

播磨町消費者教育推進計画

総合的かつ体系的な
消費者教育に取り組む

令和6年（2024年）3月

【目 次】

第1章 計画の策定にあたって	1
1 計画策定の趣旨	1
2 計画の位置づけ	2
3 計画の期間	2
第2章 本町の消費者教育の現状	3
1 消費者を取り巻く現状	3
（1）消費生活相談の状況	3
（2）消費者の意識	4
2 行政による消費者教育の現状	15
（1）消費生活センターの取り組み	15
（2）消費者団体等の取り組み	15
3 学校における消費者教育の現状	17
（1）小学校における消費者教育	17
（2）中学校における消費者教育	17
（3）高等学校における消費者教育	17
（4）特別支援学校高等部における消費者教育	17
第3章 計画の基本的な方向	18
1 計画の目標	18
2 基本方針	18
第4章 施策展開の方向性	19
1 ライフステージ等に応じた消費者教育の推進	19
2 消費生活情報の発信	19
3 計画の推進体制	20

第1章 計画の策定にあたって

1 計画策定の趣旨

消費者を取り巻く環境は、消費者の多様化、デジタル化の進展、持続可能な社会実現に向けた気運の高まり、自然災害等の緊急時対応等により日々変化しています。具体的には、民法改正による成年年齢の引き下げ、高齢化の進行、キャッシュレス決済や越境取引の拡大、SDGsに向けた取組、新型コロナウイルス感染拡大などが挙げられます。

このような変化に伴い、消費者被害は複雑化・多様化・深刻化しており、特にインターネットの利用に関する被害は急増しています。

本町では消費生活センターにおいて、消費生活を安定的に守ることに取り組んできました。これまで、相談や啓発により、住民の消費生活トラブルや被害を防ぐ取組を行ってきましたが、ますます複雑化、悪質化する現状においては、消費者自身が正しい知識を持ち、慎重に対応することが、トラブルや被害を回避する最も有効な方法であることから、平成24年12月に「消費者教育の推進に関する法律（以下「消費者教育推進法」という。）」が施行され、消費者教育を推進しています。

消費者教育とは、「消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。）」です。これは、消費者の自立を支援するために行われる契約関係がないとされているもの、消費生活トラブルの背後に潜在する重大な課題による被害案件で、消費者教育の対象ではないとされてきたものなどを総合的に鑑み、すべての消費者生活に関することとして捉えないと本当の問題の本質を見極められません。

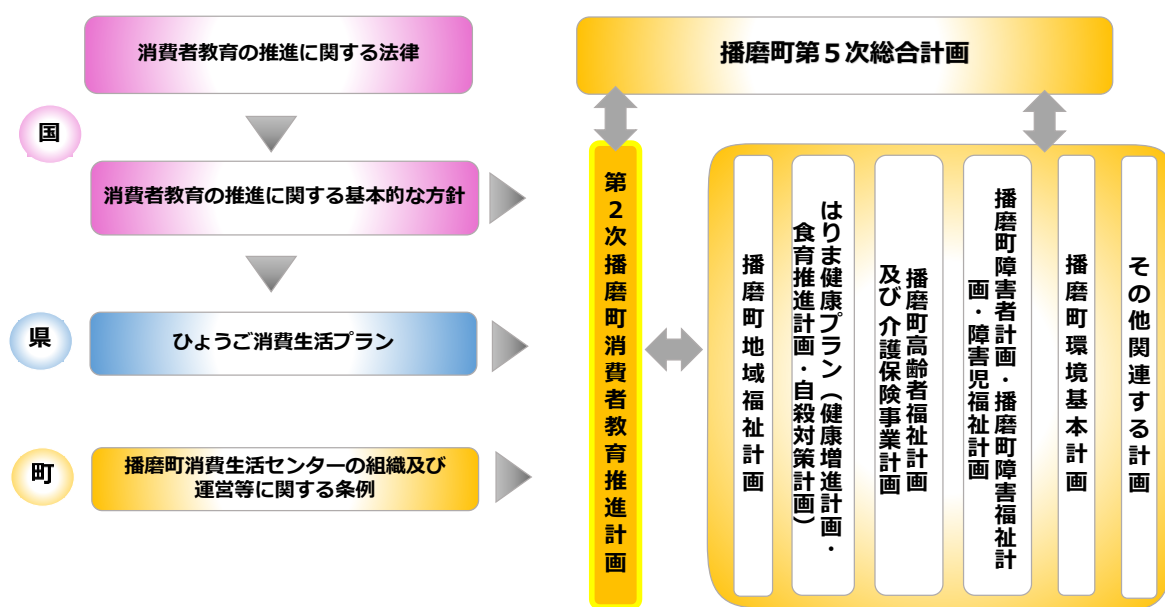
そこで、本質を見極めるために、個々の消費生活の知識を高め、安全な消費生活を送るための有効な手段として消費者教育を推進します。消費者自身を含め、町内各事業者・団体等が「消費者教育主体」として、それぞれの立場で消費者教育を実施していきます。

いわゆる、総合的かつ体系的な消費者教育に取り組むことが本計画策定の趣旨であります。

この度、「第1次播磨町消費者教育推進計画」の計画期間が終了することから、国や兵庫県の方針、社会情勢や消費者を取り巻く環境の変化を踏まえて「第2次播磨町消費者教育推進計画（以下「本計画」という。）」を策定します。

2 計画の位置付け

本計画は、本町における消費者教育を総合的・体系的に推進するため、消費者教育推進法第10条第2項に基づいて定める消費者教育推進計画と位置付けます。



3 計画の期間

本計画の期間は令和6年度（2024年度）から令和10年度（2028年度）までの5年間とします。なお、国・県の動向や、複雑化・多様化する消費者トラブルの状況、消費者教育の推進に関する施策の実施状況を勘案し、また、社会状況の変化や法制度の改正などにより、修正・見直しの必要が生じた場合など、必要がある場合には見直しを行います。



