

令和 3 年(2021 年)6 月 28 日 都市経営会議
産業文化部 消費生活センター

第 2 次宝塚市消費者教育推進計画（案）に係るパブリック・コメントの
実施結果について（報告）

第 2 次宝塚市消費者教育推進計画の策定にあたり、令和 3 年(2021 年)2 月 24 日の第 25 回都市経営会議を経て、パブリック・コメント手続きに基づく意見募集を実施しましたので、下記のとおり、その結果を報告します。つきましては、市民等から寄せられました意見を踏まえ、必要な修正を行い、同計画を策定します。

記

1 意見募集の実施結果について

- (1) 公表期間 令和 3 年(2021 年)7 月 1 日(木) から 7 月 30 日(金)
- (2) 意見提出者数 5 人
- (3) 提出意見数 11 件
- (4) 実施経過 2 月 24 日 都市経営会議へ付議
3 月 1 日 正副議長へ計画案の説明
3 月 16 日 産業建設常任委員会(所管事務調査)にて計画案の説明
3 月 22 日 意見募集開始
4 月 20 日 意見募集終了
- (5) 添付資料 ①第 2 次宝塚市消費者教育推進計画（案）についての意見と
市の考え方の公表について
②「第 2 次宝塚市消費者教育推進計画（案）」に対するパブリック・
コメント手続きに基づく意見募集の結果一覧表
③「第 2 次宝塚市消費者教育推進計画（案）」に対するパブリック・
コメント手続き以外での修正内容一覧表

2 計画の策定について

別添の「第 2 次宝塚市消費者教育推進計画（案）概要版」のとおり

第2次宝塚市消費者教育推進計画(案)についての 意見と市の考え方の公表について

宝塚市では、「第2次宝塚市消費者教育推進計画」(案)策定の趣旨や内容等について、広く公表し、第2次宝塚市消費者教育推進計画(案)に市民の皆様からの意見を反映するため、意見募集（パブリック・コメント手続）を実施しました。

その結果、市民等の皆様から次のとおり意見をいただきましたので、意見の内容とそれに対する市の考え方を公表します。

この度は、貴重な意見をお寄せいただき、誠にありがとうございました。

1 意見の募集期間 ※募集期間は終了しました。

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

2 意見の募集内容（概要）

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ことができるよう、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。

3 パブリック・コメントの実施結果

(1) 意見提出者数 5人

（内訳）持参	0人
郵送	1人
ファクシミリ	0人
電子メール	4人

(2) 提出意見数 11件

(3) 意見の内容と市の考え方及び見直しの結果

（内訳）計画案に反映した意見	4件
計画案に反映しなかった意見	1件
その他	6件

詳細は、別紙「第2次宝塚市消費者教育推進計画(案)」に対するパブリック・コメント手続に基づく意見募集の結果一覧表のとおり

(4) パブリック・コメント手続以外での修正内容

詳細は、別紙「第2次宝塚市消費者教育推進計画(案)」に対するパブリック・コメント手続以外での修正内容一覧表のとおり

4 実施結果の公表方法

パブリック・コメントの実施結果及び意見を反映した計画書の概要版・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「第2次宝塚市消費者教育推進計画」で検索するか、または「検索用ID: 1015156」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。

