

熊本市消費者教育推進計画

～自ら考え、行動し、消費者市民社会の形成に積極的に参画する消費者の育成を目指して～

平成29年3月
熊本市

目 次

I. 基本的な考え方

1. 策定の背景 1
2. 計画策定の趣旨 1
3. 計画の位置づけと計画期間 2
4. 計画の基本方針 2

II. 消費者教育の現状と課題

1. 本市における消費者教育の課題 3
2. 課題解決に向けて 4
3. 消費者教育と関連する範囲 5

III. 具体的な取組みについて 6

参考資料 15

I. 基本的な考え方

1. 策定の背景

(1) 消費者問題の複雑化、多様化

近年、高度情報化、国際化、経済のグローバル化、超高齢化社会の到来、家族・地域のつながりの弱体化など、消費者を取り巻く環境は、急激に変化しています。それに伴い、消費者相談の内容も複雑化、多様化、深刻化し、消費者を狙った悪質商法の手口はますます悪質、巧妙化しています。

平成 27 年度に熊本市消費者センターに寄せられた相談は 6,290 件で、前年よりわずかに減少したものの依然として高水準で、平成 23 年度から増加傾向にあります。

また、相談の内容は、携帯電話やインターネット等を利用した不当請求などがもっとも多く、全体の約 25%を占めています。

次いで、消費者金融・クレジット等に関するもので、多重債務やヤミ金融等の相談が多く寄せられています。

年代別に見ると、高齢者からの相談が多く寄せられ、約 31%を占めています。

(2) 国・県の動向

平成 24 年 12 月に、消費者教育の総合的かつ一体的な推進を目的に「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、消費者教育を推進する上での基本理念や国、地方公共団体の責務が示されました。

その中で、地方公共団体は教育委員会その他の関係機関と連携し、消費者教育の推進に関して、区域の社会的、経済的状况に応じた施策を策定し、実施する責務を有すると明記されました。

そして、推進法に基づき、平成 25 年 6 月に「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。）が策定され、消費者教育の推進の意義、基本的な方向及び消費者教育の推進の内容が示されました。

推進法では、基本方針、都道府県消費者教育推進計画を踏まえ、市町村の消費者教育推進計画を策定することが努力義務とされ、熊本県においては、平成 27 年 2 月に「熊本県消費者教育推進計画」が策定されました。

2. 計画策定の趣旨

本市では、社会的及び経済的状况に応じた消費者施策を総合的かつ計画的に推進するために、熊本市消費生活条例に基づき平成 26 年 3 月に「熊本市消費者行政推進計画」を策定し、その重点的取組として消費者教育の推進に

取り組んでまいりました。

しかしながら、消費生活相談はますます複雑化、多様化、深刻化し、消費者教育の効果的な推進が喫緊の課題となっています。

そこで、本市では、消費者教育をよりいっそう効果的に推進するため、「熊本市消費者教育基本計画」を策定し、「自ら考え、行動し、消費者市民社会の形成に積極的に参画する消費者の育成」を目指します。

3. 計画の位置づけと計画期間

本計画は、「熊本市消費者行政推進計画」に掲げる重点的取組の一つである「消費者教育の推進」の具体的取組みを体系化し、消費者教育を効果的に推進するための計画です。

計画期間は、「熊本市消費者行政推進計画」の計画期間が平成 26 年度から平成 30 年度までであることから、両計画の整合性を図るため、平成 29 年度から平成 30 年度までの 2 年間とし、平成 31 年度以降は、本計画を「第 2 次熊本市消費者行政推進計画」（仮称）に統合し、一体的に消費者施策を推進します。

4. 計画の基本方針

- ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進
- 消費者教育の人材（担い手）の育成及び支援
- 多様な主体の連携

推進法の基本理念に基づき、誰もがどこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、体系的に消費者教育を受けることができる機会を提供し、効果的に推進するとともに、幅広い担い手の支援・育成、担い手間の連携及び情報共有の促進を行うことにより、消費者自身が合理的な意思決定を行い、適切に対処できる能力を身に付けるよう育成します。

さらに、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うるという社会的役割を自覚し、公正かつ持続可能な社会の構成員として積極的に参画する社会、消費者市民社会の形成を目指します。

Ⅱ. 消費者教育の現状と課題

1. 本市における消費者教育の現状と課題

本市は昭和 41 年に商工課商業係に初めて消費者行政の窓口を設置し、消費者相談の受付を開始しました。

昭和 44 年には、第 1 回消費生活展を開催し、翌 45 年には、消費生活定期講座を開講しました。

そして昭和 48 年に、小学校 5 年生向け家庭科副読本「かしこい消費」を創刊し小学校に配布、さらに昭和 49 年には消費生活巡回車「くらしのうるおい号」で地域の啓発活動に取り組むなど、積極的な情報提供を行ってきました。

昭和 60 年には、「消費者センター」を開設し、その後も、消費者フェアの開催、消費生活定期講座を消費者セミナーに拡充、出前講座や通信講座の実施、啓発ビデオの作成、夏休み親子セミナー、高校文化祭・大学祭への出展など、様々な啓発活動を展開してきました。

しかしながら、平成 15 年度に本市が実施した「消費生活実態調査」では、消費者センターを「利用したことがある」と「知っているが利用したことはない」をあわせた「消費者センターの認知度」は 80.5%であったものが、平成 25 年に独立行政法人国民生活センターが実施した「国民動向調査」では 75.8%と下降しています。

また、本市が地域に出かけ消費生活に関する積極的な情報提供を行う事業である「出前講座」は平成 26 年度 85 回実施（参加のべ人数 3,310 人）でしたが、平成 27 年度は 81 回（同 2,580 人）と減少しています。また、開催地域も偏りがあり、学生や若年層の参加が少ない状況です。

