

砥部町における 高齢者見守りネットワークについて

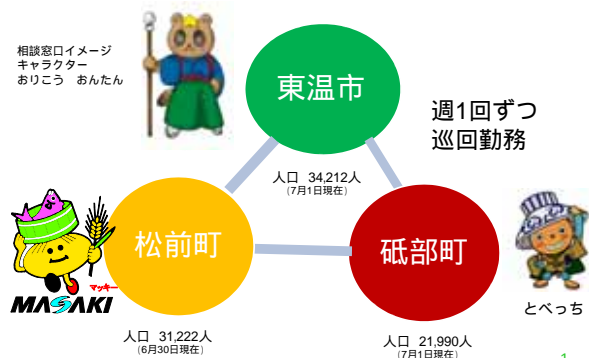


砥部町イメージキャラクター とべっち

日弁連シンポジウム 2013.9.21

愛媛県砥部町 消費者相談窓口
消費生活相談員 武田咲枝

三市町の消費者行政の広域連携



1

目 次

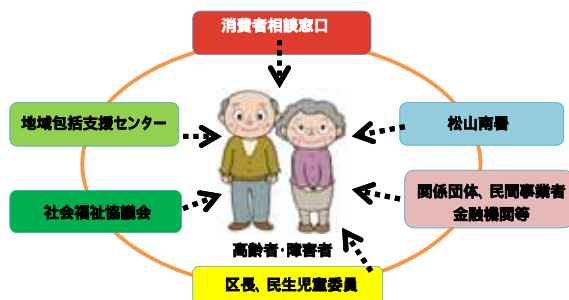
1. 高齢者見守りネットワークの構築
2. 地域包括支援センターと連携した「訪問相談」の実施
3. 事例紹介 (3例)

2

1. 高齢者見守りネットワークの構築

3

砥部町の見守りネットワーク 「つながって、見守ろう。安心・安全な砥部町」



4

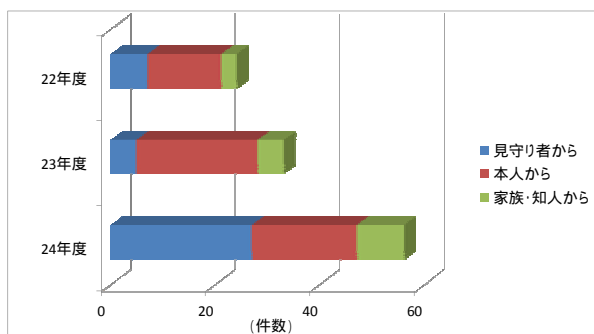
相談窓口との連携強化

- 役場内部や関係機関に**相談窓口の周知**
(H22年8月～ **毎週木曜日は相談員在席**)
- 悪質商法被害の情報提供
- ケアマネや民生児童委員などの**研修**
- 啓発活動の協力(ステッカーやお断りうちわの配布)
- 町民に**相談窓口の周知**
- 毎月広報に記事掲載**
- 高齢者や障害者を対象とした出前講座**



5

砥部町の相談受付状況

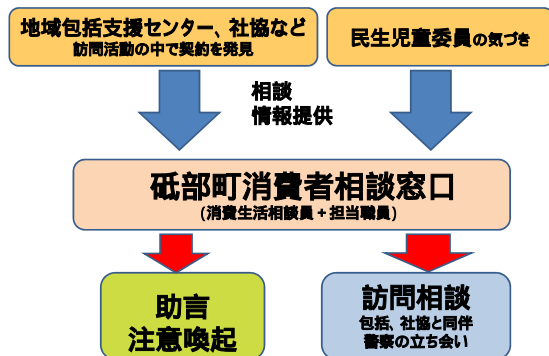


6

2. 地域包括支援センターと連携した「訪問相談」の実施

7

見守りネットワークを活用した相談フロー図



8

3. 偶然発掘された被害事例の紹介 (3例)

9



事例発表内容

- 【事例1】 排水管清掃から床下工事
- 【事例2】 健康食品のマルチ
- 【事例3】 布団・健康食品の次々販売

10

【事例1】 点検商法

【訪問販売】

排水管洗浄 床下工事



見守り者

地域包括支援センター社会福祉士

11

事例1 相談者の属性

【相談受付】平成24年3月

- 80歳代女性(一人暮らし)
- 「要支援2」…1～2か月に1回 定期訪問
- 介護保険サービス利用なし



【相談の流れ】 認定後の定期訪問で発見！

包括支援センター → 役場相談窓口へ

社会福祉士と同伴して「訪問相談」

床下に入って現場確認

12

排水管洗浄 床下工事の点検商法

「排水管の清掃をしています」「床下換気扇の点検にきました」と来訪し、点検後「このままでは地震で家が倒れる」などと不安をあおり工事を契約させる手口

訪問相談の様子



13

勧誘手口

排水管洗浄の勧誘

「この近所をまわっている、近所の人もした」

床下点検

「高圧洗浄をしたので、水漏れしていないか確認」

床下工事の勧誘、すぐ契約させる

床下の写真を見せながら、不安をあおって契約させる

「コンクリートがひび割れている、カビがわいている、
塚柱などが腐食している」など

本当の目的は床下工事！

14

排水管洗浄後、床下へ入り無料点検

築10年余り 木造二階建て住宅

【4件の契約】 H24年3月

コンクリート基礎補修工事	945,000円
耐震補強	28,350円
シロアリ予防消毒	176,400円
床下換気扇(9台),タイマー	752,850円
値引き 2,600円	合計 1,900,000円
	(内 既払金 100万円)

15

職員と相談員が床下へ

「水浸し」かどうか確認

床下の土や白い粉、炭、
シート破片などを回収した



偶然、床の断熱ボードの欠落(1か所)を発見！

16

あっせん処理結果

- クーリング・オフ手続きを行い、相談窓口から業者に連絡
- 役場にて、業者と面談。問題点を指摘。
- 住宅相談
一級建築士に、写真や床下からの回収物を見せて、参考意見を聞いた。
- 弁護士につないだ…成年後見制度を検討中

17

【事例2】

山間部で発生したマルチ商法

【連鎖販売取引】

個人輸入の健康食品



見守り者

民生児童委員さん

18

事例2 相談者の属性

【相談受付】平成24年2月

• 80歳代女性(夫婦二人暮らし)

• 年金受給者

2年前にくも膜下出血を発症し、足などに後遺症あり

【相談の流れ】 民生児童委員の声かけで発見

民生児童委員→本人→民生児童委員

→役場相談窓口へ

民生児童委員と同伴して「訪問相談」



19

地元の会員が業者を連れて訪問販売

【契約内容】 平成24年2月

健康食品 5本 24,400円

1本30錠入り 1日1錠服用

(1本当り 4,880円)

業者(代理店)に全額支払った

1本は手渡し

残り4本は本社(アメリカ)から宅配便で届いた

【個人輸入】



20

勧誘手口

健康食品の効能・効果の説明

「この健康食品を飲めば、元気になる」

「足も良くなる、夜も良く寝られるようになる」

強引な勧誘 「5本飲まないと効果がない」

断定的判断の提供・不実告知 「絶対に効く」

契約書面・概要書面不交付

マルチ商法の説明なし

契約者が署名・捺印せず(代筆されていた)

クーリング・オフの説明なし



21

本人から返品希望

2本開封して服用→効果なし

あっせん処理結果

- 民生児童委員と同伴で、訪問相談を行った。
- 病院に常備薬と併用して副作用がないか確認
- クーリング・オフ手続き(契約書面不交付)
- 相談窓口から業者に連絡→留守電に
全面解約、着払いで全品返送
本社より直接全額返金(通常は代理店経由)



22

【事例3】 地域で見守り、連携

【訪問販売】 布団

【電話勧誘】 健康食品



見守り者

地域包括支援センター 介護支援専門員
看護師

〃

23

事例3 相談者の属性

【相談受付】平成24年11月

- 70歳代女性(夫婦二人暮らし)
- 年金受給者
- 二次予防・看護師の定期訪問(月1回)
介護支援員は随時訪問
- 内服薬の継続が難しい



【相談の流れ】布団・郵便局窓口で振込阻止
郵便局→包括支援センター、役場相談窓口へ
担当介護支援専門員と同伴して「訪問相談」

24

布団の次々販売

【1回目の契約】2年ほど前

敷き布団 2～3万円

【2回目の契約】H24年10月

ゲルマジック敷き布団 2枚 316,000円

シーツ 2枚(サービス) 6,000円

値引き 184,000円

消費税 6,900円

合計 144,900円

(内 既払金 4,900円)



