

第1章 計画の概要

- 1 計画策定の背景.....
- 2 消費者教育について
- 3 「消費者市民社会」とは
- 4 本市における消費者教育の考え方
- 5 計画の位置付け.....
- 6 計画の期間.....

第2章 消費者教育の現状と課題

- 1 消費生活相談の状況
- 2 消費者教育の状況
- 3 消費生活に関する意識調査結果から考えられる課題
- 4 今後の消費者教育のありかた

第3章 計画の目標と基本政策

- 1 計画の目標.....
- 2 基本政策

第4章 施策の展開

- 1 推進体制の構築
 - 推進協議会の設置
 - 庁内連携の強化
 - 障がい者に関するシームレスな消費生活教育の実現
 - 大学との共同事業による学校における消費者教育の推進
 - 民間事業者との共同事業による消費者教育の実現
- 2 安全・安心の地域づくりへの相互連携
 - 権利擁護センターとの連携
 - 地域の各団体との連携
 - 各団体との共同事業の展開
- 3 人材育成
 - 消費者団体強化支援
 - 消費生活サポーター制度の設立

第5章 資料編

1	消費生活に関する意識調査の概要	
2	規則・要綱等	73
3	委員名簿	78
4	用語の説明	83

第1章 計画の概要

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、市民の消費者トラブル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」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・経済的状况を踏まえ、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も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

現代社会には、地球環境や資源問題など、様々な消費にかかわる問題があります。そういう社会においては、消費者は、商品を買う、使う、捨てるということが、社会や経済、環境などに影響を与えることを自覚し商品を選ぶなど、公正で持続可能な社会の形成へつながる消費生活をするのが求められています。「消費者市民社会」とは、こ

のように、消費生活の上での様々な考えのあり方をお互いに尊重しつつ、消費生活に関する自分の行動が、将来にわたって社会経済情勢や地球環境に影響を与える可能性があることを自覚し、社会を公正かつ持続可能なものとするために積極的に参画する社会と定義されています。

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、高齢者や障がい者の社会的孤立等、消費者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、障がい者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。

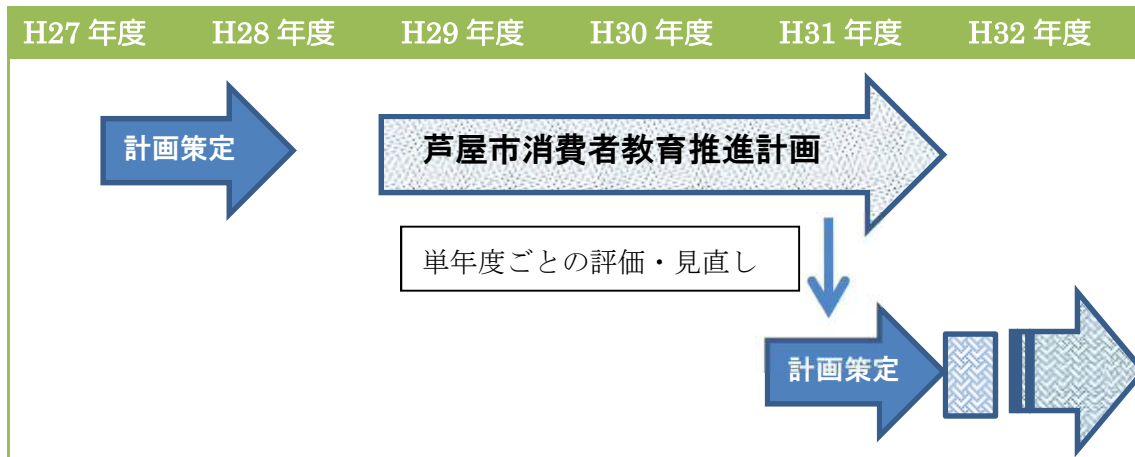
本市においては、「多方面にわたる課題の総合的解決により消費者市民社会を実現すること」を消費者教育の一環であると位置づけ、この消費者教育計画を策定します。

