

第三次浜松市消費者教育推進計画<概要版>

目標 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

【計画の策定について】 第二次計画までの取組により、フェアトレードを含むエシカル消費の認知度は年々向上してきているが、消費者市民社会の概念の普及は十分とは言えない現状である。
また、近年のデジタル化の進展に伴い消費者を取り巻く環境は大きく変化しており、次々と新しい消費者トラブルが発生している。こうした危険に対するリテラシーを含め、市民一人一人が自立した消費者となり、安全・安心でよりよい消費者市民都市が形成されることを目標として、施策の検証、見直しを行い第三次計画を策定する。

【計画の位置づけ】 消費者教育推進法第10条第2項に基づき、国の基本方針、消費者基本計画、静岡県消費者基本計画、浜松市総合計画を踏まえて策定

【計画期間】 令和8年度～令和12年度（5年間）



第三次浜松市消費者教育推進計画 概要版 令和8年度～令和12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 浜松市中央区海老塚町51-1
電話：(053)457-2635
FAX：(050)3737-7926

発行年月日：令和8年4月1日

現状と問題点

言葉の認知度が低く、数年横ばい傾向にある

- ・「エシカル消費」の認知度 R2:14.2%⇒R7:18.9%
- ・「フェアトレード」の認知度 R2:28.3%⇒R7:42.7%
- ・「フェアトレードタウン」の認知度 R2:7.4%⇒R7:4.2%

現状



問題点



- ・情報発信の形態の見直しが必要
- ・市民が体験を通じて理解する機会が少ない
- ・関係団体等による啓発活動が少ない

⇒施策1：消費者教育への理解促進

相談内容が複雑化・高度化している

- ・暮らしのセンターの認知度 R2:46.8%⇒R7:39.2%
- ・消費相談件数 R2:3,391件⇒R6:3,697件
- ・契約についてよく理解している人 R2:22.4%⇒R7:24.7%

現状



問題点



- ・暮らしのセンター（消費生活センター）業務の周知が不十分
- ・日常生活の身近な相談先の周知や連携が不足している
- ・事例の複雑化に伴い必要となる多機関の連携が必要

⇒施策2：消費者教育推進に向けた体制整備

年代ごとや個々の消費者の特性により相談内容が多様化している

- ・年代により相談内容が様々
- ・通信販売に関する相談件数 R2:1,241件⇒R6:1,337件
- ・市内在住の外国人（4月1日現在） R2:25,848人⇒R7:30,286人

現状



問題点



- ・ライフステージごとに直面する消費者被害リスクが異なる
- ・デジタルに関する知識やトラブル対応の情報の周知が必要
- ・啓発資料の多言語化が必要

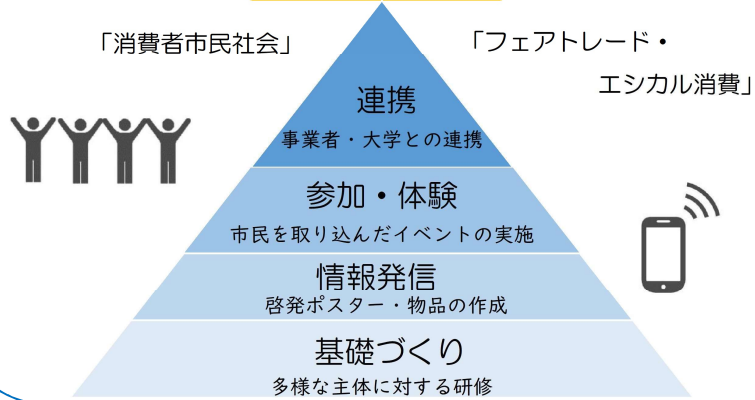
⇒施策3：ライフステージに応じた消費者教育の推進

施策の体系と今後の取組

施策1：消費者教育への理解促進

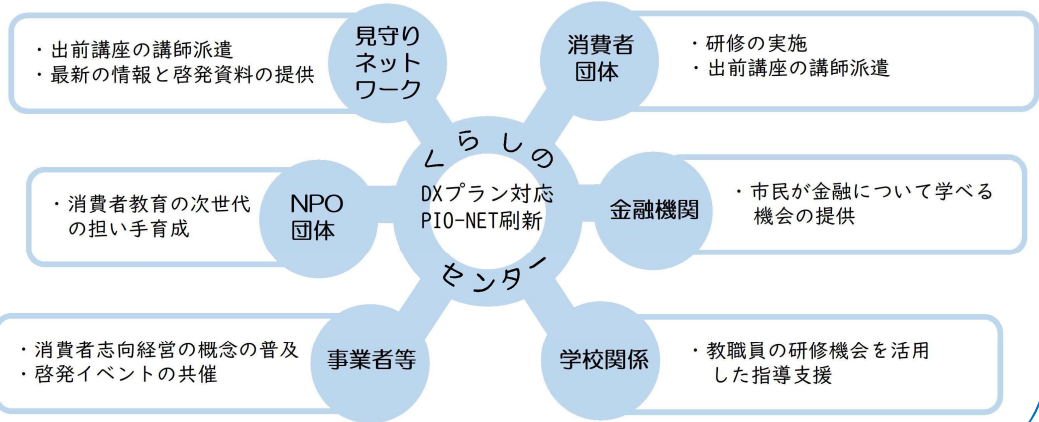
情報発信、イベント等を事業者や大学と連携して実施することで、「消費者市民社会」「フェアトレード」「エシカル消費」の認知度向上を図ります

認知度向上



施策2：消費者教育推進に向けた体制整備

多様な主体と連携・協働し、またその拠点となるくらしのセンターの相談体制をPIO-NET刷新、DXプラン対応により強化します



施策3：ライフステージに応じた消費者教育の推進

それぞれのライフステージに合った方法や内容で消費者教育を推進します

