

佐野市消費者教育推進計画

(令和4(2022)年度～令和7(2025)年度)

令和4(2022)年3月

佐 野 市

はじめに

私たちを取り巻く環境は、少子高齢化社会の進行、情報技術の発展、消費生活のグローバル化により、大きく変化し、消費者トラブルも多様化・複雑化しています。新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、新しい生活様式の実践が求められるなか、在宅高齢者を狙った悪質商法や詐欺の手口は年々巧妙化するとともに、インターネット通販をはじめとする様々なインターネット利用に関する消費者トラブルが急増しています。



また、令和4年4月1日、民法の一部を改正する法律が施行され、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられることで、社会経験の乏しい18歳、19歳の若者を狙った悪質商法や消費者トラブルが増えることが予想され、子どもから高齢者まで、あらゆる世代の誰もが消費者被害に巻き込まれることが懸念されます。

本市では、消費生活センターを中心に、市民の皆様の消費生活の安定と向上のため、様々な消費者問題の解決に向けた取組を進めてまいりました。

消費者が安心して安全に暮らしていくために、消費者自身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ることが、これまで以上に必要となります。

このような状況を踏まえて、「自ら学び、考え、行動する消費者の育成」を目指し、消費者教育を総合的かつ一体的に推進するため、このたび「佐野市消費者教育推進計画」を策定いたしました。

今後も関係機関と連携し、あらゆる世代において学ぶことができるよう、消費者教育の推進に取り組んでまいります。

本計画を推進していくため、市民、事業者、行政がそれぞれの立場で取組を進めるとともに、相互に協力することが重要となりますので、皆様方にはより一層のご理解、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

結びに、本計画の策定にあたり、慎重なご審議を賜りました佐野市消費者教育推進計画策定懇談会の委員の皆様をはじめ、ご協力いただいたすべての関係者の方々に心から感謝申し上げます。

令和4(2022)年3月

佐野市長 金子 裕

目次

第1章 計画策定の基本的な考え方

1 計画策定の趣旨	1
2 計画の位置付け	1
3 計画の期間	2

第2章 消費生活を取り巻く現状と課題

1 社会環境の変化	3
(1) 民法改正による成年年齢引き下げ	3
(2) 高齢者世帯の単身化	4
(3) キャッシュレス化の進展	6
(4) グローバル化の進展	6
(5) 持続可能な社会の実現に向けた機運の高まり	7
(6) 感染症の拡大や自然災害等の発生	7
2 国における消費者行政の動向	7
3 本市における消費生活相談と消費者教育の状況	8
(1) 消費生活相談の状況	8
(2) 消費者教育の状況	12

第3章 計画の方向性

1 基本方針	4
(1) 消費者教育の推進	4
(2) 消費者被害防止のための情報発信	4
(3) 消費生活相談体制の充実	4
(4) 消費者における安全・安心の確保	4
2 施策体系	5
3 持続可能な開発目標（SDGs）と消費者教育	5

第4章 施策の展開

基本方針1 消費者教育の推進	6
(1) 学校における消費者教育の推進	6
(2) 地域等における消費者教育の推進	7
基本方針2 消費者被害防止のための情報発信	9
(1) 消費者被害に関する情報発信	9
(2) 関係機関等との情報共有と連携強化	9

基本方針3 消費生活相談体制の充実	20
(1) 消費生活センターにおける体制の強化	20
(2) 高齢者等を見守る体制の強化	20
基本方針4 消費者における安全・安心の確保	22
(1) 商品・サービスの安全性に関する情報収集	22
(2) 取引・表示の適正化	22
第5章 計画の推進体制と検証・評価	
1 計画の推進体制	23
2 計画の検証・評価	23
参考資料	
消費者教育の推進に関する法律	25
佐野市消費者教育推進計画策定委員会設置要綱	31
佐野市消費者教育推進計画策定懇談会設置要綱	33
用語解説	35

第1章 計画策定の基本的な考え方

1 計画策定の趣旨

本市では、高度経済成長がもたらした様々な消費者問題の解決に向けて、旧佐野市において昭和62(1987)年に消費生活センターが開設されました。その後、旧田沼町、旧葛生町との合併を経て、消費生活センターは消費者行政の拠点として様々な取組を進めてきました。

しかし近年、消費者をめぐる環境は厳しいものがあり、少子高齢化及びインターネットの普及に伴う高度情報化、グローバル化の進展等により、消費生活と経済社会との関わりが多様化・複雑化しています。さらに、家庭・地域のつながりが弱まる中、消費者被害も多様化・深刻化しています。

このような中、子どもから高齢者までのあらゆる世代で誰もが消費者トラブルに巻き込まれる恐れがあり、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つけ、実生活の中に活かしていくことが今まで以上に必要となっています。

平成24(2012)年12月に消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、消費者の自立支援を目的とする「消費者教育の推進に関する法律」(平成24年法律第61号。以下、「消費者教育推進法」という。)が施行され、消費者が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」が定義され、地方公共団体においては、「消費者教育推進計画」を定めることが努力義務とされました。

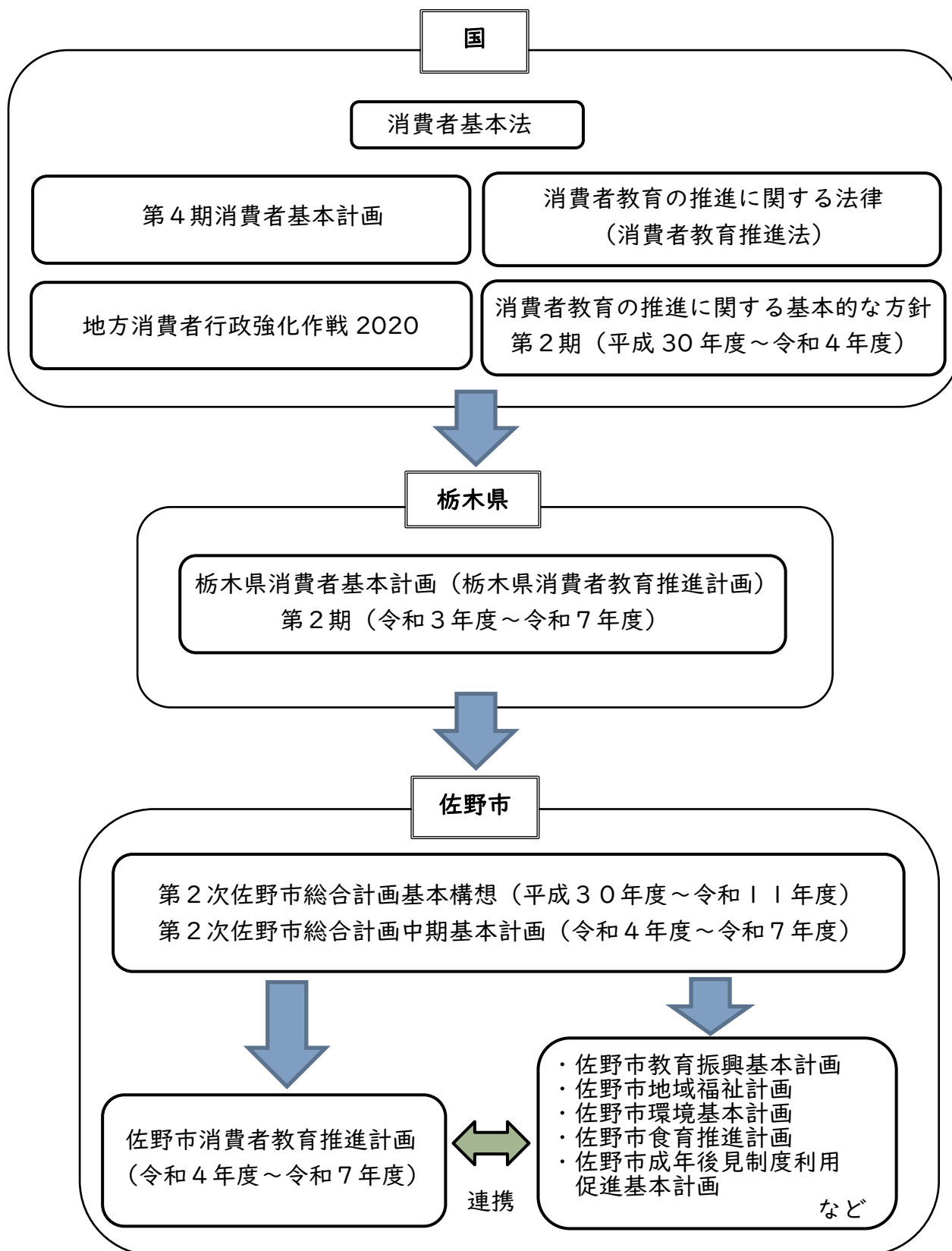
今後の消費者教育は、消費者の被害防止のための教育にとどまらず、社会の消費者力向上を目指すべきものと考えけるとともに、消費者がどこに住んでいても消費者教育が受けられるように、幼児期から高齢期までの全生涯を通じて、また家庭、学校、職域、地域等、様々な場において推進する必要があると考えます。

