

第2次都城市消費者教育推進計画
(令和6年度～令和10年度)



幸せ上々、みやこのじょう

日本一の肉と焼酎、とっておきの自然と伝統

令和6年4月

都城市

目次

| | |
|----------------------------------|----|
| 第1章 計画策定の趣旨 | 1 |
| 1 趣旨 | 1 |
| 2 計画の位置付け | 2 |
| 3 計画の期間 | 2 |
| 4 計画の進捗管理 | 2 |
| 第2章 消費者を取り巻く現状と課題 | 3 |
| 1 本市における消費生活相談の傾向と特徴 | 3 |
| （1）相談件数の推移 | 3 |
| （2）年代別の推移 | 3 |
| （3）相談状況 | 4 |
| 2 啓発活動の現状 | 5 |
| 3 本市における消費者教育の課題 | 5 |
| （1）都城市消費生活センターの拠点としての役割・機能強化 | 5 |
| （2）ライフステージや社会情勢に応じた体系的な消費者教育の実施 | 6 |
| （3）高齢者への情報提供及び注意喚起 | 6 |
| （4）若年者への消費者教育 | 6 |
| （5）各主体の体制整備及び連携 | 7 |
| （6）消費者教育を行う人材の育成 | 7 |
| 第3章 基本目標と基本方針 | 8 |
| 1 基本目標 | 8 |
| 2 SDGsの理念 | 8 |
| 3 基本方針 | 9 |
| （1）都城市消費生活センターの拠点としての役割・機能強化 | 9 |
| （2）ライフステージや社会情勢に応じた体系的・継続的な教育の推進 | 9 |
| （3）消費者教育を行う各主体の体制整備・連携及び他の教育との連携 | 9 |
| （4）消費者教育を行う人材の育成 | 9 |
| 4 第2次都城市消費者教育推進計画の体系 | 10 |
| 5 施策の方向 | 11 |
| （1）都城市消費生活センターの拠点としての役割・機能強化 | 11 |
| （2）ライフステージや社会情勢に応じた体系的・継続的な教育の推進 | 11 |
| （3）消費者教育を行う各主体の体制整備・連携及び他の教育との連携 | 13 |
| （4）消費者教育を行う人材の育成 | 13 |
| 6 評価指標及び目標値 | 15 |
| 資料編 | 16 |

第1章 計画策定の趣旨

1 趣旨

少子高齢化の進行、高度情報化の進展、消費生活のグローバル化等により消費者を取り巻く環境や生活様式が急激に変化し、消費者トラブルも多様化・複雑化しています。特に、SNSなどのインターネット関連による悪質商法や詐欺の手口は年々巧妙化し、高齢者、若者を問わず深刻化しています。

また、経済のグローバル化や地球環境の変化に伴い、平成27年9月に「国連持続可能な開発サミット」において、「持続可能な開発目標（SDGs）」が採択され、消費者には、自らの消費行動が社会に与える影響を自覚し、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画することが求められています。

さらに、民法（明治29年法律第89号）が改正され、令和4年4月1日から成年年齢が18歳に引下げられたことに伴い、新たに成年となった18歳、19歳の若者たちには、消費生活における契約当事者としての責任を持って社会に参画することも求められます。

そのような中、市民が安心して消費生活を営むことができる社会の実現のためには、「自ら考え自ら行動する」自立した消費者の育成が不可欠となっており、そのためには、消費者が、学校、地域、家庭、職域等の様々な場で、生涯を通じて切れ目なく消費者教育を受けられる機会の充実を図り、消費者教育が体系的・総合的に推進されることが必要です。

国においては、平成24年12月に消費者の自立支援を目的とする「消費者教育の推進に関する法律」（平成24年法律第61号。以下「消費者教育推進法」という。）が施行されました。この法律に基づき平成25年6月に「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（以下「基本方針」という。）が閣議決定（令和5年3月変更）され、平成27年には宮崎県が「宮崎県消費者教育推進計画」（令和元年10月改定。以下「県推進計画」という。）を策定しました。

