

計画の目標		自ら考え、選択し、行動する消費者力の向上を支援し、豊かで安全な消費者市民社会を実現する						評価基準 A:新しい取組や、前年度実施した内容に加えて取組を行った。(プラス取組) B:前年度と同様、継続した取組を行った。 C:達成できなかった。前年度に比べ後退した。			
基本施策①		消費者の環境やライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進									
施策の方向性		担当課	取組年度	取組内容		ア 取組実績 (実施回数参加人数進捗を表す指標など)	イ 評価 (担当課)	イ 評価 (協議会)	ウ 評価の理由	エ 令和6年度 の取組内容 (改善案など)	協議会からの意見・助言
1	消費生活センター機能の強化	地域経済振興課	R5	1	消費生活出前講座の対象者を拡大する。	芦屋浜松風会 5/11 30名 ラ・ヴェールⅢむつみ会 6/18 18名 芦屋手をつなぐ育成会 8名 山手コミスク 7/11 25名 芦屋市老人クラブ連合会 8/28 48名 公光町自治会 9/1 6名 兵庫県立芦屋高等学校 高校2年生 9/25～9/27 277名 山手地区福祉委員会 11/13 25名 芦屋市権利擁護支援センター 11/25 17名 青少年育成愛護委員会 班集会 12/1～12/14 119名 特別支援高等学校 高校2年生 1/23 27名 実施回数合計：1 1回	A	A	今年度は、出前講座のチラシをリニューアルし、各種イベント等で配布することにより、出前講座の実施回数を増やすことができた。	高齢者担当部署や特別支援学校等関係機関と連携して出前講座を実施する。また、あらゆる機会で行う。	
		地域経済振興課	R5	2	各種イベントで消費生活トラブルの啓発を行う。 （再掲②1-1）	消費者月間(5月)に啓発パネルの展示（市役所東館） 福祉フェアでパネル展示、啓発動画の放映、消費者啓発資料やグッズを配布（7月） 環境施設課主催のリユースフェスタで来場者に消費者啓発資料やグッズの配布（1月）	B	B	昨年度に引き続き、イベントで消費生活トラブルの啓発を行うことができた。	イベントの開催方法に応じて啓発手法を検討し、啓発を行う。	
		地域経済振興課	R5	3	各種啓発により、消費生活センターの機能を周知する。	月1回程度の注意喚起チラシや出前講座で消費生活センターのセンターの周知 ホームページやXを利用して消費者トラブル情報を随時更新 消費者月間(5月)に啓発パネルの展示（市役所東館） 消費生活センター新聞の発行と全戸配布（12月）	B	B	チラシやSNSなど、色々な手法で消費生活センターの機能を周知した。	さまざまな媒体を利用して、消費者トラブル情報について注意喚起を徹底して行うとともに、相談先としてのセンターの存在の周知に努める。	
		環境課	R5	4	グリーン購入の導入を促進するよう周知する。	市のホームページにて情報提供を行った。 小学生を対象とした子ども環境作文コンクールのアンケートを通して啓発を行った。	B	B	HPや作文コンクールを通した啓発が出来たため。	引き続き、グリーン購入に関して、啓発を続けていきます。	
		環境施設課	R5	5	3Rに関するイベントを実施する。	リユースフェスタを開催（年2回） 環境フリーマーケットを開催（年2回） 指定ごみ袋を配布する周知するため各種イベントに参加（4回）	A	A	指定ごみ袋を配布する際、3Rにも触れることで啓発の効果もあったことより評価できると考える。	紙ごみを減らすためのイベント等ができればと考えています。	
		環境施設課	R5	6	ごみの分別等に関するパンフレットを発行する。	事業系ハンドブックを発行（令和5年8月）約2000部 英語、韓国語、中国語、ベトナム語、ネパール語で指定ごみ袋のチラシを作成した。	A	A	事業系ハンドブックは改良し、見やすさ重視のコンパクトにできたこと。チラシを想定より多い言語数でできたことより評価できると考える。	発行は5年に1回のため、次年度の取組みには入らない。	
