

# 近江八幡市消費者教育推進計画 (第2次)



令和5年3月

近江八幡市



## 今、そして未来の幸せのために

みなさんは、日々何気なく行っている消費行動(買い物)の影響について考えたことがありますか。

近年話題となっている海洋プラスチック問題、気候変動による大規模災害等は、便利さを追求し続けた私たち消費者が過剰な大量生産・大量消費・大量廃棄を行ってきたことが原因の一つで



令和4年度 消費者教育親子体験型プログラム

あると言われています。私たちは知らず知らずに社会や地球に大きな影響を与えているのです。社会情勢の変化に伴うさまざまな問題を“消費者”としての視点で捉え直して考えてみると、日常生活の何気ない行動と問題発生との関係性が見えてきます。まずは、私たちの消費行動が影響を与えていることを“知る”ことが大切です。

そして、消費者被害の問題は、一人一人が被害に遭わないように知識を深め、行動することも大切ですが、前述したように自分の行動が及ぼす影響を考え、被害者を生まない社会を作っていくことも必要です。

**消費者には未来を変える力があります。一人一人の力は小さくても“私は未来を変える消費者である”と意識するだけで地球上の問題は少しずつ改善されることでしょう。**

本計画は、未来を変えようとする消費者によって作られる、誰にでも優しい持続可能な社会を目指し、近江八幡市が消費者教育に取り組むことを市民のみなさまに宣言する内容となっております。

本計画の策定にあたり、様々な機会でご貴重なご意見とご提案をいただきました多くのみなさま、そして各事業で実行委員としてご尽力いただきましたみなさまに心からお礼申し上げます。

令和5年3月

近江八幡市長 小西 理

# 目 次

## 計画策定に当たって

消費者教育とは .....	1
消費者教育が目指す“消費者市民社会” .....	1
消費者教育とSDGs .....	2

## 第1章 計画策定の趣旨

1. 第1次近江八幡市消費者教育推進計画の策定及びその改定 .....	3
2. 計画の位置づけと期間 .....	5

## 第2章 計画の基本的な考え方

1. 基本方針 .....	6
2. 計画の方向性 .....	7
3. 基本施策（3つの柱） .....	7

## 第3章 現状と課題に基づいた推進の方向性

1. 消費者を取り巻く状況 .....	9
(1) 社会の変化 .....	9
(2) 近江八幡市の消費生活相談の現状 .....	10
2. 近江八幡市のこれまでの取組と課題 .....	12
3. 近江八幡市のこれからの重点的取組・検討事項 .....	15

## 第4章 効果的な推進と成果の検証

1. 計画の周知と理解 .....	18
2. 消費者教育推進拠点としての消費生活センターの機能の充実 .....	18
3. 近江八幡市消費者教育推進地域協議会の活用 .....	18

## 参考資料

資料1：事業の紹介 .....	20
資料2：消費者教育の推進に係る法律 .....	23
資料3：消費者教育の推進に関する基本的な方針 概要 .....	29
資料4：消費者教育の体系イメージマップ(vol.1) .....	30
資料5：令和4年度消費者教育推進地域協議会 委員名簿 .....	31

※表紙は、消費者教育親子体験型プログラムにて、市内で化学肥料や農薬を使用せずに野菜を作っている農家の方から話を聞き、畑で体験をしている児童たちの写真です。



## 計画策定に当たって

### 消費者教育とは

消費者教育とは、消費者の自立を支援する消費生活に関する教育及び啓発活動です。それは、「悪質商法などの被害に遭わない、適切な行動がとれる自立した消費者」という消費者保護の視点に加え、「社会の一員として、主体的に市場経済・社会に参画する消費者」となることを目的としています。

### 消費者教育が目指す“消費者市民社会”

消費者教育推進法では、基本理念として、消費者市民社会の形成を明確に位置づけました。では「消費者市民社会」とはどのような社会なのでしょうか。

#### 【消費者市民社会とは】

消費者が自らの消費行動が人や社会、地球規模に影響を及ぼすことを自覚し、情報の収集・検討・発信を主体的に行い、その実現のため自ら判断・行動し、公正で持続可能な社会の形成に進んで参画する社会。

消費者市民社会は、「消費行動をとおして相手を思いやり、誰もが安全に暮らすことができる社会に変えていこう」とする市民がつくる社会であり、さらに、消費者市民社会であれば偽装表示等の悪質商法を行う加害者が限りなく少なくなる社会をつくることにもつながります。

#### 【消費者市民社会の構築を目指す行動の例】

##### 持続可能な社会を目指す行動：エシカル消費



買いすぎたり  
食べ残したりしない



人・社会・環境に配慮した  
商品を選ぶ



リサイクル等を意識して、  
資源を大切に



企業に声を届ける



##### 被害のない地域社会を目指す行動



消費者トラブルを  
相談窓口に伝える



地域の高齢者等の  
見守り活動に参加する



商品のラベル・説明書を  
よく読んで使用する



消費者市民社会の  
実現へ

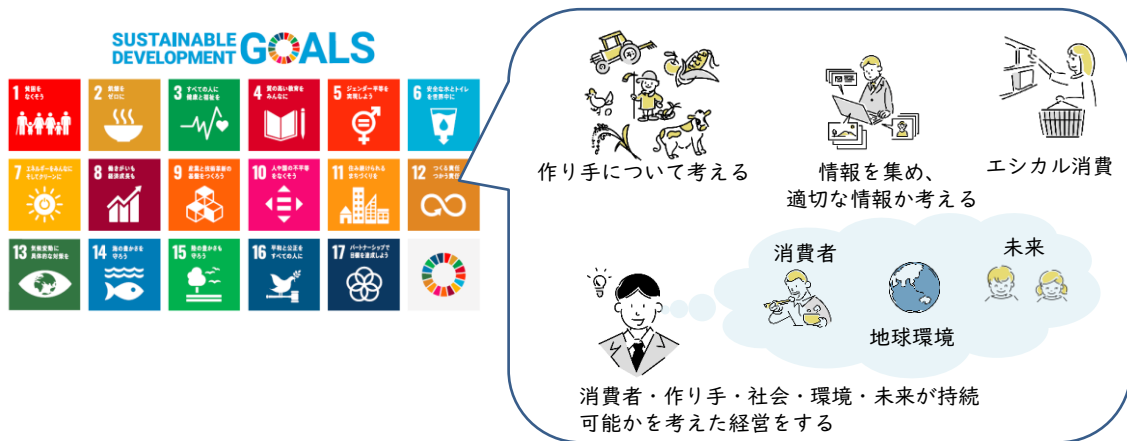
※消費者ホットライン(全国共通の電話番号)

## 消費者教育とSDGs

SDGsとは、平成27年9月に国連サミットにおいて全会一致で採択された国際目標であり、貧困や教育、環境など17のゴールと169のターゲットで構成されています。「誰一人取り残さない」を基本理念とし、貧困の問題など、途上国を中心とした社会課題の解決だけでなく、気候変動など先進国・途上国共通の社会課題の解決を含め、令和12年(2030年)までに達成すべき目標が設定されています。

17のゴールはそれぞれが密接に関係しており、消費行動に関連するゴールも多く含まれています。中でも、ゴール12【つくる責任 つかう責任】では、限りある資源や地球環境に配慮した、持続可能な生産消費形態やライフサイクルの促進を消費者と事業者に求めています。

