



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～

令和6年（2024）3月
熊本県 人吉市

目 次

第1章 計画の策定に当たって

1 計画策定の趣旨	P 1
2 計画の位置付け	P 3
3 計画の期間	P 4
4 計画の推進体制	P 5

第2章 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	P 6
(2) 相談者の年代構成	P 7
(3) 相談内容	P 7
(4) 「消費生活相談」の課題について	P 8
2 「消費者教育」の現状と課題	
(1) 市民意識調査の結果から	P 9
(2) 消費者教育の取組状況	
① 学校	P 10
② 地域、家庭、職域	P 12
(3) 「消費社教育」の課題について	P 13

第3章 消費者教育推進の基本的な方針

1 基本目標	P 14
2 基本方針 [I, II, III, IV]	P 15

第4章 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	
(1) 基本方針 I への具体的な施策	P 17
(2) 基本方針 II への具体的な施策	P 21
(3) 基本方針 III への具体的な施策	P 22
(4) 基本方針 IV への具体的な施策	P 23

第5章 計画の着実な推進に向けて

1 進行管理	P 24
2 成果指標	P 24

資料編

- 1 策定経過・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P 27
- 2 人吉市消費者教育推進地域協議会委員名簿・・・・・・・・ P 27
- 3 計画素案に対する意見公募（パブリックコメント）・・・・ P 28
- 4 消費者教育の推進に関する法律・・・・・・・・・・・・ P 29
- 5 人吉市消費者教育推進地域協議会要項・・・・・・・・・・・・ P 35

第1章 計画の策定に当たって

1 計画策定の趣旨

(1) 策定の背景

私たちは、だれもが「消費者」です。幼児期から高齢期まで生涯を通じ、様々な商品やサービスを選択して購入したり、利用したりしています。しかし、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い、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**(※1)が不可欠となっています。

(2) 国・県の動向

平成24年(2012年)12月13日施行の「消費者教育の推進に関する法律」(平成24年法律第61号。以下「消費者教育推進法」という。)では、消費者の自立を支援し、消費者が主体的に「**消費者市民社会**(※2)」の形成に参画するための教育の実施、「消費者教育

の推進に関する基本的な方針」(以下「基本方針」という。)の策定が義務付けられるとともに、地方公共団体においては「消費者教育推進計画」を定めることが努力義務とされました。

そして、消費者教育推進法に基づき、平成25年(2013年)6月に国の基本方針が策定され、消費者教育推進の意義、基本的な方向及び消費者教育の推進の内容が示されました。

また、熊本県においては、平成27年(2015年)2月に「熊本県消費者教育推進計画」が策定されました。

こうした国や熊本県の動きを踏まえ、本市においても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。



用語解説!

※1 「消費者教育」・・・日々の消費生活を安全・安心に送ることができるように、消費者が必要な知識やスキルを身につけて自立することを支援する教育です。

※2 「消費者市民社会」・・・消費者が主役となり、内外の社会経済情勢や地球環境にまで思いを馳せて生活し、持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会のことです。(P14参照)

2 計画の位置付け

この計画は、消費者教育推進法第10条第2項に基づき、「熊本県消費者教育推進計画」及び「第6次人吉市総合計画」における戦略3-3～安全・安心な消費生活の実現～との整合性を図りながら策定しています。

消費者教育推進法第10条第2項

2 市町村は、基本方針(都道府県消費者教育推進計画が定められているときは、基本方針及び都道府県消費者教育推進計画)を踏まえ、その市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画(以下この条及び第二十条第2項第2号において「市町村消費者教育推進計画」という。)を定めるよう努めなければならない。

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)》

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

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)》

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

※整合

※整合

※意見聴取

《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

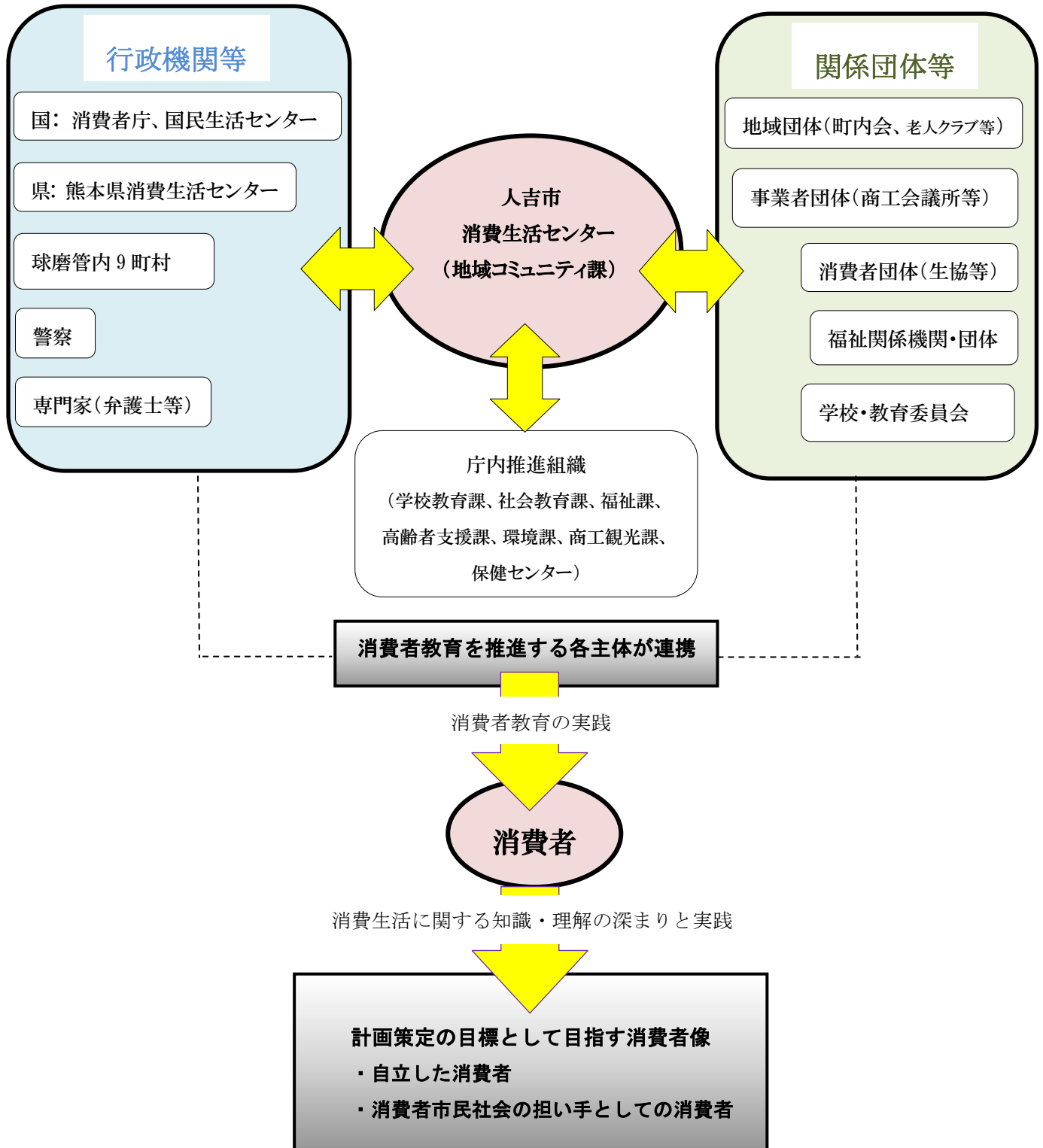
推進法では、「消費生活を取り巻く環境の変化を勘案し、並びに施策の実施状況の分析・評価を踏まえ、おおむね5年ごとに基本方針を検討する」（第9条第7項）と規定していることから、第1次計画期間は5年間でしたが、「第4次熊本県消費者基本計画」（令和3年度～令和7年度）との基本的な整合性を図るため、今期に限り、

