

事業群評価調書(平成28年度実施)

基本戦略名	9 快適で安全・安心な暮らしをつくる	事業群主管所属	県民生活部食品安全・消費生活課
施策名	(3) 食品の安全・安心の確保と安全・安心な消費生活の実現	課(室)長名	永橋 法昭
事業群名	⑥ 消費者教育の推進	事業群関係課(室)	

1. 計画等概要

【事業群取組内容(総合計画に掲げる取組)】

《長崎県総合計画チャレンジ2020 本文》

「消費者市民社会[※]」の実現を目指し、誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて消費者教育を受ける機会を得ることができるよう、関係機関と連携して啓発や講座を開催するなど消費者教育を総合的に推進します。

※消費者市民社会:消費者一人一人が、消費が持つ社会・経済・環境などに与える影響力を理解し、正しい消費活動を行うことで、持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会

事業群指標	最終目標 (H32)	基準値 (H23~26 平均)	実績 (H27)	達成率	【進捗状況の分析】
消費者講座受講者数	7,500人以上	7,486人	7,439人	—	契約の考え方や最新の消費者トラブル事例と対処法などを学ぶ消費者講座を地域において開催することにより、自立した消費者を育成することができることから、消費者講座受講者数を目標としている。 消費者教育のため学校や地域などで各種講座を開催した27年度の受講者数は基準値(平均受講者数)をわずかに下回る7,439人であったが、開催回数は過去4年間の平均開催数である105回を大きく上回る118回に達した。さらに講座の受講満足度は93.3%と非常に高率であった。 その他、テレビ、新聞、ラジオ、ホームページ、ツイッター、メールなどの媒体を活用した消費者教育に取り組んだ。
事業群の進捗状況					

【事業群取組内容(総合計画に掲げる取組)の分析】

《取組項目及び現状と課題》

消費者教育の推進

i) 消費者講座の実施

- ・受講対象者に応じてテーマ・内容を設定した7種類の消費生活支援講座を開催(27年度は118回開催、7,439人の参加者)
- ・講座の種類ごとの内訳は、ヤング講座:47回4,874人、シニア講座:31回816人、高齢者見守り講座:8回361人、リーダー講座:8回517人、消費生活学習会:16回750人、消費者講座くらしの安全:4回102人、くらしの講座:4回19人
- ・DVDで具体的な消費者トラブル事例を多く紹介するなど、教材等を工夫し、分かりやすい講義の実施に努めている。
- ・市町、学校、民間など多様な主体と連携し、より効果的な消費者教育に取り組む必要がある。

ii) 広報活動の実施

- ・啓発街頭キャンペーンの実施。(27年度7回)
- ・長崎新聞に「生活110番」コーナーを毎月1回設け、相談事例の紹介と対応策を掲載し、被害事例の拡大を防止。(27年度12回)
- ・ホームページ「ながさき消費生活館」を開設し、相談事例、消費者を守る制度、各種講座等の情報を提供。(27年度24,448回アクセス)
- ・県庁ツイッターやケーブルテレビ、スマートフォンを活用し、悪質商法や製品事故情報等の情報を提供。(27年度29回配信)
- ・市町、学校、高齢者・障害者関係団体などの県内72団体に対し、消費者トラブル情報をメールで配信。(27年度86回配信)
- ・啓発用視聴覚資料(ビデオテープ、パネル、図書等)を、市町、学校、各種団体等の要望により貸し出し。(27年度30回貸出)
- ・広報内容によって、対象を明確にし、手法や表現にも配慮するなど、効果的な広報を検討する必要がある。

