



第2次

人吉消費者教育推進計画

～自立した消費者の育成をめざして～

概要版

令和6年（2024）3月

熊本県 人吉市

■計画の概要

1 計画の趣旨

近年、少子高齢化、高度情報化、グローバル化の急速な進展により、消費者をめぐる環境は大きく変化しています。商品・サービスの形態や販売方法が多様化・複雑化し、最近では、インターネットで手軽にいろいろな商品を買えるようになったり、現金だけでなくクレジットカードや電子マネーでも支払うことができるようになったりするなど、私たちの暮らしは日々便利になっています。

一方で、あらゆる年代でインターネットの利用に起因した不当請求などのトラブルが増加しています。熊本県内の消費生活センターに寄せられる相談件数は、トータルで年間約 2 万件にも上り、特に高齢者に関しては、訪問販売や電話勧誘による被害の相談も多く、その手口も悪質化・巧妙化しています。

また、令和 4 年（2022 年）4 月から民法の成年年齢が引き下げられ、18、19 歳も親の同意なしに契約を結ぶことが可能となったため、若年層の消費者トラブル増加が懸念されるところです。

国においては消費者問題に対する取組を一元化するために、平成 21 年（2009 年）に消費者庁が設置されましたが、本市においても連動して対応するために、同年に消費生活センターを設立し、問題解決のための助言や各種情報の提供、また、出前講座等による啓発活動に取り組んでいます。さらに、平成 26 年（2014 年）3 月に球磨郡 9 町村と消費生活相談業務に関する協定を締結し、球磨郡町村住民の相談の受け入れも行き、被害の未然防止に努めているところです。

しかしながら、消費者がより安全・安心な消費生活を送るためには、消費者被害の未然防止対策だけではなく、時代に即した消費生活に関する知識と、適切な消費行動につながる実践的能力の習得のための消費者教育が不可欠となっています。

このような状況の中、消費者市民社会の実現に向け、消費者教育を総合的かつ一体的に進めるために、平成 31 年（2019 年）2 月に「人吉市消費者教育推進計画」を策定したところですが、令和 2 年 7 月豪雨災害からの復興、令和 4 年（2022 年）4 月からの成年年齢の引き下げ等といった本市の状況や社会情勢の動向を基に、今回「第 2 次人吉市消費者教育推進計画」を策定するものです。

2 計画の位置付け

平成24年(2012)

消費者教育の推進に関する法律(推進法)



平成25年(2013)

消費者教育の推進に関する基本的な方針
(内閣府)



平成27年(2015)

第4次熊本県消費者基本計画
(熊本県消費者教育推進計画)
《令和3年度(2021)～7年度(2025)》



※整合

第1次人吉市消費者教育推進計画
《平成31年度(2019)～令和5年度(2023)》
第2次人吉市消費者教育推進計画
《令和6年度(2024)～8年度(2026)》

※整合



第6次人吉市総合計画 後期計画
《令和6年度(2024)
～9年度(2027)》
戦略3-3 安全・安心な消費生活の
実現～「消費者教育推進事業」の
中で位置付け

