

第2次小山町消費者教育推進計画

～ 消費者市民社会の形成を目指し
全ての町民が賢い消費者に ～



令和8年3月
小 山 町



— 目 次 —

第1章 計画の基本的な考え方	1
1 計画策定の背景と趣旨	1
2 計画の位置づけ	2
3 計画期間	3
4 計画の推進体制	3
第2章 消費者教育の現状と課題	4
1 本町における消費生活相談の状況	4
(1) 消費生活相談件数の推移	4
(2) 相談内容	5
(3) 契約当事者の年齢構成	5
2 本町における消費者教育の状況	6
(1) 消費者トラブルについて	6
(2) 被害やトラブルにあった際の相談先	7
(3) 消費者問題への関心	8
(4) 消費者教育の機会	8
(5) 小山町消費生活センターの認知度	9
(6) 小山町消費生活センターに期待すること	9
3 本町における消費者教育の課題	10
第3章 消費者教育推進の基本的な方向	11
1 基本理念	11
2 基本方針	11
3 重点目標	11
4 施策の体系	13
5 計画の成果指標	14

第4章 消費者教育推進の取り組み	15
1 ライフステージに応じた消費者教育の推進	15
(1) 子どもや若者の消費者教育の推進	15
(2) 地域・家庭・事業所における消費者教育の推進	16
(3) 持続可能な社会づくりのための教育	17
(4) ライフステージ別の消費者教育イメージマップ	18
2 高齢者等の消費生活弱者の消費者被害防止	20
(1) 高齢者への消費者被害防止のための啓発	20
(2) 地域で消費生活弱者を見守る体制づくり	21
3 消費生活センターの認知度向上と機能強化	22
(1) 消費生活センターの認知度向上	22
(2) 消費生活センターの機能強化	22
資料編	24
1 消費者基本法	24
2 消費者教育の推進に関する法律	30
3 アンケート調査結果	37

1章 計画の基本的な考え方

1 計画策定の背景と趣旨

近年の少子高齢化の進行やデジタル化の進展、成年年齢の引き下げなど社会情勢が大きく変化する中、消費に関するトラブルも多様化、深刻化しています。また、感染症の拡大による生活様式の変化、そして、インターネットを利用したメディアの多様化や事業者による商品・サービスの広告、提供の方法など、消費者を取り巻く環境は急速に変化しており、町民が自ら消費生活に関する正確な情報を得て的確な判断力を身に付けることが、これまで以上に重要な課題となっています。

さらに、地球環境の変化や経済のグローバル化に伴い、消費者は自らの消費行動が社会経済や地球環境に影響を及ぼすことを自覚し、持続可能な社会の形成に向けて積極的に参画することが求められています。

国では、平成24年8月に消費者の自立支援を目的として「消費者教育の推進に関する法律」を策定し、平成25年6月に「消費教育の推進に関する基本的な方針」が閣議決定されました。それに基づき策定した消費者基本計画により、国民の消費生活の安定及び向上の確保に努めています。

静岡県においても「静岡県消費者基本計画」を策定し、消費者教育を含めた、消費生活に関連する施策を総合的に推進しています。

消費者教育は、安心・安全な消費生活を送るために必要な情報を提供することによって、人々が知識を身に付けて自立することを支援するもので、消費者自らが主体的に行動し、消費者市民社会（*1）の形成に参画するための教育を含んでいます。

本町においては、第1次計画が令和7年度をもって計画期間の終了となることから、以上のような社会情勢や、国と県の動きを踏まえながら、これまでの取組の見直しを行うとともに、さらに消費者教育に関する取り組みを総合的かつ一体的に推進し、消費者被害の防止と消費生活の向上を図り、消費者市民社会の形成を目指すため「第2次小山町消費者教育推進計画」を策定しました。

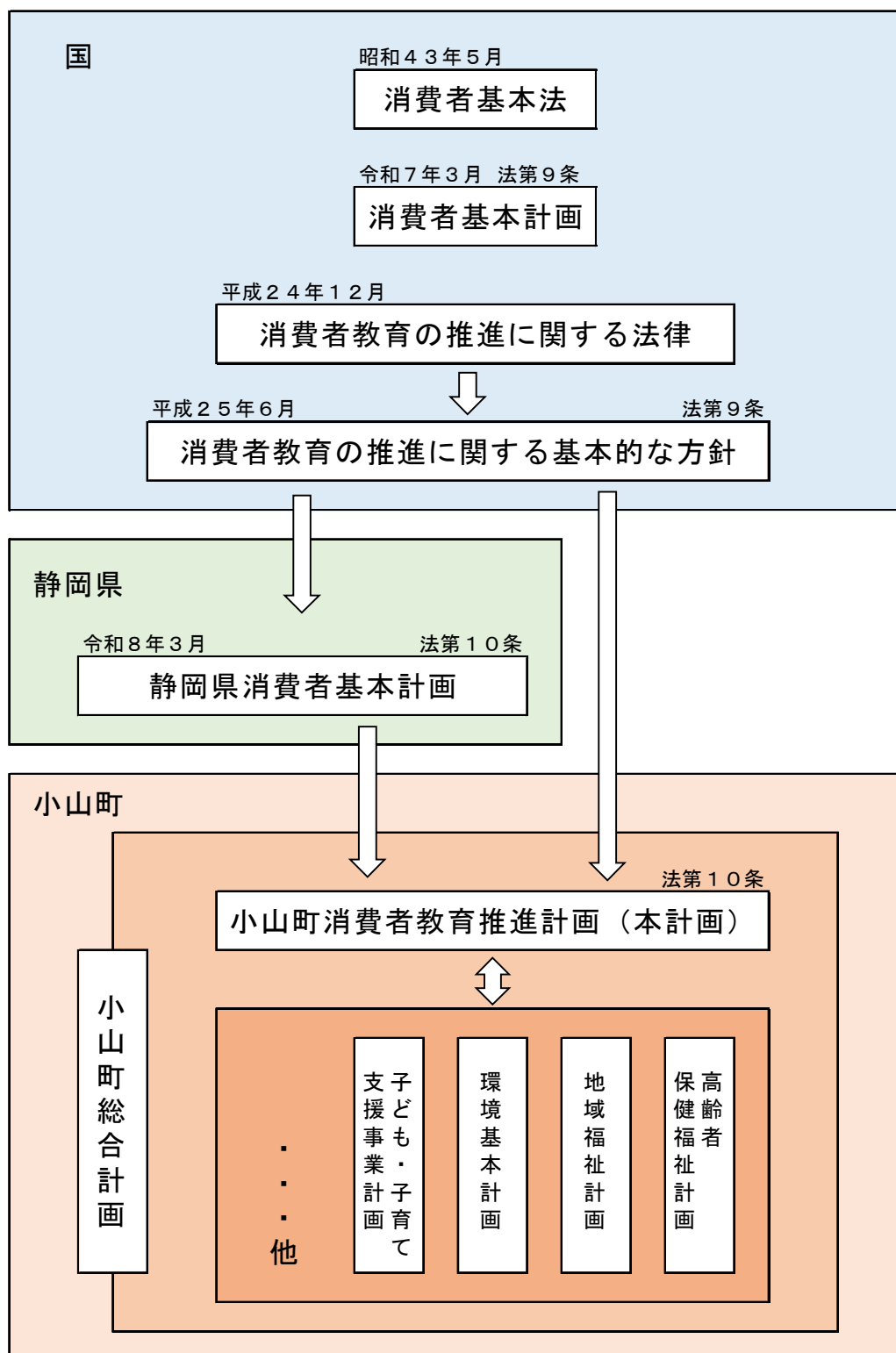
*1 [消費者市民社会]

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をいう。（法第2条第2項）

2 計画の位置づけ

本計画は、消費者教育の推進に関する法律第10条第2項の規定に基づき、国の「消費者教育の推進に関する基本的な方針」及び「消費者基本計画」と「静岡県消費者基本計画」を踏まえて策定するものです。

計画の推進にあたっては関係団体等と連携し、本町の「小山町総合計画」をはじめとする各種計画との整合を図りながら取り組んでいくものとします。



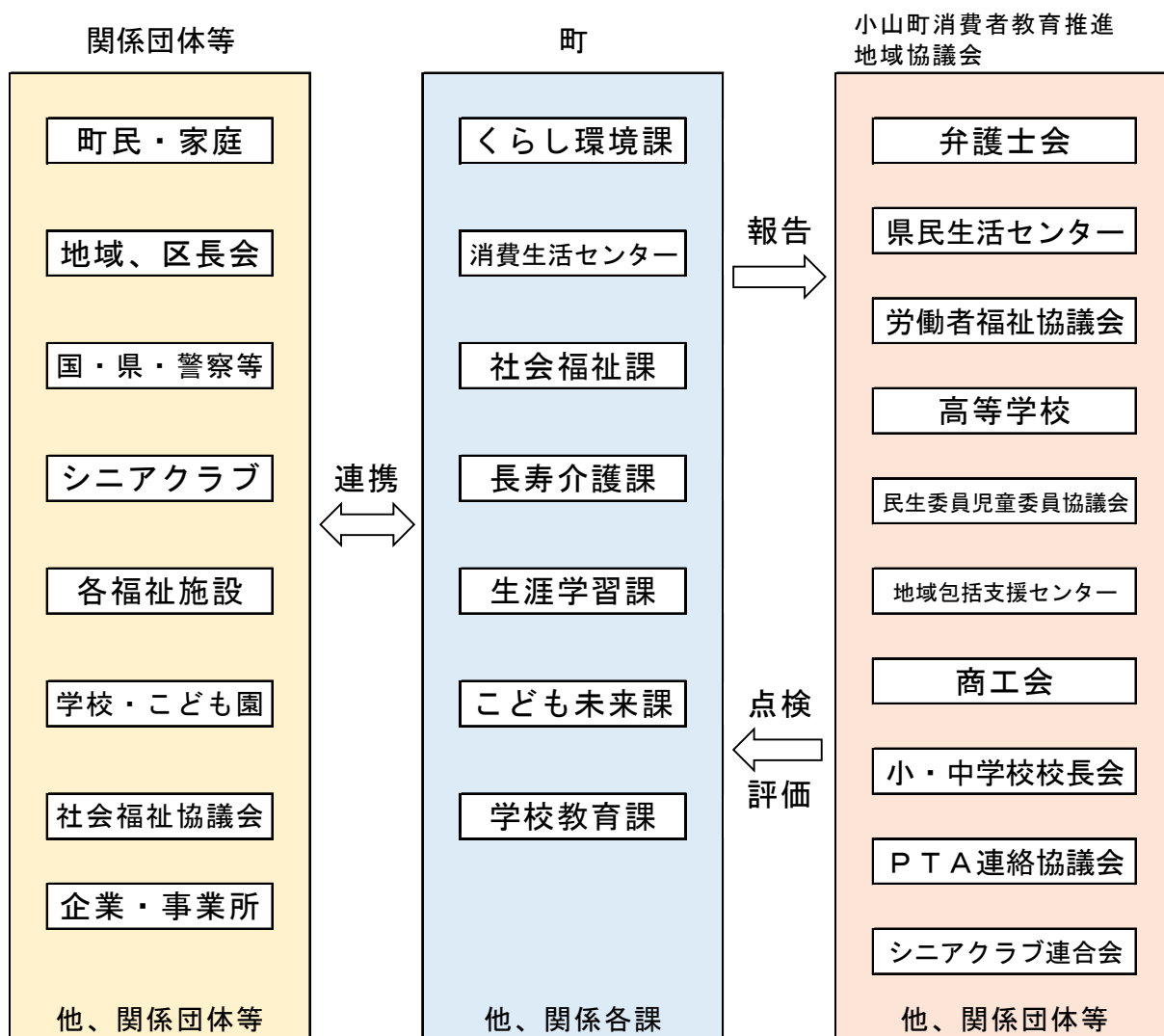
3 計画期間

計画期間は令和8年度から令和12年度までの5年間とします。

なお、社会情勢の変化や、国・県の動向等を踏まえ、必要に応じて見直しを行うものとします。

4 計画の推進体制

各関係団体等と連携し、本計画を推進します。また、本計画検討組織である、小山町消費者教育推進地域協議会を設置し、会議において本計画の進捗状況等を報告し、点検、評価を行います。



第2章 消費者教育の現状と課題

本計画の策定に際しては、本町における消費生活や消費者教育に関する状況を把握するため町民アンケート調査(*2)を実施し、消費生活相談の状況(*3)とあわせて、消費者教育の現状と課題を分析しました。

*2 [町民アンケート調査]

18歳以上の町民1,100名を住民基本台帳登録者の中から無作為抽出し、令和8年2月に「小山町 町民の消費に関するアンケート調査」を実施しました。

資料編に全てのアンケート調査集計結果を掲載します。

*3 [消費生活相談の状況]

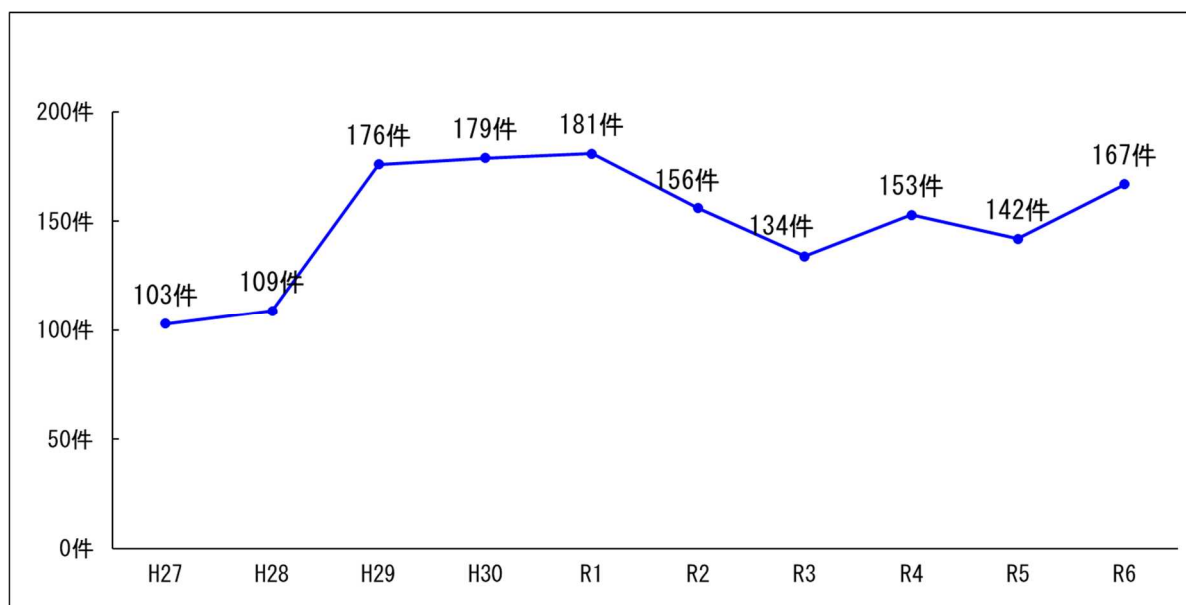
小山町消費生活センターにおいて、平成27年度から令和6年度までの10年間に寄せられた相談について集計しました。

1 本町における消費生活相談の状況

(1) 消費生活相談件数の推移

消費生活相談の件数は、平成27年度には103件でしたが、年々増加しており、令和6年度には167件に達し、10年間で約1.6倍となりました。

その間、コロナ禍に減少を見せたものの、再び増加傾向となり第1次計画策定時の令和3年度からは33件の増加となりました。



(2) 相談内容

相談内容については、通信販売や電話勧誘販売に関するものが多数を占めているのが現状です。また、訪問販売に関する相談も多く寄せられています。

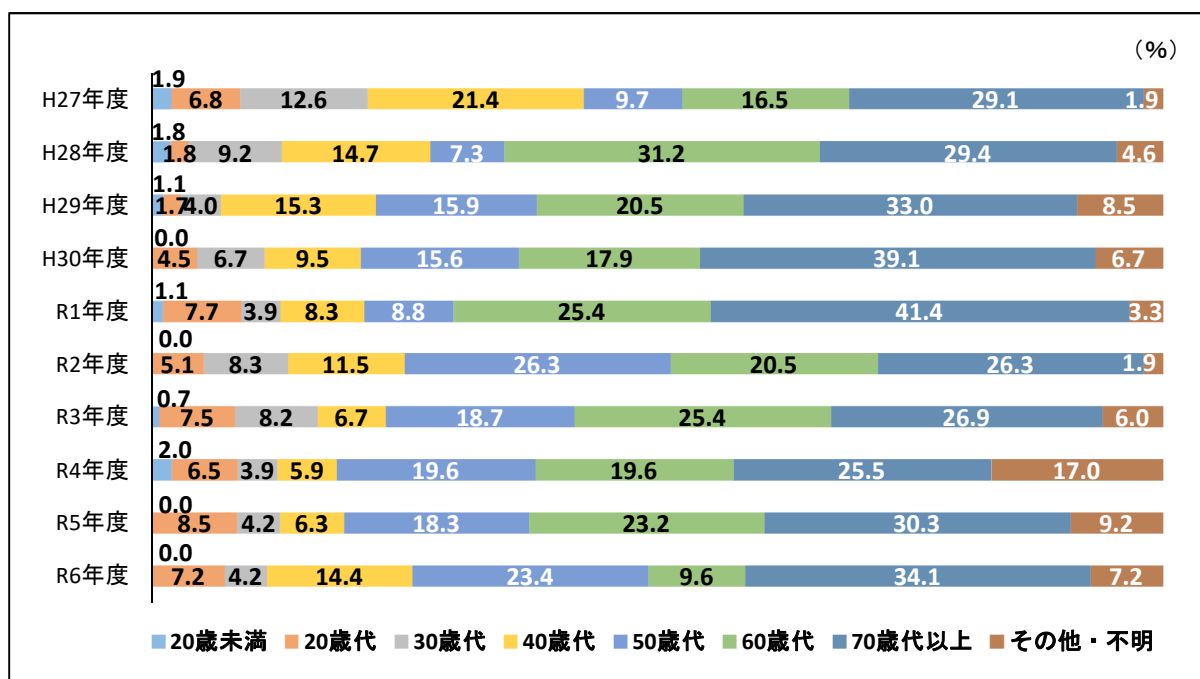
	店舗販売	訪問販売	通信販売	電話勧誘販売	ネガティブ・オプション	マルチ商法	その他無店舗販売	不明・無関係	訪問購入	計	架空請求(内数)
H27	9	6	41	17	0	1	0	29		103	0
H28	14	14	24	31	1	0	2	19	4	109	0
H29	16	19	36	31	0	0	0	60	14	176	50
H30	10	15	26	33	1	0	0	87	7	179	68
R1	21	13	27	23	0	1	2	91	3	181	33
R2	9	20	28	29	3	0	6	58	3	156	13
R3	16	5	19	12	4	2	0	71	5	134	16
R4	13	5	47	4	1	0	0	70	13	153	2
R5	11	29	23	16	2	1	0	46	7	142	2
R6	10	19	29	46	2	1	3	53	4	167	2
計	129	145	300	242	14	6	13	584	60	1500	186

※訪問購入についてはH27から新たに分類

※ネガティブ・オプション＝送り付け商法、マルチ商法＝連鎖販売取引

(3) 契約当事者の年齢構成

各年度において70歳代以上の方の割合がもっとも高い結果となり、60歳代を含めた高齢の方に関する相談が、ほとんどの年度において半数以上を占めています。逆に20歳代、20歳未満の方に関する相談は少ない傾向にあります。