こうした諸課題を解決するため、市民(消費者)、消費者団体、地域団体等、様々な担い手(主体)が連携し、知恵を出し合いながら消費者が自らの消費生活の安全・安心の確保と向上を目指すとともに、消費者市民社会を実現できるよう、「佐野市消費者教育推進計画」を策定します。

2 計画の位置付け

本計画は、消費者教育を総合的に推進するため、消費者教育推進法第10条の規定に基づき、佐野市が策定する「市町村消費者教育推進計画」として位置付けます。

策定にあたっては、国の基本方針及び「栃木県消費者教育推進計画(第2期)」を踏まえるとともに、本市の上位計画である「第2次佐野市総合計画基本構想・中期基本計画」及び関連計画との整合を図りながら策定します。



3 計画の期間

令和4(2022)年度から令和7(2025)年度までの4年間とします。

第2章 消費生活を取り巻く現状と課題

Ⅰ 社会環境の変化

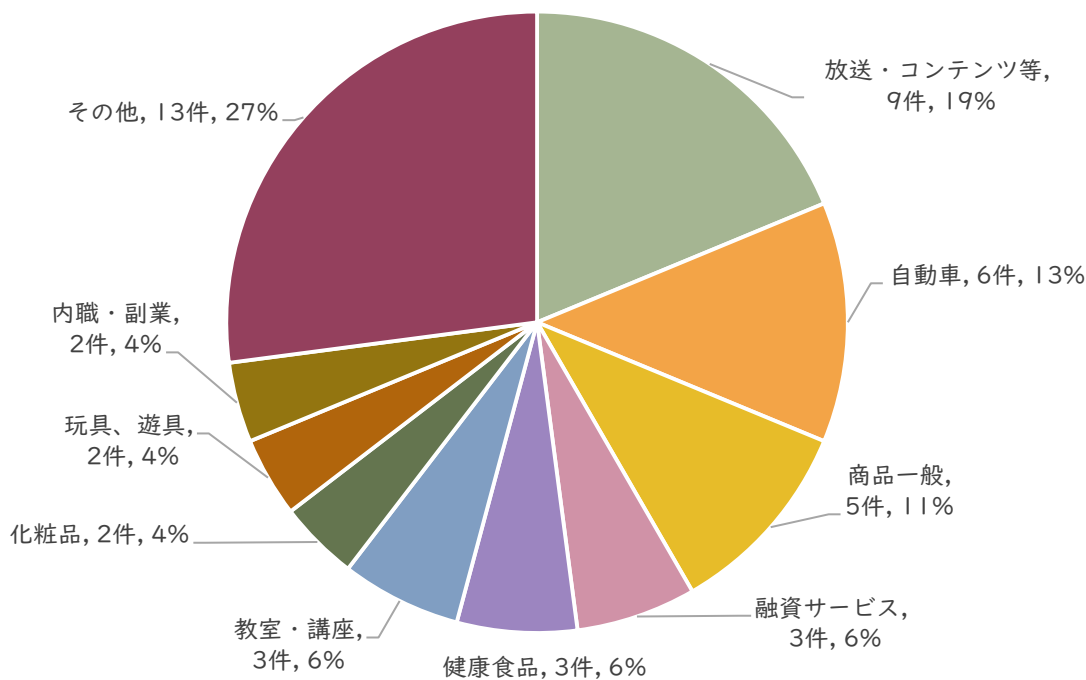
(Ⅰ) 民法改正による成年年齢引き下げ

成年年齢を20歳から18歳に引き下げる改正民法が、令和4(2022)年4月1日に施行されます。

18歳から20歳までの約2年間は、高校卒業から大学進学、または就職というこれまでとは生活のスタイルが大きく変わる時期となります。自分自身で物事を決めたり、失敗をした時にも自分自身の力で対処したりと膨大な社会経験を重ねる時期であり、社会的知識を身に付けて大きく成長をしていく期間となります。しかし、高校在学中に18歳を迎えるため、保護者や教師の保護下にあり、社会的経験を積む期間を過ごす前に成年を迎えるため、20歳と比べると社会的知識や経験の差は想像以上に大きいものとなります。

これらのことから、新たに成年となる18歳、19歳の消費者被害の急増が懸念されることから、成年を迎える前の、中学生、高校生への消費者教育の充実が重要となります。

20歳代における苦情相談の商品役務別割合
(令和2(2020)年度、佐野市)



※全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）から作成

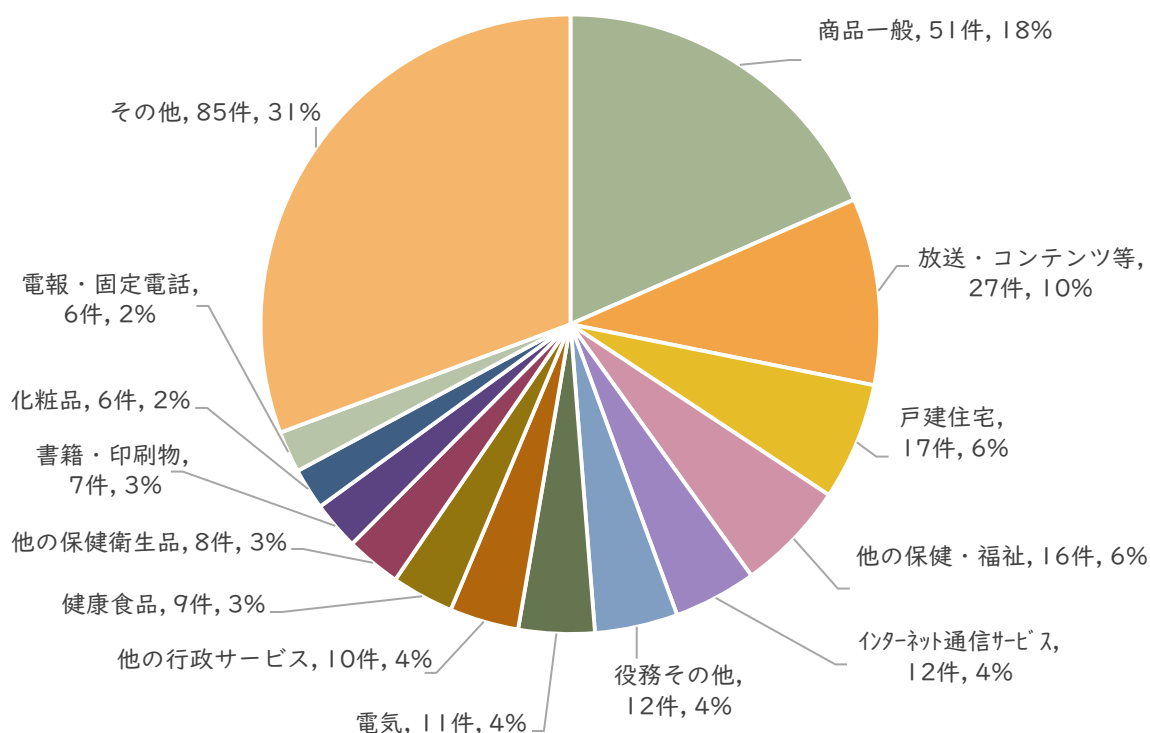
(2) 高齢者世帯の単身化

我が国では、人口減少社会と超高齢社会への突入という大きな課題を抱えています。また、65歳以上の単独世帯数が増加し、今後もさらに増加すると見込まれています。このような課題は、本市においても例外ではありません。

本市の人口は近年、減少傾向にあります。高齡化率は年々上昇しており、平成30(2018)年度は29.5%、令和2(2020)年度は30.6%となり、令和7(2025)年度には32.0%になると推計されています。

