

【提出期限：令和3年2月24日】
回答内容を踏まえ、事務局にて資料の修正案を作成し、最終的な確認を会長に一任します。
令和 年 月 日 氏名

計画の目標		自ら考え、選択し、行動する消費者を支援し豊かで安全な消費者市民社会を実現する			指標			現況値		目指す方向	
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			消費生活センターの認知度（センターで相談業務をしていることを知っている人の割合）			全体43.6% 10歳代29.6% 20歳代22.6%		↑	
評価基準		※再掲の記載方法 例（再掲①1-2） ↓ 基本施策①施策の方向性1-取組内容2			消費生活トラブルにあったときに、相談先がわからない人の割合			11.9%		↓	
評価基準		消費生活トラブルにあわないために必要な知識や、トラブルにあった時の対処法が身についていると思う人の割合						57.2%		↑	
A:達成できた、前年度に比べ進んだ B:ほぼ達成し維持・継続して行った、達成に向けて取組中、検討・準備段階 C:達成できなかった、前年度に比べ後退した D:新型コロナウイルス感染症拡大により達成できなかった、前年度に比べ後退した											
施策の方向性	達成目標	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 年度 評価	ウ 年度評価の理由	エ 次年度以降の取組内容 (改善案など)	協議会からの 意見・助言	3年間の 総合評価	3年間の 総合評価の 理由
1 消費生活センター機能 の強化	1 消費者が消費生活の知識を身につけ、 消費生活トラブルを未然に回避できる。 消費生活トラブルにあった時に、対応で きる力を身につける。	地域経済振興課	R2	1 消費生活出前講座の対象者 を拡大する。	高齢者向け出前講座6回 ①11/5(7名)②11/11AM(5名)③11/11PM(7名)④11/16(17名)⑤11/17(13 名)⑥11/27(4名) 特別支援学校出前講座1回 12/8(生徒21名先生6名)	B	コロナ禍の中、高齢者生活支援センターに出前講座を周知 し、出前講座を実施することができたが、昨年度(14回開 催)比べて対象者拡大には至らなかった。	高齢者生活支援センターや特別支援 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 で出前講座の開催案内を行う。			
		地域経済振興課	R2	2 各種イベントで消費生活トラ ブルの啓発を行う。(再掲①1- 9)(再掲②2-1)	例年行っていた福祉フェアや子どもフェスティバルなどのイベントが中止となり、啓発活動ができな かった。	D	新型コロナウイルス感染症拡大による	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。			
	2 消費者が消費生活センターの機能を理 解し、センターを有効活用する	地域経済振興課	R2	3 各種啓発により、消費生活セ ンターの機能を周知する。	自治会長宛に新型コロナウイルスに便乗した給付金詐欺の注意喚起チラシを送付(4月) 市広報紙で特殊詐欺について注意喚起するとともに消費者トラブルの相談先として消費生活セ ンターの周知を行う。2回(5月,2月) HPで新型コロナ関連の消費者トラブル情報を随時更新 消費生活センター新聞の発行と全戸配布(3月)	A	新型コロナ関連の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 めた。	新型コロナ関連をはじめ消費者トラ ブル情報はHPやSNS等を利用して早 急に情報提供するなど引き続き多様 な手段で周知啓発を行う。			
		環境課	R2	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	今年度は予定していた啓発イベントが新型コロナウイルス感染 症拡大によりできなかったが、HPで新たにグリーン購入を率先 する内容を加えたり、作文コンクールを通じた啓発が出来たた め。	次年度では啓発イベントの実施等 で、さらに促進していきます。			
	3 行政が、庁内連携強化により、多角的 な視点から消費者教育に取り組む。	環境施設課	R2	5 3Rに関するイベントを実施す る。	新型コロナウイルス感染症拡大により、環境フリーマーケットは2回とも中止、リユースフェスタは 2回中止、3月までに1回HP上で開催する予定。	D	新型コロナウイルス感染症拡大のため	新型コロナウイルス感染症の状況次 第では予定通り行いたい。また、リ ユースフェスタのHP上の開催も引き 続き検討する。			
		環境施設課	R2	6 ごみの分別等に関するパンフ レットを発行する。	事業系ごみハンドブックを作成し、市内事業者へ配布。 家庭ごみ収集カレンダーを3月に作成予定(収集事業課が担当)	A	予定通り取り組める見込であるため。	家庭ごみ収集カレンダーの作成は引き 続き行う。(収集事業課が担当) ごみハンドブックは、次回令和4年度 作成予定。			
		健康課	R2	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5回、参加者14組 ・離乳食教室(後期)オンラインDE講座：4回、11組 ・幼児の食事とおやつ教室 オンラインDE講座：3回、12組 ・食事Goodバランスアップ教室：1回、20人 ※全てR2年12月末時点の実績数。	D	新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、中止した教室もあり、上半期 の参加者数は前年度と比較減少したが、下半期は感染防止対策を講 じ、形態を変更することで再開することができた。新たな取り組みとして子育 て推進課と連携し、オンライン講座を開催することで、今までにない参加者 層を取り込むことができた。また、「あしや健康ポイント2020」における対象 事業として食育教室・講座を登録したことで、市民の方へ広く周知するこ うであった。	新型コロナウイルス感染症対策を講じ た取組は次年度以降も継続するた め、引き続き市HPを通じた周知・啓 発やオンライン講座等の充実を図って いく予定。			