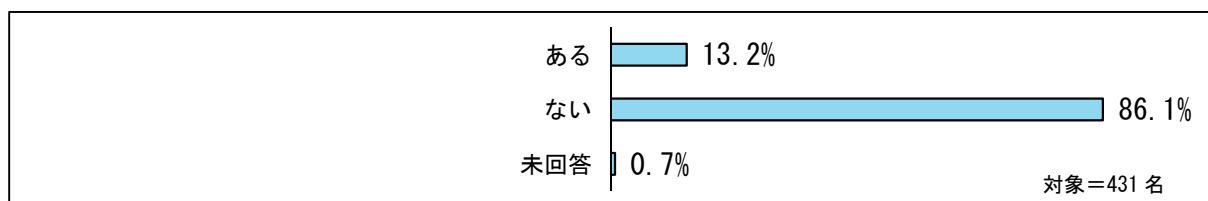


2 本町における消費者教育の状況

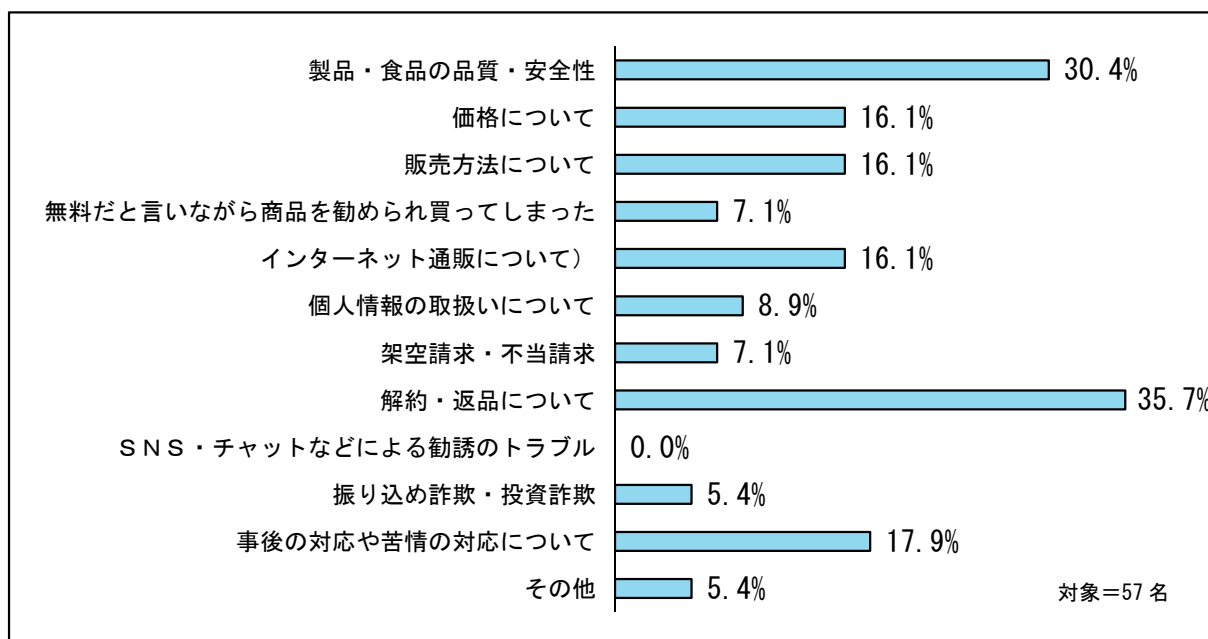
(1) 消費者トラブルについて

回答者の86.1%が「トラブルにあったことがない」と回答していますが、残りの13.2%は「ある」と回答しており、内容も多岐にわたっており、消費者問題の多様化が懸念される結果でした。

町民アンケート調査：(問5) あなたは、商品を購入したり、サービスを利用したりした時にトラブルにあったことがありますか。



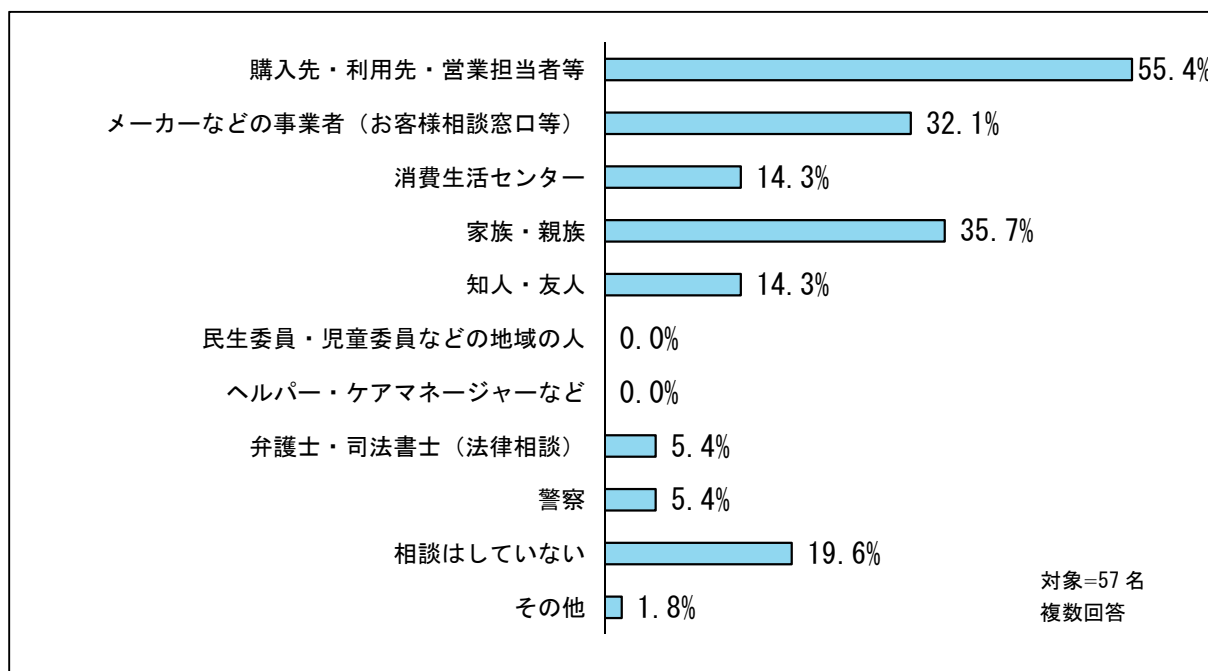
町民アンケート調査：(問6) そのトラブルはどのような内容でしたか。



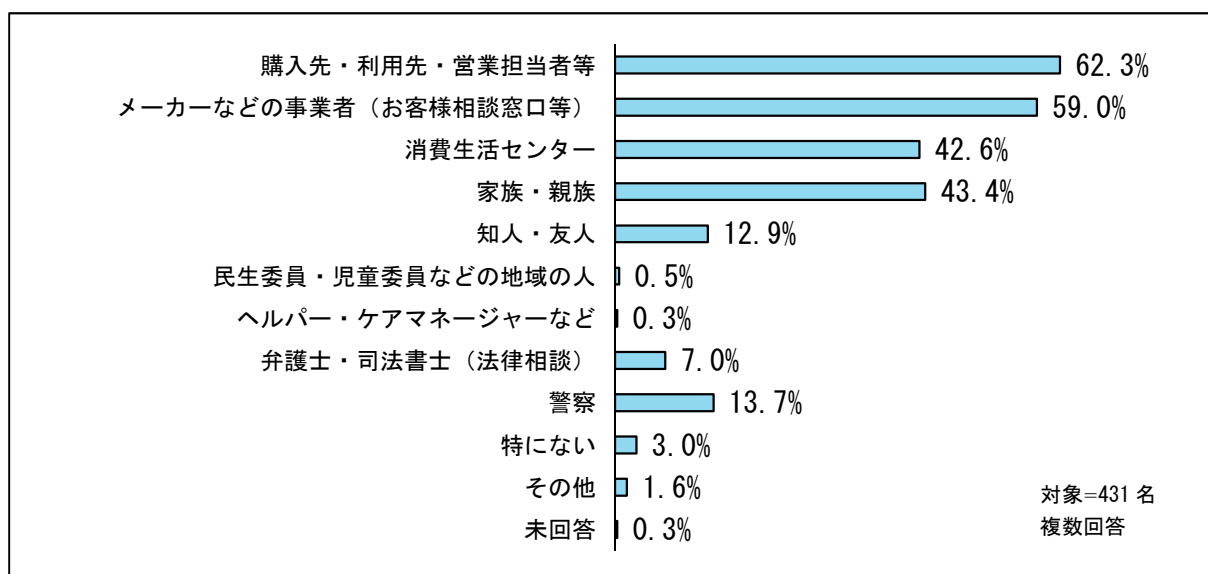
(2) 被害やトラブルにあった際の相談先

被害にあったことが「ある」と回答した人の内、「消費生活センター」へ相談した人は14.3%でした。また、被害にあったことが「ない」と回答した人の内、安心して相談できるところに「消費生活センター」を選択した人は全体の42.6%でした。

町民アンケート調査：(問7) 被害やトラブルにあった際にどこへ(誰に)相談しましたか。



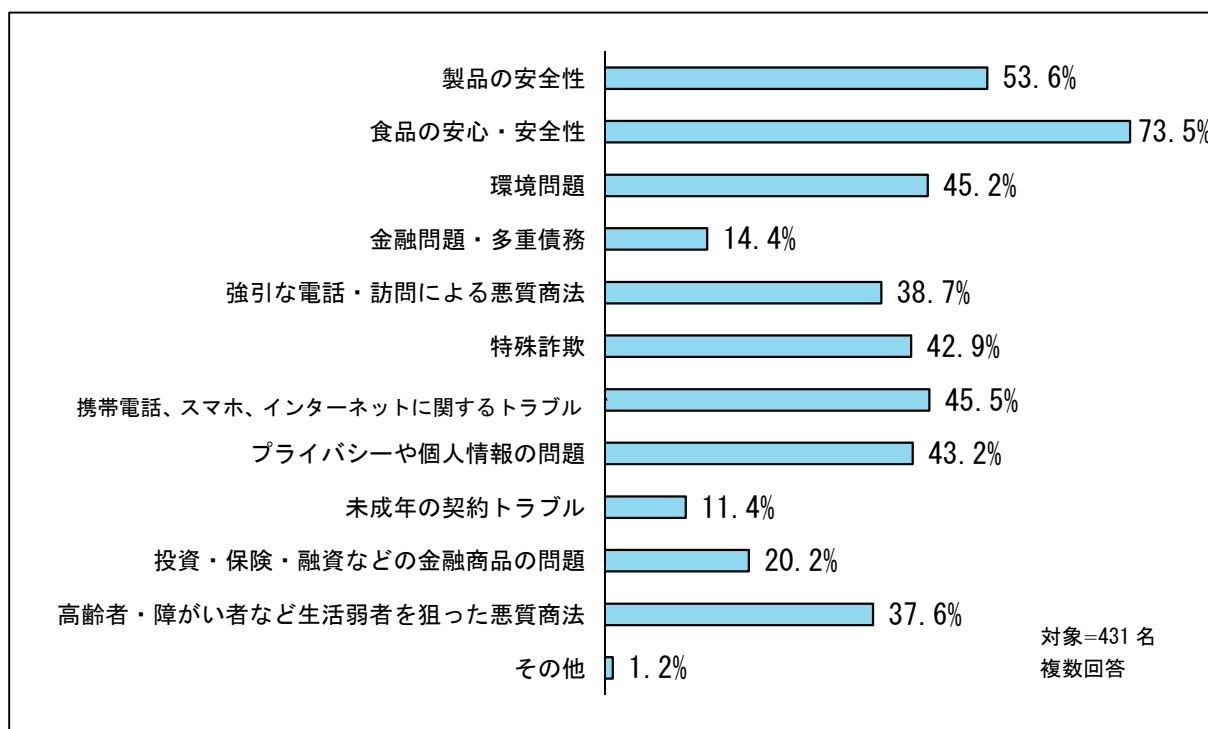
町民アンケート調査：(問9) 消費者トラブルにあった時「安心して相談できるところ」は次のどれですか。



(3) 消費者問題への関心

「食品の安心・安全性」「製品の安全性」など、安心・安全に対し高い関心があることが分かります。また、「環境問題」や「携帯電話・スマホ・インターネットに関するトラブル」に対しても高い関心があることが示されました。

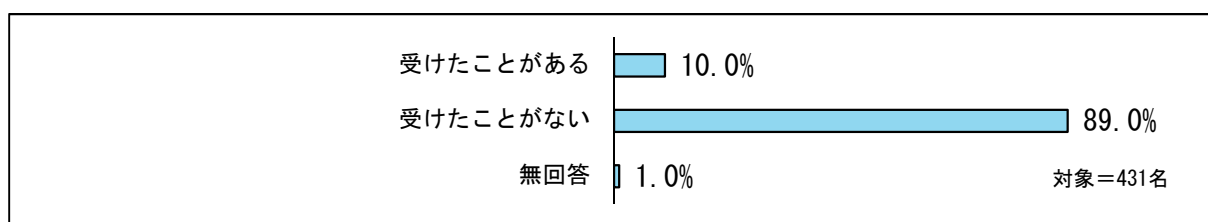
町民アンケート調査：（問2）関心がある消費者問題はなんですか。



(4) 消費者教育の機会

消費者教育を「受けたことがある」と回答した人はわずか10%と少数でした。第1次消費者教育推進計画策定時の調査と同様の結果となっており、消費者教育の積極的な実施の必要を感じる結果となりました。

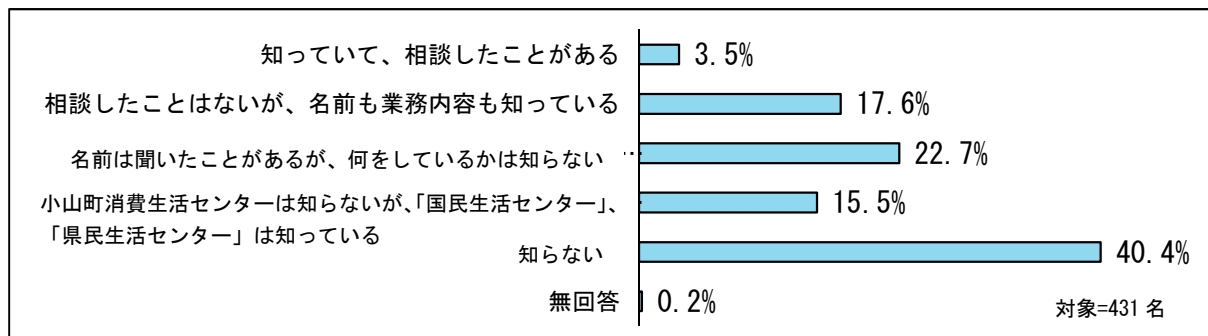
町民アンケート調査：（問12）（1）あなたは消費生活に関する教育（学校や会社、町で行う講座など）を受けたことがありますか。



(5) 小山町消費生活センターの認知度

「名前は聞いたことがあるが何をしているかは知らない」または「知らない」と答えた人が合わせて63.1%となり、認知度は低い結果でした。

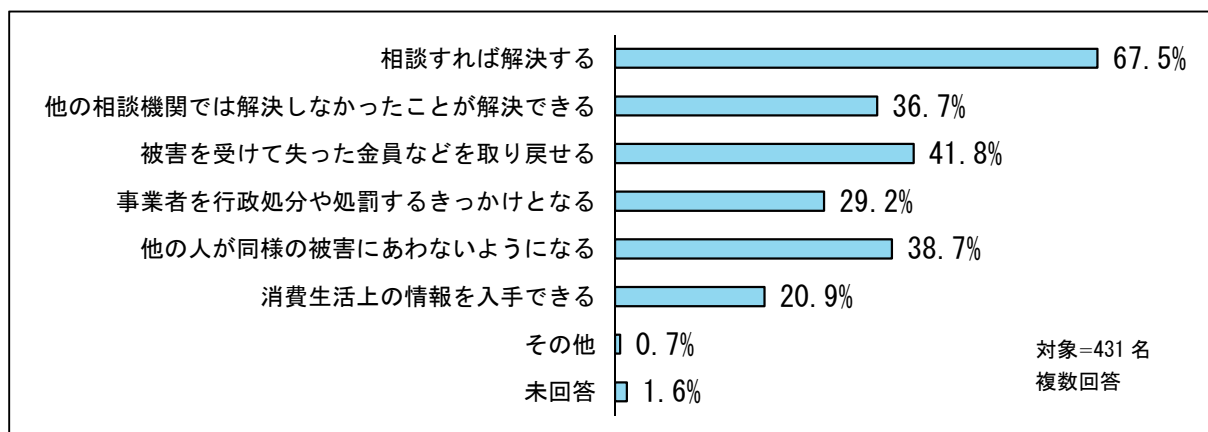
町民アンケート調査：(問10) 消費者トラブルを相談できる「小山町消費生活センター」を知っていますか。



(6) 小山町消費生活センターに期待すること

「相談すれば解決する」「被害を受けて失った金員などを取り戻せる」ことを期待している人が多数でした。また「他の人が同様の被害にあわないようになる」ことも期待されています。

町民アンケート調査：(問11) あなたが消費生活センター等に相談する場合、期待することは次のどれですか？



3 本町における消費者教育の課題

消費生活相談の件数は年々増加傾向にあり、特に60歳代以上の高齢世代の方が契約当事者である相談が大半を占めていることから、高齢者の見守り体制の強化は必須であると考えられます。

相談内容については多様化、複雑化してきています。そのため、消費者自らが考え、適切な対応ができるよう、常に最新の情報を提供し、消費生活講座など有益な知識を習得できる機会を多く設けることが必要です。

また、町民アンケート調査では、被害にあったことが「ある」と回答した人の内、「消費生活センター」へ相談した人は14.3%で、それに対し被害にあったことが「ない」と回答した人の内、安心して相談できる先に「消費生活センター」を選択した人は全体の42.6%でした。

消費生活センターは、人々が様々な消費に関するトラブルについて相談でき、かつ必要な情報の提供や知識の普及を行う消費者教育の中心となることが期待されています。しかしながら、現状は町民の大半がその存在を知らない、または名前を聞いたことがあるが何をしているか知らず、相談先に選ばなかった人が実際に被害を受けていることが推測できるため、消費生活センターの認知度向上は引き続き大きな課題です。

第3章 消費者教育推進の基本的な方向

1 基本理念

国の基本方針や静岡県消費者基本計画、本町の消費者教育の現状と課題を踏まえ、本計画では、自ら考え、選択し、行動できる自立した消費者の育成を推進し、消費者市民社会の形成を図ります。

～ 消費者市民社会の形成を目指し 全ての町民が賢い消費者に ～

2 基本方針

幼少期からのライフステージに応じた消費者教育を実践することで、「自立した消費者」、「被害にあわない消費者」、そして「万が一、被害にあった場合でも適切に行動できる消費者」の育成を目指します。

高齢者や障がい者など、消費生活における弱者を消費者被害から守るため、関係団体との連携、地域ぐるみでの見守り体制を強化します。

複雑かつ多様化する消費者問題に対応するため、消費生活センター機能の強化を推進し、消費者被害を防止していきます。

3 重点目標

重点目標1 ライフステージに応じた消費者教育の推進

幼児期から高齢期までのライフステージに応じて体系的に消費者教育を推進し、多様化する消費生活に関する問題に自ら考えて対応できる消費者の育成を図ります。特に幼少期からの繰り返しの学習による適切な消費行動の習慣化が重要であると考えられることから、学校、家庭、地域が一体となって取り組める体制づくりを進めます。また、持続可能な社会を目指し、自らの消費行動に目を向けて、物を大切にすることや、食品ロス（*4）の削減に関する活動などにも取り組みます。

*4 [食品ロス]

