

# **第3次富士市消費者教育推進計画（案）**

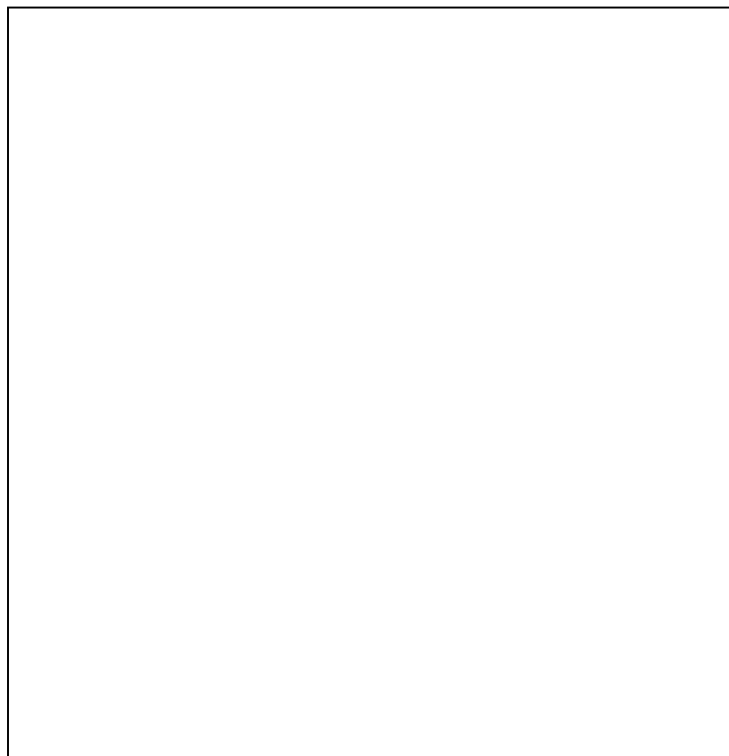
**令和5年度～令和8年度**

**（2023年度～2026年度）**

**令和5年3月**

**富士市**

はじめに



令和5年3月

富士市長 小長井義正

# 目次

<b>第1章 計画の基本的な考え方</b> . . . . .	<b>1</b>
1 計画策定の趣旨 . . . . .	1
2 計画の位置づけ . . . . .	2
3 計画期間 . . . . .	2
<b>第2章 消費者を取り巻く現状</b> . . . . .	<b>3</b>
1 社会環境の変化 . . . . .	3
2 富士市における消費生活相談の状況 . . . . .	3
<b>第3章 第2次計画の取組と課題</b> . . . . .	<b>7</b>
1 成果指標の達成度 . . . . .	7
2 重点目標ごとの取組と課題 . . . . .	7
<b>第4章 第3次計画の基本方針と重点目標</b> . . . . .	<b>11</b>
1 目指す姿 . . . . .	11
2 基本方針 . . . . .	11
3 施策体系 . . . . .	12
4 重点目標 . . . . .	13
<b>第5章 施策の展開</b> . . . . .	<b>14</b>
基本方針1 ライフステージ（年齢階層）に応じた体系的な消費者教育 . . . . .	14
基本方針2 消費者教育の人材(担い手)の育成・活用 . . . . .	32
<b>第6章 推進体制</b> . . . . .	<b>35</b>
1 推進体制 . . . . .	35
2 推進計画の成果指標と評価の公表 . . . . .	36

## 参考資料

# 第1章 計画の基本的な考え方

## 1 計画策定の趣旨

本市では、平成 28 年 3 月に平成 28 年度から平成 30 年度の 3 年間を計画期間とした「富士市消費者教育推進計画」（以下「第 1 次計画」という。）を策定、平成 29 年 3 月に「富士市消費者教育推進地域協議会条例」を制定しました。平成 31 年 3 月には、第 1 次計画の取組から課題を明らかにして見直しを行い、必要な施策を計画的かつ継続的に推進していくために「第 2 次富士市消費者教育推進計画」（以下「第 2 次計画」という。）を策定し、毎年「富士市消費者教育推進地域協議会」にて点検と評価を行いながら、社会的価値行動<sup>\*1</sup>ができる消費者の育成と、消費者市民社会<sup>\*2</sup>の実現を目指して取組を行ってきました。

グローバル化や高度情報化の進展等により、近年は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。また、高齢化や成年<sup>\*3</sup>年齢の引き下げへの対応、持続可能な開発目標（SDGs）の実現に向けた取組など、法改正や社会情勢の変化により、消費者への教育は一層重要性を増しています。

国では、消費者教育を総合的・一体的に推進することを目的として、平成 25 年 6 月に「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（以下「基本方針」という。）を定めました。こうした消費者を取り巻く環境の変化を踏まえ、平成 30 年度から令和 4 年度までの 5 年間を対象とした基本方針を定めましたが、これを見直し、令和 5 年度から令和 11 年度までの 7 年間を計画期間とした新たな基本方針の策定が計画されています。

また、静岡県においては、消費者を取り巻く環境変化に柔軟に対応するため、これまで別々に策定された消費者行政推進基本計画と消費者教育推進計画を一体化させ、令和 4 年度から令和 7 年度までの 4 年間を期間とする「静岡県消費者基本計画」を策定し、消費生活に関連する施策を総合的に推進することとしました。

本市の第 2 次計画は令和 4 年度をもって計画期間が終了することから、以上のような社会情勢、国と県の動きを踏まえながら、これまでの取組の中から課題等を明らかにして見直しを行うとともに、「第六次富士市総合計画」の施策である「安全・安心な消費生活の確保」の実現に向けて、今後も必要な施策を計画的かつ継続的に推進していくため、「第 3 次富士市消費者教育推進計画」（以下「推進計画」という。）を策定しました。

\*1 社会的価値行動：「食育の観点及び地産地消の観点から商品を選択する」「環境に配慮した商品を選択する」「モノを大切に使う」など、自分の消費行動が、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寄与する行動をいいます。それは、消費者市民社会の形成に参画することに通じる行動です。

\*2 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のことです。

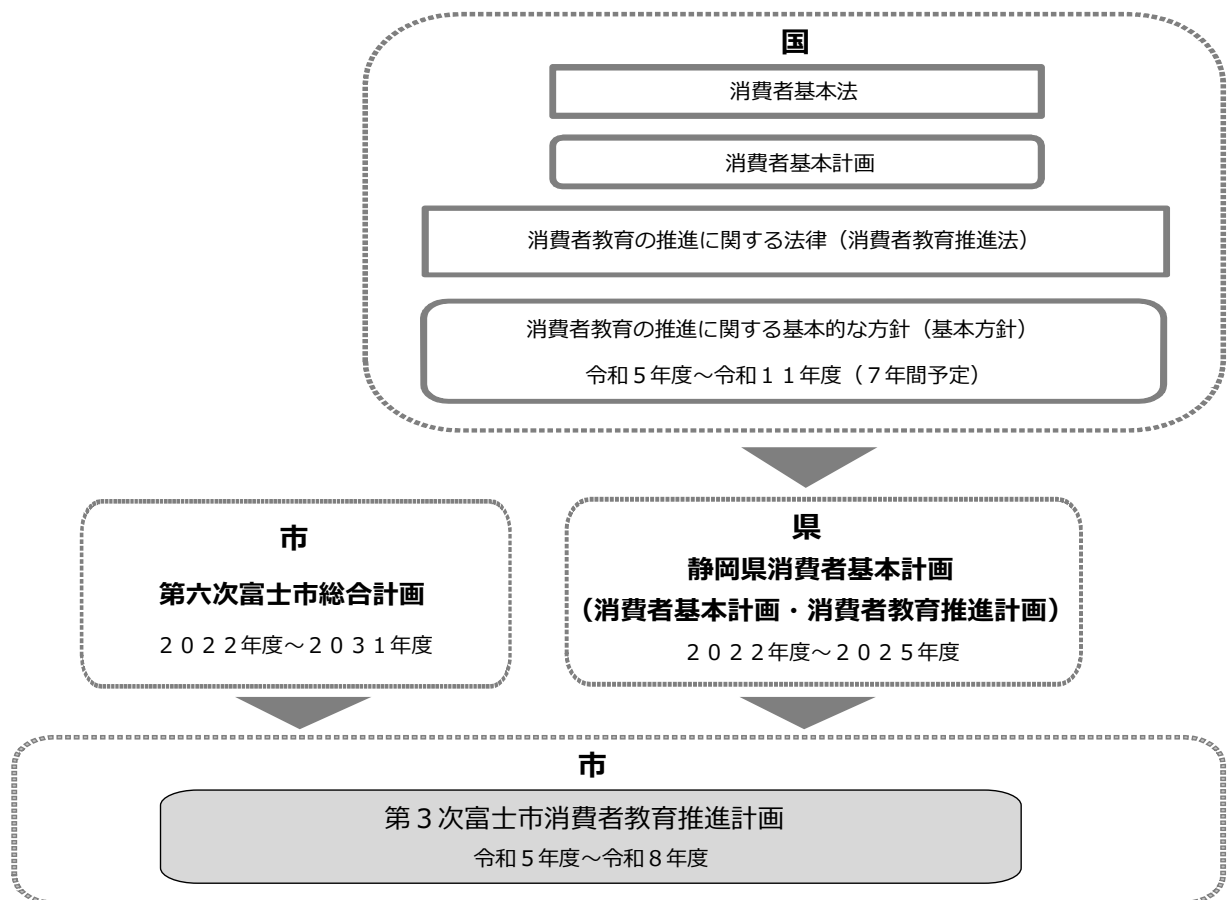
\*3 成年：民法により法律行為が単独で行える年齢である 18 歳を指す

## 2 計画の位置づけ

本計画は、「消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）」（以下「推進法」という。）第10条第2項の規定に基づくもので、策定にあたっては「消費者教育の推進に関する基本的な方針（基本方針）」、「静岡県消費者基本計画」を踏まえました。

また、本計画は本市の最上位計画である「第六次富士市総合計画」の「基本目標1・政策分野3 市民安全」を推進する個別計画として位置づけられるものであり、消費者教育の施策について総合的に推進するものです。

計画の推進にあたっては平成29年に設置された「富士市消費者教育推進地域協議会」と、市関係課で構成する庁内連絡会において意見を求めます。



## 3 計画期間

計画期間は令和5年度から令和8年度までの4年間とします。

計画期間中に国や県の動向、社会経済情勢の変化等を勘案し、必要に応じて見直しを行います。

	令和4年度 (2022年度)	令和5年度 (2023年度)	令和6年度 (2024年度)	令和7年度 (2025年度)	令和8年度 (2026年度)	令和9年度 (2027年度)
第3次富士市消費者教育推進計画		→				
消費者教育の推進に関する基本的な方針	→	令和5年度～令和11年度（7年間予定）				→
静岡県消費者基本計画	→					

## 第2章 消費者を取り巻く現状

### 1 社会環境の変化

高齢化や成年年齢引き下げの施行、社会のデジタル化の進展による電子商取引の拡大、持続可能な社会の実現に向けた関心の高まり、新型コロナウイルス感染症による新しい生活様式の実践など、消費者を取り巻く社会情勢は大きく変動しています。これに伴い、消費生活に関する相談は複雑化・多様化する傾向にあります。

高齢者の消費者被害は依然として後を絶たない状況であり、地域における見守り活動の重要性が増しているとともに、令和4年4月の民法改正による成年年齢の引き下げに伴う、若年層への消費者被害防止の対応など消費者の多様化に対応した施策が必要となっています。

また、デジタル化の進展による電子商取引の拡大に伴い、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で、商品やサービスが期待したものと異なるなどのトラブルも発生しています。

平成27年に国連サミットにおいて採択されたSDGsの実現に向けた消費者を育成するための消費者教育の推進や、新しい生活様式への対応に向けた新しい学びの形を確立していくことが求められています。

### 2 富士市における消費生活相談の状況

#### (1) 消費生活センターへの年間相談件数の推移

富士市消費生活センターで受けた新規受付相談件数（図1）をみると、平成29年度以降、相談件数は緩やかに減少している傾向にあります。新規受付相談件数とその後の継続的な相談件数を合計した延べ相談件数（図2）は、ほぼ横ばい状態となっています。これは、相談者数は減少傾向にあるものの、相談内容が複雑化しているため、1つの相談に対して解決するまでの回数が増加していることを表しています。