		建設総務課	R2	8 交通安全に関する講座を開催 する。	幼稚園、保育所(園)、小学校での交通安全教室の開催 11月に自転車免許教室の開催	D	中学校、特別支援学校での交通安全教室と高齢者交通安 全教室(出前講座)が未開催であった。	新型コロナウイルス感染症の拡大状 況を見極めながら、従来の対象での 交通安全教室の開催を目指す。			

計画の目標		自ら考え、選択し、行動する消費者を支援し豊かで安全な消費者市民社会を実現する			指標				現況値		目指す方向
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			消費生活センターの認知度（センターで相談業務をしていることを知っている人の割合）				全体43.6% 10歳代29.6% 20歳代22.6%		↗
評価基準 A:達成できた、前年度に比べ進んだ B:ほぼ達成し維持・継続して行った、達成に向けて取組中、検討・準備段階 C:達成できなかった、前年度に比べ後退した D:新型コロナウイルス感染症拡大により達成できなかった、前年度に比べ後退した		※再掲の記載方法 例（再掲①1-2） ↓ 基本施策①施策の方向性1-取組内容2			消費生活トラブルにあったときに、相談先がわからない人の割合				11.9%		↘
					消費生活トラブルにあわないために必要な知識や、トラブルにあった時の対処法が身についていると思う人の割合				57.2%		↗
施策の方向性	達成目標	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 年度 評価	ウ 年度評価の理由	エ 次年度以降の取組内容 (改善案など)	協議会からの 意見・助言	3年間の 総合評価	3年間の 総合評価の 理由
1 消費生活センター機能の強化	3 行政が、庁内連携強化により、多角的な視点から消費者教育に取り組む。	地域経済振興課	R2	9	各種イベントで消費生活トラブルの啓発を行う。(再掲①1-2)(再掲②2-1)	例年行っていた福祉フェアや子どもフェスティバルなどのイベントが中止となり、啓発活動ができなかった。	D	新型コロナウイルス感染症拡大による	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。		
		学校教育課	R2	10	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)	社会科の授業において講師を迎え、税の話の聞いたり、しながら、各学年の児童生徒の発達段階に応じた授業実践を行う。	D	新型コロナウイルス感染症の影響により未実施	社会科の授業において講師を迎え、税の話の聞いたり、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。		
		打出教育文化センター	R2			平成30年度 小中学校児童生徒代表による芦屋市スマホサミット開催 令和元年度 担当課は学校教育課に変更。 これまでの「スマホサミット」を各学校の実態に沿った形で実施するため、各校でスマホ利用について学ぶ機会を持った。それに対する支援を実施。 令和2年度 取組実績なし		評価対象外			
		地域経済振興課	R2	11	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)	子どもの事故防止ハンドブックをこども課、健康課。学校教育課に配布した。 保育所、幼稚園、乳幼児健診対象者など 合計4000部	B	子どもの事故防止対策として保護者に啓発することができた。	リーフレット配布だけでなく、SNS等を利用して消費生活トラブル情報を提供する。		
		健康課	R2	12	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)	①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436人、1歳6か月児健康診査375人、3歳児健康診査347人) ※全てR2年12月末時点の実績数。 ②こどもに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。 ③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5回、参加者14組) ※全てR2年12月末時点の実績数。 ④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	新型コロナウイルス感染症の拡大防止のための事業中止により、普及啓発する機会は減少した。しかし、再開後は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りやすい場所等で提供し、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	R2	13	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)	例年開催していた生活推進連絡会や青少年愛護委員の班集いが未実施	D	新型コロナウイルス感染症拡大のため	新型コロナウイルス感染症拡大状況により従来と同じ形態で連絡会が開催できない場合であっても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	R2	14	マンションの掲示板などに啓発チラシを掲示する。(再掲②2-3)	広報掲示板に消費生活セミナー開催案内を提示した。2回(10月、11月) 消費生活センター新聞の発行と全戸配布(3月)	A	市内約30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。マンションの掲示板での啓発よりも効果的があると考え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たのセミナー案内周知、マンションの掲示板での情報提供より効果があると考え全戸配布の消費生活センター新聞での情報提供へ切り替える。		