※意見聴取



人吉市消費者教育推進地域協議会
・消費者・事業者・教育関係者
・学識経験者・関係機関

《目的》

市の取組を体系的に整理し、市の消費者教育を総合的かつ一体的に推進します。

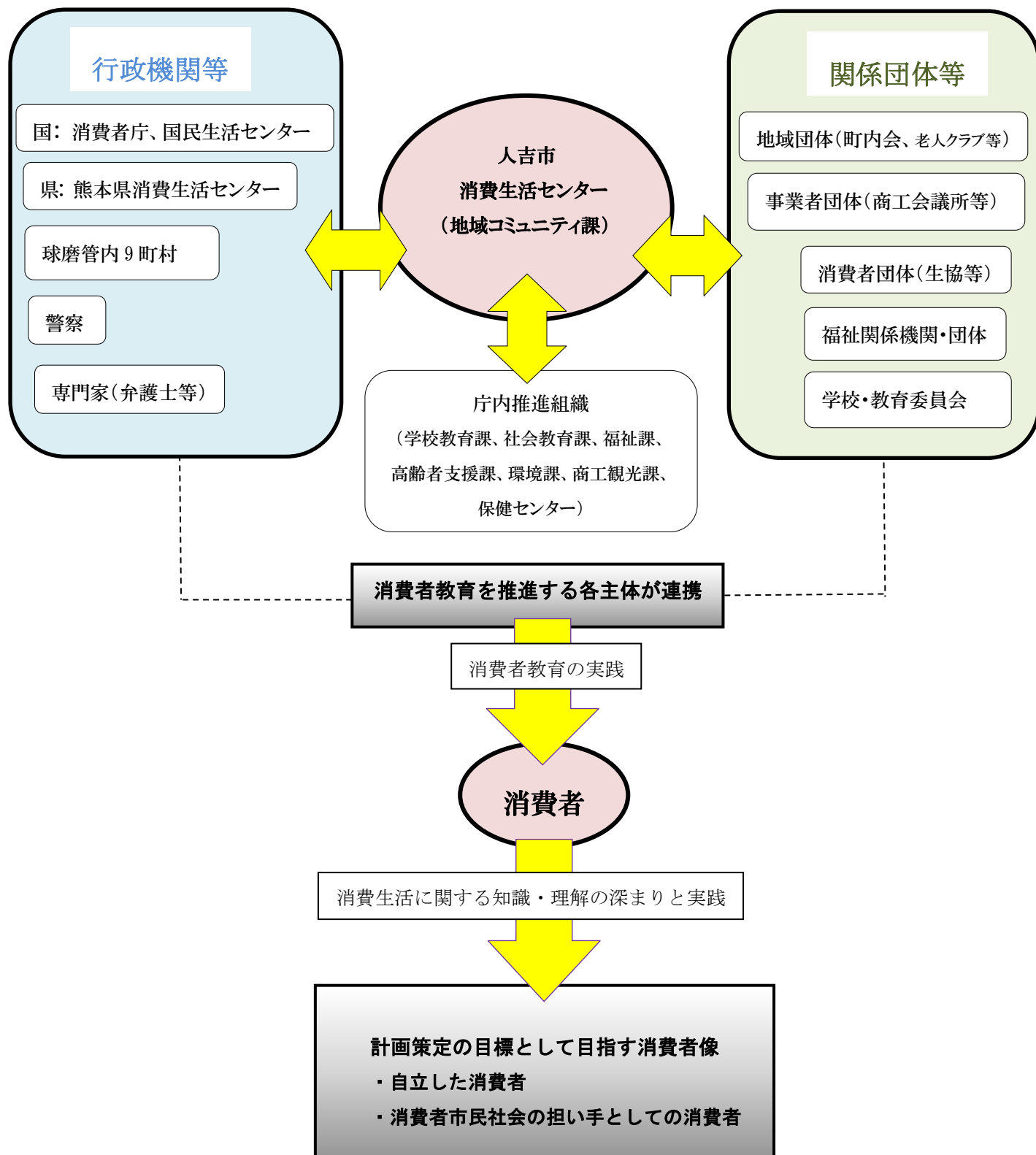
3 計画の期間

第1次計画期間は5年間でしたが、「第4次熊本県消費者基本計画」(令和3年度～令和7年度)との基本的な整合性を図るため、今期に限り、

令和6年度(2024年度)から令和8年度(2026年度)までの3年間
とします。

なお、計画期間中に社会情勢の変化などが生じた場合には、必要に応じて見直しを行うものとします。

4 計画の推進体制
【推進体制のイメージ】

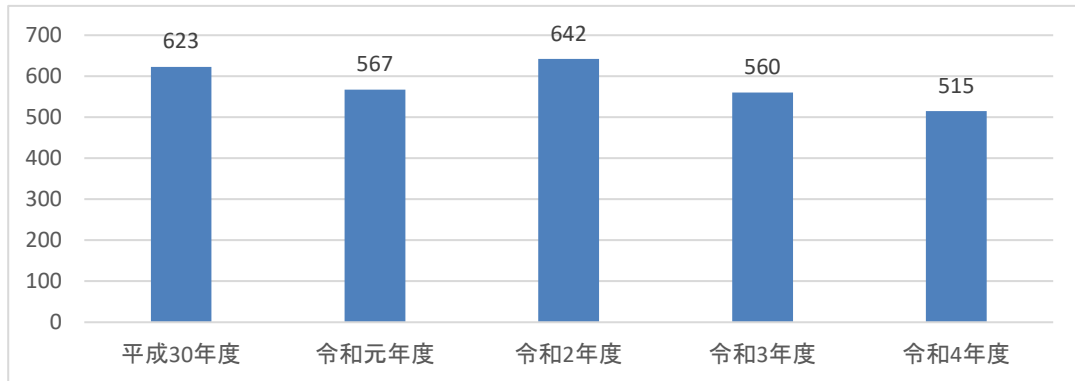


■本市における消費生活を取り巻く現状と課題

