

豊中市消費者教育推進計画 改定版

～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～

豊 中 市

目 次

第1章 消費者教育推進計画策定の背景と必要性	1
1. 消費者を取り巻く環境の変化	1
(1) 消費者の商取引形態等の変化	1
(2) 少子高齢化の進展	1
(3) 倫理的消費（エシカル消費）への関心の高まり	1
(4) 新型コロナウイルスの影響	2
2. 国、大阪府の動き	3
3. 本市の状況	4
(1) 消費生活相談状況	4
(2) 特殊詐欺の発生状況	14
4. 計画策定の趣旨	16
(1) 豊中市消費者教育推進計画及びその見直し	16
(2) 計画の位置づけ	16
(3) 計画の期間	17
第2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	18
1. 消費者教育推進計画の基本的な考え方とめざすべき姿	18
2. 消費者教育推進計画の体系的推進の取組みの方向	19
(1) 消費者教育が育むべき力	19
① 消費者市民社会の構築に関する領域	19
② 商品やサービス等の安全に関する領域	19
③ 生活の管理と契約に関する領域	20
④ 情報とメディアに関する領域	20
(2) 多様な場における取組み及び消費者の特性に配慮した取組みの実施	20
① 多様な場における取組みの方向	21
② 消費者の特性に配慮した取組みの方向	21
(3) 多様な主体との連携・協働	22
① 国、大阪府等との連携・協働	22
② 消費者行政と他の専門行政との連携・協働	22
③ 市と消費者団体、事業者団体等との連携・協働	22
3. 消費者教育推進計画の基本的な考え方と取組みの方向のまとめ	23
第3章 消費者教育推進計画の取組み体系	24
1. 本市における消費者教育の取組み状況	24
取組み体系ごとの取組み状況と課題について	24

(1)多様な場における取組み	24
① 学校等（就学前、小学校・中学校・高等学校、大学等）における取組み	24
(i) 就学前	24
(ii) 小学校・中学校・高等学校	25
(iii) 大学等	26
② 地域における取組み	26
③ 家庭における取組み	28
④ 職域における取組み	28
(2)消費者の特性に配慮した取組み	29
2. 消費者教育推進計画の取組み体系	30
(1)多様な場における取組み	30
① 学校等（就学前、小学校・中学校・高等学校、大学等）における取組み	30
(i) 就学前	30
(ii) 小学校・中学校・高等学校	30
(iii) 大学等	32
② 地域における取組み	32
③ 家庭における取組み	33
④ 職域における取組み	34
(2)消費者の特性に配慮した取組み	38
第4章 今後の消費者教育の計画的な推進	40
1. 推進体制	40
2. 進行管理	41
資料編	42
1. 豊中市消費者教育推進計画の策定の経過	42
(1)消費生活審議会等における消費者教育推進計画中間見直しの策定に係る 信義・検討経過	42
(2)豊中市消費生活審議会規則	43
(3)豊中市消費生活審議会委員名簿（第9期）	44
(4)豊中市消費者教育推進計画連絡会議設置要綱	45
2. 豊中市消費生活審議会 諮問・答申	48
3. 豊中市における消費者教育の取組み実績（令和3年度（2021）年度）	49
4. 参考資料	57
(1)消費者教育の育むべき力（消費者教育の推進に関する基本的な方針より抜粋）	57
(2)消費者教育の体系イメージマップ	58
* 用語解説（50音順）	59

第1章 消費者教育推進計画策定の背景と必要性

1. 消費者を取り巻く環境の変化

(1) 消費者の商取引形態等の変化

消費者を取り巻く環境は、グローバル化や高度情報化社会の進展等に伴い、大きく変化しています。世界中の多種多様な商品やサービスだけでなく、電力やガスまでも自由に選択し、消費することができるようになったほか、インターネット通販やキャッシュレス化による決済手段の多様化など消費者の利便性は飛躍的に向上し、急速に変化しています。

特に、パソコンやスマートフォンの普及により、個人情報の流出や、詐欺サイト・架空請求メール*・SNS*を通じたトラブル、商品やサービスの内容をよく理解しないまま契約し、生じたトラブルが増加しています。また、海外事業者との取引による解決が困難なトラブルや、オンラインゲーム*などにおける低年齢層でのトラブルなど、消費者問題は、ますます多様で複合的、広域的に発生しています。

最近では、契約のルールなどを定めた民法が120年ぶりに大改正され、日常広く使われている約款の規定が新設されるなどの見直しが行われました。また、令和4年(2022年)4月に成年年齢が引き下げられたことにより、今後、18歳及び19歳の若者世代における消費者トラブルの増加も懸念されており、改めて契約に関するルールを認識するなど消費者としての自立が求められています。

(2) 少子高齢化の進展

少子高齢化の進展に伴い、総人口の世代別比率が変化する中、豊中市においても、高齢化率(65歳以上の人口割合)は上昇しており、令和4年(2022年)4月1日時点で25.8%となっています。また、国立社会保障・人口問題研究所の推計では、令和12年(2030年)10月1日時点の高齢者率は31.2%となっており、今後も引き続き高齢化率の上昇が見込まれます。

こうした高齢化率の上昇に伴い、高齢者を狙った詐欺被害やトラブルが多数発生しています。高齢者は、「お金」「健康」「孤独」といった不安につけこまれ、消費者被害に遭いやすく、加えて高齢や病气・障害等により判断力が不十分となり、通常の取引においても消費者トラブルに巻き込まれることがあります。

(3) 倫理的消費(エシカル消費)への関心の高まり

消費者が支出する消費額の総額は国内総生産(GDP)の約6割を占め、個人の消費活動は経済社会に大きな影響を与えており、省エネ・省資源等の「環境に配慮」した消費活動*や地産地消・被災地産品購入等の「地域に配慮」した消費活動、「人権を尊重し社会に配慮」したフェアトレード商品の購入*や障害のある人等の支援につながる消費活動など、より良い社会に向けた倫理的消費(エシカル消費)*が求められています。

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、そうした課題の解決に取り組む事業者を応援するといった消費活動への関心が高まっています。

(4) 新型コロナウイルスの影響

新型コロナウイルス感染症の感染拡大は、外出制限などの様々な行動の制約を通じて、消費者の行動に大きな影響を与えています。緊急事態宣言*の発出などに伴う外出自粛などの影響により、自宅で過ごす時間が増え、いわゆる「巣ごもり消費*」の割合が増加するなど消費者行動が変化する中で、それに便乗した詐欺や悪質商法が発生しています。また、インターネットを利用した支出総額は増加傾向であり、インターネットに関連したトラブルも増加しています。

*の下線の用語は、資料編（P44～45）で解説しています。

2. 国、大阪府の動き

国においては、平成24年(2012年)に「消費者教育の推進に関する法律(消費者教育推進法)」を施行し、消費者の自立を支援するための消費生活に関する教育及び主体的に消費者市民社会*の形成に参画する消費者市民育成のための教育を進めていくこととしました。平成25年(2013年)には「消費者教育の推進に関する基本的な方針」が閣議決定され、誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で消費者教育*を受けることができる機会の提供や、国・地方、行政・民間、消費者自身も含めた幅広い担い手の支援、連携等を基本的な方向としています。平成29年(2017年)には、基本的方針の中間的見直しが行われ、成年年齢の引き下げ対応としての若年者への消費者教育の強化などが付加されました。平成30年(2018年)には若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラムが作成され、平成30年度(2018年度)から令和2年度(2020年度)の3年間を集中強化期間とし、取組みを推進することとされました。令和2年(2020年)には第4期消費者基本計画が閣議決定され、第1期から第3期までの基本計画の考えを踏襲しつつ、関連する他の行政分野の政策及びそれに関連する機関との有機的な連携を確保しながら行政が公助として積極的な役割を果たすとともに、行政のみならず、消費者・消費者団体や事業者・事業者団体を含む多様な関係者により重層的かつ多段階的な取組みを展開することとされています。令和4年(2022年)には、AV出演被害防止・救済法が制定されるとともに、いわゆる靈感商法や法人等からの不当な寄付の勧誘等による被害の防止・救済の実効が上がるよう、消費者契約法及び独立行政法人国民生活センター法の一部が改正され、さらに法人等による寄付の不当な勧誘の防止等に関する法律が制定されています。

大阪府においては、消費者教育推進法を踏まえ、平成27年(2015年)に策定した「大阪府消費者基本計画」の基本目標Ⅲ「消費者教育に関する計画的な施策の推進」を大阪府消費者教育推進計画の性格を持つものとしています。この計画では、消費者の社会的役割と、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と関心を深めながら、自ら考え行動する自立した消費者を育成するため、幼児期から高齢期までの各段階に応じて、さまざまな特性等に応じた適切な方法により、多様な主体や他の施策との連携を図りつつ効果的な消費者教育の推進に努めるとされました。令和2年(2020年)には、国の「第4期消費者基本計画」との整合性を図りつつ、「大阪府消費者基本計画(第2期)」が策定され、基本目標として、「消費者の安全・安心の確保」「消費者の自立への支援」「消費者教育の推進」「消費生活相談体制の充実」が掲げられています。

3. 本市の状況

本市では、消費者の利益の擁護と増進に関し、消費者の権利の確立とその自立の支援を図り、もって市民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的とし、これまでの「豊中市の消費者のくらしを守る基本条例（昭和 52 年（1977 年）」及び「消費者保護のための危害防止、表示の適正化等に関する条例（昭和 52 年（1977 年）」を廃止し、平成 18 年（2006 年）8 月に、「豊中市の消費者のくらしを守る条例」を制定しました。本市ではこれを基本として、社会環境の変化に対応しながら消費者行政に取り組んでいます。

(1) 消費生活相談状況

① 相談件数

令和 3 年度（2021 年度）の消費生活相談件数は 2,914 件で、ここ数年は社会情勢などの影響と思われる変動が生じています。その内訳は「苦情」が 2,455 件、「問合せ等」が 459 件となっています。（図 1）

契約者を年代別にみると、70 歳以上（734 件）が最も多く、次いで 50 歳代（410 件）、40 歳代（379 件）・60 歳代（379 件）の順となっています。特に 70 歳以上からの相談は全体の 4 分の 1 程度を占めており、高齢者の多くが何らかの消費者トラブルに遭っていることが伺えます。また、20 歳代及び 20 歳未満からの相談も増加傾向が続いており、これらの年代に対して消費者トラブルに遭わないために、契約に関する基礎知識を身に付けるための周知・啓発が必要と考えられます。（図 2-1）

平成 29 年度（2017 年度）以降、全ての年代で増加傾向にありますが、20 歳代と 50 歳代以降で増加傾向が高くなっています。（図 2-2）

図 1 相談件数の推移

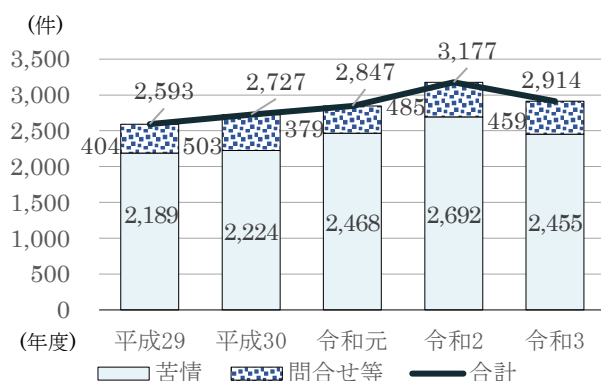


図 2-1 契約者の年代

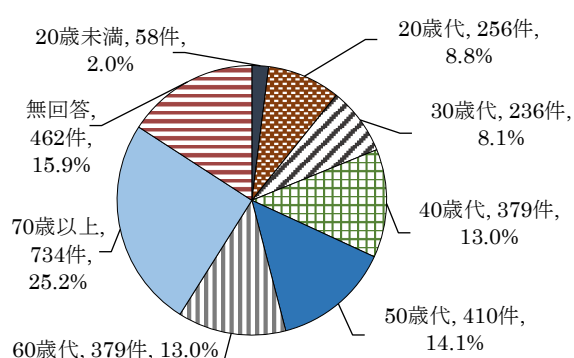
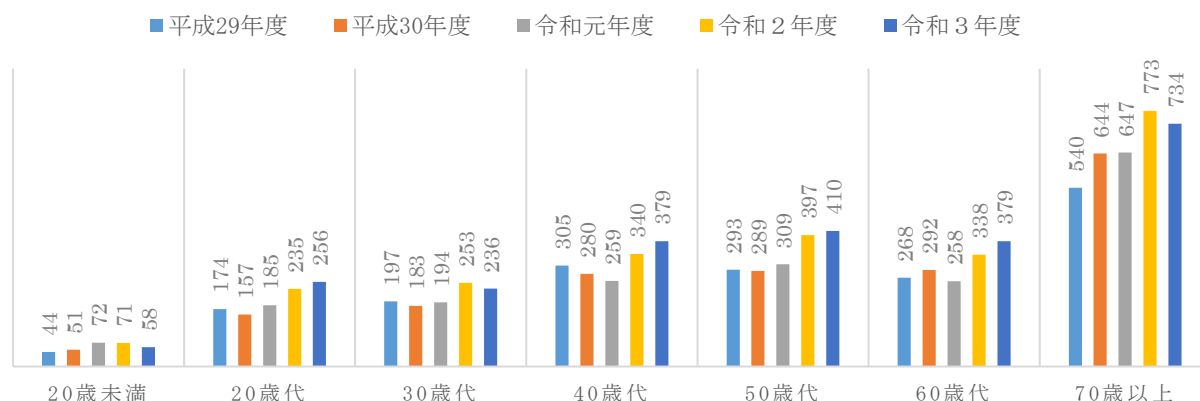


図 2 - 2 契約者の年代別相談件数の推移

(件)



② 商品・役務（サービス）別の相談状況

商品・役務（サービス）分類別の相談件数では、注文した覚えがないものが配送されてきたといった送り付けに関する相談が含まれる「商品一般」が最も多くなっています。次に、1回限りやお試しのつもりで購入したら2回目の商品が届き高額な料金を請求されたといった定期購入*に関する相談が含まれる「化粧品」となっています。この定期購入に関する相談は「化粧品」「健康食品」「飲料」などが中心で、消費者庁がまとめた令和3年（2021年）版消費者白書によると、平成28年（2016年）からの5年間で相談件数が約4.3倍に増加しています。なお、この対策として令和4年（2022年）6月1日に「詐欺的な定期購入商法」の規制が強化された改正特定商取引法が施行され、販売業者等は取引における基本的な事項を最終確認画面等で明確に表示することが義務付けられました。また、販売業者等の誤認させるような表示等により、誤認して申込みをした消費者は、申込みの意思表示を取消することができるようになったことから、これらの改正内容について広く周知する必要があります。

続く「賃貸アパート」は、賃貸住宅を退去する際の原状回復*に関する費用の相談が主なもので、毎年100件前後の相談が寄せられていることから、トラブルに遭わないための注意事項についての啓発が必要と思われます。（表1）

