
目次

第1章 計画策定の趣旨	1
1. 計画策定の背景	1
2. 消費者教育について.....	1
3. 「消費者市民社会」とは.....	1
4. 本市における消費者教育の考え方.....	2
5. 計画の位置づけ.....	2
6. 計画の期間	3
第2章 芦屋市の消費者教育の現状と課題	4
1. 消費生活相談の状況.....	4
2. 消費者教育の状況.....	8
3. 消費生活に関する意識調査結果から考えられる課題.....	9
第3章 これからの消費者教育	18
1. 今後の消費者教育に必要なこと	18
第4章 計画の目標と基本施策	20
1. 計画の目標	21
2. 基本施策.....	21
第5章 具体的施策の展開	23
1. 消費者教育における各機関の役割	23
2. 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	25
3. 参画と協働による消費者教育の推進と相互連携による地域の消費者力向上.....	33
第6章 資料編	37
1. 消費生活に関する意識調査の概要	37
2. 消費者教育の推進に関する法律	63
3. 芦屋市消費者教育推進計画策定委員会 委員名簿	69
4. 芦屋市消費者教育推進計画策定経過	70
5. 用語解説.....	71

第1章 計画策定の趣旨

1. 計画策定の背景

近年、商品やサービスが高度化し、多様な種類の商品をより早く購入することができるようになりました。一方、販売方法は店頭販売から電話通信販売、インターネット販売へと拡大、商品は海外から直接購入も可能となり、支払方法も現金以外にクレジットや電子マネーに至るなど、消費者自身が知識を持ち、高度な選択をしていかなければならなくなりました。

また社会の経済の仕組みの複雑化に便乗し、高齢者を狙った悪質商法や犯罪行為の事例が増加する一方、低年齢の児童が多額の被害にあうなど、被害者の年齢層も広がっています。

これまで、国、兵庫県、芦屋市の消費生活行政においては相談や啓発により、市民の消費生活トラブルや被害を防ぐ取り組みを行ってきましたが、ますます複雑化、悪質化する現状においては、消費者自身が正しい知識を持ち、慎重に対応することが、トラブルを避け、被害にあわずに済む最も有効な方法あることから、消費者教育を進めていくことになりました。

平成24年12月に「消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）」が施行され、自治体は、消費者が年齢（ライフステージ）に応じて学ぶことができるよう、消費者教育計画を策定することとされ、本市においても、社会的・経済的状況を踏まえ、実態に合わせた目標を定め、「消費者教育推進計画」を策定することとしました。

2. 消費者教育について

消費者と事業者（企業）の間には、情報の質・量や交渉力・経済力などに大きな格差があり、そのことから消費者問題が生じたり、起こった消費者問題の解決が難しかったりします。

事業者には適切な情報提供や被害救済などが求められる一方、消費者も自ら考え行動することが必要であり、このような「自立した消費者」を育成するために消費者教育は今後ますます重要になってきます。

また、消費者教育の推進に関する法律では、さらに消費者が主体的に「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も消費者教育であるとしています。

3. 「消費者市民社会」とは

私たちは、誰もが消費者です。ご飯を食べる、買い物をする、レジャーを楽しむなど、商品を購入したり、サービスを受けたり、日常生活を営む上で様々な消費活動を行っています。その中で、安いものを選んだり、質がいいものや環境にいいものを選んで買ったり、また一方で買わないという選択をします。

誰もが日常的に行う消費活動は、消費者一人ひとりが社会の経済情勢や地球環境のことを考えて適切な選択をすることにより、社会全体に影響を与える力を持っています。将来にわたり、すべての消費者が継続して安全・安心に生活できるようにするためにも、消費者は自分のことだけでなく、自らの消費活動が世の中に影響を与えることを自覚し、適切な選択をしていくことが重要です。このように適切な選択をする市民によって構成される社会を「消費者市民社会」といいます。

4. 本市における消費者教育の考え方

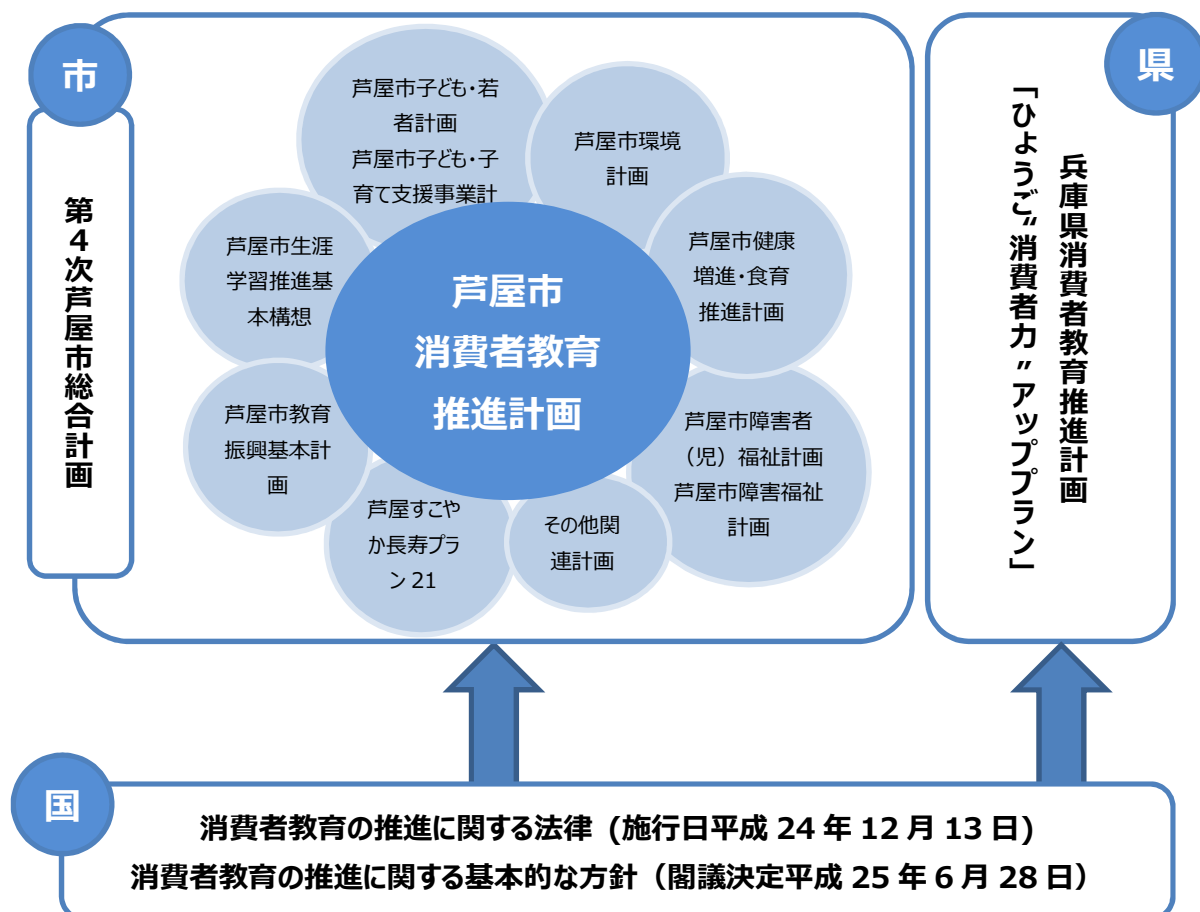
従来からの消費者教育とは「消費者としての自立」「消費者としての社会への参画の在り方」についての教育のことであり、契約関係のないオレオレ詐欺や架空請求詐欺等の犯罪にあたるものは、消費者教育の取り扱う内容ではありませんでした。また、子どものいじめや若者の犯罪被害、高齢者や障がいのある人の社会的孤立等、消費生活トラブルの背後に潜在する重大な課題も、消費者教育の対象ではなく、防犯や児童問題、高齢者問題として取り扱われてきました。

しかし、次章以降に述べる相談の実態やアンケート結果から見ても、厳密に消費活動に関するものだけを切り離して考えるのではなく、子どもをサイバー犯罪から守る、高齢者、障がいのある人の地域での生活を支援する、地域全体の防災力・防犯力を高めていく等、関係の深い課題に総合的に取り組んでいくことが、個々の消費者力を高め、消費者市民社会を実現する有効な手段であると考えられます。

本市においては、「多方面にわたる課題の総合的解決により消費者市民社会を実現すること」を消費者教育の一環であると位置づけ、この消費者教育計画を策定します。

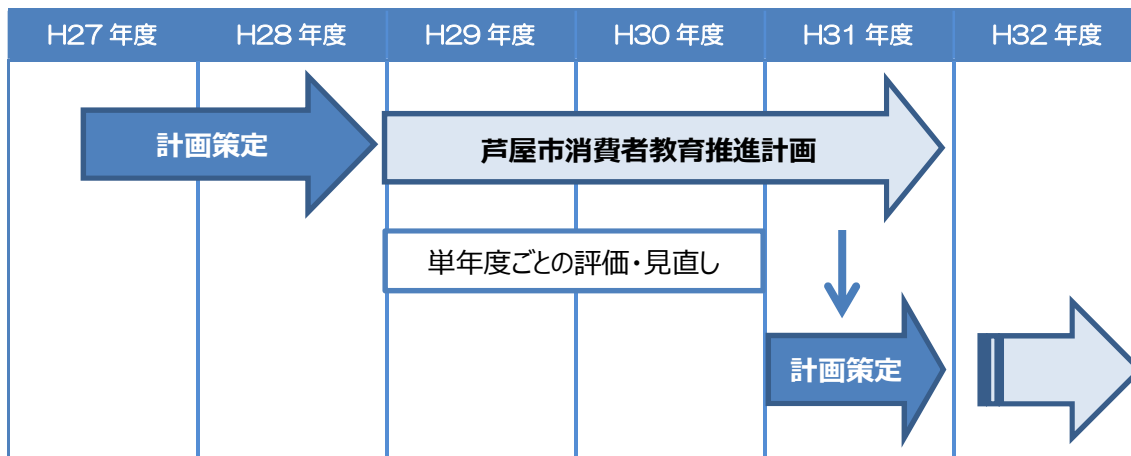
5. 計画の位置づけ

本計画は芦屋市における消費者教育を総合的かつ体系的に推進するために、消費者教育推進法第10条第2項に規定された「市町村消費者教育推進計画」として策定されました。策定にあたっては国の「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を踏まえるとともに、本市の総合計画及び、各種の関連計画との整合を図ります。



6. 計画の期間

本計画の期間は、平成29年度から平成31年度までの3か年とします。計画最終年度である平成31年度には3年間の推進状況の評価と次期計画の策定に向けた計画の見直しを行います。また、本計画の期間中においても、社会状況の変化や法制度の改正等により、修正・見直しの必要が生じた場合は、計画の見直しを行うものとします。



