

(2)「消費者市民社会」の認知度

【問 24】

「消費者市民社会」・・・一人一人の消費者が、自分だけでなく周りの人々や将来生まれる人々の状況、国内外の社会情勢や地球環境にまで思いをはせて生活し、社会の発展と改善に積極的に参加する社会

全体では「知らなかった」(86.3%)が最も割合が高く、次いで「言葉は知っているが、意味は知らなかった」(9.2%)となっている。

前回調査(30年度)と比較すると、「知らなかった」が3.6ポイント増加している。

性別では、男女ともに「知らなかった」が最も割合が高くなっている。

前回調査(30年度)と比較すると、男女ともに「知らなかった」が増加している。

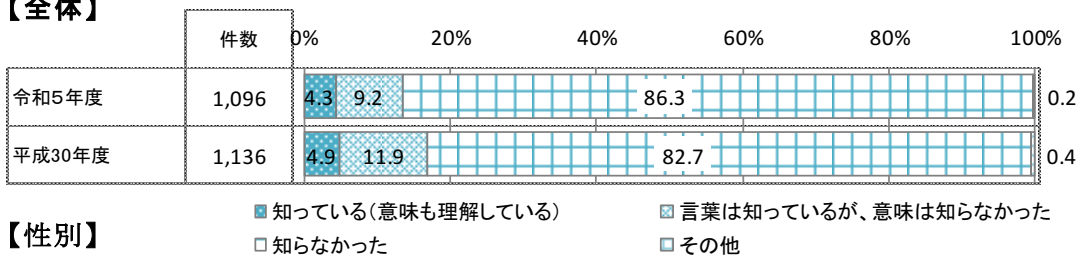
年齢別では、全ての年齢層で「知らなかった」が最も割合が高く、次いで「言葉は知っているが、意味は知らなかった」と続いている。

前回調査(30年度)と比較すると、全ての年代で「知らなかった」が増加している。

地区別では、傾向に目立った差異はなく、全ての地区で「知らなかった」が8割以上となっている。

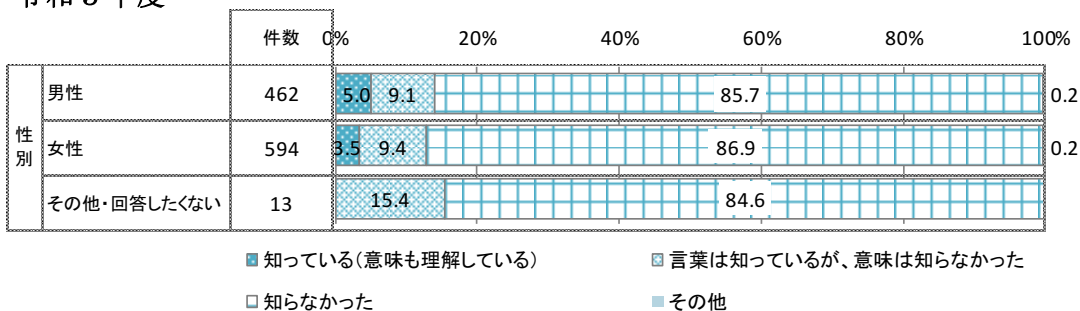
前回調査(30年度)と比較すると、他の地区に比べ西部地区で「知らなかった」が特に増加している。

【全体】

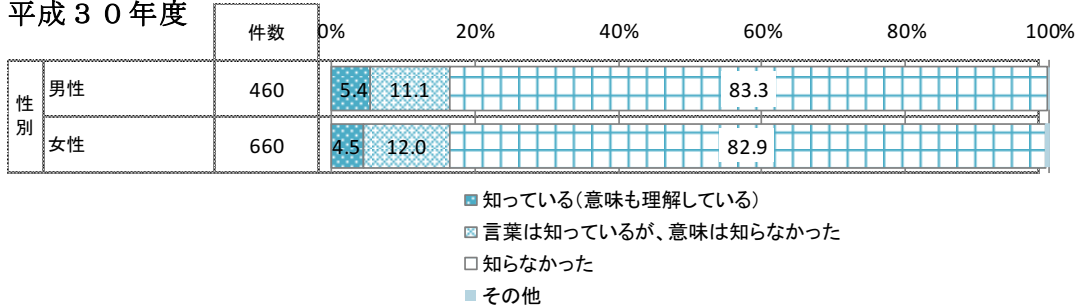


【性別】

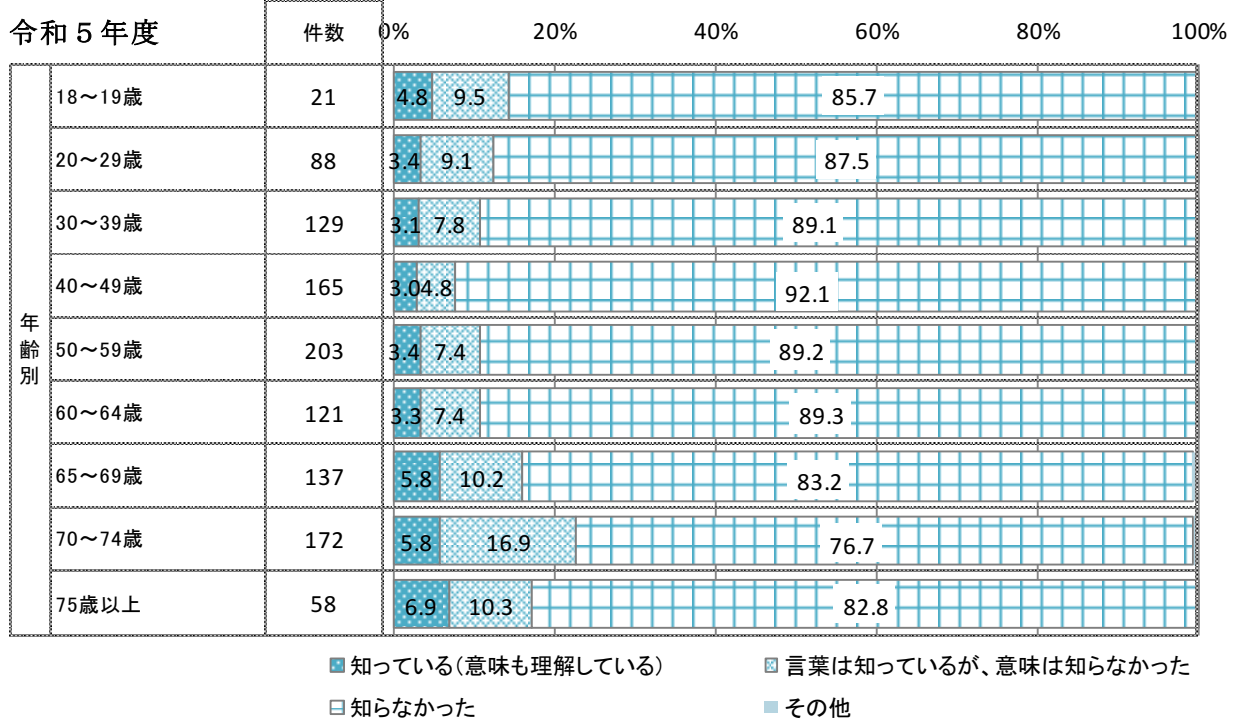
令和5年度



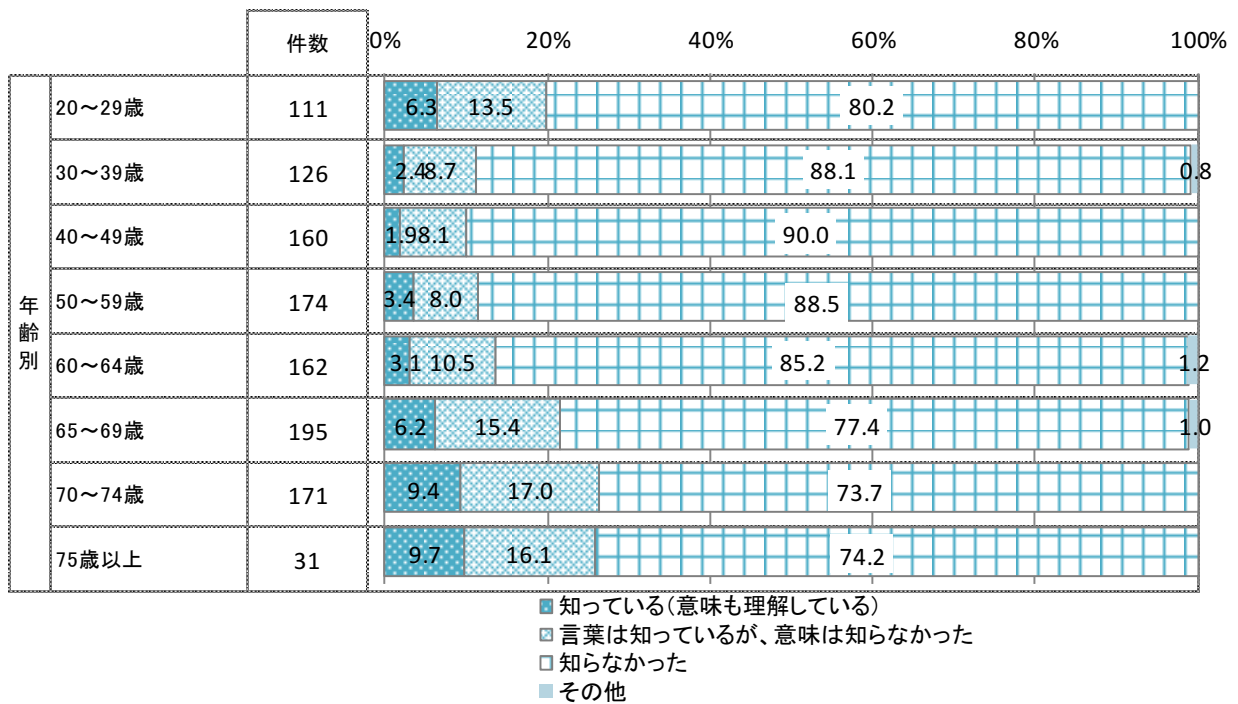
平成30年度



【年齢別】

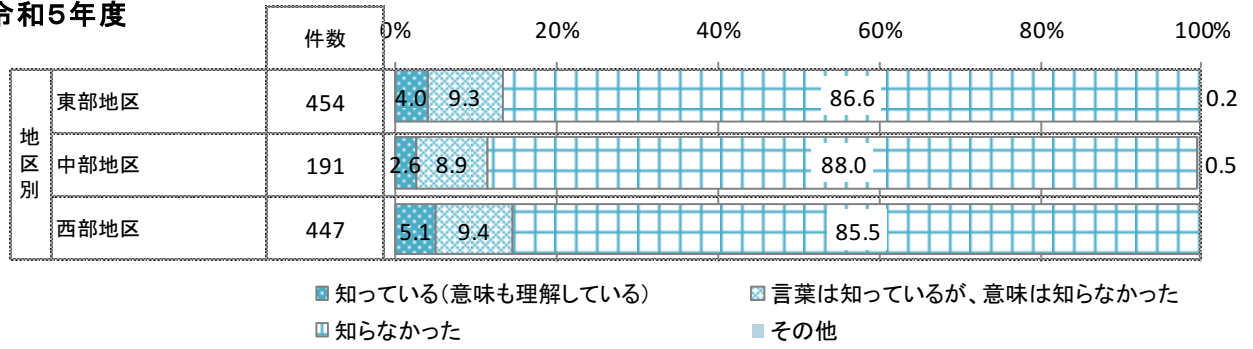


平成30年度

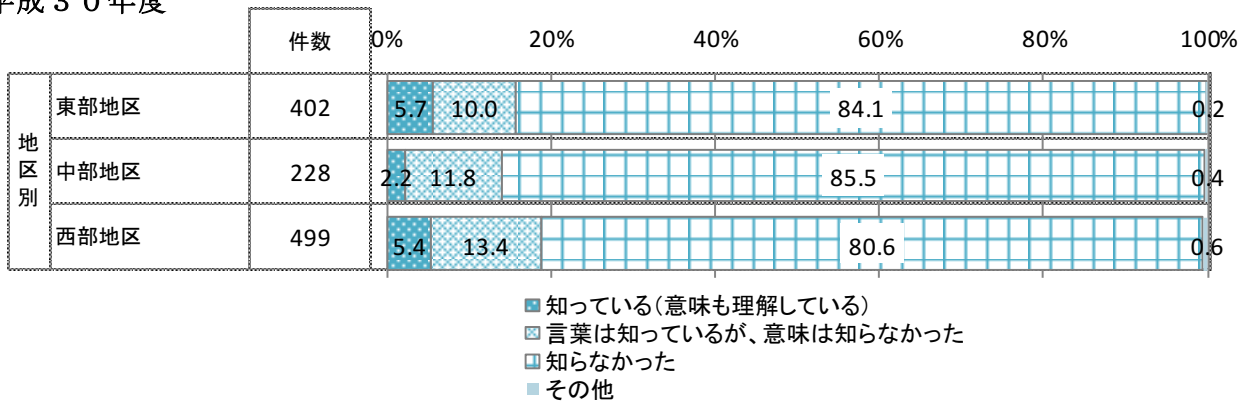


【地区別】

令和5年度



平成30年度



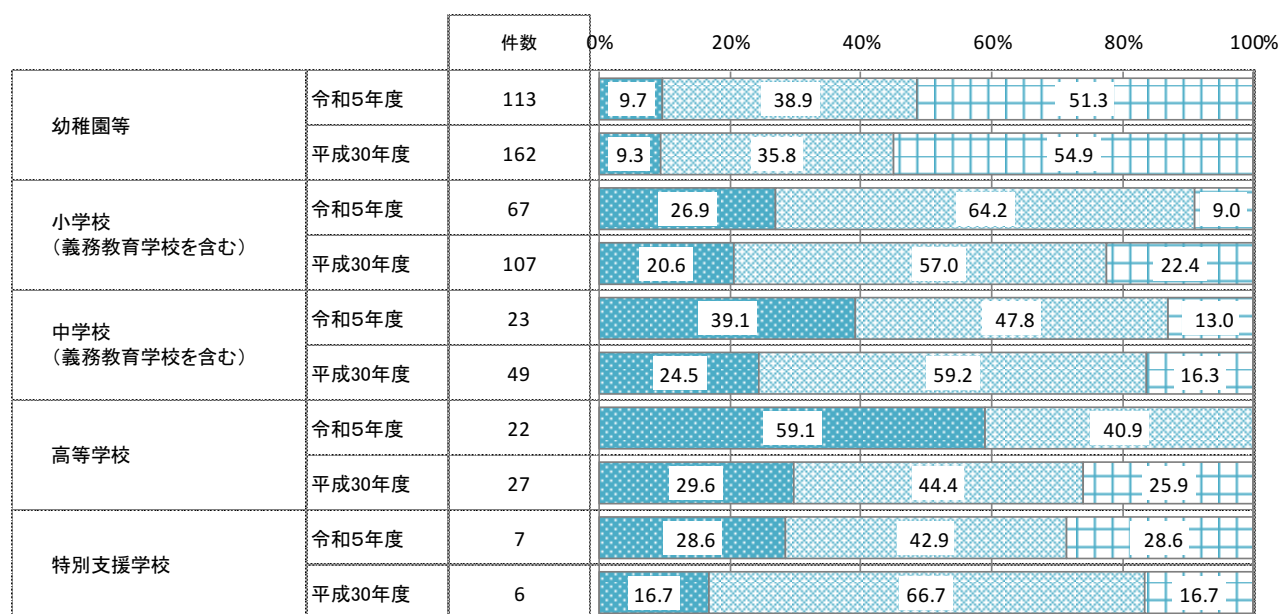
第3章 消費者教育に関する教育機関への実態調査 調査結果

1. 『消費者教育の推進に関する法律』の認知

【Q3】

「幼稚園、保育園、認定こども園」（以下「幼稚園等」という。）、「高等学校」を除く教育機関で「法律を知っているが、内容は分からない」が最も割合が高くなっている。また、「高等学校」では「法律を知っており、内容も分かる」が最も高く、「幼稚園等」では「知らなかった」が最も割合が高い。

前回調査（30年度）と比較すると、全ての教育機関で「法律を知っており、内容も分かる」が増加している。



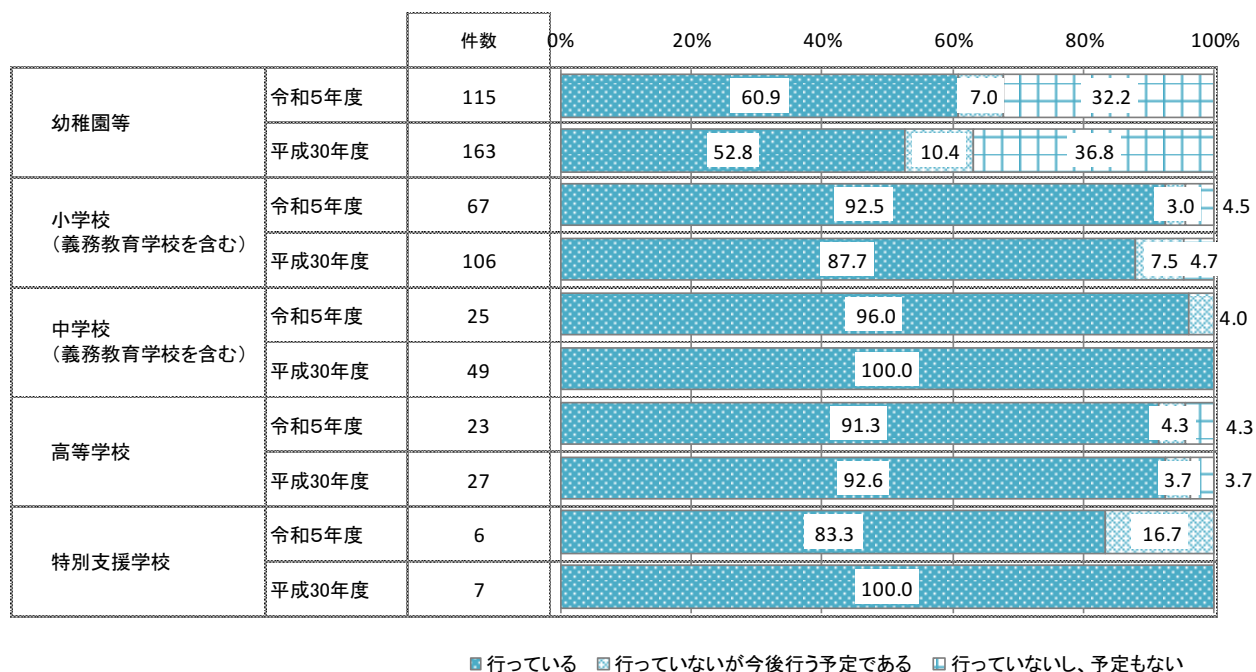
■ 法律を知っており、内容も分かる ■ 法律を知っているが、内容は分からない ■ 知らなかった

2. 消費者教育に関する授業(幼稚園等では「園児に対する消費者教育」)実施の有無

【Q4】

全ての教育機関で「行っている」が最も割合が高く、「小学校」「中学校」「高等学校」では9割を超えている。また、「幼稚園等」では「行っていないし、予定もない」が他の教育機関に比べ割合が高くなっている。

前回調査(30年度)と比較すると、「行っている」が「幼稚園」では8.1ポイント増加、「小学校」では4.8ポイント増加している。



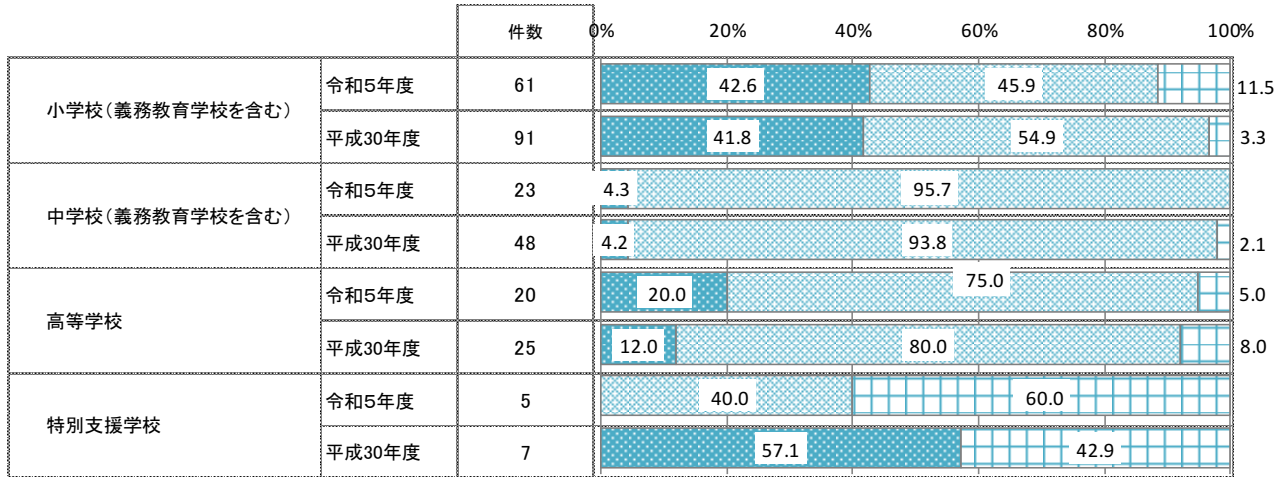
3. 消費者教育の取り組み方針(小学校以上)

【Q5】

「特別支援学校」以外の教育機関で「担任の教諭に任せている」が最も割合が高い。

「特別支援学校」では「その他」が最も高くなっている。「その他」として「各学部の年間計画に沿って行っている」、「主に家庭科・社会科の教師が行っている」などが挙げられる。

前回調査(30年度)と比較すると、「学校(組織)レベルで計画的に実施している」が高等学校で8.0ポイント増加している。



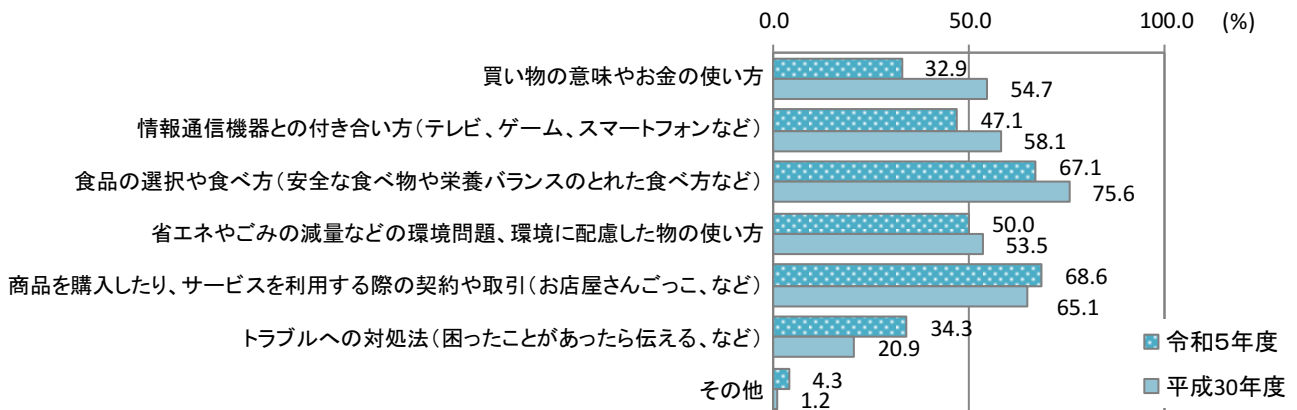
■ 学校(組織)レベルで計画的に実施している ■ 担任の教諭に任せている □ その他

4. 実施している消費者教育の内容(幼稚園等)

【Q5】

「商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引(お店屋さんごっこ、など)」(68.6%)で最も割合が高く、次いで、「食品の選択や食べ方(安全な食べ物や栄養バランスのとれた食べ方など)」(67.1%)となっている。

前回調査(30年度)と比較すると、「トラブルへの対処法(困ったことがあったら伝える、など)」が13.4ポイント増加、「商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引(お店屋さんごっこ、など)」が3.5ポイント増加している。



5. 消費者教育に関する授業の実施状況

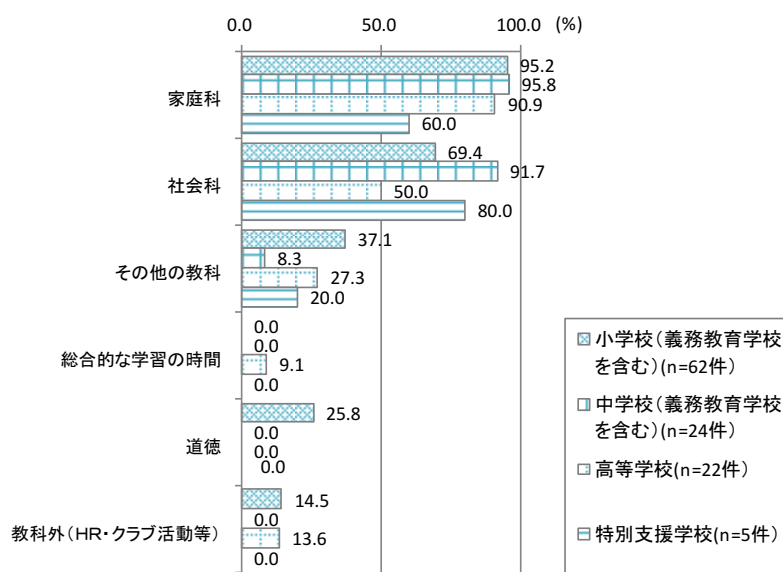
【Q6】

(1) 消費者教育に関する授業を行っている教科

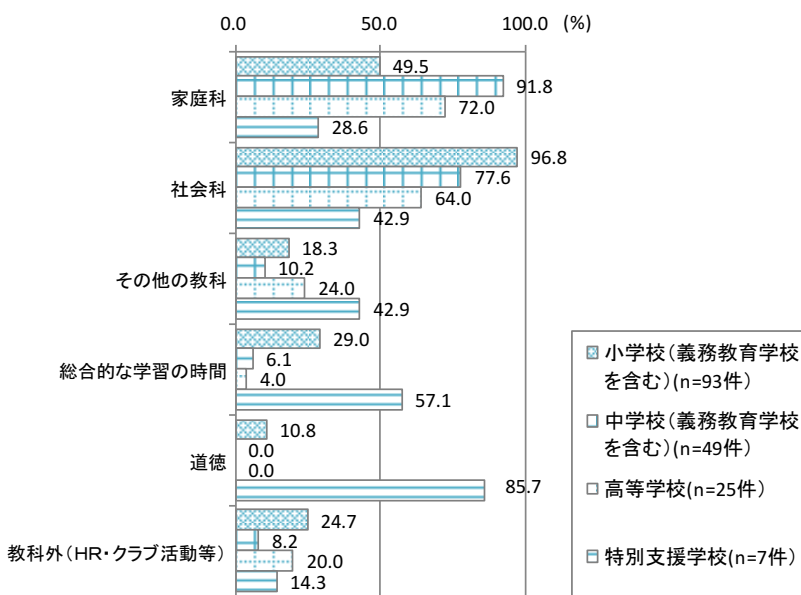
「小学校」「中学校」「高等学校」では「家庭科」（小学校：95.2%、中学校：95.8%、高等学校：90.9%）の割合が高い。「特別支援学校」では「社会科」（80.0%）が高くなっている。

前回調査（30年度）と比較すると、前回調査では全ての教育機関で「家庭科」が増加している。また、「小学校」では「その他教科」：（学級活動）（総合的な学習）（国語）など、「道徳」、「中学校」「特別支援学校」では「社会科」が特に増加している。

令和5年度



平成30年度



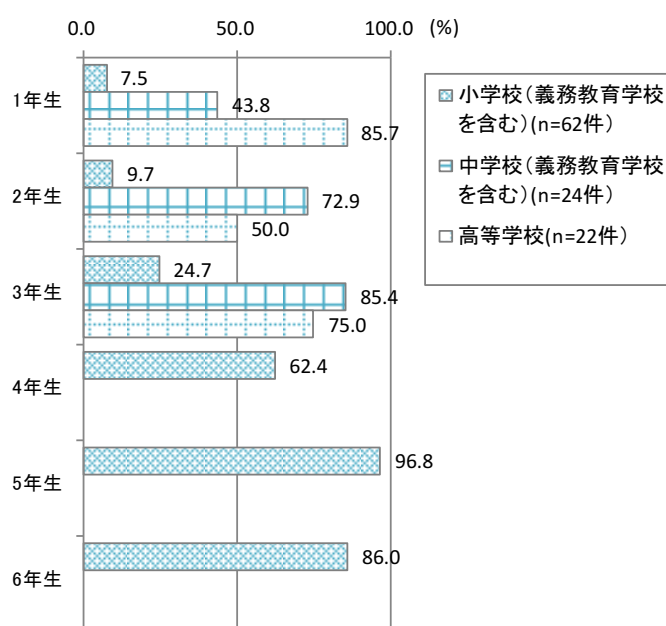
(2) 消費者教育に関する授業を行っている学年

「小学校」では「5年生」(96.8%)が最も割合が高く、次いで「6年生」(86.0%)となっている。「中学校」では「3年生」(85.4%)、「高等学校」では「1年生」(85.7%)の割合が最も高い。「特別支援学校」では「中等部3年」「高等部2年」「高等部3年」(いずれも60.0%)の割合が最も高い。

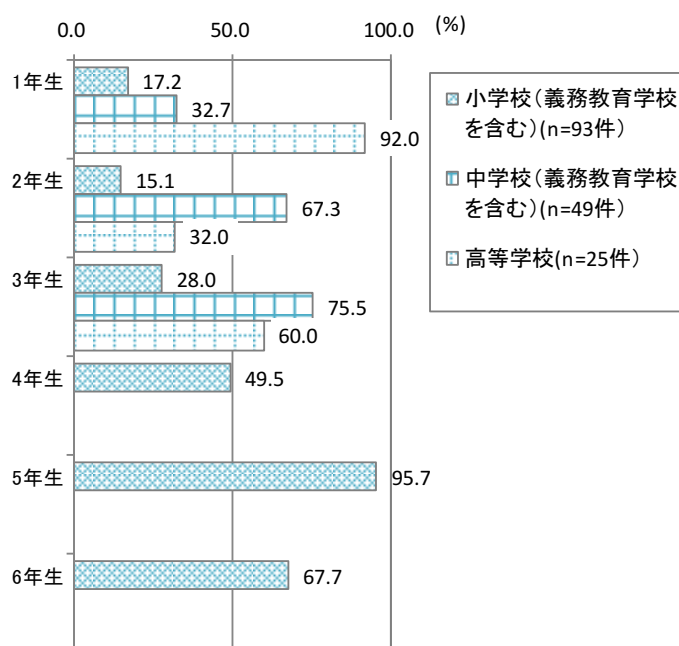
前回調査(30年度)と比較すると、「小学校」では4年生以上、「中学校」では全学年、高等学校では、2年生以上が増加している。

(小学校～高等学校)

