

岡山市消費者教育推進計画概要版

趣旨等

【趣旨】

自ら考え、選択し、行動する消費者、さらには公正で持続可能な社会の形成に積極的に参画する消費者を育成するため、様々な主体との連携・協働のもと消費者教育を推進する。

【計画の位置づけ】

消費者教育推進法第10条第2項に基づく計画

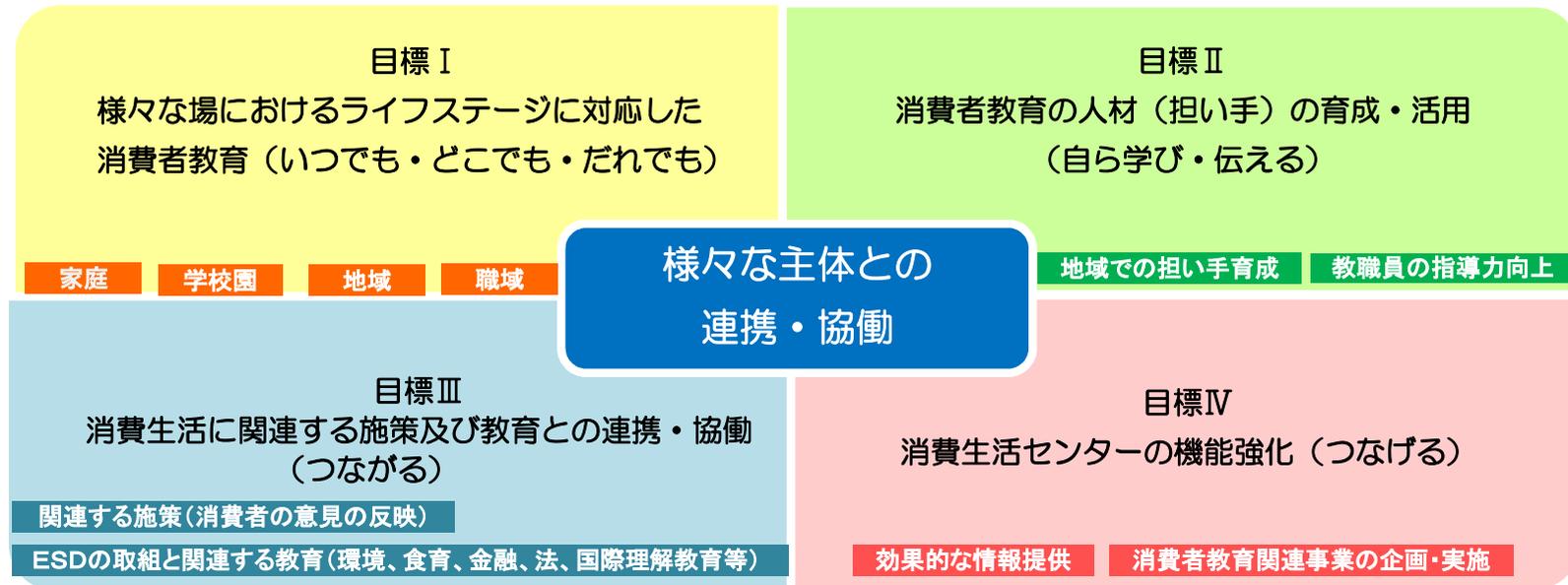
【計画期間】

平成30(2018)年度から平成34年(2022)度までの5年間

(スローガン) つながる消費者教育

目標 安全・安心で豊かな消費者市民社会を実現するために、自ら考え、選択し、行動する消費者の育成

基本目標

重点
施策
1学校園における
消費者教育の推進

- ・消費者教育に関する授業及びその他教育活動等の充実
- ・教職員の指導力向上のための研修会等の実施
- ・外部人材(機関)の活用
- ・消費者教育に関係した教材等の充実

重点
施策
2高齢者・障害のある人及びその
支援者等への消費者教育の推進

- ・地域での消費者被害防止啓発活動の実施
- ・出前講座の実施
- ・地域で消費者教育を充実させ推進する担い手の育成
- ・「安全・安心ネットワーク」での見守りの活動の強化【消費者安全確保地域協議会】