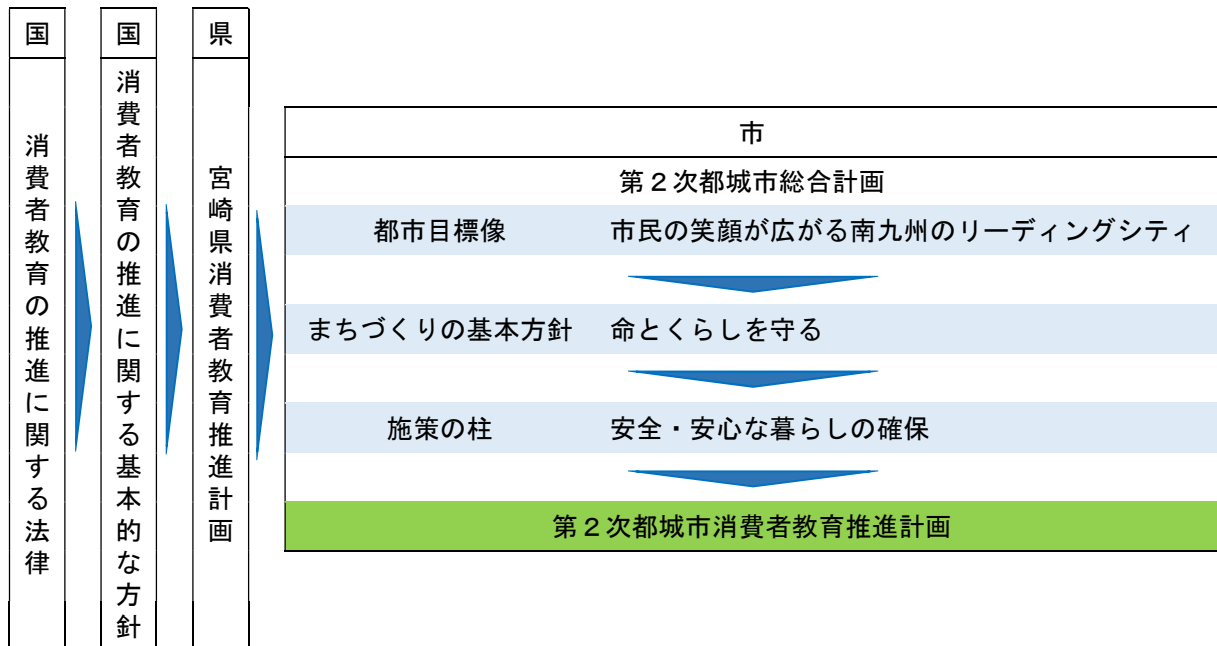
本市においては、平成22年に都城市消費生活センター（以下「市消費生活センター」という。）を設置し、消費生活に関する相談、苦情等の受付をするとともに、悪質商法対策講座等の啓発活動を通して、知識の普及や情報の提供に努めてきました。

さらに、平成31年3月に平成31年度（令和元年度）から令和5年度までの5年間を計画期間とする「都城市消費者教育推進計画」を策定し、消費者教育の体系的・総合的な推進に取り組んできたところです。

この度、策定から5年が経過することから、基本目標や計画の体系枠組みは継承しつつも、計画の一部について必要な見直しを行い、消費者教育の更なる推進を図るため、「第2次都城市消費者教育推進計画」を策定します。

2 計画の位置付け

本計画は、消費者教育推進法第10条第2項に基づき、国の基本方針及び県推進計画を踏まえて策定したものであり、第2次都城市総合計画の施策の柱である市民の「安全・安心な暮らしの確保」を目指し、自立した消費者の育成を図るための計画です。



3 計画の期間

本計画の期間は、令和6年度から令和10年度までの5年間とします。

なお、国及び県の動向など社会経済情勢等を踏まえ、必要に応じて見直しを行います。

4 計画の進捗管理

本計画における施策の着実な推進を図るため、評価指標及び目標値を設定し、毎年度、評価・検証を行い、本計画の進捗管理を行うとともに、必要に応じて計画の見直しを行っていきます（P15参照）。

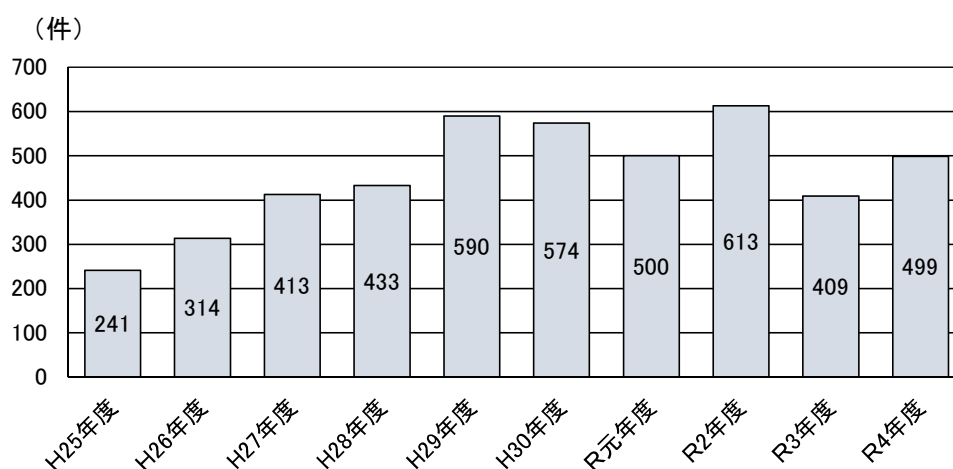
第2章 消費者を取り巻く現状と課題

1 本市における消費生活相談の傾向と特徴

(1) 相談件数の推移

消費生活相談件数は、平成25年度から平成29年度にかけて増加傾向にあり、平成30年度からは一旦減少に転じたものの、新型コロナウイルスに便乗した詐欺が横行した令和2年度は過去最高となりました。（図表1参照）

