

豊中市消費者教育推進計画
令和2年度(2020年度)年次報告

～学び、考え、行動する消費者を育み、
消費者市民社会の構築をめざします～

令和3年(2021年)7月

豊 中 市

本報告書について

本市では、平成30年（2018年）3月に策定しました「豊中市消費者教育推進計画」に基づき、消費者教育を推進することにより「学び、考え、行動する消費者を育み、消費者市民社会の構築」をめざしています。

本報告書は、令和2年度（2020年度）の市の消費者教育に関する取組み等についてとりまとめたもので、消費者教育推進計画の目標達成に向け、消費者教育に関する取組み状況を把握・点検し、評価・見直しを行っていくものです。

目 次

本編	1
第1章 消費者教育推進計画の基本的な考え方と取組みの方向、体系	1
1. 消費者教育推進計画の基本的な考え方と取組みの方向	2
2. 消費者教育推進計画の取組み体系	3
第2章 令和2年度の消費者教育関連事業の取組み状況	4
1. 取組み状況の概要	4
(1) 多様な場における取組み	4
(2) 消費者の特性に配慮した取組み	8
2. 取組み状況の傾向	9
(1) 消費者教育が育むべき領域及びライフステージ別取組み状況	9
(2) 主な消費者教育関連事業の体系図	10
3. 連携・協働の取組み状況	12
4. 取組み状況まとめ	15
5. 令和3年度以降の取組み	15
資料編	16
1. 令和2年度の消費者教育関連事業一覧	16
2. 令和元年度の消費者教育にかかる連携・協働の取組み状況(実績)	33
3. 参考資料／用語解説(50音順)	34

第1章 消費者教育推進計画の基本的な考え方と取組みの方向、体系

1. 消費者教育推進計画の基本的な考え方と取組みの方向

豊中市消費者教育推進計画

昨今、キャッシュレス化や民法の120年ぶりの大改正、成年年齢の引き下げ*など商取引形態等が急速に変わろうとしており、また、高齢者を狙った詐欺トラブルが多発したり、環境等に配慮した消費活動が求められるなど、消費者を取り巻く環境が大きく変化しています。こうしたことに消費者が対応するためには、消費者教育*の推進が求められています。

そこで、本市では、平成30年(2018年)3月に、これまでの市の消費者教育の取組みを体系的に整理し、市民や事業者、関係機関等と総合的かつ一体的に推進していくことを目的に、豊中市消費者教育推進計画を策定しました。

同計画では、平成30年度(2018年度)から令和9年度(2027年度)までの10年間を計画期間とし、めざすべき姿として「学び、考え、行動する消費者を育み、消費者市民社会*の構築をめざす」ことを掲げています。

また、重点取組みとして、18歳前後の若者世代への消費者教育や高齢者世代への消費者教育の推進、各種相談・支援窓口や関係機関等との連携・協働の充実を図っていきます。

*の下線の用語は、資料編(P34)で解説しています。



※ 消費者教育推進計画は、ホームページで詳しくご覧いただけます。

<https://www.city.toyonaka.osaka.jp/kurashi/roudou/shohi/shouhikeikaku.html>

※消費者教育が育むべき力

①消費者市民社会の構築に関する領域

消費者市民社会の実現に向け、適切な商品・サービスを選択し、消費生活に関する課題解決のために行動できる力を身に付けること

なお、消費者市民社会とは、消費者がお互いの違いを大事にしながら、地球のことや社会のこと、将来世代のことを考えて行動することで、公正で持続可能な社会をつくっていくような社会

②商品やサービス等の安全に関する領域

商品やサービス等の情報収集に努め、内在する危険を予見・回避し、適切に行動できる力を身に付けること。商品等のラベルやマーク、説明書等を理解して行動するなど

③生活の管理と契約に関する領域

契約の意味を正しく理解し、トラブルの回避や対処、収支バランスを考えた金銭管理等ができる力を身に付けること

④情報とメディアに関する領域

情報収集・発信により消費生活の向上に役立て、メディア等をうのみにせず、様々な情報を読み解き活用できる力を身に付けること

消費者教育推進計画の基本的な考え方と取組みの方向

<めざすべき姿>

学び、考え、行動する消費者を育み、消費者市民社会の構築をめざします。

消費者被害を未然に防止するための啓発・注意喚起の取組みと消費者市民社会構築に向けた消費者教育を進めます。

体系的推進の取組みの方向

消費者教育が育むべき力※を次の4つの領域に区分し、消費者教育を推進します。

- ①消費者市民社会の構築に関する領域
- ③生活の管理と契約に関する領域
- ②商品やサービス等の安全に関する領域
- ④情報とメディアに関する領域

多様な場における取組みの方向

学校（就学前、小学校・中学校・高等学校、大学等）や地域、家庭、職域といった多様な場における消費者教育を進めていきます。

消費者の特性に配慮した取組みの方向

高齢や病気・障害等により判断力が不十分になっていることや、外国からの移住等による消費生活情報の不足により被害に遭いやすい人等に対して、消費者教育を進めていきます。

多様な主体との連携・協働

- ①国、大阪府等
- ②消費者行政と他の専門行政
- ③市と消費者団体、事業者団体等と連携・協働し進めていきます。

重点取組み

- ・ 各種相談・支援窓口や関係機関等との連携・協働の充実
- ・ 65歳以上の高齢者世代への消費者教育の推進
- ・ 18歳前後の若者世代への消費者教育の推進

推進体制

「豊中市消費者教育推進計画連絡会議」を設置し、消費者教育推進計画の進捗状況を確認・情報共有を行い、その結果を消費生活審議会において点検・評価し、PDCA（計画・実施・点検・改善）サイクル*により推進していきます。

2. 消費者教育推進計画の取組み体系

(1) 多様な場における取組み

① 学校(就学前、小学校・中学校、高等学校、大学等)における取組み

学校等への出前教室や消費生活情報の提供など

- ・消費者教育用副読本「くらしのノート」を活用した小学生及び中学生向けの出前教室の実施(拡充取組み)

- ・高校・大学等への消費生活情報の提供等の実施(重点・継続取組み)など



② 地域における取組み

地域への出前講座や消費生活情報の提供など

- ・自治会などの地域へ出向く移動消費者教室「くらしのひろば」の実施(重点・拡充取組み)など



③ 家庭における取組み

冊子の発行やホームページ等の消費生活情報の提供など

- ・消費者被害の早期発見や予防と拡大防止のため、「くらしの安心メール」の配信や消費生活情報紙「くらしの情報」の配布など

「くらしの安心メール登録」➡



④ 職域における取組み

消費者に配慮した事業活動や従業員教育への消費生活情報の提供など

- ・介護保険事業者連絡会等の事業者の取組みへの消費生活情報の提供(拡充重点取組み)など

(2) 消費者の特性に配慮した取組み

高齢者等への各種相談・支援窓口等で消費生活情報の提供・共有など

- ・消費者安全確保地域協議会や特殊詐欺被害防止対策連絡会議等との連携・協働

第2章 令和2年度の消費者教育関連事業の取組み状況

1. 取組み状況の概要

令和2年度(2020年度)の市における消費者教育の取組みは、資料編「1. 令和2年度の消費者教育関連事業一覧」(P16~P32 参照)のとおりでした。

これらの取組みのうちで、重点取組みである18歳前後の若者世代に対する消費者教育として、令和4年(2022年)4月の成年年齢引き下げに伴い、若者に多い契約トラブルの事例や成年年齢になって“変わること”と“変わらないこと”などを記載した啓発チラシを市内の小・中学校、高等学校、大学、予備校などに配布しました。また、65歳以上の高齢者世代への重点取組みとして、特殊詐欺の注意喚起のため、申し込んだ方の自宅に警察官が戸別訪問する「特殊詐欺被害防止巡回啓発事業」を行うとともに、「特殊詐欺被害防止セミナー」を開催し、簡易型自動録音機を無料で配布しました。

関係課等との連携・協働の充実に関する重点取組みとして、新型コロナウイルスに関する特殊詐欺被害防止のため、市内を走るパッカー車のスピーカーから長内市長の声による注意喚起や薬局などに設置されたデジタルサイネージからの発信。また、YouTubeを活用した映像での啓発を行いました。このほか、中学校では教科書改訂に伴い消費者教育用副読本「くらしのノート」を改編するなどの取組みを行いました。