令和5年度

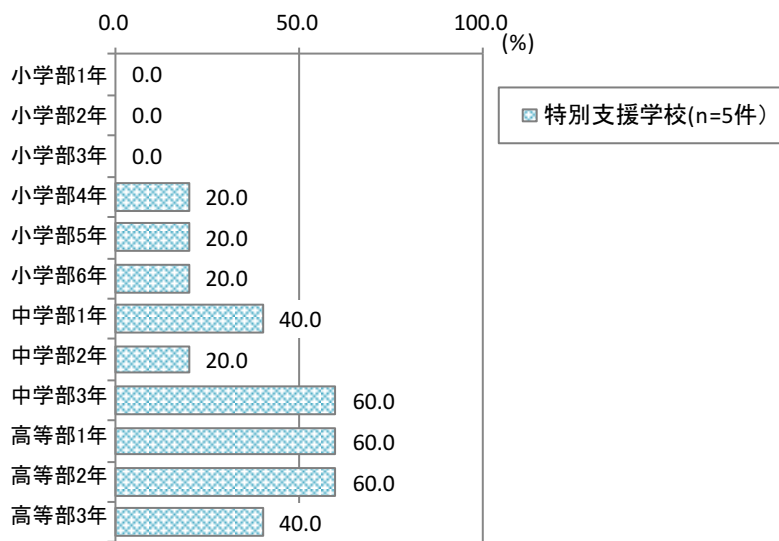


平成30年度

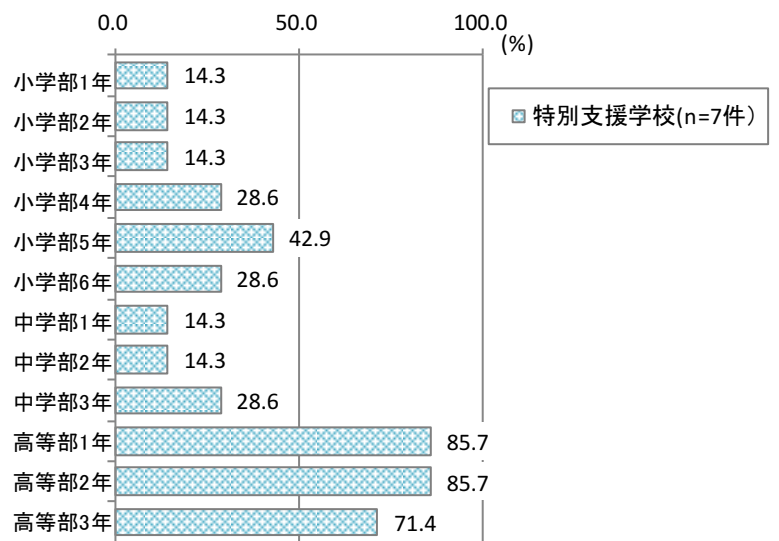


(特別支援学校)

令和5年度



平成30年度



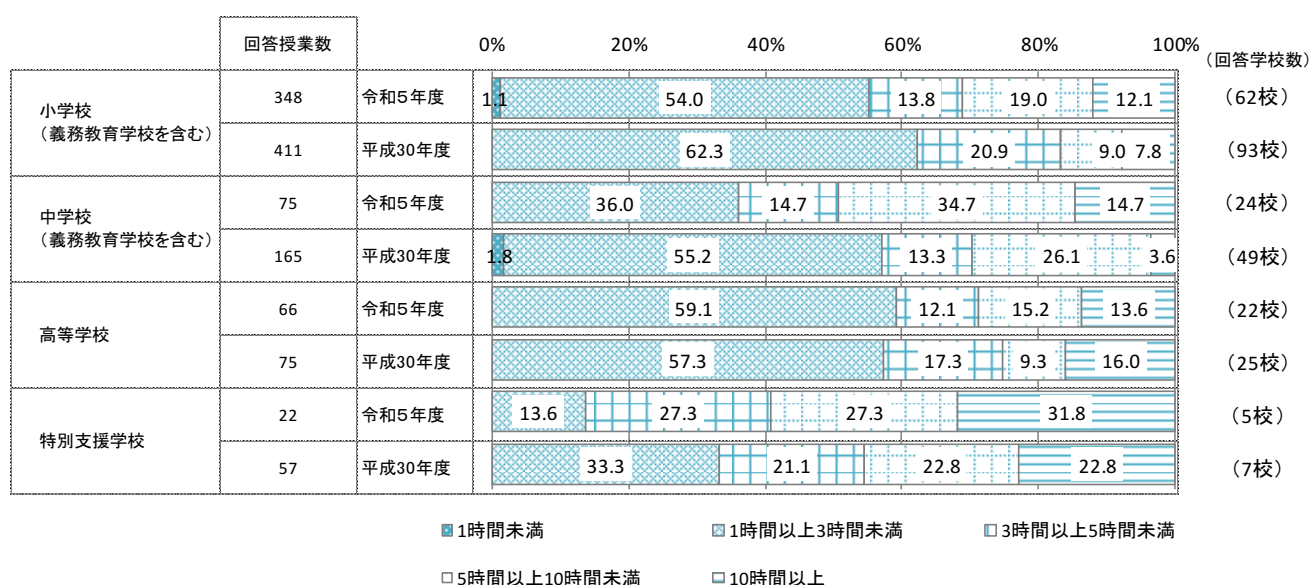
(3)消費者教育に関する授業を行っている時間数

【Q6】

消費者教育に関する授業は、各学年においても「家庭科」と「社会科」など複数の授業で教えているケースが多い。この項目は授業数を基に構成比を算出する。

回答のあった小学校 62 校の授業数の合計は 348 件で、各授業の時間数の内訳をみると「1 時間以上 3 時間未満」(54.0%) が最も割合が高い。同様に中学校 24 校の授業数 75 件でも「1 時間以上 3 時間未満」(36.0%)、高等学校 22 校の授業数 66 件でも「1 時間以上 3 時間未満」(59.1%) となっており、「1 時間以上 3 時間未満」の割合が最も高い。また、特別支援学校 5 校の授業数 22 件では「3 時間以上 5 時間未満」(27.3%)「5 時間以上 10 時間未満」(27.3%) が最も高い。

前回調査 (30 年度) と比較すると、中学校と特別支援学校では「10 時間以上」の割合が約 10 ポイント増加、小学校と中学校においては、「5 時間以上 10 時間未満」の割合が約 10 ポイント増加しており、消費者教育に関する授業の時間数が増えたことがわかる。



令和5年度

	回答授業数	最小値 (時間)	最大値 (時間)	平均値 (時間)	中央値 (時間)
小学校(義務教育学校を含む)	348	0.5	50.0	4.0	2.0
中学校(義務教育学校を含む)	75	1	18.0	4.9	4.0
高等学校	66	1	60.0	5.4	2.0
特別支援学校	22	1	18.0	7.5	6.0

平成30年度

	回答授業数	最小値 (時間)	最大値 (時間)	平均値 (時間)	中央値 (時間)
小学校(義務教育学校を含む)	411	1	30.0	3.2	2.0
中学校(義務教育学校を含む)	165	0.3	11.0	3.2	2.0
高等学校	75	1	50.0	5.5	2.0
特別支援学校	57	1	10.0	5.0	4.0

※中央値：データを大きさの順に並べたとき、中央にくるデータの値

(4) 行っている消費者教育に関する授業の内容(テーマ)

【Q6】

「中学校」「高等学校」「特別支援学校」では「クーリング・オフに関すること」(中学校：100.0%、高等学校：86.4%、特別支援学校：80.0%)が最も割合が高い。「小学校」では「物や金銭の計画的な使い方」(85.5%)が最も割合が高い。

前回調査(30年度)と比較すると、「中学校」「高等学校」で「物や金銭の計画的な使い方」が増加している。

令和5年度

小学校(義務教育学校を含む) (n=62件)		中学校(義務教育学校を含む) (n=24件)		高等学校(n=22件)		特別支援学校(n=5件)	
物や金銭の計画的な使い方	85.5	クーリング・オフに関する こと	100.0	クーリング・オフに関する こと	86.4	クーリング・オフに関する こと	80.0
省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	80.6	通信販売のしくみと注意 点	95.8	クレジットカードのしくみについて	81.8	消費生活トラブルへの対処法や相談について	80.0
インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点	59.7	クレジットカードのしくみについて	91.7	消費生活トラブルへの対処法や相談について	81.8	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点	80.0
商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること	37.1	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること	87.5	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点	77.3	物や金銭の計画的な使い方	80.0
自分の消費行動が世の中に与える影響について(エシカル消費・SDGsを含む)	37.1	消費生活トラブルへの対処法や相談について	87.5	強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること	72.7	クレジットカードのしくみについて	60.0
消費者行政・施策について	21.0	強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること	87.5	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること	72.7	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること	60.0
食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること	21.0	省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	83.3	成年年齢引き下げ(契約のルール・消費生活トラブルの防止策、対処法)	72.7	強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること	60.0
クーリング・オフに関する こと	14.5	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点	70.8	省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	59.1	成年年齢引き下げ(契約のルール・消費生活トラブルの防止策、対処法)	60.0
クレジットカードのしくみについて	12.9	自分の消費行動が世の中に与える影響について(エシカル消費・SDGsを含む)	70.8	自分の消費行動が世の中に与える影響について(エシカル消費・SDGsを含む)	59.1	通信販売のしくみと注意 点	60.0
通信販売のしくみと注意 点	11.3	成年年齢引き下げ(契約のルール・消費生活トラブルの防止策、対処法)	70.8	通信販売のしくみと注意 点	59.1	省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	60.0
消費生活トラブルへの対処法や相談について	11.3	消費者行政・施策について	66.7	物や金銭の計画的な使い方	54.5	自分の消費行動が世の中に与える影響について(エシカル消費・SDGsを含む)	60.0
強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること	1.6	物や金銭の計画的な使い方	62.5	食中毒や偽装表示など食品の安全性に関する こと	54.5	消費者金融やローンなどによる多重債務問題	60.0
投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する こと	0.0	食中毒や偽装表示など食品の安全性に関する こと	62.5	消費者金融やローンなどによる多重債務問題	50.0	消費者行政・施策について	60.0
消費者金融やローンなどによる多重債務問題	0.0	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する こと	41.7	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する こと	45.5	食中毒や偽装表示など食品の安全性に関する こと	40.0
その他	12.9	消費者金融やローンなどによる多重債務問題	41.7	消費者行政・施策について	40.9	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する こと	40.0
		その他	12.5	その他	0.0	その他	0.0

平成30年度

(%)

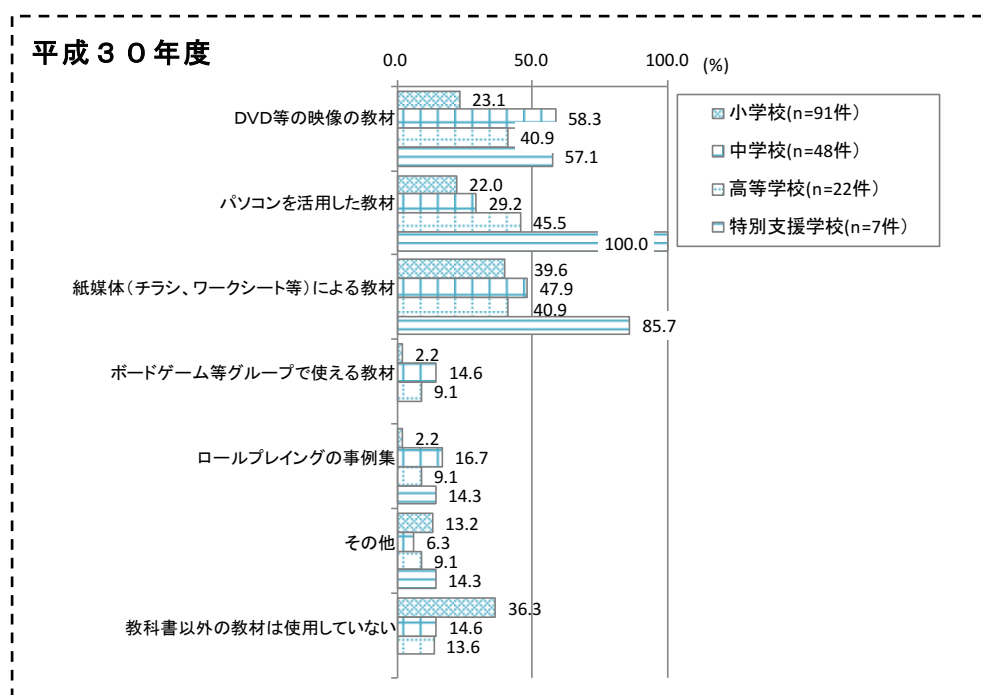
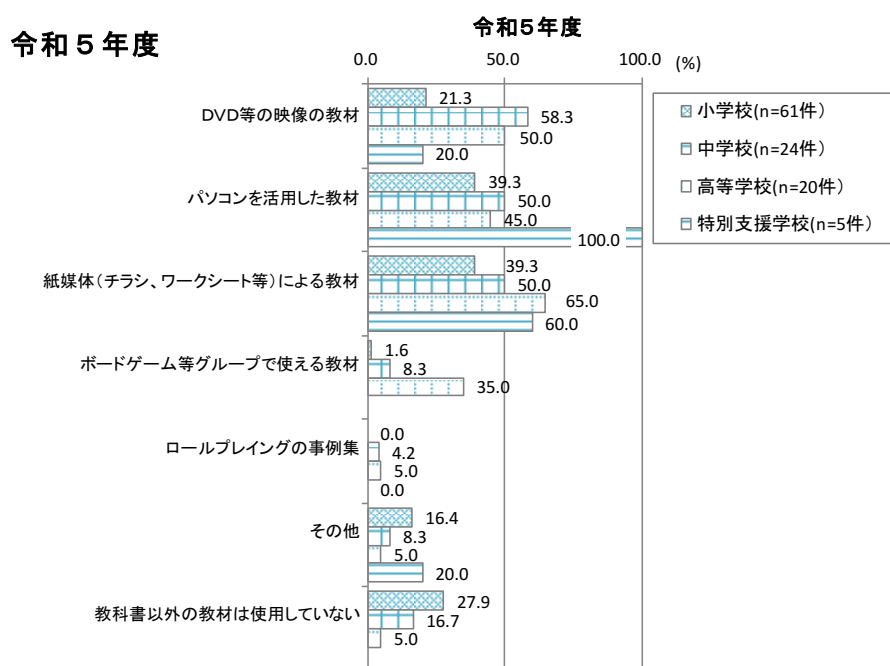
小学校(義務教育学校を含む) (n=93件)		中学校(義務教育学校を含む) (n=49件)		高等学校(n=25件)		特別支援学校(n=7件)	
物や金銭の計画的な使い方	90.3	クーリング・オフに関する こと	91.8	クーリング・オフに関する こと	76.0	物や金銭の計画的な使 い方	100.0
省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	71.0	強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関する こと	85.7	強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関する こと	68.0	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注 意点	85.7
インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注 意点	48.4	消費生活トラブルへの対処法や相談について	85.7	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関する こと	64.0	クーリング・オフに関する こと	71.4
食中毒や偽装表示など食品の安全性に関する こと	35.5	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関する こと	81.6	消費生活トラブルへの対処法や相談について	60.0	強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関する こと	71.4
自分の消費行動が世の中に与える影響について	11.8	通信販売のしくみと注意 点	69.4	消費者行政・施策について	56.0	消費生活トラブルへの対処法や相談について	71.4
商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関する こと	8.6	クレジットカードのしくみについて	67.3	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注 意点	56.0	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関する こと	57.1
通信販売のしくみと注意 点	5.4	省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使 い方	65.3	食中毒や偽装表示など食品の安全性に関する こと	56.0	省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使 い方	57.1
消費者行政・施策について	2.2	消費者行政・施策について	63.3	消費者金融やローンなどによる多重債務問題	52.0	通信販売のしくみと注意 点	57.1
強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関する こと	2.2	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注 意点	57.1	クレジットカードのしくみについて	48.0	自分の消費行動が世の中に与える影響について	57.1
クーリング・オフに関する こと	1.1	物や金銭の計画的な使 い方	55.1	省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使 い方	48.0	消費者行政・施策について	28.6
消費生活トラブルへの対処法や相談について	1.1	食中毒や偽装表示など食品の安全性に関する こと	55.1	通信販売のしくみと注意 点	40.0	消費者金融やローンなどによる多重債務問題	28.6
投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する こと	0.0	自分の消費行動が世の中に与える影響について	53.1	物や金銭の計画的な使 い方	36.0	クレジットカードのしくみについて	28.6
消費者金融やローンなどによる多重債務問題	0.0	消費者金融やローンなどによる多重債務問題	28.6	自分の消費行動が世の中に与える影響について	32.0	食中毒や偽装表示など食品の安全性に関する こと	14.3
クレジットカードのしくみについて	0.0	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する こと	18.4	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する こと	28.0	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する こと	14.3
その他	8.6	その他	6.1	その他	4.0	その他	0.0

6. 教科書以外に使用した教材

【Q7】

「小学校」では「パソコンを活用した教材」(39.3%)、「紙媒体(チラシ、ワークシート等)による教材」(39.3%)、「中学校」では「DVD等の映像の教材」(58.3%)、「高等学校」では「紙媒体(チラシ、ワークシート等)による教材」(65.0%)、「特別支援学校」では「パソコンを活用した教材」(100.0%)が最も割合が高い。

前回調査(30年度)と比較すると、「小学校」「中学校」では「パソコンを活用した教材」、高等学校では、「紙媒体(チラシ、ワークシート等)による教材」「ボードゲーム等グループで使える教材」が大幅に増加している。



7. 外部講師による授業の実施(小学校以上)

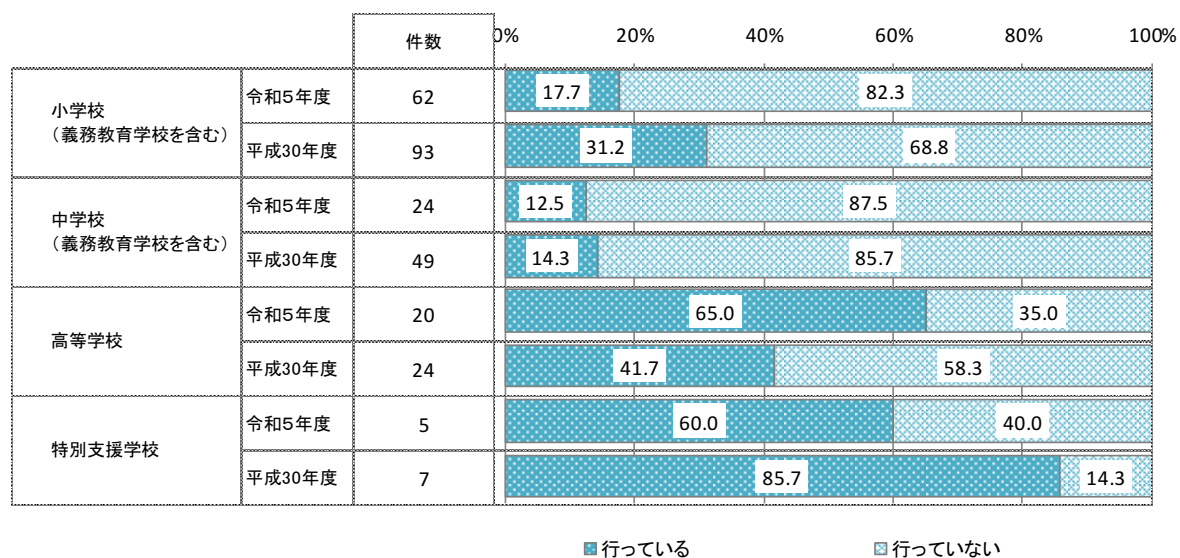
【Q8】

(1) 外部講師による授業の実施の有無

【Q8-1】

「小学校」「中学校」では「行っていない」が、「高等学校」「特別支援学校」では「行っている」が最も高い。

前回調査(30年度)と比較すると、「小学校」「中学校」「特別支援学校」では、「行っていない」が増加し、「高等学校」では「行っている」が増加している。

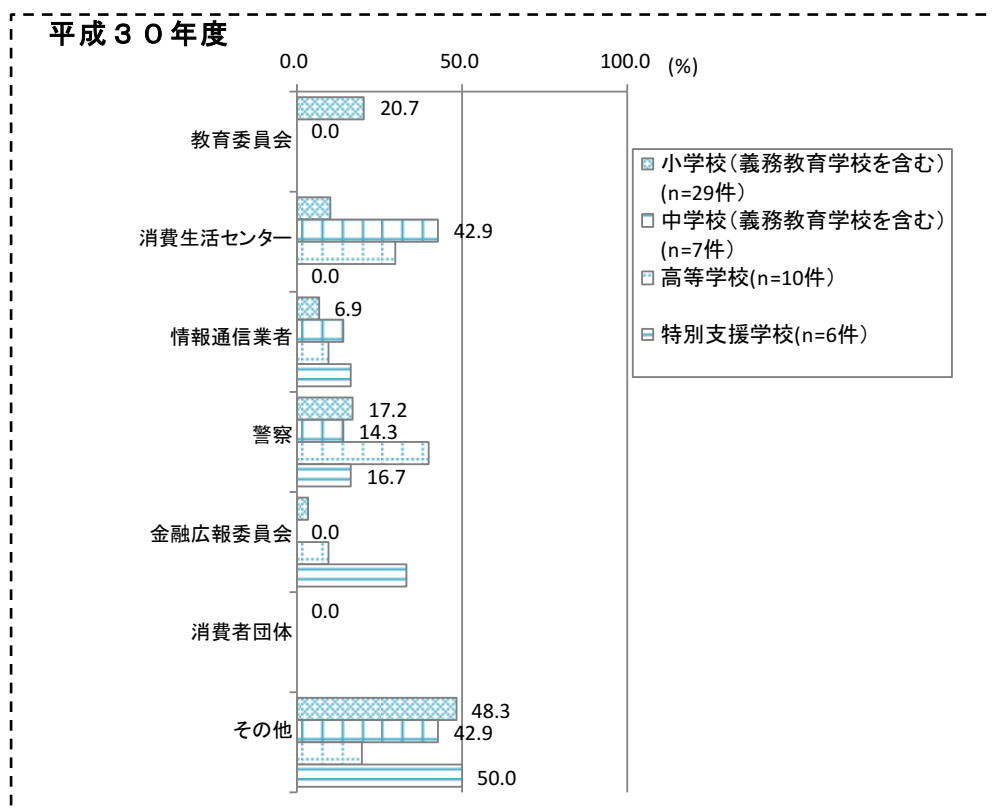
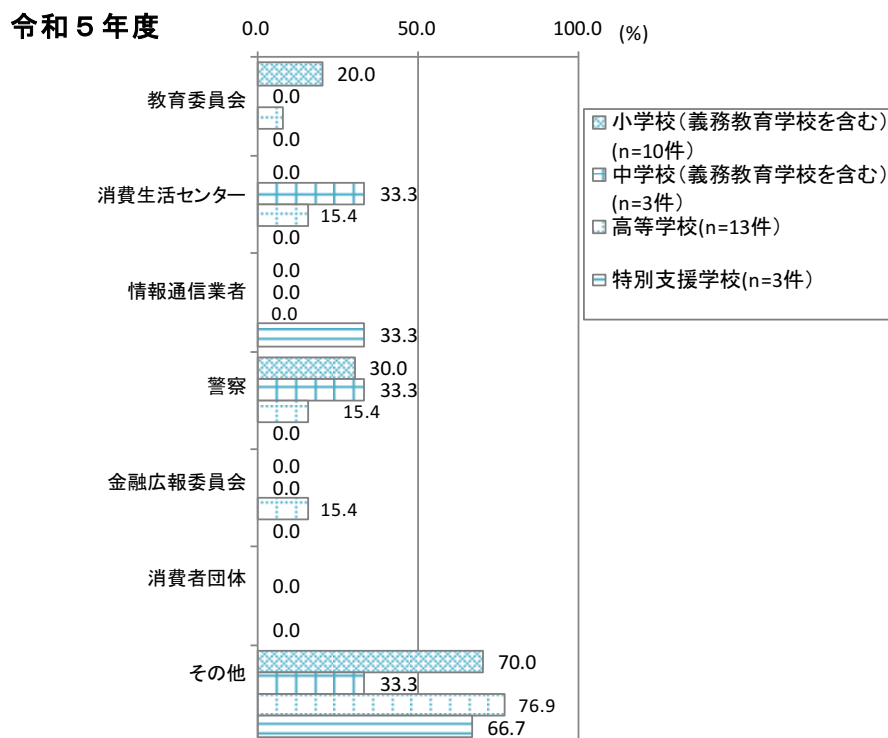


(2)(実施した場合)外部講師の所属

【Q8-2】

全ての教育機関で「その他」の割合が最も高くなっている。「その他」としては、「税務署」、「弁護士会」、「NPO 法人」などが挙げられている。「中学校」では同率で「消費生活センター」「警察」も割合が高くなっている。

前回調査（30 年度）と比較すると、「小学校」「中学校」では、「警察」が増加している。

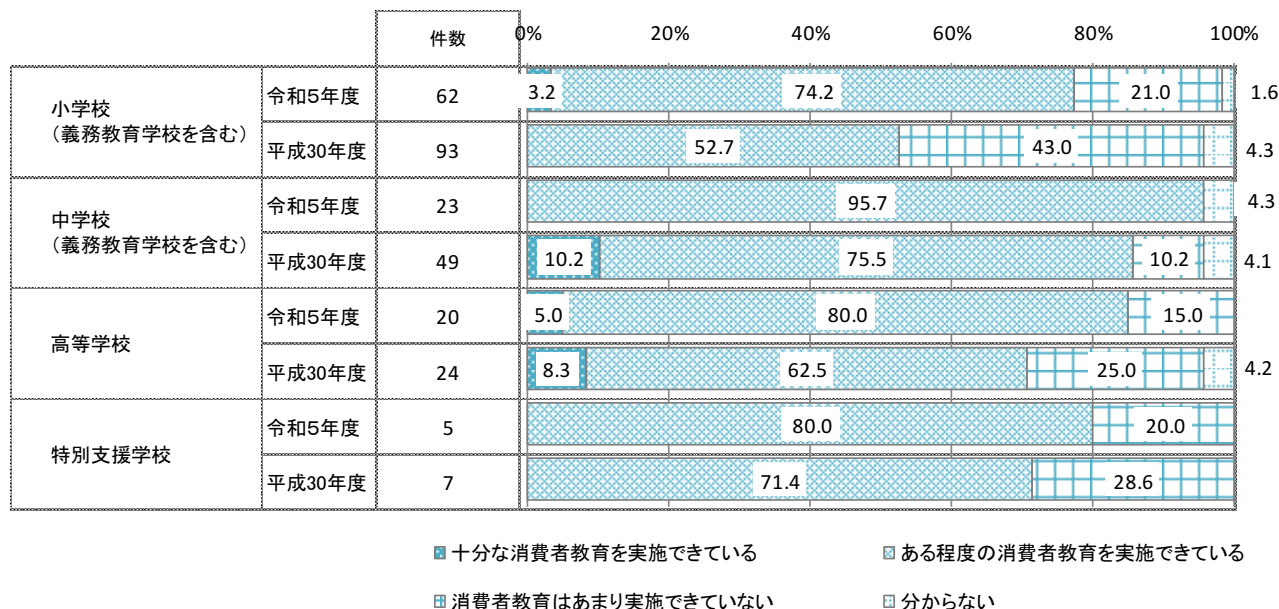


8. 消費者教育の実施状況に対する認識

【Q9】

全ての教育機関で「ある程度の消費者教育を実施できている」が最も割合が高く、「中学校」（95.7%）で9割以上を占めている。

前回調査（30年度）と比較すると、全ての教育機関で「ある程度の消費者教育を実施できている」が大幅に増加しており、また、「小学校」では「十分な消費者教育を実施できている」が3.2ポイント増加している。

