

鳥取県消費者教育推進計画 (令和6年度～令和12年度)

概要版

令和6年3月
鳥取県

消費者を取り巻く現状と課題

1 消費者の多様化

- 高齢者
県民の約3人に1人は高齢者であり、高齢化率は今後も上昇する見込み。健康不安や経済的不安、加齢に伴う認知機能の低下、情報格差などの要因により**消費者トラブルにあいやすくなる**。
- 障がい者
知的・精神障がい者数は増加傾向。障がい者の消費者トラブルは、**障がいのない人と比べて顕在化しにくい**特徴がある。
- 若年者
成年年齢引下げにより18・19歳は親の同意なく契約締結できるようになり、**消費者トラブルの増加が懸念されている**。
- 孤独感を抱える者・社会的孤立の状態にある者
消費者トラブルにあった際に誰にも相談できずに一人で抱え込んでしまい、**トラブルの深刻化を招く**ことが懸念されている。
- 外国人
文化や言語の違いなどにより、**消費者トラブルにあいやすい傾向にある**と考えられる。

2 社会情勢の変化

- デジタル化の進展
デジタル取引の増加や新しいデジタル技術・サービスの出現が**これまでにない消費者トラブルにつながる可能性**がある。
- 持続可能な社会の実現に向けた動き
SDGs(持続可能な開発目標)の達成に向けて、消費者の**思いやり消費(エシカル消費)**などを促す必要がある。
- 特殊詐欺被害
特殊詐欺は全国的に大きな社会問題となっており、県内でも令和5年は**総認知件数・総被害額ともに過去最高**を更新。

3 県内の消費生活相談の状況

- ・令和4年度の県内の消費生活相談件数は4,823件。平成27年度から令和4年度にかけて漸減傾向で推移。
- ・若年層からの相談件数の割合は、平成30年度以降、増加傾向(令和4年度:11.0%)。
- ・高齢層からの相談件数の割合は、平成27年度から令和4年度にかけて40%台で推移。
- ・ネット・SNSによる商品取引やサービスの利用拡大に伴い、**ネット通販・SNSに関連する相談件数が大幅に増加**。

4 見守り体制

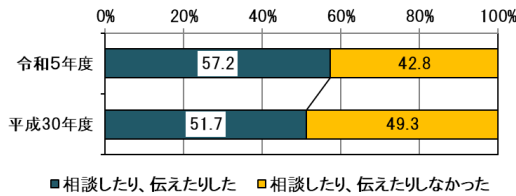
- ・高齢者や障がい者などの消費者トラブルを防止するために、地方公共団体と関係機関が連携して見守り活動を行う消費者安全確保地域協議会(通称「見守りネットワーク」)は、県内8市町が設置済(令和6年2月末時点)。
- ・地域活動を通して消費者への啓発を行う地域消費生活サポーターとして219名が認定を受けている(令和4年度末時点)。

消費生活に関する県民意識調査の結果・課題

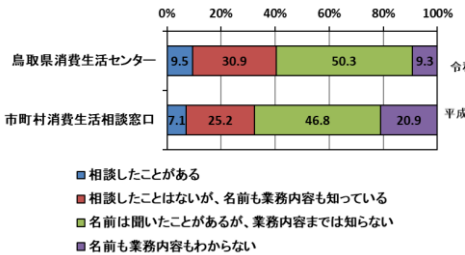
県民を対象に消費生活に関する意識を把握し、消費者教育の方向性の検討をするため、意識調査を実施。

- 自身や家族が消費者被害にあっても(又はあいそうになっても)「誰にも相談しなかった」と回答した割合が4割超、消費生活相談窓口の認知度が県は4割、市町村は3割、消費者ホットライン188の認知度は2割にそれぞれとどまる。
→ **相談窓口や消費者ホットライン188の周知を強化して、自身や周囲の人が消費者トラブルにあった際には適切な相談窓口につなげられるようにする必要がある。**
- 消費者問題への関心があると回答した割合は約6割で、関心を持ったきっかけは、テレビ・新聞等のメディア情報が8割超。消費者講座への参加経験があると回答した割合は1割に満たず、消費者問題に関心を持ったきっかけとしても低い。参加しない理由として「日程が合わない」、「忙しくて時間がない」という割合が高い。
→ **県民の年齢層等に応じたメディアを活用した効果的な啓発活動(若年層:ネット・SNS、高齢層:新聞等)が必要。オンライン講座等、参加方法の選択肢を増やすとともに、周知方法を工夫する必要**がある。
- 判断力の低下した高齢者や障がい者等の要配慮者を消費者被害から守るためには、家族や近隣同士で日頃から話題にするよう働きかけるほか、**地域住民や行政機関、関係団体が連携して要配慮者を見守り、注意を呼び掛ける仕組みの構築**が必要。
- 思いやり消費(エシカル消費)の認知度は低いですが、地産地消など思いやり消費に当たる行動の実行者は約7割。
→ **思いやり消費の理念と具体的な行動の継続的な普及啓発**が必要。

