


計画の目標		自ら考え、選択し、行動する消費者を支援し豊かで安全な消費者市民社会を実現する		指標				現況値（令和元年6月）		目指す方向					
基本施策①		消費者の環境やライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進		消費生活センターの認知度（センターで相談業務をしていることを知っている人の割合）				全体43.6% 10歳代29.6% 20歳代22.6%							
【新】評価基準 A：新しい取組や、前年度実施した内容に加えて取組を行った。（プラス取組） B：前年度と同様、継続した取組を行った。または、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で予定イベント等が実施できなかったが、代替の取組を行った。 C：達成できなかった。前年度に比べ後退した。 D：新型コロナウイルス感染症拡大の影響で予定イベント等が実施できず、代替の取組も行えなかった。		※再掲の記載方法 例（再掲①1-2） ↓ 基本施策① 施策の方向性1-取組内容2		消費生活トラブルにあったときに、相談先がわからない人の割合				11.9%							
				消費生活トラブルにあわないために必要な知識や、トラブルにあった時の対処法が身についていると思う人の割合				57.2%							
施策の方向性	達成目標	担当課	取組年度	取組内容	ア 取組実績 (実施回数、参加人数進捗を表す指標など)	イ 年度 評価	イ 年度 評価	ウ 年度評価の理由	エ 次年度以降の取組内容 (改善案など)	協議会からの意見・助言		3年間の 総合評価 担当課	3年間の 総合評価 【協議会】		
										意見No.					
1 消費生活センター機能の強化	消費者が消費生活の知識を身につけ、消費生活トラブルを未然に回避できる。消費生活トラブルにあった時に、対応できる力を身につける。	地域経済振興課	R2	消費生活出前講座の対象者を拡大する。	高齢者向け出前講座6回 ①11/5(7名) ②11/11AM (5名)③11/11PM(7名)④11/16 (17名)⑤11/17(13名) ⑥11/27(4名) 特別支援学校出前講座1回 12/8 (生徒21名先生6名)	B	B	コロナ禍の中、高齢者生活支援センターに出前講座を周知し、出前講座を実施することができたが、昨年度（14回開催）比べて対象者拡大には至らなかった。	高齢者生活支援センターや特別支援学校等関係機関と連携して出前講座を実施する。また、あらゆる機会での出前講座の開催案内を行う。	① ・D評価については、適正処置にての開催中止等で評価不能とした。実施できない事業に評価はできないので、最終年度の評価対象で良いと思う。実施事項については繰り延べ実施を提案する。 ・消費者トラブルの実態（内容・年齢等）等の資料があれば、目標設定（重要）がしやすいのではと感じる。 ・コロナ禍において、借金が増えた人、収入が戻らない人など様々な苦しさがある中で新たな詐欺の被害も多く、消費者がかしこくなる必要性を感じる。 ・小中学校、高等学校でもSDGsを教えていくので、要素としては取り入れていると思うが、大きな流れとして計画の前文などに入れても良いのではないか。 ・計画での取組について、令和3年度は概ね目標達成と評価できる。 ・コロナ禍の中、各課は住みよい町、安全な町づくりのために色々対策を講じていると思う。	B				
			R3	消費生活出前講座の対象者を拡大する。	①権利擁護支援者養成研修（オンライン）10/25（13名） ②ろろスクールAshiya 10/28（12名） ③特別支援学校 高3 12/13（生徒9名 先生3名） ④特別支援学校 高2 12/14（生徒16名 先生5名） ⑤民生児童委員協議会 高齢者部会 2/21（27名） ⑥青少年育成愛護委員会—班集会—3月 中止 若者向け出前講座（NPO法人に依頼） クラーク高等学院 高2 9/9（オンライン）約80名	A	A	NPO法人に依頼し、高校生に出前講座を実施することができた。	高齢者担当部署や特別支援学校等関係機関と連携して出前講座を実施する。また、あらゆる機会での出前講座の開催案内を行う。						
			R4	消費生活出前講座の対象者を拡大する。	青少年育成愛護委員会 班集会 4/1～14（合計106名） 春日町福祉委員会4/25 24名 消費者協会5/10 12名 芦屋川カレッジ珊瑚会7/26 42名 特別支援学校高校2年12/13 生徒19名 先生6名 若者向け出前講座（NPO法人に依頼） 芦屋学園高等学校 高3 8/29 269名	B		昨年度に引き続き高校生に出前講座を実施することができた。コロナ禍のため実施できていなかった愛護委員会への出前講座を実施することができた。	高齢者担当部署や特別支援学校等関係機関と連携して出前講座を実施する。また、あらゆる機会での出前講座の開催案内を行う。						
		地域経済振興課	R2	各種イベントで消費生活トラブルの啓発を行う。(再掲①1-9) (再掲②2-1)	例年行っていた福祉フェアやこどもフェスティバルなどのイベントが中止となり、啓発活動ができなかった。	D	D	新型コロナウイルス感染症拡大による	イベントの開催方法に応じて啓発手法を検討し、啓発を行う。				② ・コロナ収束後は芦屋市消費者協会も積極的にイベントに参加啓発活動ができる。 ・消費生活系のイベントなどは別の機会を利用して啓発活動を行うのは、啓発対象者を広げるといって非常に有益	A	
			R3	各種イベントで消費生活トラブルの啓発を行う。 (再掲①1-1) (再掲②2-1)	消費者月間(5月)に啓発パネルの展示（市役所東館、センター資料室）と消費生活センター内で啓発動画を放映。 新型コロナワクチン集団接種会場4か所（福祉センター、市民センター、潮芦屋交流センター、グルメリテイ）で消費者啓発動画を放映。	A	A	新型コロナワクチン集団接種会場を利用して、日ごろ外出困難な高齢者をはじめ、広く市民に消費者啓発をすることができた。	イベントの開催方法に応じて啓発手法を検討し、啓発を行う。						
			R4	各種イベントで消費生活トラブルの啓発を行う。 (再掲①1-1) (再掲②2-1)	消費者月間(5月)に啓発パネルの展示（市役所東館、センター資料室）と消費生活センター内で啓発動画を放映。広報番組（あしやトライあんぐる）でも消費者月間の啓発事業を放映した。 環境施設課主催のリユースフェスタで来場者にリサイクルクイズの実施 消費者啓発資料やグッズの配布。 福祉センターエントランスホールにてパネル展示と消費者啓発資料やグッズを配架。(2月)	B		コロナ禍の代替イベントで消費生活トラブルの啓発を行うことができた。	イベントの開催方法に応じて啓発手法を検討し、啓発を行う。						

計画の目標		自ら考え、選択し、行動する消費者を支援し豊かで安全な消費者市民社会を実現する	指標				現況値（令和元年6月）		目指す方向				
基本施策①		消費者の環境やライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進	消費生活センターの認知度（センターで相談業務をしていることを知っている人の割合）				全体43.6% 10歳代29.6% 20歳代22.6%						
1	消費生活センター機能の強化	消費者が消費生活センターの機能を理解し、センターを有効活用する	地域経済振興課	R2	各種啓発により、消費生活センターの機能を周知する。	自治会長宛に新型コロナウイルスに便乗した給付金詐欺の注意喚起チラシを送付（4月） 市広報紙で特殊詐欺について注意喚起するとともに消費者トラブルの相談先として消費生活センターの周知を行う。2回（5月、2月） HPで新型コロナ関連の消費者トラブル情報を随時更新 消費生活センター新聞の発行と全戸配布（3月）	A	A	新型コロナ関連の消費者トラブル情報について注意喚起を徹底して行うとともに、相談先としてのセンターの存在の周知に努めた。	新型コロナ関連をはじめ消費者トラブル情報はHPやSNS等を利用して早急に情報提供するなど引き続き多様な手段で周知啓発を行う。	③	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広報紙は効果がある。皆よく見ている。</li> <li>・特に詐欺の対象となりやすい高齢者にはSNSなどはハードルが高いため、紙媒体の配布回数・掲載数・露出度を高める努力が必要と考える。</li> <li>・コロナウイルスのワクチン接種会場で、消費者問題に関するDVDを流しているのはとても良いと思う。ワクチン接種会場でも世代ごとに一番関心のある内容を提供できるのでは。ぜひ今後も続けて欲しい。</li> <li>・5月の消費者月間の期間中、市役所の地下通路と消費生活センターのある公光分庁舎1階で、啓発DVDを放映していましたがただの方の目に留まったのか。地下通路も見に行ったがあまりにも人通りが少なくてびくびくした。もっと人の目に触れる市役所のエレベーター内等にチラシを掲示できればいい。また、消費生活センターは本庁やJR戸屋駅の近くなどロケーションのよい所であれば、相談窓口がよく見えるだけで市民の皆さんの注意喚起・啓発になるのでは。</li> <li>・対象となる年齢層により、紙なのか、SNS等なのか大きく違う。さまざまな媒体を活用する必要がある。</li> <li>・消費生活センターの活動PRについて、チラシや掲示は有効と考えるか。効果向上を図るために市内各団体（自治会、子供会、マンション等）、鉄道駅舎等人が集まる施設に毎年掲示するようにできないか。</li> <li>・消費生活系のイベントとは別の機会を利用して啓発活動を行うのは、啓発対象者を広げるといって非常に有益。</li> </ul>
				R3	各種啓発により、消費生活センターの機能を周知する。	月1回程度の注意喚起チラシや出前講座で消費生活センターのセンターの周知 ホームページやツイッターを利用して消費者トラブル情報を随時更新 消費者月間や新型コロナワクチン集団接種会場4か所(福祉センター、市民センター、潮芦屋交流センター、グルメシティ)で消費者啓発動画を放映。 消費生活センター新聞の発行と全戸配布（3月）	A	A	新型コロナワクチン集団接種会場を利用して、日ごろ外出困難な高齢者をはじめ、広く市民に消費者啓発をすることができた。消費者トラブル情報について注意喚起を徹底して行うとともに、相談先としてのセンターの存在の周知に努める。	さまざまな媒体を利用して、消費者トラブル情報について注意喚起を徹底して行うとともに、相談先としてのセンターの存在の周知に努める。			
				R4	各種啓発により、消費生活センターの機能を周知する。	月1回程度の注意喚起チラシや出前講座で消費生活センターのセンターの周知 ホームページやツイッターを利用して消費者トラブル情報を随時更新 消費者月間(5月)に啓発パネルの展示（市役所東館、センター資料室）と消費生活センター内で啓発動画を放映。広報番組（あしやトライあんぐる）でも消費者月間の啓発事業を放映した。 消費生活センター新聞の発行と全戸配布（3月）	B		チラシやSNSなど、色々な手法で消費生活センターの機能を周知した。	さまざまな媒体を利用して、消費者トラブル情報について注意喚起を徹底して行うとともに、相談先としてのセンターの存在の周知に努める。			
	消費生活センター機能の強化	環境課	R2	グリーン購入の導入を促進するよう周知する。	市のホームページにて情報提供を行った。 小学生を対象とした子ども環境作文コンクールのアンケートを通して啓発を行った。	B	B	今年度は予定していた啓発イベントが新型コロナウイルス感染症拡大によりできなかったが、HPで新たにグリーン購入を率先する内容を加えたり、作文コンクールを通じた啓発が出来たため。	次年度では啓発イベントの実施等で、さらに促進していきます。	④	B	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市役所に掲示の環境作文を読んだが、小学生の環境に対する意識が高いことがわかる。大人も身近にできるところから取り組みも思った。</li> <li>・子どもへの教育の中で、大切な観点だと思うので、イベント開催時には大いに期待している。</li> <li>・HPを活用して啓発ができたのならA評価でよいのではないが。</li> </ul>	