(1) 多様な場における取組み

① 学校(就学前、小学校・中学校・高等学校、大学等)における取組み

(i) 就学前

就学前は、幼児の身近な大人の影響が大きいとため、保護者や先生向けに働きかけが重要であり、子どもの事故や食育等に関する情報について発信しました。

食品ロス削減絵本をこども園や地域のイベント、フードドライブでの食品提供者に対して配布しました。

主な取組み	実績	参照頁
【既存】 食品ロス削減絵本「きょうのきゅうしょくな~にかな」や「とよなか食品ロス・ゼロハンドブック vol.2」をこども園等で配布	各5,000冊 発行	P17

※詳細は資料編「1. 令和2年度の消費者教育関連事業一覧」(P16~P32) 参照



(ii) 小学校・中学校・高等学校

学校における消費者教育は、小学校・中学校・高等学校の学習指導要領に基づき、児童・生徒の発達段階に応じて行われています。

また、小学校や中学校における消費者教育を支援するため、学校へ出向く出前教室や教員セミナー、消費者教育用副読本の配付のほか、様々な機会を通じた消費生活情報の提供等に取り組みました。

その1つとして、消費者教育DVDを製作し、市内小・中学校に配布しました。そのほか継続事業として中学3年生に向けて消費者啓発資料「社会への扉」(消費者庁)を配

付し、情報提供を行いました。

主な取組み	実績	参照頁
<p>【継続取組み】 消費者教育用副読本「くらしのノート」の内容を精査と、「くらしのノート」を活用した小学5・6年生及び中学生向けの消費者教育出前教室の実施</p> 	<ul style="list-style-type: none"> 副読本内容改編 出前教室 29 回開催 	P20
<p>【既存】 小・中学校の技術・家庭科教員向けの「くらしの教員セミナー」の実施</p> 	講座：賢く使おう！ネットとスマホ	P18
<p>【新規】 新型コロナウイルス感染拡大に伴い、消費者教育出前教室の減少が見込まれることから市内の全小・中学校に対して消費者教育DVDを製作・配布</p>	<p>市内小学校：42 枚 市内中学校：20 枚 テーマ：しっかり学ぼう！ネットと契約</p>	P18

※詳細は資料編「1. 令和2年度の消費者教育関連事業一覧」(P16～P32) 参照

(iii) 大学等

大学等の時期は社会との関わりが大きくなる一方で、社会経験が浅いため消費者トラブルに遭いやすいことから、大学生等が一人の消費者として責任ある行動がとれるよう、重点取組みとして啓発チラシの配布により情報提供を行いました。

主な取組み	実績	参照頁
<p>【新規】 若者に多い契約トラブル啓発チラシの配布</p>	大学、予備校、専門学校、自動車教習所において啓発チラシを配布	P19

※詳細は資料編「1. 令和2年度の消費者教育関連事業一覧」(P16～P32) 参照

② 地域における取組み

地域における高齢者、若者、子育て中の保護者等向けの消費者教育に取り組むとともに、市民活動団体の消費者活動への支援や、自治会等地域に出向いて、消費者啓発講座の実施に取り組みました。

この他、特殊詐欺被害防止のための情報提供や、判断力が不十分となっている人など消費者被害に遭いやすい人に対して、見守り活動を行う市民活動団体等と連携を図り、情報提供等に取り組みました。


特に重点取組みの65歳以上の高齢者世代への消費者教育として、特殊詐欺被害を防止するため、民生・児童委員を通して、一人暮らしの高齢者に簡易型自動録音機を無料で配布し、注意喚起を行いました。

主な取組み	実績	参照頁
<p>【継続取組み】 民生・児童委員を通じた「簡易型自動録音機」を無料配布および取付</p>	29 地区 1,490 人	P19
<p>【重点・継続取組み】 地域へ出向く移動消費者教室「くらしのひろば」の実施と新たな啓発対象者や回数を増やす等の拡充実施</p>	8 回 183 人	P19
<p>【既存】 消費生活セミナーの実施</p>	4 回 101 人	P18
<p>【既存】 消費者団体との協働による消費者啓発講座等(生活情報ひろば事業)の実施</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・講座 44 回 ・パネル展示等 	P22
<p>【既存】 消費者団体との協働によるくらしかん祭りの実施</p>	 <p>新型コロナウイルス感染拡大防止のため中止</p>	P22
<p>【新規】 大人から子どもまで学べる消費者教育フェアの実施</p>	 <ul style="list-style-type: none"> ・リモート開催 寸劇 特殊詐欺の手口を知る ・「弁護士に聞く クレジットカードの落とし穴」 ・賢く使おう！ネットとスマホ ・カードいろいろ ・クイズラリー ・消費者グループ紹介パネル他 ・参加者 計 139 人 	P22
<p>【既存】 消費生活情報に関する「くらしの情報」の配布</p>	 <p>3 回、各 3,012 部配布（点字版含む）</p>	P20
<p>【継続】 消費者問題などに関する課題別講座の実施</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「私も知りたいキャッシュレスの基礎知識」他 2 講座 ・参加者延べ 44 人 	P32

※詳細は資料編「1. 令和2年度の消費者教育関連事業一覧」(P16～P32) 参照

③ 家庭における取組み

家庭における消費者教育のために、冊子の発行やメール配信など様々な媒体を使い、情報提供を行いました。

主な取組み	実績	参照頁
【既存】 消費者被害の防止のための「くらしの安心メール」の配信	36 回発信	P20
【既存】 消費生活情報に関する「くらしの情報」の配布（再掲）	3 回、各 3,012 部配布（点字版含む）	P20
【既存】 母子健康手帳や冊子「お父さんになるあなたへ」による子どもの事故予防啓発	 3,356 人に配付	P31

※詳細は資料編「1. 令和2年度の消費者教育関連事業一覧」（P16～P32）参照

④ 職域における取組み

事業者には、事業活動における消費者への配慮を促し、公正かつ持続可能な社会の形成に事業者が積極的に参画することを働きかけ、事業者の取組みを支援するため、消費生活情報の提供等に取り組みました。

また、既に消費者教育や地域での見守り活動などに積極的に取り組んでいる事業者に対しては、より情報共有を深め、連携・協働による取組みをさらに推し進めていきました。

主な取組み	実績	参照頁
【重点・継続組み】 事業者（新人従業員等）向け移動消費者教室「くらしのひろば」の実施と新たな啓発対象者・回数増等の拡充実施	商工会議所の新人研修	P19
【重点・拡充取組み】 事業者との協働による見守り活動への消費生活情報の提供等と新たな啓発対象者・回数増等の拡充実施	・介護保険事業者連絡会へ特殊詐欺被害防止についての情報提供 ・地域包括支援センターへの啓発情報提供	P13
【既存】 環境配慮活動促進のための豊中エコショップ制度の実施	20 店舗認定	P17
【既存】 ごみ減量のためのマイバッグ持参推進に向けた周知・PR活動	キャンペーン 1 回	P17

※詳細は資料編「1. 令和2年度の消費者教育関連事業一覧」（P16～P32）参照-

(2) 消費者の特性に配慮した取組み

高齢や病気・障害、外国からの移住による日本の消費生活情報の不足などで被害に遭いや
すい人やその支援者を対象とした消費者教育として、消費者啓発情報の提供を中心に取り
組みました。

孤立しがちな単身高齢者等に対しては、地域の福祉ネットワーク等と連携し地域で支え
あえるよう、介護保険事業者連絡会や地域包括支援センターなど地域の団体等に情報提供
をし、地域で協働して行う見守り活動を支援しました。