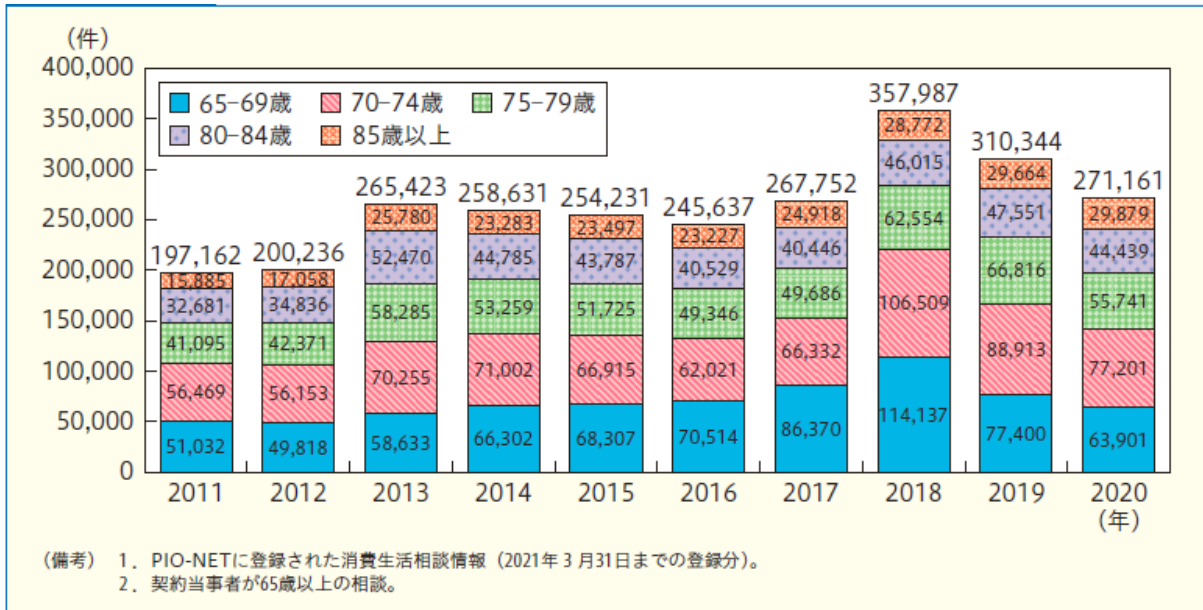
このような中、高齢者をターゲットとした健康食品や介護サービス等にとどまらず、様々な商品やサービスが増加していく一方で、高齢者を狙った訪問販売や訪問購入などの悪質商法による被害も増加しています。高齢者の単独世帯では、周囲とのコミュニケーションが希薄になりがちであり、そのことから消費者トラブルに巻き込まれた際にも誰にも相談することができず、一人で抱え込むことで問題が深刻化しやすくなることから、高齢者の被害防止と早期発見には、地域社会が協力して見守る体制の充実が重要となっています。

60歳以上における苦情相談の商品役務別割合
(令和2(2020)年度、佐野市)

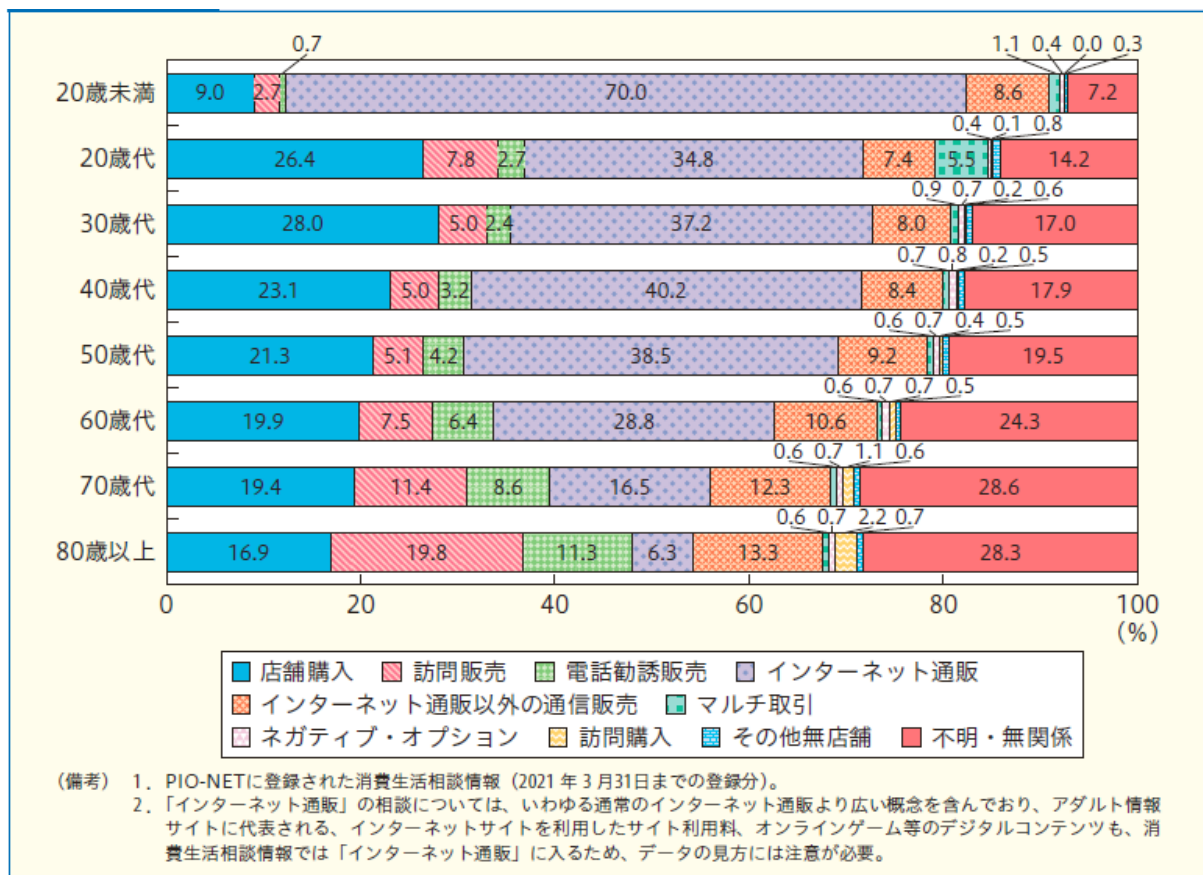


※全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）から作成

高齢者の消費生活相談件数の推移（全国）



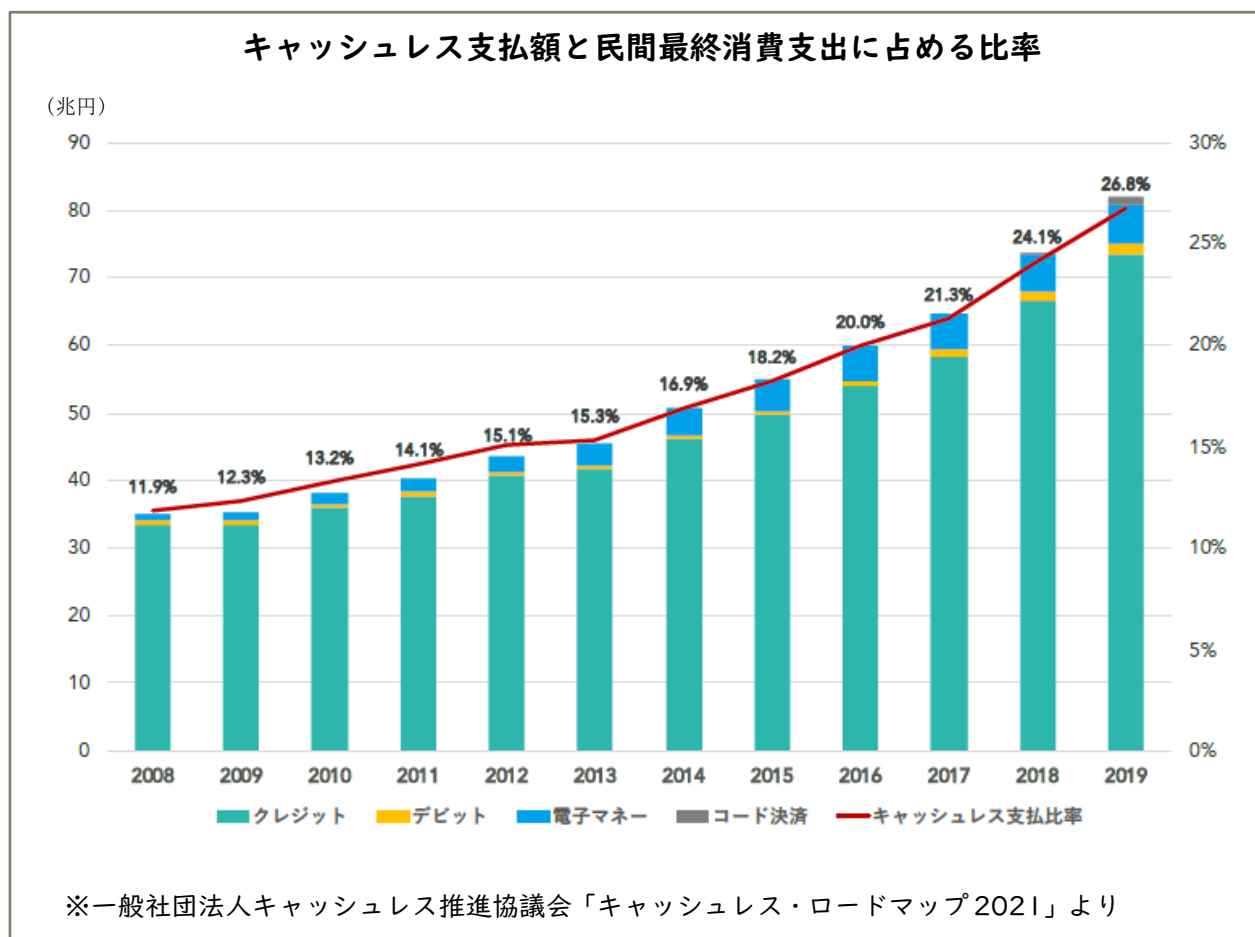
消費生活相談の販売購入形態別割合 (年齢層別、令和2(2020)年度、全国)



