

岐阜県消費者施策推進指針（案）の概要

指針の概要

指針 P1～P2

1 策定の趣旨

- 「岐阜県消費生活条例」（昭和 50 年条例第 29 号）第 37 条の規定に基づき策定
- 国の第 3 次消費者基本計画における国の方向性や本県における現状を踏まえ、今後の消費者施策を総合的かつ計画的に推進するために、消費者教育に特化した計画である「岐阜県消費者教育推進計画」を包含した新たな「岐阜県消費者施策推進指針」を策定

2 指針の基本的な視点

- 「消費者の権利の尊重」及び「消費者の自立の支援」

3 指針の位置付け

- 本指針は、岐阜県消費生活条例第 37 条の規定に基づき、消費者政策の推進を図るために総合的な消費者施策の方向性を示すためのもの
- 消費者教育推進法第 10 条に基づく都道府県消費者教育推進計画を兼ねるもの

4 計画の期間

- 平成 29（2017）年度から平成 31（2019）年度までの 3 年間

消費者を取り巻く現状と課題

指針 P3～P4

1 社会環境の変化

(1) 人口減少・高齢化の進行

- 本県の人口は、約 203 万 2 千人（平成 27（2015）年 10 月 1 日現在）平成 12（2000）年に比べ 7 万 6 千人の減少
- 65 歳以上の人口が、総人口に占める割合を示した高齢化率は、28.1%（同年 10 月 1 日現在）過去最高を記録

(2) 高度情報通信社会の進展

- 情報通信技術の発達と情報通信機器・サービスの急速な普及により、「電子商取引」に関する消費生活相談が年々増加傾向
- クレジットカードや電子マネーなど決済手段も多様化しているため、新しい種類の消費者トラブルが次々と発生

(3) 消費生活におけるグローバル化の進展

- インターネット等を通じて、消費者が海外から直接商品を購入することが容易になる反面、商品の未達などの消費者トラブルが発生

2 県の消費生活に関する現状と課題

指針 P5～P20

(1) 消費生活相談の現状と課題

- 相談件数は、平成 25 (2013) 年度以降 12,000 件台で推移しているが、全相談件数に占める市町村相談窓口に寄せられる相談件数の割合は、年々増加しており、平成 26 (2014) 年度以降は、県相談窓口に寄せられる件数よりも多数 (図表 1)
- 販売購入形態別相談件数は、平成 25 (2013) 年度以降、「通信販売」に関するものが最も多く、次いで「店舗購入」 (図表 2)
- 全体と比べて「高齢者層」は「訪問販売」や「電話勧誘販売」、「若年層」は「通信販売」が多い (図表 3、4)

■ 県・市町村別相談件数の推移 (図表 1)

(単位:件)

	H23 年度	H24 年度	H25 年度	H26 年度	H27 年度
県窓口の相談件数	7,115	6,173	6,424	6,056	5,765
市町村窓口の相談件数	4,497	5,230	6,130	6,727	6,959
相談件数合計	11,612	11,403	12,554	12,783	12,724
市町村窓口の割合	38.7%	45.9%	48.8%	52.6%	54.7%

■ 販売購入形態別の相談件数等の推移 (図表 2)

(単位:件)

		H23 年度	H24 年度	H25 年度	H26 年度	H27 年度
販売 購入 形態	店舗購入	3,810	3,562	3,501	3,320	3,105
	訪問販売	1,262	1,236	1,208	1,162	1,228
	通信販売	3,716	3,478	4,074	4,316	4,331
	(うちインターネット通販)	(2,608)	(2,339)	(2,858)	(3,280)	(3,362)
	マルチ・マルチまがい	149	154	141	174	251
	電話勧誘販売	1,149	1,304	1,485	1,266	1,168
	送りつけ商法(ネガティブオプション)	24	47	75	41	58
	訪問購入	—	7	94	111	82
	その他無店舗	117	97	111	102	81
	不明・無関係	1,385	1,518	1,865	2,291	2,420
相談件数合計		11,612	11,403	12,554	12,783	12,724
契約当事者の平均年齢(歳)		48.5	50.4	51.6	51.6	51.4
平均契約金額(万円)		130.5	132.1	111.2	95.8	74.9

