

第1章 計画策定の基本的な考え方

1 計画策定の趣旨

市民、消費者団体、地域団体等、様々な担い手と連携し、市民が消費生活に関する正しい知識と的確な判断力を身に付け、実生活の中に活かしていくことができる、消費者市民社会を実現するため「消費者教育推進計画(第2期)」を策定する。

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
(消費者教育推進法より)

2 計画の位置付け

- ・消費者教育の推進に関する法律第10条の規定に基づく計画
- ・第2次佐野市総合計画後期基本計画との整合性及び関連計画と連携を図る

3 計画の期間

令和8(2026)年度から令和11(2029)年度までの4年間

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

1 社会環境の変化

- ・民法改正による成年年齢の引き下げにより、若者への消費者教育が重要である。
- ・高齢者単身世帯の被害防止と早期発見のためには地域での見守りが重要である。
- ・デジタル化の進展により被害者にも加害者にもならないための知識等が必要である。
- ・消費者市民社会の形成を目指し、消費者としての自覚を高める取組が求められている。
- ・非常時においても合理的な判断ができ、正しい情報を選択して行動できる消費者を育成するための啓発活動が必要である。

2 国、県における消費者行政の動向

国では、第5期消費者基本計画において「消費者が信頼できる公正な取引環境の確保」「消費者力の実践」「誰一人取り残されることのない社会の構築」を掲げている。県では、県民の消費生活の安定及び向上を実現するため、栃木県消費者基本計画(栃木県消費者教育推進計画)に基づき消費者行政、消費者教育に取り組んでいる。

消費者力：自身が消費者被害に遭わないだけでなく、消費者被害のない社会作りのために、消費者に必要とされる力

- ① 消費者が情報を正しく判断・選択して自立した消費行動ができるようにするための実践力
- ② 高齢者や障がい者など周囲の人を見守りサポートする力
- ③ 社会的課題解決のために様々な活動に参画し社会へ働きかける力

(参考：消費者庁ホームページ)

3 本市における消費生活相談と消費者教育の状況

(1)消費生活相談の状況

消費生活相談の件数は年間 700 件前後で推移している。相談の問合せ、要望を除いた苦情相談の件数は、50 歳以上の割合は増加しており、特に 60 歳以上の高齢者の割合が高くなっている。19 歳以下は少ないが今後の増加が懸念されている。

(2)学校における消費者教育の状況

市内学校へのアンケート調査によると、小学校 5 年生から高校 2 年生相当において、家庭科や社会科のなかで、消費者教育に関する授業を行っている学校が多い。課題として「教材が少ない」「他の優先課題があり取り組めない」という意見が多くあった。

(3)児童・生徒の消費生活の状況

小学校 6 年生、中学校 3 年生、高校 2 年生相当にアンケート調査をしたところ、消費生活センターの役割まで知っている人はそれぞれ約 2%、約 10%、約 30%のため、契約トラブルの無料相談窓口としての認知度を高める必要がある。

(4)消費者教育推進計画の実施状況と課題

前計画では、4 つの基本方針に基づき、それぞれの施策において消費者教育の推進に取り組んだ。

第3章 計画の方向性

1 基本目標及び基本方針

「消費者市民社会の形成に参画する 自ら学び・考え・行動する 自立した消費者の育成」を目指し、以下の 3 つの基本方針を定める。

2 施策体系

基本方針	取組の方向と施策	
1 消費者力の向上	【施策 1】 ライフステージに応じた 消費者力の向上	(1)学校における消費者教育
		(2)地域における消費者教育
		(3)家庭における消費者教育
		(4)職域における消費者教育
	【施策 2】持続可能な社会実現に向けた消費者行動の促進	
2 消費者被害の未然防止と解決に向けた取組の強化	【施策 3】消費生活相談体制の強化	
	【施策 4】高齢者や障がい者等を見守る体制の強化	
	【施策 5】消費者の特性に応じた注意喚起・情報発信	
3 消費生活における安全・安心の確保	【施策 6】関係機関等との情報共有と連携強化	
	【施策 7】商品・サービス等の安全・安心の確保	

3 持続可能な開発目標（SDGs）と消費者教育

本市では、公正・健全な社会と安全・安心な消費生活の実現のため、この計画に基づき各施策を推進することで、誰一人取り残さない社会を目指す持続可能な開発目標（SDGs）に貢献する。



