

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

平成31年(2019年)3月

【目次】

第1章 計画の策定にあたって	1
1. 計画の位置付け	1
2. 計画策定の趣旨	1
3. 計画の期間	2
第2章 本町の消費者教育の現状と課題	2
1. 消費者を取り巻く現状	2
（1）消費生活相談の状況	2
（2）消費者の意識	4
2. 行政による消費者教育の現状	12
（1）消費生活センターの取り組み	12
（2）消費者団体等の取り組み	12
3. 学校における消費者教育の現状	13
（1）小学校における消費者教育	14
（2）中学校における消費者教育	14
（3）高等学校における消費者教育	15
（4）特別支援学校高等部における消費者教育	15
4. 事業者・消費者団体等による消費者教育の現状	15
5. 消費者教育を推進する方策	15
（1）現状分析からの今後の消費者教育の実施について	16
（2）消費者教育を推進するための連携について	17
（3）消費生活センターがコーディネートしていくことの重要性	17
第3章 消費者教育の推進体制	18
1. 庁内各部署・各事業計画との連携	18
2. 高齢者の被害防止の取り組みと消費者教育を推進する各主体と消費生活センターの連携の強化	18
（1）兵庫県との連携	18
（2）事業者との連携	18
（3）消費者団体との連携	18
（4）地域との連携	18
（5）福祉関係機関・団体との連携	19
（6）警察との連携	19

第1章 計画の策定にあたって

1. 計画の位置付け

この計画は、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、消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号。以下、「消費者教育推進法」という。）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。

2. 計画策定の趣旨

近年、商品やサービスが高度化し、多様な商品をより手軽に購入でき、サービスも受けることができるようになりました。

わが国の消費者を取り巻く環境は年々厳しいものとなっています。社会のグローバル化・高齢化、高度情報通信社会の進展によるインターネットやスマートフォンの普及とそれに伴う新しい犯罪やトラブル、食品表示の偽装問題、さらには悪質商法や特殊詐欺の手口の巧妙化等、消費者被害は複雑化・多様化・深刻化しています。

このような社会や経済の仕組みの複雑化に便乗し、高齢者を狙った事例が増加するとともに、低年齢の児童が多額の被害に遭うなど、被害者の年齢層も広がっています。

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、町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。

消費者教育は「消費者としての自立」、「消費者としての社会への参画の在り方」についての教育のことです。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。

3. 計画の期間

この計画の期間は平成31年度（2019年度）から平成35年度（2023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と課題

1. 消費者を取り巻く現状

(1) 消費生活相談の状況

本町では、平成5年から消費生活相談を開始しました。主な業務は消費生活相談及び消費者啓発事業であり、播磨町消費者協会と連携して幅広い消費生活に関する事業に取り組んできました。

近年、播磨町消費生活センターに寄せられた相談は平成23年度104件であったものが、平成29年度186件とここ数年で増加傾向にあります。

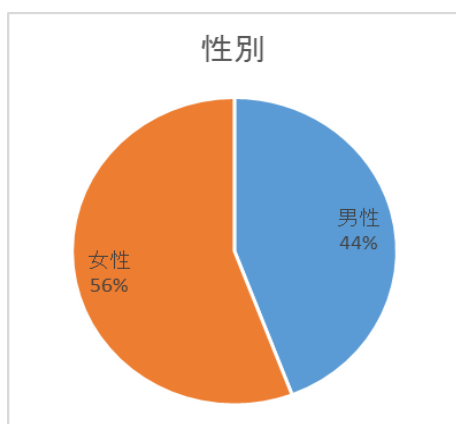
平成29年度の播磨町における相談概要を分析します。【グラフ1】において男性相談者69名女性相談者87名で割合ベースはグラフのとおりです。女性が男性を大きく上回っており、直近2カ年この構成比が顕著となっています。

次に【グラフ2】において年齢別相談者で、約半数の方が高齢者であります。これから、ますます高齢者への広報や教育推進が、消費者教育推進計画の中でも対策として必須項目になると考えます。

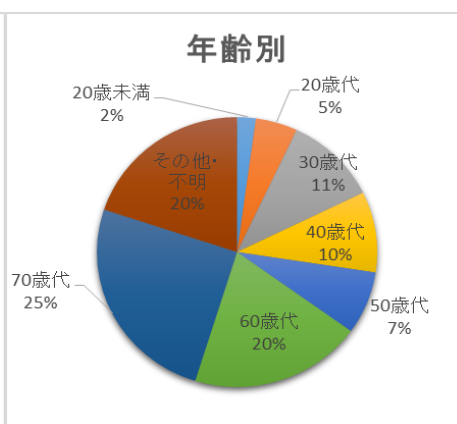
相談者の年齢が高くなっており、平成29年度には60歳以上が45.1%に達しています。年齢を回答しなかった方についても、相談内容からほとんど高齢者と推察され、実態としては半数以上が60歳以上であると考えられます。

相談内容では、高齢者を標的とした詐欺や悪質な勧誘の事例とともに、あまり内容が理解できないままに、スマートフォンやインターネット通信の契約を取り交わしてしまう事例が多くあります。

