

第3次富士市消費者教育推進計画(案)の概要

計画の基本的な考え方

1 計画策定の趣旨

平成31年3月に策定した第2次富士市消費者教育推進計画は、計画期間を平成31年度から令和4年度の4年間とし、さまざまな年代に向けた啓発活動を行ったほか、多様な主体と連携しながら消費者教育の推進に取り組んできました。

令和4年度をもって計画期間が終了することから、これまでの取組を踏まえて課題等を明らかにし、必要な見直しを行うとともに、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、新たな計画を策定するものです。

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）第10条第2項の規定に基づいて策定するもので、第3次計画策定にあたっては国の「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。）及び「静岡県消費者基本計画」を踏まえて策定します。

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「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	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9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(改定)～令和11年度(7年間予定) ▶				
静岡県消費者基本計画	▶					

消費者を取り巻く現状と課題

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る。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る。
- 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。

- 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も重要性が増している。
- 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が発生している。
- 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る。

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が受けた新規相談件数の推移をみると、平成29年度の2,378件をピークとして平成30年度2,066件、令和元年度2,040件、令和2年度1,909件、令和3年度1,721件と年々減少している。
- 延べ相談件数は平成30年度4,872件、令和元年度4,962件、令和2年度4,807件、令和3年度4,930件でほぼ横ばい状態。
- 一つの相談案件で複数の相談を経て終結する継続案件が一定以上ある。
- 社会環境の変化に伴い消費者トラブルが複雑化していることが伺える。

(2) 契約当事者別に見た相談件数

- 令和3年度の年代別相談件数は、20歳未満35件(2.0%)、20歳代116件(6.8%)、30歳代172件(10.0%)、40歳代231件(13.4%)、50歳代298件(17.3%)、60歳代285件(16.6%)、70歳代以上452件(26.3%)、その他・不明130件(7.6%)。
- 20歳未満、20歳代の相談件数は他の年代に比べて低くなっているが、2022年4月の民法改正による成年年齢の引き下げに伴い、今後は若年層の消費者被害が増加する恐れが懸念される。

(3) 60歳以上の相談件数の推移と全体に占める割合

- 令和3年度、60歳代の相談は285件(16.6%)、70歳以上の相談は452件(26.3%)であり、60歳以上の相談件数が全体の42.9%を占めている。
- 高齢者からの相談は、平成30年度には50.9%と初めて50%を超え、その後やや減少したものの、依然として40%台で推移している。

(4) 商品・役務別相談件数

- 令和元年度から令和3年度にかけてクレジット・サラ金などの融資サービスの相談件数が増加。
- コロナ禍において、消費者ローン・住宅ローン・自動車ローンなどの支払いが困難になった消費者の相談が多く寄せられている。
- 健康食品の購入に関する相談が増加している。

(5) インターネット通販に関する相談件数の推移

- スマートフォンの普及により、インターネット通販は商品購入の一形態として定着。
- 便利な反面、画面の小ささから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、トラブルや消費被害に遭う消費者が増加している。

第2次計画の取組と課題

1 成果指標の達成度

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みと課題

(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しての啓発講座、民生委員などの見守りをする方々に対しての研修講座を実施。
- 啓発活動として、民生委員を通じて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。
- 啓発講座の回数は令和元年度は目標値に上回ったが、令和2年度及び3年度は目標値を下回った。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の集まる機会が減少し、人の集まる対面式の講座開催ができなかった。そのような中でも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を実施した。
- 判断力の低下した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る。

(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。
- 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。
- 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、成年年齢の引き下げによる消費者被害に遭わないために、未成年者取消し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た。
- 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る。
- 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」との回答があったが、将来的に、自らの行動に責任を持て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る。

(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、広報紙「広報ふじ」に特集記事を掲載、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の紹介。
- 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活動を実施。
- 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、センターの認知度を更に上げる必要がある。

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

「消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）」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

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

基本目標	消費者市民社会の構築（法の目標） 持続可能な未来に向けた安全・安心で豊かな消費生活の実現（静岡県を目指す姿） 安全・安心な消費生活の確保（第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 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、これまでも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

