

参 考 资 料

消費者教育の推進に関する法律

(平成24年法律第61号)

第一章 総則

(目的)

第一条 この法律は、消費者教育が、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるようその自立を支援する上で重要であることに鑑み、消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利であることを踏まえ、消費者教育に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、基本方針の策定その他の消費者教育の推進に関し必要な事項を定めることにより、消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、もって国民の消費生活の安定及び向上に寄与することを目的とする。

(定義)

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

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

(基本理念)

第三条 消費者教育は、消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結び付けることができる実践的な能力が育まれることを旨として行われなければならない。

2 消費者教育は、消費者が消費者市民社会を構成する一員として主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援することを旨として行われなければならない。

3 消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行われるとともに、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮した適切な方法で行われなければならない。

4 消費者教育は、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場の特性に応じた適切な方法により、かつ、それぞれの場における消費者教育を推進する多様な主体の連携及び他の消費者政策(消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策をいう。第九条第二項第三号において同じ。)との有機的な連携を確保しつつ、効果的に行われなければならない。

5 消費者教育は、消費者の消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に与える影響に関する情報その他の多角的な視点に立った情報を提供することを旨として行われなければならない。

6 消費者教育は、災害その他非常の事態においても消費者が合理的に行動することができるよう、非常の事態における消費生活に関する知識と理解を深めることを旨として行われなければならない。

7 消費者教育に関する施策を講ずるに当たっては、環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育に関する施策との有機的な連携が図られるよう、必要な配慮がなされなければならない。

(国の責務)

第四条 国は、自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができる自立した消費者の育成が極めて重要であることに鑑み、前条の基本理念(以下この章において「基本

理念」という。)にのっとり、消費者教育の推進に関する総合的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。

- 2 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、前項の施策が適切かつ効率的に策定され、及び実施されるよう、相互に又は関係行政機関の長との間の緊密な連携協力を図りつつ、それぞれの所掌に係る消費者教育の推進に関する施策を推進しなければならない。

(地方公共団体の責務)

- 第五条** 地方公共団体は、基本理念にのっとり、消費生活センター(消費者安全法(平成二十一年法律第五十号)第十条第三項に規定する消費生活センターをいう。第十三条第二項及び第二十条第一項において同じ。)、教育委員会その他の関係機関相互間の緊密な連携の下に、消費者教育の推進に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の社会的、経済的状況に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。

(消費者団体の努力)

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

(事業者及び事業者団体の努力)

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

(財政上の措置等)

- 第八条** 政府は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講じなければならない。
- 2 地方公共団体は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講ずるよう努めなければならない。

第二章 基本方針等

(基本方針)

- 第九条** 政府は、消費者教育の推進に関する基本的な方針(以下この章及び第四章において「基本方針」という。)を定めなければならない。
- 2 基本方針においては、次に掲げる事項を定めるものとする。
 - 一 消費者教育の推進の意義及び基本的な方向に関する事項
 - 二 消費者教育の推進の内容に関する事項
 - 三 関連する他の消費者政策との連携に関する基本的な事項
 - 四 その他消費者教育の推進に関する重要事項
- 3 基本方針は、消費者基本法(昭和四十三年法律第七十八号)第九条第一項に規定する消費者基本計画との調和が保たれたものでなければならない。
- 4 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成し、閣議の決定を求めなければならない。
- 5 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成しようとするときは、あらかじめ、関係行政機関の長に協議するとともに、消費者教育推進会議及び消費者委員会の意見を聴くほか、消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講じなければならない。

- 6 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、第四項の規定による閣議の決定があったときは、遅滞なく、基本方針を公表しなければならない。
- 7 政府は、消費生活を取り巻く環境の変化を勘案し、並びに消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を踏まえ、おおむね五年ごとに基本方針に検討を加え、必要があると認めるときは、これを変更するものとする。
- 8 第四項から第六項までの規定は、基本方針の変更について準用する。

(都道府県消費者教育推進計画等)

第十条 都道府県は、基本方針を踏まえ、その都道府県の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画(以下この条及び第二十条第二項第二号において「都道府県消費者教育推進計画」という。)を定めるよう努めなければならない。

