

# 御殿場市消費者教育推進計画

誰もが消費者市民としての意識を持って、安心して暮らせる御殿場市の創造  
～自ら学び、考え、行動する消費者になるために～

平成 30 ～ 34 年度  
(2018 ～ 2022 年度)



平成 30 年 3 月

御殿場市

# 基本理念

## (1) 現状と今後の方向性

消費者を取り巻く環境や購買形態は、従来の店舗での対面販売を中心としてきた消費形態から、情報化社会、グローバル社会の進展により、ネット通販、ネットオークション等インターネットを中心とした非対面販売へと急速に移り変わり、商品、サービス（役務）、決済手段も次々と新しいものが登場し、複雑化・多様化しています。

また、環境基本計画に示されている、限られた資源を有効利用するための廃棄処分の総量削減や長寿命化等の環境への取り組みや、食育基本計画で求められている食の安全安心や食品ロスの削減等地球に優しい取り組み等も含めて、行政のみならず市民も総合的に消費社会を考えなければならない時代となってきています。

消費者教育推進計画は、このように複雑かつ多様化する消費行動に柔軟かつ的確に対応できる市民の育成を念頭に、消費者トラブルに遭わず、安心して生活できる社会、地球環境に優しい社会の構築を目指します。

## (2) 基本テーマ

### 誰もが消費者市民としての意識を持って、 安心して暮らせる御殿場市の創造

～自ら学び、考え、行動する消費者になるために～

市民一人ひとりが消費生活を送るにあたって、正しい知識や判断力を養い、次世代にわたって社会経済や地球環境に影響を及ぼすことを意識し、行動することができる消費者市民となることにより、人や環境にやさしく、住みやすい御殿場市の創造を目指します。そのために、市民が主体的に消費者教育について学べる環境を整えるとともに、市関係各部署や民間団体、教育機関、健康福祉関連事業所、企業や事業所等が社会総がかりで消費者教育の推進に向けて取り組むものとなります。



# 消費者教育推進に向けた重点目標

消費者教育に関連する住民アンケート、消費者相談等の状況から、以下の3つを重点目標として定め、強化して取り組んでいきます。

## 重点目標1 消費生活センターの認知度向上と機能強化

消費者教育の推進にあたって重要なことは、消費者教育及び消費生活に関する事業に市が取り組んでいること、なかでも自分で判断できない問題に直面したときの相談窓口として消費生活センターがあることを、すべての市民に知ってもらうことです。

アンケートでは、「御殿場市消費生活センター」の認知度は70.8%となっていますが、このうち「知っていて相談したことがある」「相談したことはないが、名前も業務内容も知っている」は36.5%と少ない状況にあります。

消費者トラブルに遭ったらすぐに相談できるように、消費生活センターの業務内容や連絡先等の周知を図る等認知度向上に努めるとともに、相談や諸々の要請に対して的確に対応できるよう機能強化に努めます。

## 重点目標2 高齢者等の消費者被害防止

本市は県内においては比較的平均年齢が低い都市ですが、平成29年3月時点で65歳以上の高齢者人口は、全人口の23.3%となっており、高齢化が進んでいます。特に団塊世代が後期高齢者となる平成37(2025)年以降は、後期高齢者の割合が現状の11.4%(10,158人)から大きく増えることが予想され、高齢者の消費者被害防止が今にも増して重要となります。

高齢者や障害者等の見守りが必要な消費生活弱者に対し、自治会をはじめ、地域福祉等、多様な組織や団体等を通じて地域ぐるみで消費生活弱者の消費者被害防止に取り組んでいきます。

## 重点目標3 若者や子どもとその保護者に対する消費者教育の推進

消費生活に関する適切な行動様式は、幼少の頃から繰り返し学ぶことで習慣化・形成化されます。そこで、子どもとともに保護者も学習に参加する機会を設ける等、ライフステージの各期の状況に応じた教育や事業を工夫・展開し、幅広い年代での連続した学びを支援していきます。

