

# 第2次沼津市消費者教育推進計画

令和3年度～令和7年度

(2021年度～2025年度)

令和3年3月

沼津市



## はじめに



国において、総合的かつ一体的な推進により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して、平成24年（2012年）に「消費者教育の推進に関する法律」が施行され、市町村は「消費者教育推進計画」を策定するよう努めることとされました。

本市では、平成28年（2016年）3月に「沼津市消費者教育推進計画」を策定し、令和2年度（2020年度）までの計画期間として、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営む社会の実現を目指す取組を進めてまいりました。

近年の消費者を取り巻く社会経済情勢は、デジタル化の進展による電子商取引の拡大、自然災害の激甚化・多発化など大きく変化しており、高齢化の進行や世帯の単身化、地域におけるつながりの希薄化など、不安を抱える消費者の増加が考えられます。また、令和4年（2022年）4月1日には、成年年齢を18歳に引き下げる民法の一部を改正する法律が施行されます。

これらを踏まえ、このたび令和3年度（2021年度）から5年間を計画期間とする、「第2次沼津市消費者教育推進計画」を策定いたしました。本計画では、「明るい未来（消費者市民社会の形成）につながる、安全・安心なまちづくり」を基本理念とし、前計画から引き続いて5つの重点目標を設定し、取組の方向性を示しております。

本市が目指す将来都市像「人・まち・自然が調和し、躍動するまち」に向かい、安全・安心の確保に取り組んでまいりますので、引き続き、市民の皆さまや関係機関・関係団体の皆さまのご理解・ご協力と積極的な参画をお願いいたします。

令和3年3月

沼津市長 頼重 秀一

# 目 次

## 第1章 「沼津市消費者教育推進計画」の基本的な考え方

1 推進計画策定の趣旨	1
2 推進計画の位置づけ	2
3 推進計画の期間	3
4 推進計画の推進体制	3
5 推進計画の成果指標	4

## 第2章 消費者を取り巻く現状と課題

1 本市における消費生活相談の状況	
(1) 相談件数の推移と相談内容別件数	5
(2) 若年者の消費者トラブル	7
(3) 高齢者の消費者トラブル	8
2 消費者教育推進のための基礎調査の結果	11
3 市民意識調査の結果	23
4 本市の消費者教育に関する取組状況	
(1) 重点目標別取組状況	31
(2) 重点目標別事業の達成度	38

## 第3章 国県の動向と重点目標

1 国の動き	40
2 県の動き	42
3 重点目標	43
4 施策の体系	45

## 第4章 消費者教育推進上の具体的な取組

1 重点目標別取組事例	46
2 ライフステージごとの具体的な取組	47

### (資料)

消費生活センターを拠点化した消費者教育の取組イメージ	55
消費者教育推進におけるイメージマップ	56
沼津市消費者教育推進地域協議会設置要綱、委員名簿	58

# 第1章 「沼津市消費者教育推進計画」の基本的な考え方

## 1 推進計画策定の趣旨

本市では、平成28年3月に平成28年度（2016年度）から令和2年度（2020年度）までの5年間の計画期間とした「沼津市消費者教育推進計画」を策定しました。この計画に基づき、消費者教育の円滑な推進を図るため、平成28年度に「消費者教育推進地域協議会」を設置し、検証と評価を行いながら消費者が主役となる持続可能な社会の形成を目指した取組を行ってきました。

近年、デジタル化の進展や電子商取引の拡大など、高度情報化やグローバル化は大きく進み、消費生活上の変化はあらゆる世代に及び、相談内容も変化し広がりを見せています。また、高齢化の進行や法改正による成年年齢引き下げ、新型コロナウイルス感染症の拡大など、社会情勢は変化し続けています。

国では、消費生活を取り巻く環境の変化を勘案し、消費者教育の推進に関する施策の実施状況を踏まえ、平成25年（2013年）6月に策定した「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。）」について、平成30年度（2018年度）から令和4年度（2022年度）までの5年間を対象とした新たな基本方針を定めました。

また、静岡県においては、自ら学び自立し行動する消費者の育成を目標として、平成30年度（2018年度）から令和3年度（2021年度）までを計画期間とする「第2次静岡県消費者教育推進計画（以下「県推進計画」という。）」を策定しました。

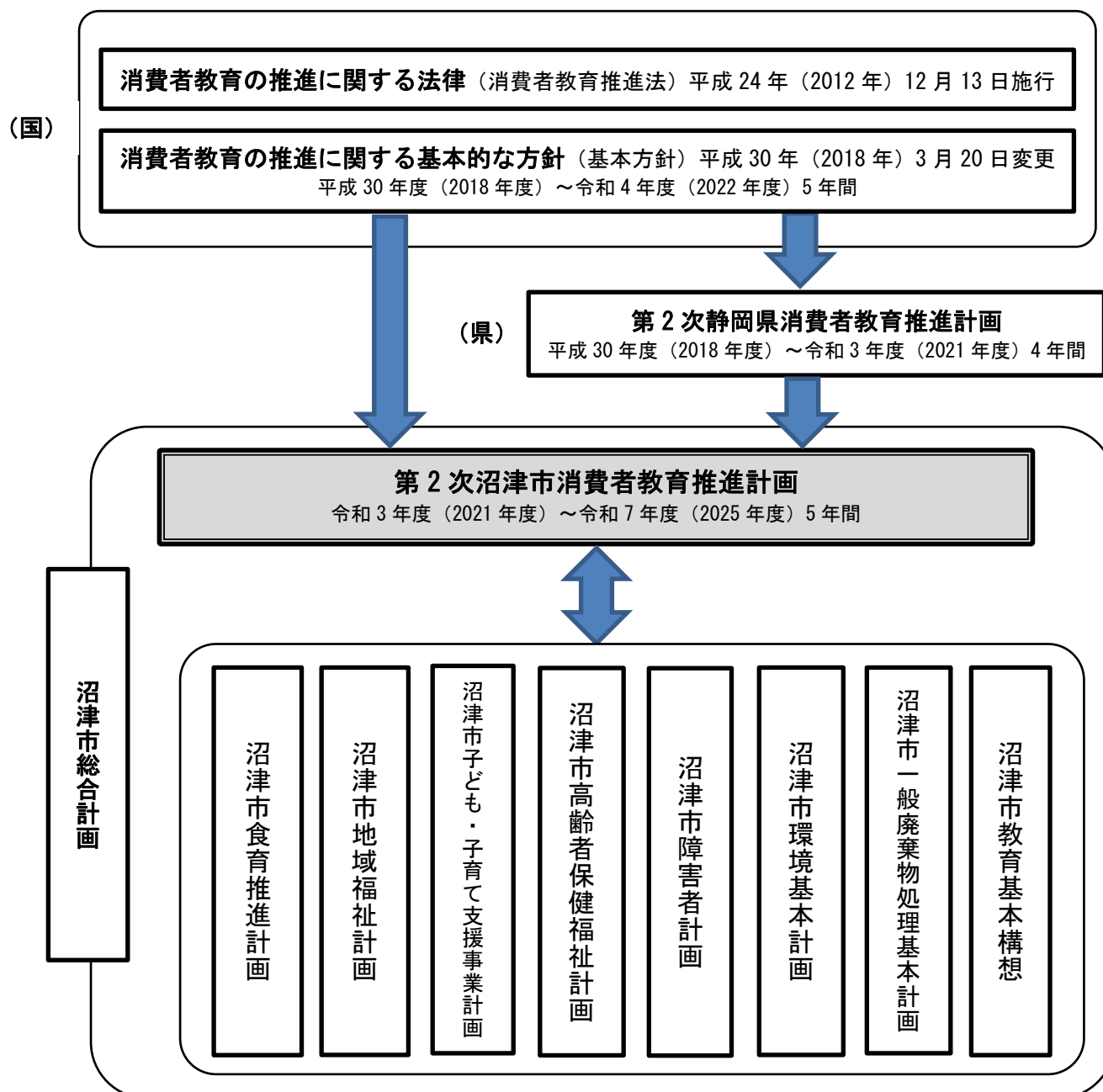
本市の第1次沼津市消費者教育推進計画は令和2年度（2020年度）までの計画期間となりますが、引き続き、社会経済情勢や国県の動向を踏まえながら、消費者市民社会（\*）の実現を目指し、市民（消費者）、行政、地域、事業者、学校等の各主体と連携しつつ、消費者教育を一体的かつ総合的に推進していくため、「第2次沼津市消費者教育推進計画（以下「推進計画」という。）」を策定します。

（\*）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。

なお、消費者市民社会を目指し、ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進は、2015年9月に国連の持続可能な開発サミットで採択された「持続可能な開発目標（SDGs）」の、特に目標12「つくる責任つかう責任」の達成に資する施策です。

## 2 推進計画の位置づけ

本推進計画は、「消費者教育の推進に関する法律」第10条第2項の規定により、国の「基本方針」及び「県推進計画」を踏まえ、本市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を定めるものです。



### 消費者教育の推進に関する法律（抜粋）

(基本方針)

第9条 政府は、消費者教育の推進に関する基本的な方針を定めなければならない。

(都道府県消費者教育推進計画等)

第10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。

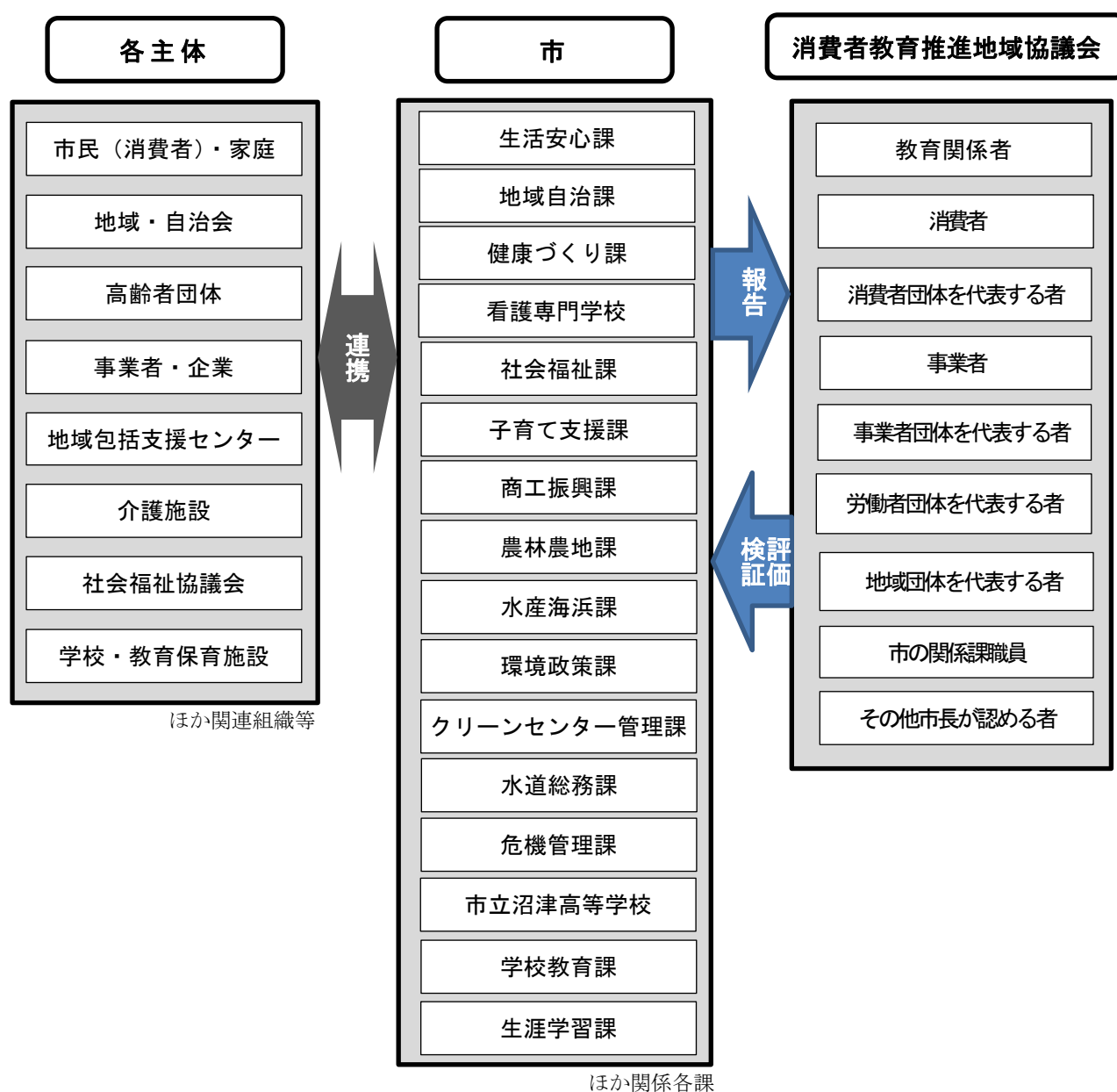
2 市町村は、基本方針(都道府県消費者教育推進計画が定められているときは、基本方針及び都道府県消費者教育推進計画)を踏まえ、その市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画を定めるよう努めなければならない。

### 3 推進計画の期間

令和3年度（2021年度）から令和7年度（2025年度）までの5年間とします。  
また、国や県の動向、市の取組の実施状況を踏まえ、必要に応じて随時見直しを行います。

### 4 推進計画の推進体制

本市では、沼津市消費者教育推進地域協議会を設置し、消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して、情報交換及び調整を行うとともに、推進計画に関する施策又は事業の進捗状況などの検証・評価を行い、適宜、見直しを行っていきます。



## 5 推進計画の成果指標

推進計画では、以下4つを成果指標として設定します。

(%)

指標の内容	年	現状値	目標値
		令和2年度 (2020年)	令和7年度 (2025年)
契約等の消費者トラブルの相談が消費生活センターで出来ることを知っている市民の割合 (重点目標1, 5に関連)		21.6 (前回 26.8)	30.0
契約書や印鑑の押印が無くても契約が成立することを知っている市民の割合 (重点目標3, 4に関連)		37.9 (前回 33.2)	45.0
通信販売やインターネットで買物した商品は、クーリング・オフの対象外であることを知っている市民の割合 (重点目標3, 4に関連)		21.4 (前回 21.3)	30.0
消費者教育を受けたことがある市民の割合 (重点目標1, 2, 3, 4に関連)		15.0 (前回 11.2)	20.0

### 【目標達成に向けて】

「契約等の消費者トラブルの相談が消費生活センターで出来ることを知っている市民の割合」は、前回調査より5.2%減少してしまい、また、その他の指標についても前回の目標値に達しませんでした。今回の目標値においては、前回からの増減や現状値を踏まえ、より現実的な数値としました。

この目標値を達成させるため、沼津市消費生活センターでは、消費生活センターの認知度向上や消費者として有用な知識を身につけていただくため、講座やセミナーの開催、街頭キャンペーンの実施、ポスターの掲示やパンフレットの配布、SNSの活用など、様々な機会や媒体を通して、各世代に浸透していくよう趣向を凝らし取り組んでまいります。

また、協力団体や関係機関等と連携を深め、多くの市民の皆さまに対し、消費者教育を受ける機会を提供できるよう努めてまいります。



## 第2章 消費者を取り巻く現状と課題

### 1 本市における消費生活相談の状況

#### (1) 相談件数の推移と相談内容別件数

本市消費生活センターに寄せられた、平成27年度(2015年度)から令和元年度(2019年度)までの消費生活相談件数は、年間1,000件を上回る高い水準で推移しています。

(図表1)

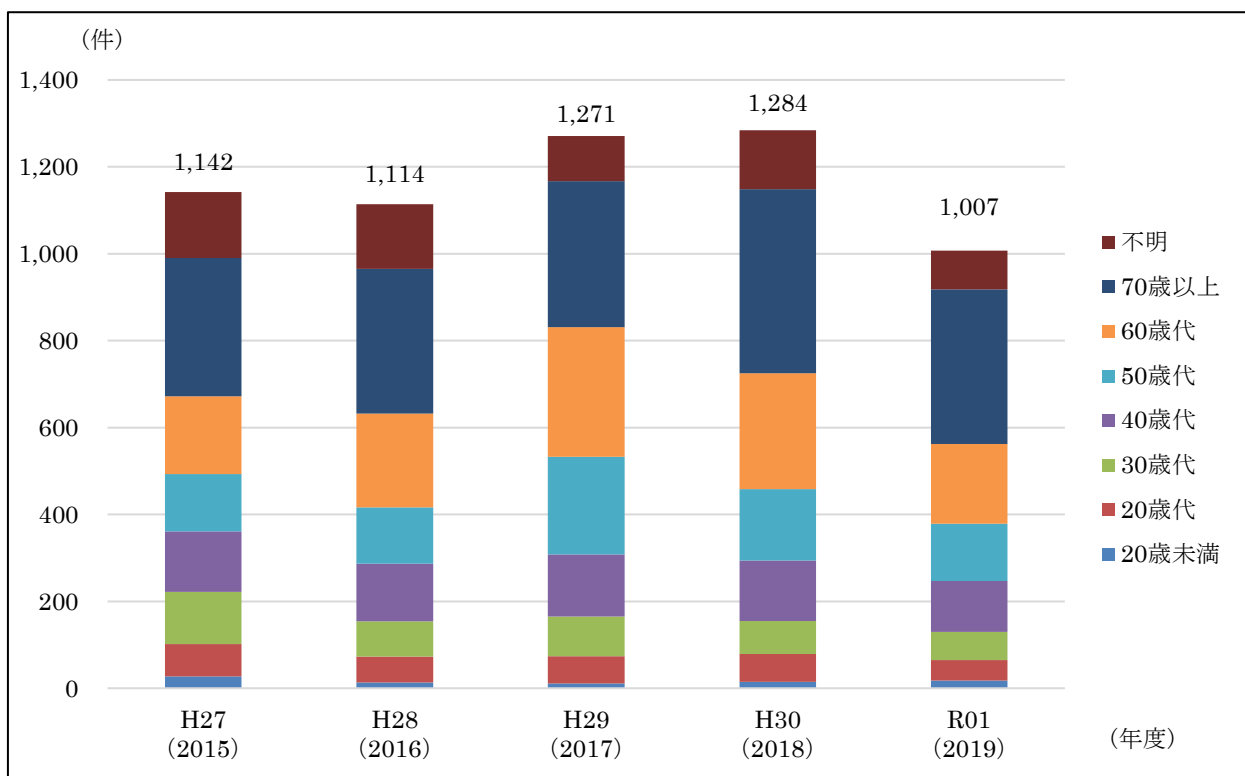
令和元年度(2019年度)の商品別相談受付件数は、郵便・メールなどを使った架空請求を主な内容とする「商品一般」が162件で最も多く全体の約16.1%、続いてインターネット、携帯電話の契約に関する相談などの「運輸・通信サービス」は140件と全体の約13.9%で、この2つの商品で全体の約3割を占めています。

また、「運輸・通信サービス」は近年高い割合を推移している一方、「商品一般」は平成29年度(2017年度)から急激に増加しています。これは架空請求に関する相談件数が急増したことが主因です。(図表2)

