

第30回福岡市消費生活審議会

議 事 資 料

資料1 「第2次福岡市消費者教育推進計画（案）」に対する
パブリック・コメントの実施結果概要

資料2 第2次福岡市消費者教育推進計画の策定について（答申）（案）

第2次福岡市消費者教育推進計画（案）に対する パブリック・コメントの実施結果概要

(1) 実施目的

福岡市長から諮問された「第2次福岡市消費者教育推進計画（案）」（以下「計画案」という。）を、福岡市消費生活審議会で審議するにあたり参考とするため、パブリック・コメント手続きによって市民等の意見募集を実施した。

(2) 意見募集期間

令和2年1月6日から令和2年2月5日まで（31日間）

(3) 実施方法

① 計画案の公表方法

計画案について、次の場所で閲覧・配布を行うとともに、市のホームページにおいて掲載した。

<資料の閲覧・配布場所>

市消費生活センター（あいれふ7階）、情報プラザ（市役所1階）、情報公開室（市役所2階）、各区情報コーナー、入部出張所、西部出張所

②意見募集の周知方法

- ア. 市政だよりによる周知
- イ. 市ホームページによる周知

③意見の提出方法

郵送、ファックス、電子メール、持参のいずれかにより、必ず氏名と住所を明記のうえ、意見提出用紙または任意の様式にて意見を受け付けた。

(4) 意見の提出状況について

①意見提出者

個人1人（提出方法 郵送1人）

② 意見件数

2件

③意見分類

該当項目		意見数
第1章	「福岡市消費者教育推進計画」の基本的な考え方	0
第2章	消費者を取り巻く現状と課題	0
第3章	消費者教育推進の基本的な方向性	0
第4章	消費者教育推進上の重点目標と具体的な取組み	0
	福岡市消費者教育施策事業一覧	2
合 計		2

(5) 市民意見の要旨及び市の考え方について

別紙のとおり

第2次福岡市消費者教育推進計画（案）に対する市民意見の要旨及び意見に対する考え方

番号	ページ	項目	意見の要旨	意見に対する対応	意見に対する考え方
1			食品ロスについて、食事処で食べきれなかった物を、持ち帰らして欲しい。自己責任であって、事業者側には一切責任はないと市民に知らしめる。	原案どおり	ご意見ありがとうございます。 令和元年10月に「食品ロスの削減の推進に関する法律」が施行され、今後国の基本方針が示される予定であることから、その動向等を踏まえ、対応を検討してまいります。
2	67	福岡市消費者教育施策事業一覧 出前講座「『食品ロス』ってなに？～その食品ほんとうに捨てるの？～」	野菜等の売れ残りについて、現在、子ども食堂などに無償で提供しているところもあるが、これをもっと増やして欲しい。近場のスーパーの野菜部門等がもっと協力が出来る様に、なんとかして欲しい。	原案どおり	ご意見ありがとうございます。 食品ロス削減の観点から、食品小売業についてはまず食品ロスの発生抑制に努めてもらうこととし、それでも廃棄される食品については、日持ちのしないものはリサイクルへ、消費・賞味期限に余裕があるものについては、フードバンクなどへの提供を依頼するなどの取組みを推進してまいります。 なお、消費者教育施策事業として実施しております出前講座等にて、フードドライブ等の家庭からの食材提供等についての呼びかけを引き続き実施してまいります。 また、家庭での食品ロスの削減のため、計画的な買い物や、食材の使い切り等について、出前講座等を通じて啓発してまいります。

(案)

令和2年3月27日

福岡市長 高島 宗一郎 様

福岡市消費生活審議会

会長 清水 巖

第2次福岡市消費者教育推進計画の策定について（答申）

令和元年7月3日付け市消第270号で諮問のありました標記の件について、本審議会及び消費者教育部会で慎重に審議を重ねた結果、別添のとおり答申します。

福岡市におかれましては、安全で安心できる消費生活の実現を目標に、引き続き、市民、地域の団体、事業者など多様な担い手と連携しながら、福岡市の消費者教育を一体的かつ総合的に推進していただきますようお願いいたします。

第2次福岡市消費者教育推進計画（案） 主な修正箇所一覧

ページ	該当箇所	修正前	修正後	理由	
1	目次	第4章 基本施策Ⅲ 消費者教育の担い手育成	2 地域等における消費者教育の推進	2 地域等における担い手育成	記載誤り
2	P7	(2) 高齢社会の進展 本文、上から3行目	65歳以上の高齢者の人口の割合は、 <u>26.7%</u> と過去最高となり	65歳以上の高齢者の人口の割合は、 <u>26.6%</u> と過去最高となり	・引用するデータを変更したため数値を修正
3	P7	(2) 高齢社会の進展 本文、上から5行目	2035年（令和17年）までは総人口も増加する見込みですが、それでも高齢者人口は少しずつ増加していくと予測され、2025年（令和7年）には、全国の高齢化率は30%、福岡市でも <u>24.2%</u> になると推定されています。	2035年（令和17年）までは総人口も増加する見込みであり、それでも高齢者人口も少しずつ増加していくと予測され、2025年（令和7年）には、全国の高齢化率は <u>30.3%</u> 、福岡市でも <u>24.8%</u> になると推定されています。	・逆説の接続詞と内容が一致していないため、本文を修正 ・引用するデータを変更したため数値を修正
4	P8	【図表2】福岡市の年齢三区分別人口及び全国と福岡市の高齢化率の推移 2020年以降のグラフの数値と出典資料	引用データの変更に伴い、2020年以降の数値及び出典資料の修正 ※資料：2015年までは国勢調査による人口、それ以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成30年度推計）」による。	※資料：2015年までは国勢調査による人口、それ以降は「福岡市の将来人口推計（平成24年3月）」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」による。	・他局の計画や市が公表しているデータに合わせ、総務企画局作成の推計人口及び国立社会保障・人口問題研究所のデータを使用する。
5	P14	(3) 若年者からの相談の状況 本文、上から1行目	若年者（ <u>20歳代未満</u> ）からの相談件数の最近5年間の推移を見ると	若年者（ <u>29歳以下</u> ）からの相談件数の最近5年間の推移を見ると	修正
6	P37			「SDGsと消費者教育との主な関わり」を追加	消費生活審議会委員の意見により、SDGsと消費者教育の関連を具体的に示した

第2次福岡市消費者教育推進計画 (案)

～安全で安心できる消費生活の実現を目指して～

令和2年3月
福岡市

目 次

第1章 「福岡市消費者教育推進計画」の基本的な考え方	1
1 推進計画策定の趣旨	1
2 推進計画の位置づけ	3
3 推進計画の期間	4
4 推進計画の推進体制	4
5 推進計画の成果指標	5
第2章 消費者を取り巻く現状と課題	6
1 社会情勢の変化	6
(1) 高度情報通信社会の進展	6
(2) 高齢社会の進展	7
(3) 民法の成年年齢引下げによる若年者への影響	8
(4) 持続可能な開発目標（SDGs）の発効	10
2 福岡市における消費生活相談の状況	12
(1) 消費生活相談件数の推移	12
(2) 消費生活相談の内容	13
(3) 若年者からの相談の状況	14
(4) 障がいのある人等からの相談の状況	16
(5) 架空請求等に関する相談の状況	17
3 消費生活に関する調査	18
(1) 第2次福岡市消費者教育推進計画の策定のための基礎調査	18
(2) 市政アンケート調査	25
4 課題	30
(1) 様々な担い手が連携した消費者教育の推進	30
(2) 児童・生徒及び若年者に対する消費者教育の推進	30
(3) 高齢者・障がいのある人への情報提供・注意喚起の推進と見守りの強化	30
(4) 高度情報通信社会への対応	31
(5) 消費者市民社会の形成に参画する消費者の育成	31
第3章 消費者教育推進の基本的な方向性	33
1 消費者教育が育むべき力	33
2 ライフステージに応じた体系的な実施	34
3 消費者の特性に対する配慮	35
4 様々な担い手による連携・協働	35
5 他の消費生活に関連する教育と消費者教育との連携促進	36

第4章 消費者教育推進上の重点目標と具体的な取組み	38
1 重点目標	38
重点目標1 児童・生徒及び若年者に対する消費者教育の推進	38
(1) 学校(小・中・高等学校・特別支援学校)での取組みの推進	38
(2) 成年年齢引下げを踏まえた若年者に対する消費者教育の強化	38
重点目標2 高齢者・障がいのある人等に対する消費者教育の推進と見守りの強化	39
重点目標3 高度情報通信社会に対応した消費者教育の推進	40
重点目標4 消費者教育に携わる担い手の育成	40
2 重点目標ごとの取組目標	42
3 具体的な取組	43
(1) 施策の体系	43
(2) 個別の施策	45
基本施策Ⅰ 様々な場におけるライフステージに対応した消費者教育の推進	45
1 学校等における児童・生徒・若年者への消費者教育の推進	45
(1) 幼稚園・保育所(園)における消費者教育の推進	45
(2) 小学校等における消費者教育の推進	46
(3) 大学等における消費者教育の推進	46
2 地域等における消費者教育の推進	47
(1) 地域の多様な担い手と連携した消費者教育の推進	47
(2) 高齢者、障がいのある人等に対する見守りの推進と支援者に対する消費者教育の推進	48
(3) 家庭における消費者教育の推進	49
3 職域における消費者教育の推進	50
(1) 職域における消費者教育の推進	50
基本施策Ⅱ 高度情報通信社会に対応した消費者教育の推進	51
1 高度情報通信社会に対応した消費者教育の推進	51
(1) 高度情報通信社会に対応した消費者教育の推進	51
基本施策Ⅲ 消費者教育の担い手育成	52
1 学校における人材育成	52
(1) 小学校等における教員の指導力の向上	52
(2) 大学等における教職員の指導力の向上	52
2 地域等における担い手育成	53
(1) 市民の担い手の育成と支援	53
(2) 事業者における消費者教育の取組みの活用	53
基本施策Ⅳ 持続可能な開発目標(SDGs)の実現を意識した消費行動の促進	54
1 持続可能な開発目標(SDGs)の実現を意識した消費行動の促進	54
(1) 持続可能な開発目標(SDGs)の実現を意識した消費行動の促進	54
福岡市消費者教育施策事業一覧	56

第1章 「福岡市消費者教育推進計画」の基本的な考え方

1 推進計画策定の趣旨

近年、インターネットを利用する人が増え、情報の収集やインターネット通販などで利便性が高まる一方、高度情報化の進展に伴い消費生活と経済社会との関わりが多様化・複雑化するにつれて、消費者トラブルも多様化・複雑化が進んでいます。

令和4年には民法の一部改正により、成年年齢が20歳から18歳に引き上げられます。未成年者が法定代理人の同意を得ずに行った契約を取り消すことができる未成年者取消権が、18歳、19歳には適用されなくなり、若者の消費者被害の増加が予想されます。

また、高齢社会が進展し、高齢者、障がいのある人や十分な判断ができない消費者を狙った消費者トラブルを防止するために、周囲の見守りが重要となっています。

すべての市民は消費者です。乳幼児から高齢者まで、あらゆる世代で誰もが消費者トラブルに巻き込まれるおそれがあります。

平成24年12月13日に消費者の自立支援を目的とする「消費者教育の推進に関する法律」（以下「推進法」という。）が施行され、平成25年6月28日には、「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（平成30年3月20日変更）。「基本方針」では、誰もがどこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場所で、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、消費者教育を体系的・総合的に推進することが必要とされています。

消費者教育とは、消費者自身が自発的に消費生活に関する正確な知識や適確な判断力を身に付け、消費者被害を未然に防止しようとするものですが、そのことにとどまりません。「推進法」では、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「消費者市民社会」と定義しています。消費者教育は、消費者の消費行動が社会や環境にどのような影響を与えるかを考えて行動できるようにすることを目標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、理解と関心を深めるための教育活動でもあります。

福岡市では「安全で安心できる消費生活の実現」を目標に掲げ、平成26年度に策定した「福岡市消費者教育推進計画」に基づき、平成27年度から令和元年度までの5年間を計画期間として、消費者教育の推進に取り組んできました。この度、本計画の計画期間が終了することから、引き続き消費者教育を一

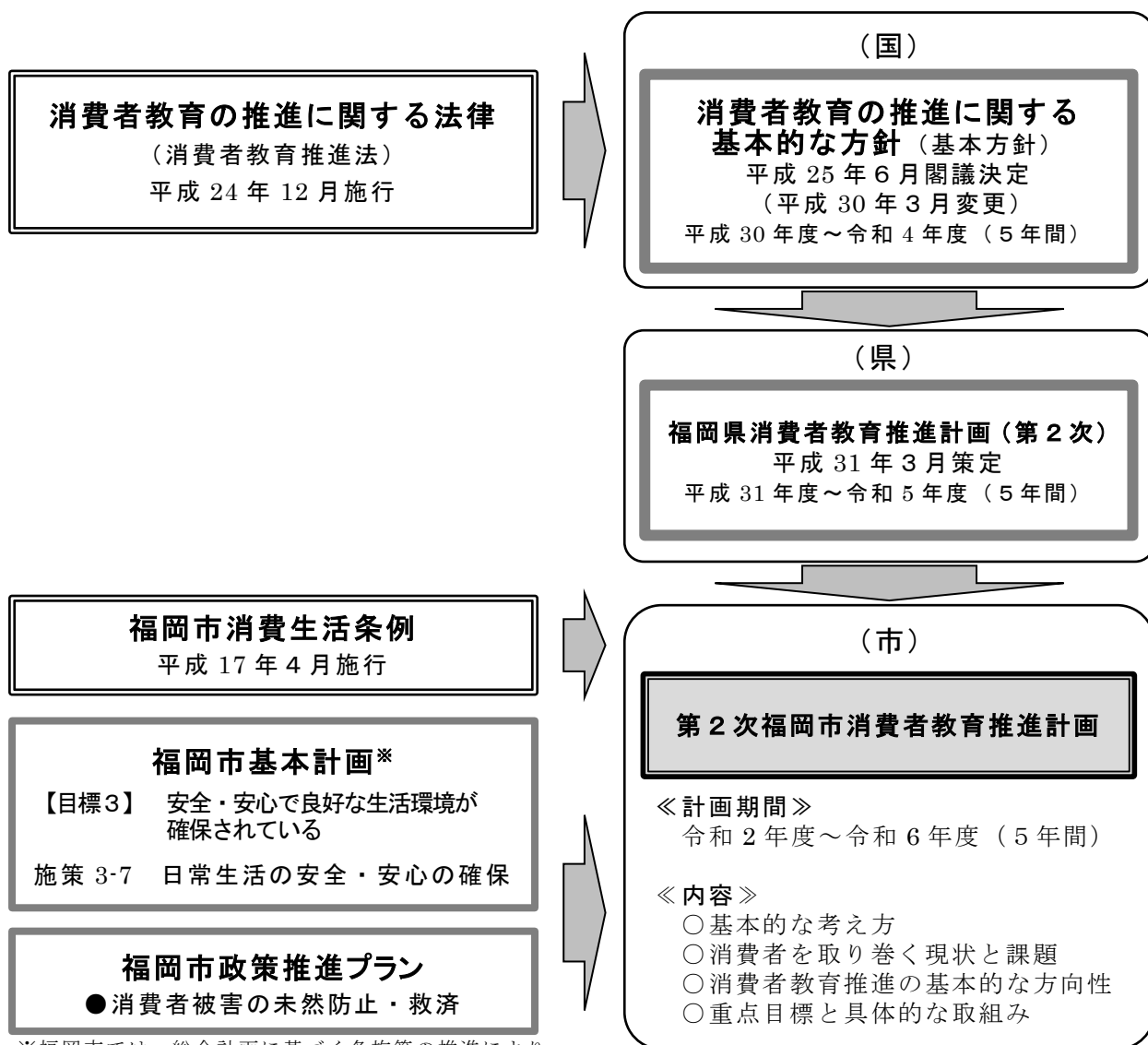
体的かつ総合的に推進していくため、第2次福岡市消費者教育推進計画（以下「推進計画」という。）を策定します。

「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（消費者教育推進法第2条第2項）。

2 推進計画の位置づけ

この推進計画は、国の基本方針及び「福岡県消費者教育推進計画」を踏まえ、福岡市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を定めるものです。



※福岡市では、総合計画に基づく各施策の推進により、SDGs の実現に取り組んでいます。

関係法令

消費者教育の推進に関する法律（抜粋）

（基本方針）

第 9 条 政府は、消費者教育の推進に関する基本的な方針を定めなければならない。

（都道府県消費者教育推進計画等）

第 10 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を定めるよう努めなければならない。

福岡市消費生活条例（抄）

（学習条件の整備及び消費者教育の推進等）

第 8 条 市は、消費者の消費生活に関する自発的な学習を支援するために必要な条件の整備に努めなければならない。

2 市は、消費者が主体的かつ合理的な消費生活を営むために必要な教育の推進及び知識の普及に努めなければならない。

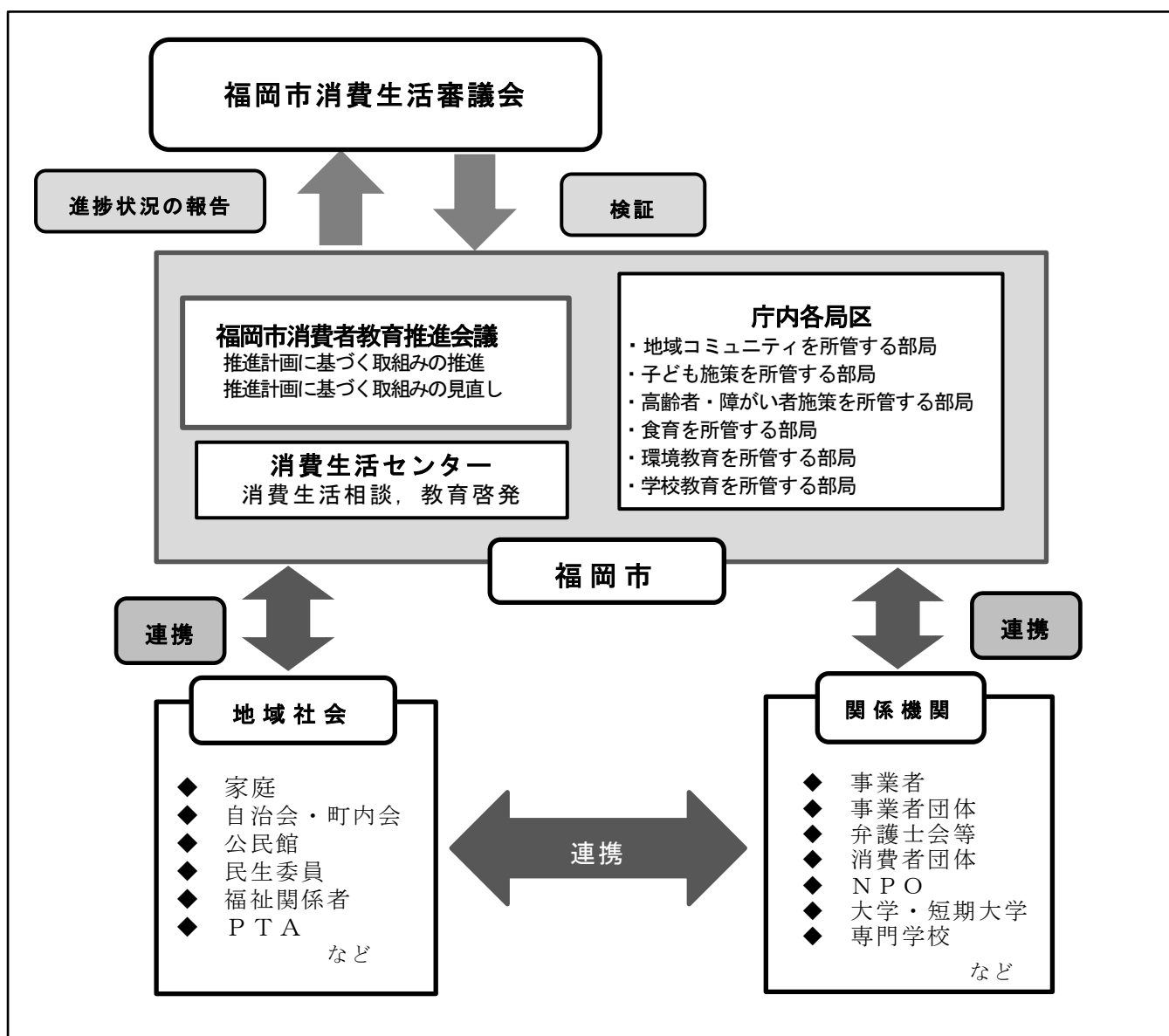
3 推進計画の期間

計画期間は、令和2年度から令和6年度までの5年間とします。

ただし、社会情勢の変化や本計画の進捗状況を踏まえ、必要に応じて随時見直しを行います。

4 推進計画の推進体制

福岡市では、福岡市消費者教育推進会議（以下「推進会議」という。）において、推進計画に基づく取組みを推進していきます。さらに、福岡市消費生活審議会（以下「審議会」という。）において、推進計画の進捗状況などの検証を行い、それを踏まえ、取組みの充実を図っていきます。



5 推進計画の成果指標

推進計画では、「安全で安心できる消費生活の実現」を目標とし、

- 商品やサービスの購入時に日頃からトラブル回避を心がけている市民の割合
- 消費生活センターの認知度

をその成果指標とします。

成果指標	年	現状値	目標値
		平成 30 年 (2018 年)	令和 6 年 (2024 年)
商品やサービスの購入時に日頃からトラブル回避を心がけている市民の割合		80.1%	90.0%
消費生活センターの認知度 新規		80.5%	85.0%

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

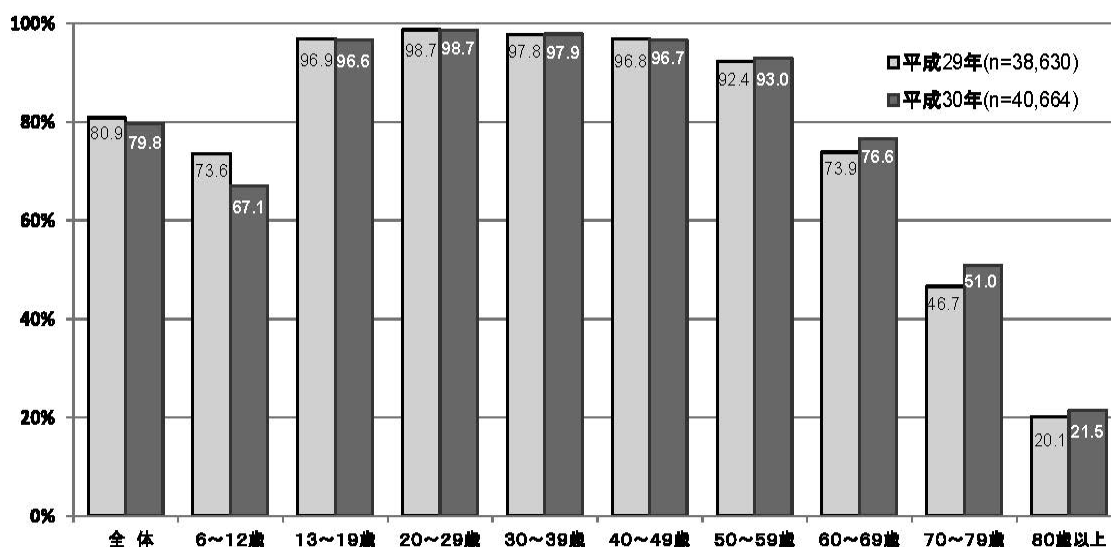
1 社会情勢の変化

(1) 高度情報通信社会の進展

最近の情報通信技術の高度化は、驚異的なスピードで発展しており、消費者の生活に著しい変化をもたらし、さまざまな影響を及ぼしています。

総務省「平成30年通信利用動向調査」によれば、インターネットを利用している個人は、13歳から59歳までの各年齢層で90%を超え、個人のインターネットの利用機器では、スマートフォンを利用している人の割合が59.5%となり、パソコンを利用する人を上回っています。このように、スマートフォンの普及などにより日常生活でのインターネットの利用があらゆる年齢層で浸透しています。(図表1)