SDGsが目指す社会は、消費者市民社会と同じです。消費者教育を受け、私たち一人一人が自立した消費者になることによりSDGsの達成にも近づくのです。



また、滋賀県では令和3年7月1日にマザーレイクゴールズ(MLGs)が策定されました。MLGsは、琵琶湖を切り口とした令和12年(2030年)の持続可能社会の実現を目指す目標であり、琵琶湖版のSDGsです。MLGsのゴール9「生業・産業に地域の資源を活かそう」では、地域の自然の恵みを活かした商品や製品、サービスが積極的に選ばれ、地域内における経済循環が活性化し、ひいては環境が持続的に守られる状態を目指しています。買い物をするときの私たちの選択が、地元の生産者を応援し、地産地消の促進となり、環境保全にも繋がります。

本市でも、令和4年5月26日にMLGsへの賛同を宣言し、事業者や団体、県など多様な主体と連携し持続可能なまちづくりを進めることを表明しました。



## 第1章 計画策定の趣旨

---

### 1. 第1次近江八幡市消費者教育推進計画及びその改定

#### ○国の動き

平成24年に消費者教育の推進に関する法律（以下「消費者教育推進法」という。）が施行されました。同法では消費者教育の推進に関する総合的な施策の策定・実施を責務とし、地方公共団体には国の施策を踏まえて消費者教育推進計画を策定することを努力義務と定めています。

法施行を受け、国では平成25年6月に「消費者教育に関する基本方針」が平成29年度までの5年間を対象として定められ、平成30年度には、消費生活を取り巻く環境の変化や、消費者教育の推進に関する施策の実施状況を踏まえ、令和4年度までの5年間を対象として変更されました。

この基本方針は、国や地方公共団体の施策の指針となるだけでなく、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教職員、消費生活相談員、地域福祉関係者その他の幅広い消費者教育の担い手の指針にもなります。

#### ○県の動き

滋賀県においても、令和3年度に滋賀県の消費者教育推進計画としても位置づけられている「滋賀県消費者基本計画（第4次）」が策定されました。基本方針の一つである『自ら考え行動する』消費者になるための支援』の中の重点施策5に消費者教育・学習の推進が掲げられています。

#### ○市の動き

本市でも、国や県の動向を踏まえ、平成31年(令和元年)度に「今、そして未来の幸せのために 消費行動<買い物>で未来を変える！」をスローガンに、3か年を計画期間とした「近江八幡市消費者教育推進計画」（以下「第1次計画」という。）を策定し、私たち一人一人が消費者であり、消費者の適切な行動により、世界や将来世代にわたる公正で持続可能な社会を目指すために消費者教育を推進してきました。

また、近年、地球温暖化の影響とみられる異常気象が世界各地で発生しており、地球が危機的な状況であることから、市民、事業者、行政が一体となって環境に対する意識を高め、一人一人が積極的かつ継続的に行動することを目標として、令和3年7月1日に、「近江八幡市気候非常事態宣言」を表明し、令和32年(2050年)までに二酸化炭素の排出を実質ゼロにすることを目指しています。

このような様々な動きがある中で、第 1 次計画の最終年度が令和 4 年度であることから、消費者市民社会の実現に向けて引き続き消費者教育を推進するため、基本理念、基本施策を踏襲しつつ、社会情勢や消費者を取り巻く環境の変化を踏まえた改定を行うこととしました。消費者問題は、日々、複雑多様化していることから、より一層効果的・体系的な消費者教育を推進します。

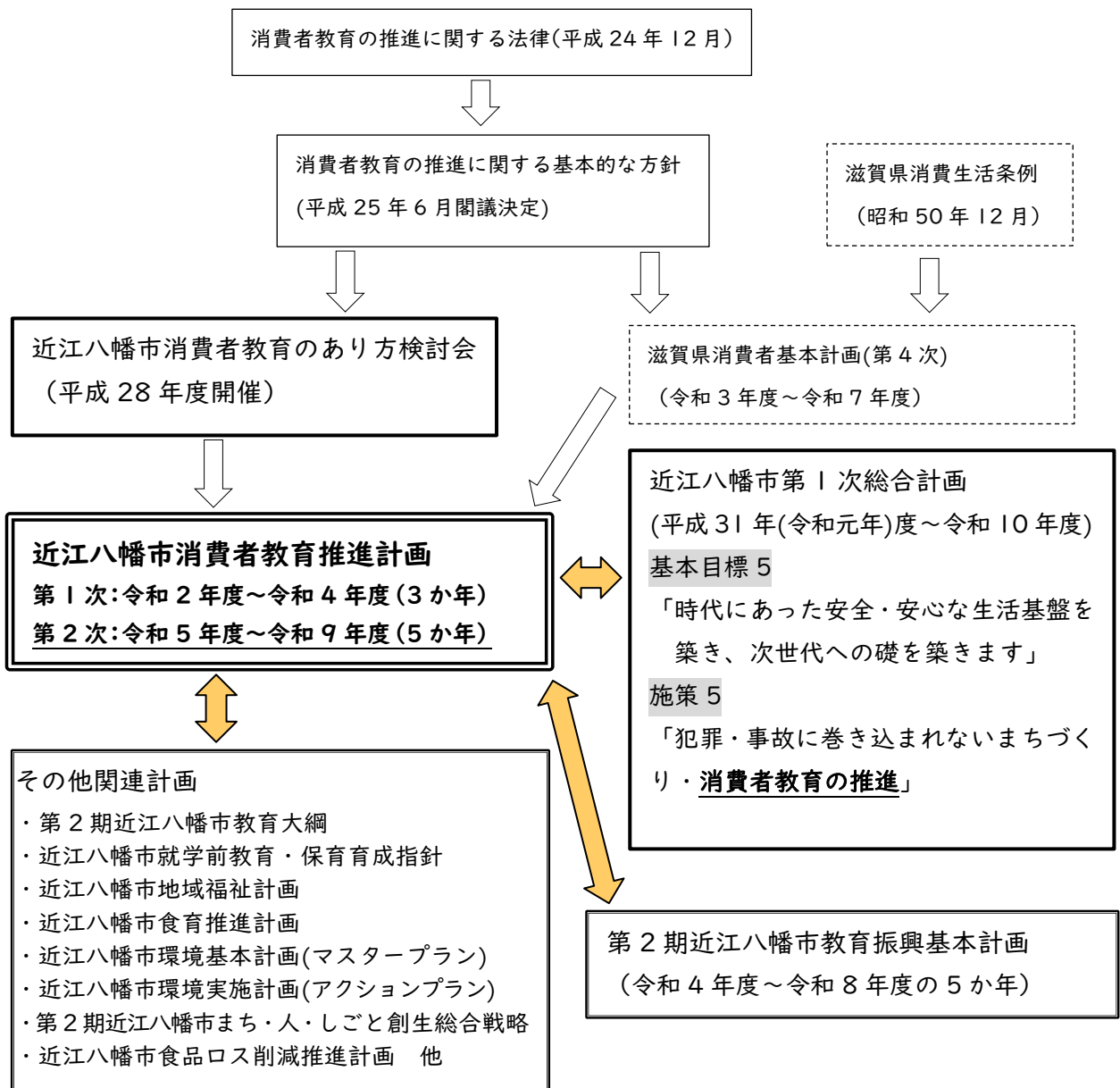


## 2. 計画の位置づけと期間

本計画は、消費者教育推進法第10条第1項に基づき、国の基本方針及び「滋賀県消費者基本計画(第4次)」を踏まえ、本市における消費者教育の推進に関する計画を策定しています。