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】



第2章 本市における消費生活を取り巻く現状と課題

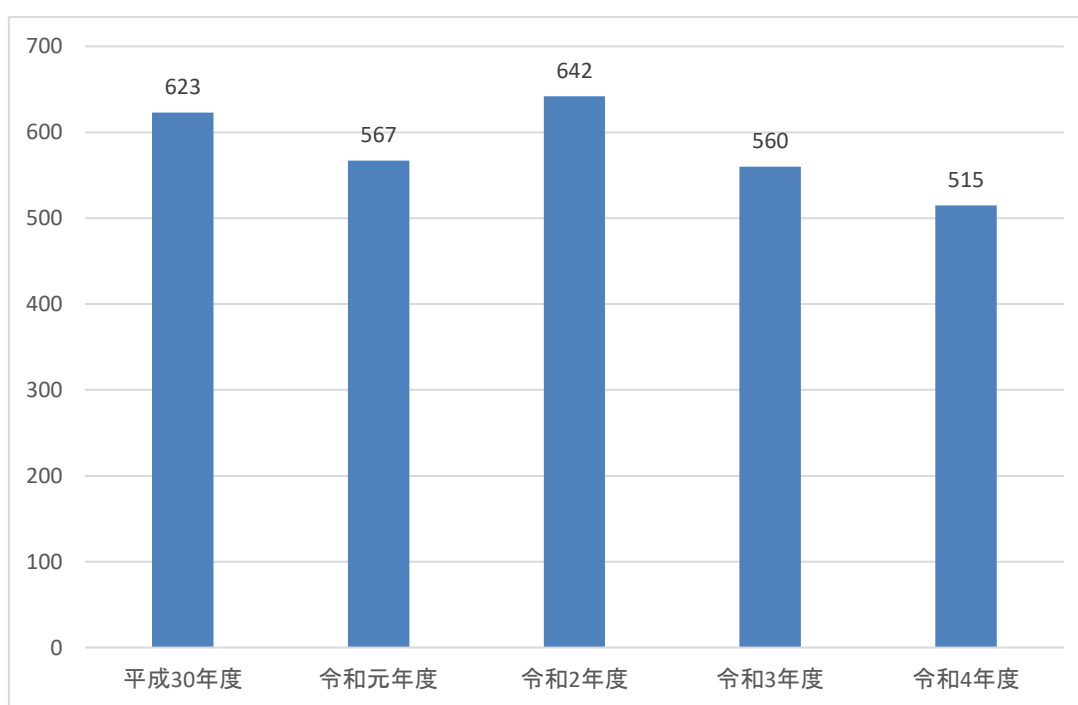
1 「消費生活相談」の現状と課題

(1) 消費生活相談件数の推移

令和4年度に人吉市消費生活センター（以下「消費生活センター」という。）に寄せられた消費生活相談件数は 515 件で、この5年間は横ばい傾向にあります。（グラフ1）

また、令和4年8月に市復興支援課が実施した「市民意識調査」の中で消費生活に関する項目の調査結果によると、相談先として消費生活センターを利用できていることを知っている人は 38.4%となっています。

【グラフ1】人吉市消費生活センターの相談件数の推移（件／年間）



※ 消費生活センターの認知度

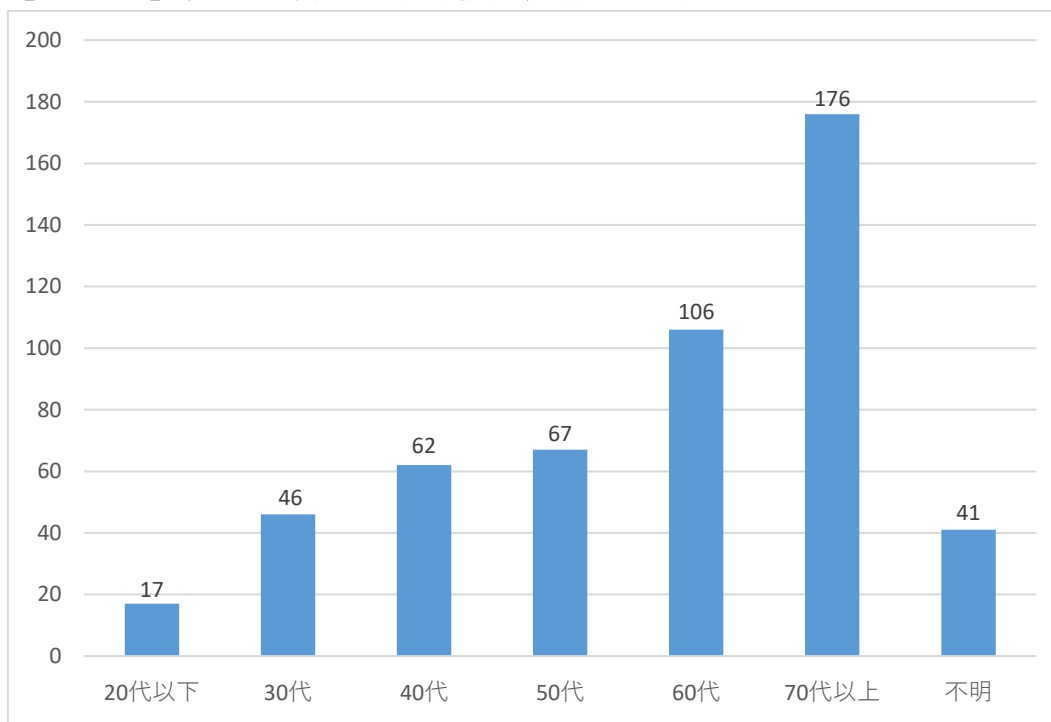
知っている	聞いたことはあるが、よく知らない	知らない	不明（無回答）
38.4%	43.0%	16.1%	2.5%