5 公表期間

令和3年(2021年)7月1日(木)から令和3年(2021年)7月30日(金)まで

6 お問い合わせ先

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

「第2次宝塚市消費者教育推進計画(案)」に対するパブリック・コメント手続きに基づく意見募集の結果一覧表

・意見の募集期間 令和3年(2021年)3月22日(月)～4月20日(火)
・提出意見提出数 5人の方から11件の意見

No.	ページ	行	市民等からの意見	市民等からの意見の採否および理由	市民等からの意見を受けての 見直し結果
1	P32	—	(1),(2)で具体的な目標について明記されているのは、とても良いと思う。一方、学校や学童保育など、成年年齢引き下げもあり、早期より消費者教育が必要な対象者に対して明記されていないのは、問題と感じる。また、契約当事者となる若い労働者や子育て世代への具体的な計画も見られない。計画改定の趣旨の「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。」という素晴らしいコメントにつながる対象者に応じた具体的な目標が欲しい。	【ご意見ありがとうございます。ご指摘に基づき計画を修正します。】 対象者に応じた具体的な計画につきましては、計画(案)本編23ページ「1 世代・特性に応じた多様な消費者教育の推進」の表「主な実施主体と取り組み内容」の「取組内容」に取組内容や課題、目標などを記載しています。そして、取組内容や推進する目標についての記載内容を補強するため、計画(案)本編25ページ以降に、保護者や若い労働者など年代に対応した、取組目標や推進する個別事業などを記載しています。ただし、計画(案)本編23ページの表「主な実施主体と取り組み内容」の項目名が「取組内容」になっており項目名と記載内容が一致しない箇所もあるため項目名を変更します。 また、いただいたご意見を反映し、計画(案)本編32ページ「5 計画期間中に推進する施策の目標」に、児童・生徒に対する学校教育における消費者教育を学校以外が強くサポートすることを加えます。	計画(案)本編23・24ページの「主な取り組み内容」の項目名「取組内容」を「取組内容・目標」に記載を変更します。 計画(案)本編32ページの「5 計画期間中、重点的に推進する施策の目標」中、(3)を(4)とし、(3)を「成年年齢の引き下げに伴い、児童・生徒に対する消費者教育を充実させる必要性から、学校における授業へのサポートのみならず、あらゆる機会において、消費者教育に接することができるよう取り組みます。(学校・児童育成会における目標講座回数65回、参加人数2,400人)」を新たに設けます。また、新たに設けた(3)の数値目標の一部には(2)の数値目標の一部を含んでいたため、(2)の数値目標の目標講座回数を「120回→80回」に、参加人数を「7,000人→6,000人」に変更します。
2	P34	—	イメージ図では、「事業者・事業者団体」となっていますが、「消費者・消費者団体」とはなっておらず、「消費者団体」となっています。計画目標にある「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」のであれば、事業者個人を尊重すると同様に消費者個人も尊重して欲しいので「消費者・消費者団体」と修文して欲しい。また、連携先により「コープこうべ」「(特)消費者協会宝塚」と明記されるものと、20年以上宝塚市の消費者教育推進に協力し続けた(意見申出者の)団体Aの名前は何処にも見当たらないのはどうか? 納得できない。	【ご意見ありがとうございます。ご指摘に基づき計画を修正します。】 イメージ図の記載を「消費者・消費者団体」に修文してほしいとのご意見ですが、計画案のイメージ図では「市民すべて」＝「消費者」と想定して表記し、推進体制の中心としています。また、「消費者団体」は消費者教育を担う側として「消費者」と連携・協働する対象として規定しています。このため「消費者・消費者団体」のように併記した形での記載変更はできません。なお、「市民すべて」＝「消費者」であることを分かりやすくするため表現を変更します。 特定の団体Aの記載が見当たらないとのご指摘ですが、計画(案)本編14・15ページの「(2) 事業者の取組」「(3) 消費者団体の取組」では消費者教育の取組を主体的に実施する団体を記載しています。特定の団体Aにつきましては、出前講座の講師としてご協力いただいていますので、計画(案)本編16ページ「(2) 出前講座及び授業」の説明文に団体名を記載します。	計画(案)本編34ページ、概要版4ページのイメージ図の表記を「消費者」と「市民すべて」が同旨あることを分かりやすいように、イメージ図中、「市民すべて(消費者)」と表現を変更します。 計画(案)本編16ページ「(2) 出前講座及び授業」の説明文「市職員や登録講師、消費生活相談員」を「市職員や消費生活相談員、NPO法人講師(C・キッズ・ネットワーク)、警察官、弁護士、行政書士等」に変更します。

