

勝山市消費者教育推進計画



福井県立勝山高等学校 美術部の作品



勝山市

目次

第1章 基本計画の事項

1	計画の改定	1
2	計画の範囲（消費者教育の定義）	2
3	計画の位置づけ	2
4	計画の期間	2

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

1	勝山市における消費生活相談の状況	3
	（1）消費生活相談件数の推移	3
	（2）消費生活相談（苦情）の特徴	3
2	消費生活に関する市民の意識	5
	（1）消費者問題への関心と情報の入手方法	6
	（2）消費者トラブルへの対応	8
	（3）勝山市消費者センターの認知度	9
	（4）消費者教育・啓発について	10
	（5）成年年齢引き下げについて	12
	（6）消費者としての心がけ	13
3	勝山市における消費者教育・啓発の現状	15

第3章 基本理念と活動方針

1	基本理念	16
2	活動方針	17
3	推進の内容	20

参考資料

◆消費生活に関する市民アンケート	21
◆消費者教育の推進に関する法律	26
◆勝山市消費者教育推進協議会名簿	33

第 1 章 基本計画の事項

1 計画の改定

勝山市は平成 30 年 3 月に「勝山市消費者教育推進計画」を策定し、関係機関・団体とともに「消費者市民社会」の形成に参画できる消費者の育成を目指して体系的な消費者教育を推進してまいりました。

こうした中、少子高齢化、高度情報化の進展、新型感染症の拡大、電力小売り全面自由化、と消費者を取り巻く情勢はめまぐるしく変化し、令和 4 年 4 月 1 日より民法改正による成年年齢の引き下げが施行されました。

また、国は平成 30 年 3 月に「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を変更し、これをふまえ福井県は平成 31 年 3 月に第 2 次福井県消費者教育推進計画を改定しました。

こうしたことから、本市でも、社会情勢の変化による消費者教育の役割や関係機関等の実施状況を確認しつつ、本計画を改定します。

2 計画の範囲（消費者教育の定義）

消費者教育推進法では、消費者教育を次のように定義しています。

消費者教育推進法第2条第1項

この法律において「消費者教育」とは、消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（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を含む。）及びこれに準ずる啓発活動をいう。

また、消費者市民社会については、次のように定義されています。

消費者教育推進法第2条第2項

この法律において「消費者市民社会」とは、消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会をいう。

3 計画の位置づけ

この計画は、勝山市における消費者教育を推進するために、消費者教育推進法第10条第2項に基づき、「国の基本方針」や「福井県消費者教育推進計画」を踏まえて策定するものです。

4 計画の期間

令和5年度から令和9年度までの5年間とします。

なお、社会経済情勢の急激な変化や国・県の動向等を踏まえ、必要に応じて見直しを行うものとします。

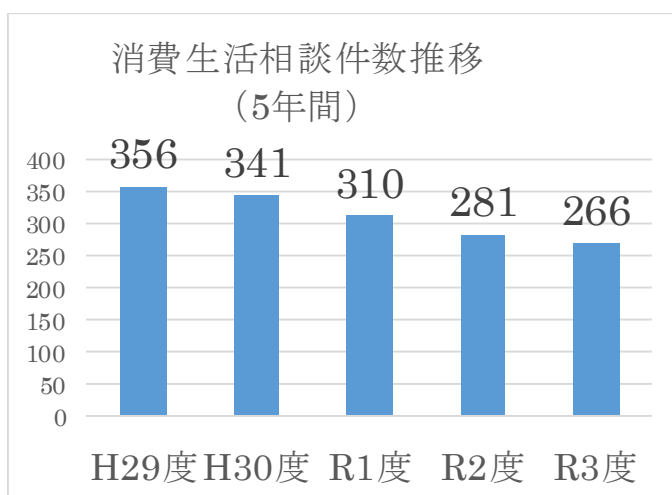
第2章 消費者を取り巻く現状と課題

1 勝山市における消費生活相談の状況

(1) 消費生活相談件数の推移

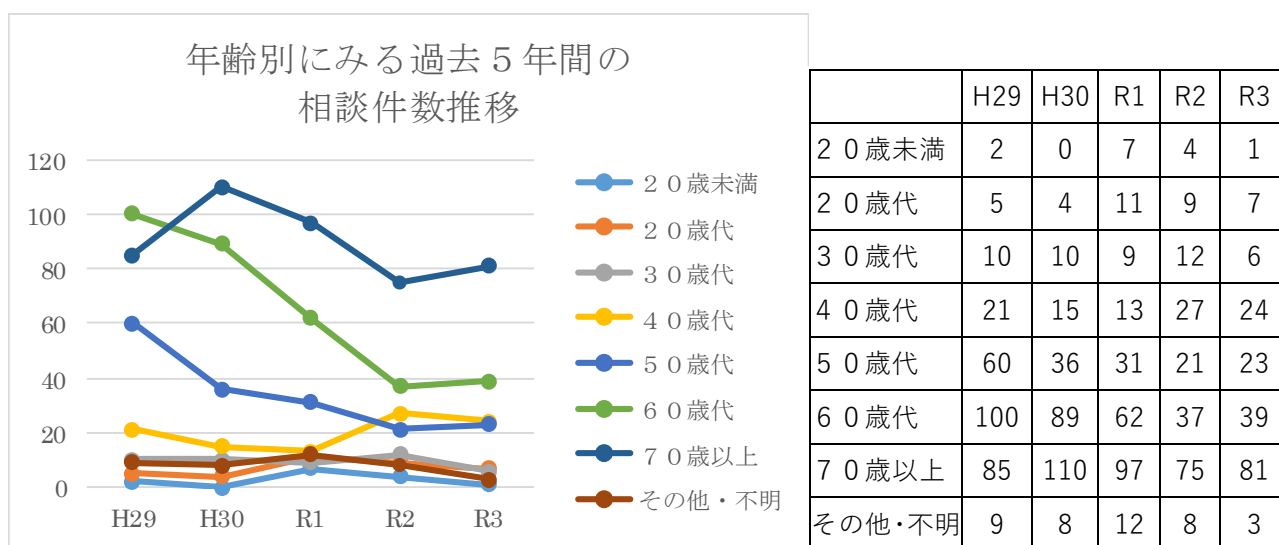
勝山市では、消費者の様々なトラブルに対応するため、市役所市民課内に消費者センターを設置し、消費生活専門相談員を配置して、消費生活に関する相談に対応しています。

市民の暮らしに関する消費生活相談に対して、斡旋や交渉、情報提供などを行い、問題解決に努めています。



(2) 消費生活相談（苦情）の特徴

消費生活相談（苦情）の特徴として、70歳以上の高齢者からの相談が特に多く、次いで60歳代の方からの相談も多くあるのが特徴です。また、他の年代に比べ件数自体は多くないものの、20歳代や20歳未満の方からの相談もあり、全ての年代から消費生活相談があります。



商品・役務別では、公的機関や大手事業者名を騙る詐欺、またはロマンス詐欺等の特殊詐欺の相談で見られる「商品一般」という商品名が上位を占めます。

新型コロナウイルス感染症の影響とみられる通信販売での健康食品や化粧品等の購入トラブル、特に「定期購入のトラブル」が急増しています。

商品・役務別にみる過去5年間の相談件数(上位3位)

苦情・問合せ・要望

(単位：件)

	H29	H30	R 1	R2	R3
第 1 位	商品一般	商品一般	商品一般	商品一般	商品一般
	122	161	137	73	83
第 2 位	放送・コンテンツ等	インターネット通信サービス	相談その他	郵便・貨物運送サービス	健康食品
	47	19	15	19	10
第 3 位	インターネット通信サービス	放送・コンテンツ等	放送・コンテンツ等	健康食品	化粧品
	27	13	14	18	9
	相談その他			相談その他	放送
	27			18	9

順位

2 消費生活に関する市民の意識

消費生活に関する市民の意識や実態を把握し、消費生活の安定と効果的な消費者教育の推進を図るとともに、計画改定の参考資料とすることを目的として、消費生活に関する市民アンケートを実施しました。