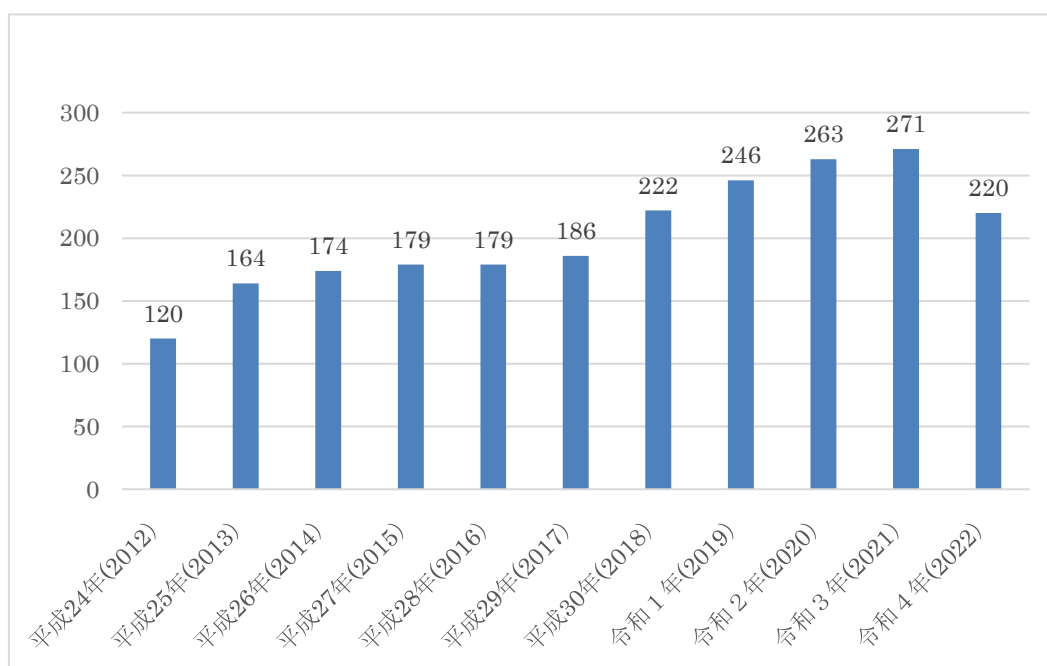
第2章 本町の消費者教育の現状

1 消費者を取り巻く現状

(1) 消費生活相談の状況

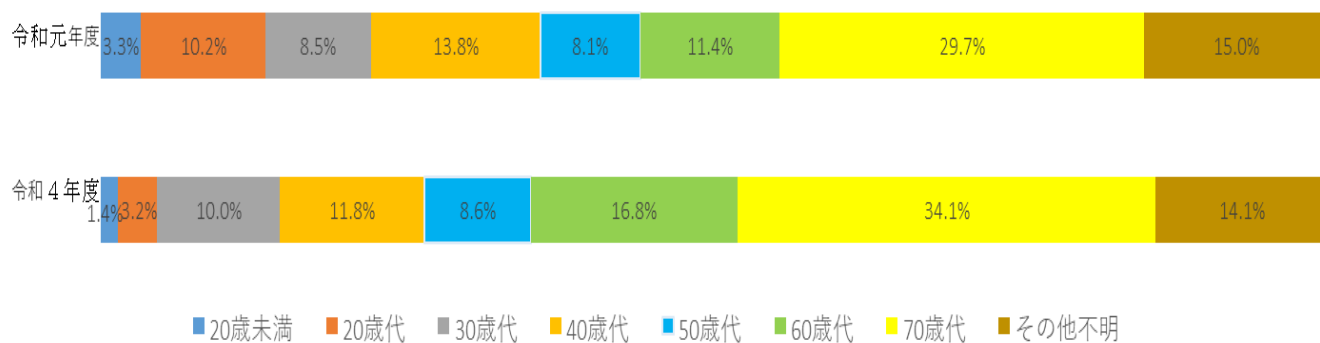
①相談件数の推移

令和4年度（2022年度）は下がりましたが、毎年増加傾向にあり、平成30年度（2018年度）以降は200件を超えています。



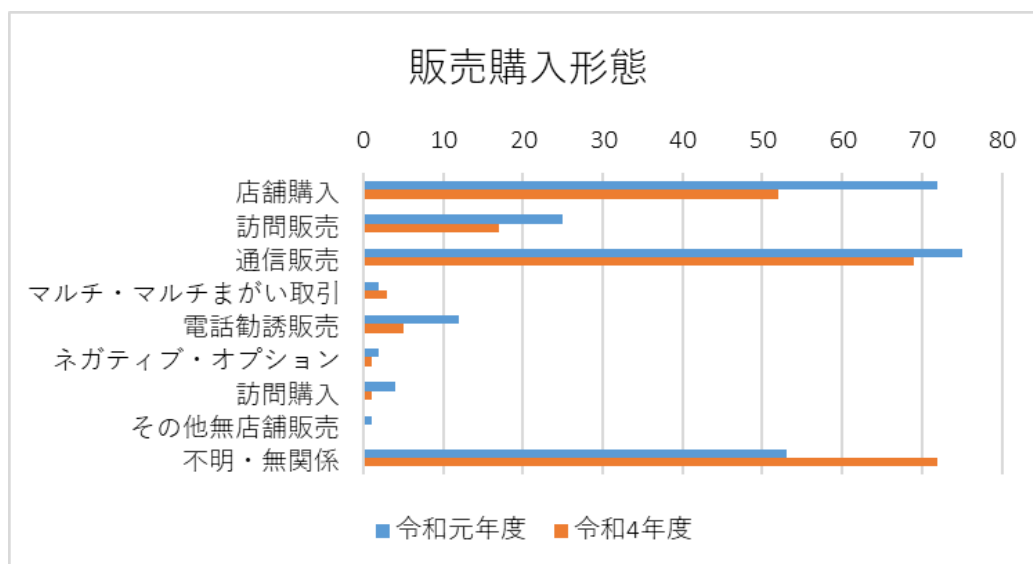
②年代による件数

令和元年度（2019年度）と令和4年度（2022年度）の各年齢別の相談割合を見ると、70歳代の割合がどちらもおよそ30%を占めています。



③相談内容の割合（販売購入形態別苦情に関する相談件数）

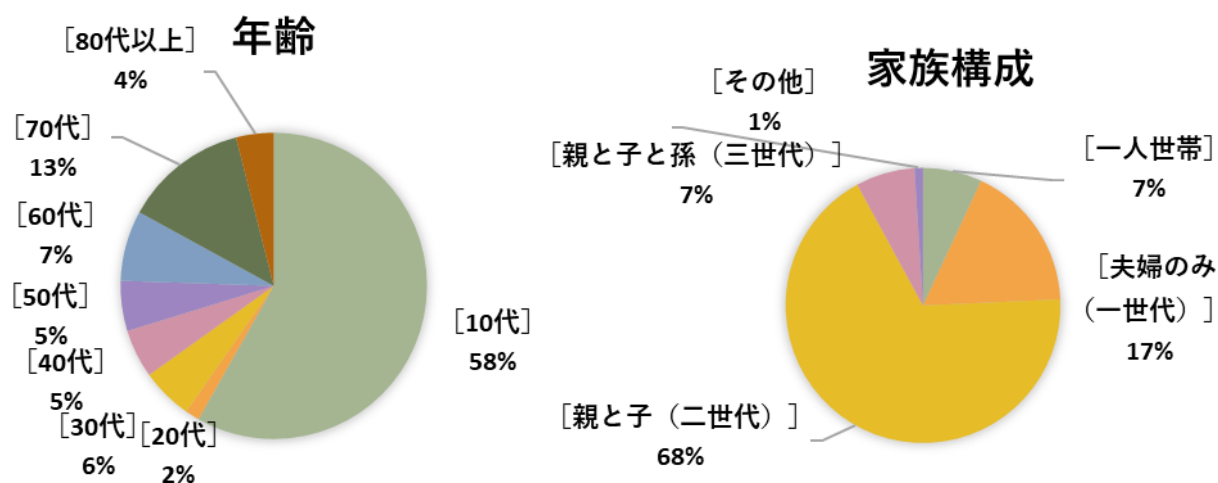
令和元年度（2019年度）と令和4年度（2022年度）を見るに、どちらの年度でも通信販売が最も多く、次点で店舗購入が多くなっています。令和元年度では、通信販売と店舗購入での相談件数にあまり差はないですが、令和4年度（2022年度）は差が広がっています。



（2）消費者の意識

令和5年12月～令和6年1月にかけて、町内の掲示板等にQRコードを掲載したポスターを掲示したところ、605人から回答をいただきました。今回の計画において、集計・分析の結果を鑑み、今回の計画策定に生かしていきます。

I アンケート回答者の年齢及び家族構成について



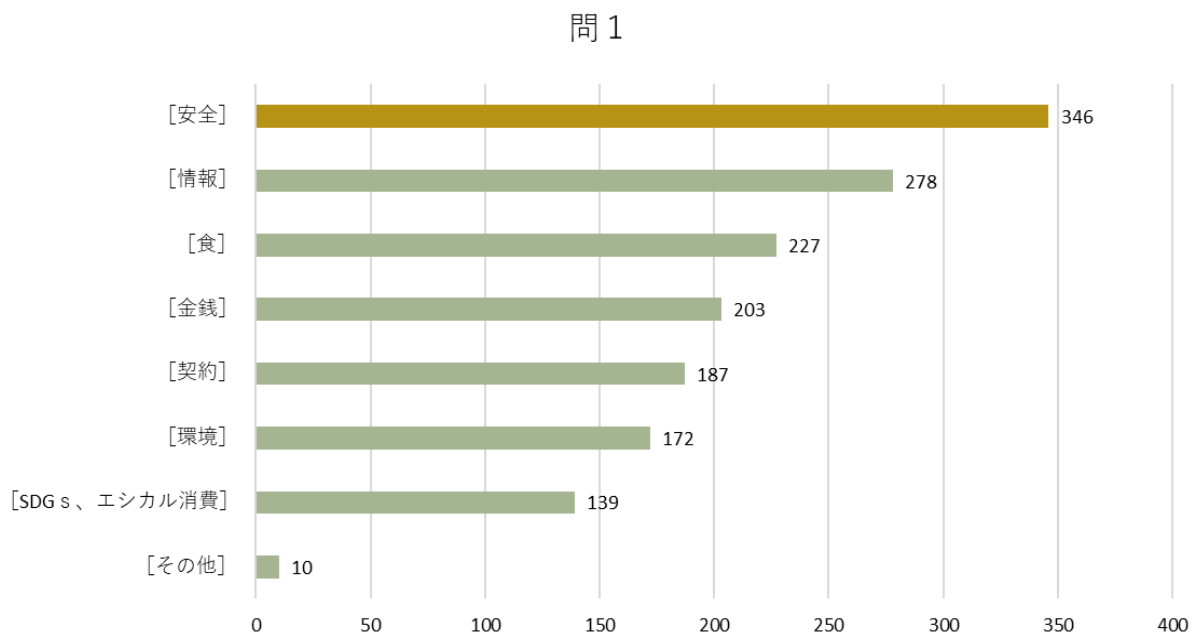
Ⅱ 消費者としての意識と行動について

問1より、アンケートに回答いただいた半数以上の方が安全について関心を持っていることがわかります。ここでの安全とは、食べ物や製品が安全に販売されること、子どもを守る安全教育などが含まれています。