【図表1】年齢階層別インターネット利用状況(個人)



出典：総務省「平成30年通信利用動向調査」

また、経済産業省「平成30年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備(電子商取引に関する市場調査)」によると、消費者向けの電子商取引(インターネット通販等インターネットを利用した電子的な取引)は、平成22年には、約7.8兆円であった市場規模が、平成30年には、約18.0兆円にまで拡大しています。

これらに伴い、SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)を通じたコミュニケーションが増加するとともに、手軽に決済できる電子マネーの普及が進むなど、商品・サービス購入時の

決済方法が多様化しています。

インターネットの利用により、様々な情報の入手や商品・サービスの購入が便利となった反面、本人が想定もしていないトラブルに巻き込まれるケースが発生しています。インターネットには、匿名性、非対面性などがあり、これを悪用した詐欺的商法等に利用されることがあります。また、海外事業者との取引でトラブルが生じたときは、法律、言語などの相違や直接交渉が難しいことなどから解決が困難となることがあります。最近では、フリーマーケットアプリの利用などで消費者同士による直接の取引も活発に行われており、個人間取引によるトラブルも増加しています。

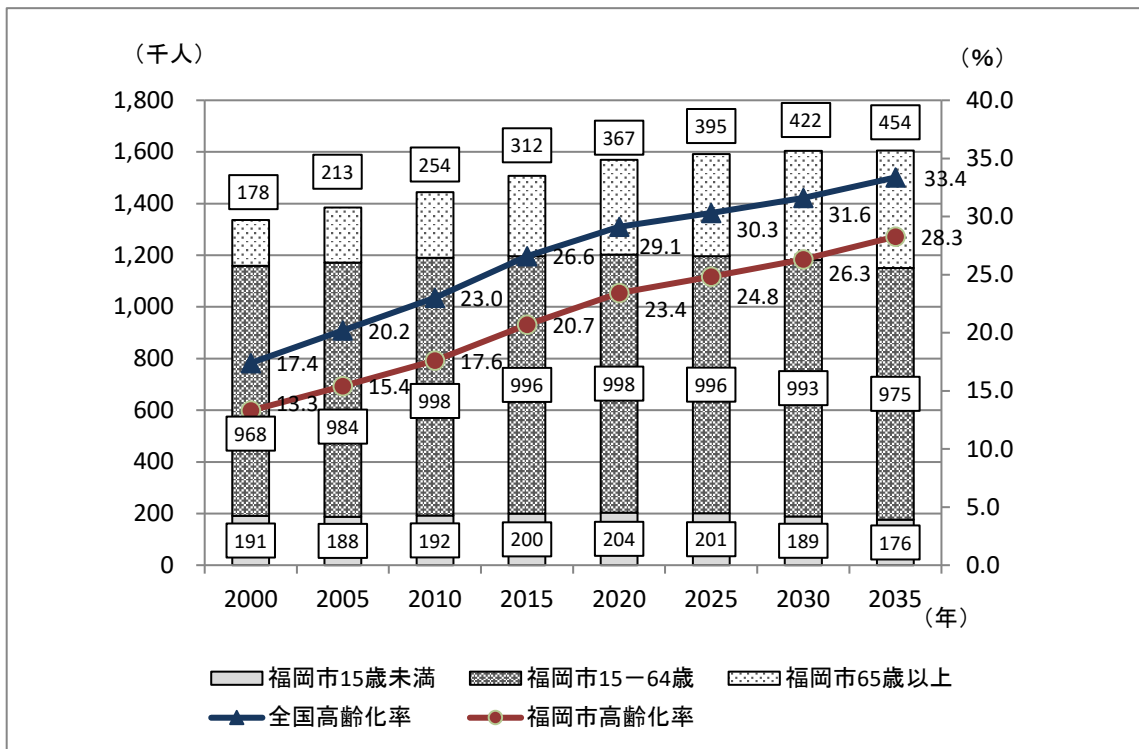
(2) 高齢社会の進展

日本の総人口は、平成23年以降減少が続いていますが、総人口に占める高齢者の割合は年々増えています。平成27年には、全国の65歳以上の高齢者人口の割合は、26.6%と過去最高となり、約4人に1人が65歳以上の高齢者となっています。福岡市では、全国の人口推移とは異なり、2035年（令和17年）までは総人口も増加する見込みであり、高齢者人口も少しずつ増加していくと予測され、2025年（令和7年）には、全国の高齢化率は30.3%、福岡市でも24.8%になると推定されています。（図表2）

また、福岡市においては、高齢化に伴い、世帯主の年齢が65歳以上の単独世帯は、2015年（平成27年）の約80,000世帯から団塊の世代（昭和22年から昭和24年生まれ）が75歳以上となる2025年（令和7年）には約119,000世帯に増加すると推定され、さらに、75歳以上の単独世帯も増加していくと予測されています。

こうした高齢社会の進展に伴い、消費生活において困ったときに身近に相談できる人がいなかったり、一人で在宅しているときに訪問販売や電話勧誘販売の勧誘を受け、意に沿わない契約をしてしまうトラブルが発生しています。

【図表 2】福岡市の年齢三区分別人口及び全国と福岡市の高齢化率の推移



※資料：2015年までは国勢調査による人口，それ以降は「福岡市の将来人口推計（平成24年3月）」，国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」による。

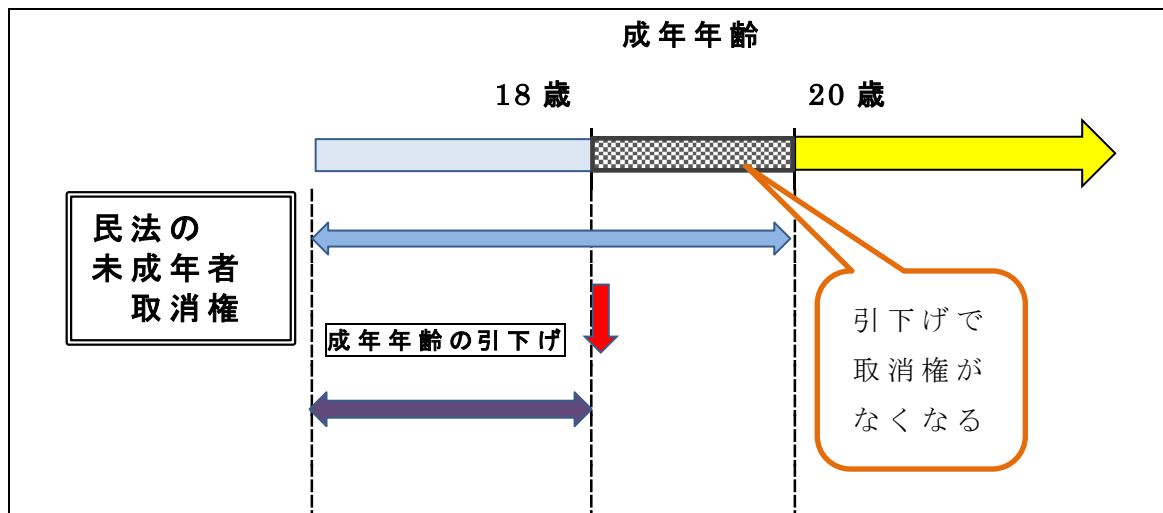
※注：2015年までの高齢化率は「不詳」等を除いて算出

(3) 民法の成年年齢引下げによる若年者への影響

民法改正により，2022年（令和4年）4月から成年年齢が現行の20歳から18歳に引き下げられます。現行法では，20歳になるまでの契約では未成年者取消権が認められており，未成年者が法定代理人の同意を得ずに行った契約は，原則として取り消すことができますが，その年齢が18歳に引き下げられることにより，成年となる18歳・19歳の若者は，未成年者取消権を行使できなくなります。（図表3）

本市の「平成30年度第5回市政アンケート」では，2022年（令和4年）の成年年齢引下げにより，新たに成年となる18歳・19歳には未成年者取消権が行使できなくなることを「知らなかった」と答えたのは60.3%と半数を超えています。（図表4）

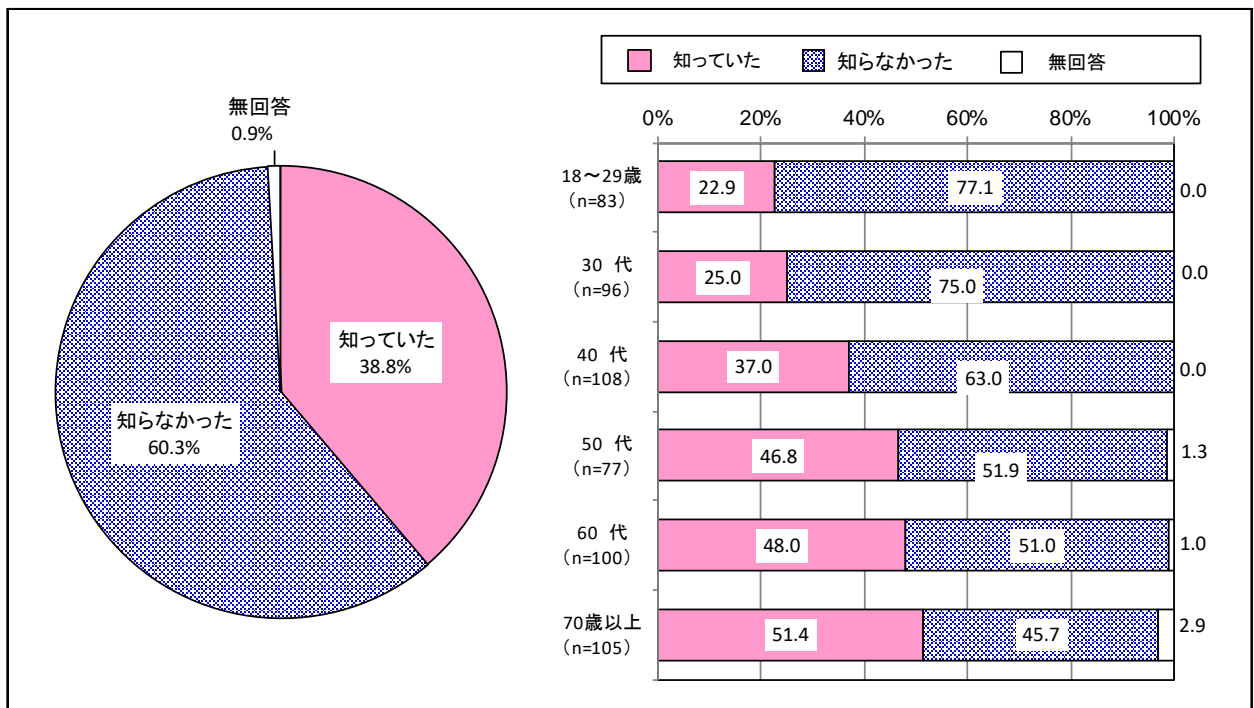
【図表 3】 成年年齢の引下げと民法における未成年者取消権



出典：消費者庁ホームページ

【図表 4】

2022年度から未成年者取消権は18, 19歳には行使できなくなるものの認知度

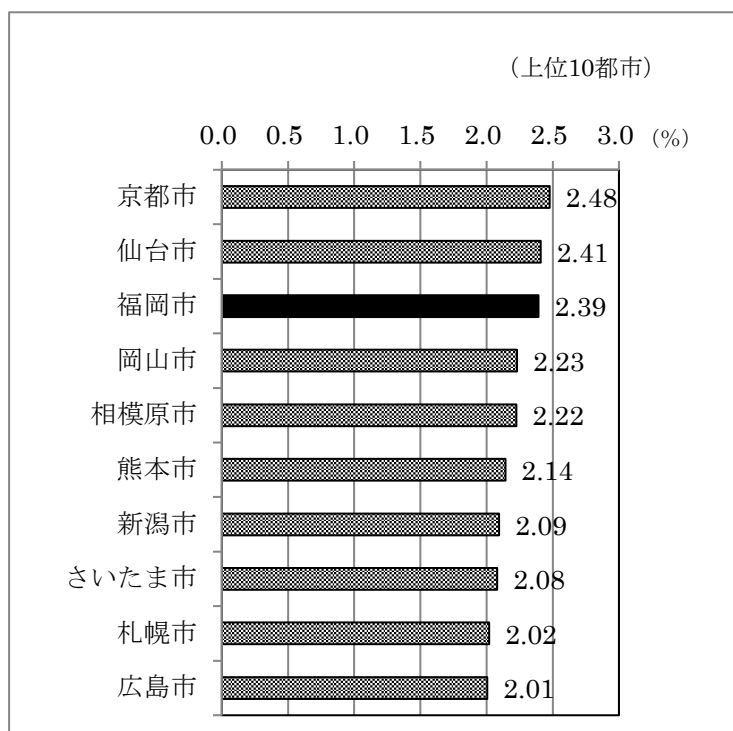


資料：「平成30年度第5回市政アンケート」を基に作成

福岡市は、全国的にみても総人口に占める若者の割合が多く、政令指定都市の中では、18歳・19歳が総人口に占める割合が2.39%と、京都市、仙台市に次いで第3位となっています。（図表5）

消費生活相談は、20歳を超えると増加する傾向にあり、成年となったばかりの社会経験が少ない若者が狙われる悪質商法の被害が拡大するおそれがあります。

【図表5】政令指定都市における人口に占める若者（18歳及び19歳）の割合



※資料：平成27年国勢調査により作成

（4）持続可能な開発目標（SDGs）の発効

2015年（平成27年）9月、国連サミットにおいて、持続可能な世界を実現するために「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択されました。これは、17の目標と169のターゲットから構成され、2016年（平成28年）1月に正式に発効しました。SDGsの12番目の目標では「持続可能な生産・消費形態を確保する」が掲げられ、小売・消費レベルにおける世界全体の一人あたりの食料の廃棄を半減させることや、人々があらゆる場所において、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などが盛り込まれています。SDGsは、発展途上国のみならず、先進国自身も取り組む普遍的なものであり、世

界が持続可能な発展を続けていくための指針です。(図表 6)

消費者にこの SDG s についての理解を促し、より多くの人々が SDG s に関する情報を得るとともに、主体的・能動的に学び、持続可能な消費を実践していくことは、SDG s の達成につながっていくものであると同時に、消費者市民社会の形成に参画するという消費者としての自覚を高めるものでもあります。

【図表 6】「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」

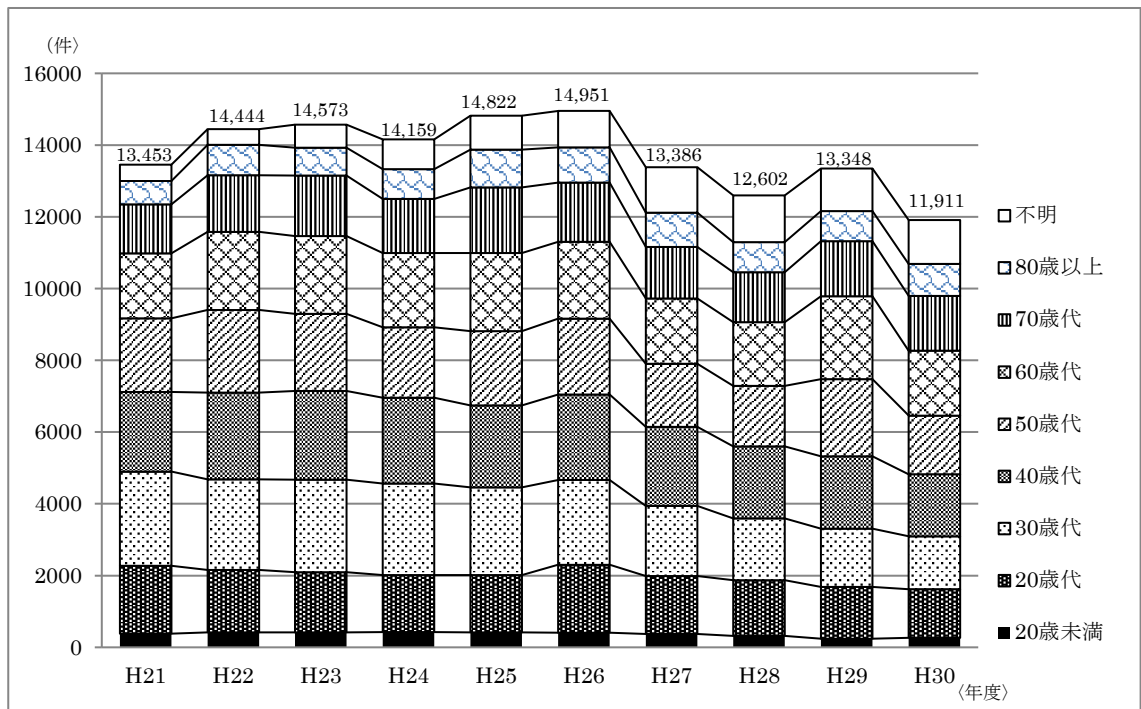


2 福岡市における消費生活相談の状況

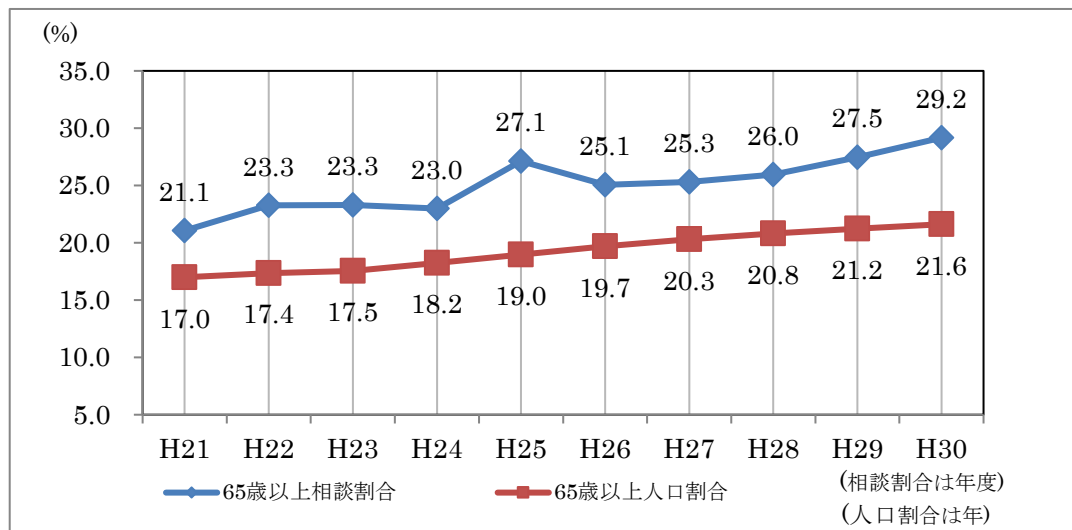
(1) 消費生活相談件数の推移

福岡市消費生活センターにおける相談件数は、架空請求が急増した平成16年度をピークに減少傾向にありましたが、最近の10年間は、ほぼ横ばいで推移しています。年代別の内訳をみると、60歳代以上が全体に占める割合は約3割で推移しており、人口に占める高齢者の割合と比べても、全相談に占める高齢者からの相談の割合は高い状態で推移しています。(図表7, 8)

【図表7】福岡市における消費生活相談件数の推移



【図表8】福岡市における高齢者(65歳以上)の相談割合



資料：平成22年、平成27年は、国勢調査による人口、それ以外は、福岡県調査統計課による推計人口。

(2) 消費生活相談の内容

相談内容を商品役務分類別に見ると、30歳代を除き50歳代までの各年代でデジタルコンテンツ(注1)が、1位となっており、30歳代と60歳代以上でも2位又は3位になっています。(図表9)

また、販売購入形態別の相談件数においては、通信販売が店舗購入を超え、1位となっています。(図表10)

電子商取引(インターネットで行う取引)の相談における年齢別の構成比の推移を見ると、29歳以下は割合が低くなってきているのに対し、60歳以上では、割合が高くなってきています。(図表11)

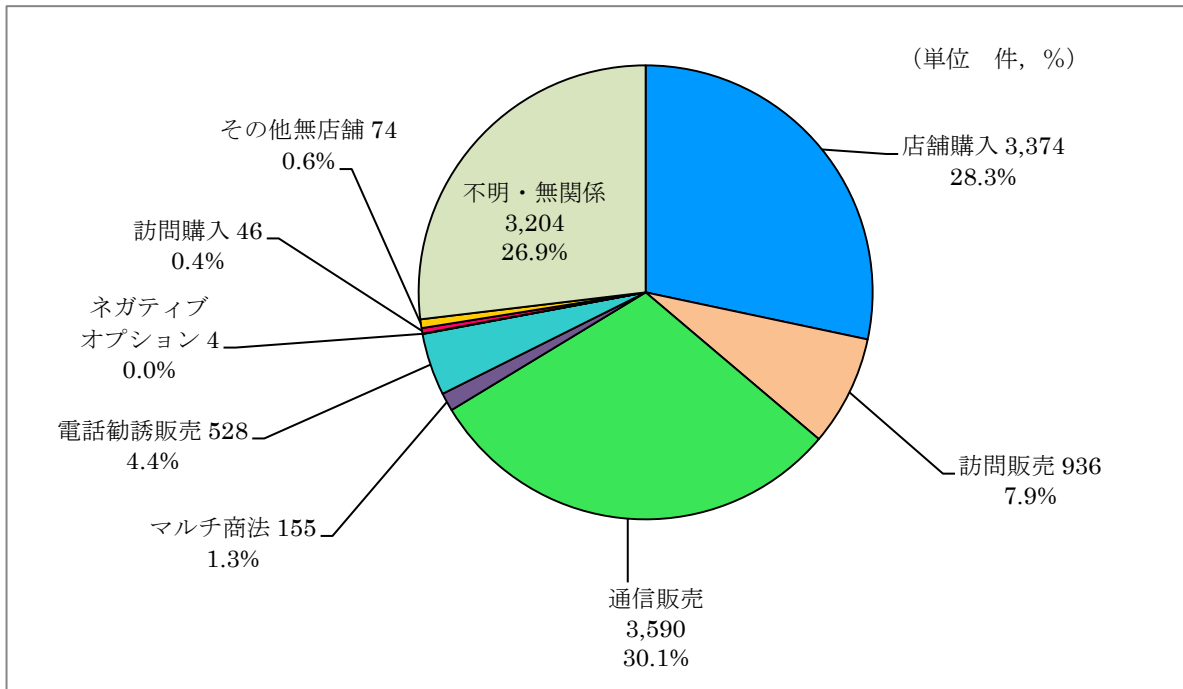
【図表9】契約当事者の年代別・商品役務分類別相談件数ランキング(平成30年度)

年代 順位	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上
1	デジタルコンテンツ 79	デジタルコンテンツ 175	不動産貸借 208	デジタルコンテンツ 224	デジタルコンテンツ 228	商品一般※注2 377	商品一般※注2 323	商品一般※注2 109
2	不動産貸借 11	不動産貸借 167	デジタルコンテンツ 161	不動産貸借 170	商品一般※注2 145	デジタルコンテンツ 251	デジタルコンテンツ 134	工事・建築 57
3	テレビ放送サービス 11	エステティックサービス 102	商品一般※注2 66	商品一般※注2 90	不動産貸借 105	不動産貸借 64	工事・建築 51	デジタルコンテンツ 45
4	他の健康食品 10	インターネット接続回線 50	フリーローン・サラ金 39	インターネット接続回線 55	携帯電話サービス 52	携帯電話サービス 57	不動産貸借 42	新聞 34
5	エステティックサービス 8	商品一般※注2 49	携帯電話サービス 39	携帯電話サービス 46	インターネット接続回線 51	工事・建築 44	携帯電話サービス 42	携帯電話サービス 23
全件数	261	1,359	1,476	1,727	1,639	1,805	1,532	886

