

より良い消費者市民都市をめざして

《第二次浜松市消費者教育推進計画》

令和3年度～令和7年度

令和3年4月



目 次

第1章 計画の基本的な考え方	1
1 浜松市消費者教育推進計画の策定	1
2 計画の理念	3
3 計画の位置づけ	3
4 計画期間	3
5 庁内推進体制と地域協議会	3
第2章 消費者の現状と課題	4
1 本市における消費者の現状	4
（1）消費生活相談の傾向	4
（2）市民の消費行政への関心	7
（3）これまでの主な取組	10
2 課題	12
第3章 施策の体系と今後の取組	13
目標1 消費者教育と消費者市民社会についての理解促進	15
目標2 消費者教育推進の体制整備	16
目標3 ライフステージに対応した消費者教育の推進	21
●消費者教育推進事業一覧	26

第1章 計画の基本的な考え方

1 浜松市消費者教育推進計画の策定

本市では平成28年度に「浜松市消費者教育推進計画」（計画期間：平成28年度（2016年度）から令和2年度（2020年度）までの5年間）を策定し、消費者教育の普及に向けた施策を実行してきた。

第一次計画では、消費生活相談員の増員による相談体制の一層の充実や消費者教育コーディネーターの増員、学校教育における消費者教育教材の作成等、一定の成果をあげた。一方で、成果指標として掲げた「消費生活センターの認知度」・「消費者市民社会の概念の普及度」についての達成度は低位となった。

近年は、令和4年4月からの成年年齢の引き下げやデジタル化の進展・電子商取引の拡大等、消費者を取り巻く環境が変化してきている。特に、電子商取引については、誰もが手軽に利用できるようになり、消費者にとって利益の増進につながっている。その反面、複雑な契約形態であったり、非対面取引であったりと、知識がある消費者であっても、混乱し自由な選択が阻害されるという問題も起きている。

「消費者教育」とは、消費生活に関する知識を修得し、社会の一員として、より良い市場とより良い社会の発展のために行動する「自立した消費者」を育成する教育である。また、消費者の社会的役割や消費者教育推進の在り方を考える際の共通概念が、「消費者市民社会」である。

さらに、「消費者市民社会」が目指す、公正かつ持続可能な社会の形成という課題は、平成27年9月に国連で「持続可能な開発目標（SDGs）」が採択されたこともあり、より重要な課題となっている。例えば、SDGsの12番目の目標「つくる責任 つかう責任」では、事業者の取組を促すとともに、消費者自らが意識を持ち、適切な行動をする（エシカル（倫理的）消費）ことが求められている。消費者がSDGsについて理解し、自らの行動が社会に影響を与える自覚を持ち、日常の消費生活において人や社会、環境、地域等に配慮した消費をすることは、消費者市民社会の形成につながるものである。このようなことから、本市ではエシカル消費の概念の普及に注力しており、なかでも「フェアトレード」については、平成29年11月に地域一体となり、「フェアトレードタウン」の認定を受けることができた。

本市では、社会情勢の変化に応じて、施策の検証や見直しを行い、令和2年度までの第一次計画に引き続き、令和3年度からの第二次計画においても消費者市民社会の形成をめざして消費者教育を強力に推進していく。

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（消費者教育の推進に関する法律（以下「推進法」という。）第2条第2項）をいう。

エシカル（倫理的）消費とは

より良い社会に向けた、人・社会、地域、環境などに配慮した消費行動のこと。消費者が、自らの行動が社会へあたえる影響を自覚し、行動することが重要である。

エシカル消費の推進は、持続可能な開発目標（SDGs）の12番目の目標である「つくる責任つかう責任（持続可能な消費と生産の形態を確保する）」にあたる。

フェアトレードとは

フェアトレードとは、発展途上国で作られた製品や生産された原料を、「適正な価格」で「継続的に購入」し、立場の弱い生産者や労働者の生活改善と自立を目指す「公正な貿易の仕組み」。人や社会、環境などに配慮したフェアトレード商品を購入することはエシカル消費にあたる。



フェアトレードタウン浜松

浜松市は平成29年11月、市民、市民団体、事業者と行政などが一体となり、地域ぐるみでフェアトレードを推進するフェアトレードタウンの認定を受けた。

認定団体は一般社団法人日本フェアトレードフォーラムで、浜松市は熊本市、名古屋市、逗子市に続いて、日本で4番目。その後、札幌市、いなべ市も認定を受け、合わせて6都市がフェアトレードタウンとなった。

フェアトレード 浜松
FAIR TRADE TOWN
HAMAMATSU



2 計画の理念

消費者教育の推進による安全・安心でより良い消費者市民都市の実現

消費者教育の推進により、市民すべてが自立した消費者となり、消費者市民社会の一員となることによって、安全・安心な消費生活環境が整備されたより良い市民都市が形成されることを理想とし、計画の理念を「消費者教育の推進による安全・安心でより良い消費者市民都市の実現」とする。

《本書のタイトルを「**より良い消費者市民都市をめざして**」とし、計画の周知を図る。》

3 計画の位置づけ

本計画は、推進法第 10 条第 2 項の規定に基づき、「消費者教育の推進に関する基本的な方針（平成 25 年 6 月 28 日閣議決定。平成 30 年 3 月 20 日変更。以下「基本方針」という。）」及び静岡県消費者教育推進計画を踏まえ、本市における消費者教育の推進に関する施策を総合的かつ一体的に推進していくための基本指針を定めるものである。

また、消費者教育に関する具体的な取組を様々な担い手と連携しながら推進していくための実施計画でもある。

策定にあたっては、本市の基本指針である浜松市総合計画に即したものとしている。

4 計画期間

令和 3 年度（2021 年度）から令和 7 年度（2025 年度）までの 5 年間。ただし、必要に応じ、社会経済情勢の変化や国の基本方針の変更等により見直しを行う。

5 庁内推進体制と地域協議会

関係課で組織する浜松市消費者教育推進庁内連絡調整会議において、消費者教育の推進に関する事項について協議し、検討する。

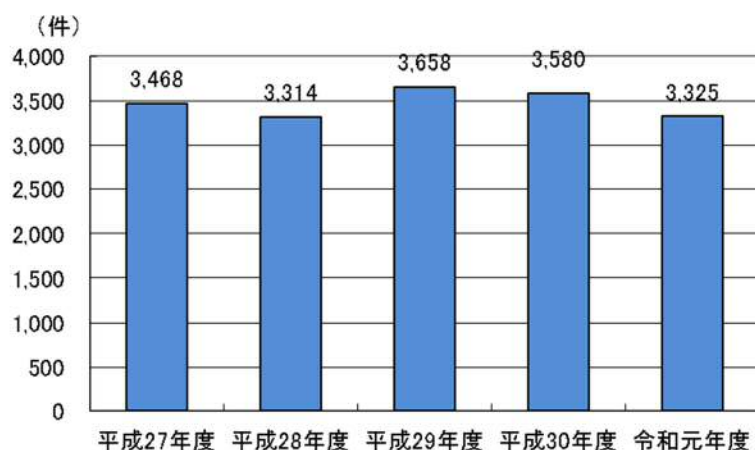
浜松市消費者教育推進地域協議会は、法曹関係団体、事業者・事業者団体、労働者団体、NPO 等から参画する委員により組織され、本市における消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して委員相互の情報交換及び調整を行う。また、委員は計画の策定・変更に関して意見を述べる。