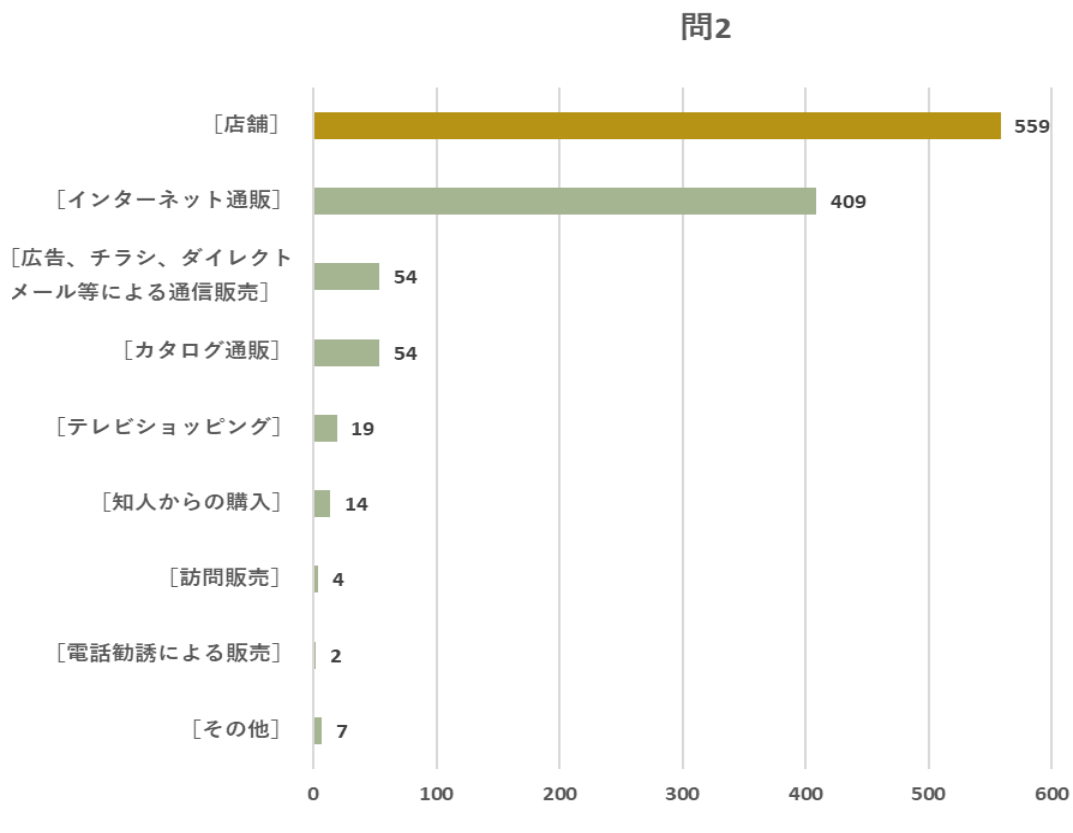
問2より、9割以上の方が店舗で、半数以上の方がインターネット通販を利用していることがわかります。

問3から問5まではインターネットに関する質問で、8割以上の方が1年に1回はインターネット通販を利用しており、半数以上の方の利用が増えていると回答していることから、インターネットがより身近になったことやコロナ禍で外出が減ったことも増加の一因と考えられます。利用者の増加により、様々なトラブルが起こっています。

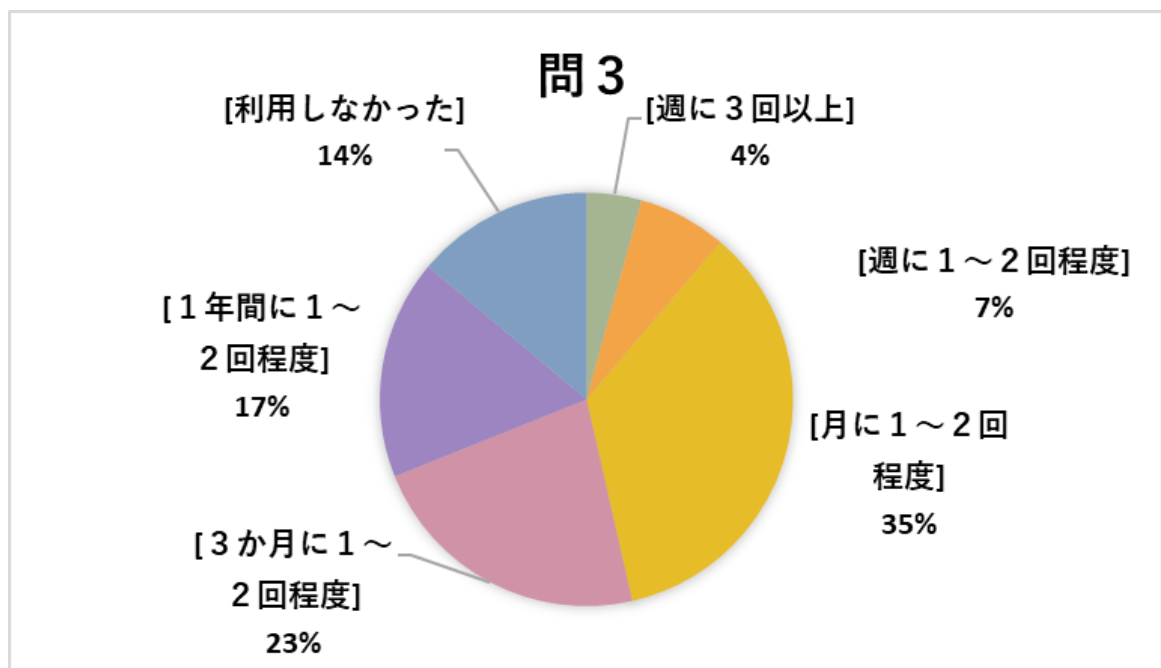
問1 どういった問題に関心がありますか。(いくつでも)



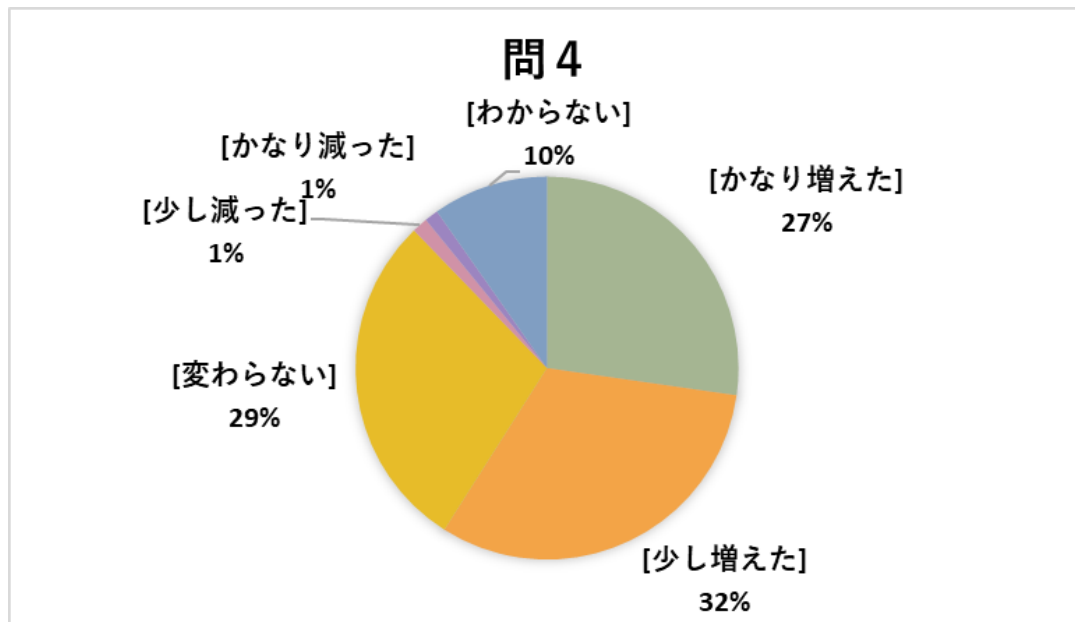
問2 この1年間に、商品を購入する際、以下の販売形態について、利用頻度が多いものを選んでください。(3つまで)