令和4年度市民意識調査（復興支援課）

(2) 相談者の年代構成

令和4年度の消費生活センターにおける相談者の年代別割合では、60歳代以上が54.8%を占めており、高齢者への対策が重要になっています。(グラフ2)

【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、中でもパソコン・携帯等を使用した「放送・コンテンツ等」でインターネットの普及に伴う相談が増加傾向にあります。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。

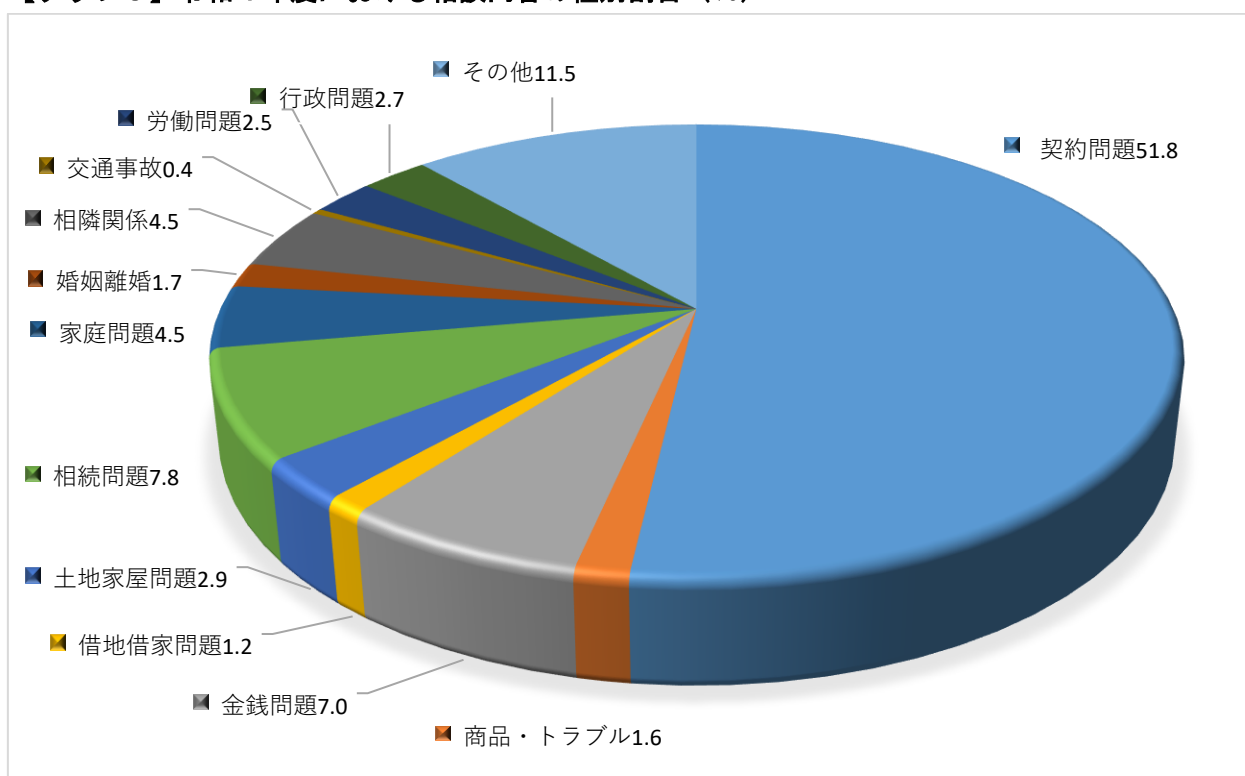
次に多かったのは、相続に関する相談で全体の約8%を占めています。

これら以外にも、金銭問題・家庭問題・相隣関係などの相談も寄せられており、また、近年の特徴として、発災直後に比べて少なくなったものの、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

ラブルが起こ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)

【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**

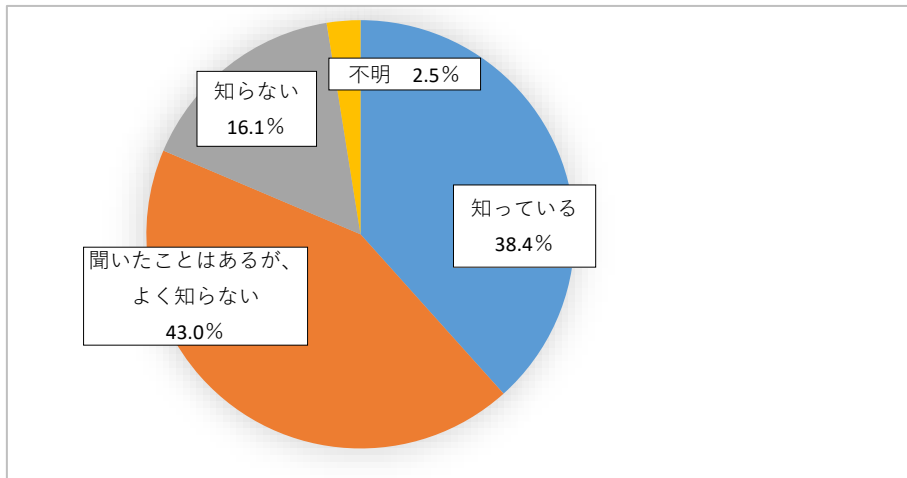
2 「消費者教育」の現状と課題

(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。

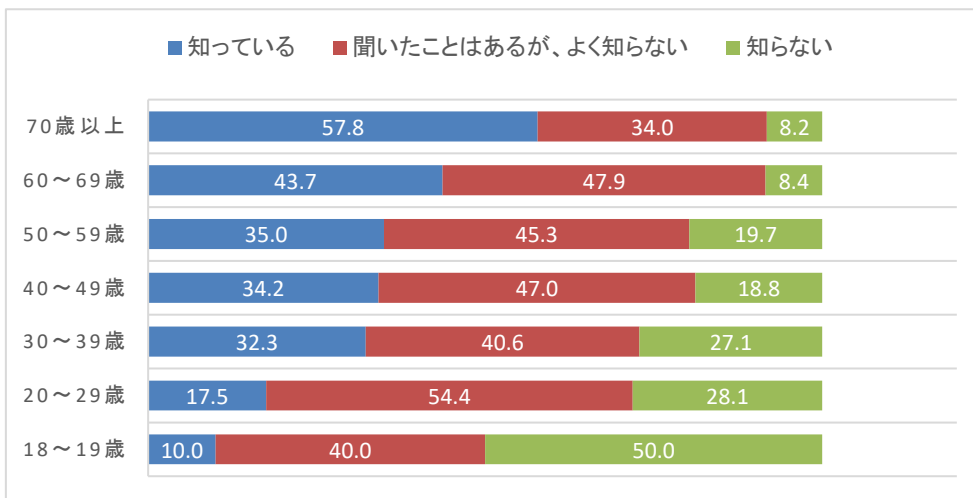
「聞いたことはあるが、よく知らない」と「知らない」を合わせた否定的な回答は59.1%で、「知っている」と回答した38.4%を上回っています。(グラフ4)