第2章 消費者の現状と課題

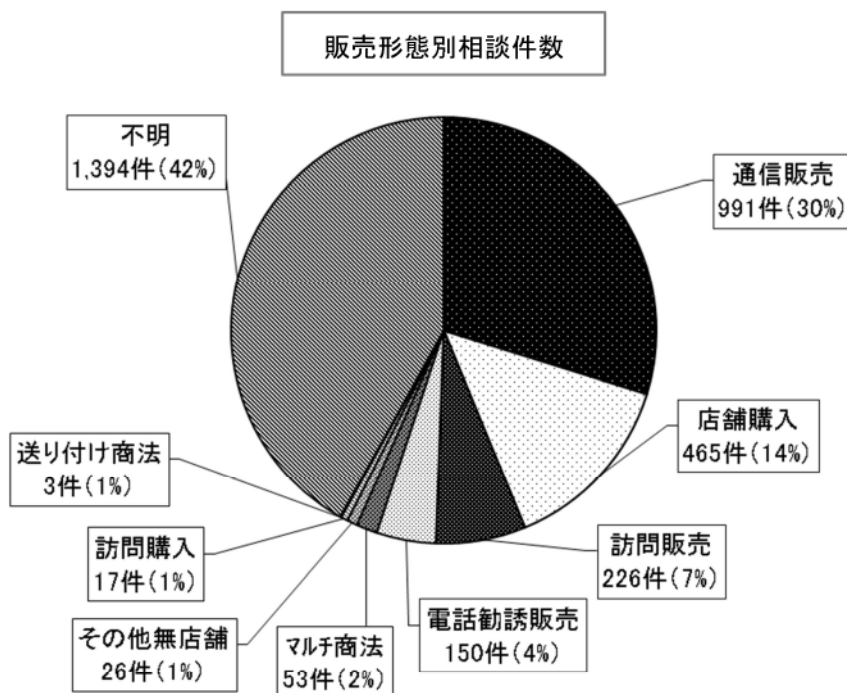
1 本市における消費者の現状

(1) 消費生活相談の傾向

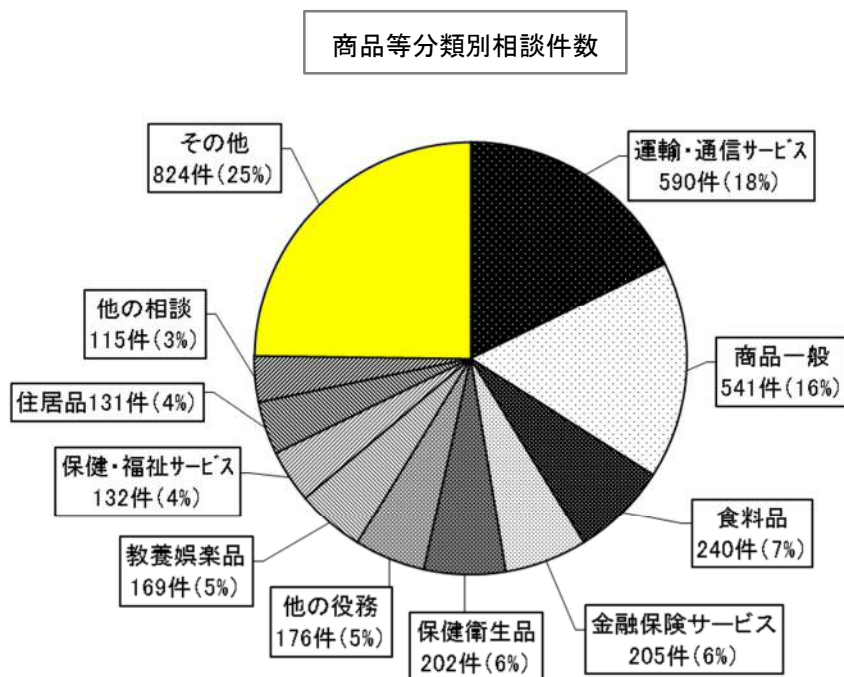
浜松市くらしのセンター（消費生活センター）で令和元年度に受け付けた相談件数は3,325件で、前年度（3,580件）よりも255件減少した。これは、平成29年度、30年度に多かった架空請求はがきに関する相談が減少したためである。



令和元年度の相談内容を販売形態別に見ると、通信販売（インターネット・テレビなどの利用によるもの）が991件と最も多く、次いで店舗購入（携帯電話・車・美容エステなど）が465件、訪問販売（布団・リフォーム工事など）が226件となった。



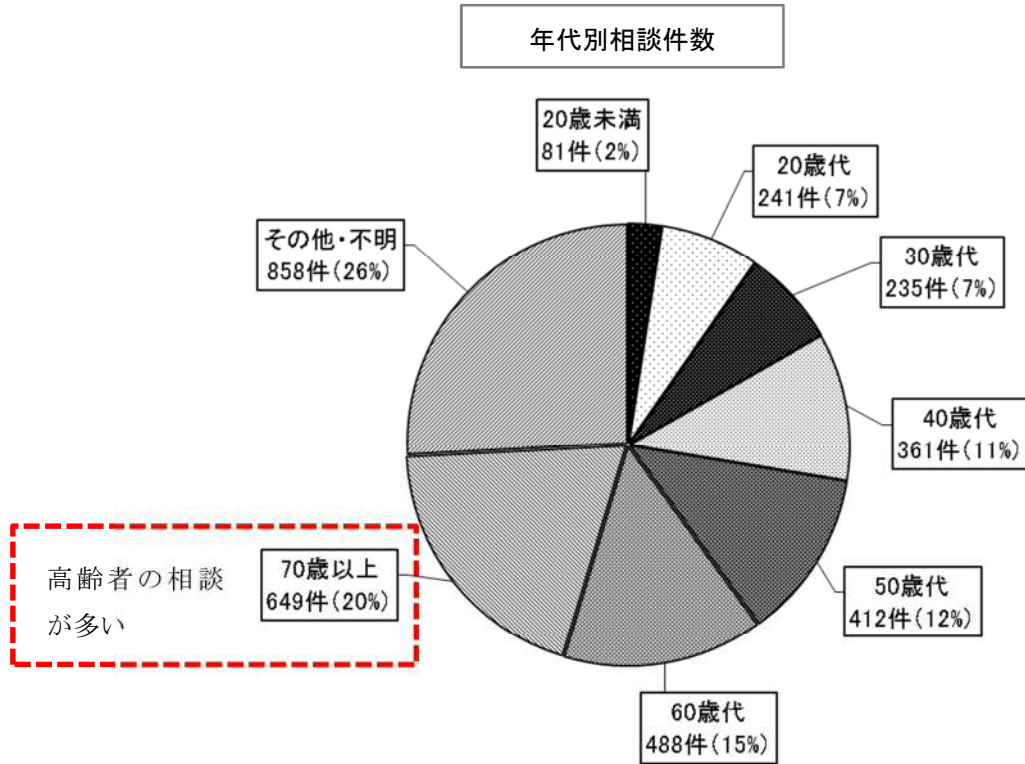
相談を受けた商品等の内訳を見ると、運輸・通信サービス（携帯電話・出会い系サイト・情報商材[※]・光回線契約など）が 590 件と最も多く、次いで商品一般（架空請求・送り付け商法など）が 541 件、食料品（健康食品等の定期購入・注文した覚えのない食料品が届いたなど）が 240 件、金融・保険サービス（生命保険・損害保険・証券など）が 205 件となった。



※「情報商材」

副業や投資等で高収入を得られるためのノウハウ等と称してインターネット等で販売されている情報

年代別では70歳以上の相談が多い。また、相談内容は、20歳未満ではゲーム課金、20～40歳代では情報商材、70歳以上では光回線の勧誘が多く、全体では、定期購入の条件のある商品の解約や架空請求の相談が多数寄せられている。



年代	1位	2位	3位
20歳未満 (81件)	運輸・通信サービス (ゲーム課金 動画サイトトラブルなど 23件)	保健衛生品 (化粧品、脱毛剤の定期購入など 19件)	食料品 (サプリ等の定期購入トラブルなど 15件)
20歳代 (241件)	運輸・通信サービス (情報商材、出会い系、登録料など 49件)	保健・福祉サービス (エステ・理美容など25件)	金融・保険サービス (投資、融資など 25件)
30歳代 (235件)	運輸・通信サービス (情報商材、光回線の勧誘など 39件)	被服品 (商品未着、返品交換など 26件)	教養娯楽品 (情報商材、フリーマーケットなど 18件)
40歳代 (361件)	運輸・通信サービス (情報商材、光回線の勧誘など 64件)	商品一般 (架空請求、不明な商品 51件)	食料品 (健康食品の定期購入など 35件)
50歳代 (412件)	運輸・通信サービス (光回線の勧誘、出会い系サイトなど 74件)	商品一般 (架空請求、不明な商品 74件)	食料品 (健康食品の定期購入など 42件)
60歳代 (488件)	商品一般 (架空請求、不明な商品 160件)	運輸・通信サービス (ウイルス対策、光回線の勧誘など 98件)	食料品 (健康食品の定期購入など 31件)
70歳以上 (649件)	運輸・通信サービス (ウイルス対策、光回線の勧誘など 113件)	商品一般 (架空請求、不明な商品 113件)	他の役務 (弁護士等、ウイルス除去の遠隔操作など 63件)
その他・不明 (858件)	運輸・通信サービス (情報商材、光回線の勧誘など 130件)	商品一般 (架空請求、不明な商品 107件)	他の役務 (弁護士等、ウイルス除去の遠隔操作など 76件)

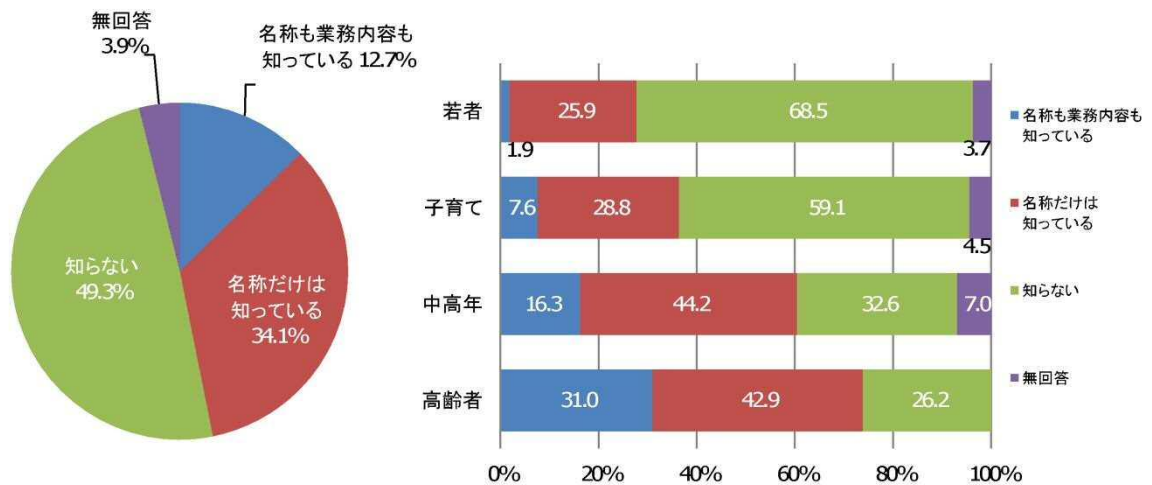
(2) 市民の消費行政への関心 (令和2年8月に実施した広聴モニター結果)