売れ残りや食べ残し、期限切れ食品など、本来は食べられるのに捨てられてしまう食品のこと。

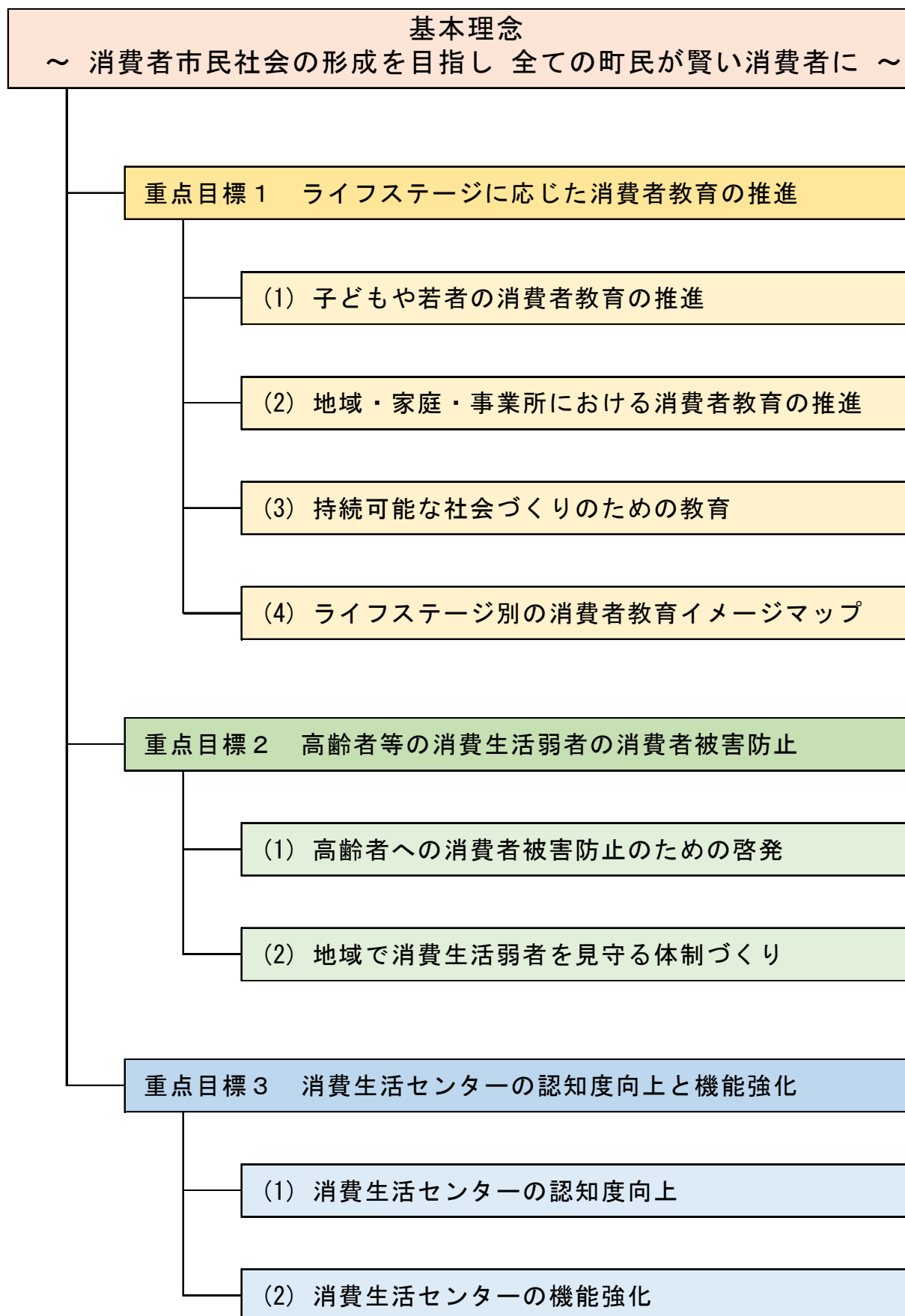
重点目標 2 高齢者等の消費生活弱者の消費者被害防止

本町の高齢化率は32.9%（令和8年1月1日現在）と高く、今後もますます高齢化が進行すると見込まれるため、高齢者を狙った悪質な犯罪の発生が懸念されます。また、高齢者や障がい者の中には、被害にあっていることに気付いていない方、被害にあってもどこに相談してよいか分からない方もいます。こうした見守りが必要な消費生活弱者に対し、関係団体と連携して地域ぐるみで支援できる体制の構築と、支援する側の育成に取り組んでいきます。

重点目標 3 消費生活センターの認知度向上と機能強化

消費生活センターは開設以来、町民から寄せられる多くの消費生活に関する相談に対応しており、年間を通じて高齢者向け消費生活講座などの啓発活動や、広報紙・無線放送・LINE配信による情報提供等を行って来ましたが、町民アンケートの結果からも依然として認知度は低い状態です。今後は認知度を向上させ、相談や要望に対して迅速かつ的確に対応できるよう機能強化に努めます。

4 施策の体系



5 計画の成果指標

本計画の推進状況を確認するとともに、計画の推進体制において適切な点検と評価がなされるよう、次の成果指標を設定します。

成果指標名	第1次 目標値 (令和7年度)	実績値 令和7年度	目標値 令和12年度	備考
「消費生活のトラブルが少なく、安心して生活ができる」と回答する町民の割合	90%	70.4%	80%	町民意識調査の回答数 (毎年実施)
消費生活講座の開催回数	15回/年	13回/年 (令和6年度)	15回/年	
消費生活関連の情報提供及び消費生活センターのPR回数	12回/年	17回/年 (令和6年度)	20回/年	広報紙・無線放送・LINE配信 各戸配布・回覧

第1次計画からの成果指標の実績は『「消費生活トラブルが少なく、安心して生活ができる」と回答する町民の割合』が、令和3年度が77.0%であったのに対し、令和4年度、5年度は72.0%、令和6年度は74.0%、令和7年度は70.4%となり、策定当時を下回る結果となっています。「消費生活講座の開催回数」と「消費生活関連の情報提供及び消費生活センターのPR回数」は概ね達成していますので、引き続き消費生活関連の情報提供や消費生活センターをPRすることで、身近に相談できる場所があることを知ってもらい、安心を得てもらうことを目標に、より啓発・広報活動を推進していきます。

第4章 消費者教育推進の取り組み

1 ライフステージに応じた消費者教育の推進

(1) 子どもや若者の消費者教育の推進

幼児期から、ライフステージに応じて必要な学習の機会を提供し、生涯を通じて消費生活に関心を持ち、的確な状況判断と消費行動がとれる人材の育成に努めます。特にこども園や学校、PTA等の関係団体との連携は不可欠であるため、消費生活センターから積極的に情報提供等を行い、消費者教育の取り組みを支援していきます。

また、将来を見据え、自分や家族以外の人々の消費生活にも目を向けて行動する意識を養うための講座等を開催します。

【主な取り組み】

事業名等	事業内容	関係団体等
買い物ごっこ	買い物ごっこを通じておつかいや買い物に興味をもってもらい、お金や物を大切にすることを育む。	各こども園 こども未来課
小学校での消費生活学習	家庭科等の授業を通じた消費生活の学習。 ・身近な物の選び方や買い方、購入に必要な情報の活用について学ぶ。	各小学校 学校教育課
中学校での消費生活学習	技術・家庭科等の授業を通じた消費生活の学習。 ・契約・支払方法や情報の活用など、適切な購入と金銭管理について学ぶ。	各中学校 学校教育課
高等学校での消費生活学習	公民科や家庭科等の授業、消費生活センター出前講座による消費生活の学習。 ・契約の仕組みや法律、制度の学習。 ・SNS等の適正利用を学ぶ。	高等学校 くらし環境課 消費生活センター
新成人への啓発品配布	成年年齢引き下げに伴い、新成人の消費に関するトラブルを未然に防ぐため、契約に関する基礎知識や消費問題に関する注意喚起のための啓発品を配布する。	くらし環境課 消費生活センター 生涯学習課
学校だより等を活用した啓発	各小・中学校の学校だよりや啓発チラシなどを利用し、児童・生徒やその保護者に消費トラブル等の情報提供を行う。	くらし環境課 消費生活センター 各小・中学校、PTA 学校教育課

(2) 地域・家庭・事業所における消費者教育の推進

主に成人期の若者や一般成人で、社会生活の中心として活躍している世代の方を対象に、消費生活に関する講座を開催し、消費者を取り巻く状況や消費者トラブル等の情報を提供することで、地域ぐるみの消費者教育を推進します。

【主な取り組み】

事業名等	事業内容	関係団体等
消費生活講座	消費者トラブルに関する情報提供や被害防止のための啓発、エシカル消費(*5)やSDGs(*6)等をテーマに各会合等に出向いて講座を開催する。	くらし環境課 消費生活センター 静岡県
広報紙、無線放送・LINE配信を利用した情報提供	広報紙や無線放送、LINE配信を利用して消費生活に関わる情報提供を実施する。	くらし環境課 消費生活センター
事業所向け消費生活講座	事業所への消費生活出前講座を開催し、契約の仕組みや消費者トラブルの解決方法などを学んでもらう。	くらし環境課 消費生活センター 商工会 労働者福祉協議会

*5 [エシカル（倫理的・道徳的）消費]

人や社会、環境への影響を考えた消費行動のこと。

*6 [SDGs]

Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）の略称で、2015年9月の国連サミットで採択された、持続可能でよりよい世界を目指す国際目標のことで、17の目標と169のターゲット（具体目標）で構成されている。

(3) 持続可能な社会づくりのための教育

自らの消費行動が経済や環境にも影響を及ぼしていることを自覚し、そこから消費生活を見直すことは、消費者市民社会の形成に不可欠な要素です。このため、ライフステージに合わせ、環境問題、再生エネルギー、食育、エシカル消費に関する講座等を開催することで賢い消費者を育成し、持続可能な社会づくりを目指します。

【主な取り組み】

事業名等	事業内容	関係団体等
ごみ処理施設見学	小学校社会科の授業でのごみ処理施設見学で自分たちの排出したごみがどのように処理されるのかを知り、3R(*7)や循環型社会形成に関する取組を学習する。	各小学校 くらし環境課
SDGs達成に向けた講演会の開催	SDGsの達成に向け、環境衛生大会において消費者市民社会の形成を目指すことえを踏まえた講演会を開催する。	くらし環境課 消費生活センター
環境学習	町内の小中学生を対象に、地球温暖化防止に取り組む環境学習や、町内河川の水生生物調査等を実施し、自らの消費行動が環境に与える影響を学び、考える機会を作る。	各小中学校 くらし環境課

*7 [3R]

Reduce (リデュース=減らす)、Reuse (リユース=繰り返し使う)、Recycle (リサイクル=再資源化する)の頭文字をとった言葉で、これらに取り組むことで廃棄物削減を図る考え方。

(4) ライフステージ別の消費者教育イメージマップ

ライフステージごとに消費者教育で取り組む内容と目標をイメージ化し、

イメージマップ		幼児期	小学生期	中学生期	
重点領域		各期の特徴	様々な気付きの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心を持ち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通じて、消費者としての素地の形成が望まれる時期	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期
		消費がもつ影響力の理解	おつかいや買い物に関心を持つ	消費をめぐるものと金銭の流れを考えよう	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう
消費者市民社会の構築	持続可能な消費の実践	身の回りのものを大切にしよう	自分の生活と身近な環境とのかかわりに気づき、物の使い方などを工夫しよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう	
	消費者の参画・協働	協力することの大切さを知ろう	身近な消費者問題に目を向けよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう	
	商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	くらしの中の危険や、ものの安全な使い方に気付こう	危険を回避し、ものを安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、ものを安全に使う手段を知り、使おう
生活の管理と契約	トラブル対応能力	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	
	選択し、契約することへの理解と考える態度	約束やきまりを守ろう	ものの選び方、買い方を考え、適切に購入しよう 約束やきまりの大切さを知り、考えよう	商品を適切に選択するとともに、契約とそのルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう	
	生活を設計・管理する能力	欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	ものや金銭の大切さに気付き、計画的な使い方を考えよう お小遣いを考えて使おう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう 買い物や貯金を計画的にしよう	
情報とメディア	情報の収集・処理・発信能力	身の回りのさまざまな情報に気付こう	消費に関する情報の集め方や活用の仕方を知ろう	消費生活に関する情報の収集と発信の技能を身に付けよう	
	情報社会のルールや情報モラルの理解	自分や家族を大切にしよう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを知ろう	著作権や発信した情報への責任を知ろう	
	消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知らう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを知らう	

※ 本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体系的に組み立て、理解を

これを実践することで消費者市民社会の形成を目指します。

高校生期	成人期		
	特に若者	成人一般	特に高齢者
生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、さまざまな人々と協働して取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期
生産・流通・消費・廃棄が環境、経済や社会に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考える習慣を身に付けよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響に配慮して行動しよう	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響に配慮することの大切さを伝え合おう
持続可能な社会を目指して、ライフスタイルを考えよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを探そう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践しよう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝え合おう
身近な消費者問題及び社会課題の解決や、校正な社会の形成に協働して取り組むことの重要性を理解しよう	消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう	地域や職場で協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくろう	支え合いながら協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくろう
安全で危険の少ないくらしと消費社会を目指すことの大切さを理解しよう	安全で危険の少ないくらし方をする習慣を付けよう	安全で危険の少ないくらしと消費社会をつくろう	安全で危険の少ないくらしの大切さを伝え合おう
トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法を知ろう	トラブルの解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用しやすい社会をつくろう	支え合いながらトラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう
適切な意思決定に基づいて行動しよう 契約とそのルールを活用について理解しよう	契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう	契約とそのルールを活用し、くらしに活かそう	契約トラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝え合おう
主体的に生活設計を立ててみよう 生涯を見通した生活経済の管理や計画を考えよう	生涯を見通した計画的なくらしを目指して、生活設計・管理を実践しよう	経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的なくらしをしよう	生活環境の変化に対応し支え合いながら生活を管理しよう
情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう	情報と情報技術を適切に利用する習慣を身に付けよう	情報と情報技術を適切に利用するくらしをしよう	支え合いながら情報と情報技術を適切に利用しよう
望ましい情報社会のあり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を付けよう	トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくろう	支え合いながら、トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくろう
消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会との関連を調べよう	消費生活情報を主体的に吟味する習慣を付けよう	消費生活情報を主体的に評価して行動しよう	支え合いながら消費生活情報を上手に取り入れよう

進めやすいように整理したものであり、学習指導要綱との対応関係を示すものではありません。

2 高齢者等の消費生活弱者の消費者被害防止

(1) 高齢者への消費者被害防止のための啓発

高齢者が関わる消費者トラブルは年々増加傾向にあります。これは、高齢者を狙った詐欺的な手口が横行していることや、高齢者自身の判断力の低下、身近に相談できる人がいないことなどが原因であると考えられます。

こうしたトラブルにあわないよう、また、万が一トラブルに巻き込まれた場合でも適切に行動できるよう、高齢者自らが学習できる機会の提供に努めます。

状況によっては総合相談事業等の各種相談窓口の案内や、高齢者を守るための法的制度の紹介にも取り組みます。

【主な取り組み】

事業名等	事業内容	関係団体等
消費生活講座 (再掲)	消費者トラブルに関する情報提供や被害防止のための啓発、エシカル消費やSDGs等をテーマに各会合等に出向いて講座を開催する。	くらし環境課 消費生活センター シニアクラブ
悪質商法、詐欺等に関する情報提供、啓発	高齢者を狙った悪質商法や詐欺電話等の発生情報を入手したら、無線放送により速やかに情報提供し、広報紙等利用した啓発を行い被害を未然に防ぐ。	くらし環境課 消費生活センター
総合(なんでも)相談事業	消費に関する問題は多様化、複雑化していることから、分野を越えた総合的な対応が必要な場合は、総合相談事業の窓口を案内し、連携して問題解決を図る。	くらし環境課 消費生活センター
成年後見人制度利用促進	認知機能の低下した高齢者等の契約行為や金銭管理を適正に支援する成年後見人制度を周知し、利用促進を図る。	長寿介護課 社会福祉協議会 地域包括支援センター
地域包括支援センター事業	高齢者の権利擁護業務として、高齢者を守るために悪質商法の手口や事例等の情報提供や見守り活動を行う。	長寿介護課 地域包括支援センター

(2) 地域で消費生活弱者を見守る体制づくり

高齢者や障がい者等の消費生活弱者を狙う悪質商法が増加していることから、これら被害を未然に防止するため、地域で高齢者等と接する機会が多い方を対象に情報提供を行い、消費生活センターの周知に努めます。

また、民生委員児童委員協議会、地域包括支援センター、介護保険サービス事業者、各種福祉施設、シニアクラブ、社会福祉協議会等と連携し、消費者トラブル防止のための担い手育成に努め、地域ぐるみで見守り、支援できる体制づくりを推進します。

【主な取り組み】

事業名等	事業内容	関係団体等
地域包括支援センター定例会での情報提供	地域包括支援センターの定例会において消費生活センターへ寄せられる相談状況や被害状況などを情報提供し、見守りが必要な方への周知に努める。	くらし環境課 消費生活センター 地域包括支援センター 長寿介護課
民生委員児童委員協議会定例会での情報提供	民生委員児童委員協議会の定例会において消費生活センターへ寄せられる相談状況や被害状況などを情報提供し、見守りが必要な方への周知に努める。	くらし環境課 消費生活センター 民生委員児童委員 社会福祉課
各種団体でのリーダー育成出前講座	各種福祉施設、シニアクラブ等での出前講座を開催し、消費生活弱者の支援に関するリーダー育成に努める。	くらし環境課 消費生活センター 各種団体
介護保険サービス事業者への情報提供	介護保険サービス事業者に対し、消費者トラブル事例の情報提供や被害の兆候を発見した際には消費生活センターに報告する体制整備を行う。	くらし環境課 消費生活センター 介護保険サービス事業者 長寿介護課



高齢者向けの消費生活講座

3 消費生活センターの認知度向上と機能強化

(1) 消費生活センターの認知度向上

消費生活センターに寄せられる相談件数は年々増加する傾向にあり、また相談内容も多様化、複雑化しています。

しかしながら、町民アンケートの結果からも消費生活センターの存在を知らない町民や、名前は知っているが、どのような業務を行っているかを知らない町民が多く、認知度の向上は今後の消費者教育において重要な課題です。

消費者被害を未然に防ぐための情報発信機関として、また、万が一、消費者トラブルにあったときに相談できる窓口として、町民に頼られる身近な存在となるよう、消費生活センターの認知度向上に努めます。

【主な取り組み】

事業名等	事業内容	関係団体等
消費生活講座 (再掲)	消費者トラブルに関する情報提供や被害防止のための啓発、エシカル消費やSDGs等をテーマに各会合等に出向いて講座を開催する。	くらし環境課 消費生活センター
広報紙、無線放送、LINE配信を利用した相談窓口の案内	広報紙や無線放送、LINE配信を利用し、消費生活相談や消費者トラブルに関する相談窓口としての消費生活センターを案内する。	くらし環境課 消費生活センター
町ホームページ・LINE配信の拡充	町ホームページに消費生活センターのインフォメーションを掲載し、相談窓口としての案内をしたり、LINE配信で消費生活に関する情報提供などを行う。	くらし環境課 消費生活センター

(2) 消費生活センターの機能強化

多様化、複雑化する消費者問題に的確に対応し、消費者被害を未然に防ぐための知識と技能を習得するため、各種研修や講演会等に積極的に参加し、消費生活相談員の能力向上を図ります。

また、近隣市町との情報交換を密にするとともに、国民生活センター・静岡県東部県民生活センター等関係機関との連携を図り、常に最新情報を取得し、町民の消費に関するあらゆるニーズに対応できるよう消費生活センターの機能強化に努めます。

【主な取り組み】

事業名等	事業内容	関係団体等
消費生活相談員の研修、講習会等参加による能力の向上	国民生活センター等が開催する研修へ積極的に参加し、各種講演会等を受講することで消費生活相談員の能力の向上を図り、最新情報を取得する。	くらし環境課 消費生活センター
静岡県東部・賀茂地域消費者行政推進連携協議会への参加	静岡県東部・賀茂地域消費者行政推進連携協議会に参加し、近隣市町の消費生活相談員との情報共有や連携強化を図る。	くらし環境課 消費生活センター



1 消費者基本法

消費者基本法 昭和四十三年五月三十日 法律第七十八号

目次

第一章 総則（第一条—第十条の二）

第二章 基本的施策（第十一条—第二十三条）

第三章 行政機関等（第二十四条—第二十六条）

第四章 消費者政策会議等（第二十七条—第二十九条）

第一章 総則

（目的）

第一条 この法律は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念を定め、国、地方公共団体及び事業者の責務等を明らかにするとともに、その施策の基本となる事項を定めることにより、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図り、もって国民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的とする。

（基本理念）

第二条 消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策（以下「消費者政策」という。）の推進は、国民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、消費者の安全が確保され、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供され、消費者の意見が消費者政策に反映され、並びに消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されることが消費者の権利であることを尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。

2 消費者の自立の支援に当たっては、消費者の安全の確保等に関して事業者による適正な事業活動の確保が図られるとともに、消費者の年齢その他の特性に配慮されなければならない。

3 消費者政策の推進は、高度情報通信社会の進展に的確に対応することに配慮して行われなければならない。

4 消費者政策の推進は、消費生活における国際化の進展にかんがみ、国際的な連携を確保しつつ行われなければならない。

5 消費者政策の推進は、環境の保全に配慮して行われなければならない。

(国の責務)

第三条 国は、経済社会の発展に即応して、前条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのつとり、消費者政策を推進する責務を有する。

(地方公共団体の責務)

第四条 地方公共団体は、第二条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのつとり、国の施策に準じて施策を講ずるとともに、当該地域の社会的、経済的状况に応じた消費者政策を推進する責務を有する。

(事業者の責務等)

第五条 事業者は、第二条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にかんがみ、その供給する商品及び役務について、次に掲げる責務を有する。

- 一 消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。
- 二 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。
- 三 消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。
- 四 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。
- 五 国又は地方公共団体が実施する消費者政策に協力すること。

2 事業者は、その供給する商品及び役務に関し環境の保全に配慮するとともに、当該商品及び役務について品質等を向上させ、その事業活動に関し自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

第六条 事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理の体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。

第七条 消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めなければならない。

2 消費者は、消費生活に関し、環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めなければならない。

第八条 消費者団体は、消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明、消費者に対する啓発及び教育、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めるものとする。