1 「消費生活相談」の現状と課題

(1) 消費生活相談件数の推移

【グラフ1】消費生活相談件数の推移（件／年間）

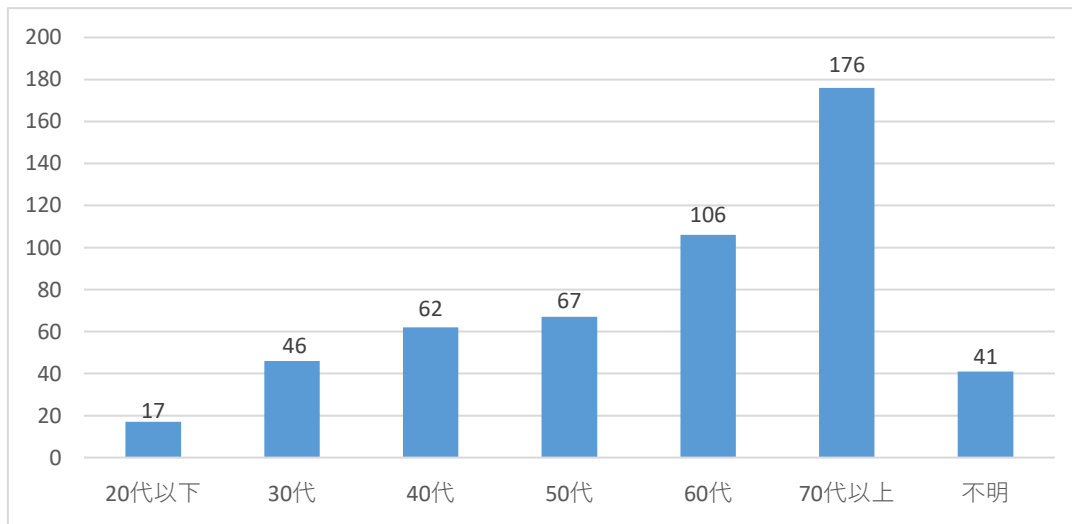


消費生活センターの認知度 令和4年度市民意識調査（復興支援課）

知っている	聞いたことはあるが、よく知らない	知らない	不明（無回答）
38.4%	43.0%	16.1%	2.5%

(2) 相談者の年代構成

【グラフ2】令和4年度 年代別相談件数（件／年間）



令和4年度	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上	不明	計
件数（件）	17	46	62	67	106	176	41	515
割合（%）	3.3	8.9	12.0	13.0	20.6	34.2	8.0	100

