への講師派遣	県内各校へ保健所職員及び薬物乱用防止指導員を派遣する。	薬務課
	・再生可能エネルギー関係講師派遣	ふくしまからはじめよう。再生可能エネルギー教育実践事業	再生可能エネルギーと資源の利用に関して、研修、学習教材の開発、専門家の派遣、モデル校における学習プログラムの実践を行う。	高 校教育課 義 務教育課

附属資料 1

主な 取組内容	H26の取組み	事業名	事業の概要・目的	担当課
講座の開催等消費者教育の機会の提供	・親子で学ぶ消費・金融教室の開催	消費者行政体制強化事業	お金や金融の仕組みに興味を持ってもらうことを目的として小学校4年～6年生の児童及びその保護者を対象に県内7方部からバスで日本銀行本店及び貨幣博物館の見学ツアーを実施する。	消費生活課
	・食の安全・安心アカデミーの実施	食の安全・安心推進事業	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、比較的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したリスクコミュニケーションを開催する。	消費生活課
	・食と放射能に関する説明会の開催	食の安全・安心推進事業	市町村と連携し、県民に正しい知識を普及・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
	・水環境教育指導者総合講座の開催	せせらぎスクール推進事業	本県の水環境を美しいまま未来の世代に引き継いでいくため、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
	・せせらぎスクールの開催	せせらぎスクール推進事業	本県の水環境を美しいまま未来の世代に引き継いでいくため、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
	・国際性を備えた青年の育成	青年国際交流事業	内閣府が実施する青年国際交流事業へ本県青年を派遣するとともに、同事業により招聘される外国青年を受け入れるなど、外国青年との交流を通して相互理解と友好を促進し、次代を担う国際性を備えた青年を育成する。	青少年・男女共生課
	・ふくしまグローバルセミナーの開催	ふくしまからはじめよう。「復興福島」世界への情報発信事業	地域や学校において、環境、貧困、人権といった地球規模の問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と連携しながらセミナーを開催する。	国際課
	・情報通信月間特別講演会の開催	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
	・避難者向けパソコン講座、スカイプ講座の開催	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

主な 取組内容	H26の取組み	事業名	事業の概要・目的	担当課
学習指導要領等に基づく指導	・私立学校運営の補助	私立学校運営費補助金（教育改革推進特別分）	<p>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。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 伝統・文化等に関する教育の推進 2 食育の推進 3 キャリア教育等の推進（高校のみ） 4 体験活動の推進 5 教育相談体制の整備・充実 6 子どもに向き合う環境の整備 7 教育の国際化 8 特別支援教育に係る活動の充実 9 学校安全の推進 	私学・法人課
	・福島県総合教育計画に基づく取組	福島教育週間での啓発	学校教育、社会教育及び文化の充実と発展を図るため、様々な取組みを展開する。	教育総務課
	・福島県総合教育計画に基づく取組	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
	・福島県総合教育計画に基づく取組	学校給食地場産物活用事業	望ましい食習慣の形成や食育の観点から、学校給食に地場産物を活用する市町村の取組を支援する。	健康教育課
	・福島県総合教育計画に基づく取組	放射線教育推進支援事業	児童生徒が、自ら考え、判断し、行動する力を身に付け、心身共に健康で安全な生活を送れるよう、放射線等に関する基礎的な知識や放射線からの防護等についての理解を深めるための取組を行う。	義務教育課
	・福島県総合教育計画に基づく取組	「生き抜く力」を育む防災教育推進事業	学校における防災教育の一層の充実を図り、児童生徒の防災意識の向上に資するため、防災カードの作成・配布や授業等で活用できる防災学習指導資料を作成するとともに、防災学習に関する研修会を開催する。また、実践協力校による先導的な授業実践を支援する。	義務教育課
	・福島県総合教育計画に基づく取組	小・中学校における勤労観・職業観の基盤形成	学ぶことや働くこと、生きることの尊さを実感させ、学ぶ意欲を向上させるため、小学校における職場見学、中学校における職場体験活動等を促進する。	義務教育課
	・福島県総合教育計画に基づく取組	高等学校インターンシップ推進事業	勤労観・職業観を育成し、早期の進路選択や離職率の低下に資するよう、企業現場等での職場実習を推進する。	高校教育課
	・福島県総合教育計画に基づく取組	インクルーシブ教育システム構築事業	発達障がい等を含む特別な支援を必要とする幼児児童生徒への支援を推進する。	特別支援教育課
	・福島県総合教育計画に基づく取組	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