図1

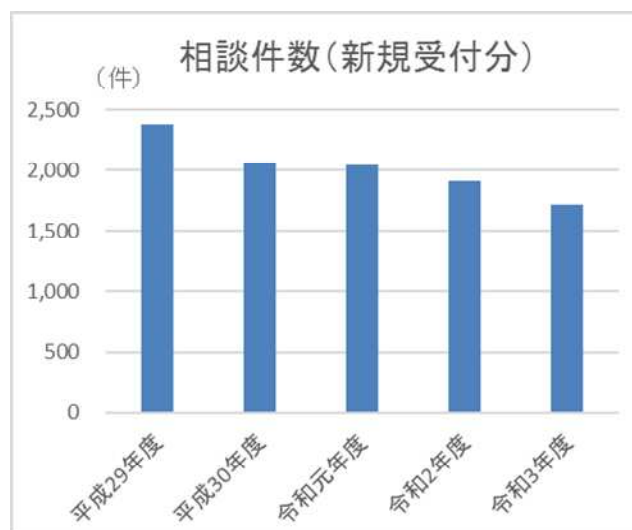
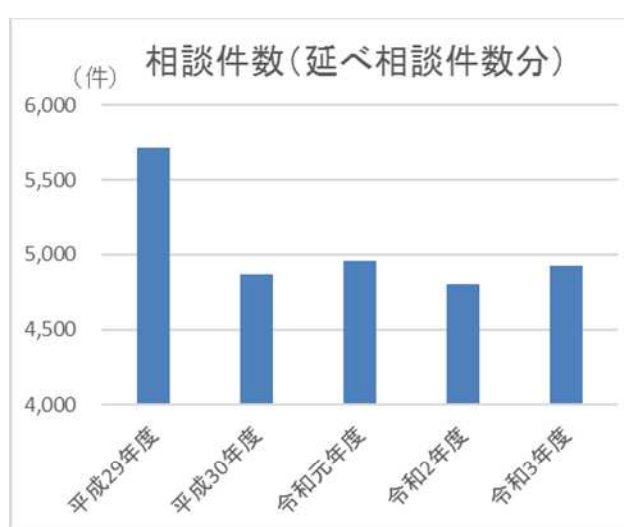


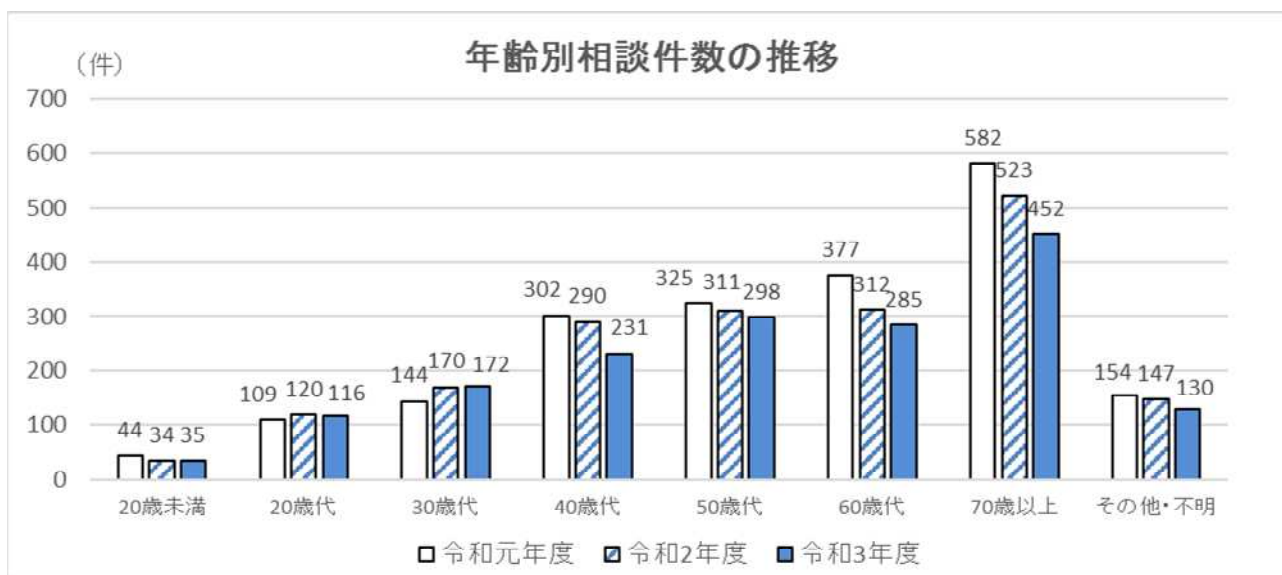
図2



## (2) 契約当事者年齢別に見た相談件数

年齢別の相談件数の推移（図3）をみると、20歳未満、20歳代の相談件数は他の年代に比べて少なくなっていますが、令和4年4月から成年年齢が引き下げられたことにより、これまで20歳以上となっていたクレジットカードの契約行為などの消費活動が18歳以上から可能となったため、20歳未満の消費者トラブルの増加が予想されます。

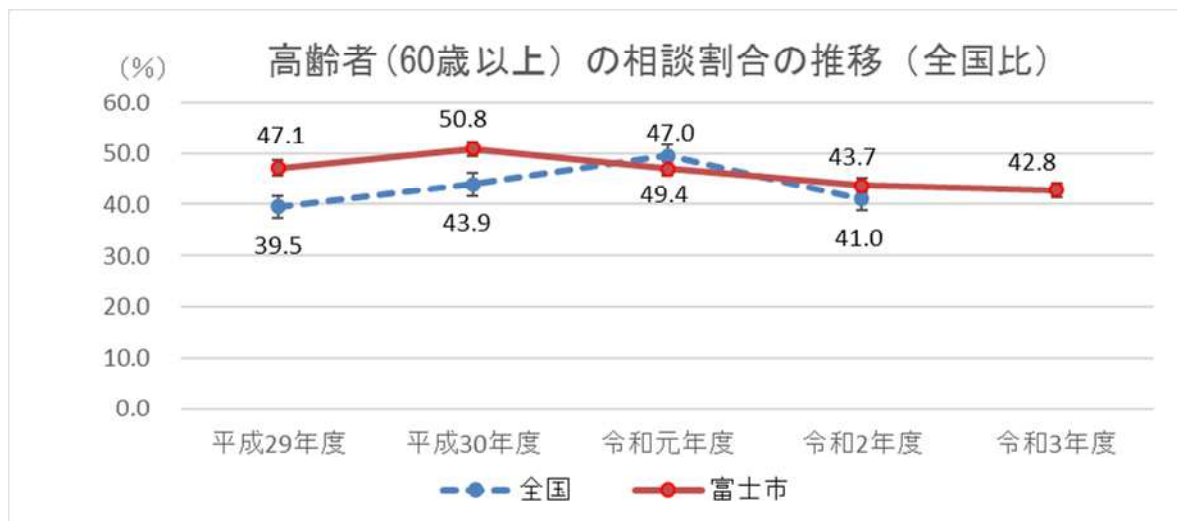
図3



## (3) 60歳以上の相談件数の推移と全体に占める割合

60歳以上の高齢者からの相談割合の推移（図4）は、平成30年度には全体の50%を超え、その後やや減少しているものの、依然として40%台で推移しています。これは、全国の消費生活センターに寄せられる60歳以上の相談件数の割合と比べても、高い数字となっています。

図4

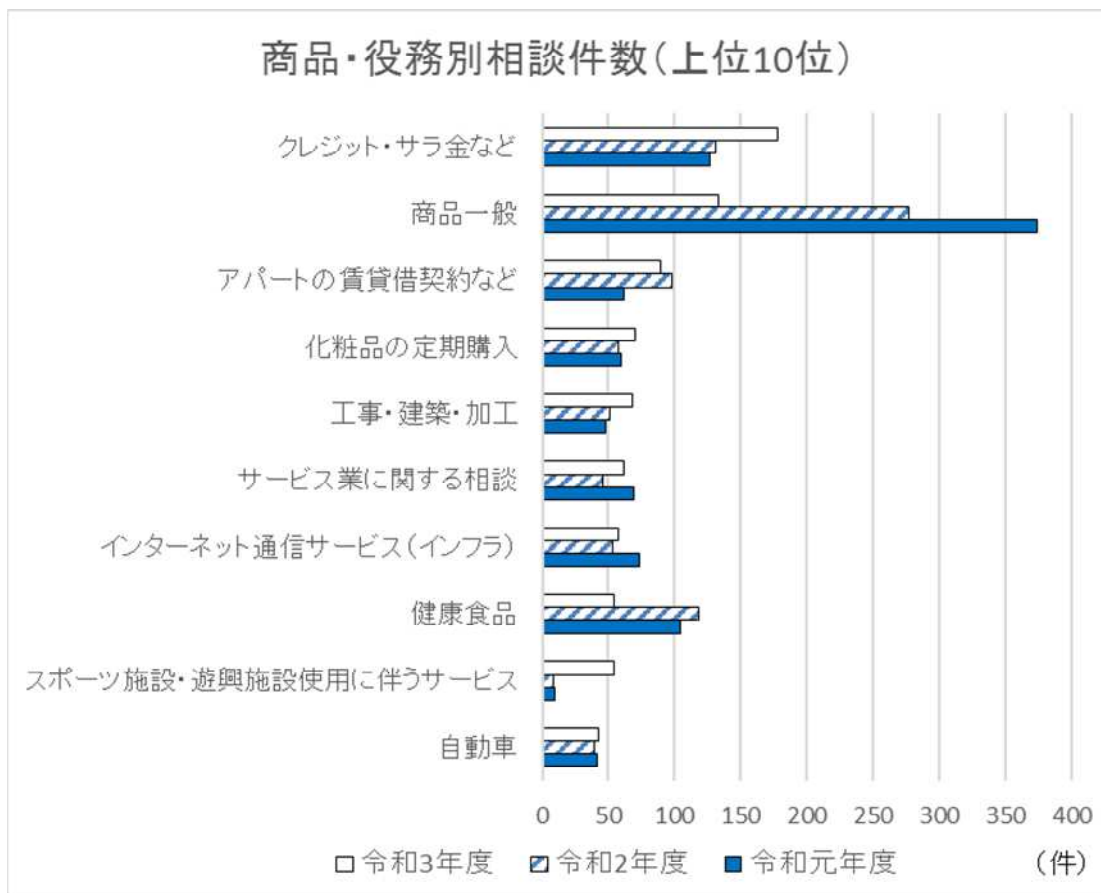


## (4) 商品・役務別相談件数

富士市消費生活センターに寄せられた相談内容を商品・役務別に分類し、その中で上位 10 項目を令和元年度から令和 3 年度までの 3 年間で比較したものが図 5 のグラフです。

令和 3 年度に相談件数が最も多かった、クレジット・サラ金などの融資サービスの相談は、各年代ごとにみても上位となっており、コロナ禍において、消費者ローン・住宅ローン・自動車ローン等の支払いが困難になった消費者の相談が多く寄せられた結果です。新型コロナウイルス感染症による経済の停滞を反映し、クレジット・サラ金などの相談が増えているほか、通販を利用した健康食品の購入に関する相談も増えています。