※令和2年版消費者白書より

(3) キャッシュレス化の進展

近年、クレジットカードや電子マネーなどのキャッシュレス決済サービスの種類や方式が増えています。キャッシュレス決済は、現金を持ち歩かずに買い物ができる手軽さから、今後更に普及していくことが予想されます。消費者は、決済の仕組みについて理解し、より慎重に支出を管理するため、ライフステージに即した金融教育の充実が求められます。



(4) グローバル化の進展

スマートフォンやタブレット型端末の急速な普及により、インターネットで様々な商品やサービスの取引が時間や場所にかかわらず可能となり、多くの消費者が利便性の高いオンラインサービスを経由した取引（電子商取引）を行うようになっていきます。電子商取引の拡大により、海外等からの商品やサービスを容易に手に入れることができるようになった一方、取引条件等の理解が不十分なまま契約を締結してしまったり、商品・サービスが消費者の期待したものと異なるといったトラブルも発生しています。

スマートフォンやパソコンからフリーマーケットのように売買ができるサービス等を利用した、売手も買手も消費者個人である消費者間取引でのトラブルも見受けられます。

しかし、消費者間取引は、特定商取引に関する法律や消費者契約法等の消費者保護規定が適用されず、トラブルになった場合の解決が困難であることから、消費者が自らの選択に責任を持つことが求められています。

(5) 持続可能な社会の実現に向けた機運の高まり

平成27(2015)年9月に国連サミットにおいて、17の目標と169のターゲットからなる持続可能な開発目標(SDGs)が採択され、「誰一人取り残さない」社会の実現に向けた取組が世界中で行われています。

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う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ます。

(6) 感染症の拡大や自然災害等の発生

近年の異常気象により、地震、台風、豪雨といった自然災害が発生しやすい環境となっており、東日本大震災、熊本地震、令和元年東日本台風等によって多くの人命や財産が失われています。自然災害発生時には、住宅等の生活基盤が毀損され、生活関連物資の入手が困難になるなど、消費生活に深刻な影響を与えるとともに、住宅修理等の生活基盤の再建に乗じた悪質商法や義援金詐欺等の消費者トラブルが多発する傾向にあります。

また、新型コロナウイルス感染症の感染拡大時には、不確かな情報等により、トイレットペーパーやマスク、消毒液等の衛生物品の買い占めや転売など、不適切な取引が行われ、本当に必要としている消費者に商品が届かないという事態が生じました。

非常時にこそ冷静な判断や適切な消費行動が求められることから、非常時においても、合理的に判断できる消費者の育成が重要です。そのため、行政からの正しい情報発信が求められるほか、消費者が正しい情報を選択して行動できるよう、平時からの消費者教育や普及・啓発活動に取り組む必要があります。

2 国における消費者行政の動向

国では、消費者基本法(昭和43年法律第78号)第9条に基づいて定められる消費者基本計画に沿って消費者政策を展開しています。

令和2(2020)年3月に閣議決定された第4期消費者基本計画(対象期間:令和2(2020)年度から令和6(2024)年度まで)では、消費者政策において目指すべき社会の姿等として、「消費者の安全・安心の確保」、「誰一人取り残さない社会的包摂の実現」、「未来の創造等に向けた消費生活の実現」、「多様な主体の連携による重層的な体制の整備」を掲げています。

また、消費者庁は、令和2(2020)年4月、第4期消費者基本計画を踏まえた「地方消費者行政強化作戦2020」を策定し7つの政策目標を掲げており、この目標の達成に向けて、各地方公共団体においても実効性のある取組を進めていくことが重要となります。

◆ 「地方消費者行政強化作戦2020」における7つの政策目標

- ①消費生活相談体制の強化、②消費生活相談の質の向上、③消費者教育の推進等
- ④高齢者等の消費者被害防止のための見守り活動の充実
- ⑤特定適格消費者団体、消費者団体の活動の充実、⑥法執行体制の充実
- ⑦地方における消費者政策推進のため体制強化

3 本市における消費生活相談と消費者教育の状況

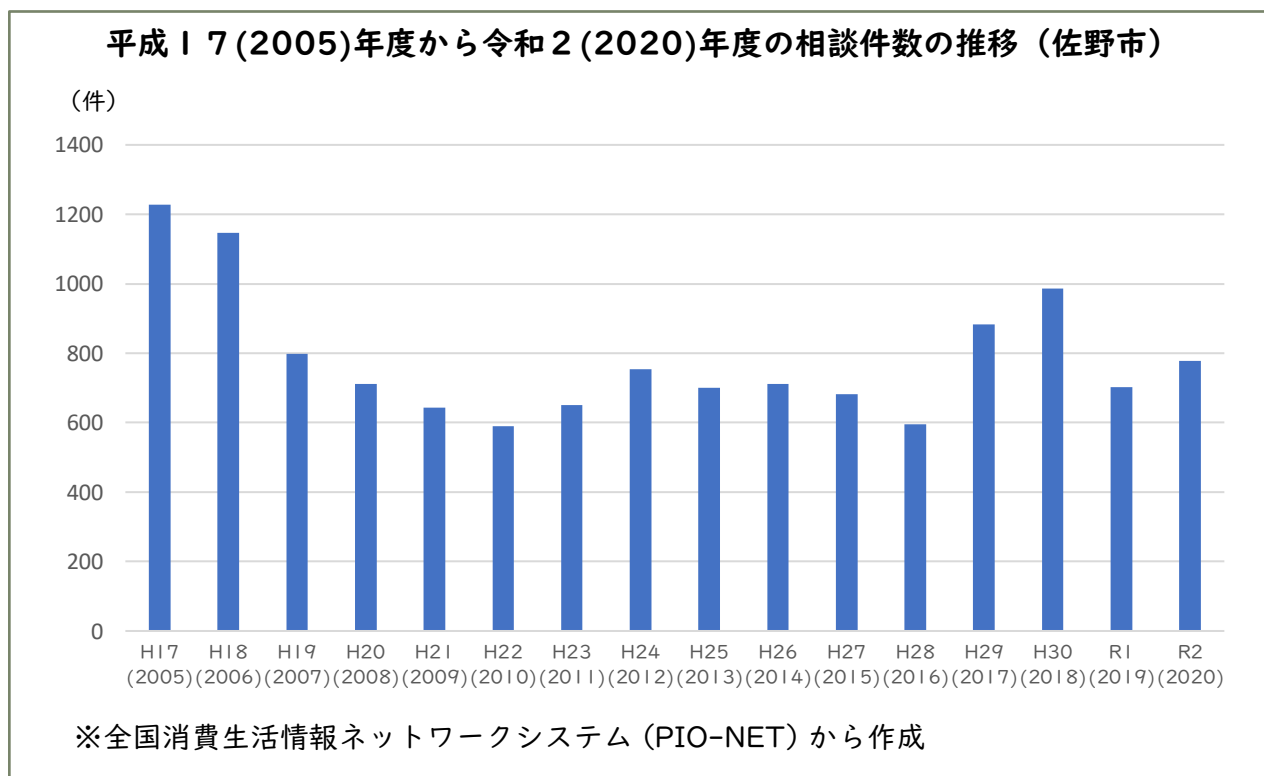
(1) 消費生活相談の状況

ア 相談件数の推移

本市の消費生活相談件数は、1市2町が合併し新佐野市となった平成17(2005)年度が最も多くなりました。

また、全国的に、ハガキや電子メールにより身に覚えのない請求を受けたという「架空請求」に関する相談が平成16(2004)年度から平成17(2005)年度に急増し、本市においても同様となりました。