また、各種相談・支援窓口等において、特殊詐欺をはじめとする消費者向け啓発チラシ
や資料等の配布による情報共有及び市民への情報提供に取り組みました。

主な取組み	実績	参照頁
【重点・拡充取組み】 事業者との協働による見守り活動への 消費生活情報の提供等と、新たな啓発対 象者・回数増等の拡充実施（再掲）	・介護保険事業者連絡会へ特殊詐欺被害防 止についての情報提供 ・地域包括支援センターへの啓発情報提供	P13
【継続】 特殊詐欺被害防止にかかる巡回啓発事業 （令和元年6月～令和3年3月まで）	申込件数：延べ 862 件 「巡回啓発申込ハガキ」➡ 	P19
【継続】 民生・児童委員を通じた「簡易型自動録 音機」を無料配布および取付方法説明 （再掲）	29 地区 1,490 人 	P19
【継続】 特殊詐欺被害防止セミナーおよび簡易型 自動録音機無料配布	開催回数：50 回 参加人数：220 人 「簡易型自動録音機」➡	P19
【既存】 消費生活情報紙「くらしの情報」の点字版 の市内公共施設での配架	3 回発行し、市役所・出張所、図書館等に配 架	P20
【既存】 地域福祉ネットワーク会議（豊中市社会福 祉協議会）での消費者被害防止のための情 報の提供	7 回参加し、啓発情報を提供 （上半期は新型コロナウイルス感染拡大防 止のため中止）	P32
【既存】 各種相談・支援窓口での消費者被害防止の ための情報共有及び市民への情報提供	・66 課・関係機関による 43 事業（134 回）での 特殊詐欺や消費者啓発チラシ・資料等の配 布（約 99,000 枚） ・「こども見守りハンドブック」（消費者庁発 行）を関係窓口 に配付他	P13 P21

※詳細は資料編「1. 令和2年度の消費者教育関連事業一覧」（P16～P32）参照

2. 取組み状況の傾向

(1) 消費者教育が育むべき領域及びライフステージ別取組み状況

令和2年度(2020年度)の消費者教育関連事業を消費者教育が育むべき領域、成人期等のライフステージ*、学校・地域等の多様な場別に分類調査しました。

事業数は85事業あり、これらの事業を消費者教育が育むべき領域別にみると環境や人権等で様々な分野が関連する「消費者市民社会の構築」の領域が最も多く、ライフステージ別にみると「成人期」を対象とする事業が多く、実施される場では「地域」での事業が多くありました。(以下の図表参照)

図表 令和2年度消費者教育関連事業数(消費者教育が育むべき領域及びライフステージ別)

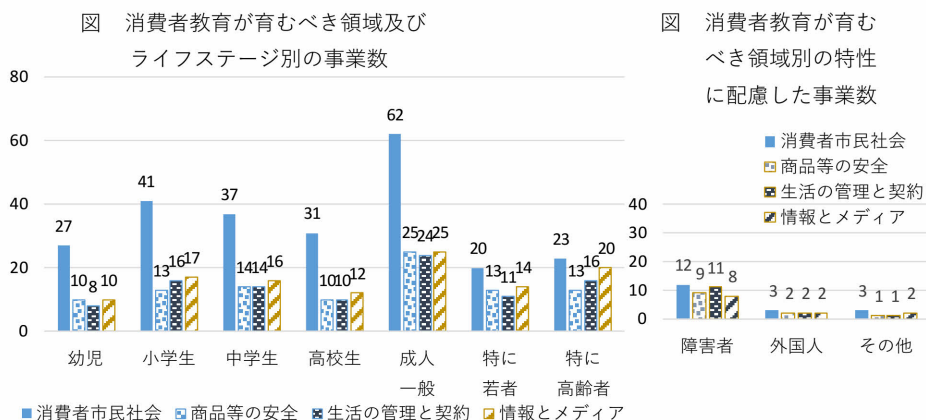


表 消費者教育関連事業数(消費者教育が育むべき領域及びライフステージ別)

ライフステージ及び様々な場 消費者教育が育むべき領域	ライフステージ別事業数								特性に配慮した事業数		
	学校等(学校教育内の消費者教育事業数は除く)				成人期			小計	配慮対象		
	幼児	小学生	中学生	高校生	成人一般	特に若者	特に高齢		障害者	外国人	その他
消費者市民社会	27	41	37	31	62	20	23	241	12	3	3
商品等の安全	10	13	14	10	25	13	13	98	9	2	1
生活の管理と契約	8	16	14	10	24	11	16	99	11	2	1
情報とメディア	10	17	16	12	25	14	20	114	8	2	2

(2) 主な消費者教育関連事業の体系図

令和2年度(2020年度)の消費者教育関連事業を事業回数・参加者数や経年の継続性、相談業務などの内容の双方向性等について総合的に判断し、消費者教育が育むべき領域やライフステージ、様々な場ごとの分布状況を見ると、以下の体系図のとおりとなりました。この分布状況においても前頁の(1)と同様に、「消費者市民社会の構築」の領域が多く、また、「成人期」を対象とした「地域」での事業が多いことがみてとれます。

第2章2.(1)(2)の消費者関連事業の分類調査では、事業の趣旨・内容や可能性等を総合的に考慮し、領域やライフステージ別に分類したもので、必ずしも実施実績のあるものではないことから、取組み状況としてそのまま評価することはできないので、分布する事業数を直接比較することはせず、概括的な傾向の把握に留めるものとします。

図 令和2年度の主な消費者教育関連事業の体系図(消費者教育が育むべき領域及びライフステージ別)

【様々な場(学校・地域・家庭・職域)において】

育むべき領域	ライフステージ						特に若者	特に高齢者	
	幼児	小学生	中学生	高校生	大学生	成人一般			
消費者市民社会の構築	広報とよなか・ホームページ等による情報発信						●	●	
	環境学習の推進(クルマ大集合)		環境学習の推進(出前講座、ESDセミナー他)						
	豊中市市民環境展								
	省エネ推進事業(省エネ相談会)								
	ごみ減量啓発事業(地域説明会・こども園他)								
	絵本「きょうのきゆうしよくな～にかな」		「とよなか食品ロス・ゼロハンドブック vol.2」		フードドライブ・マイバッグ持参推進キャンペーン等				
	市民公益活動サロン主催事業						●	●	
	多文化共生施策の推進(外国人市民への生活相談)						●	●	
	学校への出前教室				消費生活セミナー		●	●	
	学校副読本「くらしのノート」				くらしのひろば(移動消費者教室)		●	●	
	消費生活情報紙「くらしの情報」による情報発信						●	●	
				高校等への情報提供	大学等への情報提供			●	●
	くらしの安心メールによる情報発信						●	●	
	くらしか祭り						●	●	
	消費者教育フェア				消費者教育フェア		●	●	
	生活ひろば事業						●	●	
	地域包括支援センター介護予防地域教室						●	●	
	障害者基幹相談支援センター事業						●	●	
	食育関連事業(「食育推進のための安全安心ハンドブックⅢの活用」「食育プラスワンシートの配布」)						●	●	
	自殺対策事業(自殺に関する知識等の普及啓発)						●	●	
薬局等の許可届出・監視指導(出前講座・啓発キャンペーン)						●	●		
薬物乱用防止啓発(出前講座・啓発キャンペーン)						●	●		
食品衛生事業(講習会・啓発街頭キャンペーン他)						●	●		
感染症予防事業						●	●		
出前講座(アルコール・薬物依存関係)						●	●		
水道出前教室						●	●		
豊中市伊丹市クリーンランド環境学習の推進(施設見学会・出前講座他)						●	●		
地域福祉ネットワーク会議						●	●		

