

# パブリック・コメント

制度で

市民のみなさん  
のお声を、お聴  
かせください。

## 募集期間

令和3年（2021年）  
3月22日（月）から  
4月20日（火）まで

パブリック・コメント制度は、  
市が計画や条例を策定するときに、市民の皆さんから  
広くご意見をお聴きし、一緒に考え、決めていこう  
という制度です。（宝塚市市民パブリック・コメント条例）

消費者市民社会の実現を目指して

宝塚市では、

## 第2次宝塚市消費者教育推進計画（案）

について、市民のみなさんからのご意見  
を募集しています。



（お問合せ先）  
〒665-0852 宝塚市売布2丁目5番1号 ピピアめふ1・5階  
宝塚市役所 産業文化部 産業振興室 消費生活センター  
Tel 0797-81-4185 Fax 0797-83-1011

## 第2次宝塚市消費者教育推進計画(案)への意見募集について

### 1 宝塚市消費者教育推進計画とは

本計画は、市民一人ひとりが自立した消費者として、安全で安心して豊かな消費生活を営むため、幼年期から高齢期まですべての世代を対象とし、学校・地域・家庭・職域といった生活の場に応じた適切な方法で、消費者教育を総合的かつ体系的に推進していくため、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項に基づき策定する計画です。

計画の期間は、令和3年度(2021年度)から令和12年度(2030年度)までの10年間とします。

### 2 第2次宝塚市消費者教育推進計画(案)策定の経過

本計画(案)の策定にあたり、令和3年(2021年)1月、市消費生活協議会に計画策定に関し諮問し、知識経験者2人、市内の公共的団体等の代表者5人、関係行政機関の職員3人、公募による市民2人の合計12人の委員で、1月～2月に2回の審議が行われました。

宝塚市消費生活協議会の委員名簿は、別添のとおりです。

### 3 第2次宝塚市消費者教育推進計画(案)のポイント

本市では、安全・安心な消費生活に向けての取組をより一層推進するため、現行計画である「宝塚市消費者教育推進計画(平成28年度(2016年度)～32年度(2020年度))」を策定し、消費生活相談の充実を図るとともに、様々な消費者教育・啓発活動に取り組んできたところです。

しかし、この間も消費者を取り巻く環境は絶えず変化しているとともに、消費生活相談においては、消費者トラブルの内容が、年々複雑化・巧妙化の傾向にあります。

このことから、これらの変化に対応しつつ、前計画の基本的な考え方は継承しながら、関係機関や関係団体、事業所等と連携・協働して目標達成に向けて消費者教育の推進に取り組みます。

#### ○計画の目標

「消費者市民社会の実現を目指して、自ら考え行動する消費者を育みます」

#### ○目指す消費者像

- ・消費生活に興味関心を持ち、自ら判断、選択、行動ができる自立した消費者
- ・自分だけでなく、周りの人々や未来の人々の状況などをしっかり見つめて生活し、公正かつ持続可能な社会の形成に参画することができる消費者

#### 4 意見募集の目的

本計画（案）策定の趣旨や内容等について、広く公表し、本計画（案）に市民の皆様からの意見を反映するため、意見募集を行います。

なお、意見募集のため公表する内容は、以下のとおりです。

- ① 第2次宝塚市消費者教育推進計画（案）に対する意見募集
- ② 別紙「意見提出用紙」
- ③ 第2次宝塚市消費者教育推進計画（案）の概要
- ④ 第2次宝塚市消費者教育推進計画（案）

#### 5 第2次宝塚市消費者教育推進計画（案）の公表方法について

本計画（案）の概要版・本編は、市ホームページ及び市の窓口にて公表しています。

- ①市ホームページ (<http://www.city.takarazuka.hyogo.jp>)

- ・産業文化部産業振興室消費生活センターのページ
- ・トップページから「消費者教育推進計画」で検索するか、又は「検索用 ID : 1013926」を入力し検索することもできます。

二次元コード



- ②市の窓口

- ・消費生活センター、市民相談課、各サービスセンター・サービスステーションで公表しています。

#### 6 意見の募集期間

令和3年（2021年）3月22日（月）から令和3年（2021年）4月20日（火）まで

#### 7 意見の提出方法

別紙「意見提出用紙」に必要事項を記入し、案に関する意見を記載して提出してください。なお、別の用紙で提出していただく場合は、別紙「意見提出用紙」に記載のある項目（氏名、住所、電話番号等）すべてを明記してください。

意見が複数ある場合は、意見ごとに意見対象箇所（全般的しくは特定部分）が分かるように記載してください。

提出方法は、消費生活センターへ持参・郵送・ファクシミリ・電子メールのいずれかの方法により、募集期間内にご提出ください。ただし、郵送の場合は、令和3年（2021年）4月20日（火）必着とします。電話などによる口頭での意見提出はできません。

## 8 提出先・問い合わせ先

〒665-0852 宝塚市売布2丁目5番1号 ピピアめふ1・5階

(市役所庁舎内ではありませんので、ご注意ください。)

電話番号 0797-81-4185

ファクシミリ 0797-83-1011

電子メールアドレス m-takarazuka0070@city.takarazuka.lg.jp

## 9 意見の公表について

氏名、住所、電話番号等の個人情報は、一切公表しません。提出いただいた意見（パブリック・コメント）については、個人の権利利益を害するおそれのある情報等を除き、その全体を取りまとめた上で、意見の採否及び市の考え方とともに市ホームページで公表するほか、消費生活センター、市民相談課、各サービスセンター・サービスステーションで配布します。

なお、提出いただいた意見に対し、個別回答はしませんのでご了承ください。

## 10 個人情報等の取扱いについて

氏名、住所、電話番号等の個人情報は、厳正に保管し、他の目的には一切使用、提供しません。

## 宝塚市消費生活協議会委員名簿

区分	委員氏名(敬称略)	所属及び肩書
知識経験者	◎ 秋山 学	神戸学院大学 心理学部 教授
知識経験者	○ 鈴木 尉久	間瀬・鈴木法律事務所 弁護士
市内の公共的団体等の代表者	笠谷 純	特定非営利活動法人消費者協会宝塚 理事長
市内の公共的団体等の代表者	新谷 俊廣	宝塚商工会議所 専務理事
市内の公共的団体等の代表者	須藤 實枝	宝塚市自治会連合会 理事
市内の公共的団体等の代表者	浦野 のり子	宝塚市民生委員・児童委員連合会 副会長
市内の公共的団体等の代表者	牟田 浩伸	宝塚市社会福祉協議会 事務局長
関係行政機関の職員	吉川 雅也	宝塚市立山手台中学校 校長
関係行政機関の職員	西谷 美貴	兵庫県立消費生活総合センター 相談啓発部長
関係行政機関の職員	徳岡 祐二	宝塚警察署 生活安全課長
公募市民	吉澤 久実	
公募市民	磯田 友希	

※◎は会長、○は副会長

第2次宝塚市消費者教育推進計画(案)に対する意見

○氏名または名称 \_\_\_\_\_

○住所または所在地 \_\_\_\_\_

※ 住所が市外の場合は、次のうち該当するものにチェックを入れてください。

市内在勤  市内在学  その他

○連絡先(電話番号) \_\_\_\_\_ (メールアドレス) \_\_\_\_\_

※ 上記の記述がないものや正確に記載されていない場合は受付できません。

※ この枠内の情報は公表しません。また、上記の個人情報につきましては、厳正に保管し、他の目的に使用、提供しません。

【意見】

※ 該当する項目を選んでください。

第2次宝塚市消費者教育推進計画(案)の全般に関すること

特定の部分に関すること

\_\_\_\_\_ページの\_\_\_\_\_行目からの部分

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

※用紙が足りない場合は、お手数ですが、コピーしていただきますようお願いします。

その場合、2枚目以降は、氏名のみご記入ください。

【意見締切り】令和3年(2021年)4月20日(火)必着

【お問い合わせ・提出先】宝塚市消費生活センター

〒665-0852 宝塚市売布2丁目5番1号 ピピアめいふ1・5階

TEL: 0797-81-4185 FAX: 0797-83-1011

E-mail: m-takarazuka0070@city.takarazuka.lg.jp

《概要版》

# 第2次宝塚市消費者教育推進計画 (案)

～消費者市民社会の実現を目指して～

令和3年度(2021年度)～令和12年度(2030年度)



令和3年(2021年)〇月

宝塚市

# 第1章 推進計画の改定に当たって

## 計画策定の趣旨

消費者教育は、一人ひとりが自立した消費者として、安全で安心して豊かな消費生活を営むための重要な役割を担っています。このため、幼児期から高齢期まで全ての世代を対象とし、学校・地域・家庭・職域といった生活の場に応じた適切な方法で消費者教育を体系的に推進し、消費者の学びを進める必要があります。

本市では、市民や関係機関、団体、事業所等と連携・協働し、安全・安心な消費生活に向けての取組をより一層推進するため、「宝塚市消費者教育推進計画（平成28年度（2016年度）～32年度（2020年度））」を策定し、消費生活相談の充実を図るとともに、様々な消費者教育・啓発活動に取り組んできました。

しかし、この間も「インターネットの普及拡大」「高齢化率の上昇」「成年年齢を18歳に引き下げる民法の改正」「新型コロナウイルスの出現・感染拡大」「エシカル消費への取組」など、消費者を取り巻く環境は絶えず変化しているとともに、消費生活相談においては、消費者トラブルの内容が、年々複雑化・巧妙化の傾向にあります。

このような社会状況の変化に合わせて、「消費者市民社会」の実現を目指して、自ら考え行動する消費者を育むため、消費者教育推進計画を改定します。

※「エシカル消費」とは、倫理的・道徳的な消費であり地域の活性化や雇用などを含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動

# 第2章 消費者教育の現状と課題

## 消費者を取り巻く現状

- 市内の高齢化率は今後さらに上昇
- 新型コロナウイルスによる生活様式の変化
- インターネット通販やキャッシュレス決済などの商取引の増加
- 民法改正により2022年4月から18歳から成年として単独で有効な契約が可能
- 消費生活相談件数は高止まりし、通販への件数、60歳以上の割合が増加

## 消費者教育を推進する上での課題

- 18歳から成年とみなされること、高齢化率上昇などによる悪徳商法による消費者被害の拡大
- 一人ひとりが人や社会、地域、環境に配慮した消費行動の必要性
- 地域の多様な主体間のネットワーク化、連携や協働による効果的な消費者教育や消費者団体の育成や支援

# 第3章 消費者教育の推進に向け目指すべき方向

## 計画の目標

消費者市民社会の実現を目指して、自ら考え行動する消費者を育みます

※「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

## 目指す消費者像

- 消費生活に興味関心を持ち、自ら判断、選択、行動ができる自立した消費者
- 自分だけでなく、周りの人々や未来の人々の状況などをしっかり見つめて生活し、公正かつ持続可能な社会の形成に参画することができる消費者



## 第4章 消費者教育推進方策と今後の取組

### 世代・特性に応じた多様な消費者教育の推進

- 保育所、幼稚園、学校における参加・体験型学習を推進
- 全ての世代が、取引のデジタル化に対応できるための講座を開催するなどの取組を推進
- オンラインでの消費者教育の実施など、学び方の選択肢を増やす取組を推進

### 多様な主体の連携と協働による推進

- 消費者団体など多様な主体が相互に連携・協働できるよう取組を推進
- 人や社会、環境に配慮した消費行動を促進するための啓発を推進
- 市と事業者団体・消費者団体が互いに情報共有し連携する体制を推進

### 消費者教育の担い手の育成

- 消費生活サポーター「すみれ隊」の育成及び増員
- 消費生活サポーター「すみれ隊」の知識強化のための学習会の実施

### 効果的な情報収集・発信

- 広報たからづか「くらしの情報」への消費生活情報の掲載
- 関係機関・団体と連携した啓発資料の配布
- インターネット等を活用した、効果的な情報発信

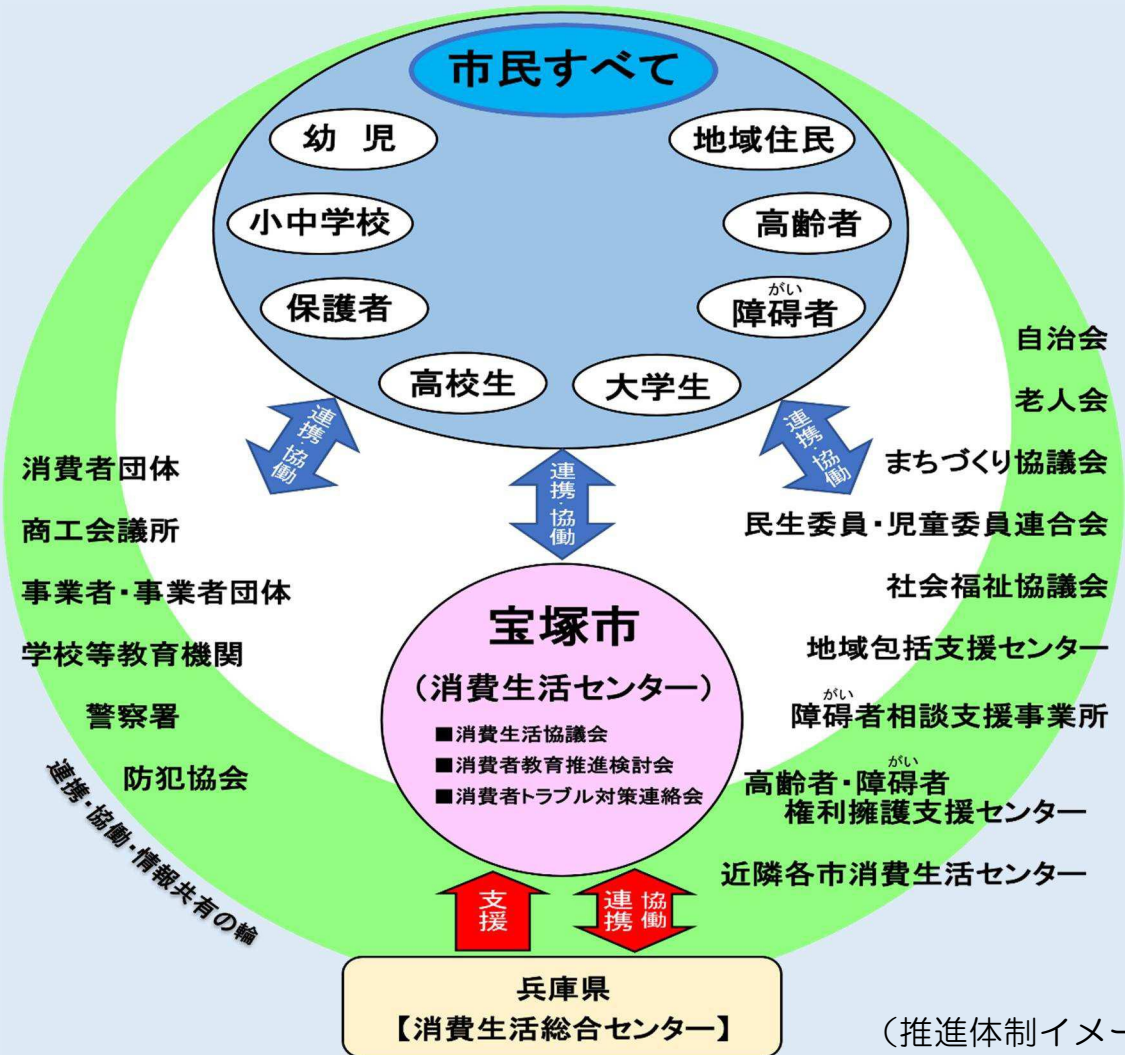
### 計画期間中、重点的に推進する施策の目標

- 1 消費者問題について学び、地域で身近な方に消費生活情報を伝え消費者被害に遭わないように見守る、消費者サポートすみれ隊を育成します。  
(隊員数 10人→30人)
- 2 市民の学習機会を担保するために、本市や関係機関・団体が実施する出前講座・セミナーを数多く実施します。  
(目標講座回数 120回・参加人数 7,000人(学校の授業を除く))
- 3 消費者教育推進のため、広報たからづかや市ホームページ・メール等を活用し、ウィズ・アフターコロナの社会状況に対応した情報発信力の強化を図ります。