図表1【相談件数の推移】

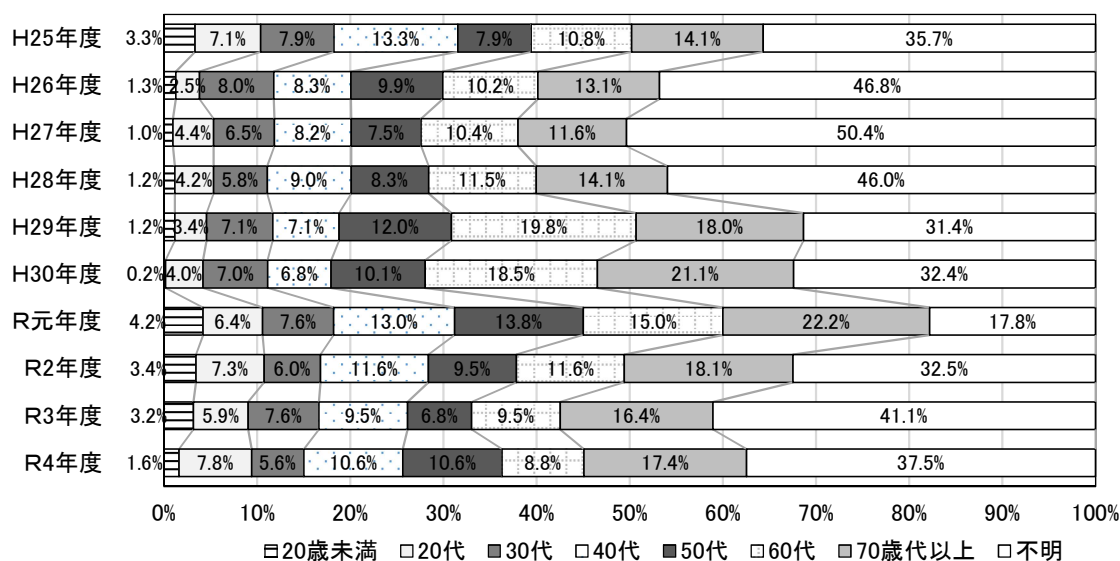


(2) 年代別の推移

平成29年度以降、60歳代以上の高齢者に係る割合が高い傾向にあります。特に70歳代以上は例年高い割合で推移しており、過去5年間を見ても最多となっています。

(図表2参照)

図表2【契約当事者年代別割合の推移】



(3) 相談状況

令和4年度は、多重債務や住宅ローン、消費者金融等からの借り入れ等に関する「融資サービス」についての相談が最も多く、幅広い世代から寄せられました。

それに次いで、宅配業者をかたったショートメールによるフィッシング詐欺やメール等による架空請求を主な内容とする「商品一般」についての相談も多く寄せられています。

その他、スマートフォンの普及により、手軽にインターネット通販で契約ができるようになり、「化粧品」や「健康食品」等の定期購入に関する相談や、インターネットを利用した出会い系サイトやオンラインゲームなどのコンテンツに関する相談、スマートフォンや光回線等電気通信サービスの契約に関する相談など多岐にわたり、相談内容も複雑化しています。（図表3、4参照）

図表3【年代別の相談状況（令和4年度）】

| 順位 | 20歳未満 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代以上 |
|----|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-------------|-------------|-------|
| 1 | 娯楽等情報 配信サービス | 融資サービス | | 化粧品 | | | 商品一般 |
| 2 | 健康食品 | 商品一般 | レンタル・ リース・貸借 | 融資サービス | | | 相談その他 |
| 3 | 化粧品 | 相談その他 | 菓子類 | 他の教養・ 娯楽 | 商品一般 | 相談その他 | 化粧品 |
| 4 | 移動通信 サービス | かばん | 健康食品 | レンタル・ リース・貸借 | 他の教養・ 娯楽 | 商品一般 | 役務その他 |
| 5 | 観覧・鑑賞 | レンタル・ リース・貸借 | 食生活機器 | 娯楽等情報 配信サービス | 飲料 | 他の教養・ 娯楽 | 健康食品 |

図表4【商品・役務別件数（令和4年度）】

| 順位 | 商品・役務 | 件数 | 主な相談内容 |
|----|-------------|----|------------------------------------|
| 1 | 融資サービス | 59 | 多重債務、連帯保証人、住宅ローン等に関する相談 |
| 2 | 商品一般 | 57 | メールやハガキ等による架空請求、不審な電話、不審な荷物等に関する相談 |
| 3 | 化粧品 | 41 | 通信販売の定期購入等に関する相談 |
| 4 | 保険・金融サービス | 19 | 各種金融商品、災害に便乗した損害保険の申請サポート契約等に関する相談 |
| 5 | 他の教養・娯楽 | 17 | 出会い系サイト、オンラインゲーム、ギャンブル等に関する相談 |
| 6 | レンタル・リース・貸借 | 14 | 各種レンタルサービス、アパートや借家の退去費用等に関する相談 |
| 7 | 移動通信サービス | 12 | スマートフォンやモバイル通信機器の契約、通信サービス等に関する相談 |
| 7 | 健康食品 | 12 | 通信販売の定期購入等に関する相談 |
| 8 | 娯楽等情報配信サービス | 11 | ワンクリック詐欺、アダルトサイト、音楽・映像配信サービスに関する相談 |
| 9 | 自動車 | 7 | 自動車の購入や修理等に関する相談 |

2 啓発活動の現状

本市では、出前講座や関係機関と連携した消費生活セミナーを実施するとともに、毎年5月の消費者月間（昭和63年制定）における市庁舎1階でのパネル展や、商業施設店頭での啓発グッズ・チラシ等の配布、ホームページや広報紙を活用した啓発に努めています。

また、近年、幼少期からスマートフォン等の情報通信機器を利用する機会が増えてきているため、インターネットトラブルの事例や情報ツールの適切な活用方法について地域や学校等での出前講座の充実を図っています。