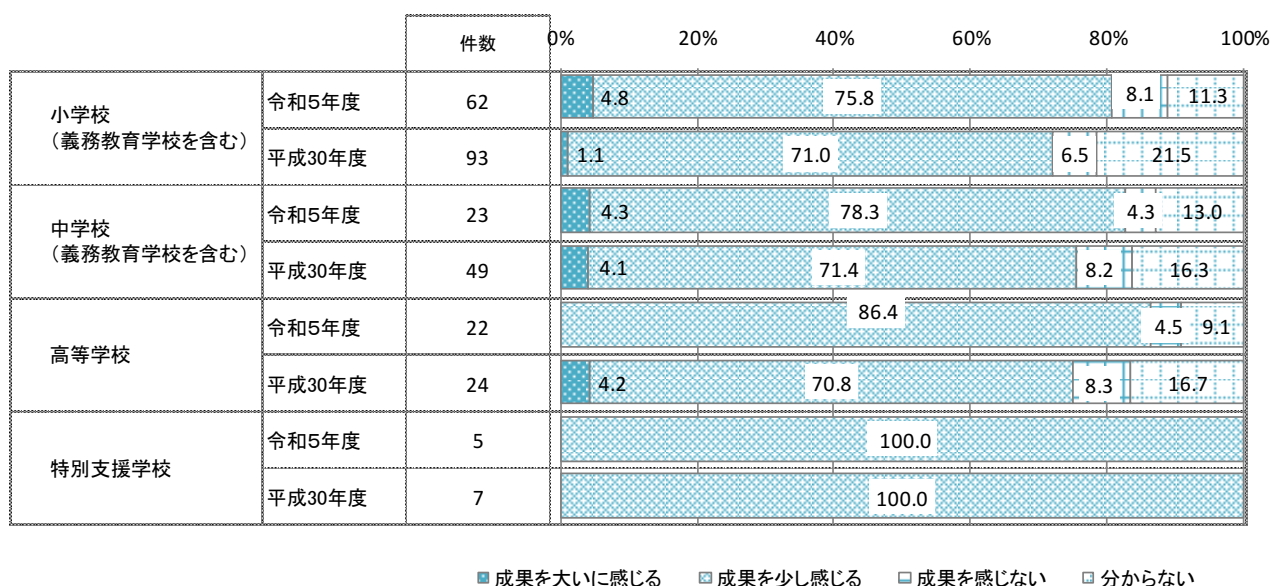


9. 消費者教育の成果に対する認識

【Q10】

全ての教育機関で「成果を少し感じる」が最も割合が高く、いずれの教育機関も7割以上となっている。「特別支援学校」では、「成果を少し感じる」が10割となっている。

前回調査（30年度）と比較すると、「小学校」では「成果を大いに感じる」は3.7ポイント増加している。



10. 保護者に対する消費者教育に関する情報提供の有無

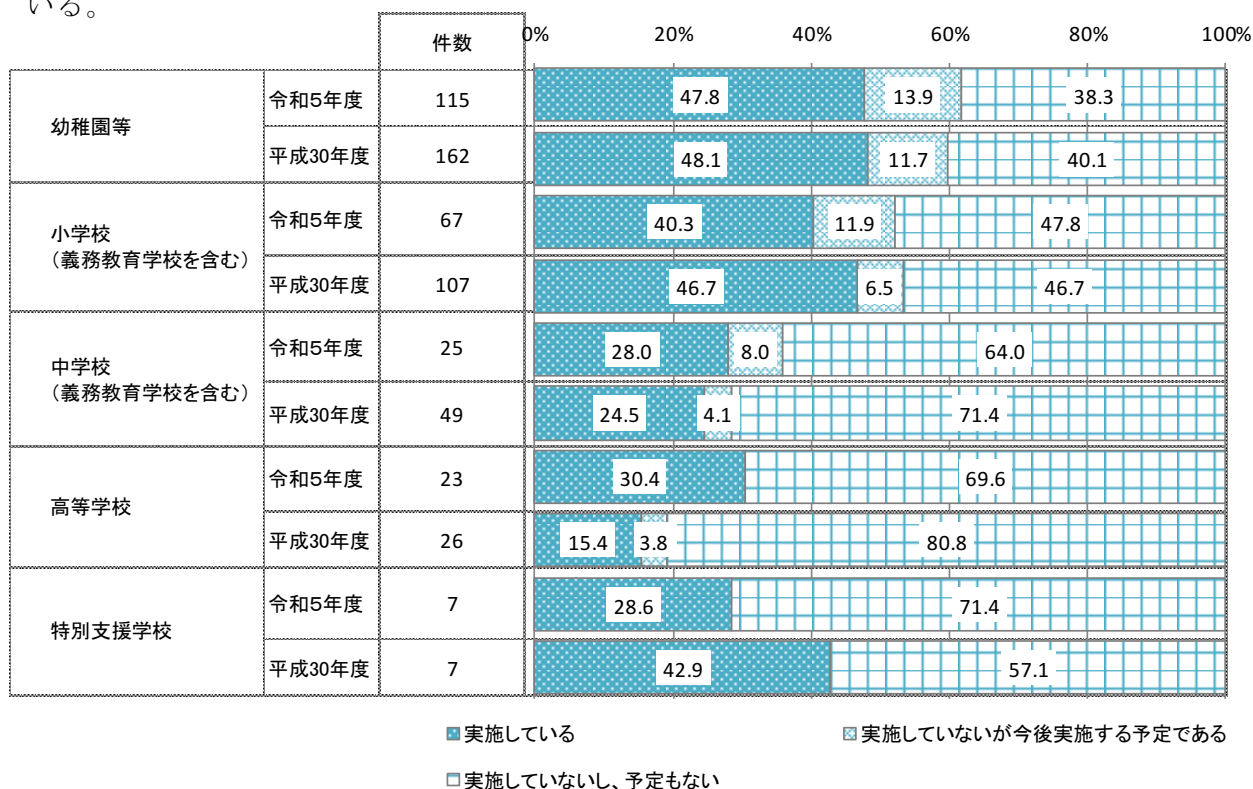
【Q11-1】

「幼稚園等」は「実施している」(47.8%)と「実施していないが今後実施する予定である」(13.9%)を合わせ、6割以上が実施する意向を示している。

「小学校」では「実施している」(40.3%)と「実施していないが今後実施する予定である」(11.9%)を合わせると5割以上が実施する意向を示している。

「中学校」、「高等学校」、「特別支援学校」では、いずれも「実施していないし、する予定もない」が半数以上を占めている。

前回調査(30年度)と比較すると、「実施している」が「中学校」「高等学校」で増加している。



(1) (保護者に情報提供した場合) 保護者会などで情報提供した内容

【Q11-2】

全ての教育機関では「インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点」(幼稚園等:32.7%、小学校:66.7%、中学校:42.9%、高等学校:85.7%、特別支援学校:50.0%)が最も割合が高くなっている。

前回調査(30年度)と比較すると「小学校」では「自分の消費行動が世の中に与える影響について(エシカル消費・SDGsを含む)」が、「中学校」では「消費生活トラブルへの対処法や相談について」が増加している。

令和5年度

(%)

幼稚園等 (n=55件)	小学校 (義務教育学校を含む) (n=27件)		中学校 (義務教育学校を含む) (n=7件)		高等学校 (n=7件)		特別支援学校 (n=2件)	
情報通信機器との付き合い方 (テレビ、ゲーム、スマートフォンなど)	32.7	66.7	42.9	42.9	85.7	85.7	50.0	50.0
省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	7.3	7.4	14.3	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0
食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること	3.6	0.0	14.3	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0
物や金銭の計画的な使い方	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
消費生活トラブルへの対処法や相談について	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
/	消費者金融やローンなどによる多重債務問題	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	クレジットカードのしくみについて	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	通信販売のしくみと注意点	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	クーリング・オフに関すること	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	消費生活トラブルへの対処法や相談について	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

平成30年度

(%)

幼稚園等 (n=48件)	小学校 (義務教育学校を含む) (n=42件)		中学校 (義務教育学校を含む) (n=10件)		高等学校 (n=2件)		特別支援学校 (n=1件)	
情報通信機器との付き合い方 (テレビ、ゲーム、スマートフォンなど)	93.8	92.9	90.0	90.0	100.0	100.0	100.0	100.0
食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること	18.8	16.7	10.0	10.0	50.0	50.0	0.0	0.0
省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	12.5	4.76	10.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0
物や金銭の計画的な使い方	6.3	2.38	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
消費生活トラブルへの対処法や相談について	4.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他	4.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
/	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関すること	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	消費者金融やローンなどによる多重債務問題	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	自分の消費行動が世の中に与える影響について	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	クレジットカードのしくみについて	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	通信販売のしくみと注意点	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	クーリング・オフに関すること	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

(2) (保護者に情報提供した場合) 印刷物の配布などで提供した内容

【Q11-2】

全ての教育機関で「インターネット（スマートフォンや携帯電話を含む）の注意点」（幼稚園等では「情報通信機器との付き合い方（テレビ、ゲーム、スマートフォンなど）」）が最も割合が高くなっている。

次いで、「幼稚園等」では、「情報機器との付き合い方（テレビ、ゲーム、スマートフォンなど）」、「小学校」では「物や金銭の計画的な使い方」、「中学校」では「物や金銭の計画的な使い方」「食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること」「成年年齢引き下げ（契約のルール・消費生活トラブルの防止策、対処法）」、「高等学校」では、「物や金銭の計画的な使い方」「省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方」「自分の消費行動が世の中に与える影響について（エシカル消費・SDGs）」、特別支援学校では「成年年齢引き下げ（契約のルール・消費生活トラブルの防止策、対処法）」が高くなっている。

前回調査（30年度）と比較すると、「中学校」「高等学校」で「物や金銭の計画的な使い方」が増加している。

令和5年度

(%)

幼稚園等(n=55件)	小学校 (義務教育学校を含む) (n=27件)	中学校 (義務教育学校を含む) (n=7件)	高等学校(n=7件)	特別支援学校(n=2件)	
情報通信機器との付き合い方 (テレビ、ゲーム、スマートフォンなど)	76.4	77.8	57.1	42.9	50.0
食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること	29.1	22.2	14.3	14.3	50.0
省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	20.0	18.5	14.3	14.3	0.0
商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること	1.8	11.1	14.3	14.3	0.0
物や金銭の計画的な使い方	0.0	3.7	0.0	0.0	0.0
消費生活トラブルへの対処法や相談について	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他	1.8	0.0	0.0	0.0	0.0
	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関すること	0.0	0.0	0.0	0.0
	消費者金融やローンなどによる多重債務問題	0.0	0.0	0.0	0.0
	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること	0.0	0.0	0.0	0.0
	クレジットカードのしくみについて	0.0	0.0	0.0	0.0
	通信販売のしくみと注意点	0.0	0.0	0.0	0.0
	クーリング・オフに関すること	0.0	0.0	0.0	0.0
	消費生活トラブルへの対処法や相談について	0.0	0.0	0.0	0.0
	その他	0.0	0.0	0.0	0.0
	その他	0.0	0.0	0.0	0.0

平成30年度

(%)

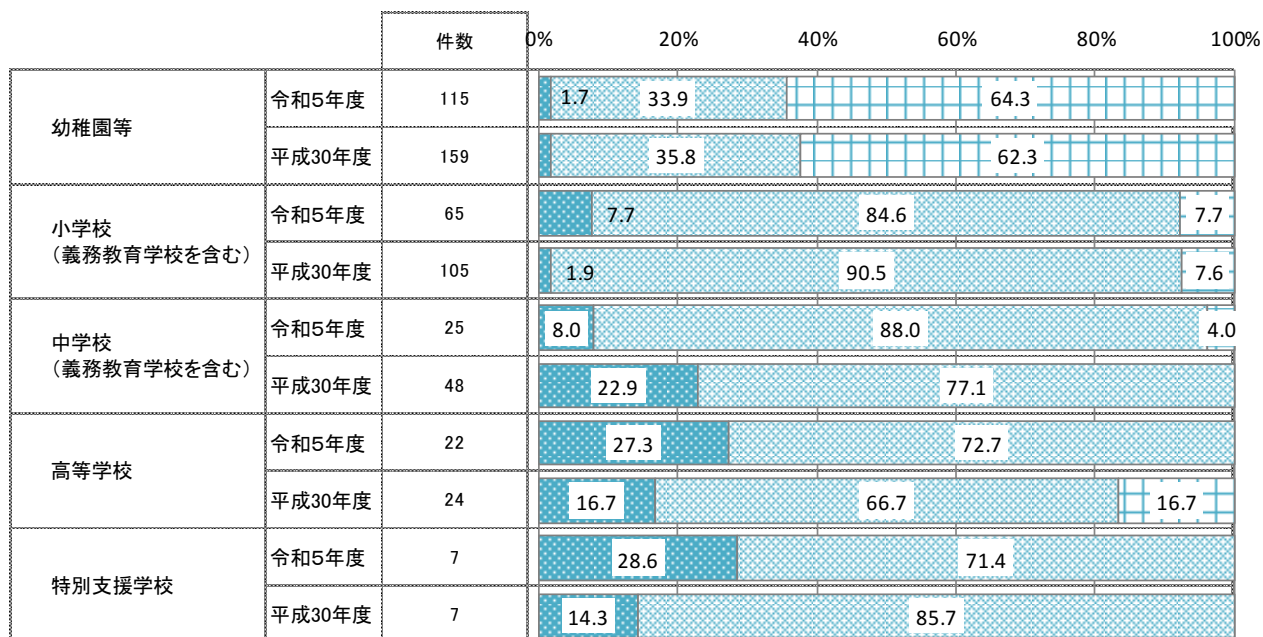
幼稚園等 (n=70件)	小学校(義務教育学校を含む) (n=32件)	中学校(義務教育学校を含む) (n=9件)	高等学校 (n=3件)	特別支援学校 (n=3件)
物や金銭の計画的な使い方	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点 85.7	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点 96.9	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点 100.0	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点 100.0
省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	物や金銭の計画的な使い方 50.0	物や金銭の計画的な使い方 28.1	物や金銭の計画的な使い方 0.0	省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方 33.3
食中毒や偽装表示など食品の安全性に関する事	省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方 30.0	省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方 18.8	消費生活トラブルへの対処法や相談について 0.0	強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関する事 33.3
情報通信機器との付き合い方(テレビ、ゲーム、スマートフォンなど)	食中毒や偽装表示など食品の安全性に関する事 7.1	食中毒や偽装表示など食品の安全性に関する事 3.1	物や金銭の計画的な使い方 0.0	自分の消費行動が世の中に与える影響について 33.3
商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関する事	消費生活トラブルへの対処法や相談について 5.7	強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関する事 3.1	食中毒や偽装表示など食品の安全性に関する事 0.0	物や金銭の計画的な使い方 0.0
消費生活トラブルへの対処法や相談について	自分の消費行動が世の中に与える影響について 5.7	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関する事 3.1	強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関する事 0.0	食中毒や偽装表示など食品の安全性に関する事 0.0
その他	強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関する事 0.0	消費生活トラブルへの対処法や相談について 0.0	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関する事 0.0	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関する事 0.0
	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関する事 0.0	消費者行政・施策について 0.0	消費者行政・施策について 0.0	消費生活トラブルへの対処法や相談について 0.0
	消費者行政・施策について 0.0	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する事 0.0	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する事 0.0	消費者行政・施策について 0.0
	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する事 0.0	消費者金融やローンなどによる多重債務問題 0.0	消費者金融やローンなどによる多重債務問題 0.0	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する事 0.0
	消費者金融やローンなどによる多重債務問題 0.0	自分の消費行動が世の中に与える影響について 0.0	自分の消費行動が世の中に与える影響について 0.0	消費者金融やローンなどによる多重債務問題 0.0
	クレジットカードのしくみについて 0.0	クレジットカードのしくみについて 0.0	クレジットカードのしくみについて 0.0	クレジットカードのしくみについて 0.0
	通信販売のしくみと注意点 0.0	通信販売のしくみと注意点 0.0	通信販売のしくみと注意点 0.0	通信販売のしくみと注意点 0.0
	クーリング・オフに関する事 0.0	クーリング・オフに関する事 0.0	クーリング・オフに関する事 0.0	クーリング・オフに関する事 0.0
	その他 3.1	その他 0.0	その他 0.0	その他 0.0

11. 消費者教育に関する県や市町村の相談窓口の認知と活用状況

【Q12】

「幼稚園等」では「知らなかった」(64.3%)が最も割合が高く、次いで「知っているが相談したことはない」(33.9%)となっている。それ以外の教育機関では「知っているが相談したことはない」が最も割合が高く、「小学校」、「中学校」では8割以上と高い割合となっている。一方、「高等学校」「特別支援学校」では「知っていて、相談したことがある」(高等学校：27.3%、特別支援学校：28.6%)が他の教育機関に比べて高い割合となっている。

前回調査(30年度)と比較すると、「知っていて、相談したこともある」が「中学校」では14.9ポイント減少している。



- 相談ができることを知っていて、相談したこともある
- 相談ができることを知っているが、相談したことはない
- 知らなかった

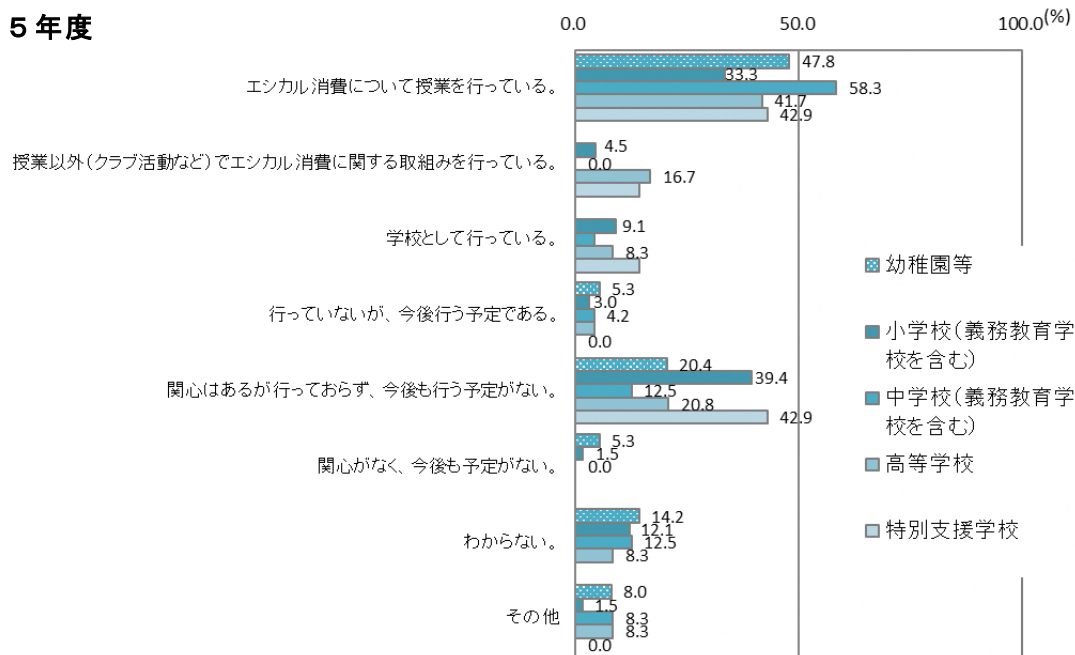
12. エシカル消費(思いやり消費)に関する取組内容

【Q13】

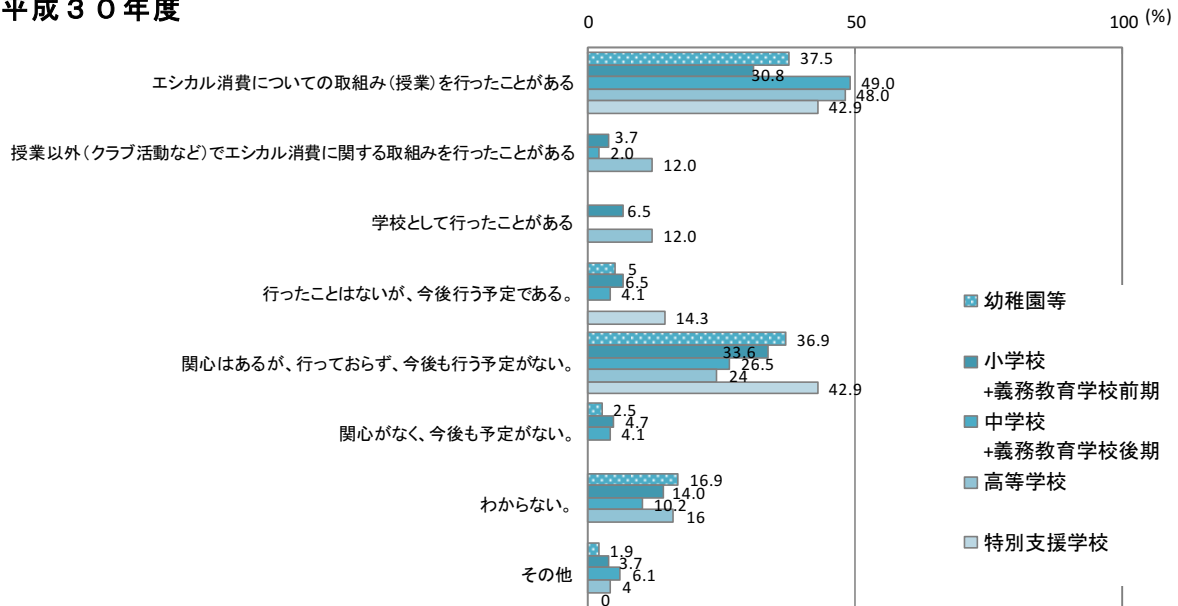
小学校では、「関心はあるが行っておらず、今後行う予定がない」が最も割合が高く、小学校を除く教育機関では、「エシカル消費について授業を行っている。」が最も高くなっている。

前回調査(30年度)と比較すると、「幼稚園等」「中学校」では、「エシカル消費について授業を行っている」が約10ポイント増加している。

令和5年度



平成30年度



13. 消費者教育に関して重要だと思う内容(テーマ)

【Q14】

「幼稚園等」では「情報通信機器との付き合い方(テレビ、ゲーム、スマートフォンなど)」(76.7%)が最も割合が高く、次いで「省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方」(70.7%)、食品の選択や食べ方(安全な食べ物や栄養バランスのとれた食べ方など)(69.0%)となっている。

「小学校」では、「物や金銭の計画的な使い方」(90.8%)「インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点」(83.1%)が上位、「中学校」では、「インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点」(64.0%)、「商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関する事」(56.0%)、「消費生活トラブルへの対処法や相談について」(56.0%)が上位、「高等学校」では、「インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点」(72.7%)「クレジットカードのしくみについて」(68.2%)、「成年年齢引き下げ(契約のルール・消費生活トラブルの防止策、対処法)」(68.2%)が上位、「特別支援学校」では、「インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点」(100.0%)、「物や金銭の計画的な使い方」(83.3%)、「成年年齢引き下げ(契約のルール・消費生活トラブルの防止策、対処法)」(83.3%)が上位となっている。

前回調査(30年度)と比較すると、「高等学校」では、「物や金銭の計画的な使い方」が30ポイント増加している。

平成5年度

(96)

幼稚園等(n=116件)		小学校(義務教育学校を含む) (n=65件)		中学校(義務教育学校を含む) (n=25件)		高等学校(n=22件)		特別支援学校(n=6件)	
情報通信機器との付き合い方(テレビ、ゲーム、スマートフォンなど)	76.7	物や金銭の計画的な使い方	90.8	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点	64.0	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点	72.7	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点	100.0
省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	70.7	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点	83.1	消費生活トラブルへの対処法や相談について	56.0	クレジットカードのしくみについて	68.2	物や金銭の計画的な使い方	83.3
食品の選択や食べ方(安全な食べ物や栄養バランスのとれた食べ方など)	69.0	省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	80.0	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関する事	56.0	成年年齢引き下げ(契約のルール・消費生活トラブルの防止策、対処法)	68.2	成年年齢引き下げ(契約のルール・消費生活トラブルの防止策、対処法)	83.3
買い物の意味やお金の使い方	46.6	自分の消費行動が世の中にも与える影響について	55.4	成年年齢引き下げ(契約のルール・消費生活トラブルの防止策、対処法)	52.0	消費生活トラブルへの対処法や相談について	63.6	省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	66.7
商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引(お屋さんごっこ、など)	44.8	消費生活トラブルへの対処法や相談について	29.2	物や金銭の計画的な使い方	48.0	省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	54.5	自分の消費行動が世の中にも与える影響について	66.7
トラブルへの対処法(困ったことがあったら伝える、など)	38.8	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関する事	21.5	省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	48.0	自分の消費行動が世の中にも与える影響について	54.5	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関する事	66.7
その他	3.4	強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関する事	15.4	自分の消費行動が世の中にも与える影響について	48.0	物や金銭の計画的な使い方	50.0	消費生活トラブルへの対処法や相談について	50.0
		クーリング・オフに関する事	15.4	強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関する事	48.0	強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関する事	50.0	強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関する事	50.0
		食中毒や偽装表示など食品の安全性に関する事	15.4	クーリング・オフに関する事	44.0	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する事	50.0	通信販売のしくみと注意点	50.0
		クレジットカードのしくみについて	13.8	クレジットカードのしくみについて	40.0	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関する事	45.5	クレジットカードのしくみについて	33.3
		通信販売のしくみと注意点	13.8	消費者金融やローンなどによる多重債務問題	28.0	消費者金融やローンなどによる多重債務問題	45.5	消費者金融やローンなどによる多重債務問題	33.3
		消費者金融やローンなどによる多重債務問題	10.8	通信販売のしくみと注意点	24.0	食中毒や偽装表示など食品の安全性に関する事	36.4	食中毒や偽装表示など食品の安全性に関する事	16.7
		消費者行政・施策について	9.2	消費者行政・施策について	24.0	通信販売のしくみと注意点	36.4	消費者行政・施策について	16.7
		投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する事	6.2	食中毒や偽装表示など食品の安全性に関する事	20.0	クーリング・オフに関する事	31.8	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する事	16.7
		その他	0.0	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する事	16.0	消費者行政・施策について	9.1	クーリング・オフに関する事	0.0
				その他	0.0	その他	0.0	その他	0.0

平成30年度

(%)

幼稚園等 (n=162件)	小学校(義務教育学校を含む) (n=107件)	中学校(義務教育学校を含む) (n=49件)	高等学校 (n=25件)	特別支援学校 (n=7件)					
情報通信機器との付き合い方 (テレビ、ゲーム、スマートフォンなど)	79.6	物や金銭の計画的な使い方	85.0	消費生活トラブルへの対処法や相談について	89.8	消費生活トラブルへの対処法や相談について	84.0	物や金銭の計画的な使い方	100.0
食品の選択や食べ方(安全な食べ物や栄養バランスのとれた食べ方など)	78.4	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点	84.1	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点	71.4	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点	64.0	強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること	100.0
省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	71.6	省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	76.6	強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること	63.3	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること	60.0	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点	85.7
買い物の意味やお金の使い方	45.7	自分の消費行動が世の中に与える影響について	40.2	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること	61.2	クーリング・オフに関すること	48.0	省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	85.7
商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引(お店屋さんごっこ、など)	40.1	食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること	27.1	クーリング・オフに関すること	59.2	強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること	44.0	消費生活トラブルへの対処法や相談について	85.7
トラブルへの対処法(困ったことがあったら伝える、など)	24.7	消費生活トラブルへの対処法や相談について	15.0	物や金銭の計画的な使い方	57.1	省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	44.0	クーリング・オフに関すること	71.4
その他	0.0	通信販売のしくみと注意点	13.1	自分の消費行動が世の中に与える影響について	55.1	クレジットカードのしくみについて	44.0	食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること	57.1
		商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること	12.1	クレジットカードのしくみについて	55.1	消費者金融やローンなどによる多重債務問題	40.0	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること	57.1
		クーリング・オフに関すること	11.2	通信販売のしくみと注意点	51.0	自分の消費行動が世の中に与える影響について	40.0	通信販売のしくみと注意点	42.9
		クレジットカードのしくみについて	10.3	省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	49.0	消費者行政・施策について	32.0	クレジットカードのしくみについて	28.6
		強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること	6.5	食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること	24.5	食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること	32.0	消費者金融やローンなどによる多重債務問題	14.3
		消費者金融やローンなどによる多重債務問題	5.6	消費者金融やローンなどによる多重債務問題	24.5	通信販売のしくみと注意点	28.0	自分の消費行動が世の中に与える影響について	14.3
		消費者行政・施策について	4.7	消費者行政・施策について	18.4	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関すること	24.0	消費者行政・施策について	0.0
		投資・保険・預金などの金融商品や融資に関すること	2.8	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関すること	10.2	物や金銭の計画的な使い方	20.0	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関すること	0.0
		その他	0.9	その他	0.0	その他	0.0	その他	0.0

14. 消費者教育の実施にあたっての課題

【Q15】

「幼稚園等」では、「教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない」(38.5%)、「小学校」「高等学校」では、「他の優先課題があり取り組めない」(小学校：51.5%、高等学校：31.8%)、「中学校」「特別支援学校」では、「活用できる教材が少ない」(中学校：32.0%、特別支援学校：50.0%)が最も高い。

前回調査(30年度)と比較すると、「幼稚園等」では「教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない」、「小学校」「高等学校」では「他の優先課題があり取り組めない」、「中学校」「特別支援学校」では、「活用できる教材が少ない」が特に増加している。

令和5年度

幼稚園等(n=117件)		小学校(義務教育学校を含む)(n=66件)		中学校(義務教育学校を含む)(n=25件)		高等学校(n=22件)		特別支援学校(n=6件)	
教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない。	38.5	他の優先課題があり取り組めない。	51.5	活用できる教材が少ない。	32.0	他の優先課題があり取り組めない。	31.8	活用できる教材が少ない。	50.0
どのような取組をすればいいかわからない。	31.6	活用できる教材が少ない。	31.8	特にない。	32.0	その他	27.3	指導者や講師となる人材の情報が得られない。	33.3
他の優先課題があり取り組めない。	28.2	指導者や講師となる人材の情報が得られない。	24.2	指導者や講師となる人材の情報が得られない。	20.0	教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない。	22.7	教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない。	33.3
活用できる教材が少ない。	27.4	どのような授業をすればいいかわからない。	22.7	教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない。	20.0	どのような授業をすればいいかわからない。	18.2	他の優先課題があり取り組めない。	33.3
特にない。	18.8	教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない。	22.7	他の優先課題があり取り組めない。	20.0	特にない。	18.2	どのような授業をすればいいかわからない。	16.7
指導者や講師となる人材の情報が得られない。	14.5	特にない。	13.6	その他	12.0	活用できる教材が少ない。	13.6	予算がない。	0.0
その他	8.5	その他	7.6	予算がない。	8.0	予算がない。	13.6	その他	0.0
予算がない。	6.8	予算がない。	1.5	どのような授業をすればいいかわからない。	4.0	指導者や講師となる人材の情報が得られない。	4.5	特にない。	0.0
園での消費者教育に必要性を感じていない。(消費者教育は家庭で行うべきもの)	5.1								

平成30年度

幼稚園等(n=160件)		小学校(義務教育学校を含む)(n=107件)		中学校(義務教育学校を含む)(n=48件)		高等学校(n=26件)		特別支援学校(n=7件)	
他の優先課題があり取り組めない。	38.1	他の優先課題があり取り組めない。	43.0	他の優先課題があり取り組めない。	27.1	他の優先課題があり取り組めない。	42.3	他の優先課題があり取り組めない。	42.9
教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない。	30.0	活用できる教材が少ない。	39.3	特にない。	27.1	特にない。	34.6	活用できる教材が少ない。	42.9
活用できる教材が少ない。	26.9	教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない。	26.2	教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない。	25.0	教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない。	23.1	その他	28.6
指導者や講師となる人材の情報が得られない。	25.0	どのような授業をすればいいかわからない。	26.2	活用できる教材が少ない。	22.9	活用できる教材が少ない。	15.4	教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない。	14.3
どのような授業をすればいいかわからない。	24.4	指導者や講師となる人材の情報が得られない。	25.2	指導者や講師となる人材の情報が得られない。	14.6	どのような授業をすればいいかわからない。	15.4	どのような授業をすればいいかわからない。	14.3
特にない。	17.5	特にない。	10.3	その他	10.4	指導者や講師となる人材の情報が得られない。	7.7	予算がない。	14.3
予算がない。	13.8	その他	9.3	どのような授業をすればいいかわからない。	6.3	その他	0.0	特にない。	0.0
その他	10.0	予算がない。	1.9	予算がない。	2.1	予算がない。	0.0	指導者や講師となる人材の情報が得られない。	0.0
幼稚園での消費者教育に必要性を感じていない。(家庭で行うべきもの)	4.4								

15. 消費者教育の推進に今後必要なこと

【Q16】

全ての教育機関で、「生徒（児童・幼児）向けの教材の作成・配布」（幼稚園等：57.4%、小学校：68.2%、中学校：60.0%、高等学校：50.0%、特別支援学校：71.4%）が最も割合が高く、次いで「実践事例の紹介」（幼稚園等：57.4%、小学校：63.6%、中学校：44.0%、高等学校：40.9%、特別支援学校：57.1%）となっている。「特別支援学校」では、「実践事例の紹介」と同率で「教員に対する研修」（57.1%）、「消費者被害の最新情報の定期的な提供」（57.1%）も高い。

前回調査（30年度）と比較すると、「生徒（児童・幼児）向けの教材の作成・配布」は「小学校」、「特別支援学校」で10ポイント以上増加している。

令和5年度

幼稚園等(n=115件)	小学校(義務教育学校を含む)(n=66件)	中学校(義務教育学校を含む)(n=25件)	高等学校(n=22件)	特別支援学校(n=7件)
生徒(児童・幼児)向けの教材の作成・配布	70.4	68.2	60.0	71.4
実践事例の紹介	57.4	63.6	44.0	57.1
教員に対する研修	40.0	39.4	36.0	57.1
消費者教育の意義・必要性の啓発	40.0	25.8	24.0	57.1
保護者や地域との連携	34.8	18.2	24.0	42.9
講師派遣制度の充実	13.0	15.2	12.0	42.9
教育委員会(行政)の方針・リーダーシップ	12.2	12.1	8.0	42.9
消費者被害の最新情報の定期的な提供	7.0	10.6	8.0	28.6
消費者教育に関する相談窓口の周知	4.3	9.1	8.0	28.6
その他	1.7	3.0	0.0	0.0