◇ 調査対象

勝山市民 20歳以上 1,000人

◇ 調査期間

令和3年10月11日（月）～令和3年10月29日（金）

◇ 調査方法

住民基本台帳より無作為抽出

郵送による無記名調査票の回収

◇ 回答者数（率）

435名 （43.5%）

◇ 回答者の属性

20歳代 5.5% （24名）

30歳代 7.8% （34名）

40歳代 10.3% （45名）

50歳代 13.6% （59名）

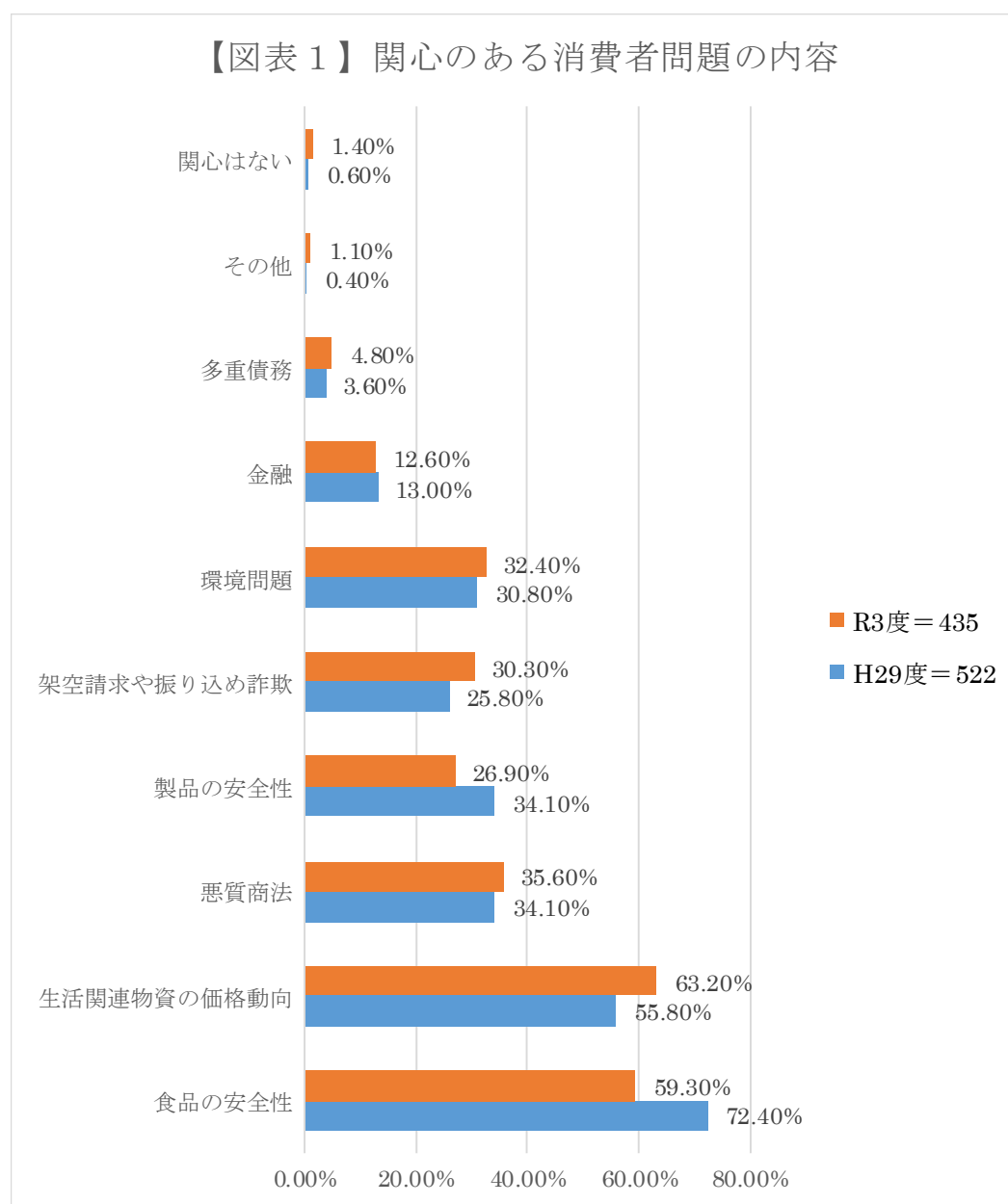
60歳代 23.9% （104名）

70歳以上 36.3% （158名）

年齢不明 2.53% （11名）

（１）消費者問題への関心と情報の入手方法

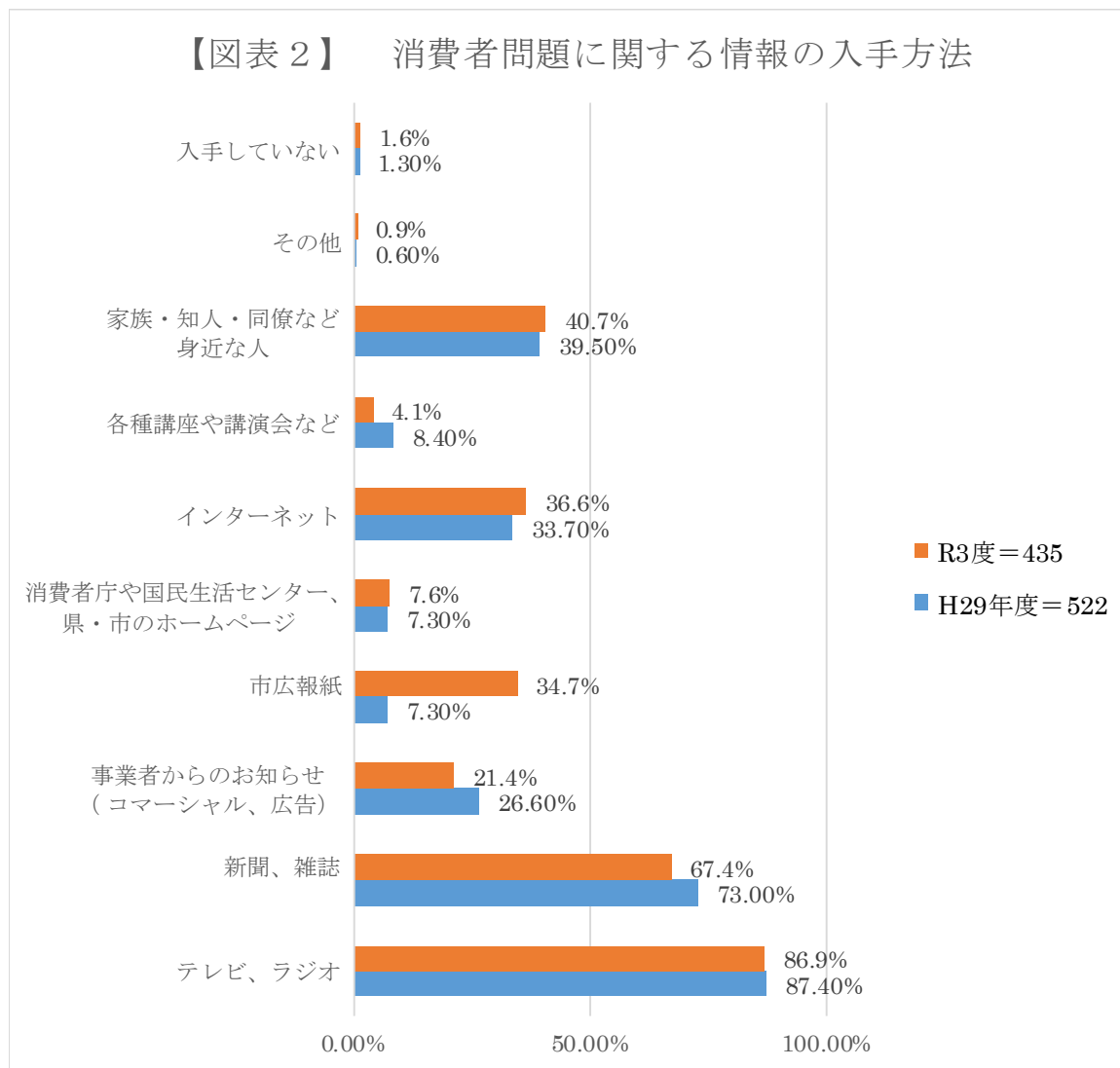
消費者問題（※１）の関心については、設問の比率は前回調査とほぼ同じですが、「生活関連物資の価格動向」が 55.8%から 63.2%に増加しています。（図表１）



（※１）消費者問題とは、消費者が買った商品やサービスあるいは取引をめぐって、消費者に起きる生命、身体、財産の被害や損害、不利益などのことを言う。

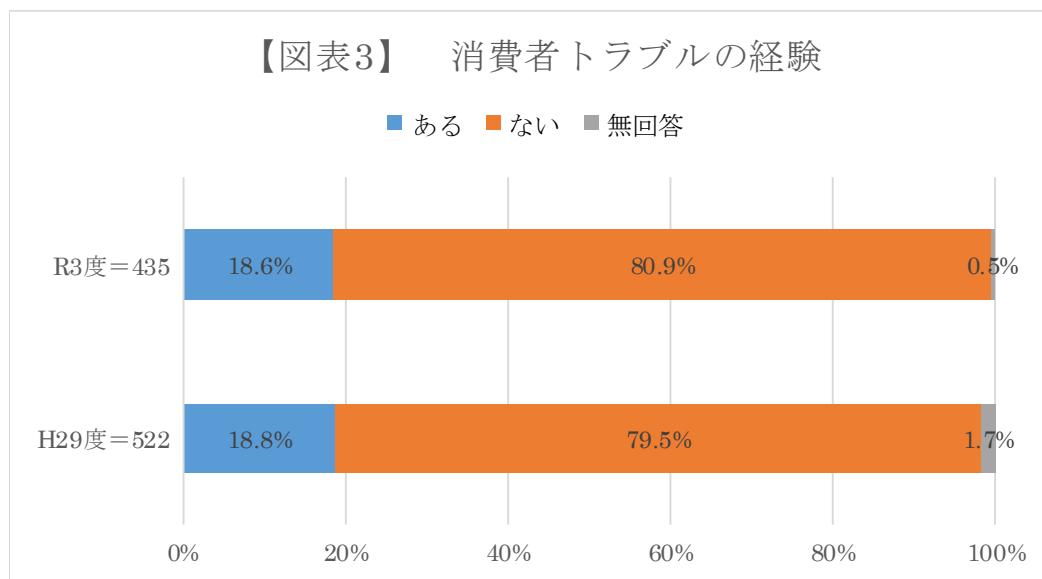
（※２）製品リコールとは、製品の欠陥が判明した場合、無償修理・交換・返金などを行うことを言う。

消費者問題に関する情報の入手方法については、前回調査と比較して「テレビ、ラジオ」が1位、次いで「新聞、雑誌」が2位、「家族・知人・同僚など身近な人」が3位で、差が縮まってきているのが「インターネット」です。順位に大きな変化はありませんが、「市広報紙」が7.3%から34.7%と大幅に増加しています。（図表2）