令和2年度から令和4年度にかけては、新型コロナウイルス感染症感染拡大の影響により、人の集まる対面式の出前講座が開催できなかった状況が見られました。

図表5【出前講座実績】

| 区分 | 平成30年度 | | 令和元年度 | | 令和2年度 | | 令和3年度 | | 令和4年度 | |
|-----------------------|--------|-------|-------|-------|-------|------|-------|------|-------|------|
| | 件数 | 受講者数 | 件数 | 受講者数 | 件数 | 受講者数 | 件数 | 受講者数 | 件数 | 受講者数 |
| 一般 高齢者等 | 29 | 980 | 29 | 1,017 | 4 | 140 | 4 | 81 | 3 | 90 |
| 若年者 (小学生～ 大学生等) | 15 | 3,292 | 15 | 1,119 | 6 | 184 | 2 | 82 | 1 | 20 |
| 計 | 44 | 4,272 | 44 | 2,136 | 10 | 324 | 6 | 163 | 4 | 110 |

3 本市における消費者教育の課題

(1) 都城市消費生活センターの拠点としての役割・機能強化

国の基本方針では、地域における消費者教育について、消費生活センター等を拠点とする多様な主体が連携した体制づくりが期待されています。消費者教育の取組を進める上で、消費生活センターへの消費者被害に関する情報の蓄積、蓄積した情報を基にした注意情報の発信など、消費生活センターが消費者教育の拠点として果たす役割は、今後益々重要となっていきます。

さらに、消費者庁が実施した「令和3年度消費者意識基本調査」において、地方公共団体が設置している消費生活センターに関する組織やサービスについての認知度を聞いたところ、「名前と内容を知っていた」の割合が31.8%、「名前は知っていた」が55.3%、「知らなかった」が10.0%という結果が出ています。市民にとって身近な相談機関として、市消費生活センターの認知度の更なる向上と、複雑化・多様化する消費生活相談への確に対応できるよう相談機能の充実強化を図る必要があります。

(2) ライフステージや社会情勢に応じた体系的な消費者教育の実施

幼稚園、小学校、中学校、高等学校では学習指導要領等を踏まえた消費者教育が行われていますが、学習指導要領の改訂により学校カリキュラムに消費者教育が積極的に導入される以前の年代の人や学習が定着していない人については、地域、家庭、職域等において、生涯を通じて切れ目のない消費者教育を行っていく必要があります。このため、幼児期から高齢期までの各世代に応じた消費者教育を体系的*に実施していくことが必要です。

また、成年年齢引き下げや社会のデジタル化の進展による電子商取引の拡大、持続可能な社会の実現に向けた関心の高まり、新型コロナウイルス感染症による新しい生活様式の実践など、消費者を取り巻く社会情勢は大きく変動し、それに伴い消費生活に関する相談は複雑化・多様化する傾向にあります。消費者を取り巻く社会情勢の変化に応じた消費者教育を行っていくことも必要です。

* 資料編「消費者庁 消費者教育の体系イメージマップ」参照。

(3) 高齢者への情報提供及び注意喚起

高齢者に対しては市消費生活センターが出前講座等を実施するなど啓発に努めていますが、高齢者の相談割合は依然高い水準となっています(P 3、図表2参照)。

高齢者の健康や生活の不安につけ込んだ悪質商法等の手口は複雑化・巧妙化しており、高齢者に対する情報提供や注意喚起などの啓発等、消費者被害防止への取組を強化する必要があります。

また、周囲に相談できる人がいない場合や、判断能力が十分ではない高齢者はトラブルに遭っているという認識が薄く、問題が潜在化しやすいと考えられるため、特に地域の見守りが重要となります。消費者トラブルを防止していくためには、高齢者と接する機会の多い民生委員や地域包括支援センターなど、地域における見守りネットワーク活動と連携を図り、見守りを行う支援者に対する情報提供などの取組を行う必要があります。

(4) 若年者への消費者教育

民法改正により成年年齢が20歳から18歳に引き下げられたことに伴い、18歳、19歳では未成年者取消権を行使することができなくなり、これまで20歳以上の若年者が遭っていた消費者トラブルが低年齢層に拡大する恐れがあります。

このため、若年者が被害に遭わないために必要な知識を身につけるとともに、被害に遭った際は消費生活センターに相談するなど、消費者トラブルの未然防止や対処方法についての教育及び啓発を強化する必要があります。

(5) 各主体の体制整備及び連携

幼稚園、小学校、中学校、高等学校等においては学習指導要領等を踏まえた消費者教育が行われていますが、地域、家庭、職域等においても体系的かつ総合的な消費者教育が行われることが重要です。

そのため、地域、家庭、職域等に対し、消費者教育の役割を担う人材や教材に関する情報提供を行っていく必要があります。

また、これら消費者教育の担い手との連携や、学校教育及び社会教育において環境教育、食育、国際理解教育等の消費者教育と密接な関わりを持っている教育との連携も図っていく必要があります。

(6) 消費者教育を行う人材の育成

学校、地域、家庭、職域等の幅広い領域において、各世代や実施環境で行われる消費者教育が効果的に実施されるための体制の整備が必要です。

このため、幼児期から高齢期までの各世代で質の高い消費者教育を行うとともに、各領域における消費者教育を一体的に推進するため、消費者教育を担う人材の育成を推進していく必要があります。

第3章 基本目標と基本方針

1 基本目標

前章までの現状等を踏まえ、本計画では、次の基本目標を定め、消費者教育を推進することとします。

『自立した消費者の育成を目指して』

2 SDGsの理念

基本目標に基づき、4つの「基本方針」と、その下に13の「施策の方向」を定め、SDGsの理念に沿って、消費者教育を体系的かつ総合的に推進することとします。



<消費者教育とSDGs>

消費者教育は、「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。」（消費者教育推進法第2条第1項）と定義されています。

