

宮城県消費者教育推進計画  
(第 2 期)

令和3年3月  
宮 城 県



## 目 次

第1章	消費者教育推進計画の策定に当たって	1
第1	計画の背景と趣旨	1
第2	計画の位置付け	1
第3	計画の期間	1
第2章	消費者教育の現状・課題	2
第1	消費者を取り巻く状況	2
(1)	消費生活相談の状況	2
(2)	消費者啓発及び情報提供事業	5
第2	第1期計画の取組の成果と課題	6
第3	国の動きと社会情勢の変化等	17
第4	消費者教育における新たな視点	18
第3章	消費者教育推進の基本方針	19
基本方針1	消費者市民社会の意義の普及・啓発	
基本方針2	成年年齢引下げを見据えた学校教育期における消費者教育の充実	
基本方針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	
基本方針4	消費者教育を担う人材等の育成	
基本方針5	各種関係団体・機関との連携の強化	
第4章	計画の施策と具体的取組	21
施策1	ライフステージ・場ごとの消費者教育	21
(1)	学校教育期での取組	21
(2)	地域での取組	26
(3)	家庭での取組	27
(4)	職域での取組	28
施策2	消費者教育推進に係る人材等の育成	29
(1)	行政職員，教職員への取組	29
(2)	学生等への取組	30
(3)	地域人材への取組	30
(4)	事業者に対する取組	31
施策3	関係団体への支援・連携・協働	32
施策4	関連施策等との連携	33
(1)	環境教育	33
(2)	食育	34
(3)	法教育	34
(4)	金融経済教育	35
○	計画の施策と具体的取組のイメージマップ	36
第5章	計画の推進体制	37
第1	推進体制	37
第2	計画の管理	37

### 【用語の解説】

(P13) 消費者志向経営（愛称：サステナブル経営）

(P16) 金融リテラシー，エシカル消費（倫理的消費）

# 第1章 消費者教育推進計画の策定に当たって

## 第1 計画の背景と趣旨

宮城県では、宮城県消費生活条例（昭和51年宮城県条例第14号）に基づき「宮城県消費者施策基本計画」（以下「基本計画」という。）を策定し、消費者施策を推進してきたところですが、消費者教育を重点的取組と定め、その具体化を図るため、平成28年3月、基本計画の個別計画として、新たに「宮城県消費者教育推進計画」（以下「教育計画」という。）を策定し、各関係機関との連携の下、消費者教育の更なる推進を図ってきました。

機会を捉えた広報や出前講座等による啓発に取り組んできましたが、インターネットなど高度情報通信の進展や、個人間取引など取引形態や決済手段の多様化・複雑化によって、相談内容自体も複雑になるなど、消費者被害を未然に防止するためには、各世代や様々な機会を通じた消費者教育の充実が一層重要になってきたことから、平成30年3月に変更された国の「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を踏まえ、第2期教育計画を策定し、更なる取組を推進することとしました。

デジタルコンテンツに関わる消費者被害は世代を問わず、相談件数の上位を占めており、令和4年4月には、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられることから、若年層、特に成年に達した直後に懸念される消費者トラブルを未然に防ぐとともに、自立した消費者になるための教育の更なる充実が求められています。

また、それぞれの世代に浸透しやすい啓発のあり方や、消費者個人の取組に加えて事業者をも巻き込んだ社会全体としての取組が課題となっています。

そこで、第2期教育計画では、「成年年齢引下げを見据えた消費者教育」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、より効果的な取組を推進していきます。

## 第2 計画の位置付け

この計画は、令和3年度を初年度とする第4期の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（平成24年法律第61号。以下「法」という。）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計画であり、他の関連する計画と整合性を図りながら、施策を展開していきます。

## 第3 計画の期間

計画期間は、令和3年度から令和7年度までの5年間とします。

## 第2章 消費者教育の現状・課題

### 第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

県では、消費生活センターと県内6か所の県民サービスセンターにおいて、相談を通じた啓発及び消費者教育、あっせん等の救済を行っています。令和元年度に消費生活センター及び県民サービスセンターに寄せられた相談件数は7,686件となっています。(表1)

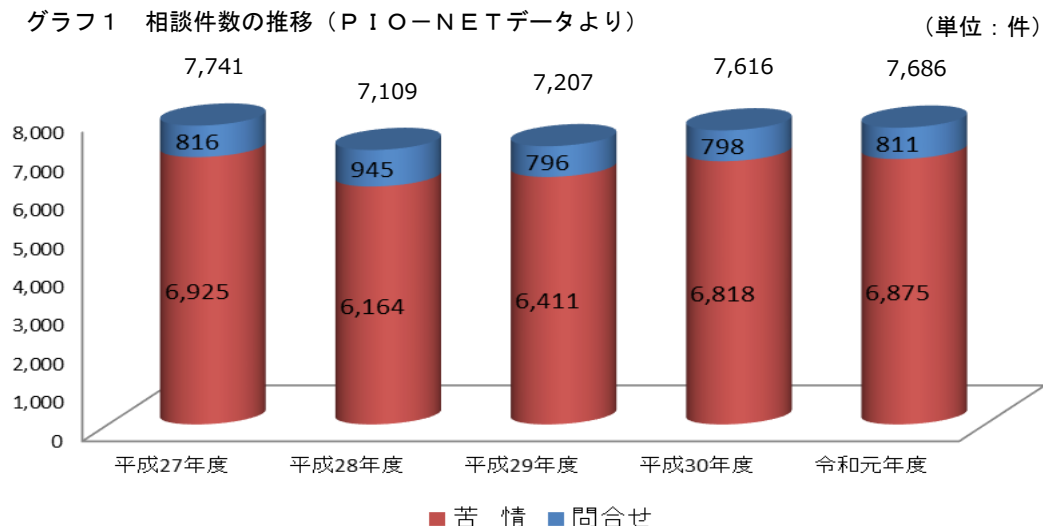
表1 令和元年度消費生活相談件数  
(全国消費生活情報ネットワークシステム(以下「PIO-NET」という。)データより)

(単位:件)

	区分	計	消費生活センター	県民サービスセンター					
				大河原	北部	栗原	東部	登米	気仙沼
令和元年度	苦情	6,875	5,950	305	160	111	106	124	119
	問合せ	811	691	48	16	19	11	24	2
	計	7,686	6,641	353	176	130	117	148	121
	構成比	100.0%	86.4%	4.6%	2.3%	1.7%	1.5%	1.9%	1.6%
平成30年度	苦情	6,818	5,750	340	197	140	108	172	111
	問合せ	798	666	42	19	24	23	23	1
	計	7,616	6,416	382	216	164	131	195	112
	構成比	100.0%	84.2%	5.0%	2.8%	2.2%	1.7%	2.6%	1.5%

過去5年の相談件数の推移をみると、平成28年度は減少したものの、平成29年度からは、架空請求に関する相談などで年々増加しています。

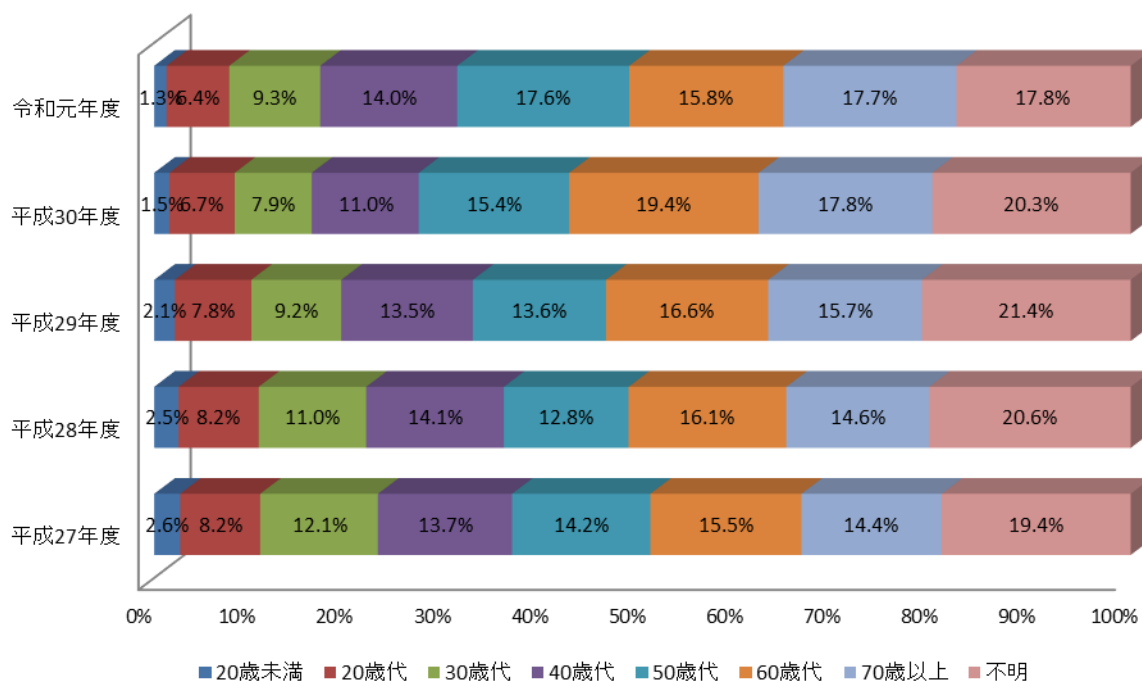
グラフ1 相談件数の推移(PIO-NETデータより)



年代別相談割合では、平成 28 年度以降、60 歳以上の高齢者層の割合は 30%を超えて推移しています。令和元年度の本県の高齢化率は 27.5%で、平成 27 年度からの 5 年間で 2.7 ポイント増加していますが、同じ期間で 60 歳以上の方から受けた相談件数の割合は 29.9%から 33.5%に 3.6 ポイント増加しています。(グラフ 2)

単身高齢者の世帯が増加し、被害に遭っても相談する人がいないなど、被害が表面化しにくく、消費者トラブルの更なる増加や深刻化を招く原因となっているほか、トラブルの背景には、高齢者が持つ「お金」、「健康」、「孤独」に関する不安や認知機能の低下につけ込み、悪質事業者が高齢者をターゲットとして強引に勧誘を行っていることなどが考えられます。