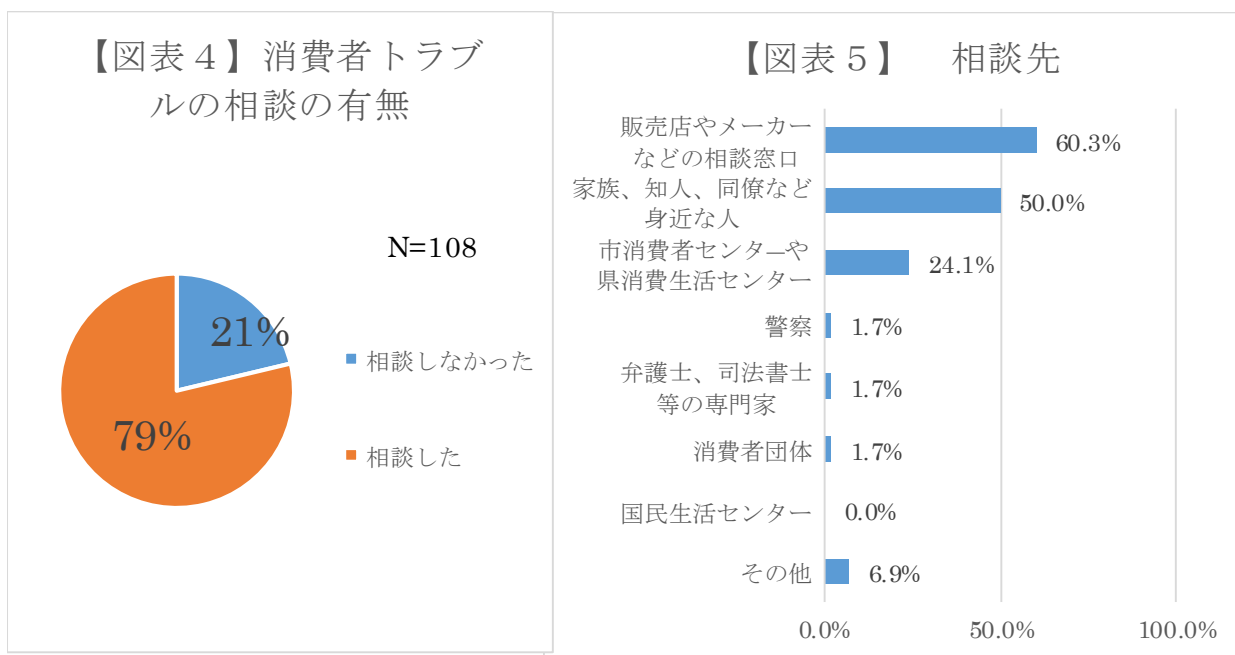


(2) 消費者トラブルへの対応

消費者トラブルの経験が「ある」と回答した人は、18.6%となっており、前回調査と比較してほぼ同数となり、約2割近くの人が何らかの消費者トラブルの経験があると回答しています。(図表3)



また、消費者トラブルの経験が「ある」と回答した人のうち、約8割の人は誰かに相談して解決しようとしています。(図表4) 相談先は「販売店やメーカーなどの相談窓口」が60.3%、次いで「家族や知人など」が50.0%でした。(図表5)

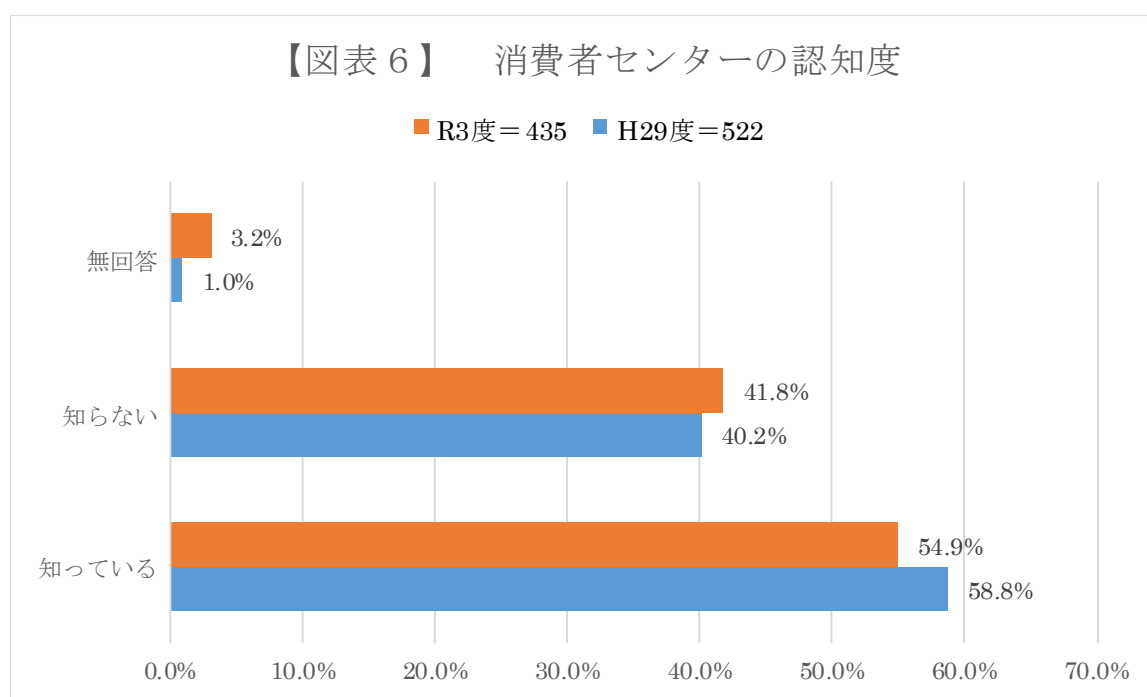


(3) 勝山市消費者センターの認知度

勝山市では、勝山市役所市民課内に消費者センターを設置しております。

消費者センターでは相談対応だけでなく、年間通した出前講座の実施、学習会や講演会の開催、市広報等を活用した情報提供、そして家庭用品品質表示法等に基づく事業者への立入検査などの業務も行っています。

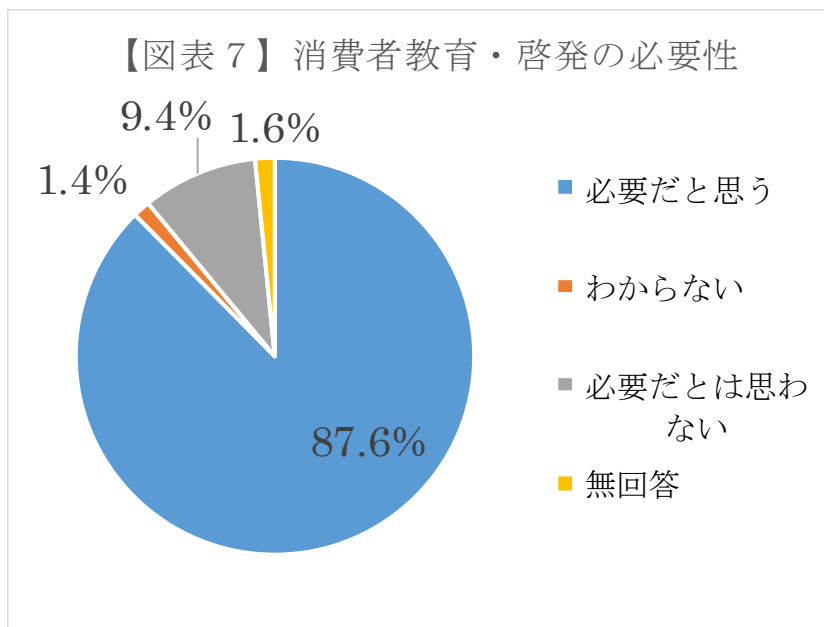
消費者センターを「知っている」と回答した人は54.9%でした。(図表6)



(4) 消費者教育・啓発について

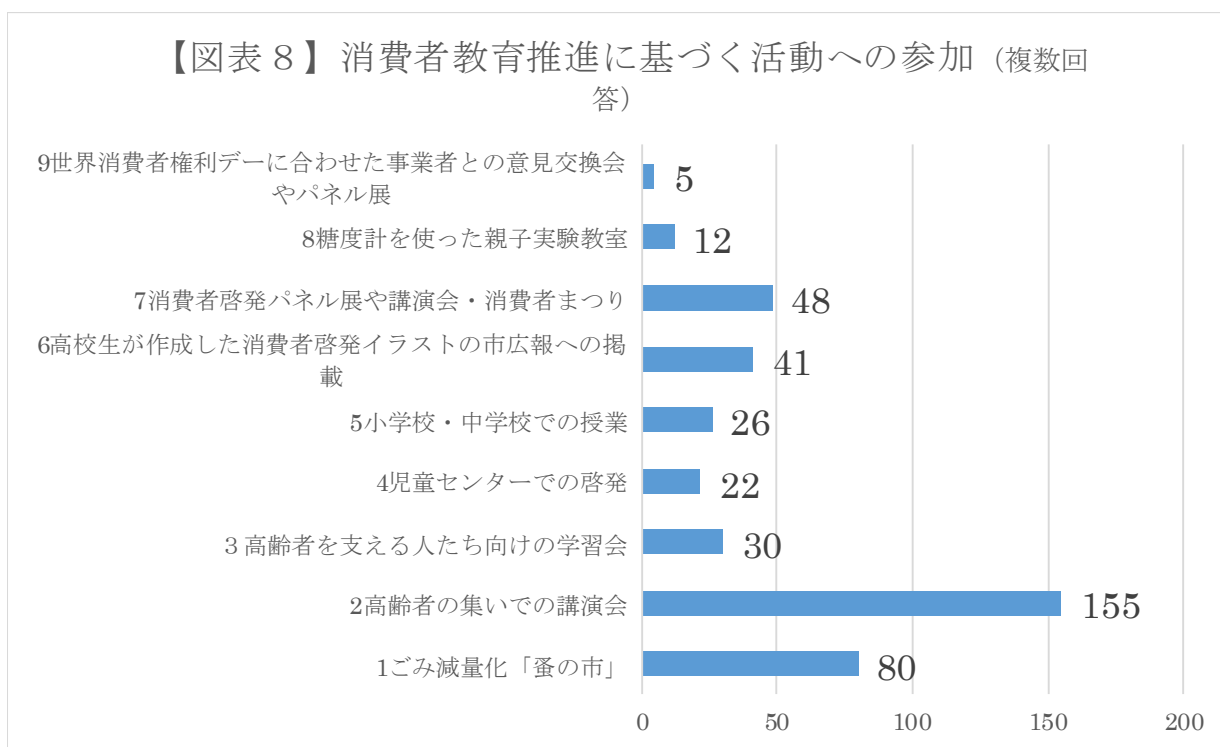
「消費者教育・啓発」の必要性については87.6%が「必要だと思う」に回答しました。