【グラフ1】



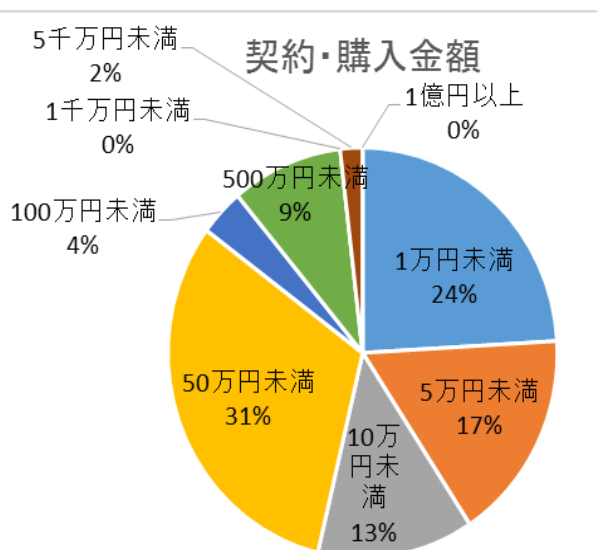
【グラフ2】



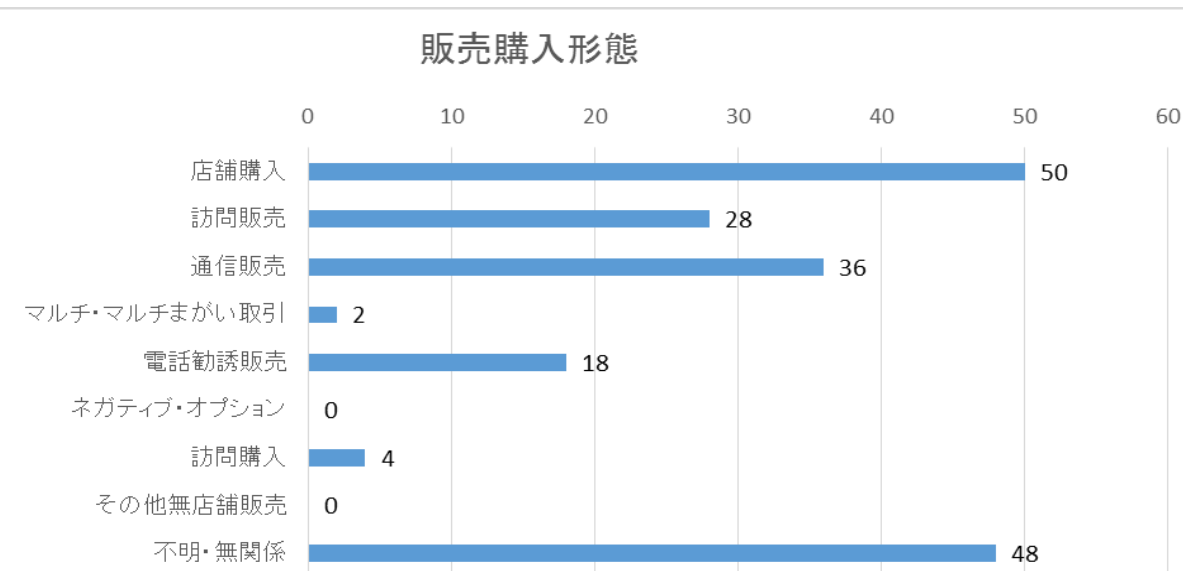
次に【グラフ3】50万円未満の相談が8割強を占めています。が、高額な案件が増加している状況下にあります。

【グラフ4】において、販売購入形態を表している。「店舗購入」が50件、「通信販売」が36件、「訪問販売」が28件と、この3種の購入形態が大部分を占めています。今後の対応であらゆる購入方法での対処方法が必要と考えます。

【グラフ3】



【グラフ4】

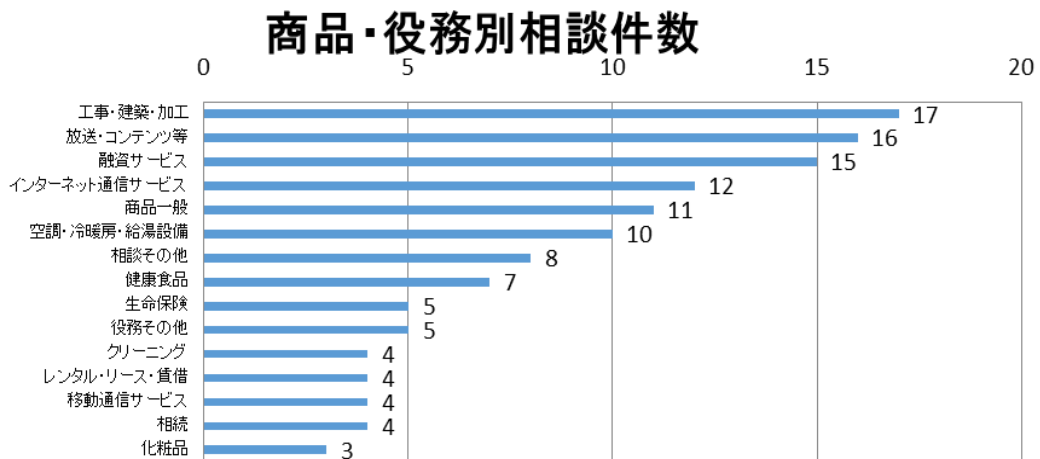


商品・役務別相談の種類別でみてみますと、多種多様な相談が寄せられています。その中でも特に、相談が毎年上位を占めていますのが、放送・コンテンツ等、インターネット通信サービスで、内容としまして、インターネットの接続回線料金や、架空請求などインターネット関連の契約に関する相談となっています。これらが毎年のように上位を占める要因として考えられるのはインタ

ーネット、スマートフォンの急速な普及であると考えます。

また、全国的にも低年齢層で、ゲームの課金、有料サイトの不当請求、インターネットでの商品購入によるトラブルがあります。インターネットの普及により、低年齢であっても消費生活トラブルに遭っている実態に周囲が気付かず、被害額が大きくなってから相談に来る事例も見受けられます。この分野は、子どものトラブルに対応すべきであり、背後にある家庭環境の問題や友人間の人間関係があると想定されることから、子ども時代から教育が必要な分野であります。

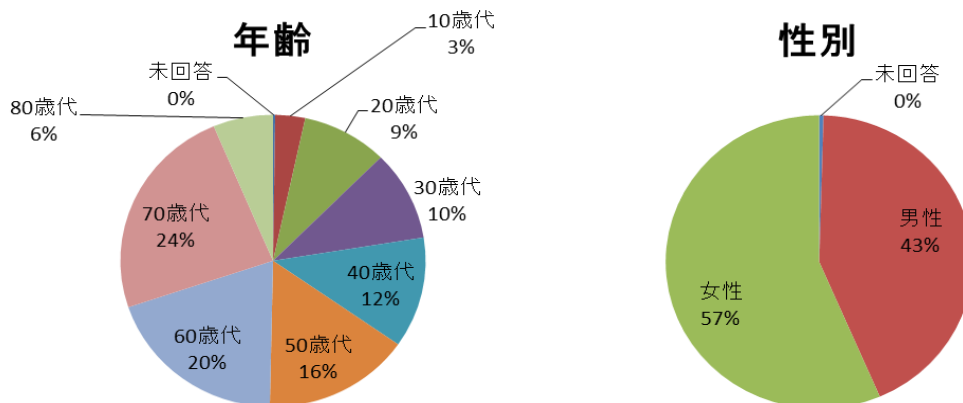
【グラフ5】

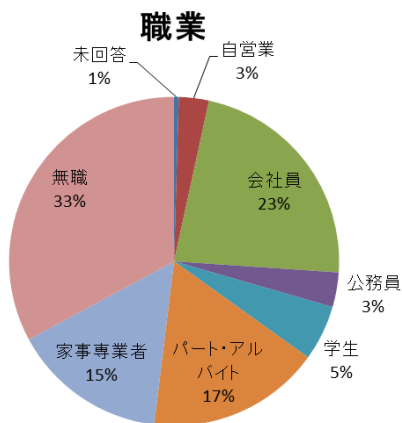
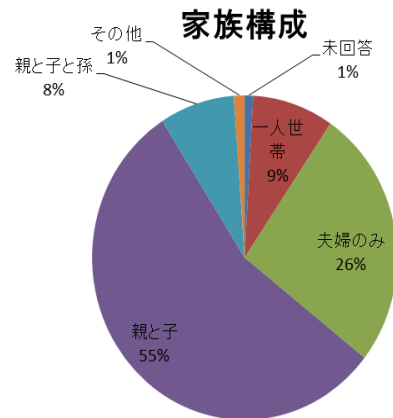
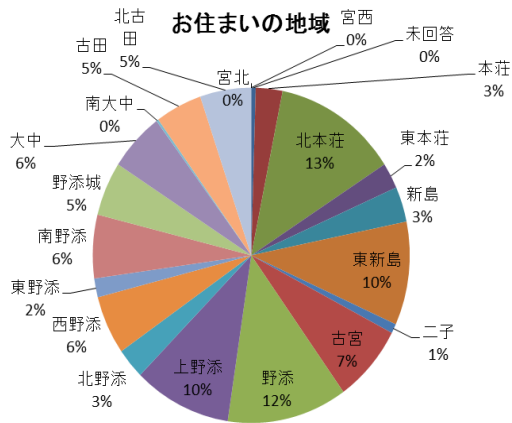