図 5





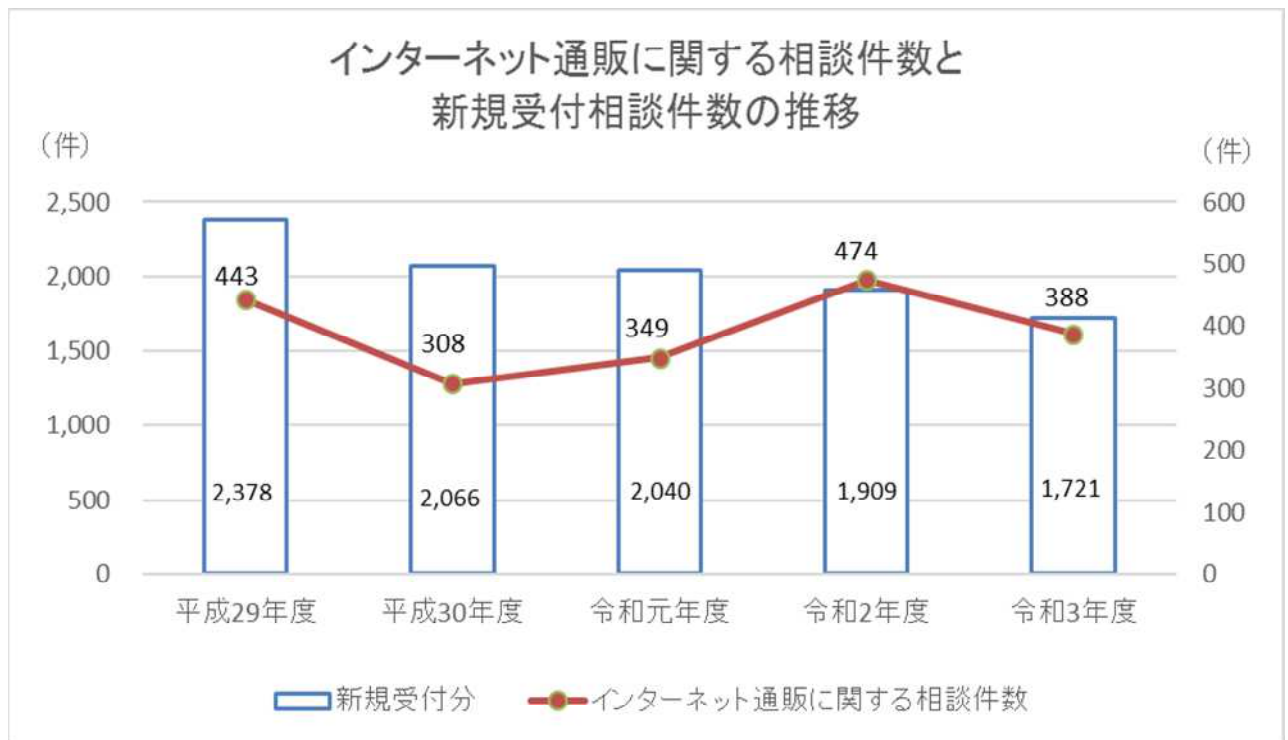
## (5) インターネット通販に関する相談件数の推移

新規受付相談件数は緩やかな減少傾向にあります。インターネット通販に関する相談件数は、ここ数年 400 件前後でほぼ横ばい状態にあります（図 6）。そのため、全体の相談件数から占めるインターネット通販に関する相談件数の割合は、平成 29 年度から令和元年度までは 10% 台で推移していましたが、令和 2 年度以降は 20% を超えています。

インターネット通販の主な商材は、健康食品や化粧品などです。悪質な通販サイトを利用したことによる「代金を支払ったのに商品が届かない」という相談や、「単品通販のつもりで購入したが定期購入だった」という相談が見受けられます。

インターネット通販はスマートフォンで手軽に契約ができる反面、画面が小さいため契約条件を見落とししたり、詐欺サイトにアクセスしてしまったり、フィッシングサイト（本物そっくりの偽サイト）による被害が多くあります。

図 6



## 第3章 第2次計画の取組と課題

### 1 成果指標の達成度

第2次計画では重点目標ごとに取組の目標を設定しました。以下は、令和元年度～令和3年度の実績値と、第2次計画の年度目標値です。

取組内容	重点目標	実績値			第2次計画 目標値
		令和元年度	令和2年度	令和3年度	
① 中学校における消費者教育連携授業	重点目標2・3	15校/16校 (64クラス)	14校/16校 (71クラス)	14校/16校 (59クラス)	16校
② 高齢者・障害者本人に対する啓発講座	重点目標1・3	22回	19回	9回	20回
③ その他の年代に対する啓発活動・講座	重点目標3	17回	26回	33回	20回
④ 高齢者・障害者を見守る方への啓発講座	重点目標1・3	8回	1回	5回	10回
⑤ 消費者教育の人材(担い手)の育成・活用のための研修等受講者数	重点目標2・3	11人	22人	16人	50人

### 2 重点目標ごとの取組と課題

#### (1)重点目標1 増加する高齢者被害への対策強化

取組内容② 高齢者・障害者本人に対する啓発講座	目標 20回/年	平均 16.6回
取組内容④ 高齢者・障害者を見守る方への啓発講座	目標 10回/年	平均 4.6回

高齢者本人や障害者相談支援事業所に対する啓発講座、民生委員・児童委員などの見守りをする方々に対する研修講座を実施しました。啓発活動として、民生委員・児童委員を通じて70歳以上の高齢者のみの世帯に啓発パンフレットを配布したほか、認知症サポーター養成講座・介護予防サポーター養成講座等において啓発パンフレットを配布しました。

啓発講座の回数は令和元年度は目標値に達しましたが、令和2年度及び3年度は目標値に達しま

せんでした。要因としては、新型コロナウイルス感染症の拡大により、高齢者や高齢者を見守る方々に対して、人の集まる対面式の講座開催ができなかった状況が考えられますが、啓発パンフレットの配布など、人と対面しない形での啓発手法で実施しました。

しかし、4ページ図4のように、富士市消費生活センターに寄せられた年間の相談件数のうち、60歳以上の高齢者からの相談は、平成30年度には全体の50%を超え、その後やや減少していますが、依然として40%台で推移しています。これは、全国の消費生活センターに寄せられる60歳以上の相談件数の割合と比べて高い状況です。判断力の低下などの原因により消費者被害に遭いやすい高齢者への消費者教育が引き続き課題となっています。

## (2)重点目標2 中学生に対する消費者教育の推進

取組内容① 中学校における消費者教育連携授業	目標 16校/年	平均 14.3校
取組内容⑤ 消費者教育の人材（担い手）の育成・活用のための研修等受講者数	目標 50人/年	平均 16.3人

平成26年度から取り組んでいる市内中学校における家庭科連携事業では、消費生活センター相談員がクラスごとに消費生活に関わる授業を実施しています。令和元年度15校、令和2年度14校、令和3年度14校の学校に対して連携授業を実施しましたが、未実施校については家庭科担当教員へ資料と授業プランを提示することで対応しました。

授業内容は、インターネットショッピングについて、グループごとに問題点を見つけ出し話し合いをする中で、消費者トラブルを回避する知識を得ることや、困った時の相談機関として消費生活センターを紹介しています。また、成年年齢の引き下げを見越して、未成年者取消<sup>\*1</sup>やクレジットカードの仕組みなどについても、内容として取り上げました。

令和3年度に授業を受けた中学生のアンケートでは、授業の内容について「大変良かった」、「良かった」の合計が90%を超えています（図7）。

授業を受けた中学生のうち、インターネットショッピングを利用したことのある割合（図8）は56%で、商品購入の一形態として定着しており、支払い方法もコンビニ後払いやQR決済など社会情勢を反映したものとなっています（図9）。

また、今後消費者トラブルに遭った場合の相談先として、消費生活センターと回答する生徒の割合が約30%となっており（図10）、消費者被害に遭った場合の相談機関として消費生活センターが認識されていることが伺えます。

18歳から成人になることから、「親の同意を得ずに一人で契約行為が可能になるが不安はないか」との質問に、3分の1の生徒から「不安である」との回答がありました（図11）。将来的に、自らの行動に責任を持つことができる消費者となるよう、今後も中学生に対する連携授業や啓発活動に取り組む必要があります。

<sup>\*1</sup> 未成年者取消し：未成年者は、成年者と比べて取引の知識や経験が不足し判断能力も未熟です。そこで、未成年者がおこなう契約によって不利益をこうむらないように、法律で保護されています。民法では「未成年者が法定代理人の同意を得ないでした法律行為は、取り消すことができる」と決められています。

※以下の図7、図8、図9、図10、図11のグラフは、令和3年度に実施した市内中学校14校（69クラス、受講人数1,965人）のアンケートの集計結果を示しています。

【アンケート内容】

- 1 今日の授業はわかりやすかったですか
- 2 ネットショッピングを利用したことがありますか
- 3 「ある」と答えた人、どのような支払い方をしましたか
- 4 今後消費者トラブルにあった場合、誰に相談しますか
- 5 皆さんは18歳から成人になります。親の同意を得ずに一人で契約行為が可能になりますが、不安なことはありますか

図7

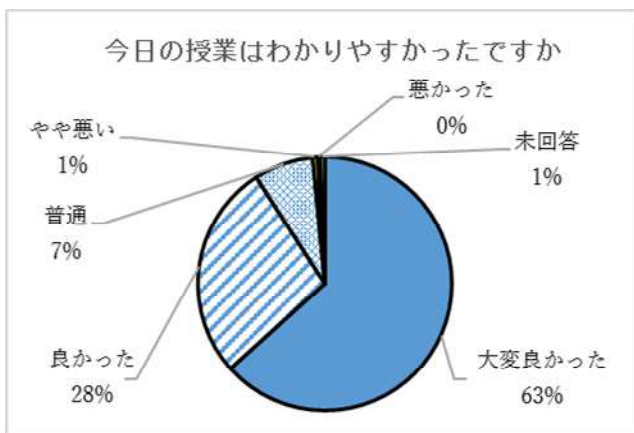


図8

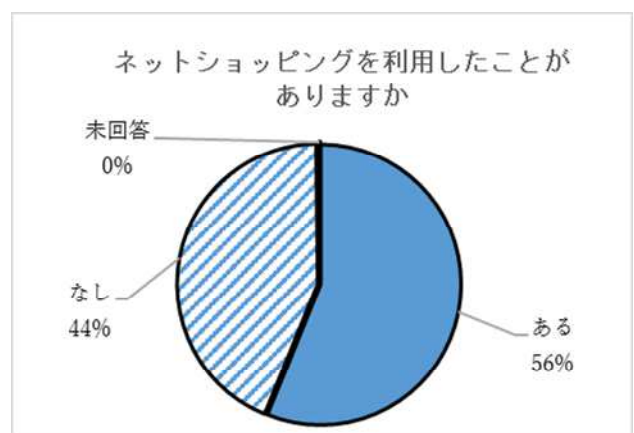


図9

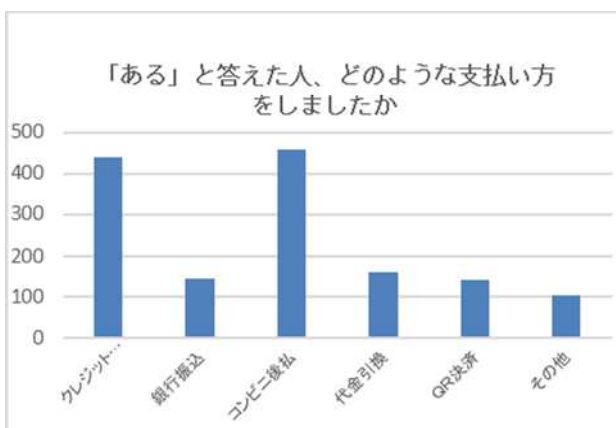


図10

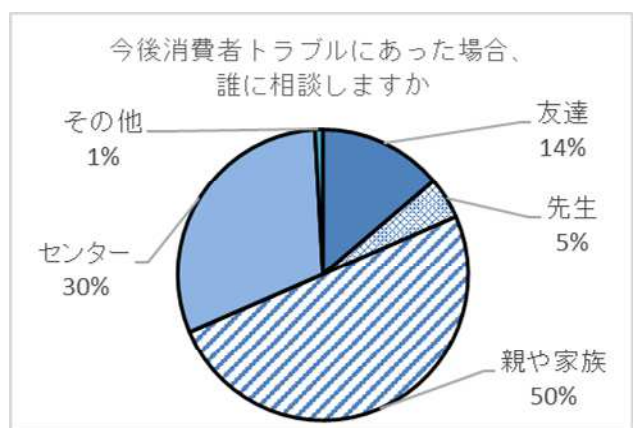
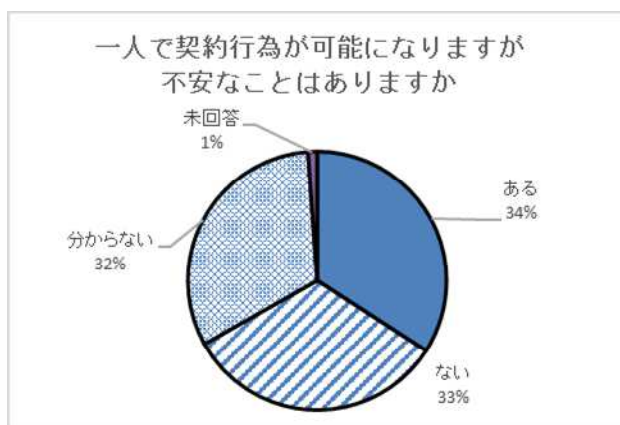


