

事務事業評価シート

評価実施年度：平成29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 石井幸美	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	学校における消費者教育の推進事業	
	(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"> 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。 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。 		

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
		取組目標値						
	式・定義 実践研究数	実績値	3.0	3.0				%
		達成率	60.0	60.0	-	-	-	
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	47.0	校
		取組目標値			45.0	60.0	75.0	
	式・定義 実施学校数	実績値	11.0	29.0				%
		達成率	-	241.7				

3. 事業費

	前年度実績	今年度計画
事業費(b) (千円)	1,012	2,024
うち一般財源 (千円)	1,012	2,024

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24年度から3年間は2団体、平成27・28年度は3団体。
- 過去5年間に高校・高専で出前講座を実施した学校実数は39校。毎年実施している学校もあれば、一度も実施していない学校もある。

6. 成果があったこと（改善されたこと）

- 実践研究数は昨年同数の3団体にどまったが、そのうち1団体は役員会への働きかけにより実現したものであった。
- 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28年度79回5,985人に増加し、教員OB雇用の効果が継続的に現れている。
- 6年ぶりに消費者教育推進連絡会議を開催し、学校消費者教育関係者間の連携を図った。その中で「すくすく消費者」の利用状況について現場の状況を聞き、従来全教員に配布していた同紙の配布方法を見直し、14,000部→1,900部、約30万円→約20万円と圧縮した。

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」

- 消費者教育推進連絡会議には5研究会中2団体しか出席がなかった。
- 実践研究委託事業の受託希望が伸び悩んでいる。
- 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生まれているかどうか不透明である。
- 成年年齢引き下げの民法改正が見込まれ、十代後半への消費者教育の重要性が増している状況だが、現状として教育機会を十分に提供できていない。

②困っている状況が発生している「原因」

- 行政と各研究会の連携の必要性について、関係者間の共通認識が希薄になりかけている。平成28年度は日程を決めてから開催告知をしたため、都合の合わない団体が生じた可能性がある。
- 研究会によっては事務局が各学校の受託希望のとりまとめをする余力がない状況が見受けられる。
- 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、強いることは適切でない。
- 法律や政省令の改正案が明確でない現状において、対応の必要性に関する関係者間の意識がそろっていない。

③原因を解消するための「課題」

- 各研究会との間で連携の必要性についての共通認識を醸成するとともに、開催日の工夫をする必要がある。
- 教育実践委託事業は募集の問口を広げる必要がある。
- 印刷物の必要性についてゼロベースで検討する必要がある。
- 成年年齢引き下げに備えた事前教育の対象者はほぼ高校生であり、教育委員会や各研究会（特に高校科目）との連携が必須となる。

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）

- 各研究会や消費者教育担当教員とのコミュニケーション機会を積極的に増やし、連絡会議の開催日設定については事前に全員参加可能な日時を調整する。
- 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問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」）について、費用対効果の面から再整理を行うとともに、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。
- 高校等での若年層向け出前講座の機会を積極的に確保するとともに、成年年齢引き下げを見据えた教育体制について消費者教育推進連絡会議で検討し、関係者間の連携を図る。