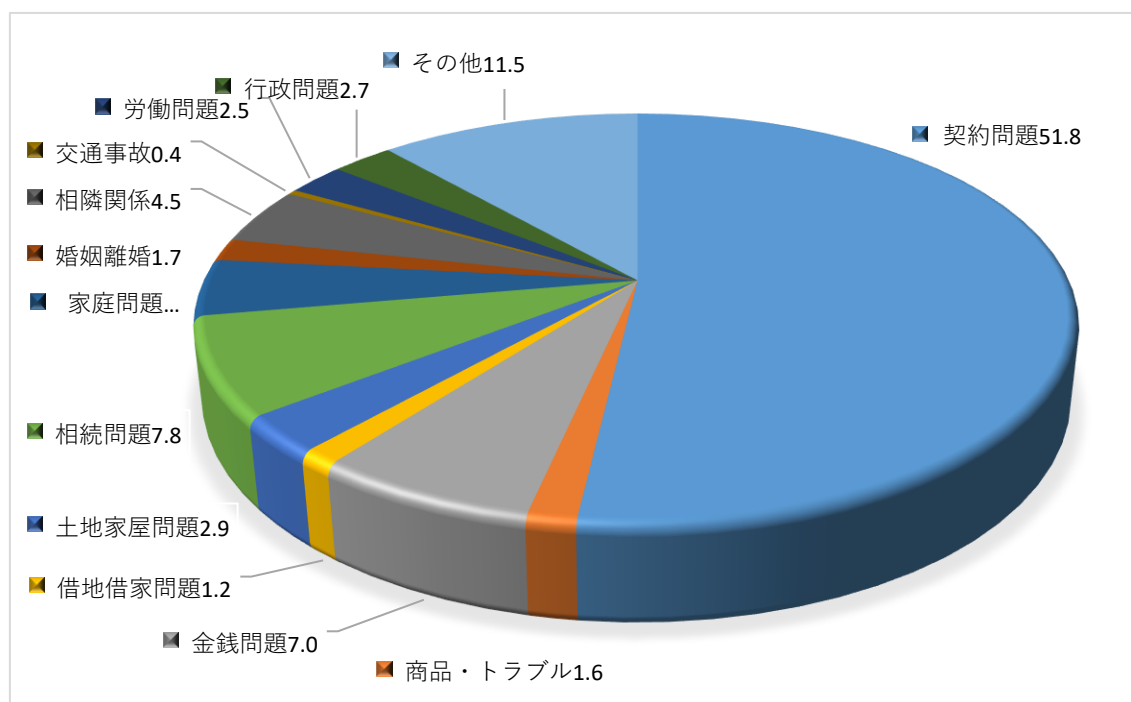
(3) 相談内容

商品購入やサービスなどの契約に関する相談がほぼすべての年代で一番多く、相談全体の約52%を占めており、中でも、インターネットやスマートフォンにて健康食品や化粧品等の商品購入トラブルの相談が多く寄せられています。

近年の特徴として、令和2年7月豪雨災害に関する相談も寄せられています。

また、熊本県下では、靈感商法に関する相談が増加していることもあり、様々な消費者トラブルが起り得る状況での実践的な対応能力が必要と考えられます。

【グラフ3】令和4年度における相談内容の種別割合(%)



令和4年度	契約 問題	商品 トラブル	金銭 問題	借地 借家	土地 家屋	相続	家庭 問題	婚姻 離婚	相隣 関係	交通 事故	労働 問題	行政 問題	その他	計
件数(件)	267	8	36	6	15	40	23	9	23	2	13	14	59	515
割合(%)	51.8	1.6	7.0	1.2	2.9	7.8	4.5	1.7	4.5	0.4	2.5	2.7	11.5	100

(4) 「消費生活相談」の課題について

(1) から (3) までの現状を踏まえて、以下の4点を消費生活相談の課題として取り組みます。

- ① **消費生活センターなどの相談窓口の周知**
- ② **高齢者の消費者被害防止の取組強化**
- ③ **インターネットに関する消費者トラブルへの対応強化**
- ④ **様々な消費者トラブルに対応できる実践的な能力の育成**