(消費者基本計画)

第九条 政府は、消費者政策の計画的な推進を図るため、消費者政策の推進に関する基本的な計画(以下「消費者基本計画」という。)を定めなければならない。

2 消費者基本計画は、次に掲げる事項について定めるものとする。

一 長期的に講ずべき消費者政策の大綱

二 前号に掲げるもののほか、消費者政策の計画的な推進を図るために必要な事項

3 内閣総理大臣は、消費者基本計画の案につき閣議の決定を求めなければならない。

4 内閣総理大臣は、前項の規定による閣議の決定があつたときは、遅滞なく、消費者基本計画を公表しなければならない。

5 前二項の規定は、消費者基本計画の変更について準用する。

(法制上の措置等)

第十条 国は、この法律の目的を達成するため、必要な関係法令の制定又は改正を行なわなければならない。

2 政府は、この法律の目的を達成するため、必要な財政上の措置を講じなければならない。

(年次報告)

第十条の二 政府は、毎年、国会に、政府が講じた消費者政策の実施の状況に関する報告書を提出しなければならない。

第二章 基本的施策

(安全の確保)

第十一条 国は、国民の消費生活における安全を確保するため、商品及び役務についての必要な基準の整備及び確保、安全を害するおそれがある商品の事業者による回収の促進、安全を害するおそれがある商品及び役務に関する情報の収集及び提供等必要な施策を講ずるものとする。

(消費者契約の適正化等)

第十二条 国は、消費者と事業者との間の適正な取引を確保するため、消費者との間の契約の締結に際しての事業者による情報提供及び勧誘の適正化、公正な契約条項の確保等必要な施策を講ずるものとする。

(計量の適正化)

第十三条 国は、消費者が事業者との間の取引に際し計量につき不利益をこうむることがないようするため、商品及び役務について適正な計量の実施の確保を図るために必要な施策を講ずるものとする。

(規格の適正化)

第十四条 国は、商品の品質の改善及び国民の消費生活の合理化に寄与するため、商品及び役務について、適正な規格を整備し、その普及を図る等必要な施策を講ずるものとする。

2 前項の規定による規格の整備は、技術の進歩、消費生活の向上等に応じて行なうものとする。

(広告その他の表示の適正化等)

第十五条 国は、消費者が商品の購入若しくは使用又は役務の利用に際しその選択等を誤ることがないようにするため、商品及び役務について、品質等に関する広告その他の表示に関する制度を整備し、虚偽又は誇大な広告その他の表示を規制する等必要な施策を講ずるものとする。

(公正自由な競争の促進等)

第十六条 国は、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の拡大を図るため、公正かつ自由な競争を促進するために必要な施策を講ずるものとする。

2 国は、国民の消費生活において重要度の高い商品及び役務の価格等であつてその形成につき決定、認可その他の国の措置が必要とされるものについては、これらの措置を講ずるに当たり、消費者に与える影響を十分に考慮するよう努めるものとする。

(啓発活動及び教育の推進)

第十七条 国は、消費者の自立を支援するため、消費生活に関する知識の普及及び情報の提供等消費者に対する啓発活動を推進するとともに、消費者が生涯にわたつて消費生活について学習する機会があまねく求められている状況にかんがみ、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を講ずるものとする。

2 地方公共団体は、前項の国の施策に準じて、当該地域の社会的、経済的状况に応じた施策を講ずるよう努めなければならない。

(意見の反映及び透明性の確保)

第十八条 国は、適正な消費者政策の推進に資するため、消費生活に関する消費者等の意見を施策に反映し、当該施策の策定の過程の透明性を確保するための制度を整備する等必要な施策を講ずるものとする。

(苦情処理及び紛争解決の促進)

第十九条 地方公共団体は、商品及び役務に関し事業者と消費者との間に生じた苦情が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に処理されるようにするため、苦情の処理のあつせん等に努めなければならない。この場合において、都道府県は、市町村（特別区を含む。）との連携を図りつつ、主として高度の専門性又は広域の見地への配慮を必要とする苦情の処理のあつせん等を行うものとするとともに、多様な苦情に柔軟かつ弾力的に対応するよう努めなければならない。

2 国及び都道府県は、商品及び役務に関し事業者と消費者との間に生じた苦情が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に処理されるようにするため、人材の確保及び資質の向上その他の必要な施策（都道府県にあつては、前項に規定するものを除く。）を講ずるよう努めなければならない。

3 国及び都道府県は、商品及び役務に関し事業者と消費者との間に生じた紛争が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に解決されるようにするために必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

(高度情報通信社会の進展への的確な対応)

第二十条 国は、消費者の年齢その他の特性に配慮しつつ、消費者と事業者との間の適正な取引の確保、消費者に対する啓発活動及び教育の推進、苦情処理及び紛争解決の促進等に当たって高度情報通信社会の進展に的確に対応するために必要な施策を講ずるものとする。

(国際的な連携の確保)

第二十一条 国は、消費生活における国際化の進展に的確に対応するため、国民の消費生活における安全及び消費者と事業者との間の適正な取引の確保、苦情処理及び紛争解決の促進等に当たって国際的な連携を確保する等必要な施策を講ずるものとする。

(環境の保全への配慮)

第二十二条 国は、商品又は役務の品質等に関する広告その他の表示の適正化等、消費者に対する啓発活動及び教育の推進等に当たって環境の保全に配慮するために必要な施策を講ずるものとする。

(試験、検査等の施設の整備等)

第二十三条 国は、消費者政策の実効を確保するため、商品の試験、検査等を行う施設を整備し、役務についての調査研究等を行うとともに、必要に応じて試験、検査、調査研究等の結果を公表する等必要な施策を講ずるものとする。

第三章 行政機関等

第二十四条 国及び地方公共団体は、消費者政策の推進につき、総合的見地に立つた行政組織の整備及び行政運営の改善に努めなければならない。

(国民生活センターの役割)

第二十五条 独立行政法人国民生活センターは、国及び地方公共団体の関係機関、消費者団体等と連携し、国民の消費生活に関する情報の収集及び提供、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理のあつせん及び当該苦情に係る相談、事業者と消費者との間に生じた紛争の合意による解決、消費者からの苦情等に関する商品についての試験、検査等及び役務についての調査研究等、消費者に対する啓発及び教育等における中核的な機関として積極的な役割を果たすものとする。

(消費者団体の自主的な活動の促進)

第二十六条 国は、国民の消費生活の安定及び向上を図るため、消費者団体の健全かつ自主的な活動が促進されるよう必要な施策を講ずるものとする。

第四章 消費者政策会議等

(消費者政策会議)

第二十七条 内閣府に、消費者政策会議（以下「会議」という。）を置く。

2 会議は、次に掲げる事務をつかさどる。

- 一 消費者基本計画の案を作成すること。
 - 二 前号に掲げるもののほか、消費者政策の推進に関する基本的事項の企画に関して審議するとともに、消費者政策の実施を推進し、並びにその実施の状況を検証し、評価し、及び監視すること。
- 3 会議は、次に掲げる場合には、消費者委員会の意見を聴かななければならない。
- 一 消費者基本計画の案を作成しようとするとき。
 - 二 前項第二号の検証、評価及び監視について、それらの結果の取りまとめを行おうとするとき。

第二十八条 会議は、会長及び委員をもつて組織する。

- 2 会長は、内閣総理大臣をもつて充てる。
- 3 委員は、次に掲げる者をもつて充てる。
 - 一 内閣府設置法（平成十一年法律第八十九号）第十一条の二の規定により置かれた特命担当大臣
 - 二 内閣官房長官、関係行政機関の長及び内閣府設置法第九条第一項に規定する特命担当大臣（前号の特命担当大臣を除く。）のうちから、内閣総理大臣が指定する者
- 4 会議に、幹事を置く。
- 5 幹事は、関係行政機関の職員のうちから、内閣総理大臣が任命する。
- 6 幹事は、会議の所掌事務について、会長及び委員を助ける。
- 7 前各項に定めるもののほか、会議の組織及び運営に関し必要な事項は、政令で定める。
(消費者委員会)

第二十九条 消費者政策の推進に関する基本的事項の調査審議については、この法律によるほか、消費者庁及び消費者委員会設置法（平成二十一年法律第四十八号）第六条の定めるところにより、消費者委員会において行うものとする。

2 消費者教育の推進に関する法律

消費者教育の推進に関する法律 平成二十四年八月二十二日 法律第六十一号

目次

第一章 総則（第一条—第八条）

第二章 基本方針等（第九条・第十条）

第三章 基本的施策（第十一条—第十八条）

第四章 消費者教育推進会議等（第十九条・第二十条）

第一章 総則

（目的）

第一条 この法律は、消費者教育が、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるようその自立を支援する上で重要であることに鑑み、消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利であることを踏まえ、消費者教育に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、基本方針の策定その他の消費者教育の推進に関し必要な事項を定めることにより、消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、もって国民の消費生活の安定及び向上に寄与することを目的とする。

（定義）

第二条 この法律において「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。）及びこれに準ずる啓発活動をいう。

2 この法律において「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をいう。

（基本理念）

第三条 消費者教育は、消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結び付けることができる実践的な能力が育まれることを旨として行われなければならない。

2 消費者教育は、消費者が消費者市民社会を構成する一員として主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援することを旨として行われなければならない。

3 消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行われるとともに、年齢、

障害の有無その他の消費者の特性に配慮した適切な方法で行われなければならない。

- 4 消費者教育は、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場の特性に応じた適切な方法により、かつ、それぞれの場における消費者教育を推進する多様な主体の連携及び他の消費者政策（消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策をいう。第九条第二項第三号において同じ。）との有機的な連携を確保しつつ、効果的に行われなければならない。
- 5 消費者教育は、消費者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与える影響に関する情報その他の多角的な視点に立った情報を提供するを旨として行われなければならない。
- 6 消費者教育は、災害その他非常の事態においても消費者が合理的に行動することができるよう、非常の事態における消費生活に関する知識と理解を深めることを旨として行われなければならない。
- 7 消費者教育に関する施策を講ずるに当たっては、環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育に関する施策との有機的な連携が図られるよう、必要な配慮がなされなければならない。

（国の責務）

第四条 国は、自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができる自立した消費者の育成が極めて重要であることに鑑み、前条の基本理念（以下この章において「基本理念」という。）にのっとり、消費者教育の推進に関する総合的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。

- 2 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、前項の施策が適切かつ効率的に策定され、及び実施されるよう、相互に又は関係行政機関の長との間の緊密な連携協力を図りつつ、それぞれの所掌に係る消費者教育の推進に関する施策を推進しなければならない。

（地方公共団体の責務）

第五条 地方公共団体は、基本理念にのっとり、消費生活センター（消費者安全法（平成二十一年法律第五十号）第十条の二第一項第一号に規定する消費生活センターをいう。第十三条第二項及び第二十条第一項において同じ。）、教育委員会その他の関係機関相互間の緊密な連携の下に、消費者教育の推進に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の社会的、経済的状況に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。

（消費者団体の努力）

第六条 消費者団体は、基本理念にのっとり、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われる消費者教育に協力するよう努めるものとする。

（事業者及び事業者団体の努力）

第七条 事業者及び事業者団体は、事業者が商品及び役務を供給する立場において消費者の消費生活に密接に関係していることに鑑み、基本理念にのっとり、国及び地方公共団体が実施する消費者教育の推進に関する施策に協力するよう努めるとともに、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるものとする。

(財政上の措置等)

第八条 政府は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講じなければならない。

2 地方公共団体は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講ずるよう努めなければならない。

第二章 基本方針等

(基本方針)

第九条 政府は、消費者教育の推進に関する基本的な方針（以下この章及び第四章において「基本方針」という。）を定めなければならない。

2 基本方針においては、次に掲げる事項を定めるものとする。

- 一 消費者教育の推進の意義及び基本的な方向に関する事項
- 二 消費者教育の推進の内容に関する事項
- 三 関連する他の消費者政策との連携に関する基本的な事項
- 四 その他消費者教育の推進に関する重要事項

3 基本方針は、消費者基本法（昭和四十三年法律第七十八号）第九条第一項に規定する消費者基本計画との調和が保たれたものでなければならない。

4 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成し、閣議の決定を求めなければならない。

5 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成しようとするときは、あらかじめ、関係行政機関の長に協議するとともに、消費者教育推進会議及び消費者委員会の意見を聴くほか、消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講じなければならない。

6 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、第四項の規定による閣議の決定があったときは、遅滞なく、基本方針を公表しなければならない。

7 政府は、消費生活を取り巻く環境の変化を勘案し、並びに消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を踏まえ、おおむね五年ごとに基本方針に検討を加え、必要があると認めるときは、これを変更するものとする。

8 第四項から第六項までの規定は、基本方針の変更について準用する。

(都道府県消費者教育推進計画等)

第十条 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（以下この条及び第二十条第二項第二号において「都道府県消費者教育推進計画」という。）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（以下この条及び第二十条第二項第二号において「市町村消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。
- 3 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めようとするときは、あらかじめ、その都道府県又は市町村の区域の消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。この場合において、第二十条第一項の規定により消費者教育推進地域協議会を組織している都道府県及び市町村にあっては、当該消費者教育推進地域協議会の意見を聴かなければならない。
- 4 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めるときは、遅滞なく、これを公表するよう努めるものとする。
- 5 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めた場合は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を行うよう努めるとともに、必要があると認めるときは、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を変更するものとする。
- 6 第三項及び第四項の規定は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の変更について準用する。

第三章 基本的施策

（学校における消費者教育の推進）

第十一条 国及び地方公共団体は、幼児、児童及び生徒の発達段階に応じて、学校（学校教育法（昭和二十二年法律第二十六号）第一条に規定する学校をいい、大学及び高等専門学校を除く。第三項において同じ。）の授業その他の教育活動において適切かつ体系的な消費者教育の機会を確保するため、必要な施策を推進しなければならない。

- 2 国及び地方公共団体は、教育職員に対する消費者教育に関する研修を充実するため、教育職員の職務の内容及び経験に応じ、必要な措置を講じなければならない。
- 3 国及び地方公共団体は、学校において実践的な消費者教育が行われるよう、その内外を問わず、消費者教育に関する知識、経験等を有する人材の活用を推進するものとする。

（大学等における消費者教育の推進）

第十二条 国及び地方公共団体は、大学等（学校教育法第一条に規定する大学及び高等専門学校並びに専修学校、各種学校その他の同条に規定する学校以外の教育施設で学校教育に類する教育を行うものをいう。以下この条及び第十六条第二項において同じ。）において消費者教育が

適切に行われるようにするため、大学等に対し、学生等の消費生活における被害を防止するための啓発その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

- 2 国及び地方公共団体は、大学等が行う前項の取組を促進するため、関係団体の協力を得つつ、学生等に対する援助に関する業務に従事する教職員に対し、研修の機会の確保、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

(地域における消費者教育の推進)

第十三条 国、地方公共団体及び独立行政法人国民生活センター（以下この章において「国民生活センター」という。）は、地域において高齢者、障害者等に対する消費者教育が適切に行われるようにするため、民生委員法（昭和二十三年法律第百九十八号）に定める民生委員、社会福祉法（昭和二十六年法律第四十五号）に定める社会福祉主事、介護福祉士その他の高齢者、障害者等が地域において日常生活を営むために必要な支援を行う者に対し、研修の実施、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

- 2 国、地方公共団体及び国民生活センターは、公民館その他の社会教育施設等において消費生活センター等の収集した情報の活用による実例を通じた消費者教育が行われるよう、必要な措置を講じなければならない。

(事業者及び事業者団体による消費者教育の支援)

第十四条 事業者及び事業者団体は、消費者団体その他の関係団体との情報の交換その他の連携を通じ、消費者の消費生活に関する知識の向上が図られるよう努めるものとする。

- 2 事業者は、消費者からの問合せ、相談等を通じて得た消費者に有用な消費生活に関する知識を広く提供するよう努めるものとする。
- 3 事業者は、その従業者に対し、研修を実施し、又は事業者団体等が行う講習会を受講させること等を通じ、消費生活に関する知識及び理解を深めるよう努めるものとする。
- 4 事業者団体は、消費者団体その他の民間の団体が行う消費者教育の推進のための活動に対し、資金の提供その他の援助に努めるものとする。

(教材の充実等)

第十五条 国及び地方公共団体は、消費者教育に使用される教材の充実を図るとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において当該教材が有効に活用されるよう、消費者教育に関連する実務経験を有する者等の意見を反映した教材の開発及びその効果的な提供に努めなければならない。

(人材の育成等)

第十六条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、消費者安全法に定める消費生活相談員その他の消費者の利益の擁護又は増進を図るための活動を行う者に対し、消費者教育に関する専門的知識を修得するための研修の実施その他その資質の向上のために必要な措置を講じなければ

ばならない。

- 2 国及び地方公共団体は、大学等、研究機関、消費者団体その他の関係機関及び関係団体に対し、消費者教育を担う人材の育成及び資質の向上のための講座の開設その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

(調査研究等)

第十七条 国及び地方公共団体は、消費者教育に関する調査研究を行う大学、研究機関その他の関係機関及び関係団体と協力を図りつつ、諸外国の学校における総合的、体系的かつ効果的な消費者教育の内容及び方法その他の国の内外における消費者教育の内容及び方法に関し、調査研究並びにその成果の普及及び活用に努めなければならない。

(情報の収集及び提供等)

第十八条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われている消費者教育に関する先進的な取組に関する情報その他の消費者教育に関する情報について、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮しつつ、これを収集し、及び提供するよう努めなければならない。

- 2 国は、消費生活における被害の防止を図るため、年齢、障害の有無その他の消費者の特性を勘案して、その収集した消費生活に関する情報が消費者教育の内容に的確かつ迅速に反映されるよう努めなければならない。

第四章 消費者教育推進会議等

(消費者教育推進会議)

第十九条 消費者庁に、消費者教育推進会議を置く。

- 2 消費者教育推進会議は、次に掲げる事務をつかさどる。
 - 一 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進会議の委員相互の情報の交換及び調整を行うこと。
 - 二 基本方針に関し、第九条第五項（同条第八項において準用する場合を含む。）に規定する事項を処理すること。
- 3 消費者教育推進会議の委員は、消費者、事業者及び教育関係者、消費者団体、事業者団体その他の関係団体を代表する者、学識経験を有する者並びに関係行政機関及び関係する独立行政法人（独立行政法人通則法（平成十一年法律第百三号）第二条第一項に規定する独立行政法人をいう。）の職員のうちから、内閣総理大臣が任命する。
- 4 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進会議の組織及び運営に関し必要な事項は、政令で定める。

(消費者教育推進地域協議会)

第二十条 都道府県及び市町村は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育を推進す

るため、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センターその他の当該都道府県又は市町村の関係機関等をもって構成する消費者教育推進地域協議会を組織するよう努めなければならない。

- 2 消費者教育推進地域協議会は、次に掲げる事務を行うものとする。
 - 一 当該都道府県又は市町村の区域における消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進地域協議会の構成員相互の情報の交換及び調整を行うこと。
 - 二 都道府県又は市町村が都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を作成し、又は変更しようとする場合においては、当該都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の作成又は変更に関して意見を述べること。
- 3 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進地域協議会の組織及び運営に関し必要な事項は、消費者教育推進地域協議会が定める。

3 アンケート調査集計結果

■アンケートの概要

- ・アンケート名称 小山町 町民の消費に関するアンケート調査
- ・実施期間 令和8年2月1日～令和8年2月17日
- ・配布、回収方法 郵送による配布、ロゴフォーム・返信用封筒による回収
- ・送付者数 1,100人（18歳以上の町民から無作為抽出）
- ・回答者数 431人（送付者数の39.1%）