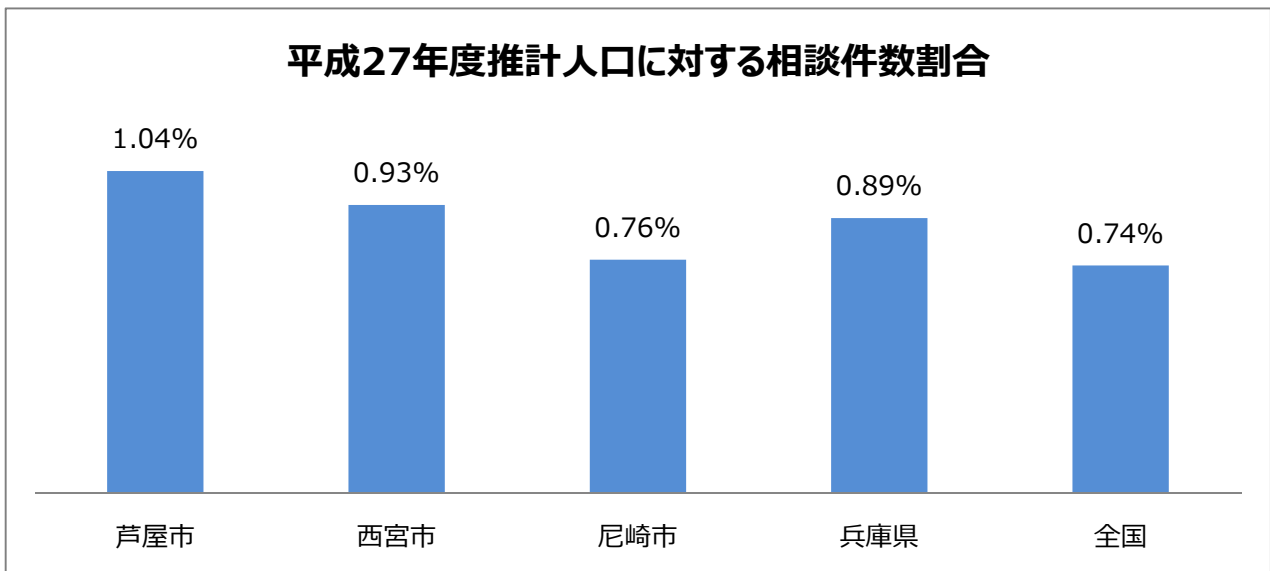
第2章 芦屋市の消費者教育の現状と課題

1. 消費生活相談の状況

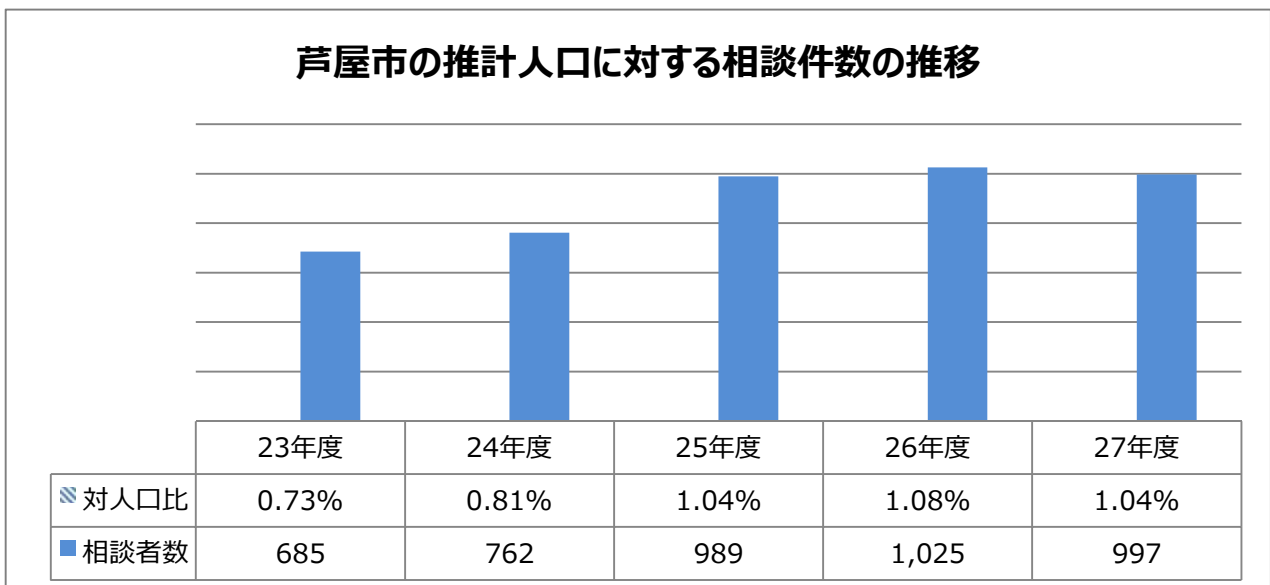
本市では、昭和50年から消費生活相談を開始しました。主な業務は消費生活相談及び消費者啓発事業であり、昭和48年から活躍していた芦屋市消費者協会と連携して幅広い消費生活に関する事業に取り組んできました。

1. 相談件数

平成27年度の本市の相談件数は997件で、平成27年度推計人口に対する相談件数は、全国、兵庫県、近隣2市と比べても上回っています。



また、平成23年度からの経過を見ても、相談件数において大きな伸びを示しています。



2. 相談内容

平成 23 年度以降の相談内容の上位は、次のようになっています。

消費生活相談内容 上位 5 位

	H23年度	H24年度	H25年度	H26年度	H27年度
1位	インターネット・有料サイト利用料	インターネット・有料サイト利用料	インターネット・有料サイト利用料	インターネット・有料サイト利用料	インターネット・有料サイト利用料
2位	不用品回収・結婚相談所	投資の二次被害・結婚相談紹介	健康食品送り付け	不用品回収・結婚相談所	インターネット, テレビの契約
3位	賃貸住宅・住宅の売買契約	賃貸住宅・住宅の売買契約	賃貸住宅・住宅の売買契約	インターネット, テレビの契約	賃貸住宅・住宅の売買契約・リフォーム
4位	未公開株・投資・社債等	未公開株・投資・社債等	結婚相談所・弁護士・広告代理サービス等	賃貸住宅・住宅の売買契約・リフォーム	健康食品
5位	婦人服のクリーニングトラブル	インターネット通信サービス	未公開株・投資・社債等	健康食品送り付け	医療サービス（歯科・美容等）

「インターネット・有料サイト利用料」は5年連続で第1位となっています。さらにその内訳として、全く身に覚えのない有料サイトの利用料不当請求が、平成16年に流行した郵便はがきによる不当請求に代わり増加しています。

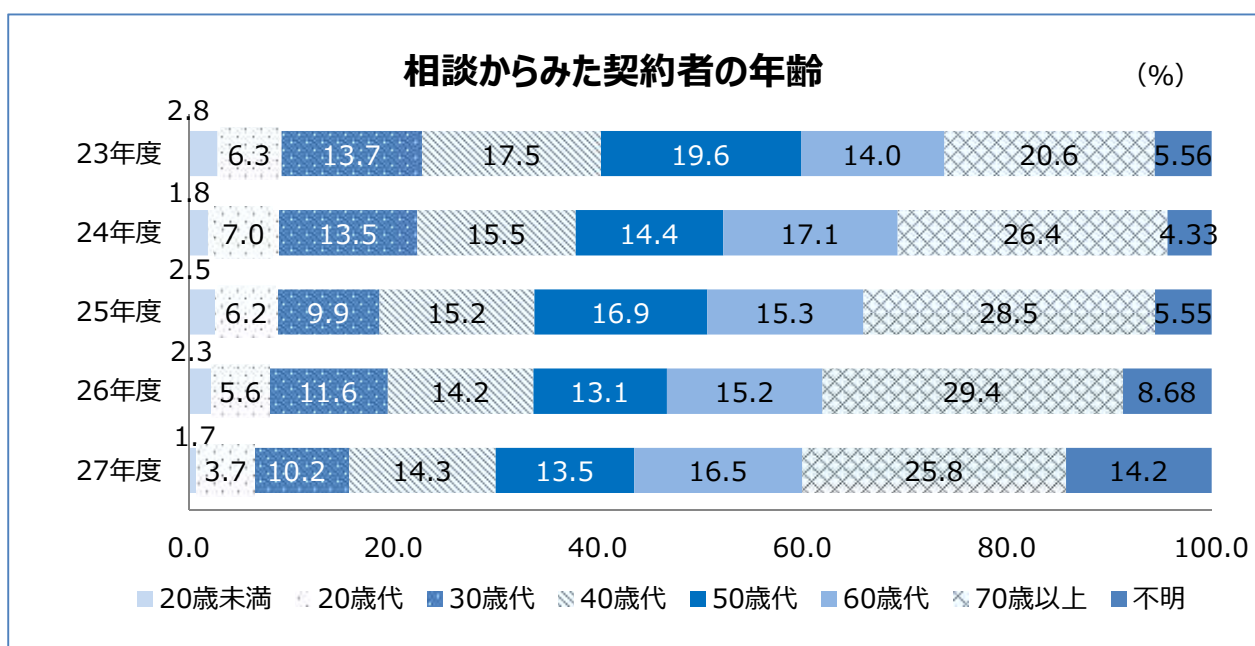
犯罪的な要素が強いこの事例に対し、平成26年度から急増した「インターネット, テレビの契約」に関する相談は、平成27年2月の通信事業の自由化に端を発した事例が多く、事業者、消費者ともに必要な知識を持たないままに契約してしまう事例が目立ちます。この事例では通信料等の請求が遅くなるため、問題が発覚するのが遅れ、解決が困難になることも頻繁にあります。

3. 相談から見える契約者の属性

① 高齢者の被害

全国的な傾向と同じく、契約者の年齢が高くなっており、平成 26 年度には 60 歳以上が 44.6%に達しています。年齢を回答しなかった方についても、相談内容からほとんど高齢者と推察され、実態としては半数以上が 60 歳以上であると考えられます。

相談内容では、高齢者を標的とした詐欺や悪質な勧誘の事例とともに、あまり内容が理解できないままに、スマートホンやインターネット通信の契約を取り交わしてしまう事例が多くあります。高齢者が一人で自宅にいる時間帯が長かったり、インターネット上でのやりとりが中心であったりして、家族と同居していても、被害に気付くのが遅くなる場合もあります。反対に、独居であっても、近隣の見守りにより未然にトラブルを防ぐことができるなど、すぐに解決して事なきを得る事例もあります。

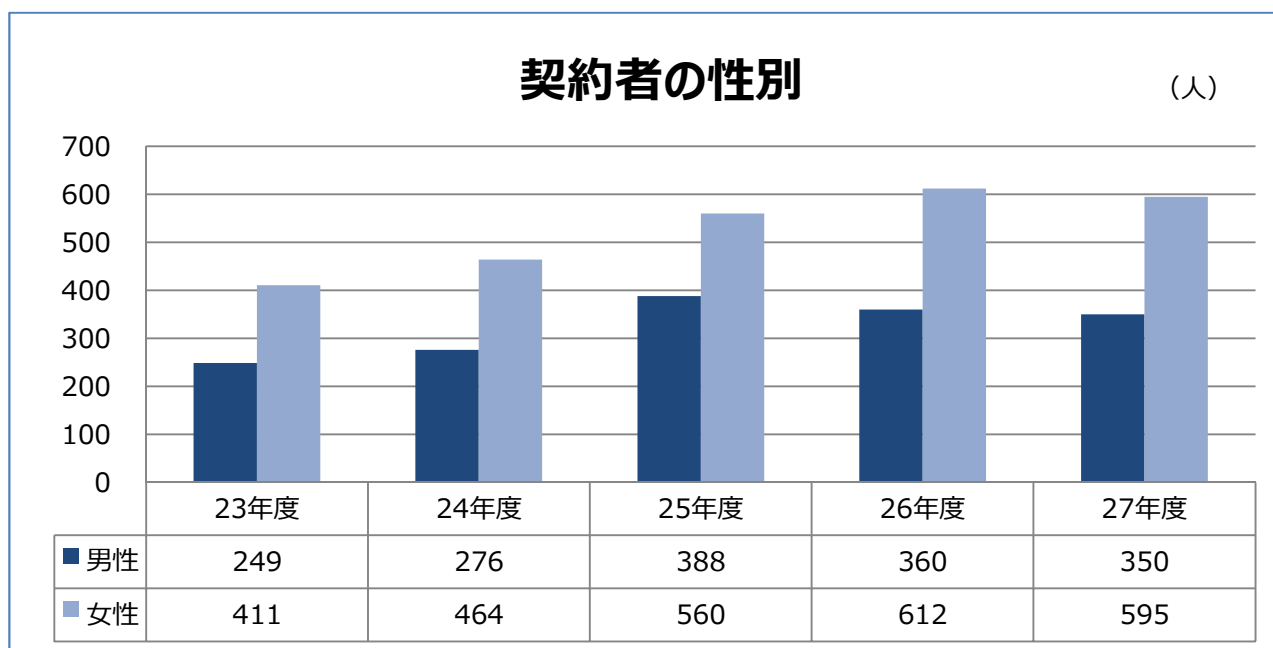


② 若者の被害

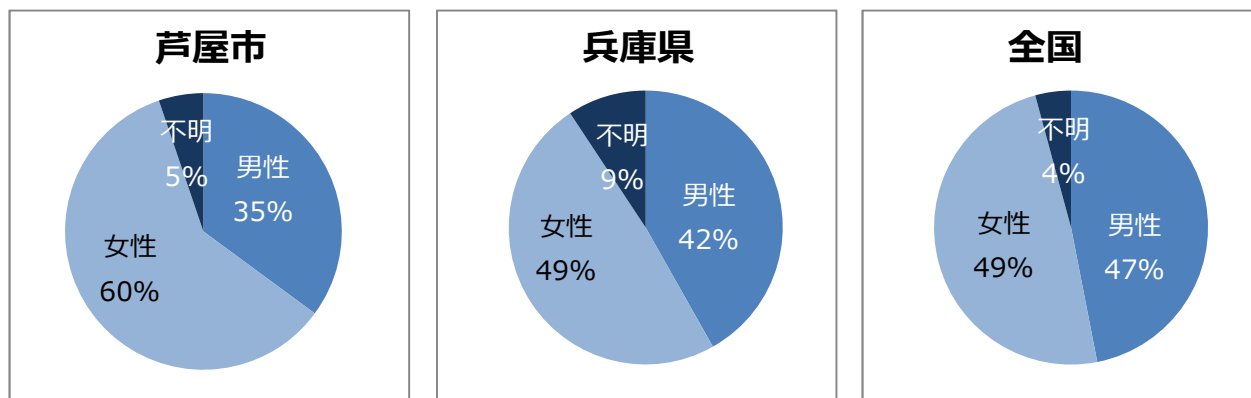
また、事例数は多くないものの 10 歳代、20 歳代の消費生活トラブルの相談は、大きく減ることなく一定数寄せられています。この年代層に多いのはゲームの課金、有料サイトの架空請求、インターネットによる商品購入です。インターネットの普及により、低年齢であっても消費生活トラブルに遭っていることに周囲が気づけず、被害額が大きくなってから相談に来る事例も見受けられます。また、子どもの消費生活トラブルの背後には、家庭環境の問題や友人間の人間関係の問題が疑われることもあります。