25

勧誘手口

販売目的不明示

「いい商品があるので見てほしい」

実験商法

「ゲルマニウム加工」「遠赤外線効果のある羽毛布団」

手でおさえておき、32度になると
電子を発生させ、柄の色が変わる→

不実告知(タグ確認)

実は「羊毛布団」



26

勧誘手口

最後まで商品価格を言わない

契約書に署名・捺印する時にやっと価格を知った
サービスでお得感！

「無料で同じ布団を1枚サービス」



あっせん処理結果

関係機関にゲルマジック布団について問い合わせ
クーリング・オフ期間を経過し、布団を汚して返品でき
ず、4万円値引きをして、契約額104,900円で合意した。

27

大量の健康食品を発見！

介護支援専門員、看護師の「定期訪問」に同行

廊下に宅配便の段ボール箱が山積み
ダイレクトメールが散乱

- 14社から16種類の健康食品を購入
- 健康志向が強いが、病院の薬を飲まない

主に、【電話勧誘】【通信販売】

標的になっている可能性も



28

健康食品を減らす

役割分担して、みんなで説得

・看護師さんの一言！

「健康食品の飲みすぎは体によくないよ」

→3種類に減らすことに同意

• 保健センターにて医師と面談

• 「契約をやめる」連絡は相談員が行った。

現在も、介護支援専門員・看護師の
ネットワークで見守り中！



29

つながって、見守ろう。
安心・安全な砥部町



砥部町地域包括支援
センターの皆さん



ご清聴ありがとうございました

30

消費者市民教育を実践する
～消費者教育推進法の成立を受けて～

かしこい消費者を目指して

～教員と消費生活相談員の連携～

岐阜市立精華中学校

神山 留美子

中学校学習指導要領

技術・家庭科の目標

生徒が社会の変化に主体的に対応できる人間の育成を目指して、生徒が生活を自立して営めるようにするとともに、自分なりの工夫を生かして生活を営むことや、学習した事柄を進んで生活の場で活用する能力や態度を育成すること

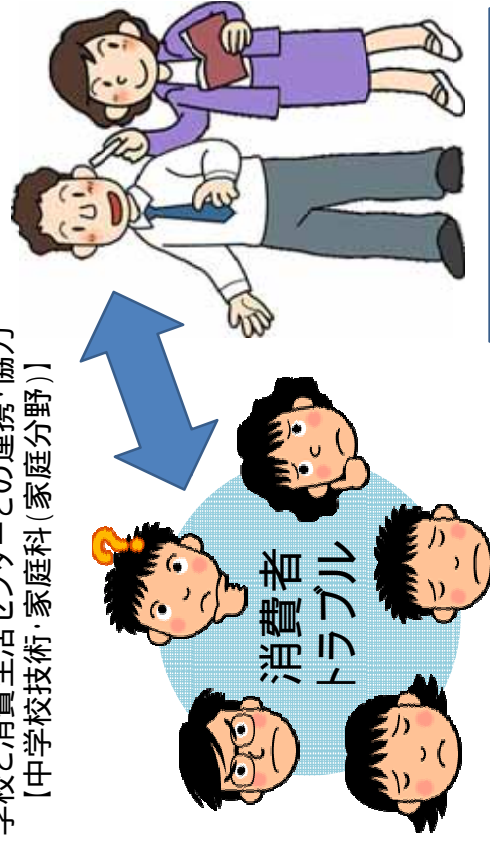
中学校学習指導要領

身近な消費生活と環境

自らの生活の課題を見付け、解決のための実践を行うことによって、学習した知識と技術を生活に生かす学習活動に留意する必要がある。

資料 6

学校と消費生活センターとの連携・協力
〔中学校技術・家庭科(家庭分野)〕



専門家

平成20年頃～

中学生・高校生からの
相談件数の増加



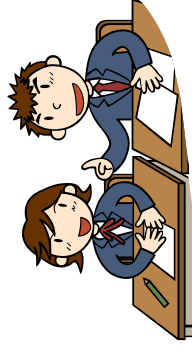
・携帯電話でのアクセス
→ 高額請求
・インターネットでの
通信販売トラブル など



学校と消費生活センターとの連携・協力



学校の個別申込に
応じた
「出前授業」の実施



創始期

学校と消費生活センターとの連携・協力

『賢い消費者』を育てる
中学校技術・家庭科の授業づくり



事前の打ち合わせ

拡大期

創始期

学校と消費生活センターとの連携・協力



めざせ 賢い消費者！

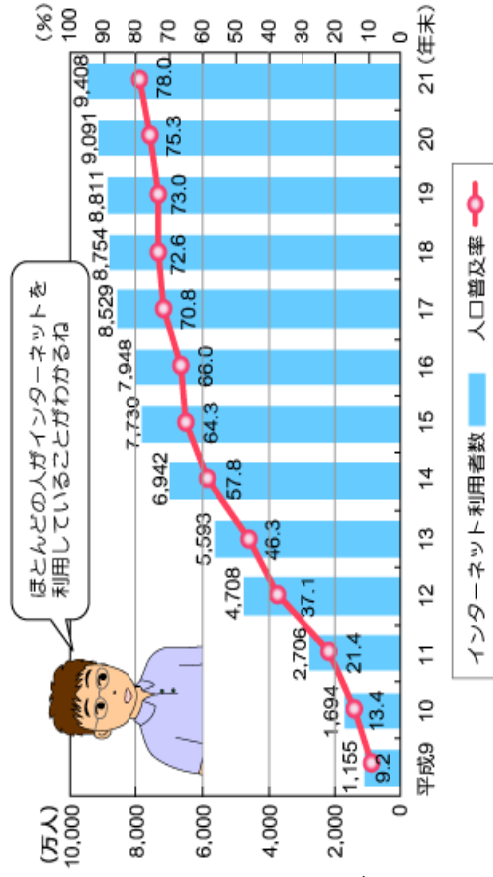
平成25年：精華中

岐阜市消費生活センター



ハートフルスクエアG
JR岐阜駅高架下東自由通路より東側
〒500-8856
岐阜市橋本町1丁目10番地23
TEL (058)268-1616
FAX (058)268-1066

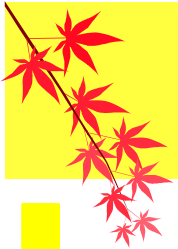
インターネット利用者数 および人口普及率の推移



出典：総務省「平成21年通信利用動向調査」

岐阜県中学生の トラブル相談件数				
2009年度	9	3	件	
2010年度	1	1	7	件
2011年度	1	0	3	件
2012年度	7	4	件	

SEIKAシューズ



お買い上げ金額
2500円以上で
全国送料無料!

全3色



夏の大セール
最大80%オフ
7月19日最終日

SEIKAシューズ

カテゴリ

ビジネス
リッチ
ストリートチップ
スリッポン
フレンチトゥ
モンクストラップ
ローファー
メンズ
スニーカー
アウトドア
スポーツ
カジュアル
コンフォート
サンダル
ブーツ
ワークシューズ



クラシックですっきりとしたシルエット
はどんなスタイルにも対応できる1足に
なっています。
素材にウォッシュドツイルを使用してい
るので雰囲気は、抜群です。
[69er Lo Washed Twill PMC39663 DARK](#)
[NAVY\(ダークネイビー/8-1/2\)](#)

会社概要 お問い合わせ 返品・交換について ご質問

SEIKAシューズ



切りっぱなしにされ
た厚めの革が斬新な
スニーカー。アッパー
はベジタブルタンニン
レザーを使用。革本来
の良さが生きるよう、
あえてシンブルなデザ
インに仕上げています。細身のすっきりとしたフォル
ムは、スニーカーのカジュアル感にエレガントな雰囲気
気をプラス。ジーンズやチノパンだけでなく、あえて
スーツに合わせて大人の抜け感をアピールしても。
[69er Lo Washed Twill PMC39663 DARK NAVY\(ダーク](#)
[ネイビー/8-1/2\)](#)

カテゴリ
ビジネス
リッチ
ストリートチップ
スリッポン
フレンチトゥ
モンクストラップ
ローファー
メンズ
スニーカー
アウトドア
スポーツ
カジュアル
コンフォート
サンダル
ブーツ
ワークシューズ

会社概要 お問い合わせ 返品・交換について ご質問

SEIKAシューズ



<商品情報>
スポーツ、フアッション
の両面での使用を幅広く
可能にしたモデル。足へ
の負担を軽減した。

<ブランド情報>
メンズスニーカーを専門に手掛け、より創造的な
デザインと履き心地の良さを追求している。

素材: 合成皮革

返品・交換についてはこちら

購入者のコメントはこちら

カートに入れる

ご不明な点はありますか?
商品のご質問は下記まで連絡を!
<http://www.javani.jp/ref=astftr?WWW>

価格: 2980円
定価: 9800円

人気商品につき残りわずか。
サイズ限定により、
特別価格で販売中!

