

第4章 計画期間における重点施策と取組

1 幼児期から高校生期における消費者教育の推進

消費者教育において、特に幼児期、小学生期、中学生期、高校生期は消費の基礎を築く時期であり、その時期における消費者教育の充実は特に重要と考えます。イメージマップを活用して保育園や幼稚園、小・中学校、高等学校等での取組を整理し情報共有を図りながら、地域の取組や家庭での活動へつなげていくことで、次世代を担う子どもたちにより効果的な消費者教育が実施されるよう重点的に取り組めます。

■消費者教育イメージマップにおける位置づけ

【幼児期～高校生期】の各期における各項目についての体系的な教育・啓発

■想定される主な担い手

教育機関関係者、教育委員会、地域で活動する団体、家庭、消費生活センターなど

(取組方針1) 消費者教育についての意義及び取組の周知

(主な取組)

- ◆学校教育における消費者教育についての現状把握
 - 教育委員会をはじめとした教育機関などと協力して、保育園や幼稚園、小・中学校、高等学校等における消費者教育の取組について定期的に情報交換を行い、現状や課題の把握を行います。
 - 教育委員会等関係機関と意見交換をしながら、把握した現状や課題について情報共有を図ります。
- ◆市職員への研修及び教育機関関係者への出前講座による周知
 - 市職員への研修を実施し、消費者教育の意義及び取組についての周知を図り、市全体で消費者教育を推進します。
 - 消費者教育に携わっている教育機関関係者に対する研修や会議などで出前講座を実施し、消費者教育の意義及び取組について周知を図ります。

(取組方針2) 各教育関係機関に向けた消費者教育の連携と支援

(主な取組)

- ◆幼児期から高校生期における取組の体系的な整理と情報共有
 - 学校教育機関や、地域、県、市その他関係機関など各消費者教育の主体による幼児期から高校生期までの消費者教育の取組や課題を把握・整理し、イメージマップに基づき体系的に整理し、情報共有を図ります。
- ◆取組の連携、さらなる充実に向けた支援
 - 各教育機関等と協力して、整理した取組や課題をもとに、各消費者教育の主体の連携やさらなる充実に向けた支援策の検討を行います。
 - 各年代に応じて、県や市関係機関と役割分担をし、より効果的な施策の展開を行います。

(取組方針3) 学校教育機関と消費者行政、地域との連携の支援

(主な取組)

◆消費者行政専門機関による取組に対する支援

○教育現場のニーズを捉え、さらなる消費者教育の充実に向け、国や県、市等の消費者行政専門機関が保有する教育資料や教材の提供、出前講座や講師派遣などの教育メニューの情報提供を行います。

◆地域と連携した取組への支援

○地域での活動の機会を捉え、出前講座や体験メニューの充実に図るとともに、教材の提供により地域での学びの機会の拡大を図ります。

(取組方針4) 保護者への消費者教育の意義及び取組の周知

(主な取組)

◆保護者と児童生徒への消費者教育の意義及び取組の周知

○教育委員会や学校等の協力を得ながら、学校等での様々な取組の中で、保護者と児童生徒に対して資料・パンフレット等を配布して、消費者教育の意義及び取組の周知を図ります。

○PTA等における消費者教育に関する研修等の実施に向けて、本市が行う出前講座や啓発用DVDなど、消費者教育のメニューやパンフレット及びチラシ等の配布物の提供などの支援を行います。

◆家庭における消費者教育の推進

○保護者と児童生徒がともに参加する講座やイベントを実施するなど、保護者と一緒に学ぶ機会を提供し、家庭における消費者教育を推進します。

■計画期間における目標

◆幼児期から高校生期における消費者教育の現状把握と取組の体系的整理

取組の体系的整理による情報共有と定期的な意見交換の場の確保

各主体による具体的取組の現状把握と目指す姿の明確化

2 高齢者・障がい者等の消費者被害を防ぐ見守り体制の充実

高齢者・障がい者等の消費者被害を防ぎ、安全安心な消費活動を確保するためには、本人への注意喚起だけではなく、家族、親族、地域の方などによる日ごろからの声掛け、気づき、相談窓口への情報提供が必要だと考え、高齢者や障がい者等の見守りに関わる方々への啓発活動も進めます。

また、見守りについては各組織がそれぞれ活動していますが、その取組をより充実したものとするため、各組織や取組をつなぐネットワークを活用し、連携による被害防止の取組を強化します。

■消費者教育体系イメージマップにおける位置づけ

主に【成人期】の【商品等の安全性】【生活の管理と契約】【情報とメディア】の項目について教育・啓発

■想定される主な担い手

高齢者や障がい者等を見守り活動に携わる団体等、地域で活動する団体、消費者団体・事業者団体、消費生活センターなど

(取組方針1) 高齢者・障がい者等への消費者教育・啓発の推進

(主な取組)