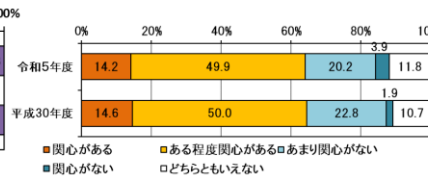
▼消費者被害にあった際の相談の有無



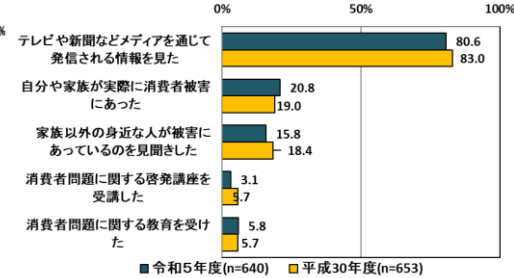
▼消費生活相談窓口の認知度(R5年度)



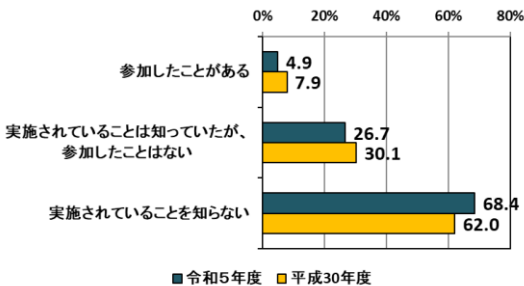
▼消費者問題への関心



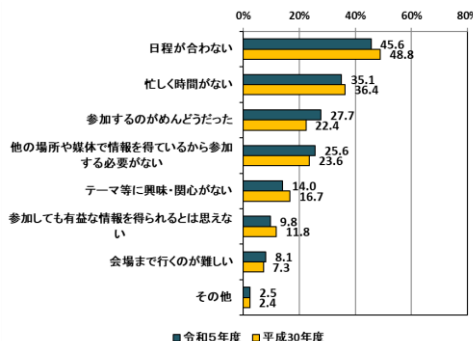
▼消費者問題に関心を持ったきっかけ



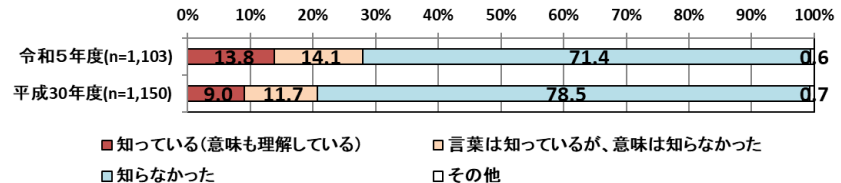
▼消費者講座への参加経験



▼消費者講座への参加未経験の理由



▼思いやり消費(エシカル消費)の認知度



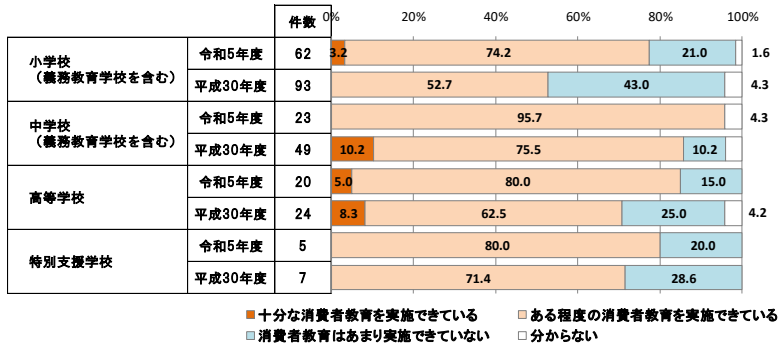
■ 調査対象:18歳以上の県内在住者3,000名を住民基本台帳から無作為抽出
■ 調査時期:令和5年6月15日から7月14日まで
■ 有効回答数:1,122名(回収率:37.4%)

