

大阪市消費者教育推進計画（第2期）概要

第1部 計画の基本的な考え方

■ 計画がめざすもの

- ・消費者被害の未然防止と、持続可能な社会に向けて合理的な消費行動を行う自立した消費者を育成する
- ・消費者が生涯を通じて、消費者教育を受けられる機会を提供する
- ・庁内関係所属間の連携はもとより、事業者や関係団体など多様な主体との連携により消費者教育を効果的に推進する

■ 計画の位置づけ

消費者教育推進法第10条第2項に基づく市町村消費者教育推進計画

■ 計画期間

5年間（令和7年4月から令和12年3月）

■ 計画の推進体制

- ・消費者保護審議会（外部有識者等で構成）において、庁内関係所属による消費者教育に関する取組を評価
- ・庁内連携体制（消費者行政連絡調整会議）の下、取組を継続的に改善
- ・計画終了時の目標数値として、評価指標を設定

第2部 消費生活にかかわる動向

- 1 消費生活をめぐる社会的状況
 - （1）社会構造の変化
 - （2）デジタル化の進展
 - （3）グローバル化の進展
 - （4）持続可能な社会の実現
 - （5）災害その他非常の事態が及ぼす影響
- 2 わが国における消費者行政
- 3 本市における消費者行政

第3部 消費者教育の推進

■ 消費者教育の展開

- ・ライフステージ（幼児期～成人期）の各段階や消費者の多様な特性に応じた体系的かつ効果的な取組の推進
- ・若年者に対する消費者教育の充実
- ・市民に対する消費者教育の充実を図るため、消費者センター等と市民に身近な区役所とのさらなる連携
- ・消費者団体、事業者及び事業者団体等との連携・協働による施策の推進
- ・デジタル社会において必要な能力やアフターコロナを踏まえ各種取組が効果的となるよう留意

■ 具体的取組み

第1 ライフステージに応じた体系的な実施

1. 学校

取組の方向性 学習指導要領に基づく消費者教育に対し、消費者行政の専門性により支援を行う

- （1）小学校・中学校・義務教育学校・高等学校・支援学校
 - ・学習指導要領に基づく消費者教育の実施
- （2）学校教育を支援する取組
 - ア 講師の派遣
 - ・消費生活相談員の現場経験を活かした学習内容を充実
 - ・金融経済教育やエンカール消費等に関連した講座の実施
 - イ 学習教材の制作・配付
 - ウ 地域実情に合わせた支援
 - ・関係部局と区長とが連携し、学校カリキュラムを支援
- （3）大学・専門学校等
 - ア 専門学校・大学向け講師派遣
 - イ 専門学校・大学と連携した情報発信
 - ウ イベント等における啓発

2. 地域社会

取組の方向性 地域団体や、見守り活動など地域の支え合いの仕組みを活用しながら消費者教育に取り組む

- （1）高齢者等（高齢者・障がい者等）
 - ア 地域に向けた出前講座の実施
 - ・地域団体やその活動の場への出前講座や講師派遣
 - ・高齢者の見守り団体・事業者に対する講座や講師派遣
 - イ タイムリーな情報提供
 - ・支援団体・事業者へのニュースレター配信
 - ・市社協・市老連・大阪府警との連携の枠組みの活用
 - ・さまざまな施策分野の相談支援を行っている福祉部局等との連携
 - ・非常時・緊急時の正確でわかりやすい情報の提供
 - ・区役所各課から地域団体への取組を通じた情報提供

3. 家庭

取組の方向性 保護者が行う家庭教育の充実に取り組む
・PTA等への出前講座や教材の作成・提供



大阪市消費者センター
メインキャラクター「エルちゃん」

第2 外国人住民に対する取組

- ・在日外国人における消費者問題の実態把握の実施
- ・「やさしい日本語」や国と連携した多言語による情報提供

第3 情報発信の取組

取組の方向性 消費者被害の未然防止のみならず、倫理的な消費行動の促進に向けた普及啓発

- ア イベント・催事
- イ 消費者教育ツールの提供
- ウ 広報活動
 - ・効果的な発信、広報チャンネルの拡大
- エ パブリシティ活動

第4 多様な主体による消費者教育の推進

取組の方向性 基本理念の実現に向けて、消費者・事業者・行政が協働して取り組む

- ア 消費者団体・NPO等との連携
- イ 事業者・事業者団体等との連携
- ウ 消費者教育コーディネーターの育成
 - ・学校や消費者・事業者団体等と連携するための消費者教育コーディネーターの育成

参考資料

- 消費者教育の体系イメージマップ（消費者庁）
- 消費者教育に関する調査結果（大阪市）