平成30年度

幼稚園等(n=161件)	小学校(義務教育学校を含む)(n=107件)	中学校(義務教育学校を含む)(n=49件)	高等学校(n=26件)	特別支援学校(n=7件)
生徒(児童・幼児)向けの教材の作成・配布	77.6	66.4	63.3	50.0
実践事例の紹介	56.5	54.2	46.9	38.5
消費者教育に関する相談窓口の周知	49.1	30.8	36.7	26.9
教員に対する研修	34.8	30.8	36.7	26.9
保護者や地域との連携	28.0	29.0	24.5	23.1
講師派遣制度の充実	23.0	15.0	18.4	19.2
消費者教育の意義・必要性の啓発	9.3	12.1	16.3	15.4
教育委員会の方針・リーダーシップ	9.3	7.5	12.2	7.7
消費者被害の最新情報の定期的な提供	6.8	6.5	4.1	7.7
その他	1.2	2.8	2.0	3.8

16. 消費者教育に関する授業で活用しやすい教材

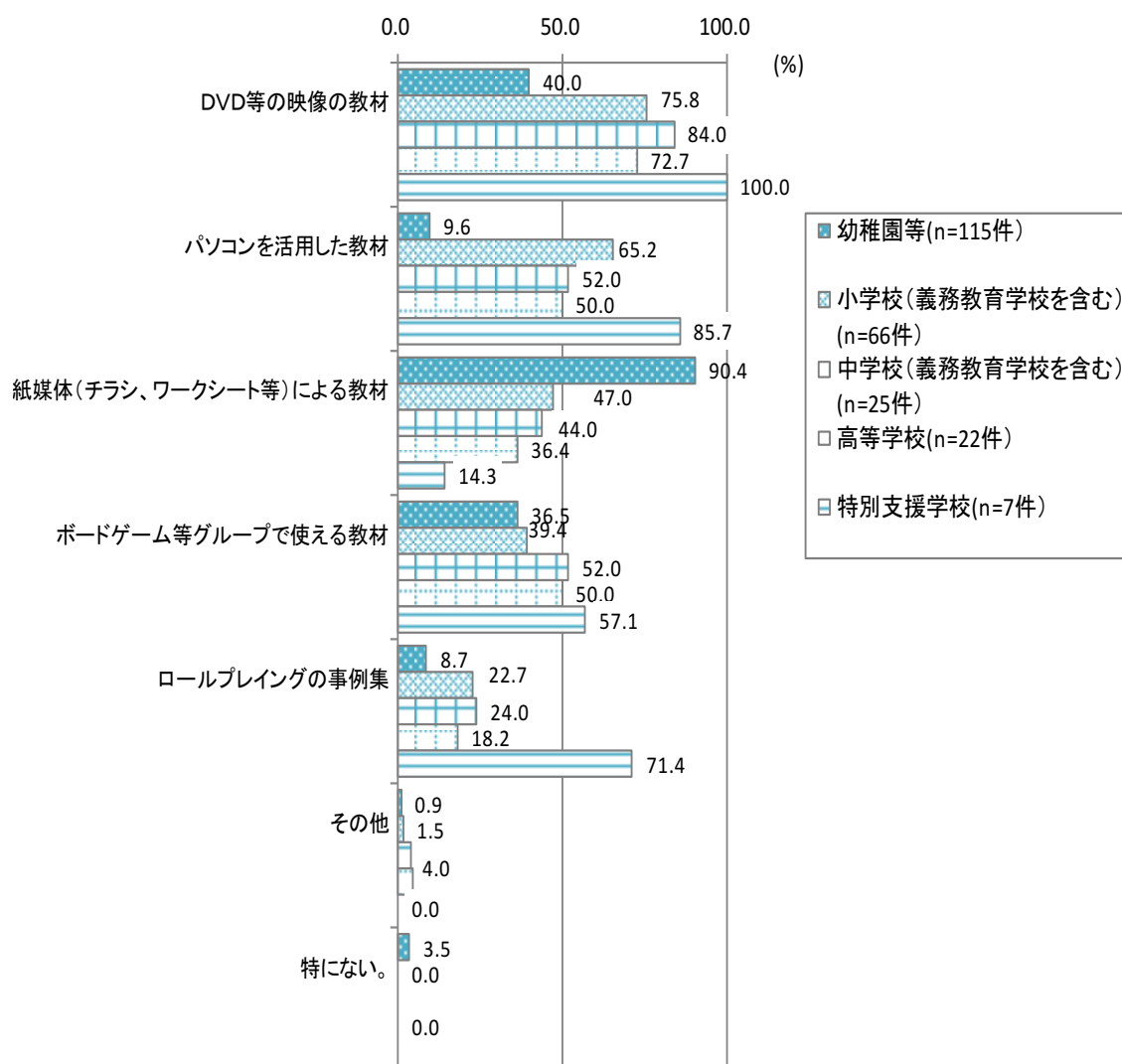
【Q17】

「幼稚園等」を除いた教育機関では「DVD等の映像の教材」が7割を超え、最も高い割合となっている。「幼稚園等」では、「DVD等の映像の教材」は40.0%にとどまり、「紙媒体（チラシ、ワークシート等）による教材」が90.4%と最も高い割合となっている。

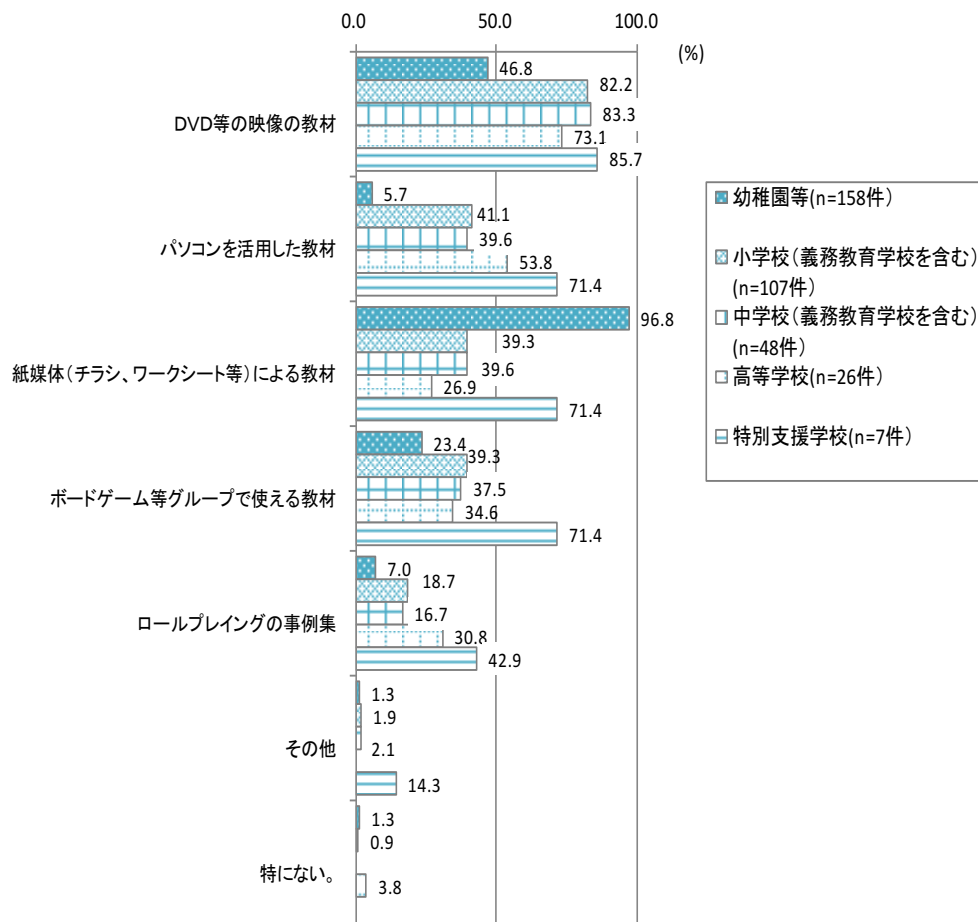
「パソコンを活用した教材」では、「特別支援学校」（85.7%）、「小学校」（65.2%）が高い割合となっている。「ボードゲーム等グループで使える教材」では、「特別支援学校」（57.1%）、次いで「中学校」（52.0%）となっている。「ロールプレイングの事例集」は「特別支援学校」（71.4%）が高い割合となっている。

前回調査（30年度）と比較すると、「小学校」では「パソコンを活用した教材」が、「特別支援学校」では「ロールプレイングの事例集」、が大幅に増加している。

令和5年度



平成30年度

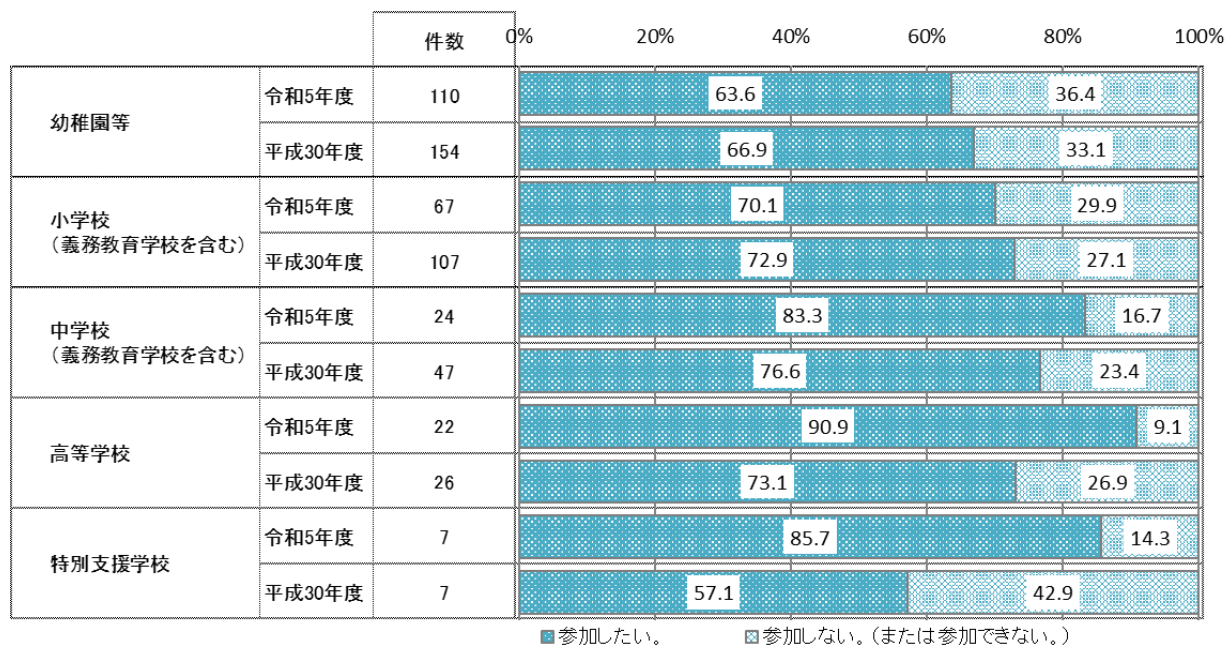


17. 消費者教育に関する教員向けの研修への参加意向

【Q18】

全ての教育機関で「参加したい」が6割を超えている。

前回調査（30年度）と比較すると、「特別支援学校」で「参加したい」が大幅に増加している。



18. 消費者教育に関する教員向けの研修で希望する内容

【Q19】

「幼稚園等」では「省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方」(72.6%)、「特別支援学校」では「インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点」(85.7%)が7割を超え最も割合が高い。「小学校」では「インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点」(58.5%)、及び「自分の消費行動が世の中に与える影響について」(58.5%)が同率で最も割合が高い。

前回調査(30年度)と比較すると、「自分の消費行動が世の中に与える影響について」が「小学校」で19.1ポイント、「投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する事」が「高等学校」で27.6ポイント、「消費者金融やローンなどによる多重債務問題」が「中学校」で31.0ポイント、「特別支援学校」で42.8ポイントと大幅に増加している。

令和5年度

		(%)									
幼稚園等(n=113件)		小学校(義務教育学校を含む)(n=65件)		中学校(義務教育学校を含む)(n=25件)		高等学校(n=22件)		特別支援学校(n=7件)			
省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	72.6	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点	58.5	自分の消費行動が世の中に与える影響について	56.0	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する事	54.5	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点	85.7		
情報通信機器との付き合い方(テレビ、ゲーム、スマートフォンなど)	67.3	自分の消費行動が世の中に与える影響について	58.5	成年年齢引き下げ(契約のルール・消費生活トラブルの防止策、対処法)	48.0	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点	45.5	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関する事	57.1		
食品の選択と食べ方(安全な食べ物や栄養バランスのとれた食べ方など)	48.7	省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	55.4	消費者金融やローンなどによる多重債務問題	44.0	成年年齢引き下げ(契約のルール・消費生活トラブルの防止策、対処法)	36.4	消費者金融やローンなどによる多重債務問題	57.1		
買い物の意味やお金の使い方	41.0	物や金銭の計画的な使い方	46.2	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点	40.0	自分の消費行動が世の中に与える影響について	31.8	成年年齢引き下げ(契約のルール・消費生活トラブルの防止策、対処法)	57.1		
商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引(お店屋さんごっこ、など)	31.0	消費者金融やローンなどによる多重債務問題	23.1	省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	32.0	消費者行政・施策について	27.3	物や金銭の計画的な使い方	42.9		
トラブルへの対処法(困ったことがあったら伝える、など)	21.2	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関する事	20.0	クレジットカードのしくみについて	28.0	消費者金融やローンなどによる多重債務問題	27.3	強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関する事	42.9		
その他	3.5	消費生活トラブルへの対処法や相談について	13.8	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する事	24.0	物や金銭の計画的な使い方	13.6	通信販売のしくみと注意点	42.9		
		クレジットカードのしくみについて	12.3	消費者行政・施策について	24.0	食中毒や偽装表示など食品の安全性に関する事	13.6	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する事	28.6		
		食中毒や偽装表示など食品の安全性に関する事	10.8	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関する事	24.0	強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関する事	13.6	消費者行政・施策について	28.6		
		通信販売のしくみと注意点	10.8	強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関する事	20.0	省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	9.1	省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	28.6		
		強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関する事	9.2	消費生活トラブルへの対処法や相談について	16.0	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関する事	9.1	自分の消費行動が世の中に与える影響について	28.6		
		クーリング・オフに関する事	9.2	クーリング・オフに関する事	16.0	クレジットカードのしくみについて	9.1	クレジットカードのしくみについて	28.6		
		投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する事	6.2	通信販売のしくみと注意点	12.0	クーリング・オフに関する事	9.1	クーリング・オフに関する事	14.3		
		消費者行政・施策について	6.2	食中毒や偽装表示など食品の安全性に関する事	8.0	消費生活トラブルへの対処法や相談について	4.5	消費生活トラブルへの対処法や相談について	0.0		
		その他	6.2	物や金銭の計画的な使い方	4.0	その他	4.5	食中毒や偽装表示など食品の安全性に関する事	0.0		
				その他	0.0	通信販売のしくみと注意点	0.0	その他	0.0		

平成30年度

(96)

幼稚園等 (n=153件)	小学校 (義務教育学校を含む) (n=104件)	中学校 (義務教育学校を含む) (n=46件)	高等学校 (n=26件)	特別支援学校 (n=7件)					
情報通信機器との付き合い方 (テレビ、ゲーム、スマートフォンなど)	73.9	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点	73.1	自分の消費行動が世の中にも与える影響について	47.8	消費生活トラブルへの対処法や相談について	50.0	消費生活トラブルへの対処法や相談について	71.4
省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	68.6	物や金銭の計画的な使い方	58.7	消費生活トラブルへの対処法や相談について	47.8	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点	50.0	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点	71.4
食品の選択と食べ方(安全な食べ物や栄養バランスのとれた食べ方など)	66.0	省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	51.9	強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関する事	37.0	クレジットカードのしくみについて	34.6	自分の消費行動が世の中にも与える影響について	42.9
買い物の意味やお金の使い方	34.6	自分の消費行動が世の中にも与える影響について	39.4	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点	30.4	消費者金融やローンなどによる多重債務問題	34.6	強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関する事	42.9
商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引(お屋さんごっこ、など)	22.9	通信販売のしくみと注意点	17.3	クーリング・オフに関する事	28.3	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関する事	30.8	省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	42.9
トラブルへの対処法(困ったことがあったら伝える、など)	20.3	食中毒や偽装表示など食品の安全性に関する事	16.3	省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	26.1	自分の消費行動が世の中にも与える影響について	26.9	物や金銭の計画的な使い方	42.9
その他	1.3	強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関する事	15.4	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関する事	26.1	強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関する事	26.9	商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関する事	28.6
		商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関する事	13.5	通信販売のしくみと注意点	19.6	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する事	26.9	クーリング・オフに関する事	28.6
		消費生活トラブルへの対処法や相談について	13.5	クレジットカードのしくみについて	15.2	省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方	23.1	消費者金融やローンなどによる多重債務問題	14.3
		クーリング・オフに関する事	12.5	食中毒や偽装表示など食品の安全性に関する事	13.0	クーリング・オフに関する事	19.2	通信販売のしくみと注意点	14.3
		消費者金融やローンなどによる多重債務問題	8.7	消費者金融やローンなどによる多重債務問題	13.0	消費者行政・施策について	19.2	食中毒や偽装表示など食品の安全性に関する事	14.3
		クレジットカードのしくみについて	8.7	物や金銭の計画的な使い方	10.9	通信販売のしくみと注意点	15.4	クレジットカードのしくみについて	0.0
		消費者行政・施策について	6.7	消費者行政・施策について	10.9	物や金銭の計画的な使い方	15.4	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する事	0.0
		投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する事	3.8	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する事	8.7	食中毒や偽装表示など食品の安全性に関する事	7.7	消費者行政・施策について	0.0
		その他	0.0	その他	4.3	その他	7.7	その他	0.0

19. 研修に参加しやすい時期

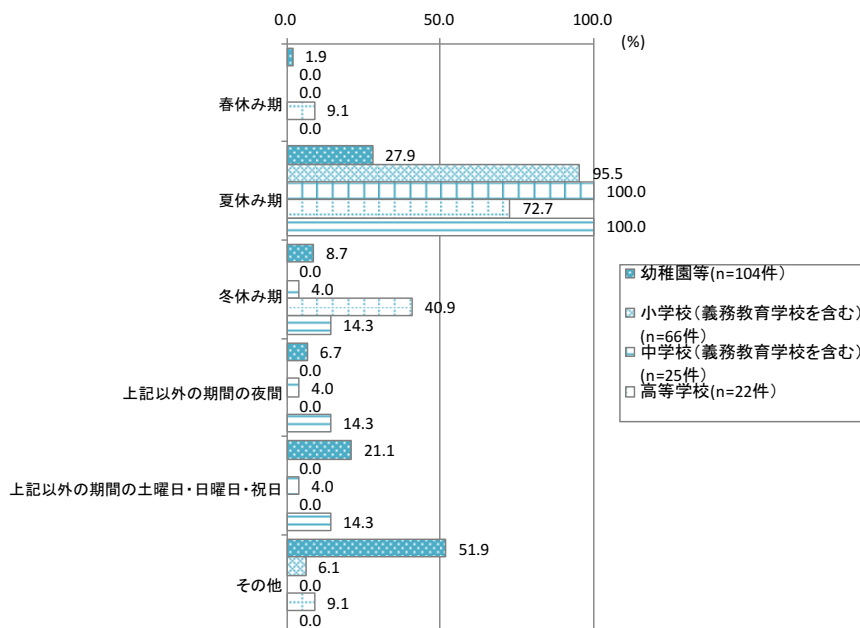
【Q20】

「幼稚園等」以外の教育機関では「夏休み期」が最も割合が高く、7割以上となっている。

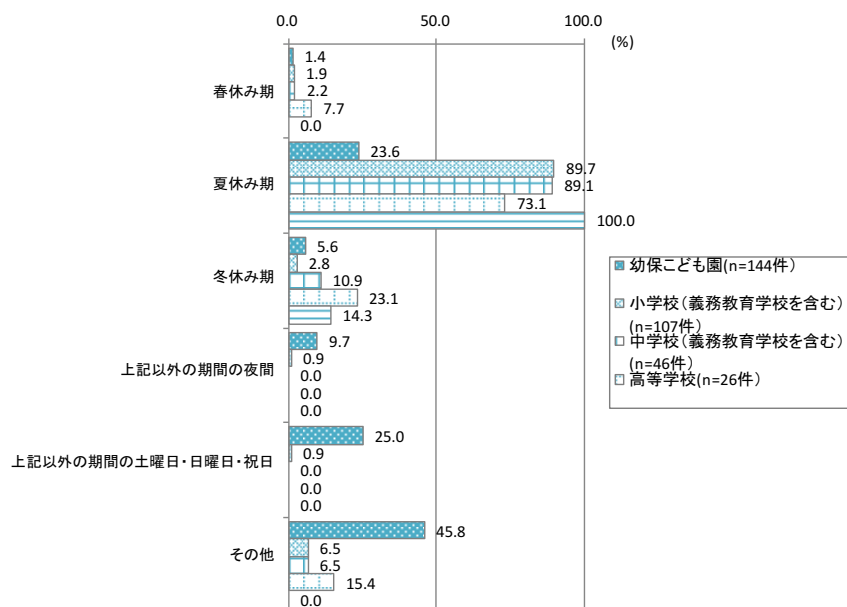
「幼稚園等」では、「上記以外の期間の土曜日・日曜日・祝日」の割合が最も高い。（「幼稚園等」の「その他」の内容としては、「平日の昼間」「オンライン」等である）

前回調査（30年度）と比較すると、高等学校の「冬休み期」が大幅に増加している。

令和5年度



平成30年度



第4章 調査結果のまとめ

1. 消費生活の現状

(1) 消費者問題への関心

●消費者問題に対する関心については、全体では「関心を持っている人」（「関心がある」「ある程度関心がある」の合計）は、64.1%であった。

前回調査（30年度）と比較すると、「関心を持っている人」は僅かに減少している。

年齢別では、40歳代以上で「関心を持っている人」の割合が6割以上である一方で、20歳代以下では5割を下回っている。

前回調査（30年度）と比較すると、「関心を持っている人」は30～40歳代では増加しているが、その他の年齢層は減少しており、特に20歳代では7.6ポイントと最も減少している。

関心をもったきっかけとしては、全体では「テレビや新聞などメディアを通じて発信される情報を見た」が80.6%と突出して高く、年齢別においても同様の傾向となっている。

前回調査（30年度）と比較すると、「自分や家族が実際に消費者被害にあった」が1.8ポイント増加している。

●また、関心がある消費者問題としては、全体では「インターネットやメールを利用した悪質な手口」（63.3%）、「食品の安全性（食中毒、偽装表示など）」（60.6%）、「製品の安全性（製品の欠陥による事故、製品のリコールなど）」（60.0%）が挙げられた。

前回調査（30年度）と比較すると、「金融（投資・保険・融資等の金融商品の問題など）」が6.1ポイント、「インターネットやメールを利用した悪質な手口」が6.0ポイント増加した。

年齢別では、18～19歳、30～64歳では「インターネットやメールを利用した悪質な手口」が最も割合が高い。また、18～19歳では、同率で「製品の安全性（製品の欠陥による事故、製品のリコールなど）」「振り込め詐欺」が高い。

●一方、関心がない理由としては、全体では「今までに学んだり考えたりする機会がなかったから」（46.0%）が最も高く、次いで「自分にとって身近な問題ではないと思うから」（37.2%）、「自分が被害にあうことはないと思うから」（23.2%）と続いている。

前回調査（30年度）と比較すると、「今までに学んだり考えたりする機会がなかったから」「難しそうだから」が増加し、「自分にとって身近な問題ではないと思うから」「自分が被害にあうことはないと思うから」が減少している。

年齢別では、「今までに学んだり考えたりする機会がなかったから」は40～50歳代で増加、「自分にとって身近な問題ではないと思うから」は30歳代で増加している。

(2)消費者被害の状況

●「自分または家族が消費者被害にあったことがある人」は、全体では20.7%となり、前回調査(30年度)より0.7ポイント増加している。

年齢別では、60～64歳で33.0%と最も高く、次いで40歳代で25.9%、50歳代で24.6%となっている。(前回調査(30年度):40歳代で22.5%、50歳代で27.3%、60～64歳で29.7%)

●被害にあった際の相談の有無は、全体では「相談したり、伝えたりした」は57.2%と半数以上となっている。

前回調査(30年度)と比較すると、「相談したり、伝えたりした」が5.5ポイント増加、「相談したり、伝えたりしなかった」が6.5ポイント減少している。

年齢別では、「相談したり、伝えたりした」は18～19歳以上で10割、次いで70～74歳で約7割となっている。一方、20歳代、50～64歳では「相談したり、伝えたりしなかった」が5割前後となっている。

前回調査(30年度)と比較すると、「相談したり、伝えたりした」は30～64歳、70～74歳では増加した一方で、20歳代、65～69歳では減少した。

●被害にあっても相談しなかった場合の理由は、全体では「どこに相談したり、伝えたりしたらいいかわからなかった」(37.1%)が最も割合が高く、次いで「めんどろだった」(36.0%)が続いている。

前回調査(30年度)と比較すると、「どこに相談したり、伝えたりしたらいいかわからなかった」、「めんどろだった」、「被害を思い出したくなかった」、「相談すると経済的に負担がかかると思った」が増加している。

年齢別では、「どこに相談したり、伝えたりしたらいいかわからなかった」は30～59歳、65～74歳で4割以上となっている。

前回調査(30年度)と比較すると、「どこに相談したり、伝えたりしたらいいかわからなかった」は50～69歳で、「めんどろだった」は30～64歳で大幅に増加している。

●被害にあいそうになったが回避できたと回答した人は、全体では22.8%であった。

年齢別では、40歳代で28.3%と最も高く、次いで50歳代で25.6%、65～69歳で24.5%であった。

●被害にあうことを防げた理由としては、全体では「テレビや新聞の報道等で問題点について気づいた(知っていた)」(50.0%)が最も高く、次いで「家族や周りの人の助言や協力を受けた」(31.9%)となっている。

前回調査(30年度)と比較すると、「消費生活に関する啓発講座で対応について学習していた」、「これまで受けてきた教育の中で対応について理解していた」、「県や市町村の相談窓口の助言や協力を受けた」が増加している。

年齢別では、「テレビや新聞の報道等で問題点について気づいた(知っていた)」は40歳

～74歳で、「これまで受けてきた教育の中で対応について理解していた」は20歳代以下で最も高い。

前回調査（30年度）と比較すると、「これまで受けてきた教育の中で対応について理解していた」は30歳代以下で増加している。

●必要な支援を受けられていないと思われる身近な人の有無について、「青少年」については13.6%、「障がい者」については14.4%、「高齢者」については25.6%が「いる」と回答した。

●一方、消費者被害を防止するために重要な取組については、「青少年」、「高齢者」、「障がい者」の全てで「家族・親族で日ごろから話題にするよう心がける」が7割以上と最も高く、次いで「青少年」では「学校の授業等で学習する」（70.3%）、「高齢者」では「近隣同士で声を掛け合う」（44.2%）の割合が比較的高く、身近な人や関わりのある機関の取組を重視する傾向にある。

(3)消費生活相談窓口の認識、消費生活に関する情報の入手方法

鳥取県消費生活センター、市町村の消費生活相談窓口の認識については、いずれも全体では「名前は聞いたことがあるが、業務内容までは知らない」（県：50.3%、市町村：46.8%）が半数程度で最も高く、次いで「相談したことはないが、名前も業務内容も知っている」（県：30.9%、市町村：25.2%）となった。市町村の消費生活相談窓口については、鳥取県消費生活センターよりも「名前も業務内容もわからない」の割合が11.6ポイント高く、年齢別では、「名前も業務内容もわからない」が18～39歳で3割を超えている。

消費生活に関する情報の入手手段は、全体では「テレビ」（72.9%）が最も割合が高く、次いで「インターネット」（57.0%）、「新聞・雑誌」（49.6%）となっており、ともに他の手段を大きく引き離している。

前回調査（30年度）と比較すると、「インターネット」が11.1ポイントと大幅に増加している。

年齢別では、40歳代以下では「インターネット」、65～74歳は「テレビ」、60歳以上では「新聞・雑誌」、65歳以上では「自治体の広報誌」「自治会や町内会（回覧板など）」が高くなっている。

前回調査（30年度）と比較すると、「新聞・雑誌」は70～74歳を除く年代で減少、「インターネット」は全年代で増加している。

(4)エシカル消費（思いやり消費）・消費者市民社会

「エシカル消費（思いやり消費）」について、全体では「知らなかった」（71.4%）が最も高く、次いで「言葉は知っているが、意味は知らなかった」（14.1%）、「知っている（意味も理解している）」（13.8%）となっている。

前回調査（30年度）と比較すると、「知っている（意味も理解している）」が4.8ポイン

ト、「言葉は知っているが、意味は知らなかった」が2.4ポイント増加している。

年齢別では、全ての年代で「知らなかった」が最も割合が高く、40～50歳代を除くすべての年代で7割を超えている。

一方で、「エシカル消費（思いやり消費）」を「実行していない」割合は、全体では26.9%であり、「エシカル消費（思いやり消費）」の言葉の認知度は低いものの、何らかの取組を実行している者は7割以上であった。

また、「消費者市民社会」について、全体では「知らなかった」（86.3%）が最も高く、次いで「言葉は知っているが、意味は知らなかった」（9.2%）となっている。

前回調査（30年度）と比較すると、「知らなかった」が3.6ポイント増加している。

2. 消費生活に係る課題

（1）消費者被害防止のための効果的な情報発信・連携

調査結果から、消費者問題について関心を持っている人の割合は6割を超え、その中でも「インターネットやメールを利用した悪質な手口」、「食品の安全性（食中毒、偽装表示）」、「製品の安全性（製品の欠陥による事故、製品のリコールなど）」についての関心が高いことがわかった。

こうした問題に関心を持ったきっかけとして、多くの人がテレビや新聞などメディアの発信する情報を挙げており、このことから、消費者問題の関心向上や被害防止のために、こうしたメディアを活用した情報発信が有効となっていることが明らかになった。

一方、消費者問題の関心がない理由の中には「今までに学んだり考えたりする機会がなかったから」の割合が増加しており、県民の学習機会の確保が必要である。

消費生活に関する情報の入手手段としては、「テレビ」「インターネット」「新聞・雑誌」などの割合が高い。「テレビ」「新聞・雑誌」は高年齢層で、「インターネット」は若年層で高いことから、年齢層ごとのメディアの利用状況に応じた効果的な情報発信が求められる。

消費者被害にあいやすいとされる「青少年」「高齢者」「障がい者」について、身近に必要な支援を受けられていない者がいるが「青少年」「障がい者」では1割、「高齢者」では2割を超えている。一方で、こうした消費者の被害を防止するためには、家族などの身近な人や関係機関の取組を重視する回答が多い。このことから、こうした消費者の被害を防止するために、周囲の人や関係機関による見守り体制の構築・強化のための取組が必要であると考えられる。