		こども家庭・保健センター	R5	7	食育に関する必要な知識が得られ、実践できるよう周知・啓発を行う。	＜食育教室・講座の開催＞ もぐもぐ離乳食教室：実施回数12回 参加者数76組（親82人） 離乳食教室（後期）オンラインDE講座：実施回数12回、33人 幼児の食事とおやつ教室（オンライン・対面）：実施回数5回、57人 親子の時短クッキング（対面）実施回数1回、6人 生活習慣病予防のためのヘルシークッキング：実施回数3回、25人	B	B	過去3年間はオンラインの開催が中心だったが、R5は4年ぶりに対面で試食提供による幼児期向け教室を再開することができた。オンライン希望者にも対応し、ハイブリッド食育事業を開催することができた。	オンライン参加者が非常に少ないため、来年度は対面教室を強化することを目的に、特にニーズのある乳児期向け講座を新たに開催する。	

計画の目標		自ら考え、選択し、行動する消費者力の向上を支援し、豊かで安全な消費者市民社会を実現する						評価基準 A:新しい取組や、前年度実施した内容に加えて取組を行った。(プラス取組) B:前年度と同様、継続した取組を行った。 C:達成できなかった。前年度に比べ後退した。			
基本施策①		消費者の環境やライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進									
施策の方向性		担当課	取組年度	取組内容		ア 取組実績 (実施回数参加人数進捗を表す指標など)	イ 評価 (担当課)	イ 評価 (協議会)	ウ 評価の理由	エ 令和6年度の取組内容 (改善案など)	協議会からの意見・助言
1	消費生活センター機能の強化	道路・公園課	R5	8	交通安全に関する講座を開催する。	幼稚園、保育所(園)、小・中学校、特別支援学校での交通安全教室の開催 12月に自転車免許教室の開催	B	B	昨年度と同様に交通安全教室を開催することができた。新型コロナウイルス感染拡大前の水準に概ね戻っている。	引き続き新型コロナウイルス感染症の拡大状況を見極めながら、従来どおりの対象での交通安全教室の開催を継続する。	
		学校支援課	R5	9	児童生徒、教職員に対し、消費生活情報を提供する。 (再掲①2-3)	I C T 等も有効に活用しながら、社会科の授業等において講師を迎え、税の話を聞いたりし、各学年の児童生徒の発達段階に応じた授業実践を行う。	B	B	新型コロナウイルス等の感染症対策を講じながら、例年通りの内容で継続的な実施できたため。	社会科の授業において講師を迎え、税の話を聞いたり、ICTを活用した学習教材も含めて各学年の児童生徒の発達段階に応じた授業実践を行う。	
		地域経済振興課	R5	10	子育て家庭へ消費生活トラブル情報を提供する。 (再掲①2-7)	SNS等で子どもの消費生活事故やトラブル情報を提供 山手コミスクの保護者と若者のトラブルについて座談会を実施し、子供に関する消費生活トラブル情報を提供 (11/14) 青少年育成愛護委員会 班集会 で出前講座を実施し、子供に関する消費生活トラブル情報を提供 (12/1～14)	B	B	SNS等を利用して子どもの消費生活事故やトラブル情報を啓発することができた。また、地域の見守りをしている方々と子どもが巻き込まれるトラブルについて意見交換ができた。	啓発チラシを配布するなど個別に必要な情報提供を行う。緊急事案については、SNS等有効な手段で発信していく。	
		こども家庭・保健センター	R5	11	子どもの事故防止について必要な知識が得られ、事故予防につなげられるよう、周知・啓発を行う。 (再掲①2-8)	子どもの事故予防リーフレット及び家庭における安全チェックリストを、乳幼児健康診査時に全員に配布する育児ブックに掲載。 (4か月児健康診査469人、1歳6か月児健康診査509人、3歳児健康診査726人) こんにちは赤ちゃん訪問事業で配布する子育てサポートブック「わくわく子育て」の中に、子どもの誤飲について掲載。 もぐもぐ離乳食教室で配布する冊子に事故予防について掲載。(実施回数12回、参加者76組) 保健師より、乳幼児健康診査時や教室、訪問時に、資料を活用しながら注意等、情報提供している。	B	B	家庭内の事故が起こりやすい危険な場所や事象について継続して配布物を工夫しながら周知することにより、事故予防につながっていると考えられる。	引き続き、子どもの事故予防に関する情報などを、チラシ・リーフレットなどにより、子育て家庭が立ち寄る場所で提供し、保健師との個別相談等で注意喚起及び情報提供を行っていく。	