附属資料 1

主な 取組内容	H26の取組み	事業名	事業の概要・目的	担当課
学習指導要領等に基づく指導	・福島県総合教育計画に基づく取組	小学生外国語活動・異文化体験活動充実事業	小学生を対象として、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活動を通して、コミュニケーション能力の素地を育成するとともに、国際感覚を養う。	義務教育課
	・福島県総合教育計画に基づく取組	ふくしまの未来を担う高校生海外研修支援事業	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に参加する高校生を対象に旅費の一部を支援する。	高校教育課
	・福島県総合教育計画に基づく取組	ふくしまグローバルセミナー	高校生や大学生、一般社会人を対象として、開発教育や平和教育、人権教育、環境教育等を含んだ体験型セミナーを実施し、国際理解教育を推進する。	義務教育課
	・福島県総合教育計画に基づく取組	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
	・福島県総合教育計画に基づく取組	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
	・福島県総合教育計画に基づく取組	県立学校における森林自然学習支援事業	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
	・福島県総合教育計画に基づく取組	「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
	・福島県総合教育計画に基づく取組	教職員の資質向上に向けた研修の充実	教職員の資質向上を目指して、今日的な教育課題に対応する研修や、教職員のライフステージに応じた研修を体系的・計画的に行う。	義務教育課 高校教育課
	・福島県総合教育計画に基づく取組	学校における食育推進プロジェクト	本県の健康及び食生活の課題を明確にするとともに、学校における食育推進の基本方針及び評価指標を開発する。	健康教育課
	・福島県総合教育計画に基づく取組	「学校へ行こう運動」の推進	日常の学校の様子や子どもたち、教職員の姿を保護者や地域住民に見てもらうことにより、学校、家庭、地域が連携して子どもたちを育てていく契機とするため、「ふくしま教育週間」を中心として「学校へ行こう運動」を展開する。	教育総務課

主な 取組内容	H26の取組み	事業名	事業の概要・目的	担当課
啓発教材・資料等の作成、提供	・学生・新社会人向け啓発パンフレット作成・配布	消費者行政体制強化事業	学生・新社会人が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
	・中学生向け啓発パンフレット作成・配布	消費者行政体制強化事業	中学生が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
	・高齢者向け啓発パンフレット作成・配布	消費者行政体制強化事業	高齢者が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
	・環境教育副読本の作成	環境教育等促進事業	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、産業廃棄物をはじめとした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
	・覚せい剤等乱用薬物啓発資料の作成・配付	覚せい剤等乱用薬物啓発資料の作成・配付	県民の安全安心を図るため、覚せい剤等乱用薬物に対する県民の正しい知識の啓発を行う。	薬務課
	・くらしと県税作成・配付	くらしと県税作成・配付	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
消費生活に関する活動等への支援	・パンフレット等の提供	消費者行政体制強化事業	消費生活に関する活動をする団体等にパンフレット・啓発グッズ等を提供する。	消費生活課
	・消費生活活動における場の提供	消費者行政体制強化事業	消費生活に関する活動をする団体等へ場を提供する。	消費生活課
	・市町村への財政支援	消費者行政推進事業	消費者行政活性化基金を活用し、消費者行政機能強化に向けた取り組みを行う市町村に対し、支援を行う。	消費生活課
指導・見守る立場の方の支援	・教職員の研修講座の開催	教職員の研修講座の開催	教職員の指導力の向上等を行う。	義務教育課 高校教育課
	・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	消費者行政体制強化事業	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
	・介護関係職員等見守る立場の方向けの講師派遣	介護関係職員等見守る立場の方向けの講師派遣	消費生活に関する知識の普及を図るため、見守る立場の方向けの研修会や自主的な勉強会に講師（職員）を派遣する。	消費生活課 高齢福祉課
消費者教育に係る情報の発信	・「ふくしまくらしの情報」の発行	消費者行政体制強化事業	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
	・なりすまし詐欺カレンダー作成・全戸配布	消費者行政体制強化事業	激増するなりすまし詐欺の未然防止のため啓発カレンダーを作成し、全戸配布し、なりすまし詐欺の未然防止を図る。	消費生活課
	・消費生活に関するQ&Aの新聞記載	消費者行政体制強化事業	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広告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
	・生活関連物資等の調査・監視	消費者行政推進事業	県民の消費生活と関連性の高い物資に関して、価格及び需給状況を定期的に調査し、その動向を把握するとともに、調査結果について県民に対して情報提供を行う。	消費生活課

