

北九州市消費者教育推進計画 概要

計画の基本的考え方

1 計画策定の趣旨

消費者教育に総合的・体系的・継続的に取り組み、自立した消費者を育成

2 計画の位置づけ

消費者教育推進法第10条第2項に基づき、国の基本方針及び「福岡県消費者教育推進計画」を踏まえて策定する「市町村消費者教育推進計画」

3 計画の期間 令和7年度～令和13年度(7年間)

4 計画の推進体制 北九州市消費生活審議会(条例上の付属機関)の意見を踏まえ推進

消費者を取り巻く現状

1 社会情勢の変化

- デジタル化の進展 … デジタル取引の増加(電子商取引規模拡大)、決済手段の多様化・高度化
- 消費者の多様化 … 人口減少・少子高齢社会、成年年齢の引下げ、孤立・孤独の顕在化、在留外国人の増加など
- 消費者関連法の改正等 … 特定商取引法(送り付け商法対策)、消費者契約法(取消権行使期間の伸長)、民法(成年年齢引下げ)、学習指導要領(社会・家庭科等に消費者教育関連の記載充実)
- 環境に配慮した商品や仕組み … 消費行動を通じた消費者市民社会・SDGsの実現

2 北九州市立消費生活センターにおける消費生活相談の状況

- 令和5年度の相談件数は9,852件(近年は1万件前後で推移)
- 60歳以上の方々からの相談が全体の約4割で推移
- 商品別相談件数では、「商品一般」、「化粧品」が多く、これは、架空請求の事例やインターネットによる通信販売で、意図せず定期購入となった事例などの相談が多く寄せられていることが反映

3 消費者教育に関する市民の意識等

- 市民意識調査
 - 消費者教育に関心がある人は約63%で、中でも年代構成では60歳代が約71%と最も高い。
 - 消費者トラブルにあったことのある人の割合は約34%で、40歳代・60歳代が、いずれも約43%と割合が高い
 - 消費者トラブルの相談先は「家族・知人・同僚など身近な人」が最も多く約65%、次いで行政窓口の約60%
 - 商品やサービスの購入・契約の際、表示や説明を十分に確認するなどの行動をとっている人は、全体の約65%
 - 消費生活センター相談窓口の認知度は約94%
- 学校等調査
 - 小・中・高・特別支援学校等では、学習指導要領に基づき、児童・生徒の発達段階に応じた消費者教育を実施
 - 全ての大学、短大が消費者教育を実施
 - 大学、短大での消費者教育は、入学時のオリエンテーションが多く約67%で、授業・ゼミで消費者教育が実施されているのは1校のみ

取り組むべき課題

1 若年者への重点的な啓発等の実施

・知識や経験の不足などのせい弱性につけ込まれ、消費者トラブルに巻き込まれる可能性

・学校内外での若年者への消費者教育のさらなる充実が必要

2 高齢者や障害のある人への重点的な啓発等の実施と見守りを行う者への情報提供

・地域社会とのつながりの希薄化などを背景に、消費者のトラブルの深刻化懸念

・本人への啓発等のほか、見守り支える地域の支援者によるネットワークのさらなる充実が必要

3 デジタル化に対応した消費者教育の推進

・デジタル化の急速な進展により、デジタルサービスを賢く利用し、トラブルから自らを守るための知識、他者に被害を与えないための情報モラル等を身に付けることが必要

4 消費者市民社会の形成に参画する消費者の育成

・自らの消費行動が社会に影響を与えることを認識し、持続可能性に配慮した消費行動を行うことが必要

・体系的な学習の機会や情報の提供が必要

計画の体系

目標

「安らぐまち」の実現 ～自ら考え確認し、行動する消費者の育成～

成果指標(KPI)

- ◎「商品やサービスの購入・契約の際、表示や説明を十分に確認するなどの行動ができる消費者」の比率の向上(令和13年度までに90%を達成)
- ◎「市立消費生活センター・消費生活相談窓口」の認知度の向上(令和13年度まで90%以上を維持)

目標を達成するための4つの「基本方針」とその方針に基づく主要な施策

1 ライフステージでの体系的・継続的な消費者教育の推進

①小学校・中学校・高等学校等

- ・幼稚園等における各指針、要領に基づいた「生きる力」の習得
- ・学習指導要領に基づく各教科等での授業
- ・小学校・中学校・高等学校における出前講座の実施
- ・中学校・高等学校への消費者トラブル情報の提供
- ・発達段階に応じた小中学校での環境学習の実施
- ・保護者等を対象とした出前講座の実施

②大学・専門学校等

- ・大学・専門学校等における出前講座の実施
- ・大学・専門学校等への消費者トラブルに関する情報の提供
- ・大学新入生へのリーフレット等の配付

③地域社会

- ・市民センター等における出前講座の実施
- ・「青少年ボランティアステーション」や「北九州ひとみらいプレイス」など地域で活動する団体への情報の提供
- ・「北九州市消費者被害防止情報交換会」の開催

④家庭

- ・SNS等を活用した消費者トラブルに関する情報の提供
- ・保護者等を対象とした出前講座の実施(再掲)

⑤職域

- ・事業者に対して、社員対象の出前講座の実施
- ・商工関係団体による研修会を活用した啓発
- ・事業者の若年社員向けに消費者トラブル情報の提供

2 消費者の多様な主体や特性に応じたアプローチ

①若年者

- ・二十歳の記念式典など若年者が集まる機会をとらえた注意喚起の実施
- ・SNS等を活用した若者に多い消費者トラブルに関する情報の発信
- ・インターネット適正利用の推進

②高齢者、障害のある人

- ・高齢者への消費者被害防止に向けた取組みのさらなる推進(あんしんサポートメール、啓発講座等)
- ・障害のある人の特性に配慮した消費生活相談体制のさらなる整備
- ・高齢者や障害のある人の権利・財産を守る成年後見制度・地域福祉権利擁護事業の利用促進

③デジタル機器の利用状況等

- ・SNS等を活用した注意喚起の実施
- ・デジタル機器以外による注意喚起の実施

④誰でも消費者被害に遭う可能性

- ・メディアの適切な活用推進(パソコン・スマホ講座開催時にインターネット利用のマナー等を啓発)

3 消費者教育の担い手育成

- ・消費生活相談員等への研修の充実
- ・教員への研修の実施
- ・保護者等を対象とした出前講座の実施(再掲)
- ・ケアマネジャーや介護事業者などの支援者を対象とした講義の実施(消費者トラブル回避のための見守り技法など)
- ・消費生活サポーターを配置、あるいは役割を担う人材を育成し、関係機関との連携強化

4 消費者教育を行う多様な主体の連携、協働

- ・司法・学識経験者等で構成する北九州市消費生活審議会を開催
- ・庁内関係課で構成する庁内消費者教育推進連絡会議を設置・開催