消費者教育を推進することは、自らの消費行動が社会に与える影響を理解している消費者を育成することであり、特にSDGsの目標12「つくる責任つかう責任」の達成に資することになります。

3 基本方針

(1) 都城市消費生活センターの拠点としての役割・機能強化

市消費生活センターは、消費者被害の救済だけではなく、商品・サービスの基礎知識や契約知識についての情報発信、啓発活動を行っています。消費者教育の拠点として様々な情報を集積し、県消費生活センター、教育委員会、学校、事業者、関係団体等の多様な主体と連携・協働しながら、市民に消費者教育を提供する場、消費者教育の担い手を支援する場としての役割を強化していきます。

また、市民にとって身近な相談機関として、市消費生活センターの認知度の更なる向上及び相談体制の充実等、機能強化に努めます。

(2) ライフステージや社会情勢に応じた体系的・継続的な教育の推進

幼児期から高齢期までのライフステージに合わせて適切かつ効果的な消費者教育が、体系的*かつ継続的に行われるような取組を推進します。また、学校、地域、家庭、職域等の領域の違いや、障がい者、外国人等消費者の多様な特性に配慮した消費者教育を推進していきます。

特に、高齢者や障がい者等の支援が必要な方については、本人・家族だけでなくその支援者（民生委員や介護従事者等）に対する消費者教育も推進していきます。

さらに、成年年齢引き下げやデジタル化の進展、新しい生活様式の実践等、消費者を取り巻く社会の変化に応じた消費者教育を推進していきます。

*資料編「消費者庁 消費者教育の体系イメージマップ」参照。

(3) 消費者教育を行う各主体の体制整備・連携及び他の教育との連携

消費者教育を推進するため、消費者教育を担う消費者団体、事業者等の多様な主体を育成していきます。

その中で、消費者団体については、消費者問題への問題意識や関心が高い個人、団体へ情報の提供を行い、育成の支援をしていきます。

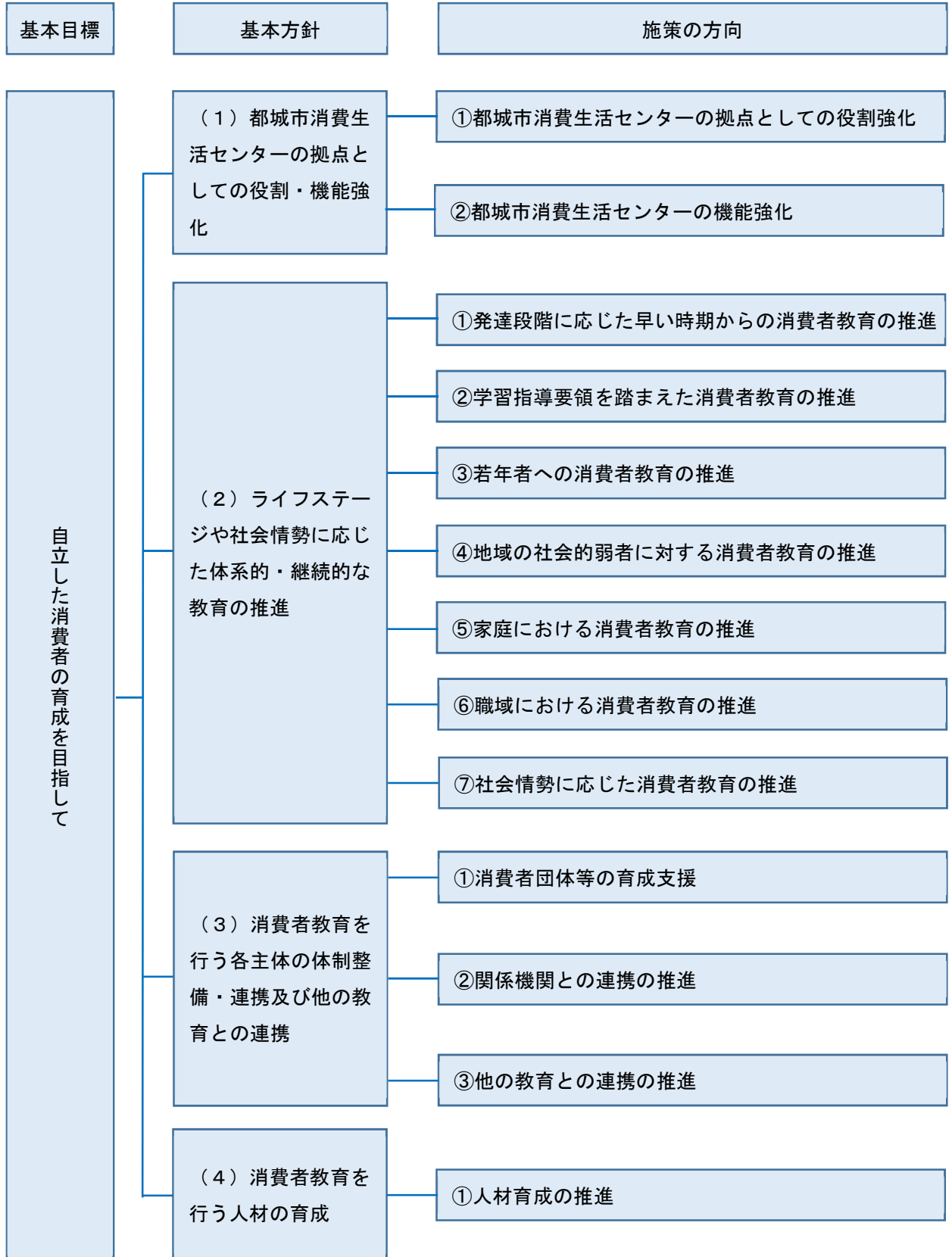
また、消費者教育を体系的かつ総合的に進めていくため、県消費生活センター、警察、近隣自治体、学校、各種団体等の多様な主体と連携していきます。