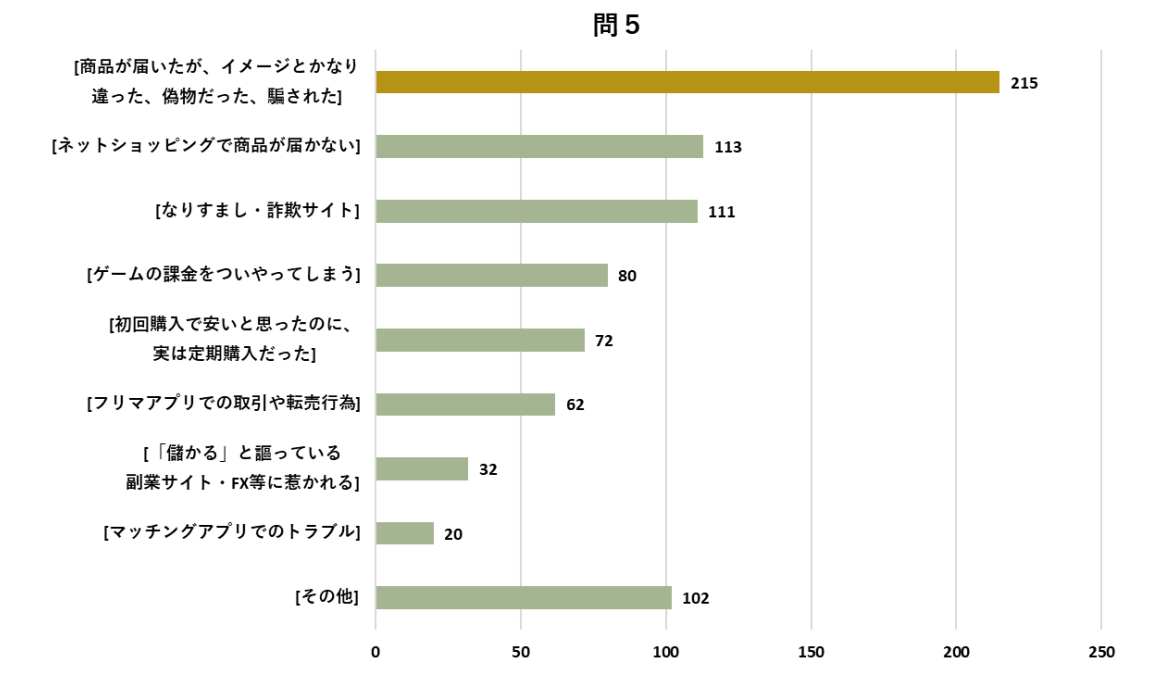
問3 インターネット通販の利用頻度を教えてください。



問4 この3年間で、インターネット通販の利用が増えましたか。



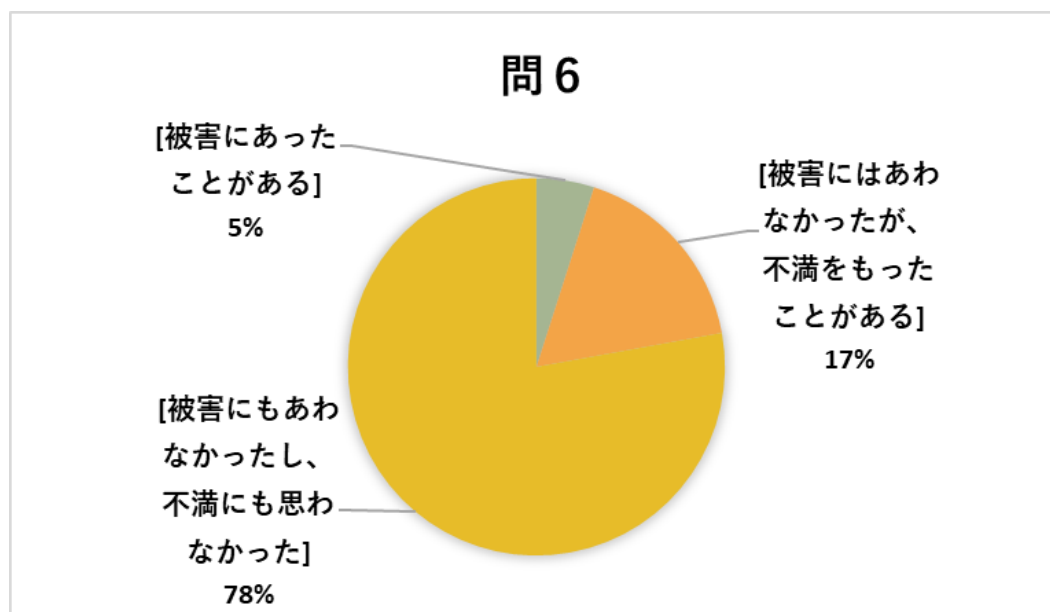
問5 インターネット利用でトラブルになった、なりそうだった、危険だと思ったことはどのようなことですか。(いくつでも)



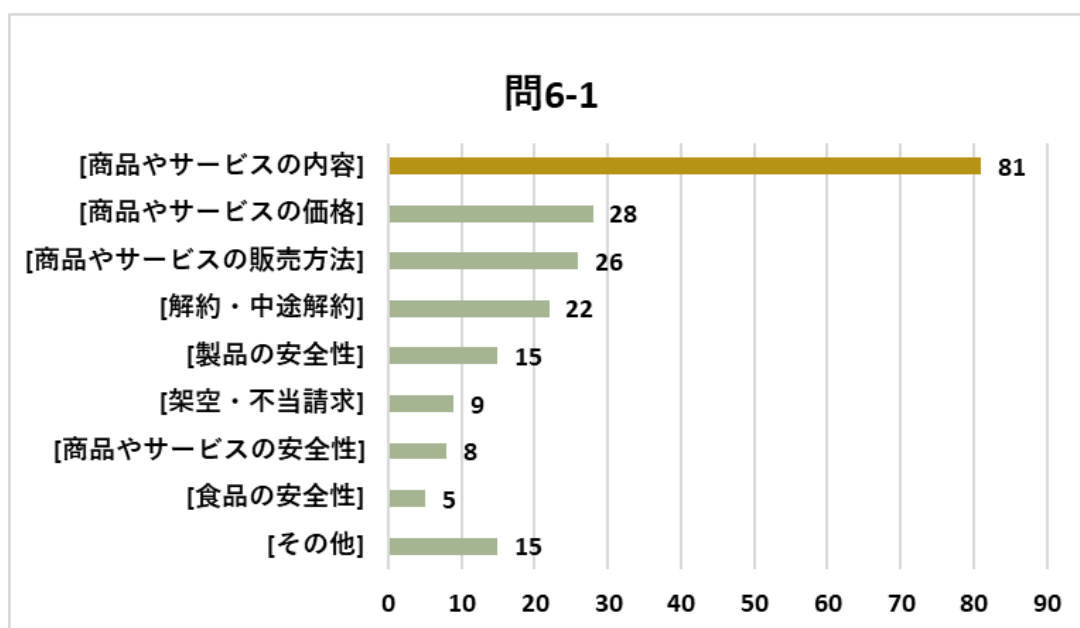
Ⅲ 商品やサービスに対する不満や消費者被害について

問6は2割ほどの方が商品購入やサービス利用の際に被害にあったまたは不満をもったことがあるに回答しています。実際に被害や不満を持った際は自分自身で調べている方が最も多く、次点でどこにも相談しなかった方が多くなっています。

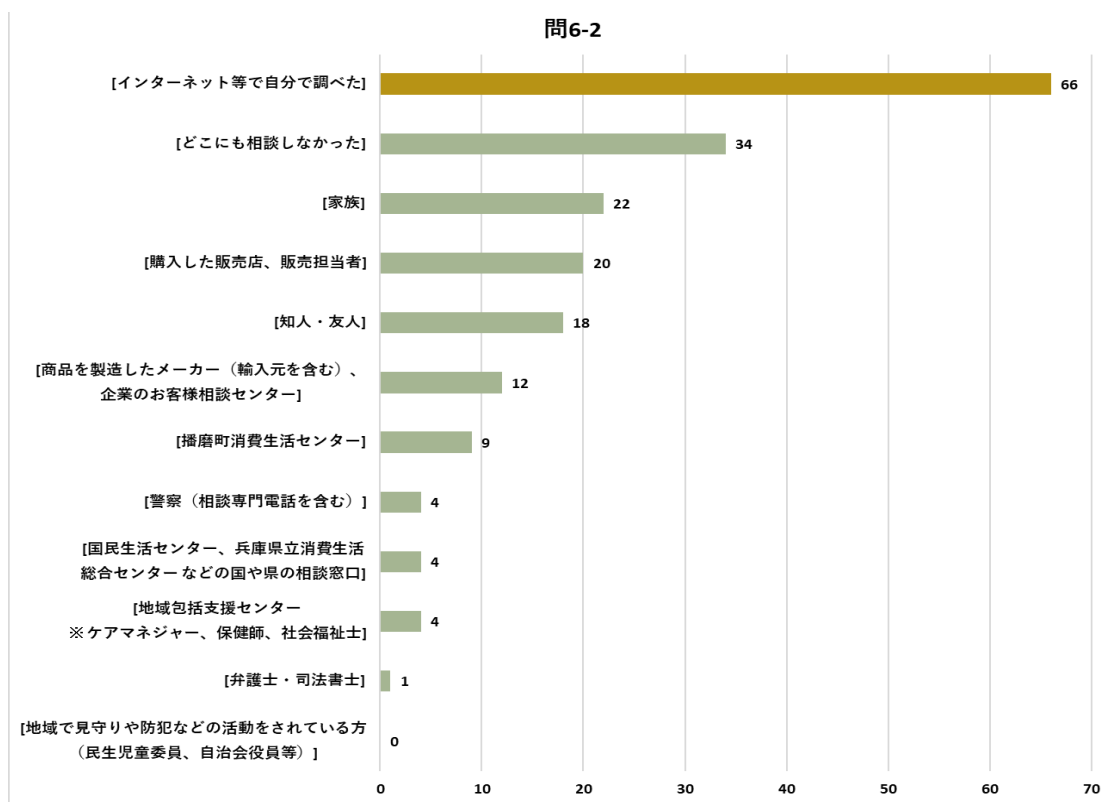
問6 この3年間に、購入した商品や利用したサービスについて不満を感じたことや、被害にあったことはありますか。(1つ)



