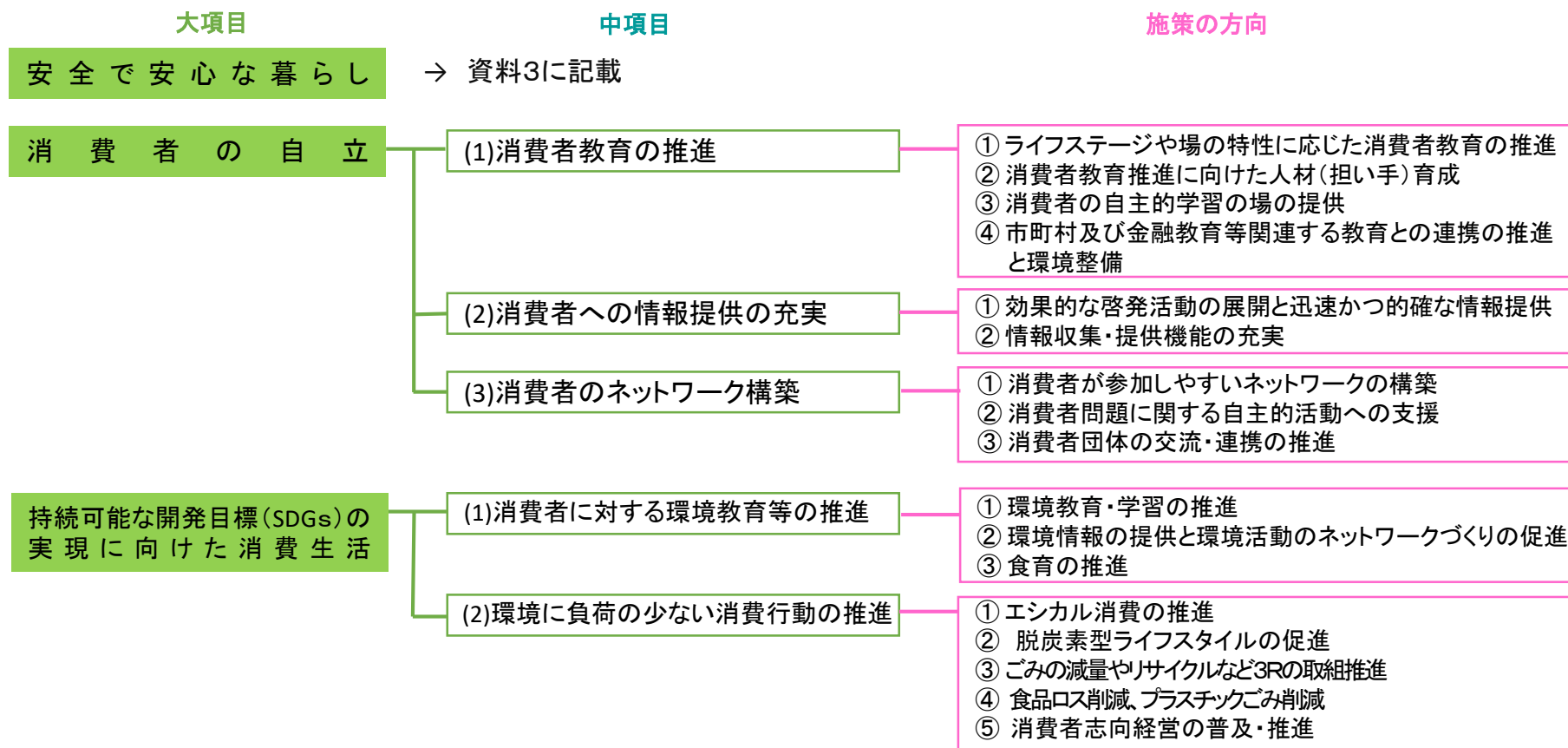


I 概要

「消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）」の趣旨を踏まえ、消費者の自立を促し、個人が自ら判断し行動できる力を養うことができるよう、引き続き消費者教育の推進に取り組むほか、学校、大学等、地域における消費者教育をさらに推進していくための環境づくりに取り組んでいくこととしている。