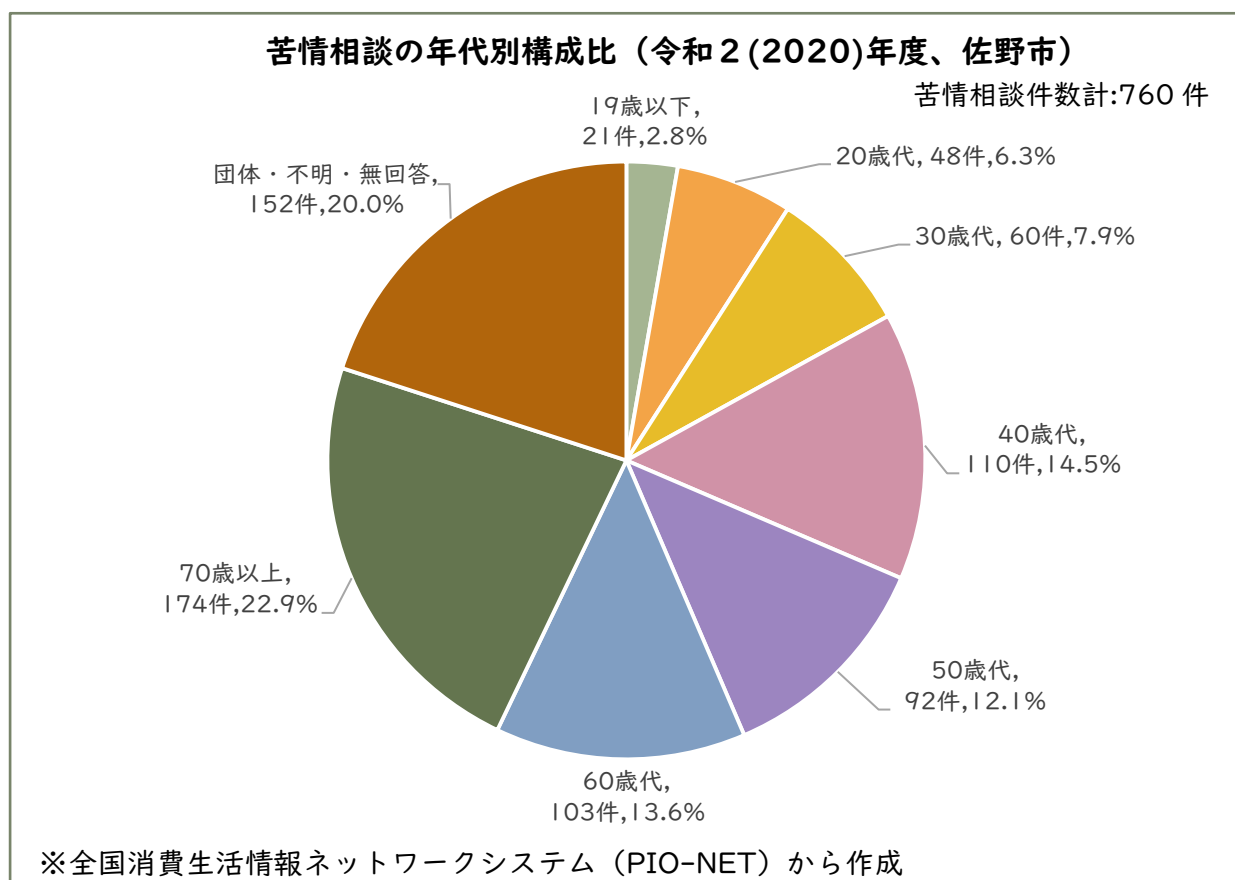
平成30(2018)年度には架空請求に関する相談が再び増加し、1市2町合併後3番目に多い年となりました。



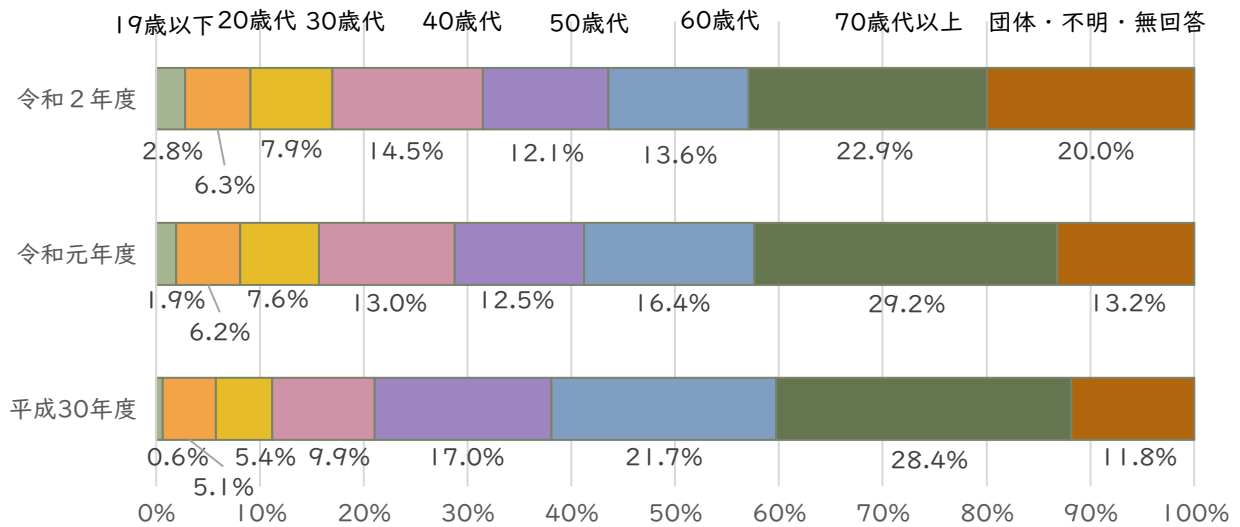
イ 年代別相談件数の推移

令和 2 (2020) 年度の契約当事者における年代別相談件数は、70 歳以上の 174 件(22.9%)が最も多く、次いで40 歳代の 110 件(14.5%)、60 歳代の 103 件(13.6%)となっています。

令和 2 (2020) 年度における 19 歳以下の割合は全体の 2.8 %と少ないですが、平成 30 (2018) 年度以降、わずかに増加しており、今後、成年年齢が引き下げられることから急増が懸念されます。また、50 歳代以上の割合は減少していますが、60 歳代と 70 歳代以上をあわせると 36.4 %となり、依然として高齢者の割合が高くなっています。



苦情相談の年代別構成比の推移（佐野市）



※全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）から作成

ウ 相談内容

令和2(2020)年度の苦情相談では、前年度と同様に第1位「商品一般」、第2位「放送・コンテンツ等」でした。前年度と比べて、ハガキや封書、メール、SNS等による架空請求や不当請求である「商品一般」は減少したのに対し、電波や衛星放送を利用したサービス及び電話回線やインターネットを使って情報を得るサービスである「放送・コンテンツ等」は増加しています。スマートフォンやパソコンを活用する人が増えたことにより、インターネットに関連した相談が増えていると考えられます。お試しのつもりが定期購入だった等の「健康食品」や「化粧品」も、例年上位に入っています。

令和2(2020)年度は、新型コロナウイルス感染症対策のため、自宅で過ごす時間が多かったことから、インターネット関連の相談が多くありました。

苦情相談の上位10商品・サービス（佐野市）

令和2年度			令和元年度		
順位	商品・サービス名	件数	順位	商品・サービス名	件数
1	商品一般	109	1	商品一般	145
2	放送・コンテンツ等	72	2	放送・コンテンツ等	54
3	健康食品	35	3	インターネット通信サービス	38
4	融資サービス	34	4	融資サービス	32

5	役務その他	27	5	工事・建築・加工	29
6	インターネット通信サービス	26	6	健康食品	25
7	電気	25	6	他の保健・福祉	25
7	化粧品	25	8	化粧品	24
9	工事・建築・加工	22	8	レンタル・リース・賃借	24
9	他の保健・福祉	22	10	役務その他	18
	その他	363		その他	269
	合 計	760		合 計	683

苦情相談の年代別上位 5 商品・サービス（令和 2（2020）年度、佐野市）

年代	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
19歳以下	健康食品 / 放送・コンテンツ等 が各 5 件		商品一般 3 件	紳士・婦人洋服 2 件	飲料 / かばん / 化粧品 / 観覧・鑑 賞 / 内職・副業/ 他の身の回り品 が各 1 件
20歳代	放送・ コンテンツ等 9 件	自動車 6 件	商品一般 5 件	健康食品 / 融資サービスが各 3 件	
30歳代	商品一般 / 融資サービス が各 6 件		化粧品 / 放送・コンテンツ等 が各 4 件		紳士・婦人洋服/ 他の教養娯楽品/ レンタル・リース・賃借 が各 3 件
40歳代	商品一般 15 件	役務一般 / 放送コンテンツ等 が各 11 件		融資サービス 9 件	健康食品 6 件
50歳代	商品一般 9 件	放送・ コンテンツ等 8 件	健康食品 7 件	他の保健衛生品 6 件	融資サービス 5 件
60歳代	商品一般 18 件	放送・ コンテンツ等 16 件	インターネット 通信サービス 7 件	健康食品 / 電気 が各 5 件	
70歳以上	商品一般 33 件	他の保健・福祉 12 件	工事・建築・加工 / 役務その他 が各 10 件		放送・ コンテンツ等 9 件

※全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）から作成

(2) 消費者教育の状況

本市では、市民を対象とした消費生活講座、広報さのや市ホームページなどへの消費生活情報の掲載、スーパー店頭やお祭りのイベント会場等における啓発活動、消費生活相談員による消費生活出前講座などを通して、消費者教育や啓発活動を実施しています。

そのほか、消費者団体の学習会や啓発等の活動を支援しています。

ア 消費者教育の取組状況

町会や老人クラブ、福祉施設等からの依頼を受け、消費生活相談員が消費者被害防止のための出前講座を実施しています。平成30(2018)年度からは、学校を対象に加えて実施しています。

消費生活出前講座実施回数（佐野市）

実施年度	実施回数	参加人数
平成28(2016)年度	45回	1,529人
平成29(2017)年度	33回	1,106人
平成30(2018)年度	36回	1,501人
令和元(2019)年度	37回	1,798人
令和2(2020)年度	17回	512人

