

第1章 「沼津市消費者教育推進計画」の基本的な考え方

1 推進計画策定の趣旨

本市では、平成28年3月に平成28年度（2016年度）から令和2年度（2020年度）までの5年間の計画期間とした「沼津市消費者教育推進計画」を策定しました。この計画に基づき、消費者教育の円滑な推進を図るため、平成28年度に「消費者教育推進地域協議会」を設置し、検証と評価を行いながら消費者が主役となる持続可能な社会の形成を目指した取組を行ってきました。

近年、デジタル化の進展や電子商取引の拡大など、高度情報化やグローバル化は大きく進み、消費生活上の変化はあらゆる世代に及び、相談内容も変化し広がりを見せています。また、高齢化の進行や法改正による成年年齢引き下げ、新型コロナウイルス感染症の拡大など、社会情勢は変化し続けています。

国では、消費生活を取り巻く環境の変化を勘案し、消費者教育の推進に関する施策の実施状況を踏まえ、平成25年（2013年）6月に策定した「消費者教育の推進に関する基本的な方針（以下「基本方針」という。）」について、平成30年度（2018年度）から令和4年度（2022年度）までの5年間の対象とした新たな基本方針を定めました。

また、静岡県においては、自ら学び自立し行動する消費者の育成を目標として、平成30年度（2018年度）から令和3年度（2021年度）までを計画期間とする「第2次静岡県消費者教育推進計画（以下「県推進計画」という。）」を策定しました。

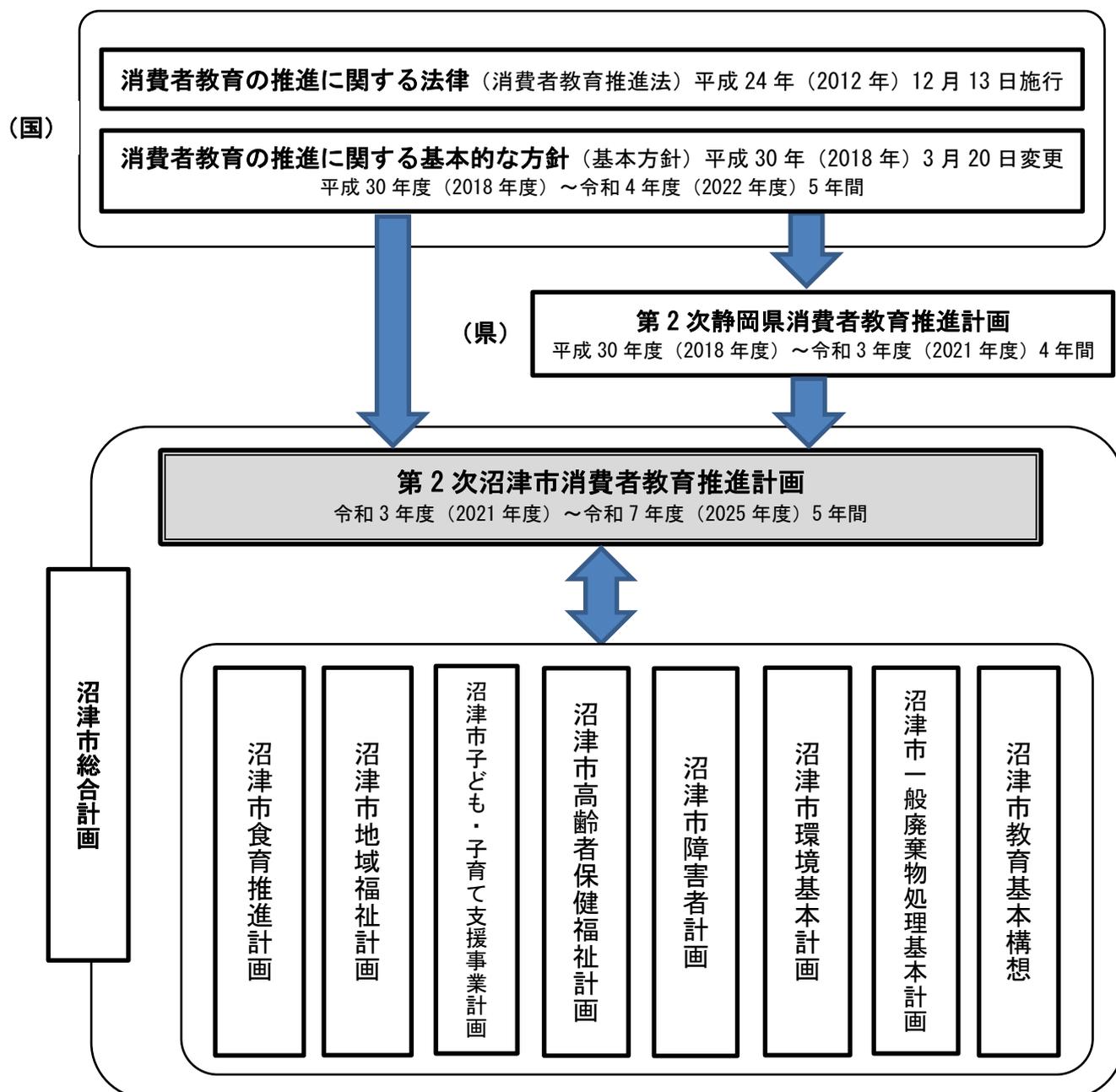
本市の第1次沼津市消費者教育推進計画は令和2年度（2020年度）までの計画期間となりますが、引き続き、社会経済情勢や国県の動向を踏まえながら、消費者市民社会（*）の実現を目指し、市民（消費者）、行政、地域、事業者、学校等の各主体と連携しつつ、消費者教育を一体的かつ総合的に推進していくため、「第2次沼津市消費者教育推進計画（以下「推進計画」という。）」を策定します。