(2) 消費者の意識

平成30年8月～9月にかけて、町内にお住まいの18歳以上のうち、1,000人の無作為抽出された方に対し、計画策定に先立ち、住民の消費生活に関する意識を調査するため実施しました。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 アンケートをしていただいたあなたについて





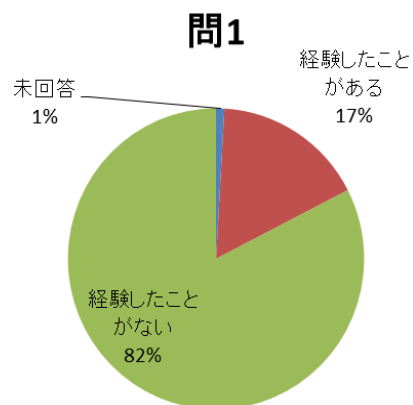
II 消費生活トラブルについて

問1 あなたは過去3年間に、購入した商品や利用したサービスについて不安や不満を感じたことや、改善してほしいと思ったこと、商品によってけがをしたこと、不当な支払いをしたことはありますか。

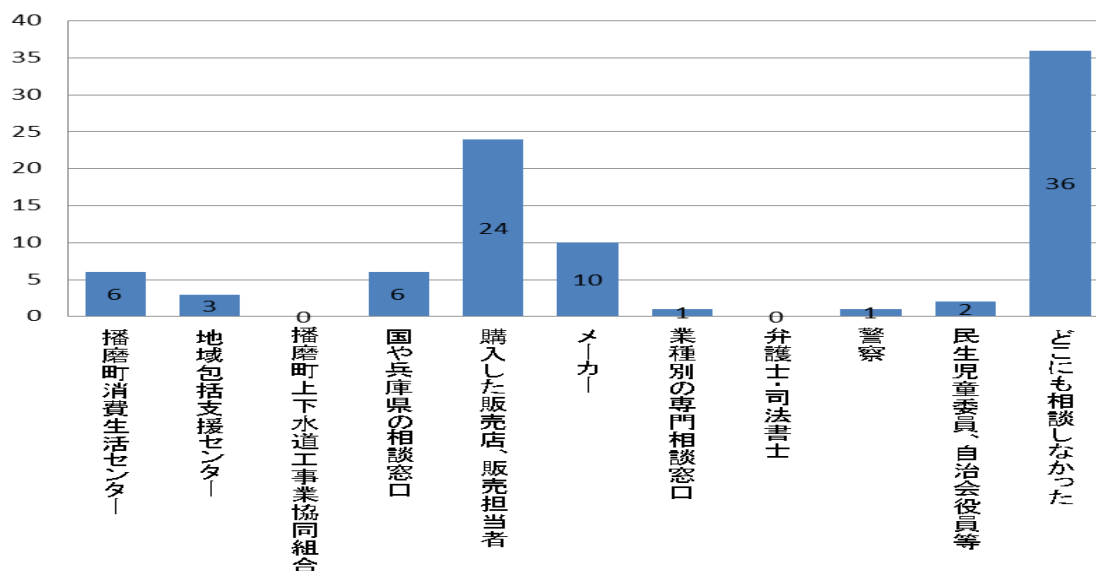
- ① 経験したことがある ② 経験したことがない（記憶がない）

→ 問2へ

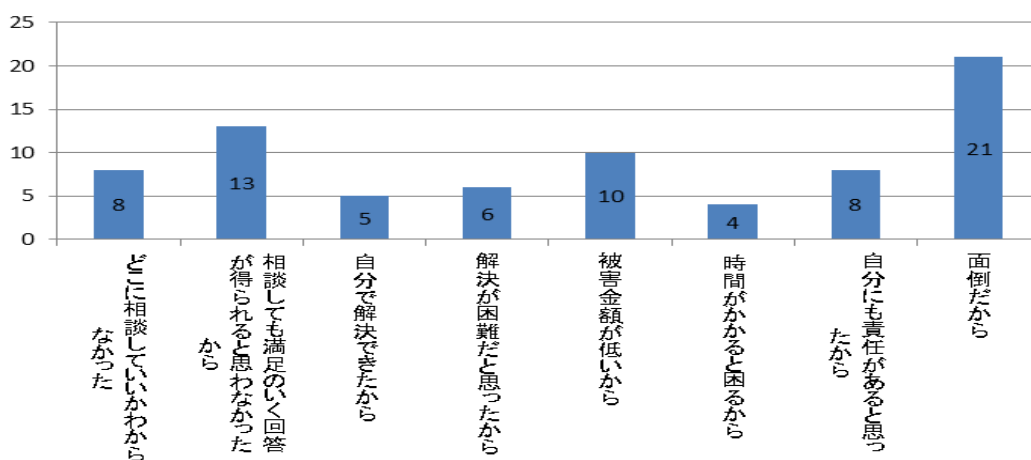
→ 問4へ



問2 問1で「① 経験したことがある」と回答した方にお尋ねします。それらを経験した際に、どこに相談しましたか。次の中からいくつでもお選びください。