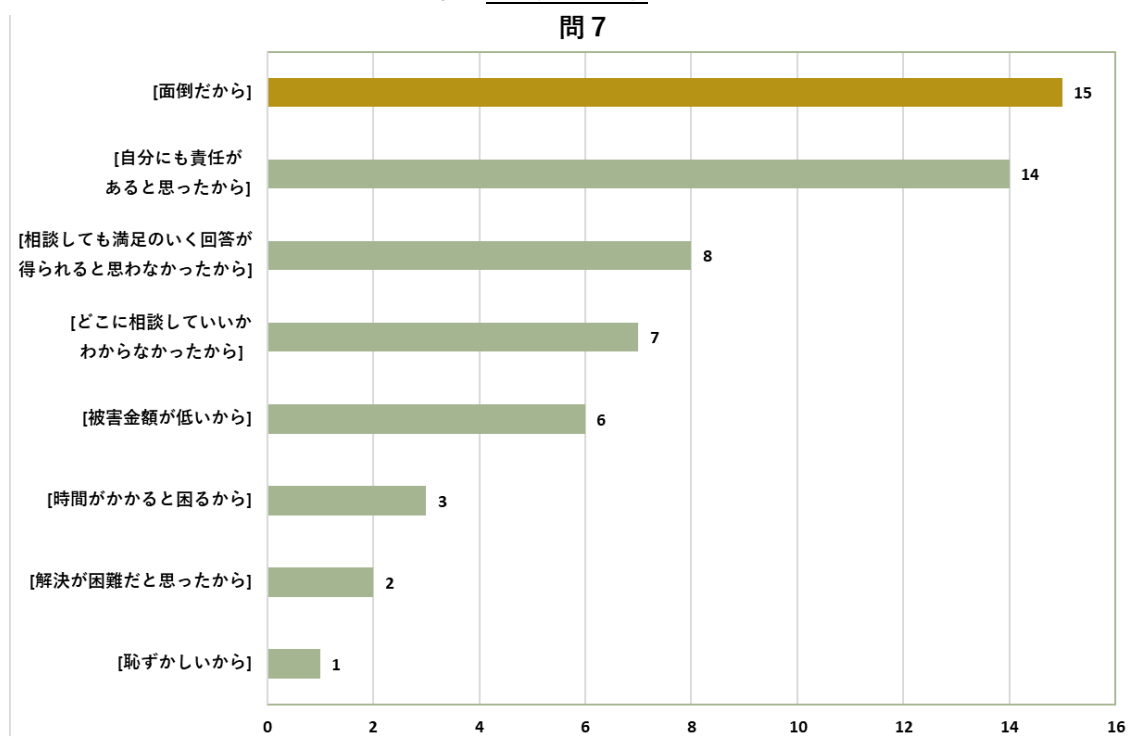
問6-1 問6で「①被害にあったことがある、②被害にはあわなかったが、不満をもったことがある」と回答した方にお尋ねします。それはどのような不満や被害でしたか。(3つまで)



問6-2 問6で「①被害にあったことがある、②被害にはあわなかったが、不満をもったことがある」と回答した方にお尋ねします。それらを経験した際に、どこかに相談したり、自分で調べたりしましたか。(いくつでも)



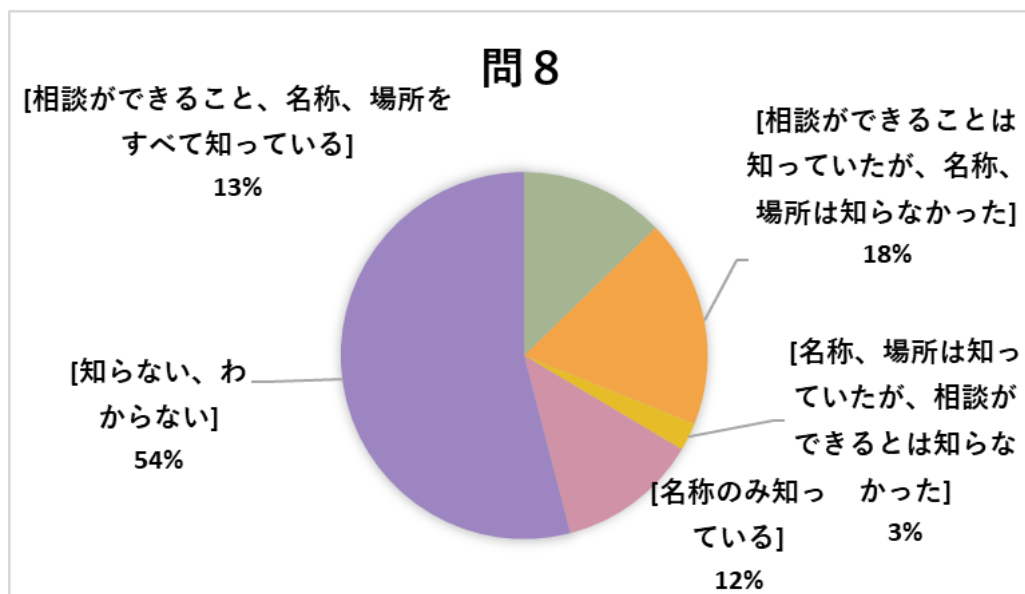
問7 問6-2で「⑫どこにも相談しなかった」と回答した方にお尋ねします。相談しなかった理由は何ですか。(いくつでも)



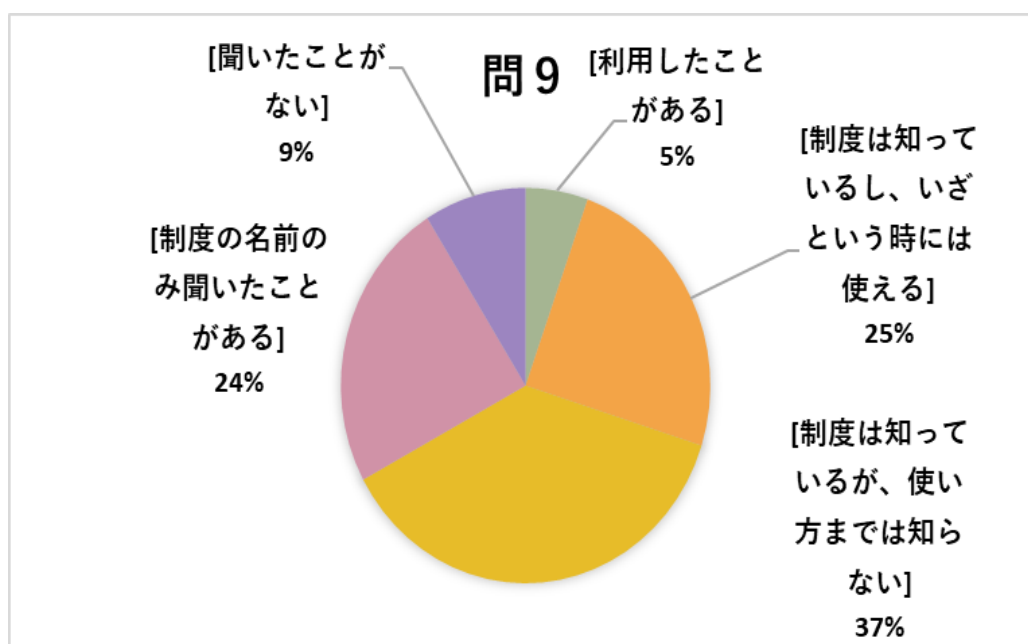
IV消費生活の知識と情報について

問8より、播磨町消費生活センターの認知度が半分程度で、住民の方々にまだまだ浸透していないことがわかります。

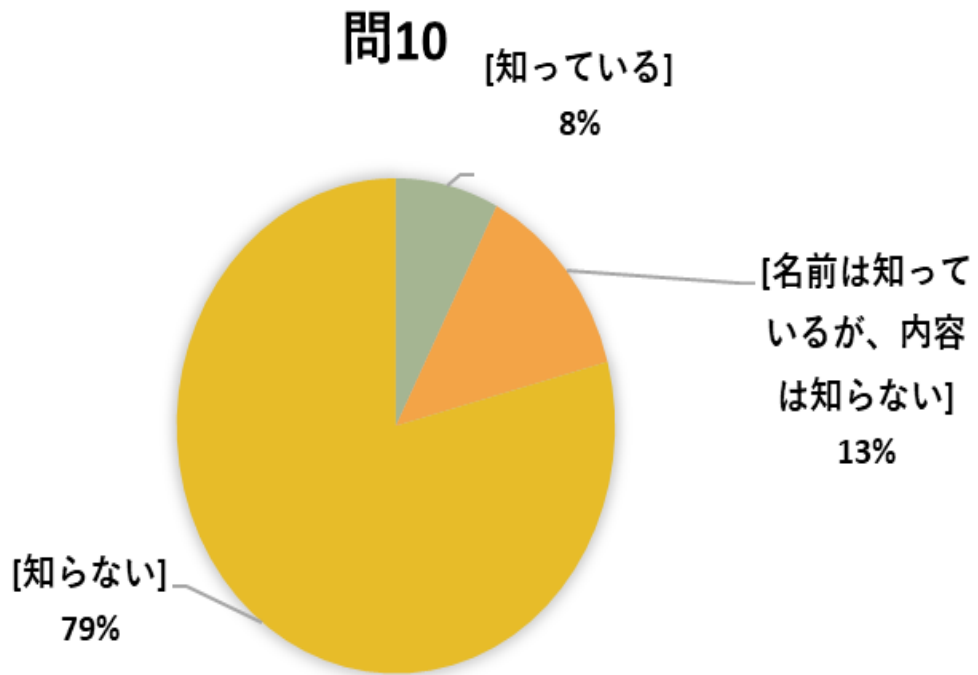
問8 播磨町消費生活センターへの来所や電話での消費生活相談ができることを知っていますか。また、名称やどこにあるかを知っていますか。(1つ)