表1 商品・役務（サービス）分類別の相談件数の推移

順	内 容	年 度	平成29 (2017)	平成30 (2018)	令和元 (2019)	令和2 (2020)	令和3 (2021)
1	商品一般※1		148	204	159	200	208
2	化粧品		46	63	94	126	187
3	賃貸アパート		98	123	102	91	117
4	役務その他サービス※2		44	58	73	100	92
5	紳士・婦人洋服		47	42	42	75	91
6	相談その他※3		77	176	160	121	86
7	工事・建築		67	92	113	74	86
8	娯楽等情報配信サービス※4						83
	デジタルコンテンツ		319	250	247	249	
9	健康食品※5		91	100	151	161	77
10	インターネット通信サービス※6		113	92	93	69	73

- ※1 注文した覚えがないものが配送され中身がわからないものの相談など、商品を特定できないものに関する相談
- ※2 金融・保険や運輸・通信、教育、教養・娯楽、保健・福祉サービスに該当しない役務（サービス）に関する相談（コンピュータウイルス除去サービスを含む）
- ※3 消費者問題以外の家庭管理、健康管理、相隣関係、習慣・しきたり、婚姻、相続に該当しないことに関する相談
- ※4 趣味や娯楽を目的とした情報の配信サービスに関する相談（令和3年度から新設された分類、令和2年度までは「デジタルコンテンツ」に分類されていたもの）
- ※5 酵素食品やダイエットサプリメントなどの健康食品に関する相談
- ※6 携帯電話やスマートフォンなどの、モバイルデータ通信サービス以外のインターネット通信に関連したサービスに関する相談

③ 販売購入形態別分類

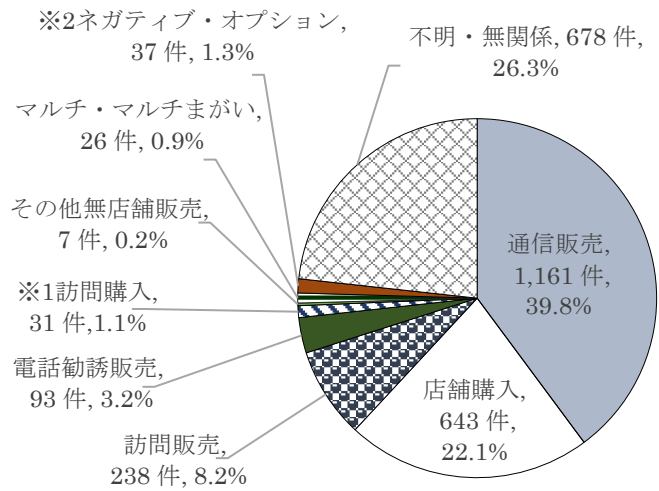
販売購入形態別の相談件数では、「通信販売」、通常の商取引である「店舗購入」の順に多く、これらで全体の6割以上を占めています。続いて「訪問販売」「電話勧誘販売」「訪問購入」の順となっています。(図3)

ここ数年の傾向としては「通信販売」、特に「インターネット通販」に関する相談が増加しています。相談の内容としては、「ネット通販を利用して商品を購入したが、届いた商品はイメージしていたものと違っていたので、クリーニング・オフしたいと申し出たができないと言われた。」といった契約に関する基本的なことが大半

となっていることから、ネット通販を利用する多くの世代に対して、契約に関する基礎知識を身に付けるための周知・啓発が必要と考えられます。

また、件数は少ないものの「ネガティブ・オプション(送り付け商法)」に関する相談がここ数年は倍増していることから、送り付け商法への対処方法などについても、周知・啓発が必要と考えられます。

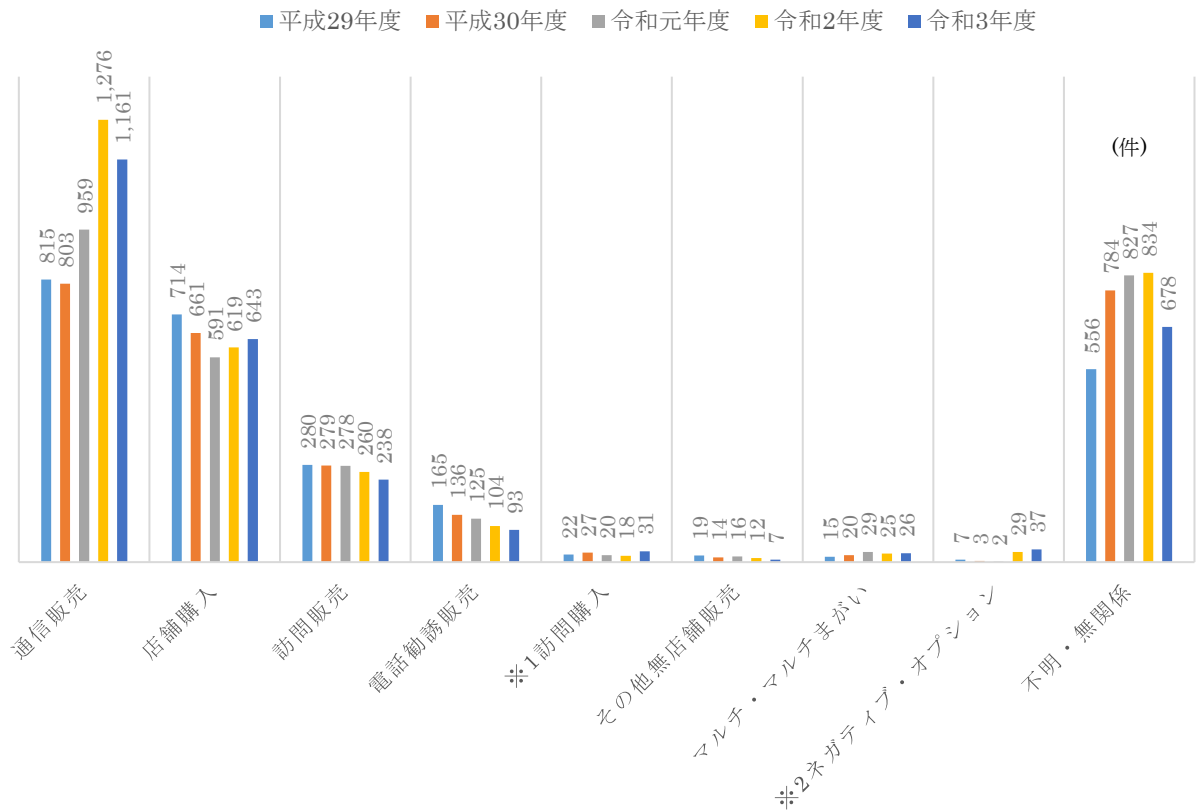
図3 販売購入形態別の相談件数



※1 訪問購入：業者等が消費者の自宅等において物品等を購入する商法(平成25年(2013年)2月に区分新設)

※2 ネガティブ・オプション(送り付け商法)：注文していない商品を送り付け、無理矢理購入させる商法

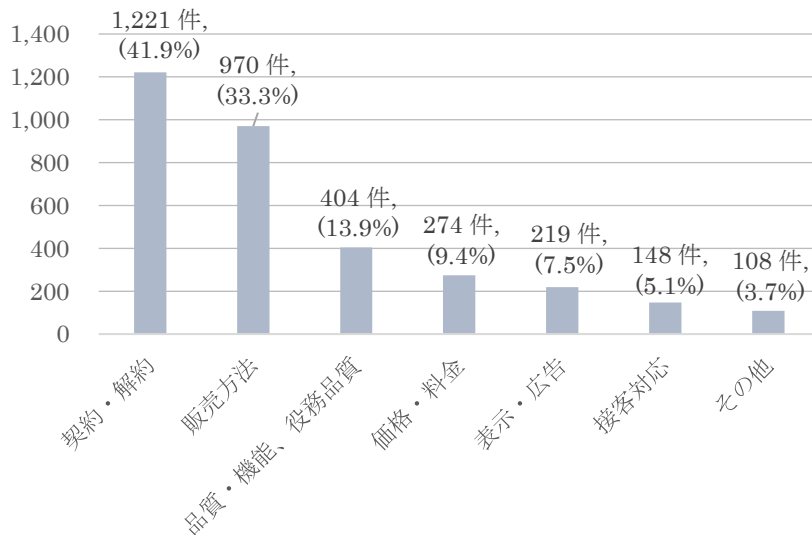
図4 販売購入形態別の相談件数の推移



④ 内容別分類

内容別の相談件数（複数回答）は、「契約・解約」「販売方法」に関する相談が突出して多く、続いて「品質・機能、役務品質」「価格・料金」「表示・広告」の順となっています。（図5）

図5 内容別の相談件数



※構成比は、相談総件数（2,914件）に対する比率

※一つの相談に複数の内容（複数回答）があるため、内容別相談件数の合計は総相談件数と一致しない

※相談件数が100件未満の項目の記載はしていない

⑤ 高齢者世代の相談状況

65歳以上の高齢者の相談件数は920件で、全体（全年代）の約31.6%、年齢無回答者を除いた構成比は約37.5%となっており、この5年間増減はあるものの37%台から42%台の間で推移しています。（表2）また、「化粧品」と「他の保健・福祉」に関する相談の増加率が高くなっています。（表3）

相談状況は全体（全年代）の傾向とほぼ同様で、販売購入形態別の相談件数は、「通信販売」（294件）、「店舗購入」（161件）、「訪問販売」（99件）、「電話勧誘販売」（48件）の順に多くなっています。なお、「訪問販売」（41.6%）、「電話勧誘販売」（51.6%）、「訪問購入」（54.8%）については、全体（全年代）における65歳以上の高齢者からの相談割合が高くなっていることから、これらの販売購入形態に関するトラブル事例などについて、高齢者を中心に周知・啓発が必要と考えられます。（図6）

内容別の相談件数（複数回答）も、「契約・解約」（341件）、「販売方法」（340件）の順に多く、全体（全年代）の傾向と同様になっています。（図7）

商品・役務（サービス）別の相談においても、「商品一般」「化粧品」の順に多く、全体（全年代）と同様となっています。なお、65歳以上の高齢者からの相談で特徴的なものとしては5番目に多い「他の保健・福祉」で、65歳以上からの相談が全体（全年代）の78%を占めています。これは、還付金が返還されるなどといった特殊詐欺に関する相談が主なものとなっており、高齢者を中心に特殊詐欺の被害防止に向けた取り組みが必要と考えられます。

表2 65歳以上の相談件数の推移

内 訳 \ 年 度	平成29 (2017)	平成30 (2018)	令和元 (2019)	令和2 (2020)	令和3 (2021)
相談件数（件）	685	807	777	943	920
構成比（％）	26.4	29.6	27.3	29.7	31.6
年齢無回答者を除く構成比（％）	37.6	42.6	40.4	39.2	37.5

図6 65歳以上の販売購入形態別の相談件数

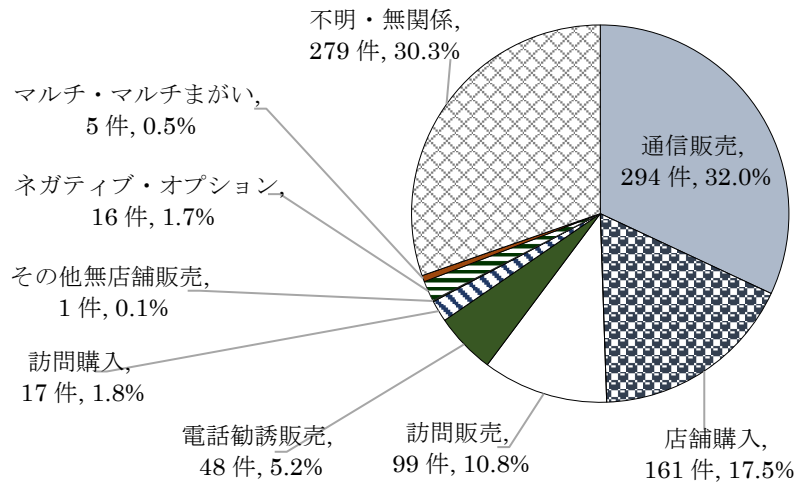


図7 65歳以上の内容別の相談件数

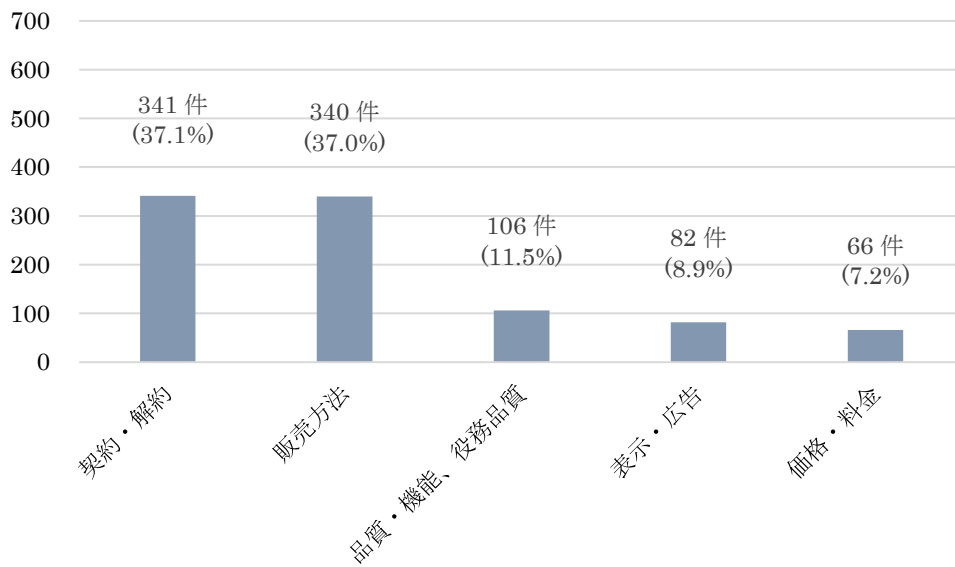


表3 高齢者の商品・役務（サービス）分類別の相談件数

順	内 容	年 度	平成29 (2017)	平成30 (2018)	令和元 (2019)	令和2 (2020)	令和3 (2021)
1	商品一般※1		50	89	59	84	94
2	化粧品		6	21	24	34	70
3	相談その他※2		15	73	68	57	44
4	健康食品※3		24	26	29	42	33
5	工事・建築		25	36	34	30	32
5	他の保健・福祉※4		9	13	47	27	32
	デジタルコンテンツ※5		82	47	72	57	

※1 注文した覚えがないものが配送され中身がわからないなど、商品関連の相談で商品特定できないもの

※2 消費者問題以外の相談（不明・不審な電話やメールなどの相談を含む）

※3 酵素食品やダイエットサプリメントなどの健康食品に関する相談

※4 保健・福祉サービスのうち、医療・理美容・浴場・衛生サービス・健康を保つためのサービス・保育・老人福祉サービスに該当しないもの（年金・社会保険・介護保険など）

※5 アダルト情報サイト・出会い系情報サイト・音楽配信・オンラインゲーム・ギャンブル情報サイト等のインターネットを通じて得られる情報（サイト）に関する相談（令和3年度以降は分類が変更され廃止）

⑥ 若者世代（10歳代・20歳代）の相談状況

若者世代の相談件数は308件で、全体の約10.6%、年齢無回答者を除いた構成比は約12.6%で、ここ数年は増加傾向で推移しています。（表4）特に、「内職・副業」「他の教養・娯楽サービス」「役務その他サービス」「冠婚葬祭」に関する相談の増加率が高くなっています。（表5）