学校教育の分野では、平成元年の学習指導要領改訂の際に、消費者教育が導入され、家庭科や社会科に消費生活に関する事項が取り入れられました。

その後、平成 20 年度の改訂では、児童生徒の生きる力を育むことを目指し、基礎的な知識及び技能を習得させるとともに、課題を解決するために必要な思考力、判断力、表現力等の能力を育み、主体的に学習に取り組む態度を養うことを理念とした教育活動が実施されています。



夏休み親子【食育】セミナー

学校教育の場に本格的に消費者教育が導入されてから 20 年以上が経過しようとしています。市民の間に消費者教育が浸透しているとは言いがたい状況にあります。

その理由としては、

「学校における消費者教育推進のための十分な研修の機会が確保されていないこと」

「限られた授業時間の中で消費者教育に係る授業時間が確保しがたいこと」

「地域における福祉関係団体やNPOなどの多様な主体と本市との十分な連携が図れていないこと」が指摘されています。

2. 課題解決に向けて

消費者相談の複雑化、深刻化を受け、消費者庁を中心に、被害者救済等のため、適切な法整備が行われてきました。

しかしながら、新たな悪質商法が次々に現れ、その手口は巧妙に法律の隙間をつき、消費者被害を発生させています。

また、高度情報化社会を反映し、本市の消費者相談では平成 23 年度以降、全年代で、携帯電話やインターネット等に関する相談が最も多く寄せられています。

さらに本市は全国と比べ、多重債務に関する相談件数が多く、深刻な問題となっています。

このような消費者被害を未然に防止するためには、自ら悪質商法の手口を知り、その知識を行動に移せるよう、実践的な消費者教育を行うことが必要です。

また、生きる力を育む上で、消費者に必要な基礎的知識及び技能、課題を解決するために必要な思考力、判断力、表現力等の能力を習得できるよう、幼児期及び少年期から、金銭教育を含め、体系的な消費者教育を充実することが求められています。

もちろん、学校における消費者教育の担い手である教職員への支援も必要です。

一方、高齢者からの相談が最も多く寄せられていることから、高齢者本人への消費者教育はもちろんのこと、地域の見守りネットワークの構築や見守りサポーター（支援者）の養成など、消費者被害未然防止のための教育を行うことがますます重要となってきています。

さらに、消費者教育を一体的かつ継続的、効果的に推進するためには、消費者教育の担い手への絶え間ない支援と本市や関係機関、様々な担い手同士の連携が必要です。

3. 消費者教育と関連する教育の範囲

消費者教育の範囲は幅広く、生活のあらゆる領域に関わっていますが、国の基本方針ではそれらを「消費者市民社会の構築に関する領域」「商品等やサービスの安全に関する領域」「生活の管理と契約に関する領域」「情報とメディアに関する領域」の4つの取組みに分類し、それぞれで育むべき力を定めています。

また、推進法第3条第7項で、環境教育、食育、国際理解教育その他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を求められています。

そして、消費者教育が幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に実施でき、さらに消費者教育に携わる者がその意義や取り組むべき目標を理解できるよう「消費者教育の体系イメージマップ」が示されています。(P. 25)

基本方針では、消費者教育と関連のある教育として「環境教育」「食育」「国際理解教育」「法教育」及び「金銭経済教育」があげられています。「環境教育」では「食品ロス」問題、「国際理解教育」では「フェアトレード」に関する理解や「倫理的(エシカル)消費」なども新たな視点となっています。

ほかに、情報を正しく読み解く能力等を育成する「メディアリテラシー教育」や、平成28年熊本地震を受け、リスクコミュニケーション能力等を育成する「防災教育」も重要なものといえるでしょう。

消費者教育の対象領域

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
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
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 ・生活を設計管理する能力
情報とメディア	・情報の収集・処理・発信能力 ・情報社会のルールや情報モラルの理解 ・消費生活情報に対する批判的思考力

Ⅲ. 具体的な取組みについて

基本方針1 ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進

(1) 学校等における消費者教育の推進

幼児期は幼稚園・保育園などの教育の場や家庭生活における様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に興味を持ち、それを取り入れる時期です。

持ち物や食べものに感謝し大切に扱うこと、約束や決まりを守ること、困ったときは近くの人に知らせること、欲しいものがあったらよく考え、時には我慢することを覚えることも大切です。

また、小学校期は主体的な行動、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です。

物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えることや、身近なものの選び方、買い方を考え、適切に購入することが大切です。

中学校期は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です。

金融の仕組みや働き、消費者の行動が環境や経済に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践することや消費生活に関する情報の収集と発信の技能を身に付けることが大切です。

生涯にわたり学習する基盤が培われるよう、主体的に取り組む態度を養うことを支援します。

高等学校期は、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です。

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るとともに、生涯を見通した家計管理の在り方や不測の事態に備えた経済上のリスク管理、消費者の権利と責任、消費者契約、消費者信用及びそれをめぐる問題や消費者の自立支援などについて理解を深めます。

また、携帯電話やスマートフォンなどの情報通信機器の適切な利用やインターネットによる契約トラブルについても学習し、主体的な判断と行動ができる自立した消費者の育成に取り組みます。

大学・専門学校期は未成年から成年へと移行する時期であり、成人としての責任が発生し、消費者の権利と義務を深く自覚し、理解する必要があります。

学生自身が生活者として自立し、生活をデザインし、安心して充実した学生生活を送るための支援を行う必要があります。

大学や専門学校へ進学して行動範囲や生活圏が広がり、様々な消費者トラブルに遭遇するリスクも増えます。

特に、未成年時には保護されていましたが、成年者になると親の承諾なく有効に法的な行為を行うことができることから、社会的経験が浅い学生は悪質商法の被害や契約等のトラブルに遭う学生も多く、消費者情報や知識の提供機会を拡大していく必要があります。