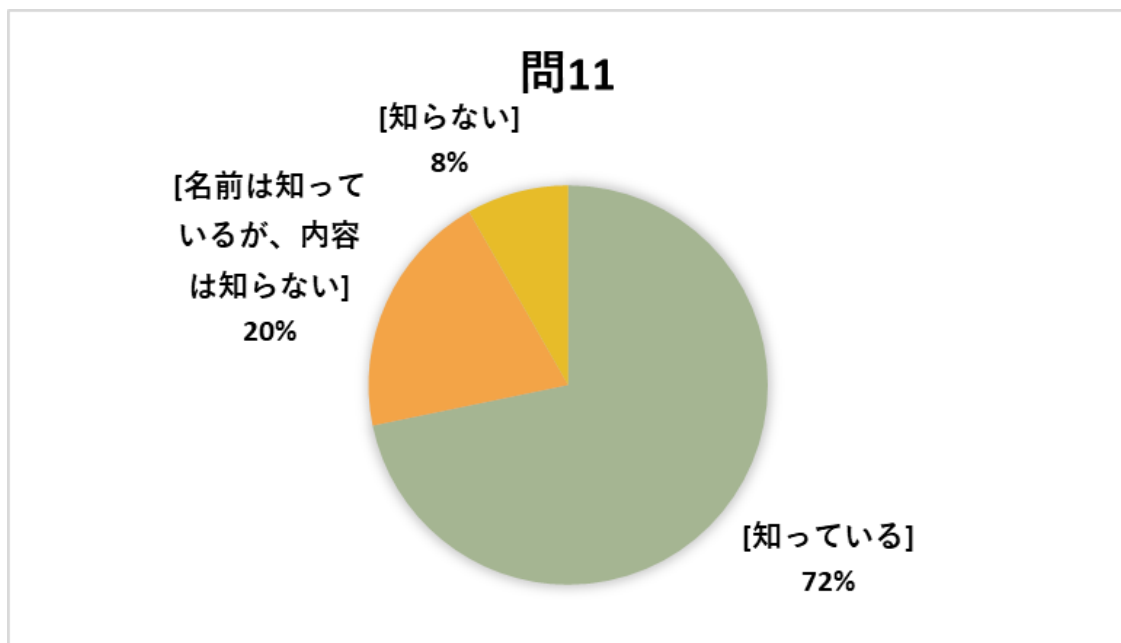
問9 クーリング・オフ制度を知っていますか。(1つ)



問10 エシカル消費を知っていますか。(1つ)



問11 SDGsを知っていますか。(1つ)

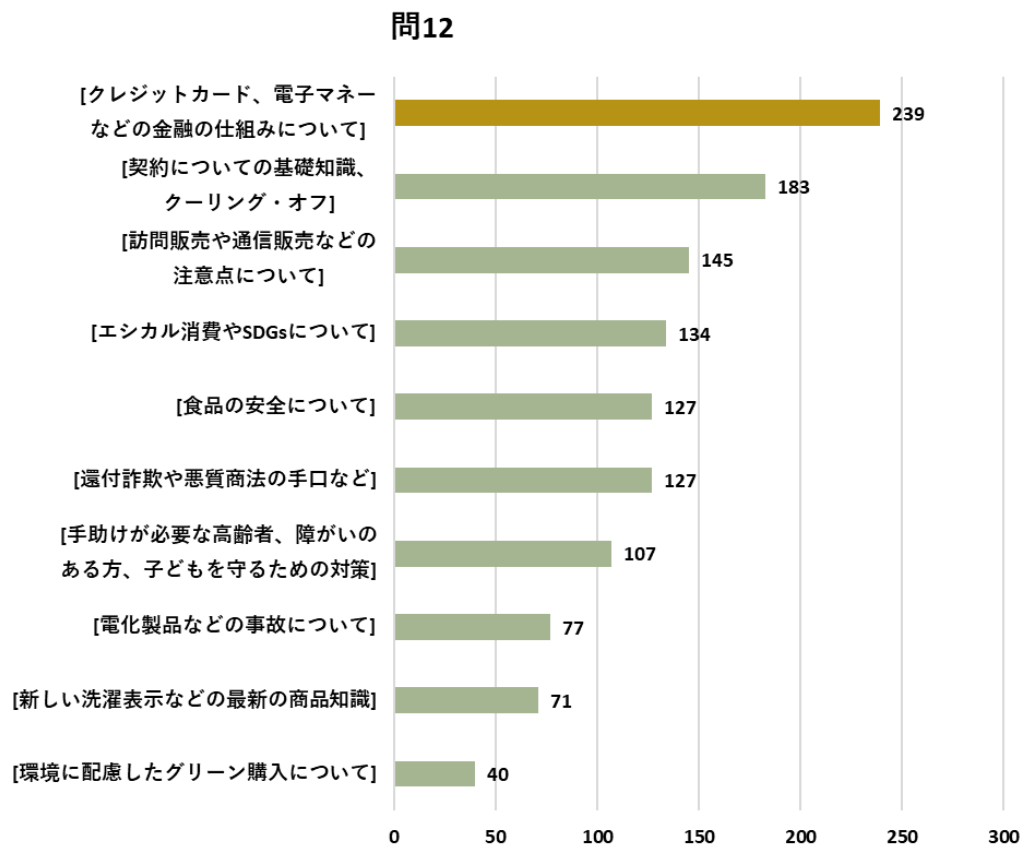


V 消費者教育の内容と機会について

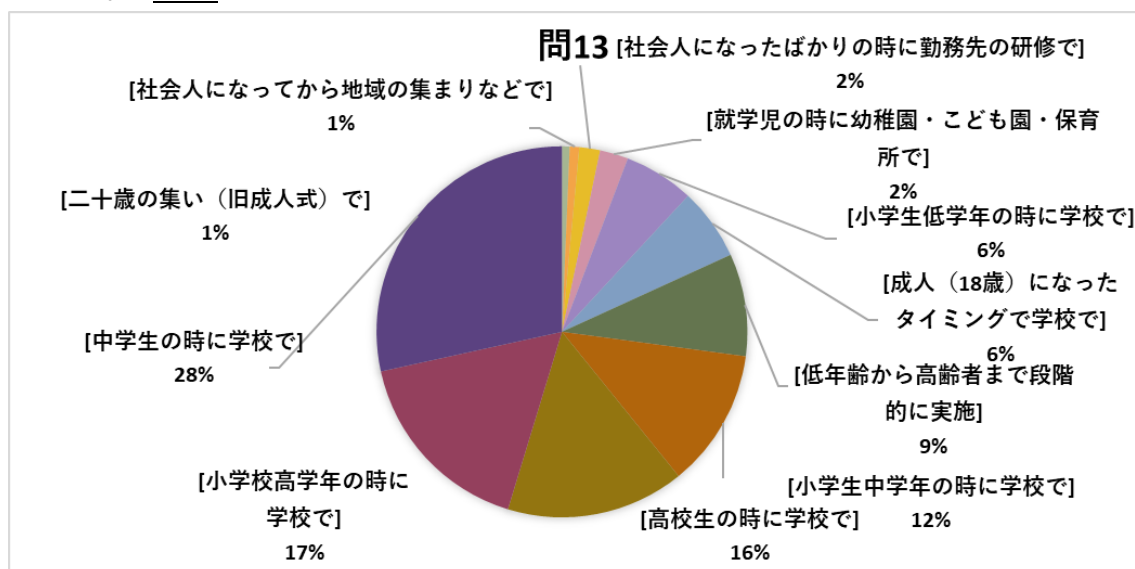
インターネット通販や電子マネーが浸透したことにより、金融の仕組みについて需要があることが読み取れます。そして、お金の仕組みや消費生活の基礎知識などの学ぶ時期にあつては、成人後や社会人になってからではなく、実に7割以上の方が高校生までには知るほうが良いと回答しています。

情報を受け取る手段として従来の広報誌が2番目に高くなっていますが、インターネットがより普及し、その中のコミュニケーションツールとしてSNSが発達したことによりSNSが一番高くなっています。