グラフ 2 契約当事者の年代別相談割合の推移 (P I O - N E T データより)



一方、若年者の相談件数は、ここ数年横ばい傾向ではあるものの、キャッシュレス化が進む中、インターネット決済やフリマアプリといった個人間取引などでのトラブルも見受けられます。

また、令和元年度の契約当事者の年代別・商品及びサービス別相談件数を見てみると、20歳未満から70歳代まで「デジタルコンテンツ」が上位を占めているほか、最近では「他の健康食品」などで多くみられる「定期購入トラブル」、また、年代を問わずインターネット接続回線（光ファイバーなど）に関する相談が寄せられています。（表2）

表2 令和元年度契約当事者の年代別・商品及びサービス別相談件数（P I O-N E Tデータより）

(単位：件)

順位	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	
1	デジタルコンテンツ	28 デジタルコンテンツ	73 デジタルコンテンツ	61 デジタルコンテンツ	90 商品一般	150
2	他の健康食品	15 不動産賃借	31 不動産賃借	49 商品一般	77 デジタルコンテンツ	113
3	他の化粧品	12 商品一般	29 商品一般	46 他の健康食品	70 インターネット接続回線	80
4	四輪自動車	4 他の健康食品	23 他の健康食品	44 不動産賃借	59 他の健康食品	79
5	相談その他	4 フリーローン・サラ金	23 フリーローン・サラ金	28 インターネット接続回線	49 不動産賃借	51
6	商品一般	3 エステティックサービス	22 インターネット接続回線	26 フリーローン・サラ金	44 フリーローン・サラ金	46
7	高麗人参茶	2 四輪自動車	21 四輪自動車	25 四輪自動車	31 工事・建築	34
8	着物類	2 他の化粧品	16 工事・建築	22 相談その他	23 相談その他	34
9	基礎化粧品	2 モバイルデータ通信	12 他の化粧品	13 複合サービス会員	20 四輪自動車	29
10	新聞	2 他の内職・副業	11 エステティックサービス	10 基礎化粧品	18 基礎化粧品	25
計		74	261	324	481	641
総数		97	494	716	1,078	1,354

順位	60歳代	70歳代	80歳代	90歳代以上	不明	
1	商品一般	244 商品一般	238 商品一般	88 工事・建築	3 商品一般	130
2	デジタルコンテンツ	90 インターネット接続回線	70 インターネット接続回線	28 商品一般	1 相談その他	97
3	インターネット接続回線	72 デジタルコンテンツ	45 工事・建築	22 他の酒類	1 デジタルコンテンツ	69
4	不動産賃借	42 相談その他	41 固定電話サービス	15 洗濯用洗剤	1 インターネット接続回線	55
5	他の健康食品	34 工事・建築	33 相談その他	15 指輪	1 工事・建築	53
6	フリーローン・サラ金	34 固定電話サービス	23 修理サービス	8 保健衛生用品その他	1 携帯電話サービス	46
7	工事・建築	33 フリーローン・サラ金	19 フリーローン・サラ金	8 金融関連サービス	1 広告代理サービス	32
8	相談その他	27 四輪自動車	18 不動産賃借	7 老人ホーム	1 フリーローン・サラ金	31
9	四輪自動車	24 携帯電話サービス	18 デジタルコンテンツ	7 祈とうサービス	1 他の健康食品	30
10	電気	23 役務その他サービス	17 他の行政サービス	7 相続	1 修理サービス	29
計		623	522	205	12	572
総数		1,213	985	355	12	1,371

## ② 市町村の状況

県内の市町村では、令和2年4月1日現在、35市町村のうち、30市町村で専任の消費生活相談員（以下「相談員」という。）を配置して住民からの相談に応じています。

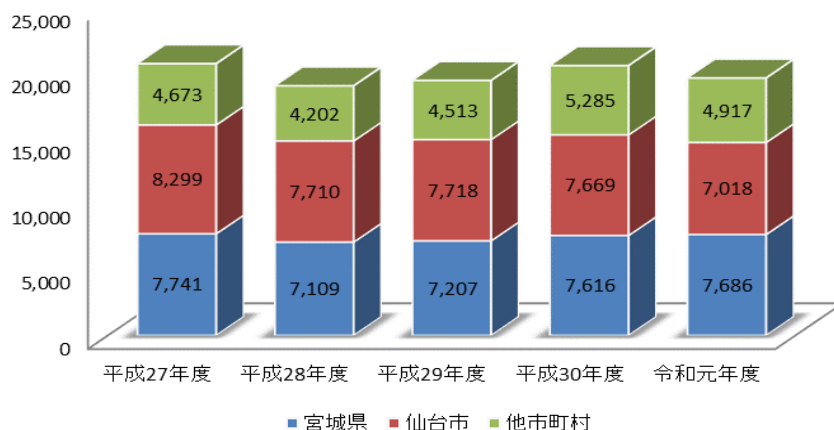
しかしながら、小規模の自治体では、様々な業務に対応するため、消費者行政にかけられるウェイトが限られ、専任の相談員を配置していない市町村も年々増えてきています。また、専任の相談員が配置されていても、複数配置の上、週4日以上窓口を開設している市町村は依然少なく、消費者からの相談対応や消費者教育が必ずしも十分に行われているとは言いがたい状況であり、相談員の確保や相談体制の充実・強化が引き続き課題となっています。

このため、県では、県消費生活センターにおいて、市町村等の新任の消費生活相談員など経験の浅い相談員を対象に実践研修の受け入れを行っているほか、平成31年度から県消費生活センターに市町村の消費生活相談業務等に助言の援助を行う「指定消費生活相談員」を配置し、相談業務や啓発業務について市町村への支援を行っています。

市町村における過去5年間の相談件数の推移を見ると、平成28年度は減少したものの、平成29年度と平成30年度は前年度を上回っています。

なお、県全体の相談件数に占める市町村の割合は、6割程度で推移しています。

グラフ3 県及び市町村受付相談件数の推移（PIO-NET データより）



## （2）消費者啓発及び情報提供事業

### ① 県の状況

県消費生活センター及び各県民サービスセンターでは、相談窓口での助言に加え、幅広い層の消費者に対して、啓発や教育を行うとともに、消費者被害の未然防止と消費者が自立し、調和のとれた快適な日常生活を営むために必要な情報提供を行っています。

特に、学校教育期の取組として、小・中・高等学校の児童・生徒向け副教材の作成・配布による授業支援のほか、教員を対象とした研修会やセミナーを、また、高齢者については、市町村高齢者福祉担当課や見守りを担う地域包括支援センターの職員や民生委員などに消費生活センターの出前講座の利用を促進するなど、それぞれの場に即した啓発に力を入れて取り組んできました。

### ② 市町村の状況

市町村では、国の交付金などを活用しながら、啓発事業に取り組んでいますが、地域における高齢化の進行、単身世帯の増加、また相互扶助機能の低下や地域の連帯感の希薄化が進んでおり、行政の施策だけでは十分対応しきれないといった状況にあります。

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ことができる機会を提供するためには、引き続き、県が「センター・オブ・センターズ」として市町村を技術的にサポートしながら、県全体の補完を図ることはもちろん、市町村自らが消費者教育を推進できるよう支援していくことが求められています。



## 第2 第1期計画の取組の成果と課題

第1期計画においては、「消費者市民社会の意義の普及・啓発」「学校教育期における消費者教育の充実」「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」「消費者教育を担う人材の育成」「各種関係団体・機関との連携の強化」の5つを重点事項に定め、大きく4つの施策を基本として、取組を進めてきました。以下では、4つの施策ごとにこれまでの取組の成果と今後の課題を整理しました。

### 施策1 ライフステージ・場ごとの消費者教育

#### 1 学校教育期での取組

第1期計画では、学校教育期は、就学前を含め、基礎的な知識や技能を習得する重要な時期であることから、各段階において各々に合った目的・方法での消費者教育を推進することが有効であるとして、各学校段階に応じた取組を進めてきました。

小・中・高等学校までのそれぞれのレベルに合わせた副教材や事例集等の作成・配布による授業支援や出前講座、教員自身の消費者教育への理解を深めるための教員セミナーや研修を毎年実施するなど、体系的な消費者教育の充実を目指して取組を進めてきました。

##### <主な取組と成果>

##### 金融（金銭）教育研究校の委嘱

- ・幼稚園，小学校，中学校，特別支援学校，高等学校のうちから金融（金銭）教育研究校を委嘱し，各校が工夫しながら研究を行った。

##### 教育機関への講師派遣，大学連携講座への協力

- ・希望に応じて，消費者問題に詳しい弁護士を高等学校等に派遣し，消費者被害の現状や被害に遭わないための注意点等の講義を行う「法律授業」を実施した。
- ・新入生や若者を対象とした「消費者教育出張講座」や「金融経済講演会」のほか，大学連携講座への協力を実施した。

##### 副教材，パンフレットや指導事例集等の作成・配布

- ・小・中・高校生向けの副教材や指導事例集等を作成・配布し，授業支援を行ったほか，成年年齢引下げについてのポスターを作成・配付し，周知に努めた。

副教材：(小学校)「みんな消費者！ぼくたち，わたしたちの暮らしを考えよう」  
(中学校)「知っておこう！消費生活知識」  
(高等学校)「消費生活知識のマニュアル 知っておこう！これだけは」

##### 教員研修の実施

- ・小・中・高等学校及び特別支援学校における教員対象の初任者研修において，若年者の消費トラブルや消費者教育の必要性等について講義を行った。

##### インターネット利用に関する犯罪防止に関する講話の実施

- ・インターネット利用の増加等を背景に，学校と警察が連携し，小・中・高等学校において，各種犯罪被害に遭わないためのインターネット安全利用に関する講話を行った。

### (課題)

- ・教育機関への講師派遣では、特別支援学校からの要望が増加する一方、中学校、高等学校以上では、出前講座や法律授業等を利用した学校の割合は、毎年度、1割前後にとどまるなど、必ずしも高くない現状にあります。出前講座等を利用しない理由としては、「優先する課題が多く、消費者教育に十分な時間を確保できない」、「教員自体の理解が十分でない」、また「教員が研修を受け易い環境になっていない」など、講座等を活用する環境やシステムが整っていないことが挙げられており、大きな課題となっています。
- ・高等学校においては、消費者庁が作成する副教材「社会への扉」等の活用が求められていますが、県作成の副教材の活用を含めても、活用率は令和元年度で54.4%にとどまっており、授業以外の場を含めての活用方法が課題となっています。
- ・成年年齢引下げによって、令和4年4月から、高校3年生は誕生日を迎えると、順次、成人となり、特に成年直後のトラブル増加が懸念されるため、被害の未然防止に向けて消費者教育の取組が急がれています。
- ・決済方法の多様化が進み、いわゆる「キャッシュレス時代」の到来により、子どもの頃からのお金の使い方の教育が、以前にも増して必要とされています。
- ・これまで、消費者教育、啓発は、紙媒体を中心として行ってきましたが、SNS（ソーシャル・ネットワーク・サービス）の普及などを考慮し、特に、若年者にとって、よりアクセスしやすいツールの検討が必要です。