また、消費者教育は、買物やサービスの利用に限定されるものではなく、3R(リデュース・リユース・リサイクル)のように物を大切にすることや、食育における食品ロス防止等にも及びます。持続可能な社会を意識しながら、現在から未来にわたって自ら学び、考え、行動する消費者の育成に努めます。



# 施策の体系

誰もが消費者市民としての意識を持って、安心して暮らせる御殿場市の創造  
〜自ら学び、考え、行動する消費者になるために〜

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

(2) 消費生活センターの機能強化

高齢者等の消費者被害防止

(1) 高齢者等への消費者被害防止のための啓発

(2) 地域で消費生活弱者を見守る体制づくり

(3) 地域で消費生活弱者を見守る人材の育成

若者や子どもとその保護者に対する消費者教育の推進

(1) 知識や情報を活用できる消費者の育成

(2) 持続可能な社会づくりのための教育

(3) 事業所への消費生活に係る啓発活動と教育の促進

(4) 年齢に応じた消費者教育の実施

(5) 保護者に対する消費者教育の実施



悪質商法対策講座

消費生活講座

生活フェア（消費生活展）

御殿場市消費生活センターホームページの充実

SNSを使用した消費者教育の研究

消費生活相談員の研修参加等による能力の向上

消費者教育コーディネーターの配置

ふじのくに消費者教育推進東部・賀茂地域連絡会議への参加

悪質商法対策講座【再掲】

消費生活講座【再掲】

消費者被害防止に関する啓発

各種相談事業

成年後見制度利用促進事業

地域包括支援センター事業

地域ケア会議推進事業

寿大学等での啓発

地域包括支援センター定例会での情報提供

民生委員児童委員協議会理事会での情報提供

消費生活弱者を見守る人への情報提供、研修等の実施

食育に関する教室

若者を対象とした出前講座

SNSを使用した消費者教育の研究【再掲】

ごみ減量関係セミナー

環境体験教室

動物保護教室

食育セミナー（商品の安全・安心、見極め等のセミナー）

エシカル消費の普及

新入社員研修等での消費者教育

メーリングリストを活用した消費者教育の情報提供

計量試買会（県事業・4～5年に1回）

買い物ごっこ

授業の中で消費者教育の学習 社会科

だいにしよう（エコ・リサイクル活動）

そだてて たべよう（栽培活動&クッキング）

授業の中で消費者教育の学習 家庭科/技術・家庭科

つくってあそぼう

夏休み親子工場見学

消費者教育コーディネーターの配置【再掲】

食生活推進協議会料理教室

キラキラキッズクッキング

学校だより等を活用した啓発

三者面談等での消費者教育等の実施

家庭教育学級における啓発

子育て学習講座（親学）における啓発

だいにしよう（エコ・リサイクル活動）【再掲】

# ライフステージにおいて学習すべき点

消費者教育については、ライフステージ（年代別）に分けて、それぞれの年代において重点的に取り組む必要があります。また、幼児期から高校生期にかけては、30～40代の子育て世代、或いは50～60代のシニア世代も、保護者という視点から関係性が出てくるので、併せて子どもの取り組みについて学習したいものとして想定しています。

