

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。

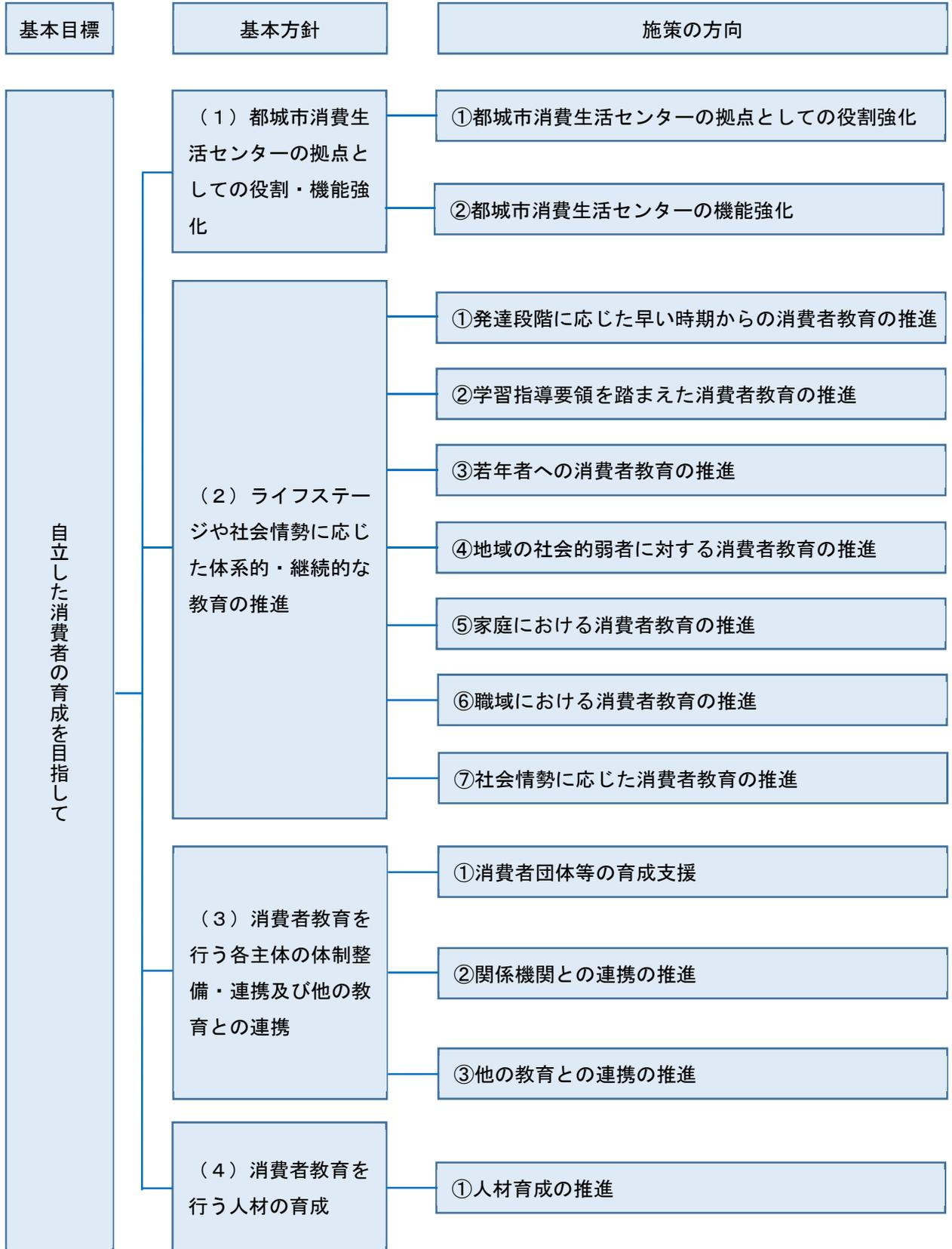
また、消費者教育を体系的かつ総合的に進めていくため、県消費生活センター、警察、近隣自治体、学校、各種団体等の多様な主体と連携していきます。

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。