また、消費者教育推進計画としての性格を併せ持つ第4次青森県消費生活基本計画では、消費者教育推進に関連した基本的な柱として「消費者の自立」と「持続可能な開発目標（SDGs）の実現に向けた消費生活」を掲げており、県消費生活センター、教育委員会その他の関係機関相互の連携のもと、消費者教育推進に取り組んでいる。

【青森県消費生活基本計画関連施策体系図】



Ⅱ 令和4年度の取組方向

消費者の自立

(1) 消費者教育の推進

① ライフステージや場の特性に応じた消費者教育の推進

○ 中学校における消費者教育

消費者教育の中核としての役割が期待される中学校教員等の指導力向上を図るため、教育委員会との共催により、平成30年度から、毎年度2地区ずつで県内全域において消費者教育研修会を開催

※ 令和2年度から新型コロナウイルス感染症の拡大防止対策として、講義等を収録したDVD等の配付により実施

教員の消費者教育指導力アップ



消費者教育を効果的・効率的に実践
カリキュラム・マネジメントの視点

R3.4～新学習指導要領全面实施

社会の変化に伴い変容する消費者問題に対応し、安全・安心で豊かな生活（持続可能な社会）を築くためには、消費者被害を防止し、消費生活の安定・向上を図るため消費者自身が消費生活に関する知識を習得し、これを適切な行動に結び付けること（判断・行動する力）ができるよう、実践的な能力を育む消費者教育が不可欠

社会科 (公民的分野)	契約の重要性や意義 契約を通じた個人と社会の関係
技術・家庭科 (家庭分野)	売買契約の仕組み 消費者の権利と責任 消費者被害とその背景 消費生活が環境や社会に及ぼす影響 消費生活・環境についての課題と実践

自立した消費者として行動する力を育む



いまの中学生は
高校進学後、
在学中に成人となる

成年年齢下げへの対応

○ 高等学校における消費者教育

県内の高等学校で消費者教育の充実が図られるよう消費者教育関係教職員、大学教員、弁護士、司法書士、消費生活専門家等による検討会議を開催し、カリキュラムマネジメント等を踏まえた消費者教育の効果的な進め方についてまとめ、学校へ提供

また、成年年齢引き下げに伴う消費者被害防止のため、SNS等での生徒や保護者等への情報提供や啓発活動を実施

教員の消費者教育指導力アップ

消費教育を効果的・効率的に実践
カリキュラム・マネジメントの視点

R4.4～ 新学習指導要領年次進行実施

- ・消費者教育の充実
- ・必修科目「公共」の導入



検討委員会

- ・家庭科・公民科・商業科等の教員、関係教科・生徒指導の指導主事、弁護士、司法書士、消費生活等の専門家

授業実践

- ・弁護士、司法書士等との連携による授業実践

情報発信

- ・高校生をはじめ若者向け消費生活情報をSNSで発信
- ・県消費生活センターHPへの掲載・教科部会での周知

○ 成年年齢引き下げへの対応

高校生が考案したトラブル事例の4コマ漫画をもとに啓発動画を作成しSNSで発信（合計再生回数7.4万回）



県センターHPに掲載



<http://www.aca.or.jp/contents/post-7868/>

民法改正により **令和4年4月1日**以降 保護者のみなさんへ

18歳から成人になります

成人になると、

- 保護者の同意がなくてもクレジットカードが作れたり、銀行のローンや消費者金融が利用できます。
- 未成年者取消権が使えなくなります！
- 新成人をねらい打ちにする悪質な業者がいます！

おかしな 困ったな と思ったらすぐ相談！

消費生活センター 188

消費者トラブルに巻き込まれないように

若者に多い相談事例

- 1 目だけのお試しのつもりが、新着商品がすぐ在庫購入だった
- 2 無料体験のつもりが高額サービスを契約してしまった
- 3 友人を誘って販売員になると紹介がもらえるという話に乗ったらマダマ商法だった
- 4 マルチ商法
- 5 マルチ商法
- 6 マルチ商法
- 7 マルチ商法
- 8 マルチ商法
- 9 マルチ商法
- 10 マルチ商法

消費者が若者向けにLINEをはじめました。

消費者庁 若者ナビ！

契約について気をつけることを家族で話しましょう！

- 遠隔販売では商品やサービスの内容を確認し、その場で決めます。
- インターネット・ローン契約を結ぶ場合は注意
- 詐欺で誘われたら断る
- ネットで知り合った人、知らない人に注意

