

第3次岐阜市消費者教育推進計画（案）

概要版

計画の基本的な考え方

計画の趣旨

消費生活に関する正確な知識や的確な判断力を身に付けることで、消費者自らが合理的な意思決定を行い、消費者トラブルに対して適切な行動をとることができる力を育むとともに、消費者市民社会の一員として、社会の発展に積極的に関与できる人材を育成し、「豊かで安全な消費者市民社会の実現」を目指すべく、消費者教育を一体的かつ総合的に推進していくための計画です。

「消費者市民社会」とは

消費者市民社会とは、消費者一人ひとりが社会の一員としての自覚を持ち、よりよい社会を実現するために自分の消費行動について考え、商品やサービスを適切に選択でき、自分のことだけでなく、社会全体のことや未来の地球のこと（限りある資源を守り、生態系を維持すること等）まで考えて行動する社会のことです。

計画の位置づけ

- ◆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」
- ◆「第2次岐阜市消費者教育推進計画」の計画期間が終了することに伴い、引き続き消費者教育をより一層効果的に推進していくための計画
- ◆策定にあたって、国の「第5期消費者基本計画」及び岐阜県の「岐阜県消費者施策推進指針2025」を踏まえ、連動した計画

計画の期間

- ◆令和8（2026）年度から令和12（2030）年度までの5年間
- ◆ただし、国・県の動向や社会情勢の変化など、必要に応じ、計画の見直しを行います。

消費者を取り巻く現状と課題

社会情勢の変化

▼デジタル化の進展

- ・ デジタル取引の市場規模が急速に拡大する中、セキュリティやリスクを認識し、消費者トラブルから自らを守るための知識を持つとともに、情報に対する批判的思考力や、適切に情報収集・発信する力を身に付けることが必要

▼持続可能な社会の実現に向けた機運の高まり

- ・ 消費者は、自らの消費生活に関する行動が今後の経済社会や地球環境に影響を及ぼし得ることを自覚し、持続可能な社会の形成に積極的に参画することが必要

▼自然災害等の緊急時における消費者行動

- ・ 災害その他非常の事態において、不確かな情報の拡散や不確かな情報に影響されず、消費者が合理的に行動することができるよう、消費者は、平時より何が正しい情報かを見極め、緊急時に適切に行動できることが必要

▼安全・安心に対する関心の高まり

- ・ 食品表示や商品の警告表示の意味を正しく理解し、風評に惑わされず、正しい知識と理解力を身に付け、それに基づいた選択を行うことが必要

消費生活に関するアンケート調査から見える課題

▼消費生活に関する市民の現状

- ・ 約半数の方が何らかの消費生活トラブルにあっている
- ・ 消費生活トラブルにあった人で「誰にも相談しなかった」と回答した人のうち、22%の人が「誰に相談していいかわからなかったから」と回答
- ・ 市消費生活センターをはじめとする行政相談窓口の認知度について、「知らない」と回答した人が17%
- ・ 消費生活に関する情報の収集先の問いに対し、「行政（国、県、市）のWebサイト」と回答した人が16%



課 題

消費生活センターの認知度向上のための啓発活動の強化

▼消費者教育に対する市民の意識

- ・消費者教育の経験の有無の問いに対し、「受けたことがない」と回答した人は70%
- ・消費者教育の必要性に関する問いに対し、「消費者教育の必要性を認識している人」が95%
- ・消費者教育を始めるタイミングに関する問いに対し、「小学生から高校生までの間で」と回答した人が95%



課 題

消費者教育における需要・供給のミスマッチが発生しており、教育の機会を増やすための施策を立てることが急務

▼消費生活センターに求めるもの

- ・消費生活センターに求める役割の問いに対し、「相談しやすい窓口」と回答した人は67%、次いで、「消費生活センターの認知度アップ」と回答した人は57%
- ・消費生活トラブルにあったときの相談先の問いにおいて、「地域の身近な相談者」と回答した人は0%であり、消費者に対する必要なサポートに関する問いにおいても、「情報弱者（高齢者など）に対するフォロー」と回答した人は58%と割合が高い



課 題

独居高齢者をはじめとして誰一人取り残さない消費者市民社会の実現に向けて、地域の見守り力の強化と、それを効果的に推進するための多様な教育の担い手との連携強化。

消費者教育推進の基本的な方向

ライフステージに応じた体系的・継続的な実施

- ◆幼児期から高齢期までの年齢によるライフステージごとに応じた体系的かつ継続的な消費者教育の実施
- ◆家庭、学校、地域、職場等の様々な環境において、それぞれのライフステージの特徴に応じた消費者教育の実施

消費者の多様な特性に応じたアプローチ

- ◆消費生活に関する知識の量、就業の状態、居住形態、時間的余裕の有無、社会とのつながり、デジタル機器の利用の状況など、それぞれの特性に応じたアプローチの実施

- ◆学習指導要領などそれぞれの方針と合致した学習方法での消費者教育の推進
- ◆高齢者の加齢による判断力や身体的能力等の状況や、障がいのある人の度合いなど、それぞれの特性に応じたアプローチの実施

