

R2～R4取組状況確認シート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				指標			現況値		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%		↗				
評価基準 A:達成できた，前年度に比べ進んだ B:ほぼ達成し維持・継続して行った，達成に向けて取組中， 検討・準備段階 C:達成できなかった，前年度に比べ後退した						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	取組実績 (実施回数，参加人数 進捗を表す指標など)	年度 評価	年度評価 の理由
1 消費生活センター機能の強化		1 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	1 消費生活出前講座の対象者を拡大する。									
				地域経済振興課	R3										
				地域経済振興課	R4										
				2 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	2 各種イベントで消費生活トラブルの啓発を行う。							
				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。		環境課	R2	4 グリーン購入の導入を促進するよう周知する。							
						環境施設課	R2	5 3Rに関するイベントを実施する。							
		健康課	R2			6 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。									

R2～R4取組状況確認シート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				指標			現況値		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%		↗				
評価基準 A:達成できた、前年度に比べ進んだ B:ほぼ達成し維持・継続して行った、達成に向けて取組中、検討・準備段階 C:達成できなかった、前年度に比べ後退した						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	取組実績 (実施回数、参加人数 進捗を表す指標など)	年度評価	年度評価 の理由	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	3年間の 総合評価の理由		
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。	建設総務課	R2	7	交通安全に関する講座を開催する。								
				地域経済振興課	R2	8	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)								
				学校教育課	R2	9	児童生徒、教職員に対し、消費生活情報を提供する。								
				打出教育文化センター											
				地域経済振興課	R2	10	子育て家庭へ消費生活トラブル情報を提供する。								
				健康課	R2	11	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。								
				地域経済振興課	R2	12	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。								
地域経済振興課	R2	13	マンションの掲示板などに啓発チラシを掲示する。												

R2～R4取組状況確認シート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				指標			現況値		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%		↗			
評価基準 A:達成できた、前年度に比べ進んだ B:ほぼ達成し維持・継続して行った、達成に向けて取組中、検討・準備段階 C:達成できなかった、前年度に比べ後退した						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		取組実績 (実施回数、参加人数 進捗を表す指標など)	年度評価	年度評価 の理由	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	3年間の 総合評価の理由
1	消費生活センター機能の強化	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。		地域経済振興課	R2	14	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。							
				上宮川文化センター	R2	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。							
2	子ども・若者の消費者教育の推進	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	1	中学校においてトライやるウィークを実施する。							
				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。							
				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①1-9)							
				打出教育文化センター	R2									
				地域経済振興課	R2	4	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。							
		地域経済振興課	R2	5	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。									

R2～R4取組状況確認シート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				指標			現況値		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%		↗		
評価基準 A:達成できた，前年度に比べ進んだ B:ほぼ達成し維持・継続して行った，達成に向けて取組中， 検討・準備段階 C:達成できなかった，前年度に比べ後退した						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	取組実績 (実施回数，参加人数 進捗を表す指標など)
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	6 子育て家庭へ消費生活トラブル情報を提供する。(再掲①1-10)							
				健康課	R2	7 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①1-11)							
				地域経済振興課	R2	8 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。							
				青少年愛護センター	R2	9 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。							
				地域経済振興課	R2	10 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①1-12)							

R2～R4取組状況確認シート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				指標			現況値		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%		↗			
評価基準 A:達成できた、前年度に比べ進んだ B:ほぼ達成し維持・継続して行った、達成に向けて取組中、検討・準備段階 C:達成できなかった、前年度に比べ後退した						消費生活トラブルがあったときに、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		取組実績 (実施回数、参加人数 進捗を表す指標など)	年度評価	年度評価 の理由	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	3年間の 総合評価の理由
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。 障害のある人が、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	1	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。							
				障害福祉課	R2	2	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。							
				地域福祉課	R2									
				地域経済振興課	R2	3	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。							
				地域経済振興課	R2	4	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。							

R2～R4取組状況確認シート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				指標			現況値		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%		↗		
評価基準 A:達成できた、前年度に比べ進んだ B:ほぼ達成し維持・継続して行った、達成に向けて取組中、検討・準備段階 C:達成できなかった、前年度に比べ後退した						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	取組実績 (実施回数, 参加人数 進捗を表す指標など)
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		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	5 障がい者相談支援事業などの相談員と情報交換する。							
				障害福祉課	R2								
				障害福祉課	R2	6 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。							
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	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①1-15)							
				地域経済振興課	R2	2 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)							
				高齢介護課	R2	3 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。							

R2～R4取組状況確認シート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				指標			現況値		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%		↗				
評価基準 A:達成できた、前年度に比べ進んだ B:ほぼ達成し維持・継続して行った、達成に向けて取組中、 検討・準備段階 C:達成できなかった、前年度に比べ後退した						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	取組実績 (実施回数, 参加人数 進捗を表す指標など)	年度評価	年度評価 の理由	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	3年間の 総合評価の理由		
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	R2	4	高齢者生活支援センターへ最新情報を提供する。								
				建設総務課	R2	5	高齢者などに向けての研修を開催する。(再掲②4-1)								
				建設総務課	R2	6	高齢者などに向けての講演会を開催する。(再掲②4-2)								
				高齢介護課	R2	7	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。								
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	R2	1	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。								
				地域経済振興課	R2	2	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。								