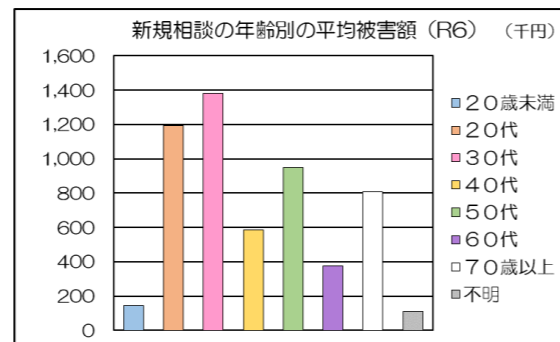
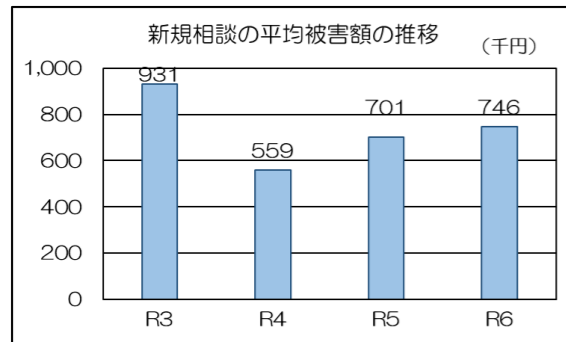
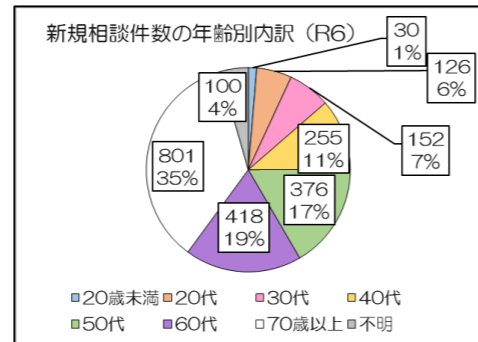
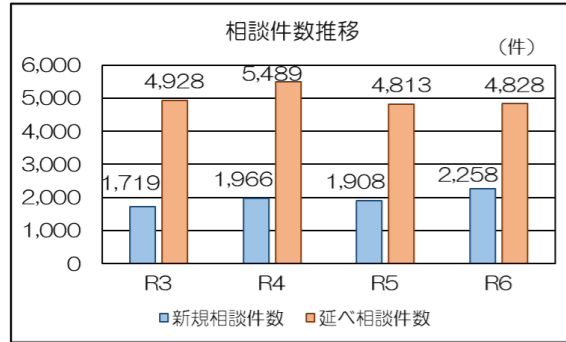


第4次富士市消費者教育推進計画 骨子

富士市では、令和5年3月に「第3次富士市消費者教育推進計画」を策定し、「安全・安心な消費生活の確保」の実現に向けた取組を実施してきました。現行計画が令和8年度で終了するため、令和6年度の世論調査の結果等を踏まえ、社会情勢の変化に対応した次期計画（計画期間：令和9～13年度）の策定に取り組みます。

消費者を取り巻く状況等

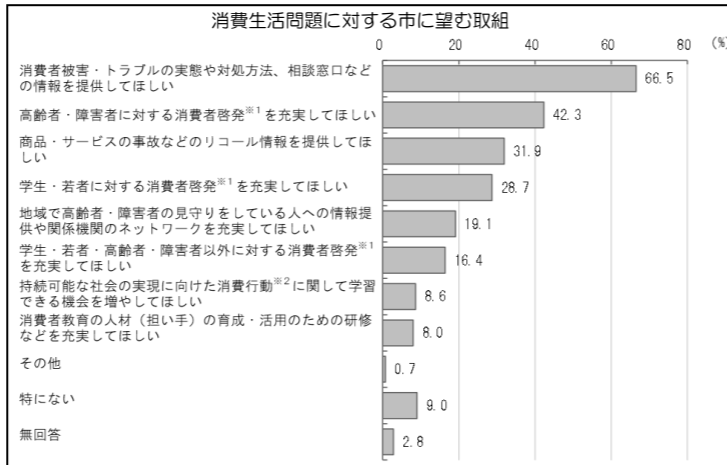
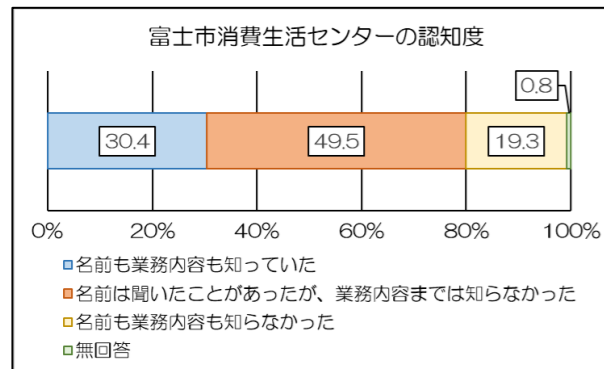
富士市消費生活センターにおける相談件数と合計被害額の状況