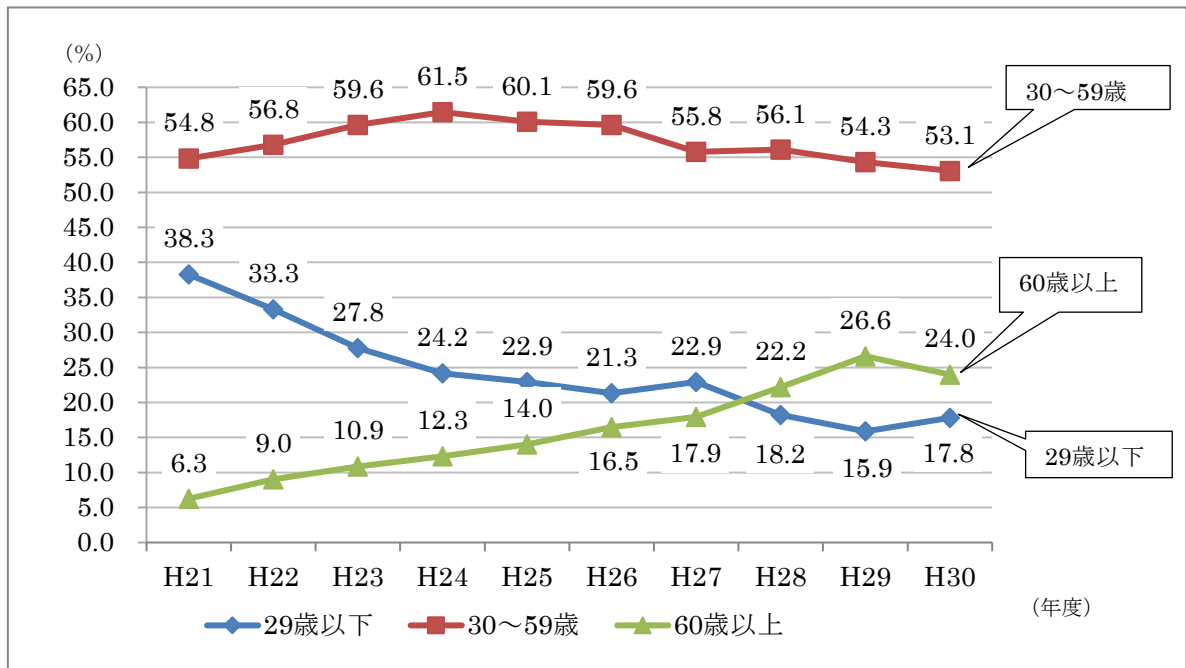
注1:「デジタルコンテンツ」…アダルト情報サイト, 出会い系サイト, オンラインゲーム, 音楽情報サイト, 投資情報サイト等に関する相談。

注2:「商品一般」…商品の特定ができないまたは商品を特定する必要のない相談。

【図表 10】販売購入形態別相談件数（平成 30 年度）



【図表 11】電子商取引の相談における年齢別構成比の推移



(3) 若年者からの相談の状況

若年者（29歳以下）からの相談件数の最近5年間の推移を見ると、20歳未満も20歳代もやや減少している傾向にあります。なお、平成30年度は、全相談件数に占める若年者からの相談件数の割合が増加に転じています。

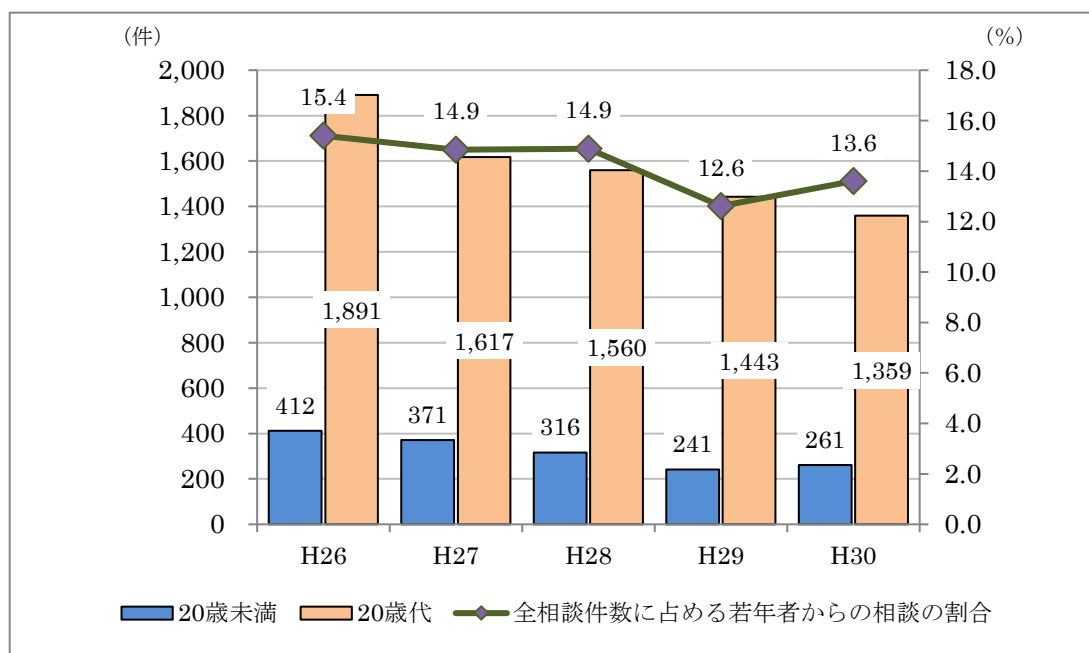
年齢別に見ると、成年となる20歳を超えると相談件数が増加

しています。(図表 1 2, 1 3)

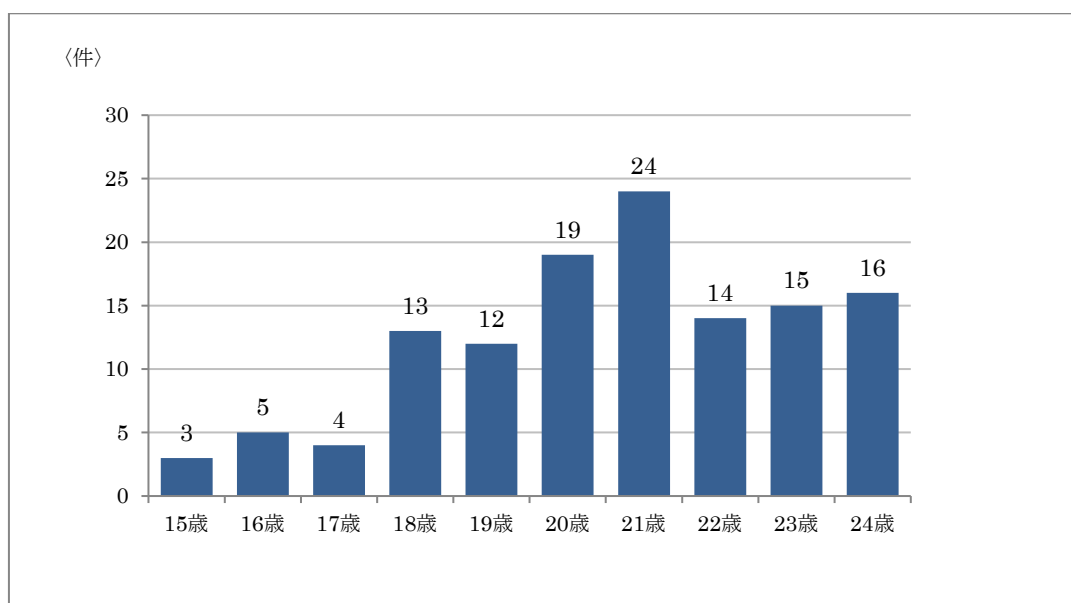
また、平成 30 年度の 20 歳未満と 20 歳代の商品役務分類別相談件数を見ると、20 歳未満の相談件数は 261 件ですが、20 歳代の相談件数は 1,359 件と大きく差があります。20 歳未満の相談件数が少ないのは、未成年者取消権が認められるため、悪質事業者が取引を控えていることが考えられます。

20 歳を超えると、エステティックサービスやインターネット接続回線の相談が上位に入ってきています。(図表 1 4)

【図表 12】若年者からの消費生活相談件数の推移



【図表 13】若年者の年齢別相談件数 (平成 30 年度)



【図表 14】 20 歳未満と 20 歳代の商品役務分類別相談件数の上位 5 位（平成 30 年度）

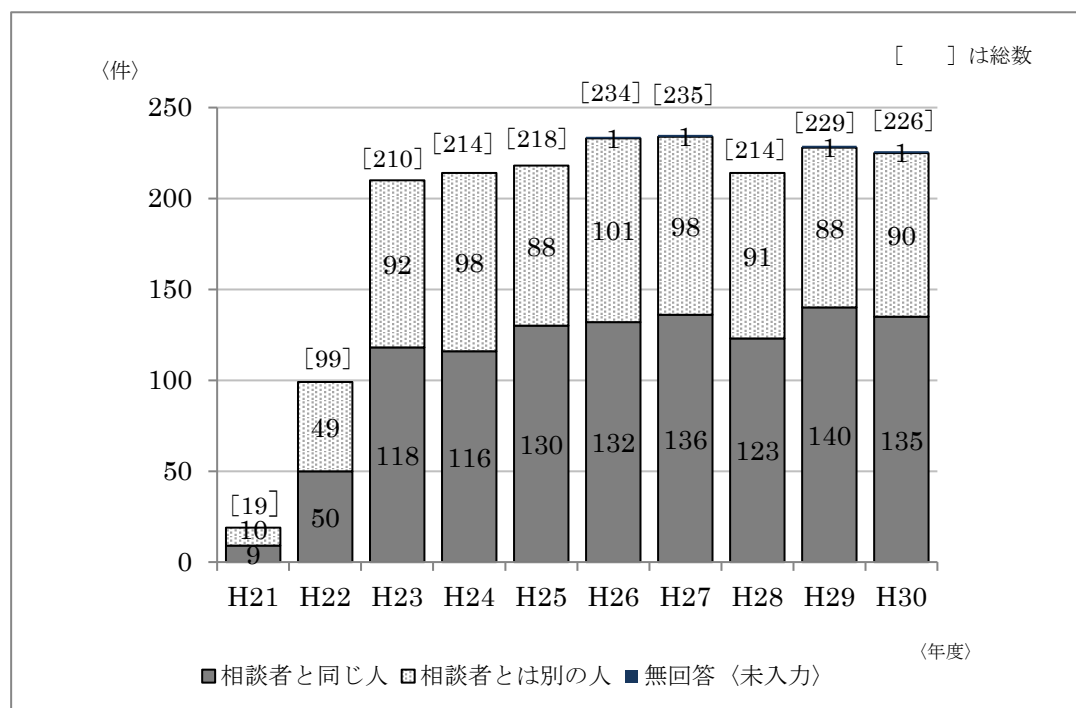
〈20 歳未満〉			〈20 歳代〉		
順位	商品分類	相談件数	順位	商品分類	相談件数
1	デジタルコンテンツ	79	1	デジタルコンテンツ	175
2	不動産貸借	11	2	不動産貸借	167
3	テレビ放送サービス	11	3	エステティックサービス	102
4	他の健康食品	10	4	インターネット接続回線	50
5	エステティックサービス	8	5	商品一般	49
その他		142	その他		816
計		261	計		1,359

（４） 障がいのある人等からの相談の状況

障がいのある人等からの相談件数は、平成 23 年度から年間 200 件を超え、現在は横ばい状態です。

障がいのある人が契約当事者である相談のうち、相談者が契約当事者とは別の人（本人ではなく家族など）である相談が 4 割程度を占めています。（図表 15）

【図表 15】 障がいのある人等の相談件数の推移



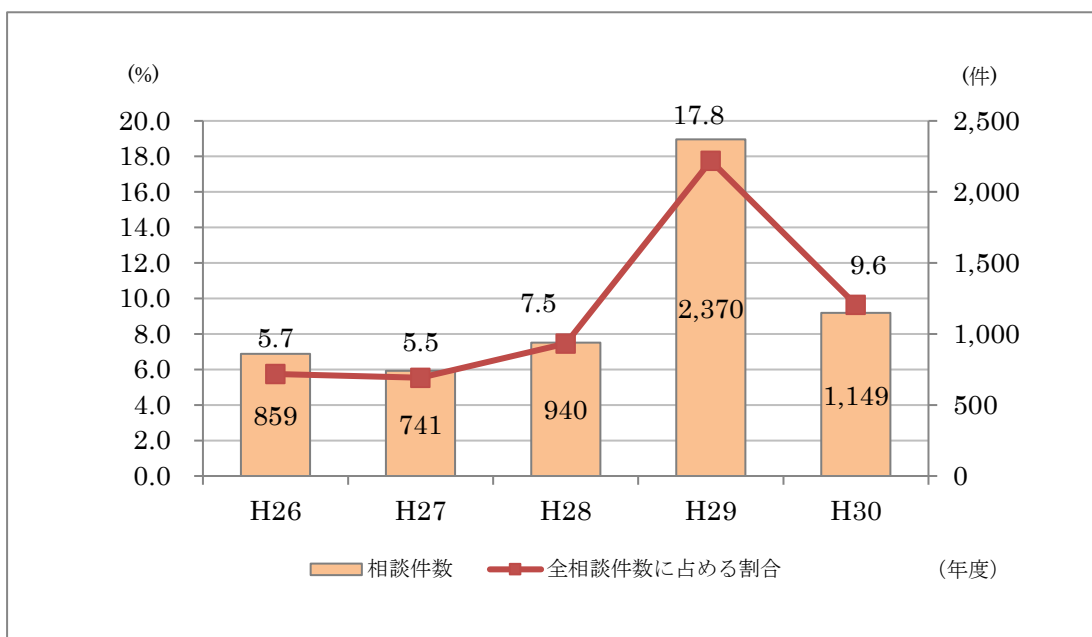
(5) 架空請求等に関する相談の状況

架空請求の相談は、平成29年度に急激に増加し、平成30年度には、減少に転じました。しかし、依然として多くの相談が寄せられています。

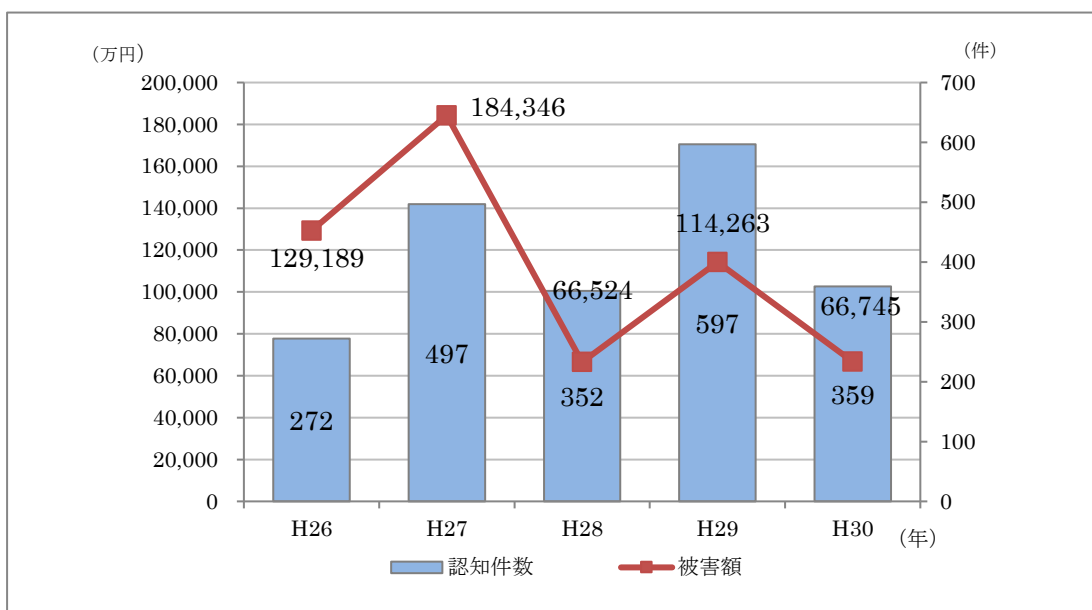
(図表16)

また、平成30年のニセ電話詐欺の認知件数と被害額については、認知件数は359件、被害額は6億6,700万円余りと、いずれも前年より低下しています。(図表17)

【図表16】 架空請求に関する消費生活相談件数の推移



【図表17】 ニセ電話詐欺の認知件数と被害額の推移（福岡県）



出典：福岡県警察ホームページ

3 消費生活に関する調査

(1) 第2次福岡市消費者教育推進計画の策定のための基礎調査

福岡市では、計画策定にあたり、地域や学校での消費者教育の実状や、今後消費者教育を進めるために必要なことなどを把握するため、平成30年9月に「第2次福岡市消費者教育推進計画の策定のための基礎調査」を実施しました。

調査の概要

調査期間	平成30年9月25日～10月26日				
調査対象者 及び 対象者数	次に掲げる各団体・学校等の代表者（福岡市全域）				合計1041か所
	①地域	各校区自治協議会（150），各校区公民館（148），小学校・中学校・高等学校・特別支援学校のPTA協議会（225），民生委員・児童委員地区会長（109），地域包括支援センター（57），障がい者基幹相談支援センター（14）			計703か所
	②学校	小学校（144），中学校（69），市立高校（4），特別支援学校小学部・中学部・高等部（15）			計232か所
	③大学	大学（13），短期大学（9），専修学校（84）			計106か所
回答数	①地域	505件	有効 回答率	①地域	71.8%
	②学校	133件		②学校	57.3%
	③大学	69件		③大学	65.1%
	全体	707件		全体	67.9%

①地域

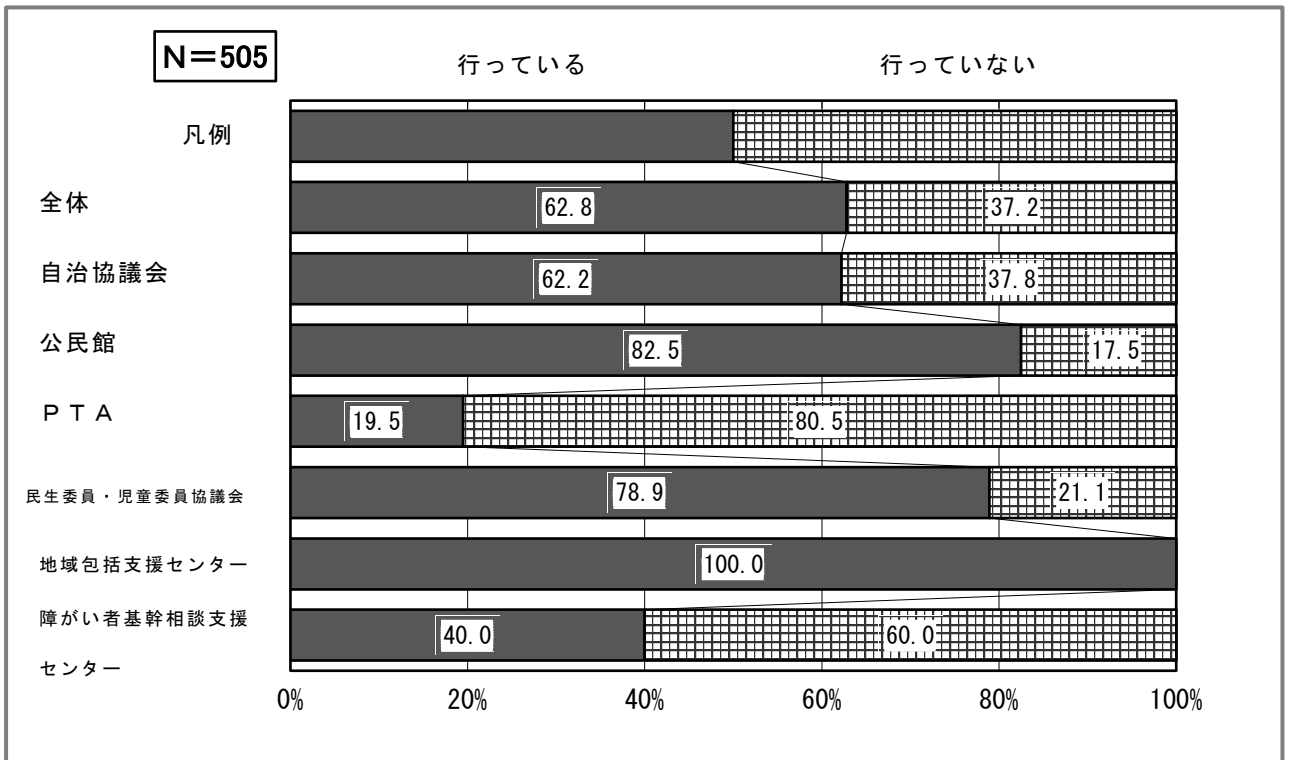
ア 消費者教育・啓発の団体等別実施状況

地域における消費者教育・啓発の実施状況については、全体では「行っている」の割合は62.8%、「行っていない」の割合は37.2%となっています。

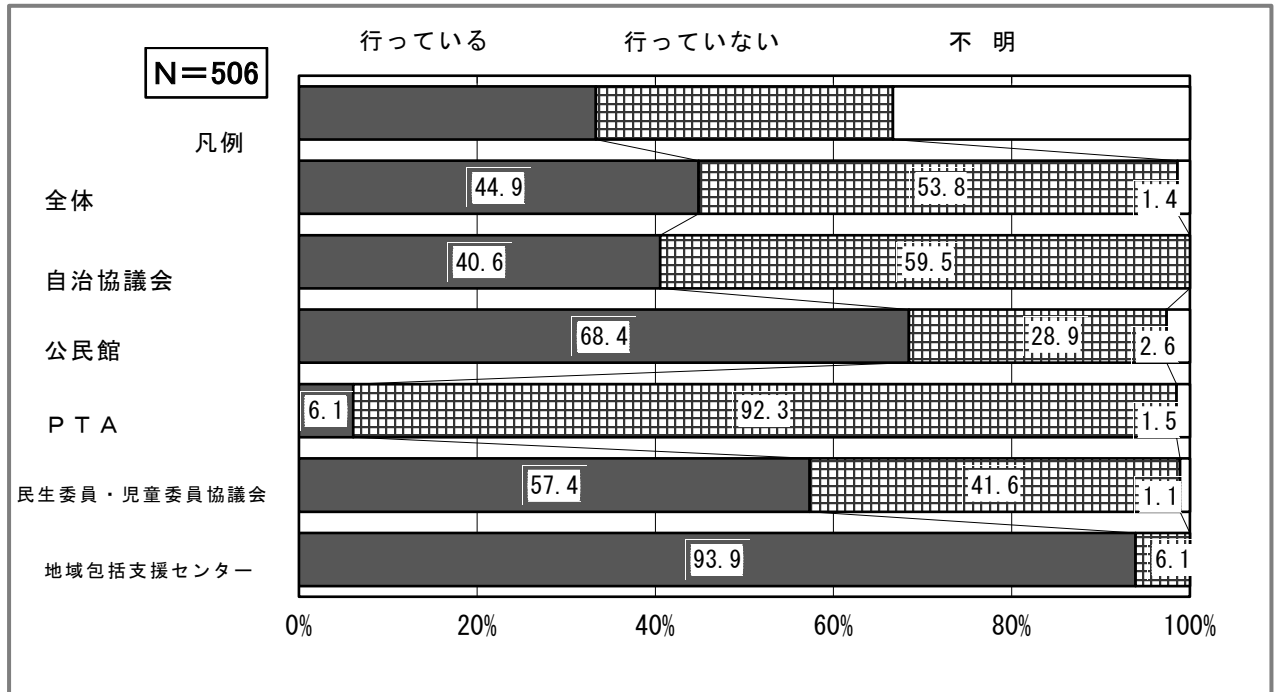
団体等別で見ると、「行っている」の割合が最も高いのは、「地域包括支援センター」（100.0%）で、次いで「公民館」（82.5%）となっています。（図表18）