No.	取り組みの内容	担当課
1	稲や野菜の栽培、収穫、調理実習、体験型食育活動等を実施します。	保育幼稚園課
2	地元漁協の協力のもと、小学生を対象に干潟での採貝業、生物観察等の体験学習を行います。	水産振興センター
3	小学生を対象に棒はかり等の製作を行いながら、日常生活の中で計量について興味・関心をもってもらうよう計量教室を実施します。	計量検査所
4	各学校で実施する食育の取り組み及び学校給食を活用した食育を通して、食への興味、関心、感謝の心及び食品を選択する力などを育成します。	健康教育課
5	学習指導要領における消費者教育関連の授業内容を充実し、子どもたちに消費者としての力をつけさせ、主体的に生きる消費者の育成を図ります。	指導課
6	学校における効果的な情報提供及び啓発活動のため、教育委員会等関係機関と協力を行い、啓発資料を作成し学校での活用を促進します。	指導課 消費者センター
7	夏休みの期間中、親子を対象とした経済（金銭）・食育・環境に関するセミナーを開催します。	消費者センター
8	食の乱れが著しい高校生・青年期をターゲットとし、中食の上手な利用方法、組み合わせ等を提案します。	健康づくり推進課
9	大学生を対象とした食育実践講座を行います。	健康づくり推進課

10	高校文化祭や大学祭等に出展し、効果的な情報提供を行います。	消費者センター
11	大学・専門学校等へ啓発紙や電子メール等で消費者情報の提供を行います。	消費者センター
12	幼稚（保育）園、学校、大学、専門学校等において児童生徒及び保護者を対象に出前講座を開催し、学習機会の充実を図ります。	消費者センター 関係各課



熊本県立大学学園祭で「消費者クイズ」等啓発活動を実施

（２）家庭、地域、職域における消費者教育の推進

家庭は最も身近な社会生活の場であり、衣・食・住などの身近な知識を実践的に学ぶ場でもあります。

特に幼児期においては保護者が子どもに対してお小遣いの使い方や、安全で安価で良質な商品を見分けるなど買い物の方法を教えたり、金銭やものを大切に扱う意識を身に付ける時期です。

また、学童期は携帯電話やインターネットの使い方を家族で考え、ルールを決めるなども必要です。

地域においては、高齢社会の進展や核家族化の進展、地域の連帯の希薄化等により、高齢者の消費者トラブルが増加し、孤立しがちな高齢者や障がい者を地域で見守り支えあう仕組みが必要です。

事前に悪質商法の手口を知り未然に被害を防ぐことができるよう、また、衣食住、経済、環境、防災、情報等、生活に必要な情報を自ら入手し、判断できる自立した消費者の育成を促進します。

職場は一日のうちで最も長い時間を過ごす場所です。

また、学校生活とは異なり、より実践的な知識を習得する場でもあります。

そこで、消費者教育の重要性について理解を深めるため、事業団体等の会合において消費者センターの周知を図るとともに、事業者等の新入社員研修等に消費者教育を実施するよう促します。

No.	取り組みの内容	担当課
1	児童館（室）や公民館において、保護者や地域住民を対象に、食育や消費生活に関する講座等を実施します。	1 2 まちづくり交流室（児童館・室） 公民館
2	小学校区ごとに生活習慣病を目的とした献立の普及を図る調理実習や食事バランスガイドの啓発を行います。	健康づくり推進課 区役所子ども保健課
3	食育を推進するための民間団体（主に食品関連事業者）向けの研修会を行います。	健康づくり推進課
4	計量記念日にあわせ、熊本県・協会と連携し「計量フェア」で消費者を対象に計量意識・知識の普及・啓発事業を行います。	計量検査所
5	消費者が購入した商品の量目検査や消費者同行の商店・スーパー等の訪問指導により計量意識の向上を図ります。	計量検査所
6	消費生活に関して、その時々に応じたセミナーを開催します。	消費者センター
7	在宅時も衣食住や消費生活に関する情報が入手できるよう、ホームページやフェイスブック、マスメディアを活用した情報提供を行います。	健康づくり推進課 消費者センター
8	家庭からのごみの排出抑制に向け、「買いすぎない、作り過ぎない、食べ残さない」をスローガンに、食品ロス削減への取り組みとして、家庭で余った食材を活用した「くまもとECOレシピ」の実践講座を行います。	ごみ減量推進課
9	地域住民や企業等の団体を対象に、食育や環境、防災、フェアトレード、消費生活等に関する出前講座を実施し、市民の学習機会の充実を図ります。	危機管理防災総室 国際課 環境共生課 食品保健課 生活衛生課 計量検査所 消費者センター

基本方針2 消費者教育の人材（担い手）の育成及び支援

（１）教育現場の担い手の育成及び支援

学校における消費者教育は小・中・高等学校の家庭科や社会科などの各教科で児童生徒の発達段階に応じて、おつかいや買い物、約束や決まりを守ること、から金銭管理、契約の知識、情報通信機器との上手な付き合い、持続可能な社会を目指したライフスタイルを考えること、まで学習指導要領に基づき、推進されることが必要です。

その担い手である教職員は最も重要な役割が期待され、体系的かつ効果的に消費者教育を実施できるよう、指導力の向上を図ることが重要です。

そのため、消費者教育の現状とその必要性について理解を深め、授業力を向上させるための支援を行います。

学校における消費者教育が効果的に推進できるよう、書籍、テキストといった紙媒体に限らず、ゲームやDVDなどの電子媒体も含め、教材等を利用した消費者学習は有効であることから、国、県や各自治体、NPO など様々な主体が作成した教材等を広く紹介し、利用を促進します。