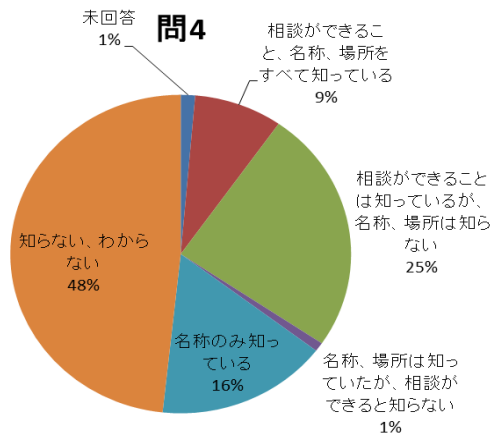


問3 問2で「⑪どこにも相談しなかった」と回答した方にお尋ねします。相談しなかった理由は何ですか。次の中からいくつでもお選びください。

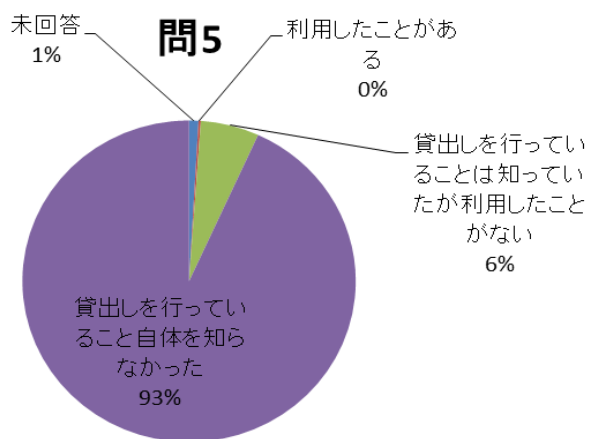


Ⅲ 消費生活の知識と情報について

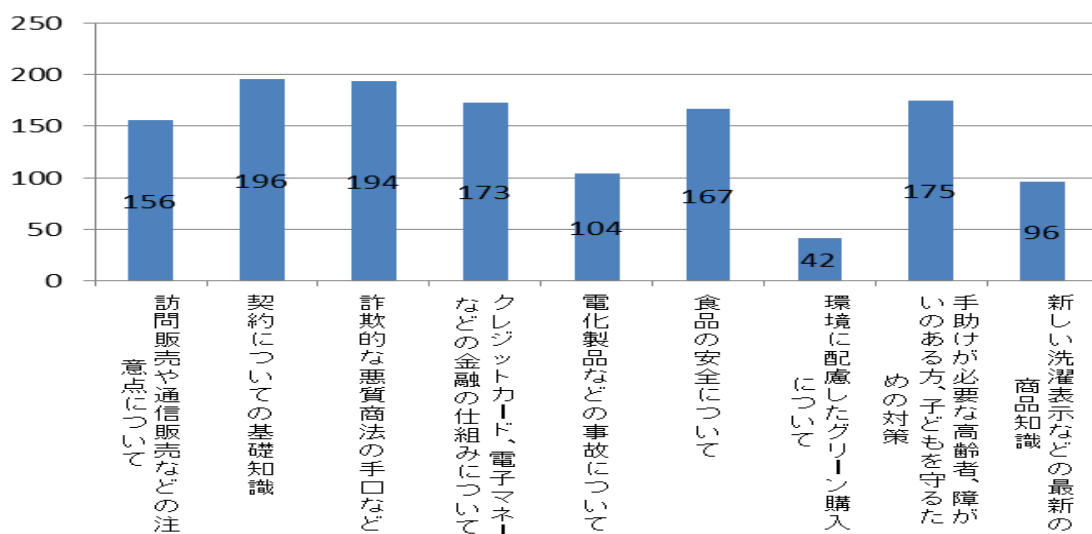
問4 播磨町消費生活センターへの来所や電話での消費生活相談ができることを知っていますか。また、名称やどこにあるかを知っていますか。次の中から1つお選びください。



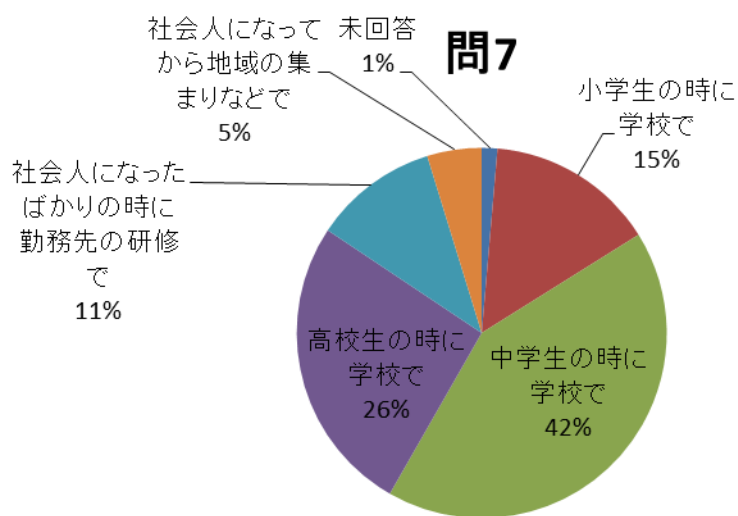
問5 播磨町消費生活センターでは消費生活についてのDVDの貸出しを行っていますが、利用したことはありますか。次の中から1つお選びください。



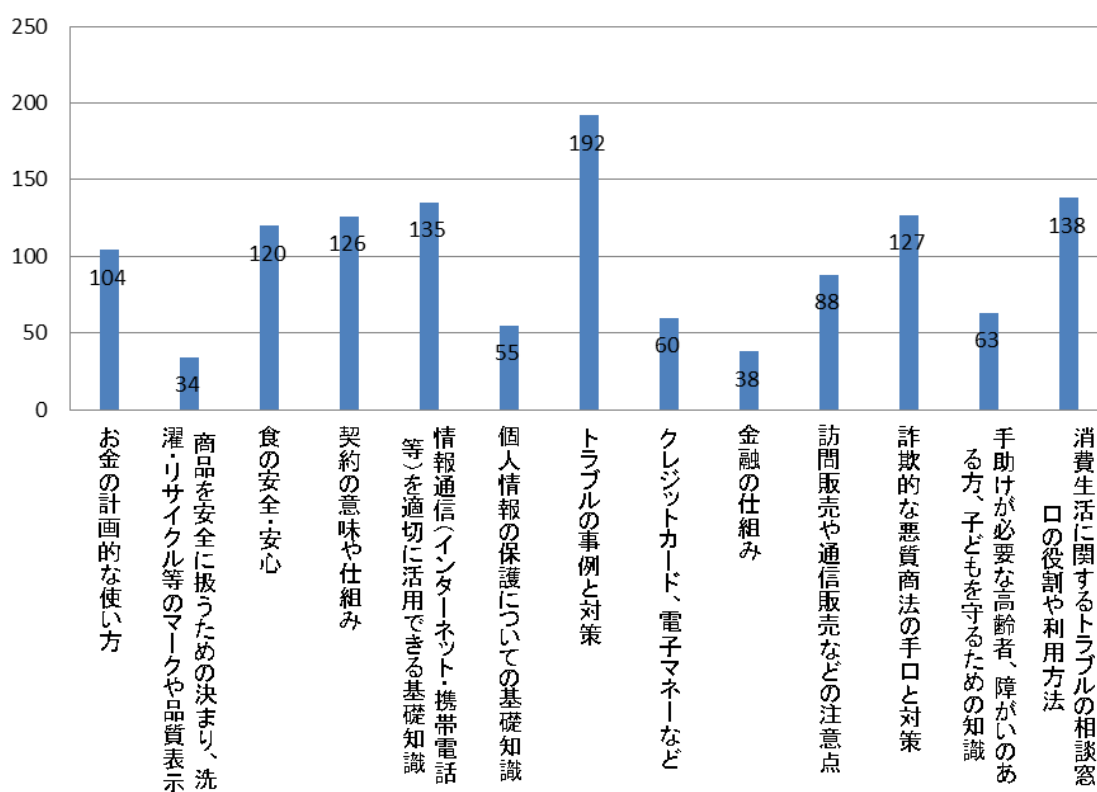
問6 播磨町消費生活センターでは健全な消費社会実現に向け、チラシ等の配布や出前講座を実施していますが、どのような内容の講座であれば参加したいですか。次の中からいくつでもお選びください。