# 第5章 推進体制

消費生活センターを消費者教育の拠点として位置付け、消費生活相談業務だけでなく、消費者教育を積極的に行います。

推進体制（イメージ図）に示す関係機関や団体などとの連携・協働・情報共有を積極的に推進し、団体の活動支援や後援等を行い、多くの市民に対し消費者教育の実施を働きかけます。



(推進体制イメージ図)

商品やサービスに関するトラブルは・・・

宝塚市消費生活センターへ

専門の相談員が消費生活に関する  
様々な問題について相談に応じます。

☎相談専用 0797-81-0999  
受 付 月～金曜日（祝・休日を除く）  
9：00～12：00  
12：45～16：00

☎消費者ホットライン  
局番なしの 188

計画に関するお問い合わせ先

宝塚市 産業文化部 産業振興室 消費生活センター  
〒665-0852 宝塚市売布2丁目5番1号 ピピアめいふ1・5階  
TEL：0797-81-4185（直通）  
FAX：0797-83-1011

# 第2次宝塚市消費者教育推進計画(案)

～消費者市民社会の実現を目指して～

令和3年度(2021年度)～令和12年度(2030年度)



令和3年(2021年)〇月

宝塚市

## 目 次

第1章 推進計画の改定に当たって	1
1 計画改定の趣旨	1
2 計画の位置付け	1
3 計画の期間	1
第2章 消費者教育の現状と課題	2
1 消費者を取り巻く現状	2
2 学校における消費者教育の現状	7
3 地域における消費者教育の現状	13
4 本市における消費者教育の現状	15
5 消費者教育を推進する上での課題	20
第3章 消費者教育の推進に向け目指すべき方向	22
1 計画の目標	22
2 推進に当たっての基本方針	22
第4章 消費者教育推進方策と今後の取組	23
1 世代・特性に応じた多様な消費者教育の推進	23
2 多様な主体の連携と協働による推進	29
3 消費者教育の担い手の育成	31
4 効果的な情報収集・発信	31
5 計画期間中、重点的に推進する施策の目標	32
第5章 推進体制	33
1 宝塚市消費生活センター	33
2 宝塚市消費生活協議会	33
3 宝塚市消費者教育推進検討会	33
4 宝塚市消費者トラブル対策連絡会	33
5 行政機関や関係団体との連携や相互協力	33
附属資料	36
消費者教育の推進に関する法律	36
宝塚市消費生活協議会委員名簿	45
宝塚市消費者教育推進検討会委員名簿	46
宝塚市消費生活協議会等開催状況	47
用語解説（「*」マークの用語を解説）	48

## 第1章 推進計画の改定に当たって

### 1 計画改定の趣旨

消費者教育\*は、一人ひとりが自立した消費者として、安全で安心して豊かな消費生活を営むための重要な役割を担っています。このため、幼児期から高齢期まで、全ての世代を対象とし、学校・地域・家庭・職域といった生活の場に応じた適切な方法で消費者教育を体系的に推進し、消費者の学びを進める必要があります。

本市では、市民や関係機関、団体、事業所等と連携・協働\*し、安全・安心な消費生活に向けての取組をより一層推進するため、「宝塚市消費者教育推進計画（平成28年度（2016年度）～32年度（2020年度））」を策定し、消費生活相談\*の充実を図るとともに、様々な消費者教育・啓発活動に取り組んできました。

しかし、この間も「インターネットの普及拡大」「高齢化率の上昇」「成年年齢を18歳に引き下げる民法の改正」「新型コロナウイルスの出現・感染拡大」「エシカル消費\*への取組」など、消費者を取り巻く環境は絶えず変化しているとともに、消費生活相談においては、消費者トラブルの内容が、年々複雑化・巧妙化の傾向にあります。

このような社会状況の変化に合わせて、前計画の基本的な考え方を継承しながら、「消費者市民社会\*」の実現を目指して、自ら考え行動する消費者を育むため、消費者教育推進計画を改定します。

### 2 計画の位置付け

本計画は、本市における消費者教育\*を総合的かつ体系的に推進していくため、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項に基づき策定する計画です。

### 3 計画の期間

本計画の計画期間は、上位計画である宝塚市総合計画にあわせ、令和3年度（2021年度）から令和12年度（2030年度）までの10年間とします。

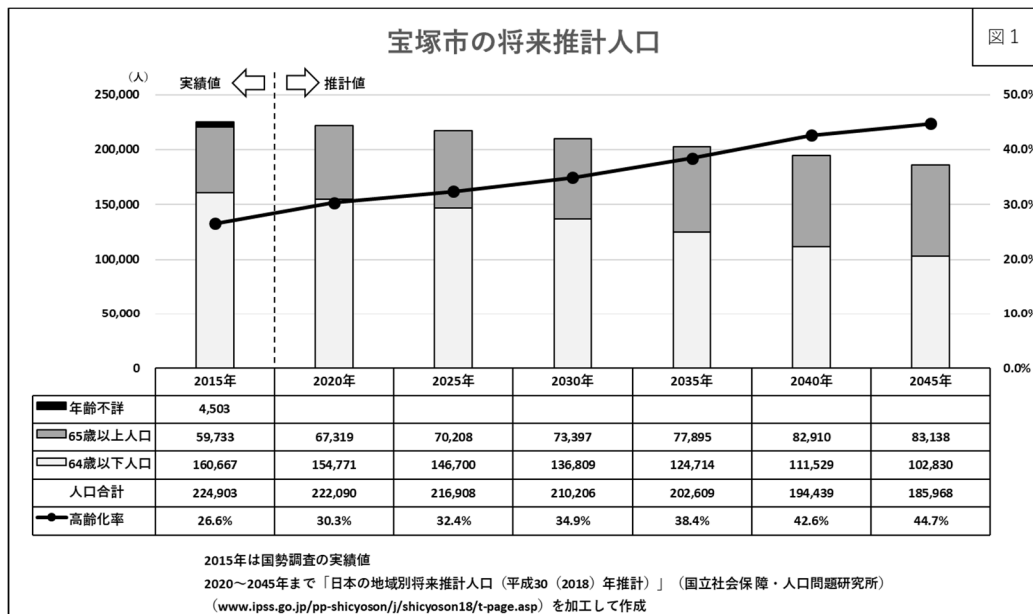
ただし、社会情勢や消費者を取り巻く環境の変化などを踏まえ、必要に応じて内容の見直しを行います。

## 第2章 消費者教育の現状と課題

### 1 消費者を取り巻く現状

#### (1) 社会情勢

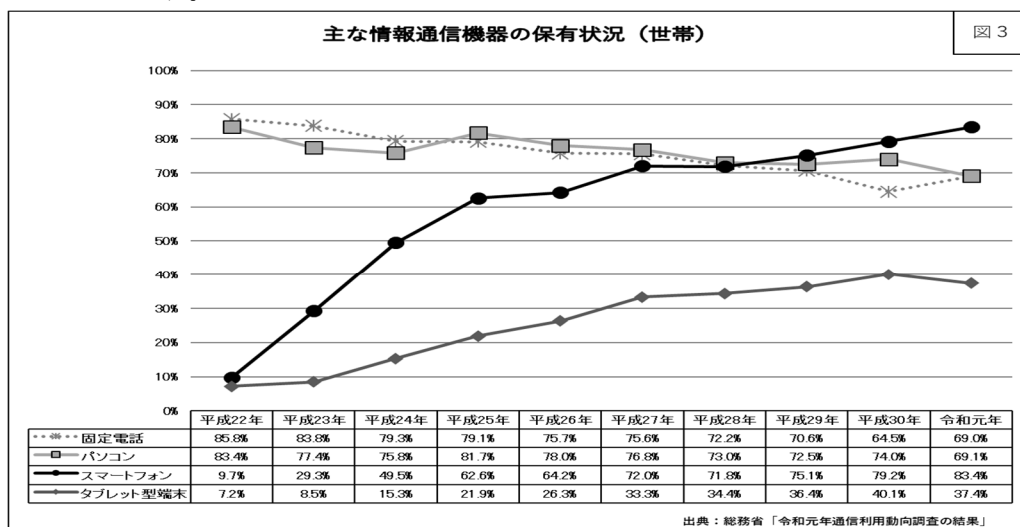
国立社会保障・人口問題研究所がまとめた「日本の地域別将来推計人口（平成30（2018）年推計）」によると、本市の将来推計人口<sup>図1</sup>は、平成27年（2015年）の22万4,903人が令和27年（2045年）には18万5,968人になるまで減少するとされています。その中で高齢化率（総人口に占める65歳以上人口の割合）については、平成27年（2015年）の26.6%が、令和27年（2045年）には44.7%にまで上昇していくことが推計されています。



経済産業省「令和元年度内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業（電子商取引に関する市場調査）報告書」を基に作成した日本のEC（電子商取引）市場規模の推移<sup>図2</sup>によると、EC（電子商取引）\*の市場規模は平成22年（2010年）の7兆7,880億円から令和元年（2019年）は19兆3,609億円になり、商取引の電子化は拡大傾向にあります。



こうした傾向の要因としては、情報通信機器の普及拡大があります。総務省「令和元年通信利用動向調査」の「主な情報通信機器の保有状況（世帯）」**図3**によると、特にスマートフォンの保有状況が増加を続けており、令和元年（2019年）で83.4%になり、平成22年（2010年）の9.7%から約8.6倍に拡大しています。



令和2年（2020年）4月に新型コロナウイルス感染症緊急事態宣言を受け、兵庫県も緊急事態措置を実施すべき区域として、事業者に対しては休業の要請やテレワーク\*の推進、一般の市民に対しては外出を控えるなど、人との接触を極力避ける行動などが求められ、人々の生活様式は大きく変化しました。これらの新たな生活様式は、宣言解除後も引き続き求められているため、インターネット通販やキャッシュレス決済などの商取引のデジタル化と共にインターネットを活用したコミュニケーションなどが、さらに増加するものと考えられます。こうした中で、デジタル・プラットフォーマー\*等が収集した利用者のインターネット上の行動履歴を活用した「行動ターゲティング広告\*」によって、閲覧者の興味関心に合わせた商品やサービスに関する広告がウェブページ等の閲覧中に頻繁に表示されるようになるなど、消費者に対する事業者のアプローチも変化をしています。

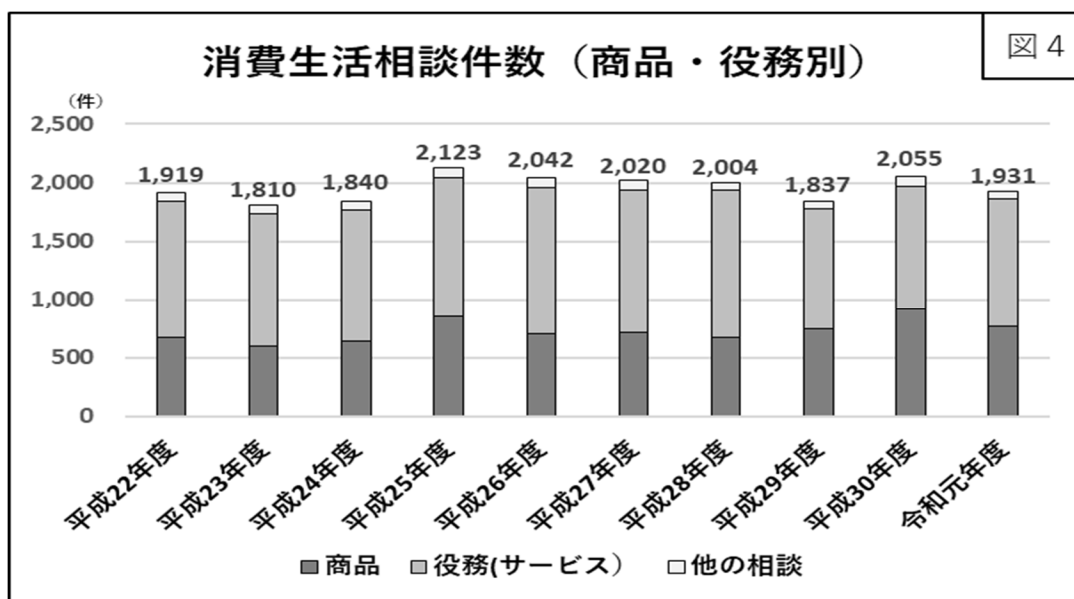
また、令和4年（2022年）4月1日から成年年齢を18歳に引き下げる民法の改正が施行されます。これまで、未成年であった18歳・19歳が法の施行後は、成年として単独で有効な契約をすることが可能となるなど、今後の10年は、消費生活に係る社会情勢が大きく変化していくものと考えます。