No.	ページ	行	市民等からの意見	市民等からの意見の採否および理由	市民等からの意見を受けての見直し結果
3	P19	1	「訪問取引お断り」の啓発シールの配布について 近年、各地の自治体で訪問販売を規制する動きが広がっています。悪徳業者を排除する取り組みが重要だという認識は共有しておりますが、「訪問販売イコール悪徳」という前提での対応に懸念を覚えています。特に「訪問販売お断り」と書いたステッカー等を貼ってある家庭には営業できないように条例などに基づく動きは誠に遺憾であります。 2008年(平成20年)消費者庁はステッカー規制について「意思表示の対象や内容、表示の主体や表示時期等が必ずしも明瞭でないため、特定商取引法においては『契約を締結しない旨の意思』の表示には当たらない」と通達しています。2016年(平成28年)改正時と同様の見解でした。検討していたステッカー規制の条例化を見送る自治体もあり、自治体によっては、「消費者対事業者」という一面的な対立構図から脱皮し、より包括的かつ前向きな健全化に乗り出しているのです。	【ご意見ありがとうございます。ご意見をいただき、表現の一部を変更します。】 「訪問取引お断り」の啓発シールにつきましては、本市では、県・県警・県弁護士会の協力のもと啓発シールを作成し、希望する市民に対し配布しています。この啓発シールの目的は、訪問販売を否定・排除するものではなく、訪問販売を望まない消費者が自らの意思で啓発シールを張り意思表示をしているものです。これは、事業者にとっても、啓発シールの表示によって訪問販売を希望しない消費者を、あらかじめ知ることができ、無用なトラブルを未然に防止できるものと考えています。 引き続き、御社関連訪問販売事業者の方々についても、消費者教育・啓発にご理解、ご尽力いただきますようお願いいたします。	いただきましたご意見について、ご意見をいただく中で、表現の一部を次のように改めます。計画(案)本編19ページ「カ 啓発シールの配布」を「カ トラブル予防ステッカーの配布」に変更し、説明文を「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、希望する消費者に、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。」に変更します。
4	P33～P34	—	(意見申出者の)関連事業者の活動を考慮していただければ、今回の第2次宝塚市消費者教育推進計画(案)の33頁から34頁に記載されています「推進体制」の構成員としての役割を十分に担えると考えます。	【ご意見ありがとうございます。今後の取組の参考にさせていただきます。】 御社及び関連会社の方々が、「推進体制」の構成員としての役割を担えるのご意見ですが、計画(案)本編33～34ページの「第5章 推進体制」において、「事業者」としてあらかじめ規定しています。御社及び関連会社の方々が、福祉・教育・防犯等の社会活動を積極的に行われていることは存じあげており、引き続き、本市の消費者教育に、参加いただきますようお願いいたします。	いただきましたご意見について、第2次消費者教育推進計画の見直しまでには至りませんが、計画実施するにおいて、ご意見の趣旨を十分に踏まえてまいります。
5	全般	—	行政と連携して社会的・公共的な役割を果たしている「意見申出者の」関連業界の取り組みを踏まえていただくとともに、健全な事業者から直接ヒアリングを行うなど丁寧の実態を把握していただくことがぜひ必要と考えます。	【ご意見ありがとうございます。今後の取組の参考にさせていただきます。】 関連業界の実態把握の必要性につきましては、本市消費生活センターでは、以前から事業者訪問を通じて、事業者からのご意見をお聴きするとともに、消費者からの苦情など事業者に情報提供しています。この他、事業者から資料を送付いただくこともあり、センター内で周知をしています。 御社につきましても、積極的に情報提供いただきますようよろしくお願いいたします。	