			R3	グリーン購入の導入を促進するよう周知する。	市のホームページにて情報提供を行った。 小学生を対象とした子ども環境作文コンクールのアンケートを通して啓発を行った。 また、福祉センターのロビーでクイズ形式の展示による啓発を行った。	B	A	福祉センターのロビーで夏休み期間中、多くの人が見ていただく形で新しい取組みが出来たため。	次年度では啓発イベントの実施等で、さらに促進していきます。				
			R4	グリーン購入の導入を促進するよう周知する。	市のホームページにて情報提供を行った。 小学生を対象とした子ども環境作文コンクールのアンケートを通して啓発を行った。	B		HPや作文コンクールを通じた啓発が出来たため。	引き続き、グリーン購入に関して、啓発を続けていきます。				
		環境施設課	R2	3Rに関するイベントを実施する。	新型コロナウイルス感染症拡大により、環境フリーマーケットは2回とも中止、リユースフェスタは2回中止。リユースフェスタは現地でのリユース品の閲覧、申込みの方法を変更し、1月～3月にかけてHP上でリユース品を紹介し往復葉書でも申し込み形で開催。	B	D	新型コロナウイルス感染症拡大のため	新型コロナウイルス感染症の状況次第では予定通り行いたい。また、リユースフェスタのHP上の開催も引き続き検討する。	⑤	B	<ul style="list-style-type: none"> <li>B相当 フリーマーケット開催不能Dだが中止は必然 リユースフェスタは前向きに対処している</li> <li>新型コロナウイルス感染症拡大のため様々なイベントが中止になる中、HPで実施するなど手法を変更して成果が出ており、ごみの減量に寄与されていることは評価できると考える。</li> </ul>	
			R3	3Rに関するイベントを実施する。	リユースフェスタは現地でのリユース品の閲覧、申込みの方法を変更し、HP上でリユース品を紹介し往復葉書でも申し込み形で開催。	B	B	新型コロナウイルス感染症拡大のため	新型コロナウイルス感染症の状況次第では予定通り行いたい。また、リユースフェスタのHP上の開催も引き続き検討する。				
			R4	3Rに関するイベントを実施する。	リユースフェスタを3年ぶりに現地開催。また従来のインターネットでの申込みも併用開催 環境フリーマーケットも3年ぶりに5月と11月に開催。新型コロナウイルス感染症拡大防止対策として、出店数を減らすなどの対策を行う。	B		従来のやり方と、インターネットのやり方と併用して実施できているから	引き続きどちらの方法でもできるように対応していく				
	環境施設課	R2	ごみの分別等に関するパンフレットを発行する。	事業系ごみハンドブックを作成し、市内事業者へ配布。 家庭ごみ収集カレンダーを3月に作成（収集事業課が担当）	A	B	予定通り取り組める見込であるため。	家庭ごみ収集カレンダーの作成は引き続き行う。（収集事業課が担当） ごみハンドブックは、次回令和4年度作成予定。	⑥	B	<ul style="list-style-type: none"> <li>A相当 発行は定期だが毎年度内容に改善が見られる。</li> </ul>		
		R3	HP、twitterによるごみの分別の啓発を行う	HP、twitterで啓発 一般廃棄物処理基本計画策定の説明資料及び本編にも分別の内容を大きく記載	B	B	予定通り取り組めているため	指定ごみ袋の導入業務を行うため、市民に周知啓発をはかる					
		R4	ごみの分別等に関するパンフレットを発行する。	消費者への教育として使った後のごみ出しも重要であるため、新たに導入する指定ごみ袋制度の説明も入れ、また、危険ごみなどの出し方やQ&Aも入れて、従来分よりページ数、イラストを増やし見やすくなるように心掛けて、3年ぶりに作成し3月に全戸配布した。また、消費者が不要になったものをリユースしやすくなるように、電子情報掲示板「ジモティー」と提携し、このパンフレットや広報紙などで知らせた。 事業系は逆にページ数を減らし、主要な記事のみにし、効果的な啓発を目指す。	B		イラストの追加や内容の整理にも取り組んでいるから	本年度作成分をベースに英語版を作成する					

計画の目標		自ら考え、選択し、行動する消費者を支援し豊かで安全な消費者市民社会を実現する		指標		現況値（令和元年6月）		目指す方向					
基本施策①		消費者の環境やライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進		消費生活センターの認知度（センターで相談業務をしていることを知っている人の割合）		<b>全体43.6%</b> <b>10歳代29.6%</b> <b>20歳代22.6%</b>							
1	消費生活センター機能の強化	3	行政が、庁内連携強化により、多角的な視点から消費者教育に取り組む。	健康課	R2	食育に関する必要な知識が得られ、実践できるよう周知・啓発を行う。	・もくもく離乳食教室：実施回数7回（対面6回、オンライン1回）参加者数 対面50組（103人）、オンライン3人 ・離乳食教室（後期）オンラインDE講座：実施回数6回、16人 ・幼児の食事とおやつ教室 オンラインDE講座：実施回数3回、12人 ・親子の食事Goodバランスアップ教室 オンラインDE講座：実施回数1回、4人 ・おとなの食事Goodバランスアップ教室：実施回数2回、29人	D	B	新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、中止した教室もあり、上半期の参加者数は前年度と比較し減少したが、下半期は感染防止対策を講じ、形態を変更することで再開することができた。新たな取り組みとして子育て推進課と共催し、オンライン講座を開催することで、今までにない参加者層を取り込むことができた。また、「あしや健康ポイント2020」における対象事業として食育教室・講座を登録したことで、市民の方へ広く周知することができた。	新型コロナウイルス感染症対策を講じた取組は次年度以降も継続するため、引き続き市HPを通じた周知・啓発やオンライン講座等の充実を図っていく予定。	⑦	B
					R3	食育に関する必要な知識が得られ、実践できるよう周知・啓発を行う。	・もくもく離乳食教室：実施回数4回（対面4回）参加者数 対面55組（112人） ・離乳食教室（後期）オンラインDE講座：実施回数12回、29人 ・幼児の食事とおやつ教室 オンラインDE講座：実施回数5回、16人 ・親子の食事Goodバランスアップ教室 オンラインDE講座：実施回数2回、2人 ・おとなの食事Goodバランスアップ教室：実施回数2回、41人	B	B	緊急事態宣言期間は事業を中止、まん延防止等重点措置実施区域指定期間は定員を減らして実施した。対面形式を再開した教室もあり、概ね昨年度を上回る参加者だった。また、昨年度から引き続き「あしや健康ポイント2021」における対象事業として食育教室・講座を登録したことで、より広い層の市民の方に周知することができた。	オンライン形式の教室も継続しつつ、新型コロナウイルス感染症の感染状況を踏まえた上で、全ての教室において対面形式での教室が再開できるよう検討していく予定。		
					R4	食育に関する必要な知識が得られ、実践できるよう周知・啓発を行う。	・もくもく離乳食教室：実施回数12回 参加者数 91組（186人） ・離乳食教室（後期）オンラインDE講座：実施回数12回、32人 ・幼児の食事とおやつ教室 オンラインDE講座：実施回数5回、16人 ・親子の食事Goodバランスアップ教室 オンラインDE講座：実施回数2回、3人 ・おとなの食事Goodバランスアップ教室：実施回数3回、30人	B	B	新型コロナウイルス感染症の感染対策で定員は減らしているが、開催回数を増やしたり、食育講座のWeb予約を開始することで、概ね昨年度を上回る参加者となった。また昨年度に引き続き「あしや健康ポイント2022」における対象事業として食育教室・講座を登録したことで、より広い層の市民の方に周知することができた。	オンライン形式の教室も継続しつつ、新型コロナウイルス感染症の感染状況を踏まえた上で、対面講座とオンライン講座を併用しながら進めていく。		
					R2	交通安全に関する講座を開催する。	幼稚園、保育所(園)、小学校での交通安全教室の開催 11月に自転車免許教室の開催	D	D	中学校、特別支援学校での交通安全教室と高齢者交通安全教室（出前講座）が未開催であった。	新型コロナウイルス感染症の拡大状況を見極めながら、従来の対象での交通安全教室の開催を目指す。		
		R3	交通安全に関する講座を開催する。	幼稚園、保育所(園)、小・中学校、特別支援学校での交通安全教室の開催 11月に自転車免許教室の開催	B	B	昨年度未開催だった中学校、特別支援学校も含めて交通安全教室が開催できたため。	引き続き新型コロナウイルス感染症の拡大状況を見極めながら、従来どおりの対象での交通安全教室の開催を継続する。					
		R4	交通安全に関する講座を開催する。	幼稚園、保育所(園)、小・中学校、特別支援学校での交通安全教室の開催 11月に自転車免許教室の開催	B	B	昨年度と同様に交通安全教室を開催することができた。新型コロナウイルス感染症の拡大状況を見極めながら、従来どおりの対象での交通安全教室の開催を継続する。	引き続き新型コロナウイルス感染症の拡大状況を見極めながら、従来どおりの対象での交通安全教室の開催を継続する。					
		地域経済振興課	R2	各種イベントで消費生活トラブルの啓発を行う。（再掲①1-2）（再掲②2-1）	例年行っていた福祉フェアやこどもフェスティバルなどのイベントが中止となり、啓発活動ができなかった。	D	D	新型コロナウイルス感染症拡大による	イベントの開催方法に応じて啓発手法を検討し、啓発を行う。	・コロナ収束後は芦屋市消費者協会も積極的にイベントに参加啓発活動ができる。			
			R3	各種イベントで消費生活トラブルの啓発を行う。（再掲①1-2）（再掲②2-1）	消費者月間(5月)に啓発パネルの展示（市役所東館、センター資料室）と消費生活センター内で啓発動画を放映。 新型コロナワクチン集団接種会場4か所（福祉センター、市民センター、潮戸屋交流センター、グルメシティ）で消費者啓発動画を放映。	A	A	新型コロナワクチン集団接種会場を利用して、日ごろ外出困難な高齢者をはじめ、広く市民に消費者啓発をすることができた。	イベントの開催方法に応じて啓発手法を検討し、啓発を行う。	・消費生活系のイベントとは別の機会を利用して啓発活動を行うのは、啓発対象者を広げるといって非常に有益			
			R4	各種イベントで消費生活トラブルの啓発を行う。（再掲①1-2）（再掲②2-1）	消費者月間(5月)に啓発パネルの展示（市役所東館、センター資料室）と消費生活センター内で啓発動画を放映。広報番組（あしやトライあんぐる）でも消費者月間の啓発事業を放映した。 環境施設課主催のリユースフェスタで来場者にリサイクルクイズの実施消費者啓発資料やグッズの配布。 福祉センターエントランスホールにてパネル展示と消費者啓発資料やグッズを配架。（2月）	B	B	コロナ禍の代替イベントで消費生活トラブルの啓発を行うことができた。	イベントの開催方法に応じて啓発手法を検討し、啓発を行う。				
			R2	各種イベントで消費生活トラブルの啓発を行う。（再掲①1-2）（再掲②2-1）	例年行っていた福祉フェアやこどもフェスティバルなどのイベントが中止となり、啓発活動ができなかった。	D	D	新型コロナウイルス感染症拡大による	イベントの開催方法に応じて啓発手法を検討し、啓発を行う。				
