

## 消費者教育・啓発事業・相談事業の概要と今後の計画

産業文化部 消費生活センター

## 1 消費者教育・啓発事業

「消費者教育の推進に関する法律」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。」と定義されています。

そこで、本市では消費生活センターが中心となり、消費生活に関する講演会や出前講座を実施するとともに、広報誌等に啓発記事を掲載したり、啓発チラシを配布したりしています。

消費生活センター以外においても、消費生活に関連する地産地消をはじめとした食育に関する教育・事業を実施しています。また、小中学校では指導要領に基づき授業で消費者教育が行われています。

## 消費者教育・啓発事業の実績

## ① 出前講座

○自治会、コミュニティ、各種団体グループ向け

	平成29年度	平成30年度	令和元年度
講座数	25	32	34
参加者数	858	1736	1,272

○夏休み消費者教育

(市内各小学校地域児童育成会等を対象)

	平成29年度	平成30年度	令和元年度
講座数	39	34	40
参加者数	824	806	1,004

## ② 消費者フェスタ

○啓発展示コーナー

	平成29年度	平成30年度	令和元年度
展示日数	5	5	5

○消費者啓発特別講演会

	平成29年度	平成30年度	令和元年度
参加者数	150	160	144

## ③ 夕食宅配サービスを利用した啓発資料の配布

○コープこうべと宝塚市・尼崎市・伊丹市の3市合同で協定を結び、毎月1回、夕食用宅配弁当にチラシをセットして配布。

	平成29年度	平成30年度	令和元年度
配布枚数	5,010	5,140	4,630

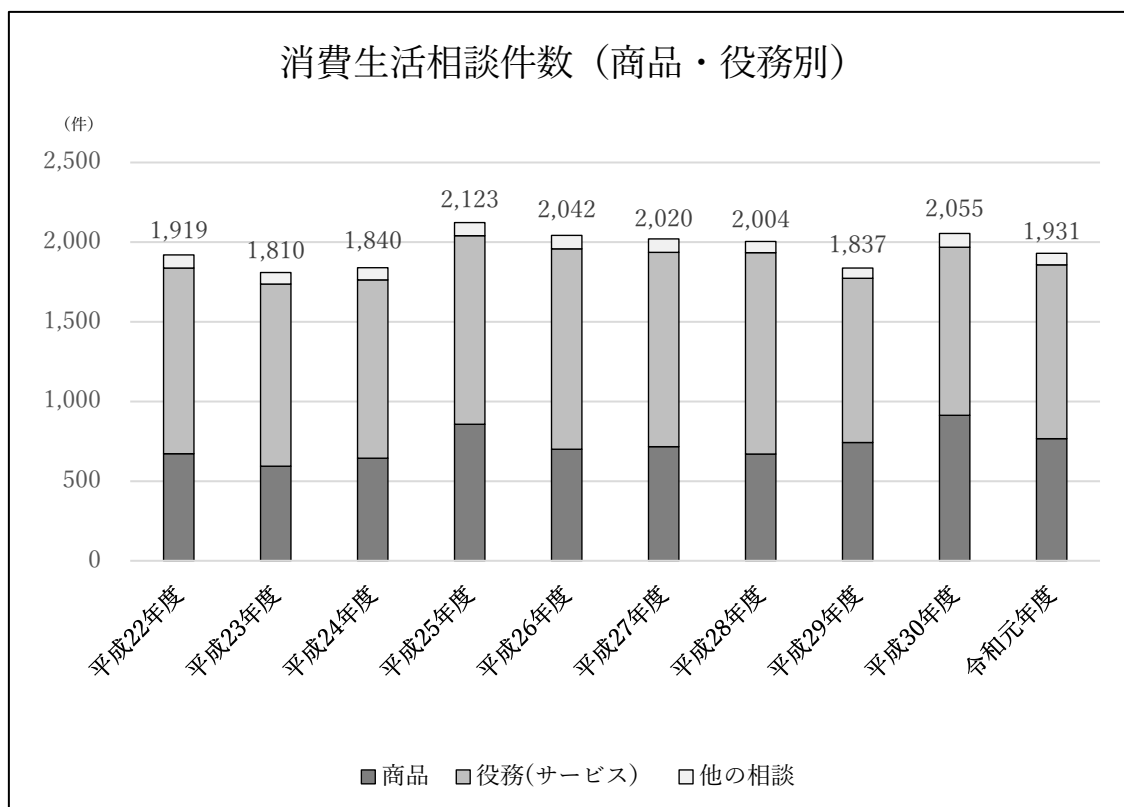
○市内3事業者が実施する夕食宅配弁当に、チラシをセットして配布。

介護保険課、国際文化センター、小浜地域包括支援センターへの配布やきずな収集の際に配布。

	平成29年度	平成30年度	令和元年度
配布枚数	16,020	16,020	16,720

## 2 相談事業

消費者の消費生活における被害を防止し、その安全を確保するため、消費生活相談員が、事業者に対する消費者からの苦情に係る相談に応じ、必要な場合は苦情の処理のためのあつせんを行っています。また、相談を行う中で、相談者(消費者)に対して消費者教育を行っています。



### 3 今後の計画

令和元(2019)年度の末から令和3(2020)年度の前半にかけて、相談件数が例年に比べ大きく増加し、その内容はマスクなどの新型コロナ感染症関連の保健衛生品に対するものでした。コロナ禍が終息するとともに、これらの変化は元に戻ってくると考えられますが、もう一つの変化である、対面販売が減り、通信販売が大きく増加したことは、デジタル化の進展が非接触を推奨するコロナ禍においてさらに加速し、これからも続くものと考えられます。このことは、急速に進む高齢化とあいまって、デジタル難民が急増することも危惧されます。

販売購入形態別相談件数

	令和2年4～12月〔令和3年2月3日時点〕 (A)			令和元年4～12月 (B)		前年同期比 (A-B)		増減比 (A/B)
	件数	内コロナ関連	割合(%)	件数	割合(%)	件数	割合(%)	割合(%)
0_店舗購入	286	45	16.66%	352	24.24%	-66	-7.59%	81.25%
1_訪問販売	153	5	8.91%	142	9.78%	11	-0.87%	107.75%
2_通信販売	630	63	36.69%	465	32.02%	165	4.67%	135.48%
3_マルチ・マルチまがい	10	0	0.58%	7	0.48%	3	0.10%	142.86%
4_電話勧誘販売	41	4	2.39%	59	4.06%	-18	-1.68%	69.49%
5_ネガティブ・オプション	8	5	0.47%	2	0.14%	6	0.33%	400.00%
6_訪問購入	22	1	1.28%	15	1.03%	7	0.25%	146.67%
8_その他無店舗	2	0	0.12%	4	0.28%	-2	-0.16%	50.00%
9_不明・無関係	565	66	32.91%	406	27.96%	159	4.94%	139.16%
合計	1717	189	100.00%	1452	100.00%	265		118.25%

また、民法の改正により、令和4(2022)年4月1日から成年年齢が18歳に引き下げられ、今まで未成年者であった18歳・19歳が単独で有効な契約することができるようになります。

このような中、現在、策定中の第2次宝塚市消費者教育推進計画では、これらを強く意識し、ウィズコロナ・アフターコロナにおける消費者教育推進計画となるよう今後の基本方針を以下のとおり掲げる予定です。

- 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。