(図表 7)

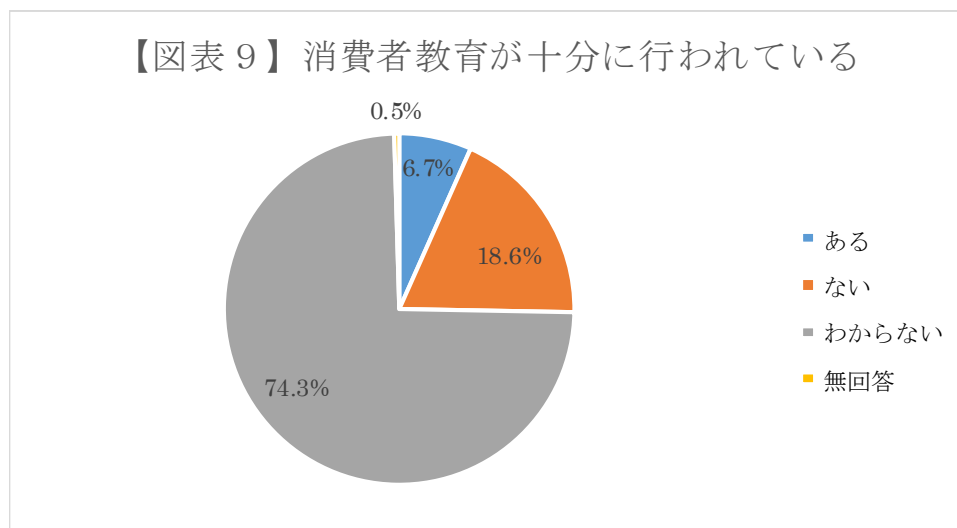


消費生活に関する学習機会（授業、講義、出前講座など）が、学校や地域、職場などの様々な場で提供されている消費生活に関する学習機会への参加については「高齢者の集いでの講演会」が155人、1位でした。（図表 8）

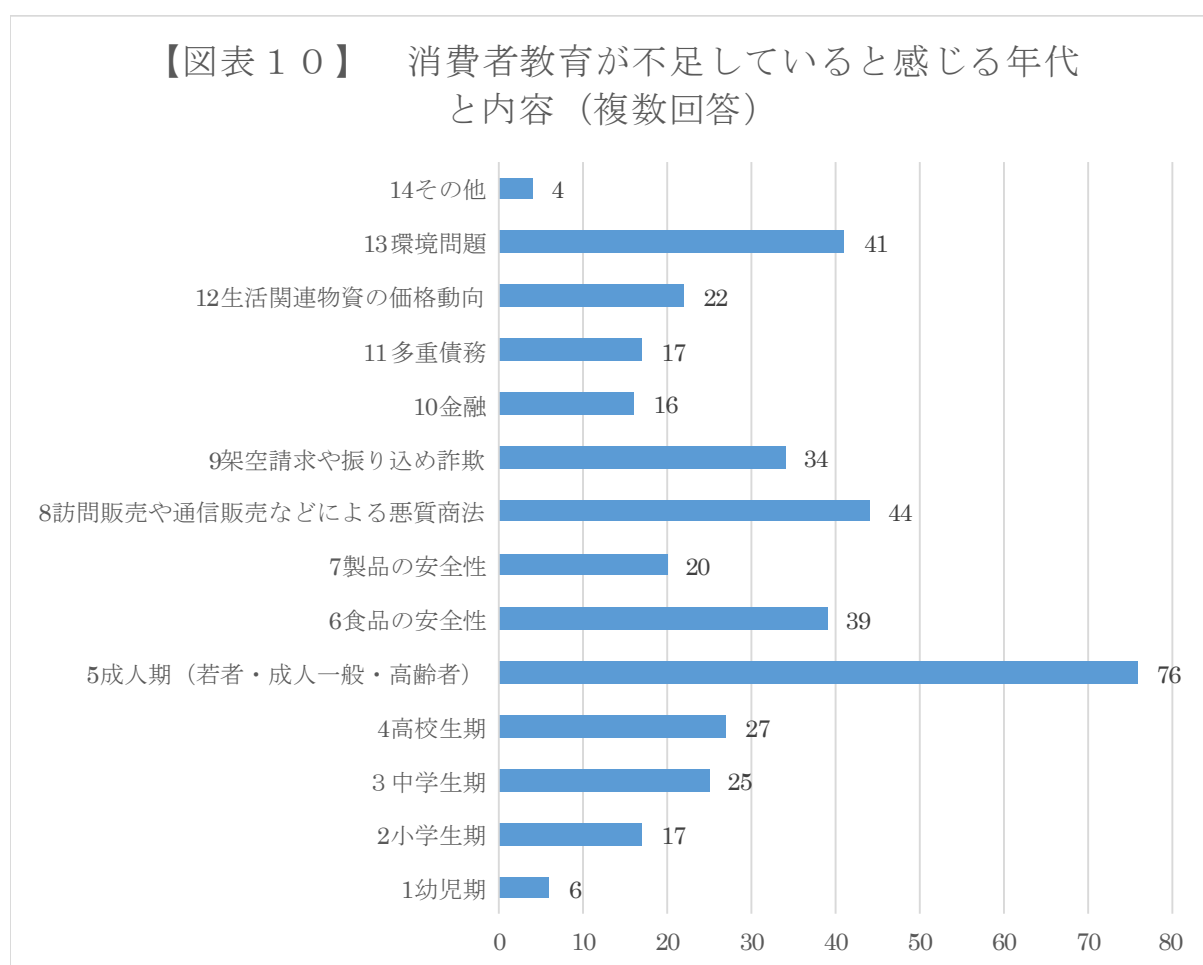
なお、平成29年度から令和3年度の5年間の勝山市消費者センターが実施した消費生活講座回数は208件でした。



そして、消費者教育が十分に行われているかどうかについては「わからない」と答えた人が74.3%でした。(図表9)



しかし、消費者教育で不足していると思われる年代と内容の設問では半数以上の人が回答し、特に「成人期」に必要性があると感じているようです。(図表10)