■ 高齢者層（65歳以上）の販売購入形態別の相談件数等の推移（図表3）（単位：件）

		H23 年度	H24 年度	H25 年度	H26 年度	H27 年度
販売 購入 形態	店舗購入	636	649	698	655	633
	訪問販売	452	457	450	511	490
	通信販売	407	450	639	740	706
	（うちインターネット通販）	(115)	(147)	(216)	(381)	(415)
	マルチ・マルチまがい	31	27	28	26	53
	電話勧誘販売	495	692	834	607	491
	送りつけ商法（ネガティブオプション）	11	26	52	22	29
	訪問購入	—	5	43	48	42
	その他無店舗	33	22	24	34	19
	不明・無関係	346	360	505	685	651
相談件数		2,411	2,688	3,273	3,328	3,114

■ 若年層（29歳以下）の販売購入形態別の相談件数等の推移（図表4）（単位：件）

		H23 年度	H24 年度	H25 年度	H26 年度	H27 年度
販売 購入 形態	店舗購入	488	369	373	381	361
	訪問販売	86	76	74	79	62
	通信販売	832	665	767	766	734
	（うちインターネット通販）	730	558	682	685	649
	マルチ・マルチまがい	35	35	34	58	76
	電話勧誘販売	14	22	36	47	36
	送りつけ商法（ネガティブオプション）	0	0	0	2	1
	訪問購入	—	0	3	3	3
	その他無店舗	15	9	13	9	8
	不明・無関係	95	102	107	112	118
相談件数		1,565	1,278	1,407	1,457	1,399

【取り組むべき課題】

- 「高齢者層」「若年層」というように、世代によって主たる相談内容が異なる傾向があることから、それぞれの世代の特徴をとらえた消費者教育・啓発が必要
- 「通信販売」特に、急速な高度情報通信社会の進展を背景として今後も利用者の増加が見込まれる「インターネット通販」に関するトラブル防止のための消費者教育・啓発の充実が必要

(2) 消費生活相談体制の現状と課題

①県における相談体制

- 県は、消費者安全の確保に関し、消費者からの苦情に係る相談やあっせんのうち、各市町村の区域を超えた広域的な見地を必要とするものに応じることとされる（消費者安全法）
- 県の消費生活相談窓口として、県民生活相談センター及び3箇所（中濃・東濃・飛騨）の県事務所に専任の消費生活相談員を配置
- 県相談窓口では、豊富な相談事例の蓄積を活かし、市町村では対応の困難な専門的な知識を必要とする事案の解決に対応

②市町村における相談体制

- 市町村は、消費者安全の確保に関し、事業者に対する消費者からの苦情に係る相談に応じること、また、苦情の処理のためのあっせんを行うこととされる（消費者安全法）
- 県内市町村においては、平成24（2012）年1月に全ての市町村に消費生活相談のための窓口が開設
- 専任の消費生活相談員が配置されている市町村は28市町村（平成28（2016）年4月1日現在）（図表4）

■ 市町村消費生活相談窓口の設置状況（平成28年4月1日現在）（図表4）

圏域	専任相談員配置	行政職員対応
岐阜	岐阜市、各務原市、羽島市、瑞穂市、本巣市、岐南町、笠松町、北方町、山県市	
西濃 (揖斐)	大垣市、海津市、養老町 大野町	垂井町、関ヶ原町、神戸町、安八町、輪之内町 揖斐川町、池田町
中濃 (中濃)	美濃加茂市、可児市、坂祝町、富加町、川辺町、御嵩町 関市、美濃市、郡上市	七宗町、八百津町、白川町、東白川村
東濃 (恵那)	多治見市、土岐市、瑞浪市 恵那市、中津川市	
飛騨	高山市	下呂市、飛騨市、白川村
計	28	14