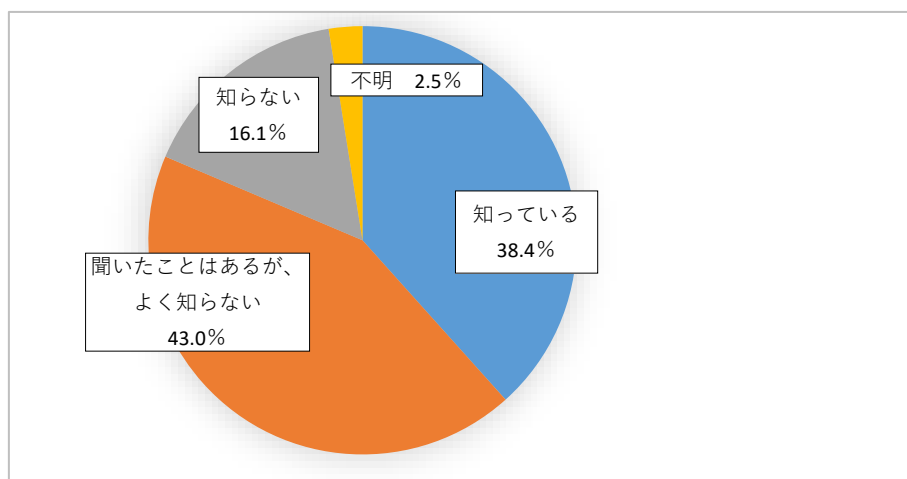
2 「消費者教育」の現状と課題

(1) 市民意識調査の結果から

令和4年8月に市復興支援課が実施した人吉市民意識調査のうち、「市消費生活センターの認知度」及び「消費者トラブル時の相談先」の調査結果は以下のとおりです。

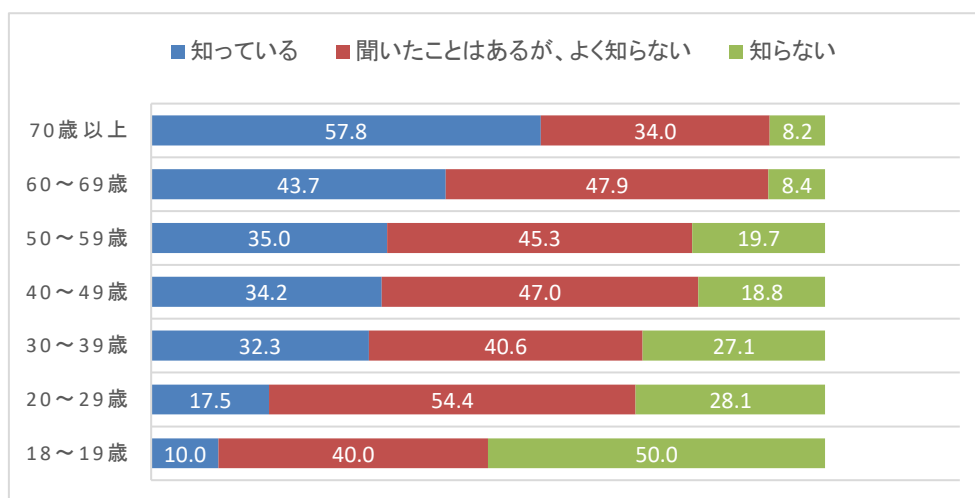
「聞いたことはあるが、よく知らない」と「知らない」を合わせた否定的な回答は59.1%で、「知っている」と回答した38.4%を上回っています。

【グラフ4】「人吉市消費生活センターを知っていますか」



年代別に見てみると、「70歳以上」は、57.8%が「知っている」と回答していますが、「20～29歳」で「知っている」と回答した割合が17.5%、「18～19歳」で10.0%と低く、若年者に対する消費者教育の必要性を感じます。