## 2 地域での取組

第1期計画では、誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて適切な消費者教育を受けられるよう、地域での取組を推進しました。

ラジオやテレビCM、県ホームページ、県消費生活センターが毎月発行する広報紙「みやぎの消費生活情報」等のほか、フェイスブックを活用し、問題商法による消費者トラブルや特殊詐欺等に関する注意喚起、消費者市民社会の意義等についての啓発を行うとともに、5月の消費者月間にあわせて、県警や各種関係団体、消費生活サポーター等の協力を得ながら、街頭キャンペーンを実施しました。また、「消費生活セミナー」や金融広報委員会と共催で行っている「消費生活展」などを通じて、日々の消費生活を見直すきっかけなどを提供しながら、分かりやすい啓発に努めました。

消費生活センター及び各県民サービスセンターの相談員を派遣し、寸劇やクイズなどを取り入れながら分かりやすく啓発を行う消費生活講座（出前講座）は、毎回参加者の好評を得ています。出前講座は、町内会や老人クラブ、地域の見守りを担う民生委員や、地域包括支援センターからの要請が約7割を占めており、このことは、あらゆる機会を捉えた広報に加え、地域の身近な消費生活サポーターによる啓発が効果を上げているものと思われます。

#### <主な取組と成果>

##### 「みやぎの消費生活情報」による啓発

- ・「みやぎの消費生活情報」を毎月発行し、市町村や消費生活サポーター等に送付したほか、地域包括支援センターと訪問介護事業所の合計約 170 か所にメール配信するとともに、県庁ロビーコンサートにおいて、来場者に配布し、説明を行った。

##### 各種広報媒体等を活用した啓発

- ・県ホームページ、ラジオ等による広報のほか、県・県警・マスコミとの三者協定に基づき展開する「みやぎ消費者被害ゼロキャンペーン」による新聞広告（年4回の全面広告及び年間90回の随時広告）を掲載し、「消費者被害撲滅セミナー」（年2回）を開催した。

##### 高齢者・障害者の権利擁護

- ・高齢者や障害者の権利擁護を行う団体と連携し、権利擁護に関する相談対応、普及活動を展開した。「障害者でんわ相談」、高齢者権利擁護研修、市町村による障害者相談支援事業における消費者教育の支援を行った。

#### （課題）

- ・高齢者を狙った問題商法や特殊詐欺などは、手口が複雑・巧妙化しながら後を絶たず、未然防止のための取組が引き続き求められています。
- ・高齢者の抱える消費者トラブルは、消費生活相談窓口のみでの解決が難しい場合もあり、地域包括支援センターをはじめ、福祉団体等との連携を要するケースが増えるなど、地域の見守り体制の構築が不可欠です。
- ・消費者庁において、人口5万人以上の市町村への「消費者安全確保地域協議会」の設置が促進されていますが、令和2年4月現在、県内では2市にとどまっています。  
今後も、当該協議会の設置や、地域資源を含めた既存のネットワークなどを活用した見守り体制の充実に向けて、関係機関の連携が必要です。

### 3 家庭での取組

学校教育期における取組、地域における取組に加え、いずれの年代においても、家庭における取組が基本となります。

県では、県・県警・マスコミとの協定に基づき、「みやぎ消費者被害ゼロキャンペーン」を展開し、新聞広告やセミナーなどを活用した啓発に取り組んでいるほか、金融広報委員会では、学校やPTAからの要請により、保護者向け講演会を実施しています。

特に、高齢者を中心としたオレオレ詐欺などの被害の増加を受け、県警では、「家族の絆大作戦」のキャッチフレーズで、特殊詐欺防止の取組を強力に進めてきました。

**<主な取組と成果>**

**保護者向け講演会の実施**

- ・金融広報委員会において、学校行事と連携した保護者等向けの講演会や、金融・経済講演会を実施した。

**各種広報媒体等を活用した啓発（再掲）**

- ・県ホームページ、ラジオ等による広報のほか、県・県警・マスコミとの三者協定に基づき展開する「みやぎ消費者被害ゼロキャンペーン」による新聞広告（年4回の全面広告及び年間90回の随時広告）を掲載するとともに、「消費者被害撲滅セミナー」（年2回）を開催した。

**（課題）**

- ・成年年齢引下げへの対応として、学校教育期における消費者教育の取組を円滑に進める上でも家庭での役割は大きく、車の両輪として平行して進めることが効果的です。PTAへの働きかけなど、学校を核とした取組は効果的であることから、引き続き学校と連携し、保護者への周知や利用しやすい取組に努める必要があります。
- ・高齢者を狙った問題商法や特殊詐欺による被害を未然に防ぐためには、家族の協力・支えあいはますます重要になっています。しかしながら、居住の実態によっては、必ずしも家族が近くで見守ることができない場合も多く、家庭での取組を進めるには、地域包括支援センターをはじめとした支援機関の活用や地域の見守りに貢献する企業等の協力・支援も有効です。

**4 職域での取組**

学校や地域、家庭での取組とともに、重要なのが職域での取組です。第1期計画では、企業等の従業員を対象とした消費生活講座（出前講座等）を実施したほか、県警等ではネット被害の未然防止のための講演も行いました。

**<主な取組と成果>**

**企業向け講演会の実施**

- ・企業等の従業員を対象に、ネット被害の未然防止講演を県警及び県下警察署の連携により実施した。

**企業向け消費生活講座（出前講座）の実施**

- ・企業等の従業員を対象に、消費生活相談員を派遣し、出前講座を実施した。

**（課題）**

- ・消費者教育は、学校教育期を過ぎると、途端に教育を受ける機会が減少しがちであるため、就業場所において受けられる「従業員向け」の消費者教育は貴重な機会であり、企業等が積極的に研修機会を設けることが求められます。

## 施策2 消費者教育推進に係る人材の育成

### 1 行政職員・教職員への取組

#### (1) 消費生活相談員、行政職員等

日々の消費者相談におけるさまざまな助言も、重要な消費者教育の1つであることから、消費生活相談員や行政職員は、相談対応や消費生活講座（出前講座）の運営に必要な知識を習得するための研修を受講するなど、消費者教育のスキルアップに取り組んできました。

##### <主な取組と成果>

##### 消費生活相談員等のスキルアップ

- ・国民生活センター等で実施する「消費者教育のための講座」に相談員等を派遣したほか、弁護士等を講師に迎えて法律相談会や事例検討会を開催し、スキルアップを図った。
- ・アドバイザー弁護士制度を活用し、対応困難な消費生活相談についての助言を得るなどし、円滑な相談対応のための一助とした。

##### (課題)

- ・消費生活相談員や行政職員の研修などの機会は必ずしも多くなく、また実践的な内容の研修も十分ではないことから、消費者教育を担当する相談員に限られるなど、出前講座の要請に十分応じきれていないなどの現状もあります。
- ・消費者教育の推進に向けた取組をコーディネートできる人材の育成についても、引き続き努める必要があります。

#### (2) 学校教職員等

学校現場における消費者教育の中心となるのは、学校教職員等です。教員等による消費者教育を充実させるため、高校の家庭科教員を対象としたセミナーを開催したほか、小・中・高等学校の初任者研修への講師派遣、また、小・中学校教員向け新学習指導要領に関する説明等においても、消費者教育について取り上げました。

##### <主な取組と成果>

##### 教員を対象にした研修会の開催

- ・小・中学校、特別支援学校及び高等学校の初任者研修の中に、消費者教育の講座を設けるほか、教員セミナー（主に家庭科）に、講師を派遣した。
- ・新学習指導要領に関する説明において、消費者教育や消費者市民社会についても取り扱った。

##### (課題)

- ・学校教育期における消費者教育を充実させるための教員研修については、今なお「研修を受けやすい」状況にあるとはいえないことから、外部講師の招へいや先進県でのモデル授業などへの教員の参加を可能にする環境整備や、日常において効果的に研修を行うシステムの検討も必要です。

## 2 学生等への取組

第1期計画では、県内に多くの大学・専門学校などが存在することから、消費者問題に対する意識の高い学生リーダーの育成に努めてきました。

特に、社会における環境問題への関心は高く、高等学校においては、環境課題に対応できる職業人の育成や循環型社会に貢献できる人材の育成に取り組み、各校において充実した研究が実践されました。

### <主な取組と成果>

#### 大学等における消費者教育

- ・入学時等におけるガイダンスの場を活用した消費生活講座を開催した。

#### 循環型社会に貢献できる人材の育成

- ・エコファームプロジェクト、解体木造建築の構造材再利用促進の基礎的研究事業など、高校における実践的な学習を展開した。

### (課題)

- ・消費者問題に広く関心を持ち、かつ日常生活において、啓発の担い手となるような学生リーダー像、あるいは彼らをどのように支援していくかが明確でなく、具体的な取組に至っていません。
- ・若年者における消費者トラブルなどの相談も年間600件程度寄せられるなど、社会的に未熟である若年者への消費者教育が十分に行き届いていない状況にあります。これは、若年者自身が消費者問題、消費者被害を自分の事として考える機会が少ないことが背景にあるともいわれています。
- ・令和4年の成年年齢引下げに向けて、消費者被害の未然防止のための更なる取組が急務ですが、消費者教育を効率的かつ効果的に進めるためには、若年者に浸透しやすい啓発ツールの工夫が必要です。
- ・消費者教育を受ける側だけでなく、消費者問題に関心の高い学生等を「学生サポーター」に認定し、同年代への啓発を進める必要があります。