- 2 市町村は、基本方針(都道府県消費者教育推進計画が定められているときは、基本方針及び都道府県消費者教育推進計画)を踏まえ、その市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画(以下この条及び第二十条第二項第二号において「市町村消費者教育推進計画」という。)を定めるよう努めなければならない。
- 3 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めようとするときは、あらかじめ、その都道府県又は市町村の区域の消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。この場合において、第二十条第一項の規定により消費者教育推進地域協議会を組織している都道府県及び市町村にあつては、当該消費者教育推進地域協議会の意見を聴かななければならない。
- 4 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表するよう努めるものとする。
- 5 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めた場合は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を行うよう努めるとともに、必要があると認めるときは、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を変更するものとする。
- 6 第三項及び第四項の規定は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の変更について準用する。

第三章 基本的施策

(学校における消費者教育の推進)

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

- 2 国及び地方公共団体は、教育職員に対する消費者教育に関する研修を充実するため、教育職員の職務の内容及び経験に応じ、必要な措置を講じなければならない。
- 3 国及び地方公共団体は、学校において実践的な消費者教育が行われるよう、その内外を問わず、消費者教育に関する知識、経験等を有する人材の活用を推進するものとする。

(大学等における消費者教育の推進)

第十二条 国及び地方公共団体は、大学等(学校教育法第一条に規定する大学及び高等専門学校並びに専修学校、各種学校その他の同条に規定する学校以外の教育施設で学校教育に類する教育を行うものをいう。以下この条及び第十六条第二項において同じ。)において消費者教育が適切に行われるようにするため、大学等に対し、学生等の消費生活における被害を防止するための啓発その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

- 2 国及び地方公共団体は、大学等が行う前項の取組を促進するため、関係団体の協力を得つつ、学生等に対する援助に関する業務に従事する教職員に対し、研修の機会の確保、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

(地域における消費者教育の推進)

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

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

(事業者及び事業者団体による消費者教育の支援)

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

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

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

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

(教材の充実等)

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

(人材の育成等)

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

- 2 国及び地方公共団体は、大学等、研究機関、消費者団体その他の関係機関及び関係団体に対し、消費者教育を担う人材の育成及び資質の向上のための講座の開設その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

(調査研究等)

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

(情報の収集及び提供等)

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

2 国は、消費生活における被害の防止を図るため、年齢、障害の有無その他の消費者の特性を勘案して、その収集した消費生活に関する情報が消費者教育の内容に的確かつ迅速に反映されるよう努めなければならない。

第四章 消費者教育推進会議等

(消費者教育推進会議)

第十九条 消費者庁に、消費者教育推進会議を置く。

2 消費者教育推進会議は、次に掲げる事務をつかさどる。

- 一 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進会議の委員相互の情報の交換及び調整を行うこと。
- 二 基本方針に関し、第九条第五項(同条第八項において準用する場合を含む。)に規定する事項を処理すること。
- 3 消費者教育推進会議の委員は、消費者、事業者及び教育関係者、消費者団体、事業者団体その他の関係団体を代表する者、学識経験を有する者並びに関係行政機関及び関係する独立行政法人(独立行政法人通則法(平成十一年法律第百三号)第二条第一項に規定する独立行政法人をいう。)の職員のうちから、内閣総理大臣が任命する。
- 4 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進会議の組織及び運営に関し必要な事項は、政令で定める。

(消費者教育推進地域協議会)

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

2 消費者教育推進地域協議会は、次に掲げる事務を行うものとする。

- 一 当該都道府県又は市町村の区域における消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進地域協議会の構成員相互の情報の交換及び調整を行うこと。
- 二 都道府県又は市町村が都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を作成し、又は変更しようとする場合においては、当該都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の作成又は変更に関して意見を述べること。
- 3 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進地域協議会の組織及び運営に関し必要な事項は、消費者教育推進地域協議会が定める。

○ 消費者教育の推進に関する基本的な方針

平成25年6月28日 閣議決定
(平成30年3月20日 変更)