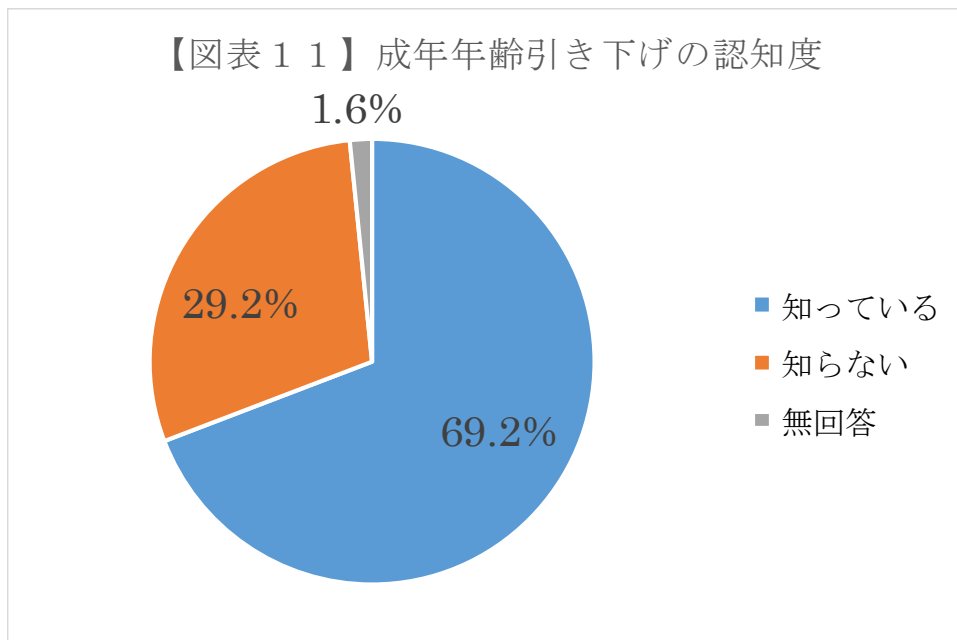


(5) 成年年齢引き下げについて

令和4年4月1日から成年年齢が20歳から18歳に引き下げられました。

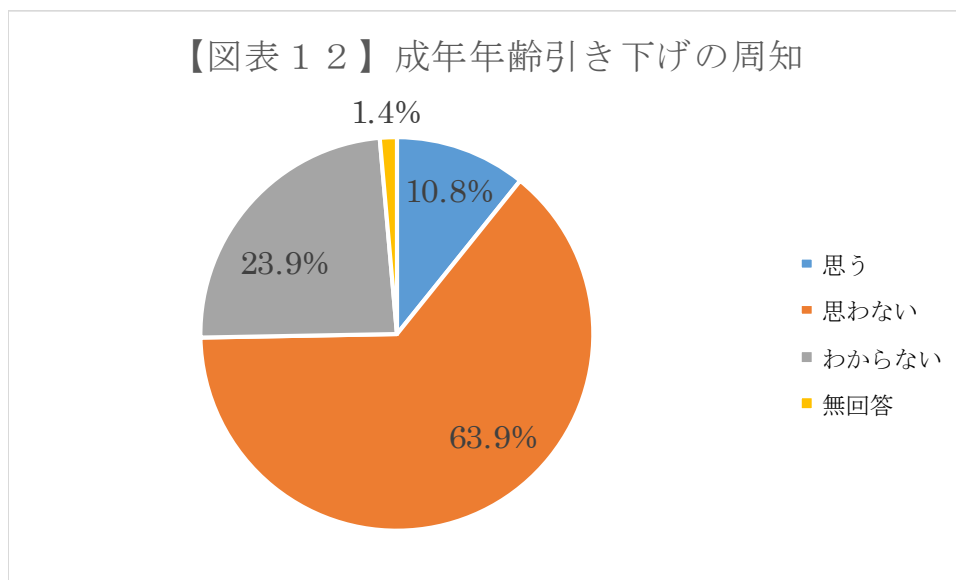
これまで、20歳未満の者には未成年者取消権が認められており、未成年者が保護者の同意を得ずに行った契約は、原則取り消すことができていましたが、令和4年4月以降は18歳と19歳の若者が行った契約については、この権利を行使できなくなり、若者を狙った消費者被害の増加が懸念されています。

成年年齢引き下げについて「知っている」と答えた人は301人で69.2%、年代別でみてもほぼ同比率となっています。(図表11)



	知っている	知らない	無回答	合計
20代	16	8	0	24
30代	22	12	0	34
40代	27	18	0	45
50代	35	24	0	59
60代	77	27	0	104
70以上	118	35	5	158
不明	6	3	2	11
全体	301	127	7	435

また、成年年齢引き下げの周知に関しては 63.9%の人が周知が十分ではないと回答し、課題が残されています。(図表 1 2)



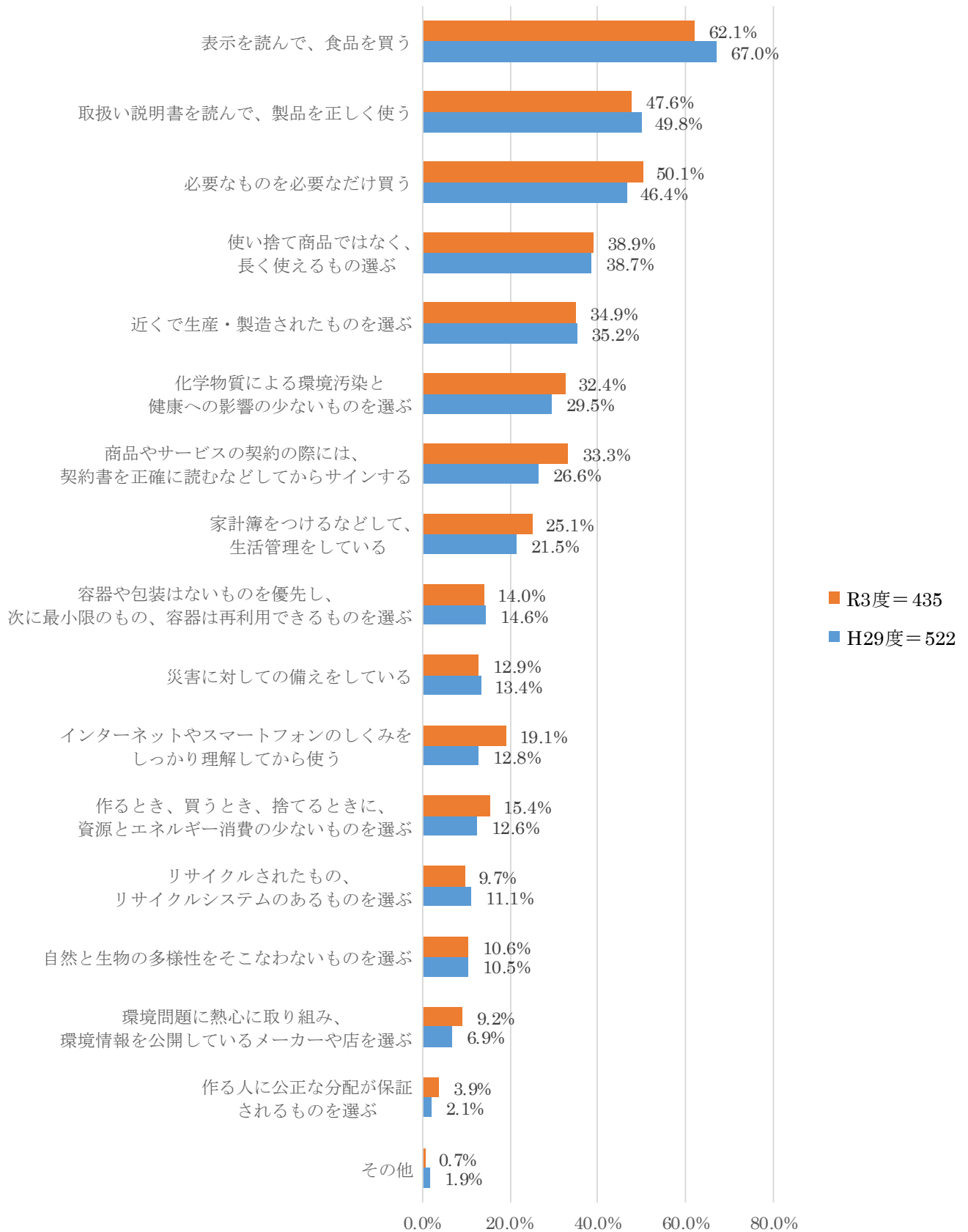
(6) 消費者としての心がけ

(次頁 図表 1 3)

市民が日頃から心がけ、実践していることとして、最も多かったのは、「表示を読んで、食品を買う」で 62.1%でした。

次いで、「必要なものを必要なだけ買う」(50.1%)で前回調査より増加しました。「取り扱い説明書を読んで、製品を正しく使う」が 47.6%、「使い捨て商品ではなく、長く使えるものを選ぶ」(38.9%)、「近くで生産・製造されたものを選ぶ」(34.9%)、「化学物質による環境汚染と健康への影響の少ないものを選ぶ」(32.4%)の順となっています。

【図表 1 3】 消費者としての日頃の心がけ



3 勝山市における消費者教育・啓発の現状

当市の消費者行政では、消費生活相談における消費者教育や、街頭キャンペーン・出前講座の実施、学習会・研修会の開催、市広報等による情報提供などにより消費者教育や啓発を実施しています。

また、学校においては、家庭科や社会科等の学習指導要領に基づき、消費者教育が行われています。市内高校美術部においては市広報啓發文に合わせた挿絵の制作事業にご協力いただいています。

地域や団体においては、学習会や啓発活動が行われ、特に勝山市消費者団体連絡協議会においては、衣食住に関する学習会や、最近では無料で不用品交換ができる「蚤の市」を開催することで環境問題や倫理的消費者行動など新しい価値観の創出に関する取り組みが行われています。

倫理的消費とは・・・

地域の活性化や雇用なども含む、人や社会・環境に配慮した消費行動。消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援したりしながら消費活動を行うこと。具体例として、消費者支援につながる商品、フェアトレード商品、寄付付商品、エコ商品、リサイクル商品、資源保護等の認証がある商品、被災地産品の消費や地産地消などがある。（エシカル消費ともいう。）

（消費者基本計画工程表 抜粋）

第3章 基本理念と活動方針

1 基本理念

学び・考え・行動する消費者の育成

～消費者市民社会の実現をめざして～

【目指す消費者像】

※消費生活に関心を持ち、自ら学び、考え、判断、選択、行動ができる**消費者力**をもった消費者

※自分だけでなく周りの人々や未来・世界の人々の状況などをしっかりみつめて生活し、公正かつ持続可能な社会の形成に参画することができる消費者

消費者の8つの権利と5つの責任

【権利】

1. 生活のニーズが保証される権利
2. 安全への権利
3. 情報を与えられる権利
4. 選択をする権利
5. 意見を聴かれる権利
6. 補償を受ける権利
7. 消費者教育を受ける権利
8. 健全な環境の中で働き生活する権利

【責任】

1. 批判的意識を持つ責任
2. 主張し行動する責任
3. 社会的弱者への配慮責任
4. 環境への配慮責任
5. 連帯する責任

※ 消費者団体の国際的組織である

「国際消費者機構（C I）」が1982年に提唱

・1962年にアメリカのケネディ大統領が、消費者の権利として4項目（2から5まで）を提示

・消費者の権利は「消費者基本法」にも示されている

2 活動方針

ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進

誰もが、生涯を通じて、様々な場で消費者教育を受けられるよう、情報の提供や学び合う機会の提供が必要であります。そして、幼児期から高齢期までの各段階や、障がいの有無、外国の方々への文化・生活の背景の違い、情報の入手方法や読み解く能力の差異等消費者の特性に配慮しながら、体系的・総合的に消費者教育を行わなければなりません。

これからの取り組みにあたっては、消費者庁が公表した「消費者教育の体系イメージマップ」（18頁参照）を活用し、各期における重点領域のねらいに基づいた活動の実践を目標とし、関係機関・関係団体等へ働きかけて連携を図り、協働による消費者教育を推進します。（19頁「消費者教育連携図」参照）