【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)

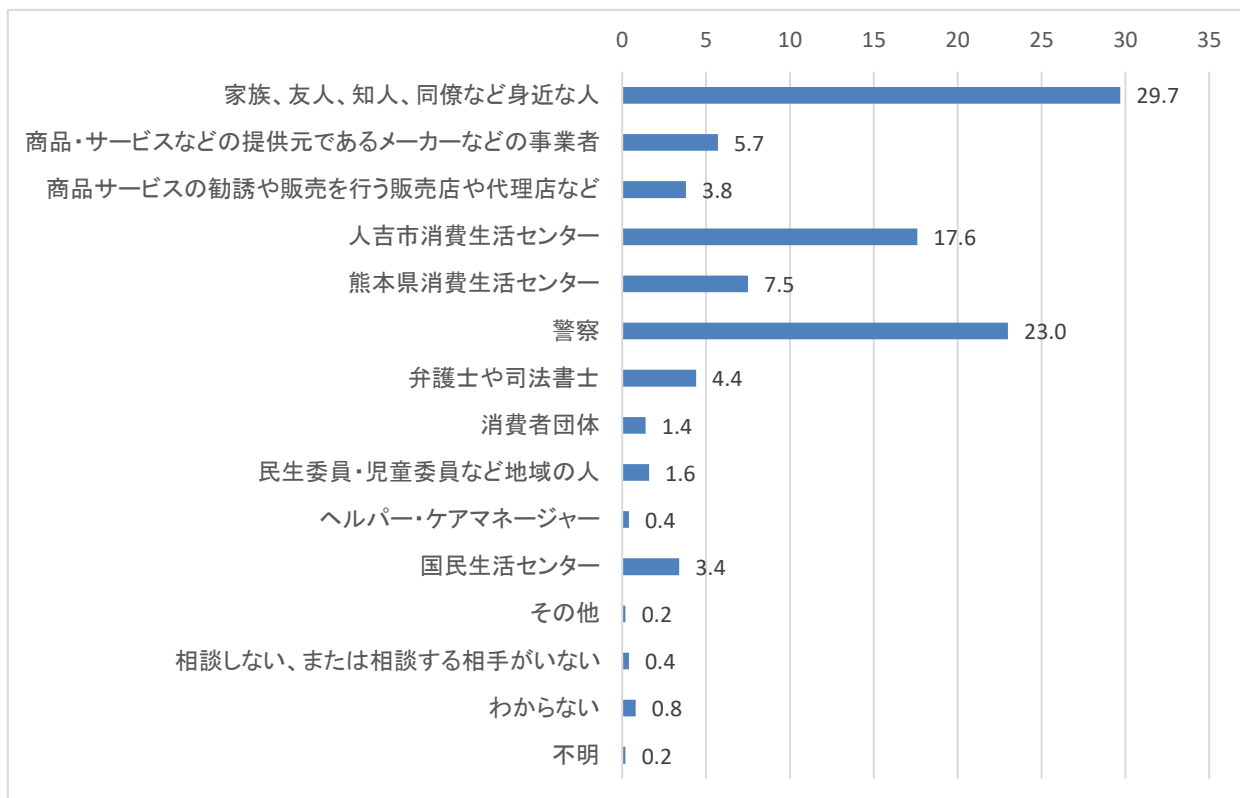
【グラフ5】人吉市消費生活センターの認知度 (%)



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)

【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**（6校）においては主に「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く、5年生では年平均12.3時間、6年生では年平均10.7時間実施されています。これは前回（平成30年）の調査時（5年生7.5時間、6年生4.2時間）より大幅に増加しており、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ます。

■**中学校**（3校）では、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時間実施されており、前回（平成30年）の調査時（3年生7.0時間、2年生1.6時間、1年生1.6時間）より増加しています。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」が多くなっています。

■**高等学校**では、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ています。



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。

近年、高齢者の消費者被害が増大していること、また、令和4年度からの成年年齢の引き下げに伴い若年層の消費者トラブル増加が懸念されることから、啓発活動のより一層の充実を図るとともに、警察、消費者団体、事業者団体、福祉関係者等の多様な主体との連携を図りながら、きめ細かな消費者教育を進めていくことが肝要であると同時に、最新情報等の提供ができる教育の担い手（支援者）の育成を行うことがますます重要となってきています。

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

用語解説！

※「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

第3章 消費者教育推進の基本的な方針

1 基本目標

第2章で整理した課題と国の「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

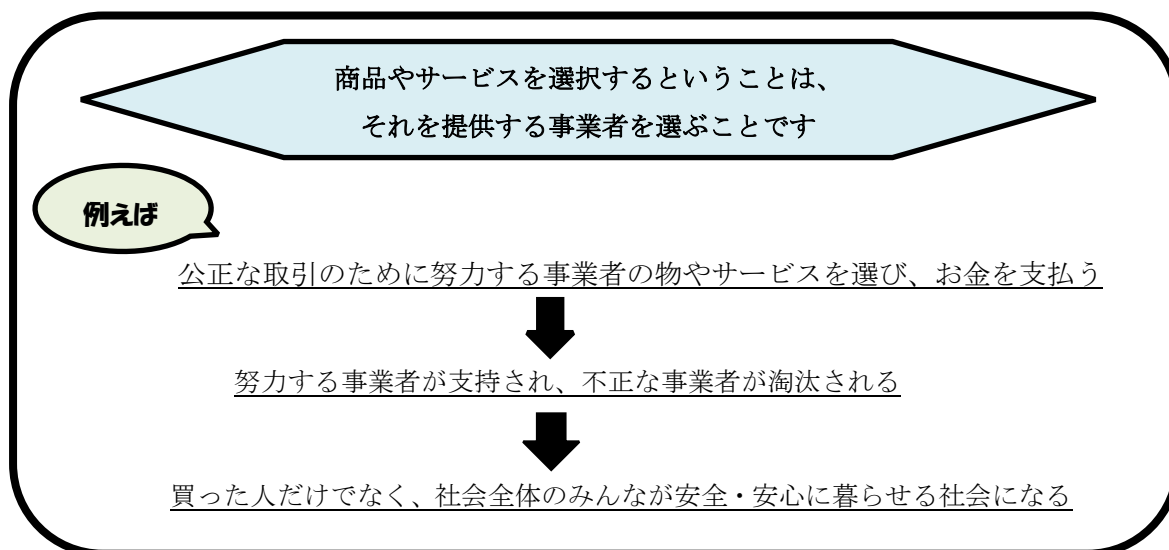
- ❖ 計画に基づく消費者教育を行うことにより、消費者自らが消費生活に関する知識を習得し、これを適切な行動に結びつけることができる実践的な能力を育むとともに、消費者が地域社会の構成員として、ともに学び、助け合うことができる**消費者市民社会の実現**を目指します。