③ 女性の相談

性別では、女性が男性を大きく上回っており、総数が増加してもその構成比は5年間ほとんど変わりません。平成27年度の性別構成比について、国、兵庫県と比較すると、女性の契約者の比率が高いことが芦屋市の特徴です。本市では、女性が契約当事者となることができる比率が高いとも考えられます。



<参考> 平成27年度の契約者性別



④ 障がいのある方の相談

障がいがある契約者の消費生活トラブル相談が、平成26年度には総数のうち5%超を占めています。同年度の障害者手帳及び療育手帳の発行数の合計が人口比4.2%（重複保持があるため実人数はもっと少ないと考えられます）であることから、障がいのある人が被害に遭いやすい状況にあると考えられます。

2. 消費者教育の状況

消費者教育は、講座型事業として、専門家を講師として招く「くらしのセミナー」、体験を通じて学ぶ「消費生活フェア」、「料理教室」、「リサイクル教室」、市民のグループ、地域団体、学校などの依頼により消費生活相談員や職員が講師を務める「出前講座」等を行っています。

また、高齢者を対象とした配布物として、コープこうべ、西宮市と協働し、夕食宅配サービスとともに啓発チラシを配布、地域の高齢者施設の協力による啓発チラシ配布、市や関係団体のイベント等での情報提供を行っています。

市民から詐欺未遂や悪質商法について、消費生活センターや行政窓口に通報があった場合は、市のホームページ、サンテレビ情報チャンネル「まちナビ」、民間情報サイト等により最新の情報を市民に発信し、トラブルを未然に防ぐよう努めています。

消費者教育講座への参加状況

参加人数（人）

年	出前講座（集会所講座を含む）	くらしのセミナー	消費生活フェア	料理教室	リサイクル教室
H23	48	45	—	27	25
H24	481	46	76	27	29
H25	309	32	50	25	11
H26	233	46	341	27	5
H27	327	94	218	—	623

出前講座の出向先は、民生児童委員会や地域団体が主催する高齢者見守りの人材育成講座など、意識が高い地域団体が多く、受講者の働きかけにより、地域の集まりなどにも講師派遣しています。県立特別支援学校にも出向し、社会に出ていく生徒たちのために2年生向け、3年生向けの授業を学校と協力して行っています。平成27年度には、様々な分野で働く職員が、自らの行政サービスにおいて消費生活行政の観点を持つことができるよう、職員対象の研修に着手しました。また、地域で子どもの見守りを行っている青少年愛護協会に、子どもが巻き込まれやすい消費生活トラブルの事例を紹介し、早期発見と未然防止に、共に取り組んでもらえるよう意見交換を開始しました。

3. 消費生活に関する意識調査結果から考えられる課題

芦屋市の現状と、この計画策定に先立ち、平成28年1月に本市が実施した「消費生活行政に関する意識調査」結果から、下記の5つの課題が浮かび上がってきました。

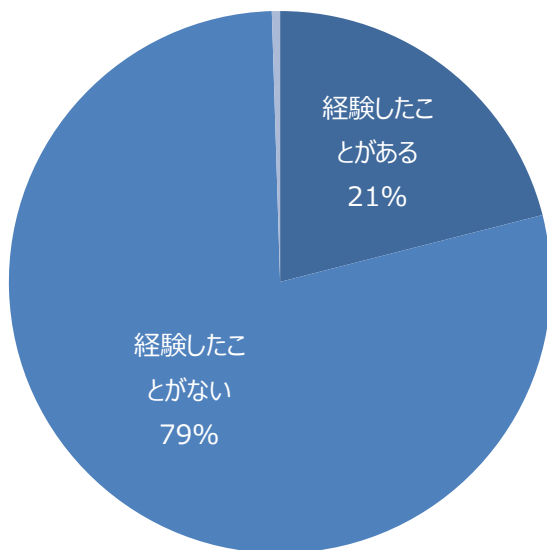
1. 「消費生活に関する問題」の範囲

① 年代による「消費生活に関する問題」の定義の差

問1で「消費生活トラブルの経験がある」と回答した人は21%で、その年齢別割合をみると、実際の相談件数が多く、被害も多いと予想していた高齢者層が、30歳代～50歳代よりも経験が少ないという結果となりました。

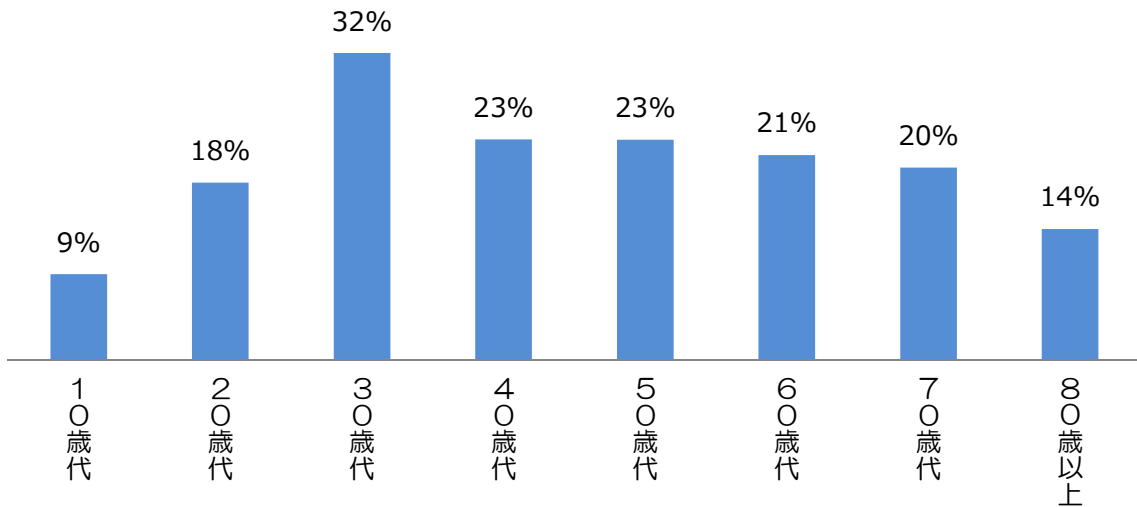
これは、30歳代～50歳代の相談が消費生活センターに寄せられていないこともありますが、どの程度を「消費生活トラブル」と捉えるかについて、非常に個人差が出ている可能性があり、特に高齢者層が考える「消費生活トラブル」との程度に差があると考えられます。

問1 あなたは過去3年間に、購入した商品や利用したサービスについて不安や不満を感じたり、改善してほしいと思ったことや、商品によってけがをしたり、不当な支払いをしたことはありますか？



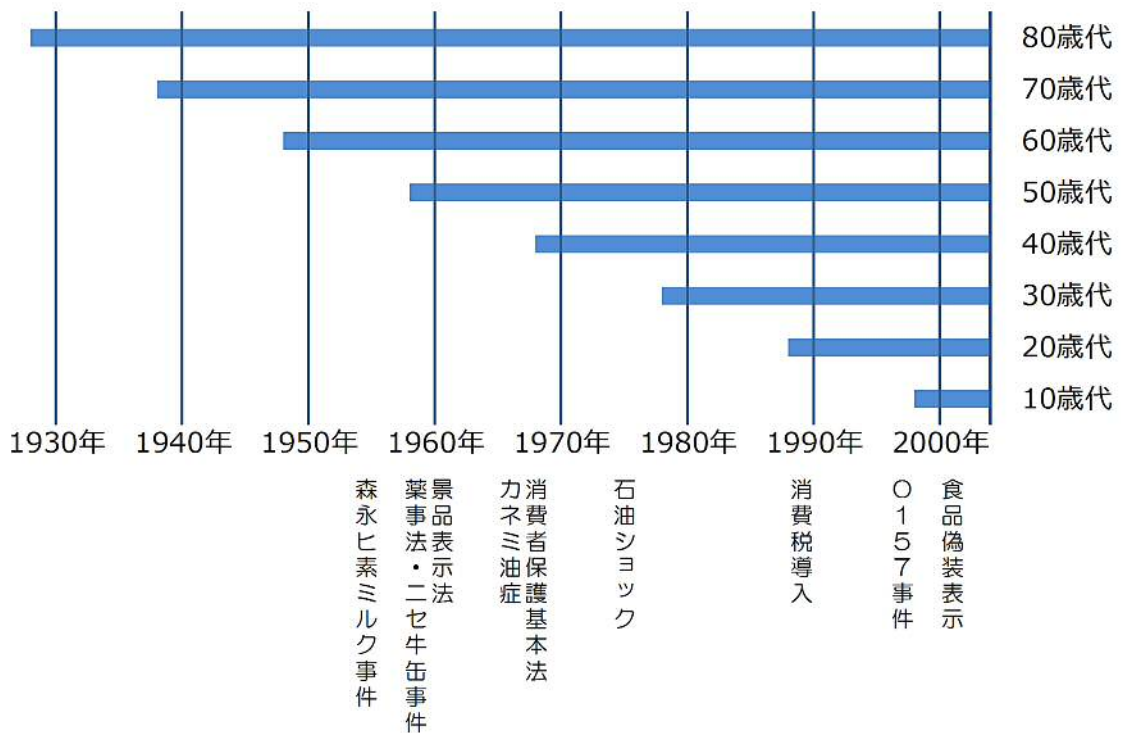
- ① 経験したことがある・・・ 221人
- ② 経験したことがない・・・ 818人
(記憶がない場合を含む)

消費生活トラブルの経験がある人の 年齢別割合



日本初の消費生活センターが神戸に設立された1965年当時、消費者保護の観点、環境保全、製品の安全面、食品衛生といったほとんどの分野で、現在より対策がはるかに立ち遅れていました。法律の整備や消費者の意識、課題への対策などが現在に近い状態になってきたのは、豊田商事事件の起こった1980年代、インターネットが普及してきた1990年頃を経た後であり、それまでに社会人として経済活動を経験した年代層にとっては、程度によって「不安」や「被害」と感じない可能性があります。

消費者問題の歴史



② 「消費生活に関する問題」のうち、本市の消費生活相談で取り扱えるものはごく一部

問6以降の設問では具体的な消費生活問題の項目を列挙していますが、実際に相談が発生した際に、すべての項目について消費生活センターが解決するわけではなく、適切な相談窓口を紹介する場合があります。

「食品の安全」を例にあげれば、食品の異物混入について相談があった場合、管轄である健康福祉事務所を案内します。消費生活センターが相談を受けても、調査の結果なども追跡できないことから、健康福祉事務所を案内するのですが、結果として「直接、健康福祉事務所に連絡していた方が早かった」と感じる方もいます。こういった相談者の負担を避けるため、消費生活センターで直接取り扱えるものをわかりやすくお知らせしていますが、「消費生活に関する問題は、すべて消費生活センター」と思っていた相談者にとっては、今回の自由記述欄に多くみられたように「センターの機能がわからない」「こんなことも消費生活行政に入るのか」という混乱につながっていると考えられます。

③ 自由経済社会における商取引の考え方が浸透していない

自由な経済活動の中では、事業者は各々事業を行い、消費者は状況等に応じて事業者を選択することができます。しかしながら、実際の相談内容には、接客態度や営業時間など、事業者と消費者双方に自由な選択権がある事柄について、行政の介入を求める内容も少なからずあります。問6で「契約についての基礎知識」を357人が必要と考えていることや、実際に出席講座等で質問しても十分浸透していないと感じられることから、基本的な知識がなければ「消費生活に関する問題」を正しく認識し辛いと考えられます。

問6 消費生活センターでは健全な消費社会実現に向け、セミナーを始めさまざまな事業を実施していきますが、どのような内容であれば参加したいですか？次の中からいくつでもお選びください。

講座のテーマ	人数
食品の安全について	381
契約についての基礎知識	357
訪問販売や通信販売(インターネット、テレビ、新聞広告など)の注意点について	341
クレジットカード、電子マネーなど金融の仕組みについて	332
詐欺的な悪徳商法の手口など	330
手助けが必要な高齢者、障がいのある方、子どもを守るための対策	281
新しい洗濯表示などの最新の商品知識	155
電化製品などの事故について	135
環境に配慮したグリーン購入について	81
その他	72