県内全高等学校に在籍する全生徒を通じ保護者向けチラシを配布

【参考】青森県内高等学校における実践的な消費者教育の実施状況（令和3年度）

消費者庁調査

設置者	学校数	R3実施校数	R3実施率	(参考) R2実施率	R2からの 増減
県立	77校	75校	97.4%	95.2%	2.2
私立	20校	12校	60.0%	58.8%	1.2
国立	2校	1校	50.0%	100%	△50.0
計	99校	88校	88.9%	89.2%	△0.3
全国	6,374校	5,789校	90.8%	85.7%	5.1

〔実施校〕

- ① 消費者庁作成の高校向け教材「社会への扉」を活用（一部の活用でも可）
- ② 地方公共団体や金融庁等、消費者団体等で作成している教材等（動画含む）を活用している（一部の活用でも可）
- ③ その他、チラシ・新聞等を活用（一部の活用でも可）
 - （例）・地方公共団体（消費生活センターを含む）ウェブサイトで公表している啓発チラシ、パンフレット、プレスリリース資料
 - ・消費者庁等がウェブサイトで公表している啓発チラシ、パンフレット、プレスリリース資料
 - ・消費生活相談員等が作成した過去の出前講座等の資料
 - ・消費者被害等に関する新聞記事・雑誌・テレビ番組
- ④ 消費生活相談員など外部講師による消費者教育に係る出前講座を実施

「18歳から大人～うまい話に騙されないで!」キャンペーンの実施

実施期間 令和4年3月～4月（2か月間）

※ 今年4月1日に成年年齢が18歳に引き下げられるのにあわせ、関係機関と連携して集中的に実施

【高校生と知事による注意喚起】

知事が高校生とともに、消費者被害防止に向けて注意喚起を呼び掛け



日時 3月18日（金）11:00～11:10
場所 第2応接室（学校とオンラインでつなぐ）

【今年4月新成人向け】

- ・高校等の卒業式及び大学・専門学校等の入学式
知事メッセージによる啓発
※ 2月に全高校へ注意喚起チラシを配布済
- ・大学、専門学校の新成人への注意喚起（4月）
県内全大学、専門学校の1・2年生全員に
注意喚起チラシを配布（46箇所、約1万1千部）
併せて、学校内でポスター掲示