色: ブラウン
24.5 残り10足
25.0 残り 2足
色: シルバー
24.5 在庫あり
25.0 残り8足

18時までのご注文は、翌日にはお届け!

返品・交換について

返品・交換ともに承ります。但し、返品については送料450円(全国共通)をお客さまに負担していただきます。

返品・交換できる商品

- ・商品到着後1週間以内
- ・未使用(室内での試着は可)

ご注文内容確認

商品名	色	価格	数量	在庫	小計
ランニングシューズ	ブラウン	2980円	1		2980円
商品の合計					2,980円
送料					0円
代引手数料					0円
合計の金額					2,980円

【お届け先】

氏名	神山 留美子
氏名 カナ	コウヤマ ルミコ
郵便番号	502-0006
住所	岐阜市鏡島555

【お支払方法】

銀行振込

ご注文手続きへ

ご注文ありがとうございます
ございました。

翌日、
商品が届きました。

SEIKA シューズ



^ 雜貨品商 ^

スポーツ・ファッション
の両面での使用を幅広く
可能にしたモデル。足へ
の負担を軽減した。

＜ブランド情報＞

メンズニーカーを専門に手掛け、より創造的なデザインと履き心地の良さを追求している。

素材：合成皮革

返品・交換についてはこちら

購入者のコメントはこちら

カートに入れる

ご不明な点はありませんか？

商品のご質問は下記まで連絡を！

<http://www.javari.jp//ref=asltftl?WW>

18時までのご注文は、翌日にお届け!

價格：2980円

定価：9800円

人気商品につき残りわずか。
サイズ限定により、
特別価格で販売中！

色: ブラウン

24.5 残り10足
25.0 残り2足

色:シルバー

24.5 在庫あり
25.0 残り8足

カートに入れる

ご不明な点はありませんか？

商品のご質問は下記まで連絡を！

<http://www.javari.jp//ref=asltftl?WW>

18時までのご注文は、翌日にお届け!

價格：2980円

定価：9800円

人気商品につき残りわずか。
サイズ限定により、
特別価格で販売中！

色: ブラウン

24.5 残り10足
25.0 残り2足

色:シルバー

24.5 在庫あり
25.0 残り8足

カートに入れる

ご不明な点はありませんか？

商品のご質問は下記まで連絡を！

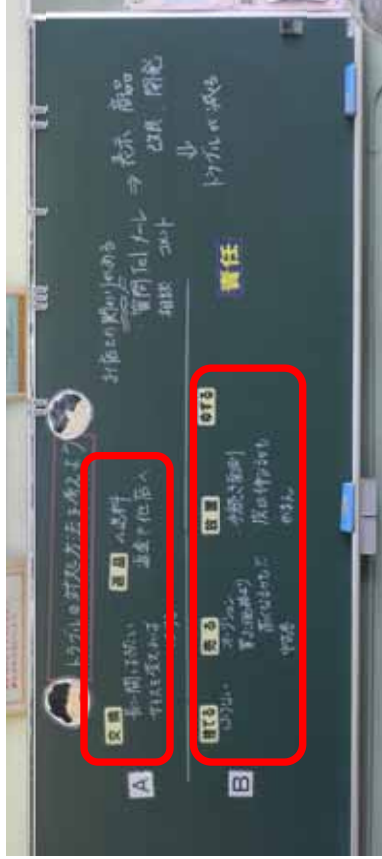
<http://www.javari.jp//ref=asltftl?WW>

18時までのご注文は、翌日にお届け!

KATOU 20歳男

スニーカーのデザインがとても気に入って買いました。いつも24.5を履いていますが、少し小さく感じました。

58 / 82

[illegible]

SEIKAシューズ

カテゴリー

- ビジネス
- リッチ
- ストリートチップ
- スリッポン
- アレントウ
- モックストラップ
- ローファー
- メンズ
- スニーカー
- アウトドア
- スポーツ
- カジュアル
- コンフォート
- サンダル

切りっぱなしにされた厚めの革が斬新なスニーカー。アッパーはベジタブルタンニンレザーを使用。革本来の良さが生きるよう、あえてシンブルなデザインに仕上げています。細身のすっきりとしたフォルムは、スニーカーのカジュアル感にエレガントな雰囲気を与えます。ジーンズやチノパンだけでなく、あえてスーツに合わせて大人の抜け感をアピールしても。



表示されているサイズより、少し小さく感じます。

会社概要 お買い物ガイド 返品・交換について ご質問

あなたはどちらを選びますか？



連携の効果

消費生活相談員の方からの
事例紹介・お話
提供資料 など

- ・生徒が事例を身近なものとして捉え、自分の生活に置き換えて考えることができる。
- ・生徒の関心や意欲がより高まる。

学校と消費生活センターとの連携・協力



ご清聴ありがとうございました。

消費者教育推進計画の策定に向けた 取組について

平成25年 9 月
静岡県

消費者教育推進のきっかけ

平成11年3月 「静岡県消費生活条例」
第9条 啓発活動及び教育の推進

消費者市民社会へ
の転換(平成20年版
国民生活白書)

国会では、超党派に
よる消費者教育推進
法案提出の動き
が…

消費者庁の設
置(H21.9月)

平成22年5月 「静岡県消費者行政推進基本計画」

平成23年2月 「静岡県総合計画」に「消費者教育」を位置付け
県総合計画3章-2 2-(1)自ら学び自立する消費者の育成

- ✓ 「社会的価値行動」ができる消費者を育成
- ✓ 幼児期から高齢期まで、消費者の年齢や生活環境などに応じ消費者教育と学習機会を提供

「社会的価値行動」とは

自分の消費行動が、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寄与する行動

たとえば・・・

食育の観点及び地産地消の観点から商品を選択する
環境に配慮した商品を選択する
モノを大切にする・・・

消費者教育推進法の「消費者市民社会」と同じ考え方

富国有徳の理想郷－しずおか
ふじのくに

静岡県における消費生活相談の推移

契約当事者の年齢内訳

	平成21年度		平成22年度		平成23年度		平成24年度	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
20歳未満	314	3.90%	293	4.20%	252	3.90%	204	3.10%
20歳代	994	12.20%	672	9.70%	546	8.50%	540	8.20%
30歳代	1,442	17.70%	1,163	16.70%	1,008	15.60%	1,163	17.80%
40歳代	1,428	17.50%	1,084	15.60%	1,146	17.70%	1,103	16.90%
50歳代	995	12.20%	875	12.60%	836	12.90%	808	12.40%
60歳代	940	11.50%	882	12.70%	889	13.70%	874	13.40%
70歳以上	852	10.50%	912	13.10%	908	14.00%	994	15.20%
年齢不明	1,185	14.50%	1,069	15.40%	886	13.70%	852	13.00%
計	8,150	100.00%	6,950	100.00%	6,471	100.00%	6,538	100.00%

富国有徳の理想郷－しずおか
ふじのくに

静岡県における消費者教育の現状

消費者の自立を支援するため、県民生活課では、「消費者啓発の強化」、「暮らしに関する情報提供」、「消費者学習支援」などに取り組んでいる。

1 広報・啓発事業

消費者月間「**県民のつどい**」(5月) 平成25年度から「**消費者フォーラム**」
「消費者被害防止月間キャンペーン」(12月)
 暮らしに役立つ生活情報誌「**くらしのめ**」
 メールマガジン「**くらしのメール**」

2 消費者学習支援事業

「消費者ホーム講座(通信制)」
「くらしのサポーター養成講座(通学制)」(平成24年度まで)
「くらしのリーダー養成講座」(平成25年度から)
 県民生活センターによる「**出前講座**」(学校、企業、教員研修等)