※若者(18~34歳)、子育て(35~49歳)、中高年(50~64歳)、高齢者(65~79歳)

①「くらしのセンター」の『認知度』は46.8%

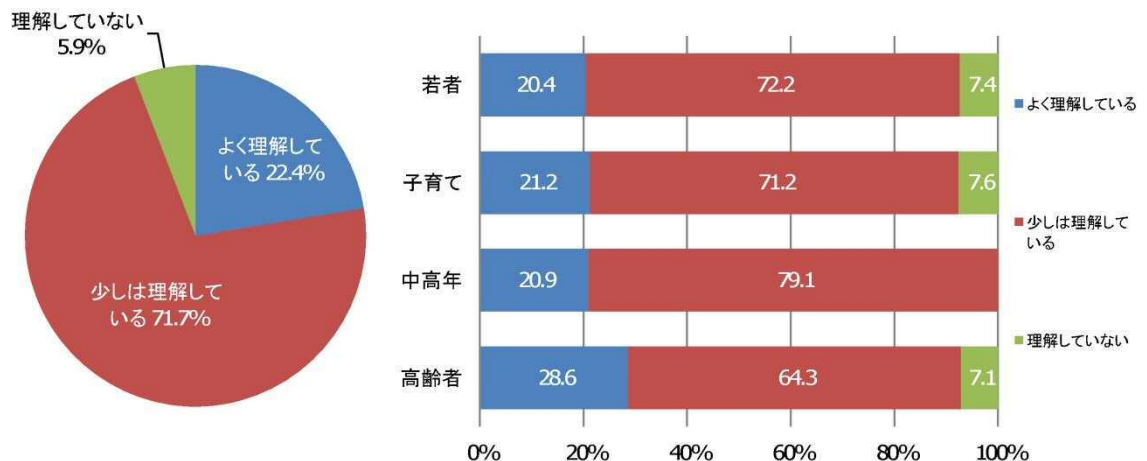
「名称も業務内容も知っている」(12.7%)と「名称だけは知っている」(34.1%)を合わせた『認知度』は46.8%となり、「知らない」の49.3%を下回っている。

年代別で見ると、中高年・高齢者世代は『認知度』が6割を超えている一方で、若者世代が27.8%、子育て世代が36.4%と、年齢が低いほど『認知度』が低くなる傾向が見られた。



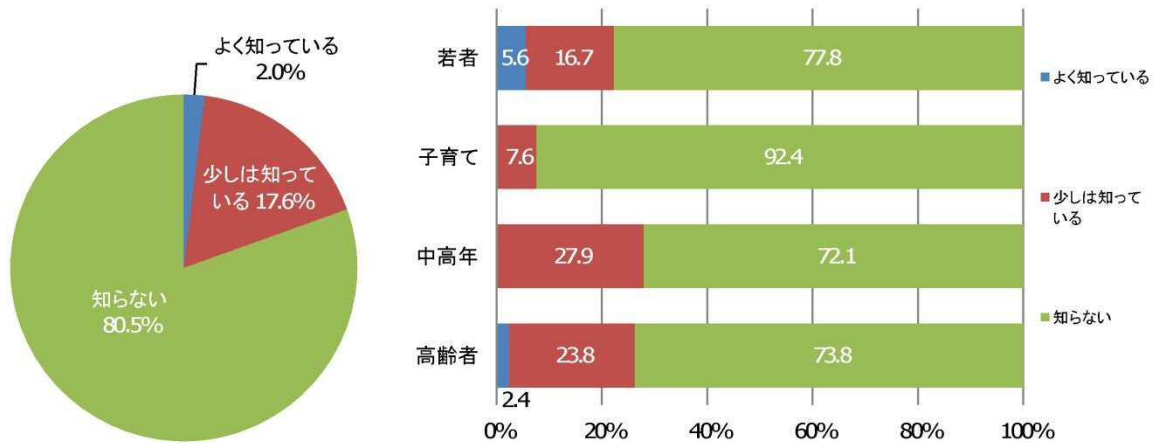
②契約内容について「理解している」人は94.1%

商品を購入したりサービスを利用したりする際に契約内容を十分理解した上で契約しているかの問いに、「よく理解している」(22.4%)と「少しは理解している」(71.7%)を合わせて『理解している』は94.1%となった。



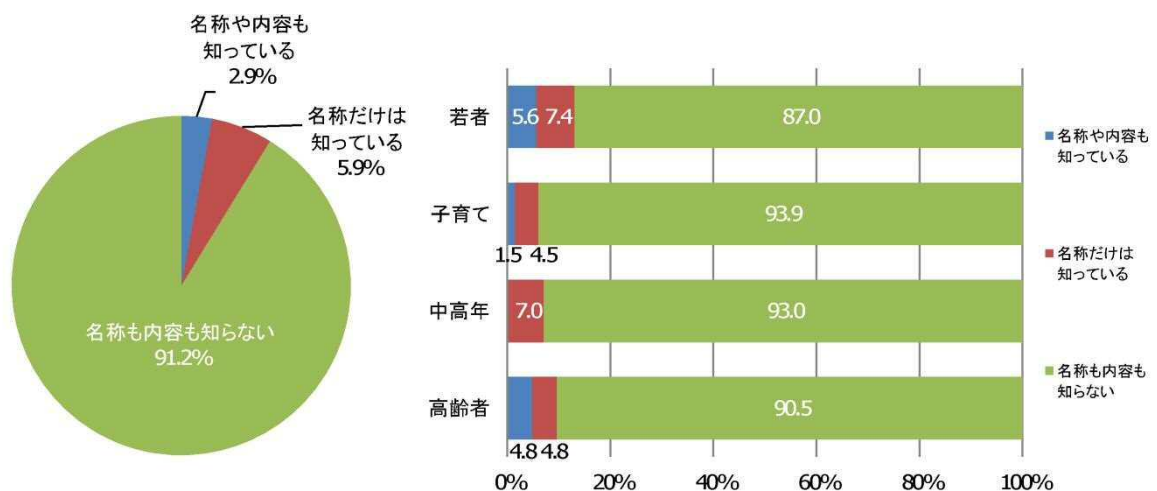
③「消費者市民社会」の『認知度』は19.6%

「よく知っている」(2.0%)と「少しは知っている」(17.6%)を合わせた『認知度』は19.6%となり、「知らない」が80.5%となった。



④「エシカル消費」の『認知度』は8.8%

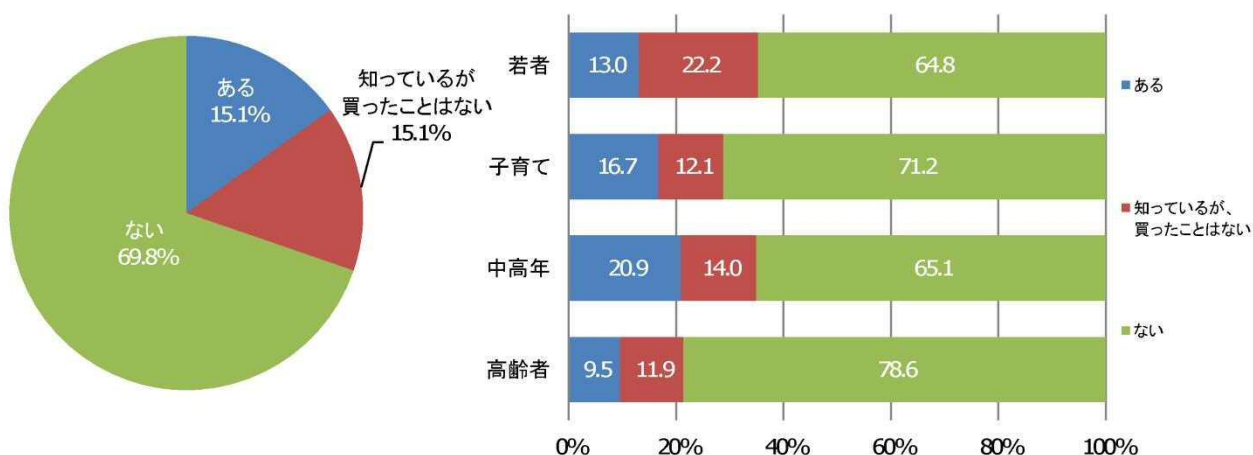
「知っている」はわずか2.9%にとどまり、「聞いたことはあるが、内容は知らない」は5.9%、「知らない」が91.2%となった。