重点
施策
3ESDの取組と関連する
教育との連携

- ・消費者教育の理解推進のための研修会の開催
- ・既存の取組に消費者教育の視点を入れた連携事業の実施
- ・公民館を拠点に町内会、地域団体、事業者等が実施しているESDの取組との連携

重点
施策
4効果的な消費者教育に関する
情報の提供

- ・対象に応じた研修会の開催
- ・広報紙、ホームページによる情報提供
- ・市政記者クラブへの資料提供
- ・学校園、地域関係団体への電子メールによる消費生活情報の提供
- ・SNSを活用した消費生活情報の提供
- ・対象年齢に適した啓発資材の提供

計画の体系図

基本目標	施策の柱	施策展開の方向性
目標Ⅰ 様々な場における ライフステージに対応 した消費者教育 (いつでも・どこでも・ だれでも)	1 学校園における 消費者教育の 推進	(1) 幼稚園等から高等学校における消費者教育の推進 (2) 大学・専門学校等における消費者教育の推進
	2 地域等での 消費者教育の 推進	(1) 地域の各種団体等と連携した消費者教育の推進 (公民館のESD活動、民生委員活動等との連携)
		(2) 高齢者・障害のある人及びその支援者への消費者 教育の推進
		(3) 家庭での消費者教育の推進
	3 職域等での 消費者教育の 推進	(1) 従事者への消費者教育の推進
		(2) 消費者志向経営の推進
目標Ⅱ 消費者教育の人材(担 い手)の育成・活用 (自ら学び・伝える)	4 学校園における 教職員の 指導力の向上	(1) 教育委員会と連携した研修会の開催
		(2) 中核となる教職員の育成
		(3) 教職員への情報提供
	5 地域等における 担い手の 育成・支援	(1) 市民向け担い手育成講座の開催
		(2) 事業者向け担い手育成講座の開催
		(3) 公民館職員への研修の開催や情報提供
(4) 地域における出前講座の開催や情報提供		
目標Ⅲ 消費生活に関連する 施策及び教育との連 携・協働(つながる)	6 他の消費者施策 との連携	(1) 消費者の意見の反映
		(2) 苦情処理・紛争解決の促進
	7 ESDの取組と 関連する教育と の連携	(1) 環境教育、食育、金融教育、法教育、国際理解教育 等との連携
目標Ⅳ 消費生活センターの 機能強化(つなげる)	8 消費生活センタ ーの拠点化	(1) 消費者教育推進者の資質の向上
		(2) 消費者教育関連資料の収集・提供
		(3) 消費者教育の関連事業の企画及び実施
		(4) 効果的な消費者教育に関する情報の提供 (SNSなど情報メディアの活用)

成果指標

重点施策	指標項目	評価内容	現状値	目標値 H34(2022)	備考
学校園における 消費者教育の推進	1 消費生活センター との連携・協働	授業等を支援した 件数	4件 (H28)	30件 (H30-H34)	P40
	2 教職員の指導力 の向上	教職員向け研修会の 開催回数(受講者数)	2回 (124名) (H29)	10回 (600名) (H30-H34)	P40
高齢者・障害のある人 及びその支援者等 に対する消費者教育の 推進	3 高齢者等への 啓発	出前講座の開催回数	117回 (H28)	600回 (H30-H34)	P41
	4 見守り力の強化	「安全・安心ネットワー ク」を消費者安全確保 地域協議会に位置づ けた団体数	1団体 (H28)	5団体	P41
	5 担い手の育成	担い手育成講座の 開催数及び担い手 登録者数	1回 (10名) (H29見込 み)	5回 (60名) (H30-H34)	P41
ESDの取組と関連す る教育との連携	6 庁内関係課での 取組状況	消費者教育イメージ マップ上の取組状況 の割合	91.4% (H28)	100%	P41
効果的な消費者教育 に関する情報の提供	7 消費生活センター の認知度	消費生活センターを 知っている人の割合	77.7% (H28)	85.0%	P42
	8 消費者教育に関す る知識・理解	クーリング・オフ制度 の正しい理解の割合	15.1% (H28)	25.0%	P42