No.	ページ	行	市民等からの意見	市民等からの意見の採否および理由	市民等からの意見を受けての見直し結果
6	全般	—	今回の推進計画は令和3年度から10年間ということですが、なぜこんなに長い期間となったのかと思います。必要に応じて内容の見直しを行なうとのことですが、3年～5年位で計画を立てるべきではないかと思ひます。計画策定の趣旨にもあるように、消費者を取り巻く環境は絶えず変化し、トラブルも変化します。その時に合ったきめ細かい策定を行い実行すべきと考えます。	【ご意見ありがとうございます。ご指摘に基づき計画を修正します。】 計画期間について、本計画はこの先10年を見据えて本市の消費者教育の基本計画として策定しています。そのため、計画で取り組むべき目標や取組については、基本的には大きく変化しないものと考えていますが、右記のとおり、柔軟に計画を見直すことが出来るよう本計画(案)本編1ページ「3 計画の期間」のとおり規定していますが、より明確に分かるよう文言を改めます。	いただきましたご意見に基づき、計画(案)本編1ページ「3 計画の期間」のただし書きを「なお、国・県の動向や複雑化・多様化する消費者トラブルの状況、消費者教育の推進に関する施策の実施状況を勘案し、必要に応じて内容の見直しを行います。」に改め、見直しについて詳細に記しました。
7	P28	—	前回の推進計画では、出前講座、講演会等、目標値の記載がありましたが、今回は記載がありません。具体的な数値の設定があればと思います。	【ご意見ありがとうございます。原案のとおりとします。】 出前講座や講演会等の数値目標につきましては、現在取り組んでいる、又は取組予定の活動の個別の数値目標だけでなく、未来に実施する活動を含めた市内全体の消費者教育実施の数値目標を計画(案)本編32ページ記載のとおり設定しています。 ただし、本結果一覧表の質問No.1の市民等からの意見を受けての見直し結果のとおり数値目標を追加します。	いただきましたご意見については、すでに第2次消費者教育推進計画(案)に記してあると考えていますが、質問No.1の意見を受けて、数値目標を追加しています。
8	P13	1	この項目における(3)消費者団体の取り組みでは、(意見申出者の)団体Aの取り組みの記述がないのは残念であり、理由があるなら伺いたい。長年継続して啓発活動を行っており、直接的な消費者教育を実施している。P-17(4)消費生活サポーターの育成について、先進的にサポーター養成をされた事は、大変評価されるが、課題は日々巧妙・悪質化している現状である。サポーターのスキルアップはもちろん、地域の見守り活動であるサポーターのすそ野を広げるためにも、一過性で終わらず、第2期や3期のサポーター養成が急務と考える。	【ご意見ありがとうございます。今後の取組の参考にさせていただきます。】 特定の団体Aの記載が見当たらないとのことにつきましては、本結果一覧表の質問No.2に関するご意見に対する回答をご参照ください。 サポーター養成につきましては、ご意見のとおりと考えており、計画(案)本編P31に記載のとおり、学習会の実施や新規会員の募集などすみれ隊の活動拡大を目標とし、重点的に推進する施策の一つに掲げています。	いただきましたご意見については、すでに第2次消費者教育推進計画(案)に記してあると考えていますが、計画実施するにおいて、ご意見の趣旨を十分に踏まえてまいります。
9	全般	—	推進計画案は、必要な事が網羅的に捉えられ、内容的には、抜けないと思ひます。 しかし、取り組みを「推進します」「積極的に働き掛けます」と思ひは感じるが具体的な手法が見えてこない。 例えば、FM放送で定期的な 情報発信をするであったり、市報のページで身近な事案(市内での具体的な事例)を紹介した注意喚起であったりなど 実効性を高めてはどうかと思う。 また、消費生活センターの認知度アップの活動も必要だと 感じる。啓発講座などへの参加者は、意識の高い市民であったり、地域の何らかの組織に加入している人であったりすることが多い。孤立した市民への啓発や認知を高める取り組みの充実を願ひます	【ご意見ありがとうございます。今後の取組の参考にさせていただきます。】 具体的な手法としましては、計画(案)本編23ページ以降の第4章に、可能な限り実施予定の事業について具体的に記載しています。例に挙げられた、情報発信につきましても計画(案)本編31ページ「4 効果的な情報収集・発信」に広報からづかで消費生活相談事例を発信する「くらしの情報」の連載など具体的な実施内容を記載しています。 消費生活センターの認知度拡大につきましては、計画(案)31ページの「4 効果的な情報収集・発信」の記載している取組を通じて、認知度を高める活動を実施予定ですが、より一層の周知を図るため研究・検討してまいります。	