## (2) 本市の消費生活相談\*の状況（消費生活センター令和元年度相談状況）

### ア 相談件数の推移と商品・役務（サービス）別内訳

令和元年度（2019年度）の消費生活センターに寄せられた消費生活相談件数**図4**は、全体で1,931件あり、平成30年度（2018年度）の2,055件から減少しました。しかし、平成22年度（2010年度）から10年間の相談件数を見ると、増減はあるものの、おおむね2,000件前後で推移している状況です。

その内訳は、商品に関する相談が766件（39.7%）、役務（サービス）に関する相談が1,091件（56.5%）、その他の相談が74件（3.8%）でした。



（相談内容の分類）

「商品」：「商品一般」「食料品」「住居品」「被服品」「教養娯楽品」等

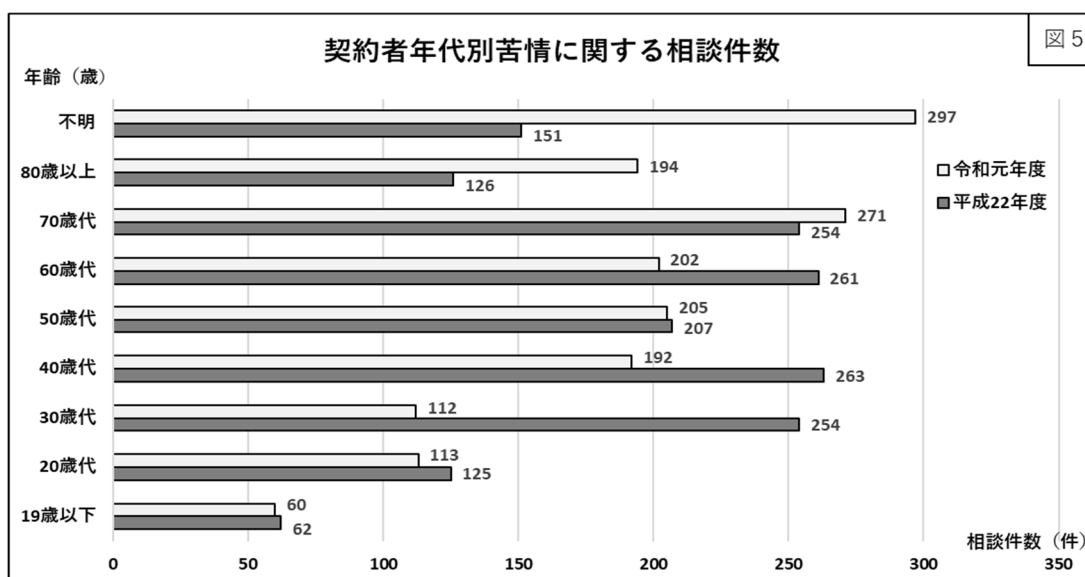
（「架空請求\*」や「ネガティブ・オプション\*」の相談は「商品一般」に含む。）

「役務（サービス）」：「金融・保険サービス」「運輸・通信サービス」「教養・娯楽サービス」等

「他の相談」：「商品」と「役務（サービス）」の、そのどちらにも属さない相談

#### イ 契約者年代別苦情に関する相談件数

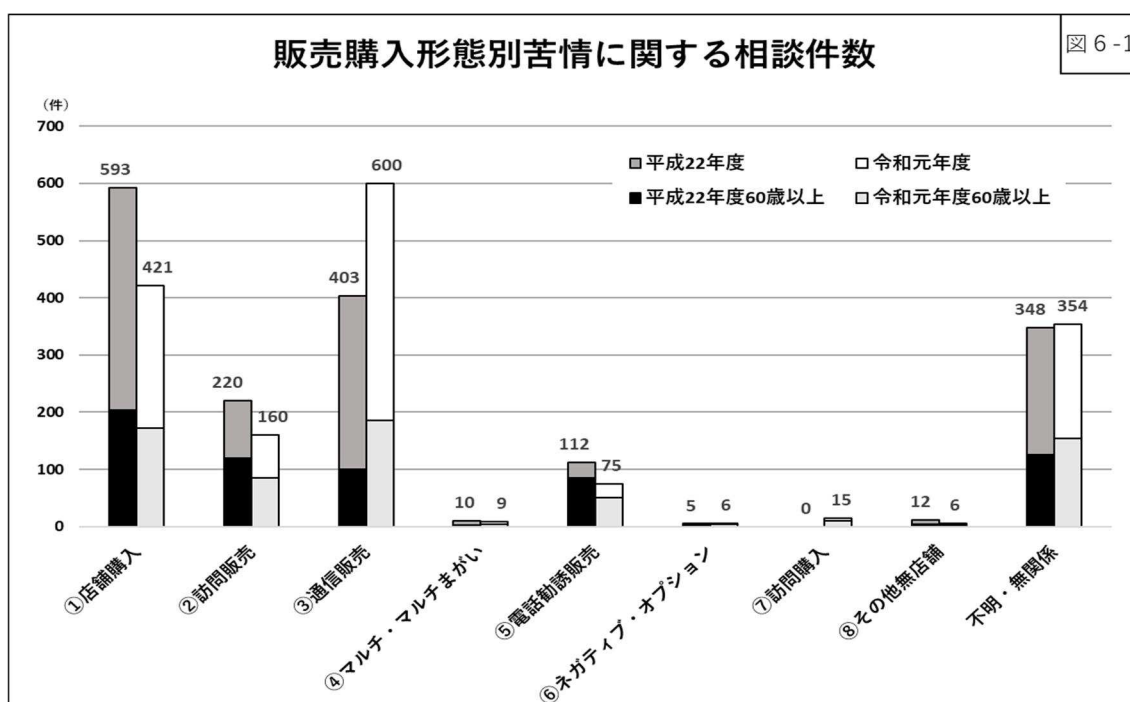
契約者年代別苦情に関する相談件数(図5)を平成22年度(2010年度)と令和元年度(2019年度)を比較すると、苦情に係る消費生活相談契約者年齢は、70歳代以上の高齢者の相談が増加して、60歳代以下は減少しており、特に30歳代は大きく減少しています。ただし、個人情報保護の意識のためからか、年齢不明が著しく増えており一概には前記の通りとは言えません。





## ウ 販売購入形態別苦情に関する相談件数

相談を、販売購入の形態別に分類して、平成22年度（2010年度）と令和元年度（2019年度）を比較した、販売購入形態苦情に関する相談件数 **図6-1** では、「店舗購入」が減少して、「通信販売」が増加しています。令和元年度（2019年度）の「通信販売」の契約者年齢の内訳では、60歳以上の割合が増加しています。



（販売購入形態）

- ①消費者自らが店舗に出向いていく「店舗購入」
- ②事業者が消費者の自宅等で行う「訪問販売」
- ③消費者がカタログやインターネットなどを通じて行う「通信販売」
- ④消費者を会員とし連鎖的に会員を増やし商品を販売する「マルチ・マルチまがい」
- ⑤事業者が消費者の自宅などに突然電話し勧誘する「電話勧誘販売」
- ⑥消費者に一方向的に商品を送りつける「ネガティブ・オプション\*」
- ⑦事業者が消費者の自宅等を訪問して物品の購入を行う「訪問購入」
- ⑧営業所・代理店その他経済産業省令で定める場所以外で行う「その他無店舗販売」

契約年代別「通信販売」の品目別苦情件数（上位5位） **図6-2** については、いずれの年度についてもすべての年齢で「放送・コンテンツ等」の苦情に関する相談が1位になりますが、令和元年度（2019年度）の59歳以下、60歳以上ともに2位以下が「健康食品」や「化粧品」に関する苦情が増加しています。これは、インターネットで通常価格より低価格で購入できることを広告する一方で、「定期購入\*」が条件となっている契約に関するトラブルの相談が増加しているためです。

契約当事者年代別「通信販売」の品目別苦情件数（上位5位）

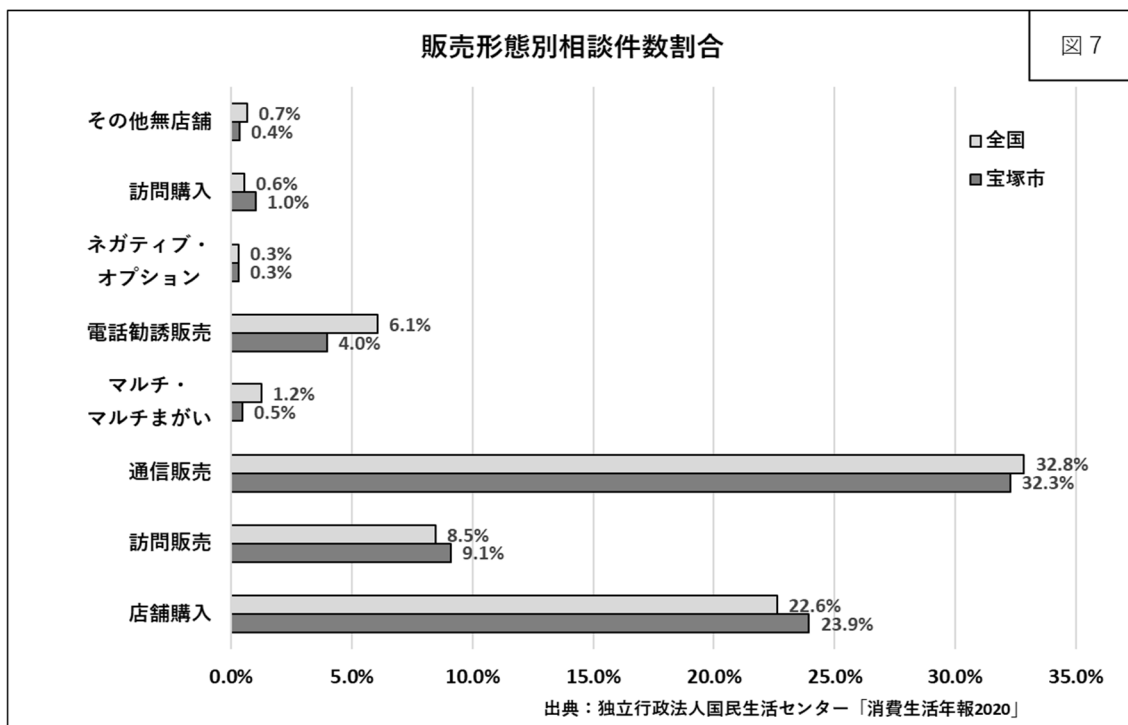
図6-2

順位	59歳以下				60歳以上			
	平成22年度		令和元年度		平成22年度		令和元年度	
	品目	件数	品目	件数	品目	件数	品目	件数
1	放送・コンテンツ等	171	放送・コンテンツ等	89	放送・コンテンツ等	30	放送・コンテンツ等	73
2	化粧品	8	健康食品	63	他の教養・娯楽	15	健康食品	14
3	他の教養・娯楽	6	化粧品	36	預貯金・証券等	6	商品一般	13
4	家具・寝具	6	商品一般	15	役務その他	4	化粧品	8
5	役務その他	6	紳士・婦人洋服	11	音響・映像製品	4	理美容器具・用品	7

エ 令和元年度消費生活相談\*の特徴

国民生活センター\*の「消費生活年報 2020」のデータを基に、全国と本市のデータを比較した販売形態別相談件数割合（図 7）では、全国と本市の相談割合はおおむね似た傾向を示しており、通信販売が最も多くなっています。

ただし、その中でも、「電話勧誘販売」では全国の相談割合と比較すると本市は低くなっていますが、「店舗購入」「訪問販売」「訪問購入」の割合は、全国と比較してわずかに高くなっています。このことから、本市では業者と消費者が直接対面する販売形態の消費生活相談が比較的多いことが分かります。しかし、新型コロナ禍以降は、直接対面する販売形態は減少し通信販売が増加傾向にあります。

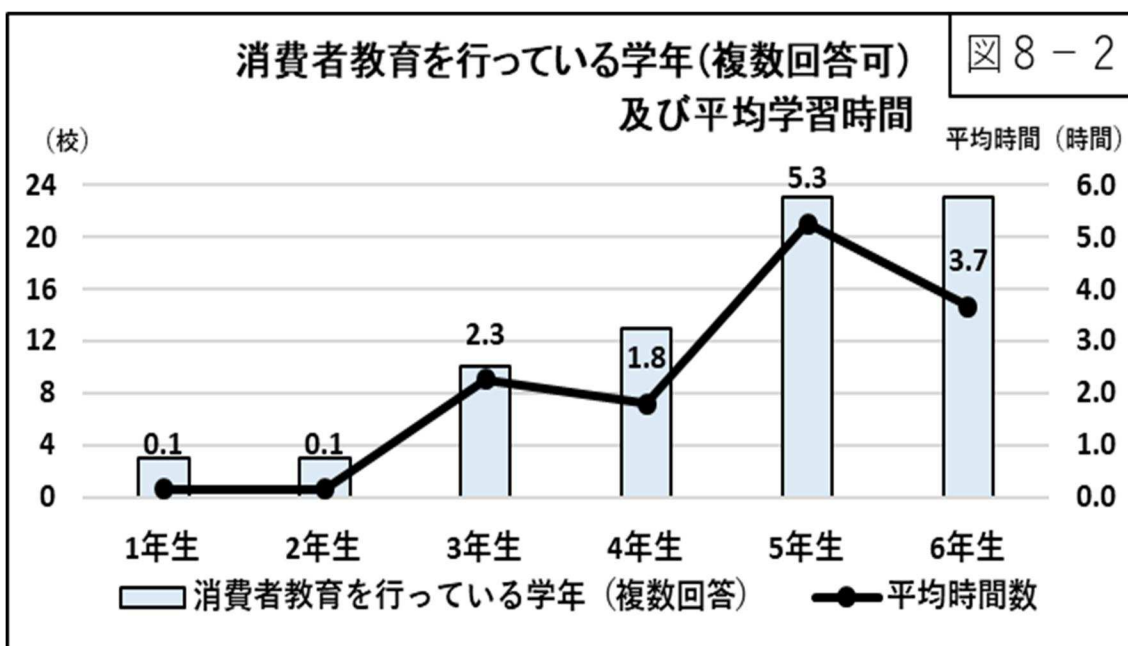
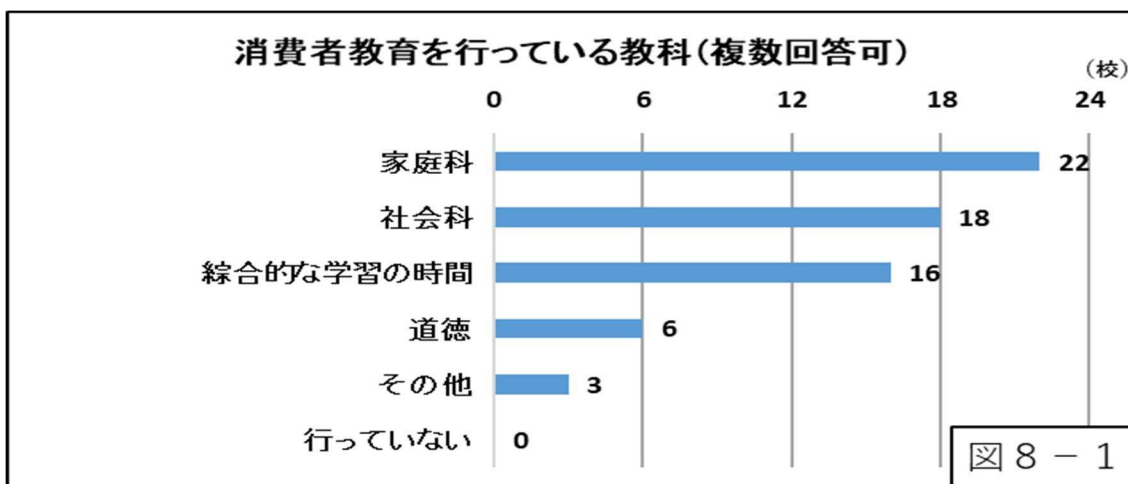