地域経済振興課	R2	15	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。	市民課窓口で消費生活センターの名入り啓発グッズ(ウェットティッシュ)を配架。 高齢介護課と保険課窓口で毎月最新の消費生活トラブル情報チラシを配架。	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。	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。				

<資料 1> 第 2 次 芦屋市消費者教育推進計画
R2～R4取組状況確認シート①

計画の目標		自ら考え、選択し、行動する消費者を支援し豊かで安全な消費者市民社会を実現する				指標			現況値		目指す方向			
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				消費生活センターの認知度（センターで相談業務をしていることを知っている人の割合）			全体43.6% 10歳代29.6% 20歳代22.6%					
評価基準 A:達成できた、前年度に比べ進んだ B:ほぼ達成し維持・継続して行った、達成に向けて取組中、検討・準備段階 C:達成できなかった、前年度に比べ後退した D:新型コロナウイルス感染症拡大により達成できなかった、前年度に比べ後退した		※再掲の記載方法 例（再掲①1-2） ↓ 基本施策①施策の方向性1-取組内容2				消費生活トラブルにあったときに、相談先がわからない人の割合			11.9%					
						消費生活トラブルにあわないために必要な知識や、トラブルにあった時の対処法が身についていると思う人の割合			57.2%					
施策の方向性	達成目標	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 年度 評価	ウ 年度評価の理由	エ 次年度以降の取組内容 (改善案など)	協議会からの 意見・助言	3年間の 総合評価	3年間の 総合評価の 理由			
1	消費生活センター機能の強化	3	行政が、庁内連携強化により、多角的な視点から消費者教育に取り組む。	上宮川文化センター	R2	16	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。	A	チラシを配架し、来館者へ啓発を行った。	配架だけでなく、トラブルが多い時などは、月2回発行の上宮川文化センターだよりとともに、配布予定。			
2	子ども・若者の消費者教育の推進	1	消費者が必要な時期に、必要な消費生活の知識を身につける。消費者が年齢に応じて、自ら考え、選択し、行動できる。	学校教育課	R2	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（R2年度495名）に5日間トライやる・ウィーク事業を行っている。全体107事業所のうち店舗等約36事業所において実施。R2年度はコロナ禍のため、代替事業として「ものづくり大学(姫路市)」に3中学校の中学2年生が職業体験を行う。(2月予定)	D	新型コロナウイルス感染症の影響により代替事業として実施	5月～6月にかけて3中学校の中学2年生を対象（561名）に5日間トライやる・ウィーク事業を行っていく。全体107事業所のうち店舗等約36事業所において実施していく。			
				地域経済振興課	R2	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。	例年子どもフェスティバルで低年齢向けの買い物体験コーナーを出展していたが、子どもフェスティバル(11月)が中止となり啓発活動ができなかった。 子ども向け消費生活セミナーも未実施。	D	新型コロナウイルス感染症拡大のため	引き続き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。学校の授業でも使用できるような啓発資料を提供する。			
				学校教育課	R2	3	児童生徒、教職員に対し、消費生活情報を提供する。 (再掲①1-10)	社会科の授業において講師を迎え、税の話の聞いたり、しながら、各学年の児童生徒の発達段階に応じた授業実践を行う。	D	新型コロナウイルス感染症の影響により未実施	社会科の授業において講師を迎え、税の話の聞いたり、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。			
				打出教育文化センター	R2			平成30年度 小中学校児童生徒代表による芦屋市スマホサミット開催 令和元年度 担当課は学校教育課に変更。 これまでの「スマホサミット」を各学校の実態に沿った形で実施するため、各校でスマホ利用について学ぶ機会を持った。それに対する支援を実施。 令和2年度 取組実績なし		評価対象外				
				地域経済振興課	R2	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。	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リーフレットを成人式参加者に配布。(528部) 消費生活センター新聞に成年年齢引き下げに関する記事を掲載した。	A	昨年度（588部配布）に比べ参加者は減少したが成人式に啓発リーフレットを配布できた。新たに全戸配布の消費生活センター新聞に若者への啓発記事を掲載。	新聞だけでなくSNS等を利用して若者への啓発を行う。			