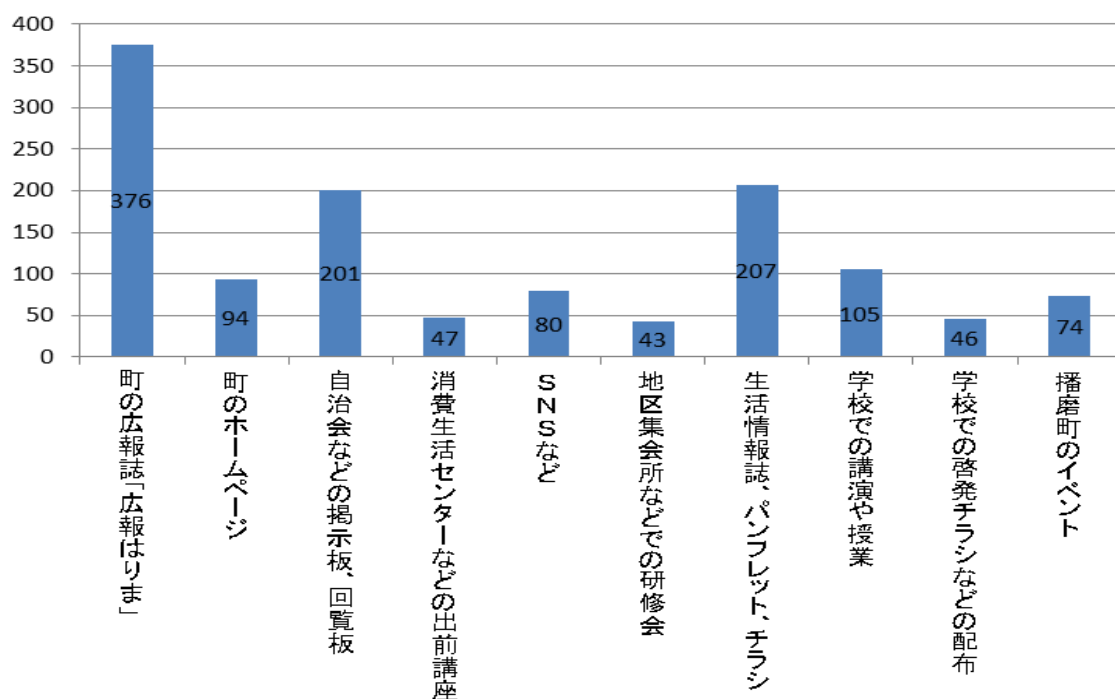
問7 消費生活の知識について、あなたはどの時期に知るのがいいと思いますか。次の中から1つお選びください。