## 2 学校における消費者教育の現状

### (1) 小学校における消費者教育

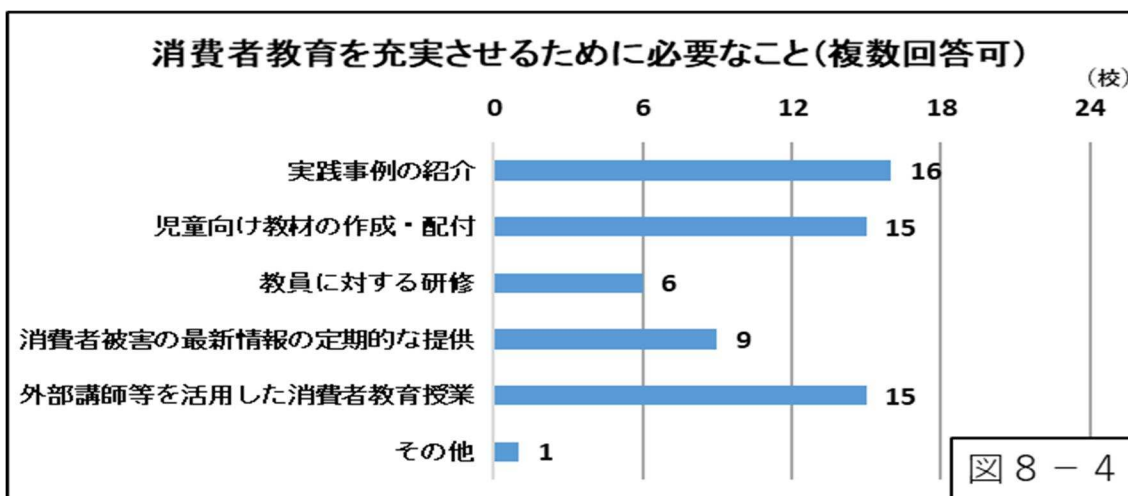
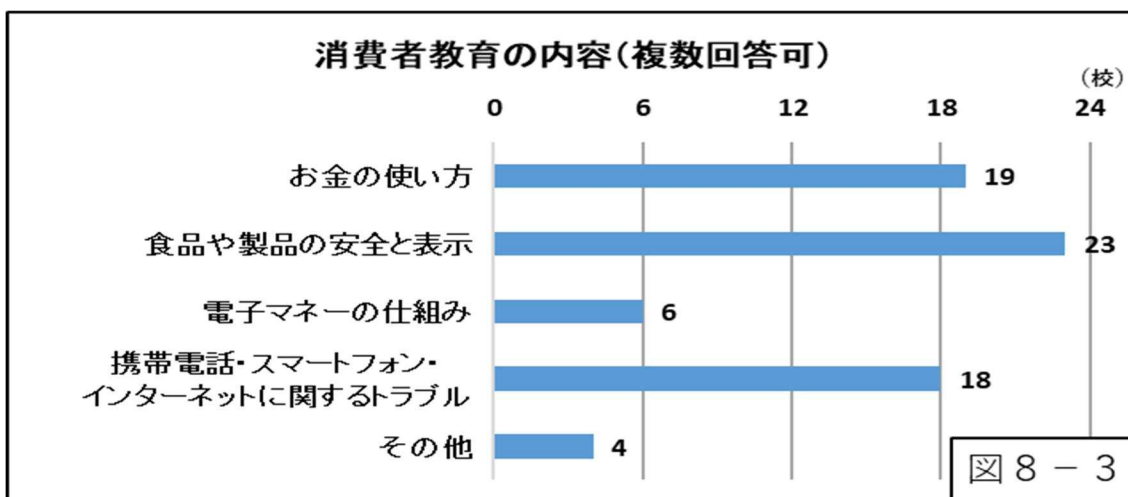
市立小学校全校（24校）において、消費者教育に関する授業が実施されています。

消費者教育を行っている教科<sup>図8-1</sup>は、「家庭科」が22校で最も多く、次いで、「社会科」が18校、「総合的な学習の時間」が16校、「道徳」が6校でした。消費者教育を行っている学年及び平均学習時間<sup>図8-2</sup>は5年生・6年生で消費者教育を行う学校が多くあり、平均学習時間数では5年生が最も多く平均5.3時間実施しています。平成27年（2015年）に実施した調査では、5年生が平均3.7時間、6年生が平均4.0時間であったので、5年生の平均学習時間は増加しましたが、6年生では減少しています。



消費者教育の内容<sup>図 8-3</sup>は、「食品や製品の安全と表示」が 23 校、「お金の使い方」が 19 校、「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル」が 18 校で実施されています。

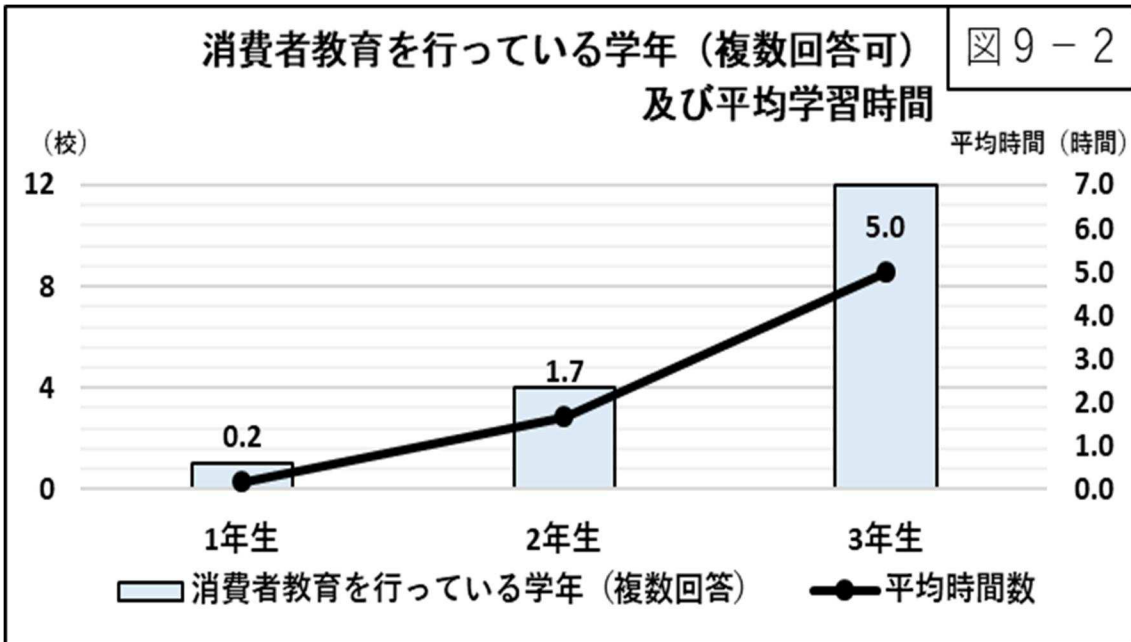
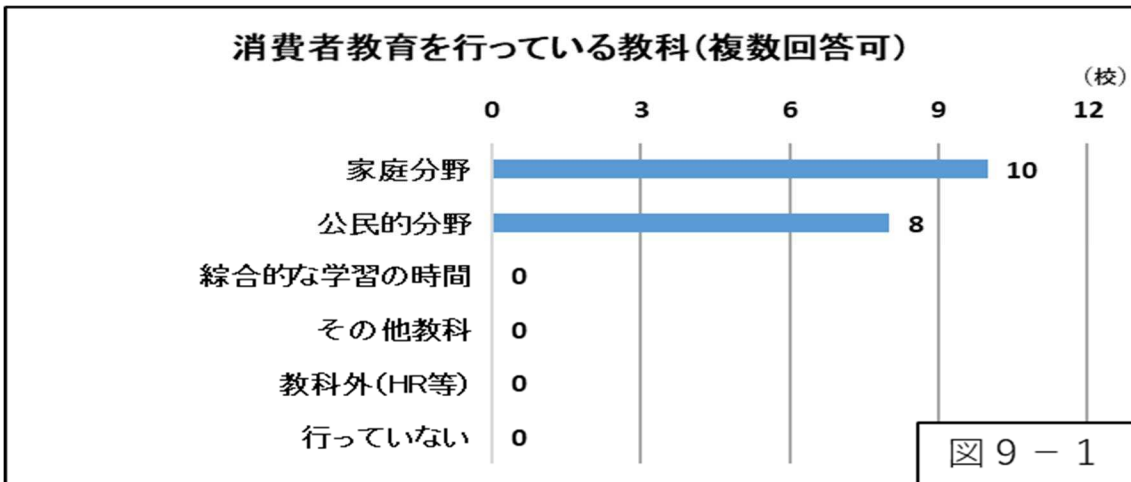
消費者教育を充実させるために必要なこと<sup>図 8-4</sup>に関しては、「実践事例の紹介」が 16 校と最も多く、次いで「児童向け教材の作成・配付」「外部講師等を活用した消費者教育授業」がそれぞれ 15 校となっています。



## (2) 中学校における消費者教育

市立中学校全校(12校)において、消費者教育に関する授業が実施されています。

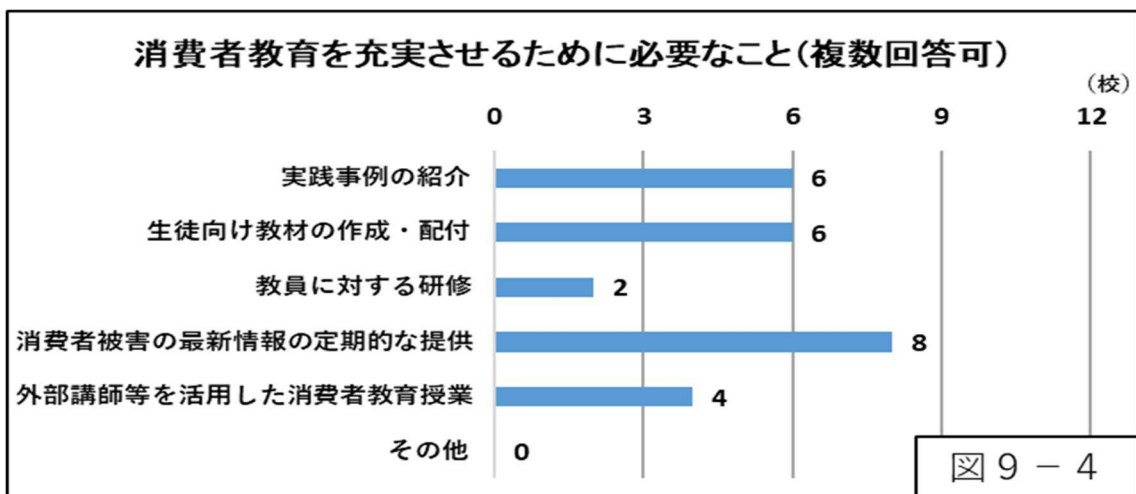
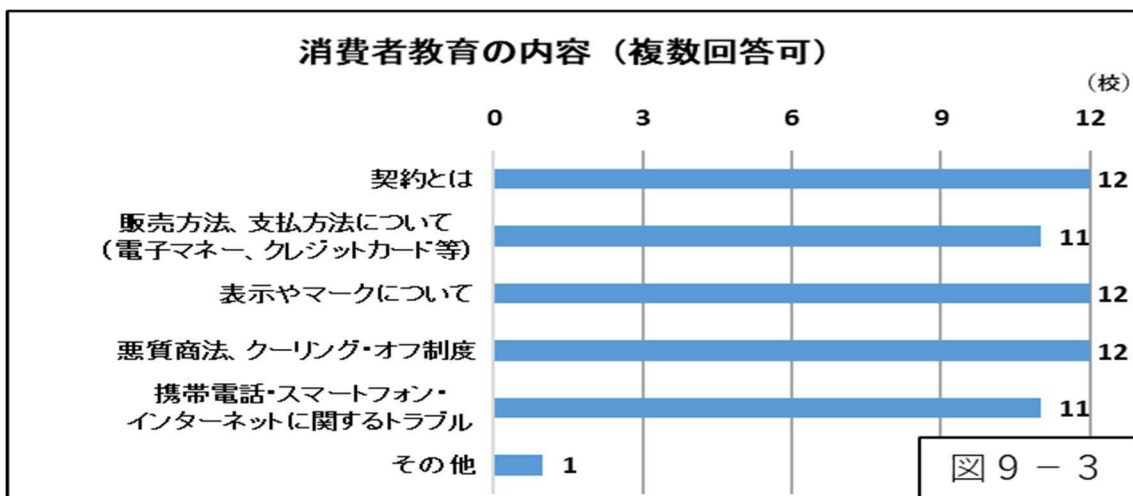
消費者教育を行っている教科<sup>図 9-1</sup>は、「家庭分野」又は「公民的分野」で実施されています。消費者教育を行っている学年及び平均学習時間<sup>図 9-2</sup>は、3年生で行うことが多く、平均 5.0 時間実施しています。2年生は平均 1.7 時間、1年生は平均 0.2 時間です。平成 27 年(2015 年)に実施した調査では、3年生は平均 6.6 時間、2年生は平均 0.7 時間、1年生は平均 0.8 時間であったので、3年生・1年生の授業時間数は減少しましたが、2年生は増加しました。