## 3 地域人材への取組

第1期計画では、消費者教育を担う人材として、相談員、教員などに加え、地域と行政の橋渡しを担う「消費生活サポーター」の育成に取り組んだほか、各種関係機関と連携して、地域福祉活動を実践するコミュニティ・ソーシャルワークの視点を持った人材への支援にも取り組みました。

消費生活サポーター制度については、令和2年3月末現在、148人の個人と20の団体をサポーターに委嘱し、主に町内会など身近な地域で消費者啓発に関わる情報提供などを行っています。個人でかわら版を作成・配布するなど、自主的な活動に取り組むサポーターや、出前講座の補助に加わるなど活発に活動するサポーターも少なくありません。

また、新たな試みとして、消費生活に関する連続講座にも取り組み、地域における消費者教育のリーダーとなる人材の育成にも努めました。

#### ＜主な取組と成果＞

##### 消費生活サポーターの育成・活用

- ・消費生活サポーターを育成・活用するため、養成講座やフォローアップ講座を開催し、消費者教育の担い手として必要な知識や技能の習得を支援した。

##### コミュニティ・ソーシャルワークの視点を持った人材への支援

- ・社会福祉協議会職員をはじめとした自治体関係者や地域包括支援センター、自立相談支援機関職員等を対象とした研修について支援した。

##### 消費生活講座の連続開催

- ・消費生活講座（出前講座）を同一地域で連続して5～6回行い、消費生活サポーターにつながるような中核となる人材の育成に努めた。

#### （課題）

- ・消費生活サポーター制度については、応募の機会である養成講座受講の機会が年1回（9月）のみということもあり、新規の認定者数が頭打ちとなっているほか、フォローアップ講座への参加者も全体の3割程度にとどまっています。
- ・高齢者の消費者被害が増え続ける中で、地域におけるサポーターの果たす役割はますます重要になっていくことから、養成講座等の運営をはじめとしたサポーターの育成のみならず、フォローアップの手法、さらに活動内容を見直す必要があります。
- ・高齢者や障害者など地域共生社会の実現を目指す中で、消費者相談と福祉部門の連携強化は重要であるため、情報交換を積極的に行いながら、ネットワークを図ることが必要です。
- ・消費生活講座の連続開催では、多くの参加者が関心を持って積極的に参加する姿が見られました。中核となる人材の具体的な育成・活用方法をより明確にすることによって、さらなるモチベーションの高まりが期待されます。

#### 4 事業者に対する取組

消費者教育にかかる取組の領域として、消費者のみならず「事業者」に対する教育があります。第1期計画では、事業者団体などからの要請を受け、経営者向けセミナーや事業者団体が主催する研修会などに、消費生活相談員や職員を講師として派遣するなどの取組を行いました。

### ＜主な取組と成果＞

#### 経営者セミナーや事業者団体研修会等への講師派遣

- ・事業者団体が自主的に行う勉強会に、消費生活相談員等を派遣し、トラブルを未然に防ぐための注意点や、消費者市民社会における事業者の役割について説明した。

#### 機会を捉えた事業者への助言等

- ・事業者訪問等など、事業者からの求めに応じて、営業時における契約の方法・手続き等に関する助言を行った。

#### (課題)

- ・消費者側のみならず、事業者自らが事業活動に関し、遵守すべきルールを作成し学ぶことや、消費者の信頼を確保するための取組を行うことも重要ですが、現実には、必ずしも十分ではありません。これには、事業者教育に対する意識が薄いことなども理由の一つと考えられています。
- ・しかし、最近では、消費者トラブルを未然に防ぐための契約・販売方法の見直しなどについての助言を求める企業も少なからず出てきており、消費者対応に関して遵守すべき基準の作成支援など、機会を捉えて、引き続き啓発する必要があります。
- ・消費者市民社会における事業者の役割を果たす上で、「消費者志向経営」は重要です。しかし、これらを含め、事業者自身が学ぶ場への講師派遣の要請は、毎年10件未満であるなど、事業者教育の機会は十分ではありません。
- ・消費者志向経営に対する関心・機運は徐々に高まってきていることから、これを促す観点からも、消費者問題等に対し関心の高い事業者を「サポーター企業」として認定し、企業みずから主体的に消費者教育や啓発活動に参加できるようなくみ・方策を検討する必要があります。

#### ■消費者志向経営(愛称:サステナブル経営)

国においては、2016年に「消費者志向経営推進組織」を設置し「消費者志向経営」の推進に取り組んでおり、「消費者基本計画(令和2年3月31日閣議決定)」の中でも「消費者志向経営」を推進することとしています。

国の消費者基本計画では、「消費者志向経営」とは、事業者が行政や消費者と連携し、消費者目線で、消費者の声を聴きかつ生かすこと、未来・次世代のために取り組むこと及び法令遵守・コーポレートガバナンスを強化することに取り組むことと定義されています。

具体的には、消費者と事業者との間に生じたトラブルの処理に係る事業所内の体制整備、事業者が自らの事業活動に関し遵守すべき自主規制の策定その他の消費者の信頼を確保するための事業者・事業者団体による取組の推進、公益通報者の保護に取り組むことが想定されます。

消費者志向経営の取組により、事業者は消費者からの信頼を獲得するとともに、内部のコンプライアンス意識の向上等により、中長期的な企業価値の向上が期待されます。

消費者は、商品・サービスの品質が確保され、ニーズを捉えた商品・サービスが提供されることで、自主的・合理的な選択をすることが可能になります。

県では、こうした消費者志向経営の考え方が社会の基本認識となるよう取り組んでいきます。



### 施策3 関係団体への支援・連携・協働

消費者教育をより実効性の高いものとしていくためには、金融広報委員会のほか様々な機関や関係団体との連携と協働を図ることが不可欠です。第1期計画においては、生活協同組合連合会、消費者団体連絡協議会等の消費者団体をはじめ、弁護士会や司法書士会等との連絡会議や情報交換、合同研修などを実施してきました。特に、「行政機関と弁護士会・司法書士会との懇談会」については、弁護士等と相談員が事例研究などを通して活発に情報交換できる場として、全国的にも評価されています。

また、平成29年4月に適格消費者団体に認定された「消費者市民ネットとうほく」と覚書を締結し、消費生活情報を提供するなど、消費者被害への救済という面での連携に取り組んでいるほか、事業者団体との情報共有などにも努めています。

平成28年度からは県・県警・新聞社との三者協定により「みやぎ消費者被害ゼロキャンペーン」を展開し、新聞広告の活用や被害撲滅セミナーを通して、特殊詐欺などの消費者被害防止に向けて取り組んだほか、地域包括支援センターや社会福祉協議会などとの連携も図ってきました。

#### <主な取組と成果>

##### 金融広報委員会との連携

・県と金融広報委員会とで、教員セミナーや「消費生活展」を共催し、教育の消費者教育に関する人材育成や県民に対する啓発に連携して取り組んだ。

##### 各種研修会等の実施

・「消費生活相談員研修」（国民生活センターとの共催）、「消費者団体連合会との合同研修」、「教員セミナー」「消費生活展」（金融広報委員会との共催）、「消費生活相談員レベルアップ研修（年4回）（市町村消費生活相談員連絡協議会と共催）などを実施したほか、福祉団体等との情報交換を行った。

##### 行政懇談会等の開催

・国、県及び市町村の相談員と弁護士会及び司法書士会をメンバーとする懇談会（研修会）を開催し、事例研究等を通じて、情報共有と相談力の向上に努めた。

##### 各種広報媒体等を活用した啓発

・県ホームページ、ラジオ等による広報のほか、県・県警・マスコミとの三者協定に基づき展開する「みやぎ消費者被害ゼロキャンペーン」による新聞広告（年4回の全面広告及び年間90回の随時広告）を掲載し、「消費者被害撲滅セミナー」（年2回）を開催した。

##### 事業者団体との連携

・宮城県コンシューマー・サービスリーダー会議の会合への講師派遣を行った。

(課題)

- ・引き続き、多くの関係団体との連携・協働を進めるとともに、消費者教育に企業自身が参画したり、企業を巻き込んだ消費者教育を展開する方策の検討が必要です。
- ・消費者相談における助言・サポートは、福祉分野との連携が不可欠であることから、見守りを担う福祉部門・関係団体との一層の連携に努める必要があります。

#### 施策4 関連施策等との連携

第1期計画では、消費者教育を総合的かつ効果的に推進するため、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、従来、個別に行ってきた施策との連携にも努めてきました。

環境教育については、ラジオCMやパネル展示等による多様な年齢層に向けての3Rに関する情報発信を行ったほか、グリーン購入等の取組では、SDGs（持続可能な開発目標：Sustainable Development Goals）の観点を取り入れたセミナーを開催しました。小学校で行う出前講座では、プラスチックごみ、食品ごみ削減の必要性や3Rの現状に関する講義を行い、環境へ配慮した行動について働きかけを行いました。

食育については、県内栄養士養成施設・調理師養成校及び中食・外食企業と連携し、健康づくりに関心の低い若い世代や働き盛り世代に向けて様々な機会を捉えた普及啓発を行うなど、関係機関同士の情報共有や連携を図りながら、取組を展開しました。

学校では、食育強化月間や給食週間などにおいて、地元食材を積極的に使った献立を工夫するなど、地産地消を意識した取組を進めてきました。

学校教育期における消費者教育のより直接的な取組としての法教育「弁護士による法律授業」や金融（金銭）教育の取組では、それぞれの段階に応じた金融リテラシーを身に付けられるよう取り組みました。

##### <主な取組と成果>

###### 環境教育

- ・ラジオCM、ホームページ、店舗用啓発音源の放送等を活用し、3Rの推進・啓発活動を実施した。
- ・グリーン製品の認定、イベント等での紹介、学校での出前講座等によって、グリーン購入についての普及啓発に取り組んだ。

###### 食育

- ・みやぎ食の安全安心消費者モニター、食育フォーラム等による啓発に取り組んだ。
- ・食育情報紙「みやぎ食育通信」を発行し、メール、郵送等で送付し、併せて、県ホームページに掲載した。