図11



### (3)重点目標3 消費生活センターの拠点としての役割強化

---

取組内容①	中学校における消費者教育連携授業	目標 16 校/年	平均 14.3 校
取組内容②	高齢者・障害者本人に対する啓発講座	目標 20 回/年	平均 16.3 回
取組内容③	その他の年代に対する啓発活動・講座	目標 20 回/年	平均 25.3 回
取組内容④	高齢者・障害者を見守る方への啓発講座	目標 10 回/年	平均 4.6 回
取組内容⑤	消費者教育の人材（担い手）の育成・活用のための研修等受講者数	目標 50 人/年	平均 16.3 人

富士市消費生活センターの認知度を高めるため、「広報ふじ」に特集記事を掲載したほか、地方紙やコミュニティFM放送において多発している相談事例を紹介、スーパーマーケットでの街頭啓発、市役所前歩道橋とJR富士駅前にて消費生活センターPR横断幕掲示、富士市役所公用車に消費生活センターPRマグネットシートを貼付等、さまざまな媒体を用いて啓発を行いました。

消費生活センターが受けた新規相談件数（3ページ図1）をみると、相談件数は減少傾向にあります。しかし、延べ相談件数は横ばい状態であることから、相談が終結するまでの一人当たりの相談回数は増加しているといえます。これは、消費者トラブルが多様化・複雑化しており、解決までに時間や手間がかかることを示しています。

今後の消費者教育の取組を進める上で、消費生活センターへの消費者被害に関する情報の蓄積、蓄積した情報を基にした注意情報の発信など、センターの果たす役割は相談だけではなく多岐にわたり高まっていくと思われます。

## 第4章 第3次計画の基本方針と重点目標

### 1 目指す姿

本市では、第六次富士市総合計画の中で、将来のまちの姿として「犯罪や交通事故のない安心して生活できるまち」を掲げ、施策として「安全・安心な消費生活の確保」を図ることとしています。

消費生活の分野においては、消費者相談に的確な対応ができる体制を整えるとともに、被害に遭わないよう相談・啓発活動を強化します。さらに、国が検討を進めている相談業務のデジタル化等にも対応しながら目標の達成を目指します。

また、ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進を通して、自らの消費行動がエシカル消費や食品ロス削減などの「持続可能な開発目標（SDGs）」の目標達成に寄与することを消費者に意識してもらうとともに、消費者一人一人が、自分だけでなく周りの人や、将来生まれる人々の状況、内外の社会経済情勢や地球環境にまで思いをはせて生活し、社会の発展と改善に積極的に参画する「消費者市民社会」の形成を目指します。

### 2 基本方針

「推進法」では、消費者の自立に加えて、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消費者の育成が求められていることから、今後の消費者教育では、こうした新たな視点を加えるとともに、消費者啓発と消費者学習を包含し、体系化した取組や消費者教育の担い手の確保が必要となります。

#### 基本方針1 ライフステージ（年齢階層）に応じた体系的な消費者教育

消費者教育の範囲は幅広く、その対象とする年齢階層も広いため、幼児期から高齢期までのライフステージに応じた消費者教育が、体系的に行われるような取組を推進します。さらに、消費者の年齢階層ごとに特徴があるため、その特性に配慮した消費者教育を推進します。

#### 基本方針2 消費者教育の人材（担い手）の育成・活用

「消費者市民社会」形成のための消費者教育は、消費生活センターの取組だけでは実現できません。さまざまな団体等が、さまざまな場で、主体的・能動的に消費者教育に関する活動をする必要があります。そのためには、市は消費生活に関連する団体等に働きかけ、消費者教育の人材を育成し、その活動を支援していく必要があります。

### 3 施策体系

<b>基本理念</b>	自立した消費者を育成支援し、消費者市民社会の形成へ
-------------	---------------------------

<b>基本目標</b>	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（静岡県の目指す姿） 安全・安心な消費生活の確保（第六次富士市総合計画の施策）
-------------	---

基本方針1 ライフステージ（年齢階層）に 応じた体系的な消費者教育	ライフステージ		主な取組
	① 幼児期		
② 小学生期			(3) 親子を対象にした消費者教育 (4) 小学校への教材等に関する情報提供 (5) 保護者への情報提供、啓発 (6) 他の消費生活に関連する教育
③ 中学生期			(7) 中学校の授業における消費者教育 (8) 中学校への教材等に関する情報提供 (9) 教育委員会への消費生活状況報告 (10) 生徒・保護者への情報提供、啓発
④ 高校生期			(11) 高等学校における消費者教育 (12) 高等学校への教材等に関する情報提供 (13) 生徒・保護者への情報提供、啓発
⑤ 若年層			(14) 専門学校等における消費者啓発講座 (15) 若年層への消費生活センターPR (16) 若年層への情報提供、啓発
⑥ 成人期			(17) 市民への情報提供、啓発 (18) 市民に向けた消費生活センターPR (19) 啓発講座 (20) 他の消費生活に関連する教育
⑦	高齢者	高齢者・障害者本人に対する啓発	(21) 高齢者・障害者に対する消費者啓発講座 (22) 高齢者・障害者へ向けた消費生活センターPR (23) 特別支援学校への講座等の情報提供
	障害者	高齢者・障害者の見守りをする方々への啓発と連携	(24) 消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の強化 (25) 見守りをする方々への啓発講座等 (26) 見守りをする方々への情報提供 (27) 高齢者・障害者施策との連携
基本方針2 消費者教育の人材（担い手）の育成・活用	① 学校等における教職員の育成		(28) 教職員を対象とした研修等 (29) 教育委員会への消費生活状況報告 (30) 教材や指導事例の情報提供等
	② 消費者団体・NPO等の地域人材の育成		(31) 消費者団体に対する研修 (32) 消費者安全確保地域協議会構成員に対する消費者啓発講座等 (33) 消費者団体等への教材の貸出等支援 (34) 消費生活センターの拠点としての役割強化
	③ 事業者・事業者団体等の消費者教育		(35) 事業者・事業者団体の活動との連携 (36) 事業者・事業者団体等に対する教材の貸出等支援

※若年層 15歳～20歳代前半の若者

## 4 重点目標

### 重点目標 1 高齢者の消費者被害への対策強化

本市の消費生活相談の特徴として、高齢者からの割合が高いことが挙げられます。

高齢者は、「お金」「健康」「孤独」の3つの大きな不安を持っていると言われています。そのような高齢者の不安に付け込んだ悪質商法は、手口が巧妙化し、減ることがありません。

高齢者の中には、被害に遭っていることに気付いていない人、おかしいと思ってもどこに相談したらよいのかわからない人がいます。その対策には、高齢者本人に対する啓発はもちろんですが、周囲の見守りが大切になります。そこで令和2年12月に発足した「富士市消費者安全確保地域協議会」を中心とした見守りネットワークを通じて、高齢者を支援する団体等との連携を強化し、高齢者が安心・安全に暮らせるよう、高齢者のための対策に力を入れます。

### 重点目標 2 中学生及び若年層に対する消費者教育の推進

令和4年4月より成年年齢が引き下げられ、18歳になると自分の意志により契約が結ぶことができるようになりました。このため、これまで以上に若年層が消費者被害に遭いやすい状況となることから、中学生及び若年層に対する啓発が重要となってきます。

本市では、若年層を15歳以上20歳代前半の若者と想定し、これから成人期を迎える中学生期、高校生期と併せて、若年層として消費者教育を進めていきます。

中学生期においては、これまで行ってきた家庭科の授業内での連携授業を継続し、SDGs「12. つくる責任 つかう責任」の考え方や、成年年齢引き下げに伴う消費者被害に関する問題などの内容を盛り込み、自立した消費者になるための消費者教育に力を入れます。

高校生期においては、成年年齢引き下げにより、高校在学中の生徒も成年となり、消費者被害に遭う可能性が増加することから、成年になった直後にトラブルに遭いやすい事例を用いた授業を実施することで、消費者被害をより身近なものとして感じてもらうため、市立高校及び私立高校においては市が、県立高校においては県が、各々分担して啓発講座（連携授業）を実施します。

若年層においては、市内に所在する専門学校への啓発講座の実施や、企業就職者に対する新人研修時の啓発講座の実施を呼びかけ、また、イベント等での啓発活動などを通じて、自立した社会人としての消費者、職業人としての生産者・サービス提供者となるよう、消費者教育を推進していきます。

### 重点目標 3 消費生活センターの拠点としての役割強化

消費生活センターは消費者被害の救済だけではなく、商品・サービスの基礎知識や契約知識についての情報発信や啓発活動を行っています。消費者教育の拠点として、さまざまな情報を集積し、地域住民に消費者教育を提供する場として、また消費者教育の担い手を支援する場としての役割を更に強化していきます。

市民に対して、消費生活センターの認知度を高めるため、啓発活動に力を入れるほか、さまざまな団体等の主体的・能動的な消費者教育活動を支援するための連携にも力を入れます。



## 第5章 施策の展開

### 基本方針1 ライフステージ(年齢階層)に応じた体系的な消費者教育

#### ①幼児期

幼稚園、保育園、認定こども園等での消費者教育の取組を支援するために、児童向けの教材や取組事例などに関する情報提供を行います。

また、保護者にとって関心が高いと思われる、子どもの食べ物の安全性や、子どもを不慮の事故から守るための製品の安全性について、食品表示に関する啓発や幼児に係る製品事故等に関する情報提供を行います。

##### (1) 幼稚園、保育園、認定こども園等への教材等に関する情報提供

取組	区分	担当課
(1) 幼稚園、保育園、認定こども園等への消費者教育に関する国・県の情報提供 消費者庁、消防庁、文部科学省、厚生労働省など関係府省庁の連絡会議が、7月に「子どもの事故防止週間」を設け、外出時の事故を防ぐポイントを呼びかけています。市ウェブサイトに掲載するほか、幼稚園、保育園、認定こども園等に対して呼びかけを行い、あわせて消費者教育や年代別教材について紹介している消費者庁や県の情報を提供します。	継続	市民安全課 消費生活センター

##### (2) 保護者への情報提供、啓発

取組	区分	担当課
(2) 独立行政法人国民生活センターの見守り情報の提供 独立行政法人国民生活センターの見守り情報(消費者被害から高齢者・障害者、子どもを守る最新情報)を市ウェブサイトで提供します。	継続	市民安全課 消費生活センター

#### ②小学生期

小学校においては、学習指導要領(小学校、中学校は平成29年3月、高等学校は平成30年3月改訂)の中で、消費者教育に関する教育内容が充実されています。

小学校家庭科においては、物や金銭の大切さに気付き、計画的な使い方を考えることや、情報を収集し整理した上で、身近な物の選び方買い方を考え、適切に購入できることなどを指導することとなっています。

小学生とその保護者を対象に、引き続き親子消費者教室を開催するほか、小学校での消費者教育の取組を支援するために、小学生向けの教材や取組事例などに関する情報提供を行います。

また、小学生においても、インターネット・携帯電話に関する教育が必要とされているため、各携帯電話会社などが行っている小学生や保護者を対象にした教室などの活用に向けて、教育現場などへ情報提供を行います。

### (3) 親子を対象にした消費者教育

取 組	区分	担当課
<p>(3) 親子消費者教室</p> <p>お金の使い方や身近な消費社会について、子どもと保護者が一緒に学べるように、夏休みに親子消費者教室を実施します。</p>	継続	市民安全課

### (4) 小学校への教材等に関する情報提供

取 組	区分	担当課
<p>(4)-1 小学校への消費者教育に関する国・県の情報提供</p> <p>小学校に対して、消費者教育や年代別教材について紹介している消費者庁や県の情報を提供し、消費者教育に取り組みます。</p>	継続	市民安全課
<p>(4)-2 スマートフォンなどの情報通信機器講座等の情報提供</p> <p>インターネット、スマートフォンのネットサービスは、日々進化しているため外部の専門性を持った事業者等による講座が必要です。</p> <p>小学生においても、インターネット、スマートフォンの利用について、その使い方や危険性の啓発の必要性は高いため、各携帯電話会社等で開催している小学生や保護者対象の教室等を活用するよう、教育現場などへ情報提供を行い、消費者教育に取り組みます。</p>	継続	市民安全課 消費生活センター