◆高齢者・障がい者等における消費者問題の現状把握

○高齢者及び障がい者等における消費者問題について、消費生活センターや警察への相談内容や、地域の見守りの方々が把握している問題、課題を集約整理し、被害防止に向けて情報提供を行います。

◆高齢者・障がい者等への啓発活動の実施

- 消費者寸劇や落語など、分かりやすい出前講座のメニューの充実を図り、高齢者・障がい者等への啓発の推進を図ります。
- 敬老会、いきいきサロン、公民館活動など高齢者が集まる機会を捉え、高齢者や障がい者やその家族等へ啓発活動を実施するとともに、課題の把握を積極的に実施します。
- 老人福祉施設、障がい者福祉施設等の高齢者や障がい者等が集まる場所に向けた啓発活動を実施するとともに、課題の把握を積極的に実施します。
- 地域活動の機会を捉え、家族や地域の方々に見守りについての情報提供や出前講座を行うとともに、課題の把握を積極的に実施します。

◆高齢者・障がい者等を重点とした広報活動の実施

- 市報やCATV、消費生活センター公式ホームページなど様々な媒体を活用して、消費者被害の実態や注意喚起などの情報提供を行います。
- 福祉部門や防犯部門の取組である高齢者宅訪問や施設訪問の機会を捉え、連携して消費者被害の実態や注意喚起などの情報提供を行います。

(取組方針2)「見守りネットワーク」を活用した見守り体制の構築

(主な取組)

◆見守りネットワークによる見守りの推進

- 見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会）を活用して、相互の意見交換や情報共有を定期的に行い、ネットワークとして連携した取組につなげます。
- ネットワークを活用して、緊急の注意喚起情報や窓口情報などを適時的に情報提供し、見守りへの活用を図ります。
- ネットワークにおける研修等の実施や各構成団体が開催する研修等に対する資料提供や講師派遣などの支援により、見守り体制の充実を図ります。

※見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会）とは

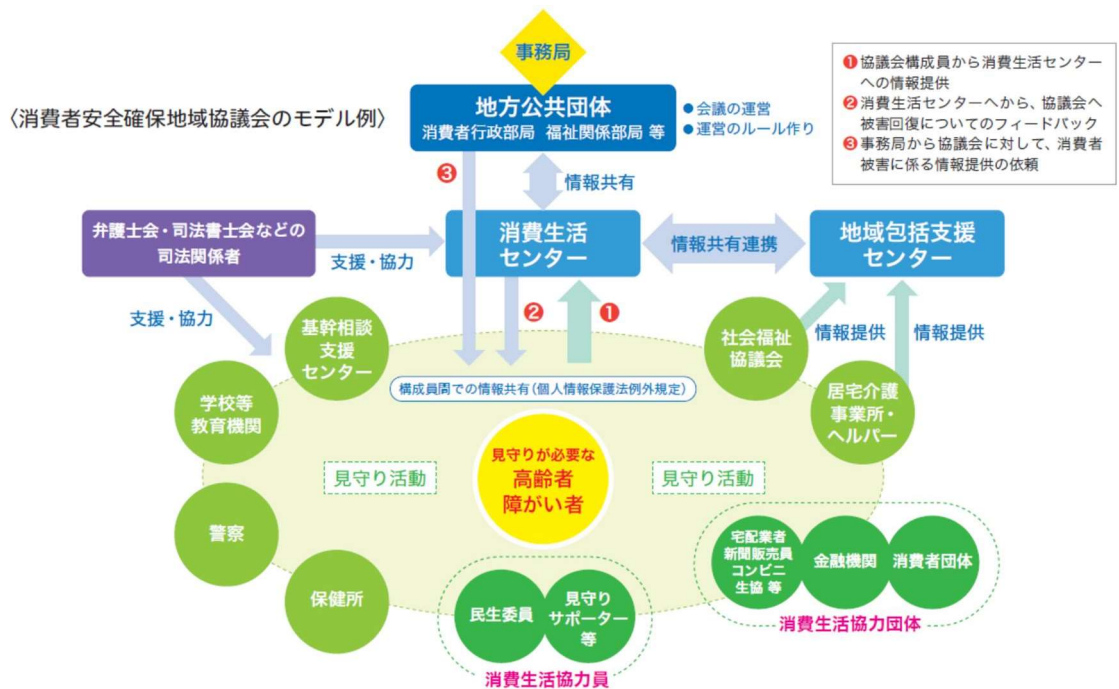
高齢者、障がい者、認知症等により判断力が不十分となった人などの消費者被害を防ぐため、地方公共団体及び地域の関係者が連携して見守り活動を行う組織。