【職場向け】

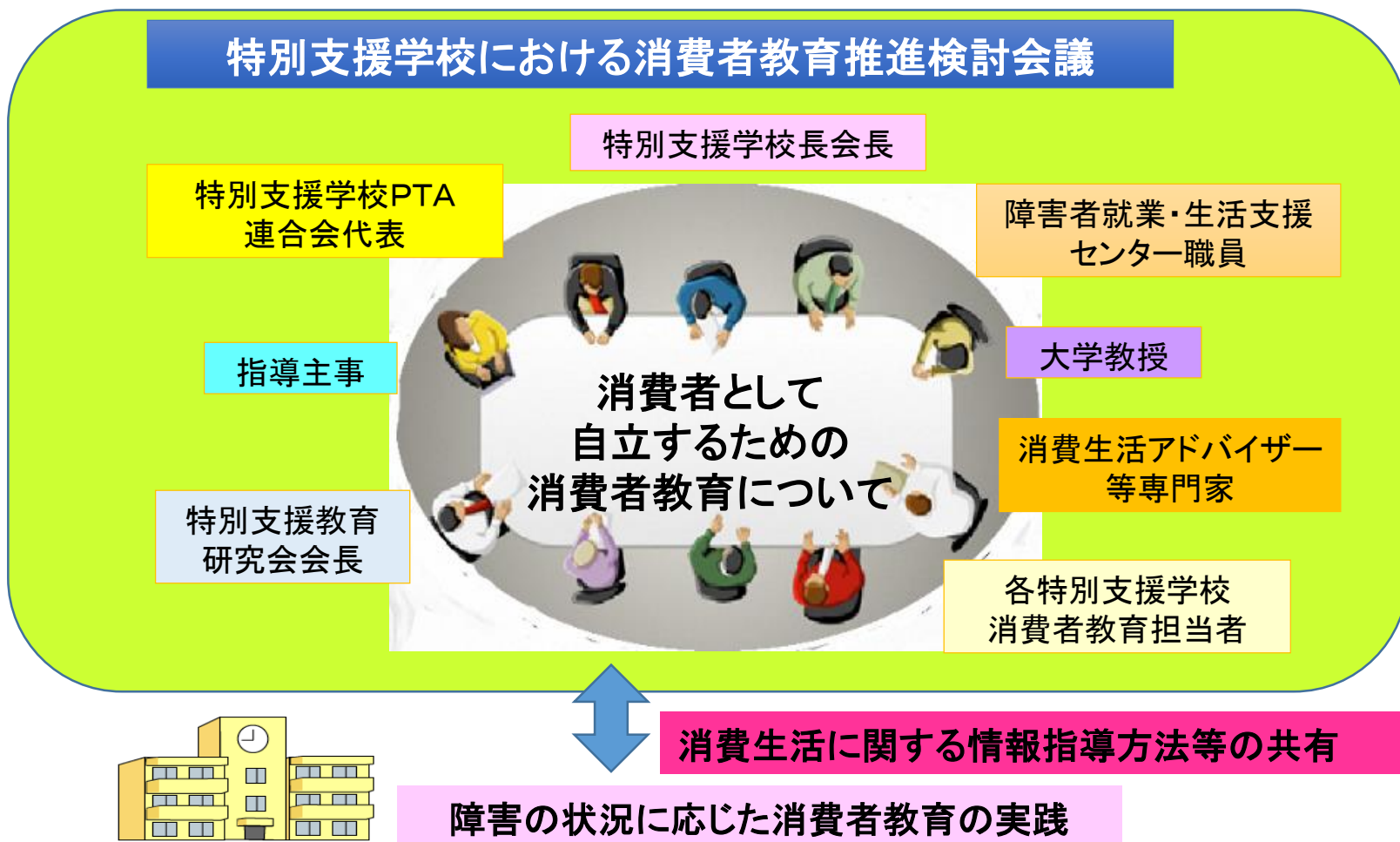
- ・県内事業者等への注意喚起（4月）
県消費生活情報ネットワークに加盟する事業者等に
注意喚起ポスター・チラシを配布し、新成人をはじめと
する従業員及びその家族に周知（約3千箇所）

【県民向け】

- ・パネル展の開催（3月14日～18日）
県庁北棟1階ロビーで注意喚起パネルの掲示や動画放映
- ・街頭での注意喚起（4月22日）
県警察本部と連携し、イトーヨーカドー青森店でチラシ配布
※ 県警察本部では「交番だより」にも掲載し注意喚起
- ・金融機関等での注意喚起（4月）
県内金融機関、量販店等で注意喚起動画を放映
- ・市町村による注意喚起
市町村広報誌や回覧板等での注意喚起
- ・県消費生活センターSNSによる注意喚起
SNSにより注意喚起動画等を集中配信
- ・県消費生活センターHPに特設ページ設置
成年年齢引下げ特設ページに啓発資料や動画等を掲載
- ・県広報媒体での注意喚起
テレビ「LINK/青森県」（RAB）（3月1日～15日）
テレビ「みんなの県庁!」（ATV）（4月9日）
ラジオ「県広報タイム」（RAB）（3月第3週、4月第2週）
コンビニでのポスター掲示（3月28日～4月24日）
新聞「広報あおもりけん」（4月1日）
毎戸配布紙「県民だよりあおもり」（4月1日）