また、本計画の期間は令和9年度までの5か年に設定し、国の動向や県の取組の実施状況を踏まえ、必要に応じて計画の修正・見直しを行うものとしします。

図：計画の位置づけ



## 第2章 計画の基本的な考え方

---

《近江八幡市消費者教育推進スローガン》

今、そして未来の幸せのために  
消費行動＜買い物＞で未来を変える！

### 1.基本方針

「私たちは消費者である」ことに気付き、その役割に誇りを持ち、明るい未来を描き、行動する消費者市民を育成します。

この基本方針を基に、本計画では、期待する消費者像・事業者像を以下のとおり定めます。

#### ○消費者を取りまく環境と消費者に求められる視点

現在は、インターネットの利用拡大、民法の改正による成年年齢の引下げ、グローバル化、気候変動など地球環境の危機的状況、個人間、国家間などの格差の拡大など、変化が激しい予測不可能な社会であり、このような社会を生き抜くためには「生きる力」を身に付けることが必要です。

#### 生きる力を身に付けるためには

「自立した消費者」

I.被害に遭わない消費者

II.合理的意思決定のできる消費者

III.社会の一員として、よりよい市場経済とよりよい社会の発展のために積極的に  
関与する消費者（消費者市民社会の形成に参画）

としての視点で世の中を見ていくことが不可欠です。

## ○事業者に求められる視点

事業者等の組織が社会の一員として、自らの活動によってもたらされる影響を十分考慮し、消費者の権利を尊重し、消費者のニーズや期待に応えることにより組織の社会的責任を果たす「消費者志向経営（サステナブル経営）」の視点が必要です。

これは、「売り手よし」「買い手よし」「世間よし」で知られる近江商人の心得「三方よし」と同じ考えです。「商売において売り手と買い手が満足するのは当然のこと、社会に貢献できてこそよい商売といえる」という、事業者（売り手）と消費者（買い手）だけではなく、作り手や社会、環境、将来（世間）について考え、持続可能な社会を築いていくことが必要であり、そのような事業者が消費者にも求められます。

## 2.計画の方向性

本計画は、本市の状況と「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を踏まえ、本市における消費者教育に関する取組を体系的に整理するものです。

「学校」「職域」「家庭・地域」における消費者教育を推進するために、関係機関と連携して取り組む重点的取組・検討事項を計画として位置づけます。

計画の遂行により、市民一人一人の消費者としての自覚を促し、自立した消費者の育成につなげます。

## 3.基本施策（3つの柱）

### ■全ての市民に対し「消費者市民社会」概念の周知【自立した消費者Ⅲ】

誰もが経験する日常的な買い物の中で、価格やブランド、パッケージという視点だけでなく、「人権が侵された（児童労働等）結果、出来た製品ではないのか」「生産する者の犠牲の基につくられた製品ではないか」「環境負荷をかけていないか」「地域経済の衰退を招いてはいないか」等の選択の視点を広げていくことが必要です。

なぜなら「買い物は投票」であり、私たちが何を選ぶかによって国内外関係なく社会は変わるからです。

そのような自覚を持ち、考えて行動する市民が「消費者市民」であり、誰もが「消費者市民」にならないと公正で持続可能な社会「消費者市民社会」をつくることはできません。一人一人が消費者市民社会をつくるということを自覚することが必要です。

## ■ライフステージに応じた様々な場（学校、地域、家庭、職域）を活用した消費者教育の推進【自立した消費者Ⅰ・Ⅱ・Ⅲ】

これまでの消費者教育は、一般的には「消費者被害の防止」、学校教育においては「お金の使いかた」と捉えられる傾向がありました。しかし、消費者庁が平成 25 年に作成した「消費者教育の体系イメージマップ」（以下「イメージマップ」という。参考資料 P30 参照）からもわかるように、消費者教育とは大変広い領域にわたっており、さらに、幼児期から高齢期までに及ぶものです。

一方で、イメージマップの重点領域である【消費者市民社会の構築】【商品等の安全】【生活の管理と契約】【情報とメディア】に関する取組は学校を始め、すでに多くの主体により実施されています。

あらゆる主体がそのことを自覚し、それぞれの取組を実施することにより、消費者としての気づき、適切な行動に結び付くのです。

## ■消費者の特性に配慮した消費者教育の推進【自立した消費者Ⅰ】

高齢に伴う不安や認知能力の低下、障がいの有無、子ども・若者、消費生活に関する知識の量が少ない等の特性のある消費者は、消費行動に対してぜい弱な状態にあり、そのため消費者問題がより深刻化することがあります。

このことから画一的な方法で消費者教育を進めていくのではなく、関係機関と連携し、対象に応じた方法や内容の工夫が必要です。

### 第3章 現状と課題に基づいた推進の方向性

---

#### 1.消費者を取り巻く状況

##### (1) 社会の変化

###### ○消費者の安全確保

近年、情報化、デジタル化、グローバル化の進展が目覚ましく、社会情勢が大きく変化しています。特に、スマートフォンの急速な普及により、商品やサービスの形態や販売方法が複雑かつ多様化し、消費者がその取引に必要な知識を十分に持つことや、契約条件を十分理解することが困難になるなど消費者と事業者の間にある情報量・交渉力の格差が拡大し、消費者被害に陥るリスクが高まっています。

特に、高齢者や障がい者が複雑な内容を十分に理解できないまま契約したり、巧みな言葉につられ次々と必要以上に契約を繰り返したりしてしまうという被害が発生しています。若年層では、成年年齢を18歳に引下げる改正民法が令和4年4月から施行され、新たに成年となる18歳、19歳は、未成年者取消権が行使できなくなり、消費者被害が増加することが懸念されています。

###### ○消費者に求められる意識・行動の変化

令和2年にコンビニエンスストアやスーパーマーケットのプラスチック製買い物袋が有料になり、令和4年にはプラスチック製のストローやスプーン等を紙製・木製のもので代替する事業者が増えました。これは海洋プラスチックゴミ問題や気候変動問題等の対策ために行われたものです。プラスチックゴミの問題を始め、食料生産のための森林破壊や健康被害・人権問題、気候変動による大規模火災など様々な地球規模の問題が発生しており、地球は危機的な状況にあると言っても過言ではありません。これは、便利さを追求し続けた私たち消費者が過剰な大量生産・大量消費・大量廃棄を行ったことが原因の一つであると言われています。私たちは知らず知らずのうちに社会や世界に大きな影響を与えているのです。

社会の変化が目まぐるしい中、消費者である私たちが消費行動を見直し、目先のことだけでなく、社会や将来のことも見据えて、正しい情報を集め適切な判断ができる人が増えたら、商品やサービスを供給する企業・事業者などの意識を変えることも可能になり、これらの問題も解決に向かうことでしょう。