育ち へ 領域	幼 児	小 学 生	中 学 生	高 校 生	大 学 生	成 人 一 般	特 に 若 者	特 に 高 齢 者	
商 品 や サ ー ビ ス 等 の 安 全	広 報 と よ な か ・ ホ ー ム ペ ー ジ 等 に よ る 情 報 発 信						●	●	
						消 費 生 活 セ ミ ナ ー	●	●	
		学 校 へ の 出 前 教 室				く ら し の ひ ろ ば (移 動 消 費 者 教 室)	●	●	
		学 校 副 読 本 「 く ら し の ノ ー ト 」				フ ー ド ド ラ イ ブ	●	●	
		消 費 生 活 情 報 紙 「 く ら し の 情 報 」 に よ る 情 報 発 信						●	●
				高 校 等 へ の 情 報 提 供	大 学 等 へ の 情 報 提 供		く ら し の 安 心 メ ー ル に よ る 情 報 発 信	●	●
		く ら し か ん 祭 り						●	●
		消 費 者 教 育 フェ ア					消 費 者 教 育 フェ ア	●	●
		生 活 ひ ろ ば 事 業						●	●
							地 域 包 括 支 援 セ ン タ ー 介 護 予 防 地 域 教 室	●	●
		障 害 者 基 幹 相 談 支 援 セ ン タ ー 事 業						●	●
	生 活 の 管 理 と 契 約	食 育 関 連 事 業 (「 食 育 推 進 の た め の 安 全 安 心 ハ ン ド ブ ッ ク Ⅲ の 活 用 」 「 食 育 プ ラ ス ワ ン シ ー ト の 配 布 」)						●	●
食 品 衛 生 事 業 (講 習 会 ・ 啓 発 街 頭 キ ャ ン ペ ー ン 他)						●	●		
						感 染 症 予 防 事 業	●	●	
						出 前 講 座 (ア ル コ ー ル ・ 薬 物 依 存 関 係)	●	●	
		母 子 健 康 手 帳 交 付 事 業					母 子 健 康 手 帳 交 付 事 業	●	●
		水 道 出 前 教 室						●	●
							地 域 福 祉 ネ ッ ト ワ ー ク 会 議	●	●
		広 報 と よ な か ・ ホ ー ム ペ ー ジ 等 に よ る 情 報 発 信						●	●
							消 費 生 活 セ ミ ナ ー	●	●
		学 校 へ の 出 前 教 室					く ら し の ひ ろ ば (移 動 消 費 者 教 室)	●	●
		学 校 副 読 本 「 く ら し の ノ ー ト 」						●	●
情 報 と メ デ ィ ア		消 費 生 活 情 報 紙 「 く ら し の 情 報 」 に よ る 情 報 発 信						●	●
				高 校 等 へ の 情 報 提 供	大 学 等 へ の 情 報 提 供		く ら し の 安 心 メ ー ル に よ る 情 報 発 信	●	●
		く ら し か ん 祭 り						●	●
		消 費 者 教 育 フェ ア					消 費 者 教 育 フェ ア	●	●
		生 活 ひ ろ ば 事 業						●	●
							地 域 包 括 支 援 セ ン タ ー 介 護 予 防 地 域 教 室	●	●
		障 害 者 基 幹 相 談 支 援 セ ン タ ー 事 業						●	●
							公 民 館 ・ 公 民 分 館 講 座	●	●
							地 域 福 祉 ネ ッ ト ワ ー ク 会 議	●	●

【特性に配慮した取組み】

育むべき領域	障 害 者	外 国 人	そ の 他
消費者市民社会の構築	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">広報とよなか・ホームページ等による情報発信</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">消費生活情報紙「くらしの情報」による情報発信</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">地域福祉ネットワーク会議</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">多文化共生施策の推進 (外国人市民への生活相談)</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">障害者基幹相談支援センター事業</div>		
商品やサービス等の安全	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">広報とよなか・ホームページ等による情報発信</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">消費生活情報紙「くらしの情報」による情報発信</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">地域福祉ネットワーク会議</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">障害者基幹相談支援センター事業</div>		
生活の管理と契約	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">広 報 と よ な か ・ ホ ー ム ペ ー ジ 等 に よ る 情 報 発 信</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">消 費 生 活 情 報 紙 「 く ら し の 情 報 」 に よ る 情 報 発 信</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">地域福祉ネットワーク会議</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">障害者基幹相談支援センター事業</div>		
情報とメディア	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">広 報 と よ な か ・ ホ ー ム ペ ー ジ 等 に よ る 情 報 発 信</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">消 費 生 活 情 報 紙 「 く ら し の 情 報 」 に よ る 情 報 発 信</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">地域福祉ネットワーク会議</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">障害者基幹相談支援センター事業</div>		

3. 連携・協働の取組み状況

令和2年度の消費者教育にかかる連携・協働の取組み実績（P13参照）のうち、啓発に関しては、66関係機関で43事業（延べ134回、約99,000枚のチラシ等の配布）を行い、令和元年度（P33参照）の45関係機関、55事業（延べ78回、約186,000枚のチラシ配布）と比べて、関係機関数が増え、連携・協働の取組みが増加しています。相談窓口での連携・協働の取組みは38件あり、内訳として相談窓口、行政、企業・団体からくらしかんへつないだ件数が21件、くらしかんから地域包括支援センター等関係窓口は17件ありました。

表 令和 2 年度の 消費者教育にかかると連携・協働の取組状況（実績）

◆啓発 66（課・機関） 43 事業（134 回、98,702 枚配布）

連携先	事業内容	回数	数	備考
市内の小・中学校	消費者教育用副読本「くらしのノート」を授業で活用	1	8,500	小学5年生4,200冊 中学1年生4,300冊
市内の中学校・高等学校・大学・専門学校他	若者向け消費者啓発チラシ・冊子を配布	2	21,300	「社会への扉4,300冊」「チラシ17,000部」中学生は3年生のみ
消費者団体（くらしかん登録10グループ）	消費者啓発チラシ配布	12	114	定例会（10/1より9グループ）
コミュニティ政策課	消費者啓発チラシ掲示	1	530	自治会配布
千里文化センター	千里文化センターモニターでDVD放映	1	-	通年（R01.7～）
	特殊詐欺啓発横断幕掲示	1	-	
	特殊詐欺・悪質商法のぼり旗設置	1	-	
公民館	特殊詐欺被害防止セミナー開催	28	90	中央・庄内・蛍池・千里公民館
庄内出張所	特殊詐欺・悪質商法のぼり旗設置	1	-	
市民課	消費者啓発チラシ配布	6	12,000	転入者に配布
広報戦略課	特殊詐欺被害発生の情報提供	1	-	広報誌、ホームページ、LINE、ツイッター、フェイスブック
福祉事務所	消費者啓発チラシ配布	1	7,700	
保険資格課・保険給付課 長寿安心課	特殊詐欺の注意喚起として送付用封筒裏面印刷	随時	-	
行政総務課	まちかねビジョンでDVD放映（大阪府警提供）	1	-	通年（H29.5～）
	特殊詐欺啓発庁内放送	1	-	注意喚起のためにCDを活用
	特殊詐欺啓発横断幕・のぼり設置	1	-	
	消費者啓発・特殊詐欺啓発ポスター掲示	随時	-	
長寿社会政策課	消費者啓発チラシ情報提供	3	-	介護事業者連絡会（リモート開催）
長寿安心課	消費者啓発チラシ配布	12	24,000	介護保険証の返送依頼文書に同封
環境部	とよなか環境TV（YouTube）	1	-	
	特殊詐欺撲滅マグネットシート口	1	70	パッカー車に貼付
	市長等の声で拡声器を活用	2	-	パッカー車70台で放送
子ども相談課 子育て支援センターほっぺ 母子保健課、子ども事業課	子育て（乳幼児用）向け啓発チラシ情報提供	1	1,600	
子ども事業課 人権政策課	消費者啓発冊子情報提供	1	330	「こども見守りハンドブック」日・英・中国語版
健康政策課	コロナワクチンに関する特殊詐欺啓発	2	-	市内の薬局（7カ所）に設置しているデジタルサイネージを利用
市立豊中病院	豊中病院外来待合室テレビでDVD放映	1	-	通年（H28.1～）
消防局	消費者啓発チラシ情報提供	1	12,000	戸別訪問
庁内各課（19課）	特殊詐欺啓発チラシおよび訪問勧誘お断りシール配布、消費者啓発ポスター掲示他	5	3,852	5事業（受付配架含む）
社会福祉協議会	消費生活情報紙「くらしの情報」配布	3	1,239	民生・児童委員役員会（413×3回）
	消費者啓発チラシ配架	3	90	
	消費者啓発チラシ情報提供	14	-	地域福祉ネットワーク会議（7地域）

大 阪 府 警 察	特殊詐欺被害防止にかかる巡回啓発	1	862	戸別訪問
	被害防止対策機器無料貸与	1	3	
医 師 会	消費者啓発チラシ配架 消費者啓発ポスター掲示	3	3,100	医療機関での掲示
薬 剤 師 会	消費者啓発チラシ配架 消費者啓発ポスター掲示	3		医療機関での掲示
歯 科 医 師 会	消費者啓発チラシ配架 消費者啓発ポスター掲示	3		医療機関での掲示
コ ー プ こ う べ	消費者啓発チラシ配架	3	300	店舗での配架
	消費生活情報紙 「くらしの情報」配架	3	300	店舗での配架(100×3回)
阪 急 オ ア シ ス	消費者啓発チラシ配架	3	120	店舗での配架
コンビニエンスストア	消費者啓発チラシ配架	1	540	ローソン、ファミリーマート、セブンイレブン
産 業 振 興 課	詐欺防止CDおよび消費者啓発 チラシ配布	1	8	庄内、服部、岡町、豊中、蛍池、千里地域 (8カ所)の商店街に配布
電 鉄 会 社	消費者啓発チラシ掲示	3	54	阪急電鉄(豊中、岡町、曽根駅)・北大阪急行・ モノレール
合計	66(課・機関)	43事業	134	98,702