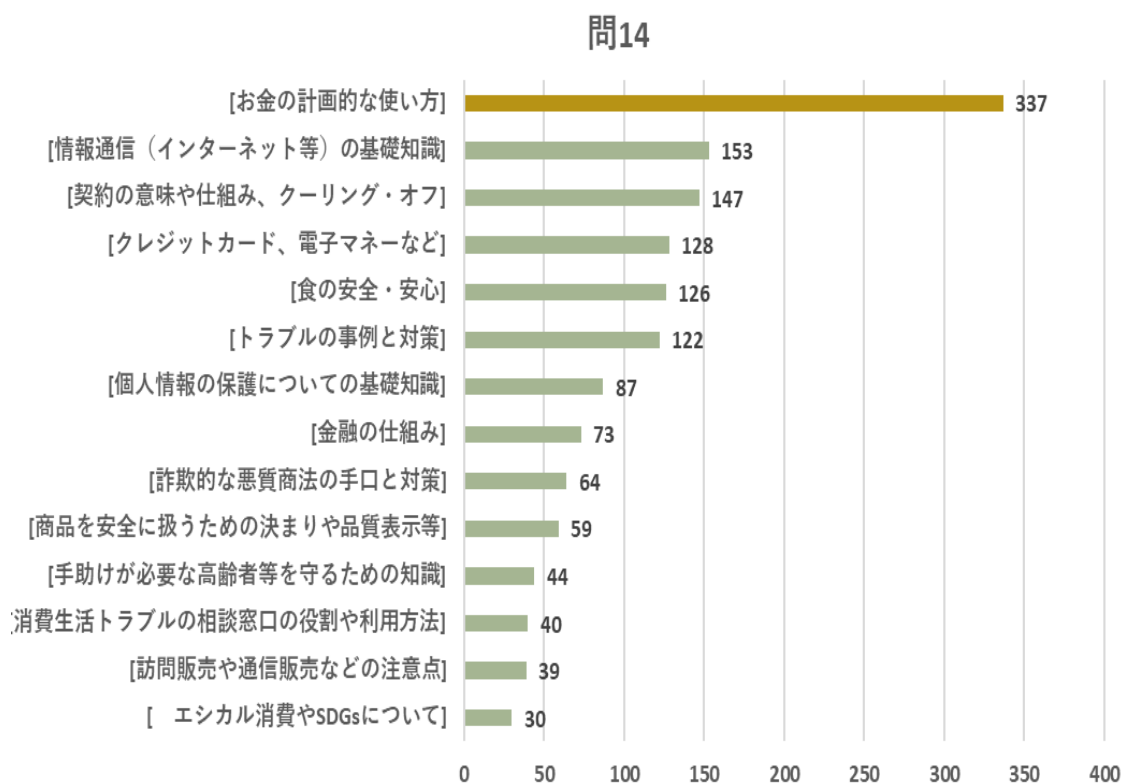
問12 播磨町消費生活センターでは健全な消費社会実現に向け、チラシ等の配布や出前講座を実施していますが、どのような内容の講座であれば参加したいですか。(いくつでも)



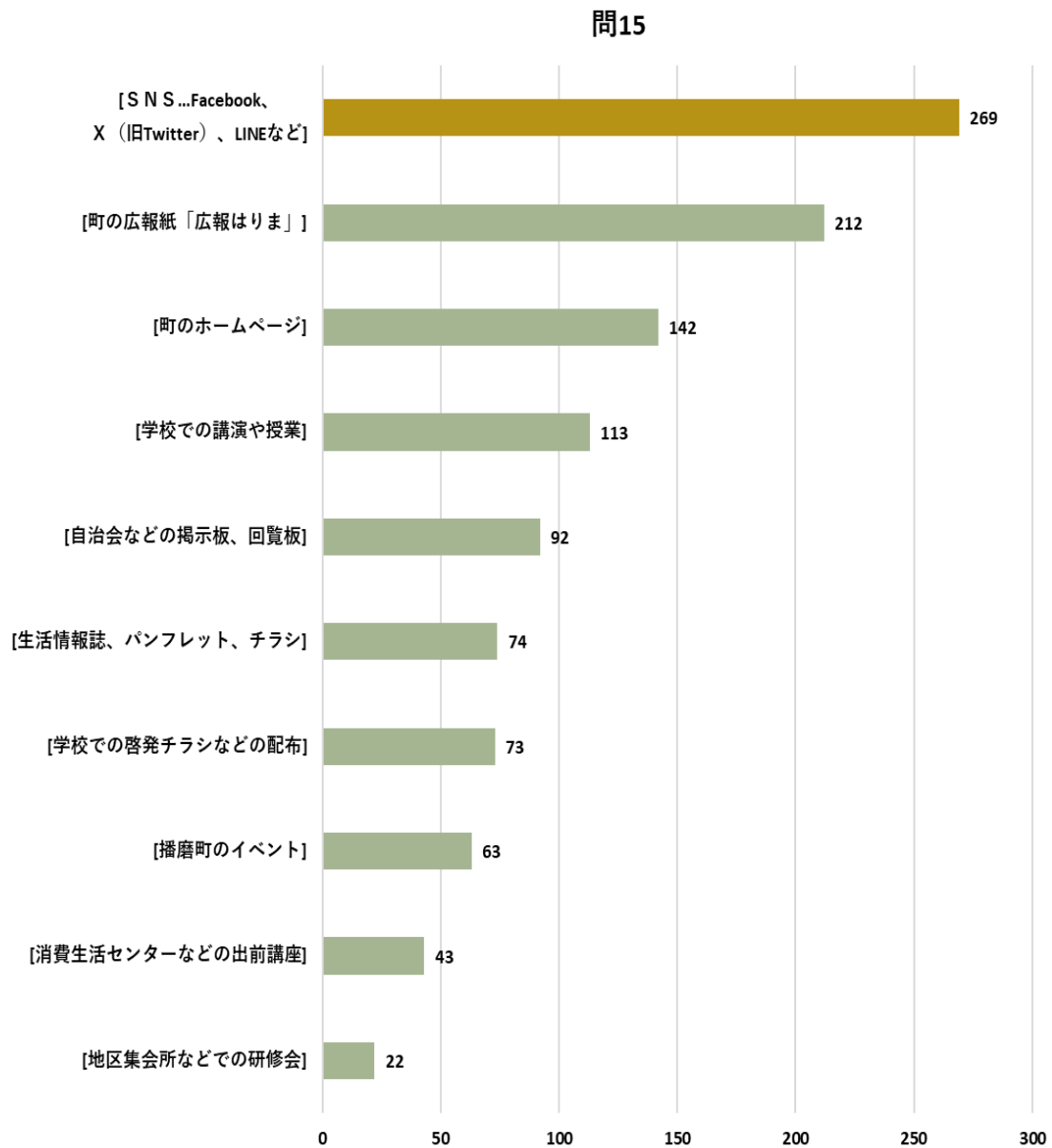
問13 消費生活の知識について、あなたはどの時期に知るのがいいと思いますか。（1つ）



問14 消費生活に役立つ情報としてどのようなものが必要だと思いますか。（3つまで）



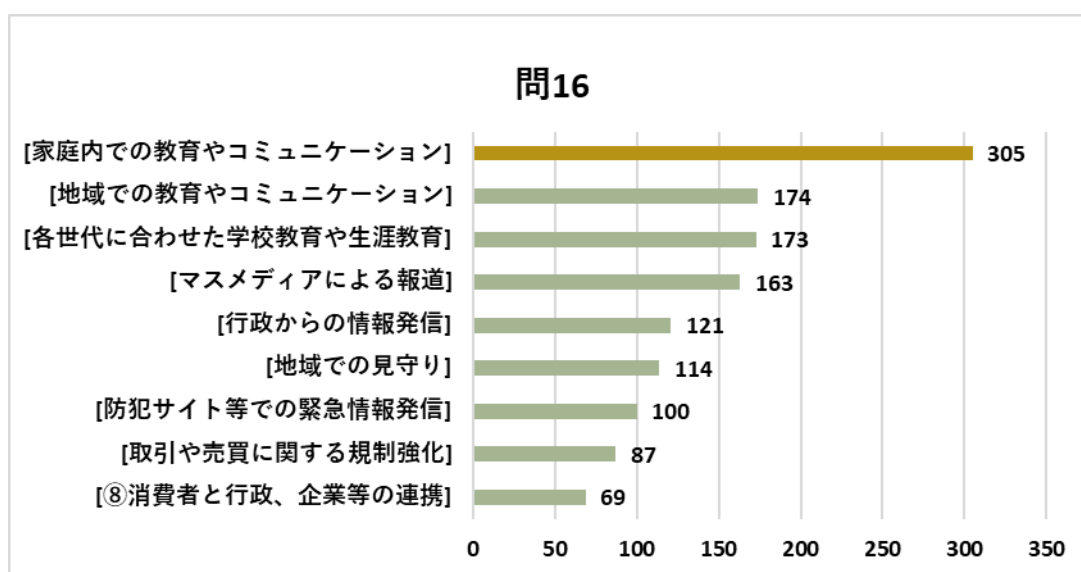
問15 あなたは消費生活に役立つ情報をどのような方法で受け取りたいと思いますか。(3つまで)