さらに、学校教育及び社会教育において環境教育、食育、国際理解教育等は消費者教育と密接な関わりを持っていることから、これらの教育とも連携しながら消費者教育を推進していきます。

(4) 消費者教育を行う人材の育成

学校、地域、家庭、職域等の様々な領域において消費者教育を推進していくためには、それぞれの領域で消費者教育を担う人材が必要であることから、県消費生活センターや教育委員会等の関係機関等と連携し、ライフステージに応じた消費者教育の推進に必要な人材を育成していきます。

4 第2次都城市消費者教育推進計画の体系



5 施策の方向

(1) 都城市消費生活センターの拠点としての役割・機能強化

①都城市消費生活センターの拠点としての役割強化

市消費生活センターが、消費者教育の拠点として、消費者教育に関する様々な情報を収集し、県消費生活センター、教育委員会、学校、事業者、関係団体等の多様な主体と連携・協働しながら効果的な消費者教育を行います。

また、市消費生活センターが、市民に消費者教育を提供する場、消費者教育の担い手を支援する場としての役割を果たせるよう、消費生活相談員に対する研修等を通して資質の向上を図ります。

②都城市消費生活センターの機能強化

社会情勢の変化に伴い複雑化・多様化する消費生活相談に的確に対応できるよう、消費生活相談員の確保及び専門知識の向上に努め、市消費生活センターの機能強化を図ります。

また、消費者被害を未然に防ぐとともに、被害に遭ったときに身近に相談できる窓口として、市消費生活センターの周知を図り、市民が安全安心に生活できるまちを目指します。

(2) ライフステージや社会情勢に応じた体系的・継続的な教育の推進

①発達段階に応じた早い時期からの消費者教育の推進

消費者教育は、幼児期・小学生期の早い時期からの取組が重要です。幼児期はおつかいや買い物をきっかけに関心を持たせ、小学生期では身近な物の選び方や買い方、インターネットの使い方の注意点を学習するなど、早い時期からの消費者教育を実施します。

②学習指導要領を踏まえた消費者教育の推進

学習指導要領には、各ステージに適した消費者教育の内容が設定されており、それらを踏まえた消費者教育を推進していきます。

また、現代社会では欠かせないツールとなっているインターネット等については、小学生期から高校生期までを通じて、その使い方の注意点や適切な活用方法等について学習するなど、児童・生徒の知識として定着し、自立した消費者として成長するための消費者教育を実施します。

③若年者への消費者教育の推進

令和4年4月の改正民法の施行により、18歳への成年年齢引き下げが行われ、18歳、19歳では未成年者取消権がなくなったことから、消費者被害が拡大することが危惧されています。社会経験の乏しさから消費者被害に遭わないように、また、社会の一員として行動する自立した消費者の育成のため、早い段階から出前講座等による消費者教育の推進を図ります。

④地域の社会的弱者に対する消費者教育の推進

高齢者、障がい者、認知症患者等の方々や、言葉や文化、慣習の違いのある外国人は、十分な消費者問題に関する情報を得にくい場合があります。

このため、各地域や公民館等で開催する出前講座により周知、啓発するとともに、社会福祉協議会や自治公民館、民生委員等による見守りなど地域の支え合いを活用しながら消費者教育を実施します。

特に、高齢者や障がい者等判断力が十分でない方への対応として、令和2年度に設置した「都城市消費者安全確保地域協議会」を始めとする地域の見守りネットワーク等との連携を強化し、見守り者の観点からも消費者教育の推進に取り組みます。

⑤家庭における消費者教育の推進

家庭においては、子供におつかいや買い物等で金銭感覚を身に付けさせたり、身近な物の選び方について家庭でルールづくりを行ったりするなど、親子が一体となって消費者問題を認識してもらうことが必要であることから、家庭での消費者教育を支援する啓発や情報提供を実施します。

また、同居している高齢者や障がい者等が消費者被害に遭わないよう、家族が日常生活の中での注意喚起や見守りを行うために必要な情報提供に努めます。

⑥職域における消費者教育の推進

事業者の消費生活に関する理解や知識向上のため、事業者に関係する法規制や消費者被害等の消費生活関連情報の提供に努めます。

⑦社会情勢に応じた消費者教育の推進

消費者を取り巻く社会の変化に応じた消費者教育を推進します。近年発生した、新型コロナウイルス感染症に便乗した悪質商法など、自然災害等の緊急時における消費者被害等の防止に向けた取組を推進します。

また、デジタル化の進展に伴い、電子商取引の増加や消費者の決済手段の多様化・高度化が進んでいます。消費者がデジタルを賢く利用し、トラブルから自らを守るための知識や、他者に被害を与えないための情報モラル等を身に付けるための取組を推進します。