相談件数の増加傾向の要因として考えられるものとして、ひとつは消費者教育の推進により、消費生活センターの存在が若者世代にも広く認知されたことが考えられます。一方で、若者世代が社会生活上の経験が乏しいことを要件に、進学や就職などの不安や恋愛感情などにつけ込む悪質な事業者による勧誘などによって、契約トラブルに巻き込まれていることが考えられます。

販売購入形態別の相談件数は、「通信販売」（155件）が最も多く半数以上を占めています。次いで「店舗購入」（75件）、「訪問販売」（20件）、「マルチ・マルチまがい」（13件）の順となっている。特に、「マルチ・マルチまがい」については、全体（全年代）の相談件数に占める若者世代からの相談の割合が高くなっています。（図8）

内容別の相談件数（複数回答）は、全体（全年代）及び高齢者世代と同様に「契約・解約」（163件）、「販売方法」（107件）の順に多くなっています。（図9）

商品・役務（サービス）分類別の相談については、「内職・副業」（21件）、「他の教養・娯楽サービス」（20件）、「賃貸アパート」（19件）の順となっており、高齢者世代とは相談の内容が異なっています。特に、インターネットゲームや出会い系サイト、趣味や娯楽などに関する相談が上位を占めています。また、最近では「誰でも簡単に稼げる」というインターネットの広告を見て情報商材*を購入し、指示通りに作業をしたが収入につながらない、と言った「副業」に関する相談が若者世代に急増しています。これらの特徴を踏まえ、若者世代に向けた周知・啓発が必要と考えられます。

表4 10歳代・20歳代の若者世代の相談件数の推移

内 訳 \ 年 度	平成29 (2017)	平成30 (2018)	令和元 (2019)	令和2 (2020)	令和3 (2021)
相談件数（件）	215	206	256	303	308
構成比（％）	8.3	7.6	9.0	9.5	10.6
年齢無回答者 を除く構成比（％）	11.8	9.9	13.3	12.6	12.6

図8 若者世代の販売購入形態別の相談件数

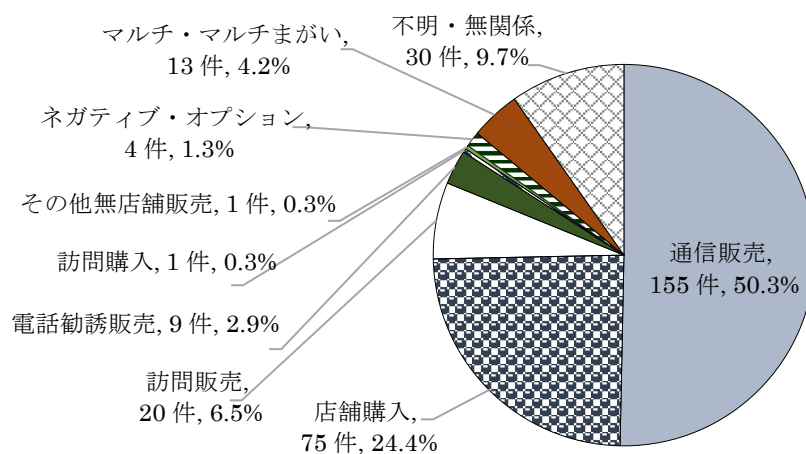


図9 若者世代の相談内容別件数

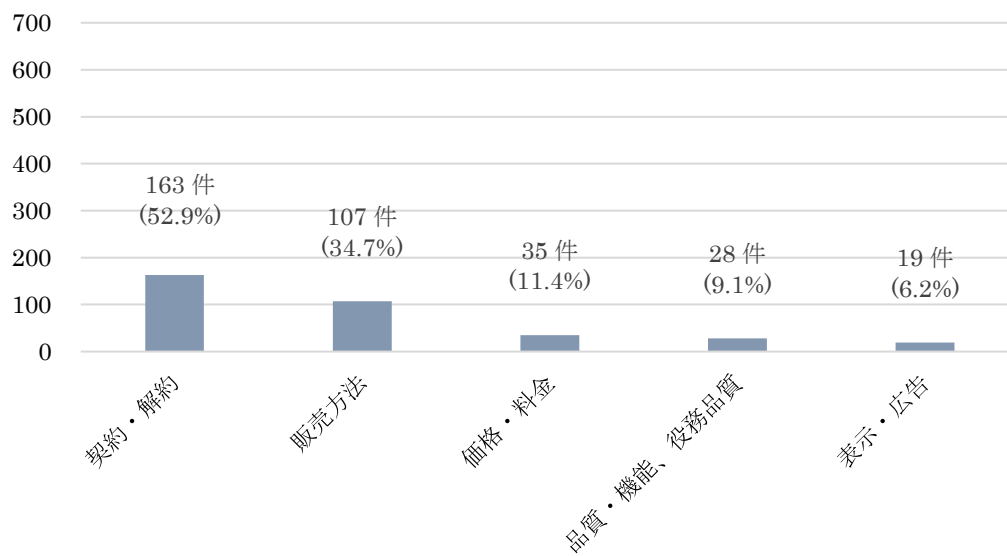


表5 若者世代の商品・役務（サービス）分類別の相談件数

順	年 度	平成 29 (2017)	平成 30 (2018)	令和元 (2019)	令和 2 (2020)	令和 3 (2021)
1	内職・副業※1	2	0	4	3	21
2	他の教養・娯楽サービス※2	2	1	5	5	20
3	賃貸アパート	17	12	10	20	19
4	役務その他サービス※3	6	4	6	1	17
5	娯楽等情報配信サービス※4					15
	デジタルコンテンツ	30	42	54	50	
6	化粧品	10	8	16	13	14
6	冠婚葬祭※5	1	3	1	8	14

- ※1 商品・役務の提供などにより収入を得る内職・サイドビジネスに関する相談（アフィリエイト内職、転売ビジネスを含む）
- ※2 インターネットゲームや出会い系サイト・アプリなどの教養・娯楽サービスで、教室・講座、観覧・鑑賞、情報配信サービスなどに該当しないもの
- ※3 金融・保険や運輸・通信、教育、教養・娯楽、保健・福祉サービスに該当しない役務（サービス）に関する相談（転職サポートサービス、結婚式斡旋サービス、副業サイトなどを含む）
- ※4 趣味や娯楽を目的とした情報の配信サービスに関する相談（令和3年度から新設された分類、令和2年度までは「デジタルコンテンツ」に分類されていたもの）
- ※5 冠婚葬祭行事を行うための施設・サービスの利用に関する相談

（2）特殊詐欺の発生状況

① 特殊詐欺の被害件数

平成28年（2016年）に還付金等詐欺を中心とした特殊詐欺*の被害が全国的に多発し、本市においても当時過去最多の被害件数となりました。平成29年（2017年）に被害件数及び被害金額は大幅に減少しましたが、平成30年（2018年）には被害件数が増加、令和元年（2019年）には過去最多の被害となった平成28年（2016年）の被害件数を大幅に上回る被害が発生しました。そして、その翌年の令和2年（2020年）には再び被害件数及び被害金額がともに大幅に減少し、更にその翌年の令和3年（2021年）に今度は被害件数及び被害金額がともに増加するなど増減を繰り返しています。（表6）

② 特殊詐欺の手口

最近の特殊詐欺の手口は極めて巧妙で、社会情勢なども反映され日々変化しています。直近のものでは、新型コロナウイルス感染症に伴う特別定額給付金*やワクチン接種に便乗したものがあります。

本市において被害が多く発生している手口は、市職員を騙り「払い過ぎた医療

費の還付金をまだ受け取っていない。申請期限が過ぎているが今日中にATM*で手続きをすれば間に合う」などと言って銀行などのATMに誘導し、電話でATMの操作を指示して相手の口座にお金を振り込ませる「還付金等詐欺」が最も多く、次に、警察官を騙り「あなたのキャッシュカードが不正に利用されている。このままでは被害が大きくなる。早急に手続きが必要」などと言って不安を煽り、キャッシュカードと暗証番号を言葉巧みに詐取され、現金を引き出される「キャッシュカード詐欺盗」が多くなっています。

③ 被害者の特徴

大阪府警察の発表によりますと、大阪府下で発生した特殊詐欺被害者のうち、65歳以上の高齢者の割合は92%、うち男性が23%、女性が77%となっています。また、被害に遭われた方の多くが、特殊詐欺の手口を知っていたにもかかわらず「自分はだまされないと思っていた」と話しているとの事です。

④ 特殊詐欺被害防止の取組み

特殊詐欺被害の防止には、大きく分けて、特殊詐欺のことを知ってもらうための周知啓発、被害にあわないための注意喚起、電話機に防犯機能を設置するなどの物理的対策、そして銀行やATM付近での注意喚起による水際対策に分類されます。

周知啓発及び注意喚起については、ちらしやポスターに加え、市からの郵送物やSNS等さまざまな手法で関連部局等とも連携しながら行っています。物理的な対策では、特殊詐欺被害防止セミナー参加者への簡易型自動録音機の配布や、警察と連携し、電話機に取り付ける被害防止対策機器の貸与事業を実施しています。

しかし、被害者の大半が65歳以上の高齢者で、「自分はだまされない」と思っていた方が多いという現状を踏まえると、特殊詐欺について自分事として関心を持ってもらえていないことや、認知機能の低下への対応が必要であると考えられます。

表6 特殊詐欺被害発生状況の推移

内 訳	年					
	平成28 (2016)	平成29 (2017)	平成30 (2018)	令和元 (2019)	令和2 (2020)	令和3 (2021)
被害件数（件）	108	68	99	141	64	90
被害金額（億円）	3.1	2.0	2.0	1.9	1.1	1.3

4. 計画策定の趣旨

(1) 豊中市消費者教育推進計画及びその見直し

平成 24 年（2012 年）に「消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）」が施行され、大阪府においても平成 27 年（2015 年）に「大阪府消費者基本計画」が策定されました。これを受け、それまで生活情報センターくらしかんをはじめ、学校・環境関連などの取組みを体系的に整理するとともに、市民や事業者・市民活動団体・関係機関と総合的かつ一体的に推進することを目的として、平成 30 年（2018 年）3 月に「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。」をめざすべき姿として、10 年間を計画期間とした『豊中市消費者教育推進計画』を策定し、消費者教育を推進してきました。

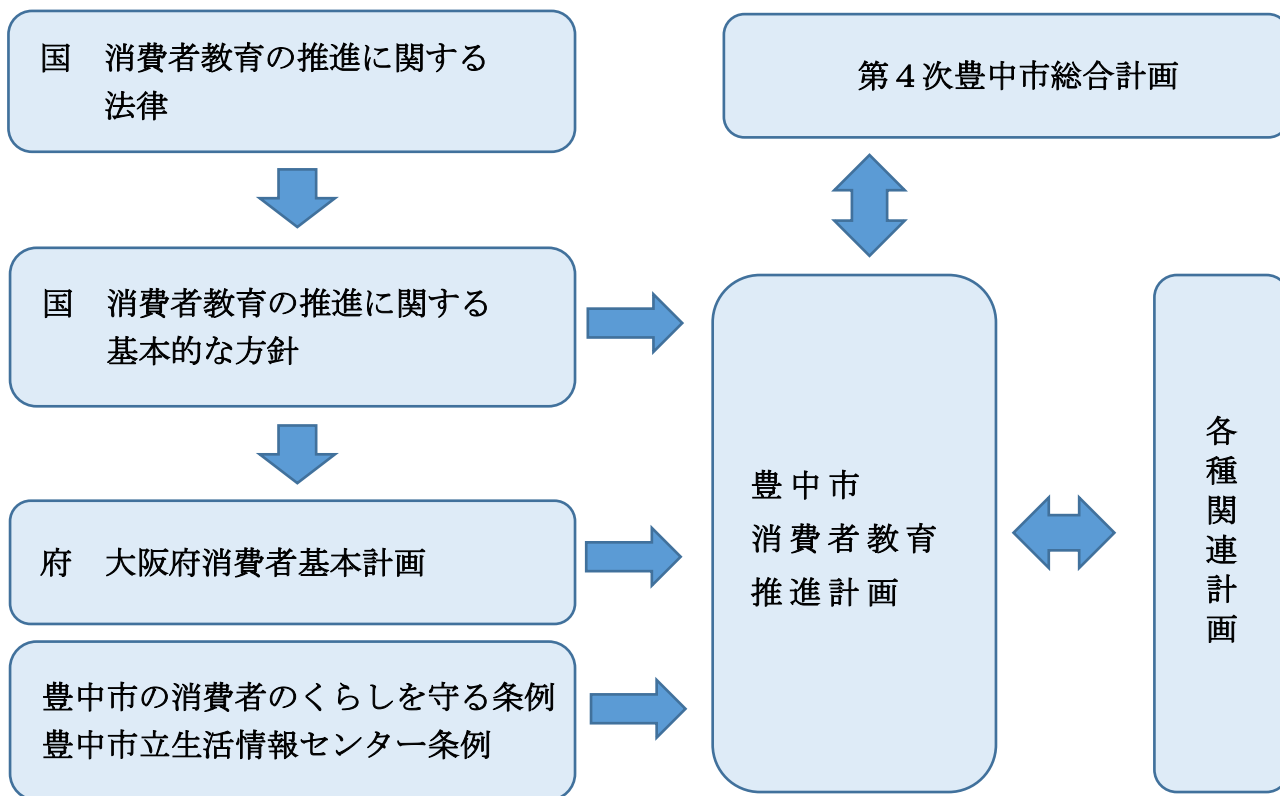
この豊中市消費者教育推進計画においては、5 年目の令和 4 年度（2022 年度）に中間見直しを行うこととしていたことから、消費者市民社会の実現に向けて、引き続き消費者教育を推進するため、これまでの取組みの方向性を踏襲しつつ、令和 4 年（2022 年）4 月からの成年年齢の引き下げによる若者世代の消費者被害の拡大への懸念や、新型コロナウイルス感染症による消費行動の変化、社会情勢や消費者を取り巻く環境の変化などを踏まえた見直しを行うこととしました。

消費者問題は、日々、複雑化・多様化していることから、第 4 次豊中市総合計画に沿って、市民の生活が安全で安心して暮らすことができるよう、より一層体系的・効果的な消費者教育を推進します。

(2) 計画の位置づけ

こうした課題を解決するためには消費者教育に関するこれまでの市の取組みを体系的に整理するとともに、市民や、事業者、市民活動団体、関係機関と、総合的かつ一体的に推進することが必要なため、本市の消費者教育推進計画を策定するものです。

本計画は、消費者市民社会の実現に向け、本市における消費者教育を総合的に推進するため、消費者教育推進法第 10 条第 2 項に規定された「市町村消費者教育推進計画」として策定します。策定にあたっては、国の「消費者教育の推進に関する基本的な方針」及び大阪府の「大阪府消費者基本計画」を踏まえるとともに、第 4 次豊中市総合計画との整合を図ります。