平成25年度に行った前回調査と比較すると、消費者教育・啓発を「行っている」の割合が全体で44.9%から62.8%へ増加しており、今回、新たに調査を行った「障がい者基幹相談支援センター」を除き、全ての団体等でその割合が増加しています。（図表19）

【図表18】消費者教育・啓発の団体等別実施状況（平成30年度調査）



【図表19】消費者教育・啓発の団体等別実施状況（平成25年度調査）



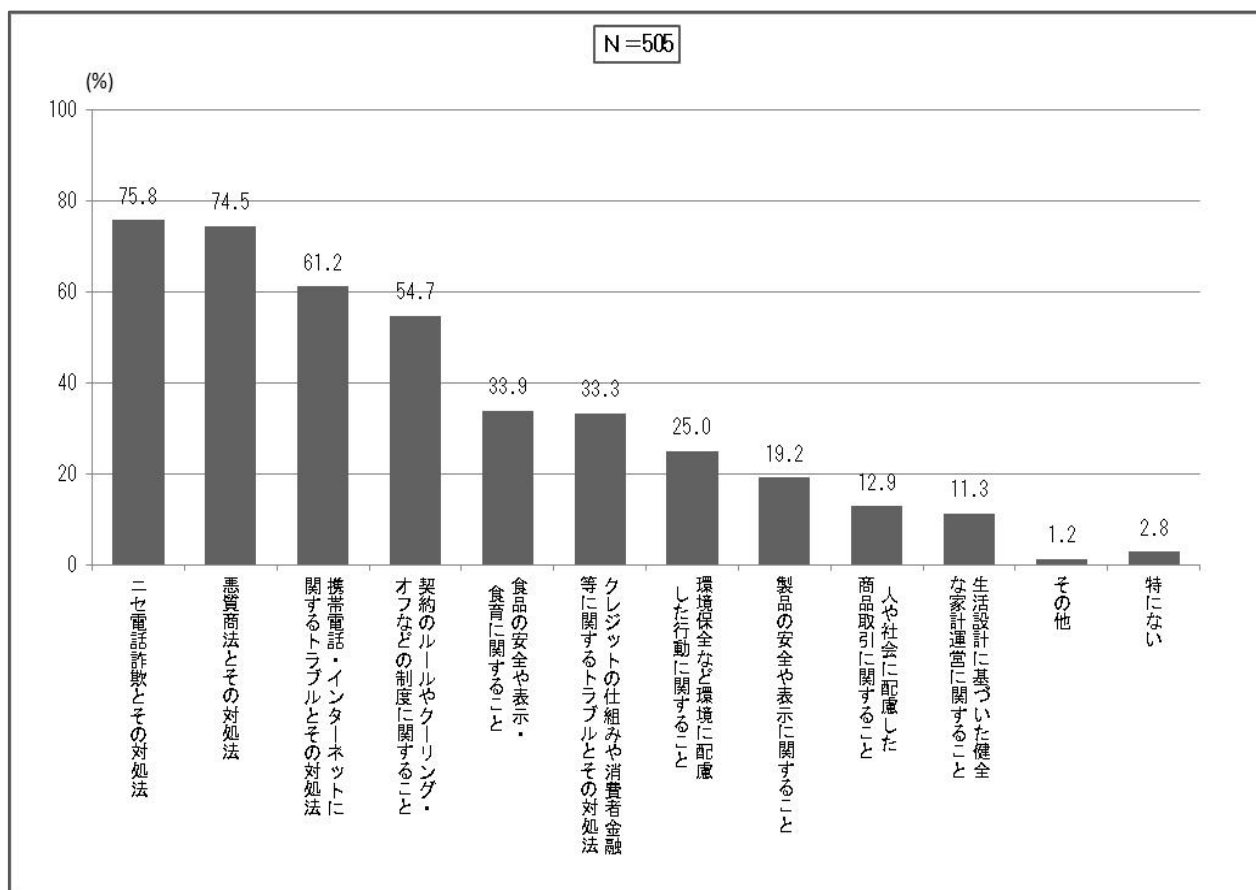
※資料：「消費者教育推進のための基礎調査」（平成25年度実施）

※前回の平成25年度の調査では、「障がい者基幹相談支援センター」はなし

イ 消費者教育・啓発で特に力を入れて取り組むべき分野

消費者教育・啓発で、今後特に力を入れて取り組むべき分野については、「ニセ電話詐欺とその対処法」が75.8%で最も多く、次いで「悪質商法とその対処法」(74.5%)、「携帯電話、インターネットに関するトラブルとその対処法」(61.2%)の順となっています。(図表20)

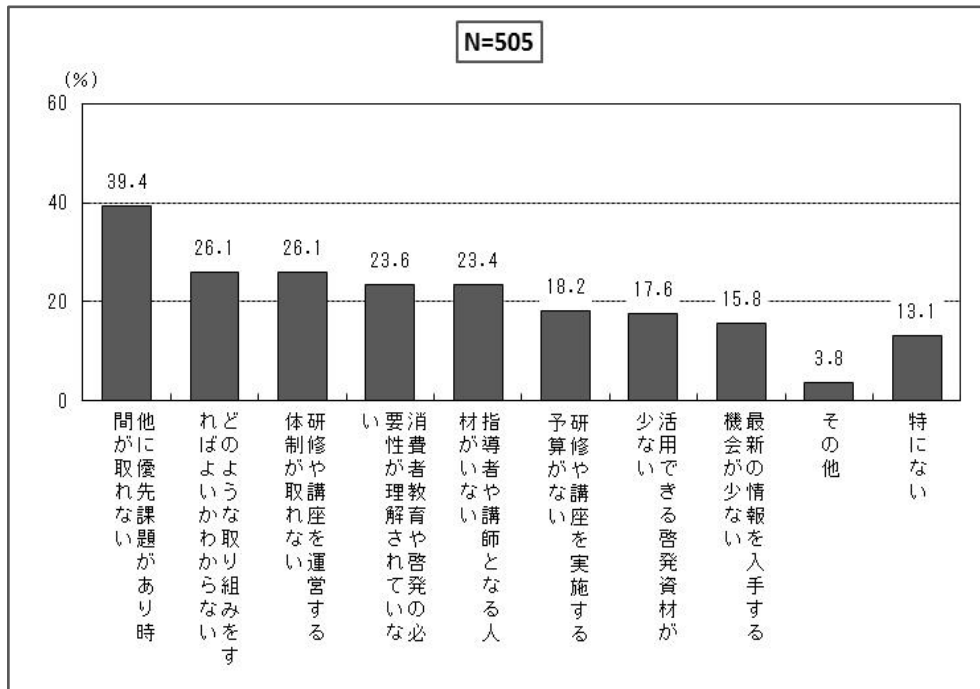
【図表20】消費者教育・啓発で特に力を入れて取り組むべき分野



ウ 消費者教育・啓発に取り組む際の課題

地域において消費者教育・啓発に取り組む際の課題については、「他に優先課題があり時間が取れない」が39.4%で最も多く、次いで「どのような取り組みをすればよいかわからない」(26.1%)、「研修や講座を運営する体制が取れない」(26.1%)となっています。(図表21)

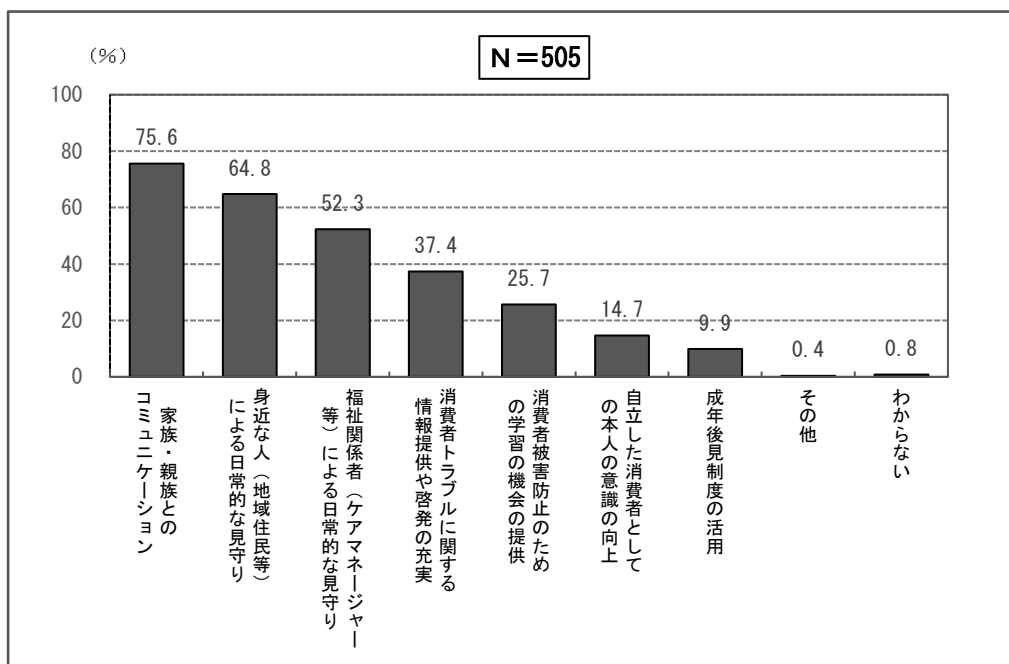
【図表21】消費者教育・啓発に取り組む際の課題



エ 高齢者・障がい者のトラブル未然防止対策

高齢者・障がい者の消費者被害を未然に防止するために重要なことについては、「家族・親族とのコミュニケーション」が75.6%で最も多く、次いで「身近な人（地域住民等）による日常적인見守り」（64.8%）、「福祉関係者（ケアマネージャー等）による日常적인見守り」（52.3%）の順となっています。（図表22）

【図表22】高齢者・障がい者のトラブル未然防止対策



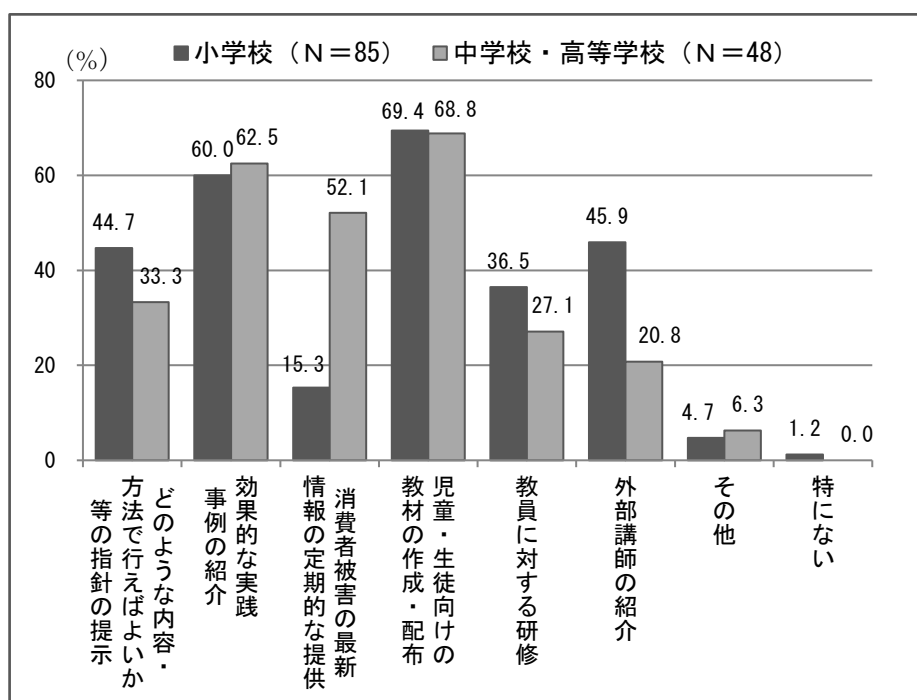
②小学校・中学校・高等学校

ア 学校において消費者教育を推進するために特に必要なこと

学校において消費者教育を推進するために特に必要なことについては、「児童・生徒向けの教材の作成・配布」が小学校で69.4%、中学校・高等学校で68.8%と、いずれも最も多くなっています。

小学校では次いで「効果的な実践事例の紹介」(60.0%)、「外部講師の紹介」(45.9%)の順で、中学校・高等学校では次いで「効果的な実践事例の紹介」(62.5%)、「消費者被害の最新情報の定期的な提供」(52.1%)の順となっています。(図表23)

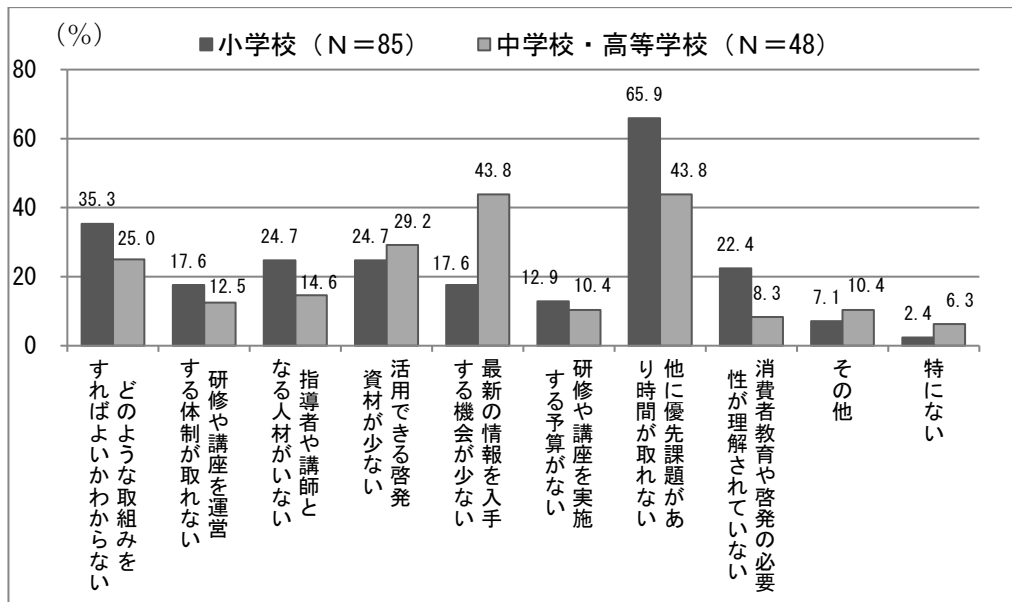
【図表23】消費者教育を推進するために特に必要なこと（小学校、中学校・高等学校）



イ 学校において消費者教育に取り組む際の課題

学校において消費者教育に取り組む際の課題については、小学校では「他に優先課題があり時間が取れない」(65.9%)が、中学校・高等学校では「他に優先課題があり時間が取れない」(43.8%)、「最新の情報を入手する機会が少ない」(43.8%)が最も多くなっています。次に多いのは、小学校では「どのような取り組みをすればよいかわからない」(35.3%)、中学校・高等学校では「活用できる啓発資材が少ない」(29.2%)となっています。(図表24)

【図表24】消費者教育に取り組む際の課題（小学校，中学校・高等学校）

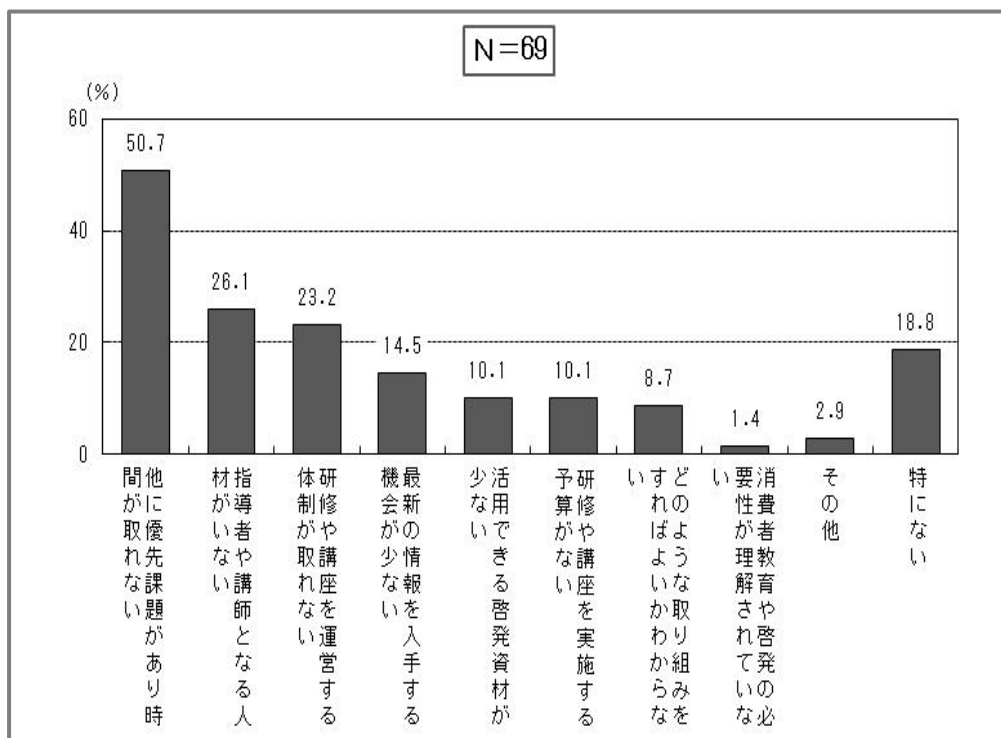


③大学・短期大学・専修学校

ア 大学等において消費者教育・啓発に取り組む際の課題

大学等において消費者教育・啓発に取り組む際の課題については、「他に優先課題があり時間が取れない」が50.7%と最も多く、次いで「指導者や講師となる人材がない」(26.1%)、「研修や講座を運営する体制が取れない」(23.2%)となっています。(図表25)

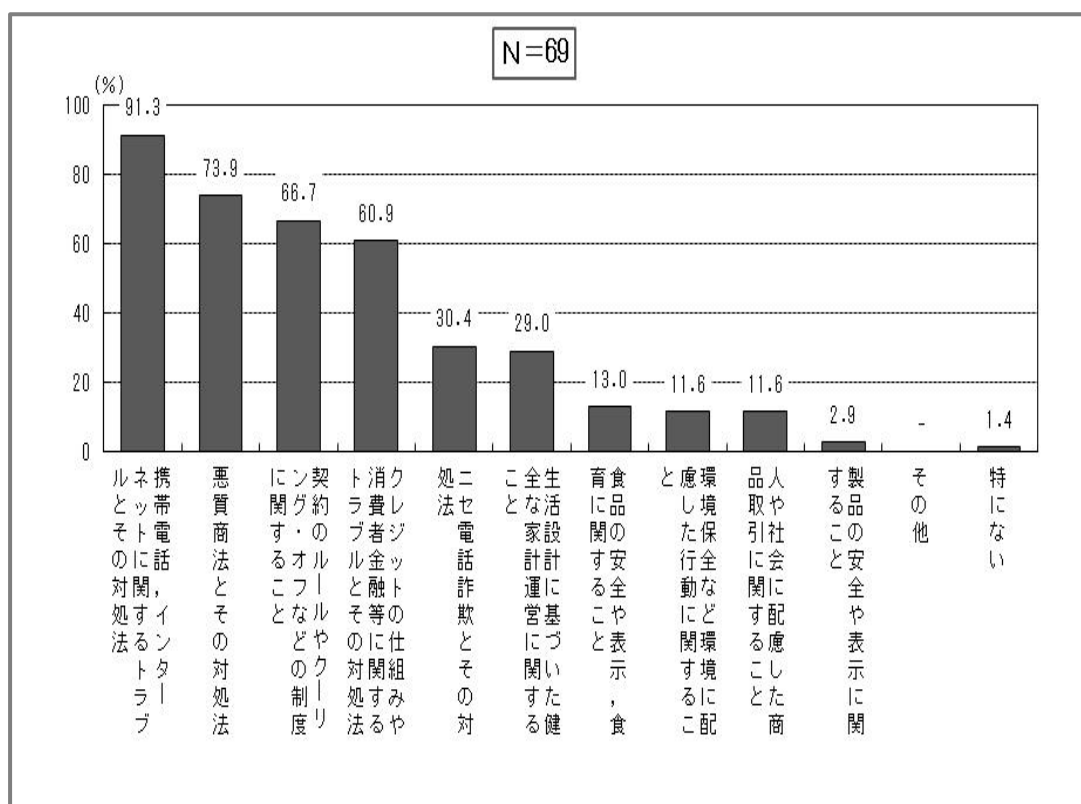
【図表25】消費者教育・啓発に取り組む際の課題



イ 大学等において消費者教育・啓発で特に力を入れて取り組むべき分野

大学等において消費者教育・啓発で特に力を入れて取り組むべき分野については、「携帯電話・インターネットに関するトラブルとその対処法」が91.3%と最も多くなっています。次いで、「悪質商法とその対処法」(73.9%)、「契約のルールやクーリング・オフなどの制度に関すること」(66.7%)、「消費者クレジット等との仕組みや対処法」(60.9%)、「ニセ電話詐欺とその対処法」(30.4%)、「全生活設計に基いたること」(29.0%)、「食品の安全や表示、食育に関すること」(13.0%)、「環境保全など環境に関する配慮」(11.6%)、「人や社会に配慮した商品の取引に関すること」(11.6%)、「製品の安全や表示に関すること」(2.9%)、「その他」(-)、「特にない」(1.4%)となっています。(図表26)

【図表 26】 消費者教育・啓発で特に力を入れて取り組むべき分野



(2) 市政アンケート調査

福岡市では、本市の施策や事業の推進の参考とするため、市政アンケート調査を実施しており、その中で消費者教育や消費者被害の防止について、調査を行いました。

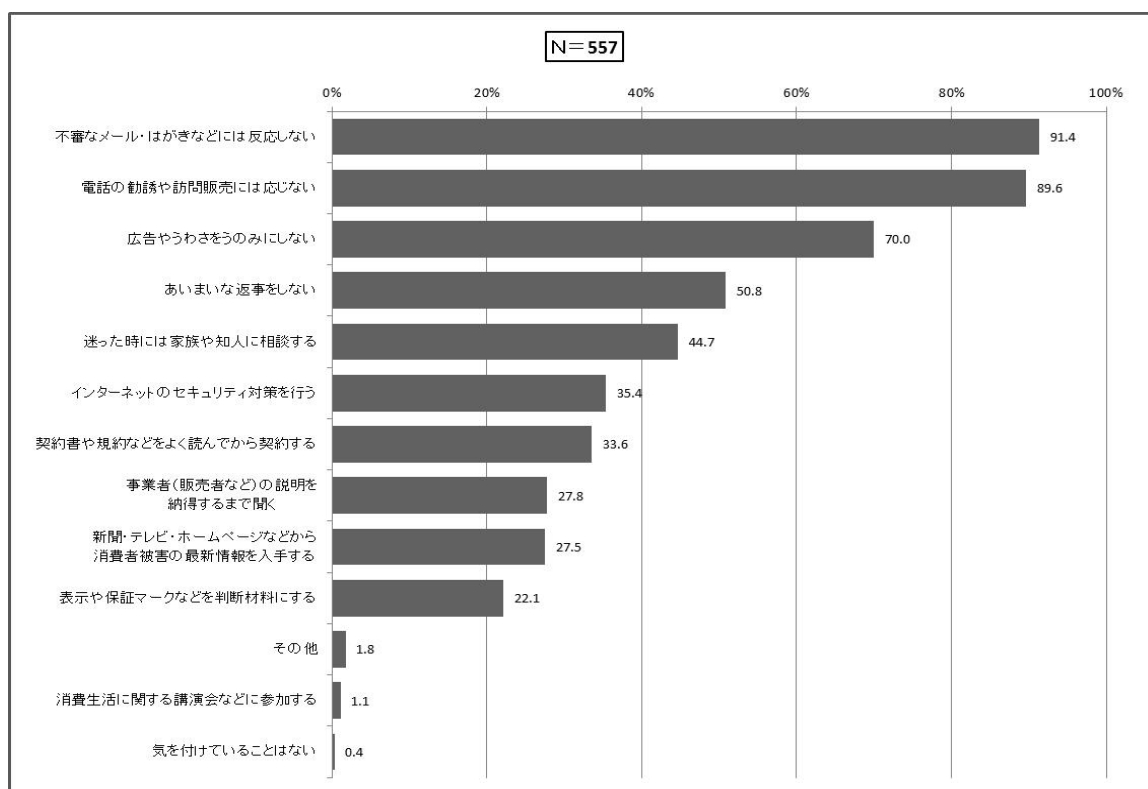
調査の概要

	平成29年度	平成30年度
調査期間	平成29年8月25日～9月8日	平成30年9月25日～10月9日
調査対象者	福岡市内に居住する満18歳以上の男女	
調査数	625件	624件
回答数	557件	569件
有効回答率	89.1%	91.2%