(3) 消費者教育を行う各主体の体制整備・連携及び他の教育との連携

①消費者団体等の育成支援

地域における消費者問題解決力の向上を図るため、消費者問題についての問題意識や関心が高い個人、団体へ情報の提供を行い、育成を支援していきます。

②関係機関との連携の推進

ア 県及び近隣自治体等との連携

県消費生活センターや三股町福祉・消費生活相談センターとの連携を強化し、共同による消費生活センターの周知活動や消費生活セミナーの共催など消費者教育の充実を図ります。

また、教育委員会や、福祉、環境、産業等の各部局と情報共有しながら、施策を推進します。

イ 事業者や福祉関係団体等との連携

事業者や福祉関係団体等が行っている消費者教育の事例を把握し、参考として他の関係団体等に紹介していきます。

また、地域において高齢者、障がい者等に対する消費者教育が適切に行われるよう、日常的な見守りを行っている福祉関係団体等と連携し、地域が一体となった見守りネットワークの充実を図り、効果的な取組を進めていきます。

③他の教育との連携の推進

自立した消費生活を営むため、前提となる法教育や金融教育との連携に努めます。

また、持続可能な消費の実践を目指すため、資源やエネルギーの有限性や食品ロス削減といった取組を学ぶ環境教育や食育との連携に努めます。

さらに、社会経済の国際化の進展に合わせ、消費者が国内外の社会情勢及び地球環境に与える影響を自覚するために国際理解教育等との連携にも努めます。

(4) 消費者教育を行う人材の育成

①人材育成の推進

ア 消費生活相談員

消費生活相談員は、日々の相談業務の中で培った知識と経験を、消費者教育の実践に活かしていくことが必要になります。さらには、消費生活相談の解決に際して、これまで以上に広範囲な知見が求められてきています。そうした状況に対応するため、国民生活センターや県消費生活センター等が実施する研修への参加を支援し、消費生活相談員の資質の向上に努めます。

イ 教職員

教職員は、学校における消費者教育の推進役として重責を担うため、消費生活に関する情報提供や教職員向けの講座等による啓発活動等に努めます。

ウ 福祉関係者等

地域の高齢者、障がい者等に対しては、民生委員や福祉関係団体等が行う日常的な支援の中での見守りが効果的であり、消費生活に関する知識や情報などを日頃から身につけておく必要があるため、福祉関係者への情報提供や講座等による啓発に努めます。

エ 事業者

職域での消費者教育を推進していく上では、事業者が消費生活に関する知識及び理解を深めることが必要となってくるため、消費生活関連の情報の提供や講座等による啓発に努めます。

6 評価指標及び目標値

本計画の施策の着実な推進を図るため、評価指標及び目標値を設定し、毎年度、評価・検証を行い、進捗管理を行うとともに必要に応じて計画の見直しを行っていきます。

| 基本方針 | 施策の方向 | 重要業績評価指標 (KPI) | 基準値 | 目標値 |
|------|------------|------------------------------|---------------|----------------|
| (1) | ① | 消費生活出前講座 開催数 | 44回 (R元年度) | 48回 (R10年度) |
| (2) | ①②④ ⑤⑥⑦ | | | |
| (3) | ①②③ | | | |
| (4) | ① | | | |
| (2) | ③ | 若年者を対象とした 消費生活出前講座 開催数 | 15回 (R元年度) | 17回 (R10年度) |
| (2) | ④ | 都城市消費者安全確 保地域協議会の開催 | 1回 (R4年度) | 1回 (R10年度) |
| (1) | ① | 市ホームページ 更新回数 | 30回 (R4年度) | 40回 (R10年度) |
| (2) | ⑤⑥ | | | |
| (4) | ① | | | |
| (1) | ② | 消費生活相談員の 研修会参加回数 | 10回 (R4年度) | 12回 (R10年度) |
| (4) | ① | | | |
| (3) | ② | 三股町との共催事業 開催数 | 2回 (R4年度) | 3回 (R10年度) |

※消費生活出前講座については、R2年度からR4年度にかけて新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けたため、R元年度の開催数を基準値としています。

※「若年者を対象とした消費生活出前講座開催数」については、「消費生活出前講座開催数」の内数となります。

資料編

消費者庁 消費者教育の体系イメージマップ

| 各期の特徴 | Ver.1.0 | | | | | | |
|------------------|---|--|--|--|--|---|---|
| | 幼児期 | 小学生期 | 中学生期 | | | | |
| 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、消費者としての素地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、トラブル解決方法の理解が望まれる時期 | 生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、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 | 周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期 |
| | 消費がもつ影響力の理解 | 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、社会に与える影響に配慮して行動しよう | 消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響を伝えよう | 消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響を伝えよう |
| | 持続可能な消費の実践 | 自分の生活と身近な環境とのかわりに気づき、物の使い方などを工夫しよう | 消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう | 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標榜しよう | 持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝えよう | 持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝えよう |
| | 消費者の参画・協働 | 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大変さや重要性を理解しよう | 消費者問題その他の社会課題の形成に向けた行動の場を広げよう | 地域や隣で協働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 | 支え合いながら協働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を回避する能力 | 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り、使おう | 危険を回避し、物を安全に使う手を知り、使おう | トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法を知ろう | トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用し、正しい社会をつくろう | トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用し、正しい社会をつくろう |
| | 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 | 適切な意思決定に基づいて行動しよう | 契約とそのルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう | 契約とそのルールを理解し、くらしに活かそう |
| | 選択し、契約することへの理解と考える態度 | 約束やまきまりを守ろう | 物の選び方、買い方を考え、適切な購入しよう | 商品を選択し、契約のルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう | 契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう | 契約とそのルールを理解し、くらしに活かそう | 契約とそのルールを理解し、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、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、計画的な使い方を考えよう | 消費に関する生活管理のスキルを身に付けよう | 生涯を見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を実践しよう | 経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的な暮らしをしよう | 生活環境の変化に対応し、支え合いながら生活を管理しよう |
| | 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集め方や活用の仕方を知ろう | 消費生活に関する情報の収集と発信の技能を身に付けよう | 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 | 情報と情報技術を適切に利用するくらしをしよう | 情報と情報技術を適切に利用するくらしをしよう |
| | 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、情報モラルを知ろう | 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」かという問いを考えよう | 消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう | 消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを知ろう | 消費生活情報を主体的に吟味する習慣を付けよう | 消費生活情報を主体的に吟味する習慣を付けよう | 支え合いながら消費生活情報を手取り入れよう | |