2. 「消費生活行政」の周知の必要性

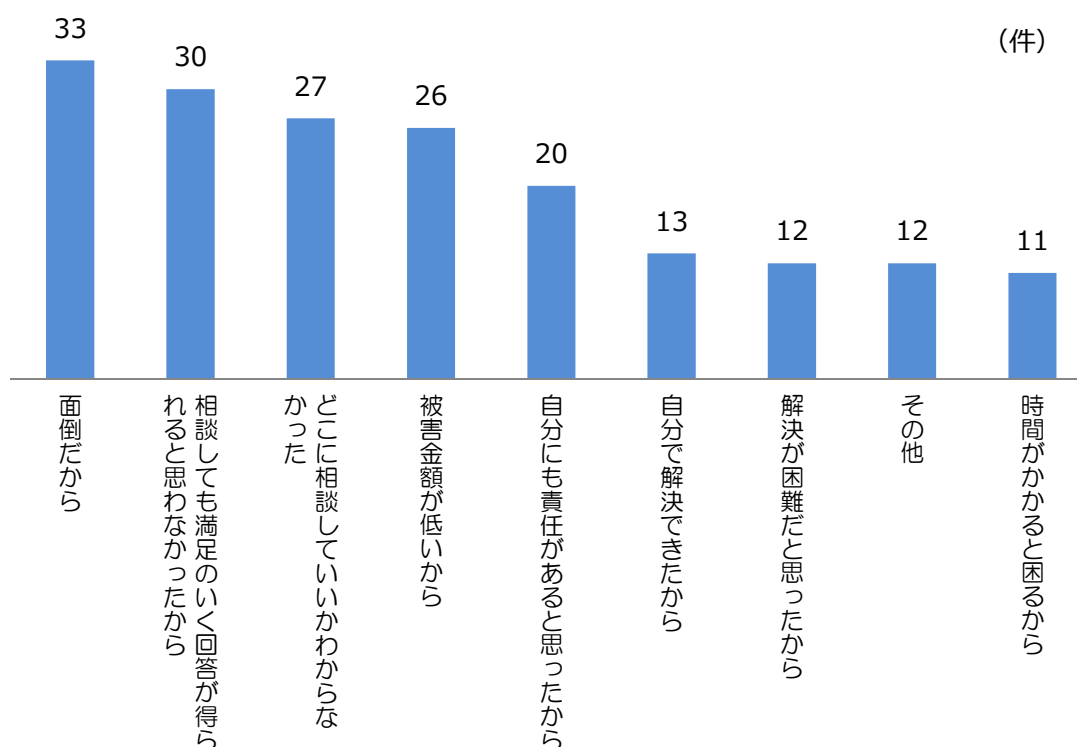
問1～問4の設問で、消費生活トラブルの有無や相談先等について意識調査を行った結果、「消費生活行政」の実態が市民に広く認識されていないと考えられ、その状況は概ね3つのグループに分かれます。

① 「消費生活に関する問題」を社会的なものとして捉えていないため、それを取り扱う行政サービスが存在するという事に思い至らない

全ての自由記述欄において、「自己責任である」「消費生活行政自体の必要性を感じられない」という回答が複数あり、また、問3のどこにも相談しなかった理由で「被害金額が低いから」「自分にも責任があると思ったから」という回答をあわせると、「どこに相談していいかわからなかった」と回答した人をはるかに超えます。

最近では未然に防止できた消費生活トラブルや、悪質商法の体験などを、消費生活行政に有益な情報として提供してくれる市民も増えてきましたが、このように社会的な問題と捉えていなければ、自分自身の落ち度のように感じ、相談しにくいことも考えられます。

問3 問2で「⑭ どこにも相談しなかった」と回答した方にお尋ねします。相談しなかった理由は何ですか？次の中からいくつでもお選びください。



② 消費者庁の発表やマスコミ報道などで消費生活行政の存在は知っているが、対象としている範囲がわからない

近年、消費者庁や国民生活センター業者情報や危険情報などを発表したものをマスコミ報道で知る機会が増えてきたため、消費生活行政自体は知っているものの、発表内容が重大事故や大規模な規則違反とそれに関する罰則などが中心であることが多く、自分が経験した消費生活トラブルが、消費生活行政の取り扱う範囲に入っているのかよく分からないということが考えられます。1. 「消費生活に関する問題の範囲」で述べた状況も大きくかかわっています。

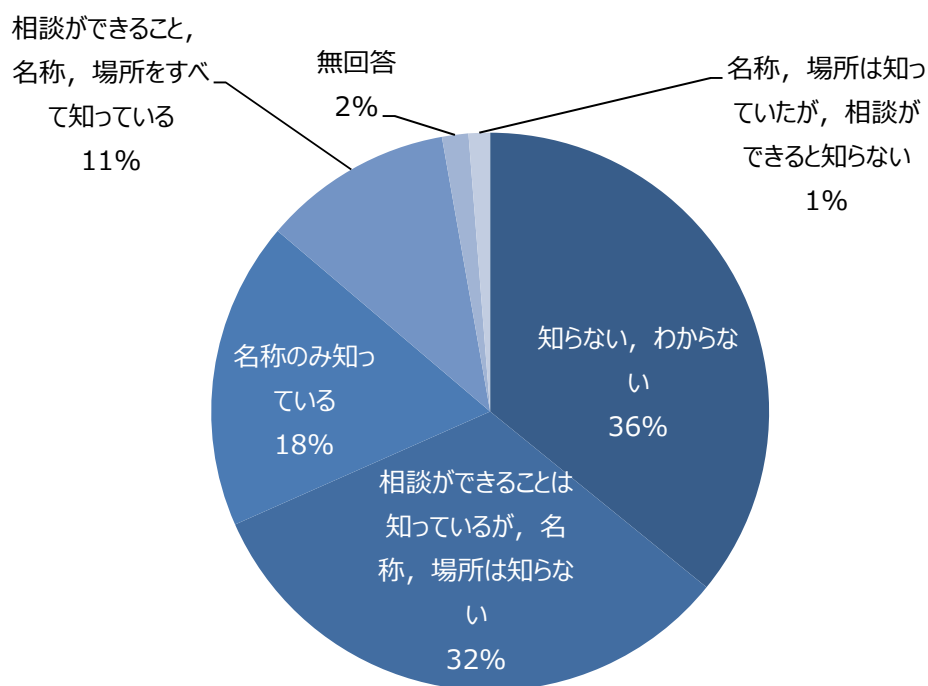
実際の相談においても、「こんなことを相談していいのかわからないのですが・・・」と最初に前置きする相談者はかなりの数に上ります。

③ 自分の経験は相談すべき内容であると思うが、相談窓口がわからない

事業者の連絡先さえ分からないなど、行政サービスの介入が必要な事態であるにもかかわらず、消費生活行政の最初の受付窓口がわからない場合ですが、問4の芦屋市消費生活センターの認知度が1割であることから、周囲の人に聞けばすぐにわかるという状況ではないと考えられます。

実際に消費生活センターにつながる電話相談のうち何割かは、消費者ホットライン（188番）にかけたものが自動接続されたもので、つながってから芦屋市消費生活センターにつながったことを知る相談者も多数います。また、他の行政窓口や関係団体からの紹介、民生児童委員、自治会や自主防災会の役員の方の案内により相談に来る相談者も多数います。

問4 芦屋市消費生活センターへの来所や電話での消費生活相談を行っているのをご存知ですか。また、名称やどこにあるか知っていますか？



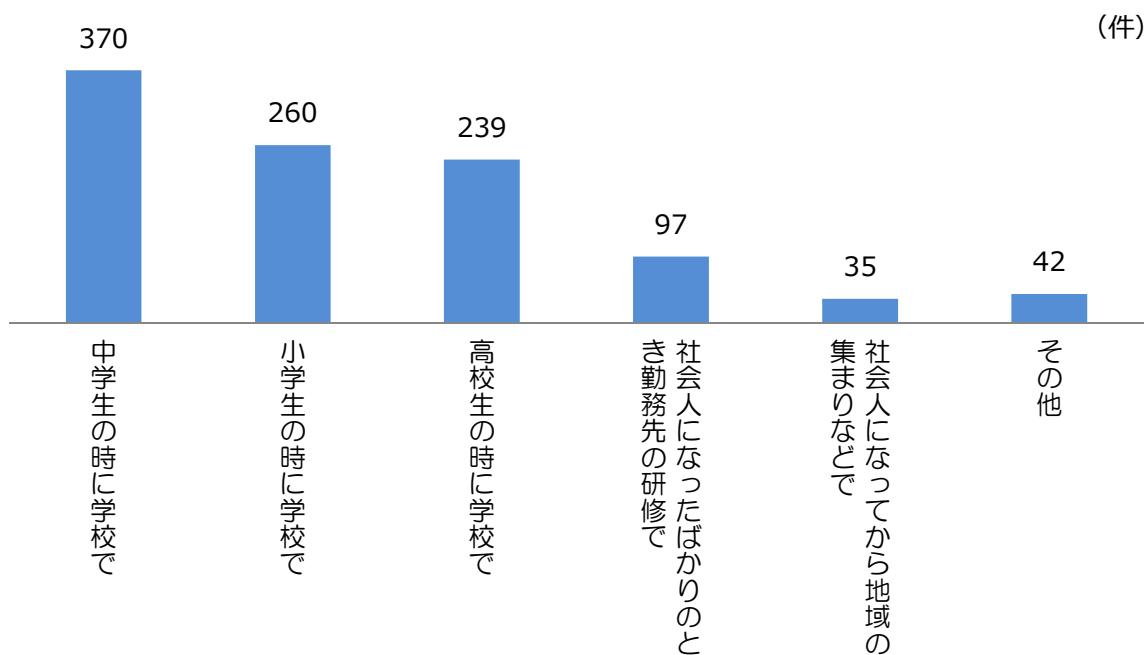
3. 消費者教育に適切な時期と進め方

問7で、消費者教育は「中学生の時に学校で」知るのがいいと思うという回答が最も多く、小学生、高校生が僅差で続くのですが、自由記述欄にもあるように、多くの回答者が1回きりでなく、「スタート時」の意味で回答したと推測できます。また、問8では18歳になるまでに、契約や金融の仕組みなど、成人になれば向き合わざるを得ない事項を知っておくべきという回答が突出しています。

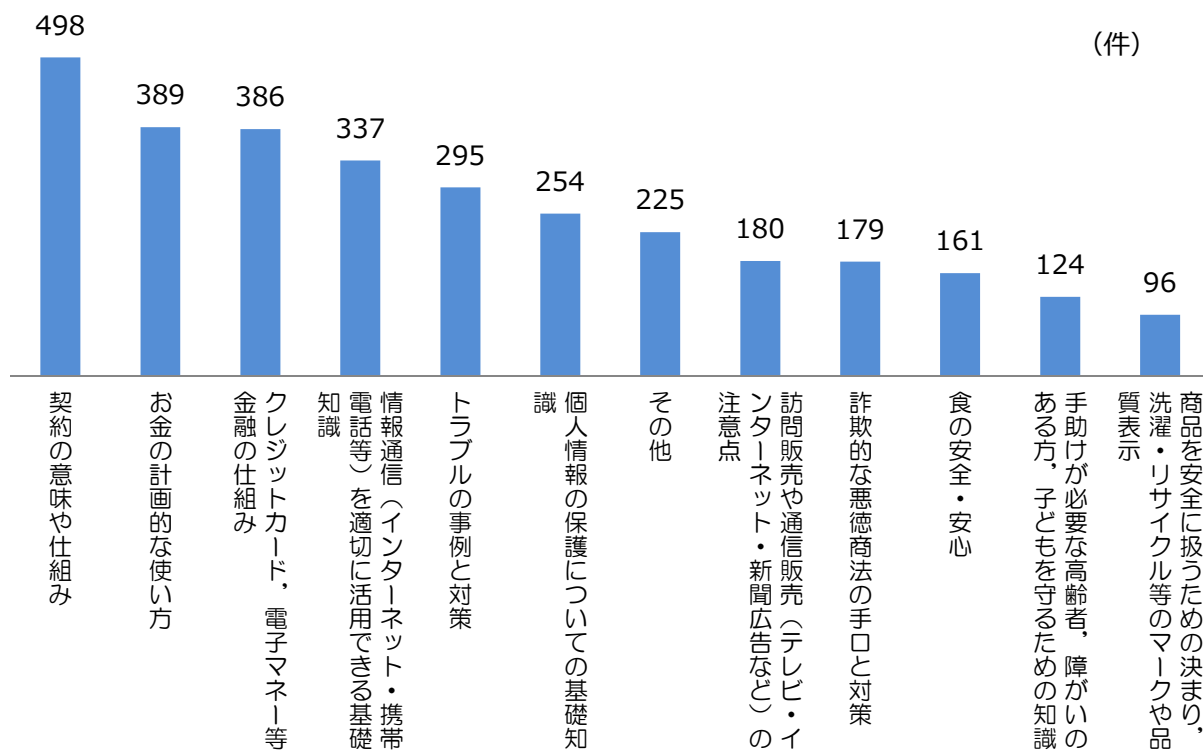
いずれの項目も、必ずしも学校教育でということではなく、家庭教育の大切さについても、ほとんどの自由記述欄に多数記載されていますが、一定年齢の期間にもれなく行うには学校教育が有効です。現在も小学校、中学校、高等学校において消費生活行政に関するカリキュラムがあり、授業を受けているのが現状です。