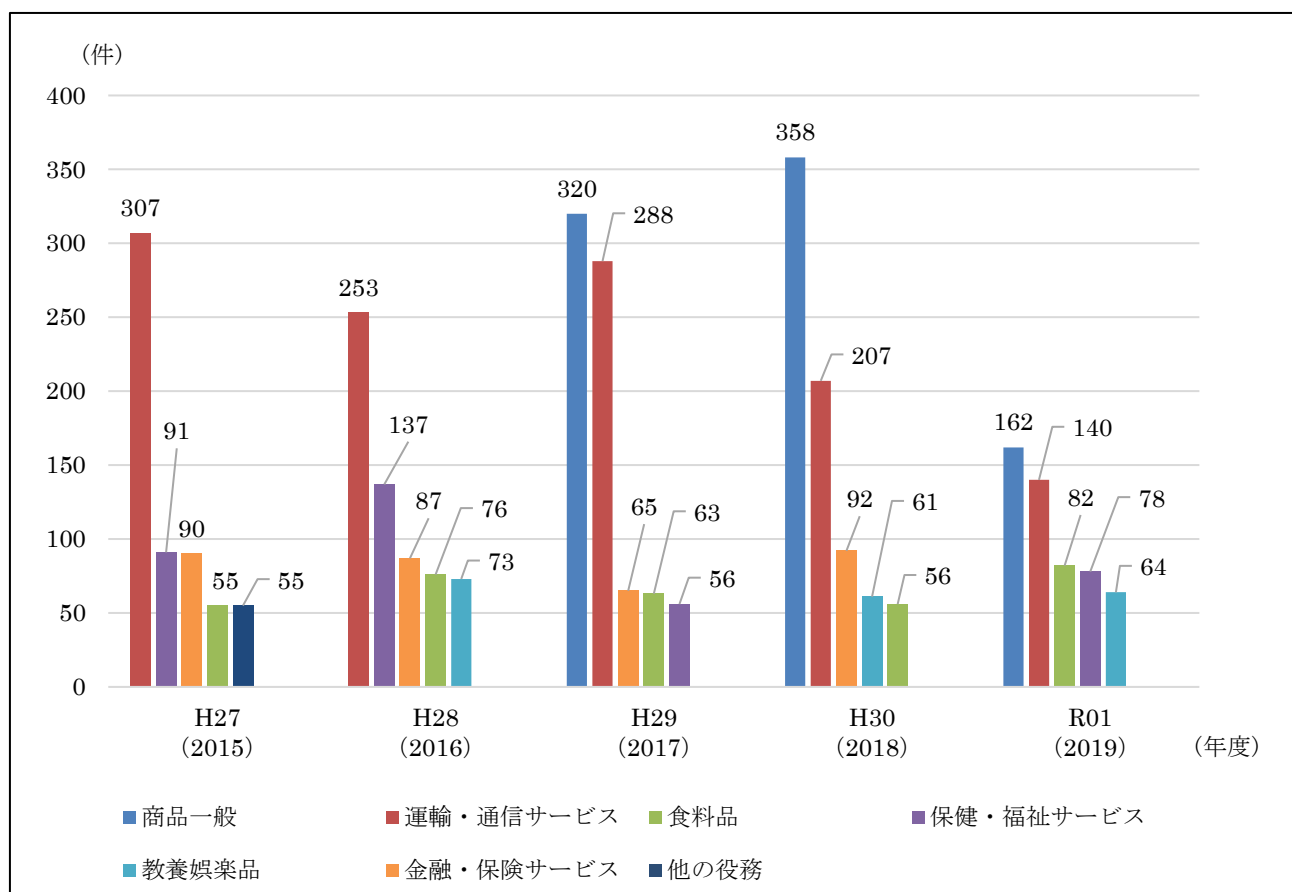
平成27年度(2015年度)から令和元年度(2019年度)における相談の集計を年代別に見ると、59歳以下においては「運輸・通信サービス」が最も多く、そのうち20歳未満では全体の約60.7%を占めています。

また、60歳以上では「商品一般」が最も多く、60歳代では全体の約27.2%を占めています。(図表3)

(図表1) 本市における消費生活相談件数の推移



(図表2) 消費生活相談における商品別受付件数の推移 上位5種



(図表3) 契約者の年代別・商品別の消費生活相談件数 上位3種 (平成27年度～令和元年度集計)

年代 順位	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	その他・不明	全体
1	運輸・通信サービス 51件	運輸・通信サービス 90件	運輸・通信サービス 120件	運輸・通信サービス 177件	運輸・通信サービス 203件	商品一般 311件	商品一般 314件	運輸・通信サービス 78件	運輸・通信サービス 1,195件
	60.7%	29.1%	27.7%	26.4%	26.0%	27.2%	17.8%	12.5%	20.5%
2	保健衛生品 10件	レンタル・リース・貸借 23件	金融・保険サービス 32件	商品一般 50件	商品一般 173件	運輸・通信サービス 237件	運輸・通信サービス 239件	他の相談 62件	商品一般 917件
	11.9%	7.4%	7.4%	7.5%	22.1%	20.7%	13.5%	9.9%	15.8%
3	教養娯楽品 4件	金融・保険サービス 23件	教養娯楽品 31件	教養娯楽品 47件	金融・保険サービス 63件	保健・福祉サービス 77件	保健・福祉サービス 232件	他の役務 55件	保健・福祉サービス 407件
	4.8%	7.4%	7.2%	7.0%	8.1%	6.7%	13.1%	8.8%	7.0%

## 課題

### 個々の特性に応じた消費者教育の推進

消費者被害を未然に防ぎ、安全で安心な消費生活を営むために、市民一人ひとりがそれぞれの年代で必要とされる消費生活に関する正確な知識や的確な判断力を身に付けて、実際の暮らしの中で活用していくことが大切です。

このため、年齢、性別、障害の有無等、消費者の特性に配慮した消費者教育を行う必要があります。

### インターネットに関する消費者トラブルへの対応強化

デジタル化の進展や電子商取引の拡大により、生活におけるインターネットの利用は定着しており、インターネット等に関する相談は高い割合を推移しています。このため、インターネットを利用する上で身に付けておきたい知識等について広報・啓発を行うとともに、特に児童・生徒や保護者への消費者教育を強化する必要があります。

## (2) 若年者の消費者トラブル

若年者においては、消費生活相談に占める「運輸・通信サービス」の割合が、前述のとおりかなり高いことが挙げられます。

相談内容は、「子どもが知らないうちに、親のクレジットカードでオンラインゲームの課金をしていた。請求を取り消したい。」「SNS で知り合った相手に出会い系サイトに誘導され多額の手続き費用を払ったが、連絡先を交換できない。返金してほしい。」といったものが寄せられています。

また、「初回お試し〇%オフという広告を見て、1 回だけのつもりで健康食品や化粧品品の注文をしたところ定期購入が条件だった。業者に電話してもつながらない。」などという相談も寄せられています。

更に令和 4 年（2022 年）に成年年齢の引き下げがあり、18 歳から未成年であることを理由とした契約の取り消しができなくなります。社会経験が浅い若年者は、事業者等の強引な勧誘や巧みな誘いの手口などにより、消費者トラブルに巻き込まれるおそれがあり、被害金額も高額となる場合があります。

## 課題

### 若年者に対する消費者教育の推進

若年者は社会経験も浅いため、的確な判断能力を身に付け、責任を持って行動できるよう、契約等に関する正しい知識を習得するための教育が必要です。また、令和 4 年（2022 年）4 月 1 日より成年年齢が 18 歳になることから、早い段階での教育が必要です。

### (3) 高齢者の消費者トラブル

高齢者の相談件数の推移を見ると、他の年代と比較して相談件数は多くなっており、60歳以上の相談件数が約半数を占めています。また、平成27年度(2015年度)から平成30年度(2018年度)にかけて、70歳以上の相談件数が急増しました。これは不特定多数に料金未納という葉書などを送付する架空請求が多発したことによります。(図表4)

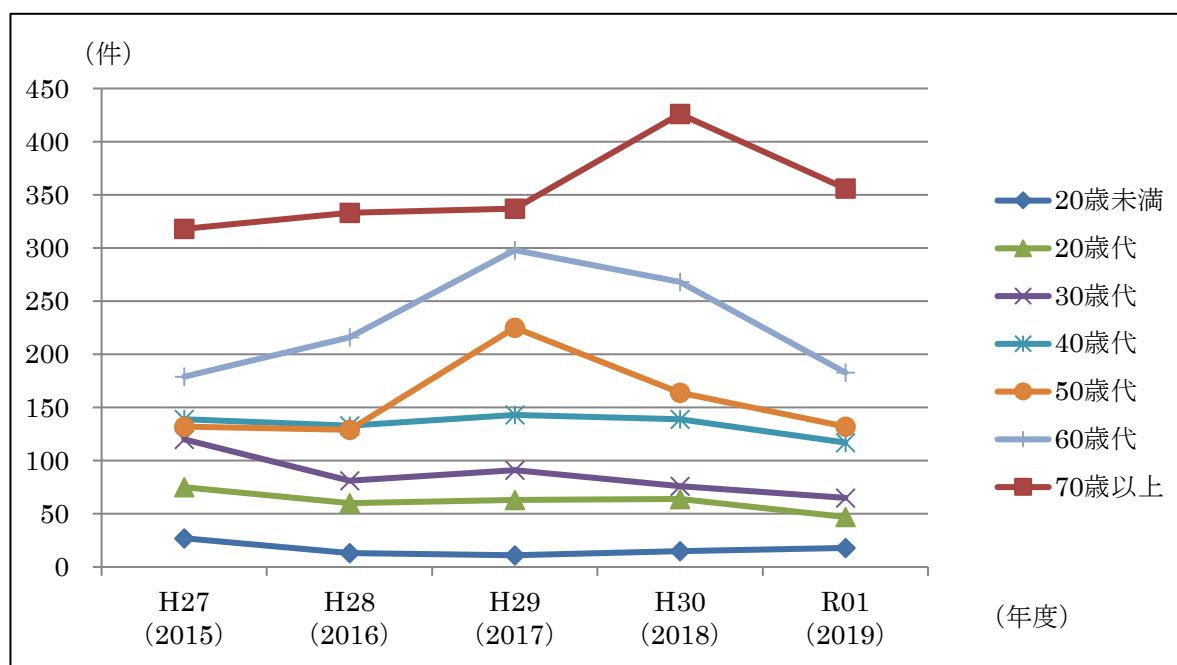
平成27年度(2015年度)から令和元年度(2019年度)の60歳代の商品別の相談件数で最も多いものが、郵便・メールなどを使った架空請求を主な内容とする「商品一般」で311件でした。次いで多いものは、インターネット、携帯電話の契約に関する相談などの「運輸・通信サービス」で237件でした。医療・理美容・エステ・老人福祉・社会保険・駆除サービスの相談を主な内容とする「保健・福祉サービス」が77件で3位となっています。(図表3)

金額で見ると、平成27年度(2015年度)から令和元年度(2019年度)の相談には、1千万円を超える契約・購入金額が62件ありましたが、中でも5千万円を超える相談が3件あり、それは60歳以上の方から寄せられた相談でした。(図表5)

60歳以上の平均契約・購入金額は、他の年代と比較して突出はしていませんが、高額な相談があり、相談件数の多い年代であることから、今後も注意が必要と考えられます。(図表6)

高齢者は、だまされたことに気がつきにくかったり、被害にあっても、「恥ずかしい」「迷惑をかけたくない」「自分が悪い」と誰にも相談しないことが懸念されるため、今後も、高齢者が消費者トラブルに巻き込まれることが危惧されます。

(図表4) 年代別の相談件数推移



(件)

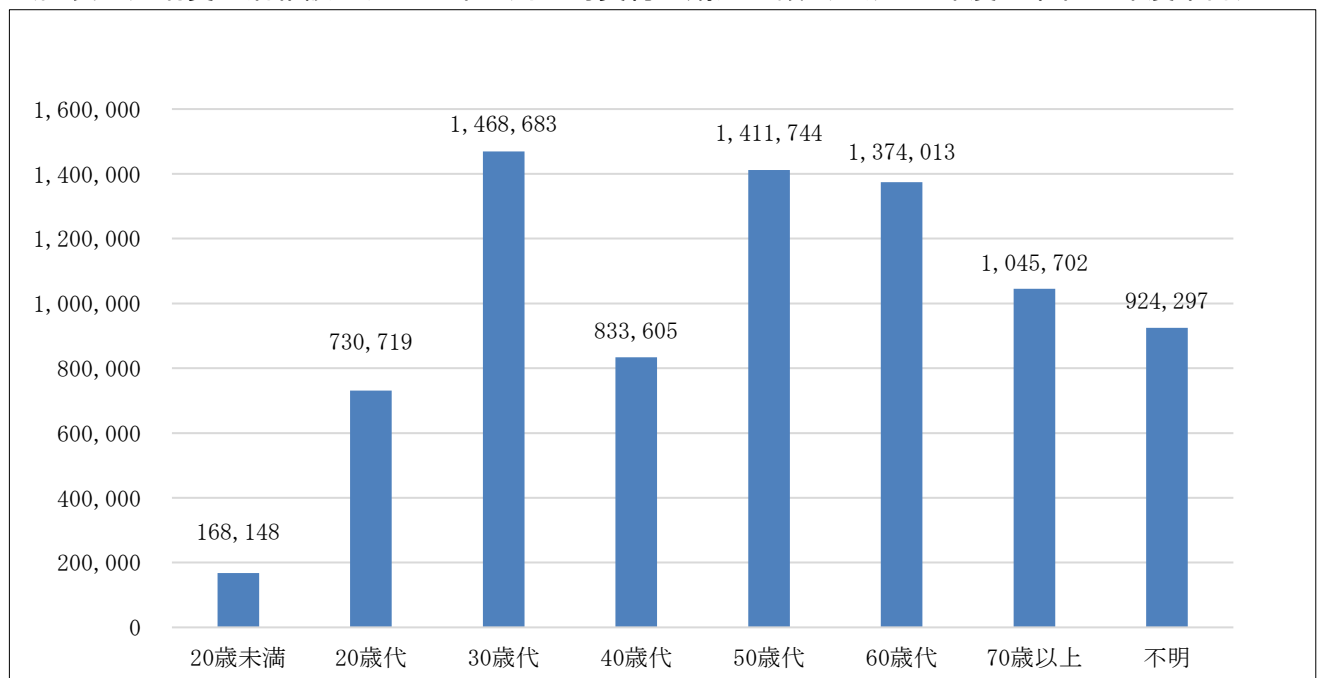
年度 年代	H27 (2015)	H28 (2016)	H29 (2017)	H30 (2018)	R01 (2019)
20歳未満	27	13	11	15	18
20歳代	75	60	63	64	47
30歳代	120	81	91	76	65
40歳代	139	133	143	139	117
50歳代	132	129	225	164	132
60歳代	179	216	298	268	183
70歳以上	318	333	337	426	356

(図表5) 契約・購入金額別 年代別の消費生活相談総件数 (平成27年度～令和元年度集計)

(件)

年代	合計	契約・購入金額別件数										
		1万円未満	1万円以上   5万円未満	5万円以上   10万円未満	10万円以上   50万円未満	50万円以上   100万円未満	100万円以上   500万円未満	500万円以上   1千万円未満	1千万円以上   5千万円未満	5千万円以上   1億円未満	1億円以上	その他不明
20歳未満	84	8	17	10	17	5	1	0	0	0	0	26
20歳代	309	38	41	26	60	20	16	2	3	0	0	103
30歳代	433	54	72	17	52	15	27	3	10	0	0	183
40歳代	671	79	88	33	84	23	29	3	8	0	0	324
50歳代	782	76	75	21	83	26	29	6	13	0	0	453
60歳代	1,144	82	79	30	79	18	29	4	10	1	0	812
70歳以上	1,770	169	116	53	110	25	50	9	11	2	0	1,225
不明	625	45	30	19	45	14	20	2	4	0	0	446
合計	5,818	551	518	209	530	146	201	29	59	3	0	3,572

(図表6) 消費生活相談における年代別平均契約・購入金額 (平成27年度～令和元年度集計)



### 高齢者への情報提供・注意喚起の徹底

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て、悪質業者はこれらの不安に付け込むケースが見られます。

また、高齢者は自宅にすることが多いため、電話勧誘販売や訪問販売に遭いやすい状況にあります。高齢者への被害情報の提供や注意喚起の取組を強化することが必要です。

### 高齢者の消費者被害の防止

特に生活支援を必要とする高齢者に対しては、高齢者の日常生活を支援している福祉関係者等との連携により、消費者被害の未然・拡大防止に取り組むことが必要です。

## 2 消費者教育推進のための基礎調査の結果

本市では、令和元年9月に「消費者教育に関する取組状況等の調査（以下「取組調査」という。）」を行い、消費者教育の実態や、今後、消費者教育を進めるために必要となることなどについて、市内の教育保育施設や地域包括支援センター等に対しアンケート調査を行いました。

### 【取組調査の概要】

①調査の目的 推進法に基づき、今後の消費者教育を体系的・効果的に推進するための方針等を検討する基礎資料とする。

②調査項目 消費者教育に関する意識・現状・ニーズ把握

③調査対象

保育所	29カ所
幼稚園	16カ所
認定こども園	8カ所
市立小学校	24カ所
市立中学校	18カ所
高等学校・高等専門学校	12カ所
特別支援学校	3カ所
地域包括支援センター	
・社会福祉協議会	12カ所
計	122カ所

【参考】前回調査対象	
保育所	31カ所
幼稚園	25カ所
市立小学校	24カ所
市立中学校	18カ所
高等学校	11カ所
計	109カ所

④調査期間 令和元年9月～10月

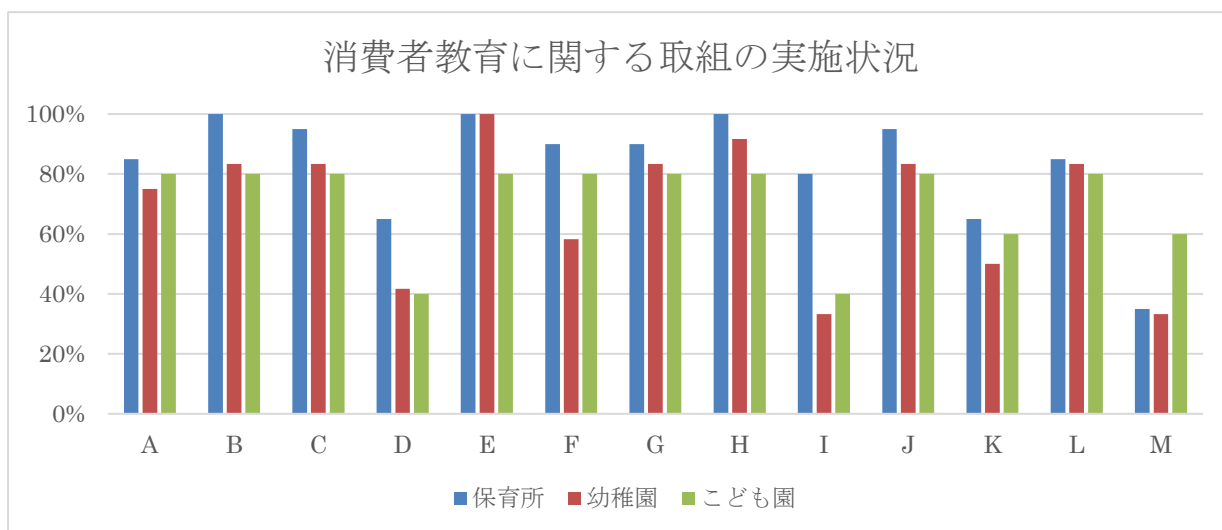
⑤有効回収率

保育所	20カ所	69.0%
幼稚園	12カ所	75.0%
認定こども園	5カ所	62.5%
市立小学校	24カ所	100.0%
市立中学校	17カ所	94.4%
高等学校・高等専門学校	10カ所	83.3%
特別支援学校	3カ所	100.0%
地域包括支援センター		
・社会福祉協議会	9カ所	75.0%
計	100カ所	82.0%

【参考】前回有効回収率		
保育所	20カ所	64.5%
幼稚園	17カ所	68.0%
市立小学校	24カ所	100.0%
市立中学校	18カ所	100.0%
高等学校	9カ所	81.8%
計	88カ所	80.7%