○ 特別支援学校における消費者教育

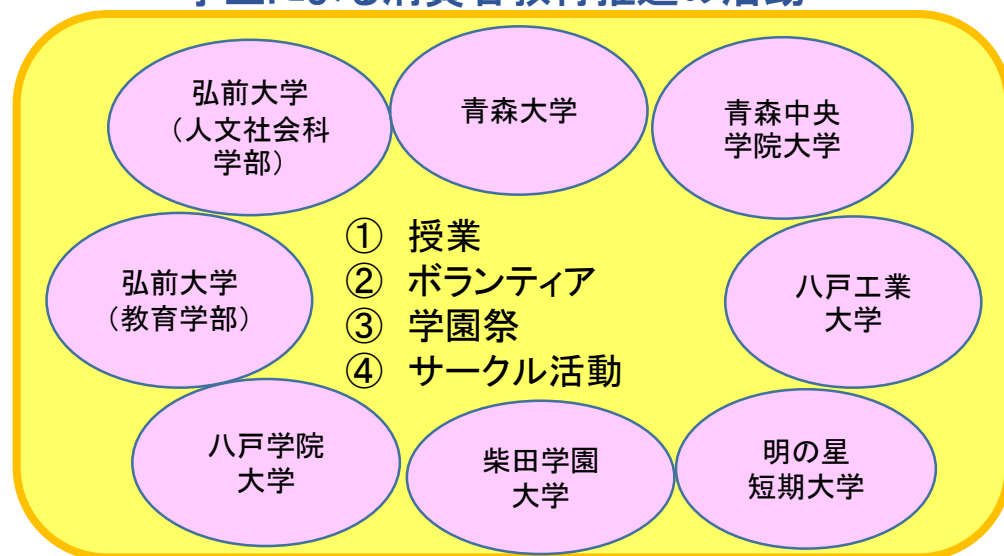
県内の全ての特別支援学校教諭、障害者支援関係者、消費生活アドバイザー、大学教員等による推進検討会議において、障がいや発達段階に応じて、消費者として自立するための消費者教育推進の方策等について検討するとともに、全ての学校において消費者教育が推進されるよう、各特別支援学校での実践を支援



○ 大学における消費者教育

県内7大学と連携し、学生が地域等における消費者教育の担い手となるよう、大学での消費者教育活動の継続や、学生自身による消費者教育活動への主体的取組や推進を支援し大学間の連携が進むようフォーラムを開催

学生による消費者教育推進の活動



消費者教育実践運営検討会議

地域や学内で消費者教育を推進するための効果的な活動について検討、情報共有

成年年齢引下げによる消費者トラブル防止、
エシカル消費も含む

各大学の学生代表、担当教授、
金融広報委員、消費生活等専門家

学生委員会

消費生活フェスタの
企画・準備・運営

学生による消費生活フェスタの開催（年1回）

【実施内容】

講演・実践発表・情報交換（ポスター発表）

＜R3の発表テーマ＞

- ・幼い子どもと保護者を対象とする金銭教育教材の提案
- ・若年者の消費者意識と成年年齢
- ・子どもの事故防止～危ない！子どものヒヤリハット～

学生が地域等における消費者教育の担い手に



○ 子育て世代に向けた消費者教育の推進

就学前の子どもを持つ親を中心とした子育て世代の意識啓発を図るため、効果的な情報発信や普及啓発のための手法、啓発資料の内容等について検討のうえ、啓発資材等を作成・配布するとともに、SNSを活用した啓発を実施