		地域経済振興課	R5	12	子どもの消費生活トラブルが多発した時等に、関係機関と連携する。 (再掲①2-11)	生活安全推進連絡会(道路・公園課)に出席し、消費生活トラブル情報を提供 (10/10) 青少年愛護センターと連携し、青少年育成愛護委員会の各班集会で、子供に関する消費生活トラブル情報を提供 (12/1～14)	B	B	関係機関との連絡会などで消費生活トラブルの情報共有をすることができた。	啓発チラシを配布するなど個別に必要な情報提供を行う。緊急事案については、SNS等有効な手段で発信していく。	
		地域経済振興課	R5	13	啓発チラシの掲示など広く周知できる手段により啓発を行う。 (再掲②1-3)	広報掲示板に消費生活セミナー開催案内を掲示。2回(8月、1月) 消費生活センター新聞の発行と全戸配布(12月)	B	B	市内約20か所の広報掲示板に消費生活セミナー案内チラシを掲示。消費生活センター新聞を全戸配布し、外出困難な方にも情報提供を行った。	引き続き広報掲示板を利用しでのセミナー案内周知、全戸配布の消費生活センター新聞で情報提供を行う。	

計画の目標		自ら考え、選択し、行動する消費者力の向上を支援し、豊かで安全な消費者市民社会を実現する						評価基準 A:新しい取組や、前年度実施した内容に加えて取組を行った。(プラス取組) B:前年度と同様、継続した取組を行った。 C:達成できなかった。前年度に比べ後退した。			
基本施策①		消費者の環境やライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進									
施策の方向性		担当課	取組年度	取組内容		ア 取組実績 (実施回数参加人数進捗を表す指標など)	イ 評価 (担当課)	イ 評価 (協議会)	ウ 評価の理由	エ 令和 6 年度の取組内容 (改善案など)	協議会からの意見・助言
1	消費生活センター機能の強化	地域経済振興課	R5	14	市民の来訪が多い窓口職場で、消費生活に関する情報を提供する。	芦屋病院に消費生活センターの名入り啓発グッズを配架 市民参画・協働推進課に消費生活センターの名入り啓発グッズと消費生活トラブル情報チラシを配架 高齢介護課と保険課窓口に毎月最新の消費生活トラブル情報チラシを配架 消費生活センターが10月から本庁へ移転する前に、チラシやティッシュ配布等で移転に伴う周知を行った。	A	A	来庁者へ消費者トラブル情報の提供や相談先として消費生活センターの周知を行うことができた。また、センターの移転に伴う周知を行うことにより、スムーズに本庁での相談業務を移行することができた。	引き続き市民の来訪が多い窓口職場に啓発グッズやチラシを配架する。	
		上宮川文化センター	R5	15	上宮川文化センターで消費生活に関する情報を提供する。 (再掲①4-1)	よくある消費生活トラブル事例のチラシや、消費生活セミナーのチラシを配架。 特殊詐欺に対する啓発チラシを「上宮川文化センターだより」とともに地域に配布した。	B	B	チラシを配架し、来館者へ啓発を行った。 特殊詐欺に対する啓発チラシを地域に配布した。	配架だけでなく、トラブルが多い時などは、月 1 回発行の上宮川文化センターだよりとともに配布し、啓発を行う。	
2	子ども・若者の消費者教育の推進	学校支援課	R5	1	中学校においてトライやる・ウィークを実施する。	例年、5月～6月にかけて 3 中学校の中学 2 年生を対象（R 5 年度503名）に 5 日間トライやる・ウィーク事業を行っている。全体103事業所のうち100事業所において実施。	B	B	新型コロナウイルス感染症の影響は随分と緩和され、充実した活動を行うことができた。	5月～6月にかけて3中学校の中学2年生を対象（555名）に5日間トライやる・ウィーク事業を行っていく。約100事業所において実施していく。	