そして、適切な判断ができることで、消費者被害等が限りなく少なくなることも期待されるでしょう。



## (2) 近江八幡市の消費生活相談の現状

### ○相談受付件数の推移

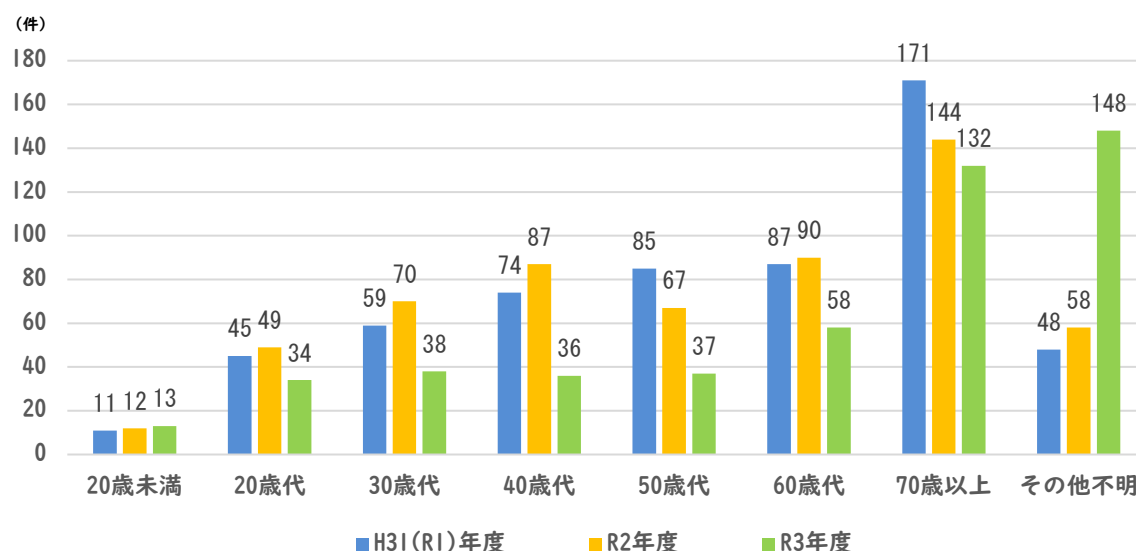
年度	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	H31 (R1)	R2	R3
相談受付 件数(件)	643	785	760	550	527	621	669	580	577	496

本市では、平成 21 年度に「消費生活相談窓口」から「消費生活相談センター」と機能を変え、平成 27 年度には「消費生活センター条例」を定め、消費生活相談員との面談や電話等で相談を受けてきました。

平成 29 年度、平成 30 年度にかけての相談件数の増加は、「未納料金の訴訟最終告知」等と書かれた身に覚えのないハガキが届いたという相談によるものと考えられます。当時、全国的にこのような架空の請求をうたったハガキを送り付ける手法が横行していました。

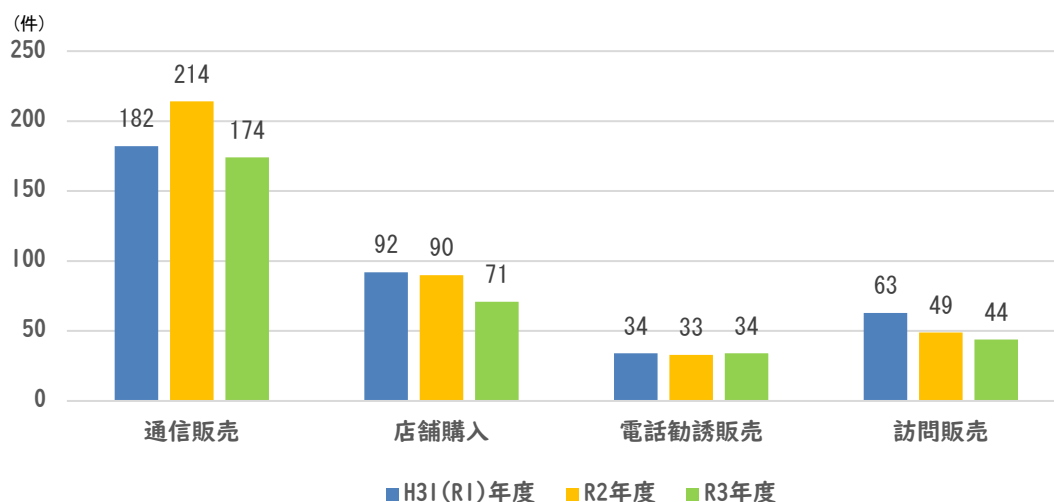
毎年度の相談件数はおおむね 600～700 件で推移していましたが、最近 3 か年は減少傾向にあります。これは、自治会や老人クラブに出向き啓発を行う出前講座がコロナ禍により実施できず、周知ができなかったことが原因の一つと考えられます。

### ○年代別相談件数

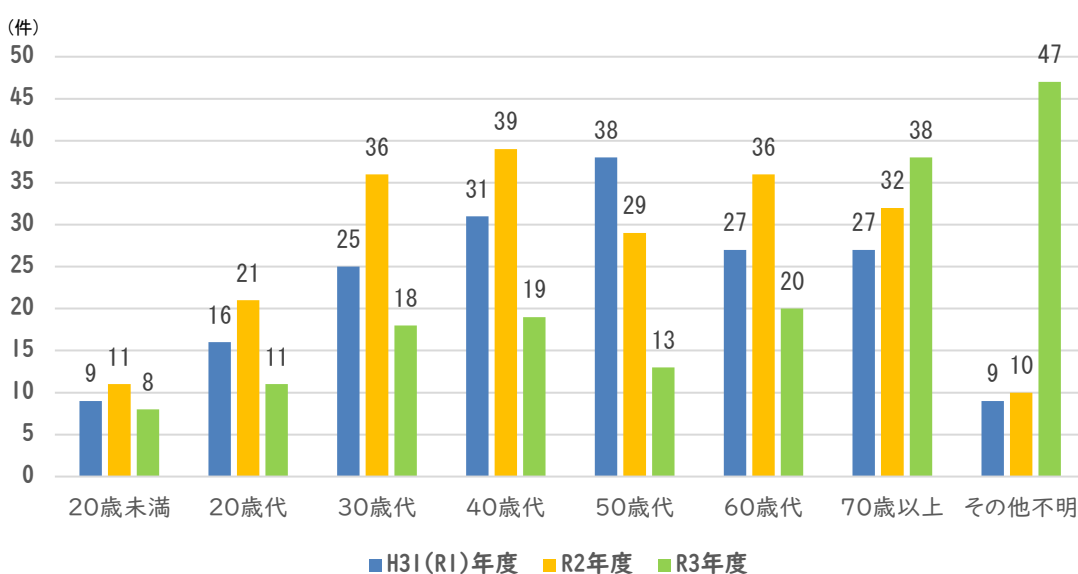


最近 3 か年の年代別の相談件数をみると、全ての年度で 70 歳以上の相談が突出して多い傾向にあります。また、令和 3 年度のその他不明が特に突出している原因として、宅配業者を名乗る SMS が送付されたというフィッシングメール等に関する年代不明の相談が多かったためと考えられます。

### ○販売購入形態別の相談件数



### ○通信販売における年代別相談件数



最近3か年度の販売購入形態別の相談件数をみると、インターネット通販を含む「通信販売」が他の相談よりも突出して多くなっています。通信販売における年代別相談件数をみると、インターネット通販を含む「通信販売」に関連したトラブルは年代問わず多く発生しています。スマートフォンの保有率が約90%であること、コロナ禍の影響により通信販売を利用する機会が増加したことから、今後ますますインターネットに関連した消費者トラブルの増加が考えられます。