(3) 計画の期間

この計画の期間は、第4次豊中市総合計画と同様に、平成30年度（2018年度）を初年度とし、10年後の令和9年度（2027年度）を最終年度としています。また、5年目の令和4年度（2022年度）に計画の中間見直しを行うとともに、計画の期間中においても、社会状況の変化や法制度の改正などにより、見直しの必要が生じた場合には、消費生活審議会の意見も聴きながら、計画や取組み内容の見直しを行うものとします。

(年度)

	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9
計画 策定 計画 見直し	豊中市消費者教育推進計画 (これまでの計画)										
							豊中市消費者教育推進計画 (改訂版) (見直し後の計画)				

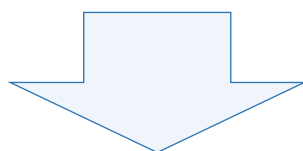
第2章 消費者教育推進計画の基本的な考え方と取組みの方向

1. 消費者教育推進計画の基本的な考え方とめざすべき姿

本市では、消費者被害に対する相談体制の充実とともに、消費者被害を未然に防止するための啓発・注意喚起の取組み及び消費者市民社会*の構築に向けた消費者教育を継続して進めることとしています。

安全で安心な消費生活を送るためには、消費者自身が正確な知識や的確な判断力を持ち、自主的かつ合理的に行動し、被害を避け、被害に遭った場合には適切に対処する力を身に付ける必要があります。

このように自立した消費者を地域社会で育み、また自立が困難な人を見守っていくため、市民の自主的な活動や、地域の安全・安心な消費生活を支える活動を支援し、市民、事業者等多様な主体との協働による消費者教育を進めます。



<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をいい、消費者教育の推進に関する法律で規定されています。(参照：資料編 (P44))

2. 消費者教育推進計画の体系的推進の取組みの方向

消費者は、誰でも、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で消費者教育を受ける機会が必要であることから、消費者教育が育むべき力を明らかにするとともに、学校・地域等の多様な場における取組みや消費者の特性に配慮した取組みに努め、国、地方公共団体、事業者、消費者自身を含めた多様な主体と連携・協働しながら、消費者教育を体系的に推進します。

(1) 消費者教育が育むべき力

消費生活に関連する教育は幅広く多岐にわたることから、本市では、国の消費者教育の推進に関する基本的な方針に基づき、消費者教育が育むべき力を以下の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

自らの消費が社会、環境等の様々な分野に関わり、他者に影響を及ぼしていることを理解し、適切な商品やサービスを選択できる力や持続可能な社会の実現に向けて、多くの人々と協力・協働して消費生活に関する諸課題解決のために行動できる力を身に付けることをめざします。

具体的には、省エネ・省資源等の環境に配慮した行動や防犯・防災・災害時の助け合いの行動、フェアトレード商品の購入など、倫理的消費（エシカル消費）を意識した行動ができる力のことです。

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し、安全性に関する表示等を確認し、危険を回避するとともに、事故や危害が生じた時には、補償や改善、再発防止を求めて適切に行動できる力を身に付けることをめざします。

具体的には、食品や家電製品等の商品のラベル、マークや説明書等を理解し、商品等に内在する危険を避けるように注意して行動ができる力のことです。

③ 生活の管理と契約に関する領域

適切な情報収集と選択による、将来を見通した自らの生活の管理と健全な家計運営を行い、契約の意味を正しく理解し、違法・不公正な取引や勧誘に気づき、トラブルに対して回避や対処できる力を身に付けることをめざします。

具体的には、健康や衣食住などの商品情報等の収集により選択し、収支のバランスを考えた金銭管理や契約についての理解等を深め、事業者と交渉したり、消費生活センターへ相談するなどの行動ができる力のことです。

④ 情報とメディアに関する領域

高度情報化社会における情報や通信技術の重要性、個人情報管理、知的財産保護等について理解し、情報の収集・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判断し、様々な情報を読み解き、活用できる力を身に付けることをめざします。

具体的には、スマートフォンなどの情報機器の利便性及びリスクを知り、適切に使う技術を身に付けるとともに、情報を正しく活用してインターネット上のトラブルに対応できる力のことです。

(2) 多様な場における取組み及び消費者の特性に配慮した取組みの実施

消費者が全てのライフステージ*において、消費者として求められる諸能力を身に付けるとともに、年齢を重ねるごとに、より主体性を発揮し、自立した消費生活が送れるよう、各ライフステージの特性などに配慮しながら、多様な場における消費者教育の推進を図ります。

特に、成年年齢の引き下げにより新たに成年となった18歳及び19歳の若年者は、これまで行使が可能であった未成年者取消権を喪失したことにより、今後、消費者被害が拡大することが懸念されていることから、18歳前後の若者世代に対する消費者教育の重要性がより一層増しています。また、高齢化率の上昇に伴い高齢者世代を狙った詐欺被害や契約等によるトラブルが増加していることから、これらの世代への消費者教育を重点的に進めていく必要があります。(第1章1.(1)(2)、4.(1)を参照)

① 多様な場における取組みの方向

(i) 学校等における取組み

(就学前、小学校・中学校・高等学校、大学等)

学校等(就学前・小学校・中学校・高等学校)において、それぞれの発達段階に応じた消費者教育を進めます。また、高等学校、大学等における消費者教育は、大阪府、大学等と連携を図ります。

(ii) 地域における取組み

地域においては、地域で活動する様々な市民活動団体等と連携し、高齢者、若者、子育て中の保護者等向けの消費者教育を進めます。

(iii) 家庭における取組み

家庭においては、幼い子どもの頃から親等の保護者により消費者教育を行うことができます。家族間で消費生活情報の共有や自学自習に取り組めるよう、家庭で活用できる情報の提供等により、消費者教育を進めます。

(iv) 職域における取組み

職域においては、事業活動における消費者への配慮や、従業員への消費者教育の取組みが、事業者の社会的責任からも重要です。事業者に対して消費生活情報の提供等により消費者教育を進めます。

② 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となっていたり、外国から移住し日本の消費生活情報が不足していることなどによって、消費者被害に遭いやすい人に対して、地域のネットワークを活かし、市民活動団体等と協働して、見守り活動を行っていきます。また各種相談・支援窓口への消費生活情報の提供・共有に取り組めます。

【重点取組み】

☆☆

6518歳前後の高齢者世代への消費者教育の推進

(3) 多様な主体との連携・協働

体系的な消費者教育の取組みを推進していくためには、各種相談・支援窓口や関係機関等の多様な主体と連携・協働し、様々な機会を通じて取り組んでいく必要があります。

① 国、大阪府等との連携・協働

国や国民生活センターからの全国的なネットワークを活かした消費生活情報の活用や、広域的な視点で市町村の取組みを支援する大阪府との連携を図り、国、大阪府との役割分担を図りながら、消費者教育に取り組みます。

また、特殊詐欺被害防止対策の取組みなど大阪府警察等と連携・協働し、消費者被害防止の啓発に取り組みます。

② 消費者行政と他の専門行政との連携・協働

これまでも各部署において消費者教育の取組みを進めていますが、消費者教育の観点から相互の連携を強化し、より効果的な消費者教育に取り組みます。学校においては、技術・家庭科等の先生との意見交換や消費生活情報の提供を積極的に行います。

また、判断力が不十分となっている人など、見守りを必要とする人の消費者被害を防ぐため、その生活を支援する福祉関係各課との連携はもとより、関係各課へ消費生活情報を提供し、きめ細かな対応ができるよう連携を図ります。

③ 市と消費者団体、事業者団体等との連携・協働

本市では、生活情報センターくらしかんを拠点に、消費生活情報や活動の場を消費者団体等に提供することにより、市民の自主的な消費者活動を支援するとともに、消費者団体等との協働による消費者啓発事業を行い、消費者教育に取り組みます。

また、当事者である消費者自身や、消費者団体をはじめとする地域の市民活動団体、商品・サービス等を提供する立場の事業者団体等と相互に消費生活情報の提供・共有をすることで、自立した消費者を地域社会で育み、また自立が困難な人を見守っていきます。

特に、見守りを必要とする人が消費者トラブルに遭うことが多くなっていることから、消費者安全確保地域協議会*において、地域の福祉ネットワーク構成員への消費生活情報の提供に取り組んでいます。

【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



3. 消費者教育推進計画の基本的な考え方と取組みの方向のまとめ

【基本的な考え方】

消費者被害を未然に防止するための啓発・注意喚起の取組み及び消費者市民社会の構築に向けた消費者教育を継続して進めます。

【体系的推進の取組みの方向】

- (1) 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
 - ② 商品やサービス等の安全に関する領域
 - ③ 生活の管理と契約に関する領域
 - ④ 情報とメディアに関する領域
- (2) 多様な場における取組み及び消費者の特性に配慮した取組みの実施
 - ① 多様な場における取組みの方向
 - (i) 学校等における取組み(就学前、小学校・中学校・高等学校、大学等)
 - (ii) 地域における取組み
 - (iii) 家庭における取組み
 - (iv) 職域における取組み
 - ② 消費者の特性に配慮した取組みの方向
- (3) 多様な主体との連携・協働
 - ① 国、大阪府等との連携・協働
 - ② 消費者行政と他の専門行政との連携・協働
 - ③ 市と消費者団体、事業者団体等との連携・協働

【重点取組み】

- ☆ 18歳前後の若者世代への消費者教育の推進
- ☆ 65歳以上の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

〈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。

第3章 消費者教育推進計画の取組み体系

1. 本市における消費者教育の取組み状況

消費者教育に関する事業は、くらし支援課(生活情報センターくらしかん)を始め、全庁的に取り組まれていることから、平成28年(2016年)12月に「消費者教育に関する取組み状況の調査」を行い、以降、毎年度調査を実施しています。消費者教育が育むべき各領域において、幅広い年代を対象に様々な取組みが実施されており、現在、拡充または新規事業を含め86事業が実施されています。

くらし支援課では、消費者啓発事業として、消費生活セミナーの開催や小・中学生を対象とした「くらしのノート」の発行、くらしのひろば(移動消費者教室)等を実施しています。消費生活情報の提供では「くらしの情報」の配布や、「くらしの安心メール」を配信し、消費者活動支援事業では市民団体との協働により「生活情報ひろば事業」を行っています。

くらし支援課以外の各部署における各領域での取組みとしましては、消費者市民社会の構築の領域では、環境学習の推進における地球温暖化防止イベントの実施や、ごみ減量普及啓発事業、市民活動情報サロン*では、消費生活に関する啓発活動等を行う団体のサポート事業等を実施しています。

商品等の安全の領域では、食品衛生事業における講習会や薬物乱用防止啓発における出前教室を開催しています。また、感染症予防事業や精神保健事業を行い、上下水道局では職員が小学校に出向き、実験を中心とした水道出前教室を実施しています。

生活の管理と契約の領域では、成年後見制度利用支援事業や公民館における課題別講座を行っています。

情報とメディアの領域では、広報誌により成年年齢の引き下げによって変わること・変わらないこと、契約に関する基礎知識、もしもトラブルに遭ってしまったときの相談窓口などについて、若者世代に向けて周知を行っています。また、高齢者世代に向けて、特殊詐欺の手口や被害に遭わないための注意点などの周知を行っています。

学校等での取組みとしましては、こども園等では「幼保連携型認定こども園教育・保育要領」に基づき、小・中学校では「学習指導要領」に基づき、消費者教育を行っています。

取組み体系ごとの取組み状況と課題について

(1) 多様な場における取組み

① 学校等(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

環境学習やごみ減量普及啓発事業、食品ロスをテーマにした絵本や消費者庁が作成した「こども見守りハンドブック」の配布など、環境・食育などから考える倫理的消費（エシカル消費）について、学ぶ機会を提供しました。

<新規取組み>

就学前の子どもとその保護者への消費生活情報の提供等の実施

予期せず起こりやすい事故とその予防法、もしもの時の対処法などを分かりやすくまとめた「乳幼児の事故防止ガイド」を作成し、子育て中の保護者を中心に広く情報提供しました。

◎取組みを進める上での課題

子どもへの啓発を行うためには、まず保護者や先生等周囲の大人が契約に対する正しい知識と最新の契約トラブルの情報を知る必要がありますが、周知が十分とは言えません。

(ii) 小学校・中学校・高等学校

小・中学校への取組みでは、啓発事業において学校現場に出向き様々なメニューによる講座を実施しました。新型コロナウイルス感染症の影響により、対面による啓発が困難となったことから、消費者教育に関するDVDを作製し、市内の小・中学校に配布しました。また、中学校で消費者教育を担う技術・家庭科教諭に向けた「くらしの教員セミナー」や、小学校栄養教諭に対して「食育講座」を実施しました。

高等学校への取組みでは、令和4年（2022年）4月からの成年年齢引き下げに備え、消費者教育DVDを作製し、市内全ての高等学校に配付しました。また、希望のあった高等学校において、消費生活相談員による出前講座を開催し、同年代から寄せられた相談事例を挙げながら、トラブルに巻き込まれないように啓発を行いました。

このほか、新田小学校3年生がSDGsの学習の一環として学校内でフードドライブに取組み、食品の検品や計量などを生徒が行い、集められた食品は豊中社会福祉協議会に寄付されました。

<拡充取組み>

小・中学校へのくらしのノートの配布・学校における啓発事業及び消費者教育出前教室等の実施

小・中学校向けに作成している消費者教育用副読本「くらしのノート」において、学校の教科書の改訂や社会情勢・最近のトラブル事例を盛り込むなどの

見直しを行いました。

<重点・新規取組み>

高等学校への消費生活情報の提供等の実施

令和4年(2022年)4月からの成年年齢引き下げに備え、高校生向けの消費者教育DVD「しっかり学ぼう! ネットと契約~18歳成人に向けて~」を製作し、市内全ての高等学校11校に配付しました。

府立豊島高等学校において、1・2年生約560人を対象に、消費生活相談員による消費者教育出前講座「成年年齢が18歳に! 契約について学ぼう!」を開催しました。

◎取組みを進める上での課題

コロナ禍によって集合形式での啓発が困難になりました。啓発方法の変更など工夫して取り組んでいます。コロナ禍以前と比較すると十分とは言えません。また、トラブルの内容は常に変化しており、事例が教科書等に掲載される頃には内容が古くなっていることもあり、オンタイムでの注意喚起が必要ですが、その手法が十分とは言えません。

(iii) 大学等

成人式においてトラブル事例などのパンフレットやティッシュなどの消費生活啓発物品を配布しました。

<重点・新規取組み>

大学等での消費生活情報の提供・出前教室等の実施

若者世代に多い契約のトラブル事例を紹介するとともに、トラブルに遭わないための注意点やトラブルに遭ったときの連絡先などを、分かりやすくまとめた啓発チラシを作成し、近隣の大学や予備校、専門学校、自動車教習所等に配架しました。

◎取組みを進める上での課題

コロナ禍によって集合形式での啓発が困難になりました。啓発方法の変更など工夫して取り組んでいます。コロナ禍以前と比較すると十分とは言えません。

② 地域における取組み

老人クラブや自治会など、地域に出向いて契約トラブルなどの啓発を行う移動消費者教室「くらしのひろば」の実施や、新規就労者向け消費者啓発講座等の実施、各地域の公民分館で開催される公民分館事業などを通じて、地域への消費者教育を実施しました。