		建設総務課		R3	交通安全に関する講座を開催する。	幼稚園、保育所(園)、小・中学校、特別支援学校での交通安全教室の開催 11月に自転車免許教室の開催	B	B	昨年度未開催だった中学校、特別支援学校も含めて交通安全教室が開催できたため。	引き続き新型コロナウイルス感染症の拡大状況を見極めながら、従来どおりの対象での交通安全教室の開催を継続する。	⑧ コロナ禍において、昨年度未開催だった学校を含め開催できたのであれば、A評価で良いのではないが。	B	
		地域経済振興課		R4	各種イベントで消費生活トラブルの啓発を行う。（再掲①1-2）（再掲②2-1）	消費者月間(5月)に啓発パネルの展示（市役所東館、センター資料室）と消費生活センター内で啓発動画を放映。広報番組（あしやトライあんぐる）でも消費者月間の啓発事業を放映した。 環境施設課主催のリユースフェスタで来場者にリサイクルクイズの実施消費者啓発資料やグッズの配布。 福祉センターエントランスホールにてパネル展示と消費者啓発資料やグッズを配架。（2月）	B	B	コロナ禍の代替イベントで消費生活トラブルの啓発を行うことができた。	イベントの開催方法に応じて啓発手法を検討し、啓発を行う。	⑨	A	

計画の目標		自ら考え、選択し、行動する消費者を支援し豊かで安全な消費者市民社会を実現する		指標				現況値（令和元年6月）		目指す方向			
1	消費生活センター機能の強化	3	行政が、庁内連携強化により、多角的な視点から消費者教育に取り組む。	消費生活センターの認知度（センターで相談業務をしていることを知っている人の割合）				全体43.6% 10歳代29.6% 20歳代22.6%					
				基本施策① 消費者の環境やライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進									
				学校教育課	R2	児童生徒、教職員に対し、消費生活情報を提供する。（再掲①2-3）	社会科の授業において講師を迎え、税の話を聞いたり、しながら、各学年の児童生徒の発達段階に応じた授業実践を行う。	D	B	新型コロナウイルス感染症の影響により未実施	社会科の授業において講師を迎え、税の話を聞いたり、ICTを活用した学習教材も含めて各学年の児童生徒の発達段階に応じた授業実践を行う。	10	B
					R3	児童生徒、教職員に対し、消費生活情報を提供する。（再掲①2-3）	社会科の授業において講師を迎え、税の話を聞いたりしながら、各学年の児童生徒の発達段階に応じた授業実践を行う予定であったが、実施できなかった。（代替の取組もできなかった。）	D	D	新型コロナウイルス感染症の影響により未実施	社会科の授業において講師を迎え、税の話を聞いたり、ICTを活用した学習教材も含めて各学年の児童生徒の発達段階に応じた授業実践を行う。		
					R4	児童生徒、教職員に対し、消費生活情報を提供する。（再掲①2-3）	社会科の授業等において講師を迎え、税の話を聞いたりしながら、各学年の児童生徒の発達段階に応じた授業実践を行う。また新型コロナウイルス感染症感染防止対策を講じ、ICT等も有効に活用を進めた。	B		新型コロナウイルス感染症感染防止対策を講じながら、予定通り実施できた。	社会科の授業において講師を迎え、税の話を聞いたり、ICTを活用した学習教材も含めて各学年の児童生徒の発達段階に応じた授業実践を行う。		
				打出教育文化センター	R2	児童生徒、教職員に対し、消費生活情報を提供する。（再掲①2-5）	平成30年度 小中学校児童生徒代表による戸屋市スマホサミット開催 令和元年度 担当課は学校教育課に変更。 これまでの「スマホサミット」を各学校の実態に沿った形で実施するため、各校でスマホ利用について学ぶ機会を持った。それに対する支援を実施。 令和2年度 取組実績なし			評価対象外		11	B
					R3 R4					評価対象外			
				地域経済振興課	R2	子育て家庭へ消費生活トラブル情報を提供する。（再掲①2-7）	子どもの事故防止ハンドブックをこども課、健康課、学校教育課に配布した。保育所、幼稚園、乳幼児健診対象者など 合計4000部	B	B	子どもの事故防止対策として保護者に啓発することができた。	リーフレット配布だけでなく、SNS等を利用して消費生活トラブル情報を提供する。	11	B
					R3	子育て家庭へ消費生活トラブル情報を提供する。（再掲①2-7）	子どもの事故防止ハンドブックを子育て推進課、健康課、学校教育課に配布。（1月） 保育所、幼稚園、乳幼児健診対象者など 合計3000部 子育てアプリを利用して「子どもの事故防止週間」(7月)を周知した。 随時ツイッターで子どもの消費生活事故やトラブル情報を提供	A	A	リーフレットだけでなくSNS等を利用して子どもの消費生活事故やトラブル情報を啓発することができた。	リーフレット配布だけでなく、SNS等を利用して消費生活トラブル情報を提供する。		
					R4	子育て家庭へ消費生活トラブル情報を提供する。（再掲①2-7）	随時ツイッターで子どもの消費生活事故やトラブル情報を提供 子どもの事故防止ハンドブックを子育て推進課、健康課、学校教育課に配布。（12月） 保育所、幼稚園、乳幼児健診対象者など 合計 2746部	B		リーフレットだけでなくSNS等を利用して子どもの消費生活事故やトラブル情報を啓発することができた。	リーフレット配布だけでなく、SNS等を利用して消費生活トラブル情報を提供する。		
				健康課	R2	子どもの事故防止について必要な知識が得られ、事故予防につなげられるよう、周知・啓発を行う。（再掲①2-8）	①子どもの事故予防リーフレット及び家庭における安全チェックリストを、乳幼児健康診査時に全員に配布する育児ブックに掲載。 (4か月児健康診査436人、1歳6か月児健康診査375人、3歳児健康診査347人) ②こどもには赤ちゃん訪問事業で配布する子育てサポートブック「わくわく子育て」の中に、子どもの誤飲について掲載。 ③もぐもぐ離乳食教室で配布する冊子に事故予防について掲載。（実施回数5回、参加者14組） ④保健師より、乳幼児健康診査時や教室、訪問時に、資料を活用しながら注意等、情報提供している。	B	B	新型コロナウイルス感染症の拡大防止のための事業中止により、普及啓発する機会は減少した。しかし、再開後は家庭内の事故が起こりやすい危険な場所や事象について、継続して配布物を工夫しながら周知することにより、事故予防につながっていると考えられる。	引き続き、子どもの事故予防に関する情報などを、チラシ・リーフレットなどにより、子育て家庭が立ち寄る場所で提供し、保健師との個別相談等で注意喚起及び情報提供を行っていく。	12	B
					R3	子どもの事故防止について必要な知識が得られ、事故予防につなげられるよう、周知・啓発を行う。（再掲①2-8）	①子どもの事故予防リーフレット及び家庭における安全チェックリストを、乳幼児健康診査時に全員に配布する育児ブックに掲載。 (4か月児健康診査519人、1歳6か月児健康診査636人、3歳児健康診査677人) ②こどもには赤ちゃん訪問事業で配布する子育てサポートブック「わくわく子育て」の中に、子どもの誤飲について掲載。 ③もぐもぐ離乳食教室で配布する冊子に事故予防について掲載。（実施回数4回、参加者55組） ④保健師より、乳幼児健康診査時や教室、訪問時に、資料を活用しながら注意等、情報提供している。	B	B	新型コロナウイルス感染症の影響で新しい生活様式は一般常識として人々に浸透し、家で過ごす時間も長くなっている。過ごす時間の増加に比例して、家庭内での事故について、以前より身近にイメージできるようになっており、継続して周知することで事故予防につながっていると考えられる。	引き続き、子どもの事故予防に関する情報などを、チラシ・リーフレットなどにより、子育て家庭が立ち寄る場所で提供し、保健師との個別相談等で注意喚起及び情報提供を行っていく。		
R4	子どもの事故防止について必要な知識が得られ、事故予防につなげられるよう、周知・啓発を行う。（再掲①2-8）	①子どもの事故予防リーフレット及び家庭における安全チェックリストを、乳幼児健康診査時に全員に配布する育児ブックに掲載。 (4か月児健康診査517人、1歳6か月児健康診査582人、3歳児健康診査639人) ②こどもには赤ちゃん訪問事業で配布する子育てサポートブック「わくわく子育て」の中に、子どもの誤飲について掲載。 ③もぐもぐ離乳食教室で配布する冊子に事故予防について掲載。（実施回数12回、参加者91組） ④保健師より、乳幼児健康診査時や教室、訪問時に、資料を活用しながら注意等、情報提供している。	B			情報提供できる機会を活用し、継続して周知することで事故予防につながると考えられる。	引き続き、子どもの事故予防に関する情報などを、チラシ・リーフレットなどにより、子育て家庭が立ち寄る場所で提供し、保健師との個別相談等で注意喚起及び情報提供を行っていく。						

計画の目標		自ら考え、選択し、行動する消費者を支援し豊かで安全な消費者市民社会を実現する		指標				現況値（令和元年6月）		目指す方向			
基本施策①		消費者の環境やライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進		消費生活センターの認知度（センターで相談業務をしていることを知っている人の割合）				<b>全体43.6%</b> <b>10歳代29.6%</b> <b>20歳代22.6%</b>					
1	消費生活センター機能の強化	3	地域経済振興課	R2	子どもの消費生活トラブルが多発した時等に、関係機関と連携する。（再掲①2-11）	例年開催していた生活推進連絡会や青少年愛護委員の班集会在未実施	D	D	新型コロナウイルス感染症拡大のため	新型コロナウイルス感染症拡大状況により従来と同じ形態で連絡会が開催できない場合であっても個別に必要な情報提供を行う。緊急事態については、SNS等有効な手段で発信していく。	13	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和2年から再始動した戸屋消費者協会のツイッターの認知度はまだまだ低いが、少しずつフォローも増えている。最近高校生グループがフォローになった。会長や他の役員、協会の皆様のご意見を伺いながら、このつながりから何かできればと思う。</li> <li>大学生や専門学校生などの若年者の詐欺被害や安易な加害者側になることなども耳にします。親の対応を含めてそういった年齢層への周知が必要だと思います。</li> <li>高齢者にはトラブル防止の情報提供ができていますが、若者、子供の対応を学校コミスク、学童保育に協力依頼し、子供向けチラシを作成し配布してはどうか。</li> </ul>	B
				R3	子どもの消費生活トラブルが多発した時等に、関係機関と連携する。（再掲①2-11）	生活推進連絡会（建設総務課担当）は未実施。青少年愛護センターと連携し、青少年育成愛護委員会の各班集会で、子供に関する消費生活トラブル情報を提供する。（3月） 中止	D	B	3月に青少年育成愛護委員会の各班集会での出前講座を実施予定。新型コロナウイルス感染症拡大のため	連絡会が開催できない場合であっても啓発チラシを配布するなど個別に必要な情報提供を行う。緊急事態については、SNS等有効な手段で発信していく。			
				R4	子どもの消費生活トラブルが多発した時等に、関係機関と連携する。（再掲①2-11）	生活推進連絡会（建設総務課担当）に出席し、消費生活トラブル情報を提供（11/2）青少年愛護センターと連携し、青少年育成愛護委員会の各班集会で、子供に関する消費生活トラブル情報を提供（4/1～14）	B		コロナ禍で実施できていなかった関係機関との連絡会などで消費生活トラブルの情報共有をすることができた。	連絡会が開催できない場合であっても啓発チラシを配布するなど個別に必要な情報提供を行う。緊急事態については、SNS等有効な手段で発信していく。			