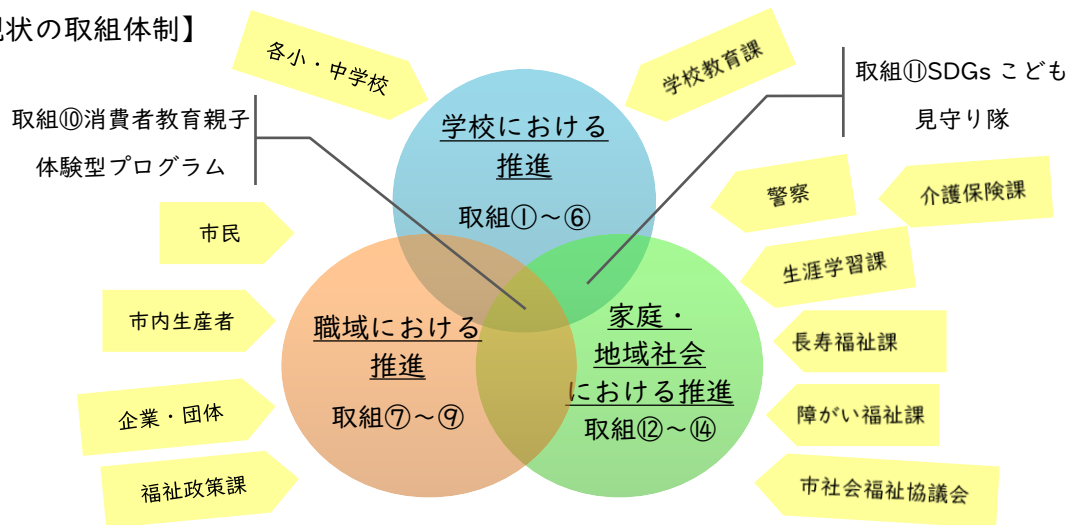
※相談件数：PIO-NET(全国消費生活情報ネットワークシステム)より

## 2. 近江八幡市のこれまでの取組と課題

第1次計画で定めた重点的な具体的取組・検討事項の状況と課題を以下の表にまとめています。

コロナ禍の影響で実施できない事業もありましたが、計画に基づいて一歩ずつ事業を進めてきました。また、消費者教育の対象は幼児期から高齢期まで、そして領域も大変広いため、各事業を推進するうえで、消費生活センターを中心としつつ、学校や事業所、地域との協働による事業の実施が必要不可欠である等課題も明らかになってきました。

【現状の取組体制】



取組	取組内容	平成31年(令和元年)度からの状況	課題
<b>「学校」における消費者教育の推進</b>			
①	消費者教育推進ワークショップの開催	・平成31(令和元)～3年度に実施 ・令和4年度は武佐小学校を2年間のモデル校としてワークショップを実施	・教職員の働き方改革を考慮して、負担にならないような取組が必要
②	学校教育における消費者教育の推進	・取組①のワークショップの成果物としてリーフレットを作成し、市内全教職員に配布	・より多くの教職員の消費者教育への理解を深める。 ・今後も引き続き円滑に情報共有や相談、消費者教育の推進ができるような体制の維持
③	消費者教育推進のための研修会の実施	・コロナ禍により未実施	・市教育振興基本計画について、より大項目の施策の位置づけとする。
④	市教育委員会学校教育課との情報共有	・適宜実施	
⑤	市教育委員会生涯学習課との情報共有と事業連携	・適宜実施	
⑥	市教育委員会策定の各種計画への位置づけの検討	・第2期近江八幡市教育振興基本計画(令和3年度策定)の取組として位置づけ	

「職域」における消費者教育の推進			
⑦	職域における消費者教育の実施について検討	・コロナ禍により未実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業所に対する消費者志向経営の概念の普及及びメリットの周知</li> <li>・本市の事業に携わる生産者・事業者に対し、メリットを示す。(市 HP 等で取組と併せて事業所を紹介する等)</li> <li>・情報提供の場の不足</li> </ul>
⑧	事業者に対する消費者教育の実施について検討	・消費者教育親子体験型プログラムへの協力生産者・事業者を増やすことで事業者の消費者教育の推進としている。	
⑨	事業所に対する情報提供	・コロナ禍により未実施	
「家庭・地域社会」における消費者教育の推進			
⑩	消費者教育親子体験型プログラムの実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>・参加者数 令和2年度:17組25名、令和3年度:14組21名、令和4年度:13組33名</li> <li>(事業の詳細は参考資料 P20 参照)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・親子体験プログラムでの協力事業者の拡大、及び事業実施報告等の効率的な周知</li> <li>・事業の効率化</li> <li>・出前講座以外の啓発機会の不足</li> <li>・若年層への効率的な啓発</li> <li>・関係機関等との事業連携</li> <li>・市役所内研修を受講後、業務に活かしているか、意識が継続しているかが見えない。</li> <li>・市役所内関係課と情報共有をすれば、連携できる部分が出てくるが、市役所内の横の連携が少なく、情報共有をする場がない。</li> <li>・県や他市町との意見交換の場がない。</li> </ul>
⑪	SDGs こども見守り隊の取組実施	・令和4年度に老蘇小学校6年生及び金田小学校4年生にて実施	
⑫	消費者教育出前講座の実施	・コロナ禍により件数は大幅に減少したが、令和3年度1件、令和4年度4件実施	
⑬	消費生活情報の発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市広報紙に「くらしの豆知識」として情報を掲載</li> <li>・ZTVの行政番組にて、年2~3回情報を提供。</li> </ul>	
⑭	見守り会議の開催と活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>・見守りや啓発機会に関する情報共有</li> <li>・被害者リストの導入及び活用の検討</li> </ul>	
⑮	庁内研修会の実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>・令和3年度に次長・課長級職員に対し実施</li> <li>・令和4年度に主任主事を対象に実施</li> </ul>	
⑯	庁内間での情報共有と事業連携	令和3年度に実施した「消費者教育推進計画策定に係る意見交換会」を始め、あらゆる機会での情報共有し、事業連携をしている。	

		<p><b>【事業連携例】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・令和 3・4 年度に 5 月の消費者月間に合わせて市立図書館ロビーにて展示。関連図書を併せて展示、貸出</li> <li>・令和 4 年度に市生涯学習課主催の市民大学講座にて消費者被害の事例と対策を紹介</li> <li>・令和 4 年度に市社会福祉協議会がモデル校として行っている「地域共生型福祉推進事業」の一環として老蘇小学校、金田小学校にて SDGs こども見守り隊を実施</li> </ul>	
⑰	消費者教育庁内連携会議の設置	・実施に至らなかった。	
⑱	滋賀県との意見交換	・コロナ禍により未実施	



### 3. 近江八幡市のこれからの重点的取組・検討事項

「2. 近江八幡市のこれまでの取組と課題」から、令和5年度より次期計画改訂までの5か年は、第1次計画と同様に「学校」「職域」「家庭・地域社会」に分け、関係機関と連携して各種事業を実施、検討します。