しかし、自由記述欄にある「必要になれば教育を利用する」「学生なのでピンとこない」「実際に被害に遭わないとピンとこない」という記述が実態を示しています。同じく自由記述欄にあるように「セミナーで一般論を話しても無駄」「被害者が身内にいるのといないのでは、全く危機感の持ち方が異なる。被害者によるトークイベントなど開いてみては」といった意見も踏まえ、消費生活センターから最新の情報や教材を学校教育に提供するなど、内容にも工夫が必要と考えられます。

問7 消費生活の知識について、あなたはどの時期に知るのがいいと思いますか？次の中から1つお選びください。



問8 平成28年6月以降、18歳で参政権が得られるようになりますが、18歳到達時点でどのような消費生活に関する知識を得ておくべきだと思いますか？①～③に該当するものに1つつ〇をつけてください。



4. 消費生活センターのありかた

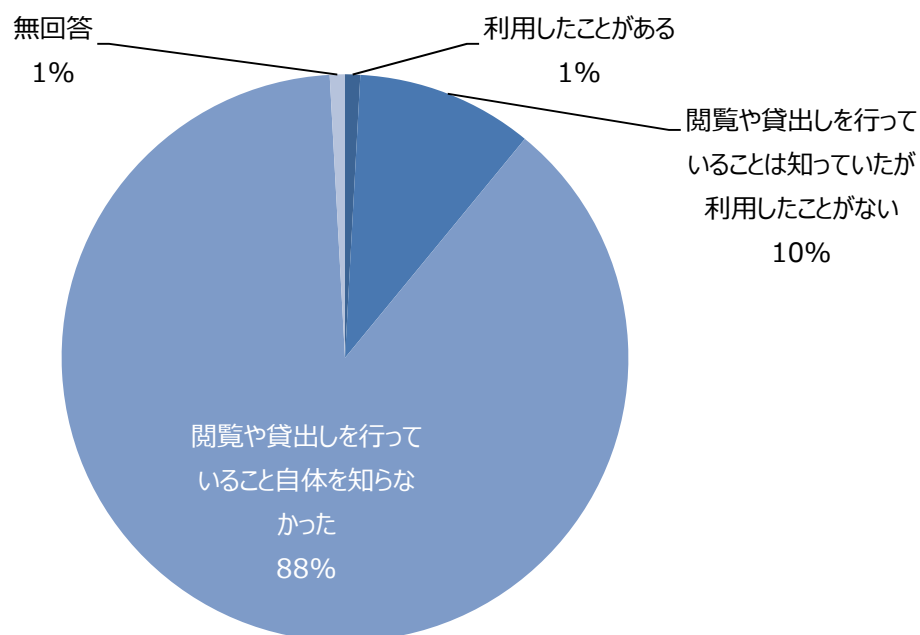
問2では消費生活トラブルにあった時の相談先として、販売店やメーカーなどの事業者側が併せて120件以上の回答があったにもかかわらず、消費生活センターへの相談は20件にとどまっています。また前述問4のとおり、消費生活センターの認知度は1割にとどまり、問5の消費生活センターにおける図書・資料の閲覧について、利用者は1%で88%は閲覧や貸出しできることを知りません。自由回答では、すでに行っているホームページでの最新情報の公開、事例紹介、Q&Aの要望が出ており、現在提供している情報のほとんどが十分に利用されていないことがわかります。今回の回答ではPR不足の指摘も多くありました。

子ども・高齢者・障がいのある方の見守りが消費生活行政の大きな柱の一つとなってきたため、従来にも増して他の行政窓口を進めており、今後は連携による課題解決を図っていることを含めPRも進めていく必要があります。

問2 問1で「①（消費生活トラブルを）経験したことがある」と回答した方にお尋ねします。購入した商品や利用したサービスについて不安や不満を感じたり、商品によってけがをしたり、不当な支払いをした際に、どこに相談しましたか？次の中からいくつでもお選びください。

相談先	回答数
どこにも相談しなかった	100
購入した販売店、販売担当者	71
メーカー（製造元・輸入元）	50
芦屋市消費生活センター	20
警察 *相談専用電話を含む	12
お困りです課、住宅相談センターなどの芦屋市役所の相談窓口 *お困りです課の法律相談や家事相談なども含む。	9
国民生活センター・兵庫県消費生活センター・消費者ホットラインなど	7
弁護士・司法書士	6
芦屋市水道工事業協同組合、芦屋市下水道工事業協同組合などの市内の業種別事業者団体	3
市内の業種別事業者団体	2
地域で見守りや防犯などの活動をされている方 *民生児童委員、自治会役員、自主防災会役員、コミュニティスクール役員など	1
市内の高齢者生活支援センター *東山手（和風園内）、西山手（アクティブライフ山芦屋内）、精道（芦屋市保健福祉センター内）、潮見（あしや喜楽苑内）の4ヶ所。	0
障がい者相談支援事業 *芦屋市保健福祉センター内	0
権利擁護支援センター *芦屋市保健福祉センター内	0

問5 消費生活センターでは消費生活についての図書、資料の閲覧や貸出しを行っています、利用したことはありますか？



5. 現在、消費者教育を受けることが難しい環境にある人への消費者教育のありかた

情報伝達の方法や消費者教育の内容に関する質問では、現在の方法では情報や教育を受けることが難しい人のご意見が寄せられました。

情報の伝達手段として、突出して希望の多かった「広報あしや」については、平成28年度から各戸配布へと変更になるため、外出が難しく郵送を希望する人全体のニーズに応えることができると考えられます。一方で、媒体の性格上、最新情報を伝えることが難しいため、外出が難しい方とその反対に自宅で過ごす時間が短い方の双方に、最新の情報を伝えていく手段を検討する必要があります。

消費者教育に関しては、前述の状況のとおり、講座などが平日の日中に開催されることが多く、参加いただける方が偏っています。休日や祝日に開催することで、平日勤務の人に参加してもらうことはできますが、介護や育児などで参加し辛い方にとっては、条件はあまり変わりません。回答者から提案があったように、自治会などのご協力を得て掲示板に貼ってもらう、育児や介護イベントと組み合わせるなど、講座形式でない教育プログラムの検討が必要と考えられます。

第3章 これからの消費者教育

1. 今後の消費者教育に必要なこと

前章で提起した「意識調査から見えてきた5つの課題」の解消に向けて、芦屋市の現状を踏まえた上で、今後の消費者教育に取り組んでいく必要があります。

現在の消費者教育は、社会教育を受ける機会のある、在宅高齢者と地域活動団体、学校教育のカリキュラムに偏っており、切れ目のない消費者教育の提供や、特に被害に遭いやすい立場の方の被害を防ぐためには、現在の取り組みに加え、新たな取り組みが必要であることがわかりました。

また、これまで、自らは被害を受けないという視点で消費者教育に接してきた人たちに、自らの行動が消費者市民社会を築くということを認識してもらうためにも、今後の消費者教育には、次の11の観点から具体的な事業展開が必要だと考えられます。

今後の消費者教育に必要なこと（11項目）

今後の消費者教育に必要なこと（11項目）	
項目 1	学校教育を通じた消費者教育の充実
	義務教育での消費者教育の質を向上させ、他の教科の知識と関連付けながら消費者市民社会の概念を浸透させる。
項目 2	高等学校、大学と連携した成人年齢前後に必要な消費者教育の充実
	高等学校、大学と連携し、成人年齢前後に必要な消費者教育及び消費者市民社会の概念浸透を徹底する。
項目 3	子どもの消費生活トラブルの防止、早期発見及び再発防止と家庭教育の充実
	青少年育成愛護委員会、子育て支援センター等、子どもの育成や安全に関する行政窓口や地域活動団体との連携により、子どもの消費生活トラブルを防止、早期発見に努めるとともに、再発防止と家庭教育につなげる。
項目 4	障がいのある人の消費生活トラブルの防止、被害減少に向けた学校や地域における取り組み
	障がいのある児童・生徒に対する学校での消費者教育の体系化と地域での自立サポートの一環としての消費生活情報提供により、悪質商法等のターゲットになりやすい障がいのある人の被害を減らす。

項目 5	既存の地域活動団体との連携強化による消費生活行政面での高齢者等の見守り継続
	既存の地域活動団体と最新情報の相互共有などの連携を強化し、消費生活行政面での高齢者等の見守りを徹底する。
項目 6	消費者教育の一環を担う、地域での消費生活活動を担う人材育成
	消費者教育の一環を担う、消費生活相談の周知に努めるなど、地域での消費生活活動を担う人材育成する。
項目 7	消費生活行政間の連携強化による消費者教育の効率化
	環境保全・食品の安全・交通安全等、消費生活行政の事業が属する他の所管との連携を強化し、効率よく市民に混乱を与えない消費者教育を実施する。
項目 8	消費生活行政との接点が少ない就労者などに対する、身近な機関からの情報提供や啓発の充実
	これまで消費生活行政との接点が少ない就労者などに対し、自治会や学校などの身近な機関からの情報提供や接触しやすい媒体の利用により啓発を進め、消費者市民社会の概念を浸透させる。
項目 9	市内事業者への消費生活関連情報の提供等による、安全で安心な芦屋市の実現
	市内で活動する事業者に対し、消費生活行政や消費者市民社会についての情報を提供し、安全で安心な芦屋市実現に連携して取り組む。
項目 10	計画推進に向けた消費者教育推進地域協議会（仮称）の設置
	計画推進に向けて、消費者教育推進地域協議会（仮称）を設置する。
項目 11	消費生活センターにおける相談窓口、情報提供、消費者教育のセンター機能の強化
	消費生活センター機能を強化し、安全で安心な芦屋市と消費者市民社会の実現に取り組む。

第4章 計画の目標と基本施策

【イメージ図】

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

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

- 消費者教育推進地域協議会（仮称）の設置
- 消費生活センター機能の強化
- 庁内連携の強化
- 子どもの消費者教育の推進
- 障がいのある人に関するシームレスな消費生活教育の実現
- 高齢者への消費者教育の推進

推進の
方向性

参画と協働による消費者教育の推進と
相互連携による地域の消費者力向上

- 民間事業者との協働事業による消費者教育の実現
- 消費生活行政との接点が少ない人への身近な機関からの情報提供や啓発の充実
- 芦屋市権利擁護支援センターとの連携
- 地域の各団体との連携及び協働事業の展開
- 消費者団体強化支援
- 消費生活サポーター制度の設立

基本
施策 2

今後の消費者教育に必要なこと

- 1 学校教育を通じた消費者教育の充実
- 2 高等学校、大学と連携した成人年齢前後に必要な消費者教育の充実
- 3 子どもの消費生活トラブルの防止、早期発見及び再発防止と家庭教育の充実
- 4 障がいのある人の消費生活トラブルの防止、被害減少に向けた学校や地域における取り組み
- 5 既存の地域活動団体との連携強化による消費生活行政面での高齢者等の見守り継続
- 6 消費者教育の一環を担う、地域での消費生活活動を担う人材育成
- 7 消費生活行政間の連携強化による消費者教育の効率化
- 8 消費生活行政との接点が少ない就労者などに対する、身近な機関からの情報提供や啓発の充実
- 9 市内事業者への消費生活関連情報の提供等による、安全で安心な芦屋市の実現
- 10 計画推進に向けた消費者教育推進地域協議会（仮称）の設置
- 11 消費生活センターにおける相談窓口、情報提供、消費者教育のセンター機能の強化

「消費生活行政に関する意識調査」結果から浮かび上がった5つの課題

1	「消費生活に関する問題」の範囲	①年代による「消費生活に関する問題」の定義の差 ②「消費生活に関する問題」のうち、消費生活相談で取り扱えるものはごく一部 ③自由経済社会における商取引の考え方が浸透していない
2	「消費生活行政」の周知の必要性	①「消費生活に関する問題」を社会的なものと捉えていないため、それを扱う行政サービスが存在するということに思い至らない ②テレビなどの報道で消費生活行政の存在は知っているが、対象範囲がわからない ③自分の経験は相談すべき内容であると思うが、相談窓口がわからない
3	消費者教育に適切な時期と進め方	①開始時期を学校教育として、生涯にわたって必要 ②現行の学校教育に工夫が必要
4	消費生活センターのありかた	①名称、場所、機能が知られていない ②センター機能充実が必要
5	現在、消費者教育を受けることが難しい環境にある人への消費者教育のありかた	①就労、子育て、介護、高齢、障がいなどで、現行の情報媒体では情報を得るのが困難 ②地域とのかかわりが希薄 ③現行の情報媒体に興味を持ち難い