ア 消費者トラブルに遭わないために気を付けていること

消費者トラブルに遭わないために気を付けていることについては、「不審なメール・はがきなどには反応しない」が91.4%と最も多く、次いで「電話の勧誘や訪問販売には応じない」(89.6%)、「広告やうわさをうのみにしない」(70.0%)の順となっています。(図表27)

【図表27】消費者トラブルに遭わないために気を付けていること（平成29年度）

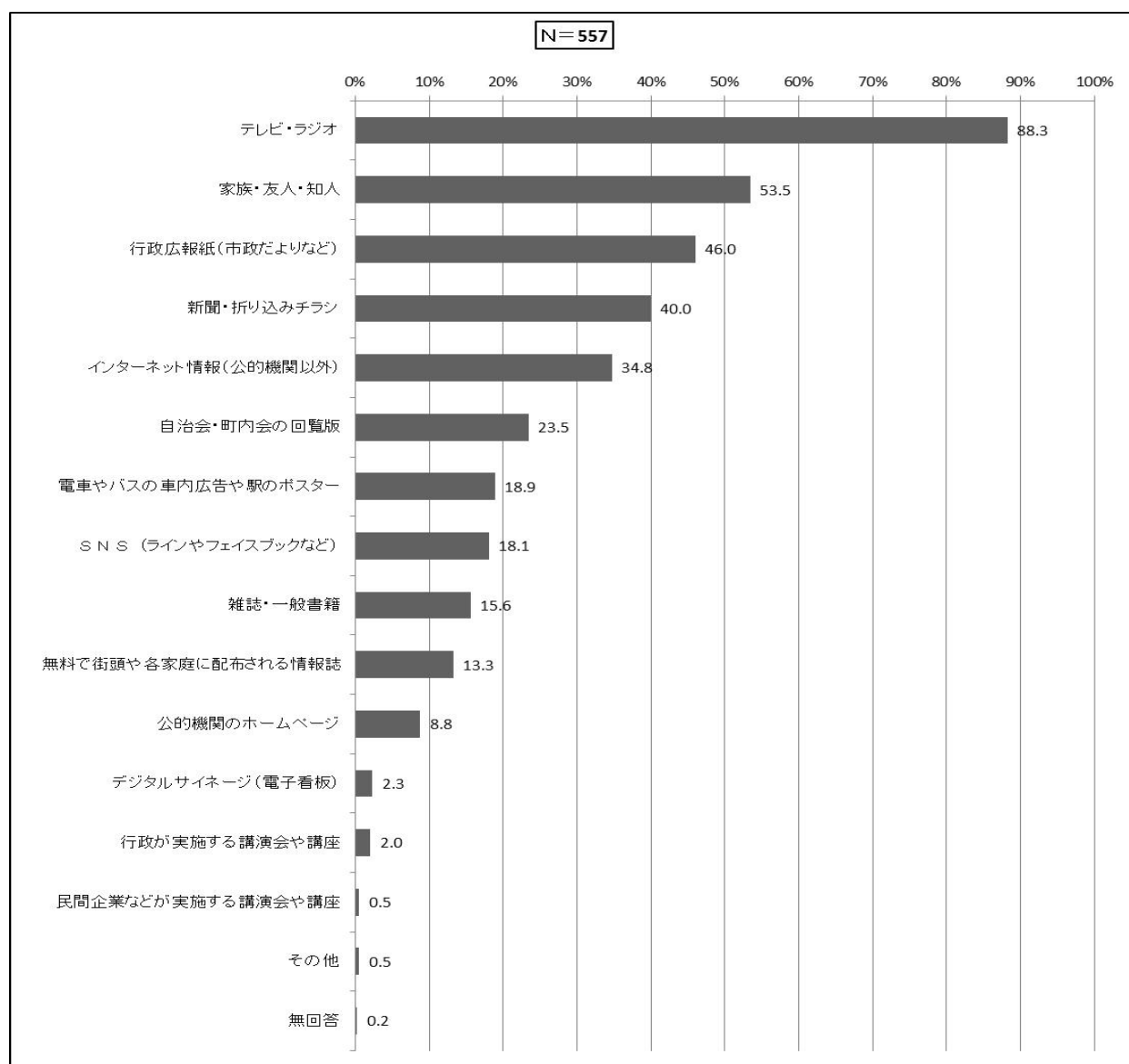


イ 消費者トラブルに遭わないための注意喚起情報の入手先

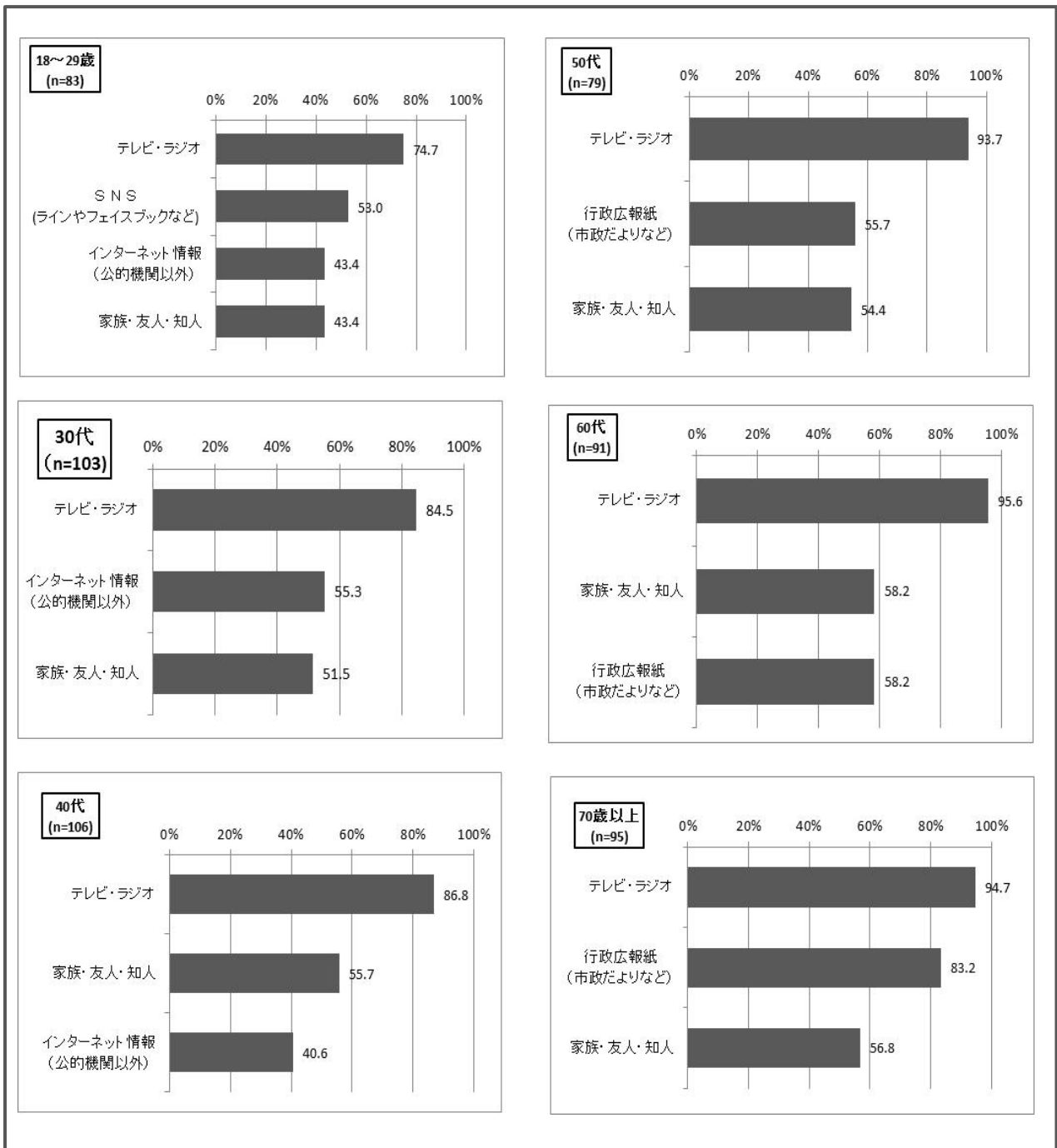
消費者トラブルに遭わないための注意喚起情報の入手先については、「テレビ・ラジオ」が88.3%と最も多く、次いで「家族・友人・知人」(53.5%)、「行政広報紙(市政だよりなど)」(46.0%)の順となっています。(図表28)

アンケート結果を年代別に見ると、「18～29歳」では「SNS(ラインやフェイスブックなど)」が第2位に、40代までは「インターネット情報(公的機関以外)」が上位3位までに入っているのに対し、50代以上では上位3位までに「インターネット情報(公的機関以外)」が入っておらず、「行政広報紙(市政だよりなど)」が入っています。(図表29)

【図表28】消費者トラブルに遭わないための注意喚起情報の入手先(平成29年度)



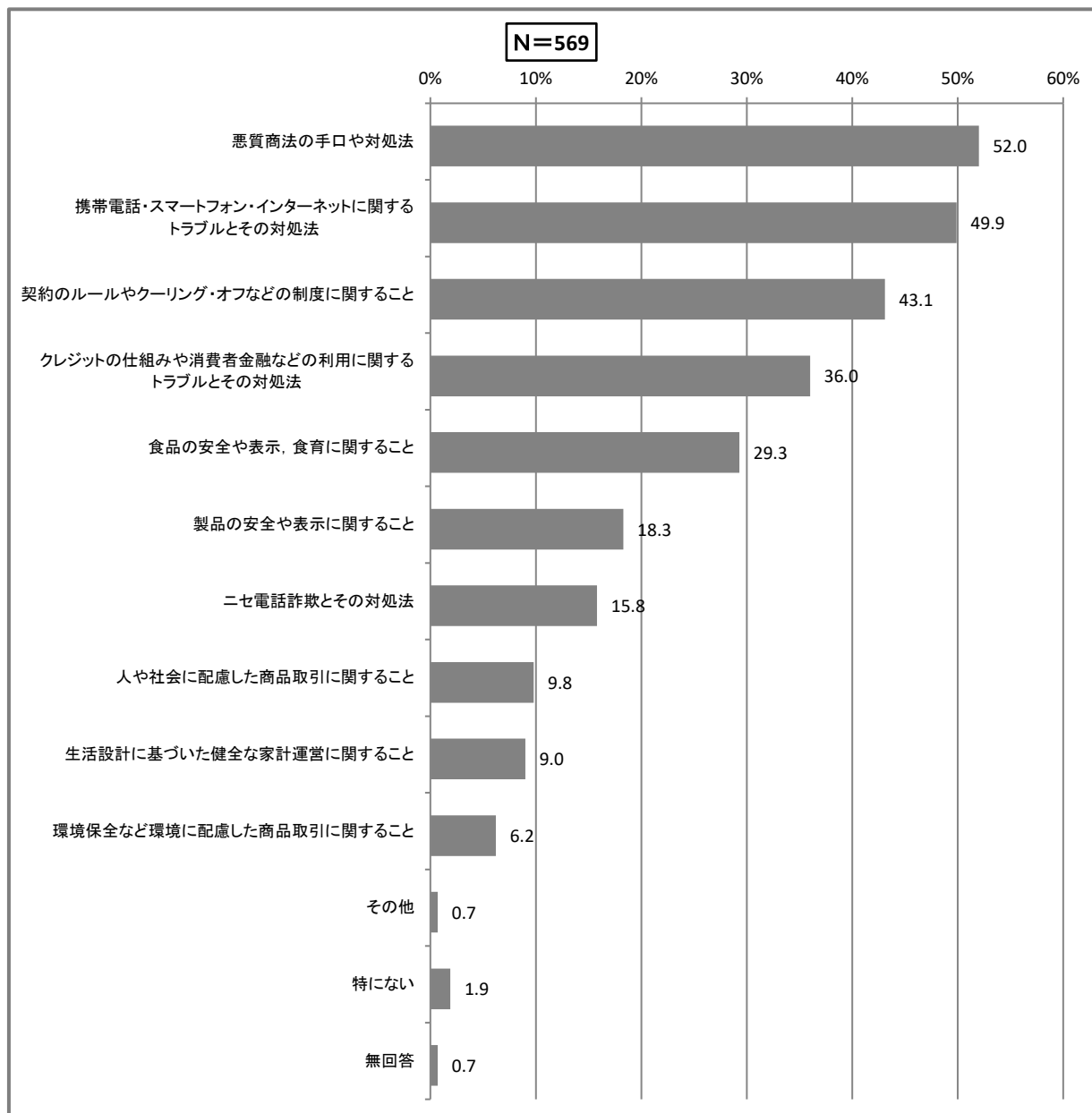
【図表29】消費者トラブルに遭わないための注意喚起情報の入手先・年代別上位3項目（平成29年度）



ウ 消費生活センターからの提供を希望する情報

知りたい消費者向けの情報については、「悪質商法の手口や対処法」(52.0%)、「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブルとその対処法」(49.9%)、「契約のルールやクーリング・オフなどの制度に関すること」(43.1%)、「クレジットの仕組みや消費者金融などの利用に関するトラブルとその対処法」(36.0%)の順となっています。(図表30)

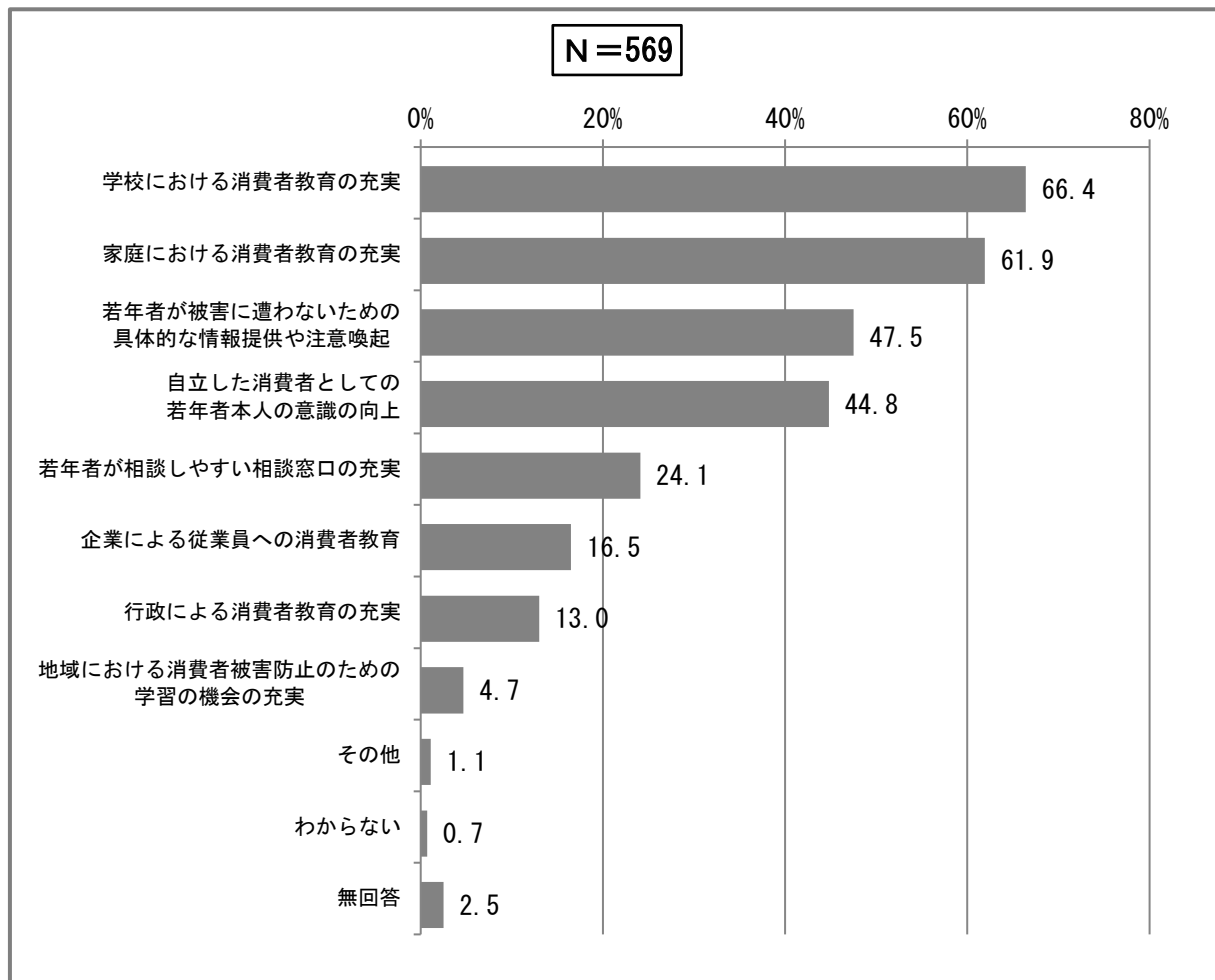
【図表30】消費生活センターからの提供を希望する情報（平成30年度）



エ 若年者のトラブル防止対策

若年者の消費者トラブルを防止するために重要だと思うことについては、「学校における消費者教育の充実」が66.4%と最も多く、次いで「家庭における消費者教育の充実」(61.9%)、「若年者が被害に遭わないための具体的な情報提供や注意喚起」(47.5%)の順となっています。(図表31)

【図表31】若年者のトラブル防止対策（平成30年度）



4 課題

(1) 様々な担い手が連携した消費者教育の推進

消費者をめぐる環境は年々複雑化し、高齢者などの配慮を要する消費者の被害の未然防止や、「自ら考えて行動する」自立した消費者の育成のための消費者教育を行うためには、行政だけでなく、地域、学校、事業者などの様々な担い手が情報共有し、相互に連携して取り組むことが必要です。また、専門家の団体や事業者団体もそれぞれのノウハウを活かして消費者教育に取り組んでおり、これらの団体との連携も強化していく必要があります。

(2) 児童・生徒及び若年者に対する消費者教育の推進

児童・生徒における消費者教育は、小・中・高等学校の各教科で、それぞれの発達段階に応じて、学習指導要領に基づき行われています。

新たに実施される学習指導要領では、成年年齢の引下げを見据え、未成年者取消権、クーリング・オフ制度、消費者被害の防止について学習するなど、消費者教育の更なる充実が図られており、引き続き系統的・体系的に推進することが必要です。

また、学校における消費者教育が効果的に実施されるよう、授業で活用できる教材の提供や活用事例の紹介、教員のスキルアップを図る研修、外部講師を活用した消費者講座の開催などの支援を行っていく必要があります。

社会経験が少ない若年者を狙って勧誘等を行う悪質事業者との消費者トラブルが発生していることから、大学・短期大学・専門学校における消費者講座の開催などの消費者教育を推進していく必要があります。SNSによるコミュニケーションの普及など、情報通信技術の発達に伴い若年者の生活スタイルが変化していることを踏まえ、若年者に対する効果的な情報発信の方法を工夫していく必要があります。

(3) 高齢者・障がいのある人への情報提供・注意喚起の推進と見守りの強化

高齢社会が進展し、高齢者の単独世帯の増加が見込まれる中、高齢者の健康や生活の不安に付け込んだり、そのときどきの話題を巧みに勧誘に用いたりする悪質商法等の手口は複雑化・巧妙化していることから、高齢者に対する情報提供・注意喚起などの消費者教育を強化する必要があります。また、周囲に相談できる人がいない場合や被害にあっても周囲に相談しない場合もあると考えられることから、地域における見守りの活動が重要となっています。

障がいのある人への情報提供・注意喚起については、身体、知的などの障がいの状況に配慮して適切な方法により行うことが必要であり、家族など周囲の人からの相談が多い状況からみて、気軽に相談できる人が身近にいるこ

とが重要です。

このように高齢者，障がいのある人等の消費者被害を防止していくためには，高齢者等と接する機会が多い民生委員，地域包括支援センター職員，地域団体などによる，地域における見守りのネットワーク活動との連携を強化していく必要があります。また，見守りを行う人に対する情報提供などの支援を行っていく必要があります。

(4) 高度情報通信社会への対応

インターネットの利用者の増加に伴い，デジタルコンテンツ，インターネット接続回線，携帯電話などの通信サービスに関する相談が年代を問わず多く寄せられています。また，販売購入形態別でもインターネットによる通信販売の相談が増加していることから，インターネットの利用に潜む危険性やコンピューターセキュリティの必要性に対する消費者教育を更に進める必要があります。また，一人一人が情報の発信者ともなる高度情報通信社会においては，収集した情報等を主体的・能動的に吟味し，適切に活用する能力（情報リテラシー）の向上を図り，他者の権利にも配慮するなど，情報モラルを高めていく必要があります。

(5) 消費者市民社会の形成に参画する消費者の育成

従来の消費者教育では，消費者被害の未然防止と被害の拡大防止，被害の回復に重点が置かれてきました。

国の「基本方針」では，今後の消費者教育について，「自立した消費者であるためには，まず被害に遭わない消費者であること，そして合理的意思決定ができる消費者であることが必要であるが，これに加え社会の一員として，より良い市場とより良い社会の発展のために積極的に関与するという点でも自立した消費者を育成する教育である。」と示されています。

消費者は，自らの消費行動が環境や社会に影響を与えることができることを認識し，「人や社会，環境に配慮した消費行動」である「エシカル消費（倫理的消費）」に取り組むことが必要です。エシカル消費は持続可能な開発目標（SDGs）の達成に寄与するものであり，消費者が消費者市民社会の形成に向けた消費行動を主体的に行えるよう，環境教育，食育，国際理解教育などとあわせて消費者教育を推進する必要があります。

「エシカル消費（倫理的消費）」とは

消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり，そうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費活動を行うことです。

配慮の対象とその具体例	
人	障がい者支援につながる商品， ダイバーシティ（注3）に取り組んでいる事業者の商品
社会	フェアトレード（注4）商品，寄付付きの商品 伝統文化の継承に取り組んでいる商品
環境	エコ商品，リサイクル製品， 環境ラベルが添付された商品
地域	地産地消，被災地産品 地域の雇用を促進している事業者の商品
動物福祉（注5），エシカルファッション（注6）	

ここでの消費活動とは，次のような行動を含みます。

- 商品やサービスの購入に加え，それに関する情報の発信や収集，
廃棄方法を検討すること

（具体例）

情報発信の例：フェアトレード商品の情報をSNSなどに発信する

廃棄の例：資源ごみの分別，衣類のおさがり，家電のリサイクル など

- 余分な商品やサービスを購入しない，受け取らないなどの行動

（具体例）

食品ロス防止のため使い切れる分だけ購入する

すぐ使う食品は賞味期限の近いものを選ぶ

マイバッグ・マイ箸・マイボトルなどを持ち歩く

必要に応じて贈答品の簡易包装を選択する など

注3：「ダイバーシティ」… 性別や人種の違いに限らず，年齢，性格，学歴，価値観などの多様性を受け入れ，広く人材を活用しようという考え方。

注4：「フェアトレード」… 発展途上国の作物や製品を適正な価格で継続的に取引し，生産者や労働者の生活改善と自立を支え，生産地の環境を保全する貿易のこと。

注5：「動物福祉」… 人間が動物に対して与える痛みやストレスといった苦痛を最小限に抑え，動物の感じる苦痛の回避・除去などに極力配慮しようとする考え方。

注6：「エシカルファッション」… 環境・労働者・社会に配慮したファッションのこと。

第3章 消費者教育推進の基本的な方向性

1 消費者教育が育むべき力

国の基本方針においては、消費者教育の対象領域を「消費者市民社会の構築」「商品等やサービスの安全」「生活の管理と契約」「情報とメディア」の4つに分類し、下表のとおり、対象領域ごとに消費者教育が育むべき力を定めています。