消費者教育に関する教育機関への実態調査の結果・課題

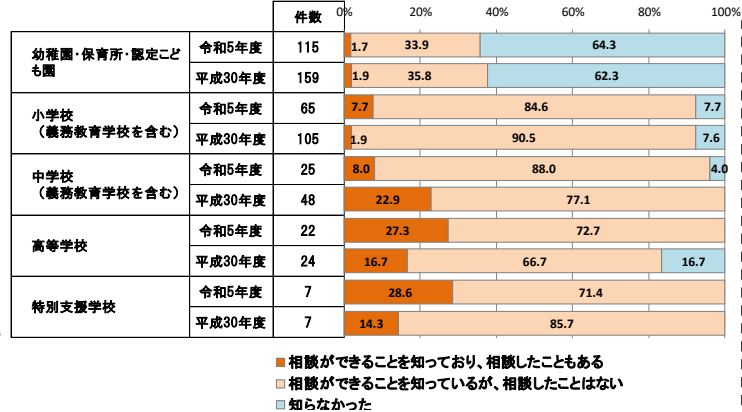
県内教育機関を対象に消費者教育の実施状況を把握し、今後の施策に反映させるため、実態調査を実施した。

- 消費者教育の実施状況と成果に対する認識は、幼稚園等から小・中・高等学校、特別支援学校のすべての教育機関の種別において前回調査よりも増加。→ 教育機関における消費者教育が**一定の成果を上げている**と考えられる。
- 「消費生活相談窓口で消費者教育に関する相談ができることを知っているが、相談をしたことはない」と回答した割合が最も高く、外部講師による消費者教育の実施状況も高等学校以外では前回調査よりも減少。
→ 教育機関に対して**消費生活相談窓口の機能及び外部講師が活用できることの周知の強化**が必要。
- 消費者教育を実施するに当たっての課題は、「教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない」、「活用できる教材が少ない」、「指導者や講師となる人材の情報が得られない」、「他の優先課題があり取り組めない」との回答が多い。
消費者教育の推進に今後必要なことは、「教材の作成・配布」や「実践事例の紹介」、「教員に対する研修」、「消費者被害の最新情報の定期的な提供」、「講師派遣制度の充実」との回答の割合が高い。
→ **教員の指導力向上を目的とした研修の実施や、消費者問題に精通した外部講師の派遣、最新の消費者トラブル事例、活用しやすい教材の情報提供**などに取り組むことが必要。

▼消費者教育の実施状況に対する認識

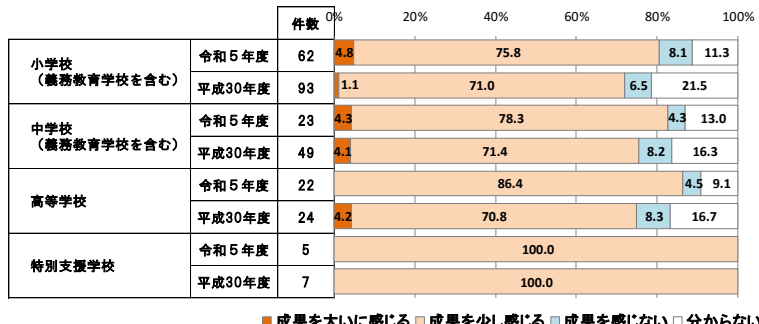


▼消費者教育に関する県や市町村の相談窓口の認知度と活用状況



■ 調査対象:幼稚園等(201)、小学校(114)、中学校(54)、高等学校(32)、特別支援学校(10)※小学校・中学校には義務教育学校を含む ※括弧内は調査対象数
■ 調査期間:令和5年6月15日から7月14日まで
■ 回収率:幼稚園等58.2%(117)、小学校56.1%(64)、中学校42.6%(23)、義務教育学校50.0%(3)、高等学校75.0%(24)、特別支援学校70.0%(7) ※括弧内は有効回答数

▼消費者教育の成果に対する認識



▼消費者教育の実施に当たっての課題(上位4つ)