消費者教育の内容<sup>図 9-3</sup>では、「契約とは」「表示やマークについて」「悪質商法、クーリング・オフ制度\*」については、全ての学校で実施しています。

また、「販売方法、支払方法について(電子マネー\*、クレジットカード等)」「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル」は、11校で実施しています。

消費者教育を充実させるために必要なこと<sup>図 9-4</sup>に関しては、「消費者被害の最新情報の定期的な提供」が最も多く8校で、「実践事例の紹介」「生徒向け教材の作成・配付」については、同数で6校ありました。



### (3) 特別支援学校における消費者教育

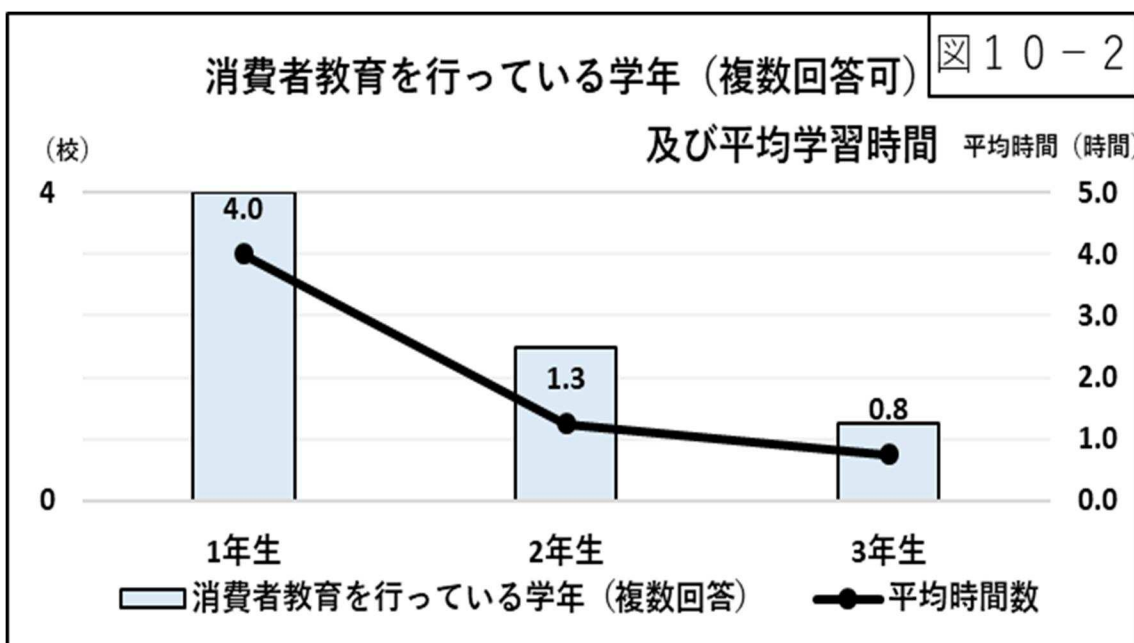
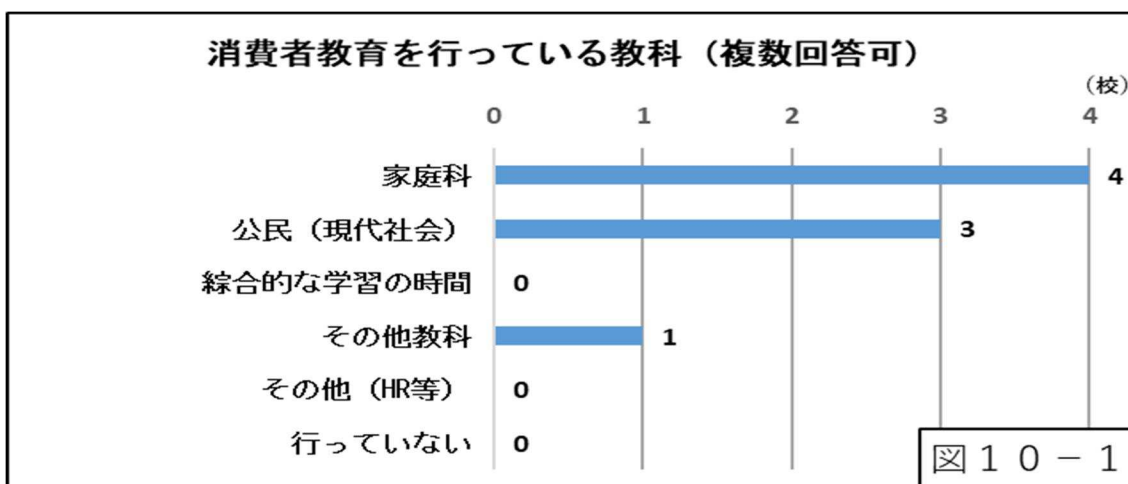
市立特別支援学校（1校）では、消費者教育に関する授業は「情報」の教科で高等部2年生が週1回、「特別活動」では全学年で年1回実施しています。消費者教育を充実させるために必要なことは、「実践事例の紹介」「生徒向けの教材の作成・配付」「教員に対する研修」が挙げられています。



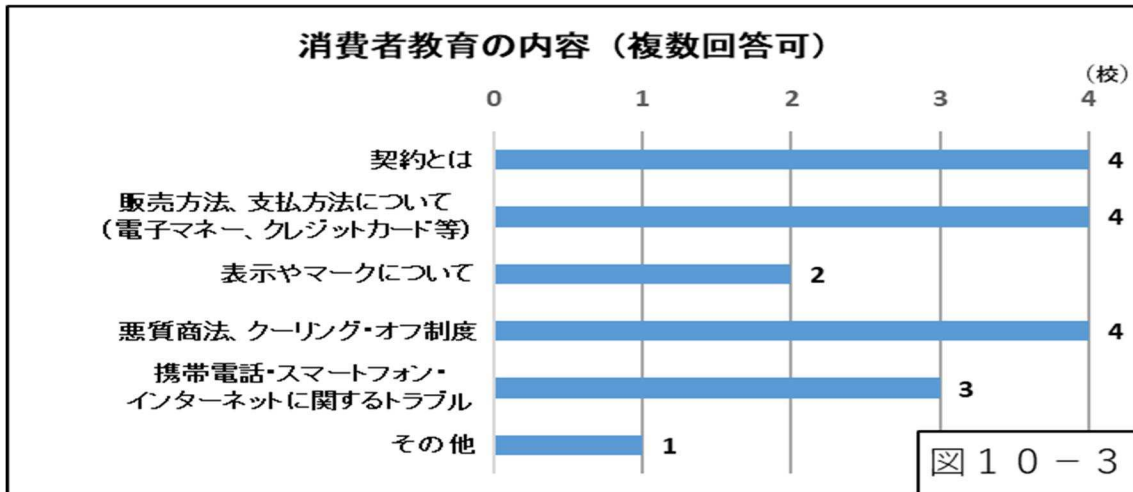
(4) 高等学校における消費者教育

市内の県立高等学校全校(4校)において、消費者教育が実施されています。

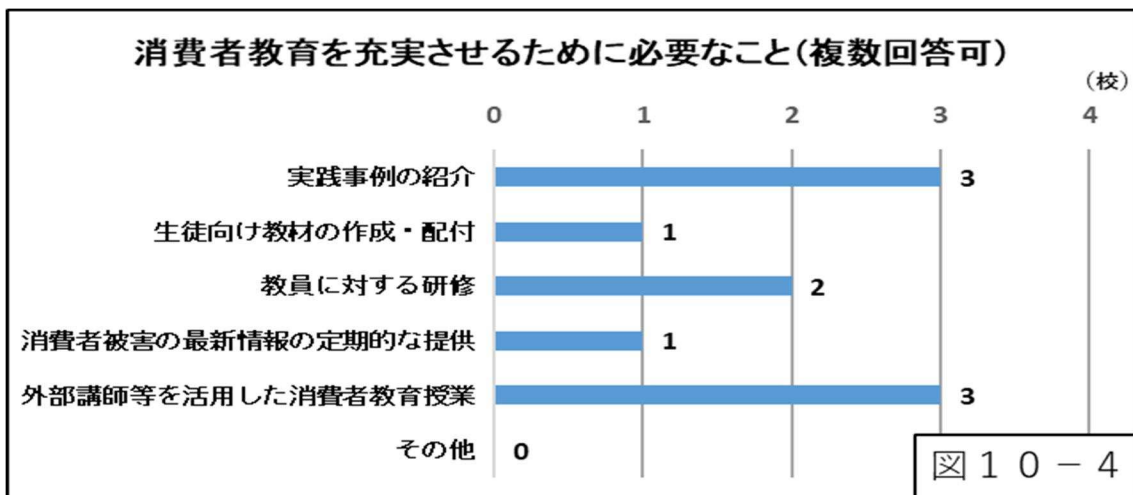
消費者教育を行っている教科<sup>図10-1</sup>は、主に「家庭科」や「公民(現代社会)」で実施されています。消費者教育を行っている学年及び平均学習時間<sup>図10-2</sup>は、1年生で授業を行うことが多く、平均4.0時間実施されています。2年生は平均1.3時間、3年生は平均0.8時間です。平成27年(2015年)に実施した調査では、1年生は平均8.0時間、2年生は平均2.5時間、3年生は平均0.3時間であったので、1年生・2年生の平均学習時間は減少し、3年生では増加しています。



消費者教育の内容<sup>図 10-3</sup>は、「契約とは」「販売方法、支払い方法について（電子マネー\*、クレジットカード等）」「悪質商法、クーリング・オフ制度\*」を4校とも行っており、次いで「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル」を3校で、「表示やマークについて」を2校で実施しています。



消費者教育を充実させるために必要なこと<sup>図 10-4</sup>は、「実践事例の紹介」「外部講師等を活用した消費者教育授業」が3校、次いで「教員に対する研修」が2校となっています。





### 3 地域における消費者教育の現状

#### (1) 関係機関・団体等の取組

多様な主体により、地域のニーズに応じ各関係機関・団体等の業務に関連した分野での講座・講演会やイベントを実施しています。内容としては、消費者被害予防や地球温暖化防止についてのセミナー、講演会や研修会の開催、また、消費者と生産者の交流を図り、地産地消等の取組も実施しています。

#### ○講座・研修・講演会など

実施主体	取組内容
宝塚市老人クラブ 連合会	各クラブにおいて「詐欺予防」や「悪徳商法対策」「特殊詐欺対策」等の講演会を実施
地域包括支援センター*	地域の老人会等との交流会での話題として「振り込め詐欺」等を取り上げたり、地域包括支援センター独自で作成している広報紙に注意喚起の内容を掲載したりするなど、各地域へ向けて情報提供を実施
宝塚市民生委員・ 児童委員協議会	「消費者詐欺について」や「終活について」をテーマに消費生活に関する講座を実施
宝塚市高齢者・障 碍者権利擁護支援 センター*	「消費者被害の現状について」をテーマに消費生活に関する講座を実施
自治会、老人会な ど	「悪徳商法防止講座」や「キャッシュレス決済*」などをテーマに消費生活に関する講座を実施
環境都市宝塚推進 市民会議	環境について関心を持ち、地域で環境保全に寄与する活動を進めてもらうことを目的とした「たからづか市民環境フォーラム」や、自然環境保全、地球温暖化、ごみの減量化など様々な環境問題について学ぶ入門講座「たからづかECO講座」等を実施

#### ○イベント開催

実施主体	名称	内容
宝塚市自然 休養村管理 運営協議会	西谷収穫祭	西谷ふれあい夢プラザ周辺にて、農産物・加工品などの販売、軽食コーナーの出店、品評会、小・中学校の作品展示など。消費者と生産者の交流を図る。

実施主体	名称	内容
宝塚朝市運営協議会	宝塚朝市・ガレージセール	北部地域の新鮮な野菜や加工品を販売するため、リユース、ゴミ減量を目的としたガレージセールも開催。消費者と生産者の交流、地産地消を推進する。
西谷朝市の会	西谷朝市	市立文化芸術センターのおおやね広場にて、西谷産農産物を生産者自ら対面販売し、消費者と生産者の交流を図る。
兵庫六甲農業協同組合	夢の日	西谷夢市場内にて、毎月第2土曜日に西谷産農産物を生産者自ら定期的に対面販売し、消費者と生産者の交流を図る。
宝塚市花き園芸協会	宝塚植木まつり	毎年春と秋に山本新池公園にて開催されている花き植木の即売会。出店者は主に市内の生産者であり消費者との交流を図っている。

## (2) 事業者の取組

事業者は、商品・サービスへの消費者理解を深めるため、また企業理念・目的や地域貢献への取組により、商品等への理解・安全を内容とする消費者教育を社内外に対して行っています。

実施主体	名称	内容
コープこうべ	夏休み子ども勉強会	小学生を対象に金銭の大切さや計画的な使い方を学ぶ勉強会を実施
	食品ロス*に関する取組	市民に対して、もったいないから考えるe買うプロジェクトとして組合員が啓発活動を実施
	食品衛生の取組	組合員が集まる会議などで「食品衛生の手引き第5版」を使って食中毒などの食品・商品事故を起こさないために学習会を開催

## (3) 消費者団体の取組

本市では、消費者団体が「消費生活に関する調査研究及び啓発事業」や「リデュース、リユース、リサイクルを促進する事業」に取り組んでいます。主な取組としては、一般市民向けの消費生活に関する連続講座の「宝塚生活大学」やリサイクル品を受託販売する「消費者の店」、家庭用ごみの減量とリサイクルを目的に毎月第4日曜日に実施する「ガレージセール」など、地域に根差した啓発活動や様々な取組を行い、消費者力向上に向けて活動しています。

消費者団体	取組内容・方法
特定非営利活動法人 消費者協会 宝塚	① 消費生活に関する調査研究及び啓発事業 ・宝塚生活大学（消費生活に関する講座）連続講座 ・消費生活に関する展示、子ども消費者料理教室、絵本の読み聞かせ活動など ② リデュース・リユース・リサイクルを促進する事業 ・消費者の店、ガレージセール、手作り石けん、廃食用油回収他 ③ 消費者保護に関する調査研究 ④ 情報提供事業 HP「協会だより」「くらしの情報」