概要

平成30年度～34年度の5年間の対象

○基本方針＝消費者教育の推進に関する法律(平成24年12月施行)第9条の規定に基づき、
内閣総理大臣及び文部科学大臣が案を作成、閣議で決定。

○基本方針の位置付け＝誰もか、どこに住んでも、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けることができる機会を提供するためには、消費者教育を体系的・総合的に推進することが必要

○手段＝幅広い担い手の支援・育成、担い手間の連携、情報共有の促進

当面の重点事項

1. 若年者の消費者教育
2. 消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育の推進
3. 高度情報通信ネットワーク社会の発展に対応した消費者教育の推進

※具体的に推進する施策は、赤枠箇所

I. 消費者教育の推進の意義

消費者を取り巻く現状と課題

- ・家計消費は国内総生産(GDP)の過半数(291.9兆円/538.4兆円)
 - ⇒消費者の安全・安心の確保は、消費の拡大、更には経済の好循環の実現にとって大前提
- ・インターネット利用の拡大、「デジタルコンテンツ」に関する相関性教の増加
- ・成年年齢下げ下げについての検討も踏まえた実践的な消費者教育の重要性
- ・社会の安定と持続可能性の確保のため、消費者が自身の社会的役割を自覚し、行動することの重要性についての認識の高まり(SDGs)

消費者の自立を支援

被害に遭わない消費者、合理的意思決定のできる消費者の育成

さらには、社会の一員として、より良い市場とより良い社会の発展のために積極的に関与する消費者の育成(消費者市民社会の形成に参照)

II. 消費者教育の推進の基本的な方向

○消費者教育の体系的推進のための取組の方向

消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行うべき

- ・ライフステージに応じた様々な教育の場(学校、地域、家庭、職場等)を活用して効果的に消費者教育を行う
 - ⇒それぞれのライフステージにおける消費者教育のイメージが様々な主体において共有されることが重要
- ・消費者の特性(年齢のほか、性別、障害の有無、消費生活に関する知識の量など)に配慮し、対象に応じた消費者教育の方法や内容工夫
 - ⇒例えば、高等学校段階までに契約などについての実践的な消費者教育を行う、要支援者に対する教育については、本人だけでなくその支援者への働き掛けを行う、など

○各主体の役割と連携・協働

- ・国と地方公共団体
- ・消費者行政と教育行政
- ・地方公共団体と消費者団体、事業者等

地域における多様な主体間のネットワーク化(結節点としての消費者教育推進地域協議会)

○他の消費生活に関連する教育との連携推進
(環境教育・食育・金融経済教育・法教育・主権者教育等)

III. 消費者教育の推進の内容

様々な場における消費者教育

学校	地域社会	職場
<p>(小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・学習指導要領に基づく実践的な教育を推進 ・その着実な実施について周知・徹底 <p>(大学・専門学校等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自立した社会人としての育成のため消費者教育に関する科目等の開設に期待 ⇒特色ある取組事例や課題等の情報提供・啓発 	<p>(消費生活センターの拠点化)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・社会教育施設等の活用 ・国からは情報提供等の支援 ・見守りネットワーク構築の促進、その活用による消費者教育の実施 	<p>職域における消費者教育の内容、事業者にとつてのメリットなどの認識を共有</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業者の形態、事業分野等に応じた従業員に対する教育を実施
<p>人材(担い手)の育成・活用</p> <p>(小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・教職員の指導力向上が必要 ・教員養成課程や現職教員研修等における消費者教育に関する内容の充実 ⇒実態把握と必要な情報提供 ・国民生活センター等の教員向け研修の活用を推進 <p>(大学・専門学校等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地方公共団体や関係団体との連携の枠組みを構築 ・消費者教育推進地域協議会への参画を促進 	<p>消費者団体・NPO等による消費者教育</p> <ul style="list-style-type: none"> ・担い手育成拠点としての国民生活センター、消費生活センター、社会教育施設等の活用 	<p>消費者教育としての、事業者による消費者への情報提供、商品サービスの開発・提供</p> <ul style="list-style-type: none"> ・積極的な情報提供としての「出前講座」、 「出前授業」の充実に期待