		地域経済振興課	R5	2	子どもの年齢にあわせて、契約やお金に関する必要な知識が身につくよう、啓発を行う。	福祉フェアでパネル展示、啓発動画の放映を行った。（7月） 兵庫県立芦屋高等学校 高校 2 年生に出前講座の一貫として消費者教育に関する授業を行った。（9/25～9/27）	A	A	子どもの年齢に合わせて、啓発取組を実施した。	引き続き子どもの年齢に合わせて、啓発取組を実施する。	
		学校支援課	R5	3	児童生徒、教職員に対し、消費生活情報を提供する。 (再掲①1-9)	I C T 等も有効に活用しながら、社会科の授業等において講師を迎え、税の話を聞いたりし、各学年の児童生徒の発達段階に応じた授業実践を行う。	B	B	新型コロナウイルス等の感染症対策を講じながら、例年通りの内容で継続的な実施できたため。	社会科の授業において講師を迎え、税の話を聞いたり、ICTを活用した学習教材も含めて各学年の児童生徒の発達段階に応じた授業実践を行う。	
		地域経済振興課	R5	4	成人年齢前後に契約の基礎知識や陥りやすいトラブルについて啓発する。	兵庫県立芦屋高等学校 高校 2 年生に出前講座の一貫として消費者教育に関する授業を行った。（9/25～9/27） 芦屋市二十歳のつどいにて契約のルールやよくあるトラブル事例などを掲載している啓発パンフレットを配布。（633部）	A	A	成年年齢引き下げに伴い、高校で出前講座を行い若者向けに消費者啓発を行うことができた。	さまざまな媒体を利用して、若者への啓発を行う。	
		地域経済振興課	R5	5	学生や地域団体などと協働し、子ども向けや高齢者向けの啓発を行う。 (再掲①4-2)	福祉フェアで子ども向けと高齢者向け展示コーナーを設けて消費者トラブル防止啓発を実施。（7月）	B	B	イベントで子どもと高齢者向けに啓発取組を実施した。	消費生活サポーターや消費者団体等と連携して、消費者啓発を行う。	

計画の目標		自ら考え、選択し、行動する消費者力の向上を支援し、豊かで安全な消費者市民社会を実現する						評価基準 A:新しい取組や、前年度実施した内容に加えて取組を行った。(プラス取組) B:前年度と同様、継続した取組を行った。 C:達成できなかった。前年度に比べ後退した。			
基本施策①		消費者の環境やライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進									
施策の方向性		担当課	取組年度	取組内容		ア 取組実績 (実施回数参加人数進捗を表す指標など)	イ 評価 (担当課)	イ 評価 (協議会)	ウ 評価の理由	エ 令和6年度の取組内容 (改善案など)	協議会からの意見・助言
2	子ども・若者の 消費者教育の推進	地域経済振興課	R5	6	子ども・若者が受け取りやすい媒体により、啓発を行う。	随時SNS等を利用して、セミナー案内や消費者トラブル情報を掲載した。 兵庫県立芦屋高等学校 高校2年生に出前講座の一貫として消費者教育に関する授業を行った。(9/25～9/27) 芦屋市二十歳のつどいにて契約のルールやよくあるトラブル事例などを掲載している啓発パンフレットを配布。(633部)	A	A	学校を通じて、高校生へ消費者啓発を行うことができた。	引き続き、子ども・若者向けの消費者トラブル情報をSNS等を利用して情報提供する。また、学校を通じて啓発活動を行う。	
		地域経済振興課	R5	7	子育て家庭へ消費生活トラブル情報を提供する。 (再掲①1-10)	SNS等で子どもの消費生活事故やトラブル情報を提供 山手コミスクの保護者と若者のトラブルについて座談会を実施し、子供に関する消費生活トラブル情報を提供(11/14) 青少年育成愛護委員会 班集会 で出前講座を実施し、子供に関する消費生活トラブル情報を提供(12/1～14)	B	B	SNS等を利用して子どもの消費生活事故やトラブル情報を啓発することができた。 また、地域の見守りをしている方々と子どもが巻き込まれるトラブルについて意見交換ができた。	啓発チラシを配布するなど個別に必要な情報提供を行う。緊急事案については、SNS等有効な手段で発信していく。	