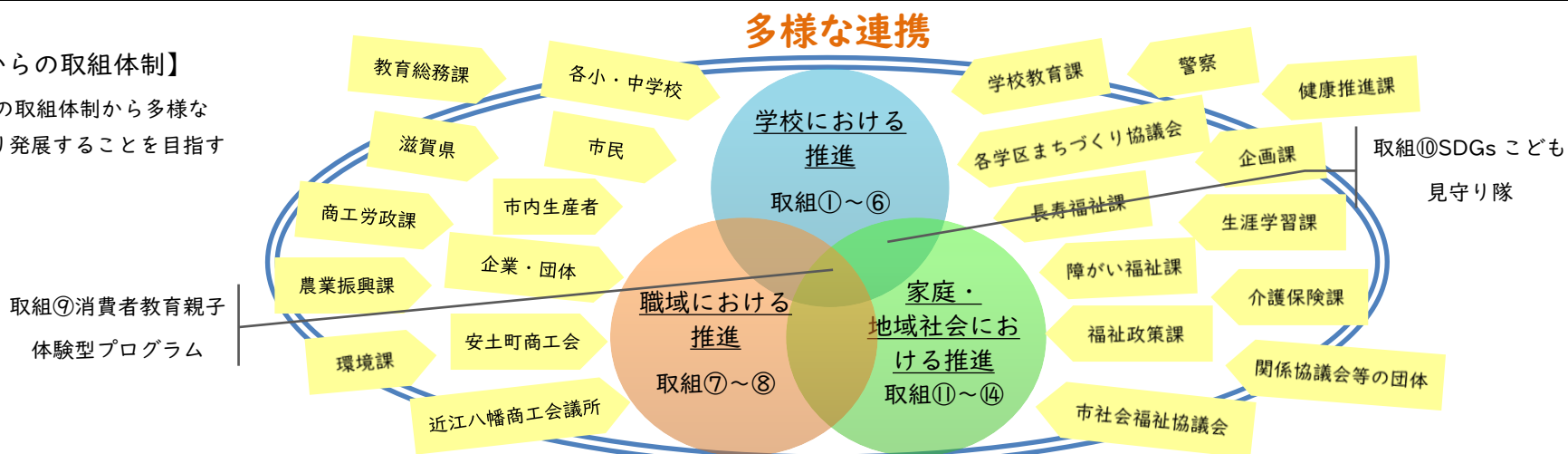
取組	取組内容		詳細	関連部署・機関
<p>「学校」における消費者教育の推進・・・学齢期における消費者教育は、子どもの権利でもあり、イメージマップからもわかるように自立した消費者の育成に非常に重要な期間です。そこで、小・中学校におけるこれまでの各教科の実践を「消費者教育」の視点で改めて見直し充実した学習が図れるよう、また、幼・保・こども園、小学校、中学校の接続が意識できるよう連携及び支援をします。</p>				
①	消費者教育推進ワークショップの開催	継続	教育委員会との連携により実施している教職員を対象としたワークショップを実施し、消費者教育の授業実践に繋がります。	学校教育課、各小中学校
②	学校教育における消費者教育の推進	継続	消費者教育推進ワークショップに参加した教職員が中心となって、学校全体で消費者教育を推進します。	学校教育課、各小中学校
③	消費者教育推進のための研修会の実施	継続	小・中学校の教職員が参加できる研修会を年1回程度実施します。	学校教育課、各小中学校
④	滋賀県教育委員会への働きかけ	新規	滋賀県小中学校教育研究会内に消費者教育部会を設置するよう要望を出す等の働きかけを行います。	市教育委員会、滋賀県教育委員会
⑤	市学校教育課及び生涯学習課との情報共有と事業連携	拡充	学校教育課及び生涯学習課の実施事業について情報共有をします。また、消費者教育は生涯学習であるため、事業連携を検討します。	学校教育課、生涯学習課
⑥	市教育委員会策定の各種計画への位置づけの検討	継続	教育委員会が策定する各種計画と消費者教育推進計画の関係性等について引き続き検討します。	教育総務課

<p><b>「職域」における消費者教育の推進</b>・・・自立した消費者の育成には、消費者の願いをくむ事業者が必要であり、ESG投資※の観点からも同様の事業者が求められることを周知します。また、事業所で働く人自身も消費者であるため、職域における消費者教育について検討します。</p> <p>※ ESG投資：環境(Environment)・社会(Social)・企業統治(Governance)に配慮した経営を行っている企業に投資を行うこと。</p>				
⑦	事業所に対する消費者教育	継続	消費者教育親子体験型プログラムを通じて、消費者教育に携わる事業者や生産者を広げていきます。	商工労政課、近江八幡商工会議所、安土町商工会、企画課、環境課
⑧	事業所に対する情報提供	継続	消費者教育に関する情報を近江八幡商工会議所や安土町商工会を通じて事業者に対して定期的に発信していきます。	企画課、環境課
<p><b>「家庭・地域社会」における消費者教育の推進</b>・・・学校等の教育機関だけではなく、多くの主体により幼児期から高齢期に対して消費者教育は実施されるべきものであることから、地域と消費生活センターとの連携によるプログラムを実施します。また、ぜい弱な消費者に対する理解を深め、被害に遭わない消費者を育成するために、各主体の連携による消費者教育や見守り活動を実施します。</p>				
⑨	消費者教育親子体験型プログラムの実施	継続	小学生とその保護者を対象に、家族で消費者市民社会の概念を体験し、消費行動を見直すきっかけとなる、楽しく学べるプログラムを実施します。市民等から構成される実行委員会で企画・運営をします。	市民、企画課、商工労政課、生涯学習課、学校教育課
⑩	SDGs こども見守り隊の取組実施	継続	こどもを消費者被害等の見守りの主体とする「SDGs こども見守り隊」の取組を、各学区のプロジェクトメンバーにより実施します。プロジェクトメンバーは各学区の見守り活動の状況等に合わせて募り、市内小学校に拡大していきます。	市社会福祉協議会、警察、学校運営協議会、民生委員・児童委員
⑪	消費者教育出前講座の実施	継続	自治会、老人会、ふれあいサロン、学童保育、子ども会等を対象に、消費者教育出前講座の登録講師である消費生活サポーターとの連携により消費者教育出前講座を実施します。	生涯学習課、各学区まちづくり協議会
⑫	消費生活情報の発信	継続	消費者被害や消費生活に関する情報等は、消費生活相談中の情報提供に加え、学校や市の広報紙、HP、タウンメール、LINE、Facebook等を活用して各家庭に発信します。	各学区まちづくり協議会、警察
⑬	見守り会議の開催と活用	継続	近江八幡市消費者見守り会議（消費者安全確保地域協議会）において、最新の情報を共有し、構成委員の所属との連携により、被害防止と一刻も早い被害回復を目指します。	福祉政策課、長寿福祉課、介護保険課、障がい福祉

				課、警察、市社会福祉協議会
⑭	市役所内（市職員）研修会の実施	継続	市職員に対して消費者教育に関する研修会を実施します。イメージマップに各関係課等が実施している事業を当てはめ、職員に各課の事業を通じて消費者教育を実施しているという意識づけを行います。	行政職員
<b>推進体制の構築</b> ・・・「学校」「職域」「地域・社会」の各領域にて、様々な特性に配慮した消費者教育を推進していくためには、市役所内だけでなく市役所外も含めた様々な機関との連携が必要であり、体制強化のための検討を行います。				
⑮	市役所内外での情報共有と事業連携	追加	取組⑭と併せて関係機関との情報共有と事業連携を図ります。	市役所内外関係機関
⑯	市役所内での連携体制の検討	継続	取組⑭⑮を通して、市役所内での連携体制を検討します。	市役所内関係課、関係協議会等の団体
⑰	滋賀県との意見交換	継続	滋賀県消費生活センター・滋賀県県民活動生活課の担当者との意見交換会をし、情報共有と事業連携について話し合います。	滋賀県消費生活センター・滋賀県県民活動生活課

【これからの取組体制】

PI2 現状の取組体制から多様な連携により発展することを目指す



## 第4章 効果的な推進と成果の検証

---

### 1. 計画の周知と理解

#### ○市民・事業所への周知と理解

市ホームページや市広報紙、タウンメール、市公式 Facebook や LINE 等の SNS も活用し広く周知します。

#### ○行政組織・学校への周知と理解

本計画の内容は、消費生活センターが実施主体となる事業が中心であり、市関係各課や学校の事業を具体的事業として位置づけることはしませんが、市役所内や教育機関への周知を図り、今後の連携協力を求めます。

### 2. 消費者教育推進拠点としての消費生活センターの機能の充実

これまで消費生活センターは「地域の住民に消費者教育を提供する場、消費者教育の担い手を育成する場」として、そして学校における消費者教育推進に関しても積極的に働きかけてきました。加えて、多様な主体が連携・協働した体制づくりが進むようコーディネーターの役割も果たしてきました。