《 消費者教育の体系 》

《 各 期 》

幼児期

小学生期

中学生期

高校生期

成人期

特に若者

成人一般

特に高齢者

《 重点領域 》

消費者市民社会の構築

消費がもつ影響力の理解

持続可能な消費の実践

消費者の参画・協働

商品等の安全

商品安全の理解と危険を回避する能力

トラブル対応能力

生活管理と契約

選択し、契約することへの理解と考える態度

生活を設計・管理する能力

情報とメディア

情報の収集・処理・発信能力

情報社会のルールや情報モラルの理解

消費生活情報に対する批判的思考力

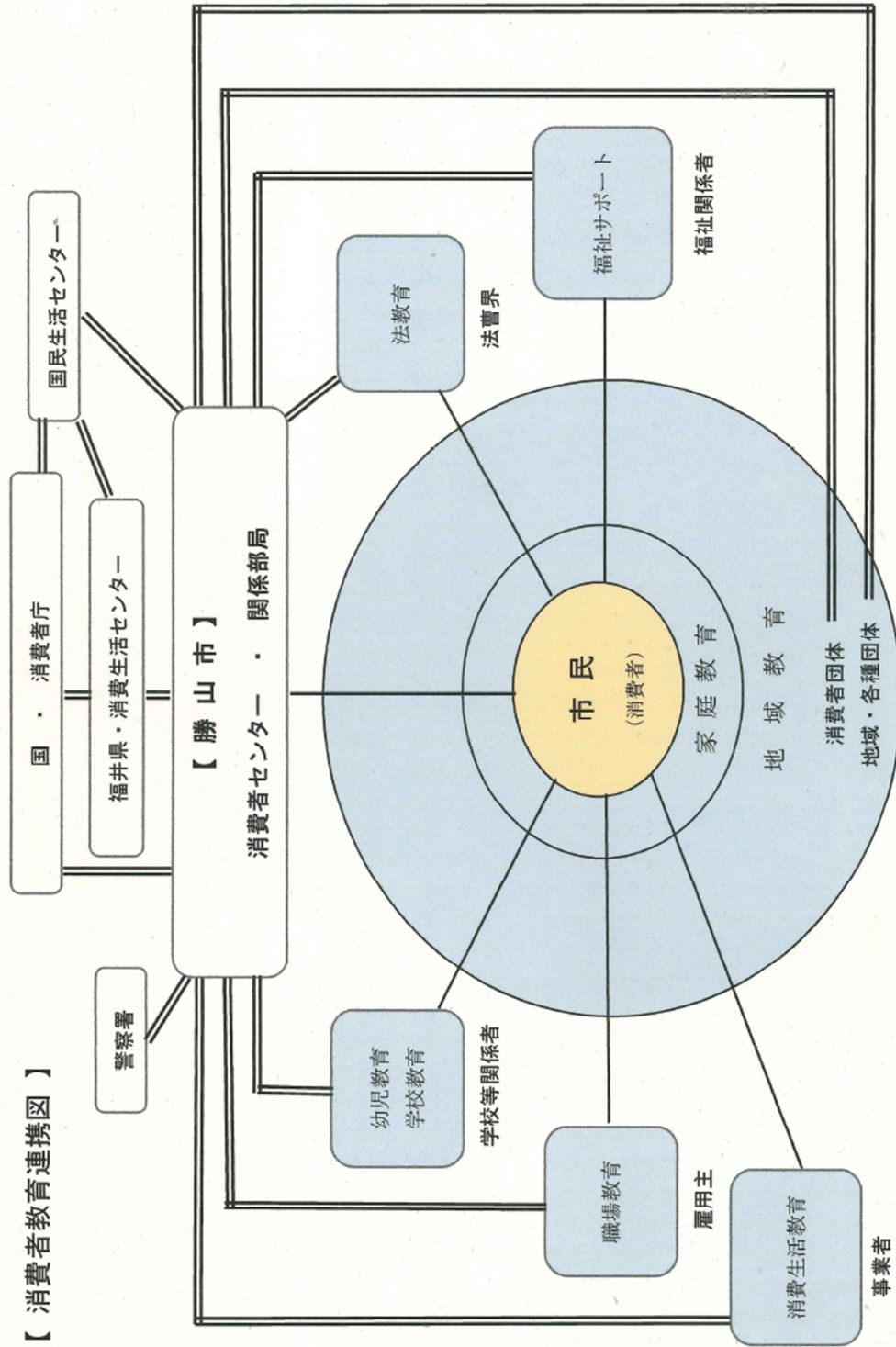
消費者教育の体系イメージマップ

Ver.1.0

各期の特徴	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期	
					特に若者	成人一般
重点領域	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素養の形成が望まれる時期	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、合理的な判断が望まれる時期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任の理解、主体的な判断が望まれる時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期
各期の特徴	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素養の形成が望まれる時期	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、合理的な判断が望まれる時期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任の理解、主体的な判断が望まれる時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期
消費がもつ影響力の理解	おつかいや買い物の関心を高めよう	消費をめぐる物と金銭の流れを考えよう	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を身に付けよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響に配慮して行動しよう
持続可能な消費の実践	身の回りのものを大切にしよう	自分の生活と身近な環境とのかわりに気づき、物の使い方を工夫しよう	消費生活が環境に与える影響を考えたライフスタイルを築こう	持続可能な社会を目指して、ライフスタイルを考えよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを築こう	持続可能な社会を築こう
消費者の参画・協働	協力することの大切さを知ろう	身近な消費者問題に目を向けよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に取り組むことの重要性を理解しよう	消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう	地域や職場で活動して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくろう
商品安全の理解と危険回避する能力	くらしの中の危険や、もの安全な使い方を知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手を知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手を知ろう	安全で危険の少ないくらしと消費社会を目指すことの大切さを理解しよう	安全で危険の少ないくらし方を考える習慣を付けよう	安全で危険の少ないくらしと消費社会をつくろう
トラブル対応能力	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう
選択し、契約することへの理解と考える態度	約束やきまりを守ろう	物の選び方、買い方を考え、適切に購入しよう	商品と契約のルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう	適切な意思決定に基づいて行動しよう	契約の内容及びルールを理解し、くらしに活かそう	契約の内容及びルールを理解し、くらしに活かそう
生活を設計・管理する能力	欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的に使うよう	消費に関する生活管理の技術や貯蓄を計画的にしよう	主体的に生活設計を立ててみよう	生涯を見通した生活設計・管理を実践しよう	生涯設計の変化に対応し、くらしを豊かにしよう
情報の収集・処理・発信能力	身の回りのさまざまな情報に気づこう	消費に関する情報の収集や活用方法を知ろう	消費生活に関する情報の収集や発信の技術を身に付けよう	情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう	情報と情報技術の適切な利用する習慣を身に付けよう	情報と情報技術の適切な利用する習慣を身に付けよう
情報社会のルールや情報モラルの理解	自分や家族を大切にしよう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを守ろう	著作権や発信した情報への責任を知ろう	望ましい情報社会のあり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を付けよう	トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくろう
消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう	消費生活情報の価値、選択の仕方について学び、社会との関連を理解しよう	消費生活情報を主体的に活用し、消費生活の改善に役立てよう	消費生活情報を主体的に活用し、消費生活の改善に役立てよう	消費生活情報を主体的に活用し、消費生活の改善に役立てよう

※本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体系的に組み立て、理解を進めやすきよう整理したものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。

【消費者教育連携図】



3 推進の内容

○幼児期における消費者教育の推進

子どもを不慮の事故から守るため、幼稚園や保育園、保護者等に向けて、幼児の日常生活における製品事故に関する情報提供を行って注意喚起をします。

○学校教育を通じた消費者教育の充実

授業において、外部講師として消費生活専門相談員を派遣したり、教員へ情報提供したりするなど、学校教育での支援を行います。

また、成年年齢引き下げに伴い、計画的な人生設計のための金銭管理能力の学びの場を提供します。

○成人期における効果的な消費者教育の促進

地域・サークルなどの各種団体・イベントなど参加しやすい学習機会の設定や分かりやすく関心が持てる内容を検討し、消費生活に関する知識や理解を深められるよう年代等に配慮した消費者教育の実施に努めます。

出前講座の実施や学習会等の開催などによって消費者の学びの機会を増やし、消費者市民社会の概念の浸透と消費者意識の向上に努めます。

○被害防止に向けた関係機関・関係団体への教育及び連携の強化

特殊詐欺や靈感商法など様々な悪質商法により消費者の暮らしが脅かされています。このような消費者被害の未然防止・拡大防止のため、関係機関や関係団体・事業者・地域などへの教育及び連携の強化を図ります。

○地域における消費者教育の人材（担い手）の育成と支援

消費生活の向上に資するために、地域で活躍する消費者団体の主体的・能動的な活動を支援し、推進役としての活動の場を提供します。また、くらしのアドバイザーや消費生活モニターなど消費者教育に携わる人材の育成に努めます。

○環境教育や食育、防災教育、高度情報通信ネットワーク社会等との連携促進

「消費者市民社会」の構築に向けては、各分野との共通理解が必要となるため、消費者教育への関心と理解を深めて連携を促進するための必要な取り組みを検討し実施します。

参 考 資 料

消費生活に関する市民アンケート

問1 あなたは、どのような消費者問題（※1）に関心がありますか。

（○は3つまで）

1 / 12 問

1. 食品の安全性（食品表示、食品添加物、食中毒など）
2. 製品の安全性（製品の欠陥による事故、製品のリコール（※2）など）
3. 訪問販売や通信販売などによる悪質商法
4. 架空請求や振り込め詐欺
5. 金融（投資、保険、融資などの金融商品の問題）
6. 多重債務（サラ金、クレジット）
7. 生活関連物資の価格動向（ガソリン、食品、日用品など）
8. 環境問題（エネルギー、ゴミ、リサイクルなど）