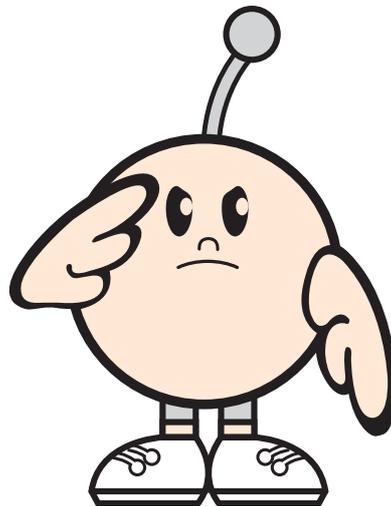
附属資料 1

主 な 取組内容	H26の取組み	事 業 名	事 業 の 概 要 ・ 目 的	担当課
消費者教育に関係する情報の発信	・公共交通機関等のポスター広告	消費者行政体制強化事業	悪質商法やなりすまし詐欺の対策等消費生活に関する注意喚起情報について県民に広く情報発信する。	消 費生活課
	・県外消費者の福島県への招聘	ふくしまからはじめよう。消費者風評対策事業	県産品の主要消費地から消費者や消費団体を招き、県内の生産・加工・流通団体が進める放射性物質低減の取り組みや放射能測定検査の状況を現地を案内しながら紹介し、併せて、放射能に関する説明を行い、正しい知識の普及啓発や理解促進並びに情報の拡散を図る。	消 費生活課
	・「ふくしまの今を語る人」県外派遣	ふくしまからはじめよう。消費者風評対策事業	既に各自治体において様々な形で開催されている消費者教育の機会を活用し、放射性物質低減の取り組みや検査の状況等を、生産・加工・流通関係者自らが講師（「ふくしまの今を語る人」となって出向き、説明・紹介するとともに、意見交換と県産食材の試食を兼ねたミニ交流会をパッケージ化しながら開催し、正しい理解の普及促進と風評の払拭を図る。	消 費生活課
	・「食品と放射能Q&A」を県内全戸に配布	食の安全・安心推進事業	消費者庁発行の「食品と放射能Q&A」を県内全戸に配布する。	消 費生活課
	・子どもインターネット安全安心環境の整備	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。	青少年・男女共生課
	・環境放射能監視結果の広報	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
	・地産地消月間の啓発	地産地消の推進	地域自らが地域資源に愛着を持ち積極的に活用することで、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
	・ふくしま復興情報化フェアの開催	ふくしま復興情報化フェアの開催	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「ふくしま復興情報化フェア」を開催する。	情 報政策課
	・医薬品等に対する県民への正しい知識の啓発	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
	・「ダメ。ゼッタイ。」福島県普及運動の実施	「ダメ。ゼッタイ。」福島県普及運動の実施	県民の安全安心を図るため、覚せい剤等乱用薬物に対する県民への正しい知識の啓発を行う。	薬務課
	・「食」と「ふるさと」新生運動推進大会の開催	ふくしまからはじめよう。「食」と「ふるさと」新生運動推進事業	「ふくしま農林水産業新生プラン」のめざす姿の実現に向けて、生産者自らの積極的な取組はもとより、生産から消費に至る様々な立場の人々が一体となり、その思いと力を一つにして取り組む「ふくしまからはじめよう。『食』と『ふるさと』新生運動」を展開する。	農 林企画課
	・県産農林水産物の安全・安心実感ツアーの実施	ふくしまからはじめよう。「食」と「ふるさと」新生運動推進事業	「ふくしま農林水産業新生プラン」のめざす姿の実現に向けて、生産者自らの積極的な取組はもとより、生産から消費に至る様々な立場の人々が一体となり、その思いと力を一つにして取り組む「ふくしまからはじめよう。『食』と『ふるさと』新生運動」を展開する。	農 林企画課
	・県産食材利用推進キャラバンの実施	ふくしまからはじめよう。「食」と「ふるさと」新生運動推進事業	「ふくしま農林水産業新生プラン」のめざす姿の実現に向けて、生産者自らの積極的な取組はもとより、生産から消費に至る様々な立場の人々が一体となり、その思いと力を一つにして取り組む「ふくしまからはじめよう。『食』と『ふるさと』新生運動」を展開する。	農 林企画課