3. 検証及び問題点の抽出

【課題解決に向けて取り組んだ事務事業の実績の検証】

i) 消費者講座の実施

- ・県消費生活センターに寄せられた相談をみると、平成20年度以降デジタルコンテンツに関する相談件数が連続して1位で、27年度は総受付件数の2割、30歳以下では4割近くに達しており、携帯やパソコンを使ってインターネットを利用する機会の多い若者に向けた啓発の必要性は高い。また、70歳以上の高齢者からの相談は、健康不安につけ込んだ健康食品や健康器具の被害、長い在宅時間を狙った家庭訪問販売、電話勧誘販売等による被害などの特徴があり、総受付件数の約4分の1を占めていることから、高齢者に向けた啓発を重点的に行う必要がある。
- ・各講義の実施にあたっては、パワーポイントに被害実例等の動画を組み込んだ独自教材を使用し、有効性・効率性を高めるとともに分かりやすい講義に努めた結果、講座全体での受講満足度は93.3%の高評価を得た。
- ・数多くの学校がある本県において、県の体制だけでの啓発は困難であり、今後も、学校や地域と連携して取り組む必要がある。

ii) 広報活動の実施

- ・消費者月間である5月は、消費者庁が統一テーマを掲げ、全国的に消費者問題に関する啓発・教育等の事業が展開されている。県では、月間事業として、新生活運動協議会及び開催市町の共催で、消費者トラブルを防止し消費生活の安定向上を図るための街頭キャンペーンを毎年実施し、平成27年度は長崎市、佐世保市及び諫早市内において2,500人にチラシと物品を配布し、悪質商法や特殊詐欺への注意喚起等を行い、消費者被害の未然防止に努めた。
- ・月間事業以外にも、警察や業界団体との共同街頭キャンペーンを4回実施し、4,500人にチラシと物品を配布し、啓発を行った。これらのキャンペーンにはがんばくん・らんばんちゃんを活用し、テレビや新聞でも取り上げられたことから、多くの県民の方々に、消費者問題についての認識や理解を深めていただくことができた。
- ・また、各種広報媒体を通じて、具体的な相談事例の紹介や対応策、消費者を守る制度などの情報を提供し、消費者トラブルの未然防止・拡大防止に努めた。
- ・しかしながら、昨今の消費者被害は複雑多様化しており、今後もきめ細かな広報啓発活動を続けていく必要がある。

4. 29年度実施に向けた方向性

【問題点解決に向けた方向性】

【個別事務事業の見直し】

	個別事務事業の見直し		見直し区分	
	事務事業名	事業構築の視点		見直しの方向
i) 28年3月に策定した「第三次長崎県消費者基本計画(28～32年度)」に消費者教育の総合的な取組みを定めており、今後同計画の着実な実施を図る。具体的には、消費者教育推進法の主旨を踏まえ、学校・地域・家庭・職場など、誰もが、どこでも、生涯を通じて消費者教育を受ける機会を提供できる体制を整えるため、学校・市町・民間など多様な主体と連携した効果的な消費者教育の検討を進める。	消費者教育・啓発事業費	⑤	これまで行ってきた消費者講座や啓発の充実を図るとともに、「第三次長崎県消費者基本計画」に基づき、学校・市町・民間など多様な主体と連携した効果的な消費者教育の検討を進める。	改善
ii) 今後とも、より多くの県民の方に、消費者問題についての認識や理解を深めていただくため、街頭キャンペーンの実施やマスクミ、ホームページ等あらゆる情報媒体を通じた啓発に継続して取り組むとともに、社会情勢に応じた新たな広報手段の検討を進める。	金融広報生活設計推進費	②	本事業は金融広報中央委員会からの助成金を財源としているが、長崎県金融広報委員会の一員として市町や関係機関と連携しつつ、効果的な広報手段の検討を進め、消費者トラブルの未然防止・拡大防止に寄与する取組を継続する必要がある。	改善
	新生活運動推進事業補助金	—	「消費者市民社会」の構築を目指すためには、消費者自身の意識向上と主体性の確保が望まれる。県としては「長崎県民の消費生活の安定及び向上に関する条例」の定めに従い、引続き本協議会の取組の支援を行い、消費者の自立支援を進めていく。	現状維持