

第2期計画素案に追記・修正した主な内容

資料4

No.	反映箇所	該当頁	主な反映内容	備考
1	第1部 第4 計画の推進体制と評価指標	6・7	評価指標を具体的に表記	審議会委員及び局・室意見
2	第1章 消費生活をめぐる社会的状況 第1 社会構造の変化 (1) 人口の推移と高齢化の進展	8	・時点修正のため修正。 ・記載内容と合致する見出しに修正（「人口の増加～」から「人口の推移」に修正）	局・室意見
3	第2部 第1章 消費生活をめぐる社会的状況 第4 持続可能な社会の実現 (3) 健全な市場の形成	19	カスタマーハラスメント等、消費者が加害者となる行動について追記	区長意見
4	第3章 本市における消費者行政 第2 消費者センターの教育啓発事業について	32	電子ビラの配信について、実状にあった文言に修正	区長意見
5	第2章 消費者教育の展開 第1 ライフステージに応じた体系的な実施 1 学校 (2) 学校教育を支援する取組	42	「ウ 地域の実情に合わせた支援」を本市各部署の役割分担を踏まえ、実状にあった文言に修正	区長意見
6	第2章 消費者教育の展開 第1 ライフステージに応じた体系的な実施 1 学校 (2) 学校教育を支援する取組	42	学習指導要領改訂から年数が経過しているため、「新」や「新しい」文言を削除修正	区長意見
7	第3部 第2章 消費者教育の展開 第1 ライフステージに応じた体系的な実施 1 学校 (2) 学校教育を支援する取組	43	・区CMとして実施している具体的な事業（出前講座）を追記 ・「区担当教育次長」の説明を実状にあった説明に修正	区長意見
8	第2章 消費者教育の展開 第1 ライフステージに応じた体系的な実施 2 地域社会	46	・正確な表現に修正1（見守り活動に携わる団体） ・正確な表現に修正2（さまざまな施策分野の相談支援を行っている福祉部局）	局・室意見
9	第2章 消費者教育の展開 第3 情報発信の取組	51	情報が伝わりにくい消費者等に対する効果的な情報発信について追記	審議会委員意見
10	第2章 消費者教育の展開 第4 多様な主体による消費者教育の推進	53	金融経済教育等、消費生活に関連する教育を普及・啓発する団体との連携・協働を追記	区長意見
11	参考資料 用語解説	66・67	・「カスタマーハラスメント」を追記 ・「J-FLEC」を追記 ・時点修正	区長意見

※ そのほか、意味は変えずに文言を整理したものや、統計情報の時点更新をしています。