学校での消費生活出前講座実施状況（佐野市）

実施年度	実施校
平成30(2018)年度	赤見中学校、田沼東中学校、田沼西中学校、常盤中学校
令和元(2019)年度	城北小学校、南中学校、佐野高校附属中学校
令和2(2020)年度	吉水小学校、城東中学校、西中学校、あそ野学園義務教育学校

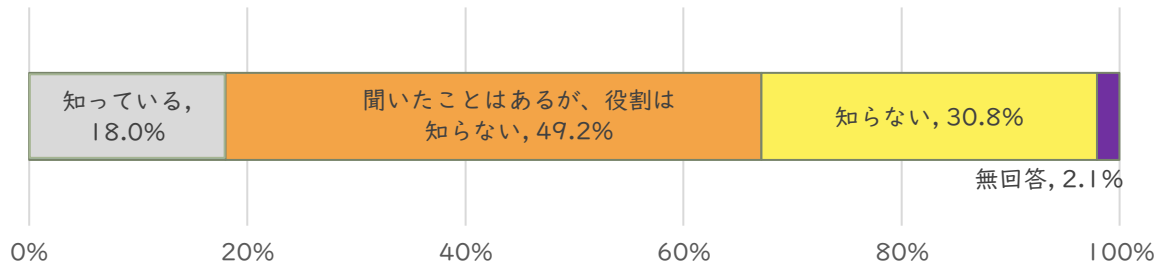
イ 消費者教育の課題

栃木県の若年者における消費者教育実態調査(令和元(2019)年度)から、県内の高等学校及び特別支援学校高等部の生徒の、消費生活センターや消費者ホットラインに対する認知度は低く、消費者トラブルに遭ったときにどこに相談したらよいか知らない生徒が多いことがわかります。

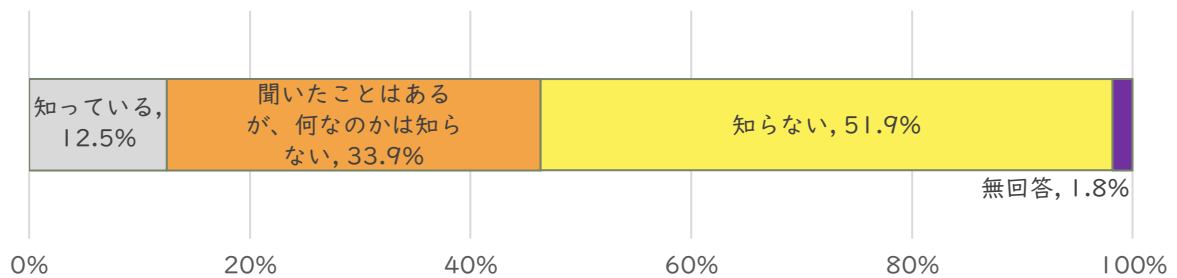
また、学校の授業では、消費生活について様々なテーマが取り上げられてはいますが、ワンクリック詐欺については8割近い生徒が知っていたものの、そのほかの消費者トラブルについては、5割程度の生徒しか知らないという結果でした。

学校では、学習指導要領に基づき、家庭科や社会科等の授業において、消費者教育が実施されていますが、授業時間は限られているため、学校以外での様々な場における効果的、効率的な消費者教育の実施が必要になります。

栃木県内高校生の消費生活センターの認知度（令和元(2019)年度、栃木県）



栃木県内高校生の消費者ホットラインの認知度（令和元(2019)年度、栃木県）



※栃木県「若年者における消費者教育実態調査」のデータを加工

第3章 計画の方向性

I 基本方針

(1) 消費者教育の推進

消費者教育推進法では「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。」とされています。

本市においても、家庭、学校、職域、地域等、ライフステージに応じた様々な場で、消費者教育の推進を図ります。

(2) 消費者被害防止のための情報発信

消費者被害を未然に防止するため、悪質商法の手口や消費者の生命、身体、財産に関する事故の情報等、市民の消費生活の安全・安心に関する情報について、市ホームページやSNS等を活用し、広く消費者に発信します。

また、消費者被害を減少させるため、消費生活相談の重要性や相談窓口としての消費生活センターの存在について広報周知を行うとともに、関係機関と連携しながら悪質商法への対処方法などの消費生活情報について発信します。

(3) 消費生活相談体制の充実

消費生活に関する相談体制の充実を図るとともに、相談体制の周知、相談員の資質向上に努めます。

また、高齢者世帯の単身化が進行していることから、高齢者等消費生活に配慮を要する方々への見守り体制の構築を図り、消費者被害を未然に防止するとともに、早い段階で消費生活センターなどの相談窓口につないで被害の拡大を防ぎます。

(4) 消費者における安全・安心の確保

市民が消費者として生命、身体、財産の安全を確保し、安心して消費生活を営むことができるよう、商品・サービスの安全性の確保に取り組むとともに、適正な表示制度の運用、適正な取引の実現を推進します。

2 施策体系

基本方針	取組の方向と施策	
1 消費者教育の推進	【施策1】 (1)学校における消費者教育の推進	ア 学校における消費者教育
		イ 学校への出前講座による消費者教育
	【施策2】 (2)地域等における消費者教育の推進	ア 地域における消費者教育
		イ 家庭における消費者教育 ウ 職域における消費者教育
2 消費者被害防止のための情報発信	【施策3】 (1)消費者被害に関する情報発信	
	【施策4】 (2)関係機関等との情報共有と連携強化	
3 消費生活相談体制の充実	【施策5】 (1)消費生活センターにおける体制の強化	
	【施策6】 (2)高齢者等を見守る体制の強化	
4 消費者における安全・安心の確保	【施策7】 (1)商品・サービスの安全性に関する情報収集	
	【施策8】 (2)取引・表示の適正化	

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）に貢献します。



第4章 施策の展開

基本方針Ⅰ 消費者教育の推進

【施策Ⅰ】

(Ⅰ) 学校における消費者教育の推進

ア 学校における消費者教育

平成29(2017)年、及び平成30(2018)年に改訂された小・中・高等学校の学習指導要領において、社会科、公民科、家庭科、技術・家庭科などの授業を通じて、消費者教育の充実が掲げられました。消費者教育は、知識を一方的に与えることなく、日常生活の中で、実践的な能力を育み、これを向上するために行われるべきであり、日常生活で学んだ内容を実践する能力を培うことが大切です。

学習指導要領に基づき、市立学校の児童・生徒の発達の段階に応じた消費者教育を推進します。

取組内容	担当課等
①小・中・義務教育学校における消費者教育の実施	学校教育課

イ 学校への出前講座による消費者教育

令和4(2022)年4月からの成年年齢引き下げにより、法律上、18歳になったら一人前の成年者となります。このことにより、10歳代における消費者トラブルの増加が懸念されており、中学生・高校生への消費者教育の強化が求められています。

児童・生徒に強い印象を残すような授業を行うことで、授業で学んだことを家族や友人との会話で話題にすることにより、消費者教育の広がりも期待できます。学校において、時代の要請に応じた消費者教育を行っていくために、教育現場と消費生活センター等が連携して消費者教育を推進します。

取組内容	担当課等
①市内の学校における消費生活出前講座の実施	市民生活課 消費生活センター 県くらし安全安心課 (栃木県金融広報委員会)

指標	現状値(R2)	目標値(R7)
①消費生活センターによる市内の学校における出前講座参加者数	※1 388人	860人

※1 コロナの影響により、例年よりも減少した数値になっています。

【施策2】

(2) 地域等における消費者教育の推進

ア 地域における消費者教育

消費者教育推進法では、「消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利として明示されるとともに、消費者教育について、消費生活に関する知識を習得し、適切な行動に結びつけることができる実践的な能力を育むために、また、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消費者の育成を目指して行われることである」と定義されています。

自立した消費者を育成するため、消費者に生涯を通じた切れ目のない消費者教育の機会を提供するには、地域等における消費者教育の推進が重要です。

消費者団体等と連携して、地域の人々に身近な学習や交流の場（公民館など）を活用して、町会や老人クラブ等人的の集まる機会を捉えた消費生活出前講座を実施し、最新の情報を提供することにより、自立した消費者の育成を図ります。

取組内容	担当課等
①消費生活出前講座の実施	市民生活課 消費生活センター 生涯学習課
②市民の消費生活の向上を図るための講座の企画、実施	市民生活課
③各公民館における市民教養講座の実施	生涯学習課

指標	現状値(R2)	目標値(R7)
①消費生活センターによる出前講座参加者数(市内の学校分を除く)	※2 124人	1,200人
②消費生活に関する講座（楽しいくらしの講座）参加者数	103人	120人