また、とよなか消費者協会を核としたくらしかん登録グループの自主企画・運営による、生活情報ひろば事業を通じた消費者団体との協働による消費者啓発講座やくらしかん祭り（消費者教育フェア）を実施するなど、消費者活動の支援事業における市民活動団体への活動支援を行いました。

そのほか、地域福祉ネットワーク会議や介護保険事業者連絡会などを通じて、最新の消費者トラブル事例や特殊詐欺の手口についての情報提供を行いました。また、自治会と連携して啓発チラシの配布やポスターの掲示板への掲載、役員会などにおいて最新の特殊詐欺の手口を紹介するなど、様々な啓発に取り組みました。

<重点・新規取り組み>

移動消費者教室「くらしのひろば」の拡充（地域）

地域包括支援センターなどと連携し、教室や体操などのイベントにおいて、高齢者に多い消費者トラブル事例や特殊詐欺の手口を紹介するなど、サービス利用者やその家族に対して周知・啓発を行いました。

年 度	実施回数	参加人数
平成 30 年度（2018 年度）	7 回	256 人
令和元年度（2019 年度）	6 回	344 人
令和 2 年度（2020 年度）	8 回	183 人
令和 3 年度（2021 年度）	12 回	830 人

<重点・新規取り組み>

新規就労者向け消費者啓発講座等の実施

当課で発行している「勤労者ニュース」や「豊中市中小企業勤労者互助会事務局からお知らせ」において、消費生活相談の案内やSDGsについての記事を掲載するなど、事業者経由で従業員向けに周知・啓発を行いました。

◎取り組みを進める上での課題

コロナ禍によって集合形式での啓発が困難になったことで、老人クラブや自治会などで行っていた移動消費者教室や公民分館事業、市民公益活動などの鈍化が懸念されます。また、くらしかん登録グループにおいて、高齢化などの理由による担い手不足が懸念されます。

生活情報ひろば事業での講座において、商品やサービスに関する情報や成年年齢引き下げに関する啓発講座、倫理的消費（エシカル消費）など十分に行うことができませんでした。

③ 家庭における取組み

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」や、消費者被害の早期発見や予防と被害の拡大防止のため配信している「くらしの安心メール」などにより、広く情報発信を行いました。また、「広報とよなか」では高齢者に向けた特殊詐欺被害の未然防止や、若者世代に向けた成年年齢引き下げに関する特集記事を掲載し、広く周知・啓発を行いました。

◎取組みを進める上での課題

「くらしの安心メール」を配信しているサービスが終了するため、代替の情報発信手法の検討が必要となっています。

④ 職域における取組み

消費者・事業者の環境配慮活動の促進のため、豊中エコショップ制度の周知などの事業者に対する働きかけや、市内の商店街にあるスピーカーを活用して、大阪府警察が作成した特殊詐欺被害防止の啓発CDを流すなどの啓発を行いました。

<重点・新規取組み>

移動消費者教室「くらしのひろば」の拡充（職域）

豊中商工会議所が主催する新入社員研修において、「社会人、企業人、生活者（消費者）として知っておいてほしいこと」と題して、契約の基礎知識や若者世代に多いトラブル事例を紹介するとともに、トラブルに遭わないための注意点やトラブルに遭ったときの対応などについての講義を行いました。

年 度	実施回数	参加人数
令和元年度（2019年度）	1回	42人
令和2年度（2020年度）	1回	34人
令和3年度（2021年度）	1回	35人

<重点・新規取組み>

事業者との協働による消費生活情報の提供等

介護保険事業者連絡会において、高齢者に多い消費者トラブル事例や最近の

特殊詐欺の手口などの周知を行いました。また、社会福祉協議会と連携し、7つの圏域ごとに開催される地域福祉ネットワーク会議にて、市内における特殊詐欺の被害状況や最新の手口を紹介するとともに、被害に遭わないための注意点などについての周知を行いました。

年 度	実施回数
平成 30 年度 (2018 年度)	14 回
令和元年度 (2019 年度)	14 回
令和 2 年度 (2020 年度)	7 回
令和 3 年度 (2021 年度)	14 回

◎取組みを進める上での課題

特定の事業者と新人研修などの取組みが定着化している一方で、新たな事業者との連携・協働による取組みが進んでいません。

(2) 消費者の特性に配慮した取組み

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」について、目の不自由な方にもご覧いただけるよう点字版を作成したほか、特殊詐欺被害の未然防止のため、大阪府豊中警察及び豊中南警察と協定を締結し、被害のリスクがより高い市民（主に高齢者）に対して、被害防止対策機器を無料で貸与する事業を実施しました。また、高度情報化社会における情報収集や通信技術の変化に対応するため「生活情報ひろば事業」にて、主に高齢者を対象として、スマホなどの操作を習得する講座を定期的で開催しました。

<重点・拡充取組み>

消費者安全確保地域協議会等の新たな連携・協働の実施

豊中市特殊詐欺被害防止対策連絡会議を消費者安全確保地域協議会の具体的な取組み（部会）として位置づけ、この連絡会議の構成員の間で必要な情報を提供するなどの連携を図るとともに、各地域や各職域で活動する事業者の参加する地域包括ケアシステム推進総合会議（＝消費者安全確保地域協議会）において、特殊詐欺の被害状況や最近の手口を周知するなど、多機関との連携・協働による取組みを行いました。

◎取組みを進める上での課題

多種多様なトラブル事例に対して周知が十分とは言えません。

2. 消費者教育推進計画の取組み体系

「第2章の消費者教育推進計画策定における基本的考え方及び取組みの方向」に沿って、消費者教育が育むべき力(領域)について、多様な主体との連携・協働により、多様な場及び消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育の取組みを行っていきます。

(1) 多様な場における取組み

① 学校等(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

国の「幼保連携型認定こども園教育・保育要領」において設定されているねらいや内容等を基本に、日々の保育・教育の中で実践し、消費者教育を推進します。今後も、子どもの健全な心身の発達を図りつつ、生涯にわたる人格形成の基礎を培い、子どもの生活全体が豊かなものとなるように取り組んでいきます。

就学前は、幼児にとって身近な大人の影響が大きいいため、保護者や先生に対しての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す。

<主な取組み>

- 食品ロス削減をテーマにした絵本「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.1.2」をこども園等で配布



- もしもの時の対処法など分かりやすくまとめた「乳幼児の事故防止ガイド」を作成し、こども園等を通じて配布



(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。

小学生期は、物やお金の大切さに気づき、計画的な使い方を考え始めるなど、主体的な行動をとり、消費者としての素地が形成される大切な時期です。スマートフォン等の情報機器を使い始めることもあり、オンラインゲームなどによる消費者トラブルの低年齢化が進んでいます。近年、20歳代以下の相談件数が増加傾向となっており、その内容はインターネットゲームやワンクリック請求、定期購入が多く、小・中学生では、ゲームの高額課金やSNSを起因としたトラブルが多くなっています。小学生や中学生のスマートフォン等の情報機器の保有率が年々上昇しており、さらなるトラブルの増加が予想されます。

中学生期・高校生期は、行動範囲も広がります。消費者として主体的な判断力やトラブルに遭わないだけでなく、自らが加害者にならないための知識も身に付ける時期です。また、SNS等を積極的に利用することにより、トラブルに遭うことが多くなっており、こうしたトラブルの未然防止には、情報機器の活用法及びリスクを学ぶ必要があります。

また、令和4年(2022年)4月に成年年齢が18歳に引き下げられたことにより、今後、未成年者取消権を失った18歳や19歳の若者を狙う悪質な事業者による消費者被害の増加が予想されることから、消費者としての意識向上や消費トラブル未然防止の取り組みが必要です。

小学校や中学校における消費者教育を支援するため、学校教員が活用しやすい出前講座や学校教員を対象にしたセミナー、消費者教育用副読本の配布を実施するとともに、様々な機会を通じて消費生活情報の提供等に取り組みます。

また、高等学校においては、大阪府等と連携を図り、情報交換・共有を進めるとともに、高等学校に直接アプローチを行い出前講座の実施や啓発媒体の配布等情報提供に取り組みます。

<主な取り組み>

- 消費者教育用副読本「くらしのノート」を活用した小学校5・6年生及び中学生向けの消費者教育出前教室の実施
- 小・中学校で消費者教育を担う技術・家庭科教員向け「くらしの教員セミナー」の実施

【重点】

- 高等学校への消費生活情報の提供等の実施

【拡充】

- 保護者を対象とした啓発チラシの作成やPTA向け出前講座による消費生活

情報（主に、子どもの消費トラブルに関する内容）の提供等の実施
○消費生活相談窓口の認知度向上及び若者世代が気軽に相談できる手法の検討
○若者世代に多いトラブルの事例や対処方法等若者世代が当事者意識を持ち、
関心を持って学ぶことができるコンテンツの開発及びショートムービー等を
活用した新たな周知・啓発方法の検討

(iii) 大学等

大学等の時期は、アルバイトで収入を得るなど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、悪質商法等による消費者トラブルに遭いやすい時期です。近年、大学生世代の相談件数が増加傾向となっており、その内容はインターネット通販による定期購入でのトラブルや出会い系サイト、副業に関する相談となっています。また、今後、未成年者取消権を失った18歳や19歳の若者を狙う悪質な事業者による消費者被害の増加が予想されます。

成年に達したことで、消費者の権利と責任が大きく変化する時期にあります。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、大学や専門学校等と連携して周知・啓発に取り組めます。

<主な取組み>
○成人式等のイベントでの消費者被害防止啓発パンフレット等の配布

【重点】
○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

【拡充】
○消費生活相談窓口の認知度向上及び若者世代が気軽に相談できる手法の検討
○若者世代に多いトラブルの事例や対処方法等若者世代が当事者意識を持ち、
関心を持って学ぶことができるコンテンツの開発及びショートムービー等を
活用した新たな周知・啓発方法の検討

② 地域における取組み

精神的、経済的に自立し、社会に与える影響が大きくなる成人は、消費者市民社会の構築に向け、積極的に行動することが望まれており、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めます。

コロナ禍によって「くらしのひろば」など対面または集合形式での啓発が困難

になったことから、啓発手法（媒体）の検討及び手法に応じた内容の充実に取り組む必要があります。

また、市民活動団体の消費生活に関する活動への支援や、協働による消費者教育の推進においては、くらしかん登録グループの担い手不足の状況等もふまえ、新たな手法や形態による生活情報ひろば事業の今後のあり方について検討します。

この他、特殊詐欺被害の未然防止に向けて、警察との連携を強化して高齢者に対する啓発に取り組みましたが、特殊詐欺被害件数は増減を繰り返すものの高止まりしているため、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地域のネットワークを活かし、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めます。

<主な取組み>

- 新規就労者向け消費者啓発講座等の実施
- 身近な消費者問題などについて学習する消費生活セミナーの実施
- 移動消費者教室「くらしのひろば」の実施
- 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
- 消費生活情報に関する「くらしの情報」の配布
- 市民活動サロン主催事業（市民公益活動団体による事業）の実施
- 食中毒予防啓発該当キャンペーン等の食品衛生事業の実施
- 食育プラスワンシートの配布や食育推進のための安心・安全ハンドブックの活用
- 出前講座や子育てサロン等での健康教育を実施

【重点】

- 警察や地域との連携強化による高齢者世代等への啓発

③ 家庭における取組み

家庭では、幼い子どもの頃から親等の保護者の行動を手本に、自立した消費者行動がとれる力を身に付け、金銭管理や物を大切にするなど基本的な生活のルールを学びます。また、家庭には介護や見守りを必要とする家族がいることもあり、見守る立場に必要な消費生活情報を家族間で共有したり、学校などで学んだ知識を子どもたちが家庭での会話の中で保護者に伝えるといった形で、知識の共有を図る場でもあります。

コロナ禍においては、いわゆる巣ごもり消費の割合が増加する状況において、通信販売、特にインターネット通販に関する相談が増加しています。また、契約

に関する基本的な知識不足が原因と思われる相談も多くなっています。

これらをふまえ、家庭における消費者教育のために、冊子の発行やホームページ、メール配信など様々な媒体を使い、情報提供を行います。また、今後ライフステージごとに様々な場や機会を通じて、適切な周知・啓発を行い、啓発手法（媒体）の検討や内容の充実に取組みます。

<主な取組み>

- 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」の発行や、消費者被害の早期発見や予防と被害の拡大防止のための「暮らしの安心メール」の配信
- 消費者トラブル防止のための契約に関する情報などホームページでの情報提供
- 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



④ 職域における取組み

事業者には、消費者の声を活かした商品やサービスの開発・提供といった、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ていきます。

また、従業員も消費者の一員であることから、事業者が従業員へ行う研修の一環として消費者教育を行うことは、事業者の社会的責任の観点からも重要で有意義な取組みです。こうした事業者における取組みを支援するため、消費生活情報の提供等に取り組んでいきます。

加えて、既に消費者教育や地域での見守り活動などについて、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・協働による取組みについての検討を進めます。

<主な取組み>

- 事業者（新人従業員等）向け移動消費者教育「暮らしのひろば」の実施
- 介護保険事業者連絡会議等、事業者との協働による地域の様々な見守り活動の取組みに対する消費者トラブル等の消費生活情報の提供
- 消費者・事業者の環境配慮活動の促進のための豊中エコショップ制度の実施

○ごみの発生抑制及びごみの減量のためのマイバッグ持参推進に向けた周知・PR活動

【拡充】

- 生活情報センターを訪問する企業等への移動消費者教育「くらしのひろば」の周知
- 他市との連携した取組みの手法についての検討
- 様々な機会を活用した事業者への情報発信の実施
- 特殊詐欺被害防止に向けた事業者など幅広い年齢層への周知・啓発の実施

【取組み体系図】

国の「消費者教育の体系イメージマップ」を参考に、多様な場における取り組みを消費者教育の推進により消費者が育むべき力（4つの領域）とライフステージ別に、以下のとおり体系化しました。

豊中市における消費者教育の主な取組み体系図(育むべき力(領域)とライフステージ別1)

ライフステージ	育むべき力(領域)	幼児	小学生	中学生	高校生	成人期						
						若者	成人一般	高齢者				
消費者市民社会の構築	・消費が持つ影響力の理解 ・持続可能な消費の実践 ・消費者の参画・協働	・消費者活動支援事業 <くらしかん祭り、生活情報ひろば事業>										
		・消費者教育用副読本「くらしのノート」を活用した消費者教育出前教室 ・くらしの教員セミナー			・高等学校への消費生活情報の提供等		・消費生活情報提供事業 <「くらしの情報」発行、くらしの安心メール配信等> ・契約に関する情報提供 ・消費生活セミナー ・移動消費者教室「くらしのひろば」			・事業者の地域見守り活動への消費生活情報の提供等 ・警察や地域との連携強化による啓発		
こども園等・小学校・中学校・高校での取組み									・大学等での消費生活情報提供・出前教室等 ・新規就労者向け消費者啓発講座等		・警察や地域との連携強化による啓発	
・市民活動情報サロン主催事業（市民公益活動団体による事業）												
		・ごみ減量普及啓発事業 <絵本配布(幼児期)等>		・環境学習事業 <市内小学校(4年生)に出前教室>		・環境学習推進事業<環境フォーラム等> ・ごみ減量普及啓発事業<ごみ減量フォーラム、マイバッグ持参推進キャンペーン等> ・豊中エコショップ制度			・地域福祉ネットワーク会議 ・安心協力員メール配信等			
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	・消費者活動支援事業 <くらしかん祭り、生活情報ひろば事業>										
		・消費者教育用副読本「くらしのノート」を活用した消費者教育出前教室 ・くらしの教員セミナー			・高等学校への消費生活情報の提供等		・消費生活情報提供事業 <「くらしの情報」発行、くらしの安心メール配信等> ・契約に関する情報提供 ・消費生活セミナー ・移動消費者教室「くらしのひろば」			・事業者の地域見守り活動への消費生活情報の提供等 ・警察や地域との連携強化による啓発		
こども園等・小学校・中学校・高校での取組み									・大学等での消費生活情報提供・出前教室等 ・新規就労者向け消費者啓発講座等		・警察や地域との連携強化による啓発	
・食品衛生事業 <食中毒予防啓発街頭キャンペーン等>												
		・健康教育事業 ・母子健康手帳交付事業等		・薬物乱用防止啓発 <出前講座等> ・水道啓発事業 <市内小学校(4年生)に出前講座>		・感染症予防事業 <性感染症予防の出前講座等>			・医療安全支援事業			