育成・配置の促進

消費生活相談員、元教員、NPOの一員など

消費生活相談員や専門家(弁護士、司法書士、行政書士等)などの外部人材

多様な関係者や場をつなぐため、間に立つて調整

消費生活センター等と連携・協働した体制作り
様々な場における、外部人材を活用した効果的な消費者教育を実現

【16都道府県、9政令市で設置済み】

IV. 関連する他の消費者施策との連携

V. 今後の消費者教育の計画的な推進

- 食品と放射能に関する理解増進
- 事故・トラブル情報の迅速的確な分析・原因究明
- 食品表示の理解増進

消費者教育の体系イメージマップ（消費者庁より）

各期の特徴	成人期			
	特に若者	成人一般	特に高齢者	Ver.1.0
幼児期	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し、自らの行動を始める時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期
小学生期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考へる	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響に配慮して行動し、伝える
中学生期	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考へる	消費生活が環境に与える影響を考へる	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響に配慮して行動し、伝える
高校生期	消費をめぐり物と金銭の流れを考へよう	消費生活が環境に与える影響を考へる	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考へよう	持続可能な社会を指したライフスタイルを考へよう
成人期	自分の生活と身近な環境とのかわりに気づき、物の使い方を工夫しよう	身近な消費者問題と目を向けよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考へよう	持続可能な社会を指したライフスタイルを考へよう
重点領域	消費がもつ影響力の理解	持続可能な消費の実践	消費者の参画・協働	商品安全の理解と危険を回避する能力
消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解	持続可能な消費の実践	消費者の参画・協働	商品安全の理解と危険を回避する能力
商品等の安全	消費がもつ影響力の理解	持続可能な消費の実践	消費者の参画・協働	商品安全の理解と危険を回避する能力
生活の管理と契約	消費がもつ影響力の理解	持続可能な消費の実践	消費者の参画・協働	商品安全の理解と危険を回避する能力
情報とメディア	消費がもつ影響力の理解	持続可能な消費の実践	消費者の参画・協働	商品安全の理解と危険を回避する能力

※本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体系的に組み立て、理解を進めやすきように整理したものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。

前消費者教育推進計画における取組状況（H28～30）

※H30の見込み数を含む。

《社会や環境を配慮する消費者意識の醸成》

- ・消費者フォーラム等の開催（毎年5月）
- ・「消費者市民社会」の概念をわかりやすく伝える啓発リーフレットの作成・配布（フォーラム参加者、高校生等：39,000部）
- ・消費者による現場訪問など、事業者と消費者の意見交換（計4回、9企業、消費者113名）
- ・事業者向け講演会の開催（20社）

《幼児から成人まで切れ目ない消費者教育の提供》

〔幼児・学校〕

- ・幼児やその保護者向けに事故防止教材(DVD)の配布（保育所・幼稚園336施設）
- ・小・中学生が家庭で学べる教材（ワークシート）の作成・配布（小学5年生、中学2年生に毎年配布）
- ・家庭科等の授業展開例を作成し、教育総合研究所の学習支援システムに掲載
- ・県教育総合研究所において教員研修の実施（延べ5回開催、延べ93名受講）
- ・出前講座の開催（延べ75回開催、延べ4,979名受講※）

〔成人・一般〕

- ・出前講座の開催（延べ29回開催、延べ1,037名受講※）
- ・消費生活セミナー（延べ32回開催、延べ1,822名受講）や通信セミナー（延べ708名受講）の開催
- ・消費者教育の担い手養成講座の開催（延べ68名受講、消費者団体に延べ19名が加入）

〔高齢者〕

- ・出前講座の開催（延べ117回開催、延べ8,639名受講※）
- ・ケアマネージャーや民生委員など的高齢者の見守り者への研修の実施（ケアマネージャー向け：延べ12回開催 延べ1,042名受講、民生委員向け：延べ1回開催 延べ160名受講）