第4章 施策の展開

基本方針Ⅰ 消費者力の向上

施策Ⅰ ライフステージに応じた消費者力の向上

(1) 学校における消費者教育

学習指導要領に基づく、児童・生徒の発達の段階に応じた消費者教育の推進

- 取組内容**
- ・小・中・義務教育学校での消費者教育の実施
 - ・市内の学校における消費生活出前講座の実施
 - ・市内の学校への教材等の情報提供の実施

(2) 地域における消費者教育

地域の人々に身近な学習や交流の場(公民館等)を活用した消費生活出前講座の実施

- 取組内容**
- ・消費生活出前講座の実施
 - ・市民の消費生活の向上を図るための講座の企画、実施
 - ・各公民館における市民教養講座の実施

(3) 家庭における消費者教育

家庭での消費者教育支援のため保護者への消費生活に関する講座の実施や情報の提供

- 取組内容**
- ・保護者に向けた消費生活の向上を図るための講座の企画、実施

(4) 職域における消費者教育

事業者・事業者団体と連携した消費者教育の推進

- 取組内容**
- ・従業者に向けた消費生活出前講座の実施

施策Ⅱ 持続可能な社会実現に向けた消費者行動の促進

消費者が自らの消費活動が地球環境や地域経済等に及ぼす影響について意識するための消費者教育や啓発活動の推進と、消費行動のデジタル化の拡大を踏まえたデジタルリテラシー向上のための消費者教育の推進

- 取組内容**
- ・エシカル消費についての周知・啓発
 - ・消費生活出前講座でのデジタル関連消費者トラブルの情報提供

基本方針2 消費者被害の未然防止と解決に向けた取組の強化

施策3 消費生活相談体制の強化

消費生活センターにおける消費生活相談体制の整備や相談員の研修参加への支援

- | | |
|------|--|
| 取組内容 | <ul style="list-style-type: none">・ 出前講座、啓発活動等による消費生活センターの周知・ 消費生活相談員の研修参加への支援・ 消費生活相談員の的確な助言・あっせん等による消費者トラブルの解決 |
|------|--|

施策4 高齢者や障がい者等を見守る体制の強化

消費生活における配慮を要する消費者の被害防止や早期発見のための地域団体等との連携

- | | |
|------|---|
| 取組内容 | <ul style="list-style-type: none">・ 出前講座、啓発活動等による消費生活センターの周知・ 市民や関係団体等への消費者被害情報の提供 |
|------|---|

施策5 消費者の特性に応じた注意喚起・情報発信

さまざまな広報媒体を活用した消費者の特性に応じた方法での注意喚起や情報発信

- | | |
|------|--|
| 取組内容 | <ul style="list-style-type: none">・ 広報紙、市ホームページ等による消費者被害情報の提供・ 市民や関係団体等への消費者トラブル情報の提供・ 消費生活出前講座の実施 |
|------|--|

基本方針3 消費生活における安全・安心の確保

施策6 関係機関等との情報共有と連携強化

市内で活動する消費者団体との連携及び団体の育成支援、国、県等との連携

- | | |
|------|---|
| 取組内容 | <ul style="list-style-type: none">・ 消費者団体等との連携による消費者被害防止のための啓発活動の実施・ 弁護士、司法書士、行政書士等による無料相談会の実施 |
|------|---|

施策7 消費・サービス等の安全・安心の確保

商品・サービス等の表示、広告等や、悪質な消費者トラブルについて、国や県の関係機関へ報告することで、安全・安心な消費生活の確保に努める

- | | |
|------|---|
| 取組内容 | <ul style="list-style-type: none">・ 消費生活センターに相談があった、商品・サービスの表示、広告、計量に関する事案について、国や県への報告・ 広報紙、市ホームページ等による市民への情報の提供・ 消費生活用製品安全法や家庭用品品質表示法に基づく立入検査の実施 |
|------|---|

第5章 計画の推進体制と検証・評価

1 計画の推進体制

国、県、消費者団体及び市内関係各課と連携しながら、消費者教育施策を展開

2 計画の検証・評価

各施策の取組についてPDCAサイクルに基づき、評価・検証を行い、必要に応じて事業の取組を見直す。