問8 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。次の中から3つお選びください。

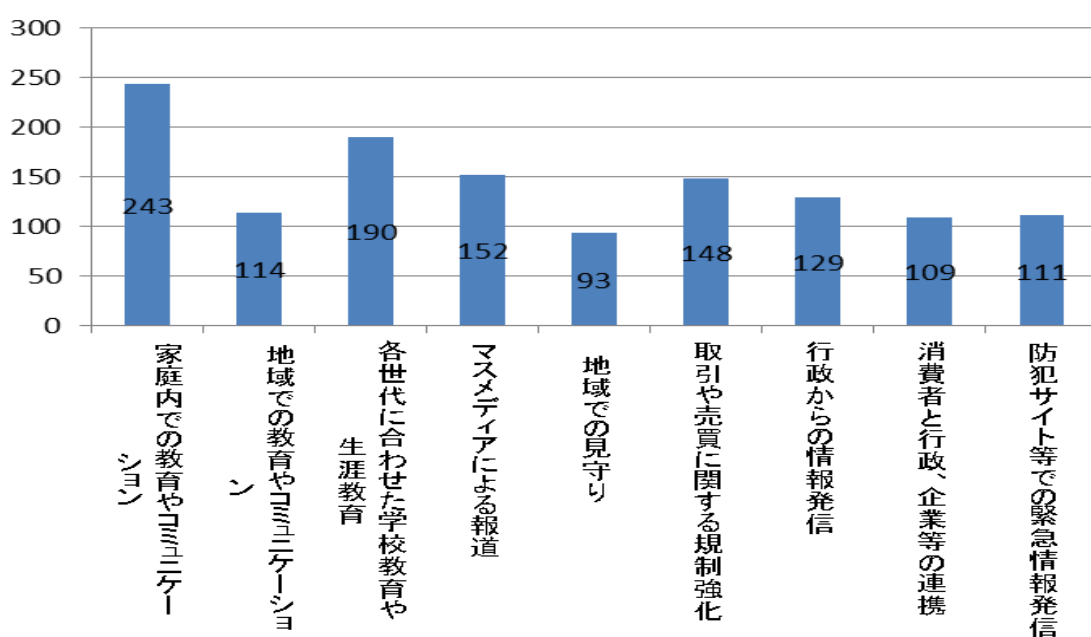


問9 あなたは消費生活に役立つ情報をどのような方法で受け取りたいと思いますか。次の中から3つお選びください。

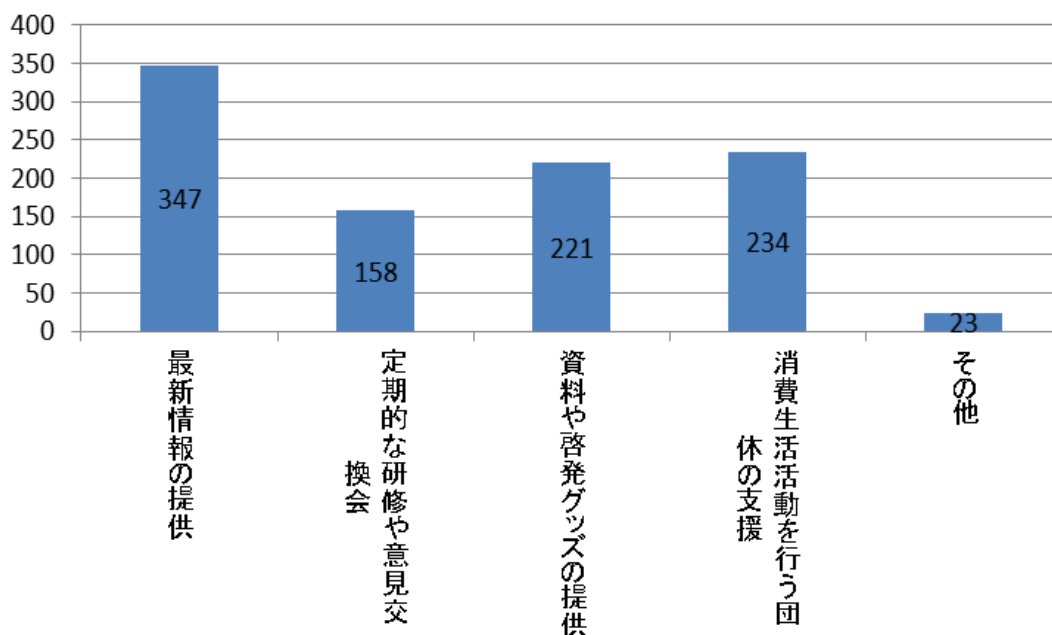


IV 被害の防止、見守りについて

問10 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。次の中から3つお選びください。



問 11 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。次の中からいくつでもお選びください。



問 1 で「消費生活トラブルの経験がある」と回答した人は 17% でした。

問 2 問 1 で「①（消費生活トラブルを）経験したことがある」と回答した方で、「どこにも相談しなかった」36人、「購入した販売店、販売担当者」24人、「メーカー」10人となっています。「播磨町消費生活センター」は6人で全体の6.7%に過ぎない状況です。

問 3 において「⑩どこにも相談しなかった」理由について「面倒だから」21人、「相談しても満足いく回答が得られると思わなかったから」13人、「被害金額が低いから」10人と、自分自身の落ち度のように感じ、相談しにくいことも考えられます。消費者問題にまだまだ無関心の方が多いように見えますし、程度によって身近な消費生活トラブルを「不安」や「被害」と感じない可能性が考えられます。

問 4 消費生活センターの認知度チェックにおいて、9%が「相談できること、名称場所をすべて知っている」で、約90%の方がセンターを認知していない状態であります。問 2 の6.7%の方しかセンターに相談に行っていないことから認知度の低さが見えます。

問 5 の消費生活センターにおけるDVDの貸し出しについては、利用者は0%です。現在提供している情報のほとんどが十分に利用されておらず、PR不足であることが回答に表れています。

問 6 講座の要望も多種多様化しています。よって、幅広い知識が必要と消費者は考えています。

問 7 で、消費者教育は「中学生の時に学校で」知るのがいいと思うという回

答が42%と最も多く、その次に「高校生の時」26%、「小学生の時」15%と続きます。

問8では「トラブルの事例と対策」「消費生活に関するトラブルの相談窓口の役割や利用方法」、「情報通信（インターネット・携帯電話等）を適切に活用できる基礎知識」、「詐欺的な悪徳商法の手口と対策」、「契約の意味や仕組み」、「食の安全・安心」の回答が多くありました。いろいろな分野に興味を持っているということが見受けられる結果となりました。

問9で、消費生活に役立つ情報の受け取り方法で、一番多いのは町の広報誌「広報はりま」が突出した結果となりました。情報伝達手段として、外出が難しく個別に消費生活に関する情報を入手したいと希望する人のニーズに応えることを考えなければなりません。一方で、媒体の性格上、最新情報を伝えることが難しいため、外出が難しい方とその反対に自宅で過ごす時間が短い方の双方に、最新の情報を伝えていく手段を検討する必要があります。

問10において、若者被害を防ぐ方法について、「家庭内での教育やコミュニケーション」、「各世代に合わせた学校教育や生涯教育」など、教育に関することが約半数を占め、教育の充実が予防施策の重要な役割を期待する声が多いという結果となりました。この結果を受け、若者に限らず住民全般に対し予防施策としての教育を推進していく必要があります。

問11で地域での、手助けが必要な高齢者、障がいのある方、子供の見守りにあたり、必要なサポートで「最新情報の提供」が最も多いものの、他の例としてあげていた項目すべてがあがっており、どれも必要との回答結果でした。地域でのサポートを充実させるには、日々のコミュニケーションや見守りが大切ではないかと考えます。

子ども・高齢者・障がいのある人へのサポートが消費生活行政の大きな柱の一つとなっており、従来にも増して行政内や他の機関・団体との連携を進めていく必要があります。

～『消費生活に関する意識調査』より～

商品やサービスが使いやすく便利になる一方、消費生活のトラブルは以前よりも複雑なものになっています。また、高齢者を狙った悪質商法や犯罪が非常に多くなるとともに、中学生や高校生が多額の被害にあうなど、被害者の年齢層も広がっています。

このような状況を踏まえ、本町では消費者自身が複雑な契約、悪質な勧誘に対しての正しい知識を持ち、慎重に対応することで消費生活トラブルや被害を防止できるようになることを目指し、消費生活の安定と向上を目的とする「消費者教育推進計画」を策定します。

2. 行政による消費者教育の現状

(1) 消費生活センターの取り組み

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。平成25年度以降、消費生活センター（前身の消費者窓口を含む。）が実施した事業は主に以下のものです（表1）。

（表1）

年度	事業内容	対象	参加者実績
平成25年度	わくわく講座	播磨町地域包括支援センター	32人
平成25年度	講義	ことぶき大学	80人
平成26年度	わくわく講座	本荘中自治会	28人
平成27年度	わくわく講座	緑ヶ丘いきいきサロン	30人
平成27年度	わくわく講座	ボランティアグループ	30人
平成28年度	わくわく講座	本荘西自治会	32人
平成29年度	わくわく講座	高山自治会	35人
平成30年度	研修	企業	31人
年3回	啓発チラシ等	スーパー、公共施設利用者	500人

※わくわく講座とは消費生活センターが出向き「かしこい消費者になろう」と題し消費生活相談全般の問題等の普及啓発を図る事業です。

(2) 消費者団体等の取り組み

① 播磨町消費者協会

町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。（表2）

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、消費生活センターと連携し、日々活動しています。

（表2）

月	事業内容	参加者実績
2月	講演会	35人
2月	啓発チラシ等	120人
2月	計量モニター教室	34人
3月	セミナー	36人
3月	啓発チラシ等	112人

※参加者実績は平成29年度実績です。

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

年齢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。

本町では今まで活動をともにしたことはありませんが、この推進計画策定をきっかけにして、今後の播磨町の消費者教育推進に向けて、助言や指導をしていただきたいと思います。

3. 学校における消費者教育の現状

兵庫県消費者教育推進計画『ひょうご“消費者力”アッププラン』では、平成29年に県内の学校における消費者の実施状況を把握するため、県内の小・中・高等学校及び特別支援学校を対象に『消費者教育に関する実態調査』を実施しています。