令和5年		小学校(義務教育学校を含む)(n=66件)		中学校(義務教育学校を含む)(n=25件)		高等学校(n=22件)		特別支援学校(n=6件)	
教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない。	38.5	他の優先課題があり取り組めない。	51.5	活用できる教材が少ない。	32.0	他の優先課題があり取り組めない。	31.8	活用できる教材が少ない。	50.0
どのような取組をすればいいのかわからない。	31.6	活用できる教材が少ない。	31.8	特になし。	32.0	その他	27.3	指導者や講師となる人材の情報が得られない。	33.3
他の優先課題があり取り組めない。	28.2	指導者や講師となる人材の情報が得られない。	24.2	指導者や講師となる人材の情報が得られない。	20.0	教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない。	22.7	教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない。	33.3
活用できる教材が少ない。	27.4	どのような授業をすればいいのかわからない。	22.7	教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない。	20.0	どのような授業をすればいいのかわからない。	18.2	他の優先課題があり取り組めない。	33.3

本計画において重点的に取り組むべき内容

現状

- ・消費者の多様化(高齢化の進行、成年年齢引下げ、孤独・孤立の顕在化等)
- ・社会情勢の変化(デジタル化の進展、SDGsの達成に向けた動き、特殊詐欺被害の拡大)
- ・消費生活相談件数の漸減傾向、ネット通販・SNS関連の相談件数の増加
- ・市町村における消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)の設置(8市町設置済(R6年2月末時点))

課題

- ・消費生活相談窓口、消費者ホットライン188の認知度向上
- ・消費者講座への参加促進、周知方法の工夫
- ・要配慮者を消費者被害から守るために地域住民と関係機関が連携した仕組みづくりとその活用促進
- ・消費者教育に関する教員の指導力向上を図る機会の提供、外部講師・優良教材等の情報提供

本計画において重点的に取り組むべき内容

1 家庭・職域・地域における消費者教育に対する支援

職域・地域で開催される啓発講座への講師派遣、消費生活に役立つ情報・資料・教材の提供 など

2 要配慮者の消費者トラブルの未然防止に向けた地域の見守り活動の支援

見守りネットワークを活用した関係機関の連携促進、地域消費生活サポーターの養成・活動支援 など

3 デジタル化に対応した消費者教育の推進

ネット・SNS関連のトラブルの未然防止に向けた啓発講座の開催、デジタル機器・サービスに不慣れな方に対する支援 など

4 思いやり消費(エシカル消費)の実践に向けた消費者教育の推進

優れた指導事例・教材情報の提供、思いやり消費の推進に取り組む事業者等に対する支援 など

本計画における消費者教育推進に向けた取組

取組の方向性

1 ライフステージに応じた体系的かつ継続的な消費者教育の推進

→ 学校、地域、家庭、職域等の様々な場を活用し、県民のライフステージに応じた消費者教育を推進。

2 消費生活上の配慮を特に要する者の消費者トラブルの未然防止

→ 高齢者や障がい者等を消費者トラブルから守るために、地域の見守り活動を支援。

3 デジタル化に対応した消費者教育の推進(令和6年改定計画からの新規項目)

→ ネット・SNS関連の消費者トラブル未然防止のため、デジタル化に対応した消費者教育に重点的に実施。

具体的な取組例

○高等学校等の弁護士出前授業(新・R3～)

県弁護士会と連携し、成年間近の高校2年生に向けた弁護士による出前授業を実施。



○教員向け消費者教育研修(新・R6～予定)

文科省消費者教育アドバイザー派遣制度を活用し、外部の消費者教育の専門家による教職員への研修を実施し、指導力の向上を図る。

○とっとり消費者大学(公開講座、啓発講座、くらしの経済・法律講座 新聞紙面講座)

県民・学生向けの講座開催や地域団体等が主催する啓発講座への講師派遣、新聞紙面の啓発記事による啓発活動を実施。



○職域における従業員向け啓発講座の開催(新)

公正な事業活動の促進に向けた従業員への啓発活動を強化。

○相談窓口・消費者ホットライン188の啓発(新・R6～予定)

デジタルサイネージ・動画広告、新聞紙面講座等を活用し、消費生活相談窓口の役割や相談方法等の情報発信を強化。

○県消費者見守りネットワーク協議会(H31～)

市町村の消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)の設置促進に向けた支援や関係機関の取組に係る情報共有等を実施。

○社会福祉関係機関における啓発講座の開催

地域包括支援センター、障がい者就業・生活支援センター等において、職員への啓発講座を開催し、消費者トラブルの情報を適切な相談窓口につなげるための取組を実施。

○消費者トラブル未然防止のためのスマホ講座(新・R4～)