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が図られています。

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。



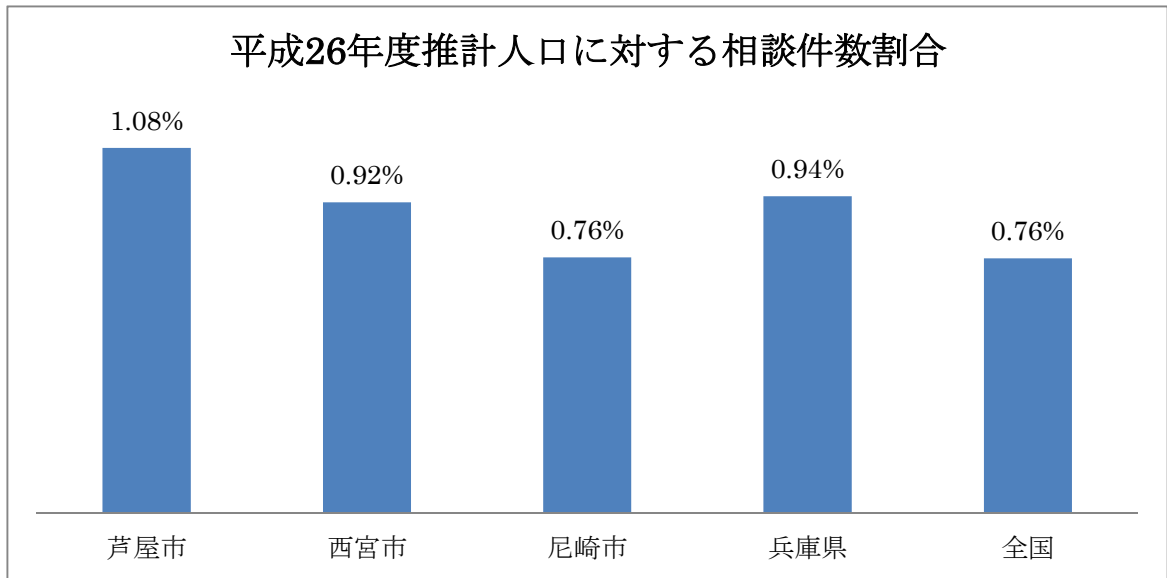
第2章 芦屋市の消費者教育の現状と課題

1 消費生活相談の状況

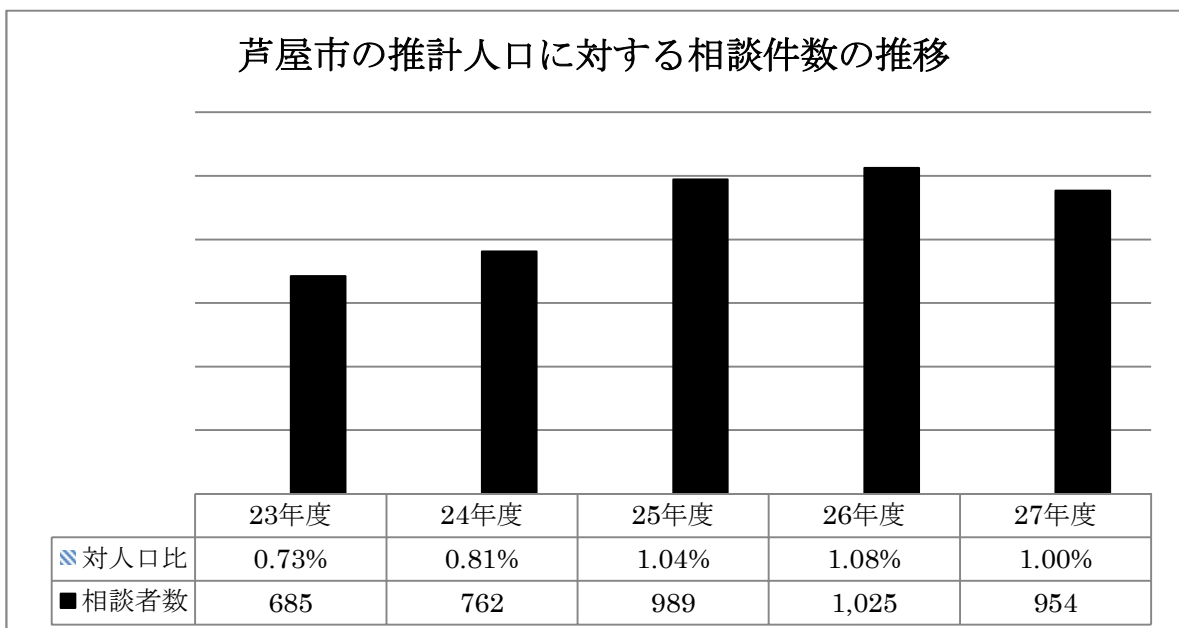
本市では、昭和50年から消費生活相談を開始しました。主な業務は消費生活相談及び消費者啓発事業であり、昭和48年から活躍していた芦屋市消費者協会と連携して幅広い消費生活に関する事業に取り組んできました。