（2）消費生活相談窓口の認知度向上

消費生活センターや消費生活相談窓口の認知状況は、「名前は聞いたことがあるが、業務内容までは知らない」が約半数にのぼり、「名前も業務内容もわからない」を加えると知らない人は5～6割となる。特に18～39歳の若い世代で「名前も業務内容もわからない」が3割を超えるなど、他の年齢層に比べて認知度が低い。

また、消費者被害にあっても「相談したり、伝えたりしなかった」の理由として、全体で

は「どこに相談したり、伝えたりしたらいいかわからなかった」の割合が最も高いことから、相談窓口の県民への周知が課題である。

なお、鳥取県消費生活センターと市町村の消費生活相談窓口の認知度を比較すると、市町村の消費生活相談窓口の認知度が 11.6 ポイント低いという結果が出ており、県民により身近な相談窓口の認知度を向上させ、相談しやすい環境を整えることが求められている。

(3) エシカル消費(思いやり消費)の普及啓発

「エシカル消費(思いやり消費)」について、言葉の意味まで理解している割合は 13.8%にとどまっている。前回調査(30年度)と比較すると、「知っている(意味も理解している)」が 4.8 ポイント、「言葉は知っているが、意味は知らなかった」が 2.4 ポイント増加しており、今後も効果的な啓発活動に取り組んでいくことが求められる。

3. 消費者教育の現状

(1) 消費者教育を行う場

●消費者教育を行う場として重要だと思うものは、全体では、「家庭」(69.4%)が最も高く、次いで「高等学校」(62.7%)、「小中学校」(61.2%)となっている。前回調査(30年度)と比較すると、「高等学校」が 5.1 ポイント増加、「小中学校」が 3.3 ポイント増加している。

(2) 学校における消費者教育

●教育機関別の授業で扱う消費者教育の内容は、小学校では「①物や金銭の計画的な使い方」(85.5%)、「⑦省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方」(80.6%)の割合が高く、中学校では「⑫クーリング・オフに関すること」(100.0%)、「⑩通信販売のしくみと注意点」(95.8%)、「⑩クレジットカードのしくみについて」(91.7%)、「⑧商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること」(87.5%)の割合が高い。高等学校では「⑫クーリング・オフに関すること」(86.4%)、「⑩クレジットカードのしくみについて」(81.8%)、「⑬消費生活トラブルへの対処法や相談について」(81.8%)の割合が高い。特別支援学校では「①物や金銭の計画的な使い方」(80.0%)、「②インターネット(スマートフォンや携帯電話含む)の注意点」(80.0%)、「⑫クーリング・オフに関すること」(80.0%)、「⑬消費生活トラブルへの対処法や相談について」(80.0%)の割合が高くなっている。

前回調査(30年度)と比較すると、「①物や金銭の計画的な使い方」は中学校、高等学校で増加し、「②インターネット(スマートフォンや携帯電話含む)の注意点」は、特別支援学校を除く全ての教育機関で増加し、「⑫クレジットカードのしくみについて」「⑩通信販売のしくみと注意点」「⑫クーリング・オフに関すること」「⑬消費生活トラブルへの対処法や相談について」は全ての教育機関で増加している。

●続いて、幼児期から成人期までのそれぞれの時期にどのような消費者教育が必要かについて、県民が消費者教育を必要と考える時期と、教育機関が重要と考える消費者教育とを比較した【図表 1 参照】。ほとんどの項目で、教育機関が重要と考える割合が県民の必要と考えている割合を上回っており、特に、「①物や金銭の計画的な使い方」「②インターネット（スマートフォンや携帯電話含む）の注意点」「⑦省エネやゴミの減量などの環境問題」「⑩クレジットカードのしくみについて」「⑬消費生活トラブルへの対処法や相談について」については、それぞれの時期で教育機関の重要度が県民の必要性を上回っている。

前回調査（30年度）では、「④強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること」の小学生期において、また、「①物や金銭の計画的な使い方」と「⑨自分の消費行動が世の中に与える影響について」と「⑩クレジットカードのしくみについて」の高校生期において、県民が教育機関を大きく上回っていたが、今回調査（5年度）では教育機関が県民を上回っており、教育機関として上記内容を重要だとする認識がそれぞれの時期で高まっている。

【図表 1】 県民：消費者教育が必要と考える時期/教育機関：重要と考える消費者教育

令和 5 年度

	教育時期→ (教育機関種別)→	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期
		幼稚園等	小学校(義務教育学校前期含む)	中学校(義務教育学校後期含む)	高等学校
①物や金銭の計画的な使い方 ※幼児期については、「買い物の意味」	県民意識調査	27.7	73.3	47.4	38.9
	教育機関調査	46.6	90.8	48.0	50.0
②インターネット(スマートフォンや携帯電話含む)の注意点	県民意識調査	6.5	71.8	59.5	45.2
	教育機関調査	76.7	83.1	64.0	72.7
③食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること	県民意識調査	3.8	32.3	44.8	40.8
	教育機関調査	69.0	15.4	20.0	36.4
④強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること	県民意識調査	0.9	14.3	39.2	51.4
	教育機関調査		15.4	48.0	50.0
⑤投資・保健・預金などの金融商品や融資に関すること	県民意識調査	0.5	4.8	16.0	52.2
	教育機関調査		6.2	16.0	50.0
⑥消費者金融やローンなどによる多重債務問題	県民意識調査	0.5	4.1	17.4	51.1
	教育機関調査		16.8	28.0	45.5
⑦省エネやゴミの減量などの環境問題	県民意識調査	25.1	65.0	52.9	47.3
	教育機関調査	70.7	80.0	48.0	54.5
⑧商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること	県民意識調査	27.1	38.0	47.3	54.5
	教育機関調査	44.8	21.5	56.0	45.5
⑨自分の消費行動が世の中に与える影響について	県民意識調査	10.8	43.6	52.1	53.3
	教育機関調査		55.4	48.0	54.5
⑩クレジットカードのしくみについて	県民意識調査	0.8	7.9	30.3	63.7
	教育機関調査		13.8	40.0	68.2
⑪通信販売のしくみと注意点	県民意識調査	0.6	10.8	42.4	59.7
	教育機関調査		13.8	24.0	36.4
⑫クーリング・オフに関すること	県民意識調査	0.4	10.0	38.0	58.8
	教育機関調査		15.4	44.0	31.8
⑬消費生活トラブルへの対処法や相談について	県民意識調査	16.0	33.9	46.1	57.5
	教育機関調査	38.8	29.2	56.0	63.6
⑭成年年齢引き下げ(契約のルール・消費生活トラブルの防止策、対処法)	県民意識調査				
	教育機関調査			52.0	68.2

※数値が高い程色が濃くなっている。

平成 3 0 年度

	教育時期→ (教育機関種別)→	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期
		幼稚園	小学校(義務教育学校前期含む)	中学校(義務教育学校後期含む)	高等学校
①物や金銭の計画的な使い方 ※幼児期については、「買い物の意味」	県民意識調査	27.2	71.0	41.9	32.1
	教育機関調査	45.7	85.0	57.1	20.0
②インターネット(スマートフォンや携帯電話含む)の注意点	県民意識調査	4.0	59.5	62.6	41.2
	教育機関調査	79.6	84.1	71.4	64.0
③食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること	県民意識調査	4.5	29.3	43.1	38.6
	教育機関調査	78.4	27.1	24.5	32.0
④強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること	県民意識調査	0.4	10.1	31.0	43.0
	教育機関調査	-	6.5	63.3	44.0
⑤投資・保健・預金などの金融商品や融資に関すること	県民意識調査	0.2	2.2	12.0	39.3
	教育機関調査	-	2.8	10.2	24.0
⑥消費者金融やローンなどによる多重債務問題	県民意識調査	0.1	2.0	10.9	45.6
	教育機関調査	-	5.6	24.5	40.0
⑦省エネやゴミの減量などの環境問題	県民意識調査	20.9	61.9	51.5	43.2
	教育機関調査	71.6	76.6	49.0	44.0
⑧商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること	県民意識調査	24.3	36.9	42.9	48.6
	教育機関調査	40.1	12.1	61.2	60.0
⑨自分の消費行動が世の中に与える影響について	県民意識調査	3.3	22.3	42.0	52.9
	教育機関調査	-	40.2	55.1	40.0
⑩クレジットカードのしくみについて	県民意識調査	0.3	6.0	24.6	59.4
	教育機関調査	-	10.3	55.1	44.0
⑪通信販売のしくみと注意点	県民意識調査	0.3	10.2	36.2	58.3
	教育機関調査	-	13.1	51.0	28.0
⑫クーリング・オフに関すること	県民意識調査	0.4	6.9	30.6	55.2
	教育機関調査	-	11.2	59.2	48.0
⑬消費生活トラブルへの対処法や相談について	県民意識調査	13.9	29.4	40.5	53.7
	教育機関調査	24.7	15.0	89.8	84.0

(3) 消費生活に関する講座への参加状況

消費生活に関する出前講座や、学校や公民館で実施する消費者講座への参加については、全体では、「実施されていることを知らない」(68.4%)が最も割合が高く、次いで「実施されていることは知っていたが、参加したことはない」(26.7%)となっている。

年齢別では、40歳代以下で「実施されていることを知らない」が7割以上と認知度が低い。

実施を知っているが参加したことがない理由としては、全体では「日程が合わない」(45.6%)が最も割合が高く、次いで「忙しく時間がない」(35.1%)となっている。

前回調査(30年度)と比較すると状況、「参加するのがめんどろだった」「他の場所や媒体で情報を得ているから参加する必要がない」が増加している。

年齢別では、50歳代で「日程が合わない」が6割以上を占め、40歳代で「忙しく時間がない」が5割以上を占めている。

前回調査(30年度)と比較すると、20歳代では「参加するのがめんどろだった」「他の場所や媒体で情報を得ているから参加する必要がない」「テーマ等に興味・関心がない」が、75歳以上では「日程が合わない」が増加している。

4. 消費者教育の課題

(1) 教育機関における消費者教育の課題

県民意識調査の結果、消費者教育を行う場として教育機関は「小中学校」、「高等学校」が約6割と「家庭」に次いで県民から重要視されている。また、教育機関調査の結果では、教育機関自身においても、質問した消費者教育に関する項目のほとんどで、「重要」と考えている割合が県民より高い。

消費者教育に関するほとんどの項目について、小学校から高等学校までのいずれかの段階で半数以上の教育機関が授業で取り上げている一方、「消費者教育の実施にあたっての課題」としては、幼稚園等においては「教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない」が38.5%、小学校、高等学校においては「他の優先課題があり取り組めない」（小学校：51.5%、高等学校：31.8%）、中学校、特別支援学校においては「活用できる教材が少ない」（中学校：32.0%、特別支援学校：50.0%）が最も高い。自由意見でも、教育現場の時間的な状況の厳しさを訴える声も上がっている。これらのことから、教員が授業等で活用しやすい教材の提供や、教員向けの研修を実施するなど、教員の負担に配慮しながら必要な支援に取り組むことが求められる。

(2) 家庭・職場・地域における消費者教育の課題

県民意識調査によると、家庭は消費者教育の場として県民から最も重要視されていることから、家庭内での消費者教育が促進されるよう学校や保護者会、社会教育施設などと連携し、消費生活に関する情報提供や啓発活動をしていくことが有効と考えられる。

消費者講座については、実施されていること自体を知らない人が68.4%となっており、講座の周知方法を工夫して認知度を上げることが課題である。また、講座の実施を知っているが参加したことがない理由としては、全体では「日程が合わない」（45.6%）が最も割合が高く、次いで「忙しく時間がない」（35.1%）となっている。このことから、県民がそれぞれのライフスタイルに合わせて気軽に参加できるような手法も検討していく必要がある。

第5章 意見・要望

1. 消費生活に関する県民意識調査

問 25. 自由意見
地域、行政との関わりが大切であることを感じた。
AIの活用で老人宅にかかって来たTEL内容で詐欺を判断してセンターに転送できるようにし、被害を抑える。本人同意が必要。
物価高で痩せる。
病気と同じで予防が大事。トラブルになる前の情報(=教育)が重要だと思います。
小学生からお金のこと、ネットのこと、携帯のことなど教育したほうがいいと思います。中・高はカードローン・通帳の作り方、お金の使い方、携帯使用で被害、ネット被害、対策の話など大学生になって1人暮らしで騙されない、困らない教育が大事だと思います。
消費者行政について私自身よく分かっていないので、(私の周りの友人、知人も知りませんでした)。県民全体に分かるようにポスターやSNSを活用して周知していくことが大切かなと思いました。
安全性を見極める目が、知識が必要であり、その為には幼少期からの教育が大切と思います。家庭で話し合えることができればいいのですが、日々忙しいとなかなかそれぞれ時間が合わないこともあります。忙しいことによって心の休憩ができない世の中になってしまいました。事件も増えてきており、日本は本当に危険な国に向かっていると思います。この先が心配不安です。
消費生活って言葉あまり気にしていなかった。小さい時から教育を受ける事は大切な事だなと感じた。
今の時代、子供もスマホを使用していると思います。ネットトラブルに巻き込まれたり、個人情報の流出など心配な親子さんも多いと思います。中学・高校等でも数回ではなく、定期的に取りあげ被害にあわないような対策が必要なのではないかと考えます。
消費生活トラブルについて、どんな事例があったのか、まとめて知りたいと思っています。新しいトラブルについてある程度は知っておきたいからです。
知らない事が多いと感じた。知るきっかけを作って欲しい。
リサイクルが真っ先に浮かびました。食品発泡プラスチック等鳥取では、まだまだ進んでいない気がします。豆腐トレイ、卵パック、黒プラスチック…燃やせばただのゴミ。地球温暖化に拍車をかけていませんか？もっとリサイクルを増やして、ゴミを減らす努力も必要かと思います。
大型店ばかりでなく、地元の小さい店、専門店も繁昌して、地域が活性化してほしいです。同時に駐車場の完備を。消費者が危ないといけないので。買い物袋、食品ロス、空き家…消費に関係ある問題の解決が望まれます。それは消費生活に関係あり。
スマホの普及により小さい子どもからお年寄りまでいつでもネットで繋がれる時代となり、ネットを通じた詐欺が一番みんなに身近に感じられると思った。

「何かおかしい」と思った時に相談できる窓口が身近にあって、解決の最終手段として消費生活センターが存在するという安心な構造が大事だと思います。
子供には、社会に出る前に教育をすべき。最近強盗事件が多いのは、教育が届いていないせいじゃないかと思います。
自分の知らない問題がたくさんあると感じました。地域の広報だと限界があると思うので、インターネットや SNS で目にする広告などがあれば若年層に存在だけでも届くのではないかなと思います。
いつも思うのは、親元を離れ、まだ社会に慣れていない頃に様々な消費者被害を受けるケースが多いという状況です。高校よりはむしろ、大学生や専門学生、あるいは若者向けにケースに応じた対処の方法を周知すると自分のこととして捉えられる人が増えるのではと思います。SNS が普及している世の中なのでなおさら、危険が多いことを知らしめる必要があると思います。
今までは自分の欲しいものを「欲しいから買う」くらいにしか思っていなかったけど、もっと広い視点で買い物をしようと思った。陳列棚の商品をついつい後ろの方の賞味期限の遅いものを取る癖があるので、気をつけようと思った。
いくら断っても電話がかかってくると相談されることがある。
消費者センターの電話番号の記入してあるステッカーを電話の前にどんと貼ってれば高齢者にも伝わるかと思う。家族の話は聞かない。
消費生活に関する知識を小学生の頃から授業として学ぶべきだと思います。お金に関する教育、カリキュラムが少なすぎると感じます。
身近な問題や出来事をわかりやすく、丁寧に、何度でも各年齢に応じた対応を考えて実践してください。
コロナが終息傾向になり、隣近所が以前のように交流が再開すれば、多少の問題は地域ごとに補うことが出来るかも知れないし、ミニ集会や近場でのイベント等を通して、コミュニケーションが、改善される可能性があるかと期待したいです。
設問が多く、細かい内容なので途中でイヤになりました。
形骸的なことを行っても意味がない。
トラブルは無知(人ごとを含む)のために起こることだと思います。小さい時から教えないとダメだと思います。
ぜひ義務教育から位置づけてほしいです。
被害にあいやすい年齢に教育するのでは遅いのもっと早い段階から教育が必要だと思います。個人の体験になりますが、私は大学に出て一人暮らしを始めてすぐに訪問で被害にあったので(水道水の汚れに対応する浄水器など)高校の頃に知っておきたかったです。田舎から都会に出てすぐだったので余計にターゲットにされた可能性もありますし、早い段階から情報があれば良かったと今でも思っています。
強引な電話(電力をソーラーにしませんか)とか多くて困っています。しつこくて断っても電話があり、最近は無視ですが、どうにかしてほしいです。
最近、投資詐欺増えているので、大体的に取り上げて欲しいです。

若年層が無意識に犯罪に加担してしまっていることが多い現在、社会に与える影響等、小学校から指導することも必要ではないか？
あまり興味がない方々へ如何に周知浸透させるかが重要。広報活動を刷新して下さい。
地球の環境を良くすることなどの大きなテーマで人々の消費活動をリードしていく機関が必要だと思う。
15 年程前に母が消費者センターに電話したが取り合ってもらえなかったと怒っていたことがある。自分で解決したようだ。最近テレビの報道を見てまた怒っていた。
消費税が落ち着いた今も、なぜ、税込表示と本体価格が別というのは理解しがたい。
封筒が小さい。
自分だけではなく周りの人々の状況、地球環境が良くなり、住みやすいように！物価が高くなると、強盗が増加し、殺人も多くなり、住みにくい町になるので、生活するのが、大変！
昼間以外の相談体制の充実。「予防」はかなりされていると思う。「何かあったらココへ！」が安心につながるので)お仕事、ご苦労様です。
返信用封筒が小さいです。アンケートに回答したら、特典がもらえる制度にすれば返信率が高まると思います。QR コードもつけて、電子アンケートも併用すればよいと思います。
消費者問題に対して相談等できる組織があることをもっと学校機関で教えてほしい(小・中・高継続的に)。また、企業・法人向けの講習会などあると良いのでは？(すでにあるとするなら更なる周知)。せっかく相談先があるのに、知らない人があまりに多く、もったいなく感じる。
消費者がトラブルに巻き込まれてからは間に合わないので注意喚起や情報提供、子供の頃からの教育などで市町村が役立ってほしい。
様々な新しい手口が増えているので、被害が広がらないうちに、情報開示を素早く行う。高齢者は TV、若者には SNS。
自分だけでなく家族や周りの人、友人達といろいろな話題を話し合い、それを継続していく事が、良いと思います。
全ての世代が知ることができるように対策してほしい(知らない方が多い)。
行政が悪徳業者や悪意ある人を裁けるなら行政も必要だが、できないなら税金の無駄遣い、相談なんかしない。義務教育での知識の提供に税金を使った方が良い。
消費生活センターの意義とかを分かりやすく PR されてもいいと思います。
高齢者に無理やり物を売らせないで。携帯等。
生活していくうえで大切なこと、物の見方など、自分(母、父)が見本になって生活することが重要と思います。
社会の課題を何でも学校教育にまかせようとする考え方は、そのことに対する逃げの考え方、他人まかせな考え方だと思う。学校で学ばせれば済むという簡単な構造ではないと思う。社会で起こった問題は、まず、社会全体で解決する道を探してほしい。学校は基本的に勉強をするところ。何でもかんでも入る余地はない。学校(教師)に頼るな!!

ひとり暮らしの高齢者は、思い込みや信用しやすい傾向があり、消費者トラブルにあいやすいと感じている。地域での教育にも限りがあると思われ、騙す方を取り締まる必要があると思われる。
消費生活とか消費者教育、消費者被害、消費者問題、消費者行政、の消費者とはどういう意味ですか？全般的に分かりません。
消費者センターの窓口が市役所等、行政機関内にあるといい。
困り事があった時に相談してみようと思いました
もっと普及活動して下さい！！あと、この封筒が小さすぎます！！
食品ロス、スーパー、ドラッグストア、コンビニなど割引シールが目立つ！安く買って食品をかからぬようにと行動するが割引シールがあちこち。店も多く、売れ残ること間違いない状態。一人一人ではなく、社会が考え直さないといけないと思う。
外壁塗装や屋根塗装は、高額であるが、優良な業者が分かりにくい。行政側から、優良な業者を示してほしい。マイナンバーカードは任意で取得するものであったのが、保険証と結び付けることで、強制で取得するものになりつつある。国による詐欺だと思う。県や消費生活センターも何らかの対策をしてほしい(反対意見の表明をしてほしい)。
大量納品、大量陳列、そして大量廃棄、テレビ等で紹介されるたび憤りを訴える方がいらっしやいますが、では自身はそれらをなくできるようなにか取り組んでおられるのでしょうか？
とにかく啓蒙が必要！
大人になってもお金のことをよくわかっていないと感じる。子供の頃から知識を身に付けることが大事だと思う。知っていたら防げる被害があるので家でもよく話をしようと考えている。意識して生活していきたい。
除草剤の薬害について適切な説明がなされていない気がします。
消費者政策はとても大切です。しかし行政の効率化をしないと国も地方も借金まみれです。国が防衛費倍増し、少子化対策に毎年 3,5 兆円投じると表明しています。教育、農業、社会保障(医療・年金・介護)、防災、政治家への給料、この国にはお金が必要な分野が山の様にあります。政策の優先順位を決めて、歳出改革しないと、財政がもたなくなります。
これからも安心して生活できるよう、体制の整備をしてください。
関心度が低いので、もっと関心を持って今後の私の課題です。
消費生活に余り関心はありませんでしたが県民意識調査を読みこれからはもっと勉強しようと思いました。何才からでも勉強ですから本はたくさん読んでいます。
昔と違ってスマホなどで気軽に借金ができると聞いた。子どものときから金銭感覚を身に付けるには、学校教育が一番いいと思う。スマホの危険性も、家庭だと、反発されるが学校だと素直に聞いてくれると思う。
何年か前にキャッシュコーナーで不信な動きをしている老人に声をかけて振り込み詐欺を事前に防いだことがあります。家の人に話をしてみたと問いかけると、いいと言われました。もっと家族身内で話しができるようになれば詐欺にもあわないのにと思いました。老人の方も変なプライドがあるみたいですよ。

年少の頃から教育により繰り返し知識を身に付け、正しい行動がとれるようになることが大切だと思います。
もっと身近な所身近に考えられる広告(テレビ)を年寄りに、子供に分かりやすく知らせてほしい。
幼児期から計画的、段階的に消費者教育を行っていく必要がある。
みんなが未来のため、SDGs な行動をとる。
行政の消費者保護 PR 不足を感じる。
行政は自分の担当部署でどうにかならないとき、「ではこの番号へ」ではなく、同じような被害事例の相談があれば、他の部署に積極的に相談をして、完全に近い状態に解決をすべきだと思う。悪質業者は法の抜け道を巧みに抜けて、善良な市民の財産を不当な方法で得ていると思います。報道等で見聞きする度に非常に残念で腹立たしく、日本社会を治めている行政が、事実を知らながら、ほぼ無策といえる状態に思われます。予算と時間を使って、結果が出ないなら、それはなくてもよい存在となります。鳥取県はとてもコンパクトな県なので全国に先がけて、パイロットケースとして関係機関と連携し、悪質商法被害をゼロにして欲しいです。「前例がない、他の県がやっていない」とかやらない理由を捜すのではなく、「問題が起きたら対応する」県になって欲しいです。何も変わらないなら、組織として存在意義はなく、税の無駄だと思います。
未来のための(孫、子供等)消費、地産地消の徹底教育を望む。子供等への教育の充実を願う。
この意識調査がどのように役にたっているのか知りたい。
買物は現金で払いたいのに、どこからもやけにキャッシュレス決済をすすめられる。何か知らないが不安が広がる！！(気持ち的に)
消費期限が近い者から買うようにしている。”地産地消”地物を大切に！！もっともっとたくさんの人に知ってもらいたい！！
今はそんな余裕がない。
自分の為ではなく、誰かのためにしたことは、いずれ自分や自分の子供にその効果がでてくるので、自分が社会の為にすることは大きな意味があり、十分な社会貢献だと思いましたので、今後「思いやり消費」が広がってほしいと感じました。
学校教育で情報リテラシーを強化することが時間はかかるが重要だと思います。加害者(社)の手口は功名になってきているので、何かあった時の(相談先がある、相談方法を知っている)ことも大切ですし、加害者(社)への罰則強化も必要だと思います。
特に米価がそうであるように、人口減による経済(生産力・消費)が衰退している。消費者行政って何者ですか？消費あつての経済です。
市町村の消費者相談窓口があるのか知らない。あれば、もっと地域に PR して欲しい。
棄てるほど買い物しないこと！
日本では消費についての教育が不十分だと思います。”消費”が経済、環境問題、治安等全ての根源だと思いますのでもっと重視すべきだと思います。

加工食品の添加物が簡略名しか記載されていないのでよく分からない。外国では使用禁止になっている添加物が我が国では使用許可している。非常に危険である。病人を国が作っている。
日常生活の中で様々な商品やサービスを選択し購入しているが、リスクを伴う可能性があるということを常に考え行動していく必要があると思いました。何かあったときに相談できる消費生活センターという機関があることがとても心強いと感じました。
物価高騰で高くなり、どちらかというと安くて、安心安全なもの、単価(gなどで)の安いものを買ってしまう。低費用なら手を出してしまう傾向にあり。1回で高額被害にならなくても低額被害、複数回で高額被害になる悪質商法、健康被害(アレルギー等)、低賃金労働者雇用企業の応援になる危険性がある。
消費者を守る動きは必要だが、全てを守るのはちがうと思う。消費者の意識を上げる動きをしていく活動も必要。自己責任の意味を理解するようなこともやってほしい。企業ばかりが頑張るのは限界があると思います。
今回のアンケートもそうだが、県民、住民が全て知っていると思っているような内容です。消費生活を仕事にしている方はすごいと思いますが、県民、住民に理解されていない内容だと思います。まだまだ説明していかないといけない事がたくさんあるように思います。アンケートの内容にしても、答えるのが無さ過ぎて、自由な意見を書く所が少ないです。今後アンケートをするのであれば、改良していただきたいです。
地球環境は待ったなしの切実な問題なのだと思います。NHKだけでなく民放でももっと取り上げてもらい、私含め世の中に対して教えてもらいたいです。
現在の物価高の状況において、日々生活がしていけるかどうか、不安が増している。政府はいろいろと給付金など打ち出しているが、将来を背負って立つ人達にその負荷がいくのではと心配している。(国民が気付かないところ増税されているのではないかと不安である。)
以前地域の消費生活センターに相談したが、インターネットを使った詐欺について、相談員の知識不足で相談にならなかった(10数年前の昔です)。センターは新しい手口の詐欺等情報を常にアップデートしてほしいです。
こういう世の中なので各自、自分自身が十分に気をつけるよう心掛ける事。特に地球環境問題は真剣に考えなければならぬ。
本人では理解できぬことばかりでお役にたてなくて申し訳ありません。
もうちょっと若ければもっと関心をもったかもしれませんが今は人に騙されないようにするのが精いっぱいです
近年、悪質な事例が多発しており、重要な取組だと思います。
知らないことがたくさんあり、びっくりです。
あまりにも設問が多すぎて、もう少し、年代別とかに分類して欲しい。
人体や環境へ配慮にはとても大事だと思う。経済活動優先の社会からの脱却が必要だと感じるが、学校教育などがそちらを優先しているので難しく感じる。倫理感を育てる必要もあると感じた。

チラシ配布して啓発するのは良いことだが、文字・映像などだけで解消する問題ではない。特に高齢社会においては直接具体的な話を聞かないと理解できない人が多い。
幼児の時から、遊びながらお金の事や社会の流れを学ぶのはとても大事だと思います。大人だけでお金の事を何も知らないの、子供には教えていきたいと思います。
スマホで決済したり、自分が老人になり認知機能が低下した場合、ネットでの買物などうまくできない気がして心配です。今でもパスワードを忘れてたりして失敗しているので。
アンケートによって新しい言葉を知りました。ありがとうございました。
ワンクリック詐欺、勧誘など増加している。対策を打たないと被害が増えるかと。弁護士の敷居が高いと感じる風潮をなくし困ったら頼れる世間になれば最高。
逆パターンで会社が一般消費者を叩きたい場合がある(悪質消費者)。心から相談に乗ってもらいたい。公務員の仕事だけでなく。
子供の頃からお金について、会社の仕組みについて、クレジットカードについて、税金について、どのように成り立っているか、仕組みを教育に取り入れて欲しかった。大人になり、金融や株式など未知だと感じる事が多い。早く知っていれば防げる消費者被害もあると思う。社会に出るまで必要な教育だと思う。
成人年齢が18歳に引き下げられ、様々な契約が保護者の承諾なしにできるようになった。消費生活について学校でも授業の中でもっと取り上げていくべきだと思う。
テレビなどでもっと情報を提供してほしい。
小さい頃から学ぶ事が大事だと思います。家族で話し合ったりしたいと思います！
携帯電話・スマートフォンの取扱いに詳しくない事を利用し、悪質な説明をし、知らない間に金額設定させ、何件か店の店員に聞いても調子のいいことしか言わず、良心的なスタッフがいない。一番上等になくてもならない必要としている道具なので取扱いの中での悪質にならないような取決めを地域に動いてほしい。
”消費生活”という言葉自体が市民には馴染まない。生活＝消費なのだから、なかなか定着しないのではないかと。行政用語ではなく市民目線の表現が必要では・・・(ex 暮らしの相談センターとか)
子どもの頃(義務教育)(家庭教育)の教育が必要
IT社会になりつつあり、ネット上での消費生活広報や相談組織の成立が遅れている。
被害にあわないようにたえず情報を聞く。変だと感じたら、消費生活センターに電話する。
行政のアピールが不足している。
高齢者をターゲットにする悪徳業者が多いように思う。家庭内での消費者教育が重要を考えているが、悪徳業者の少しでも多くの検挙を願う。
SNSの低年齢化によりインターネットトラブルが身近になっていると思うので、小学校からワンクリック詐欺や架空請求などについて学ぶ必要があると思う。また、電子決済の普及によりお金の使い方やお金の仕組みなどがわからない子供も増えると思う。幼児教育からお金の使い方を学ぶ機会もつくる必要がある。
高齢者に対する「振り込み詐欺」予防の教育強化
インターネットから答えられるようにして頂きたい。