### (5) 保護者への情報提供、啓発

取 組	区分	担当課
<p>(5) 独立行政法人国民生活センターの見守り情報の提供</p> <p>独立行政法人国民生活センターの見守り情報(消費者被害から高齢者・障害者、子どもを守る最新情報)を市ウェブサイトで提供します。</p>	継続	市民安全課 消費生活センター

## (6) 他の消費生活に関連する教育

### ■「環境教育」の取組

消費者市民社会の形成のためには、持続可能な消費社会への取組が必要です。持続可能な社会への取組の一つとして、環境教育が挙げられます。

本市では、自分や家族の消費生活が環境に与える影響について考え、環境に配慮した消費生活について工夫し実践するため、環境に対する知識や考えの啓発だけでなく、自ら考え、自ら行動する人づくりを推進しています。

取 組	区分	担当課
(6)-1 富士市こどもエコクラブへの支援 市内のこどもエコクラブ <sup>*1</sup> に対し、各エコクラブに交流会の情報提供や野外活動で使用する多機能なバンダナの配布のほか、全国こどもエコクラブとを繋ぐ地域事務局として、エコクラブが活発に活動できるよう積極的にサポートしています。	継続	環境総務課
(6)-2 環境啓発冊子の配布 市内の全小学4年生にゼロカーボンについて考える啓発冊子「家族で取り組むゼロカーボンチャレンジ」 <sup>*2</sup> を配布し、総合学習の時間や夏休みの宿題などに活用してもらいます。	継続	環境総務課

\*1 こどもエコクラブとは、子どもなら誰でも参加できる、環境活動クラブで、子どもたちの環境保全活動や環境学習を支援することにより、子どもたちが人と環境の関わりについて幅広い理解を深め、自然を大切に思う心や、環境問題解決に自ら考え行動する力を育成し、地域の環境保全活動の環を広げるためのものです。

\*2 「家族で取り組むゼロカーボンチャレンジ」は、冊子前半はゼロカーボンについての読み物、冊子後半は家庭でエコ生活に取り込む実践型の冊子です。

## ③ 中学生期

中学校の学習指導要領では、社会科（公民的分野）において、身近な消費生活を中心とした市場の働きと経済についてや、国民の生活と政府の役割などを考えさせること、技術・家庭科（家庭分野）において、金銭の管理と購入についてや、消費者の権利と責任、消費生活・環境についての課題と実践などを指導することとしています。

インターネットを使用したショッピングなどが身近になったこともあり、購入方法や支払い方法が複雑化してきています。このため、計画的な金銭管理や売買契約の仕組み、消費者被害の背景と対応方法、物資・サービスの選択に必要な情報の収集・整理等について、より一層の教育が必要となります。

### (7) 中学校の授業における消費者教育

取 組	区分	担当課
<p><b>(7) 中学校における家庭科教員と消費生活センターとの連携授業</b></p> <p>連携授業は、市内全中学校のクラス単位で行い、内容については各家庭科教員と話し合っ決めて、独自内容の資料を使用し行っています。</p> <p>授業内容としてはサプリメントの定期購入やゲームの課金など、身近で具体的な事例やエシカル消費（SDGs）などの最新事例を紹介することで、中学生が自分にも起こり得る問題として捉える機会とし、教員にとっても、最新の情報を得る機会としていきます。</p> <p>市内全中学校での連携授業を続けることで、消費生活センターの認知度を高めます。</p>	継続	市民安全課 消費生活センター 学校教育課  <b>【重点目標2】</b> <b>【重点目標3】</b>

### (8) 中学校への教材等に関する情報提供

取 組	区分	担当課
<p><b>(8)-1 中学校への消費者教育に関する国・県の情報提供</b></p> <p>中学校に対して、消費者教育や年代別教材について紹介している消費者庁や県の情報を提供し、消費者教育に取り組みます。</p>	継続	市民安全課 消費生活センター
<p><b>(8)-2 スマートフォンなどの情報通信機器講座等の情報提供</b></p> <p>インターネット、スマートフォンの利用について、その使い方や危険性の啓発の必要性が高まっている中で、各携帯電話会社などにおいて行っている中学生や保護者を対象にした教室などの活用に向けて、教育現場などへ情報提供を行い、消費者教育に取り組みます。</p>	継続	市民安全課 消費生活センター
<p><b>(8)-3 中学生向け消費者啓発冊子の配布</b></p> <p>中学生向け消費者啓発冊子を配布します。</p>	継続	市民安全課 消費生活センター

### (9) 教育委員会への消費生活状況報告

取 組	区分	担当課
<p><b>(9) 教育委員会に対して中学生に係る消費生活状況報告</b></p> <p>消費生活センターから教育委員会に、中学生に係る消費生活状況報告（個人を特定しない）を行い、教育委員会の活動に役立ちます。</p>	継続	市民安全課 消費生活センター <b>【重点目標2】</b> <b>【重点目標3】</b>

(10) 生徒・保護者への情報提供、啓発

取 組	区分	担当課
(10) 独立行政法人国民生活センターの見守り情報の提供 独立行政法人国民生活センターの見守り情報(消費者被害から高齢者・障害者、子どもを守る最新情報)を市ウェブサイトで提供します。	継続	市民安全課 消費生活センター

#### ④ 高校生期

高校生期としては、消費生活を消費者と生産者・販売者双方の立場から捉えさせるとともに、持続可能な社会の形成を目指し、消費者の権利の尊重と自立支援に必要な能力について、理解を深めさせることが必要です。

関係機関との連携を図りながら、デジタル化の進展を視野に入れ、実践的・体験的な学習を進めていきます。

令和4年4月の民法改正により、成年年齢が引き下げられ、高校在学中に成年を迎える生徒は、ローンの契約が可能になることから、新たな消費者被害に巻き込まれる可能性が多くなると想定されるため、高校生期のより一層の消費者教育が必要になります。

本市においては、市内の高等学校において啓発講座の実施などを行い、消費者被害の防止を図ります。

##### (11) 高等学校における消費者教育

取 組	区分	担当課
<p><b>(11)-1 市立高等学校での取組</b></p> <p>市立高等学校では、「調べる」「考える」「まとめる」「発表する」といった生涯にわたって必要な力を段階的に高める「探究学習」と「キャリア教育」を3年間かけて積み重ね、社会で求められている力（コミュニケーション能力、課題発見・解決力、主体性、協調性、チャレンジ精神など）やキャリアプランニング能力を育成しています。</p> <p>これらの力は、生徒が将来、社会的・職業的に自立し、社会の中で自分の役割を果たしながら生きていくための力であり、「消費者教育推進法」でうたわれている「自立した消費者」、「消費者市民社会」の形成にも必要な力です。</p> <p>また、家庭基礎科目としてすべての生徒に消費生活の現状と課や消費者の権利と責任について学習する機会を設け、高校生期だけでなく、生活における経済の管理や計画について、生涯を見通して考えることができるよう指導を行います。</p> <p>生徒に対し、消費生活センター相談員による連携授業を実施し、消費者被害の防止や救済について事例を交えて周知をします。</p>	継続	市民安全課 消費生活センター 市立高校
<p><b>(11)-2 その他の高等学校での取組</b></p> <p>私立高等学校では、成年年齢引下げを踏まえ、生活情報を収集・整理し適切な消費行動ができる消費者の育成に主眼を置き、消費者被害の未然防止につながるよう、悪質商法や多重債務、インターネットを通じた消費者被害の状況について、消費生活センター相談員による授業を行い、消費者が自立した消費行動をとるため、さまざまな支援や仕組みの一つとして消費生活センターの</p>	継続	市民安全課 消費生活センター

周知を行います。 また、市内の県立高等学校では、静岡県が主体となった消費者教育が実施されていますが、各高等学校からの要請があった場合市による啓発講座も実施します。		
--	--	--

## (12) 高等学校への教材等に関する情報提供

取 組	区分	担当課
(12)-1 高等学校への消費者教育に関する国・県の情報提供 高等学校に対して、消費者教育や年代別教材について紹介している消費者庁や県の情報を提供し、消費者教育に取り組みます。	継続	市民安全課 消費生活センター
(12)-2 スマートフォンなどの情報通信機器講座等の情報提供 インターネット、スマートフォンの利用について、その使い方や危険性の啓発の必要性が高まっている中で、各携帯電話会社などが行っている高校生や保護者を対象にした教室などの活用に向けて、教育現場などへ情報提供を行い、消費者教育に取り組みます。	継続	市民安全課 消費生活センター

## (13) 生徒・保護者への情報提供、啓発

取 組	区分	担当課
(13) 独立行政法人国民生活センターの見守り情報の提供 独立行政法人国民生活センターの見守り情報(消費者被害から高齢者・障害者、子どもを守る最新情報)を市ウェブサイトで提供します。	継続	市民安全課 消費生活センター

## ⑤若年層

高校を卒業し、進学や就職をしたばかりの若者については、消費者の権利と責任が大きく変化することを踏まえ、自立した社会人としての消費者、職業人としての生産者・サービス提供者となることが求められます。

このため、社会的経験の浅い若者が安心して充実した生活を送るために、契約等に関する知識やトラブル対処方法の啓発活動を実施することが重要となります。

本市では、市内の専門学校等における消費生活講座の実施や、各種イベントや新成人を祝う「はたちの記念式典」の場において啓発活動を行います。

また、市内の企業等の新人研修などで啓発講座や市の出前講座の実施について、働きかけを行います。

### (14) 専門学校等における消費者啓発講座

取 組	区分	担当課
(14)-1 専門学校等における消費者啓発講座 市立看護専門学校において、全校生徒を対象に啓発講座を実施	継続	市民安全課 消費生活センター

<p>施します。</p> <p>その他、学生の間で消費者トラブルが多発した場合など、学校から相談があった場合には、学校側と相談しながら、随時、啓発冊子等の配布や消費者啓発講座を行います。</p> <p>また、市内に所在する他の専門学校等においても講座実施に向け働きかけをします。</p>		<p>【重点目標 2】</p> <p>【重点目標 3】</p>
<p>(14)-2 市内企業等での新人研修における啓発講座実施の呼びかけ</p> <p>市内の企業等に対し、新人研修の中で消費に関する講座実施に向けた働きかけや啓発用パンフレットの提供を行います。</p>	新規	<p>市民安全課</p> <p>消費生活センター</p> <p>【重点目標 2】</p> <p>【重点目標 3】</p>

#### (15) 若年層への消費生活センターPR

取 組	区分	担当課
<p>(15) 「はたちの記念式典」での消費者啓発冊子配布</p> <p>「はたちの記念式典」に出席する新成人に、消費生活に関わる知識やトラブルを紹介した冊子と消費生活センターパンフレットを配布します。</p>	継続	<p>市民安全課</p> <p>消費生活センター</p>

#### (16) 若年層への情報提供、啓発

取 組	区分	担当課
<p>(16) 各種イベントにおける消費者啓発</p> <p>市内で行われる各種イベントにおいて、若年層が被害に遭いやすい事例などを紹介したパネルや啓発用パンフレット等を使用し、啓発活動を実施します。</p>	新規	<p>市民安全課</p> <p>消費生活センター</p> <p>【重点目標 2】</p> <p>【重点目標 3】</p>

### ⑥成人期

消費者市民社会の形成に重要な役割を担う消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を習得し、情報を収集することが求められています。そのためには、消費者に向けてさまざまな方法で適切な情報が提供される必要があります。

消費生活センターの認知度を高めていかなければならないことと併せて、さまざまな手段で、より多くの安心・安全のための情報を提供していく必要があります。

#### (17) 市民への情報提供、啓発

取 組	区分	担当課
<p>(17)-1 市広報紙へ悪質商法啓発に関する記事掲載</p> <p>年1回、市広報紙へ消費生活に関する特集記事を掲載し、その時問題になっている事例を紹介し、注意を呼びかけます。</p>	継続	<p>市民安全課</p> <p>消費生活センター</p> <p>【重点目標 3】</p>
<p>(17)-2 市ウェブサイトやSNSを通じた情報提供</p> <p>相談が多発しているなど、問題になっている相談事例を、その注意点や対応策とともに、市のウェブサイトで紹介します。</p> <p>また、新しい情報伝達手段として、若者の利用者が多いSNS</p>	継続	<p>市民安全課</p> <p>消費生活センター</p> <p>【重点目標 3】</p>