		こども家庭・保健センター	R5	8	子どもの事故防止について必要な知識が得られ、事故予防につながられるよう、周知・啓発を行う。 (再掲①1-11)	子どもの事故予防リーフレット及び家庭における安全チェックリストを、乳幼児健康診査時に全員に配布する育児ブックに掲載。 (4か月児健康診査469人、1歳6か月児健康診査509人、3歳児健康診査726人) こんにちは赤ちゃん訪問事業で配布する子育てサポートブック「わくわく子育て」の中に、子どもの誤飲について掲載。 もぐもぐ離乳食教室で配布する冊子に事故予防について掲載。(実施回数12回、参加者76組) 保健師より、乳幼児健康診査時や教室、訪問時に、資料を活用しながら注意等、情報提供している。	B	B	家庭内の事故が起こりやすい危険な場所や事象について継続して配布物を工夫しながら周知することにより、事故予防につながっていると考えられる。	引き続き、子どもの事故予防に関する情報などを、チラシ・リーフレットなどにより、子育て家庭が立ち寄る場所で提供し、保健師との個別相談等で注意喚起及び情報提供を行っていく。	
		地域経済振興課	R5	9	青少年愛護センター及び青少年育成愛護委員と消費生活トラブル等の最新情報の交換をする。	青少年愛護センターと連携し、青少年育成愛護委員会の各班集会で、子供に関する消費生活トラブル情報を提供(12/1～14)	B	B	班集会を通じて、消費生活トラブル情報を提供し、意見交換ができた。	引き続き、班集会を通じて、最新情報の提供を行う。	
		青少年愛護センター	R5	10	青少年育成愛護委員会の班集会に地域経済振興課の職員を招き、啓発活動をする。 成年年齢の引下げに関しての新成年の消費者トラブル防止の啓発をする。	成年年齢の引き下げに伴って、「18歳から大人に クレジットの 使い方を考えよう!」及び、「ライブ配信サービスで投げ銭! 高額課金に気を付けて!」について、地域経済推進課の職員を招いて、啓発をしていただいた。 青少年育成愛護委員会 班集会 12/1～14(合計119名)	B	B	新成人が直面する消費者トラブルについて、地域経済振興課の職員から説明をしていただいた。ライブ配信での投げ銭など、多くの愛護委員が初めて説明をうけていて、とても勉強になった。	新しい消費者トラブルが次から次に発生するため、愛護委員に向けて、引き続き消費者トラブルについての啓発を行いたい。	
		地域経済振興課	R5	11	子どもの消費生活トラブルが多発した時等に関係機関と連携する。 (再掲①1-12)	生活安全推進連絡会(道路・公園課)に出席し、消費生活トラブル情報を提供(10/10) 青少年愛護センターと連携し、青少年育成愛護委員会の各班集会で、子供に関する消費生活トラブル情報を提供(12/1～14)	B	B	関係機関との連絡会などで消費生活トラブルの情報共有をすることができた。	啓発チラシを配布するなど個別に必要な情報提供を行う。緊急事案については、SNS等有効な手段で発信していく。	

計画の目標		自ら考え、選択し、行動する消費者力の向上を支援し、豊かで安全な消費者市民社会を実現する						評価基準 A:新しい取組や、前年度実施した内容に加えて取組を行った。(プラス取組) B:前年度と同様、継続した取組を行った。 C:達成できなかった。前年度に比べ後退した。			
基本施策①		消費者の環境やライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進									
施策の方向性		担当課	取組年度	取組内容		ア 取組実績 (実施回数参加人数進捗を表す指標など)	イ 評価 (担当課)	イ 評価 (協議会)	ウ 評価の理由	エ 令和6年度の取組内容 (改善案など)	協議会からの意見・助言
3	障がいのある人に関する切れ目のない消費者教育の実現	地域経済振興課	R5	1	障がいの特性に応じてあやすい消費生活トラブルの啓発資料を活用し消費生活トラブルの相談先についても周知する。	障がい者があやすい消費生活トラブルの啓発チラシを障がい福祉課、障がい者相談支援事業所に配架。	B	B	障がい者向けに消費者トラブル情報を提供した。	引き続き啓発チラシを配架・配布するとともにSNS等を利用し情報発信していく。	