#### 4 本市における消費者教育の現状

「豊かな消費生活」や「自立した消費者」を目指し、各種講座やイベントを実施するとともに、出前講座を行っています。また、市広報誌やホームページ、電子メール、新聞（一般紙）への記事掲載など様々な情報提供を行っています。

##### (1) 講演会・パネル展等

名称	内容
消費者フェスタ	講演会・パネル展示等を市立東公民館において開催
消費者月間パネル展	ピピアめふ1・5階シネピピア前において、パネル展示を実施
たからづか食育フェア	市立中央公民館等において、パネル展示、食育クイズラリー等を実施
高齢者が安心して暮らすために	宝塚警察署生活安全課、本市防犯交通安全課合同による講演会を実施

(令和元年度消費者フェスタ)



宝塚北高等学校 生徒による啓発劇



啓発パネル展示



## (2) 出前講座及び授業

各種団体やグループの要請のテーマに応じて、市職員や登録講師、消費生活相談員を講師として各集会所等に派遣しています。また、幼稚園・保育所・学校では、それぞれ消費者教育を実施しています。



対象	内容	
一般市民	消費生活センター 出前講座	「悪質商法について」「終活について」「食育」など情報提供や啓発を実施
乳児・ 幼児	家庭での 消費者教育	地域子育て支援センター「すくすく」において、子どもの「危険回避」に関する啓発講座を実施
	幼稚園での 消費者教育	市立幼稚園全園でお店屋さんごっこを実施し、自分たちで制作したものを友達や保護者などと売り買いのやりとり体験を通して、消費活動に興味を持つ。
児童育成 会等の小 学生	夏休み小学生 消費者教育	「情報教育」「食育」「金銭教育」「環境教育」をテーマに、各小学校地域育成児童会及び各児童クラブを対象に夏休み消費者教育出前講座を実施
小学生	授業での消費者教育	物や金銭の大切さ、計画的な使い方・身近な物の選び方、買い方を考え、適切に購入できることを学ぶ。
中学生	授業での消費者教育	契約の重要性や意義、個人の責任などの気付き・金融などの仕組みや働き・消費者の自立の支援など消費者行政についての学習や消費生活に関心をもち、消費者の権利と責任を理解する。 販売方法の特徴を知り、物資サービスの適切な選択、購入及び活用ができるよう知識を身に付ける。
小中学生	携帯電話・ スマートフォンに関する勉強会	兵庫県警サイバー犯罪対策課などから講師を招き、携帯電話やスマートフォンの使い方、インターネットの危険性、LINEの使い方などについて講座を実施

対象	内容	
特別支援学校	授業での消費者教育	消費者トラブルの防止や金銭管理等について消費者教育を実施
高校生	授業での消費者教育	消費生活センターの出前講座を利用して、成年年齢の引き下げや、契約に関わるトラブルなどについて実施
大学生	授業での消費者教育	消費生活センターの出前講座を利用して、「消費生活の知識を身に付けよう」をテーマに実施

### (3) イベント・体験会等

イベント名等	内容等
家族で楽しむ農業体験	西谷地区の生産者の説明を受けながら野菜収穫体験を通じ、地元産野菜の知識・理解を深め、愛着感を育む。
西谷収穫祭	西谷ふれあい夢プラザ周辺にて、農産物・加工品などの販売、軽食コーナーの出店、品評会、小・中学校の作品展示など。消費者と生産者の交流を図る。
宝塚朝市 ガレージセール	「宝塚朝市運営協議会」が北部地域の新鮮な野菜や加工品を販売。リユース、ゴミ減量を目的としたガレージセールも開催
西谷朝市	「西谷朝市の会」が市立文化芸術センターのおおやね広場にて、西谷産農産物を生産者自ら対面販売し、消費者と生産者の交流を図る。
夢の日	西谷夢市場内にて、毎月第2土曜日に西谷産農産物を生産者自ら定期的に対面販売し、消費者と生産者の交流を図る。
宝塚植木まつり	毎年春と秋に、山本新池公園にて開催される花き植木の即売会。出店者は主に市内の生産者であり消費者との交流を図っている。

### (4) 消費者サポーターの育成

本市では消費生活サポーターとして活動する市民を募集して平成28年度(2016年度)に養成講座を実施した「消費者サポートすみれ隊」があります。隊員は養成講座や毎年開催する学習会を通じて学んだ消費生活に関する知識を生かして身近な人に対する啓発や、消費生活センターが実施するイベントなどに協力しています。

(5) 情報提供事業

ア 夕食宅配サービスを利用した消費者トラブル啓発資料「見守り新鮮情報」の配布

(ア) コープこうべと、本市・尼崎市・伊丹市の3市合同で協定を結び、平成25年（2013年）4月から毎月1回、コープこうべが実施する夕食食用宅配弁当に、3市合同で作成した啓発資料（令和元年度発行枚数4,630枚）の添付配布を行っています。

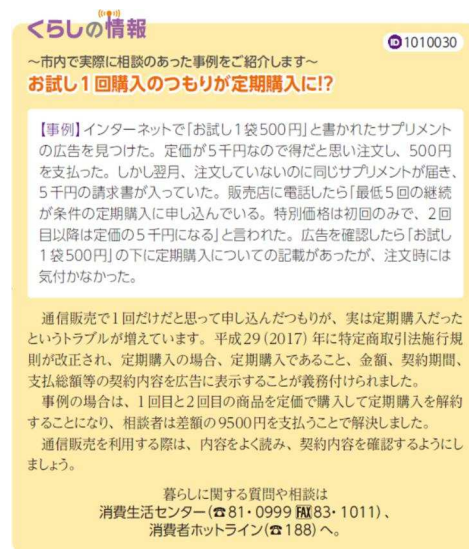
(イ) 市内で弁当の宅配を実施している業者と協働\*し、平成26年（2014年）7月から毎月1回、夕食食用宅配弁当サービスの弁当に、本市が作成した啓発資料（令和元年度発行枚数5,700枚）の添付配布を行っています。

イ 介護保険課、国際・文化センター、地域包括支援センター\*に窓口用として、消費者トラブル啓発資料「見守り新鮮情報」（令和元年度発行枚数7,920枚）をそれぞれに配架し配布しています。

ウ クリーンセンター業務課と連携し、令和元年（2019年）11月から毎月1回「きずな収集（高齢者等に対するごみの戸別収集）」時に、消費者トラブル啓発資料「見守り新鮮情報」（令和元年度発行枚数3,100枚）の配布をしています。

エ 新聞社に、年1回消費生活に関わる情報の提供を行い、紙面に啓発記事が掲載されています。

オ 広報たからづかの「くらしの情報」の連載を行い、消費者啓発の一環として、くらしに密着した情報を提供しています。



(令和元年（2019年）6月広報たからづか)

カ 啓発シールの配布

昨今、訪問販売や訪問購入をきっかけとしたトラブルが多いため、「訪問取引お断り勧誘禁止」ステッカーを作成して、消費生活センターや市役所窓口のほか、出前講座の際に配布しています。



キ 消費生活センターの情報コーナー

DVDの貸出	消費生活に関するDVDを希望者に貸出
図書の閲覧	消費生活に関する図書及び新聞冊子等が閲覧可能
展示	消費生活に関する様々なテーマについて及び身近な情報について啓発パネルを制作して展示しています。
ホームページ	消費生活センターの業務案内や、事例紹介を行っています。

ク 宝塚市消費者トラブル対策連絡会

消費者トラブルの防止及び被害の対策支援を行うため、行政機関及び地域の団体等が緊密な連携を図り、本市の消費生活相談の状況や最近の消費者トラブルの傾向といった各種の情報を共有し、支援活動を効果的に推進することを目的として、会員団体等の実務責任者をもって組織しています。

宝塚市消費者トラブル対策連絡会会員団体等	
宝塚市自治会連合会	宝塚警察署 生活安全課
宝塚市自治会ネットワーク会議	兵庫県立消費生活総合センター
宝塚市民生委員・児童委員連合会	宝塚市 市民交流部 市民協働推進課
宝塚市老人クラブ連合会	宝塚市 都市安全部 防犯交通安全課
宝塚市介護保険事業者協会	宝塚市 健康福祉部 高齢福祉課
宝塚市社会福祉協議会	宝塚市 健康福祉部 介護保険課
宝塚防犯協会	宝塚市 健康福祉部 健康推進課
宝塚障害福祉市民懇談会	宝塚市 健康福祉部 障害福祉課
一般社団法人 宝塚市医師会	宝塚市 都市整備部 住まい政策課
一般社団法人 宝塚市歯科医師会	宝塚市 学校教育部 学校教育課
一般社団法人 宝塚市薬剤師会	宝塚市 産業文化部
特定非営利活動法人 消費者協会宝塚	
宝塚市高齢者・障害者権利擁護支援センター	

## 5 消費者教育を推進する上での課題

### (1) 体系的な消費者教育の推進

平成30年(2018年)の民法改正により、令和4年(2022年)4月1日から成年年齢が18歳に引き下げられます。これまでは、未成年者として保護者(親権者又は未成年後見人)の同意なく締結した契約は、後に取り消すことが可能でした。しかし、成年年齢引き下げ後は、18歳に達した者は、保護者等の同意を得なくても単独で有効な契約をすることができるため、悪質商法などによる消費者被害の拡大が懸念されています。また、本市では今後、65歳以上の人口割合を示す高齢化率の上昇が見込まれており、高齢者をターゲットにした消費者問題の増加が懸念されます。

そういった状況の中で、各世代や生活の場に応じた総合的かつ体系的な消費者教育が課題になります。

### (2) 消費生活を取り巻く環境の変化に合わせた消費者教育

インターネット環境の普及拡大に伴い、パソコンやスマートフォン、タブレット等を使用したインターネット通販やSNS\*等の利用が、高齢者を含め世代を問わず日常化しています。また、スマートフォンを用いた電子マネー\*による決済など、決済方法も多様化しています。これらは、令和2年4月の新型コロナウイルス感染症に係る緊急事態宣言以降、テレワーク\*や学校のオンライン授業の推進など、外出を控えて人との接触を極力避ける行動が求められてきました。

そうした行動を、宣言の解除後も継続して求められる中で、オンライン会議の活用やインターネット通販、動画配信サービスの利用増加、実店舗での買い物時に現金での決済を控える行動などは、ウィズコロナの社会でより取引のデジタル化が加速されることが予想されます。しかし、取引のデジタル化は、自宅で商品の購入やサービスを受けられるなどの利便性が高い反面、商品紹介ページの情報に誘導され、熟慮せずに購入を判断してしまい、機能不足の物や不要な物を購入してしまうなどのおそれがあるため、その特性を理解して利用する必要があります。

さらに、国連サミットで採択された「持続可能な開発目標(SDGs)\*」の目標達成のためには「エシカル消費\*」の普及・啓発など消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成のため、一人ひとりが、人や社会、環境に配慮した消費行動をとる必要があります。

こうした、消費生活を取り巻く環境の変化に対応した消費者教育の推進が必要になります。

### (3) 消費者教育を進めるための環境づくり

幼児期から高齢期まで、さらに消費者の特性や場に応じた消費者教育を様々な機会を捉えて実施する環境を作るためには、多様な立場の担い手の協力が期待されます。

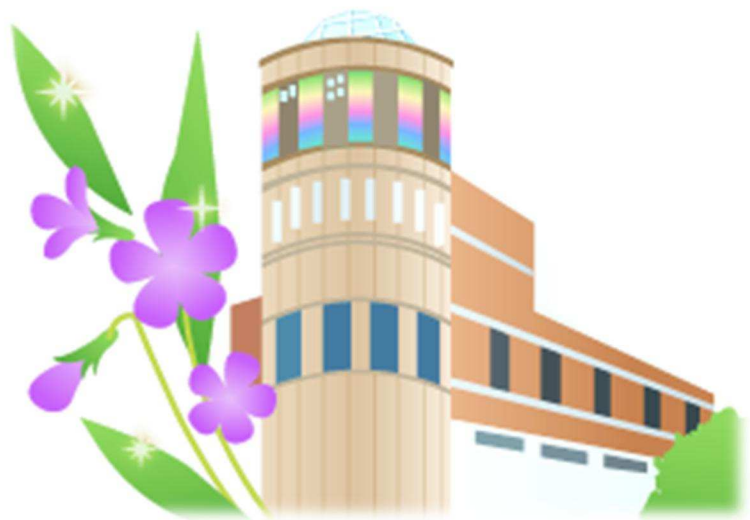
このため、行政が中心になり、消費者団体や事業者・事業者団体等の自主性



を尊重しつつ、活動を支援し、相互の連携と情報共有の仕組みを作ることが必要となります。

この仕組みを作るためには、消費者行政である消費生活センターと教育委員会を始めとした学校園とが緊密に連携するとともに、それ以外の行政各部局とも情報共有しながら、施策を推進することが必要です。また、事業者・事業者団体等においては、消費者と事業者とのコミュニケーションの一層の深化を図るという消費者志向経営の視点での消費者教育の役割が期待されます。

そのため、消費者トラブル対策連絡会を結節点として、地域の多様な主体間のネットワーク化を図り、連携・協働や、他の主体の活動を踏まえた効果的な消費者教育を推進するとともに、自ら考え行動する消費者や消費者教育の担い手を育成する主体として、消費者団体の育成を支援することも重要な課題となります。



## 第3章 消費者教育の推進に向け目指すべき方向

### 1 計画の目標

「消費者市民社会\*の実現を目指して、自ら考え行動する消費者を育みます。」

#### 目指す消費者像

- 消費生活に興味関心を持ち、自ら判断、選択、行動ができる自立した消費者
- 自分だけでなく、周りの人々や未来の人々の状況などをしっかり見つめて生活し、公正かつ持続可能な社会の形成に参画することができる消費者

本市は、環境教育・食育その他消費生活に関連する施策・活動と連携を図りながら、市民が自ら判断、選択、行動できるような消費者教育に取り組みます。そして、市民が主体的に消費者市民社会\*の形成に参画し、発展に寄与できるよう積極的に支援を行います。

### 2 推進に当たっての基本方針

目標の実現のため、幼児期から高齢期まで、また、学校、地域、家庭、職域など場の特性に応じた消費者教育を、市民や関係機関、団体、事業者等と連携・協働\*して、以下の取組を行うことを基本方針とします。

- 切れ目のない消費者教育や啓発を推進します。特に、令和4年4月1日から成年年齢が18歳に引き下げられる若年層や、高齢化率の上昇により増加が見込まれる高齢層の消費者教育に重きを置き取り組みます。
- 消費者生活サポーターを育成・活用し、地域全体の消費者力アップを図ります。
- 持続可能な開発目標（SDGs）\*達成のため、人や社会、環境に配慮した消費行動を推進するための講座や啓発活動に取り組みます。
- 様々な関係機関・団体と協働し、積極的に情報を発信するとともに、情報共有を行い、きめ細やかな支援を行います。