による情報提供も行います。		
<b>(17)-3 地方紙への相談事例紹介記事掲載</b> 相談が多発しているなど、問題になっている相談事例を、その注意点や対応策とともに、毎月、地方紙へ記事を掲載します。	継続	市民安全課 消費生活センター 【重点目標3】
<b>(17)-4 被害拡大が予想される悪質商法の報道提供</b> 相談が多く寄せられ、今後被害拡大が予想される悪質商法の場合は、消費生活センターから報道機関へ報道提供を行います。	継続	市民安全課 消費生活センター
<b>(17)-5 コミュニティFMのラジオ番組・ラジオCMによるトラブル事例の紹介</b> コミュニティFMで、消費生活センターにおける最新のトラブル事例とその対応策を紹介する啓発用ラジオ番組を放送します。また、ラジオCMを通じて、多発する事例の紹介とともに、消費生活センターをPRします。	継続	市民安全課 消費生活センター  【重点目標3】
<b>(17)-6 市ウェブサイトによる「製品のリコール情報」の紹介</b> 市ウェブサイトに製品のリコール情報について紹介するページを掲載します。 必要に応じ、リコール情報を町内回覧にて市内全戸で回覧できるようにします。	継続	市民安全課 消費生活センター
<b>(17)-7 消費者月間街頭キャンペーン</b> 消費者月間(5月)及び消費者被害防止月間(12月)の年2回、消費者被害拡大防止のために、富士市消費者運動連絡会と共同で、市内数箇所のスーパーマーケット等において街頭啓発を実施します。	継続	市民安全課 消費生活センター  【重点目標3】
<b>(17)-8 生活展の開催</b> 富士市消費者運動連絡会と消費生活センターが、さまざまな消費生活に関する活動発表を行う生活展を実施します。	継続	市民安全課 消費生活センター 【重点目標3】
<b>(17)-9 消費生活モニター事業</b> 市民が自立した消費者になるための啓発活動や見守り活動を行う人材を育成し、消費者被害の未然防止を図ることを目的とした消費生活モニターを募集し、その活動をサポートします。 モニターの資質向上のための消費者問題の学習会を実施します。	継続	市民安全課
<b>(17)-10 債務整理相談</b> 市民安全課では、消費者金融やクレジットなどの借金で困っている市民の債務問題解決のために、月2回、無料司法書士相談を実施します。 年に1回多重債務問題庁内連絡会を開催し、税・福祉など関係課と情報交換を行うとともに、消費生活センターの活動を紹介します。	継続	市民安全課

### (18) 市民に向けた消費生活センターPR

取 組	区分	担当課
(18)-1 横断幕・公用車マグネットシートによる消費生活センターPR 消費生活センターをPRする横断幕を作成し、5月と12月の消費者月間に市役所前歩道橋やJR富士駅前に掲示します。富士市役所の公用車50台に消費生活センターをPRするマグネットシートを貼付します。	継続	市民安全課 消費生活センター  【重点目標3】
(18)-2 商業施設等での消費生活センターPR 多くの市民が訪れる商業施設等において、パネル展示や啓発グッズの配布を行い、消費生活センターのPRや消費者トラブルの未然防止の啓発活動を行います。	継続	市民安全課 消費生活センター  【重点目標3】

### (19) 啓発講座

取 組	区分	担当課
(19)-1 消費者啓発講座 消費生活センターでは、団体や市民の集まりに対し無料で啓発講座を行っています。寸劇やDVD上映等を取り入れながら、悪質商法や最新の相談事例などをわかりやすく説明しています。	継続	市民安全課 消費生活センター
(19)-2 市民生活講座 富士市消費者運動連絡会と協働し、消費者が多数の情報を的確に判断し、主体的に行動するための情報収集及び自己啓発の場として、消費生活にかかる学習講座を開催します。	継続	市民安全課  【重点目標3】

## (20) 他の消費生活に関連する教育

### ■「環境教育」の取組

取 組	区分	担当課
(20)-1 富士市環境アドバイザー制度 地域の方が集まる勉強会や講演会の講師、自然観察活動の際の指導者や、学校での総合学習の講師などに、環境アドバイザー*1を派遣します。	継続	環境総務課
(20)-2 食品ロスの削減に向けた取組み 食品ロスの削減をテーマに市内各所で講座を行います。12月・1月を啓発強化月間とし、食品ロス削減キャンペーンを実施します。	継続	廃棄物対策課

\*1 環境アドバイザーとは、環境に関する知識や経験が豊富で、地域の環境保全活動に取り組む環境問題のスペシャリストです。アドバイザーは、「地球環境」「地域環境」「自然環境」「循環環境」の4分野で登録されています。

### ■「食育」の取組

日本では、食料を海外に大きく依存しながらも、まだ食べられる食べ物が大量に廃棄されています。食べ物をどう選び、どう食べるかという日々の消費生活の実践は、個人の健全な心身を培い、豊かな人間性を育むだけでなく、健康長寿社会や持続可能な社会の実現につながります。

生産から消費までの食べ物の循環を意識し、健康な生活や環境に配慮した適切な「食」の選択を行うことができるよう、子どもから大人までライフステージに応じて、さまざまな食育を実施していきます。

取 組	区分	担当課
(20)-3 食育普及啓発事業 健康な食生活や地産地消の推進、食品の安全性に関する理解の向上、無駄のない食生活の推進を目的に、イベント等におけるゲームの実施やレシピの配布、食育講座の実施、フェイスブックによる情報発信等を行います。	継続	地域保健課食育推進室
(20)-4 食育推進地区事業 食育推進地区において、地産地消の推進、無駄のない食生活の推進、食生活改善等を目的に、調理実習や食育講座、地区文化祭での啓発活動等、各地区の特色を活かした事業を実施します。	継続	地域保健課食育推進室
(20)-5 食育推進校事業 食育推進校において、地産地消の推進、健康な食生活の啓発等を目的に、野菜栽培体験、調理実習等の各種食育体験活動や小中学生栄養調査、食育講座等を実施します。	継続	地域保健課食育推進室

## ■子育て世代を支援する取組

男女共同参画社会を実現するための講座や学習会等を実施しています。この中で、市内で活動する団体やグループから企画を募集して実施する市民提案型の男女共同参画委託学級を行っています。

子育て世代を支援する取組として、保険や年金、家計に関わる提案もあります。

取 組	区分	担当課
(20)-6 子育て世代の支援 男女共同参画に関する講座や学習会等の開催の企画を、市内で活動している団体やグループから募集し、男女共同参画学級という形で委託し啓発事業を行います。	継続	市民活躍・男女共同参画課

## ■「SDGs \*1 (エシカル消費) \*2」への取組

市民や事業者を対象として、エシカル消費や消費者志向経営を意識したSDGsの理念や実践に関する普及啓発を実施し、SDGsの認知度向上及び実践を後押しすることを目的とします。

取 組	区分	担当課
(20)-7 SDGsカードゲーム講座の実施 市民活動団体、小中学校及び職員等を対象として、SDGsの理解を深めるとともに、消費者としてエシカル消費を意識したSDGsの目標達成に寄与する取組等を学ぶ講座を開催します。	新規	企画課

\*1 世界が直面するさまざまな問題に対し、世界が丸となって取り組むための目標を「SDGs (持続可能な開発目標)」といいます。国連に加盟する193の国々が合意し採択され、2030年までに世界が実現する全体目標として、世界の国々が取り組むべき17の目標と169のより具体的な目標(ターゲット)が示されています。

\*2 人や社会、環境に配慮したものやサービスを選んで消費することを「エシカル消費」といいます。具体的にはマイボトルやマイバックを利用し資源を大切にすることや、買いすぎや食べ残しをしないなど、人や社会、地球環境に配慮した消費行動を指します。

## ⑦高齢者・障害者

### ◆高齢者・障害者本人に対する啓発（成人期を対象とした消費者教育事業に加えて）

本市の消費生活相談の特徴として、高齢者からの相談の割合が高いことが挙げられますが、今後、高齢化や核家族化が進展することで、さらに高齢者の消費者被害が増加することが予想されます。そのため、高齢者の対策に特に力を入れていく必要があります。

また、障害者の中には、その障害の特性により、勧誘されると断れない人や消費者トラブルに気付きにくい人もいるため、障害者に対しても力を入れて取り組んでいきます。

高齢者・障害者に対する対策としては、高齢者・障害者本人に対する啓発と、周囲の見守り強化の両方に取り組んでいきます。

高齢者・障害者本人に対する啓発については、直接注意を呼びかけることができ、双方向のコミュニケーションをとることができる啓発講座に力を入れていきます。特に、日頃見守りの目が届きにくい福祉サービスを利用していない高齢者の集まる場での啓発に力を入れていきます。

また、平成30年度から、健康なまちづくりのために保健師が市内各地区の担当として地域に入り、健康講座や相談、家庭訪問などを行う保健活動を展開しています。地域に入る保健師にも情報提供、情報交換を行い、見守りの強化に努めます。

#### (21) 高齢者・障害者に対する消費者啓発講座

取 組	区分	担当課
(21)-1 市内各地区における消費者啓発講座 年間2~3地区を対象として、悪質商法の手口や対処方法、最新の相談事例など、消費者被害にかかる学習講座を企画し、実施します。	新規	市民安全課 消費生活センター  【重点目標1】 【重点目標3】
(21)-2 生きがいデイサービスにおける消費者啓発講座 生きがいデイサービス（介護保険の「要支援」「要介護」の認定を受けていない65歳以上の人対象）に働きかけ、生きがいデイサービスでの消費者啓発講座を実施します。	継続	市民安全課 消費生活センター  【重点目標1】 【重点目標3】
(21)-3 ふれあい・いきいきサロン、悠容クラブ等における消費者啓発講座 ふれあい・いきいきサロン、悠容クラブ等に対して、啓発講座について周知し、消費者啓発講座を実施します。	継続	市民安全課 消費生活センター 【重点目標1】 【重点目標3】
(21)-4 障害者団体に対する消費者啓発講座 障害者団体に対する消費者啓発講座を行います。	継続	市民安全課 消費生活センター
(21)-5 富士市消費者運動連絡会による啓発講座 富士市消費者運動連絡会が、ふれあい・いきいきサロン、悠容クラブ等に対して、啓発講座を行います。連絡会に対し、消費生活センターからは最新事例の紹介やパンフレットの提供などを行います。	継続	富士市消費者運動 連絡会 市民安全課 消費生活センター

(22) 高齢者・障害者へ向けた消費生活センター P R

取 組	区分	担当課
<p>(22)-1 在宅高齢者実態調査時における消費生活パンフレット配布</p> <p>高齢者に、困ったときには消費生活センターに相談してもらうために、毎年7月に行われる、民生委員・児童委員による在宅高齢者実態調査*1の際に、高齢者世帯に対して、消費生活センターのP Rと悪質商法の事例を紹介した消費生活啓発パンフレットの配布を行います。</p>	継続	市民安全課 消費生活センター  【重点目標1】 【重点目標3】
<p>(22)-2 介護予防教室における消費者啓発</p> <p>65歳以上で介護認定を受けていない高齢者を対象とした介護予防教室において消費生活センターのP Rと悪質商法の事例を紹介した消費生活啓発パンフレットの配布を行います。</p>	継続	市民安全課 消費生活センター 高齢者支援課  【重点目標1】 【重点目標3】

\*1 在宅高齢者実態調査：対象年齢以上のひとり暮らしの人、対象年齢以上の高齢者のみで構成されている世帯もしくはそれに準ずる世帯等を対象に年1回行う調査。

(対象年齢：令和4年度/73歳以上、令和5年度/74歳以上、令和6年度以降/75歳以上)

(23) 特別支援学校への講座等の情報提供

取 組	区分	担当課
<p>(23) 特別支援学校でのスマートフォンなどの情報通信機器講座等の情報提供</p> <p>特別支援学校においても、インターネット、スマートフォンの利用について、その使い方や危険性の啓発の必要性が高まっている中で、各携帯電話会社などにおいて行っている特別支援学校の生徒や保護者を対象にした教室などの活用に向けて、教育現場などへ情報提供を行います。</p>	継続	市民安全課 消費生活センター