【R3作成動画 合計再生回数10.6万回】



○ 消費生活情報ネットワークの構築

職域における消費者教育推進等のため、事業所の従業員等に、県などが提供する消費生活に関する情報を伝えるネットワークの構築に向けて、県内の事業所等に協力を依頼

〔R4年3月末 57団体(2,998事業所)登録〕

登録団体に対しては、消費者トラブル事例等を紹介する「消費生活情報ネットワーク通信」を月1回作成して提供し、各事業所において掲示・呈覧等により従業員へ周知



消費生活情報「ネットワーク通信」

○ 出前講座の開催

学校、市町村、公民館、社会福祉協議会、消費者団体などからの依頼により講師を派遣し、消費生活に関する講座を開催

〔令和3年度の実績 全43回、2,164人〔中学・高校:12回、939人／大学等:3回、316人／地域:28回、909人〕〕

○ 消費生活大学講座の開催

多様化する消費生活に消費者自らが主体的・合理的に対応し、行動するために必要な知識を継続的に学習する連続講座を開催

○開催回数 6回

○会場 県民福祉プラザ 県民ホール

○対象者 消費者問題に関心があり、学習意欲のある方

○アーカイブ配信 開催後3日後から2週間

〔令和3年度の実績 全6回 参加者数:延べ712人〕



② 消費者教育推進に向けた人財（担い手）育成

○ 中学校における消費者教育（再掲）

中学校における消費者教育の充実を支援するため、教員向けに研修会を実施

○ 高等学校における消費者教育（再掲）

高等学校における消費者教育の充実を支援するため、教員向けに授業実践例や啓発資材等を提供

○ 大学における消費者教育（再掲）

大学生が主体となった消費者教育活動を支援し、地域等における消費者教育の担い手として育成

○ 消費生活情報ネットワークの構築（再掲）

職域における消費者教育推進等のため、事業所の従業員等に、県などが提供する消費生活に関する情報を伝えるネットワークの構築に向けて、県内の事業所等に協力を依頼

③ 消費者の自主的学習の場の提供

○ 消費生活サポーター研修会の開催

地域における消費者教育の担い手となる消費生活サポーターの育成を図るための研修会を開催

○ 消費者教育・金融教育に関する講座、事業等についての情報提供

ホームページ等により、消費者教育・金融教育に関する講座、事業について情報提供

○ 展示事業等の実施

消費生活情報提供コーナー（県民福祉プラザ2階）での情報提供を実施するとともに、パネルやビデオの貸し出しを実施

また、消費生活センターホームページやSNSを活用し、情報発信を強化



情報提供コーナー

④ 市町村及び金融教育等関連する教育との連携の推進と環境整備

○ 金融学習グループ等各種団体等への講師派遣(県金融広報委員会)

金銭経済問題、生活設計、こどもの金銭教育(ものやお金を大切にする教育)、中高校生向け消費者教育をテーマとした各種講演会、学習会等の講師・助言者として金融広報アドバイザーを派遣

○ 県、市町村金融生活情報提供事業(県金融広報委員会)

金融経済情報及び消費者被害未然防止啓発用リーフレットを配布

○ 金融・経済講演会(くらしとおかねのセミナー)の開催(県金融広報委員会)

○ 金融リテラシーのeラーニング講座「マネビタ～人生を豊かにするお金の知恵～」周知(県金融広報委員会)

(2) 消費者への情報提供の充実

① 効果的な啓発活動の展開と迅速かつ的確な情報提供 ② 情報収集・提供機能の充実

○ 消費生活情報誌の発行

消費者トラブル未然防止のための啓発や消費者関係法令等の改正その他消費生活に関する情報を掲載した消費生活情報誌「消費者情報あおもり」を発行
[年2回(9月／2月)発行 各1万2千部]

○ 街頭等での啓発活動の実施

特殊詐欺や消費者被害の未然防止に向けて、県警察本部等の関係機関と連携して、街頭等での啓発活動を実施
5月消費者月間に合わせ、県庁北棟においてパネル展示を実施

○ 全国消費生活情報ネットワークシステムの活用

国民生活センターと回線で結ばれている全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)を活用し、消費者トラブル事例等の注意喚起や相談状況などの情報提供を実施



消費者月間 パネル展示の様子

(3)消費者のネットワーク構築

- ① 消費者が参加しやすいネットワークの構築
- ② 消費者問題に関する自主的活動への支援
- ③ 消費者団体の交流・連携の推進

○ 消費者団体の交流・連携の推進

地域において活動する消費者団体相互の交流・連携を推進し、消費者団体が行う啓発活動を支援

消費者団体等の多様な主体による活動の活性化と、それらの団体や地方自治体との間における協働の促進を図るため、県内2地域でブロックフォーラムを開催



R3実施 消費者フォーラムin平内の様子

○ 消費者教育・金融教育に関する講座、事業等についての情報提供(再掲)

ホームページ等により、消費者教育・金融教育に関する講座、事業について情報提供

○ 展示事業等の実施(再掲)

消費生活情報提供コーナー(県民福祉プラザ2階)での情報提供を実施するとともに、パネルやビデオの貸し出しを実施

また、消費生活センターホームページやSNSを活用し、情報発信を強化

持続可能な開発目標(SDGs)の実現に向けた消費生活

(1)消費者に対する環境教育等の推進

① 環境教育・学習の推進 ② 環境情報の提供と環境活動のネットワークづくりの促進 ③ 食育の推進

○ あおもり環境人財育成推進事業(環境政策課)

大学を拠点として、SDGsの考え方や将来の脱炭素社会の視点を有する若手環境人財の育成を推進するとともに、環境団体以外の実践団体が環境配慮行動をプラスして事業を実施することを促進