## 第4章 消費者教育推進方策と今後の取組

### 1 世代・特性に応じた多様な消費者教育の推進

「消費者市民社会\*の実現を目指して、自ら考え行動する消費者を育む」ため、幼児期から高齢期まで、また、学校、地域、家庭、職域など、場の特性に応じた消費者教育を受けることができるよう取組を進めます。

○小学校（小学生）から大学（大学生）においては、自らの消費生活に興味関心を持ち、正しい判断・選択ができるよう、参加・体験型学習を推進します。

○ウィズ・アフターコロナの社会では、スマートフォンを用いた電子マネー\*による決済やネット通販などの取引のデジタル化が拡がり、あらゆる場面でますますICT\*（情報通信技術）の活用が必要となります。そのため、全ての世代に対し、ICT活用の注意点に関する講座を実施します。また、ICTを苦手とする高齢者が、新しい消費生活形態を駆使できるための講座を開催するなどの取組を進めます。

○自宅でも消費者教育を受けることができるよう、オンラインでの消費者教育の実施など、学び方の選択肢を増やす取組を進めます。

○安全・安心な地域づくりのため、様々な消費者トラブルの被害を予防し、対処法を伝える取組を推進します。

○学校教員や諸団体職員・事業者等を対象とした出前講座を実施し、関係する市民に対する見守りや啓発につながる活動を支援します。

#### 「主な実施主体と取組内容」

発達段階・各世代の特徴	重点課題	主な実施主体	取組内容
【幼児（保護者）】 様々な気づきの体験を通じて、身の回りの物事に関心を持ち、それを取り入れる時期	◎物や資源の大切さの認識 ◎子どもの事故防止	●家庭 ●幼稚園等 ●消費者団体 ●市（県）	○くらしの危険や物の安全な使い方 ○お小遣いや買い物への関心、身の回りの物の大切さを知る
【小学生】 主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地形成が望まれる時期	◎インターネットトラブル ◎お金の計画的な使い方	●家庭 ●小学校 ●消費者団体・事業者・事業者団体 ●市（県）	○消費をめぐる物と金銭の流れを考える ○物の大切さに気づき計画的な使い方を考える ○個人情報保護など情報モラル*を知る ○自分の生活と身近な環境の関係に気づく

発達段階・各世代の特徴	重点課題	主な実施主体	取組内容
【中学生】 行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期	◎インターネットトラブル ◎お金の使い方と生活管理	●家庭 ●中学校 ●消費者団体 ●事業者・事業者団体 ●市（県）	○著作権や発信情報への責任、モラルを知る ○買い物や貯金を計画的に行い生活管理を考える ○消費者の行動が環境や経済に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践する
【高校生】 生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	◎成年年齢18歳への引下げ ◎インターネットトラブル ◎生活設計・管理	●高等学校 ●消費者団体 ●県（市）	○契約についての知識を学ぶ ○望ましい情報社会のあり方や情報モラル*、セキュリティについて考える ○生涯を見通した生活経済を考える ○生産・流通・消費・廃棄のサイクルが環境、経済や社会に与える影響について考える
【大学生（若者）】 生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し、自らの行動を始める時期	◎インターネットトラブル ◎生活設計・管理の習慣化	●大学 ●消費者団体 ●市・県	○情報社会のルールやモラル遵守の習慣化 ○トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を身につける ○持続可能な社会を目指したライフスタイルを考え実践方法を探す
【成人】 精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期	◎インターネットトラブル ◎持続可能な社会に向けた実践	●消費者団体 ●事業者・事業者団体 ●市・県	○情報モラル*が守られる社会を目指す ○トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しやすい環境をつくる ○持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践する
【高齢者】 周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期	◎インターネット・預貯金・証券等のトラブル ◎持続可能な社会に向けた次世代への継承	●消費者団体 ●事業者・事業者団体 ●市・県	○契約トラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝え合う ○取引のデジタル化に対応するための知識を身に付ける ○トラブル解決の法律や相談機関を利用する ○持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践し、その大切さを伝える

### (1) 乳児・幼児(保護者)……家庭、保育所、幼稚園等での消費者教育

厚生労働省の「平成 30 年人口動態統計」で、幼児の主な死亡原因に「不慮の事故」があり、そうした事故の中には周囲の大人たちの配慮で防げるものもあります。

そのため、幼児期からの消費者教育では、幼児とその保護者に対してボタン電池や洗剤の誤飲など「幼児の家庭内での危険回避」の講座を実施するほか、子ども自身が消費者力を身につけるためのきっかけになることを目的に、消費者団体とともに工夫をこらした参加・体験型の取組を実施します。

#### 【推進】

市内の在宅家庭の子ども達とその保護者を対象に、「家庭内での子どもの危険回避」や「子ども用品の使用上の注意点」等の啓発講座を実施します。  
(保育企画課)

#### 【推進】

保育所、幼稚園等では、幼児が消費活動への興味と理解を深めるため、「ごっこ遊び」などの体験型の取組を行います。(幼児教育センター)

#### 【推進】消費者団体による「絵本の読み聞かせ」

オリジナル絵本(紙芝居)を作成し、その読み聞かせを通して子どもたちの創造力を養うとともに食の安全・安心等への関心を深めていくなどの活動に取り組みます。

((特)消費者協会宝塚)



### (2) 小・中学校……学校での消費者教育

学校は、平成 29 年(2017 年)公示の学習指導要領\*に基づき、「知識及び技能」「学びに向かう力、人間性等」「思考力、判断力、表現力等」の 3 要素からなる「生きる力」を育むことを目指し、学校組織の教育力の向上や保育所、幼稚園、小・中学校の連携強化、保護者、地域住民による学校教育の参画、教育委員会と各関係機関等の連携を通して、実践活動につながる講座の充実を目指すとともに、学校での消費者教育に取り組みます。



**【推進】**

学校における消費者教育（学習指導要領に基づく）

- ① 小学校家庭科
  - ・物や金銭の使い方と買い物
  - ・身近な物の選び方、買い方の工夫
- ② 中学校社会科（公民）
  - ・身近な消費生活を中心に経済活動の意義
  - ・市場経済の基本的な考え方
  - ・現代の生産や金融などの仕組みや働き
- ③ 中学校技術家庭科
  - ・金銭の管理と購入
  - ・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

特に、近年は、児童生徒が携帯電話やスマートフォン、ゲーム機器等でインターネットに接する機会が増加しており、児童生徒の生活スタイルや人間関係づくりの面で多大な影響を与えています。インターネットは、正しく上手に使用すれば、生活や仕事に大変役立ち便利ですが、正しい知識なしに誤った使い方をしたり、悪意をもって通信してくる人物もいることへの警戒を怠ると、犯罪やトラブルに巻き込まれるケースもあります。また、スマートフォンの使用でも保護者に無断でオンラインゲームの高額課金をする等、新たな問題も発生しています。

そこで、市教育委員会では兵庫県警サイバー犯罪対策課等から講師を招いて、携帯電話やスマートフォンの使い方やインターネットの危険性等について講座を実施します。

その他に、子どもたちが健やかに育つよう地域住民と連携した取組を行っており、市内小学校では、みんなの先生（市民ボランティア）の指導のもと、稲作や野菜の苗付け、収穫を体験し、「食の大切さ」などを学びます。

また、市内各小学校の地域児童育成会及び児童クラブの児童を対象に、「夏休み消費者教育」として、「情報教育」や「食育」「金銭教育」「環境教育」などについて講座を実施します。

**【推進】**

携帯電話の使い方やルール、スマートフォン・インターネットの危険性についての講座を実施します。（学校教育課）

**【推進】**

市内の地域児童育成会など小学生を対象に消費生活講座を実施します。（消費生活センター）

**【推進】**

市内の生産農家が小中学校に出向き、児童・生徒を対象に農産物に関する講義や実習を通し、地産地消に関する授業を行います。（農政課）

### (3) 特別支援学校……学校での消費者教育

特別支援学校の児童生徒に対しては、教員による授業のほか、消費生活センターが、消費者トラブルの防止や金銭管理等について、学校と調整を図りながら、出前講座の提案や、教材、情報提供などを、個々の児童生徒の障碍の区分や程度に応じて実施します。また、保護者等児童生徒を見守る側の人への啓発も重要なことから、特別支援学校を通じた情報提供などを行います。

### (4) 高校生・大学生(若者)

高校生・大学生(若者)に対しては、消費生活センターが、高等学校・大学や地域の関係団体と連携し、対象者のニーズに応じたテーマの講座(出前講座を含む。)を開催するほか、成年年齢を18歳に引き下げる民法改正に対応した講座の実施をするよう学校に対し促します。

その他市関係機関による「地球温暖化防止」の講演会や見学会、地産地消等のための取組、パネル展による啓発、事業者による啓発チラシやホームページでの情報発信などに取り組みます。

#### 【推進】

高校生・大学生(若者)向け消費生活講座を実施します。(消費生活センター)



#### 【推進】地球温暖化防止(講演会・イベント等)

地球温暖化の概要について学び、その影響を緩和させる取組(省エネ)の行動を促します。(環境政策課・地域エネルギー課)

#### 【推進】たからづか ECO 講座

自然環境保全、地球温暖化、ごみの減量化など様々な環境問題について学び、地域で環境問題に取り組む人材を養成するための講座を実施します。(環境政策課)

### (5) 成人・高齢者・障碍者等……地域・職域での消費者教育

#### ア 多様な場での啓発

消費生活センターでは、消費者被害に関するテーマだけでなく、キャッシュレス決済\*やIT機器の取り扱いなど、様々な知識を身に付けるための講座の開催及び講師の派遣を実施します。

高齢者や障碍者を狙った悪質な詐欺などの消費者被害が起きないようにするため、必要な情報が消費者に届き、困った時は消費生活センターに相談できるよう、警察署や地域包括支援センター\*、高齢者・障碍者権利擁護支援センター\*、社会福祉協議会、民生委員・児童委員連合会、老人クラブ連合会、自

治会等の関係機関・団体との連携による啓発活動を推進します。

消費生活相談では、相談者の障碍がいの特性に応じた適切な相談対応が出来るよう相談体制の充実に努めます。

広報啓発では事業者との連携による、夕食宅配サービスを利用した啓発資料の配布を行うため、本市、尼崎市、伊丹市の3市合同でコープこうべと協定するほか、市内で弁当の宅配を行っている事業者と協働による啓発資料の配布を行います。その他、本市のクリーンセンターと連携して、「きずな収集」時に啓発資料を配布します。

また、外国人市民からの消費生活相談が円滑にできるよう自動翻訳装置を導入するなどの対応を取るとともに、生活相談の窓口として異文化間生活相談を実施している国際・文化センターへの情報提供を行います。

**【推進】 出前講座**

各種団体やグループの要請に応じて、登録講師や消費生活相談員を講師として派遣し、各集会所等において情報提供や啓発を実施します。  
(消費生活センター)



**【推進】 悪質商法について（講座、茶話会）**

住民を対象に、地域で起こった悪質商法や、詐欺に関する事例を紹介します。  
(高齢福祉課)

**【推進】 たからづか食育フェア**

たからづか食育推進計画を市民に周知し、食育の大切さや正しい知識・理解を深めることを目的にパネル展示等のイベントを実施する中で「安全・安心な食の推進」についての啓発を行います。  
(健康推進課)



**【推進】 宝塚市ふれあいトーク 水のお話**

本市上下水道局より水にまつわる情報と、水質検査を名乗る詐欺などについて話をします。(上下水道局)



【推進】夕食宅配サービスを利用した啓発資料の配布

- ①コープこうべが実施する宅配弁当に、本市・尼崎市・伊丹市3市合同で作成した啓発資料を月1回添付配布します。
- ②市内3業者が実施する宅配弁当に、本市で作成した啓発資料を月1回添付配布します。  
(消費生活センター)

#### イ 見守り活動への支援

高齢者等の消費者トラブル防止や被害の対策支援のため、関係機関、関係団体との連携による地域の見守り活動がさらに活性化するように、高齢者、障害者自身だけでなく、見守る側への意識づけや啓発が必要です。

そのため、宝塚市消費者トラブル対策連絡会等を通じて、福祉関連施設関係者への消費者教育の機会や情報の提供を進めます。

【推進】啓発活動「高齢者が安心して暮らすために」

宝塚警察署生活安全課、本市防犯交通安全課を講師に、特殊詐欺など市内で発生した事例、注意点などの講演を実施します。  
(防犯交通安全課)

【推進】高齢者消費者被害予防勉強会

予防対策などを地域に住む高齢者を対象に、特殊詐欺の種類・説明、事例紹介など、地域住民の意向により開催します。(高齢福祉課)

【推進】事業者の取組

商品・サービスへの理解・安全を内容とする消費者教育を社内外に対して行います。(商工勤労課)

## 2 多様な主体の連携・協働\*による推進

幼児期から高齢期まで、消費者の自立をさらに支援していくため、消費者団体や市内の諸団体などと連携・協力した取組や、多様な主体が相互に連携・協働できるような取組を進めます。

消費者団体が取り組む消費者被害防止のための啓発活動をはじめ、調査研究や市民向けに開催する消費生活に関する講座、学校・職場等への出前講座や持続可能な開発目標(SDGs)\*達成のための「エシカル消費\*」や「食品ロス\*の削減」などの人や社会、環境に配慮した消費行動を促進する取組の他、地産地消や食育に関する事業など、消費者と事業者や農業者との連携を図り、市民の暮らしの安全・安心を支える取組を支援します。

事業者は、商品・サービスの安全・安心について、消費者理解を深めるため、事業に関連した環境や情報に関する消費者教育を行っており、市と事業者団体・消費者団体が互いに情報共有を行い、連携して取り組みを行います。