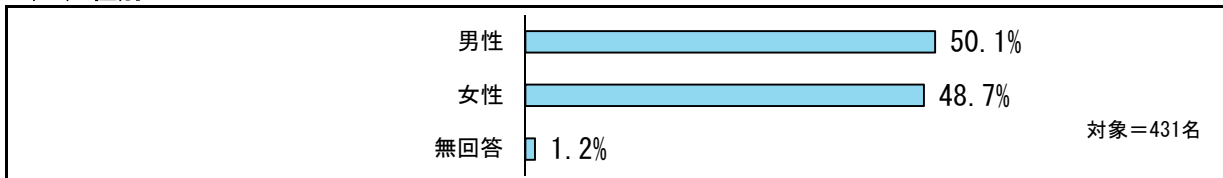
■結果の見方

- ・単位は人（%）である。
- ・複数回答の設問は回答者数の割合で算出しているため、合計が100%を超えることがある。

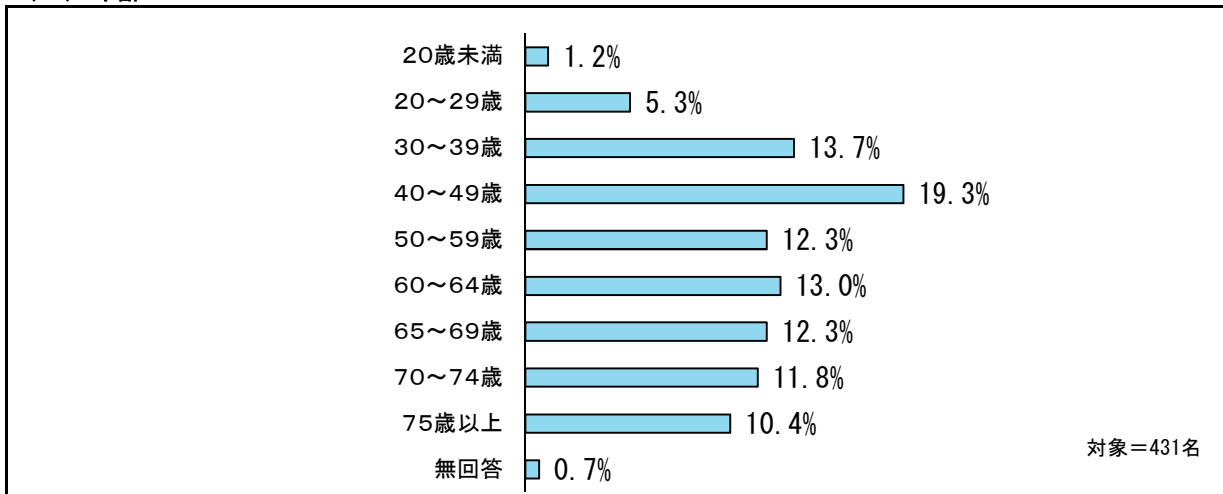
◆プロフィール

問1 あなたのことについて

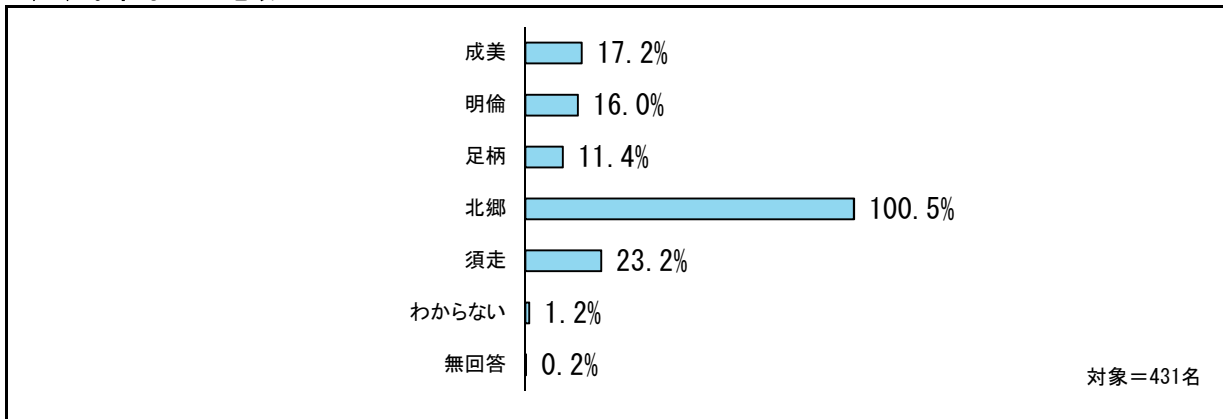
(1) 性別



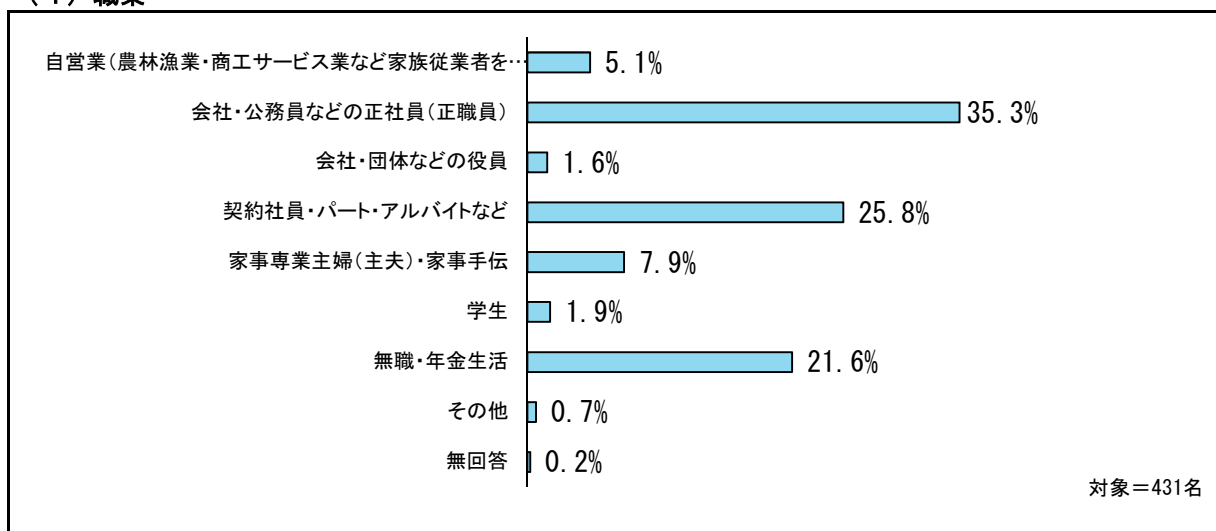
(2) 年齢



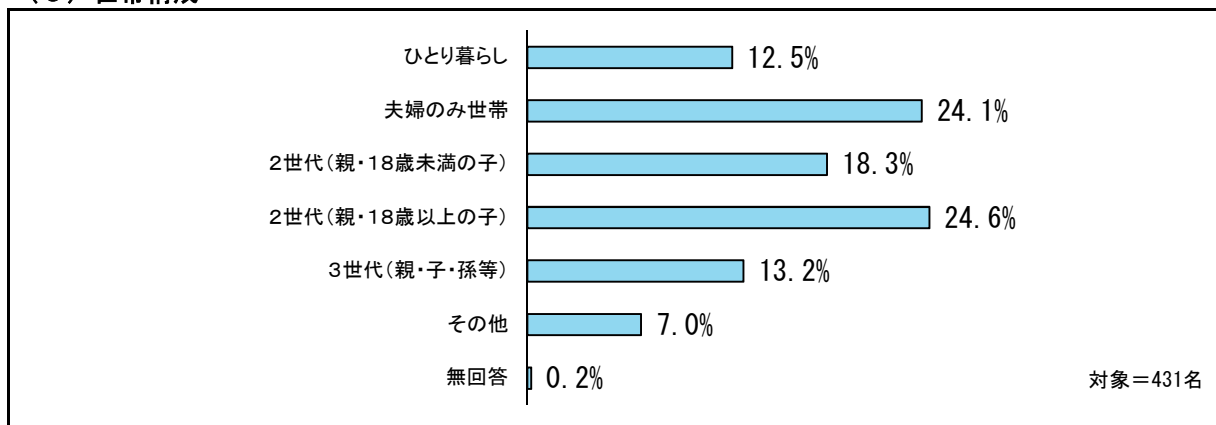
(3) お住まいの地域



(4) 職業

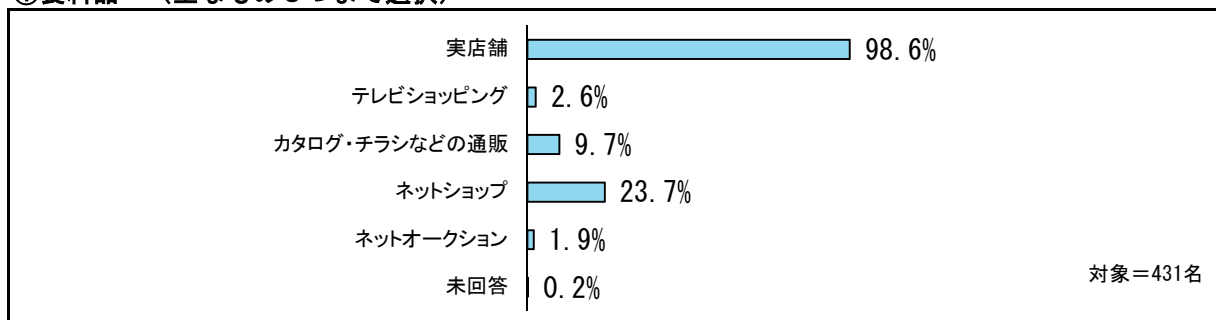


(5) 世帯構成

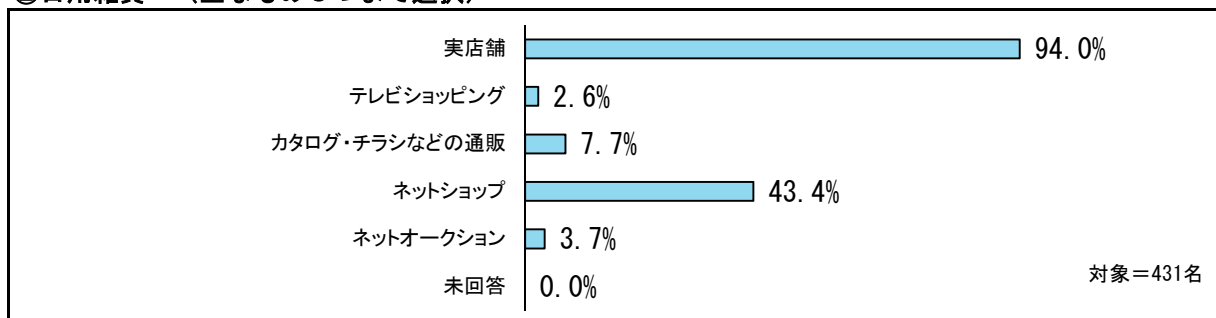


(6) あなたもしくは家族が良く買物をする店はどれですか？

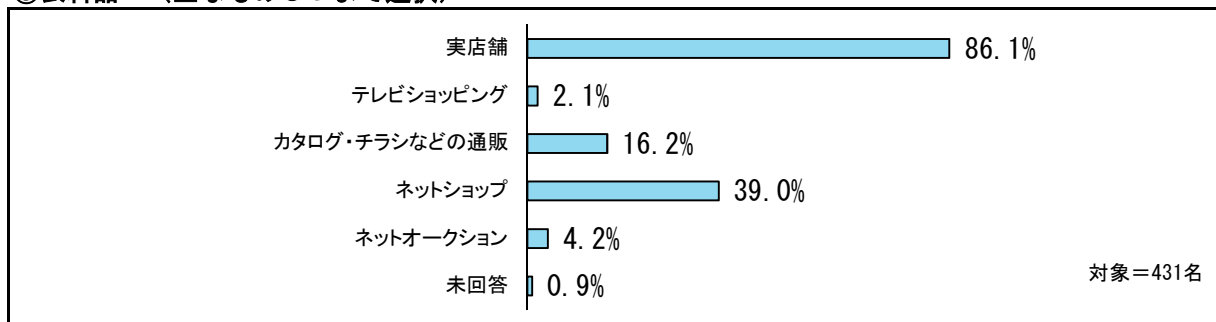
①食料品 (主なもの3つまで選択)



②日用雑貨 (主なもの3つまで選択)



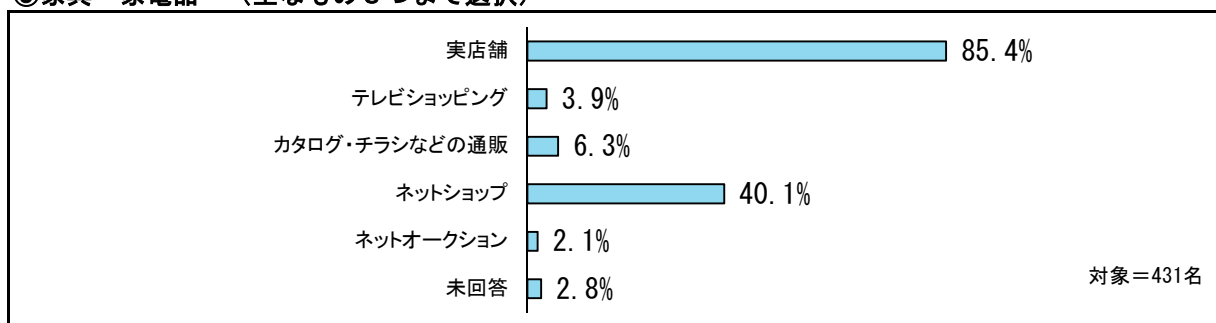
③衣料品 (主なもの3つまで選択)



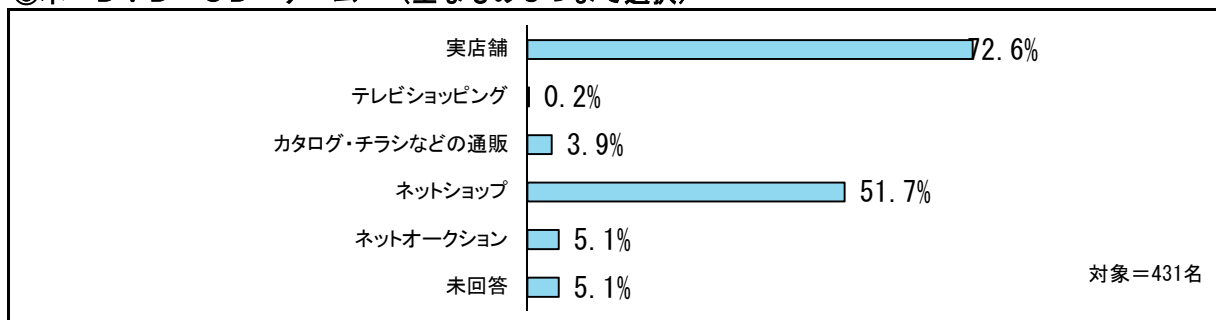
④薬・健康食品(栄養補助食品)・化粧品等 (主なもの3つまで選択)



⑤家具・家電品 (主なもの3つまで選択)

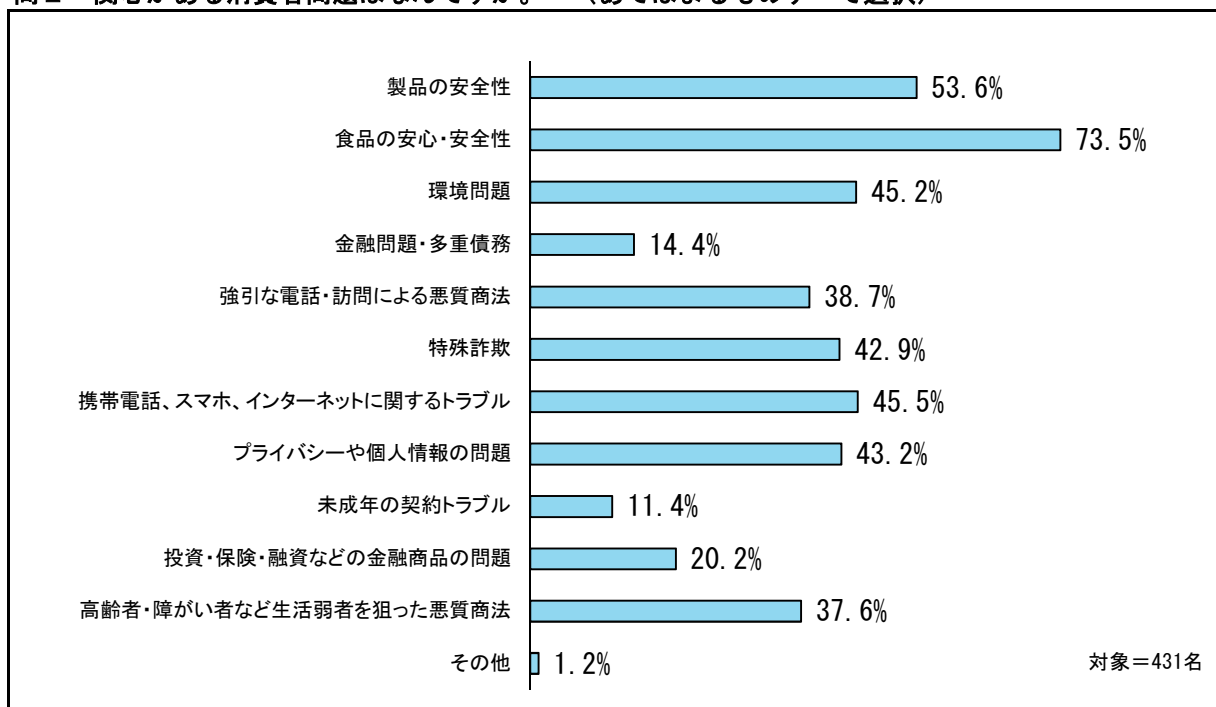


⑥本・DVD・CD・ゲーム (主なもの3つまで選択)



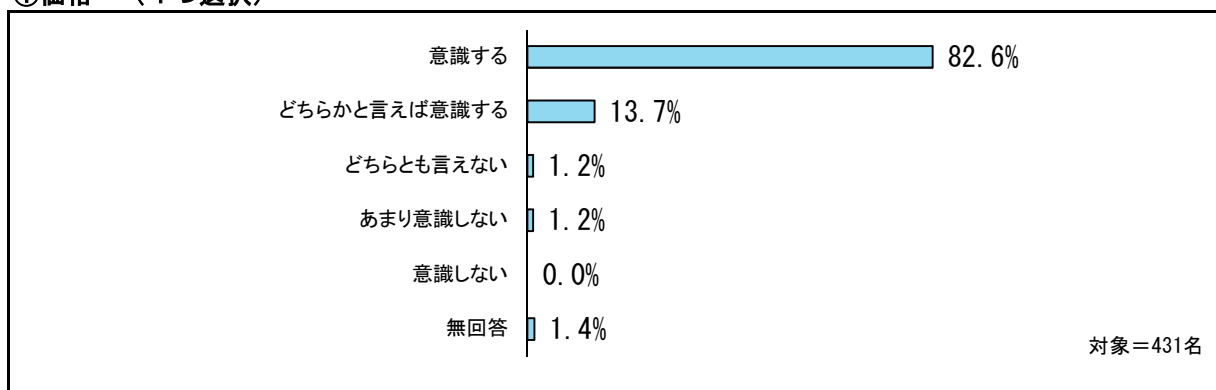
◆消費者問題への関心について

問2 関心がある消費者問題はなんですか。 (あてはまるものすべて選択)

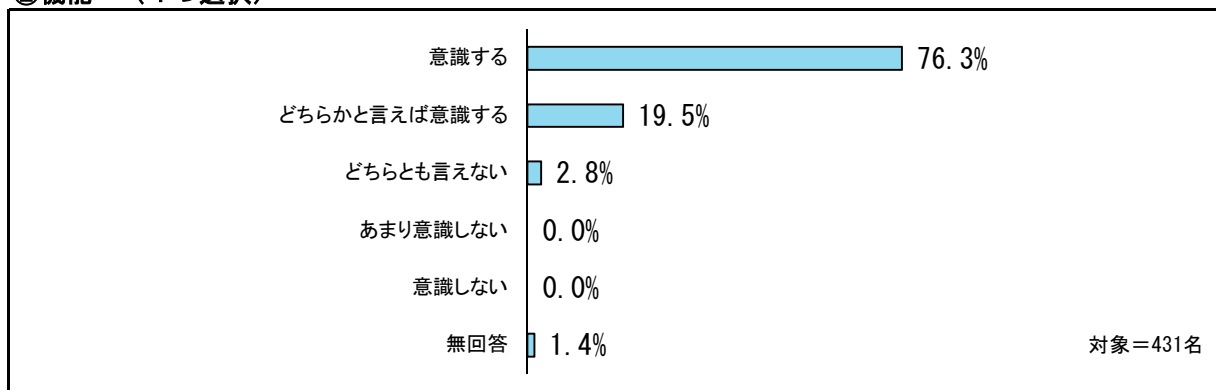


問3 商品の購入やサービスを利用する際、次の項目をどのくらい意識しますか。

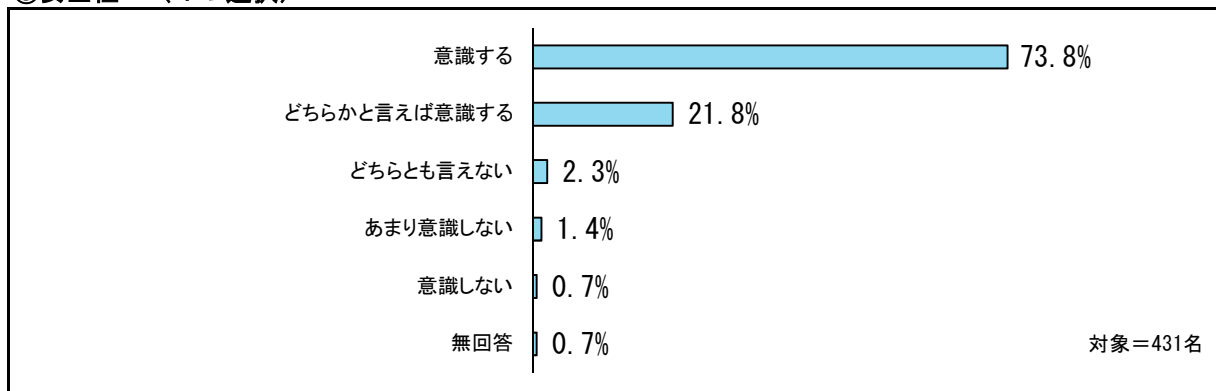
①価格 (1つ選択)