## ア. 保育所・幼稚園・認定こども園

取組調査において、消費者教育に関する取組の現状を伺ったところ、消費者教育に該当する各項目をテーマにした様々な取り組みを行っていることがわかりました。（複数回答可）



### 《グラフ対応表》

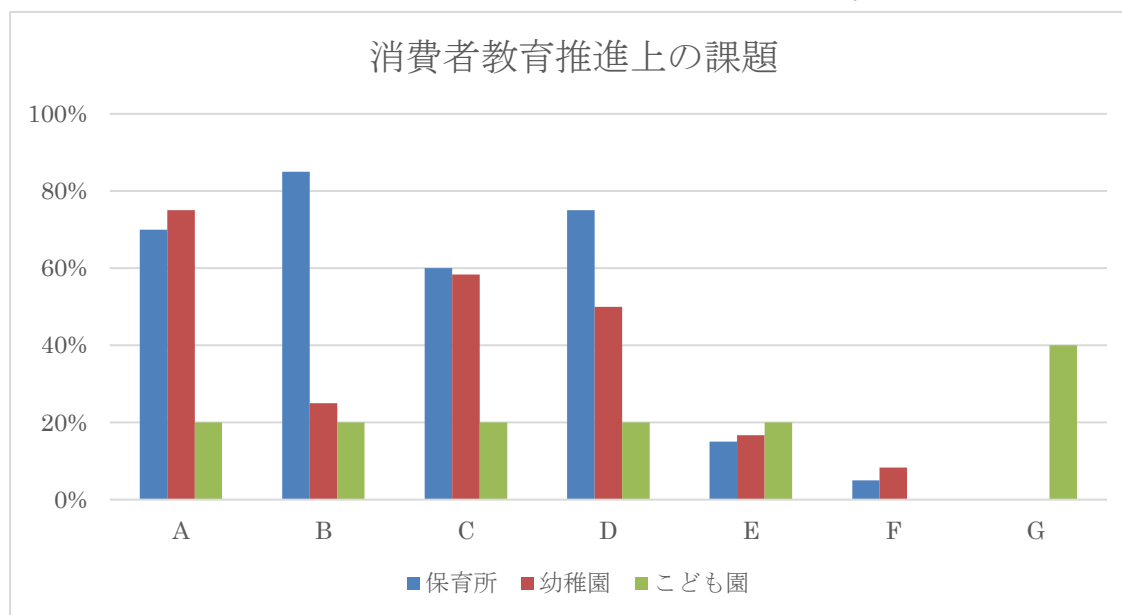
項目	保育所	幼稚園	こども園	前計画での調査結果	
				保育所	幼稚園
A おつかいや買い物に関心を持とう	85.0%	75.0%	80.0%	80.0%	70.6%
B 身の回りのものを大切にしよう	100.0%	83.3%	80.0%	100.0%	58.8%
C 協力することの大切さを知ろう	95.0%	83.3%	80.0%	80.0%	76.5%
D 地域・家庭でのエコ活動に積極的に参加しよう	65.0%	41.7%	40.0%	-	-
E モノを丁寧に扱おう	100.0%	100.0%	80.0%	90.0%	58.8%
F 暮らしの中の危険や、ものの安全な使い方に気付こう	90.0%	58.3%	80.0%	85.0%	58.8%
G 困ったことがあったら身近な人に伝えよう	90.0%	83.3%	80.0%	90.0%	64.7%
H 約束やきまりを守ろう	100.0%	91.7%	80.0%	100.0%	76.5%
I 欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	80.0%	33.3%	40.0%	60.0%	41.2%
J あわてないで行動しよう	95.0%	83.3%	80.0%	75.0%	88.2%
K 身の回りのさまざまな情報に気付こう	65.0%	50.0%	60.0%	40.0%	35.3%
L 自分や家族を大切にしよう	85.0%	83.3%	80.0%	80.0%	64.7%
M 身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	35.0%	33.3%	60.0%	50.0%	35.3%

実際に行っている内容としては、「買い物ごっこ」「お店屋さんごっこ」などのごっこあそびや廃材あそびなどがあります。これらは「環境学習」、「食育指導」や「防災訓練」の身近な生活の要素を取り入れた社会性を育むことにつながるものが多いという結果が得られました。幼児期の特徴に則した幅広い消費者教育が行われていることが伺えます。

前計画の調査結果と比較すると、多くの項目において実施している施設の割合が増加しています。「モノを丁寧に扱おう」については、保育所、幼稚園ともすべての施設において取り組んでいますが、特に幼稚園においては前回調査より 41.2%増加しており、各施設において積極的に取り組んでいることが伺えます。



これらの消費者教育に関する取組を行う上で、課題としてどのようなことが挙げられるかということをもったアンケートの結果は次のとおりです。（複数回答可）



《グラフ対応表》

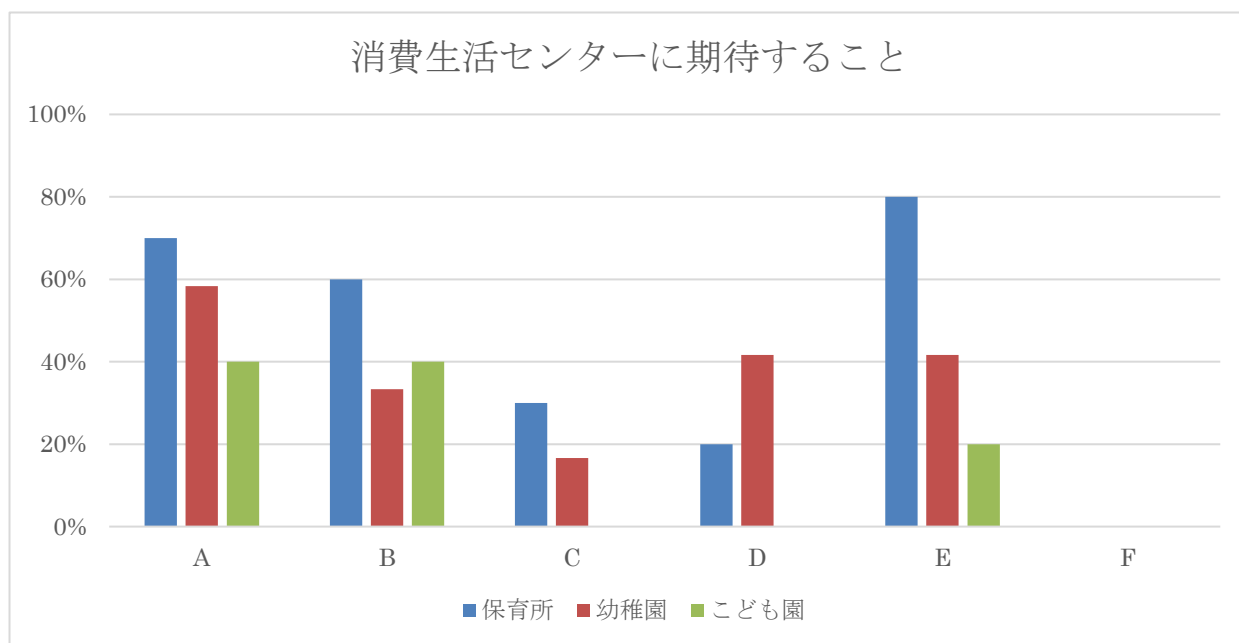
項 目	保育所	幼稚園	こども園	前 計 画 で の 調 査 結 果	保育所	幼稚園	
					保育所	幼稚園	
A	対象となる子供の年齢が低く、生活上の経験が少ないため、伝え方が難しい	70.0%	75.0%		20.0%	45.0%	52.9%
B	家庭における教育との関連付けを図る上で、保護者との連携が難しい	85.0%	25.0%		20.0%	30.0%	35.3%
C	対象年齢に合った教材の情報が不足している	60.0%	58.3%		20.0%	40.0%	41.2%
D	教育推進上有効な「プログラム」の情報が不足している	75.0%	50.0%		20.0%	20.0%	11.8%
E	取組を行う上で内部の「人材」が不足している	15.0%	16.7%		20.0%	0.0%	5.9%
F	外部の団体に講師の派遣をしてもらいたいが、その情報が不足している	5.0%	8.3%	0.0%	10.0%	5.9%	
G	その他	0.0%	0.0%	40.0%	0.0%	0.0%	

保育所では、「家庭における教育との関連付けを図る上で、保護者との連携が難しい」「教育推進上有効なプログラムの情報が不足している」、幼稚園では「対象となる子供の年齢が低く、生活上の経験が少ないため、伝え方が難しい」「対象年齢に合った教材の情報が不足している」が高い割合で課題として捉えられていました。

しかし、他の要因についても比較的高い割合で課題として捉えられていることから、個々の施設の実情に応じ、様々な要因が課題となっていることが考えられます。

前計画の調査結果と比較すると、各施設が抱える課題は増加傾向にあります。特に、「家庭における教育との関連付けを図る上で、保護者との連携が難しい」「教育推進上有効なプログラムの情報が不足している」については、著しく増加しています。指導者側への講座の実施や情報提供などにより、課題の解決に取り組む必要があると考えられます。

保育所・幼稚園・認定こども園に伺った消費生活センターに期待する役割は次のとおりです。（複数回答可）



《グラフ対応表》

項目	保育所	幼稚園	こども園	前計画での調査結果	保育所	幼稚園
					保育所	幼稚園
A 対象年齢に合った「教材」の提供（情報提供を含む）	70.0%	58.3%	40.0%		50.0%	94.1%
B 自ら取り組む上で有効な「教育プログラム」の提供（情報提供を含む）	60.0%	33.3%	40.0%		35.0%	52.9%
C （専門家や消費者団体等）派遣を依頼できる外部講師に関する情報の提供	30.0%	16.7%	0.0%		20.0%	5.9%
D 消費生活相談員による出前講座の実施	20.0%	41.7%	0.0%		15.0%	17.6%
E 保護者に対する情報の提供	80.0%	41.7%	20.0%		55.0%	76.5%
F その他	0.0%	0.0%	0.0%		0.0%	5.9%

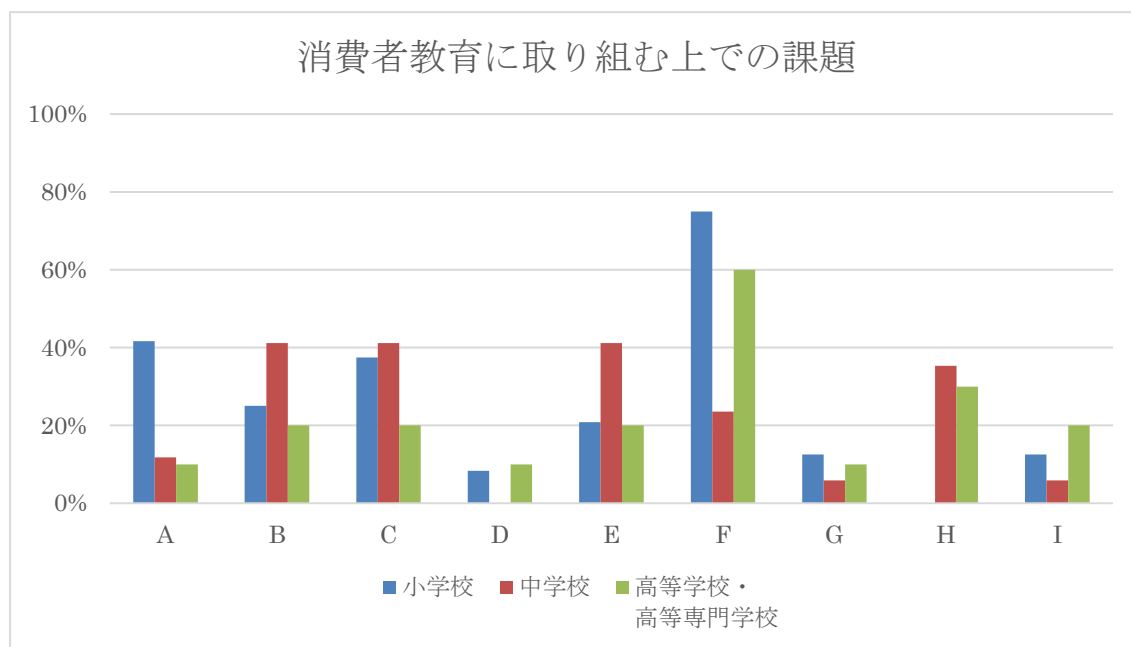
「対象年齢に合った教材の提供（情報提供を含む）」が保育所、幼稚園、こども園とも高い割合で求められています。

また、特に保育所において「保護者に対する情報の提供」を求める施設が多く、「消費者教育推進上の課題」で多く挙げられた「家庭における教育との関連付けを図る上で、保護者との連携が難しい」に通じる内容であると考えられます。

前計画での調査結果と比較すると、保育所ではすべての項目について増加の傾向にあり、特に「自ら取り組む上で有効な教育プログラムの提供（情報提供を含む）」「保護者に対する情報の提供」が高い割合で求められています。各施設と協力して消費者教育に資する取り組みに努める必要があります。

## イ. 小学校・中学校・高等学校・高等専門学校

取組調査において、小学校・中学校・高等学校・高等専門学校にはそれぞれの消費者教育に関する取組現状を伺った後に、3つの同じ質問をしました。1つ目の「消費者教育に取り組む上での課題」についての結果は次のとおりです。（複数回答可）



### 《グラフ対応表》

項 目	小学校	中学校	高等学校・高等専門学校	前計画での調査結果	小学校	中学校	高等学校
					A 具体的な取組方法が分からない	45.8%	16.7%
B 講師として活用できる人材や派遣を受けられる機関・団体の情報が不足している	29.2%	44.4%	22.2%				
C 活用できる教材が少ない	54.2%	33.3%	55.6%				
D 予算が不足している	0.0%	5.6%	0.0%				
E 教員向けの研修の機会が不足している	25.0%	50.0%	77.8%				
F 他授業との関係で時間が確保できない	70.8%	33.3%	88.9%				
G 保護者との連携ができていない	4.2%	0.0%	22.2%				
H 学校外活動との連携ができていない	0.0%	11.1%	33.3%				
I その他	0.0%	5.6%	0.0%				

小学校と高等学校・高等専門学校においては、「他授業との関係で時間が確保できない」が高い割合で課題として捉えられています。

中学校では、「講師として活用できる人材や派遣を受けられる機関・団体の情報が不足している」「活用できる教材が少ない」「教員向けの研修の機会が不足している」が同じ割合で課題として捉えられています。

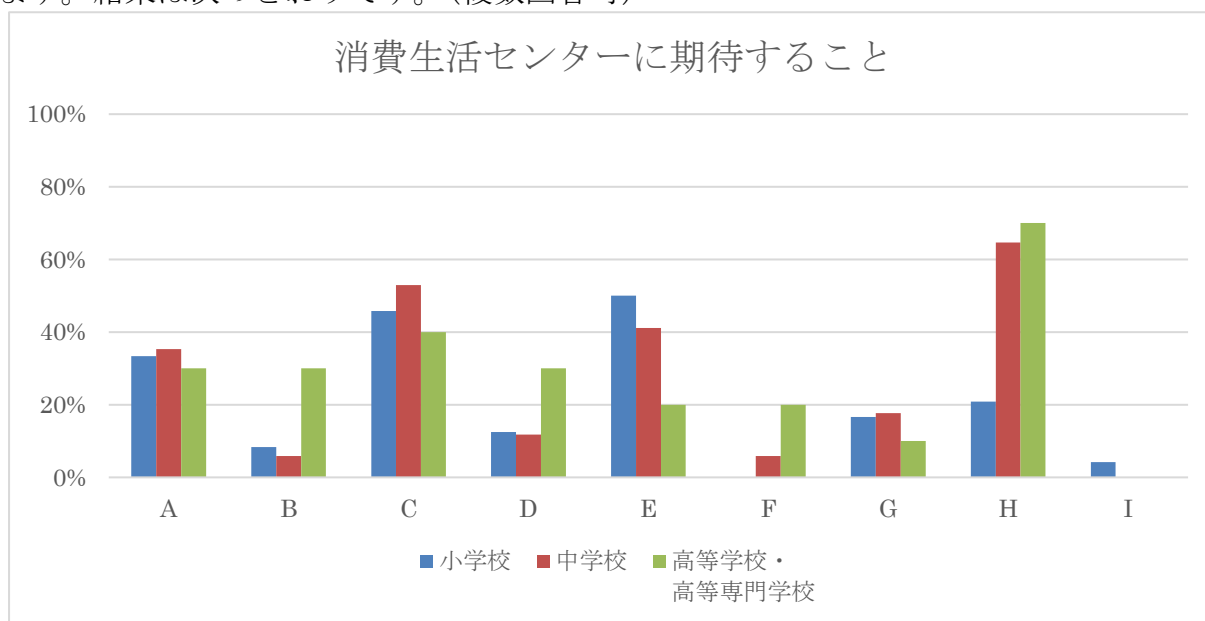
「その他」では、消費者教育を継続的に取り組むことなどが挙げられていました。

他にも課題として捉えている項目があり、それぞれの施設の実情に応じ、課題が分散していることが考えられます。

前計画での調査結果と比較すると、高等学校において「具体的な取組方法」「活用できる教材」「教員向けの研修の機会」について、大きな改善がみられます。出前講座の開催や啓発キャンペーンへの参加協力など、継続した取り組みが重要と考えます。

一方、中学校では、特に「学校外活動との連携ができていない」が増加しております。成年年齢の引き下げへの対応など、中学生期での消費者教育も重要であることから、学校外において関わる人に対しても消費者教育の必要性や重要性を周知していく必要があります。より多くの市民に対して浸透していくよう、情報発信や啓発活動など様々な取り組みを実施していく必要があります。

2つ目は、それぞれの施設において「消費生活センターに期待すること」を伺っています。結果は次のとおりです。（複数回答可）



《グラフ対応表》

項 目	小学校	中学校	高等学校・高等専門学校	前計画での調査結果	小学校	中学校	高等学校
					小学校	中学校	高等学校
A 他自治体における実践事例の情報提供	33.3%	35.3%	30.0%		25.0%	50.0%	100.0%
B 教員に対する研修	8.3%	5.9%	30.0%		33.3%	16.7%	44.4%
C 消費生活相談員による外部講師としての授業への派遣	45.8%	52.9%	40.0%		0.0%	5.6%	44.4%
D 専門家団体や消費者団体等、派遣を依頼できる外部講師に関する情報提供（消費生活相談員を除く）	12.5%	11.8%	30.0%		45.8%	33.3%	55.6%
E 自ら実施するにあたり有効な「教育プログラム」に関する情報の提供	50.0%	41.2%	20.0%		29.2%	33.3%	22.2%
F 学校における消費者教育に関して、消費者団体や事業者等と意見交換を行う機会の提供	0.0%	5.9%	20.0%		45.8%	50.0%	22.2%
G 関係団体（法律専門家・消費者団体・事業者団体等）と学校との「橋渡し（コーディネート）」	16.7%	17.6%	10.0%		16.7%	50.0%	44.4%
H 消費者トラブルに関する最新情報の提供	20.8%	64.7%	70.0%	29.2%	27.8%	55.6%	
I その他	4.2%	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%	0.0%	