（*）消費者市民社会とは、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。

なお、消費者市民社会を目指し、ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進は、2015年9月に国連の持続可能な開発サミットで採択された「持続可能な開発目標（SDGs）」の、特に目標12「つくる責任つかう責任」の達成に資する施策です。

2 推進計画の位置づけ

本推進計画は、「消費者教育の推進に関する法律」第10条第2項の規定により、国の「基本方針」及び「県推進計画」を踏まえ、本市における消費者教育の推進に関する施策についての計画を定めるものです。



消費者教育の推進に関する法律（抜粋）

(基本方針)

第9条 政府は、消費者教育の推進に関する基本的な方針を定めなければならない。

(都道府県消費者教育推進計画等)

第10条 都道府県は、基本方針を踏まえ、その都道府県の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画を定めるよう努めなければならない。

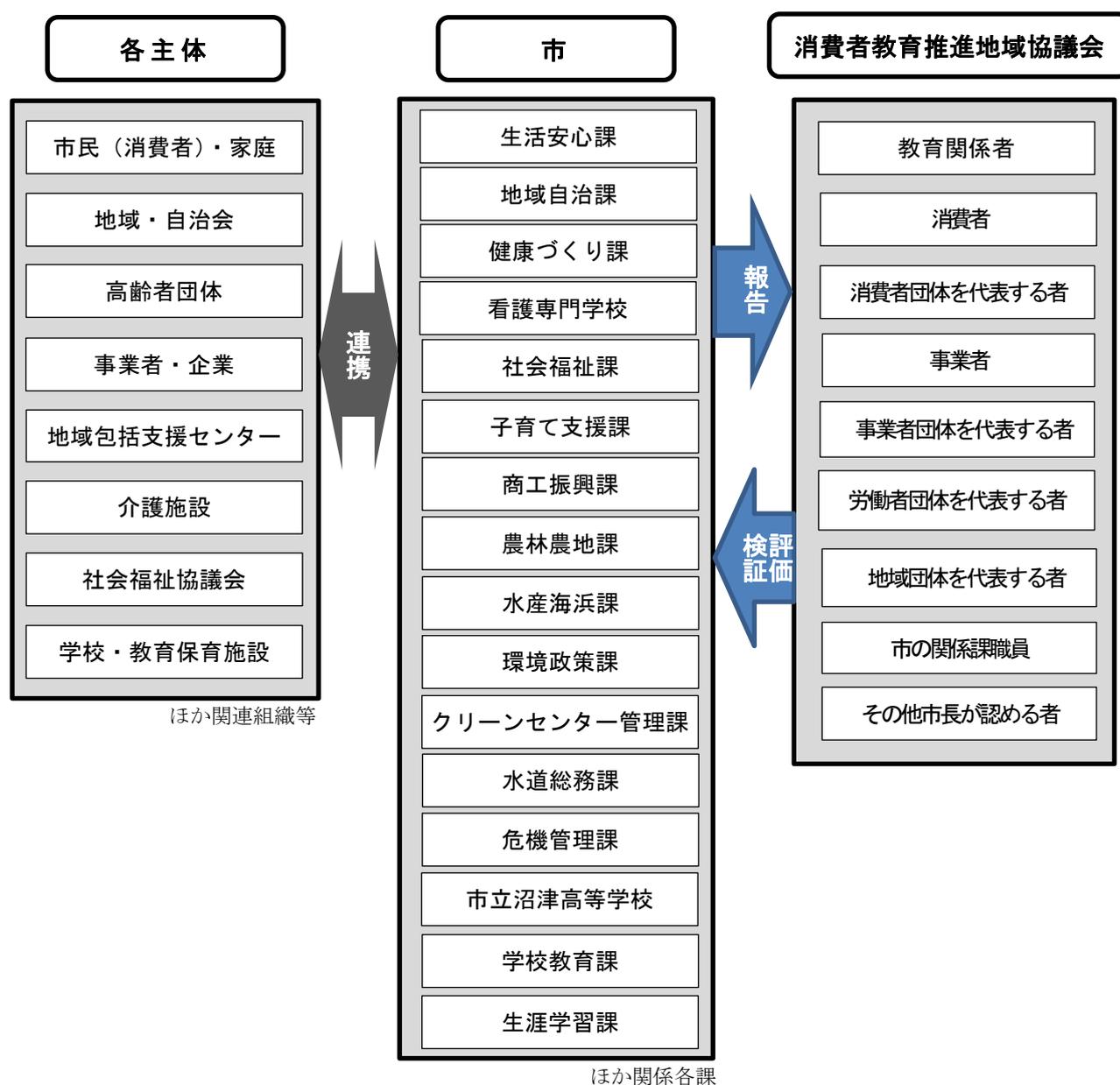
2 市町村は、基本方針(都道府県消費者教育推進計画が定められているときは、基本方針及び都道府県消費者教育推進計画)を踏まえ、その市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画を定めるよう努めなければならない。

3 推進計画の期間

令和3年度（2021年度）から令和7年度（2025年度）までの5年間とします。
また、国や県の動向、市の取組の実施状況を踏まえ、必要に応じて随時見直しを行います。

4 推進計画の推進体制