※ □ の枠内は、重点取組みを表しています。また、図内の取組みは一例です。
 ※ ■ の部分は、各園・学校において学習指導要領等に基づき取組まれています。

(2) 消費者の特性に配慮した取組み

高齢や病気・障害等により判断力が不十分となっていたり、情報が活用できなかったり、外国から移住し日本の消費生活情報が不足していることなどによって、消費者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に取り組みます。

高齢者は、「お金」「健康」「孤独」という不安に付け込まれ、悪質業者に狙われることがあります。このように問題が多様化し、トラブルや詐欺被害の内容が常に変化している事から、各種相談・支援窓口や関係機関との連携・協働の充実については、引き続き重点取組みとして実施します。また、孤立しがちな単身高齢者等に対して、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、市民活動団体等と協働し見守り活動を行っていきます。

パソコン・スマートフォンの普及に伴い、キャッシュレス化やペーパーレス化などデジタル化が急速に進んでいます。また、特定商取引法の一部を改正する法律が公布され、今後、契約書面等に代えてその記載事項を電磁的方法により提供することも可能となります。こうした流れの中で、高齢者等を中心に情報格差の広がりに加え、認知能力に不安を抱える高齢者市民の消費者被害の拡大なども懸念されます。また、近年、外国人市民が増加していますが、消費トラブルの状況が十分把握できているとは言えません。

こうしたことから、高齢者、障害のある人、外国人等消費者の特性を配慮しながら様々な機会や手法を活用し、消費生活情報の提供や啓発を行うほか、各種相談・支援窓口等で、契約の基本や成年後見制度等のそれぞれに必要な情報の提供・共有を行います。また、消費者トラブル・被害が多様化・複雑化していることから、専門的な相談にも対応できる相談体制の充実や、弁護士会等関係機関との連携強化と消費生活相談窓口の認知度向上を図ることにより、被害者救済に向けた支援につなげます。

<主な取組み>

- 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」について、目の不自由な方のための点字版の作成
- 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
- 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
- 特殊詐欺被害の未然防止のため、大阪府豊中警察及び豊中南警察と協定を締結し、被害のリスクが高い市民（主に高齢者）に対して被害防止対策機器を無料で貸与する事業の実施

- 「生活情報ひろば事業」にて主に高齢者を対象として、スマホなどの操作を習得する講座の実施
- 契約書面等の電子化へ対応するため、消費者が把握しておくべき最新情報の発信
- 相談体制の充実や関係機関等との連携強化及び消費生活相談窓口の認知度向上

【重点】

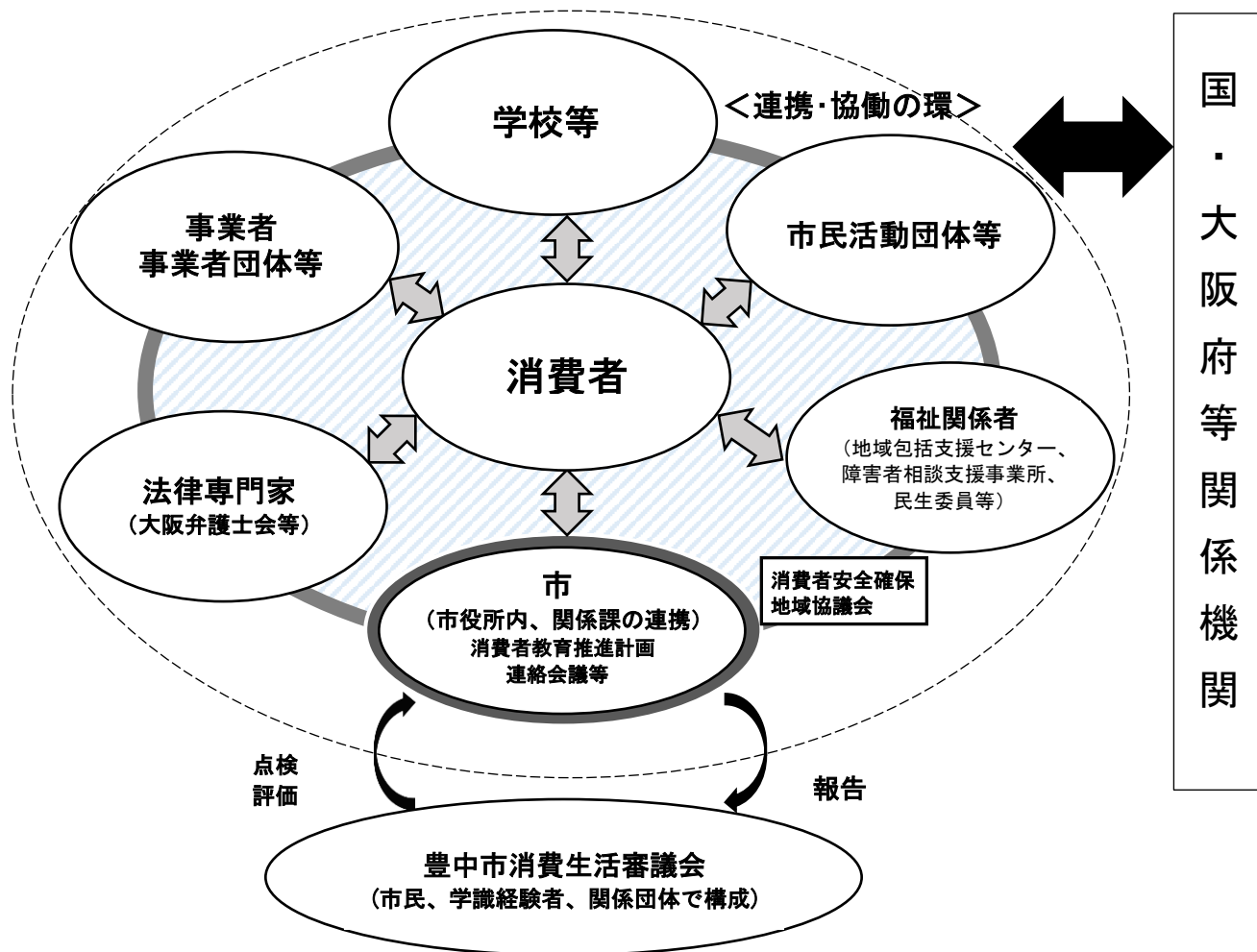
- 消費者安全確保地域協議会、特殊詐欺被害防止対策連絡会議、消費者教育推進計画会議等の実施
- 情報格差の解消に向けての関係部局との連携、高齢者を対象としたセミナーの実施

第4章 今後の消費者教育の計画的な推進

1. 推進体制

本市では、これまで各部局が個別に行っていた消費者教育に関する事業を、消費者教育推進の観点から、総合的かつ一体的に推進していきます。消費者教育推進計画の推進体制のイメージを以下のとおり示します。

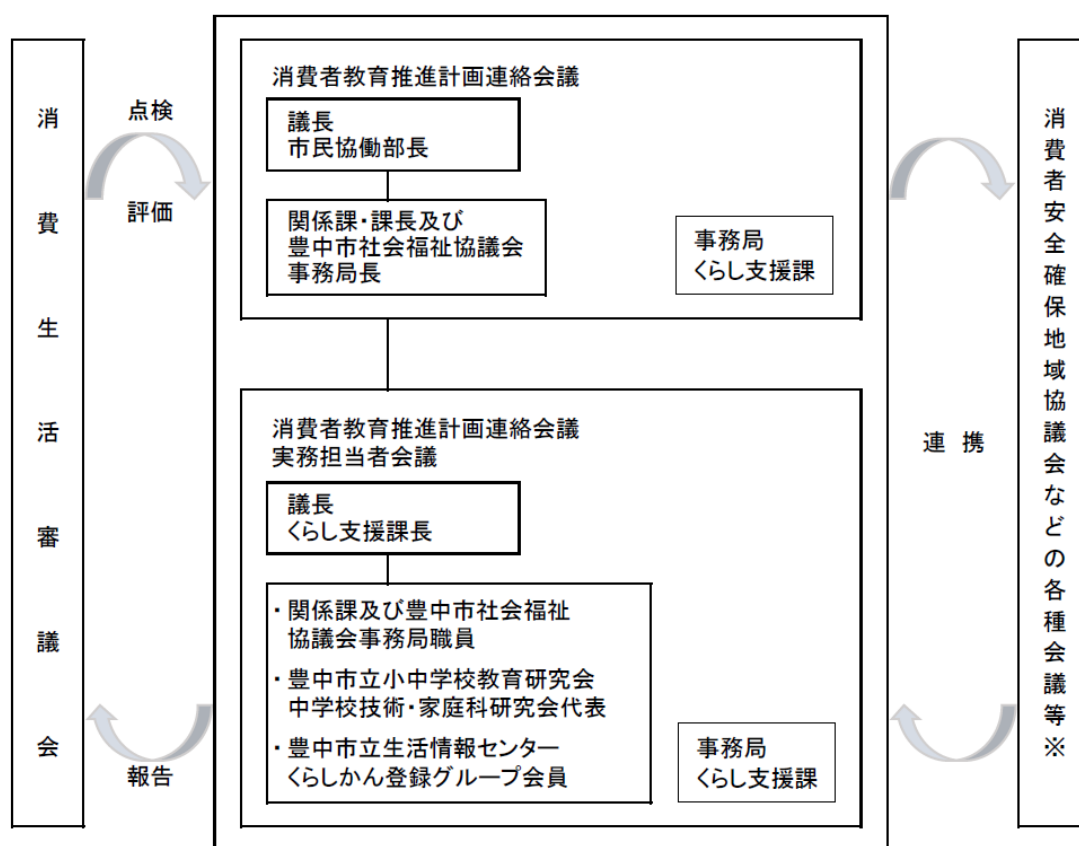
【推進体制イメージ】



2. 進行管理

庁内の関係部局等で構成する「豊中市消費者教育推進計画連絡会議」において、庁内における消費者教育推進計画の進捗状況の確認や情報共有・交換を行い、その結果を豊中市消費生活審議会において点検・評価等をし、PDC A（計画・実施・点検・改善）サイクル*により計画を推進していきます。進行管理体制は以下のとおりとします。

【進行管理体制】



※ 消費者安全確保地域協議会などの各種会議等

- 消費者安全確保地域協議会（地域包括ケアシステム推進総合会議）
 - 地域福祉ネットワーク会議
 - 特殊詐欺被害防止対策連絡会議
 - 介護保険事業者連絡会
 - 各種市民活動団体等
 - ・ くらしかん登録グループ
 - ・ 老人クラブ連合会
- 等

◇資料編

1. 豊中市消費者教育推進計画中間見直しの策定の経過

(1) 消費生活審議会等における消費者教育推進計画中間見直しの策定に係る審議・検討経過

豊中市消費生活審議会及び豊中市消費者教育推進計画連絡会議、同連絡会議実務担当者会議における消費者教育推進計画中間見直しの策定に係る審議・検討経過は以下のとおり。

実施日	会議等	内容
令和4年(2022年) 2月21日	令和3年度第2回豊中市消費生活審議会	消費者教育の取組み状況・消費者教育推進計画の中間見直しについて
7月27日	令和4年度豊中市消費者教育推進計画連絡会議実務担当者会議	消費者教育推進計画の中間見直しについて
8月8日	令和4年度豊中市消費者教育推進計画連絡会議	消費者教育推進計画の中間見直しについて
9月8日	令和4年度第1回豊中市消費生活審議会	消費者教育推進計画の中間見直しの諮問について
10月5日	令和4年度第2回豊中市消費生活審議会	消費者教育推進計画の中間見直し(改訂案)について
10月27日	豊中市消費生活審議会からの答申	消費者教育推進計画の中間見直しの策定について(答申)

※上記のほか、毎年度、豊中市消費生活審議会・豊中市消費者教育推進計画連絡会議・豊中市消費者教育推進計画連絡会議実務担当者会議にて、豊中市消費者教育推進計画の進行管理を行い、豊中市消費生活審議会に対しては年次報告を行っています。

(2) 豊中市消費生活審議会規則

(目的)

第1条 この規則は、豊中市の消費者のくらしを守る条例(平成18年豊中市条例第43号)第11条第4項の規定に基づき、豊中市消費生活審議会(以下「審議会」という。)の組織及び運営その他審議会について必要な事項を定めることを目的とする。

(委員)

第2条 委員は、次の各号に掲げる者のうちから、市長が委嘱する。

- (1) 学識経験者
- (2) 市民
- (3) 消費者団体の代表
- (4) 事業者の代表
- (5) 関係行政機関の職員

2 前項第2号に掲げる者は、公募により選考する。ただし、応募がなかったときその他やむを得ない理由があるときは、この限りでない。

(委員の任期)

第3条 委員の任期は、2年とする。ただし、補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

- 2 委員は、前条第1項第2号の委員を除き、再任されることができる。
- 3 市長は、特別の事情があると認める場合は、第1項の規定にかかわらず、委員を解嘱することができる。

(会長及び副会長)

第4条 審議会に会長及び副会長を置く。

- 2 会長及び副会長は、委員の互選によって定める。
- 3 会長は、審議会の事務を総理し、審議会を代表する。
- 4 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるときは、その職務を代理する。

(会議)

第5条 審議会は、会長が招集し、会長が議長となる。

- 2 審議会は、委員の過半数が出席しなければ会議を開くことができない。
- 3 審議会の議事は、出席委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。
- 4 第2条第1項第5号に掲げる者のうちから委嘱された委員に事故があるときは、その職務を代理する者が議事に参与することができる。

(関係者の出席等)

第6条 会長は、必要があると認めるときは、関係者の出席を求め、その説明又は意見を聴くことができる。

(庶務)

第7条 審議会の庶務は、市民協働部くらし支援課において処理する。

(施行細目)

第8条 この規則に定めるもののほか、審議会の運営について必要な事項は、会長が定める。

(3) 豊中市消費生活審議会委員名簿（第9期）

令和4年(2022年)11月1日現在 [敬称略]