「消費生活行政に関する意識調査」

1. 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

消費者教育の最大の目的は、消費者が自らの権利を守り、安全・安心に生活できるようになることを支援することであり、そのために消費者一人ひとりが考え、より良い選択できる力をつけるとともに、地域全体の消費者力により、安全なまちづくりを進めていくことです。

また、被害に遭わないよう努めるだけでなく、自らの消費行動が社会経済や企業活動に与える影響を消費者が理解し、主体的に行動することにより、次世代につながる公正で豊かな消費者市民社会の実現を目指します。

2. 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

消費者が、自ら考え、選択し、行動できる消費者力を身に着けるために、家庭教育、学校教育、社会教育を通じ、生涯にわたって、それぞれのライフステージに応じた消費者教育の機会を提供します。

また、各ライフステージに加え、障がいがある、子育てや介護中の家庭であるなど、消費者を取り巻く環境は様々です。新たな手法で情報提供を行うなど、それぞれの置かれている環境や状況に応じた消費者教育の推進に取り組みます。

推進の方向性

1. 消費者教育推進地域協議会（仮称）の設置
2. 消費生活センター機能の強化
3. 庁内連携の強化
4. 子どもの消費者教育の推進
5. 障がいのある人に関するシームレスな消費生活教育の実現
6. 高齢者への消費者教育の推進

2. 参画と協働による消費者教育の推進と相互連携による地域の消費者力向上

消費者が自らの権利を守り、安全・安心に生活できるようになるためには、消費生活トラブルや消費者被害の未然防止、早期発見、早期解決、再発防止などを実現していくことが重要です。そのためにも、当事者である消費者自身や地域活動団体、商品やサービスを提供する立場の事業者、支援する立場の行政が相互に連携し、情報提供、情報共有をすることで地域見守り力を強化し、安全で安心な地域社会を目指します。

また、消費者市民社会の実現に向けて、市民の自主的な活動や、消費者教育の一環を担う、地域での消費生活活動を担う人材育成を支援するなど、消費者教育の推進における市民の参画と協働を促進します。

推進の方向性

1. 民間事業者との協働事業による消費者教育の実現
2. 消費生活行政との接点が少ない人への身近な機関からの情報提供や啓発の充実
3. 専門相談支援機関との連携
4. 地域の各団体との連携及び協働事業の展開
5. 消費者団体強化支援
6. 消費生活サポーター制度の設立

第5章 具体的施策の展開

1. 消費者教育における各機関の役割

1. 国の役割と市の役割

国と市は、消費者教育の充実を図るため、関係機関と連携し、消費者教育推進の施策を実施する責任があります。

国は全国的な視点に立って行われなければならない施策等を重点的に実施し、市は人口規模や年齢構成などの社会的状況や、産業構造などの経済的状況に応じた施策を策定し、実施する責任を負っています。

2. 関連課分野との連携

消費者教育推進法では「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を図ることが求められています。それぞれ目的、内容は違いますが、消費者の自立を支援し、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消費者教育につながるため、連携して進めていくことで、より効果的・効率的に教育を推進することができます。

3. 学校教育との関連性

小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等においては、学習指導要領の趣旨の周知・徹底を図り、各教科において充実した消費者教育が行われるよう努めることに加え、優れた教材の開発や教職員の指導力向上、消費生活や消費者教育について専門的知識を有する外部人材の活用、関係機関との連携が求められています。

成年と未成年が混在する大学等においては、消費者の権利と責任が大きく変化することも踏まえ、学生のもつ様々な側面に応じ、積極的に消費者教育に取り組み、学生への生活支援を行うのみならず、自立した社会人としての消費者、職業人としての生産者・サービス提供者の育成等を行うことが求められています。

4. 地域社会の役割

地域においては、消費者教育に接しやすい環境を整えることが重要であり、消費者団体等が主となって活躍することが求められます。また、孤立しがちな単身の高齢者や障がいのある人を地域で支え合うための仕組みの中で、消費者教育がなされる必要もあり、既存の地域の見守りネットワークの活動の中で、消費者教育、啓発活動をより強化することが考えられます。

5. 家庭の役割

家庭においては、生涯にわたる消費者教育の基礎となる最初の消費者教育や、家庭外で得た知識の共有化により、消費教育の効果を増幅させることが求められます。

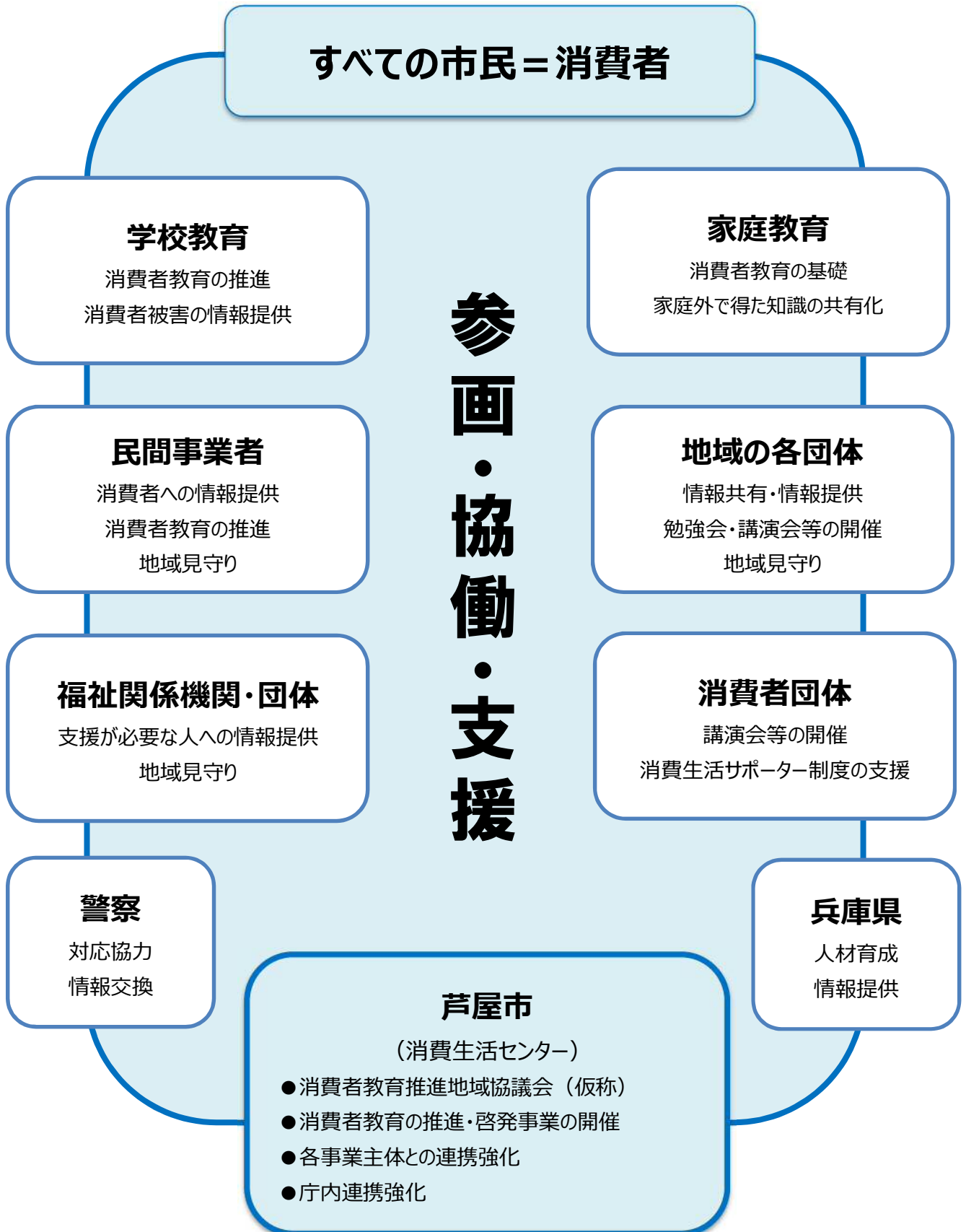
6. 事業者の役割

事業者は、自らが顧客満足度の声を生かし、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画できるような、情報提供や商品やサービスの開発、提供を行うことが期待されます。

また、従業者に対しても、消費生活に関する知識及び理解を深めるために研修を実施する、環境保護活動への参加を促すなど、消費者市民社会を形成する消費者を育成することが期待されています。

2. 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

【推進体制イメージ図】



1. 消費者教育推進地域協議会（仮称）の設置

消費者教育の推進に関する法律に基づき、消費者・消費者団体や、事業者、教育関係者、社会教育関係者、高齢者団体、その他関係機関等をもって、消費者教育推進地域協議会（仮称）を設置し、消費者教育の推進を図るとともに、消費者教育推進計画の進捗状況を確認します。

2. 消費生活センター機能の強化

消費生活相談の状況を踏まえ、相談が増加している消費生活トラブルや、高齢者や障がいのある人、子どもの消費生活トラブル等、各年代に応じて必要な情報や学習機会の提供を行います。また、消費生活セミナー等を開催するとともに、出前講座の対象者を拡大し利用しやすく努め、消費生活単独のセミナーには参加しづらい消費者を対象に、福祉や子育て等の各種イベントでの消費啓発も行い、幅広い年代層へ消費者教育を推進していきます。

項目	取り組み	期待される目標	達成指標	担当課
	具体的な内容		最終達成年度	連携先等
1	消費生活出前講座の対象者を拡大する。	1人でも多くの市民が知識を身につけ、消費生活トラブルを事前に回避できるようになる。 消費生活トラブルにあったときに対処できる力が身に付く。	出前講座の実施	経済課
	平日だけでなく、休日・祝日や夜の時間帯等も対象とし、地域の団体や民生委員等の研修会等に講師を派遣し、希望に沿った消費生活の講座を開催する。		平成 29 年度末	
2	各種イベントで消費生活トラブルの啓発を行う。	消費生活行政との接点が少ない世代を含め、幅広い年代が知識を身につけ、消費生活トラブルを事前に回避できるようになる。 消費生活トラブルにあったときに対処できる力が身に付く。	各種イベントでの啓発	経済課
	福祉や子育て関連イベント等で、パネル展示やトラブル事例の紹介を通じて、広い年代層に情報を提供する。		平成 29 年度末	イベント開催課
3	商業系イベント等、民間事業者による消費イベントの実施を支援する。	民間事業者が率先して消費者教育を行うことで、市民が知識を身につける機会が増える。	民間事業者による消費イベントの実施支援	経済課
	商業系イベント等、民間事業者による、食育などの消費イベントの実施を支援する。		平成 29 年度末	民間事業者
4	消費生活センター図書貸し出しを啓発する。	市民が消費生活に関する情報や知識を身につけ、消費者市民社会を実現する。 市民が消費生活センターの機能を理解し、センターの有効活用を目指す。	ホームページ掲載	経済課
	貸出し図書一覧を作成し、消費生活センターのホームページ上に掲載する。		平成 29 年度末	
5	各種啓発により、消費生活センターの機能を周知する。	警察や各課に消費生活相談があった場合に、スムーズに消費生活センターを紹介してもらえるようになる。	各機関からのスムーズな紹介	経済課
	庁内研修や広報等を通じて、消費生活センターの機能を周知する。		平成 29 年度末	関係機関

3. 庁内連携の強化

今までは、庁内各部署において所管の教育や啓発事業を個別に行っていましたが、消費者教育の観点から各事業を見直し、消費生活行政の事業が属する環境保全や、食品の安全、交通安全等において、庁内連携を強化することにより、効率よい消費者教育の実施を目指します。