市においては、これを基本に据えて様々な取組みを推進していきます。

国の基本方針における対象領域と消費者教育が育むべき力

対象領域	消費者教育が育むべき力
消費者市民社会の構築	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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得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 ・ 持続可能な社会の必要性に気付き、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 ・ 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
商品等やサービスの安全	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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 ・ 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
生活の管理と契約	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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 ・ 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付き、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
情報とメディア	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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 ・ 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 ライフステージに応じた体系的な実施

国の基本方針において、消費者教育は、幼児期から高齢期までのライフステージごとに、各段階の消費者の状況に応じて行わなければならないとされています。

また、家庭、学校、地域、職場等様々な場において、それぞれのライフステージの特徴に応じた効果的な教育を行うためには、行政、消費者、事業者などの様々な主体が消費者教育のイメージを共有することが重要です。

そこで、対象領域ごと、発達段階ごとの学習目標を理解し、ライフステージに応じた教育内容についての共通認識を持つための参考とするため、「消費者教育の体系イメージマップ」（以下「イメージマップ」という。）が示されています。

市においては、この「イメージマップ」を活用し、消費者が体系的に消費者教育を受ける機会の充実を図ります。

消費者教育の体系イメージマップ

重点領域	各期の特徴	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期			
						特に若者	成人一般	特に高齢者	
消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解	おつかいや買い物に関心をもち、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	生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	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期	
	持続可能な消費の実践	身の回りのものを大切にしよう	自分の生活と身近な環境とのかかわりに気づき、物の使い方などを工夫しよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう	持続可能な社会を目指して、ライフスタイルを考えよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを探そう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践しよう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝え合おう	
	消費者の参画・協働	協力することの大切さを知ろう	身近な消費者問題に目を向けよう	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考えよう	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向けた行動の場を広く広げよう	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を広く広げよう	地域や職場で協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくらう	支え合いながら協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくらう	
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	くらしの中の危険や、ものの安全な使い方を知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手法を知り、使おう	安全で危険の少ないくらしと消費社会を目指すことの大切さを理解しよう	安全で危険の少ないくらし方をとする習慣を付けよう	安全で危険の少ないくらしと消費社会をつくらう	安全で危険の少ないくらしの大切さを伝え合おう	
	トラブル対応能力	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しやすい社会をつくらう	支え合いながらトラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう	
生活の管理と契約	選択し、契約することへの理解と考える態度	約束やきまりを守ろう	物の選び方、買い方を考え適切に購入しよう	商品を選択し、契約のルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう	適切な意思決定に基づいて行動しよう	契約とそのルールの活用について理解しよう	契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう	契約とそのルールを理解し、くらしに活かそう	契約トラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝え合おう
	生活を設計・管理する能力	欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	主体的に生活設計を立ててみよう	生涯を見通した生活経済の管理や計画を考えよう	生涯を見通した計画的なくらしを目指して、生活設計・管理を実践しよう	経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的なくらしをしよう	生活環境の変化に対応し、支え合いながら生活を管理しよう
情報とメディア	情報の収集・処理・発信能力	身の回りのさまざまな情報に気づこう	消費に関する情報の集め方や活用方法を知ろう	消費生活に関する情報の収集と発信の技能を身に付けよう	情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう	情報と情報技術を適切に利用する習慣を身に付けよう	情報と情報技術を適切に利用するくらしをしよう	支え合いながら情報と情報技術を適切に利用しよう	
	情報社会のルールや情報モラルの理解	自分や家族を大切にしよう	自分や知人の個人情報を守ること、情報モラルを知ろう	著作権や発信した情報への責任を知ろう	望ましい情報社会のあり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を付けよう	トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくらう	支え合いながら、トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくらう	
	消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを知ろう	消費生活情報を評価、選択の方法について学び、社会との関連を理解しよう	消費生活情報を主体的に吟味する習慣を付けよう	消費生活情報を主体的に吟味して行動しよう	支え合いながら消費生活情報を上手に取り入れよう	

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

3 消費者の特性に対する配慮

消費者には、年齢、性別、障がいの有無のほか、消費生活に関する知識の量、就業の状態等、居住形態、時間的余裕の有無、情報通信機器の利用可能の状況など、それぞれの特性が考えられます。

消費者被害は、年齢層ごとに特徴があるなど、これらの特性によっては、消費者問題が深刻化することもあり、消費者教育は消費者の特性に配慮をしながら行うことが必要です。

特に、民法改正により成年年齢が引き下げられることから、児童・生徒および若年者に対しては、学校において、学習指導要領に基づいた知識や技能を身に着ける実践的な消費者教育のために学習の工夫等を進めるとともに、学校以外の場でも様々な機会をとらえて消費者教育の充実を図ることが求められます。

また、高齢者の消費者教育については、高齢者においても年齢に幅があり、生活状況や活動の状況は様々であるほか、加齢による判断力や身体的能力等の低下は個人個人によって違いがあることから、高齢者の消費者教育・啓発については、こうした高齢者の多様性を踏まえた一層の工夫が必要となります。

さらに、身体障がい、知的障がい、精神障がい、発達障がいなどの障がいがある消費者に対しては、障がいの特性に応じた適切な方法による情報の提供その他の必要な施策を講じることも求められています。中でも、高齢者や障がいのある人など生活に支援が必要な人に対しては、その支援者等見守りを行う人などに対する働きかけが重要となります。

4 様々な担い手による連携・協働

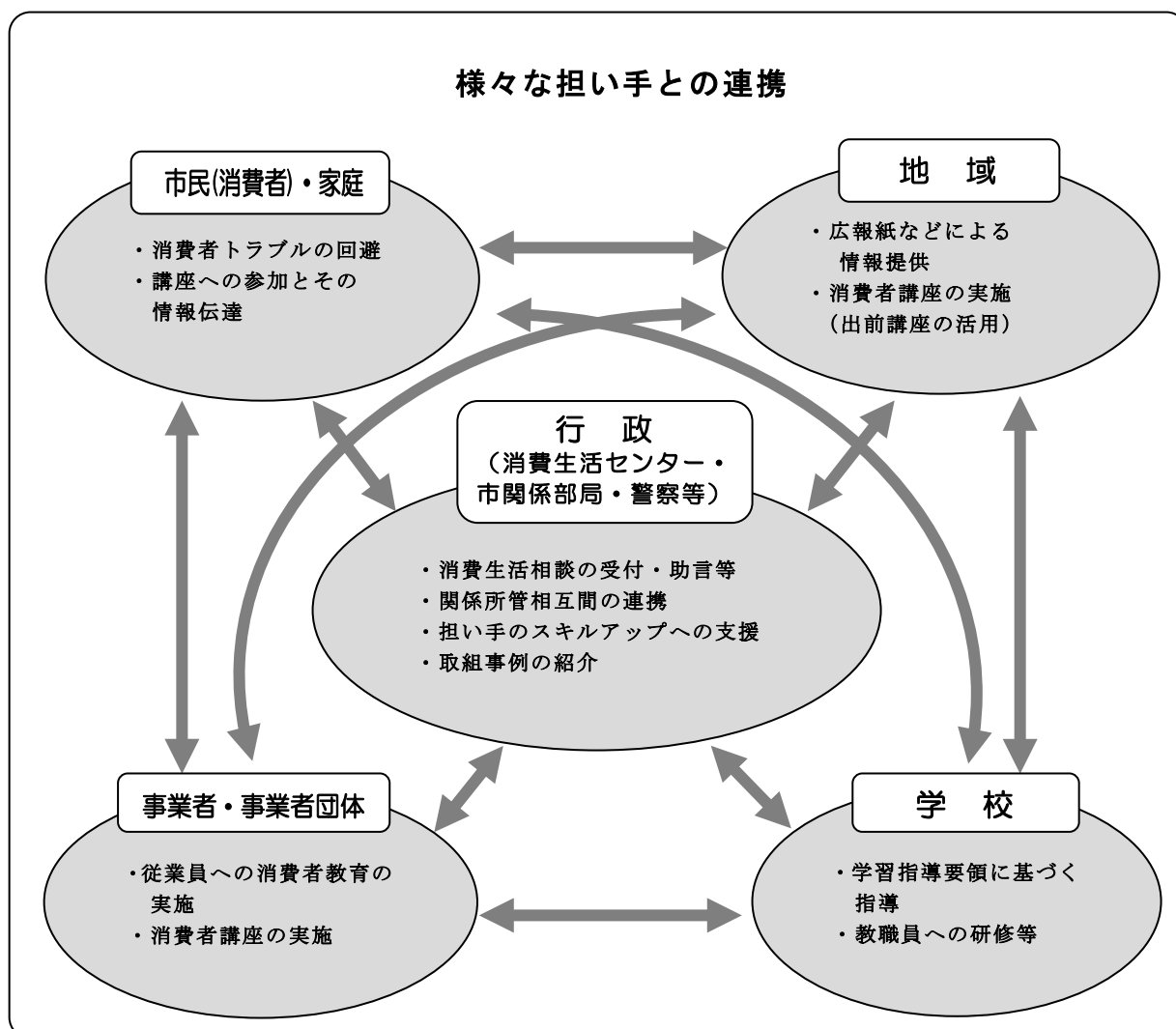
誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けられるようにするためには、行政だけではなく、地域の団体、学校、事業者、事業者団体、消費者団体、弁護士をはじめとした専門家などの様々な担い手が消費者教育に携わることが期待されます。

そして、それぞれが単独で取り組むよりも、お互いの連携・協働を意識しながら取組みを進めていくことが消費者教育の推進にはより効果的です。家庭の保護者、地域の団体、学校において子どもなどの消費者トラブルの情報が共有されることは被害の未然防止・拡大防止につながります。

また、高齢者等の見守りに関しては、行政における福祉部門と消費者行政部門との連携、さらに地域の団体、事業者、消費生活サポーターなどの相互の連携を図ることも必要です。消費者被害の防止の活動を行う事業者団体や専門家の団体についても連携の取組みを行う中で、より多くの消費者との接点生まれ、活動が充実すると考えられます。

市においては、新たな担い手が消費者教育に参画されるよう連携の輪をひろげるためにコーディネート機能を強化していきます。

なお、既に消費者教育を行っている担い手に対しては、その取組みの充実が図られるよう、消費者教育の実践的な取組事例の紹介などにより支援をするとともに、本市を含めた担い手相互の連携強化に努めます。



5 他の消費生活に関連する教育と消費者教育との連携促進

推進法では、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を図ることとされています。これらの教育の目的、内容はそれぞれ異なるものですが、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と関心を深める消費者教育と重なる部分も少なくなく、連携して取り組むことで相乗効果をもたらすものと考えられます。

環境教育は、世界で地球温暖化やプラスチックごみなどが大きな問題となっている中、一人ひとりの生活が環境に及ぼす影響について理解を深めるものといえます。食育は、市民が生涯にわたって健全な心身を培い、豊かな人間性を

育むことを目的としていますが、食に関する「もったいない」という意識の涵養、地産地消の推進といった持続可能な社会の形成を目指す消費者教育の課題と重なっています。国際理解教育は、社会経済の国際化の進展に合わせ、海外の文化や外国の人々への理解を深めることを通じて、環境や貧困など地球規模の社会問題を考えていくことにつながる点で、消費者教育の課題と重なっています。

市においては、環境教育は「福岡市環境教育・学習計画」、食育は「福岡市食育推進計画」に基づきそれぞれ実施しており、環境教育、食育、国際理解教育などの消費生活に関連する教育を所管する部署、関係機関・団体との連携を図りながら、「持続可能な開発目標（SDGs）」の実現を目指して、消費者教育の効果的な推進に努めます。

SDGs と消費者教育との主な関わり

SDGs の持続可能な開発目標は、消費者教育と次のように関わります。

国の基本方針における消費者教育の対象領域を【】で示しています。

関連する目標	消費者教育との関わり
1. 貧困をなくそう 	【生活の管理と契約】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 収支管理の方法や生活設計に関する知識の習得する ・ 契約の仕組みやルールを理解し、トラブル解決のための法律や制度、相談機関の利用など、トラブル対応能力を高める
3. すべての人に健康と福祉を 4. 質の高い教育をみんなに  	【消費者市民社会の構築】【商品等やサービスの安全】【情報とメディア】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 国際理解教育との連携を図り、文化の多様性や人権に配慮した取組みを推進する ・ 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、消費生活を向上させるとともに、情報モラルを身につける ・ 商品などの安全性に関する表示等を確認し、危険を回避する ・ 消費者教育の担い手を育成し、多くの人の学習の機会を促進する
12. つくる責任 つかう責任 	【消費者市民社会の構築】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 環境教育や食育との連携を図り、廃棄物の削減、食品ロスの削減に取り組む ・ エシカル消費への理解を深め、実践する
14. 海の豊かさを守ろう 15. 陸の豊かさも守ろう  	【消費者市民社会の構築】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 環境教育や国際理解教育との連携を図り、世界的な自然環境破壊の実態や国際社会の現状を把握し、持続可能な消費生活を促す活動に取り組む ・ 自らの消費行動を多面的に振り返り、自然環境や社会的環境に与える影響について慎重に考え、多様な価値観を受容できる力の醸成を目指す

第4章 消費者教育推進上の重点目標と具体的な取組み

1 重点目標

重点目標 1 児童・生徒及び若年者に対する消費者教育の推進

(1) 学校（小・中・高等学校・特別支援学校）での取組みの推進

小学校・中学校・高等学校・特別支援学校においては、学習指導要領に基づき、社会科、家庭科、技術・家庭科、総合的な学習の時間などで、児童・生徒の発達段階を踏まえた消費者教育を行っています。

平成29年及び30年に公示された新しい学習指導要領の社会科、家庭科、技術・家庭科等の各教科において、消費者教育に関する内容が引き続き規定されるとともに、その内容が更に充実され、令和2年度以降順次実施されていきます。

学校では、消費者トラブルに巻き込まれない知識を身に付けるだけでなく、社会において消費者として主体的に判断し、責任を持って行動できる能力を育むよう、実践的な消費者教育が必要です。

教育委員会においては、学習指導要領に基づき、各教科等において一層充実した消費者教育を行うとともに、市民局（消費生活センター）において、それを支援する取組みなどを進めていきます。

(2) 成年年齢引下げを踏まえた若年者に対する消費者教育の強化

大学生等は、社会との関係も深まり、親元から離れて自立した生活をしたり、契約の主体となる機会が増えて、経済活動の範囲が拡大する一方、社会的経験が乏しく消費者トラブルに巻き込まれる危険性が高いと考えられます。若年者からの相談のうち、成年に達する20歳、21歳からの相談件数は、20歳未満の相談件数と比べて大幅に増加しています。

現在の20歳成年年齢の下では、大学等への在学中に多くが成年に達し、消費者としての権利や責任が大きく変化する時期に当たります。また、令和4年に成年年齢が18歳に引き下げられると、学生は、これまでと比較してもさらに社会的経験が少ない時期から一人の成年として消費生活を営むことが求められます。

そのため、大学、短期大学、専門学校などで若年者向けの消費

者講座を実施し、消費者被害の未然防止・拡大防止に努めます。

また、各学校へメールによる注意喚起情報を配信するなど、迅速な情報提供を行います。

重点目標 2

高齢者・障がいのある人等に対する消費者教育の推進と見守りの強化

高齢者の消費者トラブルには、「お金」「健康」「孤独」の3つの不安に付け込まれることや、日中に在宅している割合が高いことから、訪問販売や電話勧誘販売の被害に遭いやすいなどの特徴があります。社会とのつながりが薄くなってしまい、消費者トラブルに遭っても知人や関係機関に相談をせず、なかなか表面化しない場合もあります。

高齢者と一言で言っても、個々の高齢者の状況は様々です。加齢に伴い行動力や情報収集力の低下が生じ、周囲の人々の援助が必要となる場合も多くなります。他方、インターネットやスマートフォンを積極的に利用し、これらの新しいテクノロジーに不慣れなことが一因となって消費者トラブルに巻き込まれる場合もあります。

また、消費生活センターに寄せられる障がいのある人の消費生活相談では、障がいのある人本人以外から寄せられるケースが4割程度を占めていることから、実際にはより多くの障がいのある人が被害に遭っていることが想定されます。特に、知的障がいがある人は、知らない人とのコミュニケーションを苦手としている人が多く、その場での確かな判断や対応ができにくい場合があるため、悪質商法の被害に遭いやすい傾向があります。

こうしたことから、高齢者、障がいのある人等に対する消費者教育の取組みを推進するとともに、高齢者、障がいがある人等の日常を支援している福祉関係者等との連携を強化し、消費者被害の未然防止・拡大防止に努めます。また、ボランティアである消費生活サポーターや消費生活事業者サポーターとも連携し、啓発活動や見守り活動を強化します。

重点目標 3

高度情報通信社会に対応した消費者教育の推進

近年、デジタルコンテンツ、インターネット接続回線、携帯電話サービスなど、インターネットに関連する商品・サービスでの相談が多く寄せられています。キャッシュレスでの支払方法が次々に登場する中、架空請求の事案では、悪質業者が、消費者からプリペイドカード番号を聞き出すなどして電子マネーの価値を不正に取得する被害が発生しています。携帯電話やパソコンに届く電子メールや SMS による架空請求では、事業者からの正式のメールと思い込ませるなどの偽装テクニックが巧妙化し、注意を払っている消費者でも騙されてしまう場合があります。また、インターネットの通信販売では、副業・投資などで高額収入を簡単に得られるためのノウハウと称する「情報商材」を購入する契約をした消費者からの相談が増えています。

今後も情報通信に関する技術革新とその商用化に伴い、新たな商品・サービスが消費者に提供されるとともに、決済手段の多様化も同時に進行し、さらに複雑な形態の取引が生み出されていくと考えられることから、これらに関する新たな消費者トラブルの発生も予想されます。高度に複雑化する取引においては、消費者と事業者の格差は拡大し、トラブルを消費者だけで解決するのは一層難しくなると考えられます。

市においては、このような情報通信社会の進展に伴う消費者トラブルを防止するため、消費者トラブルに関する最新情報を提供するとともに、インターネットに関するトラブルや詐欺的商法についての講座を行います。また、小学校・中学校・高等学校においては、情報モラル教育を推進します。

重点目標 4

消費者教育に携わる担い手の育成

誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、学校、地域、職場などの様々な場で、消費者教育を受けることができるようにするためには、それぞれの場において、消費者教育の担い手を育成していくことが必要です。

小学校・中学校・高等学校・特別支援学校の教員には、消費者教育の推進役としての役割が期待されているところであり、市においては、教員の研修を行うことなどによりその指導力の向上を

図ります。また、大学・短期大学・専門学校等では、学生と日常的に接する教職員が消費者教育も担っていることから、大学等との連携を強化して、消費者トラブルに関する最新情報を提供することにより、教職員の指導力の向上を支援します。

市においては、平成 18 年度から、地域において、悪質商法のトラブル事例や対処法を伝達し、高齢者等の消費者被害防止を図る市民ボランティアである消費生活サポーターを育成し、その消費者教育の取組みを支援してきました。より多くの校区・地区に消費生活サポーターが生まれるよう、民生委員・児童委員協議会、老人クラブ連合会などと協力しながら登録を呼びかけていきます。また、平成 29 年度から、社会貢献活動を行う意欲のある事業者を対象とした消費生活事業者サポーター制度を創設し、高齢者等の見守りや啓発活動に携わっていただいています。今後とも、事業者に働きかけ、消費者教育の担い手の拡大に努めます。

2 重点目標ごとの取組目標

重点目標	取組目標	測定	現状値 (平成30年度)	目標値 (令和6年度)
重点目標1 児童・生徒及び若年者に対する消費者教育の推進	児童・生徒及び若年者対象の消費者講座の実施回数	◇消費生活センターの事業実績	73回/年	120回/年
重点目標2 高齢者・障がいのある人等に対する消費者教育の推進と見守りの強化	消費生活サポーターを有する校区・地区数	◇消費生活センターの事業実績	108校(地)区	150校(地)区
	消費生活事業者サポーターの登録数	◇消費生活センターの事業実績	16事業者	40事業者
	障がいのある人や支援者などを対象とする講座の実施回数	◇消費生活センターの事業実績	5回/年	10回/年
重点目標3 高度情報通信社会に対応した消費者教育の推進	インターネットトラブル防止に関する消費者講座の実施回数	◇消費生活センターによる各局調査の実績合計	3回/年	30回/年
	通信販売にクーリングオフ制度がないことの認知度	◇市政アンケート「通信販売には、法律上クーリングオフ制度がないことを知っている人」の割合	46.7%	60.0%
重点目標4 消費者教育に携わる担い手の育成	〈再掲〉消費生活サポーターを有する校区・地区数	◇消費生活センターの事業実績	108校(地)区	150校(地)区
	〈再掲〉消費生活事業者サポーターの登録数	◇消費生活センターの事業実績	16事業者	40事業者

3 具体的な取組
 (1) 施策の体系

基本施策	施策の柱		主な取組み
I 様々な場におけるライフステージに対応した消費者教育の推進	1 学校等における児童・生徒・若年者への消費者教育の推進	(1) 幼稚園・保育所（園）における消費者教育の推進	○ 幼児向け啓発資料の作成・提供【新規】 ○ 幼稚園・保育所（園）への啓発情報の配信
		(2) 小学校等における消費者教育の推進 ★重点目標 1	○ 小・中・高等学校・特別支援学校への出前講座の実施 ○ 授業支援のための教材の提供や活動事例の紹介 ○ インターネット等におけるトラブル防止の教育の実施
		(3) 大学等における消費者教育の推進 ★重点目標 1	○ 大学生等を対象とした出前講座の実施 ○ 消費者被害の最新情報の提供 ○ 学生との協働による啓発資料の作成【新規】
	2 地域等における消費者教育の推進	(1) 地域の多様な担い手と連携した消費者教育の推進	○ 消費者教育に関する出前講座の実施 ○ 消費者教育・啓発に関する資料の貸出・提供 ○ 消費者教育講座等の講師リストの作成【新規】
		(2) 高齢者，障がいのある人等に対する見守りの推進と支援者に対する消費者教育の推進 ★重点目標 2	○ 高齢者や障がいのある人とその見守りを行う人を対象とした出前講座等の実施 ○ 高齢者・障がいのある人向けの啓発資料の配布等 ○ 地域包括支援センター職員との意見交換会
		(3) 家庭における消費者教育の推進	○ 保護者向け子どもの事故に関する出前講座の実施 ○ 夏休み親子講座の実施 ○ 子どもの消費に関わる事故防止のための情報発信 ○ 子どもプラザ等への啓発資料の提供
	3 職域における消費者教育の推進	(1) 職域における消費者教育の推進	○ 従業員向け研修等の支援 ○ 消費生活事業者サポーターの活動支援

基本施策	施策の柱		主な取組み
Ⅱ 高度情報通信社会に対応した消費者教育の推進	1 高度情報通信社会に対応した消費者教育の推進	(1) 高度情報通信社会に対応した消費者教育の推進 ★重点目標 3	○ ネットトラブルに関する出前講座の実施 ○ 情報モラル教育の推進 ○ 通信事業者と協働したネットトラブル防止の市民講座の実施 ○ ネットトラブルに関する最新情報の提供
Ⅲ 消費者教育の担い手育成	1 学校における人材育成	(1) 小学校等における教員の指導力の向上	○ 教員に対する研修の実施 ○ 学校現場で活用できる啓発資料や教材の提供
		(2) 大学等における教職員の指導力の向上	○ 大学等で活用できる啓発資料や教材の提供
	2 地域等における担い手育成	(1) 市民の担い手の育成と支援 ★重点目標 2 ★重点目標 4	○ 消費生活サポーターの育成と支援 ○ 消費生活事業者サポーターとの連携と支援
		(2) 事業者における消費者教育の取組みの活用	○ 事業者・事業者団体等が提供している講座等情報のホームページでの紹介 【新規】
Ⅳ 持続可能な開発目標(SDGs)の実現を意識した消費行動の促進	1 持続可能な開発目標(SDGs)の実現を意識した消費行動の促進	(1) 持続可能な開発目標(SDGs)の実現を意識した消費行動の促進	○ エシカル消費の啓発事業 【新規】 ○ 関連する消費者教育情報のホームページでの紹介 【新規】 ○ 環境教育の推進 ○ 食育の推進