- ◆ 相 談 : 【他機関との連携 38 件】
- ・相談窓口、行政、企業・団体からくらしかんへ : 21 件
 - ・くらしかんから地域包括支援センター等関係窓口へ : 17 件

4. 取組み状況まとめ

令和2年度(2020年度)の取組み状況として、市内の消費者教育関連事業は前年度とほぼ同様の傾向で取り組まれているなか、事業数が88から85に減少しました。これは、事業の見直しによる減少と考えられますが、関連する事業数は改廃を含めて同程度で推移しており、安定的に消費者教育が推進されています。

同計画の重点取組みである、①18歳前後の若者世代の消費者教育の推進では、中学校、高等学校、大学などに若者向け消費者啓発チラシを作成し、授業に活用するなど、より一層の消費者教育の推進を図りました。

②65歳以上の高齢者世代の消費者教育の推進では、キャッシュレス化に伴うクレジットカードでのトラブルについてのセミナーを開催しました。また、特殊詐欺被害を未然に防止するため、出前講座や特殊詐欺被害防止セミナーを開催する予定でしたが、新型コロナウイルス感染症の影響により同講座や同セミナーが中止になり開催数は減少しました。そこでYouTubeやパッカー車の拡声器を活用し、市長の声で注意喚起を行ったり、HPやLINE、ツイッター、フェイスブックなどSNSを通じた啓発に取り組みました。なお、大阪府下全体の特殊詐欺被害件数は昨年に比べ約39%減少し、豊中市の減少率は約55%であったことから、啓発の効果が現れたと考えられます。

③関係機関との連携・協働では、各種窓口や地域の見守り活動と連携して啓発に取り組み、66関係機関、134回、約99,000部に及ぶ啓発チラシ等の配布を行いました。関係機関も前年度より大幅に増え、より連携・協働の充実が図れました。

こうしたことから令和2年度は、引き続き重点取組みを中心に計画どおり実施することができ、消費者教育の段階的な推進が図れています。

5. 令和3年度以降の取組み

令和3年度(2021年度)以降の取組みについては、次年度の民法改正になることを踏まえて、18歳前後の若者世代の消費者教育の推進、特に高校への積極的な取組みを行います。また、新型コロナウイルスの影響により、対面による講座の実施が難しいことから、新たな手法による取組みが求められます。

65歳以上の高齢者世代の消費者教育の推進の取組みとしては、引き続き出前講座において新規対象者の増に取り組むとともに、新たに被害防止対策機器無料貸与事業として豊中警察及び豊中南警察と連携を図り、特殊詐欺被害の未然防止に向けた取組みを実施します。

各種相談窓口等の関係課との連携・協働の充実については、連携する関係課等や情報共有の機会の増を順次取り組み、今後も引き続き計画的・段階的に事業の充実を行い、同計画の推進を図ります。

資料編

1. 令和2年度の消費者教育関連事業一覧

豊中市における令和2年度(2021年度)の消費者教育関連事業について、消費者教育が育むべき領域や成人期等のライフステージ、学校・地域等の多様な場、実績等の全庁調査をし、その結果は以下のとおりとなりました。事業数は85事業あり、環境や人権等で様々な分野が関連する「消費者市民社会の構築」の領域が最も多く、ライフステージ別には「成人期」を対象とする事業が多く、実施される場では「地域」での事業が多く見られました。□

細事業整理No.	事業名称 (細事業名)	事業の目的	個別事業整理No.	事業の内容	令和元年度実績	令和2年度実績	方向性	消費者教育の育むべき力(領域)		事業の対象者(複数選択可)								様々な場				所管部局												
										幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期		配慮を要する				学校	地域	家庭	職場	部名称	課名称									
														特に若者	成人一般	特に高齢者	障害者	外国人	その他															
1	広報とよなか等の発行	市民生活に役立つ行政情報や必要な情報、市民・地域などの活動を分かりやすく伝え、市民の行政への参加・参画、協働を促すとともに市民と行政のコミュニケーションや信頼関係を深める。	1	広報とよなかの発行	月平均発行部数 202,288部	月平均発行部数 204,042部	継続	重点領域	消費者市民社会の構築	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	都市経営部	広報戦略課							
									商品等の安全	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●			●	●	●	●	●	●	●
									生活の管理と契約	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●			●	●	●	●	●	●	●
2	インターネットを活用した情報発信等	インターネットを活用して、行政情報や地域情報を分かりやすく市民に伝えるとともに、市民の意見を収集しながら、双方向の情報発信を行い、市民と行政の信頼関係づくりをする。	2	ホームページやソーシャルメディアなどによる情報発信、電子メールによる市民意見の収集	ホームページへの月平均アクセス件数 1,454,329件	ホームページへの月平均アクセス件数 2,588,782件	継続	重点領域	消費者市民社会の構築	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	都市経営部	広報戦略課							
									商品等の安全	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●			●	●	●	●	●	●	●
									生活の管理と契約	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●			●	●	●	●	●	●	●
3	環境学習の推進	あらゆる世代の市民一人ひとりが、人間と環境とのかかわりについて理解と認識を深め、環境に配慮した生活行動や事業活動を実践し、持続可能な社会を構築する。	3	クルマ大集合(環境交通学習)	2校 92人	実施なし	継続	重点領域	消費者市民社会の構築	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	環境部	環境政策課								
				4	出前講座	3回 120人	実施なし	継続	重点領域	消費者市民社会の構築	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●			●	●						
				5	環境フォーラム	—	—	継続	重点領域	消費者市民社会の構築	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●			●	●	●					
				6	地球温暖化防止イベント	1回 101人	1回 11人(委託事業のみ)	継続	重点領域	消費者市民社会の構築	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●			●	●	●					
				7	ESDセミナー	2回 381人	2回 19人	継続	重点領域	消費者市民社会の構築	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●			●	●	●	●				

細事業整理No.	事業名称 (細事業名)	事業の目的	個別事業整理No.	事業の内容	令和元年度実績	令和2年度実績	方向性	消費者教育の育むべき力(領域)	事業の対象者(複数選択可)								様々な場				所管部局										
									幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	特に若者	成人期		配慮を要する			学校	地域	家庭	職域	部名称	課名称							
														成人一般	特に高齢者	障害者	外国人	その他													
12	消費生活情報の提供事業	安全で豊かな暮らしのための消費生活情報誌(暮らしの情報)等を発行し、公共施設を拠点に配布するとともに、くらしかん内にて消費者問題関連冊子等の閲覧や、ホームページ、くらしの安心メール配信での情報提供を行います。また、消費者の商品選択に役立てるため、食料品等の生活関連物資の表示などについて、市内施設(販売業者)を調査し、その内容を公表します。小・中学生向けには、消費者教育用副読本を発行し、市内の中学校の新1年生及び小学校の新5年生に配布します。	34	くらしの情報	3回 9,036部	3回 9,036部	継続	重点領域	消費者市民社会の構築	●	●	●	●	●	●	●	●							●							
									商品等の安全	●	●	●	●	●	●	●													●		
									生活の管理と契約	●	●	●	●	●	●	●														●	
									情報とメディア	●	●	●	●	●	●	●														●	
			35	くらしの安心メール	35回配信 2,932人登録	36回配信 3,962人登録	継続	重点領域	消費者市民社会の構築						●	●	●									●					
									商品等の安全						●	●	●												●		
									生活の管理と契約						●	●	●													●	
									情報とメディア						●	●	●													●	
			36	生活関連物資課題調査	2回	0回	継続	重点領域	消費者市民社会の構築							●											●				
									商品等の安全							●														●	
									生活の管理と契約								●														●
									情報とメディア									●													●
			37	くらしのノート(小学校新5年生) 新・くらしのノート-消費生活編-(中学校の新1年生)	くらしのノート(小学校新5年生):4,200冊 新・くらしのノート-消費生活編-(中学校の新1年生):4,300冊	くらしのノート(小学校新5・6年生):4,200冊 新・くらしのノート-消費生活編-(中学校の新1年生):4,300冊	継続	重点領域	消費者市民社会の構築		●	●														●	●				
									商品等の安全		●	●																	●	●	
									生活の管理と契約		●	●																	●	●	
									情報とメディア		●	●																	●	●	