また、各主体が実施する研修や啓発事業、様々な情報を提供します。

さらに、教育委員会やNPO など様々な主体と連携して、消費者教育教材の開発に取り組みます。

No.	取り組みの内容	担当課
1	教員研修において、消費者教育の内容や進め方等に関する啓発及び研修の実施に取り組みます。	教育センター 消費者センター
2	各学校の情報教育担当者に対し、情報モラル計画の作成及び推進に関する研修を行います。	教育センター
3	消費者教育に有効な教材や研修、啓発事業について広く周知を図ります。	消費者センター
4	教職員を消費者教育専門講座等の研修に派遣します。	消費者センター
5	小中学校等にDVD等教材の提供を行うとともに教育機関、NPO等と連携して教材の開発に取り組みます。	消費者センター



(2) 地域における担い手の育成及び支援

住民に身近な自治会等の地縁団体、NPO、社会福祉団体等は地域の消費者教育の推進のための重要な担い手です。

特に高齢化、核家族化が進み、地域の連帯の希薄化し、高齢者の消費者トラブルが増加する中、地域の見守り体制の強化が喫緊の課題です。

そのため、地域の自治会や老人会、PTA 等の会合などで消費生活に関する勉強会を実施するよう、積極的に働きかけます。

また、消費者センターと地域とのパイプ役として、住民から初歩的な消費生活相談を受けたり、必要な情報提供を行うことなどを目的とした消費生活地域見守りサポーターを育成します。

昭和 52 年に発足した熊本市消費者団体連絡会は、これまで食品添加物や輸入食品の安全性、円高差益、大型店舗の出店問題など、その時代にあった問題について、生活者の立場から問題を提起し、研究してきました。

しかしながら、会員数の減少、高齢化、消費者問題の複雑化により、その活動は沈滞化しています。

本来、消費者活動は一人では解決できない問題を複数で団体を作り、連携して取り組むことにより、社会変革を促す活動です。

そのため、消費者活動を活性化するため、消費者団体の会員数を増加させるための支援が必要です。

また、消費者問題の解決に取り組む NPO や地域活動団体等の活動を支援することも必要です。

事業者は商品・サービスを提供する側の立場と同時に、従業員を指導監督する使用者としての立場があります。その両側に立った支援が必要です。

そこで、食品偽装表示事件の発生を起因として成立した食品表示法の適正な執行のため、食品表示の監視を強化し、業者指導を行うとともに商品・サービスの安全性の確保のために、事業者指導並びに消費者情報を適切に提供します。

また、事業者の従業員教育の一環として消費生活に関する出前講座の利用を促します。

No.	取り組みの内容	担当課
1	消費生活地域見守りサポーター養成講座を開催し、消費生活相談員、見守りサポーターの養成に努めます。	消費者センター
2	地域で実施する啓発活動等に消費生活地域見守りサポーターを活用します。	消費者センター
3	地域における食育地域リーダーとして、食生活改善推進員を育成します。	健康づくり推進課
4	活動を活性化するため、熊本市消費者団体連絡会の会員の確保に努めます。	消費者センター
5	消費者問題解決に取り組むNPOや地域活動団体等の活動を支援します。	消費者センター
6	事業者向けに必要な情報提供を行います。	消費者センター 関係各課

基本方針3 多様な主体の連携

(1) さまざまな分野の担い手の連携

学校、地域、職域にはそれぞれ消費者教育を担う主体が存在しています。消費者教育をより効果的かつ体系的に推進していくためには、行政、学校、地域団体、社会福祉団体、NPO、事業者、弁護士、司法書士等の専門家などの多様な主体が連携して取り組むことが重要です。

