第3期宮城県消費者教育推進計画 中間案概要

※下線は第2期教育計画からの変更点

※赤字は重要点

第1章 消費者教育推進計画の策定に当たって

1 策定の趣旨

デジタル化の更なる進展や、災害や感染症蔓延時の非常時における適切な情報提供及び消費者教育の必要性の高まり、決済手段の多様化・複雑化によって、相談内容自体も複雑化している。「デジタル化に対応した消費者教育」という観点を加え、消費者教育を取り巻く環境の変化や前期計画の推進によって得られた成果と課題を踏まえ、第2期の計画を長期的な視点でさらに推進するため、第3期計画を策定するもの。

2 位置づけ

令和8年度を初年度とする第5期宮城県消費者施策基本計画の個別計画として、また、 消費者教育の推進に関する法律第10条第1項の規定により本県における消費者教育を 体系的に推進するために国の基本方針を踏まえて策定するもの。

3期間

令和8年度~令和12年度の5年間

消費者施策推進基本計画 第3期 第4期 第5期 H28年度~H32年度 R3年度~R7年度 R8年度~R12年度 第1期 第2期 第3期 消費者教育推進計画

第2章 消費者教育の現状・課題

1 消費者を取り巻く状況

- (1) 消費生活相談の状況
- ① 県の状況
- 令和6年度相談件数は、18,180件 で過去5年間でほぼ横ばい
- 高齢者は「金」「健康」「孤独」に関する不安によるトラブルが、若年層は「美」「金」のトラブルが多い
- 全年代で「定期購入トラブル」の相談が多い
- ② 市町村の状況 消費生活相談員が不足しており、 県による指定相談員や法的助言体 制の整備による支援を実施
- (2) 消費者啓発及び情報提供状況
- ① 県の状況 消費者トラブルの未然防止と自立 支援、SNSによる啓発の実施
- ② 市町村の状況 高齢化、単身世帯、行政リソース の減少への対応が求められており 県による支援を実施

2 第2期計画の取組の成果と課題

大きく4つの施策を基本として、取組を推進

【施策】

- (1)ライフステージ・場ごとの消費者教育
- (2)消費者教育推進に係る人材等の育成
- (3)関係団体への支援・連携・協働
- (4)関係施策等との連携

3 国の動きと社会情勢の変化等

- (1)消費者の多様化
- 高齢化の進行・障害者の増加
- 成年年齢の引下げ
- 孤独・孤立の顕在化
- 在留外国人等の増加
- 家計の多様化
- (2)社会情勢の変化
- デジタル化の進展
- 持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現に向けた機運の高まり
- 自然災害等の緊急時
- (3)安全・安心の確保

第3章 消費者教育推進の新たな視点と重点事項

1 消費者教育における新たな視点

「取組の成果と課題」「国の動きと社会情勢の変化」を踏まえ、次期計画においては、以下の新たな視点を取り入れる。

- (1)デジタル化に対応した消費者教育
- (2)消費者の多様な特性に応じた相談・啓発の拡充
- (3)ライフステージに応じた消費者教育の更なる推進
- (4)災害や感染症蔓延時等の非常時における適切な情報提供及び消費者教育
- (5)カスタマーハラスメントにならない意見の伝え方等の消費者教育

2 消費者教育における重点事項

これまでに得た成果や課題、国の動きや社会情勢の変化等を踏まえ、次に掲げる事項を重点事項として位置付ける。

- (1)デジタル社会における新たな消費者被害の未然防止に向けた取組の強化
- (2) 学校教育期における消費者教育の充実
- (3)消費者教育の推進に向けた地域での連携強化・高齢者等の見守り体制の構築
- (4)消費者教育を担う人材等の育成
- (5) SDGsの意欲の高まりを踏まえた消費者市民社会の意義の普及啓発
- (6)各種関係団体・機関との連携強化

第4章 計画の施策と具体的取組 ※次頁に詳細を記載

◆ 第3期計画の具体的取組み方針

▶「消費者教育」を長期的な視点でさらに推進していくという方針のもと、「消費者教育における新たな視点と重点事項」を踏まえて、第2期計画から進めている4つの施策に即した具体的な取組を推進する。