今後は、これらを体系的に取り組むために消費生活センターを消費者教育推進拠点と定め、消費者行政担当職員、消費生活相談員により機能の充実を図ります。また、更に機能を充実させるため、「消費者教育コーディネーター」の設置も検討します。

### 3. 近江八幡市消費者教育推進地域協議会の活用

#### ○近江八幡市消費者教育推進地域協議会

消費者教育推進法第20条第1項の規定に基づく組織で以下を所掌しています。

- (1)近江八幡市消費者教育推進計画（消費者教育推進法第10条第2項の市町村消費者教育推進計画をいう。）の策定又は変更に関して意見を述べること。
- (2)近江八幡市消費者教育推進計画(第2次)の推進及び評価に関すること。
- (3)消費者教育を推進するために必要な情報の交換及び調整に関すること。

○連絡調整、実施検証

近江八幡市消費生活センターは、本計画による取組状況を本協議会に報告し、効果的な事業実施に向けた意見交換と情報共有、関係機関の連絡調整を図り、本計画を着実に推進します。

○目標の設定と成果の検証

17の重点的な取組について、目標設定が可能なものは、消費者教育推進地域協議会においてその目標を設定し、毎年度の取組の成果とその確認を行います。また、目標の達成状況や取組全体の実施状況について協議会で出された意見を踏まえ柔軟に事業を実施していくことにより、その時代に合った消費者教育を推進していきます。



## 《参考資料》

### 資料 1：事業の紹介

#### ☆消費者教育親子体験型プログラム（平成 29 年度より実施）

市民、保護者等からなる実行委員会で企画・運営をします。小学生親子を対象とした体験プログラムで、こどもたちが SDGs こども特派員になって生産者や事業者取材し、生産者や事業者から直接話を聞き、体験をすることで、生産者の思いや買い物の背景にある課題に気づき、日々の消費行動の見直しを促すプログラムです。参加したこどもたちは、市長から「SDGs こども特派員任命書」を授与され、プログラムに参加できなかった家族、友だち、先生等に知ったことや体験したことを伝えています。

#### <取材先>

##### 令和 2 年度

##### ○びわこコース

奥村佃煮(多賀町)、スミ利文具店(仲屋町上)

お弁当：食堂ヤポネシア(仲屋町中)

##### ○たべものコース

タマゴランドミサキ(野村町)、近江園田ふぁーむ(野村町)

お弁当：発酵キッチン和ちゃ(宮内町)

##### ○すまいコース

碧いびわ湖、松井建築(ともに安土町下豊浦)、ショップマドレ(安土町上豊浦)

お弁当：木下実験室(土田町)



令和3年度

○たべものコース

安土養蜂園(安土町常楽寺)、小林ファーム(大中町)

お弁当：食堂ヤポネシア(仲屋町中)

○びわこコース

碧いびわ湖(安土町下豊浦)、汀の精(沖島町)

お弁当：汀の精(沖島町)

○よしコース

葦留、西の湖すてーしょん和船部(ともに安土町下豊浦)

お弁当：発酵キッチン和ちゃ(宮内町)



令和4年度

だもん亭(新町)、近江園田ふぁーむ(野村町)

お弁当：食堂ヤポネシア(仲屋町中)





## ☆これも消費者教育！ワークショップの開催（平成30年度より実施）

小中学校の教員向けのワークショップを行っています。日々の授業に「消費者教育の視点」を入れて授業を行うことで、こどもたちの学びが深まり、教科間連携にも繋がります。令和2年度はコロナ禍により対面でのワークショップは実施できませんでしたが、オンライン会議システムを用いてそれぞれの実践を共有しました。令和3年度は中学校の家庭科と社会科のどの分野で連携ができるかを検討し、教科間連携を意識した授業実践を行いました。令和4年度は武佐小学校を2年間の消費者教育推進モデル校とし、消費者教育の研修及び研究授業を行いました。令和2・3年度はワークショップの成果をリーフレットにまとめ、市内の全ての先生に配布しました。



<令和2年度版リーフレット>



<令和3年度版リーフレット>



## ☆SDGs こども見守り隊（平成29年度より実施）

この事業は、こどもたちを消費者被害等の見守り活動の担い手として任命する取組です。消費者被害に関する寸劇や、見守りポイントの解説は地域で見守り活動等を行っている市民が行います。寸劇を見て、見守りポイントを学習したこどもたちは、地域の高齢者向けに見守りカードを作成します。そのカードは地域の民生委員・児童委員等により一人暮らしの高齢者等に配布されます。

コロナ禍により、令和2・3年度は実施できませんでしたが、令和4年度は、市社会福祉協議会がモデル校として行っている「地域共生型福祉推進事業」の一環で老蘇小学校、金田小学校で実施しました。



## 資料 2：消費者教育の推進に係る法律 [平成二十四年八月二十二日号外法律第六十一号]

### 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。）、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

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そ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

(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。

[平成二四年一二月政令二九〇号により、平成二四・一二・一三から施行]

(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。

(消費者庁及び消費者委員会設置法の一部改正)

3 消費者庁及び消費者委員会設置法（平成二十一年法律第四十八号）の一部を次のように改正する。

[次のよう略]

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 [前略] 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

[平成二七年一〇月政令三五八号により、平成二八・四・一から施行]

三 [略]

# ○ 消費者教育の推進に関する基本的な方針

平成25年6月28日 閣議決定  
(平成30年3月20日 変更)

概要 平成30年度～34年度の5年間を対象

○基本方針＝消費者教育の推進に関する法律(平成24年12月施行)第9条の規定に基づき、  
内閣総理大臣及び文部科学大臣が案を作成、閣議で決定。  
○基本方針の位置付け＝誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けられることができる  
機会を提供するためには、消費者教育を体系的・総合的に推進することが必要  
⇒幅広い担い手(国、地方、消費者団体、事業者等、消費者自身)にとつての指針  
○手段＝幅広い担い手の支援・育成、担い手間の連携、情報共有の促進

**新案の重点事項**  
1. 若年者の消費者教育  
2. 消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育の推進  
3. 高度情報通信ネットワーク社会の発展に対応した消費者教育の推進  
※具体的に推進する施策は、赤枠箇所

## I. 消費者教育の推進の重点

消費者を取り巻く現状と課題

- ・累計消費は国内総生産(GDP)の過半数(2019億円/338.4兆円)に上り、消費者の安全・安心の確保は、消費の拡大、更には経済の好循環の実現にとって大前提
- ・インターネット利用の拡大、「デジタルコンテンツ」に関する情報件数の増加
- ・低年齢層向けに提供されるコンテンツの増加も懸念された、基礎的な消費者教育の重要性
- ・社会の安定と持続可能性の確保のため、消費者が自身の社会的役割を自覚し、行動することの重要性についての認識の高まり(SOGA)

消費者の自立を支援  
 彼等に関わらない消費者、合理的な意思決定のできる消費者の育成  
 さらには、社会の一員として、より良い市場とより良い社会の発展のために  
 積極的に参加する消費者の育成(消費者市民社会の形成に参画)

## II. 消費者教育の体系的推進のための取組の方向

消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に即して体系的に行うべき

・ライフステージに応じた様々な教育の場(学校、地域、家庭、職場等)を活用して効果的に消費者教育を行う  
 ⇒それぞれのライフステージにおける消費者教育のイメージが様々な主体において共有されることが重要

・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及び内容を工夫  
 ⇒例えば、高等学校段階までに契約などについての基礎的な消費者教育を行う、要支援者に対する教育については本人だけでなくその支援者への働き掛けを行う、など