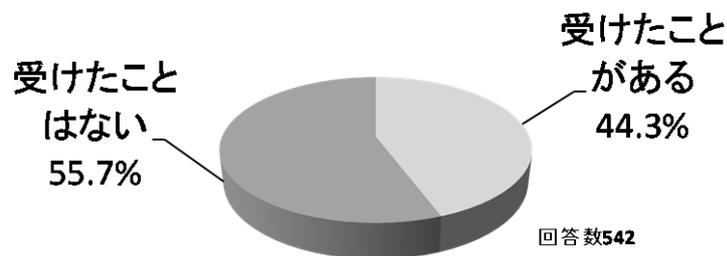
【取り組むべき課題】

- 高度情報化社会の進展や経済のグローバル化に伴う新しい商品・サービスに関する取引形態に対応するための相談員等の資質の向上
- どの地域に住んでいても質の高い消費生活相談が受けられる体制を整備するために、引き続き市町村に対して相談体制の拡充を働きかけるとともに、専任の消費生活相談員を配置するための人材育成や、財政的な支援を継続していくことが必要

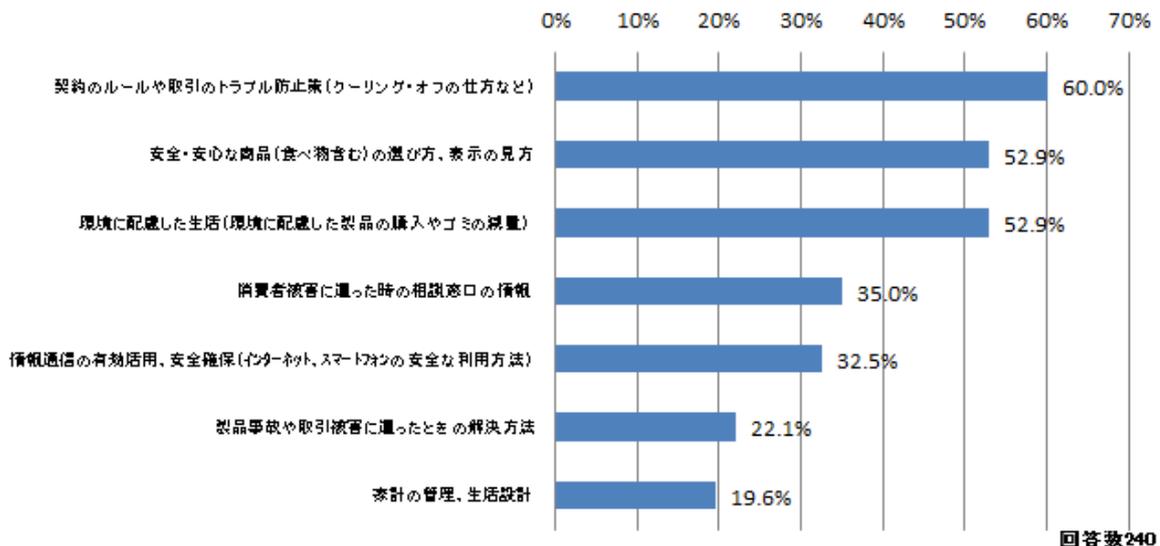
(3) 消費者教育・啓発の現状と課題

- 消費者教育に関する県政モニターアンケート（平成 25（2013）年実施）等によると、消費者教育を受けたことがある方は、44.3%（図表 5）
- 受けたことがある消費者教育の内容で最も多かったのが「契約のルールや取引のトラブル防止策（クーリング・オフの仕方など）」（60.0%）、次いで「安全・安心な商品（食べ物含む）の選び方、表示の見方」と「環境に配慮した生活（環境に配慮した製品の購入やゴミの減量）」（それぞれ 52.9%）（図表 6）
- 教育を受けた場所については、「会社・職場での講座など」（48.5%）が最も多く、次いで「学校の授業」（27.9%）（図表 7）