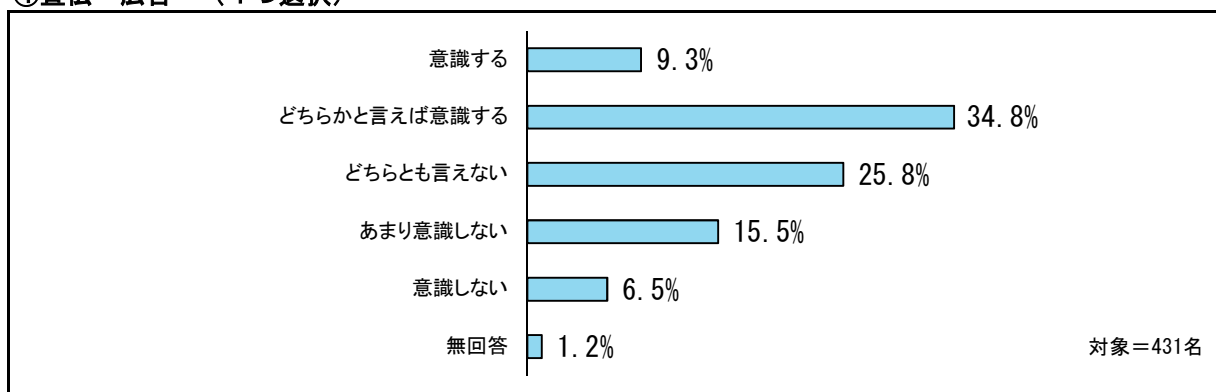
②機能 (1つ選択)



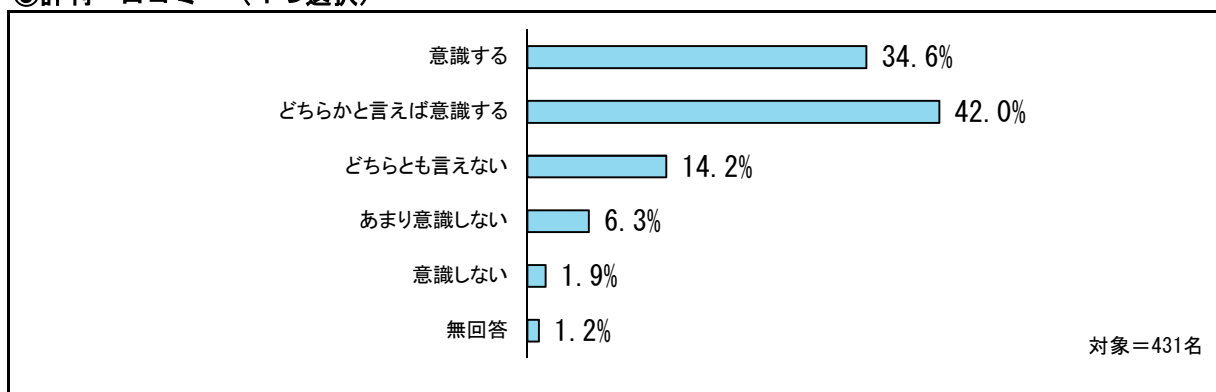
③安全性 (1つ選択)



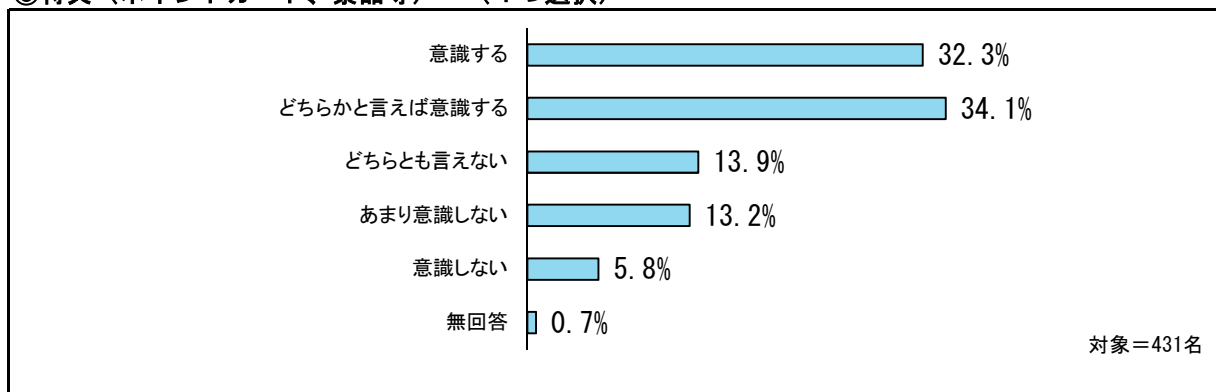
④宣伝・広告 (1つ選択)



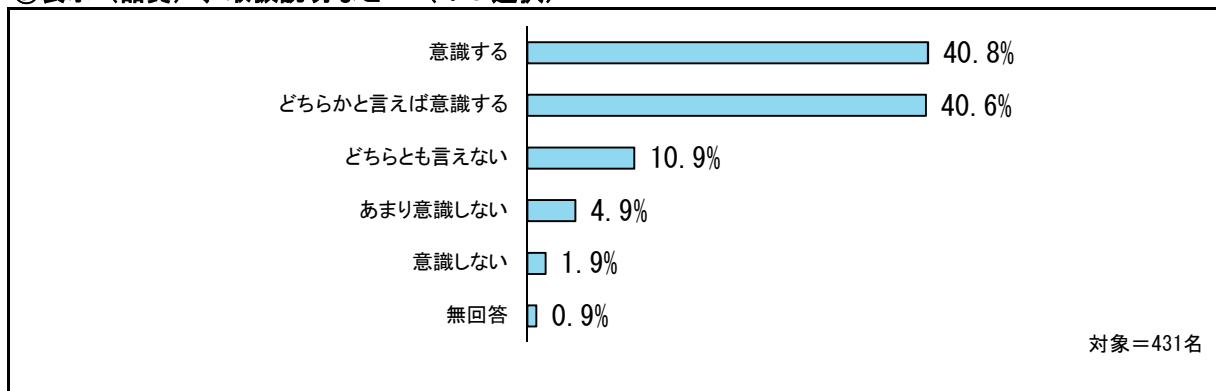
⑤評判・口コミ (1つ選択)



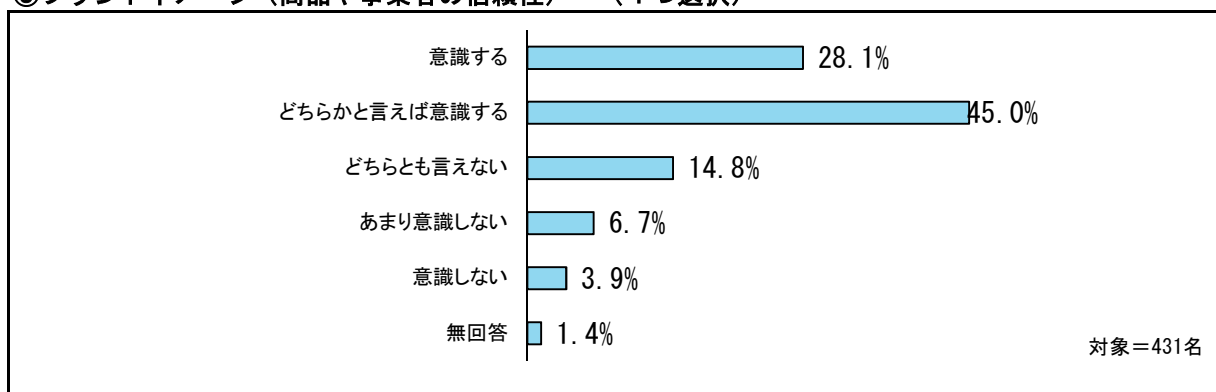
⑥特典 (ポイントカード、景品等) (1つ選択)



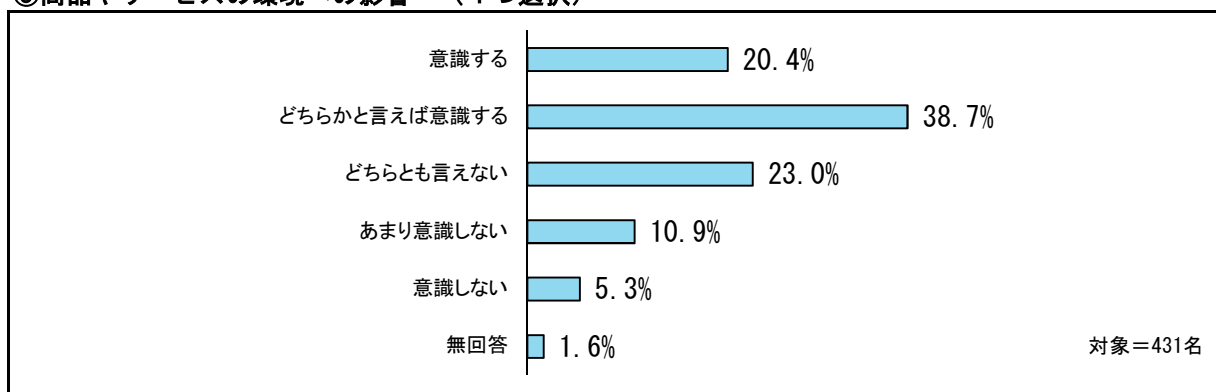
⑦表示（品質）、取扱説明など（1つ選択）



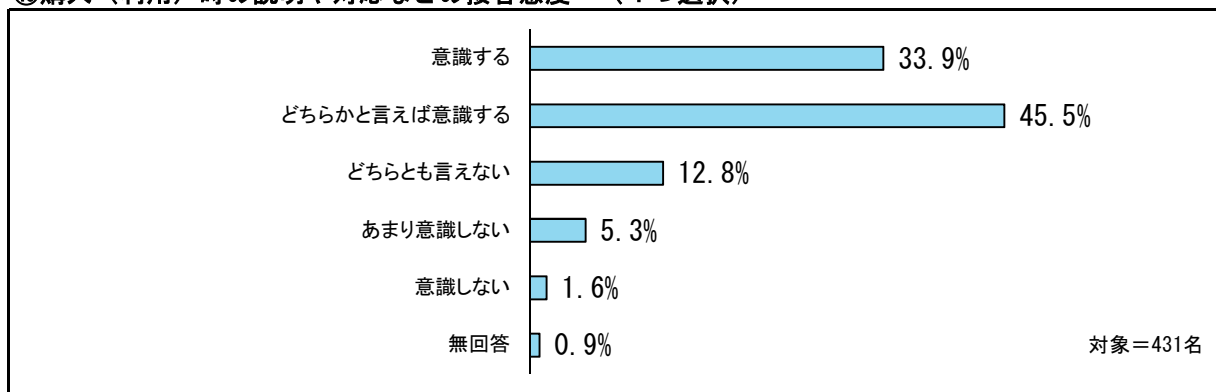
⑧ブランドイメージ（商品や事業者の信頼性）（1つ選択）



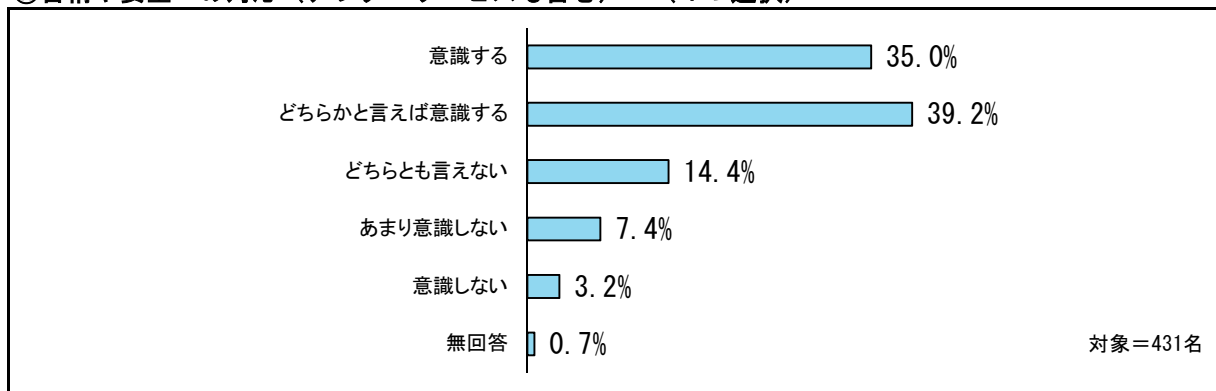
⑨商品やサービスの環境への影響（1つ選択）



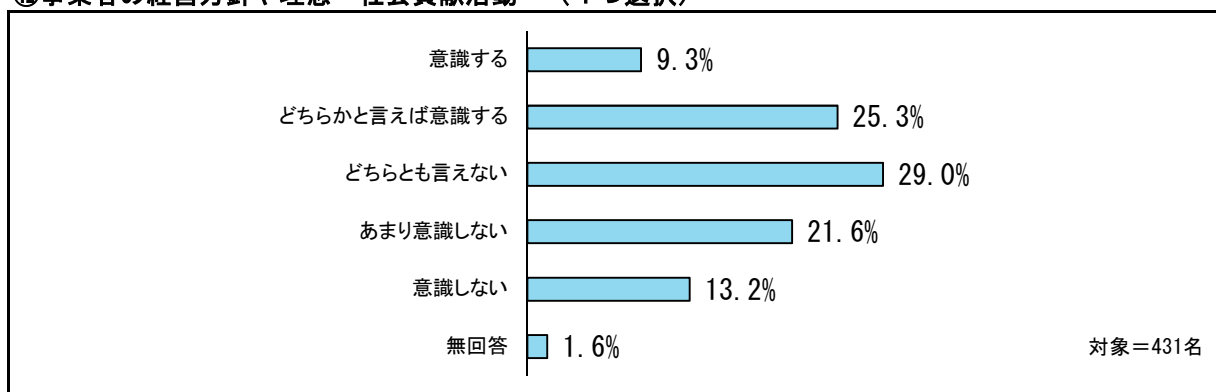
⑩購入（利用）時の説明や対応などの接客態度（1つ選択）



⑪苦情や要望への対応（アフターサービスも含む）（1つ選択）

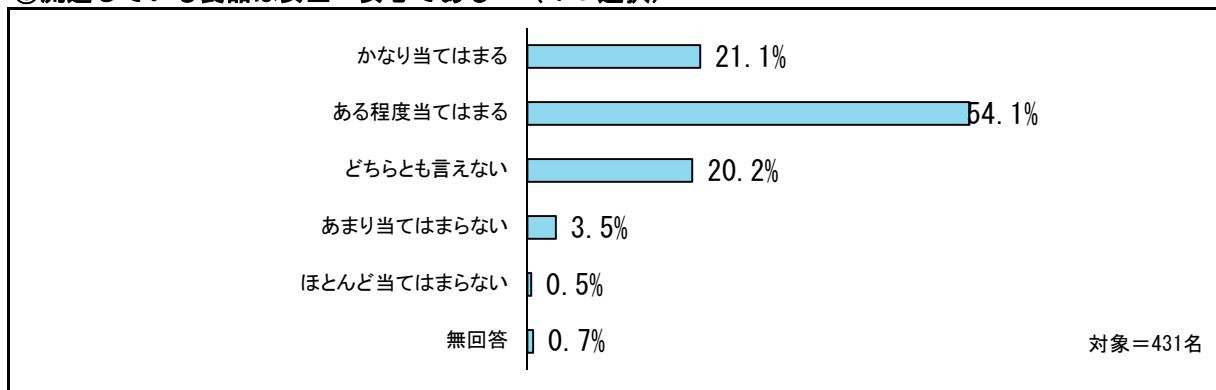


⑫事業者の経営方針や理念・社会貢献活動（1つ選択）

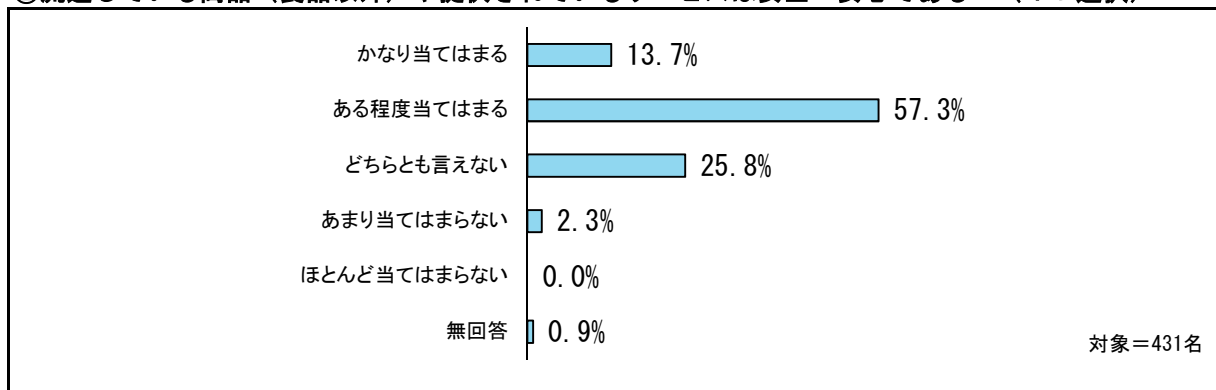


問4 消費者を取り巻く状況について、以下の項目がどの程度当てはまるとお考えですか。

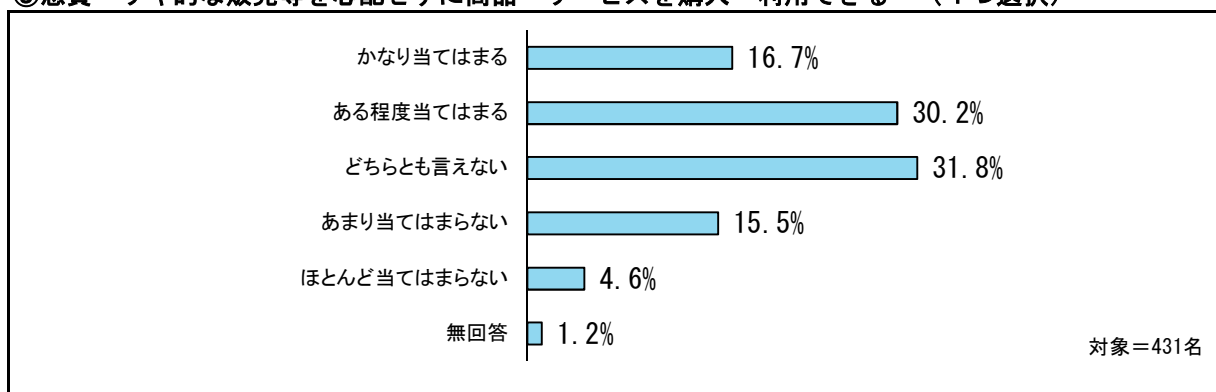
①流通している食品は安全・安心である（1つ選択）



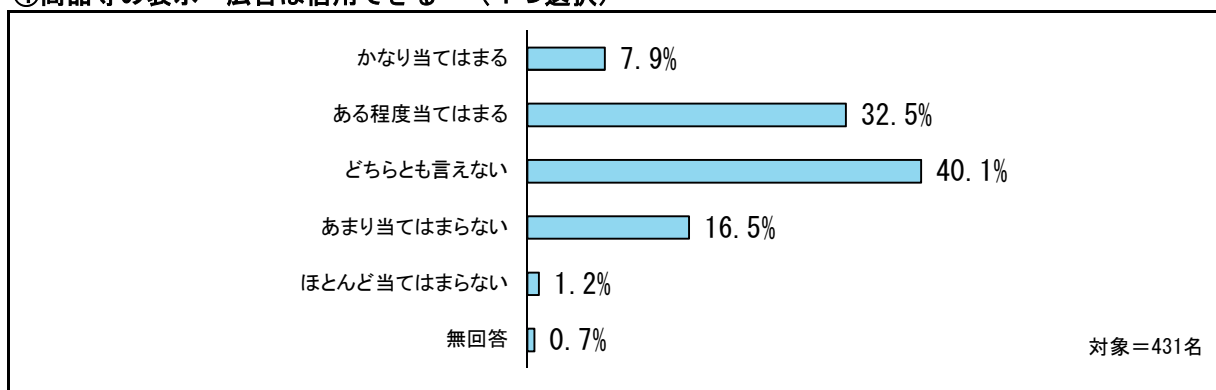
②流通している商品（食品以外）や提供されているサービスは安全・安心である（1つ選択）