市民協働部
くらし支援課

細事業整理No.	事業名称 (細事業名)	事業の目的	個別事業整理No.	事業の内容	令和元年度実績	令和2年度実績	方向性	消費者教育の育むべき力(領域)	事業の対象者(複数選択可)								様々な場				所管部局							
									幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	特に若者	成人一般	特に高齢者	配慮を要する				学校	地域	家庭	職域	部名称	課名称			
																障害者	外国人	その他										
12	消費生活情報の提供事業	安全で豊かなくらしのための消費生活情報誌(くらしの情報)等を発行し、公共施設を拠点に配布するとともに、くらしかん内にて消費者問題関連冊子等の閲覧や、ホームページ、くらしの安心メール配信での情報提供を行います。また、消費者の商品選択に役立てるため、食料品等の生活関連物資の表示などについて、市内施設(販売業者)を調査し、その内容を公表します。小・中学生向けには、消費者教育用副読本を発行し、市内の中学校の新1年生及び小学校の新5年生に配布します。	38	子育て支援部局等と連携し就学前の子どもの保護者への消費生活情報の提供等	「こども見守りハンドブック」(消費者庁)を関係部局に配付	「こども見守りハンドブック」(消費者庁)を関係部局に配付	拡充	重点領域	消費者市民社会の構築	●												市民協働部	くらし支援課					
			商品等の安全	●																								
			生活の管理と契約	●																								
			情報とメディア	●																								
			39	高等学校等への消費生活情報の提供等	・市内全高校(府立5校、私立4校)へのアンケート調査と意見交換 ・成年齢引下げを踏まえ「社会への扉」(消費者庁資料)の高校1年生及び中学生の配布	・市内全高校(府立5校、私立4校)へのアンケート調査と意見交換 ・成年齢引下げを踏まえ「社会への扉」(消費者庁資料)を中学生に配布	拡充	重点領域	消費者市民社会の構築				●								●			●				
			商品等の安全											●										●	●			
			生活の管理と契約												●									●	●			
			情報とメディア												●									●	●			
			40	大学等での消費生活情報の提供や消費者教育出前教室等の実施	・成人式での啓発チラシの配布 ・大阪大学学園祭で啓発チラシ配布 ・大阪大学学生センター・生協での啓発資料の留置配布	小・中学校・高等学校・大学・予備校・専門学校・自動車教習所に若者向け消費者トラブル啓発チラシを配布	拡充	重点領域	消費者市民社会の構築					●							●			●				
			商品等の安全												●									●	●			
			生活の管理と契約													●								●	●			
			情報とメディア													●								●	●			

細事業整理No.	事業名称 (細事業名)	事業の目的	個別事業整理No.	事業の内容	令和元年度実績	令和2年度実績	方向性	消費者教育の育むべき力(領域)	事業の対象者(複数選択可)								様々な場				所管部局									
									幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	特に若者	成人一般	特に高齢者	配慮を要する				学校	地域	家庭	職域	部名称	課名称					
																障害者	外国人	その他												
13	消費者活動の支援事業	消費者グループ等の活性化を図るため、くらしかんにおいて登録しているグループに対し、活動場所の提供、グループ定例会の運営及び、活動の支援(消費者問題調査研究助成研究発表会含む)を行います。また、とよなか消費者協会を核にしたくらしかん登録グループの自主企画・運営による市民への消費者啓発事業を行います。	41	くらしかん祭り	812人	新型コロナウイルス感染症拡大防止のため中止	継続	重点領域	消費者市民社会の構築	●	●	●	●	●	●	●					●									
									商品等の安全	●	●	●	●	●	●	●									●					
									生活の管理と契約	●	●	●	●	●	●	●											●			
									情報とメディア	●	●	●	●	●	●	●											●			
			42	消費者教育フェア	—	寸劇「特殊詐欺の手口を知る」23人 弁護士に聞く「クレジットの落とし穴」45人 知って使おう！キャッシュレス決済のカードいろいろ29人 「賢く使おう！ネットとスマホ」4人	新規	重点領域	消費者市民社会の構築		●				●	●							●							
									商品等の安全		●				●	●										●				
									生活の管理と契約		●				●	●											●			
									情報とメディア		●					●	●										●			
			43	生活ひろば事業 講座 リユースバザー 地産地消	生活ひろば事業講座 79講座 1,770人 リユースバザー7回 地産地消11回 1,185人	生活ひろば事業講座 44講座 760人 リユースバザー4回 地産地消7回 640人	継続	重点領域	消費者市民社会の構築	●	●	●	●	●	●	●							●							
									商品等の安全	●	●	●	●	●	●	●										●				
									生活の管理と契約	●	●	●	●	●	●	●											●			
									情報とメディア	●	●	●	●	●	●	●											●			

細事業整理No.	事業名称 (細事業名)	事業の目的	個別事業整理No.	事業の内容	令和元年度実績	令和2年度実績	方向性	消費者教育の育むべき力(領域)	事業の対象者(複数選択可)								様々な場				所管部局								
									幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	特に若者	配慮を要する				学校	地域	家庭	職域	部名称	課名称						
														成人期	特に高齢者	障害者	外国人							その他					
14	成年後見制度利用支援事業	認知症等の課題を抱えた高齢者の増加に伴い、成年後見制度の必要性が高まる中、親族後見、専門職後見のほか、新たな選択肢として市民後見人の活用が望まれている。そのため、市では大阪府等と連携しながら、市民後見人の養成に取り組んでいる。また、本人や親族による後見申立が期待できないケースについては、市長申立を行っている。市民後見人制度の周知、後見等権利擁護を必要とされている方の早期発掘およびその後の支援体制の確立が課題。	44	大阪府と共同で市民後見人養成講座を開催し、新たに後見人バンク登録者を確保した。	新規後見人バンク登録者0人	新規後見人バンク登録者3人	継続	重点領域	消費者市民社会の構築						●	●	●	●											
			45	長寿安心課、障害福祉課、福祉事務所からの案件に基づいて成年後見等審判請求申立審査会を開催し、市長申立が適当と判断された案件については各課から家庭裁判所に対し後見人等の申立を行う。	申し立て件数15人	申し立て件数41人	継続	重点領域	消費者市民社会の構築							●	●			●									
15	地域包括支援センター介護予防地域教室委託	地域包括支援センターが主催する、介護予防・認知症予防(認知症ケア)・高齢者虐待や成年後見制度等の権利擁護といった高齢者の在宅生活の支援を目的とするものに関する教室を実施するもの。	46	講座開催	・柴原包括「あなたのそばに特殊詐欺知れば安心成年後見制度」1回 17人参加 ・庄内包括「大丈夫！」そんなあなたが騙される1回 17人参加	・柴原包括「自分は大丈夫」と思っている「オレオレ詐欺」成年後見制度1回5人参加 ・庄内包括「大丈夫！」そんなあなたが騙されないうまい話に気を付けて1回9人参加	継続	重点領域	消費者市民社会の構築							●				●									
									商品等の安全										●				●						
									生活の管理と契約														●				●		
									情報とメディア														●				●		