**【推進】宝塚生活大学（消費者講座）**  
安全で快適な生活を送るために、日常生活に係わりの深い問題について、必要な知識や情報を学ぶ連続講座を実施します。  
（（特）消費者協会宝塚）



**【推進】宝塚朝市・ガレージセール**  
武庫川河川敷公園において、西谷地区の農家の野菜等を販売。同時にリユースとゴミ減量を目的としたガレージセールを開催します。  
（宝塚朝市運営協議会）



**【推進】西谷収穫祭**  
農産物・加工品などの販売、軽食コーナーの出店、品評会、小・中学校の作品展示など、消費者と生産者の交流を図ります。  
（宝塚市自然休養村管理運営協議会）

**【推進】西谷朝市**  
宝塚市立文化芸術センターのおおやね広場にて、西谷産農産物を生産者自ら対面販売し、消費者と生産者の交流を図ります。  
（西谷朝市の会）

### 3 消費者教育の担い手の育成

消費者教育を担う様々な人材が有機的に活動することを目指し、消費生活センターは、それらの人材をつないだり、調整したりするコーディネーターとしての役割を担います。

本市では消費生活サポーターとして活動する「消費者サポートすみれ隊」がありますが、その活動を拡大して、より多くの市民に対しての啓発ができるように学習会の実施や新規会員の募集など、「消費者サポートすみれ隊」の啓発活動を支援します。

**【推進】** 消費者サポートすみれ隊の育成  
消費生活に関する啓発活動に活用できる、知識を学ぶための学習会を開催するとともに、隊員の輪を広げます。  
(消費生活センター)



### 4 効果的な情報収集・発信

広報たからづかで消費生活相談事例を発信する「くらしの情報」の連載を行い、消費者啓発の一環として、くらしに密着した情報の提供を行います。また、消費生活センターの情報コーナーでは、日々のくらしに役立つ情報を収録した資料の配布や消費生活に関するDVD等の貸出し、閲覧用図書の実施に努めます。

消費者庁では、消費生活上の生命・身体被害に係る事故の原因を究明し、被害の発生、拡大の防止を図るため、注意喚起の情報提供を行っています。そのため、市ホームページでは、消費生活相談の案内のほか、消費者庁や国民生活センター\*とのリンクにより、消費トラブル事例などによる啓発のほか、最新の消費生活情報の掲載を行います。

また、緊急性の高い消費生活情報については、市ホームページへの掲載とともに電子メールなどを利用して、素早く市民に情報が届くように取り組みます。

さらに、兵庫県立消費生活総合センター\*などの関係機関、関係団体と連携して、各機関・団体が取り組んでいる消費者教育の情報を収集し、発信します。

**【推進】** 様々な媒体を活用した情報発信  
ホームページやメール、チラシなどを活用した、消費生活情報の発信を積極的に実施します。  
(消費生活センター)

## 5 計画期間中、重点的に推進する施策の目標

- (1) 消費者問題について学び、地域で身近な方に消費生活情報を伝え消費者被害に遭わないように見守る、消費者サポートすみれ隊を育成します。  
(隊員数 10 人→30 人)
- (2) 市民の学習機会を担保するために、本市や関係機関・団体が実施する  
出前講座・セミナーを数多く実施します。  
(目標講座回数 120 回・参加人数 7,000 人(学校の授業を除く))
- (3) 消費者教育推進のため、広報たからづかや市ホームページ・メール等  
を活用し、ウィズ・アフターコロナの社会状況に対応した情報発信力の  
強化を図ります。



## 第5章 推進体制

### 1 宝塚市消費生活センター

今後も消費生活センターを消費者教育の拠点として位置付け、消費生活相談業務だけでなく、消費者教育を積極的に行います。

具体的には、消費生活に関する講座や講演会、学習会を企画、実施するとともに、学校や地域においても知識や情報を得ることができる機会を設けるよう働きかけます。

### 2 宝塚市消費生活協議会

消費生活協議会は、知識経験者や市内の公共的団体の代表者、関係行政機関、公募市民によって構成している市長の附属機関（審議会）です。事務局である消費生活センターでは計画に基づく消費者教育の状況を定期的に報告し、多角的な視点から消費者教育が推進されるよう審議会において審議などを進め、本市の消費者教育を総合的に推進します。

### 3 宝塚市消費者教育推進検討会

消費者教育推進検討会は、市関係課で構成している庁内検討会です。審議会に諮る議題の事前審議をはじめ、全庁的に消費者教育を推進するための課題や成果などを共有し、本市の消費者教育施策の調整を行います。

### 4 宝塚市消費者トラブル対策連絡会

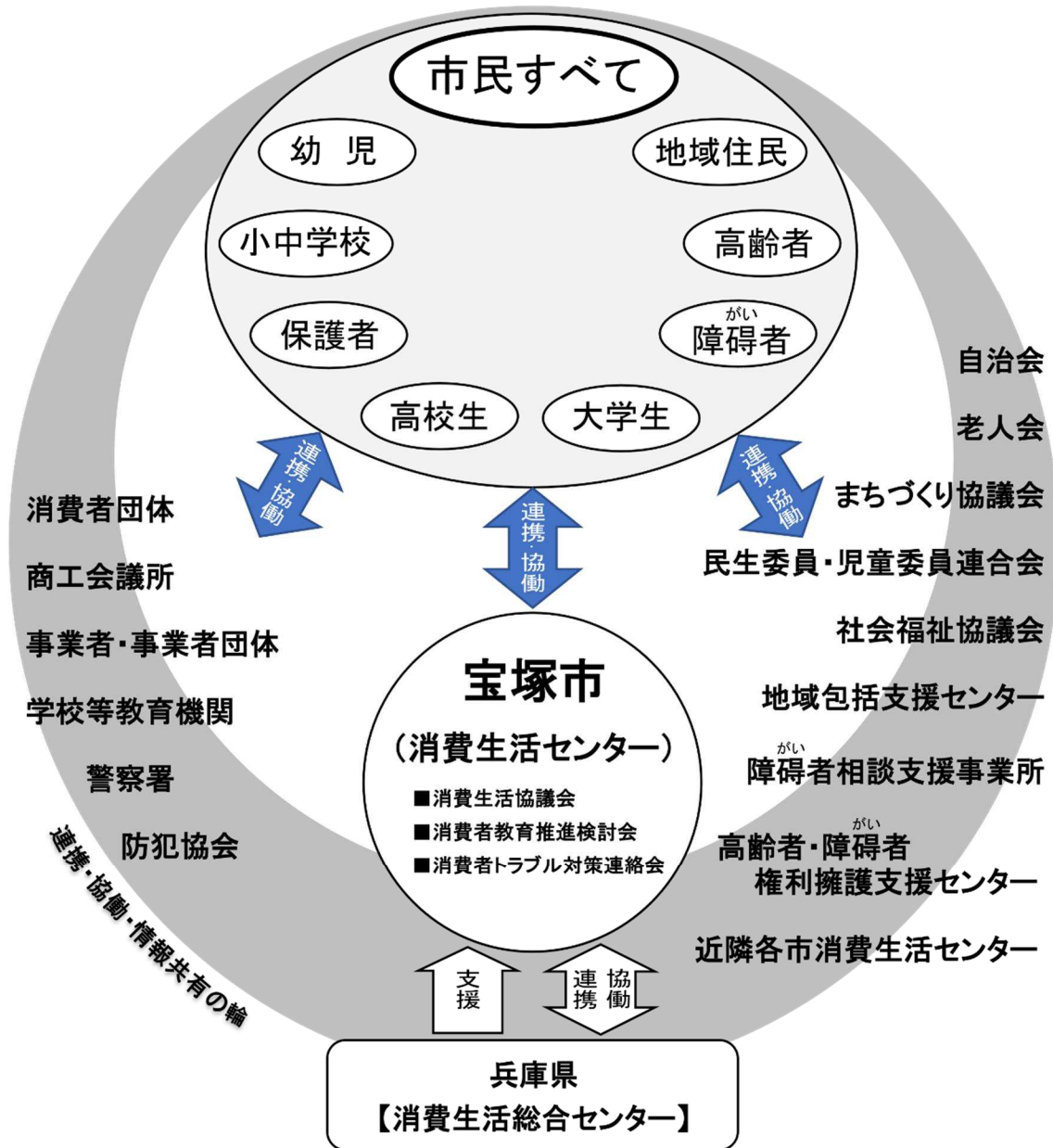
消費者トラブル対策連絡会は、地域の団体及び行政機関等で構成され、消費生活に関わる各種の情報を共有し、消費者被害の防止などの支援活動を効果的に推進します。

### 5 行政機関や関係団体との連携や相互協力

兵庫県における消費者教育の中核拠点となる兵庫県立消費生活総合センター\*との連携をはじめ、国や近隣市町の消費生活センターとの情報共有や相互協力により消費者教育を推進します。

また、推進体制（イメージ図）に示す関係機関や団体などとの連携・協働\*・情報共有を積極的に推進し、団体の活動支援や後援等を行い、多く市民に対し消費者教育の実施を働きかけます。

# 推進体制(イメージ図)





商品やサービスに関するトラブルは、  
宝塚市消費生活センターへ

☎相談専用      0797-81-0999  
受 付          月～金曜日（祝・休日を除く）  
                    9：00 ～ 12：00  
                    12：45 ～ 16：00

☎消費者ホットライン  
局番なしの 188

附属資料

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)

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



## 宝塚市消費生活協議会委員名簿

(敬称略)

- |         |                      |
|---------|----------------------|
| ◎ 秋山 学  | 神戸学院大学心理学部教授         |
| ○ 鈴木 尉久 | 兵庫県弁護士会弁護士           |
| 笠谷 純    | 特定非営利活動法人消費者協会宝塚理事長  |
| 新谷 俊廣   | 宝塚商工会議所専務理事          |
| 須藤 實枝   | 宝塚市自治会連合会理事          |
| 浦野 のり子  | 宝塚市民生委員・児童委員連合会副会長   |
| 牟田 浩伸   | 宝塚市社会福祉協議会事務局長       |
| 吉川 雅也   | 山手台中学校校長             |
| 西谷 美貴   | 兵庫県立消費生活総合センター相談事業部長 |
| 徳岡 祐二   | 宝塚警察署生活安全課長          |
| 吉澤 久実   | 公募市民委員               |
| 磯田 友希   | 公募市民委員               |

※◎は会長、○は副会長

## 宝塚市消費生活協議会等開催状況

- 第1回 令和3年1月14日（木）  
宝塚市消費者教育推進計画案について  
※書面会議で開催
- 第2回 令和3年2月5日（金）  
宝塚市消費者教育推進計画案について  
※書面会議で開催

## パブリックコメントの実施

令和3年3月22日（月）から4月20日（火）まで実施

## 用語解説

用語	解説	掲載頁
消費者教育	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。	1, 2, 7 他
消費生活相談	商品やサービスなど、消費生活全般に関する苦情や問合せなどの相談	1, 3, 6 他
協働	主権者である市民と市が、それぞれに果たすべき責任と役割を分担しながら、相互に補完し、及び協力して進めること	1, 18, 22 他
エシカル消費	倫理的・道徳的な消費であり地域の活性化や雇用などを含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動	1, 20, 29
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	1, 22, 23 他
EC（電子商取引）	インターネットを用いて財やサービスの受発注を行う商取引（いわゆるインターネットショッピング）の総体のこと	2
デジタル・プラットフォーム	インターネットを通じあらゆる活動の主体を結びつける場を提供している。検索サイトや動画配信サイト、オンラインモール等を運営している	3
行動ターゲティング広告	インターネット利用上の行動履歴に着目して、利用者の興味関心にあった広告を適切なタイミングで配信すること	3
テレワーク	本拠地のオフィスから離れた場所で、ICTを使って仕事をする事	3, 20
架空請求	郵便物や電子メールなどで、利用した覚えのない情報料等を請求されること	4
ネガティブ・オプション	送りつけ商法とも言い、注文していない商品を、勝手に送り付け、その人が断らなければ買ったものとみなして、代金を一方的に請求する商法	4, 5

用語	解説	掲載頁
定期購入	販売業者が購入者に対して商品を定期的に継続して引き渡し、購入者がこれに対する代金の支払をすることとなる契約	5
国民生活センター	独立行政法人として、国民生活の安定及び向上に寄与するため、国民生活に関する情報の提供及び調査研究を行うとともに、重要消費者紛争について法による解決のための手続を実施することを目的として、独立行政法人国民生活センター法に基づき設置	6, 31
クーリング・オフ制度	訪問販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引、特定継続的役務提供、業務提供誘引販売取引、訪問購入の場合、消費者がつい申し込んだり、契約をしてしまったりしても、一定の期間内であれば書面によって申込みの撤回や契約の解除ができる制度	9, 12
電子マネー	様々な会社が独自に発行している支払いサービスで、主にカードの中に電気信号にしたお金の情報を持たせたもの	9, 12, 20 他
キャッシュレス決済	クレジットカードや電子マネー、デビットカードなどの現金を代替する決済手段等を総称した呼び名のこと	13, 27
地域包括支援センター	介護保険制度や各種生活支援サービス等の利用について相談に応じる高齢者保健福祉サービスの総合相談窓口	13, 18, 27 他
宝塚市高齢者・障害者権利擁護支援センター	高齢者や障害者が、ご自身で日常生活上の判断をすることに不安を感じ、将来の生活に不安があるなど、困りごとがあってもどこに相談したらよいかかわからない場合の相談窓口	13, 19, 27
食品ロス	本来食べられるにも関わらず捨てられてしまう食べ物	14, 29
兵庫県立消費生活総合センター	県民の安全で安心な消費生活の実現のため、 ①県内の消費生活センターの中核センターとして市町消費生活センターの支援 ②市町、学校、企業、消費者団体等の多様な関係機関と連携を行い、ライフステージに応じた消費者教育の推進 ③消費者被害の未然防止や、消費生活に関する知識の普及に向けた情報提供 などを通じ、消費者の皆様を巡る課題に取り組むとともに、消費者の自立を支援している。	19, 31, 33

用語	解説	掲載頁
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のこと	20
持続可能な開発目標 (SDGs)	2015年9月に国連の持続可能な開発サミットで採択され、経済・社会環境をめぐる広範囲な課題について、全ての関係者の役割を重視し、「誰一人取り残さない」世界の実現を目指す国際目標	20, 22, 29
情報モラル	情報社会で適正な活動を行うための基になる考え方と態度	23, 24
ICT	Information and Communication Technology (インフォメーション・アンド・コミュニケーション・テクノロジー) の略。情報通信技術のこと	23
学習指導要領	全国のどの地域で教育を受けても、一定の水準の教育を受けられるようにするため、文部科学省では、学校教育法等に基づき、各学校で教育課程(カリキュラム)を編成する際の基準	25

計画に関するお問い合わせ先

宝塚市 産業文化部 産業振興室 消費生活センター

〒665-0852 宝塚市売布2丁目5番1号 ピピアめふ1・5階

TEL : 0797-81-4185 (直通)

FAX : 0797-83-1011