		障がい福祉課	R5	2	障がいの特性に応じてあやすい消費生活トラブルの啓発資料を活用しあわせて消費生活トラブルの相談先についても周知する。	トラブルになりやすい事例と消費生活センターの案内を記載した音声コード付きリーフレットを窓口に設置。障がい福祉のしおりに消費生活センターを記載し、手帳交付時に配布。	B	B	今年度も引き続き、障がい福祉のしおりを作成する際に、消費生活センターを記載し、周知に努めた。	各種リーフレット等の更新時には、相談先窓口として消費生活センターを記載してもらえよう、依頼する。	
		地域福祉課	R5	3	消費生活トラブルの啓発資料を活用し障がいの特性に応じて消費生活トラブルやその相談先について周知する。	個別支援の中で、消費生活トラブルを避けることができるよう、特性や理解度に合わせて伝えるようにしている。	B	B	同様の取り組みを継続しているため	障がいのある方が、消費者トラブルを避けることができるよう、継続して支援していく。	
		地域経済振興課	R5	4	障がいのある子どもが社会に出るうえで必要な消費生活に関する知識などを習得できるよう学校等と連携し出前講座や情報提供などを行う。	特別支援高等学校 高校2年生 27名に消費者トラブルにあわないために出前講座を実施した。(1/23)	B	B	出前講座を実施し、情報提供ができた。	引き続き特別支援学校に出前講座を実施し、啓発チラシを配布する。	
		地域経済振興課	R5	5	サービス事業者等と連携し障がいのある就労者等へ相談窓口の周知や消費生活トラブルになりやすい事例などを情報提供する。 (再掲②3-7)	障がい福祉課、障がい者支援事業所に啓発チラシを配布し、相談窓口の周知や障がい者があやすいトラブル情報を提供した。	B	B	出前講座や相談先窓口を案内できた。	相談支援事業所へ消費生活トラブル情報チラシを配布し、出前講座についても周知する。	
		地域経済振興課	R5	6	障がい者相談支援事業所などの相談員と情報交換する。 (再掲②2-4)	障がい福祉課、障がい者支援事業所に啓発チラシを配布し、相談窓口の周知や障がい者があやすいトラブル情報を提供した。	B	B	情報交換しやすいように啓発チラシを配布した。	相談ケースがあれば個別に対応していく。 啓発チラシ等で情報提供し、連携を持つ。	
		障がい福祉課	R5	7	障がい者相談支援事業所などの相談員と情報交換する。 (再掲②2-5)	個別の関わりの中で、消費者トラブルに巻き込まれていることが判明した場合に、関係機関に相談し、対応した。 相談実績 1件 内容 セールスマンの押し売り	B	B	消費者トラブルについて聞き取ることができた。	個別の関わりの中でも消費生活トラブルへのアンテナを張りつつ、被害の防止に向けた啓発を行う。	
		障がい福祉課	R5	8	サービス事業者等へ消費生活トラブル等の情報を提供する。 (再掲②3-6)	個別の関わりの中で、消費者トラブルに巻き込まれていることが判明した場合に、関係機関に相談し、対応した。	B	B	消費者トラブルについて聞き取ることができた。	個別の関わりの中でも消費生活トラブルへのアンテナを張りつつ、関係機関と連携し被害の防止に向けた啓発を行う。	

計画の目標		自ら考え、選択し、行動する消費者力の向上を支援し、豊かで安全な消費者市民社会を実現する						評価基準 A:新しい取組や、前年度実施した内容に加えて取組を行った。(プラス取組) B:前年度と同様、継続した取組を行った。 C:達成できなかった。前年度に比べ後退した。			
基本施策①		消費者の環境やライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進									
施策の方向性		担当課	取組年度	取組内容		ア 取組実績 (実施回数参加人数進捗を表す指標など)	イ 評価 (担当課)	イ 評価 (協議会)	ウ 評価の理由	エ 令和6年度の取組内容 (改善案など)	協議会からの意見・助言