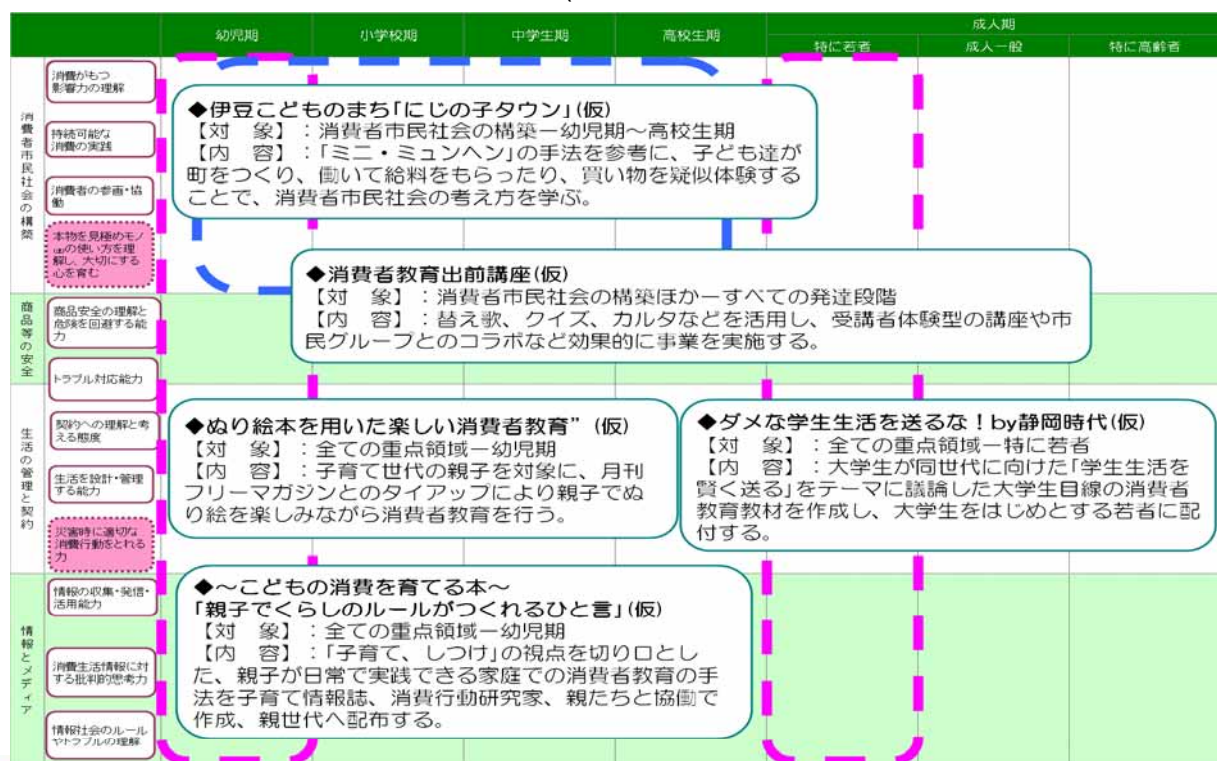
3 消費者行政活性化基金の活用

消費者被害防止広報キャンペーンほか(平成21年度～)
 平成25年度は、「**消費者教育推進事業**」として先駆的な取組を行う

富国有徳の理想郷－しずおか
 ふじのくに

静岡県における消費者教育の現状

平成25年度 消費者教育推進事業(県委託事業として実施)



富国有徳の理想郷－しずおか
 ふじのくに

静岡県における消費者教育の現状

平成25年度 県庁各所属における消費者教育関連事業

	講座・研修	人材養成	啓発	その他	計
環境教育	4			1	5
食育・食の安全	3		3	1	7
国際理解教育	3			2	5
人権教育	3	2	4		9
動物愛護	3				3
情報リテラシー教育	2		1		3
防災教育	2			1	3
その他	3		2	1	6
計	23	2	10	6	41

富国有徳の理想郷－しずおか
ふじのくに



消費者教育推進に向けての課題

消費生活センターも得意・不得意分野がある？

得意分野

「トラブル対応能力、契約」

「商品安全、生活設計、情報メディア」の一部

不得意？

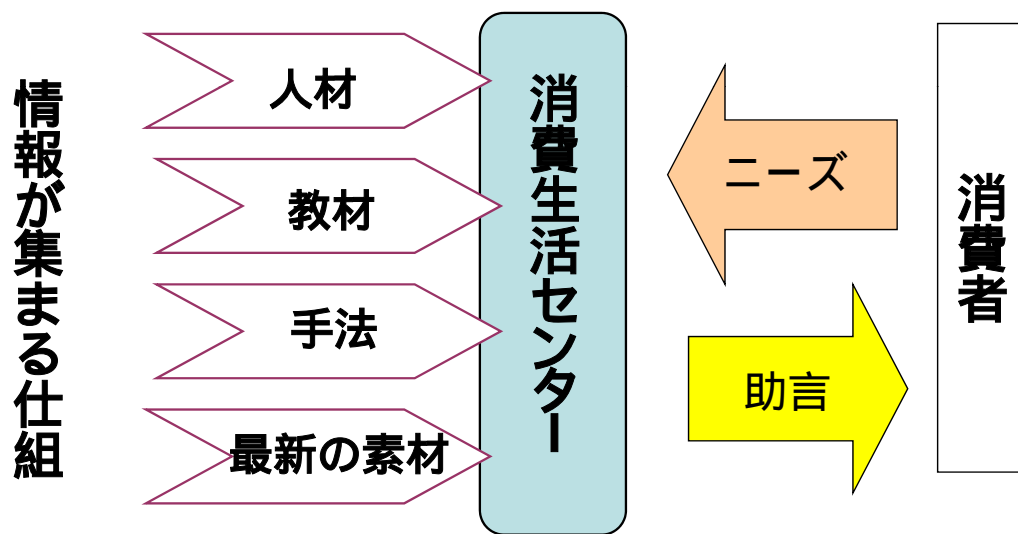
「消費者市民社会」

富国有徳の理想郷－しずおか
ふじのくに



消費者教育推進に向けての課題

地域の情報拠点としての消費生活センター

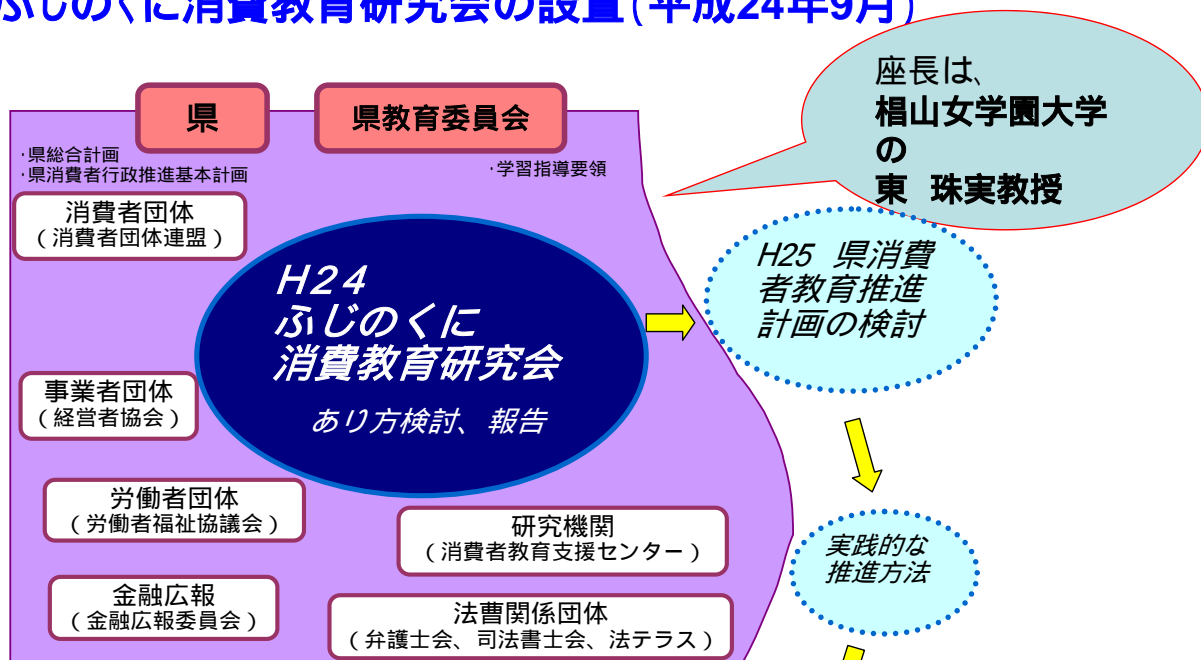


コーディネート能力

富国有徳の理想郷ーしずおか
ふじのくに

“消費者教育推進法”への対応

ふじのくに消費教育研究会の設置(平成24年9月)



環境に配慮し、モノを大切にする生活等、社会的価値
行動ができる消費者の育成

“研究会”での検討状況

研究会での検討にあたっては、研究会構成団体や学識経験者へのヒアリングや事業所等の消費教育取組調査結果などを踏まえ、現状の取組みを整理した上で、今後の消費教育の推進の考え方について検討した。