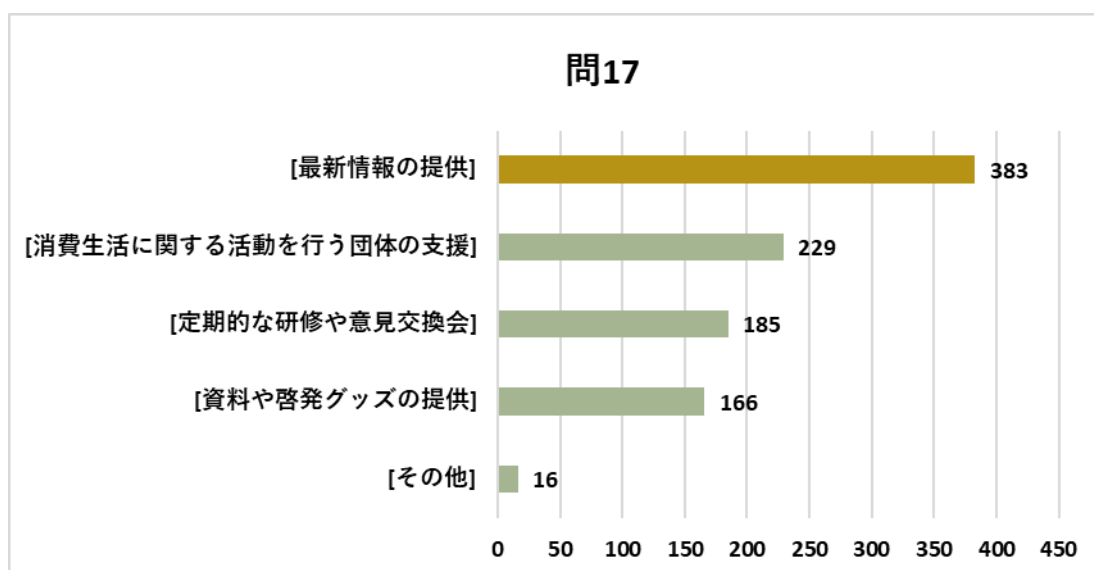
VI被害の防止、見守りについて

被害防止の手段として、家庭内での教育やコミュニケーションが一番高くなっています。その教育やコミュニケーションを行う上でのサポートとして最新情報の提供が求められていることがわかります。

問16 悪質商法などの手口も巧妙化し、高齢者、障がいのある方、社会経験の浅い若者が被害にあうケースが多発しています。このような被害を防ぐために、どのようなことが大切だと思いますか。(3つまで)



問17 地域での、手助けが必要な高齢者、障がいのある方、子どもの見守りにあたり、必要なサポートは何ですか。(いくつでも)



2 行政による消費者教育の現状

(1) 播磨町消費生活センターの取り組み

播磨町消費生活センターが中心となり消費者教育の推進に取り組んでいます。2カ月に1回広報はりまや播磨町ホームページに「あんぜん・あんしん暮らしのメモ帳」として気を付けてほしい事案等を掲載しています。また、幅広い年齢層を対象に消費者問題の啓発活動やわくわく講座も行っています。

(2) 消費者団体等の取り組み

① 播磨町消費者協会

住民の消費生活の安定と豊かな暮らしに視点を置き、「自立した消費者」のモデルとして、県や町から委託を受け、啓発講座や食品表示に関する勉強会等、様々な消費者啓発活動を実施しています。

毎年、緑化事業や防災・防犯に関する講演会の他、地産地消対策、子育て支援としてのパン、米料理教室を実施し、住民との交流を心がけ、子育ての支援活動を行い、播磨町消費生活センターと連携し、日々活動しています。

② NPO法人C・キッズ・ネットワーク

消費者教育に関する専門的な知識と経験を有する団体であり、子どもから高齢者まで幅広い世代に合わせた教材や教育プログラムの開発と出張講座を実施しており、全国各地で講座を実施しています。

本町では、C・キッズ・ネットワークに町内小学5年生・中学2年生を対象とした消費者教育出前講座の実施を委託しています。

3 学校における消費者教育の現状

(1) 小学校における消費者教育

授業を実施する教科等は「家庭科」「社会科」「生活科」「総合的な学習の時間」「道徳」等であり、「消費者について」「消費者の権利と責任」「買い物の仕組み」「お金について」「消費者トラブル」等の内容について学習しています。

ただ、消費者教育を担当する教員が消費者教育に関する研修や講座を受ける時間がないことが懸念点として挙げられます。

(2) 中学校における消費者教育

授業を実施する教科等は「家庭科」「公民的分野」等であり、「契約」「消費者トラブル」「キャッシュレス決済」「ネット通販」「SDG s」等の内容について学習しています。

上記と同様に、消費者教育を担当する教員が消費者教育に関する研修や講座を受ける時間がないことが懸念点として挙げられます。

(3) 高等学校における消費者教育

授業を実施する教科等は「家庭科」「公民（現代社会）」等であり、「契約」「悪質商法、クーリング・オフ制度」「販売方法、支払方法」「トラブル解決の方法や制度、相談機関について」等の内容について学習しています。

上記と同様に、消費者教育を担当する教員が消費者教育に関する研修や講座を受ける時間がないことが懸念点として挙げられます。

(4) 特別支援学校高等部における消費者教育

授業を実施する教科等は「家庭科」「社会科」等であり、「契約」「悪質商法、クーリング・オフ制度」「販売方法、支払方法」「トラブル解決の方法や制度、相談機関について」等の内容について学習しています。

第3章 計画の基本的な方向

1 計画の目標

国や兵庫県の方針、第2章に記載した本町の消費者教育の現状を踏まえ、「消費者の自立」、「デジタル化への対応」、「消費者市民社会の一員としての行動促進」に取り組むこととします。

※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参画する社会

2 基本方針

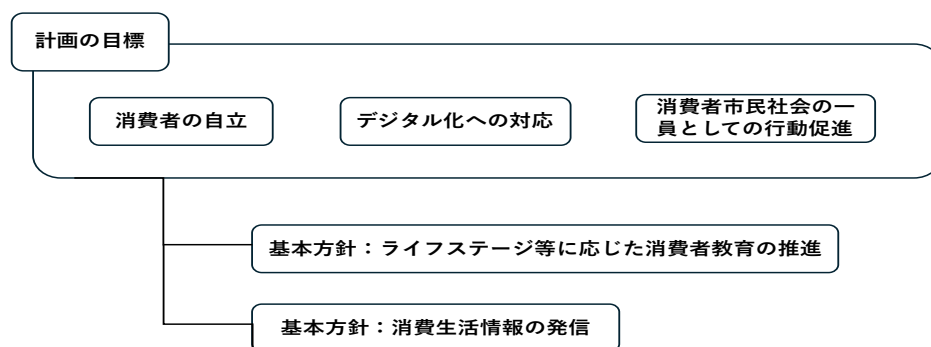
本計画目標の実現に向けて、基本方針を次のとおり定めます。

(1) ライフステージ等に応じた消費者教育の推進

社会情勢の変化を踏まえ、子どもから高齢者まで、学校、地域社会、家庭、職域など様々な場所や所属している団体で、各年齢層に応じた消費者教育を推進します。

(2) 消費生活情報の発信

デジタル化の急速な変化に伴う消費者トラブルの増加を背景に、最新の手口や対処法を発信します。



1 ライフステージ等に応じた消費者教育の推進

(1) 子ども及び保護者

できるだけ早い時期から子どもとその保護者が、自らの安全を守る知識を身に付けられるよう、子育て中の保護者が集まるイベント等で消費者教育を行います。

また、年齢別にわかりやすい消費生活に関する内容を、NPO法人C・キッズ・ネットワークによる出張講座や消費者啓発冊子の配布により啓発します。

(2) 若者

学生を中心とした若者に効果的に情報提供を行うために、引き続き、二十歳の集いでの啓発グッズやチラシを配布します。また、町内企業と連携して、新入社員ガイダンス等で、クレジットカード、キャッシング、ローン、リボ払いなどの危険性の認識、マナーリテラシーの習得のため講座を実施します。

(3) 高齢者等

シニアクラブへの出前講座など直接的な教育機会の提供にとどまらず、消費者被害にあうリスクの高い高齢者に対して安心して消費生活を送ることができるように、高齢者消費者被害防止キャンペーン（9月）等に合わせて、民生委員児童委員協議会、地域包括支援センターなど、対象となる消費者に日ごろ接している関係機関に向けた講座を開催するなど、効果的に情報提供ができるように取り組んでいきます。また、近年増加傾向にある特殊詐欺についての情報の共有・発信を行います。

2 消費生活情報の発信

(1) 多様な形態での情報提供

広報はりま・播磨町公式ホームページ・LINE、電光掲示板（サイネージ）などの多様な情報媒体を活用し、消費者及び事業者に分かりやすく、適切な情報を伝えます。また、若者を中心に普及しているSNSの活用や各公共施設での啓発など、対象や内容に応じた効果的で迅速な情報提供に取り組めます。

(2) 各種イベントでの啓発

消費者団体や住民と協力して、消費者フェアでパネル展、講演会など町の様々なイベントで啓発活動を実施します。

3 計画の推進体制

本計画の推進にあたっては、県、警察、事業者、福祉団体、消費者団体、地域住民と連携、協力しながら取り組んでいきます。

【推進体制イメージ図】