そこで、さまざまな主体が連携できるよう各主体の活動について情報交換できる仕組みの構築や相互連携の場を開催するための支援が必要です。

そのため、各主体が消費者教育を効果的に実施できるよう情報提供を行います。

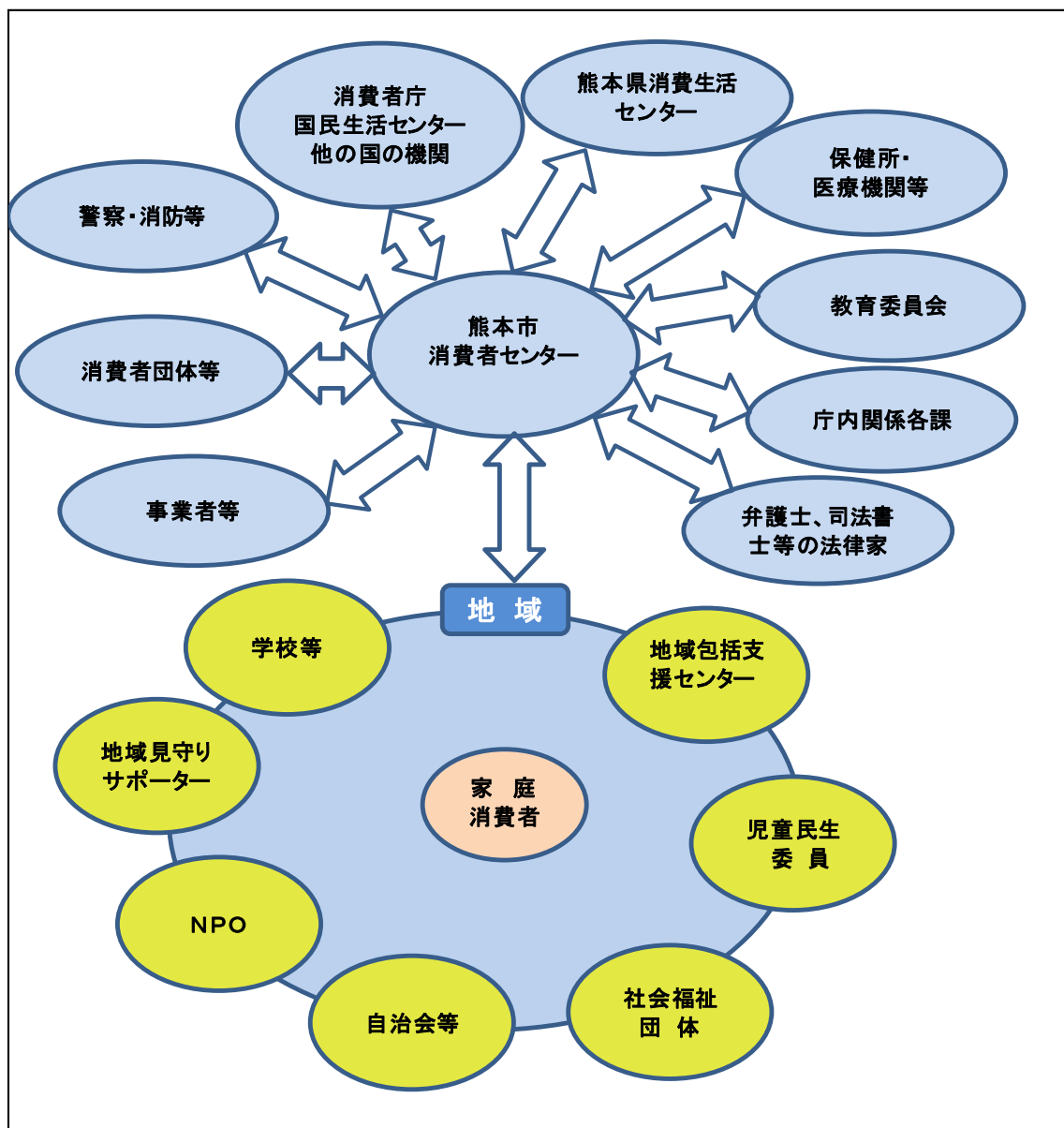
また、消費者被害の未然防止及び拡大防止を図るために、庁内の各課が連携して総合的、計画的かつ体系的に消費者教育を推進することが重要です。そのため、必要な情報共有及び市民への情報提供を行うとともに、関係部課長を組織した庁内連携体制を整備し、消費者教育に関する施策の検討及び推進、連絡調整を行います。

消費者教育の推進においては、市や県など各地方自治体が住民の身近な窓口であるのに対し、国は消費者教育の実践に役立つ様々な調査研究及び情報提供を行っています。

それぞれの役割を認識し、緊密に連携しながら、効果的な消費者教育を行います。

No.	取り組みの内容	担当課
1	さまざまな分野の主体が情報共有できる仕組みを構築します。	消費者センター
2	庁内推進会議を開催し効果的な消費者教育を推進します。	消費者センター
3	国及び県と情報を共有し、効果的な消費者教育を推進します。	消費者センター