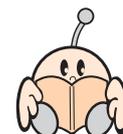
主な 取組内容	H26の取組み	事業名	事業の概要・目的	担当課
消費者教育に関する情報の発信	・モニターツアー、対話イベントの開催	ふくしまからはじめよう。農林水産物販売力強化事業	消費者や流通関係者等の信頼回復に向けた効果的かつ戦略的なプロモーション及びリスクコミュニケーションを積極的に展開することにより、風評を払拭するとともに、消費者及び流通関係者の理解促進と信頼回復を図る。	農産物流通課
	・福島県産県内店頭イベントの実施	ふくしまからはじめよう。農林水産物販売力強化事業	消費者や流通関係者等の信頼回復に向けた効果的かつ戦略的なプロモーション及びリスクコミュニケーションを積極的に展開することにより、風評を払拭するとともに、消費者及び流通関係者の理解促進と信頼回復を図る。	農産物流通課
	・県内直売所等での情報発信活動	消費・安全対策推進事業	流通段階における産地情報発信と食品の放射能対策に関する食育活動を通して、県産農林水産物の信頼回復と消費者の安全・安心確保を図る。	環境保全農業課
	・ふるさとふくしま帰還支援事業（地域情報紙発行事業）	ふるさとふくしま帰還支援事業（地域情報紙発行事業）	福島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
	・福島教育週間での啓発	福島教育週間での啓発	学校教育、社会教育及び文化の充実と発展を図るため、様々な取組みを展開する。	教育総務課
	・福島県食育計画に基づいた推進	福島県食育推進事業	「福島県食育計画」の推進に向けて、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」を設置しており、福島県における効果的な食育を推進するため、関係者、関係機関等との連携を図りながら食育を県民運動として展開していく。	健康増進課
	・なりすまし詐欺被害防止に関する広報・啓発活動	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。	生活安全企画課
専門施設等での活動支援	・県消防学校において体験学習等の研修を実施	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
	・ふくしま子ども自然環境学習の推進	ふくしま子ども自然環境学習の推進	子どもたちを対象とした「尾瀬」の優れた自然環境の中で行う質の高い環境学習を推進し、生物多様性の重要性や自然との共生に対する意識の醸成を図り、豊かな自然環境を次世代に継承するため、尾瀬で環境学習を実施する小・中学校等に対し、ガイド料、体験学習費、交通費、宿泊費の一部を助成する。	自然保護課
	・地域の「食」体験・交流活性化の支援	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。	環境保全農業課
	・農作業体験学習の実施	「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」について理解を深め、豊かな感性と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、ため池等において自然環境を遊びと学びの場として活用した体験型学習や土地改良施設の見学等を実施する。	農村振興課
	・自然体験・交流活動への支援	自然体験・交流活動への支援	児童生徒の発達段階に応じた体験活動や様々な交流活動などを行う。	社会教育課 義務教育課
	・インターンシップの推進	インターンシップの推進	勤労観・職業観を育成する。	高校教育課