		3	地域経済振興課	R2	マンションの掲示板上などに啓発チラシを掲示する。（再掲②2-3）	広報掲示板上に消費生活セミナー開催案内を提示した。2回（10月、11月）消費生活センター新聞の発行と全戸配布（3月）	B	B	市内約30か所の広報掲示板上に消費生活セミナー案内チラシを掲示。マンションの掲示板上での啓発よりも効果的があると考え消費生活センター新聞を全戸配布し、外出困難な方にも情報提供を行った。	引き続き広報掲示板上を利用したセミナー案内周知、マンションの掲示板上での情報提供より効果があると考え全戸配布の消費生活センター新聞での情報提供へ切り替える。	14	<ul style="list-style-type: none"> <li>情報提供の方法について前向きに模索する、市民の安全を守るために知らせようという姿勢に好感を持った。</li> <li>消費生活センター新聞はわかりやすく、よくまとまっていて高齢者にも好評なので、年1回といわず年2回配布は可能か。J:comのあしやトライアングルの消費者協会の紹介についての放映は良かった。</li> <li>消費生活センターの活動PRについて、チラシや掲示は有効と考えるか。効果向上を図るために市内各団体（自治会、子供会、マンション等）、鉄道駅舎等人が集まる施設に通年掲示するようにできないか。</li> </ul>	B
				R3	啓発チラシの掲示など広く周知できる手段により啓発を行う。（再掲②2-3）	広報掲示板上に消費生活セミナー開催案内を提示。2回（11月、1月）消費生活センター新聞の発行と全戸配布（3月）	B	B	市内約30か所の広報掲示板上に消費生活セミナー案内チラシを掲示。消費生活センター新聞を全戸配布し、外出困難な方にも情報提供を行った。	引き続き広報掲示板上を利用したセミナー案内周知、全戸配布の消費生活センター新聞で情報提供を行う。			
				R4	啓発チラシの掲示など広く周知できる手段により啓発を行う。（再掲②2-3）	広報掲示板上に消費生活セミナー開催案内を提示。2回（8月、1月）消費生活センター新聞の発行と全戸配布（3月）	B		市内約30か所の広報掲示板上に消費生活セミナー案内チラシを掲示。消費生活センター新聞を全戸配布し、外出困難な方にも情報提供を行った。	引き続き広報掲示板上を利用したセミナー案内周知、全戸配布の消費生活センター新聞で情報提供を行う。			
		3	地域経済振興課	R2	市民の来訪が多い窓口職場で、消費生活に関する情報を提供する。	市民課窓口で消費生活センターの名入り啓発グッズ（ウェットティッシュ）を配架。高齢介護課と保険課窓口で毎月最新の消費生活トラブル情報チラシを配架。	B	B	来庁者へ消費者トラブル情報の提供や相談先として消費生活センターの周知を行うことができた。	引き続き市民の来訪が多い窓口職場に啓発グッズやチラシを配架する。	15	<ul style="list-style-type: none"> <li>戸屋市消費者協会と連携し、市民のかしい消費者啓発活動を高く評価している。</li> <li>買い消費者啓発ティッシュを配布し、注意喚起できた。</li> </ul>	B
				R3	市民の来訪が多い窓口職場で、消費生活に関する情報を提供する。	市民課、ラポルテ市民サービスコーナー窓口で消費生活センターの名入り啓発グッズ（ウェットティッシュ）を配架。高齢介護課と保険課窓口で毎月最新の消費生活トラブル情報チラシを配架。市民課前の行政情報掲示板上に消費生活セミナー開催案内を掲載。	B	B	来庁者へ消費者トラブル情報の提供や相談先として消費生活センターの周知を行うことができた。	引き続き市民の来訪が多い窓口職場に啓発グッズやチラシを配架する。			
				R4	市民の来訪が多い窓口職場で、消費生活に関する情報を提供する。	戸屋病院に消費生活センターの名入り啓発グッズ（ウェットティッシュ、ポケットティッシュ）を配架。高齢介護課と保険課窓口で毎月最新の消費生活トラブル情報チラシを配架。市民課前の行政情報掲示板上に消費生活セミナー開催案内を掲載。	B		来庁者へ消費者トラブル情報の提供や相談先として消費生活センターの周知を行うことができた。	引き続き市民の来訪が多い窓口職場に啓発グッズやチラシを配架する。			
		3	上宮川文化センター	R2	上宮川文化センターで消費生活に関する情報を提供する。（再掲①4-1）	よくある消費生活トラブル事例のチラシや、消費生活セミナーのチラシを配架。	B	B	チラシを配架し、来館者へ啓発を行った。	配架だけでなく、トラブルが多い時などは、月1回発行の上宮川文化センターだよりとともに、配布予定。	16	<ul style="list-style-type: none"> <li>トレンドに合わせてタイミングよく変化対応していることは素晴らしい。</li> </ul>	B
				R3	上宮川文化センターで消費生活に関する情報を提供する。（再掲①4-1）	よくある消費生活トラブル事例のチラシや、消費生活セミナーのチラシを配架。特殊詐欺に対する啓発チラシを地域に配布した。	B	B	チラシを配架し、来館者へ啓発を行った。特殊詐欺に対する啓発チラシを地域に配布した。	配架だけでなく、トラブルが多い時などは、月1回発行の上宮川文化センターだよりとともに、配布予定。			
				R3	上宮川文化センターで消費生活に関する情報を提供する。（再掲①4-1）	よくある消費生活トラブル事例のチラシや、消費生活セミナーのチラシを配架。特殊詐欺に対する啓発チラシを「上宮川文化センターだより」とともに地域に配布した。	B		チラシを配架し、来館者へ啓発を行った。特殊詐欺に対する啓発チラシを地域に配布した。	配架だけでなく、トラブルが多い時などは、月1回発行の上宮川文化センターだよりとともに配布し、啓発を行う。			

計画の目標		自ら考え、選択し、行動する消費者を支援し豊かで安全な消費者市民社会を実現する		指標				現況値（令和元年6月）		目指す方向				
基本施策①		消費者の環境やライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進		消費生活センターの認知度（センターで相談業務をしていることを知っている人の割合）				全体43.6% 10歳代29.6% 20歳代22.6%						
2	消費生活センター機能の強化	1	消費者が必要な時期に、必要な消費生活の知識を身につける。消費者が年齢に応じて、自ら考え、選択し、行動できる。	学校教育課	R2	中学校においてトライやる・ウィークを実施する。	例年、5月～6月にかけて3中学校の中学2年生を対象（R2年度495名）に5日間トライやる・ウィーク事業を行っている。全体107事業所のうち店舗等約36事業所において実施。R2年度はコロナ禍のため、代替事業として「ものづくり大学(姫路市)」に3中学校の中学2年生が職業体験を行う。（2月予定）	D	B	新型コロナウイルス感染症の影響により代替事業として実施	5月～6月にかけて3中学校の中学2年生を対象（561名）に5日間トライやる・ウィーク事業を行っている。全体107事業所のうち店舗等約36事業所において実施していく。	17	B	・消費者生活における知識や態度を身につける活動は令和2年度できなかったが、職業体験としての活動を通して考えることができた。
				R3	中学校においてトライやる・ウィークを実施する。	例年、5月～6月にかけて3中学校の中学2年生を対象（R3年度567名）に5日間トライやる・ウィーク事業を行っている。全体128事業所のうち店舗等約93事業所において実施。R3年度はコロナ禍のため、規模を縮小して、10月、11月に、各中学校、1日を事業所において実施した。	B	B	新型コロナウイルス感染症の影響により代替事業として実施	5月～6月にかけて3中学校の中学2年生を対象（561名）に5日間トライやる・ウィーク事業を行っている。全体107事業所のうち店舗等約36事業所において実施していく。				
				R4	中学校においてトライやる・ウィークを実施する。	例年、5月～6月にかけて3中学校の中学2年生を対象（R4年度528名）に5日間トライやる・ウィーク事業を行っている。全体133事業所のうち102事業所において実施。	B		新型コロナウイルス感染症の影響により実施が制限される事業所や、コロナ禍前の慣例が踏襲できないこともあったため。	5月～6月にかけて3中学校の中学2年生を対象（517名）に5日間トライやる・ウィーク事業を行っている。約130事業所において実施していく。				
		地域経済振興課	R2	2	子どもの年齢にあわせて、契約やお金に関する必要な知識が身につくよう、啓発を行う。	例年子どもフェスティバルで低年齢向けの買い物体験コーナーを出展していたが、子どもフェスティバル(11月)が中止となり啓発活動ができなかった。子ども向け消費生活セミナーも未実施。	D	D	新型コロナウイルス感染症拡大のため	引き続きイベントの開催方法に応じて啓発手法を検討し、啓発を行う。学校の授業でも使用できるような啓発資料を提供する。	18	B	・子ども向けの消費者トラブルビデオを給食時に放映してはどうか（NPO法人Cキッズネットワークと連携） ・子供向けに時間をとって座学させるような仕組みは、実施のハードルが高くなるので、より手軽に全員一斉でなくてもよい。短時間で終わらせるような啓発活動を考えなければならない。	
		R3	子どもの年齢にあわせて、契約やお金に関する必要な知識が身につくよう、啓発を行う。	例年実施されていた「子どもフェスティバル」が中止となり啓発活動ができなかった。子ども向け消費生活セミナーも未実施。	D	D	新型コロナウイルス感染症拡大のため	引き続きイベントの開催方法に応じて啓発手法を検討し、啓発を行う。学校の授業でも使用できるような啓発資料を提供する。						
		R4	子どもの年齢にあわせて、契約やお金に関する必要な知識が身につくよう、啓発を行う。	例年実施されていた「子どもフェスティバル」が中止となり啓発活動ができなかった。代替として、福祉センターエントランスパネル展にて子ども向けコーナーを設けて消費者トラブル防止啓発を実施。（2月）	B		コロナ禍の代替イベントで子ども向けに啓発取組を実施。	引き続きイベントの開催方法に応じて啓発手法を検討し、啓発を行う。学校の授業でも使用できるような啓発資料を提供する。						
		学校教育課	R2	3	児童生徒、教職員に対し、消費生活情報を提供する。（再掲①1-10）	社会科の授業において講師を迎え、税の話の聞いたりしながら、各学年の児童生徒の発達段階に応じた授業実践を行う。	D	B	新型コロナウイルス感染症の影響により未実施	社会科の授業において講師を迎え、税の話の聞いたり、ICTを活用した学習教材も含めて各学年の児童生徒の発達段階に応じた授業実践を行う。	19	B		
		R3	児童生徒、教職員に対し、消費生活情報を提供する。（再掲①1-10）	社会科の授業において講師を迎え、税の話の聞いたりしながら、各学年の児童生徒の発達段階に応じた授業実践を行う予定であったが、実施できなかった。（代替の取組もできなかった。）	D	D	新型コロナウイルス感染症の影響により未実施	社会科の授業において講師を迎え、税の話の聞いたり、ICTを活用した学習教材も含めて各学年の児童生徒の発達段階に応じた授業実践を行う。						
		R4	児童生徒、教職員に対し、消費生活情報を提供する。（再掲①1-10）	社会科の授業等において講師を迎え、税の話の聞いたりしながら、各学年の児童生徒の発達段階に応じた授業実践を行う。また新型コロナウイルス感染症感染防止対策を講じ、ICT等も有効に活用を進めた。	B		新型コロナウイルス感染症感染防止対策を講じながら、予定通り実施できたため。	社会科の授業において講師を迎え、税の話の聞いたり、ICTを活用した学習教材も含めて各学年の児童生徒の発達段階に応じた授業実践を行う。						