様々な担い手による連携・協働

- ◆行政、地域の団体、学校、事業者、事業者団体、消費者団体、弁護士をはじめとした専門家などの様々な担い手が連携しての効果的な消費者教育の推進
- ◆地域と消費生活センターをつなぐ消費生活サポーターの育成などによる地域見守り力の強化
- ◆新たな担い手が円滑に消費者教育に参画できるよう、連携の輪を広げるためのコーディネート機能の強化

他の消費生活に関連する教育と消費者教育との連携推進

- ◆環境教育、食育、国際理解教育などの消費生活に関連する教育を所管する行政部署、関係機関団体との連携を図りながら、消費者教育を効果的に推進

計画の目標と基本施策

目 標

豊かで安全な消費者市民社会の実現

～自ら考え、選択し、行動する消費者の育成～

基本施策

基本施策 1 消費者の環境やライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進

- ◆家庭教育、学校教育、社会教育を通じ、子ども・若者から高齢者まで、生涯にわたって、それぞれのライフステージに応じた消費者教育の機会を提供
- ◆行政、地域団体、学校、事業者、消費者団体、専門家、支援機関などの様々な消費者教育の担い手が連携・協働し、効果的な消費者教育の実施

基本施策 2 消費者教育推進のための拠点（消費生活センター）の機能強化

- ◆社会情勢に即した消費生活に関する情報を迅速かつ正確に市民へ提供
- ◆多様化する消費者トラブルに対応するための消費生活相談員の相談対応力の向上

- ◆地域の安全・安心な消費生活を支える活動を行う消費生活サポーターや、多様な消費者教育の担い手の相互連携を円滑に行うための調整役を担う消費者教育コーディネーターなどの人材育成

計画の推進の方向性と主な取組

基本施策	推進の方向性	主な取組
消費者の環境やライフステージ 1 に応じた体系的な消費者教育の推進	小学校、中学校、高等学校など学校における消費者教育の推進	● 教職員の各種会議や新人教職員研修など教職員が集まる場での消費者教育の周知 ● 消費生活相談員派遣などによる教職員との協働による授業の開催
	若者（18歳～22歳）への消費者教育の推進	● 学校内における人通りの多い場所への啓発ブースを設置し、巡回型消費生活展を開催 ● 学生との協働による消費生活に関する啓発冊子を作成し、啓発活動に活用
	高齢者、障がい者等に対する消費者教育の推進	● 消費者トラブルを落語、腹話術、手品、寸劇などで表現し、楽しみながら学べる出前講座を開催 ● 福祉関係部署と連携した高齢者向けのガイドブックの作成
	地域、職域、家庭における消費者教育の推進	● コミュニティーセンター等の社会教育施設の一角に啓発ブースを設置し、巡回型消費生活展を開催 ● 消費者トラブルを落語、腹話術、手品、寸劇などで表現し、楽しみながら学べる出前講座を開催
消費者教育推進のための拠点 2（消費生活センター）の機能強化	多様な教育の担い手との連携強化	● 消費者団体等との情報交換会開催により相互理解を深めることによる効果・効率的な消費者教育の推進 ● NPO法人の情報発信網を活用した啓発と啓発手法の研究 ● 消費者団体等と連携したショッピングモール等での企画型消費生活展の開催 ● 県、金融広報委員会、金融経済教育推進機構（J-FLEC）等の多様な教育の担い手と連携した消費生活講演会の開催
	消費者教育を推進する人材育成	● 消費生活サポーターのスキルアップを図るため、消費生活相談員等を講師とした研修会を開催 ● 多様な教育の担い手との円滑な連携に必要な消費者教育コーディネーターの育成や発掘及び配置
	効果的な情報発信	● 市ホームページやSNS等の電子媒体での消費生活に関する情報の発信 ● 広報紙やポスター・チラシ等の紙媒体の電子媒体での消費生活に関する情報の発信 ● ラジオのスポット放送等のマスメディア媒体での消費生活に関する情報の発信
	多様化する消費トラブルへの相談対応力の向上	● 国民生活センター等が主催する専門的な研修会参加による消費生活に関する知識の習得 ● 専門知識を有する弁護士と相談事例研究会を開催し、多様化・複雑化した消費者トラブルに対応する知識を習得

数値目標

基本施策	指 標	現状値 令和6年度 (2024年度)	目標値 令和12年度 (2030年度)
消費者の環境やライフス 1 テーグに応じた体系的な 消費者教育の推進	消費者教育を受けたこ とがある割合	30%	40%
	出前講座の開催回数	94回	120回
消費者教育推進のための 2 拠点（消費生活セン ター）の機能強化	消費生活センターの認 知度	55%	65%
	消費生活サポーター登 録者数	44人	60人

計画の推進体制

本計画の推進は、消費者を中心に、学校や家庭における教育、福祉や地域の各関連機関や事業者、行政などが連携、協力しながら取り組んでいきます。また、学識経験者、消費者団体、事業者、各関連機関などで構成する「岐阜市消費者教育推進地域協議会」において、消費者教育の効果的な推進に関して、相互に情報交換などを行います。また、年度ごとに計画の進捗状況を報告し、評価、意見交換を行い、消費者教育の推進を図ります。

【推進体制図】