				地域経済振興課	R2	5	高校生や大学生と協働し、子ども向けや高齢者向けの啓発を行う。(再掲①4-2)	例年開催の福祉フェア(7月) 子どもフェスティバル(11月)が中止となり、学生ボランティアと協働活動ができなかった。	D	新型コロナウイルス感染症拡大のため	学生ボランティアに限らず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。			
			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。	B	子ども・若者向けの消費者トラブル情報掲載は少なかった。	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。						
	2	家庭や学校を通じた消費者教育の機会が充実する。 行政が、子どもの育成や安全を見守る主体と連携し、消費生活トラブルの未然防止、早期発見、再発防止に取り組む。	地域経済振興課	R2	7	子育て家庭へ消費生活トラブル情報を提供する。(再掲①1-11)	子どもの事故防止ハンドブックをこども課、健康課、学校教育課に配布した。 保育所、幼稚園、乳幼児健診対象者など 合計4000部		B	子どもの事故防止対策として保護者に啓発することができた。	リーフレット配布だけでなく、SNS等を利用して消費生活トラブル情報を提供する。			

計画の目標		自ら考え、選択し、行動する消費者を支援し豊かで安全な消費者市民社会を実現する			指標			現況値		目指す方向	
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			消費生活センターの認知度（センターで相談業務をしていることを知っている人の割合）			全体43.6% 10歳代29.6% 20歳代22.6%		↗	
評価基準		※再掲の記載方法 例（再掲①1-2） ↓ 基本施策①施策の方向性1-取組内容2			消費生活トラブルにあったときに、相談先がわからない人の割合			11.9%		↘	
A:達成できた、前年度に比べ進んだ B:ほぼ達成し維持・継続して行った、達成に向けて取組中、検討・準備段階 C:達成できなかった、前年度に比べ後退した D:新型コロナウイルス感染症拡大により達成できなかった、前年度に比べ後退した					消費生活トラブルにあわないために必要な知識や、トラブルにあった時の対処法が身についていると思う人の割合			57.2%		↗	
施策の方向性	達成目標	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 年度 評価	ウ 年度評価の理由	エ 次年度以降の取組内容 (改善案など)	協議会からの 意見・助言	3年間の 総合評価	3年間の 総合評価の 理由
2 子ども・若者の消費者教育の推進	2 家庭や学校を通じた消費者教育の機会が充実する。行政が、子どもの育成や安全を見守る主体と連携し、消費生活トラブルの未然防止、早期発見、再発防止に取り組む。	健康課	R2	8 子どもの事故防止について必要な知識が得られ、事故予防につなげられるよう、周知・啓発を行う。(再掲①1-12)	①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436人、1歳6か月児健康診査375人、3歳児健康診査347人)※全てR2年12月末時点の実績数。 ②こども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、子どもの誘致について掲載。 ③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5回、参加者14組)※全てR2年12月末時点の実績数。 ④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。(再掲①1-11)	B	新型コロナウイルス感染症の拡大防止のための事業中止により、普及啓発する機会は減少した。しかし、再開後は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。(再掲①1-11)	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等で提供し、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	R2	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。	例年2月ごろに開催していた青少年育成愛護委員の班集会での出前講座を実施することができなかった。	D	新型コロナウイルス感染症拡大のため	出前講座だけでなくSNS等を利用して子どもの消費生活トラブル情報を提供する。			
		青少年愛護センター	R2	10 保護者を対象とした子どもの消費生活トラブルなどに関する研修会を開催する。	研修は、コロナ禍でできなかった。	D	集会が困難なため。	成人年齢の変更に伴い、コロナ禍での10代後半の消費者のトラブルの未然防止のため、保護者等を対象に研修を行う。			
		地域経済振興課	R2	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①1-13)	例年開催していた生活推進連絡会や青少年愛護委員の班集会が未実施	D	新型コロナウイルス感染症拡大のため	新型コロナウイルス感染症拡大状況により従来と同じ形態で連絡会が開催できない場合であっても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。			