## ◆高齢者・障害者の見守りをする方々への啓発と連携

消費者被害にあった高齢者の中には、判断能力の低下等の理由から、被害にあっていることに気付いていない人がいます。このような高齢者が悪質商法の事業者間で共有される被害者名簿に登載され、繰り返し被害に遭う可能性が高いということが指摘されています。

また、障害者の中には、勧誘されると断れずに何でも買ってしまう人や、消費者被害を被害として認識できない人もいます。

これらの高齢者や障害者の対策としては、家族や高齢者、障害者を支援している事業所、地域の民生委員などの周囲の見守りが必要です。

見守りを行う人々は、消費生活に関する知識や情報などを日頃から身につけておくことが大切なため、そのための啓発を行います。

また、令和2年12月に静岡県内の市町としては初めて設立した「富士市消費者安全確保地域協議会」において構成団体間での情報の共有を行い、認知力の低下した高齢者や障害を持つ方等を見守るためのネットワークの構築に力を入れます。

### (24) 消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の強化

取 組	区分	担当課
<p>(24) 消費者安全確保地域協議会の連携強化</p> <p>認知力の低下した高齢者や障害者等の見守りを行う人々は、消費者被害を未然に防止するための消費生活に関する知識や情報などを日頃から身につけておく必要があるため、協議会の組織内で最新の情報が提供できるよう連携を強化します。</p>	新規	市民安全課 消費生活センター  【重点目標1】 【重点目標3】

### (25) 見守りをする方々への啓発講座等

取 組	区分	担当課
<p>(25)-1 地域包括支援センター・高齢者地域支援窓口職員に対する消費者啓発講座</p> <p>福祉サービスを利用していない高齢者からの相談も受けている地域包括支援センターや高齢者地域支援窓口は、地域の高齢者の相談拠点であり、見守りの要でもあります。</p> <p>見守りを行う人々は、消費者被害を未然に防止するための消費生活に関する知識や情報などを日頃から身につけておく必要があるため、そのための啓発講座を行います。</p> <p>また、各地域包括支援センターから介護予防教室などへの講座の依頼に応じて消費者啓発講座を実施します。</p>	継続	市民安全課 消費生活センター 高齢者支援課  【重点目標1】 【重点目標3】
<p>(25)-2 民生委員・児童委員に対する消費者啓発講座</p> <p>民生委員・児童委員は、各地域で社会福祉活動を行っています。また、高齢者等の見守り役としても大変重要な仕事を行っています。そのような各地域での活動の中で、消費者教育についても取り入れてもらうため、民生委員・児童委員の理事会や地区定例会で消費者啓発講座等を行います。</p>	継続	市民安全課 消費生活センター 福祉総務課  【重点目標1】 【重点目標3】

<p>(25)-3 介護支援専門員研修における見守りのための消費者啓発</p> <p>介護支援専門員研修の中で、消費者被害の見守りのスキルアップを図ります。</p>	<p>継続</p>	<p>市民安全課 消費生活センター 【重点目標1】 【重点目標3】</p>
<p>(25)-4 障害者相談支援事業所等を対象とした消費者啓発講座</p> <p>日頃、障害者の支援を行っている障害者相談支援事業所や障害者相談員等を対象とした消費者啓発講座を行います。</p>	<p>継続</p>	<p>市民安全課 消費生活センター 障害福祉課</p>

(26) 見守りをする方々への情報提供

取 組	区分	担当課
<p>(26)-1 高齢者介護事業所や障害福祉事業所に対する消費者啓発講座の周知</p> <p>高齢者・障害者支援事業所に対して周知活動を強化します。</p>	<p>継続</p>	<p>市民安全課 消費生活センター 高齢者支援課 障害福祉課 【重点目標1】 【重点目標3】</p>
<p>(26)-2 製品事故等に関する情報提供</p> <p>消費者庁から情報提供されるリコール情報や高齢者・障害者に係る製品事故情報を、市内の高齢者・障害者入所施設や地域包括支援センター、居宅介護支援事業所、障害者相談支援事業所へ情報提供します。</p>	<p>継続</p>	<p>市民安全課 消費生活センター 【重点目標1】 【重点目標3】</p>
<p>(26)-3 高齢者見守り支援ネットワークにおける消費生活の見守り</p> <p>各地域包括支援センターが中心となって構築する高齢者見守り支援ネットワークの中に、消費者被害の見守りも含めるよう働きかけます。</p> <p>ネットワーク構築に向けて行われる地域ケア会議の中で、消費者啓発の実施に向けて働きかけます。地域の見守りの担い手である人達へ向けた消費者啓発を行うことで、地域の見守りを強化します。</p>	<p>継続</p>	<p>市民安全課 消費生活センター 高齢者支援課  【重点目標1】 【重点目標3】</p>
<p>(26)-4 地域包括支援センター、障害者相談支援事業所等との日常的な情報交換</p> <p>日頃から、民生委員・児童委員、地域包括支援センター、介護支援専門員、障害者相談支援事業所等への悪質商法の手口などの情報提供を行います。</p> <p>また、日頃から、民生委員・児童委員、地域包括支援センター、介護支援専門員、障害者相談支援事業所等からの情報の収集に努めます。</p> <p>独立行政法人国民生活センターの見守り情報（消費者被害から高齢者・障害者、子どもを守る最新情報）を提供します。</p>	<p>継続</p>	<p>市民安全課 消費生活センター 高齢者支援課 障害福祉課  【重点目標1】 【重点目標3】</p>



(27) 高齢者・障害者施策との連携

取 組	区分	担当課
<p>(27)-1 認知症サポーター養成講座における見守りのための消費者啓発</p> <p>認知症サポーター養成講座*1において、高齢者を狙った悪質商法の情報を加えることにより消費者被害の危険性について啓発を図り、認知症サポーターによる見守りに役立てます。</p>	継続	<p>高齢者支援課 市民安全課 消費生活センター</p> <p>【重点目標1】 【重点目標3】</p>
<p>(27)-2 介護予防サポーター養成講座における見守りのための消費者啓発</p> <p>介護予防サポーター養成講座*2において、高齢者を狙った悪質商法の情報を加えることで、消費者被害の見守りのスキルアップを図ります。</p>	継続	<p>高齢者支援課 市民安全課 消費生活センター</p> <p>【重点目標1】 【重点目標3】</p>
<p>(27)-3 在宅生活安心システム（ふれあいコール）の活用</p> <p>在宅生活安心システム（ふれあいコール）*3の電話連絡をする担当者に対し、高齢者を狙った悪質商法の情報を提供することで、担当者の消費者被害の見守りのスキルアップを図ります。</p>	継続	<p>高齢者支援課 市民安全課 消費生活センター</p> <p>【重点目標1】</p>
<p>(27)-4 成年後見支援センター、日常生活自立支援事業との連携</p> <p>社会福祉協議会が受託運営している成年後見支援センター*4事業における相談業務、日常生活自立支援事業*5の中で、消費生活・消費者被害について適切に相談機関につなげられるよう啓発や情報提供を行い連携していきます。</p> <p>市民後見人養成研修*6の修了者を対象とした継続研修の中で、消費者被害の見守りのスキルアップを図ります。</p>	継続	<p>市民安全課 消費生活センター 高齢者支援課 障害福祉課</p> <p>【重点目標1】 【重点目標3】</p>

\*1 認知症サポーター養成講座:認知症に関する正しい知識と理解を持ち、地域で認知症の人や家族を温かく見守り、できる範囲で手助けをする「認知症サポーター」を養成する講座。認知症になっても安心して暮らせるまちを住民の手でつくっていくことを目的に、一般市民、学生、事業所等を対象に開催。キャラバン・メイトと呼ばれるボランティアが講師役。

\*2 介護予防サポーター養成講座:介護予防の知識と技術を習得し、自らの健康維持を図るとともに介護予防事業等のボランティアとして活動できる人を育成するための講座。

- \* 3 在宅生活安心システム（ふれあいコール）：ひとり暮らしの高齢者等に定期的に電話連絡をして安否確認と孤独感の解消を図ります。
- \* 4 成年後見支援センター：認知症・知的障害・精神障害などで、判断能力が十分でない方が安心して生活できるように「成年後見制度」活用の相談・支援・普及啓発を行います。
- \* 5 日常生活自立支援事業：判断能力の低下がみられる方が地域において自立した生活が送れるよう利用者との契約に基づき、福祉サービスの利用援助・日常的金銭管理サービス・書類等の預かりサービスを行う事業。
- \* 6 市民後見人養成研修：認知症高齢者、知的・精神障害者等のうち、判断能力が不十分な方に対し、適切な介護サービスの利用や金銭管理、法的行為など支援につなげるため、一般市民による成年後見活動を推進するため「市民後見人」を養成する。

## 基本方針2 消費者教育の人材(担い手)の育成・活用

### ① 学校等における教職員の育成

学校の教職員には、消費者教育の推進役としての役割が期待される所であり、その指導力の向上を図ることが求められています。

教育現場の教職員が、推進役として消費者教育に取り組めるよう、消費者教育に関する研修、教材や指導事例などの情報提供を行います。

#### (28) 教職員を対象とした研修等

取組	区分	担当課
(28) 教職員を対象とした研修等 学校で消費者教育を行う教職員の資質向上を図るため、県主催等の消費者教育に関する研修会を周知していきます。教育現場からは、消費生活センターに対し、消費者被害の具体的な事例や、授業で使える資料等の提供依頼をします。	継続	市民安全課 消費生活センター 学校教育課 【重点目標2】 【重点目標3】

#### (29) 教育委員会への消費生活状況報告

取組	区分	担当課
(29) 教育委員会に対する消費生活状況報告 児童・生徒に係る消費生活相談のうち、報告が必要と判断されるものについては、個人を特定しない範囲で消費生活センターから教育委員会に状況報告を行い、教育委員会の活動に役立てます。	継続	市民安全課 消費生活センター 【重点目標2】 【重点目標3】

#### (30) 教材や指導事例の情報提供等

取組	区分	担当課
(30) 教材や指導事例の情報提供等 消費生活センターで得られた、消費者教育に関する教材等や、他の教育機関の先進的指導事例について、情報提供を行います。 また、消費生活センターの保有する、啓発のための教材・DVD・図書の貸出をして活動を支援します。	継続	市民安全課 消費生活センター 【重点目標2】 【重点目標3】

### ②消費者団体・NPO等の地域人材の育成

さまざまな場所における消費者啓発は、市の取組だけでは十分ではありません。一方で、消費者団体を始め、消費者啓発のために活動している団体等があります。市は、そのような団体等と連携しながら、消費者教育を推進していく必要があります。そのために、消費生活に関連する団体等に働きかけ、消費者教育の人材を育成し、その活動を支援していきます。また、地域において新しい連携の在り方を検討し、消費者教育の担い手層を厚くします。

### (31) 消費者団体に対する研修

取 組	区分	担当課
<p>(31) 消費者団体に対する研修</p> <p>富士市消費者運動連絡会が、地域の高齢者の集まりなどで、消費者教育を実施していくために、消費生活センターが相談事例やその問題点、解決方法について研修を行い、地域における消費者教育の担い手となる人材を養成します。</p>	継続	市民安全課 消費生活センター  【重点目標 1】 【重点目標 3】

### (32) 消費者安全確保地域協議会構成員に対する消費者啓発講座等

取 組	区分	担当課
<p>(32) 消費者安全確保地域協議会構成員に対する消費者啓発講座等</p> <p>協議会の構成員は各地域で支援が必要な方の見守り活動を行っています。そのような各地域での活動の中で、消費者教育についても取り入れてもらうため、消費者啓発講座等を行います。</p>	新規	市民安全課 消費生活センター  【重点目標 1】 【重点目標 3】

### (33) 消費者団体等への教材の貸出等支援

取 組	区分	担当課
<p>(33) 消費者団体等への教材の貸出等支援</p> <p>消費者団体等の団体に対して、消費生活センターの保有する、啓発のための教材・DVD・図書を貸し出して活動を支援します。</p> <p>また、県や消費者団体、事業者・事業者団体、NPO等の主体により作成される多様な教材等のさまざまな場での有効活用を促すため、各団体に対して、県の消費者教育教材データベースの情報を提供します。</p>	継続	市民安全課 消費生活センター  【重点目標 3】