1 相談件数

平成26年度の本市の相談件数は1,025件で、平成26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。

	23年度	24年度	25年度	26年度	27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	
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	
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，テレビの契約に関する相談	
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	
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	

「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。

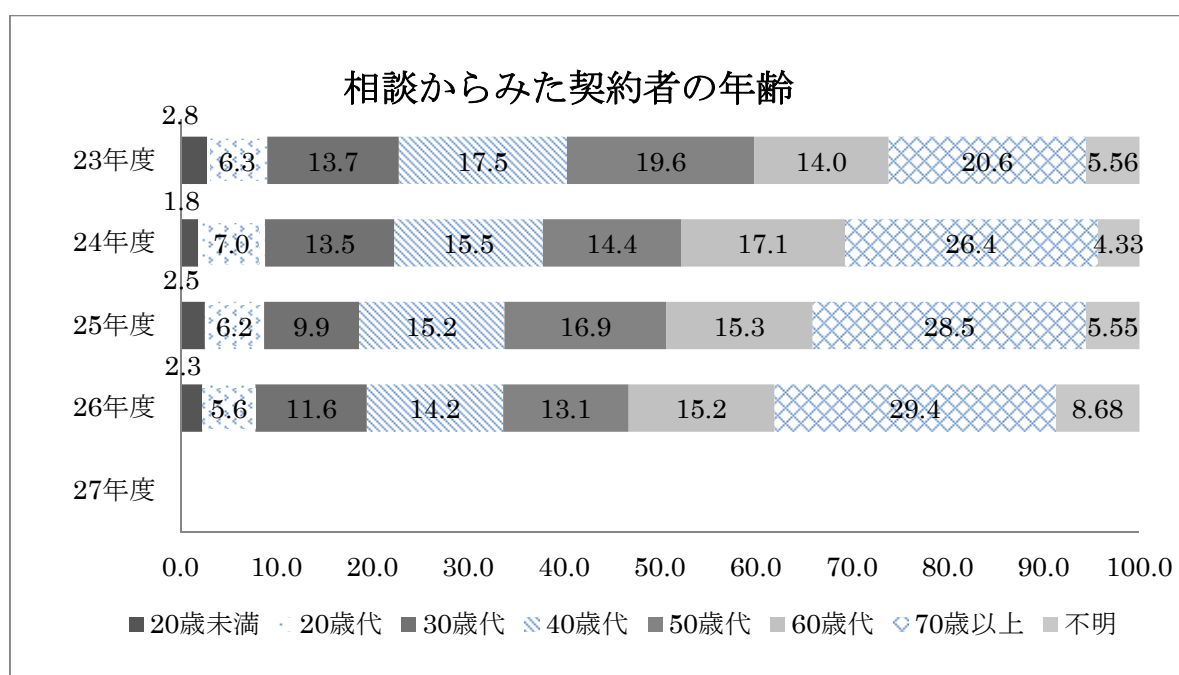
犯罪的な要素が強いこの事例に対し、平成26年度から急増した「インターネット，テレビの契約に関する相談」は平成27年2月の通信事業の自由化に端を発した事例が多く、事業者，消費者ともに必要な知識を持たないままに契約してしまう事例が目立ちます。この事例では通信料等の請求が遅くなるため、問題が発覚するのが遅れ、解決が困難になることも頻繁にあります。