⑤ 「フェアトレード」の『認知度』は30.2%

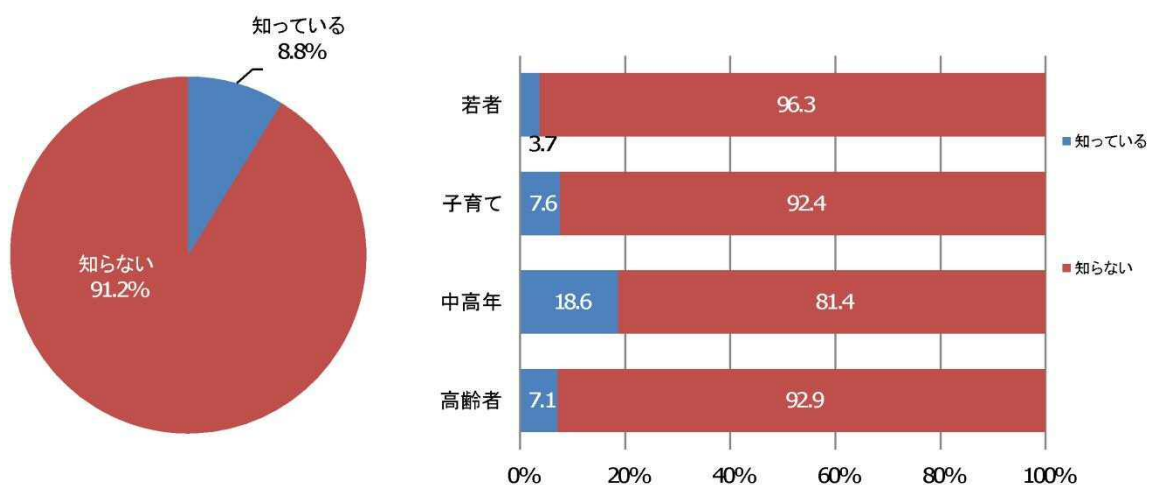
「買ったことがある」が15.1%、「フェアトレードは知っているが買ったことはない」が15.1%であり、合わせてフェアトレードについての『認知度』は30.2%となった。最も多いのは「買ったことがない」(69.8%)で、フェアトレード自体を知らない人が2/3以上を占める結果となった。

年代別で見ると、『認知度』は若者・子育て・中高年世代で3割を上回り、最も『認知度』が高いのは若者世代の35.2%となった。なお、「買ったことがある」の回答割合が最も高いのは中高年世代の20.9%であった。



⑥ 浜松市がフェアトレードタウンであることを知っている人は8.8%

「知っている」はわずか8.8%であり、「知らない」が91.2%となった。



(3) これまでの主な取組

- ・消費生活相談員の資質向上や増員に取り組み、相談体制を強化した。
- ・学校における消費者教育を推進するため、小学生・中学生向けなどの消費者教育教材を作成した。また、作成にあたり教職員の意見を反映させるとともに、各授業における実践例を示すなど、使い勝手のよいものとした。
- ・フェアトレードの周知のため、事業者と協力し、全国フォーラムの開催や店舗情報を掲載したマップを作成した。

①消費者教育と消費者市民社会についての理解促進

取組	内 容
消費者教育啓発物品	・消費者被害防止のための冊子や啓発物品等の作成と配布 ・エシカル消費・フェアトレードの啓発冊子の作成と配布
情報誌	・「くらしの情報 e (いい) ライフ」を毎月発行
街頭キャンペーン	・消費者庁が定める消費者月間（5月）と県が定める消費者被害防止月間（12月）に実施
ミニ広報展	・市役所ロビーにて消費者相談情報の提供・注意喚起
浜松市 HP、ラジオ 電車・バスの電光掲示板	・くらしのセンターの事業紹介 ・消費者相談情報の提供・注意喚起 ・イベント情報の広報

②消費者教育推進の体制整備

取組	内 容
消費者教育教材	・保育園・幼稚園・認定こども園向けの絵本の提供 ・小学生・中学生・高校生向け教材の作成 ・発達障がい学級向け教材の作成
教員向け研修会	・消費者市民社会やエシカル消費・フェアトレードをテーマに研修会を実施
消費者団体	・消費生活講演会や消費生活展の開催 ・出前講座の講師として派遣
民間事業者	・事業者の職員向けに消費者被害防止啓発の研修を実施 ・フェアトレードタウン認定 ・事業者向けエシカル消費ミーティングの開催 ・フェアトレード全国フォーラムの開催
消費者教育コーディネーター	・くらしのセンターに配置し、多様な関係者の連携を支援
消費生活相談員	・研修等への参加により、必要な知識等を修得

③ライフステージと様々な場に対応した消費者教育

取組	内 容
出前講座	<p><悪質商法被害防止講座></p> <ul style="list-style-type: none"> ・悪質商法の被害に遭わないために (高校生～一般) <p><消費者教育講座></p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者市民社会をめざして (小学生・中学生・高校生～一般) <p><エシカル消費・フェアトレードをテーマとした講座></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ぼくたち、私たちの消費行動が世界を変える！エシカル消費 (小学生～一般) ・消費者市民社会とエシカル消費、私たちの行動が未来を作る (中学生～一般) ・ぼくたち、私たちの消費行動が世界を変える！フェアトレード (小学生・中学生)
夏休み親子消費者教室	<ul style="list-style-type: none"> ・小学生と保護者を対象とし、消費生活の基礎を学ぶ場を提供
くらしのセミナー	<ul style="list-style-type: none"> ・成人を対象とし、消費者被害防止と消費者教育をテーマに、身近な消費生活に関する知識を学ぶ場を提供

ラッピングバスによる広報



出前講座



小中学生向け消費者教育教材



フェアトレード給食



2 課題

《本市における消費者教育》

- ・消費者教育の必要性和消費者市民社会について周知
- ・SDGs の理念を踏まえ、エシカル消費・フェアトレードの概念の普及
- ・高齢者の消費者トラブルを未然に防ぐ効果的な取組
- ・成年年齢引下げに伴い、若年層への消費者教育の推進
- ・運輸・通信サービスなど、相談件数の多い分野に関する一層の注意喚起
- ・事業者・従業員への消費者志向経営*の概念の普及
- ・HP・SNS を活用した広報の強化