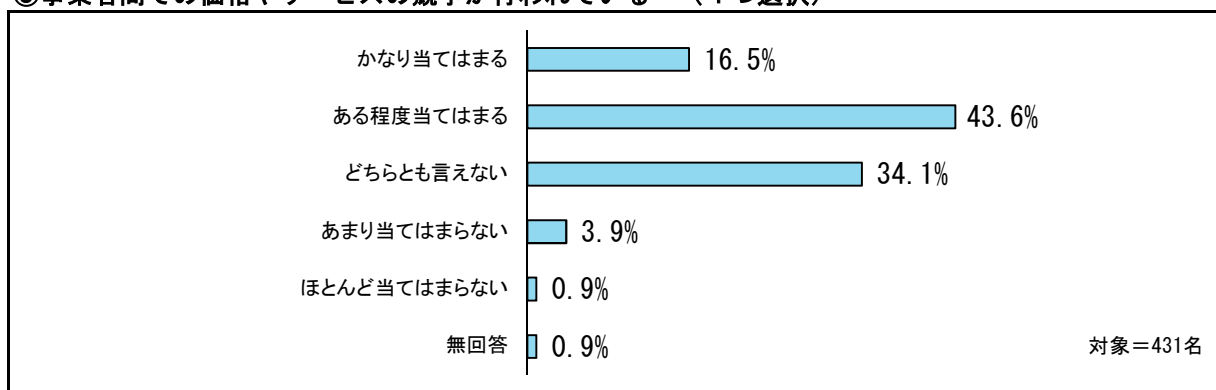
③悪質・サギ的な販売等を心配せずに商品・サービスを購入・利用できる (1つ選択)



④商品等の表示・広告は信用できる (1つ選択)

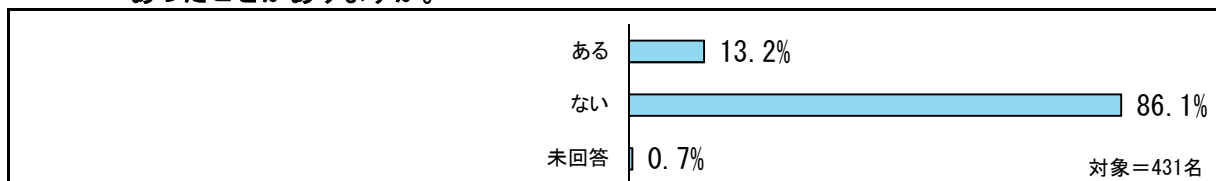


⑤事業者間での価格やサービスの競争が行われている (1つ選択)



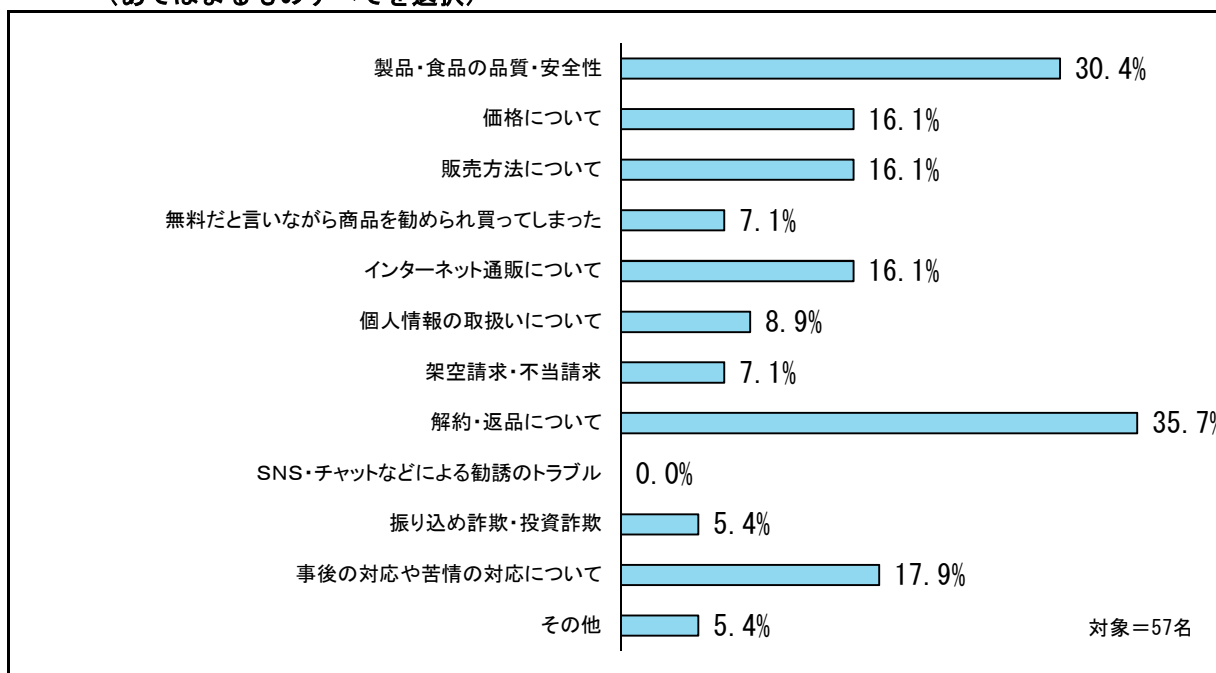
◆消費者トラブルについて

問5 最近（概ね2・3年前まで）、商品を購入したり、サービスを利用したときにトラブルにあったことがありますか。



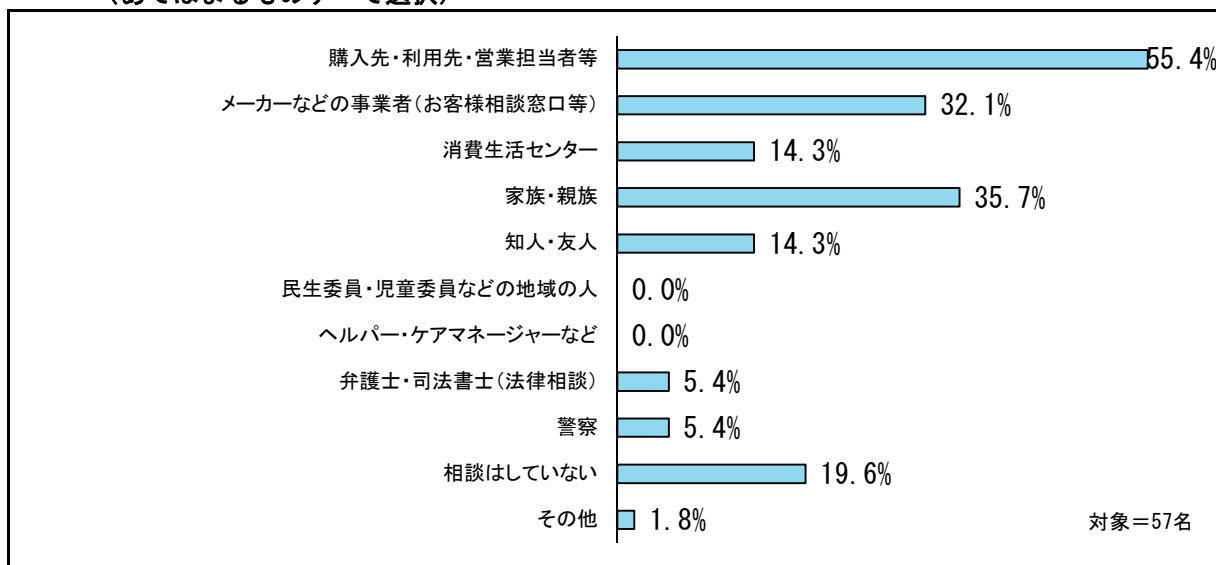
<問5で「1. ある」を選択した方>

問6 そのトラブルはどのような内容でしたか。
(あてはまるものすべてを選択)



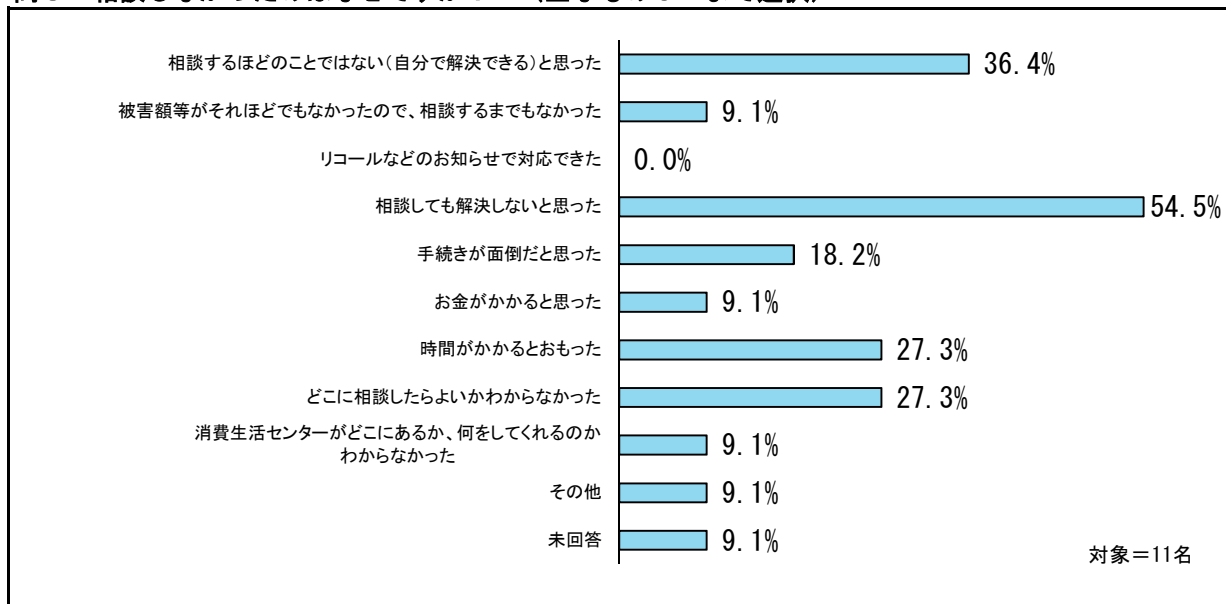
<問6で「1～10」を選択した方>

問7 被害やトラブルにあった際にどこへ（誰に）相談しましたか？
(あてはまるものすべて選択)



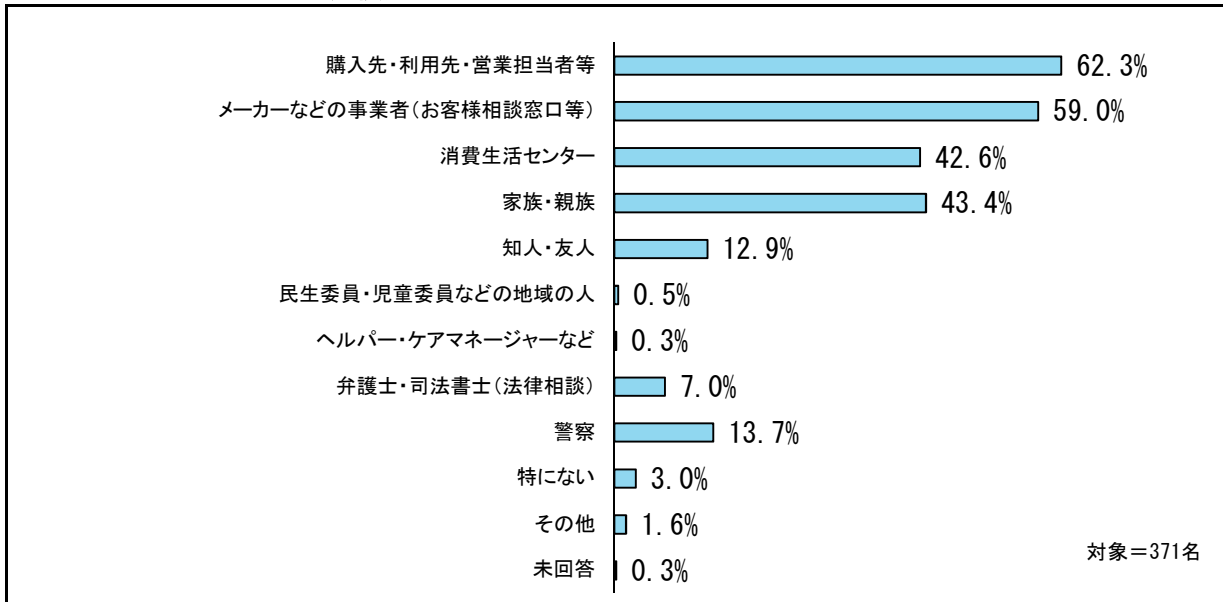
<問7で「10. 相談はしていない」を選択した方>

問8 相談しなかったのはなぜですか？（主なもの3つまで選択）



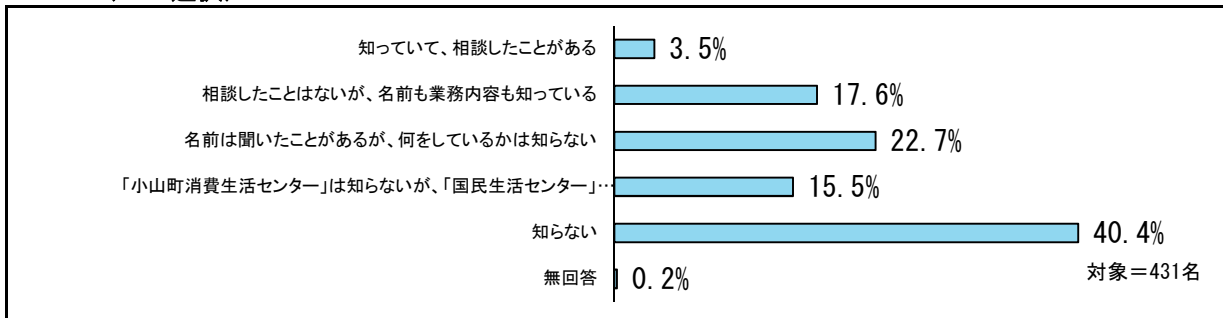
<問5で「2. ない」を選択した方>

問9 消費者トラブルにあったとき「安心して相談できるところ」は次のどれですか。
(主なもの3つまで選択)

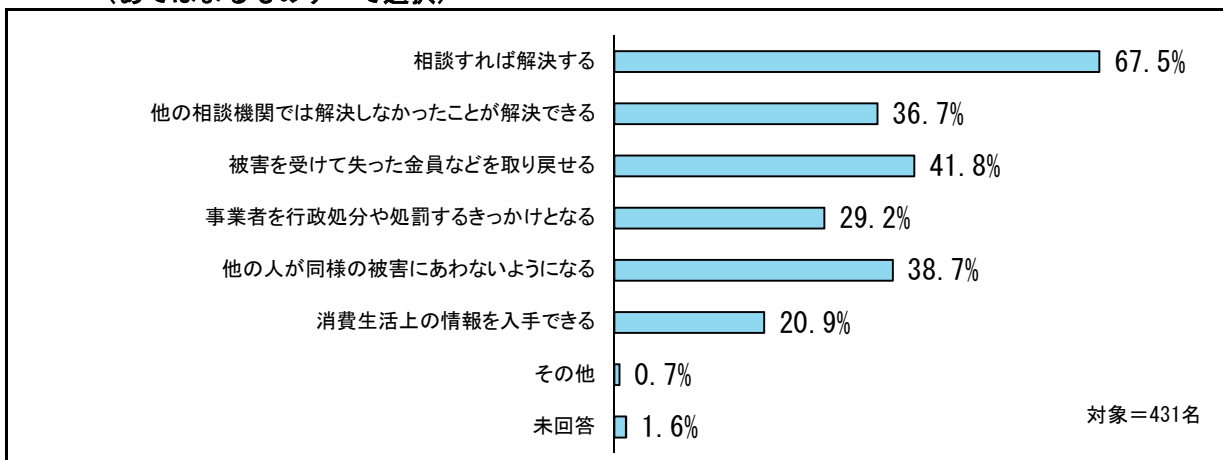


◆消費生活センターについて

問10 消費者トラブルを相談できる「小山町消費生活センター」を知っていますか。
(1つ選択)



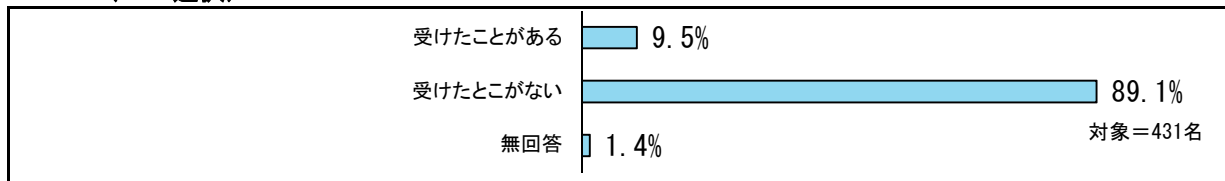
問11 消費生活センターなどに相談する場合、期待することは次のどれですか。
(あてはまるものすべて選択)