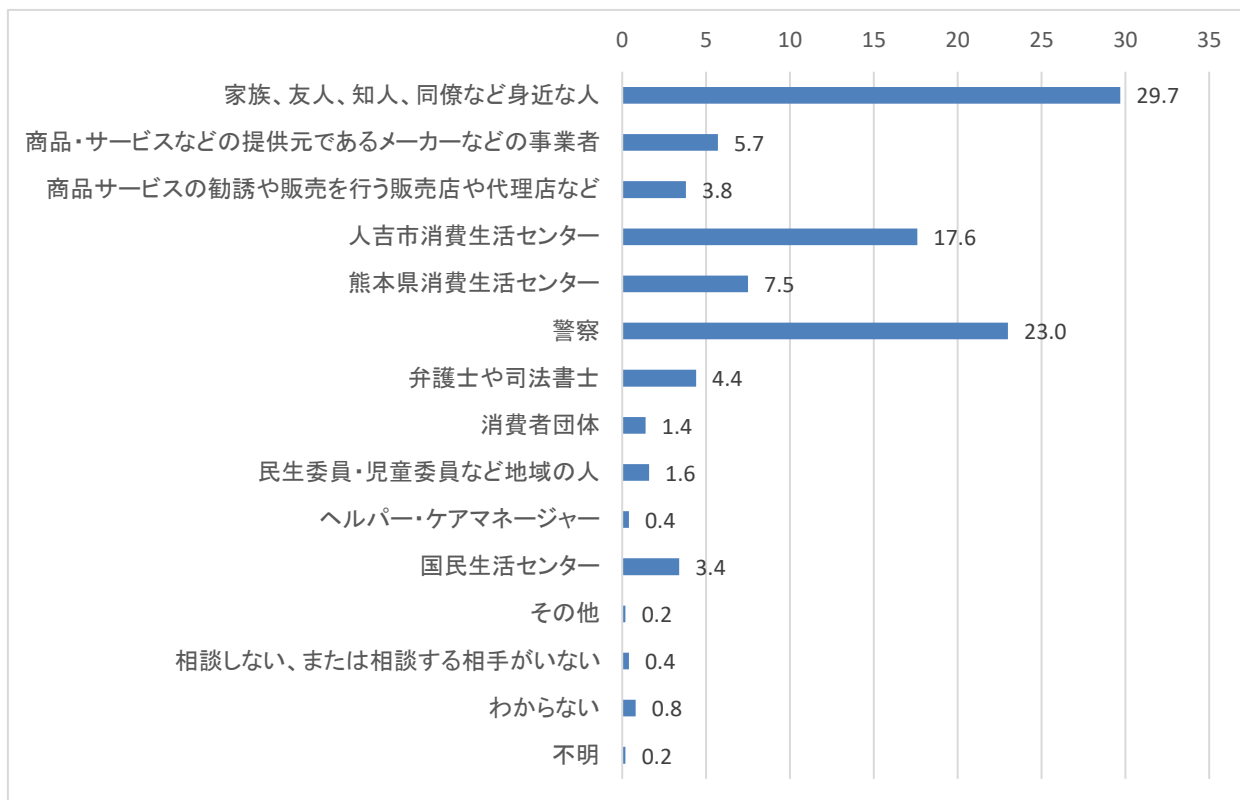
【グラフ5】人吉市消費生活センターの認知度（%）



また、悪質商法や特殊詐欺などの消費者トラブルに遭った場合に、「家族、友人、知人、同僚など身近な人」に相談する割合が29.7%と最も多く、次に「警察」が23.0%、「市消費生活センター」17.6%、「県消費生活センター」7.5%と続いています。その反面、「相談しない、または相談する相手がいない」と「わからない」を合わせた割合が1.2%あることがわかりました。

【グラフ6】消費トラブル時の相談先

※複数回答



(2) 消費者教育の取組状況

① 学校

学校教育の分野では、平成元年の学習指導要領改訂の際に、消費者教育が導入され、児童生徒の発達段階を踏まえた指導が行われており、平成 29 年度改訂の学習指導要領でも、消費者教育の充実の必要性が記載され、家庭科や公民科等を中心に消費者教育に関する学習が実施されています。

令和5年9月に市内の小中学校 9 校へアンケート調査を行い、教育現場での現状を調査した結果は下記のとおりです。なお、高校の現状は県推進計画書を参照しています。

小学校 (市内 6 校)

- ・主に「家庭科」の中で実施されており、5 年生・6 年生で行うことが多い。
- ・5 年生では年平均 12.3 時間、6 年生では年平均 10.7 時間実施されている。
- ・学習の内容は、「お金の使い方」「食品や製品の安全と表示」「食生活や食習慣に関すること」、次いで「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関すること」「表示やマークについて」が多く実施されている。