【施策】

- (1)ライフステージ・場ごとの消費者教育
- (2)消費者教育推進に係る人材等の育成
- (3)関係団体への支援・連携・協働
- (4)関係施策等との連携

第5章 計画の推進体制

1 推進体制

「宮城県消費生活審議会」を法第20条に定める「消費者教育推進協議会」に位置付け、計画を効果的に推進。

2 計画の管理

毎年度評価等を実施、審議会報告及び県民に公表。

目指すべき宮城県の姿 (宮城県消費者施策推進基本計画)

県民が安心して豊かな消費生 活を営むことができる社会

- 1. 消費者教育によって自立した 消費生活を営むことができる 社会
- 2. どこに住んでいても質の高い 相談や支援を受けられる社会
- 3. 安全・安心な商品やサービス が適正な取引行為により提供 される社会
- 4. 人や社会、環境に配慮した消費行動ができる社会

消費者教育における新たな視点

- デジタル化に対応した消費者 教育
- 2. 消費者の多様な特性に応じ た相談・啓発の拡充
- 3. ライフステージに応じた消費者教育の更なる推進
- 4. 災害や感染症蔓延時等の非常時における適切な情報提供及び消費者教育
- 5. カスタマーハラスメントにな らない意見の伝え方等の消 費者教育

消費者教育における重点事項

デジタル社会における新たな消費者被害の未然防止に 向けた取組の強化

《概要》

■ 情報を見極めてトラブルを回避する力や働きかける力を育成・強化し、消費者市民社会を構築することが重要である。また、自ら情報発信する時代において、生成AIの普及等を踏まえ、時代の変化に迅速に対応した取組を充実・強化していく。

2 学校教育期における消費者教育の充実

《概要》

- 若年層に浸透し易いSNSなどのツールを利用した教育や、家庭教育を担う保護者への啓発も重要であることから、消費者教育を進める部門と教育を主管する部門との更なる連携を進める。

3 消費者教育の推進に向けた地域での連携強化・高齢者 等の見守り体制の構築

《概要》

・消費者教育と福祉の取組が、より連携・協力し、地域の見守り体制を構築することにより高齢者等の消費トラブルを防止する必要がある。

1 消費者教育を担う人材等の育成

《概要》

が消費者ホットライン188の認知度が低く、特に、現役世代への消費者教育が非常に重要である。

5 SDGsの意欲の高まりを踏まえた消費者市民社会の意 義の普及・啓発

《概要》

消費が未来への投票であるとの意識を持ち、事業者とも連携・協働して持続可能な社会の形成に積極的に参画する「消費者市民社会」についての理解をより一層深める必要がある。

6 各種関係団体・機関との連携の強化

《概要》

・各関係団体と連携して消費者教育を進めてきたが、関係団体・施 策との連携をさらに強化し、消費者教育を充実させていく必要が ある。 2

施策

ライフステージ・場ごとの消費者 教育

《取組方針》

誰が、どこに住んでいても、生涯にわたって、それぞれの時期に応じ、また、様々な場の特性に応じて段階的・体系的に行われるよう、国の「消費者教育の推進に関する基本的な方針」等も踏まえつつ、ライフステージや様々な場に応じた消費者教育を推進する

2 消費者教育推進に係る人材等の育成

《取組方針》

消費生活相談員等や消費者団体等の機関への支援や育成に引き続き取り組むとともに、地域においては、目指すべき消費者市民社会における事業者の役割の理解促進を図る

男係団体への支援・連携・協働

《取組方針》

仙台弁護士会等と定期的な情報交換を行い、様々な場において実効性のある消費者教育となるよう努め、地域の見守りを担う関係機関との連携については、既存のネットワーク等を活用し、消費者被害の未然防止や早期発見と拡大防止に役立てる

4 関連施策等との連携

《取組方針》

持続可能な社会を目指す消費者教育 と関連する環境教育や、食育、法教育、 金融経済教育など、関連施策との連携

主な取組事例

副教材や指導事例集等の作成・ 配布による授業支援

消費者安全確保地域協議会の設 置促進

SNS等を活用した注意喚起等

カスタマーハラスメントにならな い意見の伝え方等の消費者教育

国民生活センター等への派遣研修

学生団体等の消費生活サポーターの養成

消費生活サポーターの活躍の機 会の拡充と活動の活性化

オンラインを活用した出前講座

「みやぎ消費者被害ゼロキャン ペーン」と連携した啓発

従業員に対する消費者教育

既存のネットワークを活用した消 費者被害の未然防止や早期発見

エシカル消費の普及啓発

食育コーディネーターの情報発 信と講師派遣

金融経済教育の普及推進