(2) 個別の施策

基本施策Ⅰ 様々な場におけるライフステージに対応した消費者教育の推進

1 学校等における児童・生徒・若年者への消費者教育の推進

(1) 幼稚園・保育所（園）における消費者教育の推進

幼児期の子どもたちは、生活のあらゆる場面でのいろいろな気付きの体験を通して家族や身の回りの物事に関心を持ち、それを経験として学びます。幼稚園や保育所（園）は、それぞれ幼稚園教育要領、保育所保育指針に基づき、教育や保育を行っていますが、その中ですでに消費者教育は始まっています。

子どもたちは家庭だけでなく、幼稚園や保育園などでも、人との関係や社会のルールの大切さを学んでいきます。将来、社会の一員として生活するために必要となる自分を管理する力や、危険を察知する能力、事故を回避する能力の基礎など、生活するための力を育てることは消費者教育としての面もあり、次の段階である小学校での教育へと継続されていきます。

子どもたちに、それを教えているのは、身近にいる保護者や先生などの大人であることから、その大人たちに働きかけることはとても重要です。

市においては、幼稚園、保育所（園）に幼児向け啓発資料や子どもの安全に関する情報を提供します。

【主な取組み】

取組項目	概要	所管局
幼児向け啓発資料の作成・提供【新規】	生活の中で必要なお金や物の大切さなど基本的な消費者力を身に付けるため、幼児向けの啓発資料を作成し、市内の幼稚園や保育所（園）に提供します。	市民局
幼稚園・保育所（園）への啓発情報の配信	子どもに関する消費者被害について、最新の情報を幼稚園や保育所（園）へメール等で配信します。	市民局

(2) 小学校等における消費者教育の推進 ★重点目標 1

教育委員会においては、学校に新たな学習指導要領の趣旨の周知・徹底を図り、社会科や家庭科を中心に各教科等において、児童生徒の発達の段階に応じ一層充実した消費者教育を行います。また、食育や環境教育、国際理解教育など消費者教育の重要な要素となる関連の教育についても取り組みを進めます。さらに、インターネット等を介したトラブルの低年齢化が進んでいることから、情報や機器の正しい利用方法や危険性の認識について指導を行います。

市民局においては、小学校・中学校・高等学校・特別支援学校における消費者教育が効果的に実施されるよう、消費者教育教材の提供、講師の派遣、若年者に特徴的な消費者トラブルについての注意喚起情報の提供などを行うことにより支援を行います。

【主な取り組み】

取組項目	概要	所管局
小・中・高等学校・特別支援学校への出前講座の実施	学校の授業の中で、消費者被害防止のための出前講座を実施します。	市民局
授業支援のための教材の提供や活動事例の紹介	学校での授業を支援するため、消費者被害の防止に関する教材の提供や活用事例の紹介を行います。	市民局
インターネット等におけるトラブル防止の教育の実施	インターネット等を介した児童・生徒の消費者被害を防止するため、情報や機器の正しい利用方法や危険性についての認識などについて児童・生徒への指導や保護者への啓発を行います。	教育委員会

(3) 大学等における消費者教育の推進 ★重点目標 1

大学・短期大学・専門学校では、入学時や卒業時におけるガイダンスの場での講話や構内でのポスター掲示などにより消費者教育を行っていますが、小学校から高等学校までの学校教育の時期とは異なり、学生が消費者教育を受ける機会は限られています。

市においては、大学・短期大学・専門学校と連携して、自立した社会人としての消費者の育成に向け、消費生活に関する知識の提供や、消費者教育を受ける機会を提供します。また、学生との意見交換を行い、若年者に対する啓発が効果的なものとなるよう改善に努めます。

【主な取組み】

取組項目	概要	所管局
大学生等を対象とした出前講座の実施	入学時のガイダンス等を利用して出前講座を実施します。	市民局
消費者被害の最新情報の提供	若年者に多いマルチ商法やエステに関するトラブルについて，大学等と連携して，学校のホームページへの掲載や，学生宛のメール配信を行います。	市民局
学生との協働による啓発資料の作成 【新規】	若年者が興味を持ちやすいような啓発資料を，当事者である学生と協働し，作成します。	市民局

2 地域等における消費者教育の推進

(1) 地域の多様な担い手と連携した消費者教育の推進

地域では，自治協議会や，公民館，民生委員，地域包括支援センターなどが，ふれあいサロンなど地域住民が集まる場所で消費者トラブルに関する話をしたり，地域の人々の身近な学習の場や交流の場である公民館などで消費者トラブルに関する研修や講座を開催しています。地域の団体・機関は，そのほかにも啓発チラシの配布・回覧や会報誌に消費者に対する注意喚起の記事を掲載するといった活動を行っています。地域の団体・機関は，そこに暮らす高齢者とのつながりが強く，高齢者を対象とした消費者教育において特に重要な役割を果たしています。

市においては，地域における様々な担い手と連携して，その活動が一層発展するよう，啓発資料を提供するとともに，地域住民を対象とする出前講座を実施します。

【主な取組み】

取組項目	概要	所管局
消費者教育に関する出前講座の実施	様々な担い手と連携して，市民の希望に応じ地域のあらゆる場所で消費者教育に関する出前講座を実施します。	市民局

消費者教育・啓発に関する資料の貸出・提供	消費者トラブルの未然防止を目的に市民に消費者教育・啓発に関する資料の貸出や提供を行います。	市民局
消費者教育講座等のリストの作成【新規】	地域において、消費者教育に関する多様な講座が実施できるよう、様々な分野や団体の講座等のリストを作成し、情報提供します。	市民局

(2) 高齢者、障がいのある人等に対する見守りの推進と支援者に対する消費者教育の推進 **★重点目標2**

市においては、高齢者・障がいのある人等と接する機会が多い民生委員、地域包括支援センター職員、障がい者基幹相談支援センター職員、社会福祉協議会、老人クラブなどの地域団体など、地域における既存の見守りネットワーク活動との連携を強化していきます。また、消費生活サポーター・消費生活事業者サポーターによる見守り活動の強化を図るとともに、サポーターと見守りを行う関係機関・団体との連携構築を図ります。さらに、見守りを行う機関・団体への消費者トラブルに関する情報提供などにより、見守り活動において情報が活かせるようにします。

【主な取組み】

取組項目	概要	所管局
高齢者や障がいのある人とその見守りを行う人を対象とした出前講座等の実施	高齢者や障がいのある人、また、その人と日常的に接し、見守りや支援を行っている人などを対象とした出前講座等を実施します。	市民局
高齢者・障がいのある人向けの啓発資料の配布等	高齢者や障がいのある人と接する機会の多い団体・機関等に、啓発資料の送付やメール送信により情報提供を行います。	市民局
地域包括支援センター職員との意見交換会	高齢者の総合的な相談窓口である地域包括支援センターの職員と消費生活センターの消費生活相談員が、消費者被害を防止するために意見交換会を実施します。	市民局

(3) 家庭における消費者教育の推進

家庭では、生涯にわたり消費者としての暮らしの基礎となる消費者教育が行われます。保護者は、子どもに対して、金銭や物を大切に扱うこと、携帯電話やインターネット等の使い方やルール、食の安全や物の安全な使い方等について教えることが重要です。一方で、インターネットや SNS の利用に関する事項など、子どもの方が知識や経験が豊富であるために、保護者が教育に適切に関与できない事項もあります。

また、家族の会話の中で、年齢を問わず、消費者として必要な情報を共有することも重要となります。

市においては、家庭における消費者教育を支援するための情報提供や親子で学べる学習の機会を提供します。

【主な取組み】

取組項目	概要	所管局
保護者向け子どもの事故に関する出前講座の実施	子どもの安全を守るために子どもの事故に関する出前講座（製品安全を含む。）を実施します。	市民局
夏休み親子講座の実施	夏休み期間中に、県金融広報委員会と連携し、親子でお金の大切さや機能、銀行の役割などを学ぶ講座を実施し、家庭での金銭教育の機会を提供します。	市民局
子どもの消費に関わる事故防止のための情報発信	市のホームページなどを利用し、(独)国民生活センターによる情報などを活用して、子どもの商品・製品使用時の事故の未然防止のため情報を発信します。	市民局
子どもプラザ等への啓発資料の提供	子どもの安全などを啓発するために、子育て中の保護者が集まる子どもプラザなどに資料を提供していきます。	市民局

3 職域における消費者教育の推進

(1) 職域における消費者教育の推進

社会が変化し続け、新たな取引が生まれていく現代においては、消費者は、学校教育で得た知識だけではなく、社会人として合理的に判断し生活していくうえでも、自ら必要な情報を取捨選択し、収集することなど継続的な知識の習得が求められています。

消費者教育推進法では、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などを通じ、消費生活に関する知識及び理解を深めるよう努めることとされています。社会に出てからの消費生活に関する学びの場は少ない状況を踏まえると、職域における消費者教育の実施が期待されます。事業者が、従業者に対して行う消費者教育としては、例えば、新入社員向けに契約のルールや生活設計・管理に係る社会人としての基礎知識、あるいは、中高年層向けに定年退職後の生活設計情報や注意すべき消費者トラブル事例情報などを提供することが考えられます。

市では、事業者による消費者教育の推進に向けて、消費生活に関する情報を提供するとともに、事業者が行う研修等の講師を紹介するなど、消費者教育の活動を支援します。また、消費生活事業者サポーターが自らの従業者に対して行う消費者教育の活動を支援します。

【主な取組み】

取組項目	概要	所管局
従業員向け研修等の支援	従業員に向けた消費者教育を実施する事業者に、情報提供や講師の紹介などの支援を行います。	市民局
消費生活事業者サポーターの活動支援	消費生活事業者サポーターが事業所内で実施する消費者教育について支援を行います。	市民局

基本施策Ⅱ 高度情報通信社会に対応した消費者教育の推進

1 高度情報通信社会に対応した消費者教育の推進

(1) 高度情報通信社会に対応した消費者教育の推進 **★重点目標3**

市においては、インターネットの商品・サービスなどに関するトラブルへの理解と関心を深め、消費者被害の未然防止を図るため、これらに関する最新の情報提供や啓発活動を推進します。

消費者が、インターネットトラブルを回避するためには、悪質事業者の手口を知ることのみならず、インターネットにおける情報の選び方や使い方などの情報活用能力（情報リテラシー）の向上を図ることが必要です。SNSの利用が幅広い世代に広がり、若年者などでSNSでのやり取りを入口としたトラブルがみられることから、相手方が信頼できる情報発信元であるかどうかを確認するといった心がけも必要です。このようなインターネットにおける情報の適切な活用を促す啓発活動を進めます。

さらに、個人情報・プライバシーの保護や著作権に対する正しい知識など、自分自身の権利を守ると同時に他者の権利を侵害することのないよう情報モラルを身に付ける必要があることから、学校等において児童・生徒に対する情報モラル教育を推進し、保護者にも情報モラルに関する関心・意識を高めてもらうため、情報提供や啓発を行います。

【主な取組み】

取組項目	概要	所管局
ネットトラブルに関する出前講座の実施	インターネットに関するトラブルや詐欺的商法を中心とした出前講座を実施します。	市民局
情報モラル教育の推進	インターネットの正しい利用や危険性について児童・生徒だけでなく保護者に対しても情報提供や啓発を行います。	教育委員会
通信事業者と協働したネットトラブル防止の市民講座の実施	通信事業者と協働して、インターネットに関するトラブルを防止するための講座を実施します。	市民局

ネットトラブルに関する最新情報の提供	最新のインターネットに関するトラブルについて、ホームページなどで迅速に注意喚起を行います。	市民局
--------------------	---	-----

基本施策Ⅲ 消費者教育の担い手育成

1 学校における人材育成

(1) 小学校等における教員の指導力の向上

市においては、小学校・中学校・高等学校・特別支援学校の教員が消費者教育について理解を深め、その指導力を高めることができるよう、研修を行うほか、消費生活センターから学校に対し、消費者トラブルに関する最新情報の提供などを行います。

【主な取組み】

取組項目	概要	所管局
教員に対する研修の実施	教員の消費者教育に対する理解を深めるための研修を実施します。	教育委員会
学校現場で活用できる啓発資料や教材の提供	授業等で活用できる教材や、消費者トラブルに関する最新情報を提供し、教員の指導力の向上を支援します。	市民局

(2) 大学等における教職員の指導力の向上

市においては、大学等の学生の生活支援を行う部署において消費者問題についての理解を深め、消費者トラブルに遭った学生への対応力の向上が図られるよう、市と大学等との連携を図ります。

【主な取組み】

取組項目	概要	所管局
大学等で活用できる啓発資料や教材の提供	学生に対して活用できる教材や、消費者トラブルに関する最新情報を提供し、教職員の指導力の向上を支援します。	市民局

2 地域等における担い手育成

(1) 市民の担い手の育成と支援 **★重点目標2・重点目標4**

市においては、消費生活サポーター、消費生活事業者サポーターの育成に努めるとともに、消費生活サポーター相互や消費生活事業者サポーターとの交流の機会を設けるなど、地域における活動を支援します。

【主な取組み】

取組項目	概要	所管局
消費生活サポーターの育成と支援	地域で活動する消費生活サポーターの育成を図り、サポーター相互の交流の機会を設けるなど、その活動を支援します。	市民局
消費生活事業者サポーターとの連携と支援	消費生活事業者サポーターとの連携を図り、サポーター相互の交流の機会を設けるなど、その活動を支援します。	市民局

(2) 事業者における消費者教育の取組みの活用

事業者には、事業者としての社会的責任（CSR）の観点やお客様相談室などを通じて得た消費者の声を踏まえて、自らの事業活動の中で得られた情報で市民の消費生活に有益なものを、市民向け講座やホームページへの掲載などにより、消費者に積極的に提供している者も多く、こうした事業者の取組は消費者教育としても重要です。

市においては、事業者・事業者団体によるこうした取組みをホームページで紹介することにより、消費者が消費生活に関する知識を深める機会の増加を図ります。

【主な取組み】

取組項目	概要	所管局
事業者・事業者団体等が提供している講座等情報のホームページでの紹介【新規】	事業者・事業者団体が、地域や学校向けに消費者に有益な情報を提供する講座・授業をホームページで紹介します。	市民局

基本施策Ⅳ 持続可能な開発目標 (SDGs) の実現を意識した消費行動の促進

1 持続可能な開発目標 (SDGs) の実現を意識した消費行動の促進

(1) 持続可能な開発目標 (SDGs) の実現を意識した消費行動の促進

持続可能な開発目標 (SDGs) が目指す持続可能で平和な社会をつくるためには、消費者が自分だけではなく、家族、地域、社会、地球全体のより良い姿を意識し、自らの消費行動が、社会経済情勢や地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚し、主体的・能動的に、人や社会、環境に配慮した商品やサービスを選ぶことが求められています。

市においては、福岡市総合計画に基づく各施策の推進により、SDGs の実現に取り組んでいます。それらの施策の推進と並行して SDGs の実現を意識した消費行動がなされるよう、消費者教育に関連する教育との連携を図りながら、消費者教育を推進します。

日常の買い物を楽しみながら何らかの社会的課題の解決に貢献しようとする消費行動（エシカル消費）は、その内容や程度は異なるものの多くの消費者により行われています。エシカル消費の具体的な実践事例の紹介などにより、消費者の積極的な参画を促します。

また、在日外国人が消費者トラブルに巻き込まれないようにするための啓発活動に努めます。

【主な取組み】

取組項目	概要	所管局
エシカル消費の啓発事業【新規】	持続可能な社会の実現に向けたエシカル消費を推進するために啓発事業を実施します。	市民局
関連する消費者教育情報のホームページでの紹介【新規】	消費者教育に関連する教育についてホームページで紹介し、持続可能な社会の実現に向けた消費行動への理解を深めます。	市民局
環境教育の推進	社会全体の環境に関する意識の向上及び環境保全活動への参加促進に向け「環境教育・学習計画」に基づき、環境教育を推進します。	環境局 教育委員会 農林水産局 子ども未来局

<p>食育の推進</p>	<p>食に関する関心や郷土の食文化への理解を深めるとともに、環境に配慮した食生活を送るため「食育推進計画」に基づき、食育を推進します。</p>	<p>保健福祉局 教育委員会 農林水産局 こども未来局</p>
--------------	---	---

福岡市消費者教育施策事業一覧

I 様々な場におけるライフステージに対応した消費者教育の推進

該当する基本施策	施策・事業名	事業概要	ライフステージ						関係局	分野	
			保護者を含む		中学生期	高校生期	成人期				
			幼児期	小学生期			若者	成人一般			高齢者
1- (1)	幼稚園・保育所（園）への啓発情報の配信	子どもに関する消費者被害について、最新の情報を幼稚園や保育所（園）へメール等で配信します。	○							市民局	消費者教育一般
1- (2)	中学校における消費者教育講座等	消費者トラブル事例や対処法など消費生活に関する知識を学ぶ家庭科の授業の支援を行います。 ・中学生のための消費者教育出前講座 ・消費者教育教材（ライフサイクルゲームⅡ）の活用 ・市内全校への家庭科副教材の提供			○					市民局	消費者教育一般
1- (2)	高等学校における消費者教育講座	大学進学や就職等により、社会生活の中で自ら消費活動を開始する卒業前の市立高校3年生に加え、学年別の講座や家庭科等の授業の支援を行います。				○				市民局	消費者教育一般
1- (2)	消費生活トラブル注意報	県、北九州市と共働し、若者に多い消費者トラブルや製品事故に関する啓発資料を作成し、市立高等学校等に配信します。				○				市民局	消費者教育一般
1- (2)	学習指導要領に基づく消費者教育	学習指導要領に基づいて、社会科、公民科、家庭科及び技術・家庭科などを中心に消費者教育を行います。		○	○					教育委員会	消費者教育一般
1- (2)	小・中学校での救命講習	小・中学生を対象とした救命講習を実施するとともに、教職員への応急手当普及員講習を実施し、児童生徒への救命教育指導を促します。		○	○					教育委員会	消費者教育一般
1- (2)	職場体験学習事業	生徒が「生きる力」を身につけ、様々な問題に柔軟かつたくましく対応し、社会人・職業人として自立していくことができるよう、職場体験や様々な世代との交流を通じて、子どもの勤労観・職業観を育成します。			○					教育委員会	キャリア教育
1- (2)	早寝早起き朝ごはん啓発講演会	成長期の子どもの健康な体をつくり、豊かな心を育むために睡眠や食育等の大切さについて啓発し、子どもの基本的生活習慣の定着を図ります。	○	○	○	○	○	○		教育委員会	食育
1- (2) I-2- (3) II-1- (1)	入学説明会等を活用した学習会への講師派遣事業	多くの保護者が参加する入学説明会や保護者会等でメディアに関する学習会を実施することで、家庭の教育力の向上を図ります。	○	○	○	○	○	○		教育委員会	消費者教育一般

該当する基本施策	施策・事業名	事業概要	ライフステージ						関係局	分野	
			保護者を含む		中学生期	高校生期	成人期				
			幼児期	小学生期			若者	成人一般			高齢者
I-1- (2) II-1- (1)	インターネット等を介した児童生徒の被害防止に向けた取り組みの実施	インターネットや携帯電話（スマートフォンなど）を介した児童生徒の被害を未然に防止するため、情報や機器の正しい利用や危険性の認識などについて、児童生徒への指導や保護者に対する啓発活動を行います。		○	○					教育委員会	消費者教育一般
I-1- (2) II-1- (1)	学校ネットパトロール	学校非公式サイトをはじめとするネットの問題のある書き込みや画像について監視し、学校へ情報提供を行います。家庭や関係機関とも連携し、児童生徒の問題行動等の未然防止、早期発見・早期対策を図ります。また児童生徒、保護者への啓発、学校への広報を行い、規範意識の向上を図ります。		○	○	○				教育委員会	消費者教育一般
I-1- (2) IV-1- (1)	学校における食育の推進	学校給食の献立を生かして、地産地消、郷土食や行事食、生産者に対する感謝の心などについて指導を行います。また、学校と家庭や地域が連携した食育の推進として給食試食会等を行います。		○	○					教育委員会	食育
I-1- (2) IV-1- (1)	学校給食コンテスト	中学生、特別支援学校中・高等部の生徒を対象に、地場産物や郷土食、栄養バランスなどを考慮した給食の献立を募集します。			○					教育委員会	食育
I-1- (2)	薬物乱用防止に関する広報啓発等の実施	関係団体と共同して、薬物乱用防止に関する啓発活動等を行います。また、小・中学校において、薬物乱用防止教育の充実を図ります。		○	○	○	○	○	○	保健福祉局	消費者教育一般
I-1- (3)	若者向け消費者教育講座	社会経験が少なく悪質商法の被害に遭いやすい大学生や専門学校生向けの講座を実施します。						○	○	市民局	消費者教育一般
I-1- (3)	ツイッター、フェイスブックによる情報提供	主に若年者を中心に広く利用されているソーシャルメディアを活用し、注意喚起情報を発信します。						○	○	市民局	消費者教育一般
I-1- (3)	若年者に対する取り組み	悪質商法の被害に遭いやすい若年者に対し「新大学生防犯強化月間」において、大学と連携し、特に新入生等を対象とした注意喚起の広報や啓発を行います。						○		市民局	消費者教育一般
I-1- (3)	若年者の消費者トラブル対策推進事業	若年者が消費者問題に興味を持つように促すことを主眼としたアプローチによるイベント等を大学学園祭において実施します。また、関連の情報発信を行うことで若年者の消費者トラブルの未然防止を推進します。						○		市民局	消費者教育一般

福岡市消費者教育施策事業一覧

該当する基本施策	施策・事業名	事業概要	ライフステージ						関係局	分野		
			保護者を含む		中学生期	高校生期	成人期					
			幼児期	小学生期			若者	成人一般			高齢者	
2- (1)	出前講座「だまされんばい悪質商法」	地域からの要望で、職員や消費生活相談員などが公民館等へ出向き、悪質商法の手口や対処法に関する出前講座を実施します。			○	○	○	○	○	市民局	消費者教育一般	
2- (1)	出前講座「家庭で起こる事故に注意」	地域からの要望で公民館等へ出向き、製品事故事例の紹介や製品を安全に使うための講座を実施します。	○					○	○	○	市民局	消費者教育一般
2- (1)	啓発資料の貸出・提供	消費者トラブルの未然防止を目的に市民に消費者教育・啓発に関する資料の貸出や提供を行います。	○	○	○	○	○	○	○	○	市民局	消費者教育一般
2- (1)	消費生活センターホームページによる消費生活情報の提供	消費者トラブルの未然・拡大防止のため最新の注意喚起情報や消費生活に役立つ各種講座、イベントの案内など市民に役立つ情報の提供を行います。	○	○	○	○	○	○	○	○	市民局	消費者教育一般
2- (1)	関係機関が発行する広報紙等による情報提供	市政だよりや、老人クラブ連合会情報紙「ふくふくクラブ福岡」等の広報紙に消費者トラブルや消費者被害の現状、消費生活相談窓口などを掲載し、広く市民に周知します。	○	○	○	○	○	○	○	○	市民局	消費者教育一般
2- (1)	くらしのインフォメーション	消費者トラブル事例とその対処法や身近に起きる製品事故に関する注意点など消費生活に役立つ生活情報紙を発行し、区役所、公民館、郵便局等に配架するなど広く市民に情報を提供します。	○	○	○	○	○	○	○	○	市民局	消費者教育一般
2- (1)	暮らしのヒント	西日本新聞朝刊に、消費生活センター等に寄せられた相談事例を題材とした記事を掲載します。			○	○	○	○	○	○	市民局	消費者教育一般
2- (1)	消費生活かわら版	被害拡大の恐れのある緊急度の高い相談事例について、随時注意喚起資料を作成し関係先に配付します。						○	○	○	市民局	消費者教育一般
2- (1)	ホットな消費者ニュース	県と共働して、県内自治体の消費生活センターに寄せられた相談事例から、被害拡大のおそれがある内容についての注意喚起資料を作成しホームページに掲載します。						○	○	○	市民局	消費者教育一般
2- (1)	消費者トラブル防止パネル展	悪質商法の手口と対処法及び製品事故と対策などのパネルを展示し、広く市民に注意喚起を行います。	○	○	○	○	○	○	○	○	市民局	消費者教育一般
2- (1)	相談窓口等の周知	身近な場所に掲示できる消費生活センターの連絡先や訪問販売お断りのステッカー等を配布するなど、高齢者等へ消費生活センターなどの相談窓口を周知します。								○	市民局	消費者教育一般