ほぼ半数の小学校で「消費生活相談員による外部講師としての授業への派遣」「自ら実施するにあたり有効な教育プログラムに関する情報の提供」を求めています。

また、中学校と高等学校・高等専門学校では、「消費者トラブルに関する最新情報の提供」が最も多く、特に高等学校・高等専門学校では7割が求めていることが分かりました。

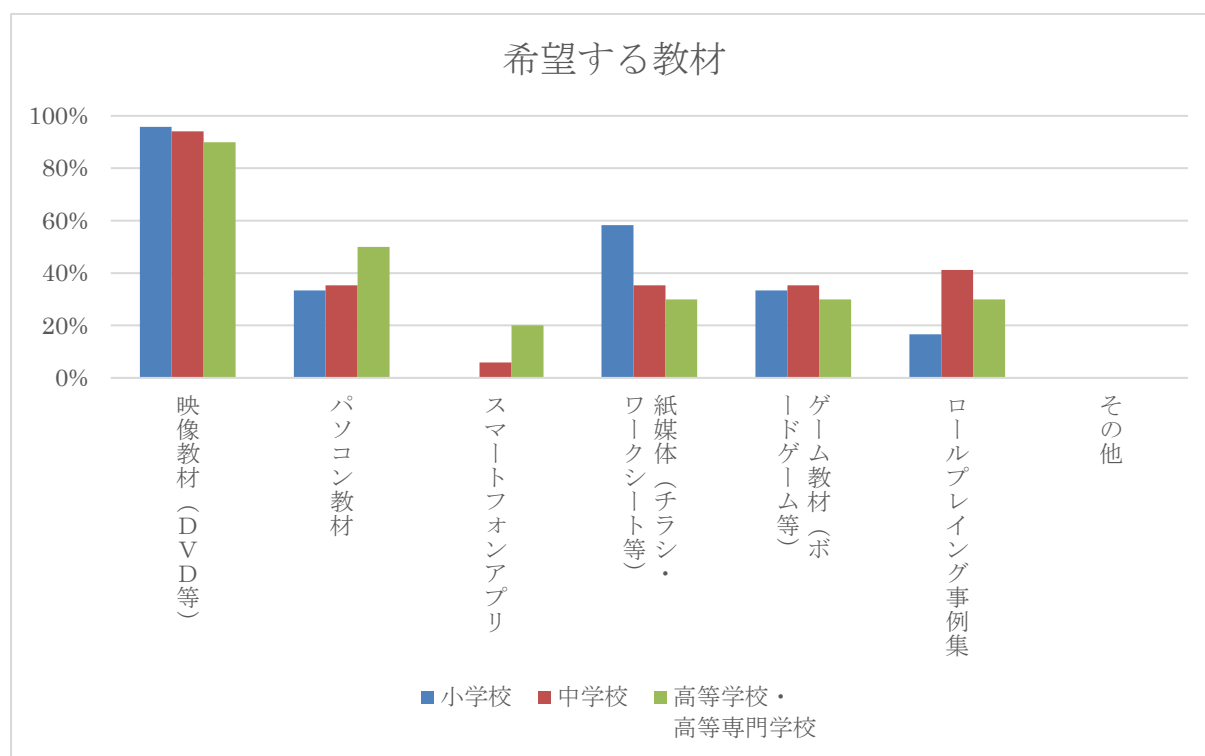
前計画での調査結果と比較すると、小学校においては「教員に対する研修」「専門家団体や消費者団体等、派遣を依頼できる外部講師に関する情報提供（消費生活相談員を除く）」「学校における消費者教育に関して、消費者団体や事業者等と意見交換を行う機会の提供」は大きく減少している一方、「消費生活相談員による外部講師としての授業への派遣」が大きく増加しています。

中学校においては、「学校における消費者教育に関して、消費者団体や事業者等と意見交換を行う機会の提供」「関係団体（法律専門家・消費者団体・事業者団体等）と学校との橋渡し（コーディネート）」が大きく減少している一方、「消費生活相談員による外部講師としての授業への派遣」「消費者トラブルに関する最新情報の提供」が大きく増加しています。

高等学校・高等専門学校においては、「他自治体における実践事例の情報提供」「専門家団体や消費者団体等、派遣を依頼できる外部講師に関する情報提供（消費生活相談員を除く）」「関係団体（法律専門家・消費者団体・事業者団体等）と学校との橋渡し（コーディネート）」については大きく減少していますが、「消費者トラブルに関する最新情報の提供」については増加しています。

小学校と中学校において増加した「消費生活相談員による外部講師としての授業への派遣」については、小学生向けとしては放課後児童クラブを中心に開催していることや、中学校ではほとんど開催できていないことが要因と考えられます。効果的・効率的な出前講座の周知・開催に努めるとともに、前の設問にある「他授業との関係で時間が確保できない」と関連した調整が必要と考えられます。また、中学校と高等学校・高等専門学校において増加した、「消費者トラブルに関する最新情報の提供」については、最新情報を掲載したチラシやパンフレットを送付したり、即時性のあるSNSやホームページ等を活用し、最新情報の提供に努めてまいります。

課題を伺った際の「活用できる教材が少ない」に関連して、「希望する教材」は何かを伺った結果は次のとおりです。（複数回答可）



#### 《グラフ対応表》

項 目	小学校	中学校	高等学校・高等専門学校	前計画での調査結果	小学校	中学校	高等学校
					83.3%	88.9%	77.8%
映像教材 (DVD等)	95.8%	94.1%	90.0%		83.3%	88.9%	77.8%
パソコン教材	33.3%	35.3%	50.0%		41.7%	22.2%	44.4%
スマートフォンアプリ	0.0%	5.9%	20.0%		0.0%	0.0%	44.4%
紙媒体 (チラシ・ワークシート等)	58.3%	35.3%	30.0%		50.0%	72.2%	77.8%
ゲーム教材 (ボードゲーム等)	33.3%	35.3%	30.0%		25.0%	22.2%	22.2%
ロールプレイング事例集	16.7%	41.2%	30.0%		20.8%	44.4%	55.6%
その他	0.0%	0.0%	0.0%		0.0%	0.0%	0.0%

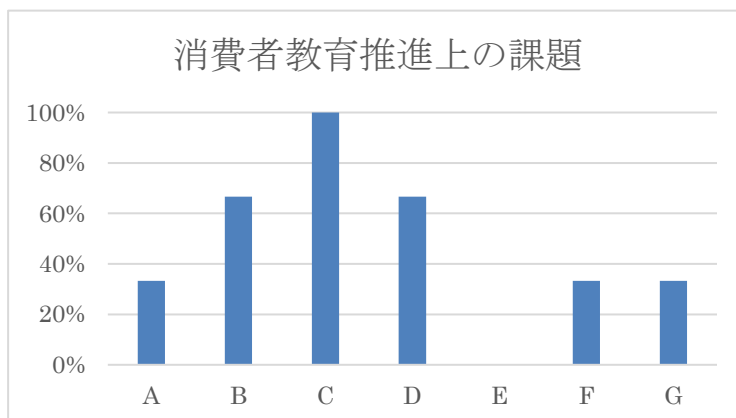
小学校・中学校・高等学校・高等専門学校ともに「映像教材 (DVD等)」に9割以上の高い需要があることが読み取れます。

また、小学校では「紙媒体 (チラシ・ワークシート等)」、高等学校・高等専門学校では「パソコン教材」での需要が高いことが分かります。

前計画での調査結果と比較すると、「紙媒体 (チラシ・ワークシート等)」については小学校では増加していますが、中学校と高等学校・高等専門学校では大きく減少しています。また、高等学校・高等専門学校では、「スマートフォンアプリ」「ロールプレイング事例集」の減少も顕著です。「映像教材 (DVD等)」はすべての施設で増加していることから、活用についての検討が必要と考えられます。消費生活センターで行っているDVD貸し出しについて、引き続き周知に努めてまいります。

## ウ. 特別支援学校

特別支援学校において、「消費者教育に取り組む上での課題」についての結果は次のとおりです。（複数回答可）

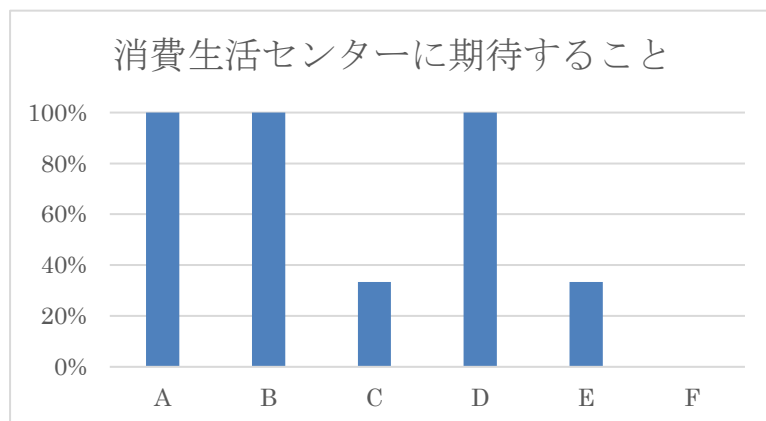


### 《グラフ対応表》

課題	内容	割合
A	対象となる子供の年齢が低く、生活上の経験が少ないため、伝え方が難しい	33.3%
B	家庭における教育との関連付けを図る上で、保護者との連携が難しい	66.7%
C	対象年齢に合った教材の情報が不足している	100.0%
D	教育推進上有効な「プログラム」の情報が不足している	66.7%
E	取組を行う上で内部の「人材」が不足している	0.0%
F	外部の団体に講師の派遣をしてもらいたいが、その情報が不足している	33.3%
G	その他	33.3%

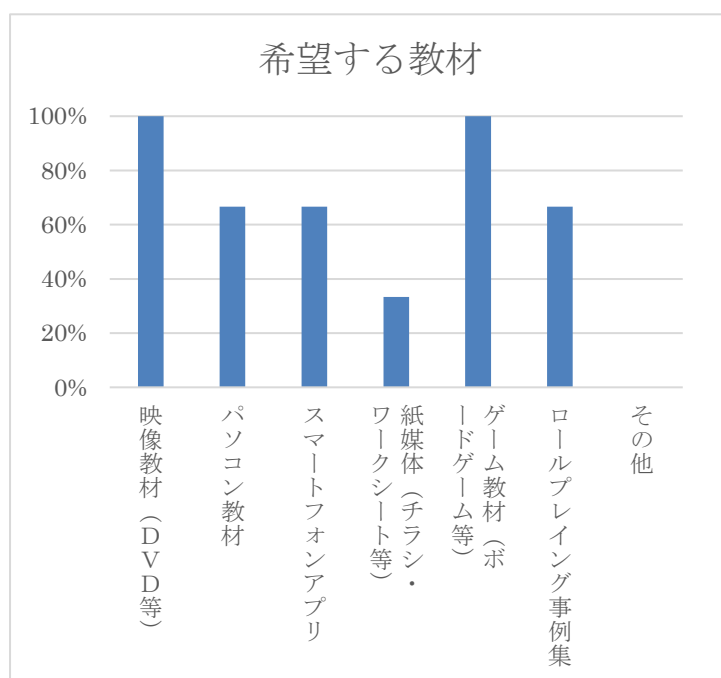
特別支援学校では、「対象年齢に合った教材の情報が不足している」について、すべての施設において課題として捉えています。乳幼児から高等部まで幅広いクラスがある施設もあり、対応する教材の情報も多く必要になってくることが考えられます。

また、「消費生活センターに期待すること」「希望する教材」は何かを伺った結果は次のとおりです。（複数回答可）



《グラフ対応表》

A	「教材」の提供（情報提供を含む）	100.0%
B	自ら取り組む上で有効な「教育プログラム」の提供（情報提供を含む）	100.0%
C	（専門家や消費者団体等）派遣を依頼できる外部講師に関する情報の提供	33.3%
D	消費生活相談員による出前講座の実施	100.0%
E	保護者に対する情報の提供	33.3%
F	その他	0.0%



《グラフ対応表》

映像教材（DVD等）	100.0%
パソコン教材	66.7%
スマートフォンアプリ	66.7%
紙媒体（チラシ・ワークシート等）	33.3%
ゲーム教材（ボードゲーム等）	100.0%
ロールプレイング事例集	66.7%
その他	0.0%

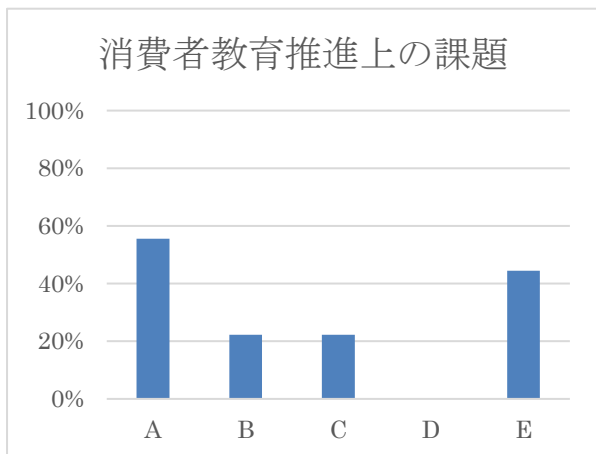
消費生活センターには、取り組む上での課題にも関連して「教材の提供」や、「自ら取り組む上で有効な教育プログラムの提供」「消費生活相談員による出前講座の実施」について、すべての施設において求められています。

また、活用する教材については、「映像教材（DVD等）」「ゲーム教材（ボードゲーム等）」がすべての施設で求められています。



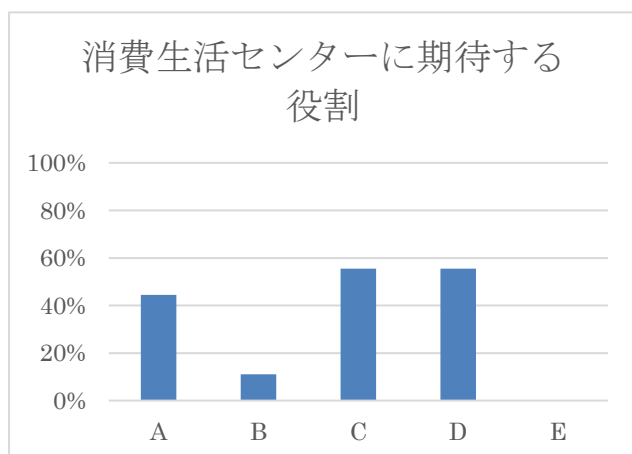
## エ. 地域包括支援センター・社会福祉協議会

高齢者等が利用する地域包括支援センターや社会福祉協議会において、「消費者教育推進上の課題」「消費生活センターに期待すること」は何かを伺った結果は次のとおりです。（複数回答可）



《グラフ対応表》

A	具体的な取組方法が分からない	55.6%
B	講師として活用できる人材や派遣を受けられる機関・団体の情報が不足している	22.2%
C	活用できる教材が少ない	22.2%
D	予算が不足している	0.0%
E	その他	44.4%



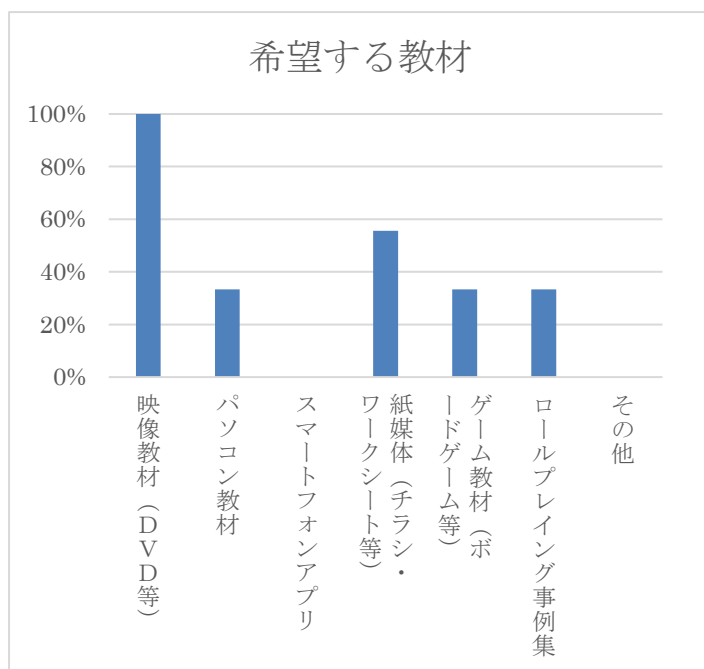
《グラフ対応表》

A	他自治体における実践事例の情報提供	44.4%
B	職員に対する研修	11.1%
C	関係団体（法律専門家・消費者団体・事業者団体等）と施設との「橋渡し（コーディネート）」	55.6%
D	消費者トラブルに関する最新情報の提供	55.6%
E	その他	0.0%

消費者教育推進上の課題としては、「具体的な取組方法が分からない」が最も多くなっています。「その他」では、時間的な余裕がないことや、自治会毎の関心度のばらつきなどがありました。

また、消費生活センターには、「関係団体（法律専門家・消費者団体・事業者団体等）と施設との橋渡し（コーディネート）」「消費者トラブルに関する最新情報の提供」を半数以上の施設が求めています。

また、「希望する教材」についての結果は次のとおりです。（複数回答可）



《グラフ対応表》

映像教材 (DVD等)	100.0%
パソコン教材	33.3%
スマートフォンアプリ	0.0%
紙媒体 (チラシ・ワークシート等)	55.6%
ゲーム教材 (ボードゲーム等)	33.3%
ロールプレイング事例集	33.3%
その他	0.0%

希望する教材は「映像教材 (DVD等)」についてすべての施設で希望しており、これは今回の調査全体においても最も多い結果となりました。多くの施設において再生する環境が整備されており、効率的・効果的に活用できる教材と考えられます。

## 課題

### 学校等における消費者教育の推進

保育所・幼稚園・認定こども園においては、消費者教育にちなんだ教育が行われていますが、対象年齢の低さ故に伝え方が難しいという状況があります。

学校等における消費者教育は、時間の確保の難しさや情報・教材の不足などもありますが、関係機関が協力・工夫して取り組み、学習指導要領に基づき推進されることが必要です。

### 学校等に対する消費者教育の支援

保育所・幼稚園・認定こども園においては、効果的な指導が出来るよう年齢に合った教材の提供や、保護者への情報提供も求められています。

また、学校等における消費者教育が効果的に実施できるよう、授業で活用できる教材等の提供、消費者教育講座の実施や消費者トラブルに関する最新情報の提供など、支援を行っていく必要があります。

### 地域包括支援センター等との連携

多くの高齢者が利用する施設では、利用者からのトラブル情報が多くありますが、対処や取組方法などの情報は不足しています。情報共有を密にし、協力してトラブル防止に向けた取組を推進する必要があります。

### 3 市民意識調査の結果

本市では毎年、市民の市政に対する要望や関心度について把握し、これらを市政に反映させるために市民意識調査を実施しています。令和2年度に実施した第47回市民意識調査において、消費生活に関する質問を行いました。

#### 【市民意識調査の概要】

- ①調査対象 沼津市内在住の18歳以上の市民2,150人
- ②抽出方法 住民基本台帳データより等間隔無作為抽出
- ③調査期間 令和2年7月23日（木）～8月11日（火）
- ④有効回収率 50.7%
- ⑤質問内容

#### 【消費生活センター認知度】

- ・消費生活センターの業務内容について知っていますか

#### 【消費者として心がけていること】

- ・商品やサービスに関する表示や説明をよく理解した上で、選択する
- ・商品やサービスについて問題があれば、事業者に申し立てを行う
- ・ライフステージや経済状況の変化等、将来を見通した生活設計を考える
- ・個人情報の管理について理解し、適切な行動をとる
- ・環境に配慮した商品やサービスを選択する
- ・消費者団体や市民団体等の活動に積極的に参加する