※「消費者志向経営」

消費者の意見をいかした商品・サービスが提供されることなど、消費者を重視した事業活動。

《学校教育等》

〈全世代共通〉

- ・インターネットトラブル、SNS、情報商材、マルチ商法等への注意喚起

〈保育園・幼稚園・認定こども園〉

- ・親子で学べる消費者教育の実施

〈小学校・中学校〉

- ・発達段階に応じた消費者教育教材の提供
- ・教職員に対する消費者教育に関する研修会の実施や情報提供
- ・消費者教育コーディネーターを活用した連携の強化

〈高等学校〉

- ・成年年齢引き下げに向け、消費者教育の推進

〈大学〉

- ・大学と連携し、出前講座等による消費者教育の推進

《消費者団体》

- ・消費者団体との協働による消費者教育の推進

《福祉関係》

- ・関係者のネットワークによる高齢者等の消費生活の見守り
- ・障がいのある人の障がい特性に配慮した対応、情報の提供

《事業者団体》

- ・消費者教育に関連した取組の連携と情報交換の推進

《環境教育》

- ・環境教育と消費者教育の連携

《食育》

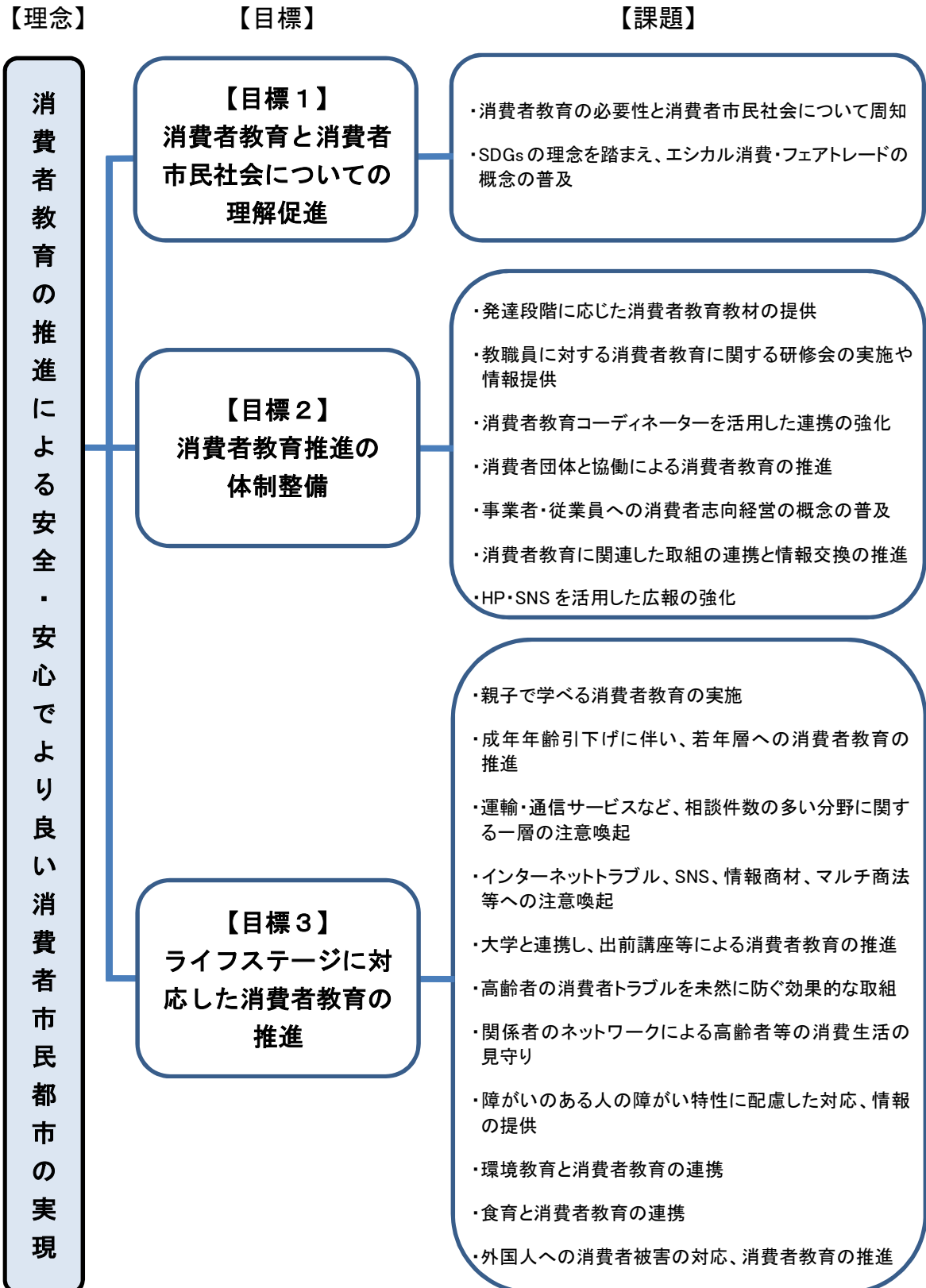
- ・食育と消費者教育の連携

《国際理解協力》

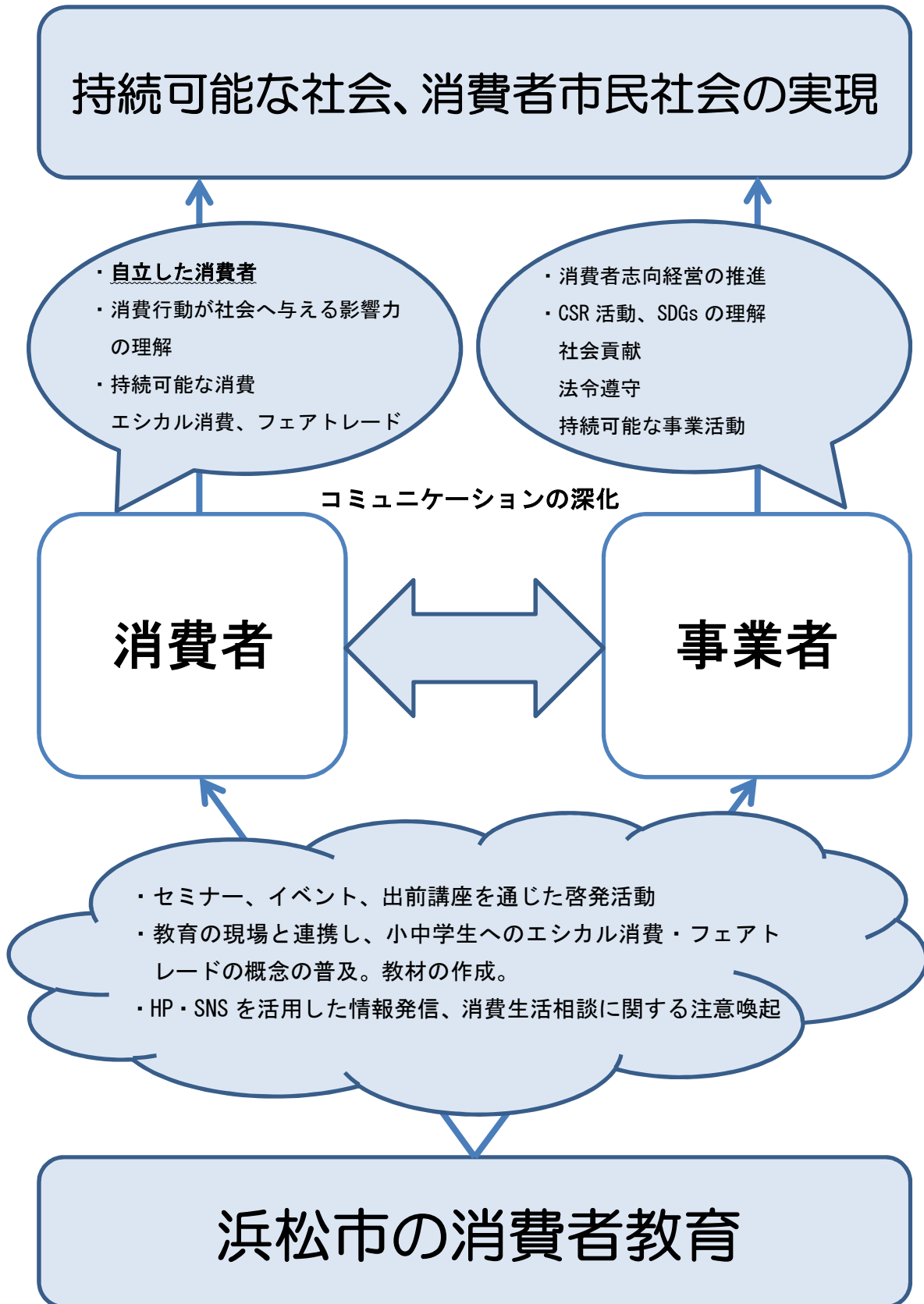
- ・外国人への消費者被害の対応、消費者教育の推進

第3章 施策の体系と今後の取組

計画の基本理念「消費者教育の推進による安全・安心でより良い消費者市民都市の実現」に向けて、3つの目標を設定し、課題を進める。



～消費者市民都市の実現に向けて～



目標 1 消費者教育と消費者市民社会についての理解促進

【課題】

- ・消費者教育の必要性と消費者市民社会について周知
- ・SDGs の理念を踏まえ、エシカル消費・フェアトレードの概念の普及

(1) 消費者教育推進法の内容の周知

消費者教育の意義・理念及び推進体制を定め、「消費者市民社会」を定義した推進法の内容を、消費者、消費者教育を推進する多様な主体（教育行政[学校教育・社会教育]、消費者団体、福祉関係、事業者団体等）の関係者に周知する。

また、市の関係各課などが実施する消費生活に関連する教育の情報や事例を取りまとめ、情報を市の各課や多様な主体に提供したり、研修を行ったりして、消費者教育の意識付けを図る。

主な取組

- 消費者教育について、啓発冊子・啓発物品の作成
- 消費者教育を推進する多様な主体に対する研修の実施

(2) 消費者市民社会の概念の周知・普及

推進法の内容の周知とともに、消費者が公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する消費者市民社会の意義を周知する。

「消費者市民社会」という言葉が定着していないことから、この言葉を定着させ、理解を深めていくとともに、「自立した消費者」をどう育てていくのかということを念頭に取組を進める。

また、「持続可能な開発目標（SDGs）」の理念を踏まえ、「人や社会、環境等に配慮した消費行動」であるエシカル消費の概念を、フェアトレードの概念とともに広く市民に周知する。

加えて「フェアトレードタウン」として認定を継続させて行くため、市民団体等との協働により施策を推進し、広く市民に理解を進めていく。

主な取組

- 消費者市民社会の形成につながるイベントの開催（エシカル消費、フェアトレードなどをテーマ）
- くらしの情報 e（いい）ライフの発行

目標 2 消費者教育推進の体制整備

【課題】

- ・発達段階に応じた消費者教育教材の提供
- ・教職員に対する消費者教育に関する研修会の実施や情報提供
- ・消費者教育コーディネーターを活用した連携の強化
- ・消費者団体との協働による消費者教育の推進
- ・事業者・従業員への消費者志向経営の概念の普及
- ・消費者教育に関連した取組の連携と情報交換の推進
- ・HP・SNS を活用した広報の強化

(1) 消費者教育の担い手育成・活用

様々な場で消費者教育を推進するためには、消費者教育の担い手を育成・活用し、連携して取り組むことが必要となる。

①学校の教職員等

(ア) 保育園・幼稚園・認定こども園

幼児の発達段階に応じて適切かつ体系的な消費者教育が行われるよう、保育士及び教職員に対して、園長会等を通じ消費者教育に関する啓発、情報提供を行う。

(イ) 小・中・高等学校等

児童・生徒に消費者教育を行う教職員に対して、消費者教育に関する研修や、消費生活に関する啓発、情報提供を行う。

研修においては、教育委員会や教育研究会と連携し専門家や消費者教育コーディネーターを派遣して、消費生活に関する最新的话题を提供する。

また、消費者教育に関連した取組をする各課と連携し、幅広く情報提供を行う。

(ウ) 大学等

大学等で学生の生活支援を行う教職員に対して、消費者教育の必要性を周知し、啓発資料や情報の提供を行う。

主な取組

- 教職員との連携による、浜松の地域性を取り込んだ教材の開発
- 消費者教育に役立つ資料の提供（消費者教育に関連する取組を含む）
- 教職員の研修機会を活用した、消費者教育に関する最新情報の提供や指導方法の支援

②地域の人材

(ア) 消費者団体、NPO

消費者団体は、長年にわたり、市民の消費生活向上に関する啓発活動に取り組んできた。今後も、消費者団体が地域における消費者教育の担い手として大きな役割を果たすことができるよう、会員に対する研修の機会を設け、情報を提供する。