細事業整理 No.	事業名称 (細事業名)	事業の目的	個別 事業 整理 No.	事業の内容	令和元年度実 績	令和2年度実 績	方 向 性	消費者教育の 育むべき力(領域)	事業の対象者(複数選択可)							様々な場				所管 部局					
									幼 児 期	小 学 生 期	中 学 生 期	高 校 生 期	特 に 若 者	成人期	配慮を要する				学 校	地 域	家 庭	職 域	部 名 称	課 名 称	
														成人一 般	特 に 高 齢 者	障 害 者	外 国 人	そ の 他							
16	成年後見制度 利用支援事業	知的障害や精神障害のある人 の権利が守られるよう、福祉を図 るため。	47	障害の状態や親族の状況 などにより福祉を図るため に特に必要と認められる時 に市長申立てを行う。	市長申立て件 数:0件	市長申立て件 数:5件	継 続	重 点 領 域	消費者市民社会の構築											障 害 福 祉 課					
				生活の管理と契約																					
16	成年後見制度 利用支援事業	知的障害や精神障害のある人 の権利が守られるよう、福祉を図 るため。	48	市町村長が後見、保佐人及 び補助人を選任した者につ いてその後見人の報酬の全 部又は一部を助成すること により後見人等が適切な 身上監護、財産管理を行 い、被後見人、被保佐人、 被補助人の日常生活の支 援や福祉の向上、権利擁護 を図ることができるよう支援 する。	市町村長が後 見、保佐人及 び補助人を選 任した者につ いてその後見 人の報酬の全 部又は一部を 助成すること により後見人 等が適切な身 上監護、財産 管理を行い、 被後見人、被 保佐人、被補 助人の日常生 活の支援や福 祉の向上、権 利擁護を図る ことができるよ う支援する。	市町村長が後 見、保佐人及 び補助人を選 任した者につ いてその後見 人の報酬の全 部又は一部を 助成すること により後見人 等が適切な身 上監護、財産 管理を行い、 被後見人、被 保佐人、被補 助人の日常生 活の支援や福 祉の向上、権 利擁護を図る ことができるよ う支援する。	継 続	重 点 領 域	消費者市民社会の構築											福 祉 部					
				生活の管理と契約																					
17	障害者相談 支援事業	障害者及び障害児が、自立した 日常生活または社会生活を営む ことができることを目的に、障害 者等の福祉に関する問題につ いて、障害者からの相談に応じ、必 要な情報の提供や助言、障害福祉 サービスの利用支援等、必要 な支援を図る。	49	市内9か所の相談支援事業 所に業務を委託し、市民に より近い地域で障害福祉 サービス利用等の相談支 援を行う。	延相談対応件 数 29,306件	延相談対応件 数 28,675件	継 続	重 点 領 域	消費者市民社会の構築	●	●	●	●	●	●			●	●	●	●				
				商品等の安全	●	●			●	●	●	●	●			●	●	●	●						
				生活の管理と契約	●	●			●	●	●	●	●									●	●	●	●
				情報とメディア	●	●			●	●	●	●	●									●	●	●	●

細事業整理No.	事業名称 (細事業名)	事業の目的	個別事業整理No.	事業の内容	令和元年度実績	令和2年度実績	方向性	事業の対象者(複数選択可)										様々な場				所管部局				
								消費者教育の育むべき力(領域)		幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	特に若者	成人一般	特に高齢者	配慮を要する				学校	地域	家庭	職域	部名称	課名称
								重点領域	重点領域								障害者	外国人	その他							
24	薬局等の許可届出・監視指導	品質及び安全性の確保された医薬品、医療機器の供給を通じ、市民の健康で豊かな生活を支援します。薬局・薬剤師を健康相談拠点とし、市民の健康意識の向上を図ります。また、市民への薬の正しい知識の普及を通じ、薬による健康被害の発生を防ぎ、市民の安心安全を確保します。	63	出前講座	4回 89人	実施せず	継続	重点領域	消費者市民社会の構築	●	●	●	●	●	●					●	●			健康医療部	健康政策課	
			64	啓発キャンペーン	1回 378人	新型コロナウイルス感染拡大のため実施せず	継続	重点領域	情報とメディア				●	●	●	●	●					●				
25	薬物乱用防止啓発	危険ドラッグ等の薬物の恐ろしさを市民に伝えることにより、乱用の拡大を未然に防止します。	65	出前講座	9回 577人	5回 594人	継続	重点領域	消費者市民社会の構築		●	●	●	●	●					●	●			健康医療部	健康政策課	
			66	啓発キャンペーン	1回 1000人	新型コロナウイルス感染拡大のため実施せず	継続	重点領域	消費者市民社会の構築		●	●	●	●	●					●	●					
			67	若年層向け薬物乱用防止啓発楽曲作成	CD 59枚 クリアファイル 6,700枚	クリアファイル 3,200枚	継続	重点領域	消費者市民社会の構築		●	●	●	●							●	●	●			

細事業整理No.	事業名称 (細事業名)	事業の目的	個別事業整理No.	事業の内容	令和元年度実績	令和2年度実績	方向性	消費者教育の育むべき力(領域)	事業の対象者(複数選択可)								様々な場				所管部局			
									幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	特に若者	成人一般	特に高齢者	障害者	外国人	その他	学校	地域	家庭	職域	部名称	課名称
26	食品衛生事業	食品衛生及び食品表示の正しい知識を普及し、食中毒等の食品による健康被害発生の防止を図る。	68	講習会	講習会30回 784人 (事業者対象16回、消費者対象14回)	講習会2回 65人 (事業者対象0回、消費者対象2回)	継続	重点領域	消費者市民社会の構築	●	●	●	●	●	●				●	●	●	健康医療部	衛生管理課	
			69	食中毒予防啓発街頭キャンペーン	1回 650人	実施なし			消費者市民社会の構築	●	●	●	●	●						●	●			●
			70	リスクコミュニケーション	2回 81人	実施なし			消費者市民社会の構築	●	●	●	●	●							●			●
27	感染症予防事業	性教育の中で、コンドームの話をするが、使用期限の確認、使用時の注意点、保管方法の注意点等を説明し、安全な使用についての知識普及。	71	保健所の母子保健と一緒に中学校(中学3年生を対象に)で性教育を実施。	令和元年度は10校で実施。(1702人)	令和2年度はコロナ対応のため実施できず。参考資料等を送付した。	継続	重点領域	商品等の安全				●	●	●	●				●				
28	精神保健事業	アルコールによる健康被害の予防として、多量飲酒者自身が関心を寄せやすい節酒をテーマに、比較的気軽にプログラムに取り組むことで、心身の健康回復とアルコール依存症の予防や早期発見と早期治療を促す。	72	ブリーフ・インターベンション「HAPPYプログラム」年2クール実施(1クールにつき、3日間の連続講座と1日のフォローアップ):延べ19人	年2クール。(1クールにつき、3日間の連続講座と1日のフォローアップ):延べ19人	令和2年度はコロナ対応のため実施できず。HAPPYプログラム修了者へのフォローを5名に実施した。	継続	重点領域	商品等の安全										●	●				
			73	出前講座、出張講座等①アルコール関係	①出前講座、出張講座(5回、延べ182人)	①出張講座(1回、延べ10人)														●	●			
			74	出前講座、出張講座等②薬物依存関係	②出前講座、出張講座(0回なし)	②出前講座、出張講座(0回なし)														●	●	●		

細事業整理No.	事業名称 (細事業名)	事業の目的	個別事業整理No.	事業の内容	令和元年度実績	令和2年度実績	方向性	消費者教育の育むべき力(領域)	事業の対象者(複数選択可)								様々な場				所管部局															
									幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	特に若者	成人一般	特に高齢者	配慮を要する				学校	地域	家庭	職域	部名称	課名称											
																障害者	外国人	その他																		
34	環境学習の推進	子どもたちの未来を守る持続可能な資源循環型社会を構築するために、 ①保護者と一緒に参加できる施設見学会や環境学習企画講座等の来館型環境啓発事業を行う。 ②こども園(私立の保育所。幼稚園も含む)や学校など市民のところにへ出かけていく出前講座による環境学習を行う。	80	施設見学会	実施:5回 86人	実施:7回 193人	継続	重点領域	消費者市民社会の構築	●	●	●	●		●											豊中市伊丹市クリーランド	再資源・搬入課									
			81	市民講座	実施:11回 206人	実施:10回 150人	継続	重点領域	消費者市民社会の構築		●	●	●		●																					
			82	出前講座	実施:86回 7,727人	実施:35回 2,423人	継続	重点領域	消費者市民社会の構築	●	●	●	●		●																					
35	課題別講座	市民に生涯学習や人権学習の機会を提供し、教養の向上・健康の増進・生きがいづくりなどを支援します。	83	公民館人権啓発事業公民館講座	今年度は対象となる講座は実施されなかった。」	継続	重点領域	生活の管理と契約		●	●	●		●	●						●						教育委員会	中央公民館								
								情報とメディア		●	●	●		●	●					●																
36	公民分館事業	文化祭、体育祭などの行事や公民分館講座の実施などをおとして、地域のすべての人を対象に、生涯学習、文化活動、仲間づくり場としての公民分館活動を推進します。	84	公民分館人権学習講座	「家庭で考えようスマホトラブル」他6分館7回 652人 刀根山、豊島、北条、豊島西、島田、西丘、寺内	実施なし	継続	重点領域	生活の管理と契約		●	●	●		●	●					●															
									情報とメディア		●	●	●		●	●					●										●					
37	—	—	85	地域福祉ネットワーク会議	14回	7回	継続	重点領域	消費者市民社会の構築						●	●	●					●		●			豊中市社会福祉協議会	地域福祉課								
									商品等の安全						●	●	●					●								●		●				
									生活の管理と契約							●	●	●					●								●		●			
									情報とメディア								●	●	●					●							●		●			