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	1 障がいの特性に応じて、障がいのある人が、必要な消費生活の知識を身につけ、消費生活トラブルを未然に回避できる。障害のある人が、消費生活トラブルにあった時に、対応できる力を身につける。	地域経済振興課	R2	1 障がいの特性に応じてあいやすい消費生活トラブルの啓発資料を作成・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。	消費者トラブル事例を掲載した音声コード付消費生活センター案内チラシを障がい福祉課、障がい者相談支援事業所（3か所）窓口にて配布。	B	消費者トラブル事例を掲載した音声コード付消費生活センター案内チラシを作成配布。	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。			
		障害福祉課	R2	2 障がいの特性に応じてあい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て設置。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	今年度も引き続き、障がい福祉のしおり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、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。市の障がい関係施設にも配布啓発に努める。			
		地域福祉課	R2		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	前年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	R2	3 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。	特別支援学校の高校2年生に出前講座を実施(12月)し、社会で使いやすい消費者トラブル情報チラシを配布した。受講者27名(生徒21名先生6名)	B	コロナ禍により授業時間数の関係上高校3年生には実施できなかった。	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。			

計画の目標		自ら考え、選択し、行動する消費者を支援し豊かで安全な消費者市民社会を実現する			指標			現況値			目指す方向	
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			消費生活センターの認知度（センターで相談業務をしていることを知っている人の割合）			全体43.6% 10歳代29.6% 20歳代22.6%			↗	
評価基準 A:達成できた、前年度に比べ進んだ B:ほぼ達成し維持・継続して行った、達成に向けて取組中、検討・準備段階 C:達成できなかった、前年度に比べ後退した D:新型コロナウイルス感染症拡大により達成できなかった、前年度に比べ後退した		※再掲の記載方法 例（再掲①1-2） ↓ 基本施策①施策の方向性1-取組内容2			消費生活トラブルにあったときに、相談先がわからない人の割合			11.9%			↘	
					消費生活トラブルにあわないために必要な知識や、トラブルにあった時の対処法が身についていると思う人の割合			57.2%			↗	
施策の方向性	達成目標	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 年度 評価	ウ 年度評価の理由	エ 次年度以降の取組内容 (改善案など)	協議会からの 意見・助言	3年間の 総合評価	3年間の 総合評価の 理由	
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	1	地域経済振興課	R2	4	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②4-7)	出前講座未実施	D	新型コロナウイルス感染症拡大のため	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。		
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	2	地域経済振興課	R2	5	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②3-4)	相談者が障がいを持つ場合には状況に応じて事業所の相談員と情報交換した。	B	相談者の障がいの程度や個々の状況に応じて情報交換した。	引き続き個別に対応していく。		
			障害福祉課	R2		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	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。			
			障害福祉課	R2	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②4-6)	相談先の周知や、障がい福祉サービスを利用している人で、消費者トラブルにあっていると思われる人について関係機関と連携し、対応した。	B	相談先の周知や、障がい福祉サービスを利用している人で、消費者トラブルにあっていると思われる人について関係機関と連携し、対応した。	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。		
4	高齢者への消費者教育の推進	1	上宮川文化センター	R2	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①1-16)	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。	A	チラシを配架し、来館者へ啓発を行った。	配架だけでなく、トラブルが多い時などは、月2回発行の上宮川文化センターだよりとともに、配布予定。		