多様な主体の連携のイメージ

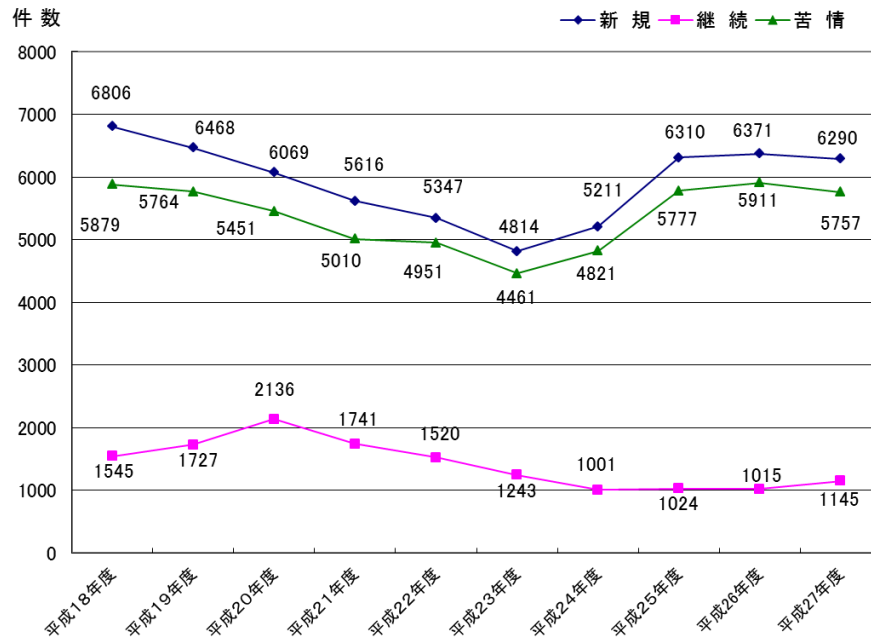


参 考 資 料

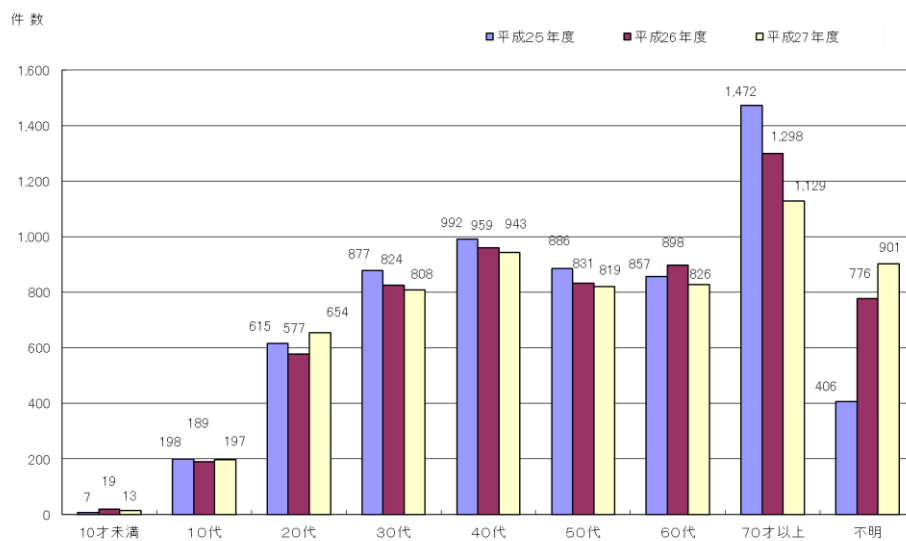
- 1 熊本市消費者センターにおける消費生活相談の現状
- 2 消費者センターの認知度
- 3 消費者教育の現状
- 4 用語の説明
- 5 消費者教育の推進に関する法律
- 6 熊本市消費者教育推進計画の策定経過

1 熊本市消費者センターにおける消費生活相談の現状

○消費生活相談件数の推移



○年代別相談件数



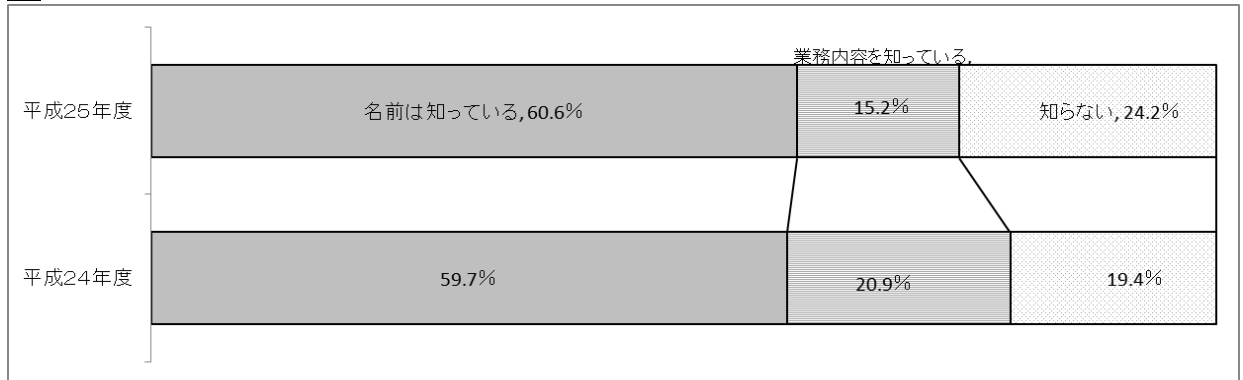
○相談の多い商品・役務

順位	平成25年度	件数	平成26年度	件数	平成27年度	件数	対前年度比 (%)
1	放送・コンテンツ等 (他の運輸・通信)	1,116	放送・コンテンツ等 (他の運輸・通信)	1,549	放送・コンテンツ等 (他の運輸・通信)	1,583	102.2%
2	融資サービス (消費者金融・ クレジット等)	431	融資サービス (消費者金融・ クレジット等)	424	融資サービス (消費者金融・ クレジット等)	399	94.1%
3	レンタル・リース・賃借 (土地・建物等)	327	商品一般	357	レンタル・リース・賃借 (土地・建物等)	324	99.7%
4	健康食品	320	レンタル・リース・賃借 (土地・建物等)	325	商品一般	306	85.7%
5	商品一般	251	健康食品	135	工事・建築・加工 (戸建住宅)	158	159.6%
6	理美容	154	自動車	119	健康食品	143	105.9%
7	自動車	144	工事・建築・加工 (戸建住宅)	99	自動車	137	115.1%
8	工事・建築・加工 (戸建住宅)	130	書籍・印刷物	95	移動通信サービス	99	115.1%
9	書籍・印刷物	119	理美容	92	電話機・電話機用品	92	127.8%
10	移動通信サービス	97	移動通信サービス	86	医療	86	162.3%

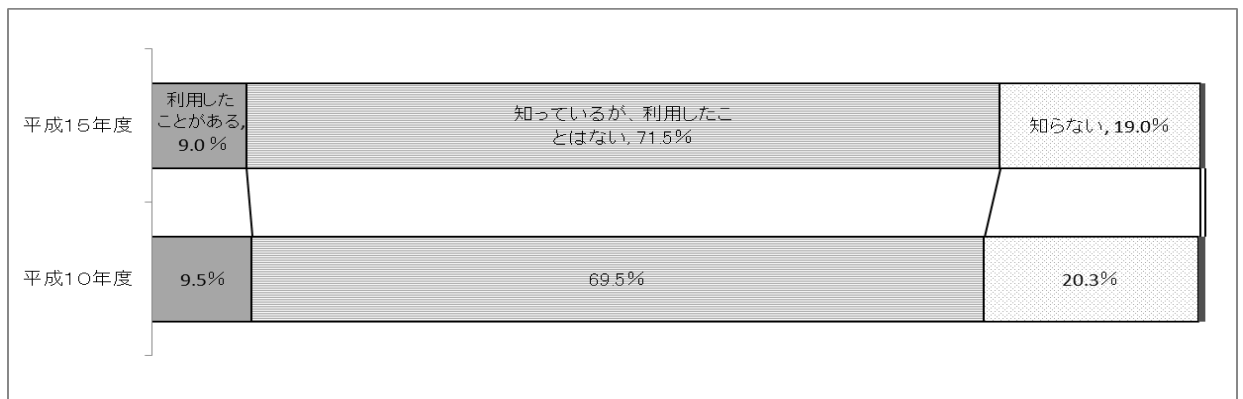
○多重債務に関する相談件数の推移

	総件数	消費者金融・クレジット等		うち多重債務
平成23年度	4,814	513	10.66%	302
平成24年度	5,211	544	10.44%	322
平成25年度	6,310	431	6.83%	233
平成26年度	6,371	424	6.66%	233
平成27年度	6,290	399	6.34%	255

