

水戸市消費者教育推進計画（第2次） 構成案

第1章 計画策定の基本的事項

- 1 計画策定の趣旨
- 2 計画の位置付け
- 3 計画の範囲
- 4 計画期間

第2章 消費者を取巻く現状と課題

- 1 消費者を取り巻く環境の変化について
- 2 消費者教育について
- 3 消費者問題について

第3章 計画の基本的方向

- 1 目指す姿
- 2 基本方針

1 ライフステージに応じた教育環境の充実による消費者の自立支援

消費者のライフステージによって消費に係る課題等は様々であることから、幼児期から高齢期までの各段階において、学校、家庭、地域等の場を活用するとともに、性別や知識量等の特性に配慮した消費者教育の方法や内容の工夫に取り組みます。また、ICTなど新たな技術を活用したサービスの急速な進展、それに伴う決済方法や取引形態等の変化、家族形態の多様化や成人年齢の引き下げ、グローバル化など、様々な社会情勢の変化を適切に捉えながら消費者教育に努め、自立支援を推進します。

2 消費者教育を推進する担い手の育成と連携の強化

消費者教育の推進役は、学校、消費者団体、NPO、行政等のほか、消費者自身でもあります。市消費生活センターを中心に、学校や地域、職域などと連携しながら、市民が広く参加することができる研修会や講演会などを実施し、消費生活に関する正しい知識を持ち、消費者団体等において中心的な役割を果たす人材の育成を図ります。また、関係機関との情報共有や消費者教育に係る関係団体等の取組を支援します。

3 消費者教育に関する教材の提供及び複雑多様化する消費生活に関する情報発信の充実

消費者教育については、学校や地域など、それぞれの場において国の機関等で作成される多様な教材の活用を促進します。消費者を取り巻く環境の変化に応じた内容の充実を図るため、引き続き、消費者教育の実践事例や教材の情報収集・提供に努めるほか、国等から発信される様々な情報についても、市施設やホームページを活用しながら、市民に広く周知します。さらに、SDGsの達成に貢献するため、フェアトレード等のエシカル消費や食品ロスの削減など、消費者が身近にできる取組について、その趣旨や概念の普及・啓発活動を推進します。

3 施策の体系

第4章 施策の展開

1 ライフステージに応じた教育環境の充実による消費者の自立支援

1-1 学校教育等における消費者教育の推進

(主な取組)

- ・ 幼児期における消費者教育
- ・ 小学生期における消費者教育
- ・ 中学生期における消費者教育
- ・ 高校生期における消費者教育
- ・ 大学・専門学校等における消費者教育

1-2 地域社会における消費者教育の推進

(主な取組)

- ・ 地域における消費者教育の機会の充実
- ・ 地域コミュニティとの連携
- ・ 町内会長等に対する研修の実施
- ・ 消費者団体による啓発講座の実施
- ・ 消費者サポーターによる啓発
- ・ 消費者月間事業の実施

1-3 高齢者や障害者等への消費者教育の推進

(主な取組)

- ・ 見守りネットワークの活用・充実
- ・ 民生委員等に対する研修の実施
- ・ 障害者施設等との連携
- ・ 高齢者クラブとの連携
- ・ 訪問支援による啓発機会の充実
- ・ 啓発品の作成

1-4 家庭における消費者教育の推進

(主な取組)

- ・ 子育て支援団体との連携
- ・ 家庭教育学級との連携
- ・ 子ども教室との連携

1-5 職域における消費者教育の推進

(主な取組)

- ・ 出前講座等の実施
- ・ 消費者教育の実践事例の紹介
- ・ 消費者と事業者の交流

2 消費者教育を推進する担い手の育成と連携の強化

2-1 教職員の指導力の向上

(主な取組)

- ・ 研修機会の充実
- ・ 指導事例の情報提供
- ・ 教職員のネットワークの構築

2-2 地域における担い手の発掘・育成

(主な取組)

- ・ 町内会長等に対する研修の実施
- ・ 民生委員等に対する研修の実施
- ・ 消費者団体に対する研修の実施
- ・ みと消費者大学の実施による担い手の発掘・育成

2-3 各主体における人材育成・活用と連携強化

(主な取組)

- ・ 消費生活相談員を対象とした研修の機会の充実
- ・ 消費者団体との連携
- ・ 消費者と事業者の交流, コーディネーターの育成

3 消費者教育に関する教材の提供及び複雑多様化する消費生活に関する情報発信の充実

3-1 消費者教育に使用される教材等の充実と情報発信

(主な取組)

- ・ 副読本の活用・改定
- ・ 学校等への教材の配置

3-2 消費問題に関する情報発信

(主な取組)

- ・ 消費者教育ポータルサイトとの連携
- ・ 各種媒体を使った情報提供
- ・ 見守りネットワークの活用・充実
- ・ 事業者・事業者団体からの情報提供

3-3 持続可能な消費に関する啓発・取組

(主な取組)

- ・ エシカル消費に関する啓発 (フェアトレードの取組, 食品ロスの削減に向けた取組を含む)
- ・ 各主体と連携した機運の醸成

第5章 推進体制と進行管理

1 推進体制

2 他の消費生活に関連する教育との連携

3 進行管理