項目	取り組み	期待される目標	達成指標	担当課
	具体的な内容		最終達成年度	連携先等
1	循環型社会の構築のため、3R活動*などの省資源の取り組みと、グリーン購入*を進める啓発活動の検討を行う。	環境負荷を低減し、循環型社会を実現する。	リーフレット等の配布	環境課
	現在、市ホームページにて3R活動及びグリーン購入の情報提供を行っているが、イベント等において、リーフレット、マイバックの配布や、展示啓発を行う等、効果的な啓発活動の検討を行う。		平成31年度末	
2	リユースフェスタを共催する。	リユース、リサイクルの知識や、ごみ減量に向けた意識を身につけ、消費者市民社会、循環型社会を実現する。	リユースフェスタの共催	環境施設課
	リユースフェスタにおいて、経済課がリサイクル教室を行う。		平成29年度末	経済課
3	リサイクルに関するパンフレットを発行する。	リユース、リサイクルの知識や、ごみ減量に向けた意識を身につけ、消費者市民社会、循環型社会を実現する。	パンフレットの発行	環境施設課
	リサイクルに関するパンフレットを経済課と共同発行し、リサイクルの促進を行う。		平成31年度末	経済課
4	食育講座を共催する。	食に関する正しい知識等を身につけ、健康的な生活を送ることができるようになる。	食育講座の共催	健康課
	食品の安全性、食習慣などについての正確な情報の提供を行う。		平成31年度末	経済課
5	食育に関するパンフレットを発行する。	食に関する正しい知識等を身につけ、健康的な生活を送ることができるようになる。	パンフレットの発行	健康課
	経済課と共同で、食品の安全性、食習慣などについてのパンフレットを発行し、情報の提供を行う。		平成31年度末	経済課
6	交通安全に関する講座を開催する。	交通安全に関する正しい知識を身につけ、安全・安心な社会を実現する。	講座の開催	建設総務課
	自転車の正しい利用方法等、交通安全に関する講座を開催する。		平成30年度末	交通安全協会 経済課
7	各種イベントで消費生活トラブルの啓発を行う。(再掲)	消費生活行政との接点が少ない世代を含め、幅広い年代が知識を身につけ、消費生活トラブルを事前に回避できるようになる。 消費生活トラブルにあったときに対処できる力が身に付く。	各種イベントでの啓発	経済課
	福祉や子育て関連イベント等で、パネル展示やトラブル事例の紹介を通じて、広い年代層に情報を提供する。		平成29年度末	イベント開催課

8	児童生徒、教職員に対し、消費生活情報を提供する。	児童・生徒による消費生活トラブルや詐欺被害について、未然防止、早期発見、早期解決できるようになる。	スマホ教室等の実施	学校教育課 打出教育文化センター
	各小中学校で実施する「スマホ教室」等の開催により、児童生徒の消費生活トラブル等の未然防止に努める。		平成 31 年度末	経済課
9	子育て家庭へ消費生活トラブル情報を提供する。	親や子どもが消費生活トラブルの知識を共に身につけ、事前に回避できるようになる。 消費生活トラブルにあったときに対処できる力が身に付く。 家庭教育の機会が増える。	チラシ・リーフレットの配架 出前講座の開催	経済課
	子どもの事故情報に関するチラシ・リーフレットを、子育て家庭が立ち寄る場所に配架する。また子育て家庭を対象に、消費生活トラブルの出前講座を行う。		平成 29 年度末	医師会 歯科医師会 子育て推進課 健康課 学校教育課 上宮川文化センター
10	必要時に最新情報を交換する。	情報交換、情報共有により、消費生活トラブルの拡大防止を目指す。 各機関の特性を生かし、様々な角度から消費生活トラブルへ対策をとることができるようになる。	情報交換の場への参加	経済課
	子どもの消費生活トラブルが多発したとき等、必要時に関連部署が集まって、情報交換、提供を行う。		平成 31 年度末	警察 子育て推進課 学校教育課 上宮川文化センター 青少年愛護センター
11	障がいのある人向け窓口案内リーフレットを作成する。	障がいのある人の消費生活トラブルや詐欺被害が早期に発見され、早期解決できるようになる。 消費生活トラブルにあったときに自ら対処できるようになる。	リーフレット作成、周知、 啓発	経済課 障害福祉課 地域福祉課
	アンケート結果を踏まえて障がいのある人向けに消費生活に関する相談窓口を案内する。		平成 29 年度末	権利擁護支援センター
12	外国語で消費生活トラブル事例等を紹介する。	外国人が日本の消費生活トラブルに関する知識を身につけ、事前に回避できるようになる。 消費生活トラブルにあったときに対処できるようになる。	Ashiya News Letter 掲載	経済課
	Ashiya News Letter に消費生活トラブル事例等を掲載する。		平成 29 年度末	広報国際交流課
13	マンションの掲示板などに啓発チラシを掲示する。	外出が難しい市民が消費生活トラブルに関する知識を身につけ、事前に回避できるようになる。 消費生活トラブルにあったときに対処できるようになる。	啓発チラシの掲示	経済課
	外出が難しい市民が見ることができるように、マンションの掲示板等に啓発チラシを掲載する。		平成 31 年度末	市民参画課 住宅課
14	市民課窓口番号案内システムでの消費生活情報の放映を検討する。	来庁した市民に平等に消費生活情報を配信することで、日ごろ消費生活に興味がない市民も無意識のうちに知識を身につけ、消費生活への関心が深まり、消費生活トラブルを事前に回避できるようになる。	放映	経済課
	市民課での待ち時間を利用して、窓口番号案内システムでの消費生活情報の放映を検討する。		平成 29 年度末	市民課
15	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。	高齢者が消費生活トラブルの知識を身につけ、事前に回避できるようになる。 消費生活トラブルにあったときに対処できるようになる。 高齢者の消費生活トラブルについて、未然防止、早期発見、早期解決できるようになる。	チラシ・リーフレットの配布 出前講座の開催	上宮川文化センター
	高齢者が身近なセンターで消費生活に関する情報を得られるようにする。		平成 31 年度末	経済課

4. 子どもの消費者教育の推進

① 子どもの消費生活トラブルの防止，早期発見及び再発防止と家庭教育の充実

青少年育成愛護委員会，子育て支援センター等，子どもの育成や安全に関する行政窓口や地域活動団体との連携により，子どもの消費生活トラブルを防止，早期発見に努めるとともに，再発防止と家庭教育につなげます。また，買い物などの身近な消費活動や文化財に触れ，商売や金融，商品の価値等について学ぶ機会を提供するなど，消費者教育を推進します。

項目	取り組み	期待される目標	達成指標	担当課
	具体的な内容		最終達成年度	連携先等
1	子育て家庭へ消費生活トラブル情報を提供する。(再掲)	親や子どもが消費生活トラブルの知識を共に身につけ，事前に回避できるようになる。 消費生活トラブルにあったときに対処できる力が身に付く。 家庭教育の機会が増える。	チラシ・リーフレットの配架 出前講座の開催	経済課
	子どもの事故情報に関するチラシ・リーフレットを，子育て家庭が立ち寄る場所に配架する。また子育て家庭を対象に，消費生活トラブルの出前講座を行う。		平成 29 年度末	医師会 歯科医師会 子育て推進課 健康課 学校教育課 上宮川文化センター
2	青少年愛護センターと最新情報を交換する。	情報交換，情報共有により，消費生活トラブルの拡大防止を目指す。 家庭教育の機会が増える。	情報交換の定例化	青少年愛護センター
	愛護班集会等で，子どもの消費生活トラブル等に関する情報交換を行う。		平成 30 年度末	経済課
3	子どもを対象とした市内文化財利用を促進する。	幼少時から商品の価値や価格決定を左右する文化的背景を知る。	イベントの開催	生涯学習課
	学校教育以外で地域の子どもが文化施設を利用してイベントを実施するなど，文化価値の高いものに触れる機会を増やす。		平成 29 年度末	経済課
4	必要時に最新情報を交換する。(再掲)	情報交換，情報共有により，消費生活トラブルの拡大防止を目指す。 各機関の特性を生かし，様々な角度から消費生活トラブルへ対策をとることができるようになる。	情報交換の場への参加	経済課
	子どもの消費生活トラブルが多発したとき等，必要時に関連部署が集まって，情報交換，提供を行う。		平成 31 年度末	警察 子育て推進課 学校教育課 上宮川文化センター 青少年愛護センター
5	小学生が商店街を体験する。	子どもころから商売や金融の仕組みを知る。	商店街体験の実施	経済課
	子ども会，コミスクの子どもを対象に，クイズやゲーム等を交え，地域の商店街の探検ツアーを実施する。		平成 30 年度末	商工会 商店街会
6	保護者を対象とした子どもの消費生活トラブル等に関する研修会を開催する。	親が消費生活トラブルの知識を共に身につけ，事前に回避できるようになる。 消費生活トラブルにあったときに対処できる力が身に付く。 家庭教育の機会が増える。	研修会の開催	青少年愛護センター
	保護者を対象に，子どもの消費生活トラブル等を演題とした合同研修会を開催する。		平成 31 年度末	芦屋市中学校区青少年健全育成推進会議 芦屋市青少年育成愛護委員会 経済課

② 学校教育を通じた消費者教育の推進

義務教育での消費者教育の質を向上するために、教職員への消費生活情報の提供を行い、また教職員が専門家とともに授業をすることにより、効果的な消費者教育を行うことができる教職員の育成に取り組めます。

また、児童生徒を対象に、スマートホン等の身近な消費生活トラブルから自らを守るができるように、トラブル事例の紹介や使い方等を学ぶ機会を提供するとともに、他の教科の知識と関連付けながら消費者市民社会の概念を浸透させます。

項目	取り組み	期待される目標	達成指標	担当課
	具体的な内容		最終達成年度	連携先等
1	児童生徒、教職員に対し、消費生活情報を提供する。(再掲)	児童・生徒による消費生活トラブルや詐欺被害について、未然防止、早期発見、早期解決できるようになる。	スマホ教室等の実施	学校教育課 打出教育文化センター
	各小中学校で実施する「スマホ教室」等の開催により、児童生徒の消費生活トラブル等の未然防止に努める。		平成 31 年度末	経済課
2	ゲストティーチャー（専門家）を迎えて、消費者教育の学習を実施する。	消費に関する様々な課題を知る中でこの教育の大切さを知る。	80%の学校がゲストティーチャーを迎えての授業の実施	学校教育課
	社会等の教科学習の中における消費者教育に関する単元で、教員と専門家が協力して授業を作る。		平成 31 年度末	
3	子どもの消費生活トラブル事例を乗せたリーフレット等を配布する。	身近にあるものの危険性を知り、ルールを守って機器を利用する重要性を身に付ける。	リーフレットの配布	学校教育課
	インターネット・ゲームの高額請求に関する内容など子どもたちが巻き込まれやすい内容のもので危険性を伝える。		平成 31 年度末	

③ 高等学校・大学との協働事業による学校における消費者教育の推進

高等学校・大学等の教育機関と連携し、成人年齢前後に必要な契約、金融などの知識や、若者が巻き込まれやすい消費生活トラブル事例などについて、入学時オリエンテーション等で講座を行い、自らを守る力をつけるとともに、自らが加害者とならないよう、消費者教育を推進します。

また、高校生、大学生と協働で、子ども向けや高齢者向けの消費者教育に取り組むことで、消費者教育の場を提供し、消費者市民社会の実現を目指します。

項目	取り組み	期待される目標	達成指標	担当課
	具体的な内容		最終達成年度	連携先等
1	成人年齢前後に必要な知識の講座を開催する。	成人年齢前後の消費者が、契約や金融など必要な知識を身につけ、消費生活トラブルを事前に回避できるようになる。	講座の開催	経済課
	入学時オリエンテーション等で契約や金融について講座を開催する。		平成 31 年度末	教育委員会 大学

2	高校生、大学生と協働で子ども向けや高齢者向けの消費者教育講座プログラムを構築する。	子どもや高齢者向けのプログラム構築を通じて、若者が自分で理解し、選択し、行動する消費者力を有するようになる。	消費者教育講座プログラムの構築	経済課
	高校生、大学生と協働で子ども向けや高齢者向け消費者教育講座プログラムを構築する。		平成 31 年度末	教育委員会 大学

5. 障がいのある人に関するシームレスな消費生活教育の実現

障がいのある児童・生徒を対象に、学校で消費生活トラブル事例や対応方法を学べる講座を開催し、成人前から消費者力の向上に努めます。また、障がいのある人を支援する団体等と連携し、消費生活情報を提供、共有することにより、支援者との連携により自らを守る力をつけるとともに、支援する側の見守り力も高め、消費者被害の未然防止や早期発見に取り組みます。

項目	取り組み	期待される目標	達成指標	担当課
	具体的な内容		最終達成年度	連携先等
1	障がいのある人向けの「消費者トラブルガイドブック」を配布・活用する。	障がいのある人の消費生活トラブルや詐欺被害が早期に発見され、早期解決できるようになる。	障がいの消費者ガイドブックの配布、周知・啓発	経済課 障害福祉課 地域福祉課
	障がい者の消費者トラブル「見守りガイドブック」（消費者庁発行、2011 年度）を福祉関連事業所等に配布し、啓発を図る。		平成 29 年度末	権利擁護支援センター
2	障がいのある人向け窓口案内リーフレットを作成する。（再掲）	障がいのある人の消費生活トラブルや詐欺被害が早期に発見され、早期解決できるようになる。 消費生活トラブルにあったときに自ら対処できるようになる。	リーフレット作成、周知、啓発	経済課 障害福祉課 地域福祉課
	アンケート結果を踏まえて障がいのある人向けに消費生活に関する相談窓口を案内する。		平成 29 年度末	権利擁護支援センター
3	視覚障がいのある人を対象とした消費生活トラブルのリーフレット等を作成する。	視覚障がいのある人も消費生活トラブルの知識を身につけ、事前に回避できるようになる。 消費生活トラブルにあったときに自ら対処できるようになる。	リーフレット等の作成、周知・啓発	経済課 障害福祉課
	点字や音声コードをつけた消費生活トラブルのリーフレット等を作成し、視覚障がいのある人に対しても情報提供を行う。		平成 29 年度末	
4	施設の職員や計画相談員と情報交換する。	障がいのある人の消費生活トラブルや詐欺被害が早期に発見され、早期解決できるようになる。 情報交換、情報共有により、消費生活トラブルの拡大防止を目指す。	定期的な情報交換	経済課 障害福祉課
	家族よりも、場合によっては第三者である施設の職員や計画相談員の方が、消費生活トラブルに巻き込まれたときに相談しやすいとの意見を踏まえ、情報交換を行う。		平成 31 年度末	民間企業 障がい者相談支援事業所
5	特別支援学校で消費者教育の出前講座を行う。	消費生活トラブルについて事例などを学ぶことにより、社会に出た後も、事前に回避できるようになる。 消費生活トラブルにあったときに対処できるようになる。	出前講座の実施	経済課
	障がいのある人がターゲットになりやすい消費生活トラブル事例を紹介する。		平成 29 年度末	兵庫県