中学校 (市内 3 校)

- ・家庭科や社会科の「公民的分野」で実施されており、3 年生で授業を行うことが多く、年平均 8.0 時間、2 年生は年平均 5.3 時間、1 年生は年平均 2.3 時間実施されている。
- ・学習の内容は、「携帯電話、スマートフォン、インターネットに関すること」「表示やマークについて」「消費者の権利と責任、自立と支援」が多くなっている。

高等学校

- ・主に「家庭科」において、消費者庁作成の教材「社会への扉」を活用し、生涯を見通した家計管理の在り方や不測の事態に備えた経済上のリスク管理、キャッシュレス社会とその課題についてなどを学習。

しかしながら、小中高すべての学校教育の現場においては、消費者教育推進のための十分な研修の機会が確保されていなかったり、新型コロナウイルス感染症や令和2年豪雨災害の影響により消費者教育に係る授業時間の確保が困難という問題も抱えているようです。

消費者教育を効果的に実施するためには、市民の間に消費者教育を浸透させ、各年代における消費生活の正しい知識を身に付けさせるとともに関係機関との適切な連携が必要です。

②地域、家庭、職域

本市では、平成21年に設置した消費生活センターによる消費生活相談業務のほか、各町内会・老人クラブ・福祉団体などを対象とした出前講座を実施するなど、消費者被害の未然防止や自立する消費者の育成に向けた取組を進めてきました。

また、「広報ひとよし」・新聞・市ホームページ・SNSなど様々な広報媒体を活用しての啓発活動を行っています。

啓発への取り組み状況（令和4年度人吉市消費生活センター実績）

	種 類	実 績
1	出前講座	25回実施（うち、学校での支援2回）
2	広報媒体	広報ひとよし（毎月）記事中の「こちら消費生活センターです」・新聞・市ホームページ・SNSなどでタイムリーな消費者情報を提供
3	警察との連携	年金支給月に金融機関にて啓発グッズの配布
4	球磨郡町村との連携	延べ83回訪問し、情報交換

被害回復額（令和4年度人吉市消費生活センター実績）

- ・人吉市 ➡➡➡ 833万円
- ・球磨郡町村合計 ➡➡➡ 268万円

※「被害回復額」・・・消費生活センターにおいて助言やあっせんを行った結果、既に契約・申込みしてしまった金額の全部又は一部が相談者に返金された金額。または支払いを免除された金額

（3）「消費者教育」の課題について

（1）と（2）の現状を踏まえて、以下の4点を消費者教育の課題として取り組みます。

- ① 学校での基礎的な消費者教育の充実と教職員の指導力向上
- ② 消費者教育を受ける場の充実とその周知
- ③ 消費者教育に関連する他の関係団体、専門家との連携推進
- ④ 消費者教育の担い手の育成

■消費者教育推進の基本的な方針

1 基本目標

本市の課題や国の「基本方針」、県の「消費者教育推進計画」を踏まえ、本市では「安全・安心で豊かな消費者市民社会の実現」を基本目標として、消費者教育を推進するための基本方針を次頁のとおり定めます。

安全・安心で豊かな消費者市民社会の実現

計画に基づく消費者教育を行うことにより、消費者自らが消費生活に関する知識を習得し、これを適切な行動に結びつけることができる実践的な能力を育むとともに、消費者が地域社会の構成員として、ともに学び、助け合うことができる**消費者市民社会の実現**を目指します。

2 基本方針

方針Ⅰ ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進

若年期から高齢期までの各段階や、地域、家庭、職域といった様々な場に応じて、体系的に教育を受ける機会を提供します。

方針Ⅱ 効果的な消費者教育のための取組の推進

年齢、性別、障がいの有無のほか、消費生活に関する知識の量や情報通信機器の利用状況などの消費者の特性に配慮しながら、多様な関係者と連携を図り、地域で消費者教育を充実させ推進することができる人材（消費生活相談員、行政職員、教職員）の育成を行います。