参考

「消費者市民社会」のことを例を挙げてもう少し説明すると・・・

Q「買い物は、何を基準に選んでいますか？」

⇒ 値段、デザイン、安全性、CMなど、様々な選択肢があります。



私たち一人ひとりが、社会や環境がよくなるように考えながら
お金を使うことにより、「安全・安心で豊かな消費者市民社会」が実現します。

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。

学校等における消費者教育の推進

高齢者を対象とした消費者教育の推進

職域、地域社会における消費者教育の推進

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、障害の有無のほか、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。

多様な主体との連携促進

消費者教育の担い手育成

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。

インターネットの普及に伴い、セキュリティやリスクを自ら管理し、様々な情報を読み解く力の向上

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。

被災者の相談対応

被災者の契約トラブル未然防止に特化した出前講座

被災者の契約トラブルに関する資料やパンフによる情報提供

第4章 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

(1) 基本方針 I への具体的な施策

【基本方針 I】

ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進

❖ 学校等における消費者教育の推進

具体的施策	庁内関連部署
①学校における出前講座の推進 消費生活センターでは、消費生活相談員が出向いて講座を行う「出前講座」を実施しており、児童や生徒、教職員を対象に、学校現場での活用を進めます。	◇学校教育課
②教材や指導事例の情報提供 教職員が消費者教育を行うときに必要な教材や、消費者庁などの情報を提供し、教職員の創意工夫による指導を支援します。	◇学校教育課
③リーフレットやパンフレットの作成、配布 児童生徒の理解を深めるための分かりやすいリーフレット・パンフレットの作成及び家庭での消費者教育を支援するために、保護者向けのリーフレット・パンフレットを作成し、消費者教育の趣旨について理解を深めます。	◇学校教育課
④関連する多様な機関や団体、専門家による授業の実施 学習指導要領とマッチングする内容で消費者教育に関連する機関や団体、専門家の特別授業を行っています。	◇学校教育課

用語解説！

※「ライフステージ」・・・年齢に伴って変化する生活スタイルや生活段階。人生における出生から就学、就職、結婚、子育て、退職など人生の節目によって変わる生活スタイルや幼児期・小中学生期・高校生期・成人期などのそれぞれの段階

❖ 高齢者を対象とした消費者教育の推進

具体的施策	庁内関連部署
<p>①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 緊急情報や啓発用リーフレットの配布等による情報の共有化を進めるとともに、現在行っている相談窓口への誘導をさらに積極的に行い、高齢者の消費者トラブルの早期発見につなげられるよう取り組みます。</p>	◇高齢者支援課
<p>②高齢者団体との連携 老人クラブ等、各種の高齢者団体における会員相互のネットワークを活用し、消費者問題の情報提供を行います。</p>	◇高齢者支援課
<p>③高齢者を対象とした啓発活動の推進 高齢者が集まる機会を活用して積極的な出前講座を行います。</p>	◇高齢者支援課

❖ 職域、地域社会における消費者教育の推進

具体的施策	庁内関連部署
<p>①広報ひとよしや市ホームページでのPR 消費生活センターの情報について、広報の特集記事での掲載やホームページ、SNS の情報の充実に取り組んでいきます。</p>	◇消費生活センター
<p>②多重債務問題に特化した講座・研修会 家計管理能力向上の観点から、金融経済教育の充実を図り、多重債務の未然防止を推進します。</p>	◇消費生活センター
<p>③事業所職員への啓発活動の充実 官公庁・民間を問わず、消費生活講演会やセミナーを開催し、職員が幅広い見識を深められるようにします。</p>	◇消費生活センター

具体的施策	庁内関連部署
<p>④町内会との連携推進 町内会単位での出前講座の充実（DVD やロールプレイング等）に努めるとともに、町内よろず相談から消費生活センターにつながりいただく連携をさらに推進します。</p>	◇地域コミュニティ課
<p>⑤成人式会場での新成人への啓発 新成人に対して啓発グッズやパンフレット等を配布します。</p>	◇社会教育課
<p>⑥生涯学習講座やPTA活動における消費者教育の推進 各コミュニティセンター等で行われている生涯学習講座やPTA研修会等での出前講座や消費者教育に関連する機関・団体、専門家を活用し、消費者教育の拡大を図ります。</p>	◇社会教育課
<p>⑦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 タイムリーな情報も豊富に掲載した啓発パンフレット等で、コミュニティセンター利用者への啓発を推進します。</p>	◇社会教育課
<p>⑧街頭啓発の実施 広報誌や市ホームページでのPRだけではなく、商店街のイベント時などにおいて街頭啓発を行い、消費生活相談窓口の周知に努めます。</p>	◇商工観光課
<p>⑨商工会議所と連携した啓発活動の推進 商工会議所主催の企業向け各種講座・セミナー開催時に、啓発パンフレットやチラシの配布を行います。</p>	◇商工観光課
<p>⑩持続可能な社会づくりの視点を学ぶ出前講座の実施 学校や地域団体と連携し、持続可能な社会づくりのための教育の一環として、ごみ減量セミナーや環境体験教室など身近なところで消費・廃棄に対する意識やエコ意識の向上を図ります。</p>	◇環境課

具体的施策	庁内関連部署
<p>⑩子育て支援団体との連携強化 子育て支援団体が発行している機関紙等への消費生活情報の掲載や、啓発講座の実施など、子育て支援団体との連携を図ります。</p> <p>⑪福祉課主催のイベント時における啓発推進 保育士研修会等の開催時には主に幼児向けの啓発グッズを配布します。</p> <p>⑫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 イラストや図を豊富に使用し、知的障がいや発達障がいのある人にもわかりやすい言葉を使ったパンフレット等で、啓発を推進します。</p>	<p>◇保健センター</p> <p>◇福祉課</p> <p>◇福祉課</p>

(2) 基本方針Ⅱへの具体的施策

【基本方針Ⅱ】

効果的な消費者教育のための取組の推進

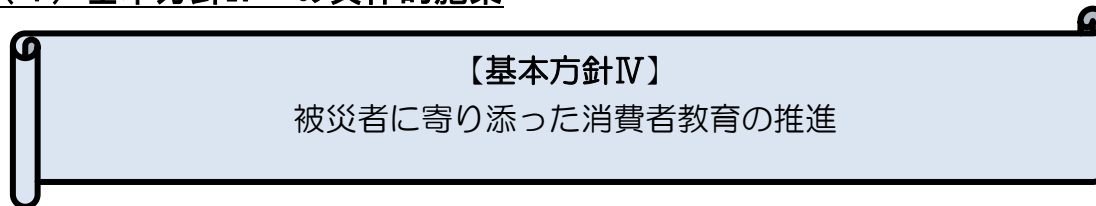
❖ 学校等における消費者教育の推進

具体的施策	庁内関連部署
<p>①学校に置ける教職員の指導力の向上 消費者教育支援センターの講師派遣制度等を活用し、教職員を対象とした研修会を開催します。</p>	◇消費生活センター