		打出教育文化センター	R2	4	児童生徒、教職員に対し、消費生活情報を提供する。（再掲①1-10）	平成30年度 小中学校児童生徒代表による戸屋市スマホサミット開催 令和元年度 担当課は学校教育課に変更。これまでの「スマホサミット」を各学校の実態に沿った形で実施するため、各校でスマホ利用について学ぶ機会を持った。それに対する支援を実施。 令和2年度 取組実績なし			評価対象外		20	B	・成人式に参加しない人にはどのようにリーフレットを配布しているのか？成人式の案内と一緒にリーフレットを送付してはどうか。 ・消費生活系のイベントとは別の機会を利用して啓発活動を行うのは、啓発対象者を広げるといって非常に有益	
		R3 R4						評価対象外						
		地域経済振興課	R2	5	成人年齢前後に契約の基礎知識や陥りやすいトラブルについて啓発する。	契約のルールやよくあるトラブル事例などを掲載している啓発リーフレットを成人式参加者に配布。（528部） 消費生活センター新聞に成年年齢引き下げに関する記事を掲載した。	B	B	昨年度（588部配布）に比べ参加者は減少したが成人式に啓発リーフレットを配布できた。新たに全戸配布の消費生活センター新聞に若者への啓発記事を掲載。	新聞だけでなくSNS等を利用して若者への啓発を行う。	20	B		
R3	成人年齢前後に契約の基礎知識や陥りやすいトラブルについて啓発する。	市内の高等学校5か所（県立、戸屋国際、戸屋学園、甲南、クラーク）に成年年齢引き下げに伴う啓発パンフレットを配布。（計2320部） クラーク高等学院にて若者向け消費生活出前講座（オンライン）を実施。（9月） 契約のルールやよくあるトラブル事例などを掲載している啓発リーフレットを成人式参加者に配布。（530部）	A	A	成年年齢引き下げに伴い、若者向けに消費者啓発を行うことができた。	さまざまな媒体を利用して、若者への啓発を行う。								
R4	成人年齢前後に契約の基礎知識や陥りやすいトラブルについて啓発する。	市内の高等学校5か所（県立、戸屋国際、戸屋学園、甲南、クラーク）に成年年齢引き下げに伴う啓発パンフレットを配布。（計2,270部） 戸屋学園にて若者向け消費生活出前講座を実施。（8/29 参加生徒数 高校3年生269名） 契約のルールやよくあるトラブル事例などを掲載している啓発リーフレットを成人式参加者に配布。（543部）	B		成年年齢引き下げに伴い、若者向けに消費者啓発を行うことができた。	さまざまな媒体を利用して、若者への啓発を行う。								

計画の目標		自ら考え、選択し、行動する消費者を支援し豊かで安全な消費者市民社会を実現する		指標						現況値（令和元年6月）		目指す方向				
基本施策①		消費者の環境やライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進		消費生活センターの認知度（センターで相談業務をしていることを知っている人の割合）						全体43.6% 10歳代29.6% 20歳代22.6%		/				
2	1	消費者が必要な時期に、必要な消費生活の知識を身につける。消費者が年齢に応じて、自ら考え、選択し、行動できる。	地域経済振興課	R2	高校生や大学生と協働し、子ども向けや高齢者向けの啓発を行う。（再掲①4-2）	例年開催の福祉フェア(7月) こどもフェスティバル(11月)が中止となり、学生ボランティアと協働活動ができなかった。	D	D	新型コロナウイルス感染症拡大のため	学生ボランティアに限らず消費生活サポーターや消費者団体等と連携して、消費者啓発を行う。	21	・2020年4月に発足した戸屋市消費者協会も今後協力していきたい。 ・コロナが収束すればD評価→A評価 ・戸屋市消費者協会と連携していく。	B			
				R3	学生や地域団体などと協働し、子ども向けや高齢者向けの啓発を行う。（再掲①4-2）	こどもフェスティバルや福祉フェアが中止されたため、従来のような協働活動はできなかった。	D	D	新型コロナウイルス感染症拡大のため	学生ボランティアに限らず消費生活サポーターや消費者団体等と連携して、消費者啓発を行う。		・高齢者にはトラブル防止の情報提供ができていますが、若者、子供の対応を学校コミス、学童保育に協力依頼し、子供向けチラシを作成し配布してはどうか。				
				R4	学生や地域団体などと協働し、子ども向けや高齢者向けの啓発を行う。（再掲①4-2）	こどもフェスティバルや福祉フェアが中止されたため、従来のような協働活動はできなかった。代替として、福祉センターエントランスパネル展にて、子ども向けと高齢者向け展示コーナーを設けて消費者トラブル防止啓発を実施。（2月）	B		コロナ禍の代替イベントで子どもと高齢者向けに啓発取組を実施。	学生ボランティアに限らず消費生活サポーターや消費者団体等と連携して、消費者啓発を行う。						
		2	子ども・若者の消費者教育の推進	家庭や学校を通じた消費者教育の機会が充実する。行政が、子どもの育成や安全を見守る主体と連携し、消費生活トラブルの未然防止、早期発見、再発防止に取り組む。	地域経済振興課	R2	子ども・若者が受け取りやすい媒体により、啓発を行う。	随時SNS等を利用して、セミナー案内や消費者トラブル情報を掲載した。	B	B	子ども・若者向けの消費者トラブル情報掲載は少なかった。	子ども・若者向けの消費者トラブル情報をSNS等を利用して情報提供する。	22	・2020年4月に発足した戸屋市消費者協会も今後協力していきたい。	A	
						R3	子ども・若者が受け取りやすい媒体により、啓発を行う。	随時SNS等を利用して、セミナー案内や消費者トラブル情報を掲載した。クラーク高等学院の高校2年生へオンライン出前講座を実施（NPO法人に依頼） 9/9 約80名 市内の高等学校5か所（県立、戸屋国際、戸屋学園、甲南、クラーク）に成年年齢引き下げに伴う啓発パンフレットを配布（計2320部）し、生徒に渡してもらった。（10月） 成人式での消費者啓発パンフレットの配布。（1月）530部	A	A	学校を通じて、高校生へ消費者啓発を行うことができた。	引き続き、子ども・若者向けの消費者トラブル情報をSNS等を利用して情報提供する。また、学校を通じて啓発活動を行う。				
						R4	子ども・若者が受け取りやすい媒体により、啓発を行う。	随時SNS等を利用して、セミナー案内や消費者トラブル情報を掲載した。戸屋学園高校2年生へ消費生活出前講座を実施（NPO法人に依頼） 8/29 269名 市内の高等学校5か所（県立、戸屋国際、戸屋学園、甲南、クラーク）に成年年齢引き下げに伴う啓発パンフレットを配布（計2320部）し、生徒に渡してもらった。（10月） 成人式での消費者啓発パンフレットの配布。（1月）543部	B		学校を通じて、高校生へ消費者啓発を行うことができた。	引き続き、子ども・若者向けの消費者トラブル情報をSNS等を利用して情報提供する。また、学校を通じて啓発活動を行う。				
	健康課			R2	子育て家庭へ消費生活トラブル情報を提供する。（再掲①1-11）	子どもの事故防止ハンドブックをこども課、健康課、学校教育課に配布した。保育所、幼稚園、乳幼児健診対象者など 合計4000部	B	B	子どもの事故防止対策として保護者に啓発することができた。	リーフレット配布だけでなく、SNS等を利用して消費生活トラブル情報を提供する。	23	・戸屋市消費者協会でもSNSで発信していく。	B			
				R3	子育て家庭へ消費生活トラブル情報を提供する。（再掲①1-11）	子どもの事故防止ハンドブックを子育て推進課、健康課、学校教育課に配布。（1月） 保育所、幼稚園、乳幼児健診対象者など 合計3000部 子育てアプリを利用して「子どもの事故防止週間」(7月)を周知した。 随時ツイッターで子どもの消費生活事故やトラブル情報を提供	A	A	リーフレットだけでなくSNS等を利用して子どもの消費生活事故やトラブル情報を啓発することができた。	リーフレット配布だけでなく、SNS等を利用して消費生活トラブル情報を提供する。						
				R4	子育て家庭へ消費生活トラブル情報を提供する。（再掲①1-11）	随時ツイッターで子どもの消費生活事故やトラブル情報を提供 子どもの事故防止ハンドブックを子育て推進課、健康課、学校教育課に配布。（12月） 保育所、幼稚園、乳幼児健診対象者など 合計 2746部	B		リーフレットだけでなくSNS等を利用して子どもの消費生活事故やトラブル情報を啓発することができた。	リーフレット配布だけでなく、SNS等を利用して消費生活トラブル情報を提供する。						
	健康課	R2	子どもの事故防止について必要な知識が得られ、事故予防につなげられるよう、周知・啓発を行う。（再掲①1-12）	①子どもの事故予防リーフレット及び家庭における安全チェックリストを、乳幼児健康診査時に全員に配布する育児ブックに掲載。（4か月児健康診査436人、1歳6か月児健康診査375人、3歳児健康診査347人） ②こんには赤ちゃん訪問事業で配布する子育てサポートブック「わくわく子育て」の中に、子どもの誤飲について掲載。 ③もぐもぐ離乳食教室で配布する冊子に事故予防について掲載。（実施回数5回、参加者14組） ④保健師より、乳幼児健康診査時や教室、訪問時に、資料を活用しながら注意等、情報提供している。	B	B	新型コロナウイルス感染症の拡大防止のための事業中止により、普及啓発する機会は減少した。しかし、再開後は家庭内の事故が起こりやすい危険な場所や事象について継続して配布物を工夫しながら周知することにより、事故予防につながっていると考えられる。	引き続き、子どもの事故予防に関する情報などを、チラシ・リーフレットなどにより、子育て家庭が立ち寄る場所で提供し、保健師との個別相談等で注意喚起及び情報提供を行っていく。	24	B						
		R3	子どもの事故防止について必要な知識が得られ、事故予防につなげられるよう、周知・啓発を行う。（再掲①1-12）	①子どもの事故予防リーフレット及び家庭における安全チェックリストを、乳幼児健康診査時に全員に配布する育児ブックに掲載。（4か月児健康診査519人、1歳6か月児健康診査636人、3歳児健康診査677人） ②こんには赤ちゃん訪問事業で配布する子育てサポートブック「わくわく子育て」の中に、子どもの誤飲について掲載。 ③もぐもぐ離乳食教室で配布する冊子に事故予防について掲載。（実施回数4回、参加者55組） ④保健師より、乳幼児健康診査時や教室、訪問時に、資料を活用しながら注意等、情報提供している。	B	B	新型コロナウイルス感染症の影響で新しい生活様式は一般常識として人々に浸透し、家で過ごす時間も長くなっている。過ごす時間の増加に比例して、家庭内での事故について、以前より身近にイメージできるようになっており、継続して周知することで事故予防につながっていると考えられる。	引き続き、子どもの事故予防に関する情報などを、チラシ・リーフレットなどにより、子育て家庭が立ち寄る場所で提供し、保健師との個別相談等で注意喚起及び情報提供を行っていく。								
		R4	子どもの事故防止について必要な知識が得られ、事故予防につなげられるよう、周知・啓発を行う。（再掲①1-12）	①子どもの事故予防リーフレット及び家庭における安全チェックリストを、乳幼児健康診査時に全員に配布する育児ブックに掲載。（4か月児健康診査517人、1歳6か月児健康診査582人、3歳児健康診査639人） ②こんには赤ちゃん訪問事業で配布する子育てサポートブック「わくわく子育て」の中に、子どもの誤飲について掲載。 ③もぐもぐ離乳食教室で配布する冊子に事故予防について掲載。（実施回数12回、参加者91組） ④保健師より、乳幼児健康診査時や教室、訪問時に、資料を活用しながら注意等、情報提供している。	B		情報提供できる機会を活用し、継続して周知することで事故予防につながると考えられる。	引き続き、子どもの事故予防に関する情報などを、チラシ・リーフレットなどにより、子育て家庭が立ち寄る場所で提供し、保健師との個別相談等で注意喚起及び情報提供を行っていく。								