区 分(※1)		フリ ガナ 氏 名	役 職 等
1号	学識経験者	アカマツ ジュンコ 赤松 純子	弁護士（大阪弁護士会所属）
	学識経験者	タケダ ナオヒロ 武田 直大	大阪大学大学院准教授
	学識経験者	ミスガミ ケイゴ 水上 啓吾	大阪市立大学院准教授
2号	市民	ソタニ マサシ 曾谷 昌	市民委員
3号	消費者団体の代表	クマモト ヒデコ 熊本 英子	とよなか消費者協会会長
4号	事業者の代表	オトリケヒ ヒデキ 大峠 英樹	日本チェーンストア協会 (株)ダイエーグルメシティ庄内店 店長
	事業者の代表	ヒガシ ヨシヒサ 東 能久	豊中商工会議所 専務理事
5号	関係行政機関の職員	ニシムラ キヨヒロ 西村 清弘	大阪府消費生活センター所長

【任期】 令和4年（2022年）11月1日～令和6年（2024年）10月31日

(※1) 区分（1号～5号）は、豊中市消費生活審議会規則第2条第1項の各号

(4) 豊中市消費者教育推進計画連絡会議設置要綱

(目的)

第1条 この要綱は、消費者教育の推進に関する法律(平成24年8月22日法律第61号)第10条第2項に規定に基づく豊中市消費者教育推進計画(以下「計画」という。)を総合的かつ一体的に推進するため、豊中市消費者教育推進計画連絡会議(以下「連絡会議」という。)の設置及び運営に関し必要な事項を定めることを目的とする。

(所掌事務)

第2条 連絡会議は、次の各号に掲げる事務を所掌する。

- (1) 計画の進行管理に関すること。
- (2) 計画に係る施策等に関する情報交換や連携調整に関すること。
- (3) 計画の中間見直し及び改定に関すること
- (4) その他、計画の推進に必要な事項

(組織)

第3条 連絡会議は、別表1に掲げる職にある者をもって構成する。

2 議長は、市民協働部長の職にある者をもって充てる。

3 議長に事故があるときは、あらかじめ議長が指名する者がその職務を代理する。

(会議)

第4条 連絡会議は、必要に応じて議長が招集する。

2 議長が必要と認めるときは、関係者の出席を求めることができる。

(実務担当者会議)

第5条 計画に関し、具体的な事業等に関する情報交換及び連携・協働を進めるため、連絡会議に実務担当者会議を置く。

2 実務担当者会議は、別表2に掲げる課及び関係機関に所属する者の中から、所属長の推薦を受けたもの及び別表3に掲げる者をもって充てる。

3 議長は、市民協働部くらし支援課長の職にある者をもって充てる。

4 議長に事故があるときは、あらかじめ議長が指名する者がその職務を代理する。

(会議)

第6条 実務担当者会議は、必要に応じて議長が招集する。

2 議長が必要と認めるときは、関係者の出席を求めることができる。

(庶務)

第7条 連絡会議及び実務担当者会議の庶務は、市民協働部くらし支援課において処理する。

(補則)

第8条 この要綱に定めるもののほか、連絡会議の運営等に必要な事項は別に定める。

別表1 連絡会議委員

市民協働部長
市民協働部くらし支援課長
人権政策課長
都市経営部広報戦略課長
環境部環境政策課長
市民協働部コミュニティ政策課長
福祉部地域共生課長
福祉部障害福祉課長
福祉部長寿安心課長
健康医療部健康政策課長
こども未来部こども政策課長
教育委員会事務局社会教育課長
教育委員会事務局学校教育課長
教育委員会事務局学び育ち支援課
豊中市社会福祉協議会事務局長

別表2 実務担当者会議委員

市民協働部くらし支援課
人権政策課
都市経営部広報戦略課
環境部環境政策課
市民協働部コミュニティ政策課
福祉部地域共生課
福祉部障害福祉課
福祉部長寿安心課
健康医療部健康政策課
こども未来部こども政策課
教育委員会事務局社会教育課
教育委員会事務局学校教育課
教育委員会事務局学び育ち支援課
豊中市社会福祉協議会

別表 3 実務担当者会議委員

豊中市立小中学校教育研究会中学校技術家庭科研究会代表
生活情報センターくらしかん登録グループ会員

2. 豊中市消費生活審議会 諮問・答申

(1) 諮問

令和4年(2022年)9月8日	
豊中市消費生活審議会 会 長 様	豊中市長 長内 繁樹
諮 問	
豊中市消費者教育推進計画の策定について、審議会の意見を求めます。	

諮問の趣旨

豊中市消費者教育推進計画(中間見直し)の策定について

本市では、消費者市民社会の実現に向け、「消費者教育の推進に関する法律」の趣旨と「豊中市の消費者の暮らしを守る条例」の理念を踏まえた消費者教育を総合的かつ一体的に推進していくため、平成30年(2018年)3月に「学び、考え、行動する消費者を育み、消費者市民社会の構築」をめざすべき姿とする「豊中市消費者教育推進計画」を策定しました。本計画では、最終年度を2027年度とし、計画の初年度から5年目の2022年度に中間見直しを行うこととしております。

策定以降、消費者を取り巻く環境は、グローバル化や高度情報化社会の進展等に伴い、大きく変化しています。インターネット通販やキャッシュレス化による決済手段の多様化など、消費者の利便性は飛躍的に向上する一方で、少子高齢化の進展に伴う高齢者を狙った詐欺被害やトラブルが多発するなど、消費者被害は一層多様化・深刻化しています。

また、新型コロナウイルス感染症の感染拡大は、外出制限などの様々な行動の制限を通じて、消費者の行動に大きな影響を与えているほか、成年年齢が18歳に引き下げられたことにより、今後、消費者トラブルの増加が懸念されており、改めて契約に関するルールを再認識するなど消費者としての自立が求められています。

「豊中市消費者教育推進計画」の中間見直しにあたり、この間の社会情勢の変化やこれまでの本市の取組状況をふまえ、現状の課題や今後の取組み等について、貴審議会でのご審議をお願いするものです。

(2) 答申

令和4年(2022年)10月27日	
豊中市長 長内 繁樹 様	豊中市消費生活審議会 会 長
豊中市消費者教育推進計画(中間見直し)の策定について(答申)	
令和4年(2022年)9月8日付で、諮問のあった豊中市消費者教育推進計画(中間見直し)の策定について、別紙「豊中市消費者教育推進計画中間見直し素案」のとおり本審議会の意見を取りまとめましたので答申します。	

※ 別紙は割愛

3. 豊中市における消費者教育の取組み実績(令和3年度(2021年度))

No.	事業名称 (細事業名)	事業の目的	方向性	事業の内容 (令和3年度実績)	所管	
					部局	課
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。	継続	広報とよなかの発行 (月平均発行部数 205,458部)	都市経営部	広報戦略課
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、市民の意見等を収集しながら、双方向の情報受発信を行い、市民と行政の信頼関係づくりをする。	継続	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 2,870,315件)	都市経営部	広報戦略課
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。	継続	クルマ大集合(環境交通学習) (実施なし)	環境部	環境政策課
			継続	出前講座 (実施:2回 120人)		
			継続	環境フォーラム (実施なし)		
			継続	地球温暖化防止イベント (実施:1回 72人)会場39人、オンライン33人		
			継続	E S Dセミナー (実施:2回 22人)		
4	とよなか市民環境展	市民・事業者・行政の環境問題解決に向けての取組みの発表と交流の場の提供。	継続	とよなか市民環境展 (実施:1回 1,682人)	環境部	環境政策課
5	地球温暖化防止地域計画の推進	豊中市地球温暖化防止地域計画(改定)に基づき、市民・事業者に向けた省エネ活動の普及啓発や省エネ機器の更新の支援、再生可能エネルギーの導入などを進め、市域の温室効果ガスの排出抑制を推進する。	継続	市民向け地球温暖化対策省エネ推進事業(省エネ相談会(実施:6回 282人)ほか)	環境部	環境政策課
6	環境交流センター運営管理	市民・事業者へ環境に配慮した生活又は行動を促進し、低炭素社会の実現及び循環型社会の形成を図ることを目的としています。	継続	環境交流センター運営管理 (来館者数:11,900人)	環境部	環境政策課
7	ごみ減量啓発事業	市民と協働して、ごみの分別や再資源化を進め、ごみの減量を促進します。	継続	「環境学習」(実施:こども園・幼稚園6園、小学校35校) 「出前講座」(実施:地域説明会1回)	環境部	家庭ごみ事業課
			継続	絵本「きょうのきゅうしよくな〜にかな」の発行:5,000冊		

No.	事業名称 (細事業名)	事業の目的	方向性	事業の内容 (令和3年度実績)	所管	
					部局	課
8	ごみ減量 普及啓発事業	地域に密着した自主的なごみ減量・リサイクル活動の推進を図ります。	継続	ごみ減量フォーラム:1回 視聴回数 延べ402回 (WEB開催)	環境部	減量 計画課
			継続	フードドライブ:7回		
			継続	「とよなか食品ロス・ゼロハンドブック vol. 2」の発行:4,000冊		
			継続	マイバッグ持参推進活動等 (実施なし)		
9	エコショップ	広く消費者に支持される環境にやさしい 店舗づくりを進め、ごみの減量及びリサイ クルを推進するとともに、市民・事業 者の環境保全意識の高揚を図ります。	継続	豊中エコショップの認定 年間認定店舗数:20店舗	環境部	減量 計画課
			継続	とよなかエコショップガイドブックの発 行:3,000冊		
10	サロン主催事業	市民公益活動への参加者の増加及び市民 公益活動団体の自律的・継続的な発展を 支援します。	継続	ちゃぶだい集会:12回 134人	市民協働部	コ ミュ ニ テ イ 政 策 課
			継続	市民活動サポート事業: 26団体 130回 605人		
			継続	ショーウィンドー展示:のべ31団体		
			継続	ピンポイント講座:13回 58人		
			継続	マッチング交流会:2回 39人		
			新規	オンラインサポート事業:91回 73人		
			新規	ニュースレター事業:2回 各2,500部		
11	多文化共生施策 の推進	「外国人向け市政案内・相談窓口」とし て、外国人市民が地域で安心して生活で きるよう、電話または面談による必要な 情報の提供と相談サービスを行います。	継続	情報提供:96件	人権 政策課	人権 政策課
12	消費者啓発事業	くらしの中の身近な話題を通して消費者 問題等について講座により啓発します。 また、高齢者の消費者被害を未然に防止 し、早期発見に向け、くらしの再建パー ソナルサポート連絡会議、豊中市ライフ セーフティネット総合調整会議、地域福 祉ネットワーク会議等で連携を図りま す。	継続	消費生活セミナー:1回 26人	市民協働部	く ら し 支 援 課
			継続	くらしの教員セミナー:1回 18人		
			継続	悪質商法追放キャンペーン (実施なし)		
			継続	学校における啓発事業:63回 1,967人		

No.	事業名称 (細事業名)	事業の目的	方向性	事業の内容 (令和3年度実績)	所管	
					部局	課
12	消費者啓発事業	くらしの中の身近な話題を通して消費者問題等について講座により啓発します。また、高齢者の消費者被害を未然に防止し、早期発見に向け、くらしの再建パーソナルサポート連絡会議、豊中市ライフセーフティネット総合調整会議、地域福祉ネットワーク会議等で連携を図ります。	継続	消費者教育DVD「しっかり学ぼう！ネットと契約」～18歳成人に向けて～配布：市内高等学校11校	市民協働部	くらし支援課
			継続	特殊詐欺被害防止セミナー：39回 178人		
			継続	くらしのひろば〈移動消費者教室〉： 12回 830人 出前教室〈広報広聴課受付〉：1回 21人		
			継続	地域福祉ネットワーク会議 出席回数：14回		
			継続	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 (出前講座：高等学校3校)		
			継続	「働くための基礎知識講座」での啓発 (1回)		
13	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紙（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。	継続	くらしの情報：6,036部 PDF 1回	市民協働部	くらし支援課
			継続	くらしの安心メール：31回 (令和3年度末配信登録者数4,343人)		
			縮小	生活関連物資課題調査（実施なし）		
			継続	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	「こどもを事故から守る！事故防止ハンドブック」（消費者庁）を関係部局に配付（配布数：450冊）		
			継続	「乳幼児の事故防止ガイド」をこども園等を通じて配布（発行部数：20,000部）		
			継続	「社会への扉」（消費者庁資料）を中学生に配布（発行部数：3,800部）		
			拡充	消費者教育DVDの配付。（府立5校、私立4校、支援2校）		
14	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。	継続	くらしかん祭り 中止	市民協働部	くらし支援課
			継続	消費者教育フェア 中止		
			継続	生活ひろば事業 講座69回 1,137人 リユースバザー6回 12団体 地産地消 10回 751人		

No.	事業名称 (細事業名)	事業の目的	方向性	事業の内容 (令和3年度実績)	所管	
					部局	課
15	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。	継続	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5人	福祉部	地域共生課
			継続	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47人		
16	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。	継続	緑地包括 新型コロナウイルスに便乗した特殊詐欺に注意！ 1回6人参加	福祉部	長寿安心課
			継続	服部包括 詐欺・交通・災害について 1回8人参加		
			継続	庄内包括 消費者被害にあわないために 1回10人参加		
17	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。	継続	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：3件	福祉部	障害福祉課
			継続	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。		
18	障害者相談支援事業	障害のある人等が、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、障害のある人等の福祉に関する問題について、障害のある人等からの相談に応じ、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。	継続	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。 延べ相談対応件数 29,551件	福祉部	障害福祉課
19	障害者基幹相談 支援センター事業	市域における相談支援体制の強化を図るため、障害者相談支援の拠点となる基幹相談支援センターを設置し障害のある市民が住み慣れた地域で生活を営むことができる環境の実現を目指す。	継続	障害のある人等の福祉に関する相談内容に応じて、必要な情報や助言、各種障害福祉サービスの利用や権利擁護のための援助を行う。また関係機関との連絡調整や個別対応のバックアップを行う。 延べ相談対応件数 2,900件	福祉部	障害福祉課

