

第4章

施策展開の方向性

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

【指標】

指標	現況値 (令和4年度)	目標値 (令和9年度)
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 43.2%	50.0%
	10歳代 29.4%	35.0%
	20歳代 32.3%	40.0%
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	61.3%	65.0%

「消費生活相談窓口の周知推進」から変更

推進の方向性 1 消費生活センター機能の強化

消費生活センターは、消費生活相談だけではなく、商品・サービスの基礎知識や契約知識について情報を発信する役割を担っています。ライフステージに応じた効果的な方法で、必要な情報や学習の機会を提供するとともに、消費生活センターの周知・啓発を行い、センターの有効活用を図ります。また、消費者教育の範囲は広く、**食の安全や地球環境問題など消費生活に関係の深い分野に関しては**、庁内各部署における事業を消費者教育の観点から見直すことで、効果的な消費者教育の実施を目指します。

追加

【主な取組】

- 消費者に対する講座やイベントを通じた啓発の実施
例【出前講座、市内イベントでの周知・啓発】
- SNS等様々な媒体を活用した消費生活センターの活用方法の周知
例【Twitter※での発信拡充】
- 庁内連携強化による、あらゆる年代の消費者への多角的な視点からの消費者教育の推進
例【来庁者が多い窓口職場での周知】

例【食の安全や地球環境問題など消費生活に関係の深い分野の情報提供・啓発】

追加