2. 令和元年度の消費者教育にかかる連携・協働の取組み状況(実績)

令和元年度に実施した庁内等における消費者教育にかかる連携・協働の取組み実績を、以下の「表 令和元年度の消費者教育にかかる連携・協働の取組み実績」にまとめています。

啓発の取組みでは45 関係機関、55 事業(延べ78 回、約185,950 枚のチラシ等配布)実施しており、相談窓口での取組みでは69 件ありました。

表 令和元年度の消費者教育にかかる連携・協働の取組み状況(実績)

◆ 啓 発 : 55(課・機関) 47 事業 (78回、185950枚配布)

連携先	連 携 事 業	事 業 内 容	回数	枚数	備 考
消費者団体(くらしかん)登録10グループ	定 例 会	消費者啓発チラシ配布	12	120	
人 事 課	新規採用職員オリエンテーション	消費者啓発チラシ配布	1	60	
市 民 病 院	豊中病院外来待合室テレビ	DVD放映	1	-	通年(H28.1~)
千里文化センター	千里文化センターモニター	DVD放映	1	-	通年(R01.7~)
	-	特殊詐欺啓発横断幕掲示	1	-	
	-	特殊詐欺・悪質商法のぼり旗設置	1	-	
庄 内 出 張 所	-	特殊詐欺・悪質商法のぼり旗設置	1	-	
広 報 戦 略 課	ツイッター・フェイスブック	特殊詐欺巡回啓発案内	1	-	
福 祉 事 務 課	-	消費者啓発チラシ配布	1	7,700	
保 険 資 格 課	特殊詐欺巡回啓発事業	特殊詐欺巡回啓発申込はがき配布	1	105,000	
行政総務課	ま ち か ね ビ ジ ョ ン (豊中警察署)	DVD放映	1	-	通年(H29.5~)
	-	特殊詐欺啓発庁内放送	1	-	
	-	消費者啓発・特殊詐欺啓発ポスター掲示	1	-	
庁 内 各 課 (19 課)	1 2 事 業	特殊詐欺啓発チラシ配布 消費者啓発ポスター掲示	12	14,760	(受付配架含む)
社 会 福 祉 協 議 会	民生・児童委員役員会	消費者啓発チラシ配布	1	575	
	民生・児童委員役員会	消費生活情報紙「くらしの情報」配布	3	1,725	575×3回
	敬老の集い	特殊詐欺啓発チラシ配布	1	51,260	
	地域福祉ネットワーク会議	特殊詐欺被害防止シール	7	800	7地域
	地域福祉ネットワーク会議	消費者啓発チラシ配布	7	800	7地域
長 寿 社 会 政 策 課	介護事業者連絡会	消費者啓発チラシ配布	2	700	
	介護事業者連絡会(福祉用具フェア)	特殊詐欺啓発チラシ配布	1	150	
障 害 福 祉 課	イベントでの配布	特殊詐欺啓発チラシ配布	1	100	
環 境 部	再生資源収集車にマグネットシート貼付	特殊詐欺撲滅マグネットシール	1	70	
こ ども 事 業 課	-	消費者啓発冊子情報提供	1	-	「こども見守りハンドブック」日・英・中国語版
大 阪 府 警 察	特殊詐欺被害防止キャンペーン	特殊詐欺被害防止啓発イベント	1	-	エディオンと大阪府警察が主催
	特殊詐欺被害防止にかかる巡回啓発事業	戸別訪問	1	※	
エ キ ス タ と よ な か	窓口での配架	特殊詐欺被害防止啓発チラシ配布	1	40	
千 里 ニ ュ ー タ ウ ン FM 放 送	FMラジオ放送	ラジオ放送	1	-	単年のみ(R01.8)
地 域 福 祉 課	民生・児童委員役員会	消費者啓発リーフレット等	1	80	
医 師 会	医療機関での掲示	消費者啓発チラシ配架 消費者啓発ポスター掲示	1		
薬 剤 師 会	医療機関での掲示	消費者啓発チラシ配架 消費者啓発ポスター掲示	1	800	
歯 科 医 師 会	医療機関での掲示	消費者啓発チラシ配架 消費者啓発ポスター掲示	1		
コ ー プ こ う べ	店 舗 での配架	消費者啓発チラシ配架	1	100	
	店 舗 での配架	消費生活情報紙「くらしの情報」配架	3	300	100×3回
阪 急 オ ア シ ス	店 舗 での配架	消費者啓発チラシ配架	1	100	
フ レ ン ド マ ー ト	店 舗 での掲示	消費者啓発ポスター掲示	1	-	
自 治 会	自治会掲示板での掲示	消費者啓発チラシ掲示 消費者啓発ポスター掲示	1	530	
住 宅 課	居住支援協議会セミナー	特殊詐欺被害防止啓発チラシ配布	1	80	
生 涯 学 習 課	成 人 式	消費者啓発チラシ配架	1	100	
合計	55(課・機関) 47 事業		78	185,950	

◆ 相 談 : 他 機 関 と の 連 携 69 件
 ・相談窓口、行政、企業・団体からくらしかんへ : 33件
 ・くらしかんから地域包括支援センター等関係窓口へ : 36件

3. 参考資料／用語解説（50音順）

消費者教育

「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」（消費者教育の推進に関する法律第2条第1項抜粋）

消費者市民社会

「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関与する社会」（消費者教育の推進に関する法律第2条第2項抜粋）

言いかえると、消費者が、お互いの違いを大事にしながら、地球のことや社会のことで、将来の世代のことを考えて行動すること※で、公正で持続可能な社会をつくっていくような社会※倫理的消費（エシカル消費）のことで、省エネルギーや省資源など環境の負荷の低減を考えて行う「環境に配慮した消費行動や、立場の弱い発展途上国の生産者や労働者の生活改善と自立をめざす公平な貿易により発展途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に消費行動する「フェアトレード商品の購入」など。

成年年齢の引き下げ

平成30年(2018年)6月、「成年年齢の引下げ等に関する民法改正案」及び「消費者契約法改正案」が制定され、契約等にかかる成年年齢が引き下げられる(令和4年(2022年)4月施行)。

ピーディーシーエイ PDCAサイクル

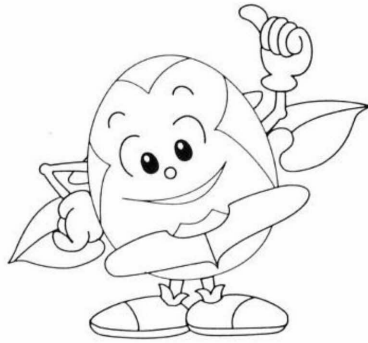
Plan（計画）を立てて、Do（実施）した結果を、Check（点検）し、Action（改善）する、継続的改善を目的としたしくみ。

ライフステージ

年齢ともなって変化する生活スタイルや生活段階。人生における出生から就学、就職、結婚、出産、子育て、退職など人生の節目によって変わる生活スタイルや幼児期・小学生期・中学生期・高校生期・成人期などのそれぞれの段階。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための17の目標



くらしかん

豊中市 市民協働部 暮らし支援課

〒560-0022 豊中市北桜塚2丁目2番1号 豊中市立生活情報センターくらしかん

TEL 06 (6858) 5060 FAX 06 (6858) 5095

<https://www.city.toyonaka.osaka.jp/kurashi/roudou/shohi/index.html>