計画の目標		自ら考え、選択し、行動する消費者を支援し豊かで安全な消費者市民社会を実現する		指標				現況値（令和元年6月）		目指す方向					
基本施策①		消費者の環境やライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進		消費生活センターの認知度（センターで相談業務をしていることを知っている人の割合）				全体43.6% 10歳代29.6% 20歳代22.6%							
2	子ども・若者の消費者教育の推進	2	家庭や学校を通じた消費者教育の機会が充実する。行政が、子どもの育成や安全を見守る主体と連携し、消費生活トラブルの未然防止、早期発見、再発防止に取り組む。	地域経済振興課	R2	青少年愛護センター及び青少年育成愛護委員と消費生活トラブル等の最新情報の交換をする。	例年2月ごろに開催していた青少年育成愛護委員の班集会以での出前講座を実施することができなかった。	D	D	新型コロナウイルス感染症拡大のため	出前講座だけでなくSNS等を利用して子どもの消費生活トラブル情報を提供する。	25	B	・青少年育成愛護委員は毎年全体の4分の1くらい人の入れ替わりがあるので毎年出前講座を実施して最新の情報交換を行うことが望ましい。新型コロナウイルス感染症が収束するまでは、なかなか実施計画をたてにくいので出前講座のかわりにパンフレット等の配布をしてもよいかも。時期を変更してもよいかと思う。	
					R3	青少年愛護センター及び青少年育成愛護委員と消費生活トラブル等の最新情報の交換をする。	生活推進連絡会（建設総務課担当）は未実施。青少年愛護センターと連携し、青少年育成愛護委員会の各班集会以、子供に関する消費生活トラブル情報を提供する。（3月） 中止	D	B	3月に青少年育成愛護委員会の各班集会以での出前講座を実施予定。 新型コロナウイルス感染症拡大のため	連絡会が開催できない場合であっても啓発チラシを配布するなど個別に必要な情報提供を行う。緊急事態については、SNS等有効な手段で発信していく。				
					R4	青少年愛護センター及び青少年育成愛護委員と消費生活トラブル等の最新情報の交換をする。	生活推進連絡会（建設総務課担当）で消費生活トラブル情報等を提供。（11/2）青少年愛護センターと連携し、青少年育成愛護委員会の各班集会以、子供に関する消費生活トラブル情報提供。（4/1～14）	B		コロナ禍で実施できていなかった関係機関との連絡会などで消費生活トラブルの情報共有をすることができた。	連絡会が開催できない場合であっても啓発チラシを配布するなど個別に必要な情報提供を行う。緊急事態については、SNS等有効な手段で発信していく。				
					青少年愛護センター	R2	保護者を対象とした子どもの消費生活トラブルなどに関する研修会を開催する。	研修はコロナ禍で集会が困難なため、できなかった。	D	D	新型コロナウイルス感染症拡大のため				成人年齢の変更に伴い、コロナ禍での10代後半の消費者のトラブルの未然防止のため、保護者等を対象に研修を行う。
						R3	保護者を対象とした子どもの消費生活トラブルなどに関する研修会を11月に開催する。来年4月の成年年齢変更に関して、消費者被害にあわなためた冊子等を青少年育成愛護委員に配布し、新たな消費生活トラブルの未然防止の啓発をする。	市民向け研修の「戸屋市青少年消費者教育研修会－安心して使うために知っておきたいネットのリスク」を11月に開催。定員50名で27名参加。アンケート結果で「とても良い」が100%であった。どの家庭にも起こりえるような話題があり、身近なスマホの使い方を再認識した参加者も多かった。研修時に兵庫県教委作成「ネットとゲームのルールを家族で作ってみよう」を配布した。	B	A	当初の予定日が緊急事態宣言明けになり、延期・中止することなく開催できたため。				子どもへの消費者教育、保護者への消費者教育について、県教委、市教委等発表の電子パンフレット等を愛護センターのホームページにリンクできるものはしていく。又、成年年齢引下げ1年目なので、消費者トラブル被害が憂慮されているので、同様にリンクしていく。
						R4	青少年育成愛護委員会の班集会以地域経済振興課の職員を招き、啓発活動をする。成年年齢の引下げに関しての新成年の消費者トラブル防止の啓発をする。	青少年育成愛護委員対象の班集会以地域経済振興課職員から「成年年齢の引き下げにより18歳になったらできること、20歳になったらできること」、「子どもがオンラインゲームで親に無断で決済」等の子どもサポート情報を資料を基に説明を受けた。参加者8班（8回）合計106名 啓発に関しては、毎月発行する「愛護班通信」（学校園等紙配布350部、ホームページ掲載）で、消費者被害防止月間等を掲載した。	B		地域経済振興課の消費生活相談員を招いての啓発活動をコロナ禍でも青少年育成愛護委員の班集会以8班全班でできたため。				取り組みが始まった令和2年度から令和4年度にかけて、青少年育成愛護委員203名のうち、半数以上は継続して活動をしている。そのため、繰り返し啓発していくことを大事にし、成年年齢引下げ後、実際に起こっている消費者トラブルの事例を紹介してもらい、毎年新しい内容を入れて啓発する。
				地域経済振興課	R2	子どもの消費生活トラブルが多発した時等に、関係機関と連携する。（再掲①1-13）	例年開催していた生活推進連絡会や青少年愛護委員の班集会以が未実施	D	D	新型コロナウイルス感染症拡大のため	新型コロナウイルス感染症拡大状況により従来と同じ形態で連絡会が開催できない場合であっても個別に必要な情報提供を行う。緊急事態については、SNS等有効な手段で発信していく。				
					R3	子どもの消費生活トラブルが多発した時等に、関係機関と連携する。（再掲①1-13）	生活推進連絡会（建設総務課担当）は未実施。青少年愛護センターと連携し、青少年育成愛護委員会の各班集会以、子供に関する消費生活トラブル情報を提供する。（3月） 中止	D	B	3月に青少年育成愛護委員会の各班集会以での出前講座を実施予定。 新型コロナウイルス感染症拡大のため	連絡会が開催できない場合であっても啓発チラシを配布するなど個別に必要な情報提供を行う。緊急事態については、SNS等有効な手段で発信していく。				
					R4	子どもの消費生活トラブルが多発した時等に、関係機関と連携する。（再掲①1-13）	生活推進連絡会（建設総務課担当）に出席し、消費生活トラブル情報提供（11/2）青少年愛護センターと連携し、青少年育成愛護委員会の各班集会以、子供に関する消費生活トラブル情報提供（4/1～14）	B		コロナ禍で実施できていなかった関係機関との連絡会などで消費生活トラブルの情報共有をすることができた。	連絡会が開催できない場合であっても啓発チラシを配布するなど個別に必要な情報提供を行う。緊急事態については、SNS等有効な手段で発信していく。				
												令和2年から再始動した戸屋消費者協会のツイッターの認知度はまだまだ低いが、少しずつフォロワーも増えている。最近高校生グループがフォロワーになった。会長や他の役員、協会の皆様のご意見を伺いながら、このつながりから何かできればと思う。			
												・年に1回、愛護委員の班集会以での出前講座（最新の情報）はぜひ続けてほしい。			
												・高齢者にはトラブル防止の情報提供がきているが、若者、子供の対応を学校コミスク、学童保育に協力依頼し、子供向けチラシを作成し配布してはどうか。			



計画の目標		自ら考え、選択し、行動する消費者を支援し豊かで安全な消費者市民社会を実現する		指標				現況値（令和元年6月）		目指す方向				
基本施策①		消費者の環境やライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進		消費生活センターの認知度（センターで相談業務をしていることを知っている人の割合）				全体43.6% 10歳代29.6% 20歳代22.6%		↗				
3	1	地域経済振興課	R2	障がいの特性に応じてあやすい消費生活トラブルの啓発資料を作成・活用し、あわせて消費生活トラブルの相談先についても周知する。	消費者トラブル事例を掲載した音声コード付消費生活センター案内チラシを障がい福祉課、障がい者相談支援事業所（3か所）窓口配架。	B	B	消費者トラブル事例を掲載した音声コード付消費生活センター案内チラシを作成配布。	引き続き啓発チラシを配架・配布するとともにSNS等を利用し情報発信していく。	28	B			
			R3	障がいの特性に応じてあやすい消費生活トラブルの啓発資料を活用し、消費生活トラブルの相談先についても周知する。	障がい者があやすい消費生活トラブルの啓発チラシを障がい福祉課、障がい者相談支援事業所（3か所）窓口配架。	B	B	障がい者向けの消費者トラブル情報「見守り新鮮情報」を配布。	引き続き啓発チラシを配架・配布するとともにSNS等を利用し情報発信していく。					
			R4	障がいの特性に応じてあやすい消費生活トラブルの啓発資料を活用し、消費生活トラブルの相談先についても周知する。	障がい者があやすい消費生活トラブルの啓発チラシを障がい福祉課、障がい者相談支援事業所（3か所）窓口配架。	B		障がい者向けの消費者トラブル情報を提供した。	引き続き啓発チラシを配架・配布するとともにSNS等を利用し情報発信していく。					
			障がい福祉課	R2	障がいの特性に応じてあやすい消費生活トラブルの啓発資料を活用し、あわせて消費生活トラブルの相談先についても周知する。	トラブルになりやすい事例と消費生活センターの案内を記載した音声コード付きリーフレットを窓口設置。障がい福祉のしおりに消費生活センターを記載し、手帳交付時に配布。	B	B	今年度も引き続き、障がい福祉のしおりに作成する際に、消費生活センターを記載し、周知に努めた。	各種リーフレット等の更新時に、相談先窓口として消費生活センターを記載してもらえよう、依頼する。市の障がい関係施設にも配布啓発に努める。			29	B
				R3	障がいの特性に応じてあやすい消費生活トラブルの啓発資料を活用し、あわせて消費生活トラブルの相談先についても周知する。	トラブルになりやすい事例と消費生活センターの案内を記載した音声コード付きリーフレットを窓口設置。障がい福祉のしおりに消費生活センターを記載し、手帳交付時に配布。	B	B	今年度も引き続き、障がい福祉のしおりに作成する際に、消費生活センターを記載し、周知に努めた。	各種リーフレット等の更新時には、相談先窓口として消費生活センターを記載してもらえよう、依頼する。				
				R4	障がいの特性に応じてあやすい消費生活トラブルの啓発資料を活用し、あわせて消費生活トラブルの相談先についても周知する。	トラブルになりやすい事例と消費生活センターの案内を記載した音声コード付きリーフレットを窓口設置。障がい福祉のしおりに消費生活センターを記載し、手帳交付時に配布。	B		今年度も引き続き、障がい福祉のしおりに作成する際に、消費生活センターを記載し、周知に努めた。	各種リーフレット等の更新時には、相談先窓口として消費生活センターを記載してもらえよう、依頼する。				
		地域福祉課	R2	障がいの特性に応じてあやすい消費生活トラブルの啓発資料を活用し、あわせて消費生活トラブルの相談先についても周知する。	個別支援の中で、消費生活トラブルを避けることができるよう、特性や理解度に合わせて伝えるようにしている。	B	B	前年の取り組みを継続しているため	障がいのある方が、消費者トラブルを避けることができるよう、継続して支援していく。	30	B			