※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、理解を進めやすいように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)

第一百八十回通常国会

野田内閣

改正 平成二六年六月一三日法律第七一号

消費者教育の推進に関する法律をここに公布する。

消費者教育の推進に関する法律

目次

第一章 総則（第一条—第八条）

第二章 基本方針等（第九条・第十条）

第三章 基本的施策（第十一条—第十八条）

第四章 消費者教育推進会議等（第十九条・第二十条）

附則

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。

（平二六法七一・一部改正）

（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。

(平二六法七一・一部改正)

(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。

附 則 抄

(施行期日)

- 1 この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。

(平成二四年政令第二九〇号で平成二四年一二月一三日から施行)

(検討)

- 2 国は、この法律の施行後五年を目途として、この法律の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。

附 則 (平成二六年六月一三日法律第七一号) 抄

(施行期日)

第一条 この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。ただし、次の各号に掲げる規定は、当該各号に定める日から施行する。

一 略

二 第一条中不当景品類及び不当表示防止法第十条の改正規定及び同法本則に一条を加える改正規定、第二条の規定(次号に掲げる改正規定を除く。)並びに附則第三条及び第七条から第十一条までの規定 公布の日から起算して二年を超えない範囲内において政令で定める日

(平成二七年政令第三五八号で平成二八年四月一日から施行)

○都城市消費生活センター設置条例

平成 28 年 3 月 23 日

条例第 13 号

(設置)

第 1 条 市は、消費者安全を確保するため、消費者安全法（平成 21 年法律第 50 号。以下「法」という。）第 10 条の 2 第 1 項の規定に基づき、都城市姫城町 4 街区 1 号に都城市消費生活センター（以下「センター」という。）を置く。

(消費生活センター長及び職員)

第 2 条 センターに、消費生活センター長、消費生活相談員（以下「相談員」という。）その他必要な職員を置く。

(相談員)

第 3 条 相談員は、法第 10 条の 3 第 1 項に規定する消費生活相談員資格試験に合格した者（不当景品類及び不当表示防止法等の一部を改正する等の法律（平成 26 年法律第 71 号）附則第 3 条の規定により当該試験に合格したものとみなされた者を含む。）又はこれと同等以上の専門的な知識及び技術を有すると認められる者とする。

(研修機会の確保)

第 4 条 市は、センターの事務に従事する職員に対し、その資質向上のために、必要な研修の機会を確保するものとする。

(業務)

第 5 条 センターは、次に掲げる業務を行う。

- (1) 消費者安全の確保に関し、事業者に対する消費者からの苦情に係る相談業務
- (2) 消費者安全の確保に関し、事業者に対する消費者からの苦情の処理のためのあっせん業務
- (3) 消費者安全の確保に必要な情報の収集及び提供に関する業務
- (4) 消費者安全の確保に係る啓発活動に関する業務
- (5) 前各号に掲げるもののほか、センター設置の目的を達成するために必要な業務

(開設時間等)

第 6 条 センターの開設時間は、次の各号に掲げる日を除いた午前 9 時から午後 4 時までとする。ただし、市長は必要があると認めるときは、これを変更することができる。

- (1) 日曜日及び土曜日
 - (2) 国民の祝日に関する法律（昭和 23 年法律第 178 号）に規定する休日
 - (3) 1 月 2 日、1 月 3 日及び 12 月 29 日から 31 日まで
- （守秘義務）

第 7 条 センターの事務に従事する職員は、職務上知り得た情報を漏らしてはならない。
その職を退いた後も、同様とする。

（委任）

第 8 条 この条例に定めるもののほか、センターに関し必要な事項は、市長が定める。

附 則

この条例は、平成 28 年 4 月 1 日から施行する。

附 則（令和元年 12 月 18 日条例第 21 号抄）

（施行期日）

1 この条例は、令和 2 年 4 月 1 日から施行する。

附 則（令和 5 年 3 月 22 日条例第 4 号）

この条例は、令和 5 年 4 月 1 日から施行する。

第2次都城市消費者教育推進計画

発行年月 令和6年4月

発行編集 都城市 地域振興部 地域振興課

〒885-8555 宮崎県都城市姫城町6街区21号

TEL : 0986-23-2121 (直通) FAX : 0986-21-3034

URL : <http://www.city.miyakonojo.miyazaki.jp> (都城市役所)

MAIL : danjo@city.miyakonojo.miyazaki.jp (男女参画・消費生活担当)