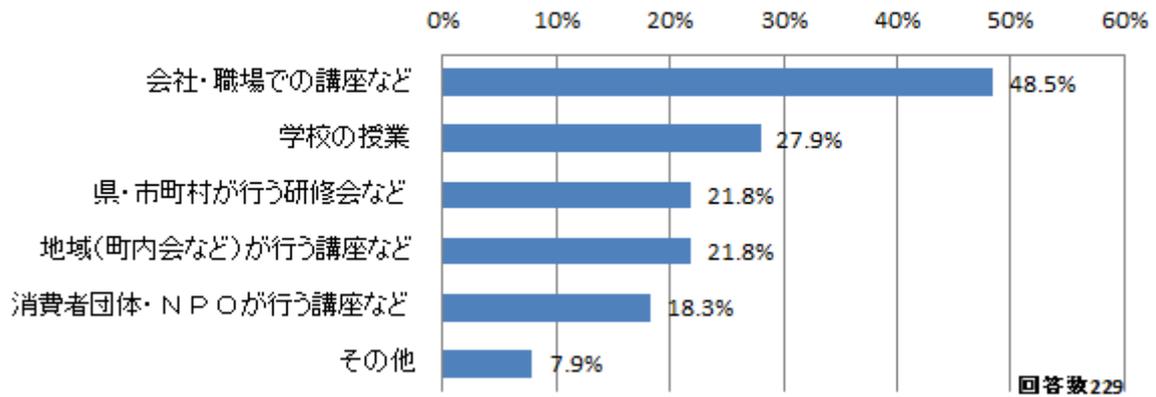
■ 消費者教育を受けた経験について（図表 5）



■ 受けたことがある消費者教育の内容（図表 6 複数回答）



■ 消費者教育を受けた場所について（図表 7 複数回答）



【取り組むべき課題】

- 県内の小・中・高等学校及び特別支援学校の各学校においては、学習指導要領により、社会科、家庭科等の関係する各教科で消費者教育が取り組まれているが、消費者教育を効果的に推進するためには、教科横断的な教職員同士の連携や外部機関との連携、消費者問題の変化に対応した教材の開発や活用、教職員の指導力向上のための研修等を充実させることが必要
- 大学等や職域においては、消費者教育に取り組んでいる学校、職場もあるが、今後は各主体の実態に合わせて、消費者教育の方法や人材について情報提供するとともに、消費者教育への取り組みの支援が必要
- 県は引き続き「賢い消費者」育成のために、啓発資料の配付のみにとどまらず、学校、職場、地域など様々な場において消費生活に関して学ぶ場を提供できるよう「消費生活出前講座」を実施
- 商品等の安全や消費者被害防止に関する内容のみならず、消費者市民社会の構築に関する分野についても、消費者教育の体系を意識しながら、対象分野や内容に偏りが無いよう関係各課と連携して教育内容や方法について検討していくことが必要

1 指針の全体構成

- 目的 消費者生活の安定と向上の促進
- 基本的視点 「消費者の権利の尊重」「消費者の自立支援」
- 3つの柱 ライフステージに応じた消費者教育の推進 【知】
消費生活相談窓口の機能の充実・体制の強化 【相】
多種多様な団体とのネットワークの構築 【連】

- 消費生活条例の目的である「消費者生活の安定と向上の促進」を実現するため、条例の理念である「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立支援」を基本的視点におき、3つの柱として、「【知】ライフステージに応じた消費者教育の推進」、「【相】消費生活相談窓口の機能の充実・体制の強化」、「【連】多種多様な団体とのネットワークの構築」を定め、行政・消費者団体・事業者等様々な主体が連携して、それらに応じた各種施策を総合的かつ計画的に推進

(1) 施策体系図

分野	3つの柱	基本方針	基本施策
知	ライフステージ 消費者教育の推進	消費者教育・啓発	<ul style="list-style-type: none"> ・場や消費者の特性に応じた学 ・消費者教育・啓発を担う人材 ・消費者教育教材の作成と活用 ・消費生活情報の提供 ・多様な教育の担い手との連携
相	消費生活相談窓 機能の充実・体制	消費者の安全・安心	<ul style="list-style-type: none"> ・商品・サービスの安全性の確 ・消費者被害等の情報提供 ・生活関連物資の安定供給
		消費者被害の救済	<ul style="list-style-type: none"> ・県相談窓口の充実・強化 ・市町村消費者行政への支援 ・紛争処理体制の整備 ・多重債務問題への対応
連	多種多様な団体 ネットワークの構築	消費者の組織活動	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者団体等との協働 ・高齢者への啓発や見守り活動
		消費者意見の反映	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者の県政への参画