	開催日	内 容
第 1 回	平成24年 9 月12日(水)	県素案に対する意見（第 1 回）
第 2 回	平成24年12月 3 日(月)	県素案に対する意見（第 2 回）
第 3 回	平成25年 3 月14日(木)	研究会報告書とりまとめ

研究会での主な検討項目

- 消費教育が目指す姿、目標
- 消費教育の体系化
- 静岡県内の消費教育の取組み状況
- 静岡県における消費教育の推進に向けて【提案】

**ふじのくに消費教育
あり方報告書**
平成25年3月

富国有徳の理想郷－しずおか
ふじのくに

“研究会”での検討状況 - 1 ～体系化における本県特有の目標設定～

目標設定は国に準拠。県総合計画や本県の特性を踏まえ、本県特有の目標を追加設定。

防災先進県

静岡県総合計画の戦略体系

- (1) **「命」を守る危機管理【危機管理・災害対策】**
- (2) 「有徳の人」づくり【教育】
- (3) 「憧れ」を呼ぶ“ふじのくに”づくり【文化・観光】
- (4) **一流の「ものづくり」と「ものづくり」の創造【経済産業】**
- (5) 「和」を尊重する暮らしの形成【くらし・環境】
- (6) 「安心」の健康福祉の実現【健康福祉】
- (7) ヒト、モノ、地域を結ぶ「基盤」づくり【交通基盤】
- (8) 「安全」な生活と交通の確保【防犯・警察】
- (9) 地域主権を拓く「行政経営」【経営管理・企画広報】

ものづくり県

富国有徳の理想郷－しずおか
ふじのくに

“研究会”での検討状況 -2～体系化における本県特有の目標設定～

静岡県の人口 377万人

(平成22年10月)

静岡県の県内総生産 15兆1128億円

(平成21年度)

人口
全国10位
構成比3%

1人当たり
県民所得
全国5位

製造品
出荷額等
全国3位

国内
総生産3%
全国10位

富国有徳の理想郷—しずおか

ふじのくに

大地震に備えた訓練の実施

年間を通じた実践的な訓練により防災関係機関との連携を強化



【静岡県
総合防災訓練】

地域防災リーダーの育成

地域防災の担い手の底辺拡大と資質の向上



【ふじのくに防災
マイスター養成講座】

“研究会”での検討状況 -3～体系化における本県特有の目標設定～

対象領域	目 標
(ア)消費者市民社会の構築	<p>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づき、その実現に向けて多くの人々と協力して取り組むことができる力 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</p> <p>また、モノの使い方を理解し、大切にすることを育み、豊かな消費生活の向 つなげることができる力</p>
(イ)商品の安全	<p>商品等に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 並びに商品等による事故・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がとれる力</p>
(ウ)生活の管理と契約	<p>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ができる力 並びに契約締結による権利や義務を明確に理解でき、違法・不公正な取引や勧誘に気づき、トラブルの回避や補償や改善、再発防止を求めて適切な行動がとれる力</p> <p>また、危機管理に関する情報を収集、理解し、災害時において、また災害に備えて適切な消費行動をとれる力</p>
(エ)情報とメディア	<p>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得る力 並びに情報、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権保護等、メディアリテラシーを身に付け、活用できる力</p>

富国有徳の理想郷—しずおか

ふじのくに

“研究会”での検討状況

～イメージマップ(本県独自の目標設定)案～

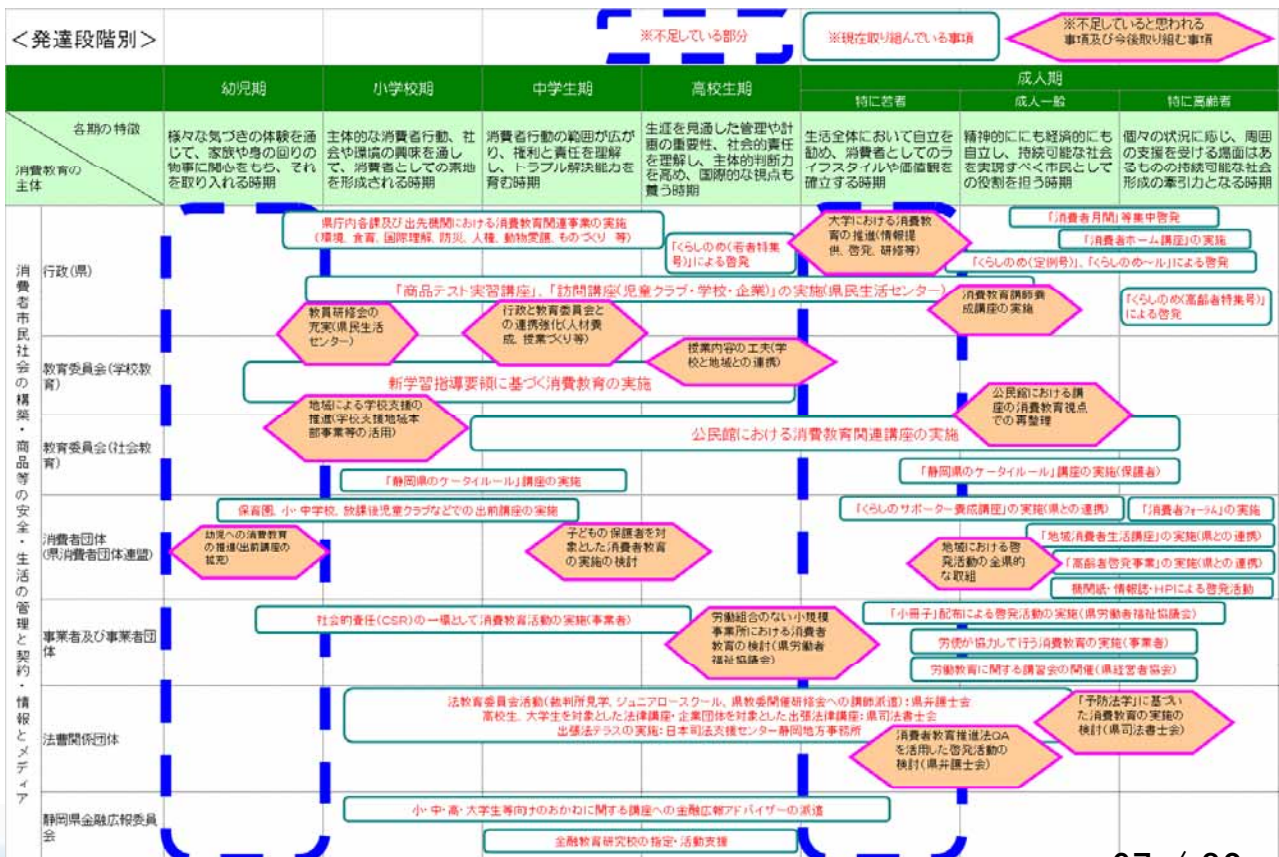
	幼児期	小学校期	中学生期	高校生期	特に若者	成人一般	特に高齢者
各期の特徴	様々な気づきの体験を通して、家族や身の回りの物事に興味をもち、それを取り入れる時期	主体的な消費者行動、社会や環境の興味を通して、消費者としての素地を形成される時期	消費者行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決能力を育む時期	生涯を見通した管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的判断力を高め、国際的な視点も養う時期	生活全体において自立を勧め、消費者としてのライフスタイルや価値観を確立する時期	精神的にも経済的にも自立し、持続可能な社会を実現する市民としての役割を担う時期	個々の状況に応じ、周囲の支援を受ける場面はあるものの持続可能な社会形成の牽引力となる時期
重点領域							
消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解 持続可能な消費の実践 消費者の参画・協働 本物を見極めモノの使い方を理解し、大切にすることを育む	おつかいや買物をする楽しみを味わおう ゴミを少なくする工夫を考えて行動しよう 協力することの大切さを知ろう モノを丁寧に扱う	消費を、めぐるものとお金の流れを考えよう 環境にやさしい暮らしをしよう 身近な消費者問題に目を向けよう 本物にふれ、モノの価値を理解しよう	消費者行動が環境や経済に与える影響を考えよう 地域や内外の社会にやさしい暮らしをしよう 身近な消費者問題や社会課題の解決について考えよう 消費行動がもつものに与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考えよう 国内や国際的地球規模の環境、経済、社会に関心をもち、持続可能な社会を目指そう 身近な消費者問題その他の社会課題の解決に協働して取り組もう 自分や社会にとって、よりよいモノとは何かを考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考えよう 持続可能な社会を目指したライフスタイルを探索しよう 消費者問題その他の社会課題の解決に向けた行動の場を広げよう よりよいモノを選択する消費行動をとる習慣をつけよう	消費者行動が環境、経済、社会に与える影響を考えよう 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 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よう よりよいモノを選択する消費行動について伝え合おう
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力 トラブル対応能力	くらしの中の危険や、ものやサービスの安全に気を配ろう 困ったことがあったら身近な人に伝えよう	危険を回避し、ものを安全に使う手を知ろう 困ったことがあったら身近な人に相談しよう	安全で危険の少ないくらしと消費社会を目指すことへの大切さを知ろう トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法を知ろう	安全で危険の少ないくらしと消費社会をつくらう トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用する習慣をつけよう	安全で危険の少ないくらしと消費社会をつくらう トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用しやすい社会をつくらう	安全で危険の少ないくらしの大切さを伝え合おう 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	契約への理解と考える態度 生活を設計・管理する能力 災害時に適切な消費行動をとれる力	約束やルールを守ろう 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 あわてないで行動しよう	約束や規則の大切さを知り、考えよう 消費に関する生活管理のスキルを身に付けよう 普段から、あわてないで行動しよう	契約とそのルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう 消費に関する生活管理のスキルを活用しよう 非常時の消費行動を考えてみよう	契約とそのルールを活用し、よりよい契約の仕方を考えよう 生涯設計を立ててみよう 経済的危機への対応を知ろう 非常時に落ち着いて消費行動をしよう	契約とそのルールを活用し、くらしに生かそう 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 日ごろから非常時に備えた消費行動をしよう	契約トラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝え合おう 生活環境の変化に対応し支え合いながら生活を管理しよう 冷静な消費行動の大切さを伝えよう
情報とメディア	情報の収集・発信・活用能力 消費生活情報に対する批判的思考力 情報社会のルールやトラブルの理解	身の回りのさまざまな情報に気づこう 身の回りの情報から「なぜ、どうして」を考えよう 自分や家族の情報を守ることに大切さを感じよう	消費に関する情報の集め方や選択の大切さを知ろう 消費生活情報の目的や特徴、活用の仕方を知ろう 情報社会のルールを知り、使おう	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 消費生活情報の収集、評価、選択の適切さ、意思決定の大切さを知ろう 情報社会のルールを知り、使おう	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 消費生活情報を主体的に吟味する習慣をつけよう 情報社会のルールとマナーを実践する習慣をつけよう	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 消費生活情報を主体的に吟味する習慣をつけよう 情報社会のルールとマナーを実践する習慣をつけよう	支え合いながら情報と情報技術を通じに利用しよう 支え合いながら消費生活情報を上手に利用しよう 支え合いながら、トラブルがなく、マナーが守られる情報社会をつくらう