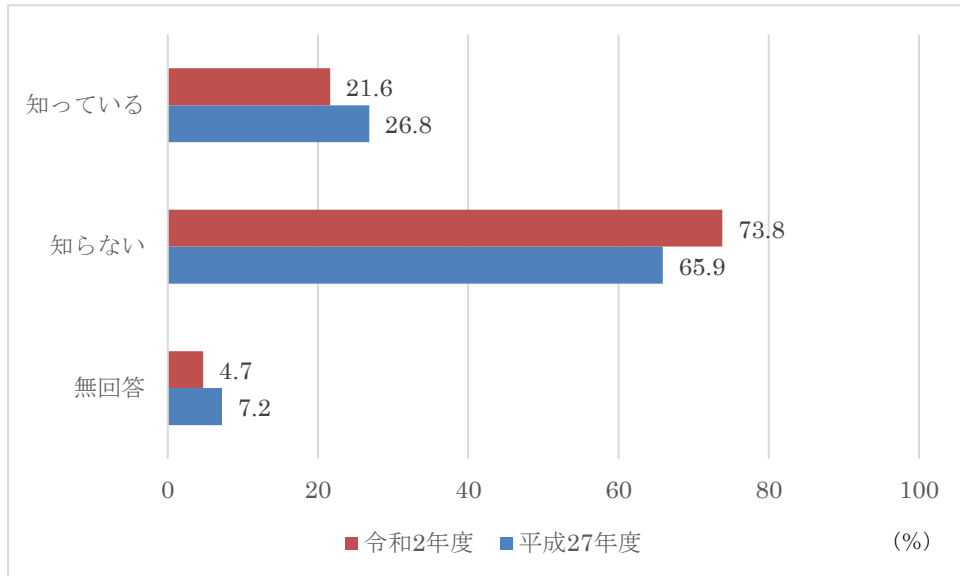
#### 【消費者としての知識】（正誤形式）

- ・契約成立には印鑑が必要である
- ・通信販売やインターネットで買物した商品は、クーリング・オフの対象である
- ・賞味期限とは、「おいしく食べることが出来る期限」である
- ・フェアトレードとは、途上国の人々との対等な関係や環境保護を目指し、適正価格で取引することをいう
- ・消費生活センターに相談した内容は、国がデータを管理し、事業者指導や法改正等に活用される

調査の結果は次のとおりです。

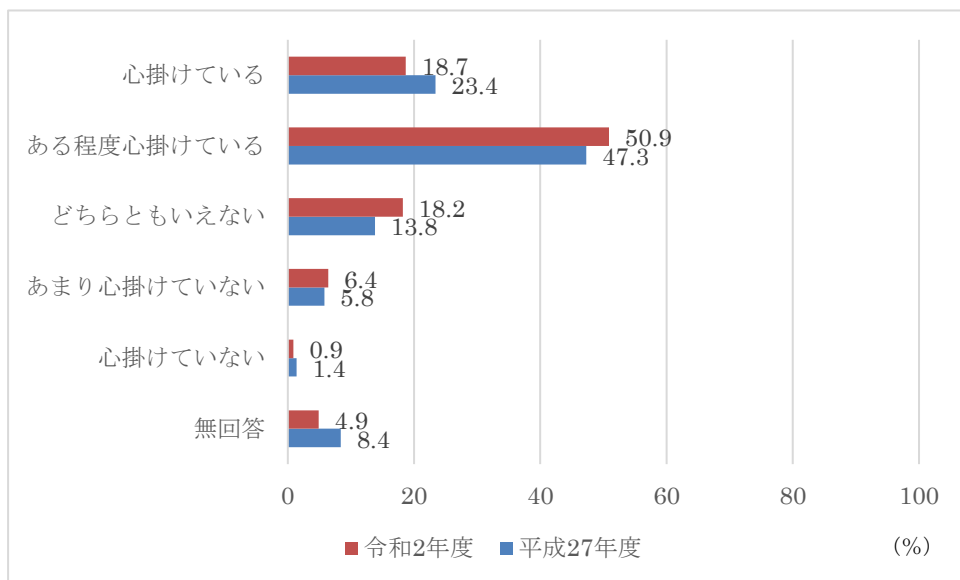
### 【消費生活センター認知度】

Q. 消費生活センターの業務内容について知っていますか

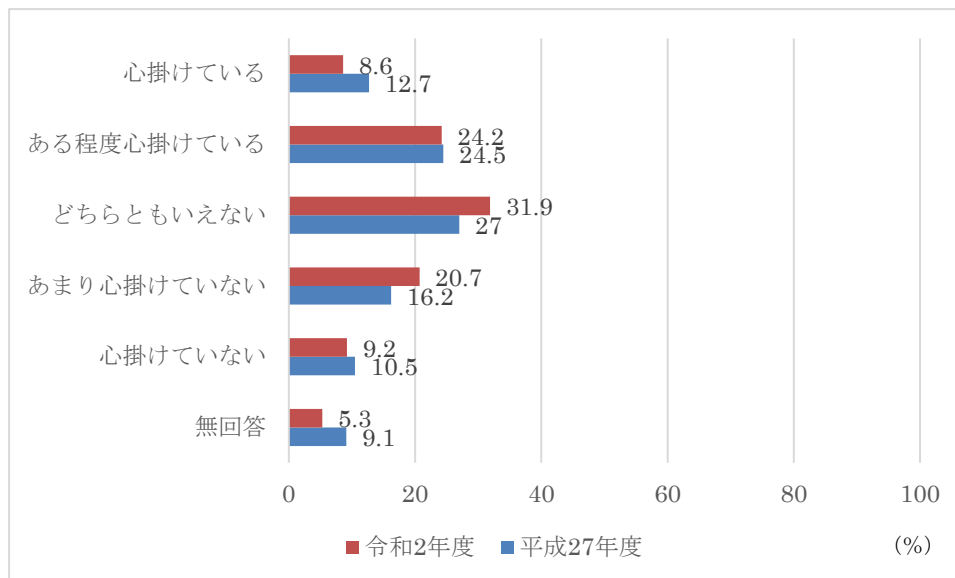


### 【消費者として心がけていること】

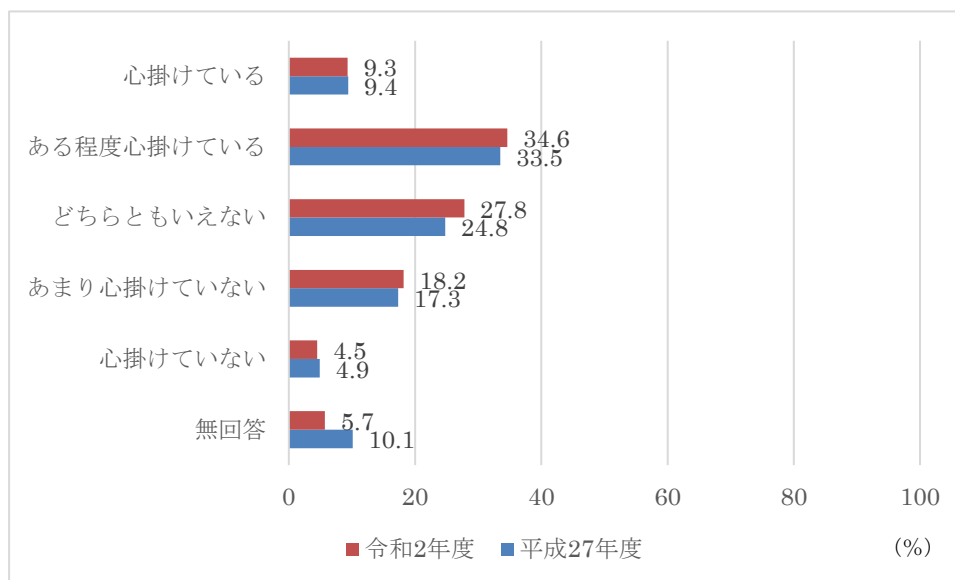
Q. 商品やサービスに関する表示や説明をよく理解した上で、選択する



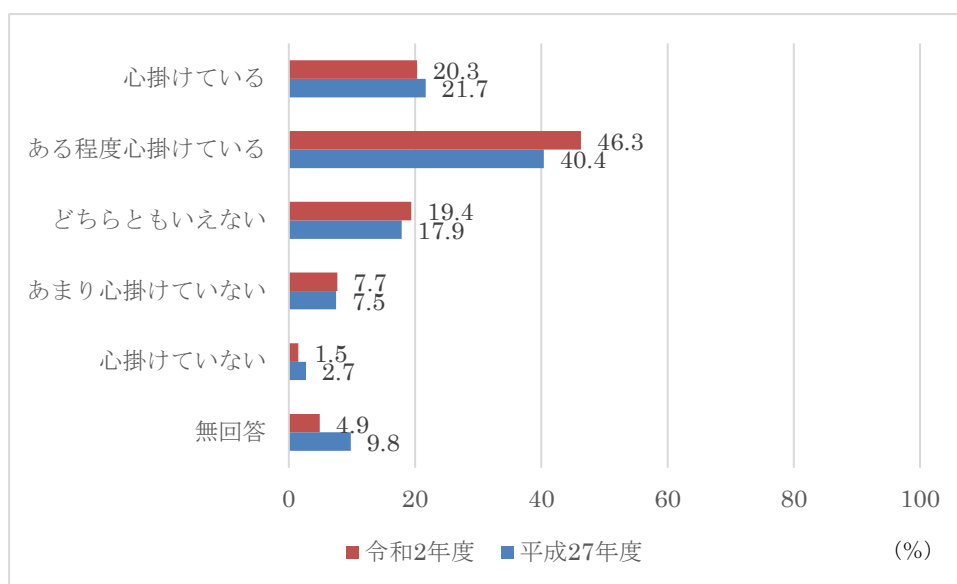
Q. 商品やサービスについて問題があれば、事業者に申し立てを行う



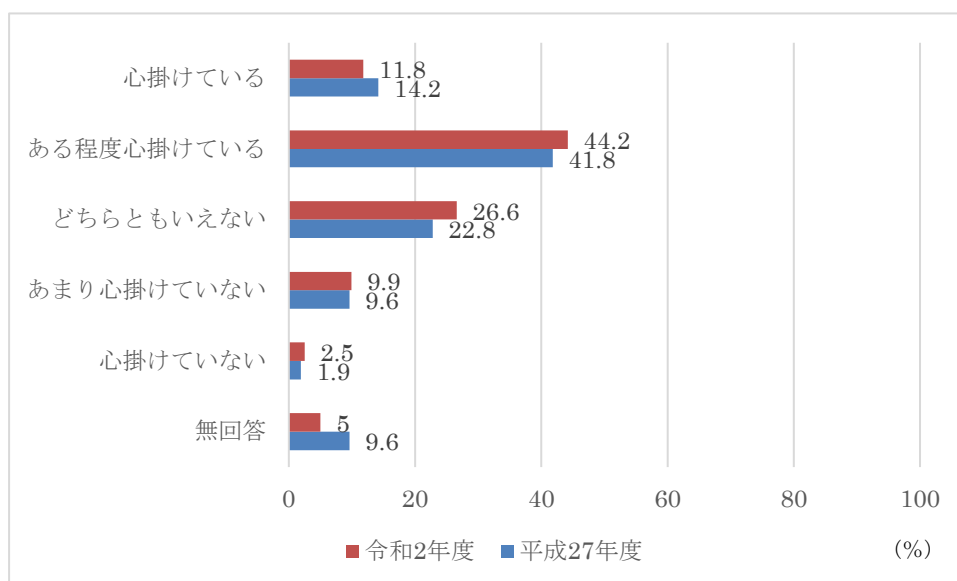
Q. ライフステージや経済状況の変化等、将来を見通した生活設計を考える



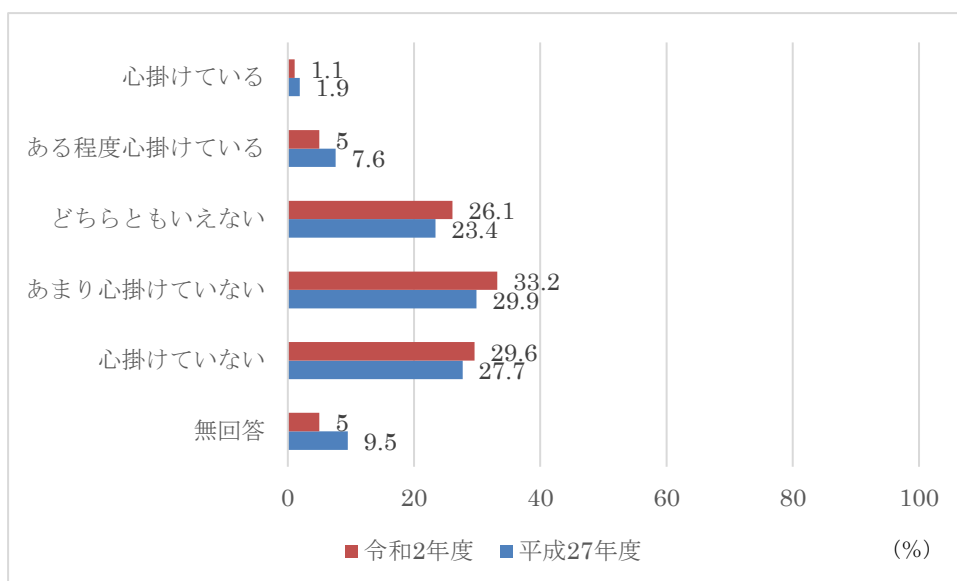
Q. 個人情報の管理について理解し、適切な行動をとる



Q. 環境に配慮した商品やサービスを選択する

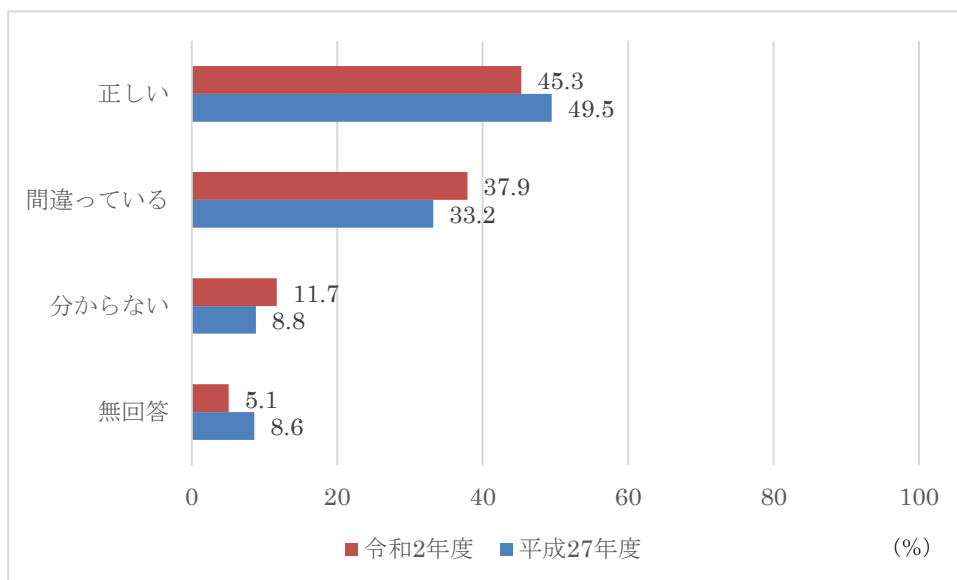


Q 消費者団体や市民団体等の活動に積極的に参加する



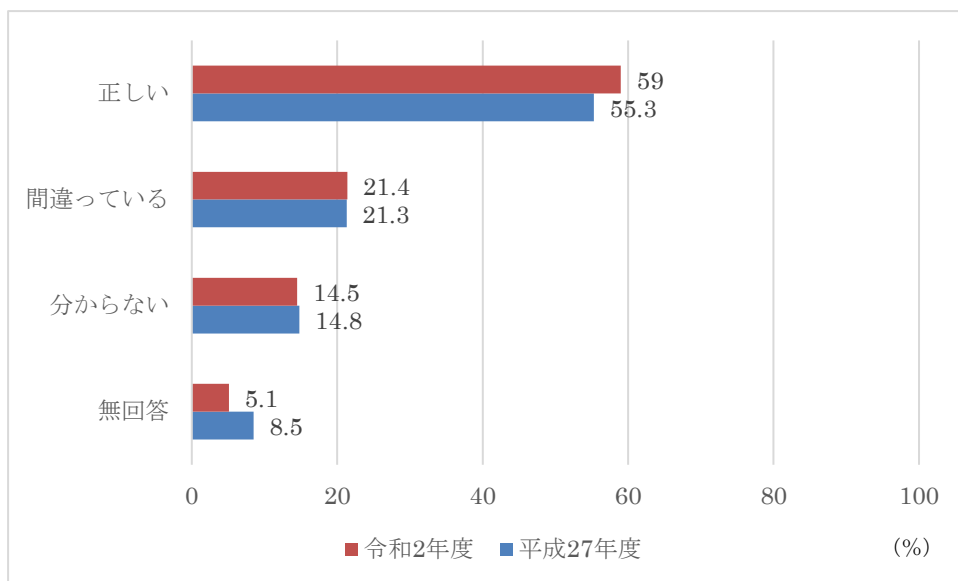
【消費者としての知識】

Q 契約成立には印鑑が必要である



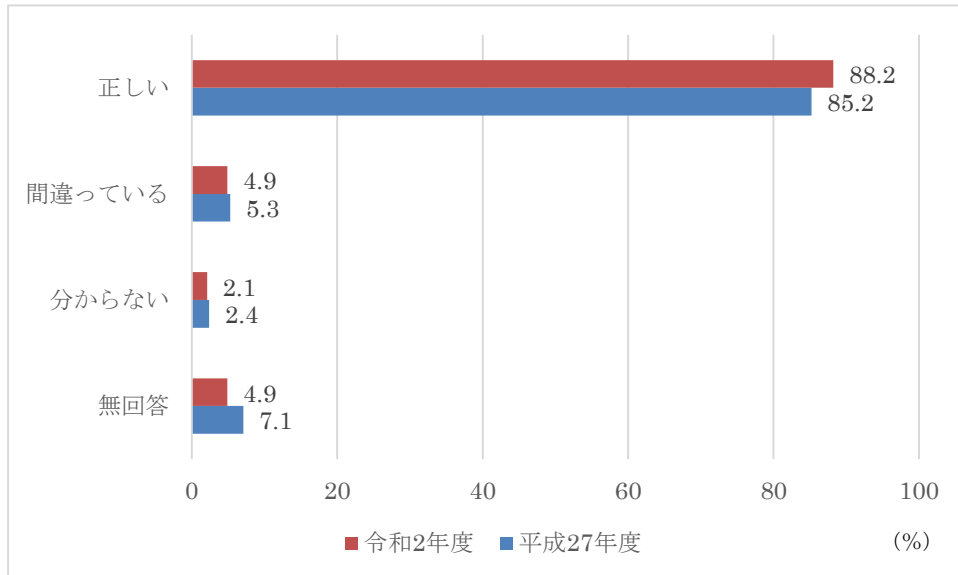
正解：間違っている  
 正答率：37.9%（前回 33.2%）

Q 通信販売やインターネットで買物した商品は、クーリング・オフの対象である



正解：間違っている  
正答率：21.4% (前回 21.3%)