2 消費者センターの認知度



出典：第39回国民動向調査（独立行政法人国民生活センター）
第40回国民動向調査（独立行政法人国民生活センター）



出典：「平成10年度消費生活実態調査報告書」（熊本市）
「平成15年度消費生活実態調査報告書」（熊本市）

3 消費者教育の現状

○消費生活に関する出前講座及び消費者セミナーの開催回数の推移（年度別） 単位（回）

	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
出前講座数	32 (1,317)	31 (1,372)	70 (2,574)	85 (3,310)	81 (2,580)
（内訳） 高齢者講座数	26 (613)	22 (711)	58 (1,866)	70 (2,414)	64 (1,705)
一般講座数	2 (374)	5 (341)	8 (251)	12 (610)	15 (645)
学校関係講座数	4 (330)	4 (320)	4 (457)	3 (286)	2 (230)
セミナー数	5 (97)	6 (154)	6 (199)	6 (209)	6 (283)

（ ）内は参加人数

○消費生活に関する出前講座開催地域及び消費生活地域見守りサポーター養成講座受講生の居住区

	出前講座開催区（回）	地域見守りサポーター居住区（人）
中央区	17	21
東区	13	14
西区	13	4
南区	24	15

北区	13	4
合計	81	58

4用語の説明

●熊本市消費者センター

昭和43年に制定された消費者保護基本法により消費者行政が明文化され、翌44年の地方自治法改正では「消費者の保護」が地方の固有事務として規定された。本市では昭和41年に初めて消費者行政の窓口を設置し、消費者相談を受ける体制を整備した。また、平成21年に制定された消費者安全法では地方が担うべき具体的な事務が規定され、市町村においては、消費者からの苦情相談・苦情処理のあっせん、情報収集・提供、都道府県との情報交換を行うこと等が規定されている。（消費者安全法第8条第2項）

さらに、平成28年4月に、熊本市消費者センター条例が消費者安全法第10条の2第1項に基づき、施行された。

●消費者教育の推進に関する法律

消費者教育を総合的・一体的に推進し、もって国民の消費生活の安定・向上に寄与することを目的に平成24年12月13日に公布された。推進法では、「消費者教育」及び「消費者市民社会」の定義や基本理念、国や地方公共団体の責務等を定めている。

●消費者教育の推進に関する基本的な方針

消費者教育の推進に関する法律第9条に基づき、平成25年6月28日に閣議決定され、消費者教育推進の意義、基本的な方向、推進の内容、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等を定めたもの。

●消費者教育

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（消費者が主体的消費者市民社会の形成に参画する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。）及びこれに準じる啓発活動をいう。

（消費者教育の推進に関する法律第2条第1項）

●熊本市消費生活条例

消費者の利益の擁護及び推進に関し、基本理念や市及び事業者の責務、消費者の役割など、市の消費者施策等について必要な事項を定めることにより、市民生活の安定及び向上を図ることを目的に、平成24年6月1日に施行された条例。

●消費者市民社会

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。

（消費者教育の推進に関する法律第2条第2項）

●論理的消費

よりよい社会に向けて、地域の活性化や雇用等を含む人や社会・環境に配慮した消費行動であり、その関心が昨今高まっている。また、消費者の意識としても環境や被災地復興、開発途上国の労働者の生活改善等に配慮した商品・サービスを選択して消費することへの関心が高まっている。こうした消費行動は消費者市民社会の形成に向けたものと位置づけられており、日本の経済社会を物心両面からより豊かにする大きな可能性を秘めている。この動きについては途についたばかりであり、現在、消費者庁において、その必要性や取り組み方について調査検討が進められている。（平成27年度消費者白書）

●メディアリテラシー

放送番組やインターネット等の各種メディアを主体的に読み解く能力や、メディアの特性を理解する能力、新たに普及するICT機器にアクセスし活用する能力、メディアを通じコミュニケーションを創造する能力等のことをいう。（ハンドブック消費者2014）

●多重債務

従来は、複数の消費者金融等から借入れを行い、債務が膨らんでいたことが多かったことから、複数債務を抱える状態を「多重債務」と呼び、その対策が講じられてきた。現在では、消費者金融からの借入れのほか、厳しい経済情勢における収入減などの理由から、返しきれない債務を抱える場合も多く、このような状態も含めて「多重債務」と総称している。（金融庁・消費者庁「多重債務の手引き」）

●学習指導要領

全国のどの地域で教育を受けても、一定の水準の教育を受けられるようにするため、文部科学省では、学校教育法等に基づき、各学校で教育課程（カリキュラム）を編成する際の基準を定めている。これを「学習指導要領」という。

「学習指導要領」では、小学校、中学校、高等学校ごとに、それぞれの教科等の目標や大まかな教育内容を定めている。また、これとは別に、学校教育法施行規則で、例えば小・中学校の教科等の年間の標準授業時数等が定められている。各学校では、この「学習指導要領」や年間の標準授業時数等を踏まえ、地域や学校の実態に応じて、教育課程（カリキュラム）を編成している。
(文部科学省ホームページ)