○各主体の役割と連携・協働

- ・国と地方公共団体
- ・消費者行政と教育行政
- ・地方公共団体と消費者団体、事業者等

地域における多様な主体間のネットワーク化(担い手として)の消費者教育推進(地域間連携)

○他の消費生活に関連する教育との連携推進  
 (生涯教育・食育・金融経済教育・法教育・主婦者教育等)

## III. 消費者教育の推進の留意点

様々な場における消費者教育

学校	(小学校 中学校 高等学校 特別支援学校等) ⇒学習指導要領に基づく系統的な教育を推進 ⇒その着実な実施について周知・徹底 (大学・専門学校等) 自立した社会人としての育成のため消費者教育に関する科目等の開設に際し、特色ある取組事例や課題等の情報提供・啓蒙
地域・社会	(大学・専門学校等) ・地方公共団体や関係団体との連携の枠組みを構築 ・消費者教育推進地域協議会への参画を促進 (消費者団体・NPO等)による消費者教育 ・担い手育成拠点としての国民生活センター、消費生活センター、社会教育施設等の活用
職場	職場における消費者教育の内容、事業者などに対する消費者教育の共有 ・事業者の形態、事業分野等に応じた従業員に対する教育を実施 消費生活センター等を拠点とする、多様な主体が連携・協働した体制作り 様々な場における、外部人材を活用した効果的な消費者教育を実現

人材(担い手)の育成・活用  
 (小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等)  
 教職員の指導力向上が必要  
 ⇒教員養成課程や現職教員研修等における消費者教育に関する内容の充実  
 ⇒支援機関と必要な情報提供  
 ⇒国民生活センター等の教員向け研修の活用を推進  
 (大学・専門学校等)  
 ・地方公共団体や関係団体との連携の枠組みを構築  
 ・消費者教育推進地域協議会への参画を促進  
 (消費者団体・NPO等)による消費者教育  
 ・担い手育成拠点としての国民生活センター、消費生活センター、社会教育施設等の活用  
 消費者教育としての、事業者による消費者への情報提供、商品サービスの開発・提供  
 ・積極的な情報提供としての「出前講座」、「出前授業」の充実に関与  
 育成・配属の促進  
 消費生活相談員や専門家(弁護士、司法書士、行政書士等)などの外部人材  
 【16都道府県、9政令市で設置済み】

学校 家庭 地域

消費者教育  
 コーディネーター  
 消費生活相談員、元教員、NPO一員など  
 多様な担い手や場をつなぐため、間に立つ調整

## IV. 関連する他の消費生活との連携

Y 今後の消費者教育の計画的な推進

- 食品と食料品に関する取組推進
- 事故・トラブル情報の迅速的確な分析・取組取組
- 食品品質の信頼確保



# 資料 4：消費者教育の体系イメージマップ (vol.1)

各期の特徴	成人期			
	特に高齢者	成人一般	特に若者	特に高齢者
<b>幼児期</b> 様々な気づきの体験を通して、家族や身の回りの物事に關心をもち、それを取り入れる時期	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取り組む時期	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	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、主体的責任を担うことへの判断が望まれる時期	周囲の支援を受けつて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
<b>小学生期</b> 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	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	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考慮する習慣を身に付けよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考慮しよう	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よう
<b>中学生期</b> 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	消費生活が環境に与える影響を考慮しよう	消費生活が環境に与える影響を考慮し、環境に配慮した生活を実践しよう	持続可能な社会を目指し、ライフスタイルを考えよう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝えよう
<b>高校生期</b> 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	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向けて考えよう	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向けて行動の場を広げよう	身近な消費者問題、公正な社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けて行動の場を広げよう	安全で危険の少ない暮らしと消費社会をつくらせよう
<b>幼児期</b> 様々な気づきの体験を通して、家族や身の回りの物事に關心をもち、それを取り入れる時期	消費生活が環境に与える影響を考慮しよう	消費生活が環境に与える影響を考慮し、環境に配慮した生活を実践しよう	持続可能な社会を目指し、ライフスタイルを考えよう	安全で危険の少ない暮らしと消費社会をつくらせよう
<b>小学生期</b> 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	消費生活が環境に与える影響を考慮しよう	消費生活が環境に与える影響を考慮し、環境に配慮した生活を実践しよう	持続可能な社会を目指し、ライフスタイルを考えよう	安全で危険の少ない暮らしと消費社会をつくらせよう
<b>中学生期</b> 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	消費生活が環境に与える影響を考慮しよう	消費生活が環境に与える影響を考慮し、環境に配慮した生活を実践しよう	持続可能な社会を目指し、ライフスタイルを考えよう	安全で危険の少ない暮らしと消費社会をつくらせよう
<b>高校生期</b> 生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、主体的責任を担うことへの判断が望まれる時期	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考慮しよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考慮し、環境に配慮した生活を実践しよう	持続可能な社会を目指し、ライフスタイルを考えよう	安全で危険の少ない暮らしと消費社会をつくらせよう
<b>成人期</b> 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	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考慮しよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考慮し、環境に配慮した生活を実践しよう	持続可能な社会を目指し、ライフスタイルを考えよう	安全で危険の少ない暮らしと消費社会をつくらせよう
<b>重点領域</b> 消費がもつ影響力の理解 持続可能な消費の実践 消費者の参画・協働 商品安全の理解と危険を回避する能力 トラブル対応能力 選択し、契約することへの理解と考える態度 生活を設計・管理する能力	情報とメディア 情報の収集・処理・発信能力 情報社会のルールや情報モラルの理解 消費生活情報に対する批判的思考力	商品等の安全 商品安全の理解と危険を回避する能力 トラブル対応能力 選択し、契約することへの理解と考える態度 生活を設計・管理する能力	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 生活を設計・管理する能力	情報とメディア 情報の収集・処理・発信能力 情報社会のルールや情報モラルの理解 消費生活情報に対する批判的思考力

※本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体系的に組み立て、理解を進めやすいように整理したものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。

資料 5：令和 4 年度消費者教育推進地域協議会 委員名簿

(敬称略)

	分野	所属	名前
1	学識経験者	関西福祉科学大学	野田 文子
2	市民	地域学校協働活動推進員 (消費者教育親子体験型プログラム実行委員・ SDGsこども見守り隊プロジェクト委員)	綿貫 道代
3		消費者教育親子体験型プログラム実行委員	岡 明子
4	民間事業所	株式会社平和堂 サステナビリティ推進室長	ささき 鶴鶴 真知子
5		株式会社 木馬 代表取締役	川西 豪志
6	小中学校 管理職代表	八幡中学校 校長 (学校における消費者教育推進のためのワークショップメンバー)	楠本 茂樹
7	教員代表	安土小学校 (学校における消費者教育推進のためのワークショップメンバー)	伊藤 真理菜
8	行政機関	学校教育課 指導主事 (学校における消費者教育推進のためのワークショップメンバー)	岡本 賢治
9		生涯学習課	木村 真由美
10		企画課	辻 仁美
11		福祉政策課	小出 祐美子
12		商工労政課	東 諭史

## 近江八幡市消費者教育推進計画(第2次)

令和5年3月

発行 近江八幡市市民部消費生活センター(人権・市民生活課)

〒523-8501 滋賀県近江八幡市桜宮町 236 番地

TEL:0748-36-5566

※この計画冊子は、

表紙は生産地の環境・健康・経済を持続的に守るフェアトレードペーパー「バナナペーパー」を、中紙は森林整備と資源の循環利用を目的として間伐材や小径木を有効利用した「kikito ペーパー」を使用しています。