インターネットで回答できると良い！
賃貸住宅に住んでいると、市報・県政だよりの配布対象外になります。そうなる情報量が制限されるため、把握することが難しくなります。災害への個人での対応、対策もそうですが、命や財産を守ることにに関して、行政は賃貸住宅に住んでいる方への意見が聞きたいです。このように記載しても今までに一度も対応いただいたことがないので何の期待もしていませんが・・・。
身近なケーブルテレビをはじめ、インターネット、ニュース報道で情報を得ながら気をつけたり、反省したりと常に意識は持っておこうと思っています。
騙されないように・・・といつも考えていてあまり深く考えていない生活をしているなどこのアンケートで思いました。高齢になって来たので出かけて研修というのは大変なのでテレビや新聞で勉強したいと思えます。特に19の質問、一生問題に直面した時、いい判断が出来なければ・・・と思いました。答えになっていなくてすみません。
柔軟剤の香害がひどくて外出が辛い。柔軟剤や合成香料を禁止してほしい。
当たり前のことが当たり前でなくなりつつある現代に将来を見据えて消費生活に思いをかけられる大切な人づくり、子供世代より学び伝えておかなければ将来地域、社会、国、世界レベルまで行きわたらないと思いました。教育の必要性が大切と思わせていただきました。
お店の近くに、手前から取ることを認知してもらえれば少しは良くなると思う
物を購入する、サービスを受けることを契約する際に、規約文書が長すぎて全てを理解できないと思っています。法律等で決まっていることなのかもしれませんが、どうかもっと簡潔な文書にならないものですか？消費生活が促進されないのではと個人的に思います。今回アンケートを受けた事で、普段の自分の消費生活について改めて考える事ができて良かったです。ありがとうございました。
数多くのモノがあふれている昨今で「自分に必要なものは何か」という目線を忘れている人が多いと感じる。お金に使われない生活を意識することが自分自身と守り、また豊かさを得るため重要であるという教育は必要であると感じる。
「エシカル消費」その日に使うものは値引きシールが貼ってあるものを買って食品ロスへらすようにしているが、恥ずかしい(値引きシールが貼ってあるから)と思う人もいます。レジで値引きの読み上げをするレジ機械があるお店もあるので、そのレジの使用をやめた方が、買いやすくなると思う。
アンケートに答える事で知らない事もわかって良かったと思う！
日頃あまり消費生活について考える事がなかったので今回改めて意識するキッカケになりました。
地元のテレビなどの放送などでも、もっと知らせてほしいです。
消費者被害にはあわなかったですけど、これから先は、自分がいつ合うか分からないのでこういうことは、大事だと思いました。大変だとは思いますが、どうぞがんばってください。これからも私達の生活をよろしくお願いします。

<p>消費者問題については、ニュース等で取り上げが行われており、身近に感じるが増えたが、未だに「自分は大丈夫」という思いを持つ人が多くいることに対し、地域や家庭での注意喚起が必要だと感じた。又、被害を相談できず泣き寝入りさせない為にも、相談機関を幅広く知ってもらう活動が重要と考えた。</p>
<p>消費が美德であった頃がなつかしく思えます。</p>
<p>現実の事例は、よく耳目にしますが、自分が被害者になるとは、切実に考えていない。そういうのは「しんどい」消費生活になります。言うまでもなく加害者を減少する方法が必要。被害者がいないと加害者が生じないので啓発・教育が必要とは思いますが・・・。</p>
<p>自分では理解しているつもりだが、なぜ詐欺にあう人が多いのかと考えたりする。社会全体がもう少し思いやりのある県全体を作っていれば少なくなるのかなあとと思います。詐欺だけでなく助け合い人を大事にしていくことの大切さを知らせるには、小さい時からの教育ではないでしょうか。アンケートによって私自身も考えてみなければと反省していい機会になりました。</p>
<p>地域・学校での消費者教育に積極的な専門家の講師を支援してほしい。引き続き、広報誌や新聞・メディアでの情報や被害対策の広報の充実をお願いしたい。</p>
<p>消費生活センターへの電話がつながりにくい。一回県と市の消費生活センターにたらい回しされた！</p>
<p>マルチ商法、オレオレ詐欺、闇バイトと若い人達の関わりが多いので教育する場は早いほどいいと思う。道徳という言葉(授業)はもはや注意点の教育にならないと伝えられない。人を信じる事が出来ない社会になっている。</p>
<p>たぶんこんなアンケートを取ってもこれに記入して返還する人は少ないと思うのもっと違った方法を考えたほうがいいと思います。それとこんなアンケートをしなくてもよい生活が出来るような世の中になるにはどうすればいいか考えていかないといけないと思う今日この頃です。</p>
<p>今回のアンケートで一口に消費者問題と言っても色んな種類があり、自分がそれらについて何も知らない事を実感しました。今後はもう少し消費者問題に関心を持って生活したいと思いました。</p>
<p>悪徳商法に騙されない為の簡単なマニュアルがあれば？あるのを知らないかも？</p>
<p>物価が高すぎてこれから年金が安くなってくるだろう。これからの生活に不安がつくる。</p>
<p>介護者を持っている家庭では、外に自由に勉強会にも出られませんし、新聞・テレビを見て知る位です。返事がおそくなり申し訳ありません。考えている心の余裕もなくおそくなりました。すいません。</p>
<p>どんな事もおおむねは幼児～小児など、子供の頃からの家庭、学校教育は、大変重要なキーワードと思います。</p>
<p>過去の事例を公開し注意喚起。他人事のように思いがちなので、自分事と思えるような教育。緑化運動。</p>
<p>水道料金については今年急増していますがどうしたら節約したらいいでしょうか。</p>
<p>騙された時には、他人を信用出来なくなってしまい残念でならなかった。日頃から正しく生きている自分としては「悪人には罰を！」と強く思う！</p>

<p>消費生活相談と法律専門家との連携というか連続性があれば良いと思う(気軽に相談)。例えば過払い金の返還の CM を各事務所が個別 CM しているが、本来であれば消費生活センターが啓発してもよい様に思う。</p>
<p>現代ではインターネットが普及し便利ではあるがトラブルに巻き込まれるリスクも増している。子供達がスマートフォンを持つことも当たり前になって来ている中、学校教育や家庭で正しい知識を身に付けさせる必要がある。子供だけでなく、教える大人達への教育も必要だと思う。</p>
<p>地産地消の表示をどんどんしてほしい。</p>
<p>トラブルが生じたときに気軽に相談できるそのような窓口が誰にでも与えられたらと思いました。エコになるよう買いすぎや、食品ロス出さないなど、気をつけて生活できるように注意をうながしてもらえたらと思います。年を重ねると判断も鈍るようになっていくので。</p>
<p>消費者市民社会、意味深い内容で身が引き締まる気がしました。</p>
<p>悪行の手口の情報提供を積極的に行ってほしい。</p>
<p>学校では学びますが、大人になると忘れてしまうので店に消費生活に関するポスターなどがあると良いのではないかと思います。</p>
<p>規格外の作物や台風の被害で痛んだ作物を格安で売れば購入する人はいると思う(捨てるのはもったいない)。</p>
<p>消費は色々な場面で行われており、自分の行うことによって社会に対する影響も考えていかなければならない</p>
<p>商品購入者のマナーも守って消費生活に参加してほしい。売る側が弱い立場にあり買う側がなんでもいいでは、成り立たないと思う。</p>
<p>物価高騰しているが、収入(給与)は上がらず(変わらず)。安全な消費を選択する余裕(ゆとり)があるのか?安全より安価なものを選択してしまう傾向があることは非常に危険なことだと感じる。</p>
<p>しつこい電話やメール、荷物が届いた時など、こまで信じていいのかわからない。</p>
<p>製品を作っている立場としては、最近あまりにも消費者保護に偏りすぎ、企業、メーカーにとっては「クレーマー」の問題がつかまとう。大企業ならばクレーマー専門の担当者がいると思うが、中小零細企業には多大な負担となり、業務に支障が出るほどになると思う。できればこういった企業、メーカーの救済部署も行政の方で何とかならないか?とは思う。</p>
<p>まだ知らないことがたくさんあることにアンケートに回答しながら気付いた。啓発はされているのに、自分のこととして考えていない部分が多いように感じた。</p>
<p>食品偽装はもっと重い刑罰をした方が良くと思います。今はやったもの勝ちみたいな感じなので。行っていることは「詐欺」ですので。「詐欺罪」は重罪のはずです!!正直者が馬鹿を見るような社会は良くない!!</p>
<p>悪い業者名や手口などをいろいろな方法で周知できるようにしてほしい(例:着物などの買取り屋、電話で勧めてくるインターネットの業者変更をすると安くなるなど、蓄電池購入など)。</p>

<p>すでに実施済みかもしれませんが、中学生、高校生の意識調査が重要(将来を担う)と思います。紙と送るのがもったいないです。</p>
<p>記入に際して、私には難しくてお役に立てなくて申し訳ございません。</p>
<p>町内会単位で消費者講座などを開いて頂けたら有難いです。ぜひ参加したいです。</p>
<p>消費者教育の家庭、学校、職場、地域での重要性を必要と思います。電子化に伴い、悪質で巧妙化していると思います。あらゆる媒体を通じて周知の必要性を感じます。特に人間関係の希薄化を強く感じています。</p>
<p>高齢になると消費そのものが少なくなる。外出も少なくテレビを見て過ごすといかにコマース通販が多いか！毎日何回も同じようなものを見させられるとつい買いそうになるが、よく考えればそんなものでどうかなるものでもなく、嘘も多い。ヘルスケア製品や薬は害があることの明記を。報道会社の責任をもってほしい。</p>
<p>いろいろな情報があふれる。現在自宅にいながら手軽に便利な家庭用品等が購入できます。でも購入する前に本当に必要な商品かどうかよく考える必要があると思います。</p>
<p>消費者教育は、小さい頃から、高齢者になるまで継続した教育が必要だと思う。年代ごとで教育内容は変わるし、定着をはかるのに良いと思うから。</p>
<p>物をリサイクルできる場所やイベントがもっとあるといいなと思います。</p>
<p>相談窓口がフリーダイヤルでないのは、どうしてでしょうか？せめてメインの東部、中部及び西部消費生活相談室の電話は、敷居を低くする為にもフリーダイヤル化が望ましいと思います。直接訪問する人より、先ずは電話相談する人が特にトラブル案件が多いと思います。簡単に済む話なら相談しないわけで通話料金が負担と考え断念する方もいると思います。フリーダイヤル化にして電話対応者が簡素な聞き取りをし、上手に訪問へ誘導すればいいと思いますが・・・？</p>
<p>日本に外国人が増えてきて、外国人の居住者が増えたら、その人達にも、同じの消費者の社会が教育、啓発していけるか不安である。これからの消費者教育推進計画を改訂して県民に実行していくには、外国人が将来増えていく事も考慮して国の行政と同調してすすめるなければ成り立たないと感じる。まずは、日本国民、県民から意識を変えるということは大事だが、今日のようなアンケートの役割は重要で、もっと多数の意見を聞いていいと思います。</p>
<p>封筒が小さいです。</p>
<p>(消費生活だけではないですが)自分の生活がどのような社会の制度や仕組みの上に成り立っているか、そして現在どういう状況であるのか、という情報をしっかり把握していくことが大切だということを小さいうちから伝えていくことが重要だと思います。更に大人になってからも、その情報をアップデートしていくことも同様に大切なのでそれができるようにしていただけたらいいと思います。</p>
<p>消費者被害、詐欺のことは知っていましたが、それ以外の事はあまり考えたことがなく、チラシ等も地域で回覧されていたかも知れませんがあまり目に留めていませんでした。このアンケートで知らない事が沢山あることを知りました。これをきっかけに日頃からもう少し関心を持ちたいと思いました。</p>
<p>金銭に関わることにはもっと提供する側は真剣に対応しなければならない。</p>

<p>これからは時代の流れもどんどん早くなってくるので、学校教育なんかではとても対応できないと思います。家庭教育から、消費や金融のリテラシーを高めることが重要だと考えます。</p>
<p>困ったことがあれば、家族・行政に相談する。家族(特に祖父母)を気にかけてたい。</p>
<p>行政が何をしてくれるのか不明(困った時連絡すればいいのか)</p>
<p>不要なものを衝動買いしないとかその商品が作られた背景にまで思いを寄せて、同意できないものは買わないなど買い物(消費)で意思表示することは重要だと思います。</p>
<p>消費者生活センターに相談しても(クーリング・オフ期間が過ぎた物は)なかなか解決出来ない。</p>
<p>レジ袋が有料になり、環境に配慮してエコバッグに・・・となって久しくなりますが、コンビニ等でもらうレジ袋には「燃やしても問題ない材料で作られている」と書いてあります。ならば全てのレジ袋をその材質にしたらいいのでは?と思ったりします。ストローや箸をプラスチックから竹に・・・などのニュースを見ましたがスーパーのお惣菜コーナーはすべてプラスチックのパックに入っています。何が違うのか疑問です。SDGs とやたらに言われますが、陸を守る森林を守ると言いつつ人がソーラーパネルなど設置されています。矛盾を感じます。なんでもかんでも「地球環境に配慮」という言葉で生活が窮屈になっている気がします。消費者も知識をつけるのは必要ですがまずは企業側が安心、安全を徹底するのが先では?庶民は今の暮らして精一杯です。</p>
<p>消費生活において失敗やトラブルに巻き込まれることは個人の責任にしてしまう社会はいけないと思います。誰しものが起こるべくして起きる事案かもしれないと伝え、責めたり、自助でなんとかさせる社会にしないように今後も呼びかけ等が必要だと考えます。金銭トラブル等も出来るだけ早いうちから学んでおいて損はないと考えます。”もしも”の時に助けてくれる社会でありますように。</p>
<p>このアンケートについて勝手に選んで、勝手に送って来ないでください。ましてや催促の文書など送られては迷惑です。なぜなら、大変な状況にある家庭もあります。アンケートを送っていいのかどうか、事前に電話一本もできませんか?</p>
<p>日々の生活におわれて、そんな事を考えているヒマはない。</p>
<p>アンケートの結果から方向性を見出すことができるのか疑問に思います。他県での先行事例を参考にしてみたいかがでしょう。</p>
<p>高校生くらいから授業でさらっと消費生活トラブルなどの注意、討論のようなものを行うのが大切なような気がします。</p>
<p>インターネットが普及した現代では消費生活における正しい知識を早くから正確に教育することが重要だと思う。</p>
<p>税金を減らせば消費する人は増えると思う。</p>
<p>近年、子供がスマホやタブレットを持つようになり、情報さえ入力していれば、指紋の照合などでお金を支払えたりするようになってきた。またグーグルなどでは、性的な画像が無料で見えたりするらしい。詐欺の手口も多様化している。行政などから、詳しく説明されたパンフレットなどを配るなどして、家庭で見るほか、小・中学校(小学校低学年からでも)、インターネットのおそろしさ、使い方などを何度も周知する必要があると思う。</p>

2. 消費者教育に関する教育機関への実態調査

教育機関	自由意見
幼保こども園	消費者教育はもう少し大きくなってから行ったほうが良いのでは。
幼保こども園	保育は生活の場でもあるので、この先、日常生活に必要なことを学ぶ場でもあります。子どもたちに必要と思われることは、遊びを通して伝えたり、子ども自身が主体的に学ぶこともあります。子どもの興味・関心に合わせ、地域に出て様々な人に触れ、見る、お話を聞くなど体験を通し学んでいけたらと考えています。これらのアンケートをもとに、適した教材や、お話し等ありましたら、お知らせ下さい。(情報を発信してもらえたらありがたいです)
幼保こども園	お店屋さんごっこは多くの園で取り組んでいる遊びであるが、消費者教育という視点での取組は行っておらず、多くの園が消費者教育のイメージや必要性を感じていないと思う。海外の取組事例など紹介してほしい。
幼保こども園	情報モラルの理解は低年齢の時から少しずつわかりやすく学んでいくとよいと思います。
幼保こども園	いろいろな教育が全て学校や園に求められる社会から、少しずつ、家庭や地域に返していけるようにしていきたい。いろいろな立場で取り組めたらよいと思う。
幼保こども園	消費者教育推進計画のあることを初めて知った。日頃の保育の内容に通じるものがあり、取り立てて新たな活動をしなくとも保育者が消費教育推進を意識しながら保育していきたいと感じる。保護者啓発も大事な役割だと感じているので、パンフレット、絵本等具体的に啓発できるものがあると、ありがたい。
幼保こども園	今回この調査が依頼され初めて知った。行政の方針など出されているのかもしれないが、キャッチできておらず、重要性についても情報があればと思う。
幼保こども園	消費者教育の法律をきちんと理解しておらず知識不足です。幼児期からの教育の必要性について学べたらと思います。
幼保こども園	園の取り組みとして、テーマをかかげて行なっている訳ではないが、活動(ごっこ遊び、給食活動、買い物体験、身のまわりの物の取り扱い、エコ)等で、要所において、伝えている。行政からの提案があれば、もっと積極的に活動に取り組むかもしれない。

小学校	消費者研修も受けたいが、他の研修も多く「必ず」とはいかないのが現状。大切なことではあるが、小学校現場に「～教育」というものがどんどん入ってきて、対応に苦慮している。教員も不足する中、新たな取組みをするには慎重に判断して決定していきたい。
小学校	夏休みは研修で埋まっている。また普段取得できない休暇を取るよう促されており、主となる教科の研修で十分である。消費者教育の大切さは十分理解しており、5年の家庭科でしっかり指導している。学校の教育課程の中での実施だけではなく、イベント等の開催などでの消費者教育の実施も考えてほしい。
小学校	さまざまな実践を参考にしながら今後取り組んでいきたいと思います。
小学校	お世話になります。
中学校	このアンケートを紙で回収する意義を知りたいです。データの集計等の手間や今後の共有等を楽にできるかと思います。
中学校	中学生学齢期の被害データ等があればいいなと思います。
中学校	常に最新の情報が提供できれば、生活に生かせ、生徒も実感を持って学べると考える
高等学校	これまでも家庭科には、消費者教育の内容にふれる単元があったが、科目内での学習になりがちである。今後は、「家庭」科だけでなく教科間連携や地域、外部機関と連携した取組みが必要だと思う。
高等学校	いつもお世話になっています。数年前にエシカル消費の資料をいただき、授業に活用出来ました。最新のリーフレットなどの見本をいただくと、問い合わせしやすいと思います。
高等学校	消費者教育の内容について、社会の変化やニーズに合わせて改善、充実させるのが難しい。日常でより役立つ情報や、知識を中立的に伝えることが難しい。
高等学校	このアンケートを紙で回収して集計するのが大変かと思しますので、Form等のデジタルデータで記入したいです。また、この結果を共有する上でデータにして配信等していただくと、本校の参考になるかと思います。

消費生活に関する県民意識調査

ご協力をお願い

県民の皆様には日頃から鳥取県政にご理解とご協力をいただき、誠にありがとうございます。

この度、県では、県民の皆様の消費生活に関する意識や実態を把握し、消費者教育の方向性及び計画を定めた「鳥取県消費者教育推進計画」（平成30年3月策定）の改訂に反映させるため、「消費生活に関する県民意識調査」を実施することといたしました。

調査をお願いする方については、県内にお住まいの18歳以上の方から3,000人を無作為に選ばせていただきました。

調査は無記名で、回答者個人が特定されたり、他の目的に利用されたりすることはありません。お忙しいところ恐縮ですが、本調査の趣旨をご理解いただき、ご協力くださるようお願いいたします。

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及びこれに準ずる啓発活動です。《例えば…》
 - ・ 契約のルールや取引のトラブル防止（クーリング・オフの仕方など）
 - ・ 安全・安心な商品（食べ物を含む）の選び方、表示の見方
 - ・ 環境、人、地域に配慮した消費行動（環境配慮商品購入、寄附付き商品購入、地産地消など）

ご記入にあたってのお願い

調査は無記名です。日頃お感じになっていることを率直にお聞かせください。

- 回答は全て宛名のご本人がご記入ください。（ご本人による記入が困難な場合は、ご家族等が、ご本人のお考えを代わりに記入してください。）
- 回答は、選択肢に○をつけてください。（一部選択肢の番号をご記入いただく設問があります。）
- 設問によって【○は1つ】【○はいくつでも】など、○をつける数が異なりますので、【 】の注意書きに従ってください。
- 「その他」をお選びいただいた場合は、その後にある（ ）内に具体的な内容をご記入ください。
- 設問によって回答していただく方が限られる場合があります。説明文及び矢印に従ってお進みください。特に説明等のない場合は、次の設問にお進みください。

ご記入された調査票は、令和5年7月14日（金）までに、**返信用封筒（切手不要）に入れて、ポストに投函してください。**

この調査票についてご不明な点などがございましたら、下記までお問合わせください。

鳥取県生活環境部くらしの安心局消費生活センター

〒683-0043 米子市末広町 294 番地

TEL : 0859-34-2765 FAX : 0859-34-2670

あなたご自身のことについて(令和5年6月1日現在でお答えください)

問1 あなたの性別はどちらですか。【〇は1つ】

- | | | |
|-------|-------|----------------|
| 1. 男性 | 2. 女性 | 3. その他・回答したくない |
|-------|-------|----------------|

問2 あなたの年齢は次のうちどれにあたりますか。【〇は1つ】

- | | |
|-----------|-----------|
| 1. 18～19歳 | 6. 60～64歳 |
| 2. 20～29歳 | 7. 65～69歳 |
| 3. 30～39歳 | 8. 70～74歳 |
| 4. 40～49歳 | 9. 75歳以上 |
| 5. 50～59歳 | |

問3 あなたの世帯構成は次のうちどれにあたりますか。【〇は1つ】

- | | |
|------------|--------------|
| 1. 一人暮らし | 4. 親・子・孫の三世代 |
| 2. 夫婦のみ | 5. その他 () |
| 3. 親・子の二世代 | |

問4 あなたの職業は次のうちどれにあたりますか。【〇は1つ】

- | |
|----------------------------------|
| 1. 自営業（農林漁業、商工サービス業などで、家族従事者を含む） |
| 2. 会社・団体などの正社員（正職員） |
| 3. 会社・団体などの役員 |
| 4. パートタイマー、アルバイト、契約社員など |
| 5. 専業主婦（主夫） |
| 6. 学生 |
| 7. 無職 |
| 8. その他 () |

問5 あなたのお住まいの市町村はどちらですか。【〇は1つ】

- | | | | |
|--------|----------|----------|---------|
| 1. 鳥取市 | 6. 若桜町 | 11. 琴浦町 | 16. 伯耆町 |
| 2. 米子市 | 7. 智頭町 | 12. 北栄町 | 17. 日南町 |
| 3. 倉吉市 | 8. 八頭町 | 13. 日吉津村 | 18. 日野町 |
| 4. 境港市 | 9. 三朝町 | 14. 大山町 | 19. 江府町 |
| 5. 岩美町 | 10. 湯梨浜町 | 15. 南部町 | |

商品等の購入時の意識について

問6. あなたは、商品やサービスを選ぶとき、次の項目をどのくらい意識しますか。

【○はそれぞれに1つずつ】

	意識する	どちらかといえば意識する	あまり意識しない	意識しない	どちらともいえない
①価格	1	2	3	4	5
②機能や品質	1	2	3	4	5
③安全性	1	2	3	4	5
④広告・表示	1	2	3	4	5
⑤ブランドイメージ	1	2	3	4	5
⑥商品やサービスが環境へ及ぼす影響	1	2	3	4	5
⑦購入(利用)時の説明や対応などの接客態度	1	2	3	4	5
⑧苦情や要望への対応(アフターサービスも含む)	1	2	3	4	5
⑨事業者の経営方針や理念・社会貢献活動	1	2	3	4	5

問7. あなたは、商品を購入したり、サービスを利用したりする際の契約や取引で、何らかの被害に
あうかもしれないという不安を感じますか。【○は1つ】

1. 不安を感じる	4. 不安を感じない
2. どちらかといえば不安を感じる	5. どちらともいえない
3. あまり不安を感じない	

問8. あなたは、消費者として次の行動をどのくらい心がけていますか。【○はそれぞれに1つずつ】

	心がかかります	心がある程度	心あまりかけていない	心ほとんどかけていない	どちらともいえない
①表示や説明を十分確認し、その内容を理解した上で商品やサービスを選択する	1	2	3	4	5
②個人情報の管理について理解し、適切な行動をとる	1	2	3	4	5
③環境に配慮した商品やサービスを選択する	1	2	3	4	5
④自己を含めた環境(年齢、生活形態、経済状況等)の変化等、将来を見通した生活設計を考える	1	2	3	4	5
⑤商品やサービスについて問題があれば、事業者へ申立てを行う	1	2	3	4	5
⑥トラブルに備えて対処方法をあらかじめ調べておく	1	2	3	4	5

消費生活相談窓口の認識、情報収集について

問9. あなたは、鳥取県消費生活センターや、市町村に消費生活相談窓口があることを知っていますか。

(1) 鳥取県消費生活センターを知っていますか。【〇は1つ】

1. 相談したことがある
2. 相談したことはないが、名前も業務内容も知っている
3. 名前は聞いたことがあるが、業務内容までは知らない
4. 名前も業務内容もわからない

(2) お住まいの市町村の消費生活相談窓口を知っていますか。【〇は1つ】

1. 相談したことがある
2. 相談したことはないが、名前も業務内容も知っている
3. 名前は聞いたことがあるが、業務内容までは知らない
4. 名前も業務内容もわからない

問10. あなたは、以下に例示した消費生活に関する情報を、どのようにして入手していますか。

【〇はいくつでも】

《消費生活に関する情報の例》

※単純な商品等の価格に関する情報は除きます

- ・商品の購入やサービスの利用に関する契約や取引の情報
 - ・製品や食品の安全性、悪質な手口やその対策など消費者問題に関する情報
 - ・投資や保険など金融に関する情報
 - ・省エネやゴミの減量などの環境問題に関する情報
 - ・啓発講座の実施など行政の取組に関する情報
- など

- | | |
|---------------------------------|---------------------------------|
| 1. テレビ | 8. 自治会や町内会（回覧板など） |
| 2. ラジオ | 9. 消費者団体の広報など |
| 3. 新聞・雑誌 | 10. 職場 |
| 4. インターネット | 11. 学校 |
| 5. SNS（LINE、Instagram、Twitter等） | 12. その他（ ） |
| 6. 自治体の広報誌 | 13. わからない（入手していない） |
| 7. 消費生活センターや消費生活相談窓口 | |

消費者被害の状況について

問 1 1. あなたは、次のような悪質商法の手口があることを知っていますか。

【〇はそれぞれに1つずつ】

	知 名 前 も い 内 容 も	知 い 名 ら る 前 が は い 内 知 容 っ て は て	知 い 名 っ が 前 は い 内 知 容 は ら な	知 名 ら 前 も い 内 容 も
①【点検商法】 「点検に来た」と言って訪問し、住居の屋根や排水管の劣化、本当はいないダニやシロアリ、湿気による被害などの不安をあおり、工事や商品売りつける。	1	2	3	4
②【催眠(SF)商法】 閉め切った会場に高齢者などを集め、日用品などをただ同然で配って雰囲気盛り上げた後、最終的に高額な商品売りつける。	1	2	3	4
③【開運(靈感)商法】 「購入しないと不幸になる」などの不安をあおる言葉で勧誘し、商品売りつけたり、祈とう料を請求する。	1	2	3	4
④【利殖商法】 「必ず儲かる」など利殖になることを強調し、未公開株、社債、ファンドなど実態のない投資先に高額な投資をさせる。「謝礼を払うので名義だけ貸してほしい」などと言って勧誘し、後から名義貸しが原因でトラブルが起きたと装って金銭を支払わせる事例や、「損を取り戻してあげる」など過去の被害の救済を装って金銭を支払わせる事例もみられる。	1	2	3	4
⑤【悪質マルチ商法】 「商品を買って会員になり、他の人を加入させれば利益が得られる」と言って組織を拡大していくネットワークビジネス。根拠もなく「絶対に儲かる」と勧誘したり、購入にあたり金融機関からの借入れを誘導するなど悪質な事例もみられる。	1	2	3	4
⑥【次々販売・過量販売】 一度購入すると繰り返して次々に商品購入を勧誘する。また、日常生活において必要以上の量の商品やサービスの契約を迫り、結果として高額な契約を締結させる。	1	2	3	4
⑦【インターネットショッピングでの詐欺・ワンクリック請求】 インターネットショッピングで注文し、代金を前払いした商品が届かない。 パソコンやスマートフォンでアダルト画像や年齢確認ボタンをクリックしただけで、高額な料金を請求する。	1	2	3	4
⑧【訪問購入(押し買い)】 「不用品を買い取る」と電話をかけて訪問し、「宝石、貴金属はないか」としつこく迫り、強引に買い取っていく。	1	2	3	4
⑨【架空請求詐欺】 身に覚えのない契約料金や出会い系サイト・アダルトサイトの利用料等を電話、ハガキ、メール、SMS(ショートメッセージサービス)で請求し、現金を振り込ませたり、購入させたプリペイドカードの番号を入手しようとする。	1	2	3	4

問12. あなた(家族も含めて)は、過去に消費者被害にあったことがありますか。

【〇はあてはまるものすべて】

- 1. 自分が被害にあったことがある
- 2. 家族が被害にあったことがある
⇒家族の場合、年代(〇才代)、性別をご記入ください。
[]
- 3. 自分が被害にあいそうになったが、あわなかった []
- 4. 家族が被害にあいそうになったが、あわなかった [] → 問12-3(次ページ)へ
⇒家族の場合、年代(〇才代)、性別をご記入ください。
[]
- 5. 自分も家族も被害にあったことも、あいそうになったこともない → 問13(次ページ)へ

※2,4について複数該当者がいる場合は20才代女性、60才代男性のようにそれぞれの方の年齢・性別がわかるようにご記入ください。

(問12で1,2のいずれかを選択した方に)

→ 問12-1. それはどのような内容のことでしたか。【〇はいくつでも】

- 1. 製品の品質・安全性(模造品、欠陥品、量や質、性能や効果が表示や説明と違ったなど)
- 2. 食品の品質・安全性(消費期限や賞味期限切れ、産地や原材料の偽装、異物混入など)
- 3. 価格(「特別価格」や「優待価格」がうそだったなど)
- 4. 販売方法(大げさな広告、勘違いさせるような説明、契約をせかす、おどすなど)
- 5. 個人情報の取り扱い(個人情報流出の被害にあったなど)
- 6. 悪質な手口(問11①~⑦などを参考に)
- 7. 振り込め詐欺
- 8. その他()

→ 問12-2. 被害にあった際にどこかへ(誰かへ)相談したり、伝えたりしましたか。【〇は1つ】

1. 相談したり、伝えたりした

2. 相談したり、伝えたりしなかった

→ 問12-2-2(次ページ)へ

(問12-2で1を選択した方に)

問12-2-1. どこへ(誰へ)相談などをしましたか。【〇はいくつでも】

- 1. 購入先、利用先、営業担当者等
- 2. メーカー等の事業者
- 3. 製造した業界団体の窓口
- 4. 市町村の消費生活センター(相談窓口
又は消費者ホットライン188)
- 5. 鳥取県消費生活センター
- 6. 国民生活センター
- 7. 家族・親族
- 8. 友人・知人
- 9. 民生委員・児童委員など地域の人
- 10. ヘルパー・福祉サービス事業者など
- 11. 消費者団体
- 12. 弁護士
- 13. 警察
- 14. その他()

(問12-2で2を選択した方に)

問12-2-2. どこにも(誰にも)相談しなかった理由としてあてはまるものはどれですか。

【〇はいくつでも】

1. どこに相談したり、伝えたりしたらいいかわからなかった
2. 気まずい思いをしたり、もめごとになったりするのが心配だった
3. 相手方から嫌がらせなどを受けるのではないかと不安だった
4. 相談しなくても自力で解決できると思った
5. 相談などしても、解決すると思えなかった
6. 自分にも責任があると思った
7. めんどろだった
8. 被害を思い出したくなかった
9. 周りの人に被害にあったことを知られるのが恥ずかしかった
10. 相談すると経済的に負担がかかると思った
11. その他 ()
12. 特に理由はない