No.	ページ	行	市民等からの意見	市民等からの意見の採否および理由	市民等からの意見を受けての見直し結果
10		—	相談件数が2千件程度で、あまり多くないことは、問題が少なく良いことかもしれませんが、反対から見れば、生活相談することに抵抗があるのかもしれない。「こんなことを聞いて馬鹿にされないだろうか？」という不安感があるのかもしれない。そこで、もっと身近な存在として、気楽に相談しやすい場所になって欲しいと思っています。 このため、消費者として気をつけるべきことなどの講座を推進されることは有効でしょう。どんどん講座を実施して頂きたいですね。p32に記載の施策が実行されることを期待しています。 p33に記載の宝塚市消費者トラブル対策連絡会では、どのような話し合いが行われているのでしょうか？会合の様子などお知らせ頂ければ参考になります。	【ご意見ありがとうございます。今後の取組の参考にさせていただきます。】 相談件数につきましては、この10年間新規の相談が毎年2,000件前後で推移していますが、5人の消費生活相談員ができるだけ相談者に寄り添った対応(相談・あっせん等)に努めています。これからも消費生活相談員は、相談を受けるに当たって安心してご相談いただけるよう努めていきますので、消費生活に関する疑問、トラブルなど、気軽にご相談ください。 講座の実施につきましては、計画(案)本編32ページ「5 計画期間中、重点的に推進する施策の目標」に記載の講座等の実施目標を達成するために取り組みたいと考えています。 消費者トラブル対策連絡会につきましては、消費者関連団体・機関と市役所内関係部署で構成されており、本市の消費生活相談の状況報告や会員からの消費生活に関する活動やトラブル事例の報告などの情報交換を行い、市内の消費生活に関する情報について会員間で共有することにより、それぞれの事業・施策に活用しています。同連絡会につきましては、各会員(団体・機関)の賛同がいただいた後、市ホームページに会議概要をお知らせできるよう検討します。	いただきましたご意見について、第2次消費者教育推進計画の見直しまでには至りませんが、計画を推進していく上で、情報発信の参考とさせていただきます。
11	全般	—	また、私たち消費者として暮らしやすい生活を送るための活動として特にされておられることはあるのでしょうか？厚生労働省がやっておられるのかもしれませんが、宝塚市で販売されている商品で危険なものはないかどうか？また、生活しやすいように、消費者物資の表示が間違いないか、重量表示、価格表示はどうなっているのかなどの調査はされているのでしょうか？特に、私のような後期高齢者になると自分で判断することが難しくなってきましたので、安心して暮らしやすい社会をつくるための活動をしていただけると助かります。	【ご意見ありがとうございます。今後の取組の参考にさせていただきます。】 消費者として暮らしやすい生活を送るための活動としましては、計画(案)本編22ページの「1 計画の目標」記載の「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。」を達成することが、市民の安全・安心な暮らしにつながると考えています。そのため本計画(案)での取り組みを着実に実施してまいりたいと考えています。 家庭用品の表示につきましては、電気用品安全法等のいわゆる製品安全4法や家庭用品品質表示法などにに基づき、販売店に立入検査や調査を行い表示等の適正化を図っています。 また、計量については、計量法に基づき計量器(はかり)の定期検査や商品が表示どおり正しく販売されているかどうか、食品等の量目立入検査を行っています。これらの検査・調査は、消費者教育とは区分しているため、本計画には記していません。毎年度発行している、消費生活センター事業概要に記して、お知らせしているところです。 いただきましたご意見の内容につきましては、すでに実施しているものでありますので、第2次消費者教育推進計画の見直しには至りませんが、実施している内容について、より知っていただけるよう情報発信に努めてまいります。	

「第2次宝塚市消費者教育推進計画(案)」に対するパブリック・コメント手続き以外での修正内容一覧表

※ パブリック・コメント実施後に、以下のとおり修正しました。

※ 表のページ、行は特に断りがない限り本編のものを掲載しています。

No.	ページ	行	該当箇所	修正前	修正後	意見区分	修正理由
1	P45	11	宝塚市消費生活協議会委員名簿	西谷 美貴 兵庫県立消費生活総合センター相談 <u>事業</u> 部長	西谷 美貴 兵庫県立消費生活総合センター相談 <u>啓発</u> 部長	1 職員 2 所管課 3 その他 ()	役職に誤りがあったため
2	P34	—	推進体制(イメージ図)	小中学校	小中学生	1 職員 2 所管課 3 その他 ()	記載に誤りがあったため
3	P27	32	(5) 成人・高齢者・障害(がい)者等……地域・職域での消費者教育	地域包括支援センター*、高齢者・障害(がい)者権利擁護支援センター*	地域包括支援センター*、 <u>委託相談支援事業所</u> *、高齢者・障害(がい)者権利擁護支援センター*	1 職員 2 所管課 3 その他 ()	事業所名の変更のため
4	P34	—	推進体制(イメージ図)	障害者相談支援事業所	<u>委託</u> 相談支援事業所	1 職員 2 所管課 3 その他 ()	事業所名の変更のため
5	P49	—	用語解説	なし	委託相談支援事業所_障害のある人の相談に応じ、情報の提供や援助を行い、自立した社会生活を支援する相談窓口_27	1 職員 2 所管課 3 その他 ()	用語解説充実のため
6	P32 (概要版 P3)	—	5 計画期間中、重点的に推進する施策の目標	(2)……(目標講座回数80回・参加人数6,000人(学校の授業を除く)) (3)……(学校・児童育成会等における目標講座回数65回・参加人数2,400人)	(2)……(目標講座回数80回/年・参加人数6,000人/年(学校の授業を除く)) (3)……(学校・児童育成会等における目標講座回数65回/年・参加人数2,400人/年)	1 職員 2 所管課 3 その他 (宝塚市消費生活協議会委員)	年間目標であることを、明確にするため