5 消費者教育の推進に関する法律

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、職場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。

- 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）第十条の二第一項第一号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、経済的状况に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。

（平二六法七一・一部改正）

（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（昭和四十三年法律第七十八号）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ったときは、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っては、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。
 - 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（昭和三十二年法律第九十八号）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が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するように努めるものとする。
- 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、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、消費者安全法に定める消費生活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。

（平二六法七一・一部改正）

（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、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準用する場合を含む。）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、消費者教育推進地域協議会が定める。

附 則 抄

（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。

（平成二四年政令第二九〇号で平成二四年一二月一三日から施行）

（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。

附 則 （平成二六年六月一三日法律第七一号） 抄

（施行期日）

第一条 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。ただし、次の各号に掲げる規定は、当該各号に定める日から施行する。

- 一 略

- 二 第一条中不当景品類及び不当表示防止法第十条の改正規定及び同法本則に一条を加える改正規定、第二条の規定（次号に掲げる改正規定を除く。）並びに附則第三条及び第七条から第十一条までの規定 公布の日から起算して二年を超えない範囲内において政令で定める日

（平成二七年政令第三五八号で平成二八年四月一日から施行）

重点領域	成人期		高校生期		中学生期		小学生期		幼児期	
	特に関与者	成人一般	特に関与者	成人一般	特に関与者	成人一般	特に関与者	成人一般	特に関与者	成人一般
消費者市民社会の構築	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	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	生涯・流通・消費・商業が環境、経済、社会に与える影響を考慮して行動しよう	生涯・流通・消費・商業が環境、経済、社会に与える影響を考慮して行動しよう	生涯・流通・消費・商業が環境、経済、社会に与える影響を考慮して行動しよう	生涯・流通・消費・商業が環境、経済、社会に与える影響を考慮して行動しよう	生涯・流通・消費・商業が環境、経済、社会に与える影響を考慮して行動しよう	生涯・流通・消費・商業が環境、経済、社会に与える影響を考慮して行動しよう
	持続可能な社会を目指したライフスタイルを築く	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝えよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを築く	持続可能な社会を目指したライフスタイルを築く	持続可能な社会を目指したライフスタイルを築く	持続可能な社会を目指したライフスタイルを築く	持続可能な社会を目指したライフスタイルを築く	持続可能な社会を目指したライフスタイルを築く	持続可能な社会を目指したライフスタイルを築く	持続可能な社会を目指したライフスタイルを築く
	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、公正な社会をつくる	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、公正な社会をつくる	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て行動の場を広げよう	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て行動の場を広げよう	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て行動の場を広げよう	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て行動の場を広げよう	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て行動の場を広げよう	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て行動の場を広げよう	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て行動の場を広げよう	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て行動の場を広げよう
商品等の安全	商品安全の理解と危険の回避する能力	商品安全の理解と危険の回避する能力	商品安全の理解と危険の回避する能力	商品安全の理解と危険の回避する能力	商品安全の理解と危険の回避する能力	商品安全の理解と危険の回避する能力	商品安全の理解と危険の回避する能力	商品安全の理解と危険の回避する能力	商品安全の理解と危険の回避する能力	商品安全の理解と危険の回避する能力
	商品安全の理解と危険の回避する能力	商品安全の理解と危険の回避する能力	商品安全の理解と危険の回避する能力	商品安全の理解と危険の回避する能力	商品安全の理解と危険の回避する能力	商品安全の理解と危険の回避する能力	商品安全の理解と危険の回避する能力	商品安全の理解と危険の回避する能力	商品安全の理解と危険の回避する能力	商品安全の理解と危険の回避する能力
生活の管理と契約	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力
	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力	トラブル対応能力
情報とメディア	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度
	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度	選択し、契約することへの理解と考える態度

6 熊本市消費者教育推進計画の策定の経過

月 日	項 目
平成27年 9月28日	第1回消費者行政推進委員会 消費者行政の現状について、策定方針について説明 今後のスケジュールについて
平成27年11月24日	第2回消費者行政推進委員会 策定方針について意見聴取
平成28年 7月25日	第3回消費者行政推進委員会 消費者行政推進計画の進捗状況について 計画の方向性について、計画に盛り込む内容について 計画の骨子案について
平成28年10月	たたき台について関係各課に意見照会
平成28年10月31日	第4回消費者行政推進委員会 素案の説明及び意見聴取
平成28年12月	教育市民委員会で素案説明
平成28年12月22日 ～平成29年1月23日	パブリックコメント
平成29年2月13日	第5回消費者行政推進委員会 パブリックコメントの結果説明
平成29年3月	教育市民委員会で報告

○熊本市消費者行政推進委員名簿（平成28年度）

分 野	氏 名	役 職 名
学識経験者	吉村 信明	熊本県立総合管理学部教授
//	吉村 純一	熊本学園大学商学部教授
//	宮崎 耕平	弁護士
//	岡村 光洋	司法書士
教育関係者	八谷 邦子	熊本市立白坪小学校長
//	小田 高子	熊本市立井芹中学校長
	泉 洋子	熊本市立必由館高等学校教諭
消費者団体	植村 米子	熊本市消費者団体連絡会会長
事業者団体	石井 美代子	熊本商工会議所女性会会長
//	福田 豊子	熊本市商工会連絡協議会会員
公募委員	柳楽 雅子	消費生活アドバイザー

（敬称略）

熊本市消費者教育推進計画

発 行：熊本市 市民局 市民生活部 生活安全課消費者センター
〒860-8601 熊本市中央区手取本町1番1号
電話（096）353-5757・FAX（096）353-2501

発 行：平成29年3月