(問12で3, 4のいずれかを選択した方に)

問12-3. あなた(家族も含めて)が被害にあうことを防げた理由としてあてはまるものはどれですか。【〇はいくつでも】

1. 消費生活に関する啓発講座で対応について学習していた
2. これまで受けてきた教育の中で対応について理解していた
3. テレビや新聞の報道等で問題点について気づいた(知っていた)
4. 家族や周りの人の助言や協力を受けた
5. 県や市町村の相談窓口の助言や協力を受けた
6. 自力もしくは法律の専門家等への依頼により相手方と交渉し問題を解決した
7. その他 ()

問13-1. あなたが、消費者被害にあったとき、「安心して相談できる場所」は次のどれですか。

【〇はいくつでも】

- | | |
|---|----------------------|
| 1. 購入先、利用先、営業担当者等 | 8. 友人・知人 |
| 2. メーカー等の事業者 | 9. 民生委員・児童委員など地域の人 |
| 3. 製造した業界団体の窓口 | 10. ヘルパー・福祉サービス事業者など |
| 4. 市町村の消費生活センター(相談窓口
又は消費者ホットライン188) | 11. 消費者団体 |
| 5. 鳥取県消費生活センター | 12. 弁護士 |
| 6. 国民生活センター | 13. 警察 |
| 7. 家族・親族 | 14. その他 () |
| | 15. 特にない |

問13-2. あなたは、身近な消費生活相談窓口を案内する全国共通の電話番号「消費者ホットライン188（イヤ）」を知っていますか。

【○はどちらか】

1. 知っている
2. 知らなかった

問14. あなたの身近に、本来支援が必要であると考えられる者（青少年、高齢者、障がい者など）であるにもかかわらず支援の手が差し伸べられていないと思う人はいますか。また、その人が消費者被害にあったことがあると聞き出したことがありますか。

【○はそれぞれに1つずつ】

	いる		いない	わからない
	被害にあったと聞き出したことがある	被害にあったと聞き出したことはない		
①青少年	1	2	3	4
②高齢者	1	2	3	4
③障がい者	1	2	3	4
④その他()	1	2	3	4

問15. あなたは、次の対象者についての消費者被害を防止するためにどのような取組が重要だと思いますか。【〇はそれぞれに3つまで】

《青少年》

1. 家族・親戚で日ごろから話題にするよう心がける
2. 学校の授業等で学習する
3. 青少年の参加する地域の行事などで注意を呼びかける
4. 行政がパンフレットなどを配布して啓発する
5. 民生委員などに日常的に見守り・声かけ活動をしてもらう
6. 報道機関に被害情報などを取り上げてもらう
7. その他 ()

《高齢者》

1. 家族・親族で日ごろから話題にするよう心がける
2. 近隣同士で声を掛け合う
3. 行政と地域の高齢者と関係のある団体とが連携して注意を呼びかける
4. 行政がパンフレットなどを配布して啓発する
5. 民生委員などに日常的に見守り・声かけ活動をしてもらう
6. 報道機関に被害情報などを取り上げてもらう
7. 病院や公民館など高齢者が出かける機会の多い場所にポスターなどを掲示する
8. その他 ()

《障がい者》

1. 家族・親族で日ごろから話題にするよう心がける
2. 障がい者の参加する地域の行事などで注意を呼びかける
3. 行政と地域の障がい者と関係のある団体とが連携して注意を呼びかける
4. 行政がパンフレットなどを配布して啓発する
5. 民生委員などに日常的に見守り・声かけ活動をしてもらう
6. 報道機関に被害情報などを取り上げてもらう
7. その他 ()

消費者問題への関心について

消費者問題とは・・・消費者が購入した商品・サービスやその取引をめぐる消費者の被害または不利益の問題です。

問16. あなたは、消費者問題にどのくらい関心がありますか。【○は1つ】

- | | | |
|--------------|-------------|--------------------------|
| 1. 関心がある | 3. あまり関心がない | → 問16-3、問16-4
(次ページ)へ |
| 2. ある程度関心がある | 4. 関心がない | |
| 5. どちらともいえない | | → 問16-4 (次ページ)へ |

(問16で1, 2のいずれかを選択した方)

問16-1. あなたが消費者問題に関心をもったきっかけを教えてください。【○はいくつでも】

- | |
|-------------------------------|
| 1. 自分や家族が実際に消費者被害にあった |
| 2. 家族以外の身近な人が被害にあっているのを見聞きした |
| 3. 消費者問題に関する啓発講座を受講した |
| 4. 消費者問題に関する教育を受けた |
| 5. テレビや新聞などメディアを通じて発信される情報を見た |
| 6. その他 () |

問16-2. あなたはどのような消費者問題に関心がありますか。【○はいくつでも】

- | |
|----------------------------------|
| 1. 製品の安全性 (製品の欠陥による事故、製品のリコールなど) |
| 2. 食品の安全性 (食中毒、偽装表示など) |
| 3. 金融 (投資・保険・融資等の金融商品の問題など) |
| 4. 省エネやゴミの減量などの環境問題 |
| 5. 商品・サービスの適切な選択、購入及び活用 |
| 6. 多重債務 (消費者金融、ローンなど) |
| 7. 個人情報流出 |
| 8. 強引な電話、訪問による悪質な手口 |
| 9. インターネットやメールを利用した悪質な手口 |
| 10. 振り込め詐欺 |
| 11. その他 () |
| 12. わからない |

(問16で3, 4のいずれかを選択した方)

問16-3. あなたが消費者問題にあまり関心がない、または関心がないのはなぜですか。

【〇はいくつでも】

1. 自分にとって身近な問題ではないと思うから
2. 今までに学んだり考えたりする機会がなかったから
3. 難しそうだから
4. 自分が被害にあうことはないと思うから
5. その他 ()

(問16で3, 4, 5のいずれかを選択した方に)

問16-4. あなたはどのような消費者問題に関することであれば、話を聞いてみたり、講座へ参加したりしてみたいと思いますか。【〇はいくつでも】

1. 製品の安全性 (製品の欠陥による事故、製品のリコールなど)
2. 食品の安全性 (食中毒、偽装表示など)
3. 金融 (投資・保険・融資等の金融商品の問題など)
4. 省エネやゴミの減量などの環境問題
5. 商品・サービスの適切な選択、購入及び活用
6. 多重債務 (消費者金融、ローンなど)
7. 個人情報流出
8. 強引な電話、訪問による悪質な手口
9. インターネットやメールを利用した悪質な手口
10. 振り込め詐欺
11. その他 ()
12. どんなテーマでも話を聞いたり、講座へ参加したりしてみたいとは思わない

消費者教育について

問17. あなたは、消費生活に関する出前講座や、学校や公民館で実施する消費者講座などに参加したことがありますか。【〇は1つ】

1. 参加したことがある → 問18 (次ページ) へ

⇒受講した講座の時期、場所、内容や感想などについて、自由にご記入ください。

[]

2. 実施されていることは知っていたが、参加したことはない

3. 実施されていることを知らない → 問18 (次ページ) へ

(問17で2を選択した方に)

問17-1. それはなぜですか。【〇はいくつでも】

1. 忙しく時間がない

2. 日程が合わない

3. 会場まで行くのが難しい

4. テーマ等に興味・関心がない

5. 参加するのがめんどろだった

6. 参加しても有益な情報を得られるとは思えない

7. 他の場所や媒体で情報を得ているから参加する必要がない

8. その他 ()

問18. あなたは、これまで次のそれぞれの場で消費者教育を受けたことがありますか。該当するものに○をつけてください。

	家庭	学校	職場	地域
①物や金銭の計画的な使い方				
②インターネット(スマートフォンや携帯電話含む)の注意点				
③食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること				
④強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること				
⑤投資・保険・預金などの金融商品や融資に関すること				
⑥サラ金やローンなどによる多重債務問題				
⑦省エネやゴミの減量などの環境問題				
⑧商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること				
⑨自分の消費行動が世の中に与える影響について (エンカル消費・SDGsを含む)				
⑩クレジットカードのしくみについて				
⑪通信販売のしくみと注意点				
⑫クーリング・オフに関すること				
⑬消費生活トラブルへの対処法や相談について				
⑭上記以外()				

問 19. 次のそれぞれの時期に、どのような消費者教育が必要だと思いますか。【〇はいくつでも】

	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期		
					若者	一般	高齢者
①物や金銭の計画的な使い方 ※幼児期については、「買い物の意味」	1	2	3	4	5	6	7
②インターネット(スマートフォンや携帯電話含む)の注意点	1	2	3	4	5	6	7
③食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること	1	2	3	4	5	6	7
④強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること	1	2	3	4	5	6	7
⑤投資・保険・預金などの金融商品や融資に関すること	1	2	3	4	5	6	7
⑥サラ金やローンなどによる多重債務問題	1	2	3	4	5	6	7
⑦省エネやゴミの減量などの環境問題 ※幼児期～中学生期については、「環境に配慮した物の使い方」	1	2	3	4	5	6	7
⑧商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること ※幼児期については、「お店屋さんごっこ」	1	2	3	4	5	6	7
⑨自分の消費行動が世の中に与える影響について (エシカル消費・SDGsを含む)	1	2	3	4	5	6	7
⑩クレジットカードのしくみについて	1	2	3	4	5	6	7
⑪通信販売のしくみと注意点	1	2	3	4	5	6	7
⑫クーリング・オフに関すること	1	2	3	4	5	6	7
⑬消費生活トラブルへの対処法や相談について ※幼児期・小学生期については、「困ったことがあったら伝える」	1	2	3	4	5	6	7
⑭上記以外()	1	2	3	4	5	6	7

問 20. あなたが、消費者教育を行う場として、重要だと思うものは次のどれですか。

【〇は3つまで】

1. 家庭	7. 職場
2. 幼稚園・保育園・認定こども園	8. 福祉施設 (高齢者、障がい者など)
3. 小中学校	9. 商業施設
4. 高等学校	10. その他 ()
5. 大学・専門学校等	11. 特に教育の必要はない
6. 地域	12. わからない

消費者教育に関する教育機関への実態調査票

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及びこれに準ずる啓発活動です。
《例えば…》
- ・ 契約のルールや取引のトラブル防止（クーリング・オフの仕方など）
 - ・ 安全・安心な商品（食べ物を含む）の選び方、表示の見方
 - ・ 環境、人、社会や地域に配慮した消費生活（環境に配慮した製品の購入、地産地消など）
 - ・ 情報通信の有効活用、安全確保（インターネット、スマートフォンの安全な利用方法等）
- 各年代（幼児期～成人期）ごとの育むべき力については、別添の「消費者教育の体系イメージマップ」（消費者庁作成）をご参照ください。

- 回答は担当者個人の見解ではなく、園（組織）としてご回答ください。
- 回答欄に次にお答えいただく設問の指示がなければ、設問番号の順にお答えください。
- 選択式の設問については、該当する番号に○をつけてください。選択数は各設問に記載しています。
- その他の内容や記述式の設問については、具体的に記入してください。
- 設問は、特に指示がなければ令和5年6月1日現在の状況をお答えください。

令和5年7月14日(金)までにご回答をお願いします。

基本情報について

Q1 園名及び園長氏名をご記入ください。〔本調査票記入日現在でお答えください。〕

園名	
園長氏名	

Q2 回答を作成されたご担当者の職・氏名、連絡先をご記入ください。〔本調査票記入日現在でお答えください。〕
(未回答の設問等があればご連絡することがあります。)

担当者の職・氏名		連絡先	〔電話 / FAX / 電子メール〕※いずれかに○
----------	--	-----	---------------------------

消費者教育に関する授業の実施状況等について

Q3 消費者教育の推進については、平成24年12月に『消費者教育の推進に関する法律』が施行されていますが、この法律についてご存じですか。〔1つ選択〕

- 1 法律を知っており、内容も分かる。
- 2 法律を知っているが、内容は分からない。
- 3 知らなかった。

Q4 貴園では園児に対して消費者教育を実施していますか。〔1つ選択〕

- | | | |
|--|---|----------|
| 1 実施している。・・・Q5へ
2 実施していないが、今後行う予定である。
3 実施しておらず、予定もない。 | } | ・・・Q7-1へ |
|--|---|----------|

Q5 貴園で実施している消費者教育の内容(テーマ)を選んでください。[該当するものをすべて]

- | |
|--|
| 1 買い物の意味やお金の使い方
2 情報通信機器との付き合い方(テレビ、ゲーム、スマートフォンなど)
3 食品の選択や食べ方(安全な食べ物や栄養バランスのとれた食べ方など)
4 省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方
5 商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引(お店屋さんごっこ、など)
6 トラブルへの対処法(困ったことがあったら伝える、など)
7 その他() |
|--|

Q6 Q5で回答された消費者教育について、その内容や使用している教材等を具体的にご記入ください。

[実施した学年や時期、定期的なものか一時的なものか、外部講師の有無、具体的な実施内容・方法、使用した教材など]

Q7-1 貴園では園児の保護者に対して消費者教育に関する情報提供を実施していますか。[1つ選択]

- | | | |
|---|---|--------|
| 1 実施している。・・・Q7-2へ
2 実施していないが今後実施する予定である。
3 実施しておらず、予定もない。 | } | ・・・Q8へ |
|---|---|--------|

Q7-2 園児の保護者に対して情報提供した消費者教育の内容(テーマ)と実施方法について、該当する欄に○を記入してください。[該当するものをすべて]

内容(テーマ)	保護者会など(※)で説明	印刷物などの配布
1 物や金銭の計画的な使い方		
2 情報通信機器との付き合い方(テレビ、ゲーム、スマートフォンなど)		
3 食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること		
4 省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方		
5 商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること		
6 消費生活トラブルへの対処法や相談について		
7 その他()		

(※)保護者会後に実施した講演会なども含みます。

Q8 消費生活センターなどの消費生活相談窓口で消費者教育に関する相談(教材の紹介や講師の派遣依頼など)ができることをご存じですか。[1つ選択]

- | |
|--|
| 1 相談ができることを知っており、相談したこともある。
2 相談ができることを知っているが、相談したことはない。
3 知らなかった。 |
|--|

Q9 貴園では、「エシカル消費(思いやり消費)」「(環境、人、社会や地域にやさしい商品やサービスを選ぶ

“思いやり”のある消費)に関する取組みを行っていますか。〔該当するものをすべて選択〕

※エシカル消費の例:エコマーク商品等の環境に配慮した商品の購入、寄付つき商品の購入、有機 JAS 認証等の有機農産物の購入、地元農家・企業の商品購入(地産地消)、災害被災地等の商品の購入(復興支援)、障がい者・障がい者雇用企業が作った商品の購入、フェアトレード商品の購入、自然エネルギー利用など

- | | |
|---|-----------------------------------|
| 1 | エシカル消費についての取組みを行っている。
(対象・内容) |
| 2 | 行っていないが、今後行う予定である。(内容) |
| 3 | 関心はあるが行っておらず、今後行う予定がない。 |
| 4 | 関心がなく、今後も予定がない。 |
| 5 | わからない。 |
| 6 | その他 () |

消費者教育に関する意識・課題等について

Q10 園児に対する消費者教育で重要だと思う内容(テーマ)は何ですか。〔該当するものをすべて選択〕

- | | |
|---|--|
| 1 | 買い物の意味やお金の使い方 |
| 2 | 情報通信機器との付き合い方(テレビ、ゲーム、スマートフォンなど) |
| 3 | 食品の選択と食べ方(安全な食べ物や栄養バランスのとれた食べ方など) |
| 4 | 省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方 |
| 5 | 商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引(お店屋さんごっこ、など) |
| 6 | トラブルへの対処法(困ったことがあったら伝える、など) |
| 7 | その他 () |

Q11 消費者教育を実施するに当たって課題となっていることを選んでください。〔該当するものをすべて選択〕

- | | |
|---|---------------------------------------|
| 1 | どのような取組みをすればいいのかわからない。 |
| 2 | 指導者や講師となる人材の情報が得られない。 |
| 3 | 活用できる教材が少ない。 |
| 4 | 予算がない。 |
| 5 | 職員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない。 |
| 6 | 他の優先課題があり取り組めない。 |
| 7 | その他 () |
| 8 | 特にない。 |
| 9 | 園での消費者教育に必要性を感じていない。(消費者教育は家庭で行うべきもの) |

Q12 消費者教育を今後より一層推進していくために必要だと思うことを選んでください。

〔該当するものをすべて選択〕

- 1 実践事例の紹介
- 2 講師派遣制度の充実
- 3 幼児向けの教材の作成・配布
- 4 消費者教育に関する相談窓口の周知
- 5 職員に対する研修
- 6 消費者教育の意義・必要性の啓発
- 7 消費者被害の最新情報の定期的な提供
- 8 保護者や地域との連携
- 9 行政の方針・リーダーシップ
- 10 その他 ()

消費者教育に関する要望等について

Q13 園児に対する消費者教育に関する授業で活用しやすい(効果のある)教材はどれですか。

〔該当するものをすべて選択〕

- 1 DVD等の映像の教材
- 2 パソコンを活用した教材
- 3 紙媒体(絵本、紙芝居、ワークシート等)による教材
- 4 ボードゲーム等グループで使える教材
- 5 ロールプレイングの事例集
- 6 その他 ()
- 7 特にない。

Q14 消費者教育に関する職員向けの研修があった場合は参加しますか。〔1つ選択〕

- 1 参加したい。
- 2 参加しない。(または参加できない。) ⇒ 【理由: 】

Q15 消費者教育に関する研修で希望する内容(テーマ)は何ですか。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 買い物の意味やお金の使い方
- 2 情報通信機器との付き合い方(テレビ、ゲーム、スマートフォンなど)
- 3 食品の選択と食べ方(安全な食べ物や栄養バランスのとれた食べ方など)
- 4 省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方
- 5 商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引(お店屋さんごっこなど)
- 6 トラブルへの対処法(困ったことがあったら伝える、など)
- 7 その他 ()

消費者教育に関する教育機関への実態調査票

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及びこれに準ずる啓発活動です。
《例えば…》
 - ・契約のルールや取引のトラブル防止（クーリング・オフの仕方など）
 - ・安全・安心な商品（食べ物を含む）の選び方、表示の見方
 - ・環境、人、社会や地域に配慮した消費生活（環境に配慮した製品の購入、地産地消など）
 - ・情報通信の有効活用、安全確保（インターネット、スマートフォンの安全な利用方法等）
- 各年代（幼児期～成人期）ごとの育むべき力については、別添の「消費者教育の体系イメージマップ」（消費者庁作成）をご参照ください。

- 回答は担当者個人の見解ではなく、学校（組織）としてご回答ください。
- 回答欄に次にお答えいただく設問の指示がなければ、設問番号の順にお答えください。
- 選択式の設問については、該当する番号に○をつけてください。選択数は各設問に記載しています。
- その他の内容や記述式の設問については、具体的に記入してください。
- 設問は、特に指示がなければ令和5年6月1日現在の状況をお答えください。

令和5年7月14日(金)までにご回答をお願いします。

基本情報について

Q1 学校名及び校長氏名をご記入ください。〔本調査票記入日現在でお答えください。〕

学校名	
校長氏名	

Q2 回答を作成されたご担当者の職・氏名、連絡先をご記入ください。〔本調査票記入日現在でお答えください。〕
（未回答の設問等があればご連絡することがあります。）

担当者の職・氏名		連絡先	〔電話 / FAX / 電子メール〕※いずれかに○
----------	--	-----	---------------------------

消費者教育に関する授業の実施状況等について

Q3 消費者教育の推進については、平成24年12月に『消費者教育の推進に関する法律』が施行されていますが、この法律についてご存じですか。〔1つ選択〕

- 1 法律を知っており、内容も分かる。
- 2 法律を知っているが、内容は分からない。
- 3 知らなかった。

Q4 貴校では消費者教育に関する授業を行っていますか。〔1つ選択〕

- | | |
|---|-------------|
| 1 行っている。・・・Q5へ
2 行っていないが、今後行う予定である。
3 行っておらず、予定もない。 | } ...Q11-1へ |
|---|-------------|

Q5 貴校での消費者教育の取組方針についてお答えください。[1つ選択]

- | |
|---|
| 1 学校（組織）レベルで計画的に実施している。
2 担任の教諭に任せている。
3 その他（ ） |
|---|

Q6 消費者教育に関する授業を行っている教科、学年、時間数、内容(テーマ)をご記入ください。

(「教科」及び「内容(テーマ)」欄については、選択肢から該当する番号を記入してください。)

教科	学年	時間数	内容(テーマ)

教科	学年	時間数	内容(テーマ)

《「教科」欄の選択肢》

- | |
|--|
| 1 社会科
2 家庭科
3 特別の教科 道徳
4 その他の教科（教科名を回答欄に直接ご記入ください。）
5 教科外（HR・クラブ活動等） |
|--|

《「内容(テーマ)」欄の選択肢》

- | |
|--|
| 1 消費者行政・施策について
2 物や金銭の計画的な使い方
3 インターネット（スマートフォンや携帯電話を含む）の注意点
4 食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること
5 強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること
6 投資・保険・預金などの金融商品や融資に関すること
7 消費者金融やローンなどによる多重債務問題
8 省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方
9 商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること
10 自分の消費行動が世の中に与える影響について（エシカル消費・SDGsを含む）
11 クレジットカードのしくみについて
12 通信販売のしくみと注意点
13 クーリング・オフに関すること
14 消費生活トラブルへの対処法や相談について
15 その他（ ） |
|--|

Q7 消費者教育に関する授業で教科書以外に使用している教材があれば教えてください。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 DVD等の映像の教材
- 2 パソコンを活用した教材
- 3 紙媒体（チラシ、ワークシート等）による教材
- 4 ボードゲーム等グループで使える教材
- 5 ロールプレイングの事例集
- 6 その他（ ）
- 7 教科書以外の教材は使用していない。

Q8-1 消費者教育に関する授業で外部講師による授業を行っていますか。〔1つ選択〕

- 1 行っている。・・・Q8-2へ
- 2 行っていない。・・・Q9へ

Q8-2 外部講師の所属を選んでください。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 教育委員会
- 2 消費生活センター
- 3 情報通信業者
- 4 警察
- 5 金融広報委員会
- 6 消費者団体
- 7 その他（ ）

Q9 貴校における消費者教育の実施状況に対する認識をお聞かせください。〔1つ選択〕

- 1 十分な消費者教育を実施できている。
- 2 ある程度の消費者教育を実施できている。
- 3 消費者教育はあまり実施できていない。
- 4 分からない。

Q10 貴校における消費者教育の成果に対する認識をお聞かせください。〔1つ選択〕

- 1 成果を大いに感じる。
- 2 成果を少し感じる。
- 3 成果を感じない。
- 4 分からない。

Q11-1 貴校では児童の保護者に対して消費者教育に関する情報提供を実施していますか。〔1つ選択〕

- 1 実施している。・・・Q11-2へ
- 2 実施していないが、今後実施する予定である。}
- 3 実施しておらず、予定もない。} ...Q12へ

Q11-2 児童の保護者に対して情報提供している消費者教育の内容(テーマ)と実施方法について、該当する欄に○を記入してください。〔該当するものをすべて〕

内容(テーマ)	保護者会など(※)で説明	印刷物などの配布
1 消費者行政・施策について		
2 物や金銭の計画的な使い方		
3 インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点		
4 食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること		
5 強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること		
6 投資・保険・預金などの金融商品や融資に関すること		
7 消費者金融やローンなどによる多重債務問題		
8 省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方		
9 商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること		
10 自分の消費行動が世の中に与える影響について (エンカル消費・SDGsを含む)		
11 クレジットカードのしくみについて		
12 通信販売のしくみと注意点		
13 クーリング・オフに関すること		
14 消費生活トラブルへの対処法や相談について		
15 その他 ()		

(※)保護者会後に実施した講演会なども含みます。

Q12 市町村には消費生活相談窓口があり、消費者教育に関する相談(教材の紹介や講師の派遣依頼も含む)ができることをご存じでしたか。〔1つ選択〕

- | |
|--|
| 1 消費生活相談窓口があることを知っていて、相談したこともある。
2 消費生活相談窓口があることを知っているが、相談したことはない。
3 市町村に消費生活相談窓口があることを知らなかった。 |
|--|

Q13 貴校では、「エンカル消費(思いやり消費)」(環境、人、社会や地域にやさしい商品やサービスを選ぶ“思いやり”のある消費)に関する取組みを行っていますか。〔該当するものをすべて選択〕

※エンカル消費の例:エコマーク商品等の環境に配慮した商品の購入、寄付つき商品の購入、有機 JAS 認証等の有機農産物の購入、地元農家・企業の商品購入(地産地消)、災害被災地等の商品の購入(復興支援)、障がい者・障がい者雇用企業が作った商品の購入、フェアトレード商品の購入、自然エネルギー利用など

- | |
|--|
| 1 エンカル消費について授業を行っている。
(対象・内容)
2 授業以外(クラブ活動など)でエンカル消費に関する取組みを行っている。
(対象・内容)
3 学校として行っている。(内容)
4 行っていないが、今後行う予定である。(内容)
5 関心はあるが行っておらず、今後行う予定がない。
6 関心がなく、今後予定がない。
7 わからない。
8 その他 () |
|--|

消費者教育に関する意識・課題等について

Q14 消費者教育に関する授業で重要だと思う内容(テーマ)は何ですか。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 消費者行政・施策について
- 2 物や金銭の計画的な使い方
- 3 インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点
- 4 食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること
- 5 強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること
- 6 投資・保険・預金などの金融商品や融資に関すること
- 7 消費者金融やローンなどによる多重債務問題
- 8 省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方
- 9 商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること
- 10 自分の消費行動が世の中に与える影響について(エシカル消費・SDGsを含む)
- 11 クレジットカードのしくみについて
- 12 通信販売のしくみと注意点
- 13 クーリング・オフに関すること
- 14 消費生活トラブルへの対処法や相談について
- 15 その他()

Q15 消費者教育を実施するに当たって課題となっていることを選んでください。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 どのような授業をすればいいのかわからない。
- 2 指導者や講師となる人材の情報が得られない。
- 3 活用できる教材が少ない。
- 4 予算がない。
- 5 教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない。
- 6 他の優先課題があり取り組めない。
- 7 その他()
- 8 特にない。

Q16 消費者教育を今後より一層推進していくために必要だと思うことを選んでください。

〔該当するものをすべて選択〕

- 1 実践事例の紹介
- 2 講師派遣制度の充実
- 3 児童・生徒向けの教材の作成・配布
- 4 消費者教育に関する相談窓口の周知
- 5 教員に対する研修
- 6 消費者教育の意義・必要性の啓発
- 7 消費者被害の最新情報の定期的な提供
- 8 保護者や地域との連携
- 9 教育委員会の方針・リーダーシップ
- 10 その他()

消費者教育に関する要望等について

Q17 消費者教育に関する授業で活用しやすい(効果のある)教材はどれですか。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 DVD等の映像の教材
- 2 パソコンを活用した教材
- 3 紙媒体(チラシ、ワークシート等)による教材
- 4 ボードゲーム等グループで使える教材
- 5 ロールプレイングの事例集
- 6 その他()
- 7 特にない。

Q18 消費者教育に関する教員向けの研修があった場合は参加しますか。〔1つ選択〕

- 1 参加したい。
- 2 参加しない。(または参加できない。)⇒【理由: 】

Q19 消費者教育に関する教員向けの研修で希望する内容(テーマ)は何ですか。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 消費者行政・施策について
- 2 物や金銭の計画的な使い方
- 3 インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点
- 4 食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること
- 5 強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること
- 6 投資・保険・預金などの金融商品や融資に関すること
- 7 消費者金融やローンなどによる多重債務問題
- 8 省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方
- 9 商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること
- 10 自分の消費行動が世の中に与える影響について(エシカル消費・SDGsを含む)
- 11 クレジットカードのしくみについて
- 12 通信販売のしくみと注意点
- 13 クーリング・オフに関すること
- 14 消費生活トラブルへの対処法や相談について
- 15 その他()

Q20 研修に参加しやすい時期はいつですか。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 春休み期
- 2 夏休み期
- 3 冬休み期
- 4 1～3以外の期間の夜間
- 5 1～3以外の期間の土曜日・日曜日・祝日
- 6 その他()

Q21 その他、消費者教育の推進について、ご意見・ご要望があればご記入ください。

ご協力ありがとうございました。7月14日(金)までにご投函ください。

消費者教育に関する教育機関への実態調査票

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及びこれに準ずる啓発活動です。
《例えば…》
 - ・契約のルールや取引のトラブル防止（クーリング・オフの仕方など）
 - ・安全・安心な商品（食べ物を含む）の選び方、表示の見方
 - ・環境、人、社会や地域に配慮した消費生活（環境に配慮した製品の購入、地産地消など）
 - ・情報通信の有効活用、安全確保（インターネット、スマートフォンの安全な利用方法等）
- 各年代（幼児期～成人期）ごとの育むべき力については、別添の「消費者教育の体系イメージマップ」（消費者庁作成）をご参照ください。

- 回答は担当者個人の見解ではなく、学校（組織）としてご回答ください。
- 回答欄に次にお答えいただく設問の指示がなければ、設問番号の順にお答えください。
- 選択式の設問については、該当する番号に○をつけてください。選択数は各設問に記載しています。
- その他の内容や記述式の設問については、具体的に記入してください。
- 設問は、特に指示がなければ令和5年6月1日現在の状況をお答えください。

令和5年7月14日(金)までにご回答をお願いします。

基本情報について

Q1 学校名及び校長氏名をご記入ください。[本調査票記入日現在でお答えください。]

学校名	
校長氏名	

Q2 回答を作成されたご担当者の職・氏名、連絡先をご記入ください。[本調査票記入日現在でお答えください。]
(未回答の設問等があればご連絡することがあります。)

担当者の職・氏名		連絡先	[電話 / FAX / 電子メール]※いずれかに○
----------	--	-----	---------------------------

消費者教育に関する授業の実施状況等について

Q3 消費者教育の推進については、平成24年12月に『消費者教育の推進に関する法律』が施行されていますが、この法律についてご存じですか。[1つ選択]

1 法律を知っており、内容も分かる。
2 法律を知っているが、内容は分からない。
3 知らなかった。

Q4 貴校では消費者教育に関する授業を行っていますか。〔1つ選択〕

- | |
|----------------------|
| 1 行っている。・・・Q5へ |
| 2 行っていないが、今後行う予定である。 |
| 3 行っておらず、予定もない。 |
- }・・・Q11-1へ

Q5 貴校での消費者教育の取組方針についてお答えください。〔1つ選択〕

- | |
|-------------------------|
| 1 学校（組織）レベルで計画的に実施している。 |
| 2 教科担任等、担当の教員に任せている。 |
| 3 その他（ ） |

Q6 消費者教育に関する授業を行っている教科、学年、時間数、内容(テーマ)をご記入ください。

(「教科」及び「内容(テーマ)」欄については、選択肢から該当する番号を記入してください。)

教科	学年	時間数	内容(テーマ)

教科	学年	時間数	内容(テーマ)