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。年齢不明者についても、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いだり、すぐに解約して事なきを得る事例もあります。

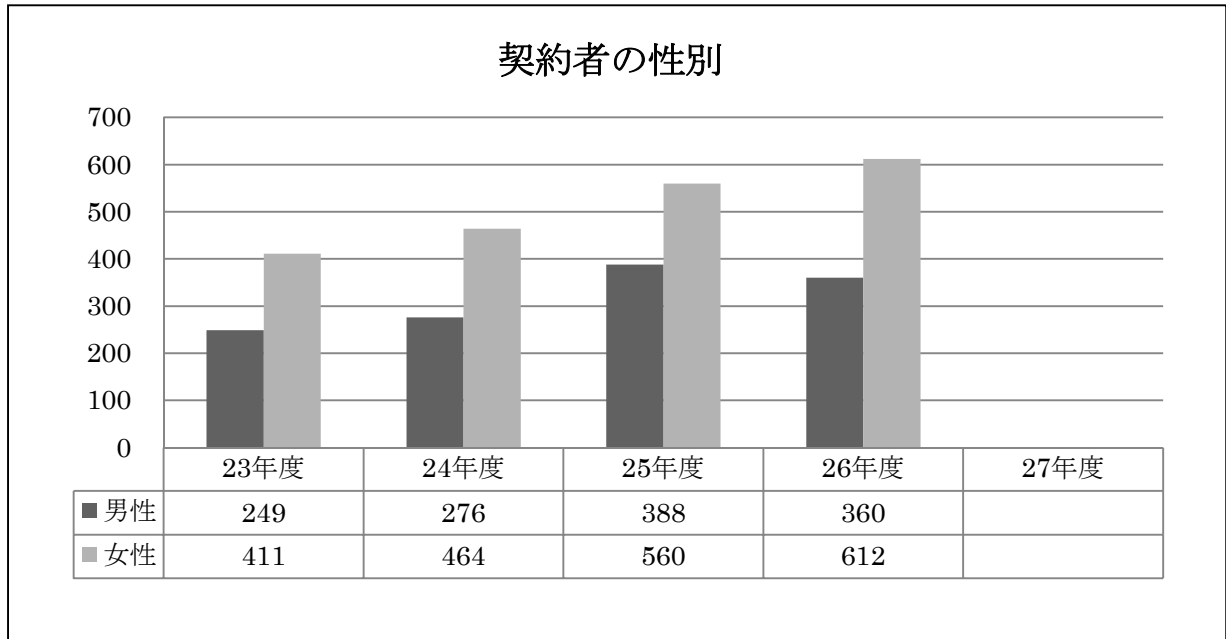


② 若者の被害

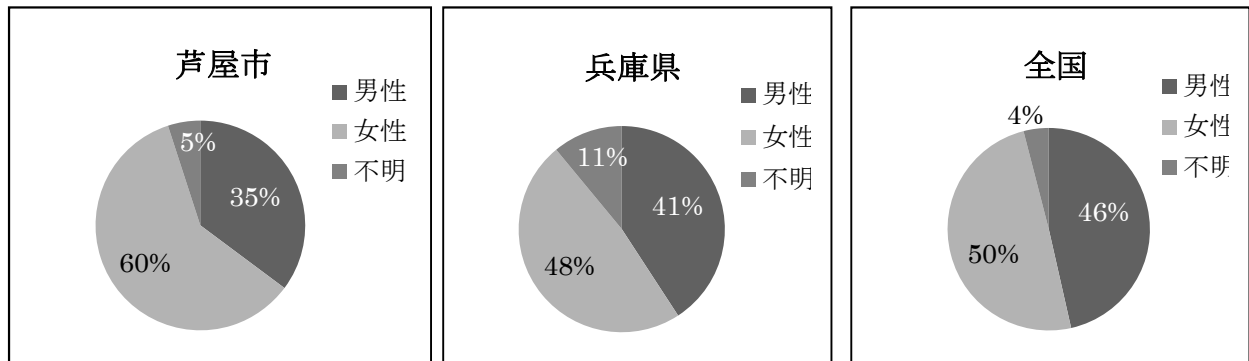
また、事例数は多くないものの 10 歳代、20 歳代の消費生活トラブルの相談は、大きく減ることなく一定数寄せられています。この年代層に多いのはゲームの課金、有料サイトの架空請求、インターネットによる商品購入です。インターネットの普及により、低年齢であっても消費生活トラブルに遭っていることに周囲が気づけず、被害額が大きくなってから相談に来る事例も見受けられます。また、子どもの消費生活トラブルの背後には、家庭環境の問題や友人間の人間関係の問題が疑われることもあります。

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 26 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のできる比率が高いとも考えられます。



＜参考＞平成 26 年度の契約者性別



④ 障がいのある方の相談

契約者本人に障がいがあることに起因して発生した消費トラブル相談が、平成 26 年度には対し総数のうち 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%（重複保持があるので実人数にもっと少ない）であることから、障がい者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、啓発チラシを夕食宅配サービスとともに配布、地域の高齢者施設の協力の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。

参加人数（人）

年度	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
23	48	45	—	27	25
24	481	46	76	27	29
25	309	32	50	25	11
26	233	46	341	27	5
27	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。県立特別支援学校では、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、早期発見と防止にとも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

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、以下の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では「消費生活トラブルの経験がある」と回答した人は21%ですが、どの程度を「消費生活トラブル」と捉えるかについては、非常に個人差が出てくると考えられます。

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歳よりも経験が少ないという結果になったのは、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。高齢者層が考える「消費生活トラブル」と程度に差があることも考えられます。

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、現在よりはるかに立ち遅れていました。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「不安」や「被害」の程度が違っている可能性があります。

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、取り扱いは健康福祉事務所であるため、消費生活センターは調査の結果なども追跡できません。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のに」と相談者が感じることもあり得ます。相談者の負担を避けるため、消費生活センターからは直接取り扱えるものをわかりやすくお知らせしているため、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、実際に出前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。