世論調査の結果

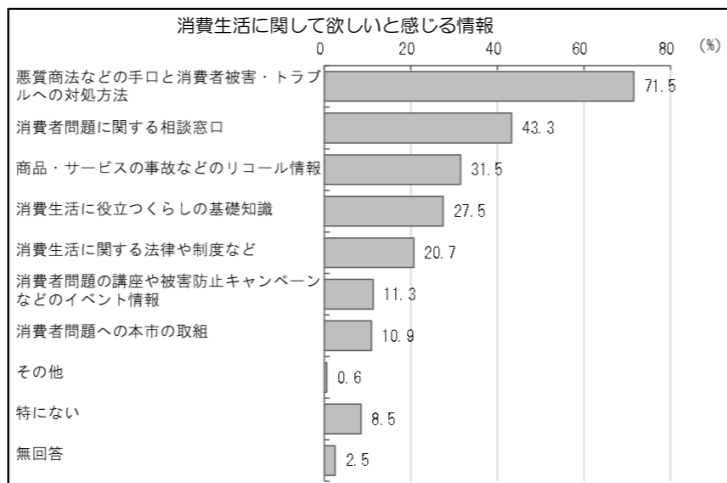
令和6年度実施

回答数：1,417人



相談件数や世論調査から見える状況

- 60歳以上からの相談件数が半数を占めており、**高齢者への対策を継続**していく必要があります。
- 平均被害額では、20代や30代の**若年層の被害額が大きい状況**です。
- 世論調査では、**消費生活センターの認知度は約8割**でした。また、**業務内容まで知っている割合は約3割**でした。
- 消費者被害の実態や対処法、相談先等の周知を希望する意見が多く**、欲しい情報としても手口や対処方法を望む声が多い状況です。



次期計画の基本的な考え方

現状の分析と必要な対策

- 相談件数では高齢者が多い状況ですが、被害額では年代を問わず被害が出ている状況のため、**高齢者等の見守りを行う関係機関との連携強化といった高齢者向け対策を行いつつ、各年齢階層に応じた対策(消費者教育の推進や被害防止のための啓発等)も実施していくことが重要**と考えられます。
- 現行計画での取組により、**消費生活センターの認知度は80%と高い水準**になってきていますが、**相談業務を行っていることまでは知られていない状況**のため、**消費者被害の実態や対処方法とあわせて周知していく必要**があります。

次期計画の基本的な考え方

現行計画で行ってきた対策を継続しつつ、3つの視点（**①消費者への教育、②消費者被害防止のための啓発、③関係機関等との連携**）を柱に体系化することで、現在取り組んでいる内容の充実・強化を目指します。第6次総合計画と連動して施策を実施していくため、次期計画の**計画期間は5年間**とし、**総合計画の指標である「消費生活相談における平均被害額(※1)」を次期計画の成果指標**とします。また、「**消費生活相談窓口としての消費生活センターの認知度(※2)**」を**中間指標**とします。

※1:多重債務の相談を除いた計画期間全体での平均被害額。※2:啓発講座の受講生を対象に講座受講前の認知度を調査。

次期計画の体系

市の取組の基本方針などを次期計画で定め、取組の具体的な内容(施策)は「実施計画」で別に定めます。

第4次富士市消費者教育推進計画

基本理念	自立した消費者を育成支援し、消費者市民社会の形成へ
基本目標	消費者市民社会の構築(法の目標) 持続可能な未来に向けた安全・安心で豊かな消費生活の実現(静岡県を目指す姿) 安全・安心な消費生活の確保(第6次富士市総合計画の施策)
中間指標	消費生活相談窓口としての消費生活センターの認知度
成果指標	消費生活相談における平均被害額

実施計画

(各活動指標に関係する市の施策を定める)

方針	活動指標
【基本方針1】 消費者教育の推進	活動指標1 中学校における消費者教育連携授業の実施校数
	活動指標2 消費者を対象とした啓発講座の受講者数
	活動指標3 高齢者・障害者を見守る方を対象とした啓発講座の受講者数
【基本方針2】 消費者被害の防止	活動指標1 紙・電子媒体による消費者啓発の実施回数
	活動指標2 その他の方法による消費者啓発の実施回数
	活動指標3 高齢者・障害者を見守る方への啓発の実施回数
【基本方針3】 関係機関等との連携	活動指標1 関係機関等への情報提供(数値目標なし)
	活動指標2 関係機関等との連携強化(数値目標なし)
	活動指標3 その他(数値目標なし)