❖ 効果的に取り組むために消費者教育を担う人材の育成

具体的施策	庁内関連部署
<p>①消費生活相談員の育成や技量の向上 消費生活相談員の技量を向上させるために、国民生活センターや国・県主催の研修会、セミナーへの参加機会の拡充に努めます。また、消費生活センター内での研修会・勉強会を開催して、相談員の専門知識の向上に努めます。</p>	◇消費生活センター
<p>②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 高齢者を見守る各種ネットワークが消費者トラブルの防止につながるよう、協力事業者等を対象に講座、研修会の開催及び情報提供を行います。</p>	◇消費生活センター
<p>③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 民生委員児童委員や福祉団体・障がい者団体向けの出前講座の内容もこれまでの「被害の未然防止の啓発」だけでなく、消費者が必要な情報を得られるような内容も提供できるようにします。</p>	◇福祉課

(4) 基本方針Ⅳへの具体的施策



❖ 令和2年7月豪雨災害の経験を生かした被災者のための消費者教育の推進

具体的施策	庁内関連部署
①被災者への相談対応 令和2年7月豪雨災害に関する相談、また、今後発生する恐れがある自然災害に関連した様々な相談に対し、関係機関と連携し速やかに対応できる体制を構築します。	◇消費生活センター 及び関係各課
②被災者の契約トラブルの未然防止に特化した出前講座 令和2年7月豪雨災害時に発生した悪質リフォーム業者による詐欺被害を受けて、今後同様の被害に遭わないため出前講座を開催します。	◇消費生活センター
③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 国民生活センターの情報を基に、被災者が契約トラブルに巻き込まれないための資料やパンフレットを作成し配布します。	◇消費生活センター

第5章 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

1 消費生活センターの認知度

消費者教育の推進には、消費者教育の拠点として位置付けられる消費生活センターが幅広い市民に認知されていることが必要です。

第1次と比較すると、認知度が大きく下がっていることから、より一層啓発活動に力を入れていく必要があります。

2 出前講座を受けたことのある市民の割合

直接住民に身近な事例を伝えることができる出前講座を強化することによって、確実に情報伝達を行い、消費者の意識の向上が図られていることが重要です。

常に新しい情報をアップデートし、消費者に啓発できるよう努めます。

3 小中高校での授業を支援した件数

成年年齢引き下げに伴い、若年層のトラブル増も懸念されることから、学校と連携した支援が確実に実施されていることが重要です。

変化が目まぐるしい若年層の消費者トラブルについて、常に新鮮な情報を伝えられるよう努めます。

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

多様な消費者トラブルに対応できるようにするため、相談員や行政職員、学校教職員のスキルの向上を図っていくことが必要です。

オンライン研修等を活用して、相談員や行政職員、学校教職員の知識やスキルのアップデートに努めます。

5 被災者トラブルに特化した出前講座の開催回数

災害時の悪質リフォーム業者によるリフォーム詐欺をはじめとした様々な契約トラブルに巻き込まれないため、市民の意識向上を図ることが重要です。

	資料編	
--	------------	--

- 1 策定経過
- 2 人吉市消費者教育推進地域協議会委員名簿
- 3 計画素案に対する意見公募（パブリックコメント）
- 4 消費者教育の推進に関する法律
- 5 人吉市消費者教育推進地域協議会要項

1 策定経過

年	月 日	事 項
令和5年	9月1日	第1回消費者教育推進地域協議会（基本方針案・骨子案について）
	9月6日	行政経営会議（基本方針説明）
	10月26日	第2回消費者教育推進地域協議会（素案等について）
	11月28日	素案の公表・パブリックコメント
令和6年	1月18日	第3回消費者教育推進地域協議会（最終案等について）
	2月2日	行政経営会議（最終案説明）
	3月	人吉市消費者教育推進計画 策定・公表

2 人吉市消費者教育推進地域協議会委員

（敬称略・五十音順）

委員名	所属または団体等	役職	備考
奥村 高史	熊本県弁護士会	消費者問題対策委員	会長
深野 ちづる	人吉商工会議所 女性会	副会長	副会長
我妻 千晴	人吉市PTA 連絡協議会	家庭教育部	
椎葉 靖枝	人吉市老人クラブ連合会	副会長・女性委員長	
徳永 裕子	生活協同組合くまもと	推進員	
中川 泰	人吉・球磨地区県立学校長会	会長（人吉高等学校長）	
松岡 誠也	人吉市社会福祉協議会	事務局長	
森下 秀一	人吉市小・中学校長会	会長（大畑小学校長）	
矢野 寛幸	人吉警察署	生活安全課長	
山室 廣美	人吉市民生委員児童委員協議会	会長	

《令和6年2月現在》

3 計画素案に対する意見公募（パブリックコメント）

意見公募実施の概要

(1) 目的

第2次人吉市消費者教育推進計画（素案）に対して、幅広く市民の意見を反映させるため、素案の内容を市民に公表し、意見を募集するもの。

(2) 応募対象

- (1) 人吉市内に在住、勤務、在学している方
- (2) 人吉市内に事務所・事業所をお持ちの方

(3) 募集期間

令和5年11月28日（火）から令和5年12月11日（月）まで

(4) 意見募集方法

- ・投函箱に投函（意見書用紙と箱を設置）
- ・電子メール（意見書の様式を市ホームページに掲載）
- ・郵送、Fax

※第2次人吉市消費者教育推進計画（素案）に対する意見に限る。

※意見書の様式は自由とし、住所・氏名・意見を必須記入事項とする。匿名の場合は受付しない。

※電話での意見は受付しない。

(5) 応募箱設置場所：人吉市役所 玄関ロビー

人吉市カルチャーパレス 玄関ロビー

市内各コミュニティーセンター

(6) 計画素案の閲覧方法

- ・市ホームページに掲載
- ・市内各コミュニティーセンターにて閲覧可能
- ・市役所、カルチャーパレスにて閲覧可能

(7) 募集結果

提出された意見はありませんでした。

4 消費者教育の推進に関する法律 (平成二十四年法律第六十一号)

目次

第一章 総則(第一条—第八条)

第二章 基本方針等(第九条・第十条)

第三章 基本的施策(第十一条—第十八条)

第四章 消費者教育推進会議等(第十九条・第二十条)

附則

第一章 総則

(目的)

第一条 この法律は、消費者教育が、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるようその自立を支援する上で重要であることに鑑み、消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利であることを踏まえ、消費者教育に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、基本方針の策定その他の消費者教育の推進に関し必要な事項を定めることにより、消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、もって国民の消費生活の安定及び向上に寄与することを目的とする。