方針Ⅲ 高度情報通信ネットワーク社会の発展に対応した消費者教育の推進

幅広い年齢層でインターネットが日常生活に浸透している現在、情報・メディアを適切に吟味して、情報の収集・発信により消費生活の向上に役立てることができる力を育みます。

方針Ⅳ 被災者に寄り添った消費者教育の推進

令和2年7月豪雨災害の経験を活かし、被災者に関する様々な相談へ対応できる体制づくりと、悪質リフォーム業者による詐欺被害をはじめとした契約トラブルの回避に向けた啓発活動に取り組みます。

■消費者教育推進の施策

1 推進の内容に関する具体的な施策

具体的施策	庁内関連部署
学校における出前講座の推進	学校教育課
教材や指導事例の情報提供	学校教育課
リーフレットやパンフレットの作成、配布	学校教育課
関連する多様な機関や団体、専門家による授業の実施	学校教育課
消費生活センターと地域包括支援センターとの連携強化学校における出前講座の推進	高齢者支援課
高齢者団体との連携	高齢者支援課
高齢者を対象とした啓発活動の推進	高齢者支援課
広報ひとよしや市ホームページでのPR	消費生活センター
多重債務問題に特化した講座・研修会	消費生活センター
事業所職員への啓発活動の充実	消費生活センター
町内会との連携強化	地域コミュニティ課
成人式会場での新成人への啓発	社会教育課
生涯学習講座やPTA活動における消費者教育の推進	社会教育課
消費者に分かりやすい啓発冊子を作成し、各コミュニティセンターへ配置	社会教育課
街頭啓発の実施	商工観光課
商工会議所と連携した啓発活動の推進	商工観光課
持続可能な社会づくりの視点を学ぶ出前講座の実施	環境課
子育て支援団体との連携強化	保健センター
福祉課主催のイベント時における啓発推進	福祉課
障がい者にもわかりやすい啓発冊子を障がい者施設へ配置	福祉課
学校に置ける教職員の指導力の向上	消費生活センター
消費生活相談員の育成や技量の向上	消費生活センター
各種見守りネットワークを対象とする講座・研修会の実施及び情報提供	消費生活センター
民生委員児童委員など福祉関連団体向けの出前講座の推進	福祉課
情報リテラシーの向上	学校教育課
インターネット利用における親と子のルールづくりの推進	社会教育課
安全・安心の確保に関する効果的な情報提供	消費生活センター
被災者への相談対応	消費生活センター
被災者の契約トラブルの未然防止に特化した出前講座	消費生活センター
被災者の契約トラブルに関する資料やパンフレットによる情報提供	消費生活センター

■計画の着実な推進に向けて

1 進行管理

施策の実施状況を毎年度、人吉市消費者教育推進地域協議会に報告し、協議会での意見を踏まえた検証を行い、消費者を取り巻く社会経済情勢の変化、国の施策の動向などを見極めながら、必要に応じて取組の見直しや新規取組の検討などを行っていきます。

2 成果指標

基本方針の達成度を検証するため、成果指標を設定します。

指標項目		第1次計画		第2次計画	
		現状値 平成 29 年 度 (2017)	目標値 平成 35 年 度 (2023)	現状値 令和 4 年度 (2022)	目標値 令和 8 年度 (2026)
1	消費生活センターの認知度 (基本方針 I に関連)	48.1%	70.0%	※ 38.4%	70.0%
2	出前講座を受けたことのある市民の割合 (基本方針 I, II に関連)	16.9%	25.0%	24.0%	30.0%
3	小中高校での授業を支援した件数 (基本方針 I, III に関連)	1 回/年	6 回/年	2 回/年	6 回/年
4	消費生活相談員や行政職員、学校教職員の研修会参加回数 (基本方針 II に関連)	12 回/年	15 回/年	6 回/年	15 回/年
5	被災者トラブルに特化した出前講座の開催回数 (基本方針 IV に関連)	—	—	0 回/年	2 回/年

※令和4年度市民意識調査（復興支援課実施）に基づく数値