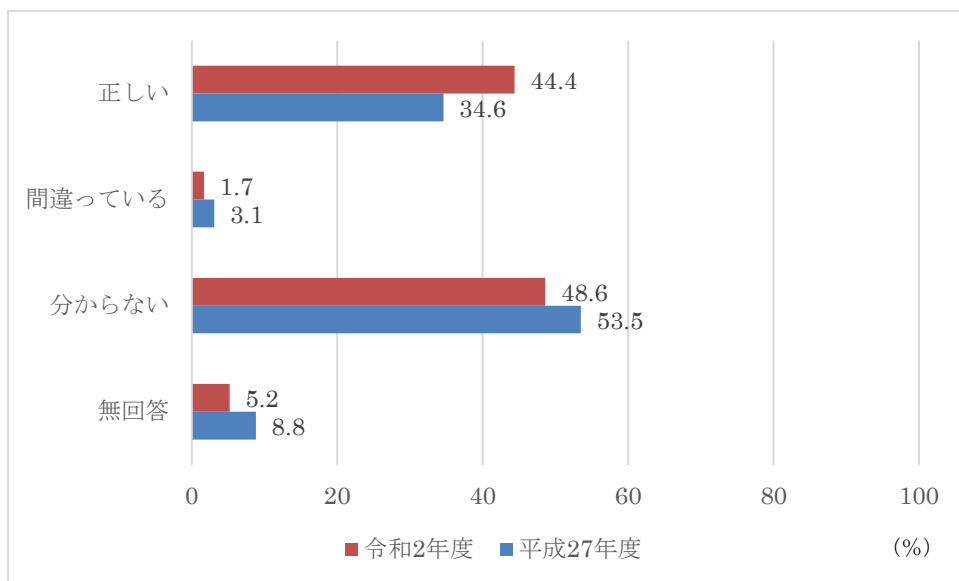
Q 賞味期限とは、「おいしく食べることが出来る期限」である



正解：正しい  
正答率：88.2% (前回 85.2%)



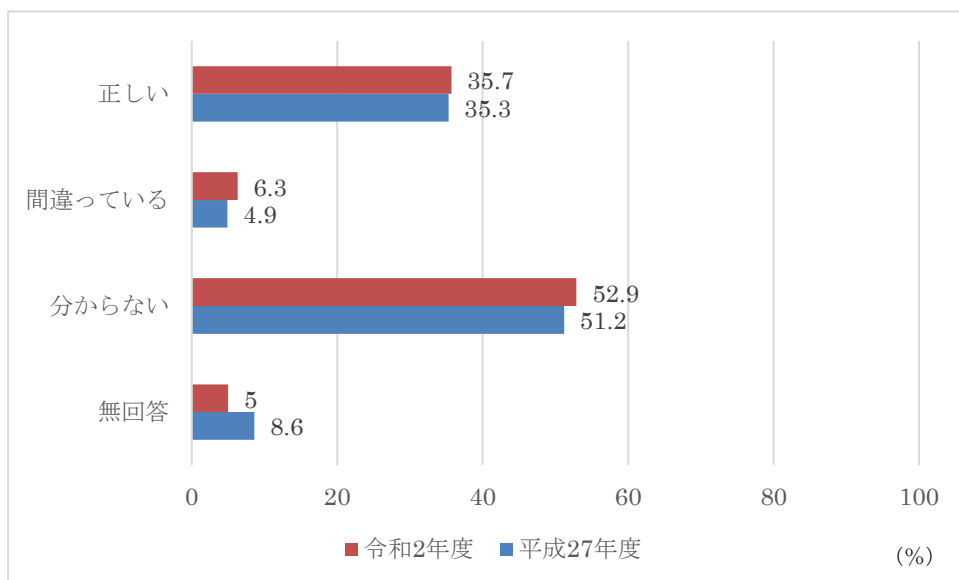
Q フェアトレードとは、途上国の人々との対等な関係や環境保護を目指し、適正価格で取引することをいう



正解：正しい

正答率：44.4% (前回 34.6%)

Q 消費生活センターに相談した内容は、国がデータを管理し、事業者指導や法改正等に活用される



正解：正しい

正答率：35.7% (前回 35.3%)

#### 消費生活センターの認知度の向上

消費生活センターの業務の認知度が低下していることが調査結果からわかります。啓発活動や紙媒体、SNSなどを活用し、センターの積極的な周知が必要になります。

#### 消費者としての意識の向上

全ての市民は消費者です。より良い生活を送る上で消費者としての心掛けは高ければ高いほど良いと考えられます。様々な機会を通じて、より効果的な啓発をしていく必要があります。

#### 消費者としての知識の向上

今回の調査での平均正答率は45.5%と前回から3.6%上昇しました。消費生活を送る上で、正しい知識を有していることが、トラブルの未然防止にも繋がると考えられます。そのため、より一層の啓発が必要であると考えられます。

## 4 本市の消費者教育に関する取組状況

### (1) 重点目標別取組状況

本市では、第1次沼津市消費者教育推進計画で掲げた重点目標に関連のある取組を実施してきました。

環境、子育て、体験学習、福祉、人権、防災など、消費者教育の内容や対象範囲は関係各課でそれぞれ異なりますが、消費者市民社会の構築など、国の基本方針における消費生活の対象領域の多くと重なっています。

令和元年度（2019年度）に実施した消費者教育の関連事業は次のとおりです。

重点目標1 推進法の趣旨及び「消費者市民社会」の意義の普及・啓発			
方向性	推進法の趣旨及び「消費者市民社会」の意義の普及・啓発をする。 消費生活センター職員（消費生活相談員及び職員）が「消費者市民社会」について教育できるよう資質向上を図る。		
該 当 事 業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・乳幼児保護者への啓発</li> <li>・消費生活川柳</li> <li>・消費者月間・消費者被害防止月間におけるキャンペーン</li> <li>・消費生活展</li> <li>・くらしのセミナー</li> <li>・親子消費者教室</li> <li>・出前講座</li> <li>・各種媒体を活用した、消費生活に関する情報発信</li> <li>・消費生活サポーター養成講座</li> <li>・消費生活センター情報提供チラシ「たからっこ通信」の発行</li> </ul>	担 当 課	消費生活センター
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人権教育</li> </ul>		市民相談センター
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・職業講話</li> <li>・国際交流フェア</li> </ul>		地域自治課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各ライフステージにおける栄養教育及び栄養相談</li> </ul>		健康づくり課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・一人暮らし高齢者に対する消費者啓発</li> </ul>		社会福祉課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・公立保育所の栄養士による食育講座</li> <li>・公立保育所の栄養士による栄養相談</li> <li>・クッキング保育</li> </ul>		子育て支援課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ロボット工作事業</li> <li>・伝統技能体験事業</li> </ul>		商工振興課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・食育 DAY キャンプ in ぬまづ</li> <li>・学校給食への茶飯提供と生産者試食の実施</li> <li>・食育体験ツアー</li> <li>・お茶講座</li> <li>・農林まつり</li> </ul>		農林農地課

該 当 事 業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 深海魚を活用した地域産業活性化事業</li> <li>・ 魚食普及促進事業</li> <li>・ 水産加工品普及宣伝事業</li> <li>・ おさかな教室</li> </ul>	担 当 課	水産海浜課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ むまづエコ活動コンテスト</li> <li>・ アースキッズチャレンジ</li> <li>・ 夏休み親子エコ教室</li> <li>・ むまづエコ-C02（エココツ）アクション</li> </ul>		環境政策課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ダンボールコンポスト作製講座</li> <li>・ 夏休みリサイクル施設見学会</li> <li>・ 出前講座</li> <li>・ ごみ分別説明会</li> <li>・ ごみ減量・資源化推進協力事業所「すまいるしょっぷ」認定制度</li> <li>・ むまづフリーマーケットフェスティバル</li> <li>・ エコ・クッキング教室</li> </ul>		クリーンセンター 管理課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 消費生活展での「沼津の水道・下水道」についての啓発活動</li> </ul>		水道総務課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域交流推進・外部人材活用事業</li> </ul>		学校教育課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 出前講座</li> <li>・ 自信がもてる子育て講座</li> </ul>		生涯学習課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 高齢者被害防止啓発</li> <li>・ 出前講座</li> <li>・ 消費生活展での消費者啓発</li> <li>・ ローリングストックを活用した料理教室</li> </ul>		沼津市消費者協会 ◎
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ クラブキッズ（リーダー育成）</li> </ul>		沼津市子ども会育成連絡協議会 ◎
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 多重債務に関するセミナー</li> </ul>		静岡県労働金庫沼津支店 ◎

◎：本市の消費者教育への取組にご協力いただいた団体、事業者（敬称略）

重点目標２ 各主体への意識付け及び実践方法の普及

方向性	各主体が実施する事業と消費者教育との関係を整理する。 消費者教育を行っているという意識付けを各主体に対して図る。	
該 当 事 業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 消費者月間・消費者被害防止月間におけるキャンペーン【再掲】</li> <li>・ 消費生活展【再掲】</li> <li>・ 暮らしのセミナー【再掲】</li> <li>・ 親子消費者教室【再掲】</li> <li>・ 出前講座【再掲】</li> <li>・ 各種媒体を活用した、消費生活に関する情報発信【再掲】</li> <li>・ 消費生活サポーター養成講座【再掲】</li> <li>・ 静岡県消費者啓発チラシの組回覧</li> </ul>	担 当 課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 職業講話【再掲】</li> <li>・ 外国人住民のための防災講座</li> </ul>	消費生活センター
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 一人暮らし高齢者に対する消費者啓発【再掲】</li> </ul>	地域自治課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 伝統技能体験事業【再掲】</li> </ul>	社会福祉課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ お茶講座【再掲】</li> </ul>	商工振興課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 深海魚を活用した地域産業活性化事業【再掲】</li> <li>・ 水産加工品普及宣伝事業【再掲】</li> <li>・ おさかな教室【再掲】</li> </ul>	農林農地課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ぬまづエコ活動コンテスト【再掲】</li> <li>・ 夏休み親子エコ教室【再掲】</li> </ul>	水産海浜課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 環境政策課</li> </ul>	環境政策課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ダンボールコンポスト作製講座【再掲】</li> <li>・ 夏休みリサイクル施設見学会【再掲】</li> <li>・ 出前講座【再掲】</li> <li>・ ぬまづフリーマーケットフェスティバル【再掲】</li> </ul>	クリーンセンター 管理課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 消費生活展での「沼津の水道・下水道」についての啓発活動【再掲】</li> </ul>	水道総務課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 出前講座</li> </ul>	危機管理課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域交流推進・外部人材活用事業【再掲】</li> </ul>	学校教育課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 出前講座【再掲】</li> </ul>	生涯学習課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 出前講座【再掲】</li> </ul>	沼津市消費者協会 ◎
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 多重債務に関するセミナー【再掲】</li> </ul>	静岡県労働金庫沼津支店 ◎

◎：本市の消費者教育への取組にご協力いただいた団体、事業者（敬称略）

重点目標3 高齢者等への啓発と福祉関係者等との連携強化

<p>方向性</p>	<p>地域におけるさまざまな関係団体等と連携し啓発を図る。 福祉関係者との連携を強化し、啓発や見守り力を強化する。</p>	
<p>該 当 事 業</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費生活川柳【再掲】</li> <li>・消費者月間・消費者被害防止月間におけるキャンペーン【再掲】</li> <li>・消費生活展【再掲】</li> <li>・くらしのセミナー【再掲】</li> <li>・出前講座【再掲】</li> <li>・各種媒体を活用した、消費生活に関する情報発信【再掲】</li> <li>・消費生活サポーター養成講座【再掲】</li> <li>・静岡県消費者啓発チラシの組回覧【再掲】</li> <li>・敬老行事参加者に対する啓発</li> <li>・一人暮らし高齢者向け啓発</li> <li>・筋力パワーアップ教室での啓発</li> <li>・消費生活センター情報提供チラシ「たからっこ通信」の発行【再掲】</li> <li>・出前講座・消費者教育 DVD 貸出の周知</li> </ul>	<p>消費生活センター</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人権教育【再掲】</li> </ul>	<p>市民相談センター</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国際交流フェア【再掲】</li> <li>・外国人住民のための防災講座【再掲】</li> </ul>	<p>地域自治課</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・一人暮らし高齢者に対する消費者啓発【再掲】</li> <li>・防災とボランティア週間啓発</li> </ul>	<p>社会福祉課</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・魚食普及促進事業【再掲】</li> </ul>	<p>水産海浜課</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ぬまづエコ活動コンテスト【再掲】</li> <li>・ぬまづエコ-CO2（エココツ）アクション【再掲】</li> </ul>	<p>環境政策課</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ダンボールコンポスト作製講座【再掲】</li> <li>・出前講座【再掲】</li> <li>・ごみ分別に関する説明会【再掲】</li> <li>・ごみ減量・資源化推進協力事業所「すまいるしょつぶ」認定制度【再掲】</li> <li>・ぬまづフリーマーケットフェスティバル【再掲】</li> <li>・エコ・クッキング教室【再掲】</li> </ul>	<p>クリーンセンター 管理課</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費生活展での「沼津の水道・下水道」についての啓発活動【再掲】</li> </ul>	<p>水道総務課</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・出前講座【再掲】</li> <li>・地震防災強化月間</li> <li>・防災とボランティア週間啓発</li> </ul>	<p>危機管理課</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・出前講座【再掲】</li> </ul>	<p>生涯学習課</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高齢者被害防止啓発【再掲】</li> <li>・消費生活展での消費者啓発【再掲】</li> <li>・ローリングストックを活用した料理教室【再掲】</li> </ul>	<p>沼津市消費者協会 ◎</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費生活センター情報提供チラシ「たからっこ通信」の窓口配架</li> </ul>	<p>静岡県労働金庫沼津支店 ◎</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費生活センター啓発リーフレットのラック配架</li> </ul>	<p>沼津市商店街連盟 ◎</p>

◎：本市の消費者教育への取組にご協力いただいた団体、事業者（敬称略）

重点目標4 若年者に対する消費者教育の充実

<p>方向性</p>	<p>学校、家庭等において、年齢に応じた消費者教育を実施する。 教育委員会等と連携して、学校等における消費者教育を支援する。</p>	
<p>該 当 事 業</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 乳幼児保護者への啓発【再掲】</li> <li>・ 消費生活川柳【再掲】</li> <li>・ 消費者月間・消費者被害防止月間におけるキャンペーン【再掲】</li> <li>・ 消費生活展【再掲】</li> <li>・ 暮らしのセミナー【再掲】</li> <li>・ 親子消費者教室【再掲】</li> <li>・ 出前講座【再掲】</li> <li>・ 各種媒体を活用した、消費生活に関する情報発信【再掲】</li> <li>・ 静岡県消費者啓発チラシの組回覧【再掲】</li> <li>・ 出前講座・消費者教育 DVD 貸出の周知【再掲】</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 人権教育【再掲】</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 職業講話【再掲】</li> <li>・ 国際交流フェア【再掲】</li> <li>・ 外国人住民のための防災講座【再掲】</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 各ライフステージにおける栄養教育及び栄養相談【再掲】</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 1年次講義「環境と健康」</li> <li>・ 3年次講義「情報科学」</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 防災とボランティア週間啓発【再掲】</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 公立保育所の栄養士による食育講座【再掲】</li> <li>・ 公立保育所の栄養士による栄養相談【再掲】</li> <li>・ クッキング保育【再掲】</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ロボット工作事業【再掲】</li> <li>・ 伝統技能体験事業【再掲】</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 食育 DAY キャンプ in ぬまづ【再掲】</li> <li>・ 学校給食への茶飯提供と生産者試食の実施【再掲】</li> <li>・ お茶講座【再掲】</li> <li>・ 農林まつり【再掲】</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 深海魚を活用した地域産業活性化事業【再掲】</li> <li>・ 魚食普及促進事業【再掲】</li> <li>・ おさかな教室【再掲】</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ぬまづエコ活動コンテスト【再掲】</li> <li>・ アースキッズチャレンジ【再掲】</li> <li>・ 夏休み親子エコ教室【再掲】</li> <li>・ ぬまづエコ-C02（エココツ）アクション【再掲】</li> </ul>	<p>消費生活センター</p> <hr/> <p>市民相談センター</p> <hr/> <p>地域自治課</p> <hr/> <p>健康づくり課</p> <hr/> <p>看護専門学校</p> <hr/> <p>社会福祉課</p> <hr/> <p>子育て支援課</p> <hr/> <p>商工振興課</p> <hr/> <p>農林農地課</p> <hr/> <p>水産海浜課</p> <hr/> <p>環境政策課</p>

該 当 事 業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ダンボールコンポスト作製講座【再掲】</li> <li>・夏休みリサイクル施設見学会【再掲】</li> <li>・出前講座【再掲】</li> <li>・ごみ分別説明会【再掲】</li> <li>・ごみ減量・資源化推進協力事業所「すまいるしょっぷ」認定制度【再掲】</li> <li>・ぬまづフリーマーケットフェスティバル【再掲】</li> <li>・エコ・クッキング教室【再掲】</li> </ul>	担 当 課	クリーンセンター 管理課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費生活展での「沼津の水道・下水道」についての啓発活動【再掲】</li> </ul>		水道総務課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・出前講座【再掲】</li> <li>・地震防災強化月間【再掲】</li> <li>・防災とボランティア週間啓発【再掲】</li> </ul>		危機管理課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・家庭基礎授業</li> </ul>		市立沼津高等学校
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域交流推進・外部人材活用事業【再掲】</li> </ul>		学校教育課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・出前講座【再掲】</li> <li>・自信がもてる子育て講座【再掲】</li> </ul>		生涯学習課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・出前講座【再掲】</li> <li>・消費生活展での消費者啓発【再掲】</li> </ul>		沼津市消費者協会 ◎
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・クラブキッズ（リーダー育成）【再掲】</li> </ul>		沼津市子ども会育成連絡協議会 ◎
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・多重債務に関するセミナー【再掲】</li> </ul>		静岡県労働金庫沼津支店 ◎

◎：本市の消費者教育への取組にご協力いただいた団体、事業者（敬称略）



重点目標5 消費生活センターの拠点化			
方向性	消費生活センターが中心となって各主体に働きかけを行う。 各主体と相互に連携しながら、消費者教育に取り組む。 各主体のスキルアップへの支援を行う。 消費者教育の具体的な取組事例の紹介等を行う。 消費生活センターの業務の周知を図る。 消費者教育の担い手を育てる。		
	該 当 事 業	担 当 課	消費生活センター
・乳幼児保護者への啓発【再掲】			
・消費生活川柳【再掲】			
・消費者月間・消費者被害防止月間におけるキャンペーン【再掲】			
・消費生活展【再掲】			
・くらしのセミナー【再掲】			
・親子消費者教室【再掲】			
・出前講座【再掲】			
・各種媒体を活用した、消費生活に関する情報発信【再掲】			
・消費生活サポーター養成講座【再掲】			
・静岡県消費者啓発チラシの組回覧【再掲】			
・敬老行事参加者に対する啓発【再掲】			
・一人暮らし高齢者向け啓発【再掲】			
・筋力パワーアップ教室での啓発【再掲】			
・消費生活センター情報提供チラシ「たからっこ通信」の発行【再掲】			
・出前講座・消費者教育 DVD 貸出の周知【再掲】			
・一人暮らし高齢者に対する消費者啓発【再掲】			
・消費生活展での「沼津の水道・下水道」についての啓発活動【再掲】			
・消費生活展での消費者啓発【再掲】			
・消費生活センター情報提供チラシ「たからっこ通信」の窓口配架【再掲】			
・消費生活センター啓発リーフレットのラック配架【再掲】			
		社会福祉課	
		水道総務課	
		沼津市消費者協会	◎
		静岡県労働金庫沼津支店	◎
		沼津市商店街連盟	◎

◎：本市の消費者教育への取組にご協力いただいた団体、事業者（敬称略）

このように本市では、関係各課を通じて様々な消費者教育に該当する事業を行っています。毎年、消費者教育推進地域協議会にこれら事業の進捗状況や実績を報告し、評価をしていただいています。

消費生活に関する教育が、市民の皆さまに浸透するよう継続的に事業を実施するとともに、他部署と連携しより効率的・効果的な取組について検討していくことが必要です。

## (2) 重点目標別事業の達成度

消費者教育上の重点目標別事業の達成度は以下のとおりです。

達成度Aは事業実施計画（目標値）に対し80%以上達成した事業、達成度Bは60%以上80%未満の事業、達成度Cは60%未満の事業です。

平成29年度（2017年度）から平成30年度（2018年度）にかけて事業数が21事業増加しています。また、達成度Aは比較的高く、令和元年度（2019年度）において67.2%ですが、達成度Cも2.4%あることから、更に達成度を上げるため計画的な取組が必要です。