			R3	消費生活トラブルの啓発資料を活用し、障がいの特性に応じて消費生活トラブルやその相談先について周知する。	個別支援の中で、消費生活トラブルを避けることができるよう、特性や理解度に合わせて伝えるようにしている。	B	B	同様の取り組みを継続しているため	障がいのある方が、消費者トラブルを避けることができるよう、継続して支援していく。					
			R4	消費生活トラブルの啓発資料を活用し、障がいの特性に応じて消費生活トラブルやその相談先について周知する。	個別支援の中で、消費生活トラブルを避けることができるよう、特性や理解度に合わせて伝えるようにしている。	B		同様の取り組みを継続しているため	障がいのある方が、消費者トラブルを避けることができるよう、継続して支援していく。					
		地域経済振興課	R2	障がいのある子どもが、社会に出るうえで必要な消費生活に関する知識などを習得できるよう、学校等と連携し、出前講座や情報提供などを行う。	特別支援学校の高校2年生に出前講座を実施(12月)し、社会で使いやすい消費者トラブル情報チラシを配布した。受講者27名（生徒21名先生6名）	B	B	コロナ禍により授業時間数の関係上高校3年生には実施できなかった。	引き続き特別支援学校に出前講座を実施し、啓発チラシを配布する。	31	B			
			R3	障がいのある子どもが、社会に出るうえで必要な消費生活に関する知識などを習得できるよう、学校等と連携し、出前講座や情報提供などを行う。	特別支援学校高等部に出前講座を実施(12/13、12/14)社会で使いやすい消費者トラブル情報チラシを配布した。高3（9名）高2（16名）	B	B	今年度は特別支援学校 高校2年生と3年生に実施できた。	引き続き特別支援学校に出前講座を実施し、啓発チラシを配布する。					
			R4	障がいのある子どもが、社会に出るうえで必要な消費生活に関する知識などを習得できるよう、学校等と連携し、出前講座や情報提供などを行う。	特別支援学校高等部に出前講座を実施(12/13)社会で使いやすい消費者トラブル情報チラシを配布した。高2（生徒19名 先生6名）	B		今年度は特別支援学校の高校2年生に実施できた。	引き続き特別支援学校に出前講座を実施し、啓発チラシを配布する。					

計画の目標		自ら考え、選択し、行動する消費者を支援し豊かで安全な消費者市民社会を実現する	指標							現況値（令和元年6月）	目指す方向					
基本施策①		消費者の環境やライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進	消費生活センターの認知度（センターで相談業務をしていることを知っている人の割合）							全体43.6% 10歳代29.6% 20歳代22.6%						
3	障がいのある人に関する切れ目のない消費者教育の実現	1 障がいの特性に応じて、障がいのある人が、必要な消費生活の知識を身につけ、消費生活トラブルを未然に回避できる。障がいのある人が、消費生活トラブルにあった時に、対応できる力を身につける。	地域経済振興課	R2	サービス事業者等と連携し、障がいのある就労者等へ、相談窓口の周知や消費生活トラブルになりやすい事例などを情報提供する。（再掲②4-7）	出前講座未実施	D	D	新型コロナウイルス感染症拡大のため	相談支援事業所へ消費生活トラブル情報チラシを配布し、出前講座についても周知する。	32	B				
			R3	サービス事業者等と連携し、障がいのある就労者等へ、相談窓口の周知や消費生活トラブルになりやすい事例などを情報提供する。（再掲②4-7）	障がい福祉課、障がい者支援事業所に啓発チラシを配布し、相談窓口の周知や障がい者がしやすいトラブル情報を提供した。	B	B	出前講座や相談先窓口を案内できた。	相談支援事業所へ消費生活トラブル情報チラシを配布し、出前講座についても周知する。							
			R4	サービス事業者等と連携し、障がいのある就労者等へ、相談窓口の周知や消費生活トラブルになりやすい事例などを情報提供する。（再掲②4-7）	障がい福祉課、障がい者支援事業所に啓発チラシを配布し、相談窓口の周知や障がい者がしやすいトラブル情報を提供した。	B	B	出前講座や相談先窓口を案内できた。	相談支援事業所へ消費生活トラブル情報チラシを配布し、出前講座についても周知する。							
		2 行政が支援団体などと連携し、障がいのある人の消費生活トラブルの未然防止、早期発見、再発防止に取り組む。	地域経済振興課	R2	障がい者相談支援事業所などの相談員と情報交換する。（再掲②3-4）	相談者が障がいを持つ場合には状況に応じて事業所の相談員と情報交換した。	B	B	相談者の障がいの程度や個々の状況に応じて情報交換した。	引き続き個別に対応していく。				33	B	・他の取組実績は実施日や参加者数など具体的なものを表記しているが、ここだけは具体性がないように思える。件数や被害内容などがあるとわかりやすい。
			R3	障がい者相談支援事業所などの相談員と情報交換する。（再掲②3-4）	個別対応ケースはなかったが、障がい福祉課、障がい者支援事業所に啓発チラシを配布し、相談窓口の周知や障がい者がしやすいトラブル情報を提供した。	B	B	情報交換しやすいように啓発チラシを配布した。	相談ケースがあれば個別に対応していく。啓発チラシ等で情報提供し、連携を持つ。							
			R4	障がい者相談支援事業所などの相談員と情報交換する。（再掲②3-4）	障がい福祉課、障がい者支援事業所に啓発チラシを配布し、相談窓口の周知や障がい者がしやすいトラブル情報を提供した。	B	B	情報交換しやすいように啓発チラシを配布した。	相談ケースがあれば個別に対応していく。啓発チラシ等で情報提供し、連携を持つ。							
	2 行政が支援団体などと連携し、障がいのある人の消費生活トラブルの未然防止、早期発見、再発防止に取り組む。	障がい福祉課	R2	障がい者相談支援事業所などの相談員と情報交換する。（再掲②3-4）	個別の関わりの中で、消費者トラブルに巻き込まれていることが判明した場合に、関係機関に相談し、対応した。	B	B	消費者トラブルについて聞き取ることができた。	個別の関わりの中でも消費生活トラブルへのアンテナを張りつつ、被害の防止に向けた啓発を行う。	34	B	・他の取組実績は実施日や参加者数など具体的なものを表記しているが、ここだけは具体性がないように思える。件数や被害内容などがあるとわかりやすい。				
		R3	障がい者相談支援事業所などの相談員と情報交換する。（再掲②3-4）	個別の関わりの中で、消費者トラブルに巻き込まれていることが判明したものは関係機関に相談し、対応した。 相談実績 3件 内容 インターネット通販の解約手続き、通販での誤配手続き、悪質な薬の販売	B	B	消費者トラブルについて聞き取ることができた。	個別の関わりの中でも消費生活トラブルへのアンテナを張りつつ、関係機関と連携し被害の防止に向けた啓発を行う。								
		R4	障がい者相談支援事業所などの相談員と情報交換する。（再掲②3-4）	個別の関わりの中で、消費者トラブルに巻き込まれていることが判明した場合に、関係機関に相談し、対応した。 相談実績 1件 内容 携帯電話の料金プランの変更手続き	B	B	消費者トラブルについて聞き取ることができた。	個別の関わりの中でも消費生活トラブルへのアンテナを張りつつ、被害の防止に向けた啓発を行う。								
	4 高齢者への消費者教育の推進	1 高齢者が消費生活の知識を身につけ、消費生活トラブルを未然に回避できる。高齢者が消費生活トラブルにあった時に、対応できる力を身につける。	上宮川文化センター	R2	サービス事業者等へ消費生活トラブル等の情報を提供する。（再掲②4-6）	相談先の周知や、障がい福祉サービスを利用している人で、消費者トラブルにあってる人について関係機関と連携し、対応した。	B	B	相談先の周知や、障がい福祉サービスを利用している人で、消費者トラブルにあってる人について関係機関と連携し、対応した。	個別の関わりの中でも消費生活トラブルへのアンテナを張りつつ、被害の防止に向けた啓発を行う。	35	B				
				R3	サービス事業者等へ消費生活トラブル等の情報を提供する。（再掲②4-6）	個別の関わりの中で、消費者トラブルに巻き込まれていることが判明したものは関係機関に相談し、対応した。 相談実績 3件 内容 インターネット通販の解約手続き、通販での誤配手続き、悪質な薬の販売	B	B	消費者トラブルについて聞き取ることができた。	個別の関わりの中でも消費生活トラブルへのアンテナを張りつつ、関係機関と連携し被害の防止に向けた啓発を行う。						
				R4	サービス事業者等へ消費生活トラブル等の情報を提供する。（再掲②4-6）	個別の関わりの中で、消費者トラブルに巻き込まれていることが判明した場合に、関係機関に相談し、対応した。 相談実績 1件 内容 携帯電話の料金プランの変更手続き	B	B	消費者トラブルについて聞き取ることができた。	個別の関わりの中でも消費生活トラブルへのアンテナを張りつつ、被害の防止に向けた啓発を行う。						
1 高年齢者が消費生活の知識を身につけ、消費生活トラブルを未然に回避できる。高年齢者が消費生活トラブルにあった時に、対応できる力を身につける。			上宮川文化センター	R2	上宮川文化センターで消費生活に関する情報を提供する。（再掲①1-16）	よくある消費生活トラブル事例のチラシや、消費生活セミナーのチラシを配架。	B	B	チラシを配架し、来館者へ啓発を行った。	配架だけでなく、トラブルが多い時などは、月1回発行の上宮川文化センターだよりとともに、配布予定。				36	B	・トレンドに合わせてタイミングよく変化対応していることは素晴らしい。 ・上宮川文化センターは高齢者の集いや催事が多く、幼児を持つ親の会も活発で1階ロビーで集いのある時間にビデオを流してはどうか
				R3	上宮川文化センターで消費生活に関する情報を提供する。（再掲①1-16）	よくある消費生活トラブル事例のチラシや、消費生活セミナーのチラシを配架。特殊詐欺に対する啓発チラシを地域に配布した。	B	B	チラシを配架し、来館者へ啓発を行った。特殊詐欺に対する啓発チラシを地域に配布した。	配架だけでなく、トラブルが多い時などは、月1回発行の上宮川文化センターだよりとともに、配布予定。						
				R4	上宮川文化センターで消費生活に関する情報を提供する。（再掲①1-16）	よくある消費生活トラブル事例のチラシや、消費生活セミナーのチラシを配架。特殊詐欺に対する啓発チラシを「上宮川文化センター」だよりとともに地域に配布した。	B	B	チラシを配架し、来館者へ啓発を行った。特殊詐欺に対する啓発チラシを地域に配布した。	配架だけでなく、トラブルが多い時などは、月1回発行の上宮川文化センターだよりとともに配布し、啓発を行う。						

計画の目標		自ら考え、選択し、行動する消費者を支援し豊かで安全な消費者市民社会を実現する		指標						現況値（令和元年6月）		目指す方向	
基本施策①		消費者の環境やライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進		消費生活センターの認知度（センターで相談業務をしていることを知っている人の割合）						全体43.6% 10歳代29.6% 20歳代22.6%		/	
1	高齢者が消費生活の知識を身につけ、消費生活トラブルを未然に回避できる。高齢者が消費生活トラブルにあった時に、対応できる力を身につける。	地域経済振興課	R2	高校生や大学生と協働し、子ども向けや高齢者向けの啓発を行う。（再掲①2-5）	例年開催の福祉フェア(7月) こどもフェスティバル(11月)が中止となり、学生ボランティアと協働活動ができなかった。	D	D	新型コロナウイルス感染症拡大のため	学生ボランティアに限らず消費生活サポーターや消費者団体等と連携して、消費者啓発を行う。	37	・2020年4月に発足した戸屋市消費者協会も今後協力していきたい。 ・コロナが収束すればD評価→A評価 ・戸屋市消費者協会と連携していく。	B	