(2) 3つの柱（知・相・連）と5つの基本方針

【知】ライフステージに応じた消費者教育の推進

基本方針1 消費者教育・啓発

- 消費者教育について、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行い、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、それぞれの場における多様な主体の連携及び他の消費者政策との有機的な連携を確保しつつ効果的に実施
- 「自ら考え行動する」自立した消費者を育成するだけでなく、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ことを自覚し、公正かつ持続可能

な社会の形成に積極的に参画する「消費者市民社会」の形成を目指して、消費者教育・啓発を推進

【相】消費生活相談窓口の機能の充実・体制の強化

基本方針 2 消費者の安全・安心の確保

- 消費者を取り巻く環境は、人口減少・高齢化の進行、高度情報通信社会の進展、消費生活のグローバル化など大きく変化しており、商品・サービスの多様化・複雑化が益々進み、それに伴い、消費者がトラブルに巻き込まれる事例が後を絶たない
このような中で、県民が消費者として生命・身体・財産の安全を確保され、安心して豊かな消費生活をおくることができるために、商品・サービス等の安全安心の確保に取り組むとともに、適正な取引を実現するための事業者指導を推進

基本方針 3 消費者被害の救済

- 消費生活に関するトラブルが発生したときには、身近な相談窓口で相談できることが必要であり、どこの地域に住んでいても質の高い消費生活相談が受けられることが重要
そのために、市町村の消費生活相談窓口の充実・強化を図るために、市町村消費者行政に対して適切な支援を実施
- 複雑・多様化する相談内容に対応するため、消費生活相談員の資質向上に努め、県民生活相談センターを中心とする県相談窓口の「センター・オブ・センターズ」としての機能の充実

【連】多種多様な団体とのネットワークの構築

基本方針 4 消費者の組織活動の推進

- 行政・消費者団体・事業者等が、それぞれの問題意識や可能な取組について情報交換し、認識を共有することは、効率的・効果的に消費者被害の未然防止を行うために有効と考えられることから、消費者団体等様々な主体と情報・意見交換や連携・協働による活動等の実施を支援・促進
- 特に高齢者の消費者被害の未然防止等については、地域の見守りネットワークの構築・推進など、地域の様々な主体との連携・協働が必要なことから、消費者団体等の支援を推進

基本方針 5 消費者意見の反映

- 消費者施策の透明性を確保する観点から、県ホームページ等を活用して情報発信するとともに、消費者から寄せられる意見について誠実に対応
- 岐阜県消費生活安定審議会等を活用して、消費者の意見を適切に消費者施策に反映

(3) 平成 31 (2019) 年度までの目標

- 本指針の効果的な推進のために、目標として平成 31 (2019) 年度を目標年次とした「目標指標」を各取組分野で設定し、その達成に向けた施策を集中的に推進

【知】ライフステージに応じた消費者教育の推進

(1) 消費者教育・啓発

項目	基準値 (H27 年度末)	目標値 (H31 年度末)
消費生活相談員及び消費者啓発推進員*の研修参加率	80.4%	100%(各年度)
消費者教育教員研修の開催回数及び参加教員数	12 回 1,706 人	12 回 1,800 人 (各年度)
消費生活に関する出前講座の小・中・高等学校生の参加者数(累計)	11,522 人	27,000 人
消費生活に関する出前講座の高齢者の参加者数(累計)	29,154 人	69,000 人
市町村消費者教育推進地域協議会の設置数	1 市	4 市町村
市町村消費者教育推進計画の策定数	1 市	4 市町村

※ 消費者教育の推進及び消費生活に関する普及啓発活動を実施するために、岐阜県が委嘱した者

【相】消費生活相談窓口の機能の充実・体制の強化

(1) 消費者の安全・安心の確保

項目	基準値 (H27 年度末)	目標値 (H31 年度末)
適正な表示に関する事業者向けの講習会の受講者数(累計)*	864 人	1,000 人 (H30 年度末)
食品表示に関する調査の実施回数(合同調査含む)(累計)*	1,376 回	2,500 回 (H30 年度末)