6. 高齢者への消費者教育の推進

高齢者が身近なところで相談等ができるよう、高齢者生活支援センターなどの関連施設で高齢者に多い消費生活トラブルの情報提供を行ったり、自治会、老人クラブ連合会などと連携し、高齢者向けの出前講座を行ったりすることで、消費者被害の未然防止や拡大防止、早期発見に取り組みます。

項目	取り組み	期待される目標	達成指標	担当課
	具体的な内容		最終達成年度	連携先等
1	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)	高齢者が消費生活トラブルの知識を身につけ、事前に回避できるようになる。消費生活トラブルにあったときに対処できるようになる。 高齢者の消費生活トラブルについて、未然防止、早期発見、早期解決できるようになる。	チラシ・リーフレットの配布 出前講座の開催	上宮川文化センター
	高齢者が身近なセンターで消費生活に関する情報を得られるようにする。		平成 31 年度末	経済課
2	高校生、大学生と協働で子ども向けや高齢者向けの消費者教育講座プログラムを構築する。(再掲)	子どもや高齢者向けのプログラム構築を通じて、若者が自分で理解し、選択し、行動する消費者力を有するようになる。	消費者教育講座プログラムの構築	経済課
	高校生、大学生と協働で子ども向けや高齢者向け消費者教育講座プログラムを構築する。		平成 31 年度末	教育委員会 大学
3	高齢者生活支援センターへ最新情報を提供する。	高齢者の第一義的な相談窓口として、消費生活の相談を受けた場合、被害を最小限に食い止める。	定期的な情報提供	高齢介護課
	高齢者が身近なセンターで消費生活に関する相談ができるよう対応する。		平成 31 年度末	高齢者生活支援センター
6	老人クラブ連合会へ最新情報を提供する。(再掲)	高齢者が消費生活トラブルの知識を身につけ、事前に回避できるようになる。消費生活トラブルにあったときに対処できるようになる。 消費生活トラブルにあったときに、相互に助け合うことができるようになる。	消費生活に関する講習会への参加数増加	高齢介護課
	老人クラブ連合会、単位老人クラブの会員が集まる機会に、消費生活に関する講習会を企画し、会員への教育を図る。		平成 31 年度末	老人クラブ連合会

3. 参画と協働による消費者教育の推進と相互連携による地域の消費者力向上

1. 民間事業者との共働事業による消費者教育の実現

市内で活動する事業者に対し、消費生活行政や消費者市民社会についての情報提供等を行い、地域の見守りの観点から、各事業者の特性を生かした消費者教育及び安心・安全な芦屋市の実現に取り組みます。

項目	取り組み	期待される目標	達成指標	担当課
	具体的な内容		最終達成年度	連携先等
1	地域の見守りの観点から、市内事業者へ講座を実施する。	高齢者の消費生活トラブルについて、未然防止、早期発見、早期解決できるようにする。	講座の開設	経済課
	シルバー人材センターや、介護ヘルパー等訪問型業務の職員に、地域の見守りの観点から消費生活講座を実施する。		平成 31 年度末	シルバー人材センター ハートフル福祉公社 民間事業者 高齢介護課
2	地域の見守りの観点から、市内事業者と情報交換を行う。	高齢者の消費生活トラブルについて、未然防止、早期発見、早期解決できるようにする。	定期的な情報交換	経済課
	定期的に生活協同組合と消費生活関連についての情報交換を行う。		平成 31 年度末	生活協同組合 市内事業者等
3	地域の見守りの観点から、市内事業者へ情報提供を行う。	高齢者の消費生活トラブルについて、未然防止、早期発見、早期解決できるようにする。	定期的な情報提供	経済課
	商工会へ消費生活関連情報等を提供する。		平成 29 年度末	商工会

2. 消費生活行政との接点が少ない人への身近な機関からの情報提供や啓発の充実

仕事や子育て、介護等により、消費生活行政との接点が少ない人や、日本の風習に馴染みがない外国人などに対し、自治会や学校などの身近な機関からの情報提供や、接触しやすい媒体の利用により啓発を進め、消費者市民社会の概念を浸透させます。

項目	取り組み	期待される目標	達成指標	担当課
	具体的な内容		最終達成年度	連携先等
1	各種イベントで消費生活トラブルの啓発を行う。(再掲)	消費生活行政との接点が少ない世代を含め、幅広い年代が知識を身につけ、消費生活トラブルを事前に回避できるようになる。 消費生活トラブルにあったときに対処できる力が身に付く。	各種イベントでの啓発	経済課
	福祉や子育て関連イベント等で、パネル展示やトラブル事例の紹介を通じて、広い年代層に情報を提供する。		平成 29 年度末	イベント開催課
2	外国語で消費者トラブル事例等を紹介する。(再掲)	外国人が日本の消費生活トラブルに関する知識を身につけ、事前に回避できるようになる。 消費生活トラブルにあったときに対処できるようになる。	Ashiya News Letter 掲載	経済課
	Ashiya News Letter に消費生活トラブル事例等を掲載する。		平成 29 年度末	広報国際交流課

3	マンションの掲示板などに啓発チラシを掲示する。(再掲)	外出が難しい市民が消費生活トラブルに関する知識を身につけ、事前に回避できるようになる。 消費生活トラブルにあったときに対処できるようになる。	啓発チラシの掲示	経済課
	外出が難しい市民が見ることができるように、マンションの掲示板等に啓発チラシを掲載する。		平成 31 年度末	市民参画課 住宅課
4	消費者にとって身近な機関である自治会等へ情報提供を行う。	身近な機関からの情報提供により、市民が消費生活トラブルに関する知識を身につけ、事前に回避できるようになる。 消費生活トラブルにあったときに対処できるようになる。	定期的な情報提供	経済課
	身近な機関である自治会等へ消費生活トラブル等の情報を提供する。		平成 31 年度末	市民参画課

3. 専門相談支援機関との連携

比較的消費者被害にあいやすい立場の人を支援する権利擁護支援センターと連携し、消費生活トラブル情報や消費者被害、トラブルにあった場合の対応等の情報を共有することで、地域見守り力を強化し、消費者被害の早期発見、早期対応、再発防止につなげます。

項目	取り組み	期待される目標	達成指標	担当課
	具体的な内容		最終達成年度	連携先等
1	権利擁護支援者への勉強会を行う。	地域見守り力が強化され、高齢者の消費生活トラブルについて、未然防止、早期発見、早期解決できるようになる。	勉強会の開催	地域福祉課
	権利擁護支援者養成研修において、消費者保護の講座をカリキュラムに設定する。		平成 31 年度末	芦屋市権利擁護支援センター
2	民生児童委員へ最新情報を提供する。	地域見守り力が強化され、高齢者や子ども、障がいのある人などを含めた地域住民の消費生活トラブルや詐欺被害について、未然防止、早期発見、早期解決できるようになる。	講習会の開催	地域福祉課
	民生児童委員の定例会において消費生活に関する講習会を開催する。		平成 31 年度末	民生児童委員
3	高齢者生活支援センターへ最新情報を提供する。(再掲)	高齢者の第一義的な相談窓口として、消費生活の相談を受けた場合、被害を最小限に食い止める。	定期的な情報提供	高齢介護課
	高齢者が身近なセンターで消費生活に関する相談ができるよう対応する。		平成 31 年度末	高齢者生活支援センター

4. 地域の各団体との連携及び協働事業の展開

既存の地域活動団体と最新情報の相互共有などの連携を強化し、比較的被害にあいやすい立場の高齢者や障がいのある人などを、地域全体で見守ります。

項目	取り組み	期待される目標	達成指標	担当課
	具体的な内容		最終達成年度	連携先等
1	高齢者等に向けての研修を開催する。	消費への関心を深め、知識を身につけることにより、高齢者等の消費生活トラブルについて、未然防止、早期発見、早期解決できるようになる。	研修の開催	建設総務課
	まちづくり防犯グループ等団体の連絡協議会において研修会を行う。		平成 30 年度末	まちづくり防犯グループ
2	高齢者等に向けての講演会を開催する。	最新情報の相互共有などの連携を強化することにより、高齢者等の消費生活トラブルについて、未然防止、早期発見、早期解決できるようになる。	講演会の開催	建設総務課
	生活安全連絡推進会の場において消費に関する講演等を行う。		平成 30 年度末	生活安全連絡推進会
3	自治会等との情報交換を行う。	自治会等に情報を活用してもらうことで、市民が消費生活情報に触れる機会が増え、消費への関心が深まり、身近に感じるようになる。	定期的な情報提供、講座の周知	経済課
	自治会等へ消費生活情報や出前講座の周知を行う。		平成 29 年度末	市民参画課 生涯学習課
4	市内で活動する団体との情報交換を行う。	市内で活動する団体に情報を活用してもらうことで、市民が消費生活情報に触れる機会が増え、消費への関心が深まり、身近に感じるようになる。	定期的な情報提供、講座の周知	経済課
	市内で活動する団体への消費生活情報や出前講座の周知を行う。		平成 29 年度末	市民参画課 市民活動センター 生涯学習課
5	シルバー人材センターへ最新情報を提供する。	会員が知識を身につけることにより、業務をする中で、高齢者等の消費生活トラブルについて、未然防止、早期発見、早期解決できるようになる。	消費生活に関する講習会の開催	高齢介護課
	シルバー人材センターが自主的に消費生活に関する講習会を開催する。		平成 31 年度末	シルバー人材センター
6	老人クラブ連合会へ最新情報を提供する。(再掲)	高齢者が消費生活トラブルの知識を身につけ、事前に回避できるようになる。消費生活トラブルにあったときに対処できるようになる。消費生活トラブルにあったときに、相互に助け合うことができるようになる。	消費生活に関する講習会への参加数増加	高齢介護課
	老人クラブ連合会、単位老人クラブの会員が集まる機会に、消費生活に関する講習会を企画し、会員への教育を図る。		平成 31 年度末	老人クラブ連合会
7	サービス事業者へ最新情報を提供する。	高齢者の家庭に訪問する機会に、高齢者等の消費生活トラブルについて、未然防止、早期発見、早期解決できるようになる。	消費生活に関する相談の実施	高齢介護課
	高齢者が身近なケアマネジャー等に消費生活に関する相談ができるよう対応する。		平成 31 年度末	市内介護福祉事業所

5. 消費者団体強化支援

市内の消費者団体である芦屋市消費者協会と連携し、消費者問題に関する講演会や家庭用品交換会などを通じて、消費者教育の推進を図ってきました。今後も多様化する消費者問題に対し、柔軟に対応できるように消費者力の向上に向けて、消費者教育を推進するとともに、自ら考え行動する消費者市民社会の実現に向けて、活動支援を行います。

6. 消費生活サポーター制度の設立

消費生活相談の周知に努めるなど、地域での消費生活活動を担う人材を育成するため、兵庫県の研修システムとも連携しながら、消費生活サポーター研修を実施します。また、消費生活サポーター登録制度を構築し、継続した地域での消費生活活動に向けて、消費生活情報等を提供します。

項目	取り組み	期待される目標	達成指標	担当課
	具体的な内容		最終達成年度	連携先等
1	消費生活サポーターを育成する。	消費生活サポーターが地域での消費生活活動を行うようになる。	研修プログラムの作成 消費生活サポーター10人 登録	経済課
	消費生活サポーター研修を実施し、兵庫県の研修システムとも連携しながら消費生活サポーターを育成する。		平成 31 年度末	兵庫県
2	消費生活サポーター登録制度の構築及び継続を支援する。	消費生活サポーターが継続して地域での消費生活活動を行うようになる。	登録制度の準備, 構築	経済課
	消費生活サポーター登録制度を構築し、サポーターに対し、継続的に消費生活情報等を提供する。		平成 31 年度末	消費者協会 (再結成後)