スマホの操作が不慣れな方に向けて、基本的な操作方法とネット関連トラブルの未然防止に係る内容をセットで啓発する講座を各地域の公民館等で開催。



○とっとり思いやり消費推進宣言の普及(新・R4～)

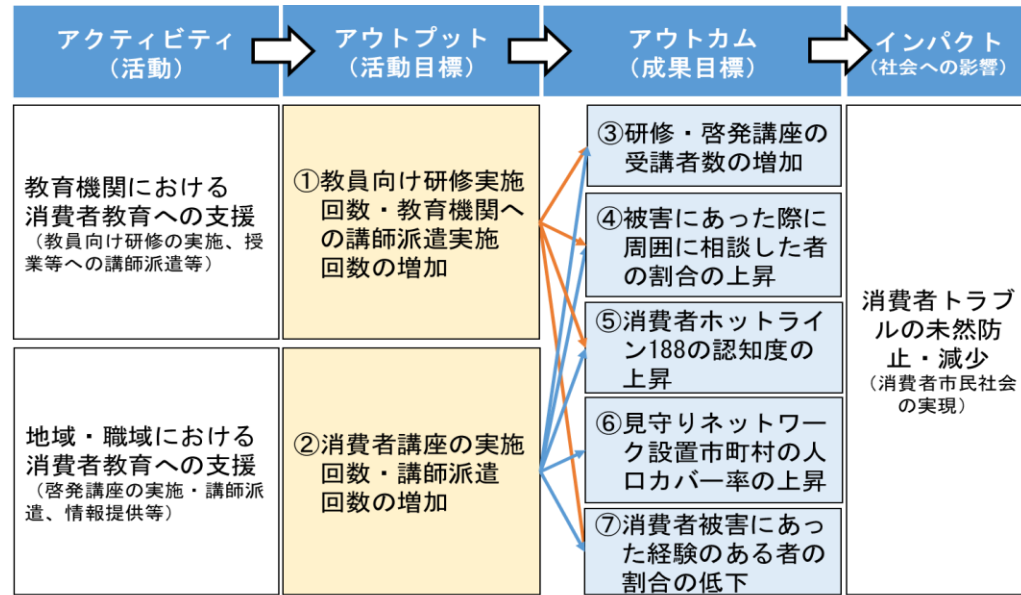
事業者が思いやり消費(エシカル消費)の推進に取り組む意志等を宣言・公表し、県が登録。事業者が実施する思いやり消費の普及に資する取組に対し、補助を行う。

本計画の成果・達成度の検証

○消費者教育の取組の達成度を検証し、消費者教育を計画的に推進するため、アウトプット(活動目標)指標とアウトカム(成果目標)指標を整理し、KPI(重要業績評価指数)を設定。

○毎年度、計画の進行管理や成果の検証を行うとともに、計画の4年目に当たる令和9年度には目標値がどの程度達成されているかを検証する中間評価を新たに実施。

○県消費者教育推進地域協議会における中間評価の検証を踏まえ、消費者教育のさらなる推進に向け、必要に応じて本計画の見直しを検討。



アウトプット指標 (活動指標)	令和5年度	令和9年度	令和12年度
①教員向け研修実施回数・教育機関への外部講師派遣回数の増加			
教員向け研修	0回	3回	5回
外部講師派遣回数	10回	20回	30回
②消費者講座の実施回数・講師派遣回数の増加			
消費者大学公開講座	7回	9回	12回
くらしの経済・法律講座	44回	44回	44回
啓発講座への講師派遣	16回	25回	30回
スマホ講座等のデジタル化に対応した講座への講師派遣	14回	35回	50回

アウトカム指標 (成果指標)	令和5年度	令和9年度	令和12年度
③研修・啓発講座の受講者数			
教員向け研修	0名	30名	50名
外部講師活用授業	611名	1,200名	1,800名
消費者大学公開講座	206名	450名	600名
くらしの経済・法律講座	321名	350名	400名
啓発講座	546名	875名	1,050名
スマホ講座等のデジタル化に対応した講座	122名	280名	400名
④消費者被害にあった際に周囲に相談した者の割合	55.9%	65%以上	75%以上
⑤消費者ホットライン188の認知度	21.7%	35%以上	50%以上
⑥見守りネットワーク設置市町村数(県総人口に占めるカバー率)	8市町 (56.0%)	19市町村 (100%)	19市町村 (100%)
⑦消費者被害にあった経験があると回答した割合	11.8%	10%以下	8%以下