富国・有徳の理想郷 - しずおか

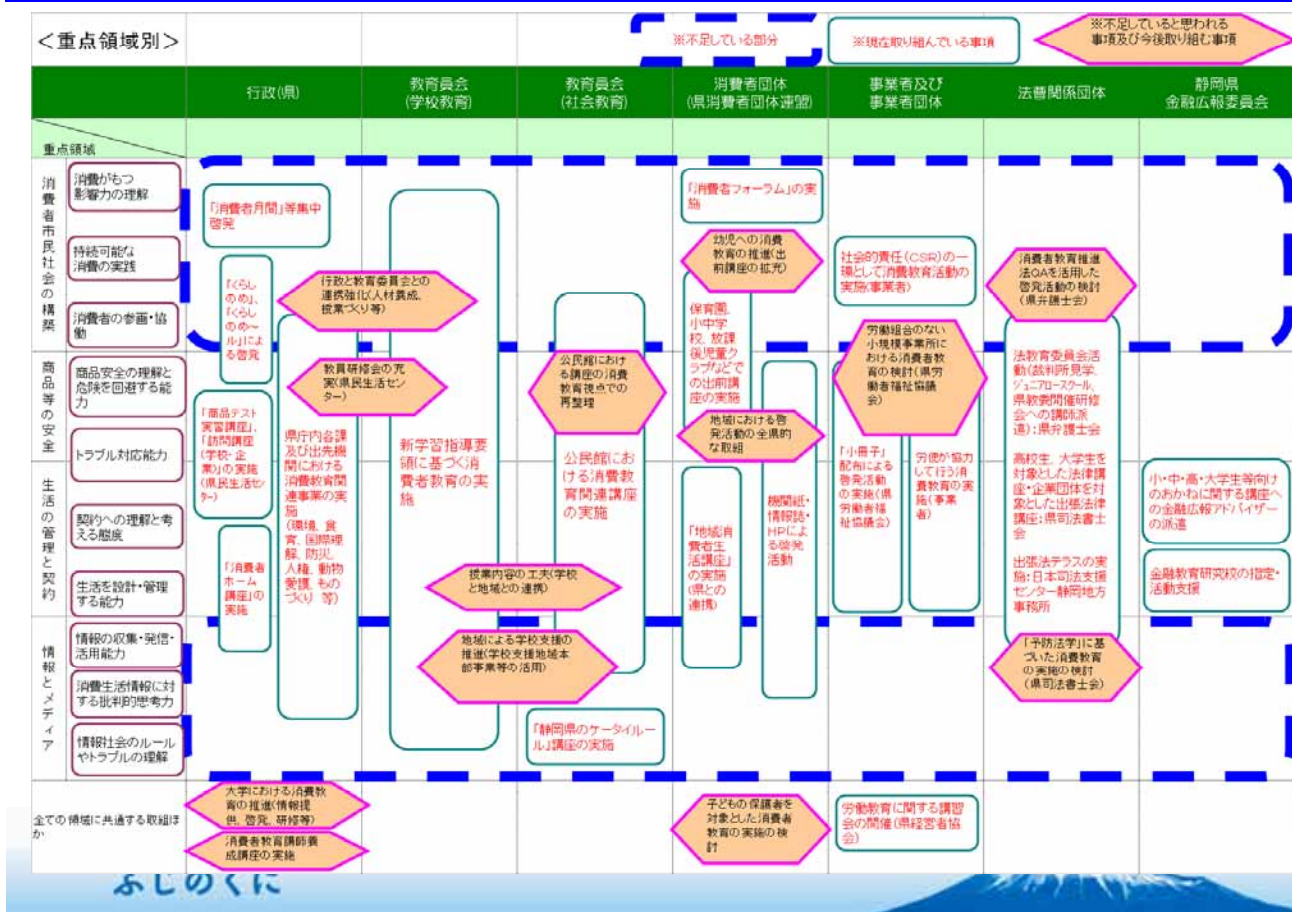
ふじのくに

“研究会”での検討状況

- 1 ~ 既存の活動の整理(発達段階別) ~



“研究会”での検討状況 -2～既存の活動の整理(重点領域別)～



“研究会”での検討状況 ～事業者等の取組状況調査～

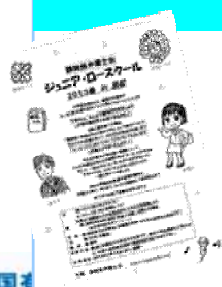
県内の事業所 5,000か所に対する取組状況調査

回答 1,699か所のうち292か所(14.8%)が、社外に対する消費教育を実施している

面接調査により50か所の取組事例を収集

こだま法律事務所

業種：法律事務所 三島市



静岡県下の中学生有志を対象に、刑事法廷の傍聴、刑事模擬裁判、講義を実施しています。裁判の仕組みや、法の成り立ちやルールを守ることの意義などを伝えていきます。

株式会社海商

業種：卸売業 浜松市南区



浜松市内や近隣市町の小学5年生を対象に、「お魚教室」を実施しています。小学校へ出向き、実際の魚やパネルを見せながらの魚の名前当てクイズや、漁場から食卓までの市場の流れを説明したり、網や釣竿を使った漁の仕方の実演など、5年生で習う水産業の授業のサポートとして実施しています。

提 案

【推進の方向性】

- めざす消費者像
- ・社会的価値行動ができる消費者
- ・体系化における本県独自の目標設定
- ・国の体系イメージマップに準拠し、本件独自の目標として「モノの使い方を理解し、大切にする心を育む」、「災害時に適切な消費行動をとれる力」を追加