### (34) 消費生活センターの拠点としての役割強化

取 組	区分	担当課
<p>(34) 消費生活センターの拠点化</p> <p>消費生活センターは消費者被害の救済だけではなく、商品・サービスの基礎知識や契約知識について情報発信し、啓発活動を行っています。</p> <p>消費生活センターが、消費者教育の拠点としての役割を果たせるよう、消費生活相談員に対する研修を充実させ、その資質の向上を図ります。</p> <p>消費生活センターは、消費者教育の拠点として、その担い手となる団体の人材の育成を支援していきます。</p>	継続	市民安全課 消費生活センター  【重点目標 3】

### ③ 事業者・事業者団体等の消費者教育

「推進法」第14条により事業者及び事業者団体は、消費者の消費生活に関する知識の向上と、従業員に対する消費者教育を行うことによる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されています。

事業者は、消費者からの問合せ、相談等を通じてさまざまな分野の消費生活に関する情報にふれる機会が少なくありません。消費者ニーズを的確に把握し、必要な情報を提供できる能力、一般の消費者にわかりやすく物事を説明する能力の育成は、消費者教育の担い手育成としても期待されます。

そのため、消費者教育の担い手である事業者・事業者団体等が消費者教育に係る活動を推進していただけるように、連携・支援を行います。

#### (35) 事業者・事業者団体の活動との連携

取 組	区分	担当課
<b>(35)-1 事業者・事業者団体の活動との連携</b> 各事業者、事業者団体等では、さまざまな消費者教育に取り組んでいます。 それらの団体の活動を推進するために、情報交換するなど連携していきます。	継続	市民安全課 消費生活センター  【重点目標3】
<b>(35)-2 商業施設等での消費生活センターPR</b> 多くの市民が訪れる商業施設等において、パネル展示や啓発グッズの配布を行い、消費生活センターのPRや消費者トラブルの未然防止の啓発活動を行います。	継続	市民安全課 消費生活センター  【重点目標3】

#### (36) 事業者・事業者団体等に対する教材の貸出等支援

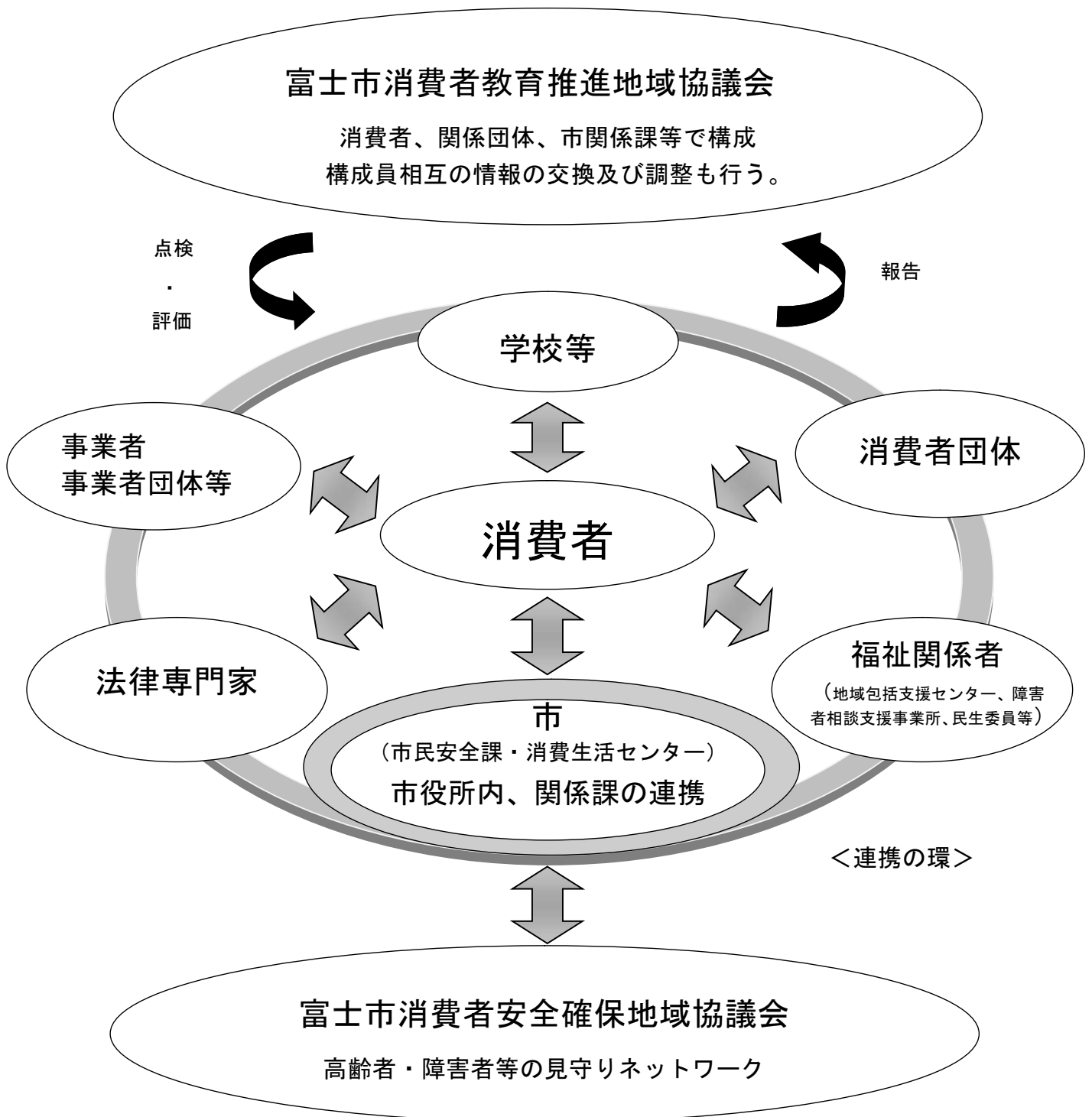
取 組	区分	担当課
<b>(36) 事業者・事業者団体等に対する教材の貸出等支援</b> 消費者教育の担い手である事業者・事業者団体等に対して、消費生活センターの保有する、啓発のための教材・DVD・図書の貸出をして活動を支援します。 また、県や消費者団体、事業者・事業者団体、NPO等の主体により作成される多様な教材等のさまざまな場での有効活用を促すため、各団体に対して、県の消費者教育教材データベースの情報を提供します。	継続	市民安全課 消費生活センター  【重点目標3】

# 第6章 推進体制

## 1 推進体制

本計画を着実に推進するため、各関係団体等と連携、協力しながら取り組んでいきます。そのために、消費者、関係団体、市関係課等を構成員とする「富士市消費者教育推進地域協議会」において、「推進計画」の進捗状況等を報告し、点検・評価していきます。また、本計画に関わる市関係課において庁内連絡会を開き、連携体制を確保し、消費者教育を推進していきます。

### 【推進体制図】



## 2 推進計画の成果指標と評価の公表

重点目標ごとに取組の目標を設定します。成果については、「富士市消費者教育推進地域協議会」で評価し、結果を市ウェブサイトで公表します。

### 第3次計画でめざす目標値

取組内容	重点目標	第2次計画 目標値	第3次計画目標値	
			目標値	説明
①中学校における消費者教育連携授業	重点目標 2・3	16校/年	17校/年	市内公立私立全校の1学年全クラスを目標とします。
②若年層に対する啓発活動・講座	重点目標 2・3	—	10回/年	若年層を対象とした消費者教育を進めます。
③高齢者・障害者本人に対する啓発活動・講座	重点目標 1・3	20回/年	20回/年	高齢者・障害者の特性に合わせた消費者教育を進めます。
④その他の年代に対する啓発活動・講座	重点目標3	20回/年	30回/年	年齢階層に応じた消費者教育を進めます。
⑤高齢者・障害者を見守る方への啓発活動・講座	重点目標 1・3	10回/年	20回/年	関係団体との連携を進め目標値の達成に努めます。
⑥消費者教育の人材(担い手)の育成・活用のための研修等の実施	重点目標 2・3	50人/年	50人/年	人材育成とともに、その活動の支援を進めます。

# 参考資料

## 消費者教育の推進に関する法律

富士市消費者教育推進地域協議会委員

富士市消費者教育推進庁内連絡会設置要領

## 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）

### 目次

第一章 総則（第一条—第八条）

第二章 基本方針等（第九条・第十条）

第三章 基本的施策（第十一条—第十八条）

第四章 消費者教育推進会議等（第十九条・第二十条）

附則

### 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。
- 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）第十条第三項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、経済的状况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つては、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

情報の活用による実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、消費者安全法第十一条に規定する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

(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。

(消費者庁及び消費者委員会設置法の一部改正)

3 消費者庁及び消費者委員会設置法（平成二十一年法律第四十八号）の一部を次のように改正する。

目次中「第五条の二」の下に「一第五条の四」を加える。

第四条第十三号の次に次の一号を加える。

十三の二 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）第九条第一項に規定する消費者教育の推進に関する基本的な方針の策定及び推進に関すること。

第五条の二を次のように改める。

(設置)

第五条の二 別に法律で定めるところにより消費者庁に置かれる審議会等は、次のとおりとする。

消費者安全調査委員会

消費者教育推進会議

第二章第三節中第五条の二の次に次の二条を加える。

(消費者安全調査委員会)

第五条の三 消費者安全調査委員会については、消費者安全法（これに基づく命令を含む。）の定めるところによる。

(消費者教育推進会議)

第五条の四 消費者教育推進会議については、消費者教育の推進に関する法律（これに基づく命令を含む。）の定めるところによる。

第六条第二項第四号中「食品安全基本法」の下に「、消費者教育の推進に関する法律」を加える。

役 職	氏 名	所属(団体)等

## 富士市消費者教育推進庁内連絡会設置要領

### (設置)

第1条 富士市消費者教育推進計画（以下「計画」という。）に基づき、消費者教育に関する施策を総合的かつ計画的に推進するとともに、庁内における関係各課の連携体制を確保するため、富士市消費者教育推進庁内連絡会（以下「連絡会」という。）を設置する。

### (所掌事務)

第2条 連絡会は、次に掲げる事務を所掌する。

- (1) 消費者教育の普及及び啓発に関すること。
- (2) 計画の推進に必要な関係課及び関係機関との連絡調整を図り、評価及び進行管理を行うこと。計画期間の終了にあたっては次期計画策定に関し関係課及び関係機関との意見の調整を行うこと。
- (3) その他消費者教育の推進に関し必要と認められること。

### (組織)

第3条 連絡会は、会長及び委員をもって組織する。

- 2 会長は、市民安全課長をもって充てる。
- 3 委員は、別表第1に掲げる課に属する主幹又は主幹相当職以上の職員から会長が指名する。
- 4 会長は、連絡会を総括する。
- 5 会長に事故があるときは、あらかじめ会長が指名する委員が、その職務を代理する。

### (会議)

第4条 連絡会の会議は、会長が招集し、議長となる。

- 2 委員は、代理人を出席させることができる。
- 3 会長が必要と認めるときは、会議に関係者又は関係職員の出席を求め、意見を聴き、又は説明を求めることができる。

### (庶務)

第5条 連絡会の庶務は、市民部市民安全課において処理する。

### (委任)

第6条 この要領に定めるもののほか、連絡会の運営に関し必要な事項は、会長が別に定める。

### 附則

この要領は、平成29年4月1日から施行する。

この要領は、平成30年4月1日から施行する。

この要領は、令和4年4月1日から施行する。

### 別表第1（第3条関係）

市民部	市民安全課 市民活躍・男女共同参画課
福祉部	福祉総務課 高齢者支援課 障害福祉課
保健部	地域保健課（食育推進室）
環境部	環境総務課 廃棄物対策課
教育委員会	学校教育課 市立高等学校



---

第3次富士市消費者教育推進計画  
令和5年3月

発行 : 富士市市民部市民安全課  
住所 : 〒417-8601 静岡県富士市永田町1丁目100番地  
電話番号 : 0545-55-2750 FAX : 0545-51-0367  
Eメール : si-shiminanzen@div.city.fuji.shizuoka.jp  
URL : <http://www.city.fuji.shizuoka.jp/>

富士市行政資料登録番号 ー

---