2 「消費生活行政」の周知の必要性

問1～問4の設問から、「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ます。回答結果から認識されていない状況は概ね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、問3で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」と考える回答を併せると、「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。

また、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。

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分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。

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」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ムダ」「被害者が身内にいるのといないのとでは、全く危機感の持ち方が異なります。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。

4 消費生活センターのありかた

問2では相談先として、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、消費生活センターは20件にとどまっています。また前述のとおり問4の認知度も1割にとどまり、問5の図書・資料の閲覧については利用者は1%で88%は閲覧や貸出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不足のご指摘も多くありました。

こども・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。

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が、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、平日の日中に参加いただける方に偏っています。土・日曜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。

4 今後の消費者教育のありかた

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います。しかし切れ目のない消費者教育提供のため、特に被害に遭いやすい立場の方の被害を防ぐために、新たな取り組みが必要です。

また、これまでは自らが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、

以下の観点からの具体的な事業展開が必要です。

- 1 学校教育と消費生活センターとの連携強化により、義務教育での消費者教育の質を向上させ、他の学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
- 2 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。
- 3 青少年育成愛護委員会、子育て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こ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。
- 4 障がい者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者の被害を減らす。
- 5 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。

- 6 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
- 7 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。
- 8 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。
- 9 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。
- 10 計画を推進するため、消費者教育推進地域協議会（仮称）を設置する。
- 11 消費生活センターについて、相談窓口、情報提供、消費者教育のセンター機能を強化する。