【多様な主体での取組・連携】

- ・地域の消費教育の情報拠点として県民生活センターに期待
- ・消費教育のニーズ把握、実施主体と客体双方に積極的に情報提供を行い、情報共有
- ・学校
- ・専門的、実践的知識を有する地域の人材や情報へのアクセス方法、ネットワーク作りについて検討する
- ・計画的な研修に向けた体制づくり
- ・大学
- ・実態調査に基づき、大学の教養教育に静岡県としてできる内容を明らかにし、積極的な支援を行う
- ・地域
- ・担い手層を厚くするため、推進法第13条に示された専門職等を担い手として明確に位置付け、既存の高齢者の見守りネットワーク等を活用しながら展開する
- ・社会教育委員会、社会教育主事が研修等により消費教育の理解を深め、担い手（講座企画者）になるよう教育委員会社会教育課と県民生活課が相互に連携
- ・事業者
- ・事業者がもつ消費教育の資源を学校や地域に情報提供し、活用を促進する仕組みを作ることも有効
- ・消費教育の場としては、労働福祉団体等による従業員教育がさらに展開されることを期待

【国の施策との整合性】

- ・県計画では、「消費者教育」を使用する

富国有徳の理想郷ーしずおか

ふじのくに

消費者教育推進計画の策定に向けて

～スケジュール～

平成25年6月 基本方針公表

平成25年10月 第1回ふじのくに消費教育研究会開催

平成26年2月 第2回ふじのくに消費教育研究会開催(予定)

・
・
・

平成26年3月 静岡県消費者教育推進計画策定

富国有徳の理想郷ーしずおか

ふじのくに

静岡県消費者行政推進基本計画

第3章 消費者施策の展開と方向

1 自ら学び自立する消費者の育成

消費者教育の推進

詳細は消費者教育推進計画へ

2 安全な商品・サービスの提供による安心の確保

3 消費者被害の防止と救済

4 環境に配慮した暮らしづくりの推進

富国有徳の理想郷－しずおか

ふじのくに



消費者教育推進法第10条

消費者教育推進計画とは、
消費者教育の推進に関する**施策**についての計画
県の施策＝取組についての計画

消費者教育は**多様な主体**が担い手となり取り組むもの
多様な主体の取組を促進する工夫

計画を2部構成にすることを検討中

第1部
県の取組

第2部
担い手のための手引書

富国有徳の理想郷－しずおか

ふじのくに





富国有徳の理想郷—しずおか

ふじのくに



消費者教育の推進に関する法律 (平成二十四年法律第六十一号)

目次

- 第一章 総則 (第一条―第八条)
- 第二章 基本方針等 (第九条・第十条)
- 第三章 基本的施策 (第十一条―第十八条)
- 第四章 消費者教育推進会議等 (第十九条・第二十条)

附則

第一章 総則

(目的)

第一条 この法律は、消費者教育が、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるようその自立を支援する上で重要であることに鑑み、消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利であることを踏まえ、消費者教育に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体

一

二

の責務等を明らかにするとともに、基本方針の策定その他の消費者教育の推進に関し必要な事項を定めることにより、消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、もって国民の消費生活の安定及び向上に寄与することを目的とする。

(定義)

第二条 この法律において「消費者教育」とは、消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動をいう。

2 この法律において「消費者市民社会」とは、消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会をいう。

(基本理念)

第三条 消費者教育は、消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結び付けることができる実践

的な能力が育まれることを旨として行われなければならない。

- 2 消費者教育は、消費者が消費者市民社会を構成する一員として主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援することを旨として行われなければならない。
- 3 消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行われるとともに、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮した適切な方法で行われなければならない。
- 4 消費者教育は、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場の特性に応じた適切な方法により、かつ、それぞれの場における消費者教育を推進する多様な主体の連携及び他の消費者政策（消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策をいう。第九条第二項第三号において同じ。）との有機的な連携を確保しつつ、効果的に行われなければならない。
- 5 消費者教育は、消費者の消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に与える影響に関する情報その他の多角的な視点に立った情報を提供することを旨として行われなければならない。

三

- 6 消費者教育は、災害その他非常の事態においても消費者が合理的に行動することができるよう、非常の事態における消費生活に関する知識と理解を深めることを旨として行われなければならない。
- 7 消費者教育に関する施策を講ずるに当たっては、環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育に関する施策との有機的な連携が図られるよう、必要な配慮がなされなければならない。

（国の責務）

- 第四条 国は、自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができる自立した消費者の育成が極めて重要であることに鑑み、前条の基本理念（以下この章において「基本理念」という。）にのっとり、消費者教育の推進に関する総合的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。
- 2 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、前項の施策が適切かつ効率的に策定され、及び実施されるよう、相互に又は関係行政機関の長との間の緊密な連携協力を図りつつ、それぞれの所掌に係る消費者教育の推進に関する施策を推進しなければならない。

（地方公共団体の責務）

- 第五条 地方公共団体は、基本理念にのっとり、消費生活センター（消費者安全法（平成二十一年法律第五

十号) 第十条第三項に規定する消費生活センターをいう。第十三条第二項及び第二十条第一項において同じ。) 、教育委員会その他の関係機関相互間の緊密な連携の下に、消費者教育の推進に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の社会的、経済的状況に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。

(消費者団体の努力)

第六条 消費者団体は、基本理念にのっとり、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われる消費者教育に協力するよう努めるものとする。

(事業者及び事業者団体の努力)

第七条 事業者及び事業者団体は、事業者が商品及び役務を供給する立場において消費者の消費生活に密接に関係していることに鑑み、基本理念にのっとり、国及び地方公共団体が実施する消費者教育の推進に関する施策に協力するよう努めるとともに、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるものとする。

(財政上の措置等)

第八条 政府は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講じな

五

なければならない。

- 2 地方公共団体は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講ずるよう努めなければならない。

第二章 基本方針等

(基本方針)

第九条 政府は、消費者教育の推進に関する基本的な方針(以下この章及び第四章において「基本方針」という。)を定めなければならない。

- 2 基本方針においては、次に掲げる事項を定めるものとする。

- 一 消費者教育の推進の意義及び基本的な方向に関する事項
- 二 消費者教育の推進の内容に関する事項
- 三 関連する他の消費者政策との連携に関する基本的な事項
- 四 その他消費者教育の推進に関する重要事項

- 3 基本方針は、消費者基本法(昭和四十二年法律第七十八号)第九条第一項に規定する消費者基本計画と

六

の調和が保たれたものでなければならない。

- 4 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成し、閣議の決定を求めなければならない。
- 5 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成しようとするときは、あらかじめ、関係行政機関の長に協議するとともに、消費者教育推進会議及び消費者委員会の意見を聴くほか、消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講じなければならない。
- 6 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、第四項の規定による閣議の決定があつたときは、遅滞なく、基本方針を公表しなければならない。
- 7 政府は、消費生活を取り巻く環境の変化を勘案し、並びに消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を踏まえ、おおむね五年ごとに基本方針に検討を加え、必要があると認めるときは、これを変更するものとする。
- 8 第四項から第六項までの規定は、基本方針の変更について準用する。

(都道府県消費者教育推進計画等)

第十条 都道府県は、基本方針を踏まえ、その都道府県の区域における消費者教育の推進に関する施策につ

七

いての計画（以下この条及び第二十条第二項第二号において「都道府県消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。

- 2 市町村は、基本方針（都道府県消費者教育推進計画が定められているときは、基本方針及び都道府県消費者教育推進計画）を踏まえ、その市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画（以下この条及び第二十条第二項第二号において「市町村消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。
- 3 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めようとするときは、あらかじめ、その都道府県又は市町村の区域の消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。この場合において、第二十条第一項の規定により消費者教育推進地域協議会を組織している都道府県及び市町村にあつては、当該消費者教育推進地域協議会の意見を聴かなければならない。
- 4 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表するよう努めるものとする。

八

- 5 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めた場合は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を行うよう努めるとともに、必要があると認めるときは、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を変更するものとする。
- 6 第三項及び第四項の規定は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の変更について準用する。

第三章 基本的施策

(学校における消費者教育の推進)

- 第十一条 国及び地方公共団体は、幼児、児童及び生徒の発達段階に応じて、学校（学校教育法（昭和二十二年法律第二十六号）第一条に規定する学校をいい、大学及び高等専門学校を除く。第三項において同じ。）の授業その他の教育活動において適切かつ体系的な消費者教育の機会を確保するため、必要な施策を推進しなければならない。
- 2 国及び地方公共団体は、教育職員に対する消費者教育に関する研修を充実するため、教育職員の職務の

九

一〇

内容及び経験に応じ、必要な措置を講じなければならない。

- 3 国及び地方公共団体は、学校において実践的な消費者教育が行われるよう、その内外を問わず、消費者教育に関する知識、経験等を有する人材の活用を推進するものとする。

(大学等における消費者教育の推進)