また、地域で活動するNPOなども担い手としての活躍が期待されており、情報提供を行う。

(イ) 福祉関係者

地域において高齢者、障がいのある人等に対する消費者教育が適切に行われるよう、日頃から高齢者、障がいのある人等を見守る活動を行っている民生委員、その他の支援者に対し、情報の提供を行う。

主な取組

- 消費者団体との協働による消費者教育の推進
- 出前講座の講師派遣
- 消費生活講演会や消費生活展の開催運営
- 福祉関係者の研修機会を活用し、消費者教育推進に関する役割の啓発
- 消費者教育に関する情報と啓発資料の提供

③事業者・事業者団体

商品の安全な使い方や情報社会のルール、金融商品の選び方など消費生活に関連した啓発資料の配布や、講座の開催、講師の派遣をしている事業者や事業者団体がある。こうした事業者が作成した啓発資料の活用や、啓発講座への講師招へいなどを通して連携を図る。

地域には、フェアトレードの商品や地場産品、環境に配慮した商品などを扱う事業者や、障がいのある人が働く就労継続支援施設などがある。このような事業所に対しても、消費者教育に関する情報と啓発資料の提供を行う。また、事業者と協力し、事業所の紹介や啓発イベントでの商品展示、事業者主体のセミナーなどの周知を行う。

また、持続可能な社会の形成のためには消費者・事業者の双方にメリットをもたらす関係性の構築が必要となる。事業者が消費者を重視した「消費者志向経営」に取り組むことが、企業の持続的な価値向上につながることを周知する。

主な取組

- 事業者等の講師による啓発講座の開催
- 事業者等と連携した啓発イベントの開催
- フェアトレードマップの配布
- 事業者・従業員への消費者志向経営の概念の普及

④市民

消費者市民社会、契約の概念等を体系的に学ぶ講座を開催し、消費に関する正しい知識や基本的な考えを身につけさせ、地域における消費者教育の担い手となる人材を育成する。

主な取組

○消費者教育啓発イベントの開催

(2) 消費者教育の教材提供

消費者教育で使用するための教材を教職員等の意見を反映させて作成し、成果物を提供する。また、消費者教育に関する教材や資料の情報を提供する。

教材作成にあたっては、消費生活の基本となる契約について理解を深めるとともに、エシカル消費やフェアトレード、SDGsを取り上げ、日々の消費生活における選択がよりよい社会づくりにつながっていくことに気づかせ、消費者市民としての実践力を高めることのできるものとする。

主な取組

○教職員や専門家等との連携による浜松市の特色を盛り込んだ教材の作成

(3) 消費者教育の拠点整備

①くらしのセンター（消費生活センター）

くらしのセンターを消費者教育の拠点とし、そこに様々な情報を集積して、地域住民に消費者教育を提供する場として、また、消費者教育の担い手を支援する場として消費者教育の効果的な推進を図る。

②消費者教育コーディネーター

消費者教育を効果的に推進するためには、消費者教育を担う多様な関係者が相互に連携して取り組むことが必要であり、これらの関係者をつなぎ、間に立って調整をする役割を担うため、くらしのセンターに消費者教育コーディネーターを配置する。学校や地域、職域等で消費者教育の主体となる人材が効果的な啓発活動を行えるよう消費生活に関する多くの情報を整理して提供する。

現在、学校教育の現場に詳しい教職員OB（1名）と、消費者行政に携わった行政職員OB（1名）を配置している。教職員OBのコーディネーターは教育委員会や教育研究会との連携を密にし、学校での消費者教育の取組を支援する役割を担っている。また、教科ごとの実践支援や出前講座等を実施したり、NPOなど地域の多様な主体との連携をコーディネートしたりしている。

引き続き、地域や職域での消費者教育推進を担うコーディネーターを配置して連携体制を強固にする。

主な取組

- 消費者教育推進の要となるコーディネーターの継続的な配置
- 国民生活センター等が実施する研修への参加による資質の向上

③消費生活相談員

消費者教育の拠点としての役割を果たすためには、消費生活相談員の知識と経験を、消費者教育の実践に活かしていくことが必要となる。

また、消費生活相談の解決に際し、これまで以上に広範囲な知見が求められてきており、そうした状況に対応するため、必要な知識等を修得する機会を提供する。

主な取組

- 消費生活相談員の知識と経験を活かした出前講座等の内容の充実
- 国民生活センターの行う研修・eラーニングを活用し、消費生活相談員の自己研さんを支援し、消費生活相談体制を強化

④情報発信

市ホームページを活用し、消費者被害事例の提供や、消費者教育の教材等を掲載するなど情報発信を図る。

また、ツイッターやフェイスブックなどのSNSを活用し、緊急性の高い情報を迅速に広報する。従来とは違う経路から情報発信を行い、情報の届かなかった層にも伝わるよう取り組む。

主な取組

- OHP・SNSを活用した情報発信の強化

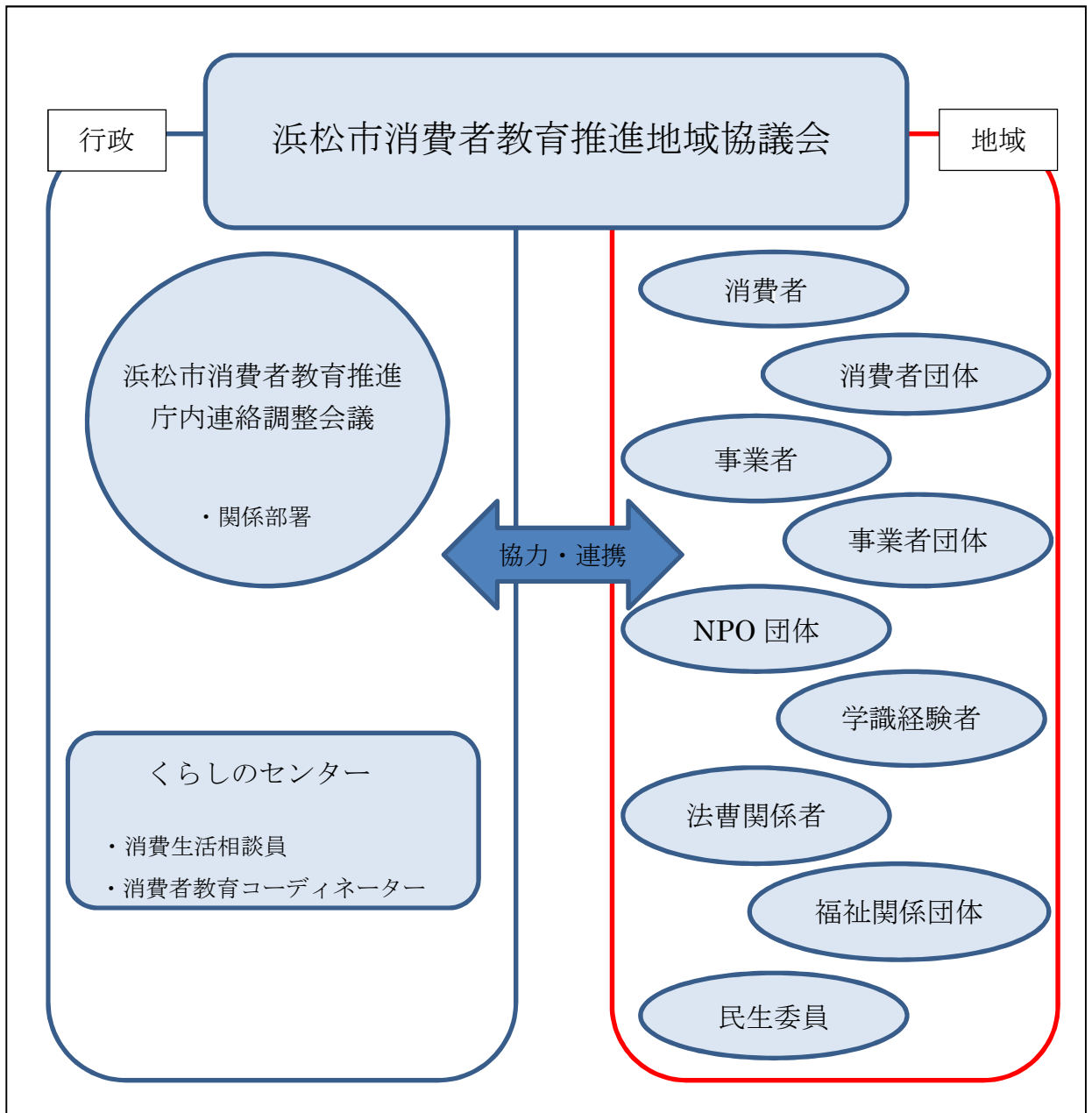
(4) 県の消費者行政担当部局との連携

市が地域の実情に合った消費者教育を実施する一方で、県は、県民が県内どこに住んでいても消費者教育を受けられる体制を確保する。

また県では、より広域的な観点から、県域で活動する消費者教育の担い手との連携や、消費者教育の担い手育成、教材の作成等、県内全市町共通の課題に関して取り組んでいる。

消費者教育に関する情報交換を行い、総合的な観点から効率的な事業運営を行う。

【消費者教育推進体制のイメージ】



目標3 ライフステージに対応した消費者教育の推進

【課題】

- ・親子で学べる消費者教育の実施
- ・成年年齢引下げに伴う、若年層への消費者教育の推進
- ・運輸・通信サービスなど、相談件数の多い分野に関する一層の注意喚起
- ・インターネットトラブル、SNS、情報商材、マルチ商法等への注意喚起
- ・大学と連携し、出前講座等による消費者教育の推進
- ・高齢者の消費者トラブルを未然に防ぐ効果的な取組
- ・関係者のネットワークによる高齢者等の消費生活の見守り
- ・障がいのある人の障がい特性に配慮した対応、情報の提供
- ・環境教育と消費者教育の連携
- ・食育と消費者教育の連携
- ・外国人への消費者被害の対応、消費者教育の推進

