

# 事務事業評価シート

評価実施年度：平成30年度

上位の施策名称	施策Ⅱ-1-6 消費者対策の推進
---------	---------------------

## 1. 事務事業の目的・概要

事務事業担当課長	環境生活総務課消費とくらしの安全室長	城市賢二	電話番号	0852-22-6094
----------	--------------------	------	------	--------------

事務事業の名称	学校における消費者教育の推進事業			
目的	(1) 対象	児童・生徒・学生・保護者・教員		
	(2) 意図	児童・生徒・学生とその保護者は消費者市民として必要な知識と意識を培う 教員は消費者教育技術を向上させる		
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者問題の認知、被害対策の周知、消費者教育技術の向上のために、小・中・高・大学生とその保護者及び教員に対し、それぞれの対象に向けた啓発資料を作成する。</li> <li>消費者教育の技術を高めるために、各研究会に対し、授業方法や教材の開発の研究を委託する。</li> </ul>			

## 2. 成果参考指標

成果参考指標名等		年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	単位	
1	指標名	学校教育における消費者教育の実践研究数	目標値	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	件
	式・定義	実践研究数	取組目標値						
			実績値	3.0	4.0	4.0			
			達成率	60.0	80.0	80.0	-	-	%
2	指標名	県出前講座を実施した高等学校・高等専門学校の数（計画期間中の累積実数）	目標値		12.0	24.0	36.0	48.0	校
	式・定義	実施学校数	取組目標値						
			実績値	11.0	29.0	31.0			
			達成率	-	241.7	129.2	-	-	%

## 3. 事業費

	前年度実績	今年度計画
事業費(b) (千円)	1,375	2,092
うち一般財源 (千円)	1,375	2,092

## 4. 改善策の実施状況

前年度の課題を踏まえた改善策の実施状況	②改善策を実施した（実施予定、一部実施含む）
---------------------	------------------------

## 5. 評価時点での現状（客観的事実・データなどに基づいた現状）

- 過去の実践研究数は、平成28年度は3団体4校、29年度は2団体4校。近年実践研究を受託していない団体が2団体ある。
- 高校・高専48校のうち31校に、平成28～29年度に出前講座を実施した。

## 6. 成果があったこと（改善されたこと）

- 日程調整の結果、消費者教育推進連絡会議には5研究会中4団体の参加があった。
- 実践研究を実施した団体数は2団体にとどまったが、役員会への働きかけにより実践研究数（学校数）は4となった。
- 若年層向け出前講座回数・受講者数は平成27年度64回4,262人から平成29年度73回4,425人に増加し、教員OB雇用の効果が継続的に現れている。
- はじめて消費者教育人材育成事業を実施し、教員2名を国民生活センターの講座に派遣して、その内容を県内の教員にフィードバックする研修会を実施した。（財源は地方消費者行政推進交付金）

## 7. まだ残っている課題（現状の何をどのように変更する必要があるのか）

### ①困っている「状況」

- 実践研究委託事業の受託希望、教員研修の推薦数（希望者数）が伸び悩んでいる。
- 小学生保護者向け「子どもたちも小さな消費者」および高校3年生向け「くらしのアドバイス」は全員配布しているが、費用・事務量に見合う効果が生まれているかどうか不透明である。
- 民法改正法案が6月に成立して2022年の成年年齢引下げが決定し、若年消費者教育の重要性が増している状況だが、今後の具体的な展開が見えていない。

### ②困っている状況が発生している「原因」

- 多忙な状況にある教員にとって、努力に見合う魅力ある委託事業・研修企画と捉えられていない可能性がある。
- 印刷物の活用やその状況のフィードバックには教員の労力を要し、強いことは適切でない。
- 消費者教育関係者間の調整が未熟な段階にある。

### ③原因を解消するための「課題」

- 教育実践委託事業は募集の間口を広げる必要がある。
- オリジナル印刷物の必要性・内容・効果について、ゼロベースで検討する必要がある。
- 学校教育・社会教育の関係者は多岐にわたり、効率的な連携を図るしかけが必要。

## 8. 今後の方向性（課題にどのような方向性で取り組むのかの考え方）

- 教育実践委託事業は、当初の応募状況を勘案しながら、必要に応じて柔軟に間口を広げた再募集を検討する。
- 全員配布の印刷物（「子どもたちも小さな消費者」「くらしのアドバイス」等）について、費用対効果、活用方法、成年年齢引下げ対応など総合的な再整理を行う。例えば、企画・編集の段階から学生等の参画（例：イラスト制作）を得ることで訴求効果を高める等の工夫をする。
- 若年消費者教育推進のため、教育委員会と連携して教員の資質向上等を図ると共に、島根大学・島根県立大学との連携テーマとして消費者教育を提案し、具体的な教育の展開を検討する。
- 消費者教育関係者の連携を図るため、消費者庁が今後3年間で全都道府県に設置を目指している「消費者教育コーディネーター」の設置を検討する。