4	高齢者への 消費者教育の推進	上宮川文化センター	R5	1	上宮川文化センターで消費生活に関する情報を提供する。 (再掲①1-15)	よくある消費生活トラブル事例のチラシや、消費生活セミナーのチラシを配架。特殊詐欺に対する啓発チラシを「上宮川文化センターだより」とともに地域に配布した。	B	B	チラシを配架し、来館者へ啓発を行った。特殊詐欺に対する啓発チラシを地域に配布した。	配架だけでなく、トラブルが多い時などは、月1回発行の上宮川文化センターだよりとともに配布し、啓発を行う。	
		地域経済振興課	R5	2	学生や地域団体などと協働し子ども向けや高齢者向けの啓発を行う。 (再掲①2-5)	福祉フェアで子ども向けと高齢者向け展示コーナーを設けて消費者トラブル防止啓発を実施。(7月)	B	B	イベントで子どもと高齢者向けに啓発取組を実施した。	消費生活サポーターや消費者団体等と連携して、消費者啓発を行う。	
		高齢介護課	R5	3	高齢者団体へ消費生活トラブル情報を提供したり高齢者関連イベントなどで消費生活トラブル等の啓発を行う。 (再掲②3-4)	福祉を高める運動研究会や敬老会等のイベントにおいて、消費生活トラブルの啓発を行った。	B	B	情報が共有され、利用者に適切に情報提供されている。	引き続き高齢者への特殊詐欺等流行の事例について情報提供・交換を行う。	
		高齢介護課	R5	4	高齢者生活支援センターへ最新情報を提供する。 (再掲②2-3)	高齢者生活支援センターへの情報を適時行った。また、毎月開催の高齢者生活支援センター連絡会等を通じて、消費者トラブルの情報共有等を行った。	B	B	情報が共有され、利用者に適切に情報提供されている。	引き続き高齢者への特殊詐欺等流行の事例について情報提供・交換を行う。	
		道路・公園課	R5	5	高齢者などに向けてトラブル防止のための啓発資料を作成する。 (再掲②3-6)	安全・安心ガイドブックの作成	A	A	5年ぶりに安全・安心ガイドブックの改訂を行い、市内の犯罪状況や巧妙化する特殊詐欺・悪質商法手口を掲載し、トラブル防止のための注意喚起を行った。	高齢者に対し、特殊詐欺・悪質商法の対策として有効な特殊詐欺等対策電話機等の普及・啓発を行う。	
		高齢介護課	R5	6	サービス事業者等へ消費生活トラブル等の情報を提供する。 (再掲②3-5)	施設の運営推進会議等において、特殊詐欺や消費生活トラブルの相談窓口などを案内した。還付金詐欺の注意喚起の文言とイラストを掲載した封筒を作成し使用している。	B	B	情報が共有され、利用者に適切に情報提供されている。	引き続き高齢者への特殊詐欺等流行の事例について情報提供・交換を行う。	
5	高度情報通信 ネットワーク社会における消費者教育の推進	地域経済振興課	R5	1	情報の適切な利用や通信技術の仕組みに関連するトラブル等について啓発資料を作成・配布する。	ホームページやXで消費者トラブル情報を掲載し、随時更新。消費生活センター新聞の発行と全戸配布(12月)	A	A	流行っている消費者トラブル情報をチラシ、HP、新聞などで情報提供し、啓発を行った。消費生活センター新聞ではレイアウトを変更し、Q & Aを掲載するなどトラブルの防止につながるよう改善した。	さまざまな媒体を利用し、現況に応じたタイムリーな情報提供を行う。	
		地域経済振興課	R5	2	情報の適切な利用や通信技術の仕組みに関連するトラブル等についてセミナーやイベントを開催する。	消費生活サポーター養成講座 受講者8名(11/11) 消費生活サポーターフォローアップ研修2回 受講者10名(1/11・3/15) 消費生活セミナー2回 ①9/4「楽しい旅の豆知識～最新の情報でトラブルを防止しよりよい旅を～」(受講者40名) ②2/1「人生最後まで自分らしく～伝えたいこと・残したいこと～」(受講者41名)	A	A	予定通り、消費生活サポーター養成講座と消費生活セミナーを開催できた。また、今年度より、消費生活サポーターにはフォローアップ研修を実施した。	引き続き消費生活セミナーやサポーター養成講座を開催する。	