なお、学習指導要領の内容は以下（表3）のとおりです。消費者教育の充実が図られている項目を抜粋しています。

（表3）学習指導要領にみる消費者教育に関わる内容の抜粋

学校	教科	内容
小学校	社会科	<ul style="list-style-type: none"> ・販売の仕事が消費者の多様な願いを踏まえ売り上げを高めるよう、工夫して行われること。 ・社会生活を営む上で大切な法や決まり
	家庭科	<ul style="list-style-type: none"> ・買い物の仕組み ・物や金銭の使い方と買い物について、消費者の役割が分かること。 ・物や金銭の大切さ、計画的な使い方について理解すること。 ・身近な物の選び方、買い方を考え工夫すること。 ・自分の生活と身近な環境との、関わりや物の使い方などを考え、工夫すること。
中学校	社会科 (公民)	<ul style="list-style-type: none"> ・市場経済の基本的な考え方について理解すること。その際、市場における価格の決め方や資源の配分について理解すること。 ・現代の生産や金融などの仕組みや働きを理解すること。 ・消費者の自立の支援なども含めた消費者行政を取り扱うこと。
	技術・家庭科 技術・家庭科	<ul style="list-style-type: none"> ・購入方法や支払い方法の特徴、計画的な金銭管理の必要性 ・売買契約の仕組み、消費者被害の背景とその対応 ・自立した消費者として責任ある消費行動を考え、工夫すること。

高等学校	公民科 (公共)	<ul style="list-style-type: none"> ・多様な契約及び、消費者の権利と責任、私法に関する基本的な考え方 ・金融を通じた経済活動の活性化
	公民科 (政治・経済)	<ul style="list-style-type: none"> ・経済活動と市場、経済主体と経済循環 ・財政の働きと仕組み及び租税などの意義、金融の働きと仕組み ・市場経済の機能と限界、消費者に関する問題
	家庭科 (家庭基礎)	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者の権利と責任を自覚して行動できるよう消費者の現状と課題、消費行動における意思決定や契約の重要性、消費者保護の仕組みについて理解すること。 ・自立した消費者として生活情報を活用し適切な意思決定に基づいて行動することや責任ある消費について考察し、工夫すること。
	(家庭総合)	<ul style="list-style-type: none"> ・キャッシュレス社会が家計に与える利便性と問題点。 ・経済の重要性や消費者保護の仕組みについて理解を深めること。 ・責任ある消費について工夫すること。

(1) 小学校における消費者教育

○国、兵庫県や各市町の推進計画を考察すると以下の傾向が見えます。

- ・消費者教育に関する授業で問題であると考えられる理由は「取り組み方法がわからない」「他の優先課題があり取り組めない」「予算がない」であります。
- ・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」「特別の教科道徳」等であると考えられます。
- ・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。
- ・学校における消費者教育を充実させるために必要と考えることは「実践事例の紹介」、「児童向け教材の作成・配布」、「教員に対する研修」、「消費者被害の最新情報の定期的提供」、「外部講師を活用した消費者教育支援」などがあげられます。

(2) 中学校における消費者教育

○国、兵庫県や各市町の推進計画を考察すると以下の傾向が見えます。

- ・授業を実施する教科等は「技術・家庭科」「社会科(公民的分野)」「総合的な学習の時間」等であります。
- ・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。
- ・学校における消費者教育を充実させるために必要と考えることは「実践事例の紹介」、「生徒向け教材の作成・配布」、「教員に対する研修」、「外

部講師を活用した消費者教育支援」、「消費者被害の最新情報の定期的提供」などがあげられます。

(3) 高等学校における消費者教育

○国、兵庫県や各市町の推進計画を考察すると以下の傾向が見えます。

- ・授業を実施する教科等は「家庭科」「公民科（現代社会）」「総合的な学習の時間」等であります。

- ・学校において消費者教育を充実させるために必要と考えることは「実践事例の紹介」、「生徒向け教材の作成・配布」、「消費者被害の最新情報の定期的な提供」、「教員に対する研修」、「外部講師を活用した消費者教育支援」であります。

(4) 特別支援学校高等部における消費者教育

○国、兵庫県や各市町の推進計画を考察すると以下の傾向が見えます。

- ・授業を実施している教科等は「ホームルーム」「情報に関する授業」等あります。

- ・消費者教育を充実させるために必要と考えることは「実践事例の紹介」、「生徒向け教材の作成・配布」、「消費者被害の最新情報の定期的な提供」、「教員に対する研修」、「外部講師を活用した消費者教育支援」であります。

4. 事業者等による消費者教育の現状

本町においては、各事業者がどのような消費者教育関連事業を実施しているか、消費生活センターが十分に把握できておらず、情報収集や事業者との連携が今後の課題であります。

5. 消費者教育を推進する方策

消費者教育の最大の目的は、消費者が自らの権利を守り、安全・安心に生活できるようになることを支援することであり、そのために消費者一人一人が考え、より良い選択ができる力を付けるとともに、地域全体により、安全なまちづくりを進めていくことです。

また、被害に遭わないよう努めるだけでなく、自らの消費行動が社会経済や企業活動に与える影響を消費者が理解し、主体的に行動することにより、次世代につながる豊かな社会の実現を目指します。

消費者が、自ら考え、選択し、行動する力を身に付けるために、家庭教育、学校教育、社会教育を通じ、生涯にわたって、消費者教育の機会を提供します。

また、障がいのある人や、子育てや介護中の家庭であるなど、消費者を取り巻く環境は様々です。新たな手法で情報提供を行うなど、それぞれの置かれている環境や状況に応じた消費者教育の推進に取り組みます。

消費者が自らの権利を守り、安全・安心に生活できるようになるためには、消費生活トラブルや消費者被害の未然防止、早期発見、早期解決、再発防止な

どを実現していくことが重要です。そのためにも、当事者である消費者自身や地域活動団体、商品やサービスを提供する立場の事業者、行政が相互に連携し、情報提供、情報共有をすることで地域見守り力を強化し、安全で安心な地域社会を目指します。

本町における消費者教育の現状から分析し推進する方法は、以下の3点であります。

方策1. 消費生活センターの認知度を高める。

方策2. できることから、消費者教育を始める。

方策3. 消費生活センターがコーディネートし各種団体等と連携強化する。

(1) 現状分析からの今後の消費者教育の実施について

①消費生活相談の状況から

高齢者を対象にした特殊詐欺等の被害が絶えないことから、高齢者への消費者教育、さらには見守り体制・相談体制の拡充が重要であります。また、播磨町消費生活センターでもいつもインターネット関係のトラブル相談が多い状態です。この対応策としましては、インターネット、携帯電話、スマートフォンに関する消費者教育を、それらに接する初期段階である小学生や中学生への消費者教育が必要であります。播磨町におきましては、アンケート結果でもありましたように中学生を対象に重点的に消費者教育を推進していきます。