※ 岐阜県食品安全行動基本計画(第3期)による目標

(2) 消費者被害の救済

項目	基準値 (H27 年度末)	目標値 (H31 年度末)
消費生活センターの設置率(広域相談体制含む)	64.2%	100%
消費生活相談員の配置市町村率(広域相談体制含む)	64.2%	100%
消費生活相談員の有資格者率	68.6%	75%
消費生活相談員の研修参加率	87.8%	100%(各年度)

【連】多種多様な団体とのネットワークの構築

(1) 消費者の組織活動の推進

項目	基準値 (H27 年度末)	目標値 (H31 年度末)
県と消費者団体等との意見交換・消費者行政事業協働件数	2 件	3 件
消費者安全確保地域協議会の設置数	0 市町村	13 市町村

(2) 消費者意見の反映

項目	基準値 (H27 年度末)	目標値 (H31 年度末)
県と消費者団体等との意見交換・消費者行政事業協働件数(再掲)	2 件	3 件

2 「知」ライフステージに応じた消費者教育の推進

指針 P25～P34

(1) 消費者教育・啓発(基本方針1)

- 「消費者教育の体系イメージマップ」*に示された対象領域ごと、発達段階ごとの内容を参考にしながら学習目標を整理し、「消費者教育が育むべき力」(教育が目指す目標)を設定することで、計画を体系的に推進
- 「自ら考え行動する」自立した消費者を育成するだけでなく、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する「消費者市民社会」の形成を目指して、消費者・啓発を推進

※「消費者教育の体系イメージマップ」

消費者教育の推進のための体系的プログラム研究会(消費者庁設置)が、平成25(2013)年1月に公表したもの P15 参照

①場や消費者の特性に応じた学ぶ機会の提供

【県の主な施策・取組み】

◆学校（幼稚園、小学校、中学校、高校、特別支援学校）

- ・ P T A活動などで体験型講座を実施
- ・ 新しい教材に関する情報を収集、紹介
- ・ 専門的知識を有する外部人材の活用
- ・ （幼稚園）モデルケースの発掘と教材作成、情報提供
- ・ （小学校・中学校・高等学校・特別支援学校）関係部局との連携によるモデルケースの発掘と情報提供

◆学校（大学、専門学校等）

- ・ モデルケースの発掘と情報提供
- ・ 入学時のガイダンス等の実施支援
- ・ 教職員等に対する研修の実施支援

◆地域

- ・ 市町村や地域団体等との連携によるイベントや講演会等での啓発
- ・ 消費者啓発推進員や区市町村相談員の活用による出前講座の実施

◆高齢者、障がい者

- ・ 高齢者や障がい者またはその支援者に対する啓発
- ・ 老人クラブの会合や見守りネットワークを活用した啓発
- ・ 障がい者支援施設、支援者ネットワークを活用した啓発

◆家庭

- ・ 親子で学べる教材の作成・活用
- ・ 家族への高齢者被害情報の提供

◆職域

- ・ ニーズ把握とモデルケースの発掘
- ・ 各事業者等に適した教育方法や人材についての情報提供

②消費者教育・啓発を担う人材の育成と活用

【県の主な施策・取組み】

◆教員を対象とした研修、教材開発

- ・ 優れた実践事例等の関係教員への情報提供
- ・ 教育研究会等への専門家派遣による研究支援
- ・ 学校現場で使える副教材の作成、充実

◆消費者教育拠点機能の充実

- ・ 消費者教育実践マニュアルの作成・活用
- ・ 相談員等を対象とした「消費者教育人材育成研修」の実施
- ・ 相談員経験者等の教育人材発掘と教育スキルの向上

③消費者教育教材の作成と活用

【県の主な施策・取組み】

- ・ 消費者教育普及啓発パンフレットの作成・配布
- ・ 各ライフステージや場に応じた内容の教材の作成・活用
- ・ 消費者教育ポータルサイトの周知

④消費生活情報の提供

【県の主な施策・取組み】

- ・ 消費生活出前講座での情報提供
- ・ 県公式ホームページを活用した情報提供
- ・ 市町村、消費者団体等と連携した広報紙の活用
- ・ 新聞等マスメディアを通じた情報提供