本市では、沼津市消費者教育推進地域協議会を設置し、消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して、情報交換及び調整を行うとともに、推進計画に関する施策又は事業の進捗状況などの検証・評価を行い、適宜、見直しを行っていきます。



5 推進計画の成果指標

推進計画では、以下4つを成果指標として設定します。

(%)

指標の内容	年	現状値	目標値
		令和2年度 (2020年)	令和7年度 (2025年)
契約等の消費者トラブルの相談が消費生活センターで出来ることを知っている市民の割合 (重点目標1, 5に関連)		21.6 (前回 26.8)	30.0
契約書や印鑑の押印が無くても契約が成立することを知っている市民の割合 (重点目標3, 4に関連)		37.9 (前回 33.2)	45.0
通信販売やインターネットで買物した商品は、クーリング・オフの対象外であることを知っている市民の割合 (重点目標3, 4に関連)		21.4 (前回 21.3)	30.0
消費者教育を受けたことがある市民の割合 (重点目標1, 2, 3, 4に関連)		15.0 (前回 11.2)	20.0

【目標達成に向けて】

「契約等の消費者トラブルの相談が消費生活センターで出来ることを知っている市民の割合」は、前回調査より5.2%減少してしまい、また、その他の指標についても前回の目標値に達しませんでした。今回の目標値においては、前回からの増減や現状値を踏まえ、より現実的な数値としました。

この目標値を達成させるため、沼津市消費生活センターでは、消費生活センターの認知度向上や消費者として有用な知識を身につけていただくため、講座やセミナーの開催、街頭キャンペーンの実施、ポスターの掲示やパンフレットの配布、SNSの活用など、様々な機会や媒体を通して、各世代に浸透していくよう趣向を凝らし取り組んでまいります。

また、協力団体や関係機関等と連携を深め、多くの市民の皆さまに対し、消費者教育を受ける機会を提供できるよう努めてまいります。