## <主な取組と成果>

### 法教育

弁護士会と連携し、「弁護士による法律授業」を実施した。

### 金融経済教育

金融リテラシーを身に付けるため、教材作成・配布のほか、新成人向けパンフレットの配布を行った。

### (課題)

- ・環境への配慮や社会貢献を重視する取組を具体的に理解することは、そのまま消費行動としてつながり、相乗効果を生むことも期待されることから、引き続き連携した取組が求められています。
- ・エコや3R，食育，地産地消などの取組は，十分に浸透しきれていない「エシカル消費」などの理解にもつながることから，より具体的に，分かりやすく理解を促すことが必要です。
- ・環境教育や食育は，SDGsの達成に寄与するとの観点からも，複合的かつ連携しながら進めていく必要があることから，庁内各部局と調整しながら，かつ関連する各種団体等とも連携していくことが求められます。

### ■金融リテラシー

金融に関する健全な意思決定を行い，究極的には金融面での個人の良い暮らしを達成するために必要な金融に関する意識，知識，技術・態度及び行動の総体をいいます。

### ■エシカル消費（倫理的消費）

地域の活性化や雇用なども含む，人や社会，環境に配慮した消費行動のことであり，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す。

#### (具体的な行動例)

[人への配慮] 障害がある人の支援につながる商品を選ぶ。

[社会への配慮] 寄付付き商品を選ぶ。フェアトレード商品を選ぶ。

[環境への配慮] エコ商品を選ぶ。リサイクル製品を選ぶ。

[地域への配慮] 地元の産品を買う。被災地の産品を買う。

### 第3 国の動きと社会情勢の変化等

次期計画では、第1期計画における取組の成果と課題に加え、以下に掲げる国の動きや社会情勢の変化等を踏まえて、次期計画を策定していくこととしています。

#### <成年年齢の引下げ>

平成30年6月の民法の一部改正によって、令和4年4月から成年年齢が20歳から18歳へ引き下げられることとなりました。未成年者取消権が適用される年齢が引き下げられ、若年者の消費トラブルの増加が懸念されるため、被害を未然に防ぎ、自立した消費者を育成するための取組が急務となっています。

国では、成年年齢引下げを見据え、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」が変更されたほか、さらに、実践的な消費者教育の実施を推進するため、関係省庁が連携し、平成30年度から平成32年（令和2年）度までの3年間を集中強化期間とする「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」が展開され、学習指導要領（改訂）の徹底と消費者教育教材の開発、実務経験者の学校現場での活用や教員の養成・研修などが重点的な取組が進められています。

#### <決済手段の多様化～キャッシュレス時代の到来～>

デジタル化の進展による電子商取引の拡大や、令和元年10月からの消費税率上げを契機に、決済手段の多様化が進み、いわゆるキャッシュレス時代が到来しました。

利便性の向上が図られた一方で、現実の金銭感覚を持つことができない、あるいは、消費者トラブルの原因となるなど、懸念材料に結びつくことも少なくないことから、改めて金銭教育等の必要性が大きくなっています。

#### <自然災害や感染症からの教訓>

東日本大震災後も相次ぐ自然災害に見舞われ、災害に乗じた消費者被害が発生したほか、新型コロナウイルス感染症の拡大によって、長期にわたり様々な制約を受けるなど、不安やストレスの大きい社会生活を余儀なくされる中、感染拡大に便乗した特殊詐欺や悪質商法に関する消費生活相談が多く寄せられました。安心・安全のまちづくりの観点からも、非常時においても冷静な行動をとれるよう、消費者教育の必要性が再認識されるとともに、新しい生活様式に配慮した「オンライン等による消費生活講座（出前講座）」などができる環境整備など、様々な課題が浮き彫りになりました。

## 第4 消費者教育における新たな視点

次期計画においては、「公正で持続可能な社会の形成に向けた消費行動の推進」という新たな視点を取り入れることとします。

平成27年9月、「国連持続可能な開発サミット」において、SDGsが採択されました。

SDGsでは、全世界の共通課題である、貧困や不平等・格差、テロや紛争、気候変動など様々な課題を解決し、「誰一人として取り残さない」世界の実現を目指すために17の目標が設定されています。

目標の一つとしてゴール12には、「持続可能な生産消費形態を確保する」ことが掲げられ、ターゲットとして、「持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにする」ことや「食品ロスを減少させる」こと、「廃棄物の発生を大幅に削減する」こと等が位置付けられており、適切な消費行動を促すために重要な視点が盛り込まれています。

令和元年10月1日に施行された「食品ロスの削減の推進に関する法律（令和元年法律第19号）」では、食品の購入又は調理の方法を改善すること等により食品ロスの削減について自主的に取り組むよう努めることが消費者の役割として求められています。

また、国の消費者基本計画（令和2年3月31日閣議決定）においても、人や社会・環境に配慮して消費者が自ら考える賢い消費行動、いわゆるエシカル消費等に関する取組を体系的・総合的に進める必要があるとされています。



## 第3章 消費者教育推進の基本方針

第1期計画においては、5つの重点事項に基づき、消費者教育の推進に向けた取組を進めてきましたが、これまでに得た成果や課題、また成年年齢引下げへの対応など、国の動きや社会情勢の変化等を踏まえ、次に掲げる事項を基本方針として位置付け、消費者教育の更なる推進に向けて取組を進めます。

### 基本方針1 消費者市民社会の意義の普及・啓発

「消費者市民社会」の意義の普及については、これまでも様々な機会を捉えて啓発に取り組んできましたが、これをさらに充実し、環境や人に配慮した消費行動がとれる「自立した消費者」「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ことから、

- ・より効果的な広報媒体の活用と消費生活講座（出前講座等）の実施
- ・企業を巻き込んだ消費者教育、事業者への教育機会の展開
- ・消費者志向経営の促進
- ・環境や人に配慮した消費行動の促進
- ・地元産食材を活用した学校給食等による地産地消の促進に取り組みます。

### 基本方針2 成年年齢引下げを見据えた学校教育期における消費者教育の充実

できる限り早い時期からの消費者教育が重要であることから、学校教育期における様々な取組に努めてきましたが、今なお消費者教育が行われる環境が十分でないといった課題も少なくありません。また、若年者の相談の中には、インターネット決済やフリマアプリといった個人間取引なども含め、ネットトラブルが多く見受けられます。ネットトラブルは契約上のトラブルのみならず、権利侵害や個人情報に対する被害に発展する恐れもあることから、家庭教育を含め早い段階から教育の機会を持つことが大切です。成年年齢引下げを見据え、消費者被害の未然防止に向けて、若年層に対する消費者教育の一層の充実を進めるため、消費トラブルを自分自身にも起こりうるものと認識し、自分の事として捉えられるよう、若年層に浸透し易いSNSなどを含めたツールの検討や、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と協力のもとに、

- ・消費者教育を担う教員研修の環境づくり
- ・家庭教育を担う保護者の理解促進
- ・若年層への様々な手法を用いた啓発
- ・契約やネットトラブルに関する理解促進のための啓発
- ・消費者教育推進校で消費者教育のモデル授業例の作成、普及に取り組みます。



### **基本方針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**

出前講座等の啓発活動によって、安全・安心な消費生活に対する県民の意識の高揚を図っているものの、依然として、特殊詐欺をはじめとした高齢者の消費者被害は後を絶ちません。このため、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の消費トラブルを防止する必要があることから、

- ・被害実態を踏まえた高齢者を対象とした啓発の工夫
- ・地域における見守りを担う地域包括支援センター等の関係機関との連携強化
- ・消費者安全確保地域協議会の設置促進
- ・消費生活サポーター制度の充実に取り組みます。

### **基本方針4 消費者教育を担う人材等の育成**

消費者教育を担う人材として、相談員や教員のスキルアップに加え、地域と行政をつなぐボランティアとして情報提供や啓発を担う「消費生活サポーター」の育成と活動の活性化を進めることが重要です。

また、若者が消費者教育やSDGsを理解し、牽引する役割を果たすことで、若者の消費者教育がより効果的に進むことが期待できます。

企業に対しては、従業員に対する消費者教育の場の提供のみならず、「消費者志向経営」を目指すことができるよう事業者教育を円滑に進めることが求められています。

様々な場において、「消費者教育」の担い手の育成・活用を図る必要があることから、

- ・消費生活相談員や教員に対する研修機会の拡充
- ・消費生活サポーター活動の活性化
- ・学生サポーターの認定・活用
- ・消費者志向経営を進めるための企業等への事業者教育
- ・サポーター企業の認定に取り組みます。

### **基本方針5 各種関係団体・機関との連携の強化**

消費者教育を総合的かつ一体的に進めるため、第1期計画においても、消費者団体や事業者団体等への支援とともに、公益社団法人全国消費生活相談員協会、宮城県金融広報委員会、仙台弁護士会、宮城県司法書士会、適格消費者団体「消費者市民ネットとうほく」等の各関係団体と連携して消費者教育を進めてきましたが、これらの充実・強化が求められています。企業を含む関係団体・施策との連携をさらに強化し、消費者教育や消費者志向経営に対する機運を高める必要があることから、

- ・「みやぎ消費者被害ゼロキャンペーン」の継続と協賛企業との連携・協力
- ・事業者や事業者団体の教育機会の確保
- ・消費者志向経営の理解促進に取り組みます。

## 第4章 計画の施策と具体的取組

次期計画では、これまでの取組の成果や課題を踏まえ、特に力を入れるものとして位置付けた5つの基本方針に基づき、第1期計画から進めている4つの施策に即した具体的取組を中心に消費者教育を推進していきます。

### 施策1 ライフステージ・場ごとの消費者教育

消費者教育は、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していきます。

#### (1) 学校教育期での取組

消費者教育を生涯にわたり推進する上で、基礎的な知識及び技能を習得する各学校段階における取組は極めて重要なものです。幼児・児童・生徒・学生といった各段階において各々に合った目的及び方法で消費者教育を推進することが求められます。各学校段階において、質・量ともに充実を図るためには、授業内容や教材等の現況を把握し、問題点を検証した上で、優れた教材の開発や教員の消費者教育への正しい理解と指導力向上、消費生活や消費者教育について専門的知識を有する外部人材の活用、消費生活センターなどの関係機関との連携の促進などに取り組む必要があります。