⑤多様な教育の担い手との連携

【県の主な施策・取組み】

- ・ 関係部局、関係団体との連携による推進（学校、職場、地域等）
- ・ 岐阜県金融広報委員会等、他の出前講座実施機関との連携

3 「相」消費生活相談窓口の機能の充実・体制の強化

指針 P35～P40

(1) 消費者の安全・安心の確保（基本方針2）

- 県民が消費者として生命・身体・財産の安全を確保し、安心して豊かな消費生活をおくることができるために、商品・サービス等の安全安心の確保に取り組むとともに、適正な取引を実現するための事業者指導を推進

①商品・サービスの安全性の確保

【県の主な施策・取組み】

- ・ 製品安全三法に基づく立入検査・指導を実施する市町村への指導及び助言
- ・ 他部局との連携による食品等の安全性の確保

②消費者事故等の情報提供

【県の主な施策・取組み】

- ・ 消費者事故等の情報収集
- ・ 県民への情報提供
- ・ 国・他県・他部局間、警察、市町村等との連携による情報共有

③不当な取引方法や表示の防止

【県の主な施策・取組み】

- ・ 不当な取引方法や表示の防止のための事業者指導・法執行
- ・ 表示の適正化の推進
- ・ 国・他県・他部局間、警察、市町村等との連携による情報共有

④生活関連物資の安定供給

【県の主な施策・取組み】

- ・ 生活関連物資等の価格調査の実施
- ・ 県公式ホームページによる情報提供

(2) 消費者被害の救済（基本方針3）

- どの地域に住んでいても質の高い消費生活相談が受けられるために、市町村の消費生活相談窓口の充実・強化のための支援を実施
- 複雑・多様化する相談内容に対応するため、消費生活相談員の資質向上に努め、県相談窓口の機能を充実

①県相談窓口の充実・強化

【県の主な施策・取組み】

- ・ 県民生活相談センター等の相談窓口の機能強化

②市町村消費者行政への支援

【県の主な施策・取組み】

- ・ 市町村相談窓口機能の充実・強化に向けた支援

③紛争処理体制の整備

【県の主な施策・取組み】

- ・ 岐阜県苦情処理委員会の運営
- ・ 消費者が提起する訴訟費用の貸付
- ・ その他の紛争解決手段の周知

④多重債務問題への対応

【県の主な施策・取組み】

- ・ 担当職員の資質の向上
- ・ 相談窓口、早期相談、解決方法に関する周知
- ・ 法律の専門家による無料相談会の実施
- ・ 関係機関との連携

4 「連」多種多様な団体とのネットワークの構築

指針 P41～P42

(1) 消費者の組織活動の推進（基本方針4）

- 効率的・効果的に消費者被害の未然防止を行うために、消費者団体等様々な主体と情報・意見交換や連携・協働による活動等の実施を支援
- 特に、高齢者の消費者被害の未然防止については、地域の見守りネットワークの構築・推進など、地域の様々な主体との連携・協働を促進

①消費者団体等との協働

【県の主な施策・取組み】

- ・ 消費者団体等への情報提供、自主的な活動の支援
- ・ 消費者団体等との連携による消費者教育・啓発活動の推進
- ・ 事業者団体等との連携による消費者の安全・安心の確保
- ・ 国・他県・他部局間、警察、市町村等との連携による情報共有

②高齢者・障がい者等への啓発や見守り活動の推進

【県の主な施策・取組み】

- ・ 高齢者や障がい者等への啓発や見守り活動の推進

(2) 消費者意見の反映（基本方針5）

- 消費者施策の透明性を確保する観点から、県ホームページ等を活用して情報発信するとともに、消費者から寄せられる意見については、誠実に対応。
- 岐阜県消費生活安定審議会等を活用して、消費者の意見を適切に消費者施策に反映

①消費者の県政への参画

【県の主な施策・取組み】

- ・ 岐阜県消費生活安定審議会等を通じた意見交換・情報共有
- ・ 県公式ホームページ、県民意見募集を通じて寄せられる消費者の意見への対応
- ・ 消費者団体等から寄せられる意見への対応