(定義)

第二条 この法律において「消費者教育」とは、消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動をいう。

2 この法律において「消費者市民社会」とは、消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会をいう。

(基本理念)

第三条 消費者教育は、消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結び付けることができる実践的な能力が育まれることを旨として行われなければならない。

2 消費者教育は、消費者が消費者市民社会を構成する一員として主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援することを旨として行われなければならない。

3 消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行われるとともに、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮した適切な方法で行われなければならない。

4 消費者教育は、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場の特性に応じた適切な方法により、かつ、それぞれの場における消費者教育を推進する多様な主体の連携及び他の消費者政策（消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策をいう。第九条第二項第三号において同じ。）との有機的な連携を確保しつつ、効果的に行われなければならない。

- 5 消費者教育は、消費者の消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に与える影響に関する情報その他の多角的な視点に立った情報を提供することを旨として行われなければならない。
- 6 消費者教育は、災害その他非常の事態においても消費者が合理的に行動することができるよう、非常の事態における消費生活に関する知識と理解を深めることを旨として行われなければならない。
- 7 消費者教育に関する施策を講ずるに当たっては、環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育に関する施策との有機的な連携が図られるよう、必要な配慮がなされなければならない。

(国の責務)

第四条 国は、自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができる自立した消費者の育成が極めて重要であることに鑑み、前条の基本理念（以下この章において「基本理念」という。）にのっとり、消費者教育の推進に関する総合的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。

- 2 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、前項の施策が適切かつ効率的に策定され、及び実施されるよう、相互に又は関係行政機関の長との間の緊密な連携協力を図りつつ、それぞれの所掌に係る消費者教育の推進に関する施策を推進しなければならない。

(地方公共団体の責務)

第五条 地方公共団体は、基本理念にのっとり、消費生活センター（消費者安全法（平成二十一年法律第五十号）第十条の二第一項第一号に規定する消費生活センターをいう。第十三条第二項及び第二十条第一項において同じ。）、教育委員会その他の関係機関相互間の緊密な連携の下に、消費者教育の推進に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の社会的、経済的状况に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。

(消費者団体の努力)

第六条 消費者団体は、基本理念にのっとり、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われる消費者教育に協力するよう努めるものとする。

(事業者及び事業者団体の努力)

第七条 事業者及び事業者団体は、事業者が商品及び役務を供給する立場において消費者の消費生活に密接に関係していることに鑑み、基本理念にのっとり、国及び地方公共団体が実施する消費者教育の推進に関する施策に協力するよう努めるとともに、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるものとする。

(財政上の措置等)

第八条 政府は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講じなければならない。

- 2 地方公共団体は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講ずるよう努めなければならない。

第二章 基本方針等

(基本方針)

第九条 政府は、消費者教育の推進に関する基本的な方針（以下この章及び第四章において「基本方針」という。）を定めなければならない。

- 2 基本方針においては、次に掲げる事項を定めるものとする。
 - 一 消費者教育の推進の意義及び基本的な方向に関する事項

二 消費者教育の推進の内容に関する事項

三 関連する他の消費者政策との連携に関する基本的な事項

四 その他消費者教育の推進に関する重要事項

- 3 基本方針は、消費者基本法（昭和四十三年法律第七十八号）第九条第一項に規定する消費者基本計画との調和が保たれたものでなければならない。
- 4 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成し、閣議の決定を求めなければならない。
- 5 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成しようとするときは、あらかじめ、関係行政機関の長に協議するとともに、消費者教育推進会議及び消費者委員会の意見を聴くほか、消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講じなければならない。
- 6 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、第四項の規定による閣議の決定があったときは、遅滞なく、基本方針を公表しなければならない。
- 7 政府は、消費生活を取り巻く環境の変化を勘案し、並びに消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を踏まえ、おおむね五年ごとに基本方針に検討を加え、必要があると認めるときは、これを変更するものとする。
- 8 第四項から第六項までの規定は、基本方針の変更について準用する。
（都道府県消費者教育推進計画等）

第十条 都道府県は、基本方針を踏まえ、その都道府県の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画

（以下この条及び第二十条第二項第二号において「都道府県消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。

- 2 市町村は、基本方針（都道府県消費者教育推進計画が定められているときは、基本方針及び都道府県消費者教育推進計画）を踏まえ、その市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画（以下この条及び第二十条第二項第二号において「市町村消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。
- 3 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めようとするときは、あらかじめ、その都道府県又は市町村の区域の消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。この場合において、第二十条第一項の規定により消費者教育推進地域協議会を組織している都道府県及び市町村にあっては、当該消費者教育推進地域協議会の意見を聴かななければならない。
- 4 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表するよう努めるものとする。
- 5 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めた場合は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を行うよう努めるとともに、必要があると認めるときは、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を変更するものとする。
- 6 第三項及び第四項の規定は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の変更について準用する。

第三章 基本的施策

（学校における消費者教育の推進）

第十一条 国及び地方公共団体は、幼児、児童及び生徒の発達段階に応じて、学校（学校教育法（昭和二十二年法律第

二十六号) 第一条に規定する学校をいい、大学及び高等専門学校を除く。第三項において同じ。)の授業その他の教育活動において適切かつ体系的な消費者教育の機会を確保するため、必要な施策を推進しなければならない。

- 2 国及び地方公共団体は、教育職員に対する消費者教育に関する研修を充実するため、教育職員の職務の内容及び経験に応じ、必要な措置を講じなければならない。
- 3 国及び地方公共団体は、学校において実践的な消費者教育が行われるよう、その内外を問わず、消費者教育に関する知識、経験等を有する人材の活用を推進するものとする。

(大学等における消費者教育の推進)

第十二条 国及び地方公共団体は、大学等(学校教育法第一条に規定する大学及び高等専門学校並びに専修学校、各種学校その他の同条に規定する学校以外の教育施設で学校教育に類する教育を行うものをいう。以下この条及び第十六条第二項において同じ。)において消費者教育が適切に行われるようにするため、大学等に対し、学生等の消費生活における被害を防止するための啓発その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

- 2 国及び地方公共団体は、大学等が行う前項の取組を促進するため、関係団体の協力を得つつ、学生等に対する援助に関する業務に従事する教職員に対し、研修の機会の確保、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

(地域における消費者教育の推進)

第十三条 国、地方公共団体及び独立行政法人国民生活センター(以下この章において「国民生活センター」という。)

は、地域において高齢者、障害者等に対する消費者教育が適切に行われるようにするため、民生委員法(昭和三十二年法律第九十八号)に定める民生委員、社会福祉法(昭和三十六年法律第四十五号)に定める社会福祉主事、介護福祉士その他の高齢者、障害者等が地域において日常生活を営むために必要な支援を行う者に対し、研修の実施、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