附属資料 1

主な 取組内容	H26の取組み	事業名	事業の概要・目的	担当課
消費者団体等担い手の育成	・消費者行政推進員の養成講座の開催	消費者行政体制強化事業	自立した消費者を育成するとともに、消費者団体等の活動を充実し活性化させるため消費者被害の防止の知識と啓発活動の技術に関する研修（「消費者行政推進養成講座」）を開催し、消費生活に関する高い知識や情報を身につけた人材を養成する。	消費生活課
	・消費者団体意見交換会の開催	消費者行政体制強化事業	消費者行政に対する意見や要望を施策へ反映する。	消費生活課
	・民生委員児童委員研修会の開催	民生委員児童委員研修事業	民生委員・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
	・社会福祉関係職員の研修の開催	地域包括支援センター職員等研修事業	地域の高齢者ケアの中核機関である地域包括支援センター職員等に対する研修を行うことにより資質の向上を図る。	高齢福祉課
		ホームヘルプパワーアップ作戦	訪問介護サービスの質の向上を図るため、訪問介護員の研修を実施する。	高齢福祉課



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）



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。

附属資料2

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

附属資料2

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に努めるものとする。
- 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に努めるものとする。
- 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、及び提供するように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に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

附属資料2

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。

福島県民の消費生活の安定及び向上に関する条例

昭和52年 8 月 1 日

福島県条例第39号



第 1 章 総 則

(目 的)

第 1 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。

(定 義)

第 1 条の 2 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又は役務（以下「商品等」という。）を使用し、又は利用する個人（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除く。）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。

(基本理念)

第 2 条 消費生活を安定させ、及び向上させるに当たっては、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っ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。

附属資料3

- 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っては、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って、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。

(県の責務)

- 第3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。

(事業者の責務)

- 第4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、その提供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。

(事業者団体の役割)

第4条の2 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7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。

(消費者の役割)

第5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。

(消費者団体の役割)

第5条の2 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。

第2章 安全の確保及び取引等の適正化

(事業者の安全確保義務)

第6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。

第7条 削除

(安全確保措置の勧告)

第8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、回収等安全を確保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。

附属資料3

(立入調査等)

第9条 知事は、第6条第2項の指導若しくは助言又は前条第1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1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1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3項の規定は、前項の場合に準用する。

(緊急安全確保措置)

第9条の2 知事は、事業者が供給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。

(取引等の適正化)

第10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、商品等の供給を行わないこと。

(自主基準の設定)

第11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1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1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1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。

(県基準の設定)

- 第12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10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13条 知事は、事業者が前条第1項の規定により定められた基準を守っていないと認めるときは、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8条第2項及び第3項の規定は、前項の場合に準用する。

(不当な取引行為の禁止)

- 第13条の2 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って規則で定めるもの（以下「不当な取引行為」という。）を行ってはならない。
- 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

附属資料3

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っていた、又は知り得べきであったにもかかわらず、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

(不当な取引行為の是正勧告)

第13条の3 知事は、事業者が不当な取引行為を行っているとき、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。

(立入調査等)

第13条の4 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13条第1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9条第2項から第5項までの規定は、前項の場合に準用する。

(緊急被害防止措置)

第13条の5 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。

(認証制度等の実施)

第14条 知事は、事業者が第10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15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3章 生活関連物資の確保

(価格動向等の調査)

第16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。

(供給等の協力の要請)

第17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、供給のあっせんその他必要な協力を求めるものとする。

(特定物資の指定)

第18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19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ったときは、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8条第2項及び第3項の規定は、前項の場合に準用する。

(立入調査等)

第20条 知事は、前条第1項の規定により指示又は同条第2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

附属資料3

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9条第2項から第5項までの規定は、前2項の場合に準用する。

第4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21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ったときは、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。

(知事による消費者苦情の処理)

第22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ったときは、速やかにその内容を調査し、その解決を図るため、あっ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2項の規定による消費者苦情の申出があった場合において、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。

(消費生活審議会による消費者苦情の処理)

第23条 知事は、前条第2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っては解決が困難であると認めるときは、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っせん又は調停に付すことができる。

2 消費生活審議会は、あっせん又は調停を行うため必要があると認めるときは、当該あっ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1項の規定により消費生活審議会のあっ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ときは、消費生活審議会におけるあっせん又は調停の経過及び結果を公表するものとする。

(訴訟資金の貸付け)

第24条 知事は、事業者の供給する商品等によっ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8年法律第109号）第275条第1項の和解及び民事調停法（昭和26年法律第222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すべてを満たすときは、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っせん又は調停によっても解決されなかっ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。