指針の推進体制と進行管理

指針 P43～P44

1 推進体制

- 岐阜県消費生活安定審議会において情報交換と調整を行うとともに、指針の策定や修正について協議
- 国、他都道府県、県の他部局、市町村、消費者団体、事業者、事業者団体等との連携による効果的な推進

2 進行管理

- 県や市町村だけでなく、地域で展開している様々な消費者施策の取り組み状況について、毎年、岐阜県消費生活安定審議会において報告
- 県の取り組みについては、この指針への位置づけを確認しながら、必要に応じて見直しを実施

■ 消費者教育の体系イメージマップ

		Ver.1.0				
各期の特徴	重点領域	成人期				
		特に若者	成人一般	特に高齢者	成人一般	特に高齢者
幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	中学生期	小学生期	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關心をもち、それを取り入れる時期	消費がもつ影響力の理解	行動の範囲が広がりが、権利に責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期	生活を営んだ生活の管理や計画の重要性、社会的責任の理解、主体的な行動が望まれる時期	生活を営んだ生活の管理や計画の重要性、社会的責任の理解、主体的な行動が望まれる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通じた、消費者としての意識の形成が望まれる時期	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に關心をもち、それを取り入れる時期
おつかいや買ひ物に楽しみをもち、身の回りのものを大切にしよう	持続可能な消費の実践	消費の行動が環境や経済に与える影響を考慮しよう	消費が環境や経済に与える影響を考慮しよう	消費の行動が環境や経済に与える影響を考慮しよう	消費が環境や経済に与える影響を考慮しよう	おつかいや買ひ物に楽しみをもち、身の回りのものを大切にしよう
協力することの大切さを知ろう	消費者の参画・協働	身近な消費者問題及び社会的課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう	身近な消費者問題及び社会的課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう	身近な消費者問題及び社会的課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう	身近な消費者問題及び社会的課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう	協力することの大切さを知ろう
くらしの中の危険や、もの安全な使い方に気づこう	商品安全の理解と危険を回避する能力	危険を認識し、物を安全に使う手原を知り、使おう	危険を認識し、物を安全に使う手原を知り、使おう	危険を認識し、物を安全に使う手原を知り、使おう	危険を認識し、物を安全に使う手原を知り、使おう	くらしの中の危険や、もの安全な使い方に気づこう
買ったことがあったら身近な人に伝えよう	トラブル対応能力	買ったことがあったら身近な人に伝えよう	買ったことがあったら身近な人に伝えよう	買ったことがあったら身近な人に伝えよう	買ったことがあったら身近な人に伝えよう	買ったことがあったら身近な人に伝えよう
約束や約束を守ろう	選択し、契約することへの理解と考える態度	商品やサービスの特性を明し、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	商品やサービスの特性を明し、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	商品やサービスの特性を明し、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	商品やサービスの特性を明し、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	約束や約束を守ろう
欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	生活を設計・管理する能力	商品やサービスの特性を明し、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	商品やサービスの特性を明し、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	商品やサービスの特性を明し、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	商品やサービスの特性を明し、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう
身の回りのさまざまな情報に気づこう	情報の収集・処理・発信能力	商品やサービスの特性を明し、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	商品やサービスの特性を明し、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	商品やサービスの特性を明し、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	商品やサービスの特性を明し、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	身の回りのさまざまな情報に気づこう
自分や家族を大切にしよう	情報社会のルールや情報モラルの理解	商品やサービスの特性を明し、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	商品やサービスの特性を明し、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	商品やサービスの特性を明し、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	商品やサービスの特性を明し、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	自分や家族を大切にしよう
身の回りの情報から「なぜ」だつて成り立っているのかを、よく考えよう	消費生活情報に対する批判的思考力	商品やサービスの特性を明し、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	商品やサービスの特性を明し、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	商品やサービスの特性を明し、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	商品やサービスの特性を明し、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	身の回りの情報から「なぜ」だつて成り立っているのかを、よく考えよう

※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、理解を進めやすい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。