			地域経済振興課	R2	2	高校生や大学生と協働し、子ども向けや高齢者向けの啓発を行う。(再掲①2-5)	例年開催の福祉フェア(7月)こどもフェスティバル(11月)が中止となり、学生ボランティアと協働活動ができなかった。	D	新型コロナウイルス感染症拡大のため	学生ボランティアに限らず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	R2	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②4-5)	高齢者生活支援センターを通じて、民生・児童委員、福祉推進員、市民向け等に出前講座を開催した。	B	高齢者生活支援センターから情報提供や相談があり、情報交換ができています。	流行の事例について情報提供・交換を行う。		
			高齢介護課	R2	4	高齢者生活支援センターへ最新情報を提供する。	各高齢者生活支援センターへ月1回程度、流行の事例について情報提供。高齢者生活支援センター発行の情報誌に消費生活トラブルの注意喚起などを記載。	B	高齢者生活支援センター内において、事例情報が共有され、利用者に適切に情報提供されている。	流行の事例について情報提供・交換を行う。		
		2	建設総務課	R2	5	高齢者などに向けての研修を開催する。(再掲②4-1)	未開催	D	新型コロナウイルス感染症の影響により、高齢者向けの事業を開催できなかった。	新型コロナウイルス感染症の拡大状況を見極めながら、開催を目指す。		

計画の目標		自ら考え、選択し、行動する消費者を支援し豊かで安全な消費者市民社会を実現する				指標			現況値		目指す方向
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				消費生活センターの認知度（センターで相談業務をしていることを知っている人の割合）			全体43.6% 10歳代29.6% 20歳代22.6%		↗
評価基準 A:達成できた、前年度に比べ進んだ B:ほぼ達成し維持・継続して行った、達成に向けて取組中、検討・準備段階 C:達成できなかった、前年度に比べ後退した D:新型コロナウイルス感染症拡大により達成できなかった、前年度に比べ後退した		※再掲の記載方法 例（再掲①1-2） ↓ 基本施策①施策の方向性1-取組内容2				消費生活トラブルにあったときに、相談先がわからない人の割合			11.9%		↘
消費生活トラブルにあわないために必要な知識や、トラブルにあった時の対処法が身についていると思う人の割合		57.2%			↗						
施策の方向性	達成目標	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 年度 評価	ウ 年度評価の理由	エ 次年度以降の取組内容 (改善案など)	協議会からの 意見・助言	3年間の 総合評価	3年間の 総合評価の 理由
4 高齢者への消費者教育の推進	2 行政が支援団体などと連携し、障がいのある人の消費生活トラブルの未然防止、早期発見、再発防止に取り組む。	建設総務課	R2	6 高齢者などに向けての講演会を開催する。(再掲②4-2)	未開催	D	新型コロナウイルス感染症の影響により、高齢者向けの事業を開催できなかった。	新型コロナウイルス感染症の拡大状況を見極めながら、開催を目指す。			
		高齢介護課	R2	7 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②4-6)	介護サービス調整会議や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ていたが、新型コロナウイルス感染症の影響で会議を開催できなかった。新型コロナウイルス感染症への対応に関してマスク詐欺・特例給付金詐欺についての注意喚起をメールにて周知した。	D	新型コロナウイルス感染症に関する特殊詐欺等の周知は行えたが、会議が開催できなかったため、全体としての全般的な消費生活トラブル等の情報共有に至らなかった。	会議が開催できない場合の書面の配布以外の情報提供について検討する。			
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	1 消費者が、高度情報通信ネットワーク社会における情報や通信技術の重要性を理解し、情報の収集・発信や適切な利用ができる。 消費者が、高度情報通信ネットワーク社会に伴うさまざまなトラブルにあった時に、対応できる力を身につける。	地域経済振興課	R2	1 情報の適切な利用や通信技術の仕組み、関連するトラブル等について、啓発資料を作成・配布する。	新型コロナウイルス感染症に便乗した給付金詐欺の注意喚起チラシを作成し、自治会長宛に送付(4月) 新型コロナ関連の消費者トラブル情報をHPに掲載し、随時更新。 消費生活センター新聞の発行と全戸配布(3月)	A	新型コロナウイルス感染症に便乗した消費者トラブル情報をチラシ、HPなどで情報提供し、啓発を行った。	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	R2	2 情報の適切な利用や通信技術の仕組み、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(10月～12月)全10回 8名受講 消費生活セミナー2回 ①11月2日「ネット通販とキャッシュレス」(受講者43名) ②11月26日「わかっていてもだまされる?」(受講者36名)	A	コロナ禍の中、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。	引き継ぎ消費生活セミナーやサポーター養成講座を開催する。			