消費者が、幼児期から成人期までの生涯を通じて、学校、家庭、地域、職域などの身近な場で、体系的な消費者教育を受けられるよう、「消費者教育の体系イメージマップ」等を参考にしながら、学習機会の充実をめざす。

(例)

①ライフステージ【中学生期】

×

②重点領域【持続可能な消費の実践】

↓

目標「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」

①

		幼児期	小学生期	中学生期	高校生期
各期の特徴	重点領域	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、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して、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	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
	消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解 おつかいや買い物に関心をもち、それを取り入れる時期	消費をめぐる物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	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
商品等の安全	持続可能な消費の実践	身の回りのものを大切にしよう	自分の生活と身の周りの環境とのかかわりに気づき、物の使い方などを正しよう	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	持続可能な社会を目指して、ライフスタイルを考えよう
	消費者の参画・協働	協力することの大切さを知らう	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	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協働して取り組むことの重要性を理
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、もの安全な使い方を知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手段を知り、使おう	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

イメージマップ

※平成25年1月 消費者庁「消費者教育推進のための体系的プログラム研究会」作成

ver. 1.0

		幼児期		小学生期		中学生期		高校生期		成人期					
		特に若者		成人一般		特に高齢者									
各期の特徴	重点領域	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、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して、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		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、様々な人々と協働し取り組む時期		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	
	消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解	おつかいや買い物に関心を持とう	消費をめぐる物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	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慮して行動しよう	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して行動しよう	消費がもつ影響力の理解	おつかいや買い物に関心を持とう	消費をめぐる物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	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考慮して行動しよう	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
	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	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	持続可能な社会を目指したライフスタイルを探そう	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	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
	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	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、公正な社会をつくらう	消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくらう	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	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、公正な社会をつくらう
	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、もの安全な使い方に気づこう	危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手段を知り、使おう	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と消費社会をつくらう	安全で危険の少ないくらしと消費社会をつくらう	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、もの安全な使い方に気づこう	危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手段を知り、使おう	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と消費社会をつくらう
	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	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、相談機関を利用しよう	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	トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう
	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	物の選び方、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	商品を選択し、契約のルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう	適切な意思決定に基づいて行動しよう	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理解し、くらしに活かそう	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	物の選び方、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	商品を選択し、契約のルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう	適切な意思決定に基づいて行動しよう	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
	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	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	買物や貯金を計画的にしよう	主体的に生活設計を立ててみよう	生涯を見通した生活設計・管理を実践しよう	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	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	買物や貯金を計画的にしよう	主体的に生活設計を立ててみよう
	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づこう	消費に関する情報の集め方や活用の方を知ろう	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づこう	消費に関する情報の集め方や活用の方を知ろう	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	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らう	情報社会のルールや情報モラルを守ろう	情報とメディア	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	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
	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、選択の大切さを知ろう	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ろう	消費生活情報を評価、選択の方法について学び、社会との関連を理解しよう	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	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、選択の大切さを知ろう	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ろう	消費生活情報を評価、選択の方法について学び、社会との関連を理解しよう	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	

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

(1) 幼児期

幼児が、遊びや親子のコミュニケーションを通じて自然に消費者教育に親しめるように、講座の実施や情報の提供等の支援を行う。

主な取組

- 消費者団体等と連携した親子向け啓発講座の開催

(2) 小・中・高校生期

小学生期から高校生期における学校での消費者教育は、学習指導要領に基づき行われているが、これに加えて、家庭や地域においてもライフステージの特徴を踏まえた適切な消費者教育が推進されるよう取り組む。

また、消費者教育を行う教職員に対して情報提供等の支援を行うとともに、児童・生徒に消費生活に関する実践的な能力が身に付くよう、専門家や地域人材と連携する。

①学校

学校における消費者教育については、学習指導要領に基づき、家庭科や社会科等において実施されている。消費をめぐる社会環境や児童生徒の日常生活の変化を踏まえ、発達段階に応じた指導が一層充実して行われるよう学校での取組を支援する。

主な取組

- エシカル消費、フェアトレード、SDGsをテーマとした出前講座の実施
- 成年年齢引下げに伴う、高校生への出前講座等の実施

②家庭・地域

家庭においては、保護者が金銭やモノを大切に扱うことを子どもに意識付けさせたり、携帯電話やインターネット等の使い方について、家庭でのルールづくりを行ったりすることが重要となる。また、小学生期から高校生期へと成長するに従い、消費行動の範囲が広がっていくことから、保護者の消費行動を通じ、子どもが社会や環境に配慮した商品に関心をもち、選ぶ目を養っていくことが求められる。こうした保護者等が行う家庭での消費者教育を支援するため、様々な学習の機会や情報の提供を行う。

主な取組

- 親子で参考にできる消費者教育教材の開発、配布
- 親子を対象とする啓発事業や学習機会の提供
- インターネットトラブル、SNSトラブル等への注意喚起

(3) 成人期

①若年層

大学生等に対しては、大学等を通じた出前講座の実施等により、消費生活に関する情報提供の拡大に努める。

主な取組

- 大学等で配布する消費者教育教材の提供
- 出前講座等による消費者教育の推進
- インターネットトラブル、SNSトラブル等への注意喚起

②成人一般

30歳代から50歳代はライフスタイルも様々な年代であることから、地域、職域等を通して更なる消費者教育の充実に努める。

(ア) 地域

くらしのセンターでは、成人一般を対象に、自立した消費者の育成を図ることを目的として、契約、金融、ライフプラン等に関する知識を学ぶことのできる講座を開催している。地域で消費者教育に関係した取組を行っている事業者等の協力も得ながら講座内容を充実し、この講座で学んだ受講生が成果を周囲に伝えることで、家庭・地域への更なる波及を図る。

また、環境教育・食育等消費生活に関連する教育を行っている各課と連携を深め、協力体制を構築する。

(イ) 職域

働き世代に対しては、職域における効果的な消費者教育の実施が効果的であることから、消費者教育を行う事業者等の取組を支援する。

主な取組

- くらしのセミナーの開催
- 環境教育、食育等消費生活に関連する施策を持つ課との連携
- 啓発教材と出前講座の活用促進
- 運輸・通信サービスなど、相談件数の多い分野に関する一層の注意喚起

③高齢者・障がい者等

高齢者に対しては、消費者被害防止啓発を中心とした出前講座や消費生活に関する講座を通じ、消費者教育を踏まえたテーマでの学習機会を提供する。障がい者に対しては、各々の障がいの特性に配慮した対応を行う。

加えて、高齢者や障がい者を地域で支えあうため、民生委員や地域包括支援センター（高齢者相談センター）、障害者相談支援センターと連携し、消費者被害防止啓発を推進する。

また、外国人の消費者被害に適切に対応できるよう、関係課と連携を図り、体制を整える。

主な取組

- 消費者被害防止をテーマとした出前講座の実施
- 見守り支援者に対するくらしのセンターの事業の周知、連携体制構築
- 外国人の消費者被害防止のため、連携体制構築

消費者教育教材資料表彰 2020 にて内閣府特命担当大臣賞受賞

はままつから未来をひらくエシカル消費

—SDGsの達成に向けた消費者市民としての行動—

(公財) 消費者教育支援センターの行う消費者教育教材資料表彰において浜松市の作成した教材が、最も優れた教材と評価され、「内閣府特命担当大臣賞」として表彰されました。



【教材概要】

中学生用の冊子と副読本（指導ガイド）からなる印刷教材で、消費行動が社会、経済や環境に及ぼす影響を理解させ、「エシカル消費」を通して持続可能な社会の構築に寄与する「消費者市民」の育成をめざしています。

教材の特徴は、写真やイラスト等をヒントに、生徒に地球がかかえる問題やその背景に気づかせ、問題解決のために自分にできる行動を考えさせている点、また、教師用に家庭科、社会科、道徳等における豊富な授業実践例を紹介している点などです。このような特徴は、新学習指導要領が掲げる「主体的・対話的で深い学び」や「カリキュラム・マネジメント」をサポートするものとなっています。