No.	事業名称 (細事業名)	事業の目的	方向性	事業の内容 (令和3年度実績)	所管	
					部局	課
20	食育関連事業	市民一人ひとりが生涯を通じて、健康で心豊かな生活ができるように「市民自らが食に関する正しい知識と食を選択する力を習得し、健全な食生活を実践できる」ための食育を推進します。	継続	食育推進のための安全安心ハンドブックⅢの活用 (オンライン開催のため配布なし)	健康医療部	健康政策課
			継続	食品表示基準(保健事項)等に関する指導等(相談26件)		
			継続	「うちのお店も健康づくり応援団の店」の普及啓発(新規承認店舗数1店舗 累積店舗数497店舗)		
			拡充	減塩協力店の募集 (新規店舗数9店舗 累積店舗数87店舗)		
			継続	食育プラスワンシートの作成・配布 (配布なし)		
21	特定給食指導等事業	健康増進法に基づき特定多数人に対して継続的に食事を提供する施設に対して施設管理者及び給食関係者等に栄養改善の見地から必要な指導を行い、給食内容の向上を図るとともに、喫食者に対しても給食を通じた健康づくりを推進します。	継続	特定給食施設等指導及び支援 個別指導9施設 集団指導1回、33施設	健康医療部	健康政策課
22	健康づくり計画の推進	妊娠(胎児)期から高年期まで、あらゆる世代の心と体の健康づくりの推進。豊中市域の現状を踏まえ、各世代における特徴的な健康課題等について、市民への情報提供や健康づくりに必要な環境整備を推進することにより、生活習慣の改善など市民一人一人の自発的な取り組みを支援するとともに、安心して妊娠・出産・育児ができる環境づくりの視点で取り組みを進めることで、生涯を通して心豊かに生活できる活力ある社会の実現をめざします。	継続	受動喫煙防止対策(啓発事業) ・禁煙週間(5/31~6/6)パネル展 ・受動喫煙防止に関する法改正・府条例・市条例に関して、ホームページ及びSNSでの情報発信 ・受動喫煙に関する相談・苦情の受付 ・喫煙可能室設置届出受付 標識配布 ・全市立子ども園に受動喫煙防止啓発のための横断幕設置 ・豊中市情報サロンにて掲示	健康医療部	健康政策課
23	自殺対策事業	市町村自殺対策計画を包含する豊中市メンタルヘルス計画に基づき多機関多職種で協働・連携し、総括的かつ効果的な自殺対策を進めることを目的とします。	継続	自殺に関する知識等の普及啓発 相談窓口一覧を転入世帯に配布、市有施設にて配布(合計12,000部) 【自殺予防週間・自殺対策強化月間事業】 ・市有施設にポスター等を掲示・啓発横断幕の掲示	健康医療部	保健予防課
24	精神保健事業	市町村自殺対策計画を包含する豊中市メンタルヘルス計画に基づき多機関多職種で協働・連携し、総括的かつ効果的な自殺対策を進めることを目的とします。	継続	自殺予防のための人材育成事業 市職員対象 1回開催6人参加	健康医療部	保健予防課

No.	事業名称 (細事業名)	事業の目的	方向性	事業の内容 (令和3年度実績)	所管	
					部局	課
25	医療安全支援事業	市民が安心して医療を受けることができる体制を確保するとともに、医療の質の向上を図るために、医療機関、市民や患者に対し、医療安全に関する情報提供や啓発を行います。	継続	「なぜ、かかりつけ医が必要な？」 (1回8人) 「幸せな人生最後を迎えるための準備講座」 (2回38人)	健康医療部	健康政策課
		患者が納得して医療にかかるための方法やコミュニケーションの重要性について学ぶことで、患者側のコミュニケーションスキルの向上を図り、患者と医療機関側との信頼関係の構築を目指します。	継続	市民向け医療安全研修会：実施せず		
26	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止、市民の安心安全を確保します。	継続	「子ども向け保健所教室」として、市立東豊台小学校3年生を対象に、医薬品適正使用の講習会（オンライン工場見学を含む）を実施（衛生管理課と連携）（1回 106人）	健康医療部	健康政策課
			継続	啓発キャンペーン：新型コロナウイルス感染拡大のため実施せず		
27	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。	継続	「薬物乱用防止教室」 (5回 436人)	健康医療部	健康政策課
			継続	啓発キャンペーン：新型コロナウイルス感染拡大のため実施せず		
			継続	若年層向け薬物乱用防止啓発楽曲作成：クリアファイル3,200枚		
28	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。	継続	「特定給食施設等研修会（食中毒予防）」1回「薬科大学の学生対象講習会」3回 合計185人（事業者対象1回、消費者対象3回）	健康医療部	衛生管理課
			継続	食中毒予防啓発街頭キャンペーン：実施なし		
			継続	リスクコミュニケーション：実施なし		
29	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。	継続	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。（実施なし）	健康医療部	保健予防課
30	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。	継続	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） 年1クール（3日間の連続講座を実施、欠席者にも後日面接相談実施）：延べ13人	健康医療部	保健予防課
			継続	出前講座、出張講座等 ①アルコール関係：実施なし		
			継続	出前講座、出張講座等 ②薬物依存関係：実施なし		

No.	事業名称 (細事業名)	事業の目的	方向性	事業の内容 (令和3年度実績)	所管	
					部局	課
31	健康教育	母子保健法に基づき、乳幼児に関する教育事業を実施し、乳幼児の健全育成をめざす。児童福祉法に基づき、身体障害や小児慢性特定疾患、高度医療等の乳幼児や児童とその家族に教育事業を実施し、不安の解消や理解を深める機会とする。	継続	健康教育：実施なし	健康医療部	母子保健課
32	母子健康手帳交付事業	母子健康手帳交付の機会を通じ、すべての妊産婦等と面接することにより個々の妊婦が持つ妊娠・出産・育児などに関する不安や悩みを把握し、必要な保健指導や諸サービスの紹介など援助を行う	継続	母子健康手帳交付：3,167人		
33	水道出前教室	小学4年生及びその保護者を対象に、水道水ができるまでの過程や、各家庭に水道水が配られる仕組み、水道水の安全性について学ぶ。	継続	出前教室 ・職員が小学校に出向き実験を中心とした授業を実施 実験参加：35校 3,029人 冊子のみ提供：6校 643人	上下水道局経営部	経営企画課
34	出前講座	上下水道局の事業内容や、取組みを説明し、質問にこたえながら関心や理解を深める。	継続	出前講座 そのとき水は（1回7人）		
35	出前講座 (図書館司書による 情報活用講座)	インターネットの情報があふれる今だからこそ、そこから信頼できる情報を選び取る力が必要であり、豊中市新聞記事見出し索引など、図書館に蓄積されているさまざまな情報源の活用法を解説する。	継続	情報リテラシーを高めるための図書館活用講座：実施なし	教育委員会	読書振興課
36	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へ出かけていく出前講座による環境学習を行う。	継続	施設見学会 (実施：8回 207人)	クリーンランド	再資源・搬入課
			継続	市民講座 (実施：9回 140人)		
			継続	出前講座 (実施：42回 3,630人)		
37	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。	継続	公民館人権啓発事業公民館講座 「キャッシュレス時代のお金の払い方～賢く利用してトラブル防止」他 中央4回・蛍池2回・庄内1回 延べ120人	教育委員会	中央公民館
38	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とおして、地域のすべての人を対象に、生涯学習、文化活動、仲間づくりの場としての公民分館活動を推進します。	継続	公民分館人権学習講座：実施なし		
39	地域福祉ネットワーク会議	誰もが住み慣れた地域で孤立することなく安心して暮らしていけるよう、支援を必要とする人の早期発見から支援につながるライフセーフティネットの構築を図るとともに、地域包括ケアシステムを全市的に推進します。	継続	地域福祉ネットワーク会議：14回 【再掲】	豊中市社会福祉協議会	地域共生課

(参考) 新規取組みについて

事業名称（細事業名）		事業の内容	所管	
			部局	課
1	消費生活情報の提供事業	保護者を対象とした啓発チラシ等による情報提供等の実施	市民協働部	くらし支援課
		様々な機会を活用した事業者への情報発信の実施		
2	消費者啓発事業	小・中学校のPTA向け消費者教育出前教室の実施		
		ショートムービー等を活用した新たな周知・啓発方法の検討		
2	消費生活相談業務	消費生活相談窓口の認知度の向上		
		若者世代が気軽に相談できる手法の検討		

4. 参考資料

(1) 消費者教育の育むべき力（消費者教育の推進に関する基本的な方針より抜粋）

① 消費者市民社会の構築に関する領域

- ア 自らの消費が環境、経済、社会及び文化等の幅広い分野において、他者に影響を及ぼし得るものであることを理解し、適切な商品やサービスを選択できる力
- イ 持続可能な社会の必要性に気づき、その実現に向けて多くの人々と協力して取り組むことができる力
- ウ 消費者が、個々の消費者の特性や消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、主体的に社会参画することの重要性を理解し、他者と協働して消費生活に関連する諸課題の解決のために行動できる力

② 商品等やサービスの安全に関する領域

- ア 商品等やサービスの情報収集に努め、内在する危険を予見し、安全性に関する表示等を確認し、危険を回避できる力
- イ 商品等やサービスによる事故・危害が生じた際に、事業者に対して補償や改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力

③ 生活の管理と契約に関する領域

- ア 適切な情報収集と選択による、将来を見通した意思決定に基づき、自らの生活の管理と健全な家計運営をすることができる力
- イ 契約締結による権利や義務を明確に理解でき、違法・不公正な取引や勧誘に気づき、トラブルの回避や事業者等に対して補償、改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力

④ 情報とメディアに関する領域

- ア 高度情報化社会における情報や通信技術の重要性を理解し、情報の収集・発信により消費生活の向上に役立てることができる力
- イ 情報、メディアを批判的に吟味して適切な行動をとるとともに、個人情報管理や知的財産保護等、様々な情報を読み解く力を身に付け、活用できる力

(2) 消費者教育の体系イメージマップ

消費者教育の内容について、多様な担い手が共通認識を作る道具となるとともに、自立し、消費者市民社会を形成する消費者になるために、どのような時期に、どのような内容を身に付けていくことが求められるのかを一覧できるよう、消費者庁の「消費者教育推進のための体系的プログラム研究会」で作成されたもの。＜消費者庁ホームページより＞

各期の特徴 重点領域	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期	
	特に関心する事項	特に関心する事項	特に関心する事項	特に関心する事項	特に若者	特に高齢者
消費が持つ影響力の理解	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	生涯を貫通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を認識し、主体的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血脈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
持続可能な消費の実践	おつかいや買物に関心をもち、身の回りのものを大切にしよう	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	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響に配慮することの大切さ伝えよう
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、公正な社会の形成を理解しよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを探索しよう	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
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、もの安全な使い方に気づこう	危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手段を知り、使おう	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の方をすすめる習慣を付けよう	安全で危険の少ないくらしの大切さを伝えよう
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、相談機関を利用する習慣を付けよう	支え合いながら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	商品を通じて適切に選択するとともに、契約とそのルールを知り、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、ルールを理解し、よく確認して契約する習慣を身に付けよう	支え合いながらトラブル解決の意識を伝えよう
生活を設計・管理する能力	欲しいものがあったときは、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、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	主体的に生活設計を立ててみよう	生涯を貫通した計画的な設計・管理を実践しよう	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	情報と情報技術を通じて利用する習慣を身に付けよう	支え合いながら情報と情報技術を適切に利用しよう
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	支え合いながら、トラブルが守られる情報社会をつくらう
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」をしよう	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	消費生活情報を評価し、選択の関連を理解しよう	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上手に取り入れよう

* 用語解説 (50 音順)

エスエヌエス **SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス Social Networking Service)**

自己のプロフィールを登録・公開することで、インターネット上において友人や知人等とつながり、交流できるウェブサイト・サービスのこと。代表的なものとしては、フェイスブックやツイッター、ラインなど。

エーティーエム **ATM (オートマチック・テラー・マシン automatic teller machine)**

現金自動預け払い機のこと。紙幣及び硬貨、通帳、キャッシュカードの出入口を備え、金融機関など現金出納を行う業者の提供するサービスが、顧客自身の操作によって取り引きできる機械。

オンラインゲーム

スマートフォンやパソコン等によりインターネット上で遊ぶゲーム。

架空請求 (または架空請求メール)

実際には利用していないサービスの利用料金等について、電子メール等の手段により、不特定多数の者を対象として金銭を支払わせようとする手口。

緊急事態宣言

新型インフルエンザ等対策特別措置法で、内閣総理大臣が期間を設け、都道府県ごとに発するもの。新型コロナウイルス感染症 (COVID-19) の蔓延を抑止するため、1回目は令和2年 (2020年) 4月に発出された。その後も令和3年 (2021年) 9月末までの間、各地で断続的に発出された。

原状回復

退去時と入居前の部屋の状況を確認し、入居中に汚してしまった箇所や傷つけてしまった場所などを修復し、入居前の状況に戻すこと。

国民生活安定緊急措置法

物価の高騰などの異常な事態に対処するため、国民生活との関連性が高い物資などの価格及び需要の調整等に関する緊急措置を定め、国民生活の安定と国民経済の円滑な運営を確保することを目的として、昭和48年 (1973年) に制定された日本の法律。

市民活動情報サロン

市民ボランティアや市民活動団体、また、これから活動をはじめようとする人やグループを応援する市の施設。*なお、市民活動情報サロンは令和5年 (2023年) 1月31日をもって閉館し、同年2月13日より市民公益活動支援センターとして機能移転しました。

消費者安全確保地域協議会

高齢や障害、病気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する会議。豊中市では、既存の見守りシステムである豊中市地域包括ケアシステム推進総合会議を、平成29年（2017年）4月1日に豊中市消費者安全確保地域協議会として位置づけた。

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、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。

情報商材

インターネット通販で販売される、副業・投資やギャンブル等で大金を稼げるとするマニュアルなどを指すが、実際には収入を得るための具体的なノウハウは記載されておらず、更に高額な契約を勧誘するためのツールとなっている商材もみられる。

巣ごもり消費

新型コロナウイルスへの感染防止で外出を控える動きや在宅勤務が広がり、自宅で過ごす時間が増えたことで、インターネット通販やカタログ通販など（自宅への食事のデリバリー、インターネットショッピングを含む）を利用し、外出せずに家の中での生活を楽しむ消費傾向のこと。

定期購入

商品（物）やサービスなどを一定の間隔で継続して購入することを意味する表現。

特殊詐欺

面識のない不特定の者に対し、電話その他の通信手段を用いて、預貯金口座への振込みその他の方法により、現金等をだまし取る詐欺で、振り込め詐欺（オレオレ詐欺、架空請求詐欺等）及び振り込め詐欺以外の特殊詐欺（金融商品等取引名目の特殊詐欺、異性との交際あっせん名目の特殊詐欺等）を総称したもの。（警察庁ホームページより）

特別定額給付金

新型コロナウイルス感染症による経済的影響への緊急経済対策の一施策として、令和2年（2020年）に実施された1人あたり10万円の現金が給付された給付金。

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

年齢に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。

倫理的消費（エシカル消費）

エシカルとは道徳的・倫理的という意味で、倫理的消費とは地域の活性化や雇用などを含む、人や環境、社会に配慮した消費行動です（消費者基本計画より）。言い換えると、消費者それぞれの各自にとっての社会的課題の課題を解決したり、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費活動を行うこと。具体的には以下のようなもの。

・人や社会に配慮した消費

フェアトレード商品の購入（フェアトレード商品とは適正で公正な価格で販売している製品）、授産施設などで作られた商品の購入など

・「環境に配慮」した消費活動

エコ商品やリサイクル商品などの購入、必要な食品を必要なとき分だけ購入など

・地域に配慮した消費

地産地消、被災地商品の購入など

ワンクリック請求

メールやホームページにおいて、明確な説明がなかったり、または事実と異なる説明によりクリックただけで、アダルトサイトなどのリンク先において即座に「契約完了」や「料金請求」となった内容を表示させるなどして金銭を払わせようとする手口。



◇発行：豊中市 市民協働部 くらし支援課

〒560-0022 豊中市北桜塚2丁目2番1号

TEL：06(6858)5073 FAX：06(6858)5095

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

〔令和5年（2023年）2月改訂〕