- 2 国、地方公共団体及び国民生活センターは、公民館その他の社会教育施設等において消費生活センター等の収集した情報の活用による実例を通じた消費者教育が行われるよう、必要な措置を講じなければならない。

(事業者及び事業者団体による消費者教育の支援)

第十四条 事業者及び事業者団体は、消費者団体その他の関係団体との情報の交換その他の連携を通じ、消費者の消費生活に関する知識の向上が図られるよう努めるものとする。

- 2 事業者は、消費者からの問合せ、相談等を通じて得た消費者に有用な消費生活に関する知識を広く提供するよう努めるものとする。
- 3 事業者は、その従業者に対し、研修を実施し、又は事業者団体等が行う講習会を受講させること等を通じ、消費生活に関する知識及び理解を深めるよう努めるものとする。
- 4 事業者団体は、消費者団体その他の民間の団体が行う消費者教育の推進のための活動に対し、資金の提供その他の援助に努めるものとする。

(教材の充実等)

第十五条 国及び地方公共団体は、消費者教育に使用される教材の充実を図るとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において当該教材が有効に活用されるよう、消費者教育に関連する実務経験を有する者等の意見を反映した教材の開発及びその効果的な提供に努めなければならない。

(人材の育成等)

第十六条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、消費者安全法に定める消費生活相談員その他の消費者の利益の擁護又は増進を図るための活動を行う者に対し、消費者教育に関する専門的知識を修得するための研修の実施その他の資質の向上のために必要な措置を講じなければならない。

- 2 国及び地方公共団体は、大学等、研究機関、消費者団体その他の関係機関及び関係団体に対し、消費者教育を担う人材の育成及び資質の向上のための講座の開設その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。
(調査研究等)

第十七条 国及び地方公共団体は、消費者教育に関する調査研究を行う大学、研究機関その他の関係機関及び関係団体と協力を図りつつ、諸外国の学校における総合的、体系的かつ効果的な消費者教育の内容及び方法その他の国の内外における消費者教育の内容及び方法に関し、調査研究並びにその成果の普及及び活用に努めなければならない。
(情報の収集及び提供等)

第十八条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われている消費者教育に関する先進的な取組に関する情報その他の消費者教育に関する情報について、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮しつつ、これを収集し、及び提供するよう努めなければならない。

- 2 国は、消費生活における被害の防止を図るため、年齢、障害の有無その他の消費者の特性を勘案して、その収集した消費生活に関する情報が消費者教育の内容に的確かつ迅速に反映されるよう努めなければならない。

第四章 消費者教育推進会議等

(消費者教育推進会議)

第十九条 消費者庁に、消費者教育推進会議を置く。

- 2 消費者教育推進会議は、次に掲げる事務をつかさどる。
 - 一 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進会議の委員相互の情報の交換及び調整を行うこと。
 - 二 基本方針に関し、第九条第五項（同条第八項において準用する場合を含む。）に規定する事項を処理すること。
- 3 消費者教育推進会議の委員は、消費者、事業者及び教育関係者、消費者団体、事業者団体その他の関係団体を代表する者、学識経験を有する者並びに関係行政機関及び関係する独立行政法人（独立行政法人通則法（平成十一年法律第百三号）第二条第一項に規定する独立行政法人をいう。）の職員のうちから、内閣総理大臣が任命する。
- 4 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進会議の組織及び運営に関し必要な事項は、政令で定める。

(消費者教育推進地域協議会)

第二十条 都道府県及び市町村は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育を推進するため、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センターその他の当該都道府県又は市町村の関係機関等をもって構成する消費者教育推進地域協議会を組織するよう努めなければならない。

- 2 消費者教育推進地域協議会は、次に掲げる事務を行うものとする。
 - 一 当該都道府県又は市町村の区域における消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進地域協議会の構成員相互の情報の交換及び調整を行うこと。
 - 二 都道府県又は市町村が都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を作成し、又は変更しようとする場合においては、当該都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の作成又は変更に関して意見を述べること。

- 3 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進地域協議会の組織及び運営に関し必要な事項は、消費者教育推進地域協議会が定める。

附 則 抄

(施行期日)

- 1 この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。
(検討)
- 2 国は、この法律の施行後五年を目途として、この法律の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。

附 則 (平成二六年六月一三日法律第七一号) 抄

(施行期日)

第一条 この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。ただし、次の各号に掲げる規定は、当該各号に定める日から施行する。

一 略

二 第一条中不当景品類及び不当表示防止法第十条の改正規定及び同法本則に一条を加える改正規定、第二条の規定（次号に掲げる改正規定を除く。）並びに附則第三条及び第七条から第十一条までの規定 公布の日から起算して二年を超えない範囲内において政令で定める日

5 人吉市消費者教育推進地域協議会要項

(設置)

第1条 消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号。以下「法」という。）第20条第1項の規定に基づき、人吉市における消費者教育を総合的、体系的かつ効果的に推進するため、人吉市消費者教育推進地域協議会（以下「協議会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 協議会は、次に掲げる事項を協議する。

- (1) 人吉市消費者教育推進計画の策定及び変更に関すること。
- (2) 消費者教育を推進するために必要な情報の交換及び調整に関すること。
- (3) 前2号に掲げるもののほか、消費者教育を推進するために必要な事項

(組織)

第3条 協議会は、委員10人以内をもって組織する。

2 委員は次に掲げる者から、市長が委嘱又は任命する。

- (1) 消費者団体の代表者
- (2) 事業者団体の代表者
- (3) 教育関係者
- (4) 学識経験を有する者
- (5) その他市長が必要と認める者

(任期)

第4条 委員の任期は、2年とし、再任を妨げない。ただし、委員が欠けた場合における補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(会長等)

第5条 協議会に会長及び副会長を置く。

- 2 会長及び副会長は、委員の互選によりこれを定める。
- 3 会長は、会務を総理し、協議会を代表する。
- 4 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第6条 協議会の会議は、会長が招集し、その議長となる。

- 2 協議会は、委員の過半数の出席がなければ、会議を開くことができない。
- 3 協議会は、必要と認めるときは、会議に関係者の出席を求め、その意見又は説明を聴くことができる。

(庶務)

第7条 協議会の庶務は、市民部地域コミュニティ課において処理する。

(報酬)

第8条 会長及び委員の報酬及び費用弁償については、人吉市非常勤職員の報酬及び費用弁償に関する条例（昭和36年人吉市条例第18号）の定めるところによる。

(補則)

第9条 この要項に定めるもののほか、協議会の運営等に関し必要な事項は、会長が会議に諮って定める。

附 則

この要項は、平成30年10月1日から施行する。

附 則

この要項は、令和4年4月1日から施行する。

第2次人吉市消費者教育推進計画

《事務局》

人吉市 市民部 地域コミュニティ課

くらし安心相談係

(人吉市消費生活センター)