（※1）消費者問題とは、消費者が買った商品やサービスあるいは取引をめぐって、消費者に起きる生命、身体、財産の被害や損害、不利益などを言います。

（※2）製品リコールとは、製品の欠陥が判明した場合、無償修理・交換・返金などを行うことを言います。

問2 あなたは、消費者問題に関する情報を主にどこで入手していますか。

（○はいくつでも）

2 / 12 問

1. テレビ・ラジオ
2. 新聞・雑誌
3. 事業者からのお知らせ（コマーシャル、広告）
4. 市広報紙
5. 消費者庁や国民生活センター、県・市のホームページ
6. インターネット
7. 各種講座や講演会など
8. 家族・知人・同僚など身近な人

問3 あなたは、商品を購入したりサービスを利用したりする時に
トラブルになったことがありますか。 (○は1つだけ) 3 / 1 2 問

- | | |
|-------|-------|
| 1. ある | 2. ない |
|-------|-------|

問4 問3で「1. ある」と答えた方にお聞きします。どこかに（誰かに）相談を
しましたか。(○はいくつでも) 4 / 1 2 問

- | |
|-----------------------|
| 1. 家族、知人、同僚など身近な人 |
| 2. 販売店やメーカーなどの相談窓口 |
| 3. 市消費者センターや県消費生活センター |
| 4. 国民生活センター |
| 5. 弁護士、司法書士等の専門家 |
| 6. 警 察 |
| 7. 消費者団体 |

問5 勝山市では平成30年3月に勝山市消費者教育推進計画を策定した後、
様々な活動を行ってきました。下記の事業について知っているもの、
又は参加したことがありますか。(○はいくつでも) 5 / 1 2 問

- | |
|---|
| 1. ゴミ減量化や物やお金のお金の大切さを知る「蚤の市＝0円ショップ」の開催 |
| 2. 高齢者の集い（ふれあいサロン等）での悪質商法詐欺被害防止等の講演会の実施 |
| 3. 高齢者を支える方たち向けの学習会の実施 |
| 4. 児童センターでエコカルタ、製品事故防止紙芝居の実施、高齢者啓発劇団が作成した啓発DVDの配布 |
| 5. 小学校・中学校での買い物ごっこやエシカル消費（※3）に関する授業の実施 |
| 6. 高校生が作成した消費者啓発イラストの市広報への掲載 |
| 7. 消費者啓発パネル展や講演会、消費者まつりの開催 |
| 8. 糖度計を使った親子実験教室の開催 |
| 9. 世界消費者権利デー（3月15日）に合わせた事業者との意見交換会やパネル展 |

※3 人・地域・社会・環境に配慮した消費行動のこと

※ くらしのアドバイザー、消費生活モニター、勝山市消費者団体連絡協議会共催含む

問 6 勝山市の消費者教育は十分だと思いますか。(○は1つだけ) 6/12問

- | | | |
|-------|---------|----------|
| 1. 思う | 2. 思わない | 3. わからない |
|-------|---------|----------|

問 7 問6で「2. 思わない」と答えた方にお訊ねします。

不足している年代、内容はなんですか (○はいくつでも) 7/12問

【 年 代 】

- 1. 幼児期
- 2. 小学生期
- 3. 中学生期
- 4. 高校生期
- 5. 成人期 (若者・成人一般・高齢者)

【 内 容 】

- 6. 食品の安全性
- 7. 製品の安全性
- 8. 訪問販売や通信販売などによる悪質商法
- 9. 架空請求や振り込め詐欺
- 10. 金融 (投資、保険、融資などの金融商品の問題)

問 8 令和4年(2022年)4月1日より成年年齢が20歳から18歳に変わります。例えば、現在の高校2年生(2004年4月2日~2005年4月1日生まれ)の場合、18歳の誕生日で成人になります。

成人になると自分で様々な契約ができるようになり、支払や返済に責任が発生します。

あなたはこのことを知っていましたか。(○は1つだけ) 8/12問

- | | |
|----------|---------|
| 1. 知っている | 2. 知らない |
|----------|---------|

問 9 成年年齢が18歳になることが十分周知されていると思いますか。

(○は1つだけ)

9/12問

- | | | |
|-------|---------|----------|
| 1. 思う | 2. 思わない | 3. わからない |
|-------|---------|----------|

問 10 これからの消費生活において「消費者教育・啓発」は必要だと思いますか。
(○は1つだけ) 10/12問

- | | | |
|-----------|--------------|----------|
| 1. 必要だと思う | 2. 必要だとは思わない | 3. わからない |
|-----------|--------------|----------|

問 11 市役所 市民・税務課に、消費生活相談や出前講座などを行う勝山市消費者センターがあります。あなたは、勝山市消費者センターをご存知ですか。
(○は1つだけ) 11/12問

- | | |
|----------|---------|
| 1. 知っている | 2. 知らない |
|----------|---------|

問 12 あなたが日頃から取り組んでいること、心がけていることを教えてください。(○はいくつでも) 12/12問

- | |
|---|
| 1. 表示を読んで、食品を買う |
| 2. 取扱い説明書を読んで、製品を正しく使う |
| 3. インターネットやスマートフォンのしくみをしっかり理解してから使う |
| 4. 商品やサービスの契約の際には、契約書を正確に読むなどしてからサインする |
| 5. 家計簿をつけるなどして、生活管理をしている |
| 6. 必要なものを必要なだけ買う |
| 7. 使い捨て商品ではなく、長く使えるものを選ぶ |
| 8. 容器や包装はないものを優先し、次に最小限のもの、容器は再利用できるものを選ぶ |
| 9. 作るとき、買うとき、捨てるときに、資源とエネルギー消費の少ないものを選ぶ |
| 10. 化学物質による環境汚染と健康への影響の少ないものを選ぶ |
| 11. 自然と生物多様性をそこなわないものを選ぶ |
| 12. 近くで生産・製造されたものを選ぶ |
| 13. 作る人に公正な分配が保証されるものを選ぶ |
| 14. リサイクルされたもの、リサイクルシステムのあるものを選ぶ |
| 15. 環境問題に熱心に取り組み、環境情報を公開しているメーカーや店を選ぶ |
| 16. 災害に対しての備えをしている |
| 17. その他(具体的に:) |

■最後に、あなたご自身のことについておたずねします。

(あてはまるところに○)

性 別	1. 男性	2. 女性		
年 齢	1. 20歳代	2. 30歳代	3. 40歳代	
	4. 50歳代	5. 60歳代	6. 70歳以上	
お住まいの 地区	1. 勝山地区	2. 猪野瀬地区	3. 平泉寺地区	4. 村岡地区
	5. 北谷地区	6. 野向地区	7. 荒土地区	8. 北郷地区
	9. 鹿谷地区	10. 遅羽地区		
職 業	1. 勤め人（パート含む）	2. 自営業、農業	3. 専業主婦・主夫	
	4. 無職	5. 学生	6. その他（ ）	

ご協力ありがとうございました。返信用封筒に入れて、ポストに投函して下さい。

消費者教育の推進に関する法律

(平成二十四年八月二十二日法律第六十一号)

第一章 総則

(目的)

第一条 この法律は、消費者教育が、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるようその自立を支援する上で重要であることに鑑み、消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利であることを踏まえ、消費者教育に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、基本方針の策定その他の消費者教育の推進に関し必要な事項を定めることにより、消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、もって国民の消費生活の安定及び向上に寄与することを目的とする。

(定義)

第二条 この法律において「消費者教育」とは、消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（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を含む。）及びこれに準ずる啓発活動をいう。

2 この法律において「消費者市民社会」とは、消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会をいう。

(基本理念)

第三条 消費者教育は、消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結び付けることができる実践的な能力が育まれることを旨として行われなければならない。

2 消費者教育は、消費者が消費者市民社会を構成する一員として主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援することを旨として行われなければならない。

3 消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行われるとともに、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮した適切な方法で行われなければならない。

4 消費者教育は、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場の特性に応じた適切な方法により、かつ、それぞれの場における消費者教育を推進する多様な主体の連携及び他の消

費者政策（消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策をいう。第九条第二項第三号において同じ。）との有機的な連携を確保しつつ、効果的に行われなければならない。

5 消費者教育は、消費者の消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に与える影響に関する情報その他の多角的な視点に立った情報を提供することを旨として行われなければならない。

6 消費者教育は、災害その他非常の事態においても消費者が合理的に行動することができるよう、非常の事態における消費生活に関する知識と理解を深めることを旨として行われなければならない。

7 消費者教育に関する施策を講ずるに当たっては、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が図られるよう、必要な配慮がなされなければならない。

（国の責務）

第四条 国は、自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができる自立した消費者の育成が極めて重要であることに鑑み、前条の基本理念（以下この章において「基本理念」という。）にのっとり、消費者教育の推進に関する総合的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。

2 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、前項の施策が適切かつ効率的に策定され、及び実施されるよう、相互に又は関係行政機関の長との間の緊密な連携協力を図りつつ、それぞれの所掌に係る消費者教育の推進に関する施策を推進しなければならない。

（地方公共団体の責務）

第五条 地方公共団体は、基本理念にのっとり、消費生活センター（消費者安全法（平成二十一年法律第五十号）第十条の二第一項第一号に規定する消費生活センターをいう。第十三条第二項及び第二十条第一項において同じ。）、教育委員会その他の関係機関相互間の緊密な連携の下に、消費者教育の推進に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の社会的、経済的状况に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。