- 第十二条 国及び地方公共団体は、大学等（学校教育法第一条に規定する大学及び高等専門学校並びに専修学校、各種学校その他の同条に規定する学校以外の教育施設で学校教育に類する教育を行うものをいう。以下この条及び第十六条第二項において同じ。）において消費者教育が適切に行われるようにするため、大学等に対し、学生等の消費生活における被害を防止するための啓発その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。
- 2 国及び地方公共団体は、大学等が行う前項の取組を促進するため、関係団体の協力を得つつ、学生等に対する援助に関する業務に従事する教職員に対し、研修の機会の確保、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

(地域における消費者教育の推進)

第十三条 国、地方公共団体及び独立行政法人国民生活センター（以下この章において「国民生活センター」という。）は、地域において高齢者、障害者等に対する消費者教育が適切に行われるようにするため、民生委員法（昭和二十三年法律第百九十八号）に定める民生委員、社会福祉法（昭和二十六年法律第四十五号）に定める社会福祉主事、介護福祉士その他の高齢者、障害者等が地域において日常生活を営むために必要な支援を行う者に対し、研修の実施、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

2 国、地方公共団体及び国民生活センターは、公民館その他の社会教育施設等において消費生活センター等の収集した情報の活用による実例を通じた消費者教育が行われるよう、必要な措置を講じなければならない。

（事業者及び事業者団体による消費者教育の支援）

第十四条 事業者及び事業者団体は、消費者団体その他の関係団体との情報の交換その他の連携を通じ、消費者の消費生活に関する知識の向上を図られるよう努めるものとする。

2 事業者は、消費者からの問合せ、相談等を通じて得た消費者に有用な消費生活に関する知識を広く提供しよう努めるものとする。

二

3 事業者は、その従業員に対し、研修を実施し、又は事業者団体等が行う講習会を受講させること等を通じて、消費生活に関する知識及び理解を深めるよう努めるものとする。

4 事業者団体は、消費者団体その他の民間の団体が行う消費者教育の推進のための活動に対し、資金の提供その他の援助に努めるものとする。

（教材の充実等）

第十五条 国及び地方公共団体は、消費者教育に使用される教材の充実を図るとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において当該教材が有効に活用されるよう、消費者教育に関連する実務経験を有する者等の意見を反映した教材の開発及びその効果的な提供に努めなければならない。

（人材の育成等）

第十六条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、消費者安全法第十一条に規定する相談員その他の消費者の利益の擁護又は増進を図るための活動を行う者に対し、消費者教育に関する専門的知識を修得するための研修の実施その他その資質の向上のために必要な措置を講じなければならない。

2 国及び地方公共団体は、大学等、研究機関、消費者団体その他の関係機関及び関係団体に対し、消費者

教育を担う人材の育成及び資質の向上のための講座の開設その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

(調査研究等)

第十七条 国及び地方公共団体は、消費者教育に関する調査研究を行う大学、研究機関その他の関係機関及び関係団体と協力を図りつつ、諸外国の学校における総合的、体系的かつ効果的な消費者教育の内容及び方法その他の国の内外における消費者教育の内容及び方法に関し、調査研究並びにその成果の普及及び活用に努めなければならない。

(情報の収集及び提供等)

第十八条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われている消費者教育に関する先進的な取組に関する情報その他の消費者教育に関する情報について、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮しつつ、これを収集し、及び提供するよう努めなければならない。

2 国は、消費生活における被害の防止を図るため、年齢、障害の有無その他の消費者の特性を勘案して、

一三

その収集した消費生活に関する情報が消費者教育の内容に的確かつ迅速に反映されるよう努めなければならない。

第四章 消費者教育推進会議等

(消費者教育推進会議)

第十九条 消費者庁に、消費者教育推進会議を置く。

2 消費者教育推進会議は、次に掲げる事務をつかさどる。

一 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進会議の委員相互の情報の交換及び調整を行うこと。

二 基本方針に関し、第九条第五項（同条第八項において運用する場合を含む。）に規定する事項を処理すること。

3 消費者教育推進会議の委員は、消費者、事業者及び教育関係者、消費者団体、事業者団体その他の関係団体を代表する者、学識経験を有する者並びに関係行政機関及び関係する独立行政法人（独立行政法人通則法（平成十一年法律第百三号）第二条第一項に規定する独立行政法人をいう。）の職員のうちから、内

一四

閣総理大臣が任命する。

- 4 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進会議の組織及び運営に関し必要な事項は、政令で定める。

(消費者教育推進地域協議会)

第二十条 都道府県及び市町村は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育を推進するため、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センターその他の当該都道府県又は市町村の関係機関等をもって構成する消費者教育推進地域協議会を組織するよう努めなければならない。

- 2 消費者教育推進地域協議会は、次に掲げる事務を行うものとする。

一 当該都道府県又は市町村の区域における消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進地域協議会の構成員相互の情報の交換及び調整を行うこと。

二 都道府県又は市町村が都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を作成し、又は変更しようとする場合においては、当該都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の作成又は変更に関して意見を述べること。

- 3 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進地域協議会の組織及び運営に関し必要な事項は、消費者教

一五

育推進地域協議会が定める。

附 則

(施行期日)

- 1 この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。

(検討)

- 2 国は、この法律の施行後五年を目途として、この法律の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。

(消費者庁及び消費者委員会設置法の一部改正)

- 3 消費者庁及び消費者委員会設置法(平成二十一年法律第四十八号)の一部を次のように改正する。

目次中「第五条の二」の下に「―第五条の四」を加える。

第四条第十三号の次に次の一号を加える。

十三の二 消費者教育の推進に関する法律(平成二十四年法律第六十一号)第九条第一項に規定する消費者教育の推進に関する基本的な方針の策定及び推進に関すること。

一六

第五条の二を次のように改める。

(設置)

第五条の二 別に法律で定めるところにより消費者庁に置かれる審議会等は、次のとおりとする。

消費者安全調査委員会

消費者教育推進会議

第二章第三節中第五条の二の次に次の二条を加える。

(消費者安全調査委員会)

第五条の三 消費者安全調査委員会については、消費者安全法（これに基づく命令を含む。）の定めるところによる。

(消費者教育推進会議)

第五条の四 消費者教育推進会議については、消費者教育の推進に関する法律（これに基づく命令を含む。）の定めるところによる。

第六条第二項第四号中「食品安全基本法」の下に「消費者教育の推進に関する法律」を加える。

シンポジウム
消費者市民教育を実践する
～ 消費者教育推進法が成立して～
実行委員会委員名簿

氏 名	所属弁護士会	役 職
中村 新造	第二東京	実行委員長(日弁連消費者問題対策委員会委員)
武田 香織	東京	事務局長 (同委員会委員)
阿久津 正晴	茨城県	(同委員会委員)
霸岡 寿治	静岡県	(同委員会副委員長)
葉袋 真司	大阪	(同委員会委員)
島田 広	福井	(同委員会委員)
岸田 和俊	島根県	(同委員会委員)
鎌田 健司	仙台	(同委員会委員)
瀬戸 和宏	東京	(同委員会幹事)
平澤 慎一	東京	(同委員会幹事)
岩田 修	東京	(同委員会幹事)
青島 明生	富山県	(同委員会幹事)
松本 明子	東京	
竹花 元	東京	
岩崎 夏子	東京	
今村 邦雄	第一東京	
伊集院 剛	第一東京	
中村 美智子	第二東京	
井上 恵子	第二東京	
平野 正也	第二東京	

今後検討すべき課題と小委員会

<p>消費者市民育成 小委員会</p> <p>消費者学習運動の展開策 イメージマップに照らした 不足領域の抽出と それを補う教材等の作成 イメージマップの バージョンアップ 実践事例と対応させた 消費者市民社会概念の 研究・普及 モデル地区、先進的取組 の研究方法 安全安心確保のための 総合的体系的な安全教育 消費者教育の推進のための 指標化</p>	<p>情報利用促進 小委員会</p> <p>高齢者・障害者見守 りにおける効果的な 情報提供方策等 消費者教育ポータル サイトの掲載基準等 効果的かつ確実な 情報提供の仕組み 総合的な情報サイト 情報提供の実効性 確保の方策</p>	<p>地域連携推進 小委員会</p> <p>消費者行政担当部局と、教育 委員会を始めとした教育部局 との連携方策 地域における各主体の連携・ 協働のための方策 消費生活に関連する教育と 消費者教育との有機的な連携 方策 消費生活センターの消費者 教育の拠点化の具体的方法 地域の各主体の連携・協働 具体策 コーディネーターの仕組み・ 人材確保・育成等の方策 地域ごとの消費者教育推進 会議の開催による国と地方の 連携策</p>
---	---	--