《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

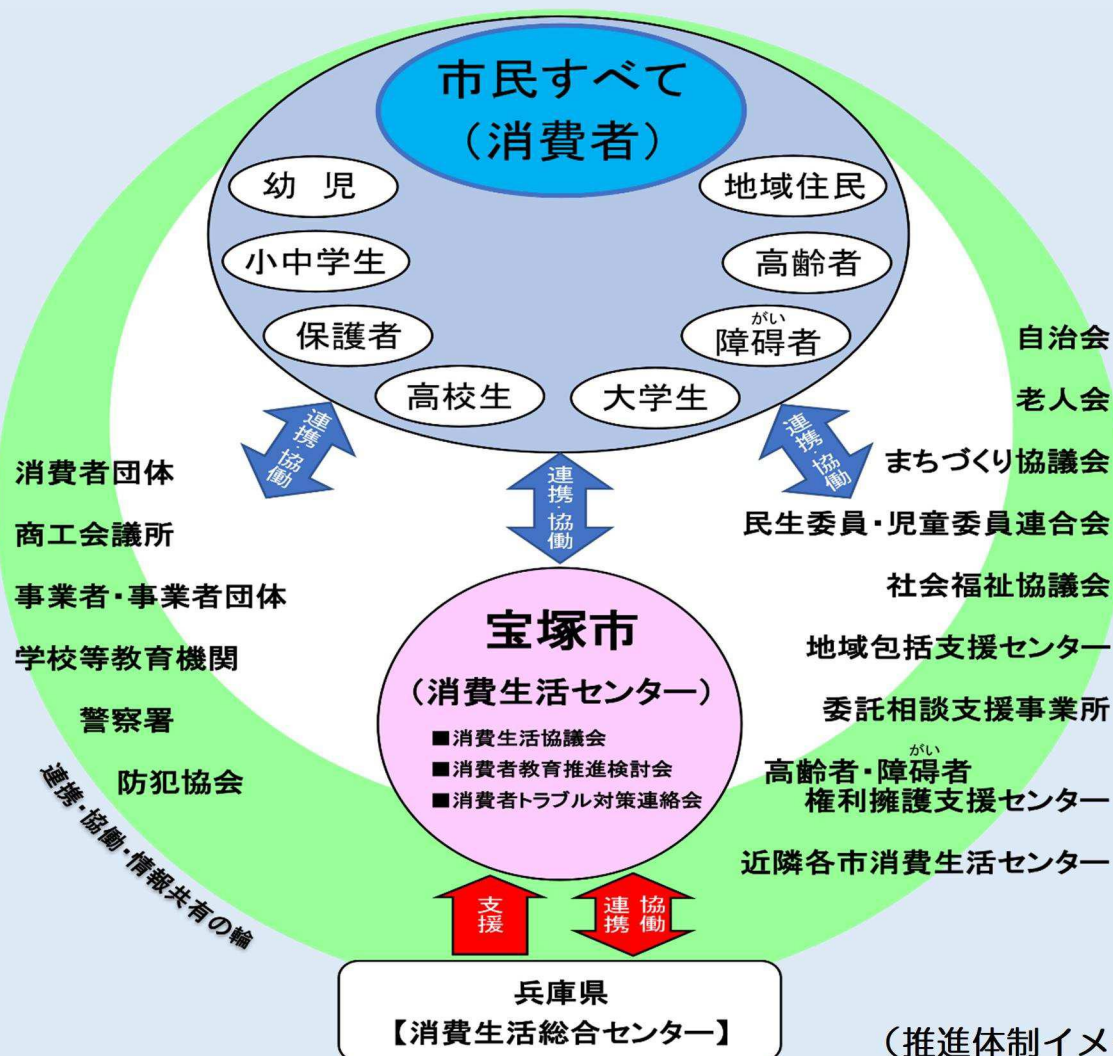
計画期間中、重点的に推進する施策の目標

- 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 80 回/年・参加人数 6,000 人/年(学校の授業を除く))
- 3 成年年齢の引き下げに伴い、児童・生徒に対する消費者教育を充実させる必要性から、学校における授業へのサポートのみならず、あらゆる機会において、消費者教育に接することができるよう取り組みます。
(学校・児童育成会等における目標講座回数 65 回/年・参加人数 2,400 人/年)
- 4 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 ピピアめふ 1・5階
TEL: 0797-81-4185（直通）
FAX: 0797-83-1011