イ 家庭における消費者教育

家庭では、まずは子どもに対して保護者（親など）が買物の手伝いや小遣いの使い方を通して、金銭や物を大切にすることなどについての意識を身につけさせていきます。また、食品をはじめとする商品の表示の意味を正しく理解することや、製品の安全な使い方などを身につけるなど、日常生活のあらゆる場面で実践的な消費者教育が行われることにより、合理的な商品の選択や、事故防止のために活かすことができる力を育むことも重要です。就学前の幼児期は、消費者として最初のステップを踏み出す大切な時期といえます。

保護者による家庭での消費者教育を支援するため、環境問題や食育など身近な消費者問題に目を向けるきっかけとなるような講座の実施や、消費生活に関わる情報提供を行い、子育て世帯への消費者教育の推進を図ります。

※2 コロナの影響により、例年よりも減少した数値になっています。

取組内容	担当課等
①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	市民生活課

指標	現状値(R2)	目標値(R7)
①消費生活に関する講座（楽しいくらしの講座）参加者数 【施策2-(2)-ア-②と同指標】	103人	120人

ウ 職域における消費者教育

消費者教育推進法では、「事業者は従業者に対して研修を実施し、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」と定義されています。

就職して社会に出ると、社会人として自ら合理的に判断し行動することが求められますが、学校教育の中で得た知識と社会に出てから必要となる知識は必ずしも一致しないことから、事業者の従業者に対する消費者教育が重要となります。

このため事業者が行う社員研修等への講師派遣や出前講座の実施、教材の貸し出し、消費者啓発資料の提供など、事業者・事業者団体と連携して、職域における消費者教育の推進を図ります。

取組内容	担当課等
①従業者に向けた消費生活出前講座の実施	市民生活課 消費生活センター

指標	現状値(R2)	目標値(R7)
①消費生活センターによる出前講座開催数（従業者）	未実施	10回

基本方針２ 消費者被害防止のための情報発信

【施策３】

（１）消費者被害に関する情報発信

消費生活センターに寄せられた情報から、市民の生命、身体、財産に関する消費者事故や悪質商法等による消費者被害を未然に防止するため、広報さのや、市ホームページ、SNSなどの様々な広報媒体を活用し、注意喚起を行います。

また、若年者や高齢者、外国人などに対しては、消費者それぞれの特性に応じた方法により情報を提供するため、福祉関係者や地域団体へ、ニーズにあわせた内容の消費生活出前講座や消費生活に関する情報提供を行います。

取組内容	担当課等
①広報紙、市ホームページ等による消費者被害情報の提供	市民生活課 消費生活センター
②市民や関係団体等への消費者被害情報の提供	市民生活課
③消費生活出前講座の実施	市民生活課 消費生活センター

指標	現状値(R2)	目標値(R7)
①消費生活に関するチラシ配布数	2,950 枚	3,700 枚
②消費生活センターによる出前講座参加者数（全体）	※3 512 人	2,060 人
③市ホームページ 消費生活情報「お知らせ」の閲覧件数	1,156 件	1,700 件

【施策４】

（２）関係機関等との情報共有と連携強化

消費者教育を総合的かつ一体的に進めるため、市内で活動する消費者団体、福祉団体等と連携して、出前講座の開催や消費生活関連情報の提供を行います。

消費生活相談において、より専門的な助言を必要とする場合には、適格消費者団体等と連携を図ります。

取組内容	担当課等
①消費者団体等との連携による消費者被害防止のための(寸劇、紙芝居での出前講座)啓発活動の実施	市民生活課 栃木県消費生活リーダー 連絡協議会佐野支部
②弁護士、司法書士、行政書士等による契約に関する無料相談会の実施	市民生活課

指標	現状値(R2)	目標値(R7)
①消費者団体の啓発活動回数	※4 6 回	30 回

※3、※4 コロナの影響により、例年よりも減少した数値になっています。

基本方針3 消費生活相談体制の充実

【施策5】

(1) 消費生活センターにおける体制の強化

消費生活センターを消費者行政の拠点として位置付け、消費生活相談体制の整備を行うとともに、国や県が実施する相談員研修に参加することにより、消費生活相談員のスキルアップを図ります。

また、市民のニーズにあわせた消費者啓発、出前講座を実施するため、消費者団体の活動を支援します。

取組内容	担当課等
①消費生活相談員の研修参加への支援	市民生活課 消費生活センター
②出前講座、啓発活動等による消費生活センターの周知	市民生活課 消費生活センター
③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	市民生活課 消費生活センター

指標	現状値(R2)	目標値(R7)
①消費生活相談員の研修参加回数	※5 18回	30回
②消費生活被害件数	760件	570件
③消費生活相談により解決に至った割合	100%	100%

【施策6】

(2) 高齢者等を見守る体制の強化

急速な高齢化・核家族化・高度情報化等の進展に伴い、多くの高齢者は「お金」、「健康」、「孤独」の大きな不安を持っていると言われています。高齢者の消費者トラブルでは、そういった不安につけ込んでくるケースが多く見られ、インターネット関連、訪問販売及び電話勧誘販売等の被害者になることが少なくありません。このような中、高齢者を地域で支えあう仕組みが必要とされています。

そこで、市内5か所にある高齢者の総合相談窓口である地域包括支援センター等において消費者被害の疑いを見つけた場合には、消費生活センターに相談いただくなど連携を図ります。

また、高齢者に多い被害に対する注意事項等を、本人だけでなく家族や身の回りの人に向けて発信し、高齢者が孤立した状態で被害を抱え込んでしまうことを防ぐほか、関係機関と連携し判断能力が十分でない方々の権利擁護のため、成年後見制度の活用を促進します。

さらに、高齢者のいる世帯に向けて、特殊詐欺撃退機能を備えた機器の無償貸与制度の周知・啓発を強化し、高齢者見守り体制の充実を図ります。

※5 コロナの影響により、例年よりも減少した数値になっています。

取組内容	担当課等
①出前講座、啓発活動等による消費生活センターの周知	市民生活課 消費生活センター
②市民や関係団体等への消費者被害情報の提供	市民生活課

指標	現状値(R2)	目標値(R7)
①消費生活センターによる出前講座参加者数 (高齢者)	※6 124人	800人

※6 コロナの影響により、例年よりも減少した数値になっています。

基本方針4 消費者における安全・安心の確保

【施策7】

(1) 商品・サービスの安全性に関する情報収集

商品やサービスの取引形態や内容は多様化しており、それに伴い複雑かつ多様な消費者問題が発生している中で、身近な食品や生活用品等に関する消費者の安全・安心と、自主的かつ合理的な選択の機会を確保することが求められています。

消費者が商品やサービスを選択する際に、正しい使い方・選び方、製品の基礎知識などについて、自ら情報を収集し活用することができるようにするため、国や県、関連機関等と連携し、市民の関心に応じた情報提供や周知・啓発などの取組を通して、消費者の安全確保の強化に努めます。

取組内容	担当課等
①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	市民生活課
②広報紙、市ホームページ等による市民への情報の提供	市民生活課

指標	現状値(R2)	目標値(R7)
①市ホームページ 消費生活情報「お知らせ」の閲覧件数 【施策3-(1)と同指標】	1,156 件	1,700 件

【施策8】

(2) 取引・表示の適正化

消費者が事業者との間で不当な取引行為により不利益を被らないように、消費生活センターに相談の入った悪質な消費者トラブル事案について、国や県の関係機関への報告を行い、また、商品・サービスの表示や広告、包装、計量について消費生活センターに相談があった際、同様に報告することで、消費者取引の適正化を図ります。

取組内容	担当課等
①国や県、関連機関等との連携による被害情報等の情報収集及び市民への情報提供	市民生活課
②悪質な消費者トラブル事案について、国や県への報告及び対応要請	市民生活課

指標	現状値(R2)	目標値(R7)
①市ホームページ 消費生活情報「お知らせ」の閲覧件数 【施策3-(1)と同指標】	1,156 件	1,700 件

第5章 計画の推進体制と検証・評価

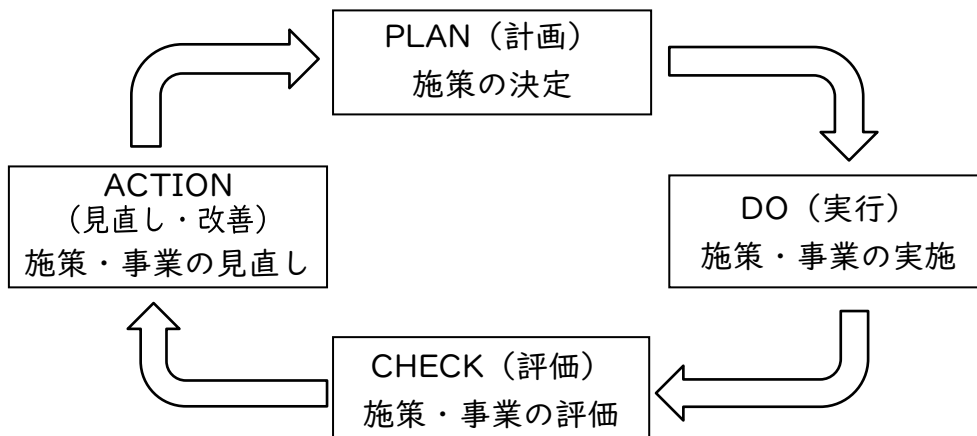
1 計画の推進体制

計画の推進にあたっては、国、県、消費者団体及び市内関係各課等と連携を図り、消費者教育の取組を進めます。

2 計画の検証・評価

本計画を適切かつ着実に推進するため、PDCA サイクルに基づき、各施策の取組について評価・検証を行い、必要に応じて事業の取組を見直します。

また、市ホームページを通して計画の実施状況や達成状況を公表し、本計画に対する市民の理解を深めます。



参 考 資 料

消費者教育の推進に関する法律

(平成二十四年法律第六十一号)