②消費者の意識から

播磨町消費生活センターの存在等を確実に知っていただいている方はアンケート結果から9%とごくわずかである(7頁参照)ため、消費生活センターの存在をもっとPRする必要があります。

商品やサービスに不満や被害があったが、どこにも相談しなかったが36人と、播磨町消費生活センターへは6人と大きな開きがあります。また、どこにも相談しなかった人のうち21人の人が「相談するのは面倒」と回答している(6頁参照)ように、消費者自身が問題解決に向けて相談することへの意識を高めるために、消費生活センターと消費者協会が連携して支援することが必要であります。

また、消費者協会をはじめとする団体等は、様々な取り組みを実施していますが、今後はそれらの取り組みをさらに充実するため、消費生活センターと連携を深めていくことが必要であります。

③学校における消費者教育の現状から

授業を実施する教員が消費者教育の視点を持ち、児童や生徒の生活実態や社会の情勢を踏まえ、適時適切に消費者教育が実践できるように、消費者教育に関する授業についての教員向け研修を消費生活センターが実施する

等の積極的支援が必要であります。現状、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ありますので、学校における消費者教育を充実させるためには、「教員に対する研修」はいつかは実施すべきですが、「外部講師を活用した消費者教育支援」で実践的に始めるべきと考えます。

④業者等による消費者教育の状況から

本町においては消費生活センターが事業者の活動実態を把握できていません。

行政と事業者の連携の礎とすべく、まずはどの事業者がどのような取り組みをしているのか、消費生活センターが情報収集する必要があります。情報収集後、どのように行政と事業者が連携していくのか考える必要があります。

(2) 消費者教育を推進するための連携について

行政・学校・消費者団体等多くの機関がそれぞれに消費者教育の主体として様々な事業を実施していますが、それらを総合的な視点でとらえ、役割などを明確化した消費者教育の推進が必要であります。消費生活センターがコーディネート機能を担い、兵庫県を含む行政・警察・学校・事業者・消費者団体、さらには福祉領域の関係機関等、それぞれの持つ機能を活かし、連携していくことが必要であります。

(3) 消費生活センターがコーディネートしていくことの重要性

①消費生活センターの役割

地域においてきめ細かく消費者教育を推進していくには、行政や事業者、消費者団体だけでは困難であり、地域での消費生活に関する啓発を実施できる町民の力を得られるよう、消費生活センターがコーディネートしていくことが求められます。

また、消費者被害の最新情報が各種団体や学校園、地域へと情報提供がスムーズに行えるようシステム作りを行っていきます。

②地域での見守り体制の構築

高齢者は特殊詐欺等の標的とされ、中には、孤立して身近に相談できる人がいない、被害にあっても恥ずかしさから誰にも言えない、という方が多くおられることが想定されます。そのような中で、被害者が問題解決に向けて行動を起こさずにいることは、特殊詐欺犯等を助長させ、さらなる被害者を生むことにつながります。そのため、高齢者の問題解決に向けた支援を行うため、高齢者の被害を早期に発見したり、未然に防止したりするための「見守りの目」が必要であります。きめ細やかな見守り体制を構築するためには、地域住民、民生委員児童委員の町民の力に加え、福祉関係機関の協力を得られるよう、消費生活センターが働きかける必要があります。

第3章 消費者教育の推進体制

1. 庁内各部署・各事業計画との連携

庁内各部署において、各相談窓口が課題解決のための包括的な入り口となるよう、「総合相談窓口」を設置し、各種相談機関等の連携支援体制を構築するため「播磨町総合相談推進委員会」により、『播磨町総合相談支援ネットワーク』の構築を図ります。

消費者教育に関連するものは、防災教育、環境教育、食育、子どもや高齢者の人権の問題、権利擁護、消費者トラブル、子どもの安全対策、子どもの育ちの支援などがあります。それぞれの相談機関や窓口の相互連携により、より効果的に実施できる取り組みができないか、『播磨町総合相談支援ネットワーク』において横断的な事業展開を検討していきます。

将来的には、消費者教育推進庁内連絡会議を設置し、庁内の消費者教育事業の実践と調整、教育委員会との連携による学校での消費者教育実践の推進を図っていきたいと考えています。

2. 高齢者の被害防止の取り組みと消費者教育を推進する各主体と消費生活センターの連携の強化

消費生活センターが消費者教育推進に取り組む各主体と直接連携することはもちろん、消費生活センターがコーディネーターとなり、それぞれの主体相互の連携・交流や情報交換、協働を進めていきます。

(1) 兵庫県との連携

兵庫県消費生活総合センターが実施する各種事業や、今後の実施が予定されている消費者教育関係の研修等を積極的に活用していきます。

(2) 事業者との連携

事業者がまず消費者教育を実践されているのかを調査します。消費者教育実施にあたって、企画立案や講師派遣、コンサルティングを実施していきます。

また、シルバー人材センターへ最新情報を提供し、業務をする中で、高齢者などの消費生活トラブルについて、事前に回避できる知識を身に付けることができるよう、未然防止、早期発見、早期解決、消費生活に関する講習会を開催します。

(3) 消費者団体との連携

消費者団体の機動性、柔軟性を活かし、各種消費者啓発事業を引き続き連携して実施します。

(4) 地域との連携

子育て、介護などにより、消費生活行政との接点が少ない人や、日本の風習に馴染みがない外国人などに対し、自治会や学校などの身近な機関からの情報提供や、接触しやすい媒体の利用により啓発を進めます。

特に自治会と情報交換を行い、消費生活情報に触れる機会が増え、消費への関心が深まり、身近に感じるようになることを目指します。

また、身近な団体である自治会などへ消費生活トラブルなどの情報を提供し、その情報提供により、知識を身に付け、事前に回避できるようにします。

地域も消費者教育推進において重要な役割を担っています。きめ細やかな消費者教育の実践のため、地域と連携し、まちづくり講座の利用促進や地域での見守り体制の充実に取り組みます。

(5) 福祉関係機関・団体との連携

比較的消費者被害に遭いやすい立場の人を支援する権利擁護支援センターや民生児童委員、高齢者生活支援センターなどと連携し、消費生活トラブル情報や消費者被害、トラブルに遭った場合の対応などの情報を共有することで、地域見守り力を強化し、消費者被害の早期発見、早期対応、再発防止につなげます。

特に、高齢者や障がい者への消費者教育推進において、福祉関係機関・老人会等団体との連携は必須です。NPO法人「C・キッズ・ネットワーク」の講座について、町内福祉関係機関において利用促進に取り組みます。また、被害に関する情報収集や支援方策について連携して実施します。

(6) 警察との連携

相談対応や消費者トラブルの防止においては警察との情報共有等の連携が必要です。

消費生活センターと警察が連携し、金融機関等での啓発チラシの配布、相談対応についての勉強会・情報交換会の開催等を実施しており、今後はさらなる連携に取り組みます。