			R3	学生や地域団体などと協働し、子ども向けや高齢者向けの啓発を行う。（再掲①2-5）	こどもフェスティバルや福祉フェアが中止されたため、従来のような協働活動はできなかった。	D	D	新型コロナウイルス感染症拡大のため	学生ボランティアに限らず消費生活サポーターや消費者団体等と連携して、消費者啓発を行う。				
			R4	学生や地域団体などと協働し、子ども向けや高齢者向けの啓発を行う。（再掲①2-5）	こどもフェスティバルや福祉フェアが中止されたため、従来のような協働活動はできなかった。代替として、福祉センターエントランスパネル展にて、子ども向けと高齢者向け展示コーナーを設けて消費者トラブル防止啓発を実施。（2月）	B		コロナ禍の代替イベントで子どもと高齢者向けに啓発取組を実施。	学生ボランティアに限らず消費生活サポーターや消費者団体等と連携して、消費者啓発を行う。				
		高齢介護課	R2	高齢者団体へ消費生活トラブル情報を提供したり、高齢者関連イベントなどで、消費生活トラブル等の啓発を行う。（再掲②4-5）	高齢者生活支援センターを通じて、民生・児童委員、福祉推進員、市民向け等に出席講座を開催した。	B	B	高齢者生活支援センターから情報提供や相談があり、情報交換ができています。	高齢者への特殊詐欺等流行の事例について情報提供・交換を行う。	38	-「流行の事例」がわかりにくい。詐欺被害の「流行の事例」のことか？ ⇒修正済み		
			R3	高齢者団体へ消費生活トラブル情報を提供したり、高齢者関連イベントなどで、消費生活トラブル等の啓発を行う。（再掲②4-5）	地域の民生・児童委員、福祉推進委員、市民向けの講座を依頼された際に消費生活トラブルについて情報提供を行っている。消費生活サポーター講座に出席し、情報収集を行っている。	B	B	高齢者生活支援センターから情報提供や相談があり、情報交換ができています。	高齢者への特殊詐欺等流行の事例について情報提供・交換を行う。				
			R4	高齢者団体へ消費生活トラブル情報を提供したり、高齢者関連イベントなどで、消費生活トラブル等の啓発を行う。（再掲②4-5）	地域の民生・児童委員、福祉推進委員、市民向けの講座を依頼された際に消費生活トラブルについて情報提供を行っている。消費者被害、ヒヤリハットがあった場合には4センター、行政と共有し速やかに連携を取っている。	B		高齢者生活支援センターから情報提供や相談があり、情報交換ができています。	高齢者への特殊詐欺等流行の事例について情報提供・交換を行う。				
	4	高齢者への消費者教育の推進	高齢介護課	R2	高齢者生活支援センターへ最新情報を提供する。（再掲②3-3）	各高齢者生活支援センターへ月1回程度、流行の事例について情報提供。高齢者生活支援センター発行の情報誌に消費生活トラブルの注意喚起などを記載。	B	B	高齢者生活支援センター内において、事例情報が共有され、利用者に適切に情報提供されている。	高齢者への特殊詐欺等流行の事例について情報提供・交換を行う。	39	B	
				R3	高齢者生活支援センターへ最新情報を提供する。（再掲②3-3）	各高齢者生活支援センターへ月1回程度、流行の事例について情報提供。高齢者生活支援センター発行の情報誌に消費生活トラブルの注意喚起などを記載。福祉センターのパネル展で消費者被害情報を掲載。	B	B	高齢者生活支援センター内において、事例情報が共有され、利用者に適切に情報提供されている。	高齢者への特殊詐欺等流行の事例について情報提供・交換を行う。			
				R4	高齢者生活支援センターへ最新情報を提供する。（再掲②3-3）	各高齢者生活支援センターへ月1回程度、流行の事例について情報提供。高齢者生活支援センター発行の情報誌に消費生活トラブルの注意喚起などを記載。	B		高齢者生活支援センター内において、事例情報が共有され、利用者に適切に情報提供されている。	高齢者への特殊詐欺等流行の事例について情報提供・交換を行う。			
			建設総務課	R2	高齢者などに向けての研修を開催する。（再掲②4-1）	未開催	D	D	新型コロナウイルス感染症の影響により、高齢者向けの事業を開催できなかった。	新型コロナウイルス感染症の拡大状況を見極めながら、開催を目指す。	40		B
				R3	高齢者などに向けての研修を開催する。（再掲②4-1）	未開催	D	D	新型コロナウイルス感染症の影響により、高齢者向けの事業を開催できなかった。	開催するにあたっての前提となる生活安全推進連絡会の活動を再開した上で、開催を目指す。			
				R4	高齢者などに向けての研修を開催する。（再掲②4-1）	生活安全推進連絡会の開催	B		生活安全推進連絡会の活動を再開し、研修の開催に向けて準備中。	コロナウイルス感染症対策をした上で、生活安全推進連絡会を開催し、高齢者等向けの研修の開催を目指す。			
建設総務課	R2	高齢者などに向けての講演会を開催する。（再掲②4-2）	未開催	D	D	新型コロナウイルス感染症の影響により、高齢者向けの事業を開催できなかった。	新型コロナウイルス感染症の拡大状況を見極めながら、開催を目指す。	41	・コロナ収束後、建設総務課・地域経済振興課・高齢者支援センター・戸屋市消費者協会と合同会議をして情報交換をする。横のつながり、連携が必要である。				
	R3	高齢者などに向けての講演会を開催する。（再掲②4-2）	未開催	D	D	新型コロナウイルス感染症の影響により、高齢者向けの事業を開催できなかった。	開催するにあたっての前提となる生活安全推進連絡会の活動を再開した上で、開催を目指す。						
	R4	高齢者などに向けての講演会を開催する。（再掲②4-2）	生活安全推進連絡会の開催	B		生活安全推進連絡会の活動を再開し、講演会の開催に向けて準備中。	コロナウイルス感染症対策をした上で、生活安全推進連絡会を開催し、高齢者等向けの講演会の開催を目指す。						

計画の目標		自ら考え、選択し、行動する消費者を支援し豊かで安全な消費者市民社会を実現する		指標				現況値（令和元年6月）		目指す方向					
基本施策①		消費者の環境やライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進		消費生活センターの認知度（センターで相談業務をしていることを知っている人の割合）				全体43.6% 10歳代29.6% 20歳代22.6%							
4	高齢者への消費者教育の推進	2	行政が支援団体などと連携し、障がいのある人の消費生活トラブルの未然防止、早期発見、再発防止に取り組む。	高齢介護課	4	R2	サービス事業者等へ消費生活トラブル等の情報を提供する。 (再掲②4-6)	介護サービス調整会議や施設の運営推進会議等において、特殊詐欺や消費生活トラブルの相談窓口などを案内していたが、新型コロナウイルス感染症の影響で会議を開催できなかった。新型コロナウイルス感染症への対応に関してマスク詐欺・特例給付金詐欺についての注意喚起をメールにて周知した。	B	B	新型コロナウイルス感染症に関する特殊詐欺等の周知は行えたが、会議が開催できなかったため、全体としての全般的な消費生活トラブル等の情報共有に至らなかった。	会議が開催できない場合の書面の配布以外の情報提供について検討する。	42	B	
						R3	サービス事業者等へ消費生活トラブル等の情報を提供する。 (再掲②4-6)	施設の運営推進会議等において、特殊詐欺や消費生活トラブルの相談窓口などを案内した。	B	B	情報が共有され、利用者に適切に情報提供されている。	高齢者への特殊詐欺等流行の事例について情報提供・交換を行う。			
						R4	サービス事業者等へ消費生活トラブル等の情報を提供する。 (再掲②4-6)	施設の運営推進会議等において、特殊詐欺や消費生活トラブルの相談窓口などを案内した。高齢介護課から郵送する封筒裏面に還付金詐欺の注意喚起の文言とイラストを掲載した。	B		情報が共有され、利用者に適切に情報提供されている。	高齢者への特殊詐欺等流行の事例について情報提供・交換を行う。			
5	高度情報通信ネットワーク社会における消費者教育の推進	1	消費者が、高度情報通信ネットワーク社会における情報や通信技術の重要性を理解し、情報の収集・発信や適切な利用ができる。消費者が、高度情報通信ネットワーク社会に伴うさまざまなトラブルにあった時に、対応できる力を身につける。	地域経済振興課	1	R2	情報の適切な利用や通信技術の仕組み、関連するトラブル等について、啓発資料を作成・配布する。	新型コロナウイルス感染症に便乗した給付金詐欺の注意喚起チラシを作成し、自治会長宛に送付（4月） 新型コロナ関連の消費者トラブル情報をHPに掲載し、随時更新。 消費生活センター新聞の発行と全戸配布(3月)	A	A	新型コロナウイルス感染症に便乗した消費者トラブル情報をチラシ、HPなどで情報提供し、啓発を行った。	現況に応じたタイムリーな情報提供を行う。	43	B	消費生活センターの活動PRについて、チラシや掲示は有効と考えるか。効果向上を図るために市内各団体（自治会、子供会、マンション等）、鉄道駅舎等人が集まる施設に毎年掲示するようにできないか。
						R3	情報の適切な利用や通信技術の仕組み、関連するトラブル等について、啓発資料を作成・配布する。	ホームページやツイッターで消費者トラブル情報を掲載し、随時更新。 消費生活センター新聞の発行と全戸配布(3月)	B	B	流行っている消費者トラブル情報をチラシ、HP、新聞などで情報提供し、啓発を行った。	さまざまな媒体を利用し、現況に応じたタイムリーな情報提供を行う。			
						R4	情報の適切な利用や通信技術の仕組み、関連するトラブル等について、啓発資料を作成・配布する。	ホームページやツイッターで消費者トラブル情報を掲載し、随時更新。 消費生活センター新聞の発行と全戸配布(3月)	B		流行っている消費者トラブル情報をチラシ、HP、新聞などで情報提供し、啓発を行った。	さまざまな媒体を利用し、現況に応じたタイムリーな情報提供を行う。			
		2	地域経済振興課	R2	情報の適切な利用や通信技術の仕組み、関連するトラブル等について、セミナーやイベントを開催する。	消費生活サポーター養成講座（10月～12月）全10回 8名受講 消費生活セミナー2回 ①11月2日「ネット通販とキャッシュレス」（受講者43名）②11月26日「わかっていてもだまされる?!」（受講者36名）	A	A	コロナ禍の中、消費生活サポーター養成講座と消費生活セミナーを開催できた。	引き続き消費生活セミナーやサポーター養成講座を開催する。	44	B	今後キャッシュレス決済が増えていく中、伝えることについては、根気よく回数も内容も実施することが肝要だと思う。		
				R3	情報の適切な利用や通信技術の仕組み、関連するトラブル等について、セミナーやイベントを開催する。	消費生活サポーター養成講座（9/25、10/23）全8回 7名受講 消費生活セミナー2回 ①11/22「終活（修活）」（受講者32名） ②1/31「いま知っておきたいお金の話」（受講者17名）	B	B	予定通り、消費生活サポーター養成講座と消費生活セミナーを開催できた。	引き続き消費生活セミナーやサポーター養成講座を開催する。					
				R4	情報の適切な利用や通信技術の仕組み、関連するトラブル等について、セミナーやイベントを開催する。	消費生活サポーター養成講座（10/15・10/29）全8回 5名受講 消費生活セミナー2回 ①8/1「18歳から狙われる！～若者の消費者トラブル防止のためにできること」（受講者9名） ②1/30「身につけよう！正しい広告のミカタ」（受講者15名）	B		予定通り、消費生活サポーター養成講座と消費生活セミナーを開催できた。	引き続き消費生活セミナーやサポーター養成講座を開催する。					