◆消費者教育について

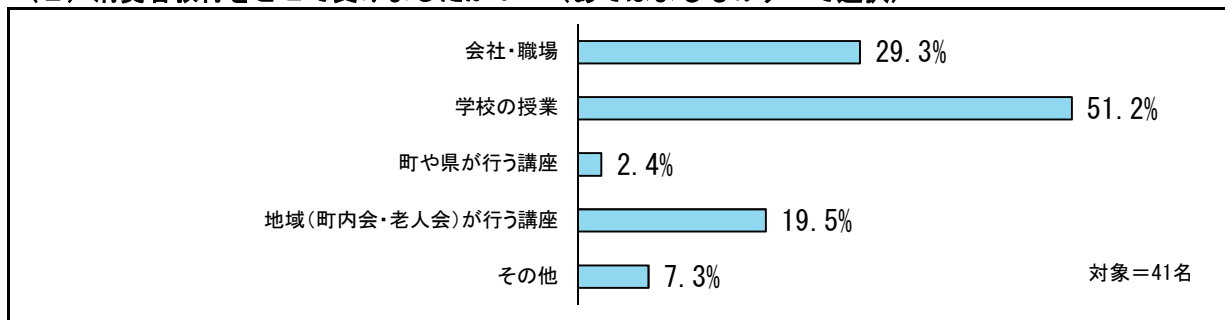
問 1 2

(1) 消費者教育（学校や会社、町で行う講座など）を受けたことがありますか？
（1つ選択）

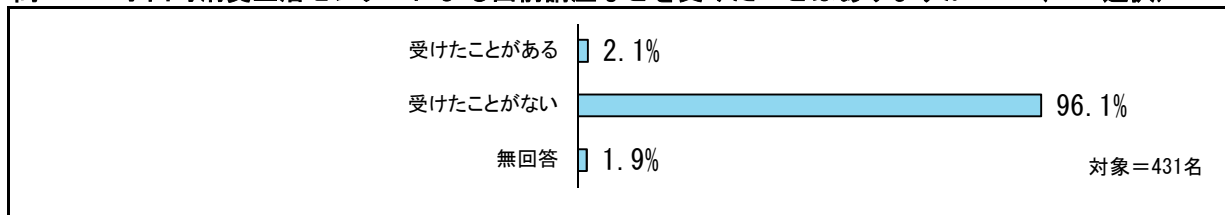


<問 1 2 (1) で「1. 受けたことがある」を選択した方>

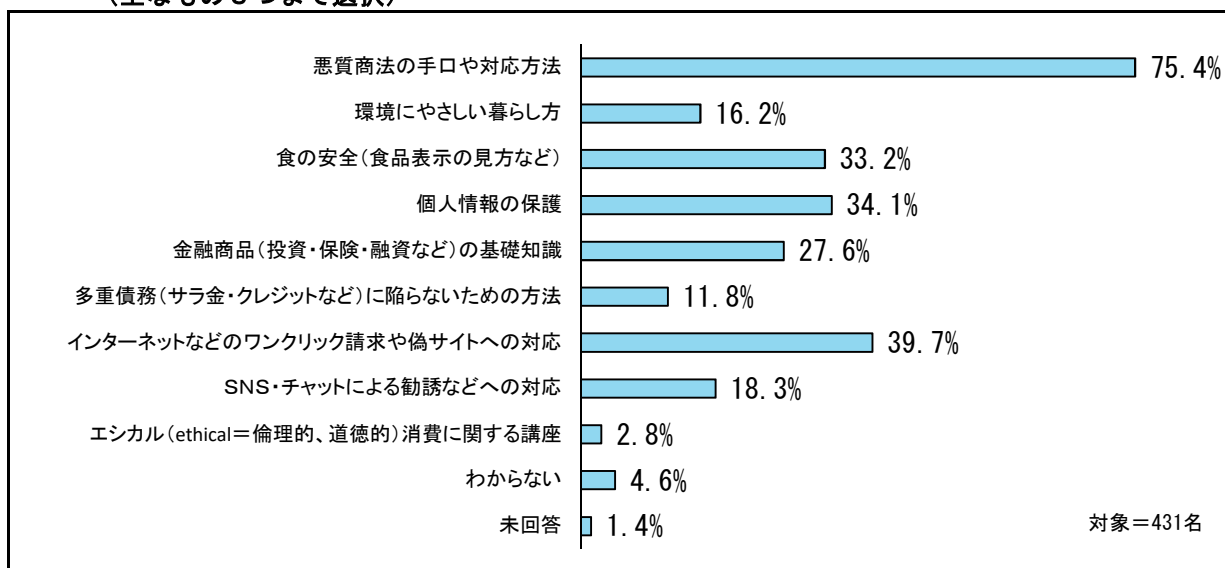
(2) 消費者教育をどこで受けましたか？（あてはまるものすべて選択）



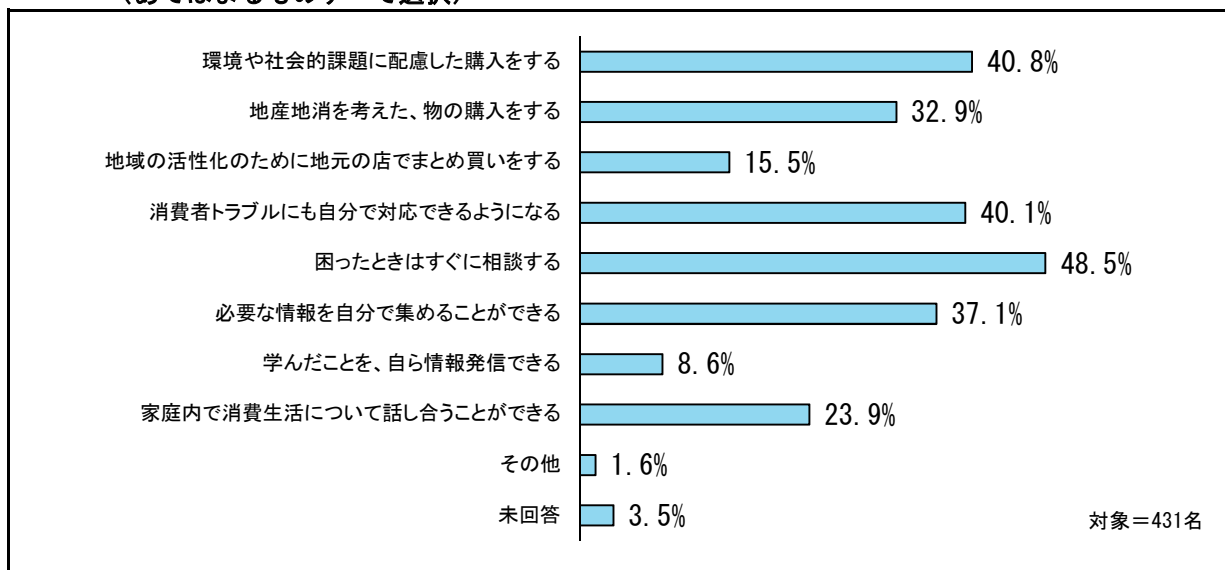
問 1 4 小山町消費生活センターによる出前講座などを受けたことはありますか？（1つ選択）



問 1 5 消費者教育について、特に力を入れるべきだと思う内容はどれですか。
（主なもの3つまで選択）



問16 消費者教育を受けて、どのような消費者になりたいと思いますか。
(あてはまるものすべて選択)

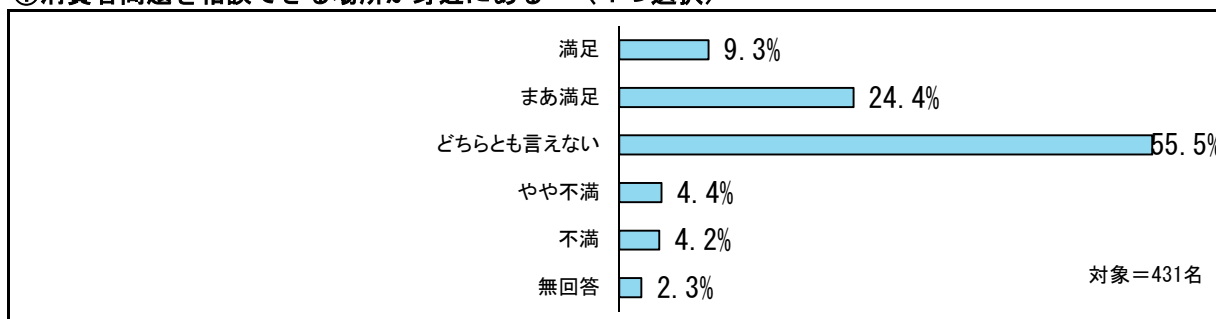


◆町の取り組みについて

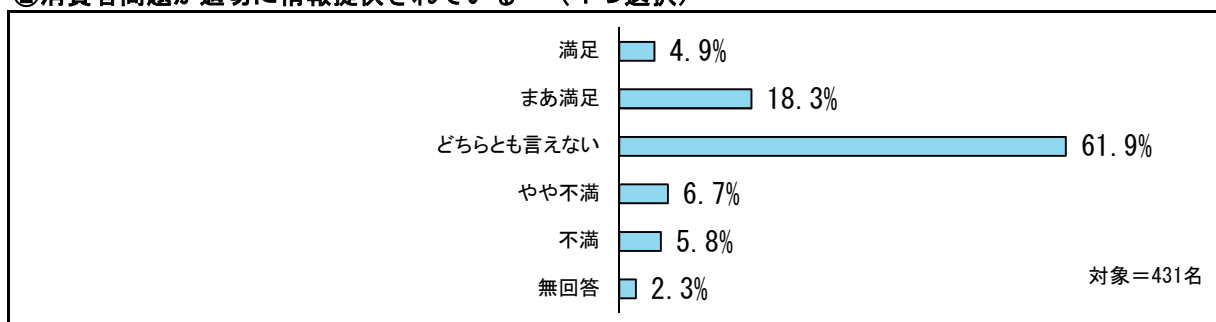
問17 消費者問題に関する町の取り組みについてどの程度満足していますか？
また、どのくらい重要だと思いますか？

満足度

①消費者問題を相談できる場所が身近にある (1つ選択)

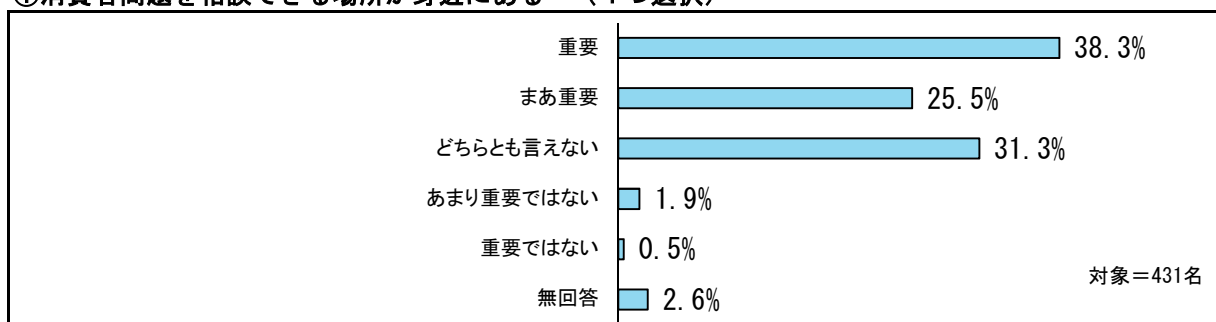


②消費者問題が適切に情報提供されている (1つ選択)

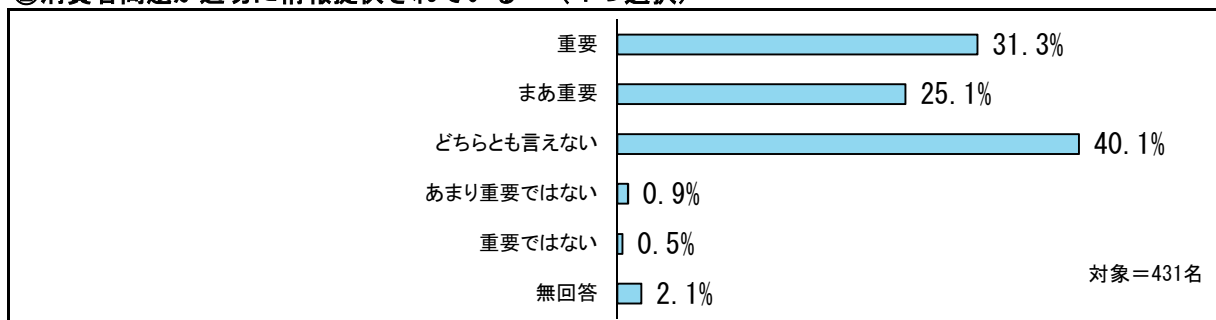


重要度

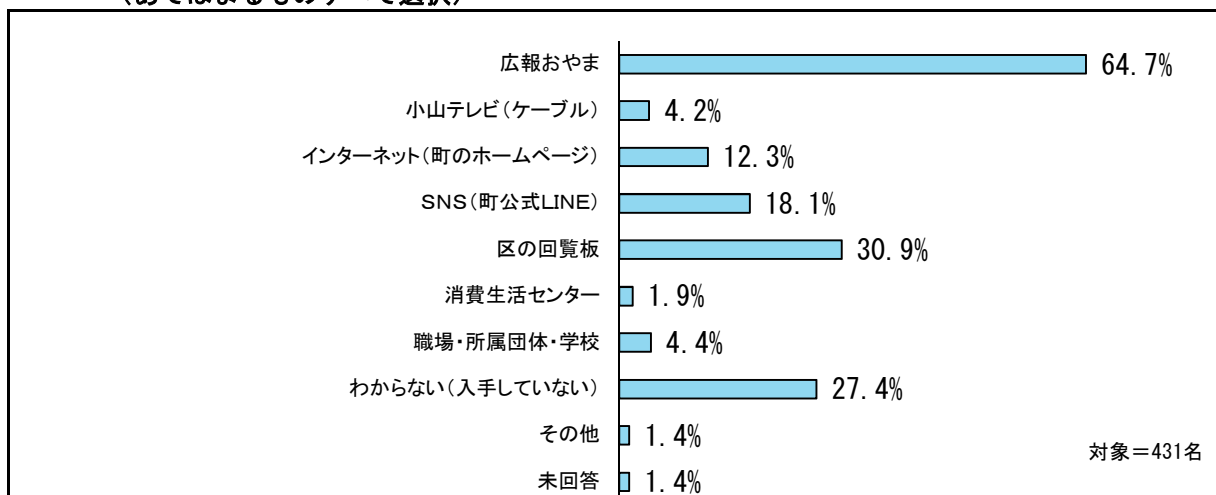
①消費者問題を相談できる場所が身近にある (1つ選択)



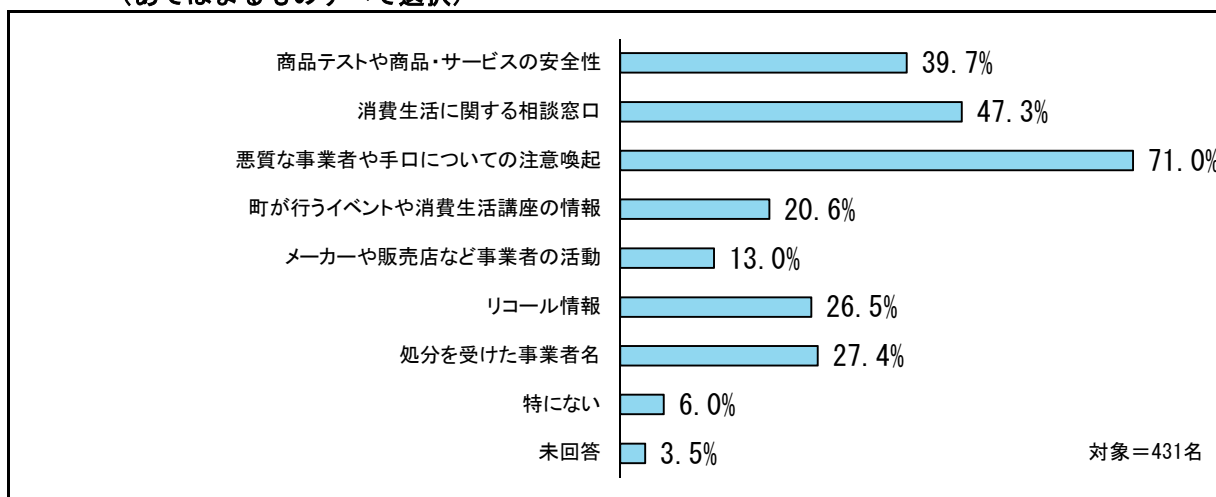
②消費者問題が適切に情報提供されている (1つ選択)



問18 町が発信する消費生活に関する情報を、どのような方法で入手していますか？
(あてはまるものすべて選択)

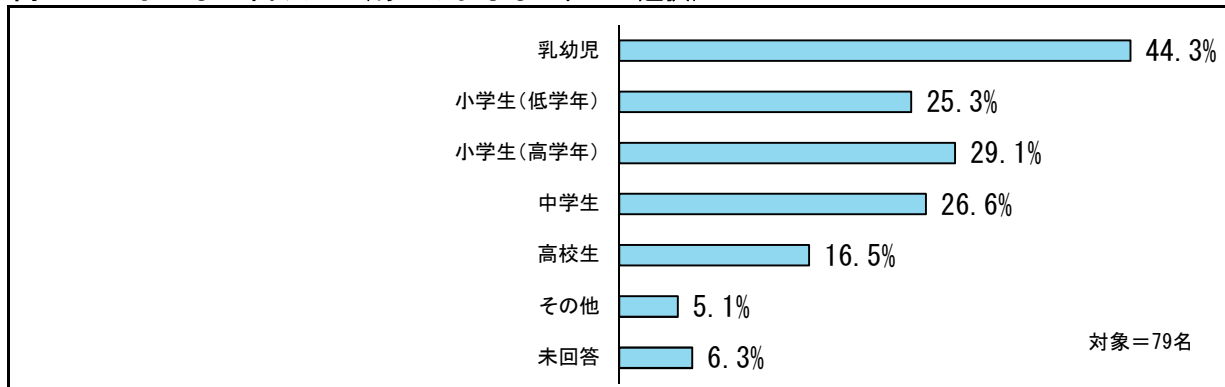


問19 次の消費生活に関する情報のうち、あなたが重要と考えるものはどれですか？
(あてはまるものすべて選択)

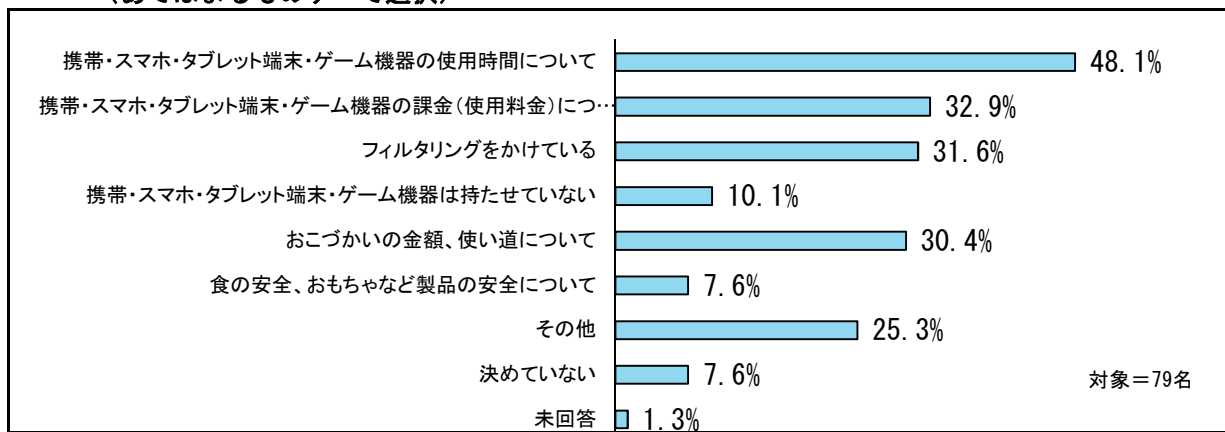


◆子育て世代の消費者問題について

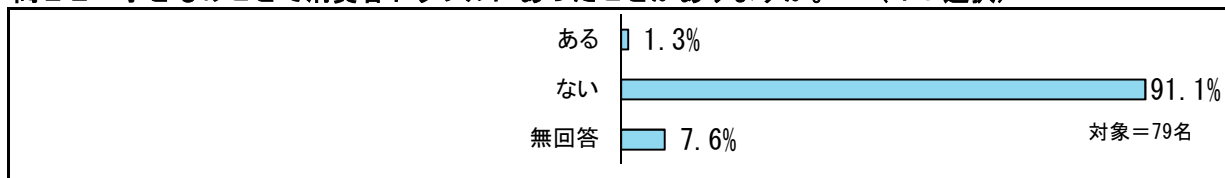
＜問1（5）で「3. 2世代（親・18歳未満の子）」を選択した方＞
 問20 子どもの年代は（あてはまるものすべて選択）



問21 以下のことについて、親子で約束事（ルール）をきめていますか。
 （あてはまるものすべて選択）

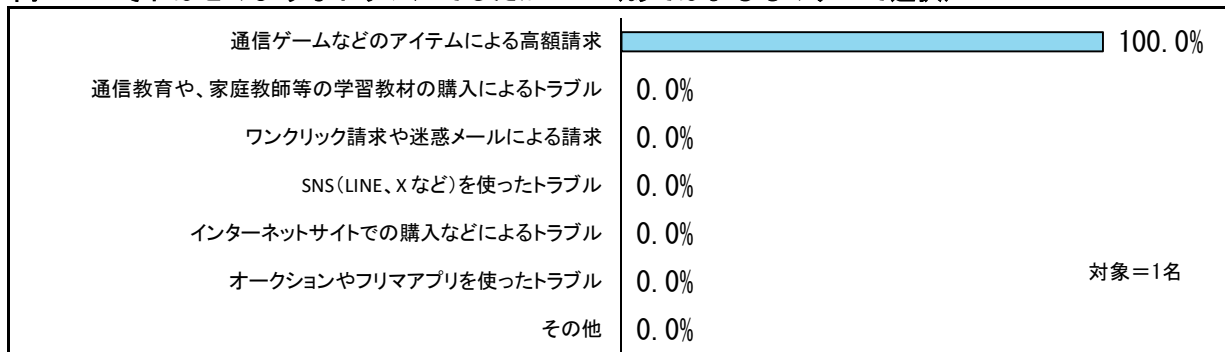


問22 子どものことで消費者トラブルにあったことがありますか。（1つ選択）



＜問22で「1. ある」と回答した方＞

問23 それはどのようなトラブルでしたか？（あてはまるものすべて選択）



問24 今後お子さんが消費者トラブルにあった場合、どこに相談しますか。
(あてはまるものすべて選択)