《高齢者の消費者トラブルの撲滅》

〔高齢者の見守り体制づくり〕

- ・「福井県消費者安全確保地域協議会」の設置（H28）
- ・情報誌「気をつけよう！見守ろう！ふくい消費生活」の配布（年11回×25,000部）

〔高齢者に身近な店舗における注意喚起の実施〕

- ・スーパー等において特殊詐欺防止のポスター等の掲示（216店舗）
- ・薬局等でお薬手帳用注意喚起シールの配布（病院・薬局等456施設）

〔若者による高齢者向け啓発の実施〕

- ・大学生や高校生による高齢者向けの寸劇やパフォーマンス等の啓発活動の実施

福井県の消費生活相談の状況

○県内の相談件数の推移

	相談件数				
	県分	市町分	計	うち 65歳以上 (県分)	(%)
平成16年度	15,629	10,350	25,979		
平成17年度	9,782	6,196	15,978		
平成18年度	7,264	4,995	12,259		
平成19年度	7,102	5,327	12,429		
平成20年度	5,509	4,681	10,190	929	16.9%
平成21年度	4,362	5,016	9,378	823	18.9%
平成22年度	3,602	4,778	8,380	783	21.7%
平成23年度	3,739	4,502	8,241	975	26.1%
平成24年度	3,596	4,355	7,951	1,090	30.3%
平成25年度	3,845	4,871	8,716	1,234	32.1%
平成26年度	3,713	4,876	8,589	1,207	32.5%
平成27年度	3,338	4,440	7,778	970	29.1%
平成28年度	3,226	4,389	7,615	986	30.6%
平成29年度	3,421	5,600	9,021	1,166	34.1%

出典：県分については、PIO-NETに登録された相談件数
市町分については、県民安全課が取りまとめた消費生活相談件数(市町受付分)の報告に基づく相談件数

○契約当事者の年齢層別相談件数

年度	合計	年齢層別相談件数(契約当事者)							無回答
		20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	
平成29年度	3,421	64	204	300	422	674	878	710	169
平成28年度	3,226	90	295	345	540	512	584	687	173
平成27年度	3,338	126	292	397	520	542	604	683	174
平成26年度	3,713	147	286	439	566	540	629	882	224

出典：PIO-NETに登録された相談件数(県分)

○インターネット通販に係る相談件数（年齢層別）

年度	合計	年齢層別相談件数（契約当事者）							
		20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答
平成29年度	829	40	58	102	167	177	164	106	15
平成28年度	1,054	71	103	130	233	194	204	107	12
平成27年度	1,035	98	127	151	212	197	151	86	13
平成26年度	984	107	103	175	221	169	122	70	17

出典：PIO-NETに登録された相談件数（県分）

○高齢者からのトラブルになりやすい商法・手口別の相談件数

商法・手口	平成29年度		平成26年度		商法・手口等の内容
		うち 65歳以上		うち 65歳以上	
架空請求	1,056	404	360	128	身に覚えのない代金の請求
身分詐称	976	388	190	108	販売者が公的機関や大手通販業者の職員や関係者であるかのように思わせる手口
利殖商法	27	11	68	52	「値上がり確実」、「必ずもうかる」など利殖になることを強調し、投資や出資を勧誘する手口
無料商法	79	18	210	48	「無料サービス」、「無料招待」、「無料体験」など「無料」であることを強調し誤認させる手口
その他	240	65	671	135	ワンクリック請求、送り付け商法、点検商法、販売目的隠匿、サイドビジネス商法、劇場型勧誘、二次被害、次々販売、当選商法、アンケート商法、クレ・サラ強要商法など

※相談の内容によっては、複数の「商法・手口」に該当するものがあり、その場合、それぞれに計上しています。

出典：PIO-NETに登録された相談件数（県分）

○県内の特殊詐欺の被害状況

年	件数			金額(千円)		
	全体	65歳以上	65歳未満	全体	65歳以上	65歳未満
平成30年	31	16	15	113,003	98,863	14,140
平成29年	76	44	32	239,244	165,019	74,225
平成28年	53	44	9	257,746	212,373	45,373
平成27年	58	43	15	252,842	220,382	32,460
平成26年	51	40	11	285,401	242,647	42,754

出典：福井県警察本部 県内の特殊詐欺認知状況