### 令和元年度（2019年度）

重点目標	事業数	達成度別内訳							
		A	割合	B	割合	C	割合	その他	割合
1 推進法の趣旨及び「消費者市民社会」の意義の普及啓発	50	35	70.0%	7	14.0%	1	2.0%	7	14.0%
2 各主体への意識付け及び実践方法の普及	28	21	75.0%	4	14.3%	0	0.0%	3	10.7%
3 高齢者等への啓発と福祉関係者等との連携強化	35	23	65.7%	5	14.3%	1	2.9%	6	17.1%
4 若年者に対する消費者教育の充実	51	41	80.4%	5	9.8%	1	2.0%	4	7.8%
5 消費生活センターの拠点化	20	9	45.0%	6	30.0%	1	5.0%	4	20.0%
合計	184	129	67.2%	27	16.5%	4	2.4%	24	13.9%

### 平成30年度（2018年度）

重点目標	事業数	達成度別内訳							
		A	割合	B	割合	C	割合	その他	割合
1 推進法の趣旨及び「消費者市民社会」の意義の普及啓発	51	32	62.7%	9	17.6%	1	2.0%	9	17.6%
2 各主体への意識付け及び実践方法の普及	28	17	60.7%	6	21.4%	1	3.6%	4	14.3%
3 高齢者等への啓発と福祉関係者等との連携強化	35	20	57.1%	10	28.6%	0	0.0%	5	14.3%
4 若年者に対する消費者教育の充実	52	37	71.2%	8	15.4%	1	1.9%	6	11.5%
5 消費生活センターの拠点化	19	8	42.1%	7	36.8%	1	5.3%	3	15.8%
合計	185	114	58.8%	40	24.0%	4	2.5%	27	14.7%

平成 29 年度（2017 年度）

重点目標	事業数	達成度別内訳							
		A	割合	B	割合	C	割合	その他	割合
1 推進法の趣旨及び「消費者市民社会」の意義の普及啓発	53	38	71.7%	4	7.5%	1	1.9%	10	18.9%
2 各主体への意識付け及び実践方法の普及	16	11	68.8%	2	12.5%	1	6.3%	2	12.5%
3 高齢者等への啓発と福祉関係者等との連携強化	36	26	72.2%	4	11.1%	1	2.8%	5	13.9%
4 若年者に対する消費者教育の充実	55	41	74.5%	6	10.9%	2	3.6%	6	10.9%
5 消費生活センターの拠点化	4	2	50.0%	1	25.0%	0	0.0%	1	25.0%
合計	164	118	67.4%	17	13.4%	5	2.9%	24	16.2%

課 題

**本市が実施する各事業と消費者教育との関連付け**

各部署が実施している消費者教育に関連する事業について、取組を継続し意識付けを行うとともに、連携を強めてより効果的に取り組む必要があります。

## 第3章 国県の動向と重点目標

### 1 国の動き

#### ①消費者教育の推進に関する法律の制定（平成24年（2012年）12月施行）

##### 目 的

- ・消費者教育の総合的・一体的な推進
- ・国民の消費生活の安定・向上に寄与

##### 定 義

- ・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及びこれに準ずる啓発活動（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）
- ・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尊重する社会
  - ・消費者が自らの消費生活に関する行動が将来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ことを自覚する社会
  - ・消費者が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

##### 基本理念

- ・消費生活に関する知識を習得し、適切な行動に結びつける実践的能力の育成
- ・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
- ・幼児期から高齢期までの段階特性に配慮
- ・場（学校、地域、家庭、職域）の特性に対応
- ・多様な主体間の連携
- ・消費者市民社会の形成に関し、多角的な情報を提供
- ・非常時（災害）の合理的行動のための知識・理解
- ・環境教育、食育、国際理解教育等との有機的な連携

##### 基本方針について

- ・政府は、消費者教育の推進に関する基本的な方針を定めなければならない
- ・基本方針においては、基本的な方向、推進の内容等を定める

##### 消費者教育推進計画について

- ・都道府県及び市町村は、基本方針を踏まえ、そ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を定めるよう努めなければならない

## ②消費者教育の推進に関する基本的な方針（基本方針）の策定

（平成 25 年度（2013 年度）～平成 29 年度（2017 年度）平成 25 年 6 月閣議決定）

（平成 30 年度（2018 年度～令和 3 年度（2021 年度）平成 30 年 3 月変更）

### 消費者教育推進の意義

- ・被害に遭わない消費者、合理的意思決定のできる消費者の育成
- ・消費者市民社会の形成に参画

### 消費者教育の推進の基本的な方向

- ・ライフステージに応じた様々な教育の場（学校、地域、家庭、職域等）を活用して効果的に消費者教育を行う
- ・消費者の特性（年齢のほか、性別、障害の有無、消費生活に関する知識の量など）に配慮し、対象に応じた消費者教育の方法や内容を工夫
- ・地域における多様な主体間のネットワーク化
- ・他の消費生活に関連する教育との連携推進

### 消費者教育の推進の内容

- ・消費生活センター等を拠点とする、学校、地域社会、家庭、職域など多様な主体が連携した体制作り
- ・人材（担い手）の育成・活用
- ・多彩な教材等の作成・活用

### 関連する他の消費者施策との連携

- ・食品と放射能に関する理解増進
- ・事故・トラブル情報の迅速的確な分析・原因究明
- ・食品表示の理解増進

## 2 県の動き

静岡県消費者教育推進計画の策定

(平成 26 年度 (2014 年度) ~平成 29 年度 (2017 年度) 平成 26 年 3 月策定)

(平成 30 年度 (2018 年度) ~令和 3 年度 (2021 年度) 平成 30 年 3 月第 2 次策定)

### 基本理念

- ・消費生活に関する知識を習得し、適切な行動に結びつける実践能力の育成を図る。
- ・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する。
- ・幼児期から高齢者まで段階特性に配慮する。
- ・場 (学校、地域、家庭、職域) の特性に対応する。
- ・多様な主体間の連携を促す。
- ・消費者市民社会の形成に関し、多角的な情報を提供する。
- ・非常時 (災害) の合理的行動のための知識・理解を深める。
- ・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施策との有機的な連携を図る。

### 計画の目標

以下の能力を育み、「自ら学び自立し行動する消費者」を育成すること

- ・消費者の権利と役割及び消費者の自立について理解し、それに基づいた意思決定と消費行動ができる能力
- ・消費生活の安全・安定の確保と向上を図るため、消費生活に関する基本的な知識・技術を習得し、これらを活用して、将来を見通した合理的な意思決定や生活設計を行い、消費者被害等を回避し、必要に応じて他者と協力しながら問題解決ができる能力
- ・持続可能な社会の実現に向けて、自分の行動と社会経済との関連を意識し、持続可能な社会へ寄与する消費生活を実践するとともに、諸課題について他者と協力して取り組むことができる能力

### 消費者教育推進の基本的な方向

- ・イメージマップを活用し、ライフステージや場の特性に対応した体系的な推進
- ・多様な主体との連携による推進
- ・消費生活に関連する教育との連携による効果的な推進

### 取組の視点

- ・「消費者市民社会」の理念を普及するための消費者教育の推進
- ・若年者と高齢者の消費者トラブルを減らすための消費者教育の推進
- ・地域における消費者教育の推進体制の整備

### 施策体系

- ・消費者市民社会の理念の普及
- ・消費者教育の担い手となる人材の育成
- ・トラブルの未然防止と消費者の自立支援
- ・地域における消費者教育の推進

### 3 重点目標

本市においては、国の基本方針や県の消費者行政推進計画を踏まえつつ、第2章で述べた課題解決のため、引き続き、次のとおり重点目標を掲げます。課題の解消に向けた目標設定になっています。また、社会経済情勢の変化による新たな課題が発生した場合においても、課題解消に向けて取り組んでまいります。

#### 重点目標 1 推進法の趣旨及び「消費者市民社会」の意義の普及・啓発

消費生活の安定・向上に寄与するとともに、公正かつ持続可能な社会の実現に向け、消費者が自発的、積極的に行動できるよう出前講座や街頭キャンペーンなどを行い、「消費者教育の推進に関する法律」の趣旨及び「消費者市民社会」の意義の普及・啓発に取り組みます。

#### 重点目標 2 各主体への意識付け及び実践方法の普及

市の各課や多様な主体が実施する消費生活に関連する教育は、日常生活に密接していることも多いことから、当事者が消費者教育との関連を理解しないで実施されている場合があります。イメージマップの周知や出前講座等により、意識付けや実践方法の普及を図ります。

#### 重点目標 3 高齢者等への啓発と福祉関係者等との連携強化

本市では、60歳以上の高齢者の相談件数は約半数を占めており、高い割合を推移しています。高齢者はだまされたことに気づきにくかったり、気づいても相談しないことがあります。出前講座や行事での啓発活動などを行うとともに、福祉関係者等との連携強化を図ります。

#### 重点目標 4 若年者に対する消費者教育の充実

国の基本方針（平成30年（2018年）変更）では、当面の重点事項として若年者への消費者教育を挙げています。令和4年（2022年）4月1日より成年年齢が18歳になることから、若年者の消費者被害の防止・救済や社会の一員として行動する自立した消費者の育成のため、早い段階からの出前講座等による消費者教育の推進を図ります。

#### 重点目標 5 消費生活センターの拠点化

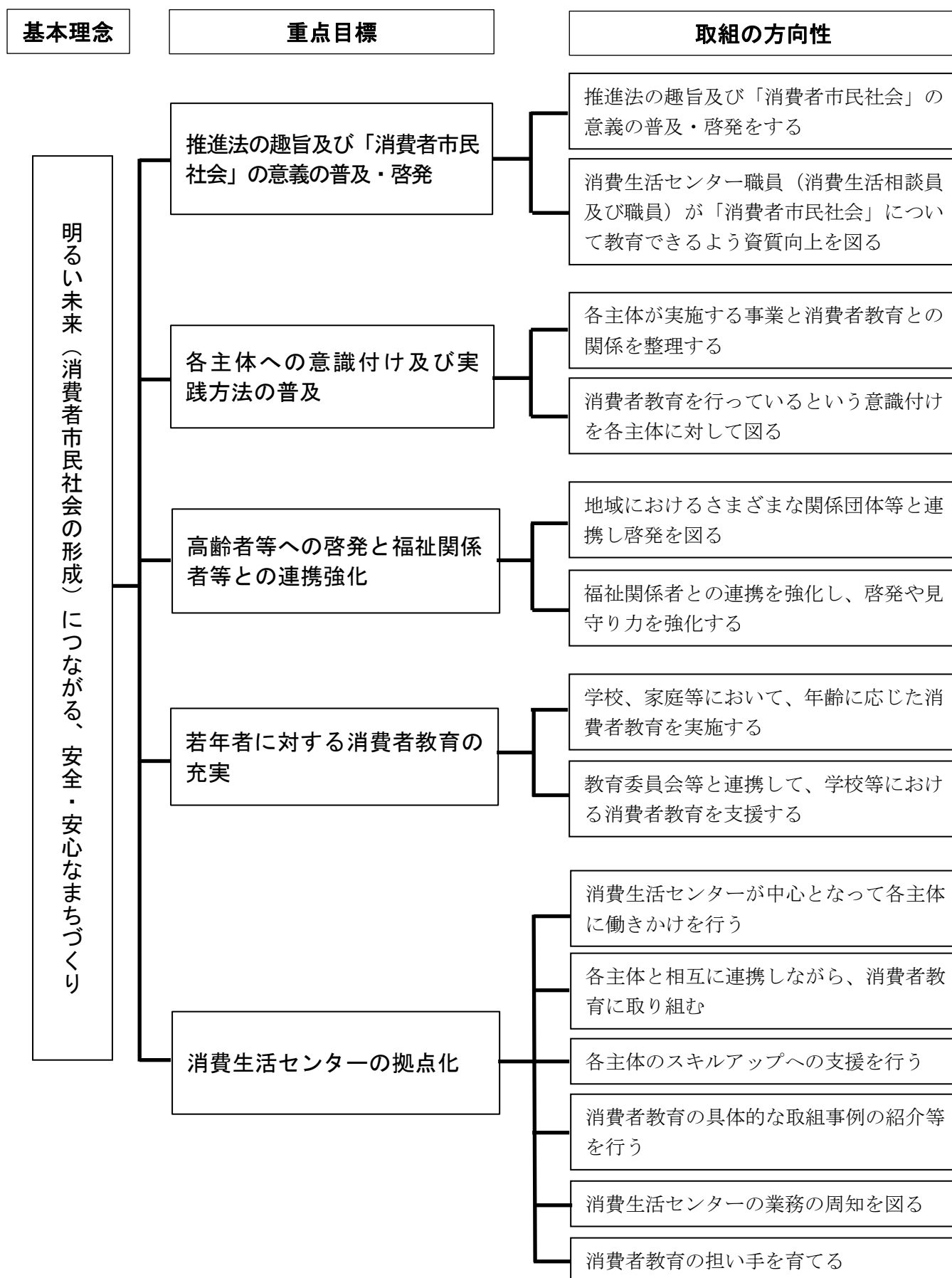
国の基本方針では、地域における消費者教育について、消費生活センター等を拠点とする多様な主体が連携した体制づくりが期待されています。消費者教育に関する情報収集・提供を行うとともに、学校、施設、その他各団体と連携した取組を推進します。

課題に対応する主な重点目標

課 題	重点目標				
	1	2	3	4	5
個々の特性に応じた消費者教育の推進	○		○	○	
インターネットに関する消費者トラブルへの対応強化	○		○	○	○
若年者に対する消費者教育の推進	○			○	○
高齢者への情報提供・注意喚起の徹底	○		○		○
高齢者の消費者被害の防止	○	○	○		○
学校等における消費者教育の推進	○	○		○	○
学校等に対する消費者教育の支援	○	○		○	○
地域包括支援センター等との連携	○	○	○		○
消費生活センターの認知度の向上	○		○	○	○
消費者としての意識の向上	○		○	○	
消費者としての知識の向上	○		○	○	○
本市が実施する各事業と消費者教育との関連付け	○	○			○



## 4 施策の体系



## 第4章 消費者教育推進上の具体的な取組

### 1 重点目標別取組事例

#### 重点目標1 推進法の趣旨及び「消費者市民社会」の意義の普及・啓発

- ・くらしのセミナーを開催し、消費生活を営むための必要な法律知識や、生活技術の普及、消費者市民社会の普及・啓発を行う
- ・消費者としての意識を高めるための消費生活川柳の募集をする
- ・消費生活センター職員を各種研修に派遣することにより資質の向上を図る
- ・消費生活展を開催し、パネル展示やクイズラリーを実施することで、来場者の消費者市民としての意識を高める
- ・広報紙、ホームページ、SNS等の媒体を活用して、消費者市民社会をふまえた消費生活に関する情報を発信する
- ・地域・家庭での環境配慮行動の実践
- ・各主体による消費者教育の機会の提供と関連事業の実施

#### 重点目標2 各主体への意識付け及び実践方法の普及

- ・くらしのセミナー等に事業者を講師として招く
- ・消費生活展における各主体の活動アピールの場を設ける
- ・消費生活用製品安全法・家庭用品品質表示法・電気用品安全法に基づく立入検査の実施により適正な表示の啓発を行う
- ・消費者と事業者の相互理解及び協力のための交流の機会を提供する
- ・自治会、高齢者団体等に対する出前講座を実施する
- ・事業所の職員に対しての出前講座を実施する
- ・PTA等に対する出前講座を実施する
- ・各主体による消費者教育の機会の提供と関連事業の実施

#### 重点目標3 高齢者等への啓発と福祉関係者等との連携強化

- ・筋力パワーアップ教室において、旬な消費者トラブルの情報を伝達する
- ・地域包括支援センターとの情報連絡体制を整備し、悪質商法等のトラブルに関する情報の収集に努める
- ・高齢者に対して啓発のチラシを回覧板を用いて配布する
- ・敬老行事で啓発グッズを配布する
- ・自治会、老人クラブをはじめとする地域団体、民生委員、地域包括支援センター、福祉施設、居宅介護支援事業所などに消費者被害防止に関する出前講座を実施する
- ・収集した情報を迅速に危険情報として、地域包括支援センターへ伝達する
- ・各主体による消費者教育の機会の提供と関連事業の実施

#### 重点目標4 若年者に対する消費者教育の充実

- ・授業で活用するためのDVD等の教材の提供を行う
- ・親子消費者教室の開催により、消費者としての知識を普及する

- ・新成人に対して啓発チラシ等を配布する
- ・学校等（特に高等学校）に消費生活相談員を講師として派遣し出前講座を実施する
- ・教職員等に対する出前講座を実施する
- ・PTA等の集会を活用して保護者に対する消費者知識の啓発を図る
- ・各主体による消費者教育の機会の提供と関連事業の実施

#### **重点目標 5 消費生活センターの拠点化**

- ・消費生活サポーターを養成し、地域の見守り活動や啓発活動を推進する
- ・警察との連携を強化し、共同で啓発や問題解決を行う
- ・消費生活相談員に有資格者を任用する
- ・各主体が行う消費者教育に該当する事業の情報を収集し、外部に向けて周知する
- ・重点目標 1～4 で挙げた各項目に取り組んでいく

## 2. ライフステージごとの具体的な取組

ライフステージに対応した具体的な取組は以下のとおりです。各期の特徴に配慮した内容とし、様々な場を活用して効果的に取り組めます。また、新たな感染症や突発的な自然災害などに対しても、沼津市消費者教育推進地域協議会の意見を伺いつつ、適宜、見直しを行いながら実施していきます。

#### **【幼児期】**

No.	事業名称
1	乳幼児保護者への啓発
2	消費生活展
3	出前講座
4	各種媒体を活用した、消費生活に関する情報発信
5	出前講座・消費者教育 DVD 貸出の周知
6	人権教育
7	深海魚を活用した地域産業活性化事業
8	おさかな教室
9	各ライフステージにおける栄養教育及び栄養相談
10	公立保育所の栄養士による食育講座
11	公立保育所の栄養士による栄養相談
12	クッキング保育
13	伝統技能体験事業
14	ぬまづエコ-CO2（エココツ）アクション
15	自信がもてる子育て講座

【小学生期】

No.	事業名称
1	消費生活川柳
2	消費生活展
3	親子消費者教室
4	出前講座
5	各種媒体を活用した、消費生活に関する情報発信
6	出前講座・消費者教育 DVD 貸出の周知
7	人権教育
8	職業講話
9	国際交流フェア
10	地震防災強化月間
11	防災とボランティア週間啓発
12	深海魚を活用した地域産業活性化事業
13	魚食普及促進事業
14	おさかな教室
15	各ライフステージにおける栄養教育及び栄養相談
16	食育 DAY キャンプ i n ぬまづ
17	学校給食への茶飯提供と生産者試食の実施
18	お茶講座
19	伝統技能体験事業
20	アースキッズチャレンジの実施
21	ぬまづエコ-CO2（エココツ）アクション
22	地域交流推進・外部人材活用事業
23	自信がもてる子育て講座
24	クラブキッズ（リーダー育成）

### 【中学生期】

No.	事業名称
1	消費生活川柳
2	消費生活展
3	親子消費者教室
4	出前講座
5	各種媒体を活用した、消費生活に関する情報発信
6	出前講座・消費者教育 DVD 貸出の周知
7	人権教育
8	職業講話
9	国際交流フェア
10	深海魚を活用した地域産業活性化事業
11	お茶講座
12	伝統技能体験事業
13	ぬまづエコ-CO2（エココツ）アクション
14	ごみの減量・資源化推進協力事業所「すまいるしょっぷ」認定制度
15	地域交流推進・外部人材活用事業
16	自信がもてる子育て講座