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。

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）第十条の二第一項第一号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っては、当該消費者教育推進地域協議会の意見を聴かなければならない。

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事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、消費者安全法に定める消費生活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。

附 則 抄

(施行期日)

1 この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。

(検討)

2 国は、この法律の施行後五年を目途として、この法律の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。

附 則 (平成二六年六月一三日法律第七一号) 抄

(施行期日)

第一条 この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。ただし、次の各号に掲げる規定は、当該各号に定める日から施行する。

一 略

二 第一条中不当景品類及び不当表示防止法第十条の改正規定及び同法本則に一条を加える改正規定、第二条の規定(次号に掲げる改正規定を除く。)並びに附則第三条及び第七条から第十一条までの規定 公布の日から起算して二年を超えない範囲内において政令で定める日

佐野市消費者教育推進計画策定委員会設置要綱

（設置）

第1条 消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号）第10条第2項の規定に基づき、佐野市消費者教育推進計画（以下「推進計画」という。）の策定又はその変更を行うため、佐野市消費者教育推進計画策定委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

（所掌事務）

第2条 委員会は、次に掲げる事務を所掌する。

- （1） 推進計画又はその変更の素案を作成すること。
- （2） 佐野市消費者教育推進計画策定懇談会設置要綱（令和3年佐野市告示第146号）第1条に規定する佐野市消費者教育推進計画策定懇談会からの前号の推進計画又はその変更の素案に対する意見について検討をすること。
- （3） 前号の検討を踏まえて、推進計画又はその変更の原案を作成し、これを市長に報告すること。
- （4） 前3号に掲げるもののほか、推進計画の策定又はその変更に関し必要があると認める事務

（組織）

第3条 委員会は、委員長、副委員長及び委員をもって組織する。

2 委員長は市民生活部長を、副委員長は市民生活課長を、委員は別表に掲げる職員をもって充てる。

（委員長及び副委員長）

第4条 委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。

2 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるときは、その職務を代理する。

（会議）

第5条 委員会は、委員長が招集し、委員長が議長となる。

2 委員会は、必要があると認めるときは、会議に委員以外の者の出席を求めて、その意見又は説明を聴くことができる。

（庶務）

第6条 委員会の庶務は、市民生活部市民生活課において処理する。

(その他)

第7条 この訓令に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って定める。

附 則

この訓令は、公布の日から施行する。

別表（第3条関係）

危機管理課長 社会福祉課長 障がい福祉課長 こども課長 いきいき高齢課長 産業
立市推進課長 教育総務課長 学校教育課長 生涯学習課長

○佐野市消費者教育推進計画策定委員会委員名簿

No.	役職名	職 名	氏 名
1	委員長	市民生活部長	内田 勉
2	副委員長	市民生活課長	毛塚 敏夫
3	委員	危機管理課長	岩上 正
4	〃	社会福祉課長	落合 武史
5	〃	障がい福祉課長	栗原 靖之
6	〃	こども課長	鈴木 秀明
7	〃	いきいき高齢課長	広瀬 厳
8	〃	産業立市推進課長	小倉 浩史
9	〃	教育総務課長	赤阪 英明
10	〃	学校教育課長	永松 啓輔
11	〃	生涯学習課長	大塚 純一

佐野市消費者教育推進計画策定懇談会設置要綱

（設置）

第1条 消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号）第10条第2項の規定に基づき、佐野市消費者教育推進計画（以下「推進計画」という。）の策定又はその変更に当たり、意見を聴くため、佐野市消費者教育推進計画策定懇談会（以下「懇談会」という）を設置する。

（所掌事務）

第2条 懇談会は、次に掲げる事務を所掌する。

- （1） 佐野市消費者教育推進計画策定委員会設置要綱（令和3年佐野市訓令第10号）第1条に規定する佐野市消費者教育推進計画策定委員会が作成する推進計画又はその変更の素案に関し意見を述べること。
- （2） 前号に掲げるもののほか、市長が消費者教育の推進に関し必要があると認める事務

（組織）

第3条 懇談会は、委員10人以内をもって組織する。

2 委員は、次に掲げる者から、市長が委嘱する。

- （1） 学識経験のある者
- （2） 消費者関係団体に属する者のうち当該団体の推薦を受けた者
- （3） 佐野商工会議所に属する者のうち当該団体の推薦を受けた者
- （4） 佐野シニアクラブ連合会に属する者のうち当該団体の推薦を受けた者
- （5） 社会福祉関係団体に属する者のうち当該団体の推薦を受けた者
- （6） 佐野市立小・中学校長会に属する者のうち当該団体の推薦を受けた者
- （7） 前各号に掲げるもののほか、市長が必要があると認める者

（任期）

第4条 委員の任期は、計画が策定される日又は変更される日までとする。

（会長及び副会長）

第5条 懇談会に会長及び副会長1人を置き、委員の互選によりこれらを定める。

2 会長は、会務を総理し、懇談会を代表する。

3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第6条 懇談会の会議は、会長が招集し、会長が議長となる。

2 懇談会は、委員の過半数が出席しなければ会議を開くことができない。

3 懇談会は、必要があると認めるときは、会議に委員以外の者の出席を求めて、その意見又は説明を聴くことができる。

(庶務)

第7条 懇談会の庶務は、市民生活部市民生活課において処理する。

(その他)

第8条 この告示に定めるもののほか、懇談会の運営に関し必要な事項は、会長が会議に諮って定める。

附 則

この告示は、告示の日から施行する。

○佐野市消費者教育推進計画策定懇談会委員

No.	役 割	氏 名	所 属	区 分
1	委員	橋本 秀則	栃木県金融広報委員会	有識者
2	委員	黛 伸美	佐野市消費生活センター	有識者
3	委員	石澤 和枝	栃木県消費生活リーダー連絡協議会佐野支部	消費者団体関係者
4	委員	大高 陽子	佐野市消費者友の会	消費者団体関係者
5	委員	小倉 伸介	佐野商工会議所	事業団体関係者
6	委員	島田 了	佐野シニアクラブ連合会	高齢者団体関係者
7	委員	津布久 義秀	佐野市民生委員児童委員協議会	福祉団体関係者
8	委員	池沢 隆夫	佐野市社会福祉協議会	福祉団体関係者
9	委員	上野 善巳	佐野市立小中学校校長会	学校教育関係

用語解説

語句	意味
消費生活センター	商品やサービスなど消費生活全般に関する消費者からの苦情や問合せ等の相談に、専門の相談員が、解決のための助言やあっせん、情報提供などを実施する相談窓口
消費者市民社会	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う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（消費者教育推進法第2条第2項より）
持続可能な開発目標（SDGs）	SDGsは「Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）」の略称で、「誰一人取り残さない」持続可能でよりよい社会の実現を目指す世界共通の目標。平成27(2015)年9月の国連サミットにおいて全ての加盟国が合意した「持続可能な開発のための2030アジェンダ」の中で掲げられている
訪問購入	事業者が消費者の自宅等へ訪問して、物品の購入を行う取引の名称（訪問買取、出張買取）
架空請求	未払いの料金があるなど、契約した覚えがない架空の事実を口実として金銭をだまし取る詐欺の手口
若年者における消費者教育実態調査	令和元年度に栃木県が実施した、県内の全日制高等学校等114校及び高校2年生等約4,000名を対象とした調査。回答率は、生徒向け調査76.1%
ワンクリック詐欺	Webサイトや電子メールに記載されたURLを一度クリックしただけで、一方的にサービスへの入会などの契約成立を宣言され、多額の料金の支払いを求められる詐欺の手口
消費者団体	消費者の権利保護と消費生活の安定向上に寄与するため、消費者が自主的に組織した団体
適格消費者団体	内閣総理大臣から認定を受け、事業者の不当な契約条項や不当な行為の差止訴訟を起こす権利を有する団体
SNS	ソーシャル・ネットワーキング・サービス（Social Networking Service）の略で、登録された利用者同士が交流できるWebサイトの会員制サービス

佐野市消費者教育推進計画

令和4(2022)年3月

発行 佐野市

編集 佐野市市民生活部市民生活課

〒327-8501 栃木県佐野市高砂町1番地

TEL 0283-20-3014

FAX 0283-20-3046

E-mail shiminseikatu@city.sano.lg.jp

URL <https://www.city.sano.lg.jp>