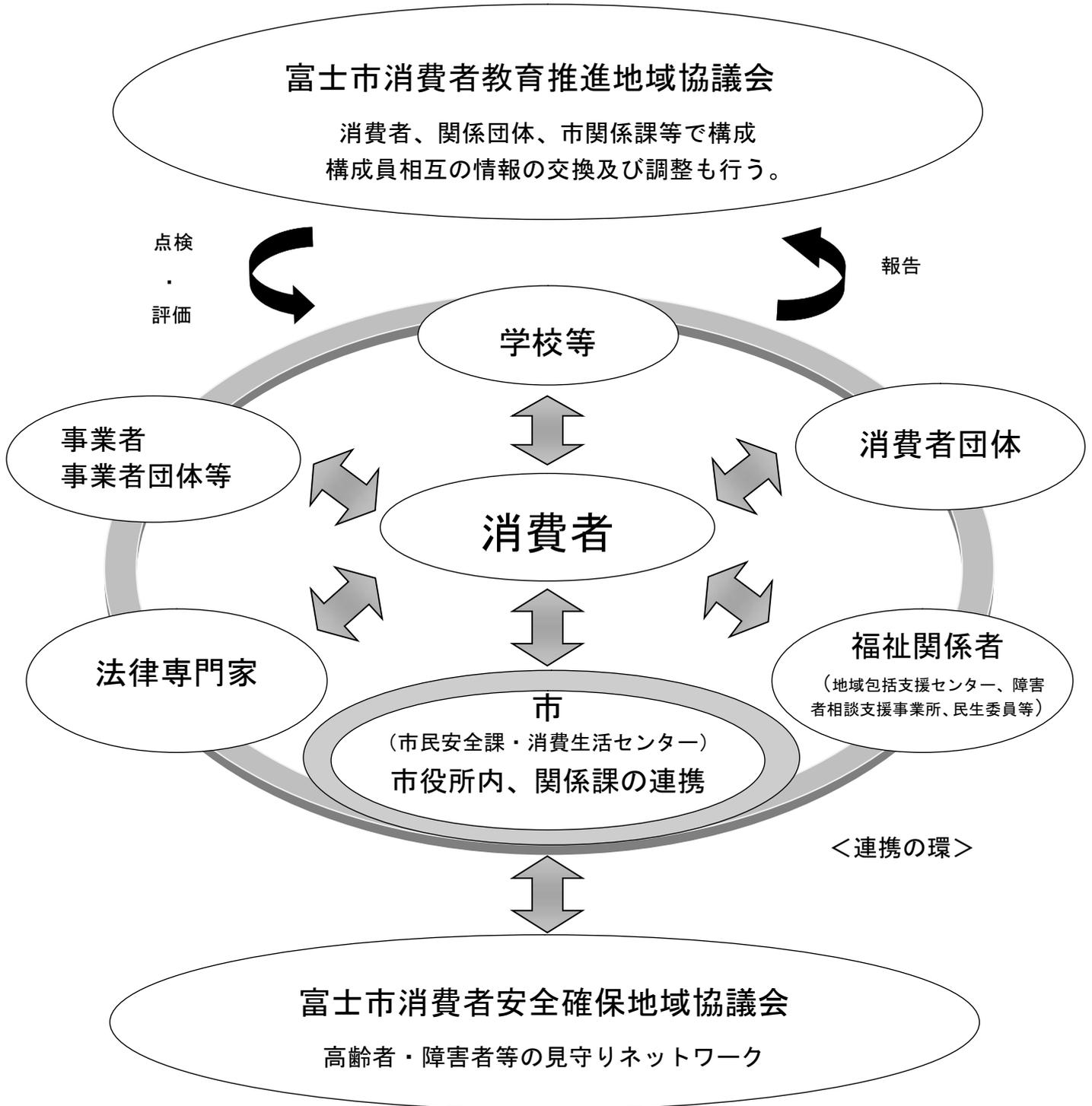
消費生活センターは消費者被害の救済だけではなく、商品・サービスの基礎知識や契約知識についての情報発信や啓発活動を行っています。消費者教育の拠点として、さまざまな情報を集積し、地域住民に消費者教育を提供する場として、また消費者教育の担い手を支援する場としての役割を更に強化していきます。

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。

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、市民安全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」の進ちょく状況等を報告し、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、庁内においても連携体制を確保し、消費者教育を推進していきます。



2 推進計画の成果指標と評価の公表

重点目標ごとに取り組み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	
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。