【教材については浜松市のHPIにて公開しています】

<https://www.city.hamamatsu.shizuoka.jp/kurashi/kyouzai.html>

消費者教育関連事業一覧

	No.	事業名	事業概要	所管課	ライフステージ						
					幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期		
									特に若者	成人一般	特に高齢者
目標1	1	消費者教育啓発冊子・物品の作成	消費者市民社会、消費者被害防止等の啓発及びくらしのセンターの周知を目的に作成。キャンペーン等で配布する。	市民生活課くらしのセンター	○	○	○	○	○	○	○
	2	消費者教育啓発イベント	エシカル消費、フェアトレード、SDGs等、消費者市民社会の形成につながるイベントを開催する。	市民生活課くらしのセンター		○	○	○	○	○	
	3	はままつくらしの情報eライフ	消費生活の話題、相談の事例、モニターによる生活物資の価格調査結果などを提供する情報誌を発行する。	市民生活課くらしのセンター						○	
	4	消費者月間街頭キャンペーン	消費者庁が定める毎年5月の「消費者月間」、県が定める毎年12月の「消費者被害防止月間」に合わせ、浜松駅前等で街頭キャンペーンを実施しています。	市民生活課くらしのセンター				○		○	
目標2	5	消費者教育教材の提供	教職員との連携による、浜松の地域性を取り込んだ教材の開発。消費者教育に役立つ資料の提供を行う。	市民生活課くらしのセンター	○	○	○	○	○	○	○
	6	消費者教育に関する研修	教職員の研修機会を活用した、消費者教育に関する最新情報の提供や指導方法の支援を行う。	市民生活課くらしのセンター		○	○				○
	7	消費生活講演会	消費者問題全般にわたり、その時々々の話題になっている問題を取り上げ、専門家にわかりやすく解説していただき、自立した消費者の育成を図る。	市民生活課くらしのセンター						○	
	8	消費生活展	消費者団体が日頃の活動や研究の成果を発表するとともに、協賛団体の協力を得て、安心・安全にくらししていくための情報を提供することにより、自立した消費者となるよう市民への意識啓発を図る。	市民生活課くらしのセンター						○	
	9	HP・SNSを活用した情報発信の強化	消費者教育の必要性と消費者市民社会の意義について情報発信。	市民生活課くらしのセンター		○	○	○	○	○	○
目標3	10	夏休み親子消費者教室	小学生とその保護者を対象に、実験等により消費生活の知識を伝える。	市民生活課くらしのセンター		○				○	
	11	出前講座 (悪質商法の被害に遭わないために)	悪質商法の手口とその対処法、クーリングオフ制度などの説明と、くらしのセンターの紹介。	市民生活課くらしのセンター				○	○	○	○
	12	出前講座 (エシカル消費、フェアトレード、SDGs)	エシカル消費、フェアトレード、SDGsをテーマとし、ライフステージに応じた講座を実施する。	市民生活課くらしのセンター	○	○	○	○	○	○	○
	13	くらしのセミナー	消費者として正しい知識を身につけ、良識ある行動力を持った消費者の育成を図る。	市民生活課くらしのセンター						○	
関係各課で行っている事業	14	国際理解教育講座	学校や社会教育現場への講師派遣による国際理解教育講座のなかで、フェアトレードなどグローバルな視点から見た消費活動について考える機会をつくります。	国際課		○	○	○	○	○	○
	15	はままつ多文化共生MONTH事業	10月を「多文化共生month」と位置づけ、市内で活動する多くの外国人支援団体や異文化交流団体の活動を広報を通じて応援し、多文化共生・国際交流イベントに、より多くの市民に参加してもらい、多様な文化に触れ、共生について考える機会を創出します。	国際課	○	○	○	○	○	○	○
	16	外国人コミュニティエンパワメント	外国人コミュニティを対象とした講座のなかで、消費生活の知識について取り上げます。	国際課					○	○	○
	17	ソーシャルワーク研修	外国人相談員や通訳者、外国人コミュニティリーダーなどを対象としたソーシャルワーク研修のなかで、消費生活の知識について取り上げます。	国際課					○	○	
	18	出前講座(各課で実施する講座の取りまとめ)	職員等を講師として派遣し、市民に市政に関する情報を提供する出前講座事業を実施することで、情報公開を推進し説明責任を果たすとともに、市民の自治意識の高揚を図ります。	市民協働・地域政策課	○	○	○	○	○	○	○
	19	アクティブ・シニア教室	地域の人々の生きがいづくりの推進による「70歳現役都市」の実現を目指し、現代的課題についての学習機会を提供します。	創造都市・文化振興課						○	○
	20	成年後見制度利用支援事業	高齢者や障害のある人の権利擁護のため、円滑に成年後見制度の利用ができるよう相談や支援を行います。	障害保健福祉課 高齢者福祉課						○	○
	21	障がい者相談支援事業	障がいのある人やその家族等からの相談に応じ、必要な情報提供及び助言を行うことで、障がいのある人が自立した日常生活及び社会生活を営めるよう支援します。	障害保健福祉課	○	○	○	○	○	○	○
	22	障がい者相談支援専門員等研修	障がいのある人やその家族等からの様々な相談に対し、適切な助言を行うため相談支援専門員等の質の向上を図るための研修を実施します。	障害保健福祉課	○	○	○	○	○	○	○
23	市職員研修(障がいの理解促進)	障がいのある人に接する機会のある市職員に対し、障がいの理解を深め、質の高いサービス提供のために研修を実施します。	障害保健福祉課						○		

No.	事業名	事業概要	所管課	ライフステージ							
				幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期			
								特に若者	成人一般	特に高齢者	
関係各課で行っている事業	24	地域包括支援センター運営事業	高齢者が住み慣れた地域で安心して過ごすことができるように設置した地域包括支援センター(高齢者相談センター)を運営します。								○
	25	出前講座(高齢者福祉について)	高齢者福祉施策、はままつあんしんネットワークなどを説明し、紹介します。							○	○
	26	地域高齢者見守り・支援事業	はままつあんしんネットワークづくりを進め、ひとり暮らし高齢者等の実態調査、あんしん情報キットの配布、緊急宿泊事業などを実施します。								○
	27	健康づくり推進	生涯にわたり健康的な食生活を実践していけるよう、第3次浜松市食育推進計画に基づき、食育啓発を行います。	○	○	○	○	○	○	○	○
	28	出前講座(食の安全について)	食品による健康被害を未然に防止するために必要な知識について、普及啓発を行います。						○	○	○
	29	浜松市HPでの情報公開	残留農薬や放射性物質など、流通食品の収去検査結果について、情報提供しています。						○	○	○
	30	食育の推進(幼児)	食を営む力の育成に向けて、発育発達に応じた食育活動(地産地消・行事食・給食の展示・食事のマナー・便りの配布など)を実施し、家庭、地域社会と連携を図ります。	○							
	31	幼稚園教育要領と関連した消費者教育	消費者教育に関連したことを、体験を通じた学びの中で行います。	○							
	32	Eスイッチプログラム「環境に“E”お買い物」	環境教育の一環として、主に小学生(高学年)を対象に、買い物ゲームを通じて環境ラベルの意味を知り、環境に配慮している商品を見分けられるようにし、3Rの必要性を知る学習プログラムを展開します。		○						
	33	出前講座(ごみ減量と3R)	3R推進にかかる情報を提供するため、地域の要望に応じて出前講座を開催します。		○	○	○	○	○	○	○
	34	こどもモットイナイ大戦略事業	小学生が夏休み期間中に食品ロス削減などのごみ減量に実際に取り組むことで、環境にやさしい生活について学びます。		○						
	35	中学校家庭科教材配布事業	中学校へごみの現状や食品ロス削減への取組みについて学ぶことができるリーフレットを配布し家庭科の授業で活用します。			○					
	36	社会科副読本「ごみとわたしたち」の作成配布	ごみの処理やリサイクルの状況を紹介する副読本を小学4年生に配布します。		○						
	37	レジ袋削減に向けた取組	市民団体、事業者と連携してレジ袋削減を通じたごみ減量の推進を図ります。		○	○	○	○	○	○	○
	38	はままつ労福協まつり	市内勤労者の福祉の推進と、勤労者と市民との交流を目的として、はままつ労福協まつりを浜松市労働者福祉協議会と市が共同開催します。	○	○	○	○	○	○	○	○
	39	出前講座(森はみんなの宝箱)	森林の働きと林業の関わり、地域材利用の重要性などを、学校・団体等の要請により一部体験型を加えた出前講座形式で伝えていきます。	○	○	○	○	○	○	○	○
	40	浜松市農業振興ビジョンの推進	消費者に選ばれる安心・安全な農作物の販売力強化に努めるとともに、地産地消を推進し、農業者と消費者の交流の場を増やし相互理解を深め、全市民が情報発信者になることを目指します。		○	○	○	○	○	○	○
	41	出前講座(浜松市の水産業について)	浜松の水産物の紹介や漁法、漁獲、資源保護、資源管理、食材としての活用、今後の水産振興への取組等を説明します。		○	○	○	○	○	○	○
	42	出前講座(大規模地震に備えて)	発災後、物資が不足することに備えて日頃から非常食、飲料水等を備蓄するように促進します。						○	○	○
	43	情報モラル、セキュリティ教育	高度情報化社会における情報機器やネットワークの有効活用を図るとともに、個人情報管理や知的財産保護、スマートフォン、インターネットに関するトラブルの未然防止の知識を身につけます。				○				
44	高等学校学習指導要領に基づく消費者教育	高等学校学習指導要領に基づいて、家庭科などを中心に、消費者教育を行います。				○					
45	小中学校学習指導要領に基づく消費者教育	小中学校学習指導要領に基づいて、家庭科及び技術・家庭科、社会科などを中心に、消費者教育を行います。		○	○						

**第二次浜松市消費者教育推進計画
令和3年度 ～ 令和7年度**

発行：浜松市

編集：市民部 市民生活課 暮らしのセンター

〒432-8032 浜松市中区海老塚町51-1

電話：(053) 457-2635

FAX：(053) 457-2814

発行年月日：令和3年4月1日