《「教科」欄の選択肢》

- | |
|------------------------------|
| 1 社会（公民的分野） |
| 2 技術・家庭科（家庭分野） |
| 3 技術・家庭科（技術分野） |
| 4 特別の教科 道徳 |
| 5 その他の教科（教科名を回答欄に直接ご記入ください。） |
| 6 教科外（HR・クラブ活動等） |

《「内容(テーマ)」欄の選択肢》

- | |
|--|
| 1 消費者行政・施策について |
| 2 物や金銭の計画的な使い方 |
| 3 インターネット（スマートフォンや携帯電話を含む）の注意点 |
| 4 食中毒や偽装表示など食品の安全性に関する事 |
| 5 強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関する事 |
| 6 投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する事 |
| 7 消費者金融やローンなどによる多重債務問題 |
| 8 省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方 |
| 9 商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関する事 |
| 10 自分の消費行動が世の中に与える影響について（エシカル消費・SDGsを含む） |
| 11 クレジットカードのしくみについて |
| 12 通信販売のしくみと注意点 |
| 13 クーリング・オフに関する事 |
| 14 消費生活トラブルへの対処法や相談について |
| 15 成年年齢引き下げ（契約のルール・消費生活トラブルの防止策、対処法） |
| 16 その他（ ） |

Q7 消費者教育に関する授業で教科書以外に使用している教材があれば教えてください。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 DVD等の映像の教材
- 2 パソコンを活用した教材
- 3 紙媒体（チラシ、ワークシート等）による教材
- 4 ボードゲーム等グループで使える教材
- 5 ロールプレイングの事例集
- 6 その他（ ）
- 7 教科書以外の教材は使用していない。

Q8-1 消費者教育に関する授業で外部講師による授業を行っていますか。〔1つ選択〕

- 1 行っている。・・・Q8-2へ
- 2 行っていない。・・・Q9へ

Q8-2 外部講師の所属を選んでください。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 教育委員会
- 2 消費生活センター
- 3 情報通信業者
- 4 警察
- 5 金融広報委員会
- 6 消費者団体
- 7 その他（ ）

Q9 貴校における消費者教育の実施状況に対する認識をお聞かせください。〔1つ選択〕

- 1 十分な消費者教育を実施できている。
- 2 ある程度の消費者教育を実施できている。
- 3 消費者教育はあまり実施できていない。
- 4 分からない。

Q10 貴校における消費者教育の成果に対する認識をお聞かせください。〔1つ選択〕

- 1 成果を大いに感じる。
- 2 成果を少し感じる。
- 3 成果を感じない。
- 4 分からない。

Q11-1 貴校では生徒の保護者に対して消費者教育に関する情報提供を実施していますか。〔1つ選択〕

- 1 実施している。・・・Q11-2へ
- 2 実施していないが、今後実施する予定である。}
- 3 実施しておらず、予定もない。} ...Q12へ

Q11-2 生徒の保護者に対して情報提供している消費者教育の内容(テーマ)と実施方法について、該当する欄に○を記入してください。〔該当するものをすべて〕

内容(テーマ)	保護者会など(※)で説明	印刷物などの配布
1 消費者行政・施策について		
2 物や金銭の計画的な使い方		
3 インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点		
4 食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること		
5 強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること		
6 投資・保険・預金などの金融商品や融資に関すること		
7 消費者金融やローンなどによる多重債務問題		
8 省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方		
9 商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること		
10 自分の消費行動が世の中に与える影響について (エシカル消費・SDGsを含む)		
11 クレジットカードのしくみについて		
12 通信販売のしくみと注意点		
13 クーリング・オフに関すること		
14 消費生活トラブルへの対処法や相談について		
15 成年年齢引き下げ(契約のルール・消費生活トラブルの防止策、対処法)		
16 その他()		

(※)保護者会後に実施した講演会なども含まれます。

Q12 市町村には消費生活相談窓口があり、消費者教育に関する相談(教材の紹介や講師の派遣依頼も含む)ができることをご存じでしたか。〔1つ選択〕

- | |
|--|
| 1 消費生活相談窓口があることを知っていて、相談したこともある。
2 消費生活相談窓口があることは知っているが、相談したことはない。
3 市町村に消費生活相談窓口があることを知らなかった。 |
|--|

Q13 貴校では、「エシカル消費(思いやり消費)」(環境、人、社会や地域にやさしい商品やサービスを選ぶ「思いやり」のある消費)に関する取組みを行っていますか。〔該当するものをすべて選択〕

※エシカル消費の例:エコマーク商品等の環境に配慮した商品の購入、寄付つき商品の購入、有機 JAS 認証等の有機農産物の購入、地元農家・企業の商品購入(地産地消)、災害被災地等の商品の購入(復興支援)、障がい者・障がい者雇用企業が作った商品の購入、フェアトレード商品の購入、自然エネルギー利用など

- | |
|---|
| 1 エシカル消費について授業を行っている。
(対象・内容)
2 授業以外(クラブ活動など)でエシカル消費に関する取組みを行っている。
(対象・内容)
3 学校として行っている。(内容)
4 行っていないが、今後行う予定である。(内容)
5 関心はあるが行っておらず、今後も行う予定がない。
6 関心がなく、今後も予定がない。
7 わからない。
8 その他() |
|---|

消費者教育に関する意識・課題等について

Q14 消費者教育に関する授業で重要だと思う内容(テーマ)は何ですか。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 消費者行政・施策について
- 2 物や金銭の計画的な使い方
- 3 インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点
- 4 食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること
- 5 強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること
- 6 投資・保険・預金などの金融商品や融資に関すること
- 7 消費者金融やローンなどによる多重債務問題
- 8 省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方
- 9 商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること
- 10 自分の消費行動が世の中に与える影響について(エシカル消費・SDGsを含む)
- 11 クレジットカードのしくみについて
- 12 通信販売のしくみと注意点
- 13 クーリング・オフに関すること
- 14 消費生活トラブルへの対処法や相談について
- 15 成年年齢引き下げ(契約のルール・消費生活トラブルの防止策、対処法)
- 16 その他()

Q15 消費者教育を実施するに当たって課題となっていることを選んでください。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 どのような授業をすればいいのかわからない。
- 2 指導者や講師となる人材の情報が得られない。
- 3 活用できる教材が少ない。
- 4 予算がない。
- 5 教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない。
- 6 他の優先課題があり取り組めない。
- 7 その他()
- 8 特にない。

Q16 消費者教育を今後より一層推進していくために必要だと思うことを選んでください。

〔該当するものをすべて選択〕

- 1 実践事例の紹介
- 2 講師派遣制度の充実
- 3 生徒向けの教材の作成・配布
- 4 消費者教育に関する相談窓口の周知
- 5 教員に対する研修
- 6 消費者教育の意義・必要性の啓発
- 7 消費者被害の最新情報の定期的な提供
- 8 保護者や地域との連携
- 9 校内における教科間での連携・体系化
- 10 教育委員会の方針・リーダーシップ
- 11 その他()

消費者教育に関する要望等について

Q17 消費者教育に関する授業で活用しやすい(効果のある)教材はどれですか。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 DVD等の映像の教材
- 2 パソコンを活用した教材
- 3 紙媒体（チラシ、ワークシート等）による教材
- 4 ボードゲーム等グループで使える教材
- 5 ロールプレイングの事例集
- 6 その他（ ）
- 7 特にない。

Q18 消費者教育に関する教員向けの研修があった場合は参加しますか。〔1つ選択〕

- 1 参加したい。
- 2 参加しない。（または参加できない。）⇒【理由： 】

Q19 消費者教育に関する教員向けの研修で希望する内容(テーマ)は何ですか。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 消費者行政・施策について
- 2 物や金銭の計画的な使い方
- 3 インターネット（スマートフォンや携帯電話を含む）の注意点
- 4 食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること
- 5 強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること
- 6 投資・保険・預金などの金融商品や融資に関すること
- 7 消費者金融やローンなどによる多重債務問題
- 8 省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方
- 9 商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること
- 10 自分の消費行動が世の中に与える影響について（エシカル消費・SDGsを含む）
- 11 クレジットカードのしくみについて
- 12 通信販売のしくみと注意点
- 13 クーリング・オフに関すること
- 14 消費生活トラブルへの対処法や相談について
- 15 成年年齢引き下げ（契約のルール・消費生活トラブルの防止策、対処法）
- 16 その他（ ）

Q20 研修に参加しやすい時期はいつですか。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 春休み期
- 2 夏休み期
- 3 冬休み期
- 4 1～3以外の期間の夜間
- 5 1～3以外の期間の土曜日・日曜日・祝日
- 6 その他（ ）

Q21 その他、消費者教育の推進について、ご意見・ご要望があればご記入ください。

ご協力ありがとうございました。7月14日(金)までにご投函ください。

消費者教育に関する教育機関への実態調査票

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及びこれに準ずる啓発活動です。
《例えば…》
 - ・契約のルールや取引のトラブル防止（クーリング・オフの仕方など）
 - ・安全・安心な商品（食べ物を含む）の選び方、表示の見方
 - ・環境、人、社会や地域に配慮した消費生活（環境に配慮した製品の購入、地産地消など）
 - ・情報通信の有効活用、安全確保（インターネット、スマートフォンの安全な利用方法等）
- 各年代（幼児期～成人期）ごとの育むべき力については、別添の「消費者教育の体系イメージマップ」（消費者庁作成）をご参照ください。

- 回答は担当者個人の見解ではなく、学校（組織）としてご回答ください。
- 回答欄に次にお答えいただく設問の指示がなければ、設問番号の順にお答えください。
- 選択式の設問については、該当する番号に○をつけてください。選択数は各設問に記載しています。
- その他の内容や記述式の設問については、具体的に記入してください。
- 設問は、特に指示がなければ令和5年6月1日現在の状況をお答えください。

令和5年7月14日(金)までにご回答をお願いします。

基本情報について

Q1 学校名及び校長氏名をご記入ください。[本調査票記入日現在でお答えください。]

学校名	
校長氏名	

Q2 回答を作成されたご担当者の職・氏名、連絡先をご記入ください。[本調査票記入日現在でお答えください。]
(未回答の設問等があればご連絡することがあります。)

担当者の職・氏名		連絡先	[電話 / FAX / 電子メール]※いずれかに○
----------	--	-----	---------------------------

消費者教育に関する授業の実施状況等について

Q3 消費者教育の推進については、平成24年12月に『消費者教育の推進に関する法律』が施行されていますが、この法律についてご存じですか。[1つ選択]

- 1 法律を知っており、内容も分かる。
- 2 法律を知っているが、内容は分からない。
- 3 知らなかった。

Q4 貴校では消費者教育に関する授業を行っていますか。〔1つ選択〕

- | | | | |
|---|--------------------|---|-----------|
| 1 | 行っている。・・・Q5へ | } | ・・・Q11-1へ |
| 2 | 行っていないが、今後行う予定である。 | | |
| 3 | 行っておらず、予定もない。 | | |

Q5 貴校での消費者教育の取組方針についてお答えください。〔1つ選択〕

- | | |
|---|---|
| 1 | 学校（組織）レベルで計画的に実施している。 |
| 2 | 教科担任等、担当の教員に任せている。 |
| 3 | その他（ ） |

Q6 消費者教育に関する授業を行っている教科、学年、時間数、内容(テーマ)をご記入ください。

(「教科」及び「内容(テーマ)」欄については、選択肢から該当する番号を記入してください。)

教 科	学 年	時間数	内 容 (テ ー マ)

教 科	学 年	時間数	内 容 (テ ー マ)

《「教科」欄の選択肢》

- | | |
|---|----------------------------|
| 1 | 家庭 |
| 2 | 公民 |
| 3 | その他の教科（教科名を回答欄に直接ご記入ください。） |
| 4 | 総合的な探究の時間 |
| 5 | 特別活動 |

《「内容(テーマ)」欄の選択肢》

- | | |
|----|---|
| 1 | 消費者行政・施策について |
| 2 | 物や金銭の計画的な使い方 |
| 3 | インターネット（スマートフォンや携帯電話を含む）の注意点 |
| 4 | 食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること |
| 5 | 強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること |
| 6 | 投資・保険・預金などの金融商品や融資に関すること |
| 7 | 消費者金融やローンなどによる多重債務問題 |
| 8 | 省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方 |
| 9 | 商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること |
| 10 | 自分の消費行動が世の中に与える影響について（エシカル消費・SDGsを含む） |
| 11 | クレジットカードのしくみについて |
| 12 | 通信販売のしくみと注意点 |
| 13 | クーリング・オフに関すること |
| 14 | 消費生活トラブルへの対処法や相談について |
| 15 | 成年年齢引き下げ（契約のルール・消費生活トラブルの防止策、対処法） |
| 16 | その他（ ） |

Q7 消費者教育に関する授業で教科書以外に使用している教材があれば教えてください。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 DVD等の映像の教材
- 2 パソコンを活用した教材
- 3 紙媒体（チラシ、ワークシート等）による教材
- 4 ボードゲーム等グループで使える教材
- 5 ロールプレイングの事例集
- 6 その他（ ）
- 7 教科書以外の教材は使用していない。

Q8-1 消費者教育に関する授業で外部講師による授業を行っていますか。〔1つ選択〕

- 1 行っている。・・・Q8-2へ
- 2 行っていない。・・・Q9へ

Q8-2 外部講師の所属を選んでください。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 教育委員会
- 2 消費生活センター
- 3 情報通信業者
- 4 警察
- 5 金融広報委員会
- 6 消費者団体
- 7 その他（ ）

Q9 貴校における消費者教育の実施状況に対する認識をお聞かせください。〔1つ選択〕

- 1 十分な消費者教育を実施できている。
- 2 ある程度の消費者教育を実施できている。
- 3 消費者教育はあまり実施できていない。
- 4 分からない。

Q10 貴校における消費者教育の成果に対する認識をお聞かせください。〔1つ選択〕

- 1 成果を大いに感じる。
- 2 成果を少し感じる。
- 3 成果を感じない。
- 4 分からない。

Q11-1 貴校では生徒の保護者に対して消費者教育に関する情報提供を実施していますか。〔1つ選択〕

- 1 実施している。・・・Q11-2へ
- 2 実施していないが、今後実施する予定である。}
- 3 実施しておらず、予定もない。 } ...Q12へ

Q11-2 生徒の保護者に対して情報提供している消費者教育の内容(テーマ)と実施方法について、該当する欄に○を記入してください。〔該当するものをすべて〕

内容(テーマ)	保護者会など(※)で説明	印刷物などの配布
1 消費者行政・施策について		
2 物や金銭の計画的な使い方		
3 インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点		
4 食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること		
5 強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること		
6 投資・保険・預金などの金融商品や融資に関すること		
7 消費者金融やローンなどによる多重債務問題		
8 省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方		
9 商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること		
10 自分の消費行動が世の中に与える影響について (エシカル消費・SDGsを含む)		
11 クレジットカードのしくみについて		
12 通信販売のしくみと注意点		
13 クーリング・オフに関すること		
14 消費生活トラブルへの対処法や相談について		
15 成年年齢引き下げ(契約のルール・消費生活トラブルの防止策、対処法)		
16 その他()		

(※)保護者会後に実施した講演会なども含まれます。

Q12 消費生活センターなどの消費生活相談窓口で消費者教育に関する相談(教材の紹介や講師の派遣依頼など)ができることをご存じですか。〔1つ選択〕

- | |
|--|
| 1 相談ができることを知っており、相談したこともある。
2 相談ができることを知っているが、相談したことはない。
3 知らなかった。 |
|--|

Q13 貴校では、「エシカル消費(思いやり消費)」「環境、人、社会や地域にやさしい商品やサービスを選ぶ“思いやり”のある消費)に関する取組みを行っていますか。〔該当するものをすべて選択〕

※エシカル消費の例:エコマーク商品等の環境に配慮した商品の購入、寄付つき商品の購入、有機 JAS 認証等の有機農産物の購入、地元農家・企業の商品購入(地産地消)、災害被災地等の商品の購入(復興支援)、障がい者・障がい者雇用企業が作った商品の購入、フェアトレード商品の購入、自然エネルギー利用など

- | |
|---|
| 1 エシカル消費について授業を行っている。
(対象・内容)
2 授業以外(クラブ活動など)でエシカル消費に関する取組みを行っている。
(対象・内容)
3 学校として行っている。(内容)
4 行っていないが、今後行う予定である。(内容)
5 関心はあるが行っておらず、今後行う予定がない。
6 関心がなく、今後予定がない。
7 わからない。
8 その他() |
|---|

Q14 消費者教育に関する授業で重要だと思う内容(テーマ)は何ですか。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 消費者行政・施策について
- 2 物や金銭の計画的な使い方
- 3 インターネット（スマートフォンや携帯電話を含む）の注意点
- 4 食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること
- 5 強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること
- 6 投資・保険・預金などの金融商品や融資に関すること
- 7 消費者金融やローンなどによる多重債務問題
- 8 省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方
- 9 商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること
- 10 自分の消費行動が世の中に与える影響について（エシカル消費・SDGsを含む）
- 11 クレジットカードのしくみについて
- 12 通信販売のしくみと注意点
- 13 クーリング・オフに関すること
- 14 消費生活トラブルへの対処法や相談について
- 15 成年年齢引き下げ（契約のルール・消費生活トラブルの防止策、対処法）
- 16 その他（)

Q15 消費者教育を実施するに当たって課題となっていることを選んでください。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 どのような授業をすればいいのかわからない。
- 2 指導者や講師となる人材の情報が得られない。
- 3 活用できる教材が少ない。
- 4 予算がない。
- 5 教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない。
- 6 他の優先課題があり取り組めない。
- 7 その他（)
- 8 特にない。

Q16 消費者教育を今後より一層推進していくために必要だと思うことを選んでください。

〔該当するものをすべて選択〕

- 1 実践事例の紹介
- 2 講師派遣制度の充実
- 3 生徒向けの教材の作成・配布
- 4 消費者教育に関する相談窓口の周知
- 5 教員に対する研修
- 6 消費者教育の意義・必要性の啓発
- 7 消費者被害の最新情報の定期的な提供
- 8 保護者や地域との連携
- 9 校内における教科間での連携・体系化
- 10 教育委員会の方針・リーダーシップ
- 11 その他（)

消費者教育に関する要望等について

Q17 消費者教育に関する授業で活用しやすい(効果のある)教材はどれですか。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 DVD等の映像の教材
- 2 パソコンを活用した教材
- 3 紙媒体(チラシ、ワークシート等)による教材
- 4 ボードゲーム等グループで使える教材
- 5 ロールプレイングの事例集
- 6 その他()
- 7 特にない。

Q18 消費者教育に関する教員向けの研修があった場合は参加しますか。〔1つ選択〕

- 1 参加したい。
- 2 参加しない。(または参加できない。) ⇒ 【理由: 】

Q19 消費者教育に関する教員向けの研修で希望する内容(テーマ)は何ですか。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 消費者行政・施策について
- 2 物や金銭の計画的な使い方
- 3 インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点
- 4 食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること
- 5 強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること
- 6 投資・保険・預金などの金融商品や融資に関すること
- 7 消費者金融やローンなどによる多重債務問題
- 8 省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方
- 9 商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること
- 10 自分の消費行動が世の中に与える影響について(エシカル消費・SDGsを含む)
- 11 クレジットカードのしくみについて
- 12 通信販売のしくみと注意点
- 13 クーリング・オフに関すること
- 14 消費生活トラブルへの対処法や相談について
- 15 成年年齢引き下げ(契約のルール・消費生活トラブルの防止策、対処法)
- 16 その他()

Q20 研修に参加しやすい時期はいつですか。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 春休み期
- 2 夏休み期
- 3 冬休み期
- 4 その他()

Q21 その他、消費者教育の推進について、ご意見・ご要望があればご記入ください。

ご協力ありがとうございました。7月14日(金)までにご投函ください。

消費者教育に関する教育機関への実態調査票

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及びこれに準ずる啓発活動です。
《例えば…》
- ・ 契約のルールや取引のトラブル防止（クーリング・オフの仕方など）
 - ・ 安全・安心な商品（食べ物を含む）の選び方、表示の見方
 - ・ 環境、人、社会や地域に配慮した消費生活（環境に配慮した製品の購入、地産地消など）
 - ・ 情報通信の有効活用、安全確保（インターネット、スマートフォンの安全な利用方法等）
- 各年代（幼児期～成人期）ごとの育むべき力については、別添の「消費者教育の体系イメージマップ」（消費者庁作成）をご参照ください。

- 回答は担当者個人の見解ではなく、学校（組織）としてご回答ください。
- 回答欄に次にお答えいただく設問の指示がなければ、設問番号の順にお答えください。
- 選択式の設問については、該当する番号に○をつけてください。選択数は各設問に記載しています。
- その他の内容や記述式の設問については、具体的に記入してください。
- 設問は、特に指示がなければ令和5年6月1日現在の状況をお答えください。

令和5年7月14日(金)までにご回答をお願いします。

基本情報について

Q1 学校名及び校長氏名をご記入ください。〔本調査票記入日現在でお答えください。〕

学校名	
校長氏名	

Q2 回答を作成されたご担当者の職・氏名、連絡先をご記入ください。〔本調査票記入日現在でお答えください。〕
(未回答の設問等があればご連絡することがあります。)

担当者の職・氏名		連絡先	〔電話 / FAX / 電子メール〕※いずれかに○
----------	--	-----	---------------------------

消費者教育に関する授業の実施状況等について

Q3 消費者教育の推進については、平成24年12月に『消費者教育の推進に関する法律』が施行されていますが、この法律についてご存じですか。〔1つ選択〕

- 1 法律を知っており、内容も分かる。
- 2 法律を知っているが、内容は分からない。
- 3 知らなかった。

Q4 貴校では消費者教育に関する授業を行っていますか。〔1つ選択〕

- | | |
|----------------------|------------|
| 1 行っている。・・・Q5へ | }・・・Q11-1へ |
| 2 行っていないが、今後行う予定である。 | |
| 3 行っておらず、予定もない。 | |

Q5 貴校での消費者教育の取組方針についてお答えください。〔1つ選択〕

- | |
|-------------------------|
| 1 学校（組織）レベルで計画的に実施している。 |
| 2 担任の教諭に任せている。 |
| 3 その他（ ） |

Q6 消費者教育に関する授業を行っている教科、学部・学年、時間数、内容（テーマ）をご記入ください。
 （「教科」及び「内容（テーマ）」欄については、選択肢から該当する番号を記入してください。）

教科	学部・学年	時間数	内容（テーマ）

教科	学部・学年	時間数	内容（テーマ）

《「教科」欄の選択肢》

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1 小学部社会、中学部公民分野、高等部公民（小学校、中学校、高等学校に準ずる各教科） 2 小学部家庭、中学部家庭分野、高等部家庭（小学校、中学校、高等学校に準ずる各教科） 3 小学部生活、中学部社会、職業・家庭（家庭分野）、高等部社会、家庭（知的障がい特別支援学校の各教科 教科別の指導） 4 日常生活の指導、生活単元学習（各教科等を合わせた指導） 5 その他の教科（教科名を回答欄に直接ご記入ください。） 6 総合的な学習（探究）の時間 7 教科外（HR・クラブ活動等） |
|--|

《「内容（テーマ）」欄の選択肢》

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1 消費者行政・施策について 2 物や金銭の計画的な使い方 3 インターネット（スマートフォンや携帯電話を含む）の注意点 4 食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること 5 強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること 6 投資・保険・預金などの金融商品や融資に関すること 7 消費者金融やローンなどによる多重債務問題 8 省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方 9 商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること 10 自分の消費行動が世の中に与える影響について（エシカル消費・SDGsを含む） 11 クレジットカードのしくみについて 12 通信販売のしくみと注意点 13 クーリング・オフに関すること 14 消費生活トラブルへの対処法や相談について 15 成年年齢引き下げ（契約のルール・消費生活トラブルの防止策、対処法） 15 その他（ ） |
|--|

Q7 消費者教育に関する授業で教科書以外に使用している教材があれば教えてください。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 DVD等の映像の教材
- 2 パソコンを活用した教材
- 3 紙媒体（チラシ、ワークシート等）による教材
- 4 ボードゲーム等グループで使える教材
- 5 ロールプレイングの事例集
- 6 その他（ ）
- 7 教科書以外の教材は使用していない。

Q8-1 消費者教育に関する授業で外部講師による授業を行っていますか。〔1つ選択〕

- 1 行っている。・・・Q8-2へ
- 2 行っていない。・・・Q9へ

Q8-2 外部講師の所属を選んでください。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 教育委員会
- 2 消費生活センター
- 3 情報通信業者
- 4 警察
- 5 金融広報委員会
- 6 消費者団体
- 7 その他（ ）

Q9 貴校における消費者教育の実施状況に対する認識をお聞かせください。〔1つ選択〕

- 1 十分な消費者教育を実施できている。
- 2 ある程度の消費者教育を実施できている。
- 3 消費者教育はあまり実施できていない。
- 4 分からない。

Q10 貴校における消費者教育の成果に対する認識をお聞かせください。〔1つ選択〕

- 1 成果を大いに感じる。
- 2 成果を少し感じる。
- 3 成果を感じない。
- 4 分からない。

Q11-1 貴校では生徒・児童の保護者に対して消費者教育に関する情報提供を実施していますか。〔1つ選択〕

- 1 実施している。・・・Q11-2へ
- 2 実施していないが、今後実施する予定である。}
- 3 実施しておらず、予定もない。 } ...Q12へ

Q11-2 生徒・児童の保護者に対して情報提供している消費者教育の内容(テーマ)と実施方法について、該当する欄に○を記入してください。〔該当するものをすべて〕

内容(テーマ)	保護者会など(※)で説明	印刷物などの配布
1 消費者行政・施策について		
2 物や金銭の計画的な使い方		
3 インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点		
4 食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること		
5 強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること		
6 投資・保険・預金などの金融商品や融資に関すること		
7 消費者金融やローンなどによる多重債務問題		
8 省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方		
9 商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること		
10 自分の消費行動が世の中に与える影響について (エシカル消費・SDGsを含む)		
11 クレジットカードのしくみについて		
12 通信販売のしくみと注意点		
13 クーリング・オフに関すること		
14 消費生活トラブルへの対処法や相談について		
15 成年年齢引き下げ(契約のルール・消費生活トラブルの防止策、対処法)		
16 その他()		

(※)保護者会後に実施した講演会なども含みます。

Q12 消費生活センターなどの消費生活相談窓口で消費者教育に関する相談(教材の紹介や講師の派遣依頼など)ができることをご存じですか。〔1つ選択〕

- | |
|--|
| 1 相談ができることを知っており、相談したこともある。
2 相談ができることを知っているが、相談したことはない。
3 知らなかった。 |
|--|

Q13 貴校では、「エシカル消費(思いやり消費)」「環境、人、社会や地域にやさしい商品やサービスを選ぶ「思いやり」のある消費)に関する取組みを行っていますか。〔該当するものをすべて選択〕

※エシカル消費の例:エコマーク商品等の環境に配慮した商品の購入、寄付つき商品の購入、有機 JAS 認証等の有機農産物の購入、地元農家・企業の商品購入(地産地消)、災害被災地等の商品の購入(復興支援)、障がい者・障がい者雇用企業が作った商品の購入、フェアトレード商品の購入、自然エネルギー利用など

- | |
|---|
| 1 エシカル消費について授業を行っている。
(対象・内容)
2 授業以外(クラブ活動など)でエシカル消費に関する取組みを行っている。
(対象・内容)
3 学校として行っている。(内容)
4 行っていないが、今後行う予定である。(内容)
5 関心はあるが行っておらず、今後行う予定がない。
6 関心がなく、今後予定がない。
7 わからない。
8 その他() |
|---|

Q14 消費者教育に関する授業で重要だと思う内容(テーマ)は何ですか。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 消費者行政・施策について
- 2 物や金銭の計画的な使い方
- 3 インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点
- 4 食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること
- 5 強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること
- 6 投資・保険・預金などの金融商品や融資に関すること
- 7 消費者金融やローンなどによる多重債務問題
- 8 省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方
- 9 商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること
- 10 自分の消費行動が世の中に与える影響について(エシカル消費・SDGsを含む)
- 11 クレジットカードのしくみについて
- 12 通信販売のしくみと注意点
- 13 クーリング・オフに関すること
- 14 消費生活トラブルへの対処法や相談について
- 15 成年年齢引き下げ(契約のルール・消費生活トラブルの防止策、対処法)
- 16 その他()

Q15 消費者教育を実施するに当たって課題となっていることを選んでください。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 どのような授業をすればいいのかわからない。
- 2 指導者や講師となる人材の情報が得られない。
- 3 活用できる教材が少ない。
- 4 予算がない。
- 5 教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない。
- 6 他の優先課題があり取り組めない。
- 7 その他()
- 8 特にない。

Q16 消費者教育を今後より一層推進していくために必要だと思うことを選んでください。

〔該当するものをすべて選択〕

- 1 実践事例の紹介
- 2 講師派遣制度の充実
- 3 生徒・児童向けの教材の作成・配布
- 4 消費者教育に関する相談窓口の周知
- 5 教員に対する研修
- 6 消費者教育の意義・必要性の啓発
- 7 消費者被害の最新情報の定期的な提供
- 8 保護者や地域との連携
- 9 校内における教科間での連携・体系化
- 10 教育委員会の方針・リーダーシップ
- 11 その他()

消費者教育に関する要望等について

Q17 消費者教育に関する授業で活用しやすい(効果のある)教材はどれですか。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 DVD等の映像の教材
- 2 パソコンを活用した教材
- 3 紙媒体(チラシ、ワークシート等)による教材
- 4 ボードゲーム等グループで使える教材
- 5 ロールプレイングの事例集
- 6 その他()
- 7 特にない。

Q18 消費者教育に関する教員向けの研修があった場合は参加しますか。〔1つ選択〕

- 1 参加したい。
- 2 参加しない。(または参加できない。)⇒【理由: 】

Q19 消費者教育に関する教員向けの研修で希望する内容(テーマ)は何ですか。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 消費者行政・施策について
- 2 物や金銭の計画的な使い方
- 3 インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の注意点
- 4 食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること
- 5 強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること
- 6 投資・保険・預金などの金融商品や融資に関すること
- 7 消費者金融やローンなどによる多重債務問題
- 8 省エネやごみの減量などの環境問題、環境に配慮した物の使い方
- 9 商品を購入したり、サービスを利用する際の契約や取引に関すること
- 10 自分の消費行動が世の中に与える影響について(エシカル消費・SDGsを含む)
- 11 クレジットカードのしくみについて
- 12 通信販売のしくみと注意点
- 13 クーリング・オフに関すること
- 14 消費生活トラブルへの対処法や相談について
- 15 成年年齢引き下げ(契約のルール・消費生活トラブルの防止策、対処法)
- 16 その他()

Q20 研修に参加しやすい時期はいつですか。〔該当するものをすべて選択〕

- 1 春休み期
- 2 夏休み期
- 3 冬休み期
- 4 1～3以外の期間の夜間
- 5 1～3以外の期間の土曜日・日曜日・祝日
- 6 その他()

Q21 その他、消費者教育の推進について、ご意見・ご要望があればご記入ください。

ご協力ありがとうございました。7月14日(金)までにご投函ください。