成年年齢引下げを見据え、引き続き、教育部門と消費者教育を主管する部門が連携しながら、各レベルに応じた消費者教育に対する正しい理解と指導力の向上に取り組むとともに、消費者教育に関する専門的知識を有する外部人材の活用や、カリキュラムとしての体系的な消費者教育を進めつつ、授業時間以外の場、例えばホームルームなどを活用した教育や家庭教育を担う保護者に対する教育の機会を探るほか、若者にとってより浸透し易いSNSなどを活用した啓発に取り組みます。

#### ① 幼稚園・保育所・認定こども園

お使いや買い物に関心を持つ、身の回りのものを大切にする、協力することの大切さを知る等の人やものとの関わりを重視した様々な体験を通して、子ども（幼児）自らが気づき、考える教育を推進します。また、こうした教育の機会を通して、教職員や保護者に対して、消費者として質の高い判断力や意思決定能力を育むために必要な情報を提供します。



### ＜具体的な取組事項＞

- 金融広報委員会や教育事務所と連携し、幼稚園を金銭教育研究校に委嘱し、公開授業（保育）や教員による研究発表等の取組を通じて、金銭教育の普及推進を図る。
- 幼稚園、保育所、認定こども園等の教員や保育士向けに出前講座等による研修を行うとともに、パンフレットやDVDの配付・貸出のほか動画等の配信によって、子どもがお金や消費について学べるよう授業（保育）支援を行う。また、出前講座等でのオンラインの活用も推進する。
- 家庭教育を担う保護者を対象に、幼児事故の未然防止に関する啓発や消費者教育を取り入れた消費生活講座（出前講座等）を行う。
- 乳幼児の事故に関する注意喚起情報等をホームページや情報誌で発信する。

## ② 小学校

令和2年度から完全実施された学習指導要領において、家庭科では、消費者教育に関する内容の一層の充実を図るため、「買い物の仕組みや消費者の役割」が新設され、売買契約の基礎、消費者の役割、相談機関等を学習することとされています。この学習では、社会科で学ぶ「地域の生産や販売の仕事」と関連を図ることが求められており、これらの学習を充実させるための施策を展開します。

### ＜具体的な取組事項＞

- 学校の授業や行事等に講師を派遣し、消費生活講座（出前講座等）による消費者教育や金銭教育を行う。また、出前講座等でのオンラインの活用も推進する。
- 学校と警察が連携し、児童や保護者、学校関係者に対し、インターネットに起因する犯罪被害に遭わないための講話を行う。
- 社会科や家庭科等での学習を中心に、物や金銭の使い方や買い物についての指導が円滑に進むよう、指導事例集等を作成・配付する。
- 小学生向けの消費生活関連のパンフレットに加え、DVDの貸出や動画等を配信するなど、児童が理解しやすい教材や啓発ツールにより理解促進を図る。
- 県内小学校の児童から消費者市民社会や「お金やもの」に関するポスターを募集し、表彰することにより、児童・生徒の金銭等に関する意識の向上及び健全な価値観の養成を図る。
- 保護者向けに、消費生活関連のパンフレットを配布するほか、消費生活講座（出前講座等）を行い、「消費」や「消費者教育」についての理解を促す。

### ③ 中学校

令和3年度から完全実施される学習指導要領において、消費者教育の一層の充実を図るため、家庭科では、キャッシュレス化やインターネットを介した通信販売に加え、クレジットカードによる三者契約、また消費者被害の背景と対応などについて学び、社会科（公民的分野）では、行政が消費者政策を推進する役割を担っていることを学ぶこととされており、これらの学習を充実させるための施策を展開します。

#### ＜具体的な取組事項＞

- 社会科や家庭科等での学習を中心に、消費者市民社会の意義や身近な消費生活の中で経済活動の意義を理解させるとともに、環境教育についても実施する。
- 学校の授業や行事等に講師を派遣し、消費生活講座（出前講座等）による消費者教育や金銭教育を行い、生徒の「消費者」についての理解を深める。また、出前講座等でのオンラインの活用も推進する。
- 中学生向けの消費生活関連のパンフレットに加え、DVDや動画等を配布・配信するなど、生徒が理解しやすい教材や啓発ツールにより理解促進を図る。
- 副教材や指導事例集等の作成・配布により授業支援を行うとともに、状況等の変化に応じて見直しを行う。
- 学校と警察が連携し、生徒や保護者、学校関係者に対し、インターネットに起因する犯罪被害に遭わないための講話を行う。
- 県内中学校の生徒から消費者市民社会や「お金やもの」に関するポスターを募集し、表彰することにより、児童・生徒の金銭等に関する意識の向上及び健全な価値観の養成を図る。

### ④ 高等学校

高等学校では、主に公民科や家庭科等での学習を中心に、消費生活の現状と課題、消費者の権利と責任、生涯を見通した経済設計、消費者信用などについて学習します。

令和4年度入学生から完全実施される学習指導要領においては、これに加え、「消費者保護の仕組み」や「責任ある消費」、また、「キャッシュレス社会の家計に与える利便性や問題点」などについても新たに学ぶこととされました。まさに、「責任ある消費」については令和4年からの成年年齢引下げを見据えた対応にもつながるところです。

成年年齢の引下げにより、高校生は18歳の誕生日を迎えると、順次、成人となり、高校生であると同時に、消費者として自立する意識の自覚が求められます。成年した直後のみならず、卒業後に消費トラブルに巻き込まれることのないよう、引き続き、

消費者教育副読本や金融教育等により、正しい消費生活知識や金融・経済に関する知識の習得を支援します。

さらに、特定の教科に限らず、ホームルームなどで「消費者教育」を扱うことで、消費や契約について学ぶ機会の充実が期待されることから、教育部門と連携しながら情報提供や多くの教員が研修できる環境の充実に努めます。

#### ＜具体的な取組事項＞

- 学校の授業や行事等に講師を派遣し、消費生活講座（出前講座等）による消費者教育や金融教育を行い、トラブルに関する情報提供や授業支援を行うことで、生徒の「消費者」についての理解を深める。また、出前講座等でのオンラインの活用も推進する。
- 成年年齢引下げについて、ポスターや映像教材等の配付により理解促進を図る。
- 高校生向けの消費生活関連のパンフレットのほかDVDや動画等を配布・配信するなど、生徒が理解しやすい教材や啓発ツールにより理解促進を図るとともに、生徒自身が相談し易い環境をつくる。
- 副教材や指導事例集等の作成・配布により授業支援を行うとともに、状況等の変化に応じて見直しを行う。
- 家庭科・公民科といった特定の教科に限定せず、ホームルーム等の場を活用し、多くの教員が消費者教育に関わることができるよう、オンライン形式も含めた教員研修体制や環境整備に努める。
- クリーンエネルギー利活用などに関する実践的な学習を通し、環境課題に対応できる職業人の育成を目指す。
- 生活スキルとして最低限身に付けるべき金融リテラシーについて教育現場への更なる浸透を図るため、教員研修などの機会を利用して情報提供を行う。
- 消費者教育支援サイト等を紹介し、教員自らが教材等を選択して消費者教育を進めることができるよう情報提供を行う。
- 学校と警察が連携し、生徒や保護者、学校関係者に対し、インターネットに起因する犯罪被害に遭わないための講話を行う。
- 学校と連携し、PTAの行事などで、消費者教育をテーマにした講座が開催できるよう、外部講師の紹介も含めた支援を行う。
- 消費者問題に高い関心を持つ生徒を「学生サポーター」に認定し、友人や家族など身近な人への啓発活動等に取り組むとともに、活動を通じて自立した消費者としての知識や意識を身に付ける。

## ⑤ 特別支援学校

特別支援学校では、①～④に準じて、それぞれ幼稚部・小学部は令和2年度から、中学部は令和3年度から、高等部・専攻科は令和4年度入学生から完全実施される学習指導要領に基づき、児童・生徒の実態に応じ、障害による学習上又は生活上の困難を改善・克服し、自立を図るために必要となる消費者教育を進めることとし、児童・生徒・教員・保護者等に対して必要な支援に取り組みます。

### <具体的な取組事項>

- 児童・生徒の障害、発達段階、生活経験等、個々の実態に応じたきめ細かな指導が可能となるよう、社会科や家庭科、生活単元学習、作業学習等において消費者教育を支援する。
- 学校の授業や行事等に講師を派遣し、消費生活講座（出前講座等）による消費者教育や金銭教育を行い、「消費」についての児童・生徒の理解を深める。また、出前講座等でのオンラインの活用も推進する。
- 消費生活関連のパンフレットに加え、DVDや動画等を活用するなど、児童・生徒が理解しやすい教材や啓発ツールにより理解促進を図る。
- 障害児者及びその家族に対する社会生活力を高めるための支援の一環である、市町村による障害者相談支援事業において消費者教育を支援する。
- 保護者への啓発が円滑に進むよう、学校と協力しながら、消費生活講座（出前講座等）や情報提供等を行う。

## ⑥ 大学・高等専門学校・専修学校・各種学校等

大学・高等専門学校・専修学校・各種学校等の学生の多くは、成年直後のタイミングであることから、消費者トラブルの増加が懸念されます。入学時等におけるガイダンスの場を活用した消費生活講座に加え、学内へのポスター等の掲示や学生便覧への相談窓口等の掲載など、改めて消費者教育に力を入れる必要があります。さらに、学生が消費者教育を自ら主体的に学ぶことができる環境を整えるとともに、学びへの支援を進める必要があることから、各学校や関係する団体等と連携し、各学校における体系的な消費者教育の実施を推進します。

### ＜具体的な取組事項＞

- 入学時等におけるガイダンスの場を活用した消費者教育に加え、学生自身が消費者問題を主体的に学習できるよう配慮し、カリキュラムへの導入を図る。
- 授業や行事等に講師を派遣し、消費生活講座（出前講座等）による消費者教育や金融教育を行い、様々な消費トラブル等に関する情報を提供する。また、出前講座等でのオンラインの活用も推進する。
- 県ホームページやラジオ、情報紙等で問題商法や特殊詐欺等に関する注意喚起や消費者市民社会の意義についての啓発を行うとともに、SNSなど若者がアクセスし易い啓発ツールの活用に取り組む。
- 学生が当事者意識を持って、友人や知人に啓発できるよう、SNSなどのツールを活用し、注意喚起や情報提供を行う。
- 消費者問題に高い関心を持つ学生を「学生サポーター」に認定し、友人や家族など身近な人への啓発活動等に取り組むとともに、活動を通じて自立した消費者としての知識や意識を身に付ける。