福岡市消費者教育施策事業一覧

該当する基本施策	施策・事業名	事業概要	ライフステージ							関係局	分野	
			保護者を含む		中学生期	高校生期	成人期					
			幼児期	小学生期			若者	成人一般	高齢者			
2- (1)	広報動画の放映等	消費者トラブルの注意喚起および消費生活センター相談窓口の周知を目的としたアニメーション動画2編（架空請求編・エステの無料体験編）等を市役所1階市民ロビーとソラリアビジョン等で放映します。						○	○	○	市民局	消費者教育一般
2- (1)	消費者グループ活動支援	市内で自主活動を行う消費者団体等の支援のため、消費生活センターが管理する研修室の貸出を行います。						○	○	○	市民局	消費者教育一般
2- (1)	災害時・緊急時の消費生活相談の実施	災害に便乗した悪質商法によるトラブルを防止するために消費生活相談を行います。	○	○	○	○	○	○	○	○	市民局	消費者教育一般
2- (1)	ホルムアルデヒド簡易測定器の貸出	シックハウス症候群の原因となるホルムアルデヒドの測定器を貸し出し、対応法などについて助言を行います。	○	○	○	○	○	○	○	○	市民局	消費者教育一般
2- (1)	一般情報紙等の記事掲載	広く市民に配付されるフリーペーパー等を活用し注意喚起記事を掲載します。						○	○	○	市民局	消費者教育一般
2- (1)	区役所TVモニター等の活用	各区役所のTVモニターを活用し、消費者トラブルの注意喚起や消費生活センターの相談窓口について周知を行います。						○	○	○	市民局	消費者教育一般
2- (1)	事業者等共催講座	消費者問題に取り組む企業と共催した講座を開催します。						○	○	○	市民局	消費者教育一般
2- (1)	福岡県金融広報委員会連携講座	くらしに身近なテーマを毎回選定し、福岡県金融広報アドバイザーが講師を務める講座を開催します。			○	○	○	○	○	○	市民局	消費者教育一般
2- (1)	公民館主催講座（消費生活センター出前講座）	各公民館において、消費者教育に関する出前講座を実施します。	○	○	○	○	○	○	○	○	市民局	消費者教育一般
2- (1)	出前講座「知って、備えて、地震に自信！すすめよう住宅の耐震化」	揺れやすさマップから見えてくる住宅の耐震対策や耐震診断と耐震改修工事の概要、市の助成制度の概要などについて説明する講座を実施します。						○	○	○	住宅都市局	消費者教育一般
2- (1)	賃貸住宅住まいの手引きの配布	賃貸住宅の入退去を予定している方などに対して、賃貸借トラブルを未然に防いだり、トラブルが生じた際の解決のヒントにするための手引きを作成し、各区役所に配架します。						○	○	○	住宅都市局	消費者教育一般
2- (1)	「水をたいせつに」広報の推進	「節水型都市づくり」の一環として、街頭キャンペーンや水道施設見学会などの各種イベント及び各種印刷物・ビデオ制作などの広報活動を通じて、水を大切に使う意識の維持を図ります。	○	○	○	○	○	○	○	○	水道局	消費者教育一般

福岡市消費者教育施策事業一覧

該当する基本施策	施策・事業名	事業概要	ライフステージ							関係局	分野	
			保護者を含む		中学生期	高校生期	成人期					
			幼児期	小学生期			若者	成人一般	高齢者			
2- (2)	高齢者等への出前講座の実施	地域からの依頼で、職員や消費生活相談員などが公民館等へ出向き、悪質商法への対処法などに関する高齢者向けの出前講座を実施します。							○	市民局	消費者教育一般	
2- (2)	見守り新鮮情報	国民生活センターが収集編集した高齢者及び障がいのある人の支援者向けの資料を配付します。						○	○	○	市民局	消費者教育一般
2- (2)	地域包括支援センター職員との意見交換会の実施	高齢者の総合的な相談窓口である地域包括支援センターの職員と消費生活センターの消費生活相談員が、消費者被害を防止するための意見交換会を実施します。							○	市民局	消費者教育一般	
2- (2)	高齢者等への啓発と福祉関係者等との連携による支援	高齢者等が住み慣れた家庭や地域で、消費者被害を未然に防止し、安心して暮らせるよう、高齢者等の生活を支援する福祉関係者等と連携し、情報提供等を行います。							○	市民局	消費者教育一般	
2- (2)	障がい者支援消費者トラブル防止講座の実施	障がいのある人が巻き込まれやすい消費者トラブル事例とその対処法について、その家族や障がい者関連施設スタッフなどを対象にした見守り支援講座を実施します。						○	○	○	市民局	消費者教育一般
2- (2)	ニセ電話詐欺対策事業	ニセ電話詐欺対策機能付電話機の普及促進、啓発活動を実施します。また市で受けた不審電話の情報について市内に周知するとともに福岡県警へ情報提供を行います。							○	市民局	消費者教育一般	
2- (2)	出前講座「地域包括ケアの取り組み～住み慣れた地域で安心して暮らせるまちを目指して～」	地域包括ケアの取り組みや、いきいきセンターふくおか（地域包括支援センター）についての出前講座を実施します。							○	保健福祉局	消費者教育一般	
2- (3)	子どもの消費に関わる事故防止のための情報発信	市のホームページなどを利用して、（独）国民生活センターによる情報などを活用して、子どもの商品・製品使用時の事故について情報を発信し、事故の未然防止のための啓発を実施します。	○	○						市民局	消費者教育一般	
2- (3)	出前講座「その他（乳幼児の事故）」	地域からの要望で公民館等へ出向き、乳幼児の事故防止についての講座を実施します。	○						○	市民局	消費者教育一般	
2- (3)	くらしに役立つ消費生活親子講座	消費生活の基礎知識を親子で楽しく学べるよう夏休み期間に講座を開催します。		○					○	市民局	消費者教育一般	

福岡市消費者教育施策事業一覧

該当する基本施策	施策・事業名	事業概要	ライフステージ						関係局	分野	
			保護者を含む		中学生期	高校生期	成人期				
			幼児期	小学生期			若者	成人一般			高齢者
2- (3)	乳幼児の事故防止の啓発	家庭内での乳幼児の事故を未然に防ぐため、乳幼児がいる保護者に対して事故防止に対する意識啓発を図るとともに、具体的な予防方法を周知します。	○							こども未来局	消費者教育一般
I-1- (2) I-2- (3) II-1- (1)	(再掲) 入学説明会等を活用した学習会への講師派遣事業	多くの保護者が参加する入学説明会や保護者会等でメディアに関する学習会を実施することで、家庭の教育力の向上を図ります。	○	○	○	○	○	○		教育委員会	消費者教育一般
I-1- (2) I-2- (3) II-1- (1)	(再掲) インターネット等を介した児童生徒の被害防止に向けた取組みの実施	インターネットや携帯電話(スマートフォンなど)を介した児童生徒の被害を未然に防止するため、情報や機器の正しい利用や危険性の認識などについて、児童生徒への指導や保護者に対する啓発活動を行います。		○	○					教育委員会	消費者教育一般
I-1- (2) I-2- (3) II-1- (1)	(再掲) 学校ネットパトロール	学校非公式サイトをはじめとするネットの問題のある書き込みや画像について監視し、学校へ情報提供を行います。家庭や関係機関とも連携し、児童生徒の問題行動等の未然防止、早期発見・早期対策を図ります。また児童生徒、保護者への啓発、学校への広報を行い、規範意識の向上を図ります。		○	○	○				教育委員会	消費者教育一般
I-2- (3) IV-1- (1)	子育てサロン・サークル等での母子教育	子育てサロン、サークル、公民館乳幼児学級等で乳幼児の食習慣等について健康教育を行います。	○							保健福祉局	食育
I-2- (3) IV-1- (1)	親と子の料理教室	子どもの心と体の健康づくりを目的に親子を対象にした料理教室を開催します。		○	○					保健福祉局	食育
3- (1)	従業員向け研修等の支援	従業員に向けた消費者教育を実施する事業者に、情報提供や講師の紹介などの支援を行います。						○		市民局	消費者教育一般
3- (1)	事業者サポーターの活動支援	事業者サポーターが事業所内で実施する消費者教育について支援を行います。						○		市民局	消費者教育一般

Ⅱ 高度情報通信社会に対応した消費者教育の推進

該当する基本施策	施策・事業名	事業概要	ライフステージ						関係局	分野	
			保護者を含む		中学生期	高校生期	成人期				
			幼児期	小学生期			若者	成人一般			高齢者
1- (1)	福岡市出前講座「知って防ごう！ネットトラブル」	地域からの要望で、職員や消費生活相談員などが公民館等へ出向き、インターネットを通じた詐欺や悪質商法の手口の対処法に関する出前講座を実施します。			○	○	○	○	○	市民局	消費者教育一般
1- (1)	出前講座「インターネットをもっと活用しよう～ネットを通じて提供する各種行政サービスの紹介～」	インターネットを通じて提供する各種行政サービスを紹介するなど、子どもから高齢者までインターネットの活用方法に関する出前講座を実施します。	○	○	○	○	○	○	○	総務企画局	消費者教育一般
1- (1)	ネットトラブルに関する最新情報の提供	最新のインターネットに関するトラブルについて、ホームページなどで迅速に注意喚起を行います。	○	○	○	○	○	○	○	市民局	消費者教育一般
1- (1)	通信事業者と協働したネットトラブル防止の市民講座の実施	通信事業者と協働して、インターネットに関するトラブルを防止するための講座を実施します。	○	○	○	○	○	○	○	市民局	消費者教育一般
I-1- (2) I-2- (3) II-1- (1)	(再掲) 入学説明会等を活用した学習会への講師派遣事業	多くの保護者が参加する入学説明会や保護者会等でメディアに関する学習会を実施することで、家庭の教育力の向上を図ります。	○	○	○	○	○	○	○	教育委員会	消費者教育一般
I-1- (2) I-2- (3) II-1- (1)	(再掲) インターネット等を介した児童生徒の被害防止に向けた取り組みの実施	インターネットや携帯電話（スマートフォンなど）を介した児童生徒の被害を未然に防止するため、情報や機器の正しい利用や危険性の認識などについて、児童生徒への指導や保護者に対する啓発活動を行います。		○	○					教育委員会	消費者教育一般
I-1- (2) I-2- (3) II-1- (1)	(再掲) 学校ネットパトロール	学校非公式サイトをはじめとするネットの問題のある書き込みや画像について監視し、学校へ情報提供を行います。家庭や関係機関とも連携し、児童生徒の問題行動等の未然防止、早期発見・早期対策を図ります。また児童生徒、保護者への啓発、学校への広報を行い、規範意識の向上を図ります。		○	○	○				教育委員会	消費者教育一般

Ⅲ 消費者教育の担い手育成

該当する基本施策	施策・事業名	事業概要	ライフステージ						関係局	分野		
			保護者を含む		中学生期	高校生期	成人期					
			幼児期	小学生期			若者	成人一般			高齢者	
1- (1)	消費者教育の教員対象研修	消費者教育を行う教員を対象とした研修を実施します。			○					市民局	消費者教育一般	
1- (1)	中学校で活用できる啓発資料や教材の提供	中学校の授業等で活用できる教材や消費者トラブルに関する最新情報を提供し、教員の指導力の向上を支援します。			○					市民局	消費者教育一般	
1- (2)	大学等で活用できる啓発資料や教材の提供	学生に対して活用できる教材や消費者トラブルに関する最新情報を提供し、教職員の指導力の向上を支援します。						○		市民局	消費者教育一般	
2- (1)	消費生活サポーター育成講座等	高齢者の消費者被害未然防止のため、悪質商法やその対処法について情報伝達できる人材を育成する講座等を開催します。						○	○	○	市民局	消費者教育一般
2- (1)	消費生活事業者サポーターとの連携強化	消費生活事業者サポーターの育成を図り、サポーター相互の交流の機会を設けるなど、その活動を支援します。						○	○	○	市民局	消費者教育一般
2- (1)	消費生活サポーター、消費生活事業者サポーターの情報交換会の実施	地域におけるサポーターの活動状況の報告や消費者トラブル事例について情報交換を行う場を設け、その活動を支援します。						○	○	○	市民局	消費者教育一般

Ⅳ 持続可能な開発目標(SDGs)の実現を意識した消費行動の促進

該当する基本施策	施策・事業名	事業概要	ライフステージ						関係局	分野	
			保護者を含む		中学生期	高校生期	成人期				
			幼児期	小学生期			若者	成人一般			高齢者
1- (1)	国際理解教育講師派遣事業	県内在住の外国人（留学生など）や海外滞在経験（青年海外協力隊など）のある日本人を小・中・高校にゲストティーチャーとして派遣し、児童・生徒に国際理解を深める機会を提供します。		○	○	○				総務企画局	国際理解教育
1- (1)	保育所などでの食育の推進	保育所の特性を生かした食育が推進されるよう、児童の発育・発達や季節感を考慮した給食献立の提供、保護者啓発用の食育資料の提供を行います。	○							こども未来局	食育
1- (1)	ホームページによる情報発信	ホームページで毎月の給食献立、季節のおすすめメニューや誕生会献立など保育所の給食について紹介します。	○							こども未来局	食育

福岡市消費者教育施策事業一覧

該当する基本施策	施策・事業名	事業概要	ライフステージ						関係局	分野		
			保護者を含む		中学生期	高校生期	成人期					
			幼児期	小学生期			若者	成人一般			高齢者	
1-(1)	海の中道青少年海の家活動プログラム	海の中道海浜公園内の宿泊棟・キャンプ場を有する青少年教育施設において、自然に直接触れ、「環境保全活動」「自然観察活動」「自然体験活動」「総合的環境学習」等の活動プログラムを実施します。		○	○	○			こども未来局	環境教育		
1-(1)	アジア太平洋こども会議・イン福岡	アジア太平洋諸国地域の相互理解の促進、国際感覚あふれる青少年の育成を図る目的で、NPO法人アジア太平洋こども会議・イン福岡が実施するアジア太平洋諸国地域の子どもの招へい事業等を支援します。		○	○	○	○	○	こども未来局	国際理解教育		
1-(1)	生活習慣病に関する健康教育	保健所や公民館等においてメタボリックシンドローム等生活習慣病予防の教育を実施し、その中で食生活に関する講話を行います。						○	保健福祉局	食育		
1-(1)	介護予防事業の中での教室	高齢者が要介護・要支援状態になることを予防するための介護予防教室等で、食生活などの講話を行います。						○	保健福祉局	食育		
1-(1)	健康・食育パートナーズ	屋内禁煙及び健康情報の発信を行っており、健康に配慮したメニュー・サービス及び情報の提供や食文化に関するメニューの提供を行っている飲食店を「健康・食育パートナーズ」として登録・PRを行い、市民の健康づくりを支援する食の環境整備を推進します。	○	○	○	○	○	○	保健福祉局	食育		
1-(1)	食育の日、食育月間における食育イベント	毎月19日の食育の日や毎年6月の食育月間にあわせ、市・区役所ロビーなどでパネル展示等を行い、食育への関心を高める取組みを行います。	○	○	○	○	○	○	保健福祉局	食育		
1-(1)	食生活改善推進員の養成	食を通じた健康づくりを地域で行うボランティアを養成する教室を開催します。						○	○	○	保健福祉局	食育
1-(1)	地域食生活改善講習会	地域ぐるみで食を通じた健康づくりに取り組むことを啓発するため、「生活習慣病予防」や「食文化の継承」等をテーマとした料理講習会を実施します。						○	○	○	保健福祉局	食育
1-(1)	出前講座「食育で明るい未来元気の福岡」	「福岡市食育推進計画」を中心に、福岡市における食の現状や課題について説明し、食育への関心を高める講座を実施します。						○	○	○	保健福祉局	食育
1-(1)	成人期対象料理教室	教室毎にテーマを設定し、食に関する基礎知識と技術を習得するための講話や調理実習（適塩調理、野菜料理など）を実施します。						○			保健福祉局	食育

福岡市消費者教育施策事業一覧

該当する基本施策	施策・事業名	事業概要	ライフステージ							関係局	分野
			保護者を含む		中学生期	高校生期	成人期				
			幼児期	小学生期			若者	成人一般	高齢者		
1-(1)	ホームページによる食品の安全性に関する情報提供	ホームページにおいて、食品の安全性に関する情報提供を行います。		○	○	○	○	○	○	保健福祉局	消費者教育一般
1-(1)	講習会や出前講座等	市民を対象とした出前講座や保健所での乳幼児健診などを利用した食中毒予防の講習会を開催します。	○	○	○	○	○	○	○	保健福祉局	消費者教育一般
1-(1)	バザー開設者に対する衛生講習会	地域でのバザーや模擬店等で提供される食品の衛生確保のための講習会を開催します。				○	○	○	○	保健福祉局	消費者教育一般
1-(1)	食品衛生月間行事	食品衛生月間行事において、料理教室や工場・市場見学等を通し、食中毒予防の啓発を実施します。	○	○	○	○	○	○	○	保健福祉局	消費者教育一般
1-(1)	環境局ホームページ「福岡市の環境学ぼう！つなごう！ふくおかの環境」	市民の環境学習を支援するため、環境に関する情報の収集・提供を行います。	○	○	○	○	○	○	○	環境局	環境教育
1-(1)	3R推進事業	家庭から出るごみを減らすために、2R（リデュース〔排出抑制〕、リユース〔再使用〕）に重点をおいた3Rの実践行動の広報啓発を行います。		○	○	○	○	○	○	環境局	環境教育
1-(1)	3Rについて学ぶ講座	西部3Rステーション及び臨海3Rステーションの両施設で、ごみ減量・リサイクルに関する環境学習講座などの各種講座を開催します。		○	○	○	○	○	○	環境局	環境教育
1-(1)	エコッパと学ぼう！こども環境局	環境に関する問題を楽しく学習できるように幼児、小・中学生や指導者を対象とした情報を環境局ホームページにて公開します。	○	○	○					環境局	環境教育
1-(1)	生ごみリサイクル促進事業	家庭から発生する生ごみを堆肥化し活用する講座や段ボールコンポストの使い方を学ぶ講座を開催します。					○	○	○	環境局	環境教育
1-(1)	環境教育副読本（「ごみとわたしたち」、「わたしたちのまちの環境」）	小学校での社会科、総合学習等で活用できるよう、環境とごみについて、市の状況、取組みについてまとめ、市内の小学校4年生・5年生全児童へ配布します。		○						環境局	環境教育
1-(1)	環境学習支援事業	主に小学4年生を対象に学校へ出向き環境学習に対する支援事業として、3Rの講義やごみの分別体験などを実施します。また、中学校でも実施します。		○	○					環境局	環境教育

福岡市消費者教育施策事業一覧

該当する 基本施策	施策・事業名	事業概要	ライフステージ						関係局	分野		
			保護者を含む		中学生期	高校生期	成人期					
			幼児期	小学生期			若者	成人一般			高齢者	
1- (1)	環境フェスティバルふくおか	環境に優しい行動の輪を広げていくための普及・啓発を目的とした、楽しみながら学べる参加体験型のイベントを開催します。	○	○	○	○	○	○	○	環境局	環境教育	
1- (1)	出前講座「正しく分ければ『ごみ』じゃない。～紙ごみを減らせば、家庭からのごみが減る～」	地域や学校からの要望で公民館等へ出向き、福岡市のごみ処理やごみ減量・リサイクル（3R）に関する講座を実施します。	○	○	○	○	○	○	○	環境局	環境教育	
1- (1)	出前講座「『食品ロス』ってなに？～その食品、ほんとうに捨てるの？」	地域や学校からの要望で公民館等へ出向き、家庭からの食品ロス削減に関する講座を実施します。	○	○	○	○	○	○	○	環境局	環境教育	
1- (1)	出前講座「地球温暖化対策～未来につなごう！「脱炭素社会」の実現に向けて～」	地域からの要望で公民館等へ出向き、地球温暖化のしくみと影響・「脱炭素社会」の実現に向けての取組み・気軽に取り組める省エネ事例などに関する講座を実施します。		○	○	○	○	○	○	環境局	環境教育	
1- (1)	出前講座「なっとく！再生可能エネルギー～地球にやさしく、エネルギーを創って使おう！～」	地域からの要望で公民館等へ出向き、再生可能エネルギーの導入などに関する講座を実施します。		○	○	○	○	○	○	環境局	環境教育	
1- (1)	出前講座「緑のカーテンプロジェクト～育て方講座と気候変動の影響への適応について～」	地域からの要望で公民館等へ出向き、緑のカーテンの効果、育て方、気候変動の影響や適応策に関する講座を実施します。		○	○	○	○	○	○	環境局	環境教育	
1- (1)	博多の魚料理体験事業	市内中学校で地元水産物を使った料理教室を開催します。			○					農林水産局	食育	
1- (1)	博多の魚魅力発信事業	福岡市漁業協同組合が実施している直販事業や親子漁業体験への支援を行います。		○	○	○	○	○	○	農林水産局	食育	
1- (1)	親子 食と農の体験教室	親子を対象とした市内産地での収穫体験やみそづくり、生産者との交流等を実施します。		○				○	○	農林水産局	食育	
1- (1)	市内産農水産物学校給食活用推進事業	市内産農水産物の学校給食への活用を推進して地産地消の推進を図るとともに、市内小学校において学童菜園を通じた生産者と児童との交流により食育を推進します。		○						農林水産局	食育	
1- (1)	産地見学と料理教室	市民の方を対象に、産地の見学と市内産野菜を食材とした料理教室を実施します。						○	○	○	農林水産局	食育

福岡市消費者教育施策事業一覧

該当する 基本施策	施策・事業名	事業概要	ライフステージ						関係局	分野	
			保護者を含む		中学生 生期	高校生 期	成人期				
			幼児 期	小学 生期			若者	成人 一般			高齢 者
I-1- (1)	「花育」推進事業	次世代の消費者である市内の小・中学生を対象に、作付け・アレンジ体験等を通じた花育（花に関する教育）活動を実施します。		○	○				農林水産局	環境教育	
I-1- (2) IV-1- (1)	(再掲) 学校における食育の推進	学校給食の献立を生かして、地産地消、郷土食や行事食、生産者に対する感謝の心などについて指導を行います。また、学校と家庭や地域が連携した食育の推進として給食試食会等を行います。		○	○				教育委員会	食育	
I-1- (2) IV-1- (1)	(再掲) 学校給食コンテスト	中学生、特別支援学校中・高等部の生徒を対象に、地場産物や郷土食、栄養バランスなどを考慮した給食の献立を募集します。			○				教育委員会	食育	
I-2- (3) IV-1- (1)	(再掲) 子育てサロン・サークル等での母子教育	子育てサロン、サークル、公民館乳幼児学級等で乳幼児の食習慣等について健康教育を行います。	○						保健福祉局	食育	
I-2- (3) IV-1- (1)	(再掲) 親と子の料理教室	子どもの心と体の健康づくりを目的に親子を対象にした料理教室を開催します。		○	○				保健福祉局	食育	