10～20代の大学生・社会人  
青年期

取組の内容		幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	青年期
契約・商品等の安全	買い物のルールを知る (物を買うにはお金が必要、お金は大切)	◎	○	○	○	
	商品等の特質を知り、正しく安全に使う	○	○	○	○	◎
	契約と解約の基本とそのルールを知る (売り手と買い手の合意で契約が成立する等)			○	○	◎
	販売方法の特徴を知り、トラブルの多い契約について知る (クーリングオフや中途解約)				○	◎
	トラブルに遭った場合の対処法を知る (消費者生活センターに相談、企業に改善を求める等)				○	○
金融	お小遣いの管理 (初歩的な金銭管理を学ぶ)		◎	◎	○	
	多重債務に陥らないための生活設計及び管理 (収支のバランスを考え、各種ローンの借り入れ、返済について考える)				◎	◎
	各種決済手段についての理解 (プリペイドカード、クレジットカード等)				◎	◎
持続可能な社会	地球環境問題についての教育	○	◎	◎	○	○
	食に関する教育 (食品ロス等)			◎	◎	○
	エシカル消費についての理解 (フェアトレード等)			◎	◎	○
情報社会	情報社会の基礎知識・ルールとメディアリテラシーに関する教育		○	◎	◎	○
	ネット通販で商品を取引する場合の注意点			○	◎	○
	アプリやオンラインゲーム等のサービスを利用する場合の注意点		○	◎	○	
	メールやネットの仕組みを悪用した詐欺への対処法			◎	◎	○
問題商法(※)等	マルチ商法・キャッチセールス・アポイントメントセールスについて知る				◎	◎
	サイドビジネス商法・利殖商法について知る					○
	点検商法について知る					
	継続的サービスの注意点 (エステ、家庭教師、学習塾)					◎

## ※問題商法

(30～40代の子育て世代) **壮年期**

(50～60代のシニア世代) **実年期**

(70歳以上の高齢世代) **熟年期**

◎	○	○
○		
○	○	
◎	◎	○
○	○	○
○	○	
○	○	
○	○	○
○	○	○
○	○	
◎	◎	○
○	◎	◎
◎		

### マルチ商法 (健康食品、化粧品等)

販売組織の加入者が新規加入者を誘い、その加入者がさらに別の加入者を勧誘することで組織を拡大して行う商品・サービスの取引。新規加入者の支払う加入料や商品購入代金などによって自分の利益が得られると勧誘する。ネットワークビジネスなどと説明する場合もある。

### 点検商法 (屋根工事、布団類等)

「点検に来た」「無料で点検する」と言って家に上がり込み、「布団にダニがいる」「工事が必要」などと不安を煽り、商品やサービスを契約させる。公的機関を騙るケースもある。

### サイドビジネス商法 (健康食品、内職、副業等)

「在宅の簡単な仕事で高収入が得られる」「資格・技術を身に付けて在宅ワーク」などと勧誘し、高額な教材などを売りつける商法。収入はほとんど得られないうえ、支払いだけが残る。

### キャッチセールス (化粧品、絵画等)

駅や繁華街の路上でアンケート調査などと称して呼び止めて、喫茶店や営業所に連れて行き、不安を煽るなどして商品やサービスを契約させる商法

### アポイントメントセールス (アクセサリー、複合サービス会員等)

「抽選に当たったので景品を取りに来て」「特別モニターに選ばれた」などと、販売目的を明らかにせず、又は著しく有利な条件で取引できると言って、電話やダイレクトメールで喫茶店や事務所に呼び出し、契約しないと帰れない状況にするなどして商品やサービスを契約させる商法

### 利殖商法 (株・公社債等)

「値上がり確実」「必ず儲かる」などと利殖になることを強調し、投資や出資を勧誘する。

絶対儲かります  
みんなやってます  
簡単にできます  
とりあえず話だけでも

弁償しろ  
早く支払え  
契約書にサインしろ  
契約するまで帰さない  
不幸になるぞ



## 消費者教育とは？

人は誰もが「消費者」です。その消費者が、商品やサービスについて合理的な価値判断を下し、個人の消費生活を向上させるとともに、自らの消費行動が社会や環境に影響を与えることを理解して行動できるようにするための教育です。

## 消費者市民社会とは？

消費者一人ひとりが、自分だけでなく周囲の人々や、将来生まれる人々の状況、社会経済情勢、地球環境のことまで考えて生活することで、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参加する社会をいいます。



御殿場市



〒412-8601

静岡県御殿場市萩原 483 番地

くらしの安全課

TEL : 0550-82-8400

FAX : 0550-82-4333

Mail : seikatsu@city.gotemba.lg.jp