### 【高校生期】

No.	事業名称
1	消費生活川柳
2	消費者月間・消費者被害防止月間におけるキャンペーン
3	消費生活展
4	出前講座
5	各種媒体を活用した、消費生活に関する情報発信
6	出前講座・消費者教育 DVD 貸出の周知
7	人権教育
8	国際交流フェア
9	深海魚を活用した地域産業活性化事業
10	農林まつり
11	ぬまづエコ-CO2（エココツ）アクション
12	ごみ分別説明会
13	ごみの減量・資源化推進協力事業所「すまいるしょっぷ」認定制度
14	家庭基礎授業

【成人期(特に若者)】

No.	事業名称
1	消費生活川柳
2	消費者月間・消費者被害防止月間におけるキャンペーン
3	消費生活展
4	くらしのセミナー
5	出前講座
6	各種媒体を活用した、消費生活に関する情報発信
7	静岡県作成の消費者啓発チラシの組回覧
8	出前講座・消費者教育 DVD 貸出の周知
9	人権教育
10	国際交流フェア
11	外国人住民のための防災講座
12	深海魚を活用した地域産業活性化事業
13	各ライフステージにおける栄養教育及び栄養相談
14	ぬまづエコ-CO2 (エココツ) アクション
15	ごみ分別説明会
16	ごみの減量・資源化推進協力事業所「すまいるしょっぷ」認定制度
17	1年次講義「環境と健康」
18	3年次講義「情報科学」
19	多重債務に関するセミナー
20	消費生活センター啓発リーフレットのラック配架

【成人期(成人一般)】

No.	事業名称
1	乳幼児保護者への啓発
2	消費生活川柳
3	消費者月間・消費者被害防止月間におけるキャンペーン
4	消費生活展
5	くらしのセミナー
6	親子消費者教室
7	出前講座
8	各種媒体を活用した、消費生活に関する情報発信
9	消費生活サポーター養成講座
10	静岡県作成の消費者啓発チラシの組回覧
11	消費生活センター情報提供チラシ「たからっこ通信」の発行
12	出前講座・消費者教育 DVD 貸出の周知
13	人権教育
14	国際交流フェア
15	外国人住民のための防災講座
16	地震防災強化月間
17	防災とボランティア週間啓発
18	深海魚を活用した地域産業活性化事業
19	魚食普及促進事業
20	各ライフステージにおける栄養教育及び栄養相談
21	食育体験ツアー
22	お茶講座
23	農林まつり
24	ぬまづエコ-CO2 (エココツ) アクション
25	ごみ分別説明会
26	ごみの減量・資源化推進協力事業所「すまいるしょっぷ」認定制度
27	自信がもてる子育て講座
28	高齢者被害防止啓発
29	ローリングストックを活用した料理教室
30	消費生活センター啓発リーフレットのラック配架

【成人期(特に高齢者)】

No.	事業名称
1	消費生活川柳
2	消費者月間・消費者被害防止月間におけるキャンペーン
3	消費生活展
4	くらしのセミナー
5	出前講座
6	各種媒体を活用した、消費生活に関する情報発信
7	消費生活サポーター養成講座
8	静岡県作成の消費者啓発チラシの組回覧
9	敬老行事参加者に対する啓発
10	一人暮らし高齢者向け啓発チラシ作成
11	筋力パワーアップ教室での啓発
12	消費生活センター情報提供チラシ「たからっこ通信」の発行
13	出前講座・消費者教育 DVD 貸出の周知
14	人権教育
15	国際交流フェア
16	外国人住民のための防災講座
17	一人暮らし高齢者に対する消費者啓発
18	深海魚を活用した地域産業活性化事業
19	魚食普及促進事業
20	ぬまづエコ-CO2 (エココツ) アクション
21	ごみ分別説明会
22	ごみの減量・資源化推進協力事業所「すまいるしょっぷ」認定制度
23	高齢者被害防止啓発
24	ローリングストックを活用した料理教室
25	消費生活センター情報提供チラシ「たからっこ通信」の窓口配架
26	消費生活センター啓発リーフレットのラック配架



●重点目標対応一覧

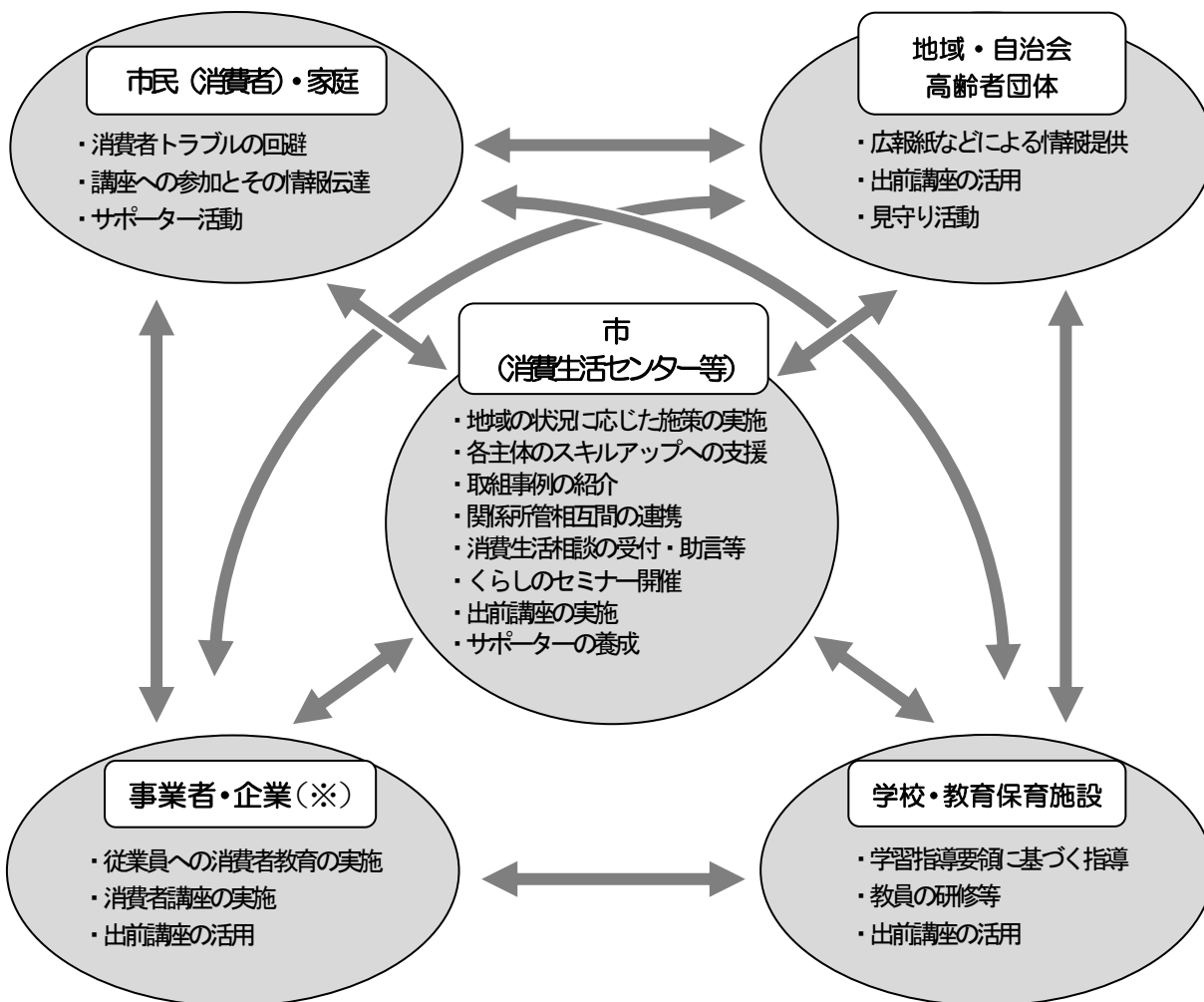
No.	事業名称	重点目標				
		1	2	3	4	5
1	乳幼児保護者への啓発	○			○	○
2	消費生活川柳	○		○	○	○
3	消費者月間・消費者被害防止月間におけるキャンペーン	○	○	○	○	○
4	消費生活展	○	○	○	○	○
5	くらしのセミナー	○	○	○	○	○
6	親子消費者教室	○	○		○	○
7	出前講座	○	○	○	○	○
8	各種媒体を活用した、消費生活に関する情報発信	○	○	○	○	○
9	消費生活サポーター養成講座	○	○	○		○
10	静岡県作成の消費者啓発チラシの組回覧		○	○	○	○
11	敬老行事参加者に対する啓発			○		○
12	一人暮らし高齢者向け啓発チラシ作成			○		○
13	筋力パワーアップ教室での啓発			○		○
14	消費生活センター情報提供チラシ「たからっこ通信」の発行	○		○		○
15	出前講座・消費者教育 DVD 貸出の周知			○	○	○
16	人権教育	○		○	○	
17	職業講話	○	○		○	
18	国際交流フェア	○		○	○	
19	外国人住民のための防災講座		○	○	○	
20	各ライフステージにおける栄養教育及び栄養相談	○			○	
21	1年次講義「環境と健康」				○	
22	3年次講義「情報科学」				○	
23	一人暮らし高齢者に対する消費者啓発	○	○	○		○
24	公立保育所の栄養士による食育講座	○			○	
25	公立保育所の栄養士による栄養相談	○			○	
26	クッキング保育	○			○	
27	伝統技能体験事業	○	○		○	
28	食育 DAY キャンプ in ぬまづ	○			○	
29	学校給食への茶飯提供と生産者試食の実施	○			○	
30	食育体験ツアー	○				
31	お茶講座	○	○		○	
32	農林まつり	○			○	
33	深海魚を活用した地域産業活性化事業	○	○		○	
34	魚食普及促進事業	○		○	○	
35	おさかな教室	○	○		○	
36	アースキッズチャレンジの実施	○			○	
37	ぬまづエコ-CO2（エココツ）アクション	○		○	○	
38	ごみ分別説明会	○		○	○	
39	ごみの減量・資源化推進協力事業所「すまいるしょっぷ」認定制度	○		○	○	
40	地震防災強化月間			○	○	

41	防災とボランティア週間啓発			○	○	
42	家庭基礎授業				○	
43	地域交流推進・外部人材活用事業	○	○		○	
44	自信がもてる子育て講座	○			○	
45	高齢者被害防止啓発	○		○		
46	ローリングストックを活用した料理教室	○		○		
47	クラブキッズ（リーダー育成）	○			○	
48	多重債務に関するセミナー	○	○		○	
49	消費生活センター情報提供チラシ「たからっこ通信」の窓口配架			○		○
50	消費生活センター啓発リーフレットのラック配架			○		○

## 《消費生活センターを拠点化した消費者教育の取組イメージ》

### 各主体に期待される役割と連携

各主体は、それぞれの役割を理解しながら、互いに連携して消費者教育に取り組むことが大切です。



※ 地域包括支援センター、介護施設、社会福祉協議会を含む。

# 消費者教育推進におけるイメージマップ

各期の特徴		幼児期	小学生期	中学生期
		様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心を持ち、それを取り入れる時期	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の形成が望まれる時期	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
重点領域	消費者がもつ影響力の理解	おつかいや買い物に関心を持とう	消費をめぐるものと金銭の流れを考えよう	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう
	持続可能な消費の実践	身の回りのものを大切にしよう	自分の生活と身近な環境とのかかわりに気づき、物の使い方などを工夫しよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう
	消費者の参画・協働	協力することの大切さを知ろう	身近な消費者問題に目を向けよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう
	本物を見極めモノの使い方を理解し、大切に育む	モノを丁寧に扱おう	本物にふれ、モノの価値を理解しよう ものづくりを体験しよう	消費行動がものづくりに与える影響を考えよう
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	くらしの中の危険や、ものの安全な使い方に気付こう	危険を回避し、ものを安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、ものを安全に使う手段を知り、使おう
	トラブル対応能力	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう
生活の管理と契約	選択し、契約することへの理解と考える態度	約束やきまりを守ろう	ものを選び方、買い方を考え適切に購入しよう 約束やきまりの大切さを知り、考えよう	商品を適切に選択するとともに、契約とそのルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう
	生活を設計・管理する能力	欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	ものや金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう お小遣いを考えて使おう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう 買い物や貯金を計画的にしよう
	災害時に適切な消費行動をとれる力	あわてないで行動しよう	普段から、あわてないで行動しよう	普段と違う状況でも、あわてず冷静な行動をしよう
情報とメディア	情報の収集・処理・発信能力	身の回りのさまざまな情報に気付こう	消費に関する情報の集め方や活用の仕方を知ろう	消費生活に関する情報の収集と発信の技能を身に付けよう
	情報社会のルールや情報モラルの理解	自分や家族を大切にしよう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを知ろう	著作権や発信した情報への責任を知ろう
	消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを知ろう

高校生期	成人期		
	特に若者	成人一般	特に高齢者
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	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	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て取り組む時期	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
生産・流通・消費・廃棄が環境、経済や社会に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考える習慣を身に付けよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響に配慮して行動しよう	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響に配慮することの大切さを伝え合おう
持続可能な社会を目指して、ライフスタイルを考えよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを探そう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践しよう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝え合おう
身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に協働して取り組むことの重要性を理解しよう	消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう	地域や職場で協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくろう	支え合いながら協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくろう
自分や社会にとって、よりよいモノとは何か考えよう	よりよいモノを選択する消費行動をとる習慣を付けよう	よりよいモノを選択する消費行動を実践しよう	よりよいモノを選択する消費行動について伝え合おう
安全で危険の少ないくらしと消費社会を目指すことの大切さを理解しよう	安全で危険の少ないくらし方をする習慣を付けよう	安全で危険の少ないくらしと消費社会をつくろう	安全で危険の少ないくらしの大切さを伝え合おう
トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用しやすい社会をつくろう	支え合いながらトラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう
適切な意思決定に基づいて行動しよう 契約とそのルールの活用について理解しよう	契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう	契約とそのルールを理解し、くらしに活かそう	契約トラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝え合おう
主体的に生活設計を立ててみよう 生涯を見通した生活経済の管理や計画を考えよう	生涯を見通した計画的なくらしを目指して生活設計・管理を実践しよう	経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的なくらしをしよう	生活環境の変化に対応し支え合いながら生活を管理しよう
非常時の消費行動を考えてみよう	非常時に落ち着いて消費行動をしよう	日ごろから非常時に備えた消費行動をしよう	冷静な消費行動の大切さを伝えよう
情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう	情報と情報技術を適切に利用する習慣を身に付けよう	情報と情報技術を適切に利用するくらしをしよう	支え合いながら情報と情報技術を適切に利用しよう
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よう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を付けよう	トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくろう	支え合いながら、トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくろう
消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会との関連を調べよう	消費生活行動を主体的に吟味する習慣を付けよう	消費生活情報を主体的に評価して行動しよう	支え合いながら消費生活情報を上手に取り入れよう

## 沼津市消費者教育推進地域協議会設置要綱

平成28年6月7日企画部長決裁

(設置)

第1条 沼津市消費者教育推進計画（平成28年3月策定。次条において「推進計画」という。）の円滑な推進を目的として、消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号）第20条第1項の規定に基づき、沼津市消費者教育推進地域協議会（以下「協議会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 協議会は次に掲げる事項を所掌する。

- (1) 市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、構成員相互の情報交換及び調整を行うこと。
- (2) 推進計画に関する施策又は事業の進捗状況の評価、推進計画の策定及び変更に関して意見を述べること。
- (3) 前号までに掲げるもののほか、消費者教育に関し、市長が必要と認める事項。

(構成)

第3条 協議会は、委員20人以内で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱し、又は任命する。

- (1) 教育関係者
- (2) 消費者
- (3) 消費者団体を代表する者
- (4) 事業者
- (5) 事業者団体を代表する者
- (6) 労働者団体を代表する者
- (7) 地域団体を代表する者
- (8) 市職員
- (9) その他市長が必要と認める者

(任期)

第4条 委員の任期は、3年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期とする。

2 委員は、再任することができる。

(会長及び副会長)

第5条 協議会に会長及び副会長2人を置く。

- 2 会長は、委員の互選により選出し、副会長は会長が指名する。
- 3 会長は、会務を総理し、会議の議長となる。
- 4 副会長は、会長を補佐し、会長に事故あるとき又は欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第6条 協議会の会議は、市長が招集する。

2 協議会の会議は、委員の過半数が出席しなければ開くことができない。

3 市長は、必要があると認めるときは、会議に委員以外の者の出席を求め、意見を聴き、又は説明を求めることができる。

(庶務)

第7条 協議会の庶務は、企画部生活安心課消費生活センターにおいて処理する。

(補則)

第8条 この要綱に定めるもののほか、協議会の運営に関し必要な事項は、市長が協議会に諮ったうえで別に定める。

附 則

(施行期日)

1 この要綱は、決裁の日から施行する。

(任期の特例)

2 この要綱施行後最初に選出される委員の任期は、第4条の規定にかかわらず、平成31年3月31日までとする。

(沼津市消費者教育の在り方検討懇話会設置要綱の廃止)

3 沼津市消費者教育の在り方懇話会設置要綱（平成26年4月16日副市長決裁）は、廃止する。

(施行期日)

4 この要綱は、平成31年4月1日から施行する。

令和2年度（2020年度）沼津市消費者教育推進地域協議会 委員名簿

職名	氏名	性別	所属団体等	区分
会長	イロカワ タクオ 色川 卓男	男	静岡大学教育学部 教授	教育関係者
副会長	カンダ フジヒコ 神田 不二彦	男	静岡県立沼津東高等学校 校長	教育関係者
委員	オオシマ タ エコ 大島 多恵子	女	沼津市子ども会育成連絡協議会 役員	教育関係者
委員	アキヤマ ヒロユキ 秋山 弘之	男	沼津市消費生活サポーター	消費者
委員	フカミ ミヨ 深見 美代子	女	沼津市消費生活サポーター	消費者
副会長	イマイ ショ 今井 佳子	女	沼津市消費者協会 会長	消費者団体
委員	スギヤマ タカアキ 杉山 高明	男	沼津市商店街連盟理事 ((有)ワシントン靴店 代表取締役)	事業者
委員	ウメト アキノリ 梅本 彰規	男	沼津地区労働者福祉協議会 静岡県労働金庫沼津支店 支店長	労働者団体
委員	サカキバラアキオ 榊原 昭雄	男	沼津市自治会連合会 会長	地域団体
委員	キリサワ イサム 桐澤 勇	男	沼津市民生委員児童委員協議会 会長	市長が認める者
委員	ワタナベ ヨウジロウ 渡邊 洋二郎	男	静岡県弁護士会 弁護士	市長が認める者
委員	ツキジ テツヤ 築地 徹弥	男	静岡県司法書士会 司法書士	市長が認める者
委員	イワモト トモアキ 岩本 智明	男	学校教育課 指導係 指導主事	市職員
委員	サカモト タクヤ 坂本 琢哉	男	生涯学習課 市民学習係長	市職員
委員	コバヤシ タカコ 小林 孝子	女	社会福祉課 福祉企画室長	市職員
委員	キタバタケ マサミツ 北畠 正光	男	長寿福祉課 高齢者支援係長	市職員
委員	ナガクラ マサキ 長倉 正樹	男	障害福祉課 支援係長	市職員
委員	マサヤマ ナオキ 増山 直樹	男	地域自治課 地域振興係長	市職員
委員	ワタナベ ケイコ 渡辺 恵子	女	生活安心課 消費生活センター 消費生活相談員	市職員
委員	ゴウ リウコ 後藤 良子	女	生活安心課 消費生活センター 消費生活相談員	市職員