平成26年6月の消費者安全法の改正により設置が可能となった。

(役割) 消費者被害に遭う可能性の高い「見守りを必要とする方」を、地域での見守り活動を通じて、適切な情報共有を行い、消費生活センター等に確実につなぐことにより消費者被害の未然防止、拡大防止を図る。

(構成) 福祉関係事業者、社会福祉協議会、消費生活協力員（民生委員など）、消費生活協力団体（金融機関など）、教育関係機関、警察、消費生活センターその他地方公共団体の関係機関

図-5 見守りネットワーク モデル例



(取組方針3) 地域の見守り体制の支援と担い手の育成

(主な取組)

◆地域での取組の把握及び情報提供

○地域での取組の内容を把握し、広報等を通じて広く市民に紹介して、取組の広がりにつなげます。

◆地域住民による見守り等の支援

○見守り活動に取り組む地域に向けた情報提供や関係機関との連携、担い手の育成に向けた取組の支援を行います。

■計画期間における目標

◆教育・啓発推進体制の構築と活動の実施

見守りネットワークの活用と定期的な意見交換、研修等の実施

◆高齢者・障がい者等の消費者被害の認知件数及び被害額の減少

警察や消費生活センターが把握した件数、被害額の検証

3 エシカル消費の意義の普及と推進

「エシカル消費」は、推進法に定義づけられた「消費者市民社会」の考え方を具体化する一つの方向性であり、消費者市民社会とあわせて「エシカル消費」の認知度を更に高めていくことは、公正で持続可能な社会づくりにとって欠かせない視点です。また、「エシカル」というキーワードは、これまで個別に行われてきた様々な活動の一つに結び付け、未来に向けた行動を志向することができるキーワードになる可能性もあります。そこで、本市の消費者教育推進の1つの柱としてエシカル消費を積極的に位置づけ、産・学・官が一体となって推進する体制の構築を目指します。

■消費者教育体系イメージマップにおける位置づけ

【各期】における【消費者市民社会の構築】の項目についての教育・啓発

■想定される主な担い手

エシカル消費に関連する機関・団体等、消費者団体・事業者団体、教育機関関係者、消費生活センターほか

(取組方針1) 消費者の消費行動の持つ意味の教育・啓発

(主な取組)

◆本市におけるエシカル消費に関する現状の把握

○市民のエシカル消費に対する認知度及びイメージを定期的な調査により把握し、効果的な啓発活動につなげます。

◆エシカル消費の認知度の向上

○エシカル消費の持つ意味をより多くの市民に伝えるため、国、県等が作成しているエシカル消費を紹介するチラシやパンフレットを活用しながら、市民の現状や活用機会にあった市独自の啓発資料を作成します。

○市報やCATV、動画配信サイトなど様々な媒体を活用したり、出前講座や各種イベント、消費者パネル展などの機会を通じてエシカル消費の意義の周知を図ります。

○自治会や公民館など地域活動の団体や事業所等の協力を得ながら、会報や公民館だより、企業報などにエシカル消費に関する記事の掲載を依頼し、広く周知を図ります。

○市の取組を推進するため、市及び関連する行政職員の研修等の機会を捉えエシカル消費の意義の周知を図ります。

○次世代を育てる担い手として、特に子育て世代等が集まる機会を捉え、エシカル消費の意義を周知し、消費行動の持つ意味を家庭を通じて広げてもらうよう取り組みます。

(取組方針2) 産・学・官連携によるエシカル消費の普及への取組

(主な取組)

◆エシカル消費の普及に向けた産・学・官連携の強化

- 産・学・官がそれぞれ行っているエシカル消費に関する取組について、意見交換や情報共有を図るとともに、連携した取組を行うなど、普及に向けた連携強化を図ります。
- 産・学・官における意見交換や取組事例の調査を通じて、普及に向けての課題、問題を整理し、取組を支援します。

◆取組事例の把握及び情報発信

- 市内で行われているエシカル消費の取組事例について、広く市民に情報発信し、エシカル消費の取組の広がりにつなげます。

◆産・学・官連携によるエシカル消費の普及イベントの実施

- それぞれで行っている関連イベントを活用して、エシカル消費についての展示や発表、チラシ等の配布を行い、エシカル消費の普及を図ります。
- 産・学・官が連携して、エシカル消費をテーマとしたイベントを実施するなど、市民のエシカル消費の実践に向けた取組を推進します。

■計画期間における目標

◆市民のエシカル消費に対する認知度の向上

エシカル消費を正しく理解し、実践する市民 5割以上の達成

図ー6 「エシカル消費の分類イメージ」(再掲)

(鳥取県消費生活センター「エシカル消費啓発テキスト 今まで知らなかった大切なことば エシカル」より)