○ あおもりの「食」を育む食育県民運動推進事業(食の安全・安心推進課)

「いただきます！あおもり食育県民運動」の一層の充実強化と第3次青森県食育推進計画目標達成のため、あおもり食育サポーターや地域の食育団体による、県民のライフステージや多様化する要請に対応した食育活動を推進

(2)環境に負荷の少ない消費行動の推進

① エシカル消費の推進

○ エシカル消費で未来を変えるプロジェクト事業

県民へのエシカル消費の普及啓発をはじめ、エシカル商品・サービスの開発や提供に関わる企業等の取組を推進することにより、世界的課題を解決し、持続可能でより良い青森県を目指す

【エシカル消費の普及啓発】

・エシカル消費ウェブページの制作 ・期間限定エシカル商品売り場コーナーの設置 ・親子によるエシカル商品探し

【多様な主体との連携・取組推進】

・エシカル推進会議の設置 ・エシカルセミナーの開催

エシカル消費の商品・サービス・行動の例				
商品			サービス	行動
フェアトレード(公正貿易)認証ラベル付きのチョコレート、コーヒー など	JAS(有機)認証ラベル付きのにんじんやお茶 など	FSC(森林管理)認証ラベル付きの紙や木材 など	びお ほてる BIO HOTEL (食事やアメニティにオーガニック製品等使用) 認証のホテル など	・地産地消 ・てまえどり ・マイバック マイカップ マイ箸利用 など

エシカル消費で未来を変えるプロジェクト事業費（新規R4～R6）

現状分析と課題

現状分析

人類の危機！2030年までにSDGs達成を！

- ▶ 世界は、貧困や人権問題、地球温暖化など深刻な課題を抱えている
- ▶ 国際社会では、持続可能な開発目標（SDGs）を定め、2030年までの達成を目指している
- ▶ これら世界的課題を「消費行動」で改善しようとする「エシカル（倫理的）消費」が欧米で進む

－ エシカル消費 －

児童労働の禁止や農薬の不使用、原生林の保護等の環境下でつくられた商品の購入や、輸送によるCO2削減に資する地産地消など、人や社会、地域、環境に配慮した消費行動

※SDGsの「12つくる責任つかう責任」に関与

- ▶ 環境問題等に関心の高いミレニアル世代（20代後半から30代）がこれを牽引
- ▶ 国の消費者基本計画(R2-R6)に「エシカル消費の普及啓発」が新たに明記

エシカル消費は日本では知られていない！

- ▶ 日本のエシカル消費の認知度は12.2%
(R元/消費者庁調べ)

課題

- ▶ 県民がエシカル消費の意義や目的を知る機会が少ない
- ▶ 自分事として、行動してもらうためのきっかけづくりが不足
- ▶ 身の回りにエシカル商品やサービスが少ない

事業の内容（アウトプット）

概要

- ◇ 県民にエシカル消費のことを知ってもらう！
- ◇ ミレニアル世代を中心に行動を促す！
- ◇ エシカル商品・サービスに関わる多様な主体と連携し、取組を推進！

（地方消費者行政強化交付金活用予定事業）

取組1 エシカル消費普及啓発

[1] エシカル消費ウェブページの制作

エシカル消費の意義や目的を、動画や取組事例などで分かりやすく伝えるウェブページを制作

※ウェブページは県消費生活センターHP（既存）内に設置

[2] 期間限定エシカル商品売り場コーナーの設置

ミレニアル世代を中心に、食品だけでなく、ファッションや化粧品、雑貨等のエシカル商品を知ってもらうため、県内の商業施設に期間限定のエシカル商品売り場コーナーを設置（2地域×各1回）

