# 大阪市消費者教育推進計画（第２期）の指標及び評価について

## ○　取組全体の評価・今後の方向性（大阪市消費者教育推進計画（第２期）第２章　参照）

第１　ライフステージに応じた体系的な実施について

20歳代の消費生活相談件数が増加傾向にあることから、小中学校に対しては市教育委員会や校長会と連携して若年者向け消費者教育講座の利用勧奨を引き続き行うとともに、新たに若者向け啓発動画を作成し、専門学校や大学にはたらきかけを行い学生への情報発信や広報活動等をより効果的に実施する。地域社会においては、本計画の指標である地域講座の回数、人数が目標を下回ったため、各種団体のニーズ等をしっかりと踏まえた勧奨、PRを積極的に行い、高齢者を中心により多くの消費者に対する啓発を行っていく。

第２　外国人住民に対する取組

外国人住民からの消費生活相談が少ないことにより外国人住民が消費者としてどのようなことで困っているかの実態を把握できていないことから、留学生や大学へのヒアリングなど実態の把握に向けた取組を行っていく。また、当センターの「やさしい日本語」による外国人住民向けホームページの案内から、多言語によるよくある消費者トラブルやその対処方法を紹介し、注意喚起を行ってきたが、今後も継続して実施していく。

第３　情報発信の取組

外部講師による市民向け講座を中心とした啓発や、本市の広報媒体に加え大阪府や民間企業（包括連携協定先）と連携した広報活動を積極的に実施した。しかし、前者は受講者数にばらつきがあること、後者は依然として広報媒体の種類が十分とはいえないことから、市民講座の集客力の強化や、広報チャンネルの拡大を実施する。また、各種講座や啓発にはデジタル化に対応した内容を取り入れてきたが、今後も継続的に実施するとともに、消費者の属性やニーズ、場面に応じて、動画等を中心にデジタル教材等の活用を効果的に行っていく。

第４　多様な主体による消費者教育の取組

金融経済教育に関する知識の普及等を目的としたJ－FLECなどへの講師派遣依頼や、当センターから事業者団体への講師派遣を中心に様々な団体と連携した消費者教育を実施した。消費者教育コーディネーターについては、消費者庁主催の研修への参加等を通じて、引き続き行政職員を中心に育成に取り組んでいく。