（消費者団体の努力）

第六条 消費者団体は、基本理念にのっとり、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われる消費者教育に協力するよう努めるものとする。

（事業者及び事業者団体の努力）

第七条 事業者及び事業者団体は、事業者が商品及び役務を供給する立場において消費

者の消費生活に密接に関係していることに鑑み、基本理念にのっとり、国及び地方公共団体が実施する消費者教育の推進に関する施策に協力するよう努めるとともに、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるものとする。

(財政上の措置等)

第八条 政府は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講じなければならない。

2 地方公共団体は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講ずるよう努めなければならない。

第二章 基本方針等

(基本方針)

第九条 政府は、消費者教育の推進に関する基本的な方針（以下この章及び第四章において「基本方針」という。）を定めなければならない。

2 基本方針においては、次に掲げる事項を定めるものとする。

一 消費者教育の推進の意義及び基本的な方向に関する事項

二 消費者教育の推進の内容に関する事項

三 関連する他の消費者政策との連携に関する基本的な事項

四 その他消費者教育の推進に関する重要事項

3 基本方針は、消費者基本法（昭和四十三年法律第七十八号）第九条第一項に規定する消費者基本計画との調和が保たれたものでなければならない。

4 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成し、閣議の決定を求めなければならない。

5 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成しようとするときは、あらかじめ、関係行政機関の長に協議するとともに、消費者教育推進会議及び消費者委員会の意見を聴くほか、消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講じなければならない。

6 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、第四項の規定による閣議の決定があったときは、遅滞なく、基本方針を公表しなければならない。

7 政府は、消費生活を取り巻く環境の変化を勘案し、並びに消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を踏まえ、おおむね五年ごとに基本方針に検討を加え、必要があると認めるときは、これを変更するものとする。

8 第四項から第六項までの規定は、基本方針の変更について準用する。

(都道府県消費者教育推進計画等)

第十条 都道府県は、基本方針を踏まえ、その都道府県の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画（以下この条及び第二十条第二項第二号において「都道府県消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。

2 市町村は、基本方針（都道府県消費者教育推進計画が定められているときは、基本方針及び都道府県消費者教育推進計画）を踏まえ、その市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画（以下この条及び第二十条第二項第二号において「市町村消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。

3 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めようとするときは、あらかじめ、その都道府県又は市町村の区域の消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。この場合において、第二十条第一項の規定により消費者教育推進地域協議会を組織している都道府県及び市町村にあつては、当該消費者教育推進地域協議会の意見を聴かなければならない。

4 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表するよう努めるものとする。

5 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めた場合は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を行うよう努めるとともに、必要があると認めるときは、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を変更するものとする。

6 第三項及び第四項の規定は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の変更について準用する。

第三章 基本的施策

(学校における消費者教育の推進)

第十一条 国及び地方公共団体は、幼児、児童及び生徒の発達段階に応じて、学校（学校教育法（昭和二十二年法律第二十六号）第一条に規定する学校をいい、大学及び高等専門学校を除く。第三項において同じ。）の授業その他の教育活動において適切かつ体系的な消費者教育の機会を確保するため、必要な施策を推進しなければならない。

2 国及び地方公共団体は、教育職員に対する消費者教育に関する研修を充実するため、教育職員の職務の内容及び経験に応じ、必要な措置を講じなければならない。

3 国及び地方公共団体は、学校において実践的な消費者教育が行われるよう、その内外を問わず、消費者教育に関する知識、経験等を有する人材の活用を推進するものとする。

（大学等における消費者教育の推進）

第十二条 国及び地方公共団体は、大学等（学校教育法第一条 に規定する大学及び高等専門学校並びに専修学校、各種学校その他の同条 に規定する学校以外の教育施設で学校教育に類する教育を行うものをいう。以下この条及び第十六条第二項において同じ。）において消費者教育が適切に行われるようにするため、大学等に対し、学生等の消費生活における被害を防止するための啓発その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

2 国及び地方公共団体は、大学等が行う前項の取組を促進するため、関係団体の協力を得つつ、学生等に対する援助に関する業務に従事する教職員に対し、研修の機会の確保、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

（地域における消費者教育の推進）

第十三条 国、地方公共団体及び独立行政法人国民生活センター（以下この章において「国民生活センター」という。）は、地域において高齢者、障害者等に対する消費者教育が適切に行われるようにするため、民生委員法（昭和二十三年法律第百九十八号）に定める民生委員、社会福祉法（昭和二十六年法律第四十五号）に定める社会福祉主事、介護福祉士その他の高齢者、障害者等が地域において日常生活を営むために必要な支援を行う者に対し、研修の実施、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

2 国、地方公共団体及び国民生活センターは、公民館その他の社会教育施設等において消費生活センター等の収集した情報の活用による実例を通じた消費者教育が行われるよう、必要な措置を講じなければならない。

（事業者及び事業者団体による消費者教育の支援）

第十四条 事業者及び事業者団体は、消費者団体その他の関係団体との情報の交換その他の連携を通じ、消費者の消費生活に関する知識の向上が図られるよう努めるものとする。

2 事業者は、消費者からの問合せ、相談等を通じて得た消費者に有用な消費生活に関する知識を広く提供するよう努めるものとする。

3 事業者は、その従業者に対し、研修を実施し、又は事業者団体等が行う講習会を受講させること等を通じ、消費生活に関する知識及び理解を深めるよう努めるものとする。

4 事業者団体は、消費者団体その他の民間の団体が行う消費者教育の推進のための活動に対し、資金の提供その他の援助に努めるものとする。

（教材の充実等）

第十五条 国及び地方公共団体は、消費者教育に使用される教材の充実を図るとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において当該教材が有効に活用されるよう、消費者教育に関連する実務経験を有する者等の意見を反映した教材の開発及びその効果的な

提供に努めなければならない。

（人材の育成等）

第十六条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、消費者安全法 に定める消費生活相談員その他の消費者の利益の擁護又は増進を図るための活動を行う者に対し、消費者教育に関する専門的知識を修得するための研修の実施その他その資質の向上のために必要な措置を講じなければならない。

2 国及び地方公共団体は、大学等、研究機関、消費者団体その他の関係機関及び関係団体に対し、消費者教育を担う人材の育成及び資質の向上のための講座の開設その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

（調査研究等）

第十七条 国及び地方公共団体は、消費者教育に関する調査研究を行う大学、研究機関その他の関係機関及び関係団体と協力を図りつつ、諸外国の学校における総合的、体系的かつ効果的な消費者教育の内容及び方法その他の国の内外における消費者教育の内容及び方法に関し、調査研究並びにその成果の普及及び活用に努めなければならない。

（情報の収集及び提供等）

第十八条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われている消費者教育に関する先進的な取組に関する情報その他の消費者教育に関する情報について、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮しつつ、これを収集し、及び提供するよう努めなければならない。

2 国は、消費生活における被害の防止を図るため、年齢、障害の有無その他の消費者の特性を勘案して、その収集した消費生活に関する情報が消費者教育の内容に的確かつ迅速に反映されるよう努めなければならない。

第四章 消費者教育推進会議等

（消費者教育推進会議）

第十九条 消費者庁に、消費者教育推進会議を置く。

2 消費者教育推進会議は、次に掲げる事務をつかさどる。

一 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進会議の委員相互の情報の交換及び調整を行うこと。

二 基本方針に関し、第九条第五項（同条第八項において準用する場合を含む。）に規定する事項を処理すること。

3 消費者教育推進会議の委員は、消費者、事業者及び教育関係者、消費者団体、事業者団体その他の関係団体を代表する者、学識経験を有する者並びに関係行政機関及び関係する独立行政法人（独立行政法人通則法（平成十一年法律第百三号）第二条第一項に規定する独立行政法人をいう。）の職員のうちから、内閣総理大臣が任命する。

4 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進会議の組織及び運営に関し必要な事項は、政令で定める。

（消費者教育推進地域協議会）

第二十条 都道府県及び市町村は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育を推進するため、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センターその他の当該都道府県又は市町村の関係機関等をもって構成する消費者教育推進地域協議会を組織するよう努めなければならない。

2 消費者教育推進地域協議会は、次に掲げる事務を行うものとする。

一 当該都道府県又は市町村の区域における消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進地域協議会の構成員相互の情報の交換及び調整を行うこと。

二 都道府県又は市町村が都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を作成し、又は変更しようとする場合においては、当該都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の作成又は変更に関して意見を述べること。

3 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進地域協議会の組織及び運営に関し必要な事項は、消費者教育推進地域協議会が定める。

勝山市消費者教育推進協議会 名簿

1	委員長	坪 田 任 弘	学識経験者
2	副委員長	山 場 眞理子	勝山市消費者団体連絡協議会
3	委 員	杉 平 信 夫	勝山市区長連合会
4	委 員	松 田 敏 男	勝山市民生児童委員協議会
5	委 員	中 谷 恵 一	勝山警察署
6	委 員	道 関 直 哉	勝山市校長会
7	委 員	谷 出 雅 博	勝山市社会福祉協議会
8	委 員	川 原 勝	協同組合勝山サンプラザ
9	委 員	朝 井 和 美	市民の代表
10	委 員	小 池 美恵子	市民の代表

(敬称略)



勝山市消費者教育推進計画

令和 5 年 3 月

勝 山 市 民 課

〒911-8501 福井県勝山市元町1丁目1番1号

TEL 0779 - 88 - 8103

FAX 0779 - 88 - 3856

URL <https://www.city.katsuyama.fukui.jp>