[3] 親子によるエシカル商品探し

親子（小学生や園児とその保護者）でエシカル消費を考えるきっかけをつくるため、県内の量販店でエシカル商品を探すゲームを実施（2地域×各1回）

取組2 多様な主体との連携・取組推進

[1] エシカル推進会議の設置

県産品を活用したエシカル消費を推進するため、農商工等の関係者で構成する会議を設置

[2] エシカルセミナーの開催

県内企業等向けに、エシカル商品の開発や提供等の取組につなげるセミナーを開催（1回）

事業の目指す姿

事業のアウトカム

エシカル消費の認知度（R6）

18.0%

現状：5.6%（R3）

エシカル消費を認知している人の実践度（R6）

50.0%

現状：43.3%（R3）

※週1回以上実践

セミナー参加者数（R6）

延べ**150人**

最終アウトカム

- ✓ エシカル消費が認知され、行動する人が増える
- ✓ エシカル商品やサービスが増える

世界的課題が解消され、持続可能でより良い青森県へ

－ 関連KPI等 －

エシカル消費の認知度 30%（R8）
（第4次青森県消費生活基本計画）

- | | |
|---------------------|------------------------|
| ② 脱炭素型ライフスタイルの促進 | ③ ごみの減量やリサイクルなど3Rの取組推進 |
| ④ 食品ロス削減、プラスチックごみ削減 | ⑤ 消費者志向経営の普及・推進 |

○ あおもり脱炭素社会チャレンジ推進(環境政策課)

各分野の事業者・団体の事業活動等における脱炭素社会実現に向けた取組を促進するとともに、脱炭素社会の実現に向けて、県民のライフスタイルの変革に資する取組を促進
また、県・市町村が、県民や事業者・団体等と一丸となって、脱炭素社会実現に向けて取り組むための環境を整備

○ 環境にやさしい農業の拡大(食の安全・安心推進課)

有機農業、県特別栽培農産物、エコファーマー等土づくりを行い、化学肥料、化学合成農薬の使用を控えた、環境に負荷の少ない農業による農産物の生産拡大を図るため、優良事例の収集・調査や研修会開催を実施

○ もったいない・あおもり県民運動の展開(環境政策課)

もったいない・あおもり県民運動推進会議の開催し、「あおもり脱炭素チャレンジ宣言」を行うとともに、各参加団体における取組内容を取りまとめたアクションプログラムを策定し、食品ロス削減、プラスチックごみ削減などの普及啓発活動等を実施

○ 「資源をきれいにまわそう」適正分別等推進(環境政策課)

資源回収拠点用のパネルを作成し、設置を依頼するとともに、陳列棚の手前の商品の購入を呼びかける「てまえどり」キャンペーンを実施

評価指標の状況

対応する 施策の柱	評価指標	指標内容	目標(R8)	現状(R3)
1	消費生活センター及び 消費者ホットラインの認知度	県民が気軽に消費生活相談を利用できるよう、消費生活センターの存在と、消費者ホットライン「188」について、多くの県民に認知されることを目指します。	消費生活センター 80.0%	消費生活センター 65.3%
			ホットライン 80.0%	ホットライン 48.0%
	消費者安全法に基づく消費者 安全確保地域協議会設置市町村の県内人口カバー率	地域におけるきめ細かな見守り体制を構築するため、消費者安全法に基づく「消費者安全確保地域協議会」を全市町村において設置することを目指します。	100.0%	43.9%
	相談員の資格保有率	消費生活センターの相談員の相談能力向上のため、消費者安全法等に基づく消費生活相談員資格の保有率を高めます。	75.0%	40.7%
	相談員の研修参加率	消費生活センターの相談員の相談能力向上のため、国等が実施する研修にすべての相談員が参加することを目指します。	100.0%	88.9%
2,3	消費者啓発事業への年間参加者数	自立した消費者の育成等に向けて県や市町村、各種団体等が実施する消費生活に関する各種啓発事業について、一人でも多くの県民の参加を目指します。	対前年度増	15,165人
2	若年者(20歳未満)の 消費生活センター及び 消費者ホットラインの認知度	若年者が気軽に消費生活相談を利用できるよう、消費生活センターの存在と、消費者ホットライン「188」について、多くの若年者に認知されることを目指します。	消費生活センター 80.0%	消費生活センター 37.2%
			ホットライン 80.0%	ホットライン 46.5%
	消費者教育教材「社会への扉」 等を活用した実践的な消費者 教育の実施率	成年年齢引下げに伴う、若年者への消費者教育について、県内すべての高等学校等での実施を目指します。	100.0%	88.9%
3	エシカル消費の認知度	SDGsの実現に向けた消費生活の推進のため、多くの県民に認知されることを目指します。	30.0%	5.6%