## （２） 地域での取組

ライフステージごとの体系的な消費者教育を実施するに当たり、生涯を通じて適切な消費者教育を受けることが望ましいことから、学校教育期以降も適切な消費者教育が引き続き受けられるよう地域での取組を推進します。デジタルコンテンツに関する相談など、世代を問わず寄せられている実態を踏まえ、学校や警察等と協力し、関連する消費トラブル防止についても啓発します。なお、啓発に当たっては、SNS等を活用しながら積極的な情報提供に努めます。

### ① 成人

学校教育や職域、家庭等で行われる消費者教育以外にも、成人に対する消費者教育を展開し、消費者教育を継続的に受けられるようにしていきます。

### ＜具体的な取組事項＞

- 消費者教育を継続的に受けられるよう、「消費生活展」などのイベントや町内会等の求めに応じて、出前講座等を実施する。
- 警察等と連携した街頭啓発や報道機関と連携した広報、消費生活サポーター等を活用して、特殊詐欺被害の抑止を図る。
- 県ホームページやラジオ、情報紙に加え、SNSも活用し、問題商法や特殊詐欺等に関する注意喚起や成年後見制度の活用促進、消費者市民社会の意義についての啓発を行う。

## ② 高齢者・障害者

高齢者と障害者に対しては、消費者団体やNPO、各地域の町内会、社会福祉協議会、介護（障害福祉）サービス事業所、地域包括支援センター、民生委員などと連携し、地域の見守り体制の中で消費者教育を進めていきます。

なお、高齢者や障害者等の消費者被害の防止については、福祉分野との連携が不可欠であることから、被害の現状把握を行ったうえで、福祉団体との情報交換を積極的に行います。また、障害者の権利の擁護が必要であることから、関係機関と連携し、引き続き常設相談窓口を設置するなど、必要に応じた支援に努めます。

### <具体的な取組事項>

- 街頭啓発や報道機関と連携した広報活動を通し、また、県ホームページやラジオ、情報紙等に加え、SNSも活用しながら、問題商法や特殊詐欺等に関する注意喚起や成年後見制度の活用促進、消費者市民社会の意義についての啓発を行う。
- 自治会や老人クラブ、地域包括支援センター等が主催する会合等を活用して消費生活講座（出前講座等）を行い、様々な消費トラブル等に関する情報を提供する。また、出前講座等でのオンラインの活用も推進する。
- 高齢者や障害者の権利擁護を行う団体と連携し、「障害者でんわ相談」など、権利擁護に関する相談対応、普及活動を展開するほか、高齢者権利擁護のための研修、市町村の行う障害者相談支援事業において消費者教育を引き続き支援する。
- 社会福祉協議会ほか相談窓口を有する福祉団体等との情報交換を、引き続き行う。
- 「消費者安全確保地域協議会」の設置を促進し、地域における既存のネットワークなどを活用した見守り体制の充実に努める。

## (3) 家庭での取組

成年年齢の引下げを見据え、家庭教育を担う保護者に対し、早い時期からの金銭教育などを通して金融リテラシーが身に付くような意識づけに努めるとともに、学校、PTA活動を有効に活用し、消費生活講座の積極的な利用を促進します。

高齢者の消費者被害の未然防止には、家族の協力が不可欠です。家族全員が正しい知識を身に付けられるような啓発に努めます。

**<具体的な取組事項>**

- 県ホームページやラジオ，情報誌等のほか，SNSも活用し，問題商法や特殊詐欺等に関する注意喚起や消費者市民社会の意義について啓発する。
- 学校行事等と連携し，保護者向けの消費生活講座（出前講座等）を行い，様々な消費トラブル等に関する情報を提供する。また，オンラインの活用も推進する。
- 金融広報委員会や関係団体と連携し，金融経済等に関する知識の普及を図るため，一般県民等を対象とした講演会を開催する。

**(4) 職域での取組**

事業者及び事業者団体が積極的に従業員に対し，消費者教育に取り組む体制を強化するため，これらの団体や関係機関と連携し，職域での効率的・効果的な消費者教育の推進への取組を支援します。

**<具体的な取組事項>**

- サイバー空間における脅威等についての理解を促すため，サイバー犯罪被害防止をテーマにした講話を行う。
- サイバー犯罪被害防止のため，企業や関係機関，団体等を対象にしたサイバーセキュリティ講演等を開催する。
- 県ホームページやラジオ，情報誌等で消費者トラブルや特殊詐欺等に関する注意喚起や消費者市民社会の意義について啓発を行う。
- 事業者や事業者団体が主催する会合等を活用して消費生活講座（出前講座等）を行い，様々な消費トラブル等に関する情報を提供する。また，出前講座等でのオンラインの活用も推進する。
- 新入社員等を対象とした研修に消費者教育に関わるテーマを取り入れるなど，企業における消費者教育のあり方について情報提供する。

## 施策2 消費者教育推進に係る人材等の育成

消費者教育を担う人材として、消費生活相談員、学校教職員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、サポーター制度の一層の充実に努めます。また、目指すべき消費者市民社会における事業者の役割や消費者志向経営への理解促進を図るため、事業者教育に取り組みます。

### (1) 行政職員、教職員への取組

#### ①消費生活相談員・行政職員等

消費者教育の中心となる消費生活相談員、行政職員等に対して、研修の充実に図り、啓発活動や情報発信など、消費者教育の推進役としての役割を果たすことのできる人材等の育成を進めます。特に、学校現場との連携が重要であることから、消費生活相談員が学校側との調整を行うコーディネーターの役割を担うことを目指します。

国や弁護士会等と連携を図り、更なる研修の充実に取り組みます。

#### <具体的な取組事項>

- 消費生活相談員については、日々変化する消費者トラブルに対応するため、継続して研修の機会確保に努める。
- 行政機関、弁護士会、司法書士会等が連携した研修会等を引き続き実施する。
- 教育庁や関係団体等と連携しながら、指導力向上のための実践的なセミナー等を開催する。

#### ②学校教職員等

若者の消費者教育の中心となる学校現場においては、教員自身が消費者教育を学ぶ機会の充実に図ります。

様々な機会を通じて、教科などにとらわれず、多くの教職員が児童・生徒への消費者教育に関わることができるよう、研修制度の充実や様々な消費者被害等についての情報共有に努めます。

#### <具体的な取組事項>

- 教育庁や関係団体等と連携しながら、指導力向上のための実践的なセミナー等を開催する。
- 学校においては、特定の教科に限定せず、多くの教職員が消費者教育に関わることができるよう、オンライン形式を含め、教員研修体制や環境整備に努め、教育の機会を確保する。



## (2) 学生等への取組

県内には大学、短期大学、専修学校及び各種学校が存在し、多くの学生が在住していることから、各学校や関係する団体等と連携し、学生等が消費者問題を自主的に学ぶ機会の創出に努め、消費者教育に高い関心を持つ学生等を「学生サポーター」として認定し、同年代をはじめとした身近な人へ広く啓発できるよう支援に努めます。

### <具体的な取組事項>

- 入学オリエンテーションにおける出前講座・リーフレット配布等により学生に消費トラブル等についての啓発を行うとともに、消費者教育や学生サポーターの役割等について情報提供を行う。
- 大学と連携して、消費生活に関する講義等を行い、若年層に対する消費者教育について学ぶ機会を与える。
- 学生が当事者意識を持って、友人や知人に啓発できるよう、SNSなど若者がアクセスしやすいツールを活用し、注意喚起や情報提供を行う。
- 消費者問題に高い関心を持つ学生を「学生サポーター」に認定し、友人や家族など身近な人への啓発活動等に取り組むとともに、活動を通じて自立した消費者としての知識や意識を身に付ける。

## (3) 地域人材への取組

地域においては、地域の課題をよく把握した人材が、地域の中で消費者教育を実施していくことが求められています。消費者団体をはじめ、NPO、各地域の町内会、社会福祉協議会、介護（障害福祉）サービス事業者、地域包括支援センターの職員や民生委員などを対象とした出前講座を行うとともに、地域において、消費生活サポーターが、より主体的に活動できるよう支援を進めます。

### <具体的な取組事項>

- サポーター養成講座の見直し等により、サポーターとなる機会を拡充し、表彰制度等によりモチベーションを高めながら、活動の活性化を図る。
- 地域の課題を把握して地域全体で共有化するための話合いの場づくり、課題を解決するための活動おこしなど、各種関係機関と連携・協働して地域福祉活動を実践するコミュニティ・ソーシャルワークの視点を持った人材の支援に取り組む。
- 消費生活サポーター制度や出前講座等を通じて、消費者教育に取り組む地域人材を育成・支援する。

#### (4) 事業者に対する取組

消費者市民社会における事業者の役割や消費者志向経営への理解を促すため、事業者団体等と連携して経営者向けの啓発を進め、事業者自らが消費者市民社会の実現を担うよう支援していきます。また、自らの事業活動に関し、遵守すべき基準などを作成する際の支援や、消費者の信頼を確保するための自主的な取組を引き続き支援します。

##### <具体的な取組事項>

- 企業等に対し、セミナー等を開催し、消費者志向経営等に関する研修や情報提供を行い、理解を促すとともに、企業等の取組の紹介などを通して、広く消費者志向経営について周知する。
- 事業者訪問等を通じて、事業者及び事業者団体が自らの事業活動に関し、遵守すべき基準の作成を支援するとともに、消費者の信頼を確保するための自主的な取組を支援する。
- エシカル消費をはじめ、環境や人に配慮した消費行動を進めるため、セミナー等の開催によって、これらの取組について理解を深める支援をする。
- 消費者志向経営やエシカル消費等の取組への関心が高い企業を「サポーター企業」に認定し、県内企業への消費者志向経営やエシカル消費の普及を促進する。