（貸付金の返還等）

第25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5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26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。

（消費者団体の自主的な活動の促進）

第27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。

第28条 削除

（消費者の申出）

第29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。

附属資料3

- 2 知事は、前項の申出があった場合において、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9条第2項から第5項までの規定は、前項の場合に準用する。
- 4 知事は、第1項の申出があった場合において、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。

第6章 消費生活審議会

(消費生活審議会の設置)

第30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っ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。

(審議会の組織及び運営)

第31条 審議会は、委員20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、2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32条及び第33条 削除

(規則への委任)

第34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。

第7章 雑 則

(国の機関及び他の地方公共団体との相互協力)

第35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。

(国に対する措置の要請等)

第36条 知事は、前条第1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。

(規則への委任)

第37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7年条例第17号)

この条例は、平成7年7月1日から施行する。

附 則 (平成8年条例第9号)

この条例は、平成8年4月1日から施行する。

附 則 (平成10年条例第14号)

この条例は、公布の日から施行する。

附 則 (平成11年条例第55号)

この条例は、平成12年4月1日から施行する。

附 則 (平成16年条例第56号)

この条例は、平成16年10月1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21条から第24条までの改正規定、第六章の章名の改正規定並びに第32条及び第33条の改正規定は、公布の日から施行する。

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。

平成26年度福島県消費教育推進地域協議会名簿

平成26年12月現在

各主体	委員名	役職	備考
学識経験者 (法曹関係者)	塩谷弘康	福島大学教授 (法社会学)	会長
	船生敏夫	東日本国際大学教授 (経済学)	
	本間祐子	会津大学短期大学部講師 (食物栄養学)	
	伊藤高史	弁護士	
	紺野明弘	弁護士	
	坂井義明	司法書士	
消費者 (消費者団体・NPO)	佐藤一夫	福島県生活協同組合連合会専務理事	
	田崎由子	福島県消費者団体連絡協議会事務局長	
	和田秀子	財団法人福島県婦人団体連合会評議員	
	斎藤峰子	公募委員	
	東山京子	公募委員	
事業者 (事業者団体)	阿久津文作	福島県商工会連合会専務理事	
	大川原けい子	JA福島女性部協議会会長	
	佐藤圭子	福島県商工会議所女性会	
	中野俊昭	日本チェーンストア協会東北支部事務局長	
	根本誠三郎	福島県生活衛生同業組合連合会 生活衛生営業指導センター副理事長	
福祉関係者	関靖男	福島県社会福祉協議会地域福祉課長	
	只野信一	福島県民生児童委員協議会副会長	
学校・教職員	大和田一成	福島市立立子山中学校長	
	高野成一	福島県立川俣高等学校長	

福島県消費者教育推進計画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

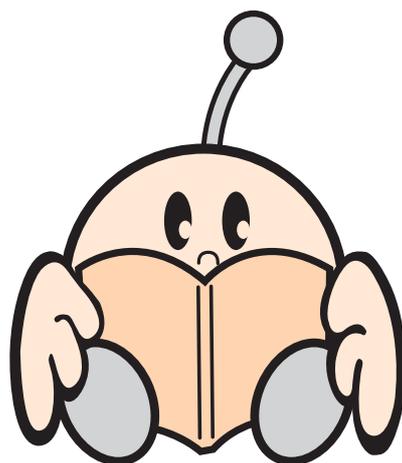
この要綱は、平成25年11月5日から施行する。

附 則

この要綱は、平成26年7月18日から施行する。

別表 (第3条、第4条関係)

私学・法人課	食品生活衛生課
生活環境総務課	農林企画課
消費生活課	商工総務課
国際課	建築指導課
放射線監視室	社会教育課
社会福祉課	義務教育課
高齢福祉課	高校教育課
児童家庭課	特別支援教育課
障がい福祉課	健康教育課
健康増進課	生活安全企画課



福島県消費者教育推進計画

福島県生活環境部消費生活課

〒960-8043

福島県福島市中町 8 番 2 号

TEL 024-521-7736

FAX 024-521-7982

E-mail [syohi@pref.fukushima.lg.jp](mailto:syouhi@pref.fukushima.lg.jp)