### 施策3 関係団体への支援・連携・協働

消費者教育を総合的かつ一体的に進めるためには、国、県、市町村などの行政機関をはじめ、関係機関等との連携が必要です。

引き続き、全国消費生活相談員協会、宮城県金融広報委員会、仙台弁護士会、宮城県司法書士会のほか、適格消費者団体や市町村消費生活相談員連絡協議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ます。

また、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ます。

#### <具体的な取組事項>

- 各種関係団体との意見交換や研修会などを定期的に行うなど、情報共有に努める。
- 新入社員等を対象とした研修に消費者教育に関わるテーマを取り入れるなど、企業における消費者教育について情報提供を行う。
- 「みやぎ消費者被害ゼロキャンペーン」の協賛企業等と連携し、消費者に対する啓発に取り組む。
- 事業者団体等に対し、消費生活講座の積極的な活用を促すとともに、講演会の開催や情報提供を通じて、消費者志向経営等についての理解促進を図る。
- 消費者志向経営やエシカル消費等の取組への関心が高い企業を「サポーター企業」に認定し、県内企業への普及を促進する。
- 事業者団体に対し、企業等を対象としたセミナー等の開催を周知し、消費者志向経営等に関する研修や情報提供を行うとともに、企業等の取組の紹介などを通して、消費者志向経営についての理解を深める。
- 地域包括支援センターほか見守りを担う関係機関への情報提供を引き続き行うとともに、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に努める。

## 施策4 関連施策等との連携

消費者教育を総合的かつ効果的に推進するため、第1期計画期間に引き続き、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、関連施策との連携に努めます。

### (1) 環境教育

環境教育は、環境に対しての知識の習得や意識の向上を通して、「持続可能な社会づくり」の実現を目指して行われており、このことは、SDGs達成への寄与にも結びついています。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いことを意識し、連携を図ることで消費者教育の効果も高めていきます。また、グリーン購入をテーマとしたセミナーの開催、市町村の取組に対する支援等を通じて、グリーン購入の普及を促進します。

#### <具体的な取組事項>

- 家庭や事業所での身近な題材をテーマにした3R推進月間に合わせ、ラジオCMやイベントにより廃プラスチック対策、食品ゴミの削減、廃棄物などの3Rについて、事業者や県民に呼びかける。
- グリーン製品の認定を適正に行うとともに、各種イベントでの展示などを通して、制度や認定製品の普及啓発を行う。
- 「エシカル消費」について、リーフレット配布のほか、エコや食品ロスなどの具体的な取組を通して、普及・啓発を進める。
- 食品ロスに関しては、生産者の気持ちも考えながら商品を購入するような心を身に付けられるよう指導する。

## (2) 食育

食育の取組における健康づくりのための健全な食生活の普及や地産地消の推進、食品の安全性に関する知識や理解等は、消費者施策における消費者の安全・安心の確保や消費行動による持続可能な社会の形成に深く関わることから、消費者教育の枠組みの中でもなお一層、取組を進めていきます。行政、教育機関のみでなく、食育応援団、地域、企業等とも連携し、より効果的な普及啓発を実施していくとともに、引き続き、食品関連業者等から相談対応や普及啓発を行います。

### <具体的な取組事項>

- 県民の食育に対する関心を高めるため、引き続き、情報誌や県ホームページ等による普及啓発を図る。
- 地域や家庭での食育実践を講師や指導者としてサポートするみやぎ食育コーディネーター等の人材及び団体に関する情報の発信や講師派遣のマッチングを行う。
- 行政、教育機関のみならず、食育応援団、地域、企業等と連携した、効果的な普及啓発を図る。
- 「みやぎ食と農の県民条例基本計画」に基づき、県産食材への理解を深め、生産者と消費者の信頼関係を構築し、地産地消を推進する。
- 食の安全安心推進において、消費者の役割を自らの行動で積極的に果たす人材を育成するため、「みやぎ食の安全安心消費者モニター」を活用する。
- 食品の栄養表示やいわゆる健康食品等に関する健康の保持増進効果等の虚偽・誇大広告等について、事業者に指導、監督、相談等を行い、表示の適正化を図るほか、消費者へ適切な情報提供がなされるよう、事業者及び消費者に対する普及啓発を促進する。

## (3) 法教育

消費生活に直接関わる事以外でも、社会においてトラブルに巻き込まれた際などに適切な態度・行動をとることができるようにすることは重要です。より早い段階から、市民社会の基盤を構築する契約自由の原則、私的自治の原則といった私法の基本原則を理解し、関心を高めることがトラブル防止にもつながります。学校教育や地域、職域での法教育活動に積極的に関わり、その実践事例に関する情報を共有するなど、法教育と連携した消費者教育に取り組みます。

#### ＜具体的な取組事項＞

- 弁護士会や司法書士会と連携し、「法律授業」をはじめとした法教育を推進する。
- より多くの学校において、法教育が効果的に進められるよう、弁護士会や教育部門と連携した取組を進める。
- 大学と連携して、消費生活に関する講義等を行い、若年層に対して消費者問題について学ぶ機会を与える。

#### (4) 金融経済教育

消費者が自立した消費生活を営むためには、社会経済情勢の変化に対応できる幅広い経済知識の習得や判断力、健全な金銭感覚を身に付けるなど、金融リテラシーの向上を図ることが求められています。さらに、地域における健全かつ活発な消費行動が、地域経済の発展につながることを学ばせることも重要です。

キャッシュレス決済が進む社会において、子どもにとっても高齢者にとっても、安全で、かつ分かりやすい金融リテラシーを身に付けるため、金融経済教育と連携した効果的な消費者教育に取り組みます。

#### ＜具体的な取組事項＞

- 出前講座等を活用しながら、生活設計など最低限身に付けるべき金融リテラシーについて、早期の学校教育期から関心が持てるよう、金銭・金融教育の取組を進める。
- 広報誌の発行、教材やパンフレットの作成・配布、ビデオ・DVDの貸出等により、金融（金銭）教育の普及を図る。
- 金融広報委員会や教育庁等と連携し、幼稚園・学校を金融（金銭）教育研究校に委嘱し、公開授業（保育）や教員による研究発表等の取組を通じて、金融（金銭）教育の普及推進を図る。
- 学校の授業や行事等に講師を派遣し、生徒・教員・保護者等を対象に金融（金銭）教育を行う。
- 県内小・中学校の生徒から「お金のもの」に関するポスターを募集し、優秀作品を表彰することにより、児童・生徒の金銭等に関する意識の向上及び健全な価値観の醸成を図る。
- 金融広報委員会や関係団体と連携し、金融経済等に関する知識の普及を図るため、保護者等に対して講演会を開催する。
- 金融広報委員会と連携し、金融（金銭）教育の進め方について教師の指導能力向上のためのセミナーやワークショップ等を開催する。

# 計画の施策と具体的取組のイメージマップ

※凡例		現在実施している主な具体的取組事項				今後実施していく主な具体的取組事項		
ライフステージ	幼児期	小学校期	中学校期	高等学校期	成人(R4.4~ 18歳)	成人	高齢者	
	特別支援学校				大学期			
施策	学校				家庭 地域	職域		
	ライフステージ・場ごとの消費者教育	消費生活相談						
ラジオ・HP・情報誌等での啓発、ポスター、SNSの活用								
出前講座(オンライン活用の推進)								
公開授業 研究発表		消費者教育推進校におけるモデル授業例の作成・普及						
		学習指導要領に基づく消費者教育の実施						
障害の程度に合わせた消費者教育								
副読本・指導事例集、パンフレット、DVD、動画等による授業支援								
保護者への消費者教育(家庭教育)				防犯講話				
携帯電話フィルタリング講座				サイバーセキュリティに関する講演				
ポスター募集・表彰		シチズンシップ教育		消費生活展				
犯罪防止講話				特殊詐欺対策街頭キャンペーン				
権利擁護等に関する普及啓発等								
						見守り体制の構築・充実		
						功績のあった団体の表彰・取組支援		
金融経済等に関する講演会								
消費者教育推進に係る人材等の育成	消費生活相談員等の資質向上							
	消費者教育の取組をコーディネートできる人材の育成							
	教員対象講座の充実、環境整備				連続講座による地域におけるリーダーの育成			
	学習指導要領の趣旨説明				消費生活サポーター制度の活用			
	副読本・指導事例集、パンフレット、DVD、動画等による授業支援				大学と連携した 消費生活講座			
	環境課題や循環型社会に貢献できる人材等の育成				学生サポーター の認定・活用	サポーター企業の認定 事業者向け消費者 志向経営セミナー		
関係団体への支援・連携・協働	国、国民生活センター及び市町村との連携							
	弁護士会との連携							
	金融広報委員会との連携							
	消費者団体・事業者団体等との連携 (みやぎ消費者被害ゼロキャンペーンなど)							
							見守りネットワークの活用	
関連施策等との連携	エシカル消費についての理解促進							
	環境教育(エコ、3Rの普及、食品ロス削減、グリーン購入の促進など)							
	食育(地域や企業等と連携した普及啓発、地産地消の促進など)							
	法教育(法律授業など)							
	金融経済教育(金融経済等に関する講演会など)							

## 第5章 計画の推進体制

### 第1 推進体制

県民の消費生活の安定と向上に関する基本となる事項その他重要事項を調査審議する「宮城県消費生活審議会」を消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して、委員相互の情報の交換及び調整の役割をもつものとして法第20条に定める「消費者教育推進協議会」に位置付け、構成員間との情報共有や連携強化しながら、計画の効果的な推進を図ります。

また、体系的かつ効果的に消費者教育を推進するため、知事部局と教育庁の関係各課の連携・協働が重要であり、関係各課で構成する「消費者行政連絡調整会議」が計画推進の調整等を行う組織として、その役割を担います。

市町村においては、地域住民と身近に接し、きめ細やかな行政サービスを実施できることから、消費者教育の中核を担うものとして、市町村の関係部局と教育委員会とが連携した推進体制の整備が期待されます。

### 第2 計画の管理

効果的な消費者教育及び他の消費生活に関する教育につなげるため、その取組状況について上位計画となる第4期の基本計画とともに、毎年度評価等を行うとともに、宮城県消費生活審議会において報告し、ホームページ等で県民に公表します。

また、消費者を取り巻く社会環境の変化、国の動向を踏まえ、必要に応じて内容を見直す等適切な管理を行います。



