

第2次

西宮市 消費者教育 推進計画

共に学び
考える
行動する

消費者市民社会の
実現をめざして



ごあいさつ

西宮市では平成28年に「西宮市消費者教育推進計画」を策定し、「共に学び・考え・行動する消費者市民社会の実現を目指して」を基本理念に、消費者教育を推進してきました。

新型コロナウイルス感染症を契機とした新しい生活様式の普及により、キャッシュレスや通信販売のトラブルも増加するなど、消費者を取り巻く生活環境は大きく変化し、消費者と事業者との契約トラブルもより多様化・複雑化してきています。

また、成年年齢引下げによる若者の消費者被害の増加も予想され、高齢者を狙う詐欺や悪質商法の手口も巧妙化しています。

一方、低炭素社会の実現や循環型社会の構築に向け、地産地消、地球環境に配慮した商品の購入、食品ロスの削減などの取組みも行われています。

このように日々変化する社会情勢や消費者トラブルを踏まえ、暮らしの中での必要な知識や情報を的確に判断し、行動することができるよう支援するため、第2次西宮市消費者教育推進計画として改定しました。

本計画では、学習者のライフステージやそれぞれの環境や状況に応じた消費者教育を推進し、消費生活センターのみならず、学校教育や消費者教育推進関連各課、事業者等との連携を深め、学習機会の提供や消費者教育に関する情報の一元化や情報発信を充実させ、共に学び・考え・行動する消費者市民社会の実現をめざしてまいります。

本計画の効果的な推進のために、市民一人ひとりが、消費者市民として、自立した消費者として、また、正しい情報を必要な方に届ける消費者教育の担い手として、今後ともご支援とご協力を賜りますようお願い申し上げます。

結びに、この計画策定にあたり、貴重なご意見やご提言をいただきました消費生活審議会委員の皆様をはじめ、ご協力いただきました多くの皆様に厚くお礼申し上げます。

令和3(2021)年12月



西宮市長
石井登志郎

目 次

計画策定にあたって	1
1. 消費者教育を活用して暮らし力を身に付けよう！	1
2. 消費者教育を推進したらどんな社会になるの？	2
3. 持続可能な開発目標（SDGs）の達成と消費者教育の関係性	3
4. 西宮市と消費者教育	4
第1章 計画策定の趣旨	5
1. 第1次西宮市消費者教育推進計画およびその改定	5
2. 計画の位置づけ	5
3. 計画の期間	6
4. 計画策定のプロセス	6
5. 計画改定のポイント	6
第2章 計画の基本的な考え方	7
1. 基本理念	7
2. 基本施策	7
3. 計画の体系	8
第3章 消費者をめぐる現状と課題	9
1. 消費者を取り巻く状況	9
2. 西宮市の消費者教育の状況と課題	11
第4章 課題に基づいた推進の方向性	23
1. 学習者のライフステージやそれぞれの環境・状況に応じた消費者教育の推進	23
2. 各主体の連携による効果的な情報提供・情報発信	24
第5章 計画の推進体制	29
1. 市の関係部局における連携体制	29
2. 消費者教育の推進体制	30
資料編	31

計画策定にあたって

令和2年3月、新型コロナウイルス感染症を契機に、店頭から突如トイレットペーパーが消えました。ニュースでは、トイレットペーパーは国産なので在庫は十分にあり、不足することはないと伝え続けていましたが、いつでも買える普通の状況に戻るまでには、しばらく日数が必要でした。

インターネット上にある不正確な情報に惑わされ、これに不安を覚えた消費者が、必要以上の数を買いに走ってしまったためと言われています。

もし、情報を冷静に判断し、適切な行動が出来ていれば、トイレットペーパーが店頭から消える事態を防げたかも知れません。

私たち消費者の何気ない行動が、本来必要としている人の元に必要なものが届かなかったり、物流に混乱をもたらしたりするなど、知らないところで、社会に大きな影響を与えることが多々あります。非常時であっても、適切な消費行動をとることができるよう、普段から消費生活について学び、自立した消費者となることが重要なのです。

1. 消費者教育を活用して暮らし力を身に付けよう！

私たちが生活するうえで、消費活動は欠かすことができないものです。

買い物をする、申し込み(契約)をする、買った物や契約したサービスを使う、お金を貯める、ごみを捨てる… そういった日々の行動の中で、目先のことだけではなく、将来のことも見据えて、正しい情報を選択し、適切な判断ができる人が増えたら、供給する企業などの意識を変えることも可能になり、私たちの暮らしはより豊かになるのではないのでしょうか。

消費者教育は、消費者の自立を支援する消費生活に関する教育及び啓発活動です。特別な人のためのものではありません。子どもから大人まで、私たちが暮らしていくうえで必要な知識や情報を的確に得、適切に判断・行動することができるよう支援していくことです。積極的に活用して、暮らし力をUPしていきましょう。



2. 消費者教育を推進したらどんな社会になるの？

平成24年に施行された「消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）」では基本理念の一つとして、「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。」と謳っています。

では、“消費者市民社会”とはどんな社会なのでしょう。

【消費者市民社会とは】

大人も子どもも自らの消費行動が、人や社会、地球環境に影響を及ぼすことを自覚し
情報の収集・検討・発信を主体的に行い
その実現のため自ら判断・行動し
公正で持続可能な社会の形成に進んで参画する

このように消費者の行動によって創られるのが、消費者市民社会です。では、その具体例を見てみましょう。

【消費者市民社会の構築を目指す行動例】

持続可能な社会を目指す行動：エシカル消費



エシカル消費とは、地域の活性化や雇用なども含む、人や社会、地球環境に配慮した消費行動のこと。

被害のない地域社会を目指す行動



消費者トラブルに遭ったとき、消費生活センターや事業者（お客様相談室）に相談し、問題を解決するよう働きかけることが重要です。この行動は、消費者自身のトラブルを解決だけでなく、問題のある事業者に対する措置がとられるなど、更なるトラブルの防止にも役立ちます。私たち一人一人の行動は小さなものでも、それらが集まることで社会を動かしていくことができます。

3. 持続可能な開発目標 (SDGs) の達成と消費者教育の関係性

国連は2030年までに世界が実現する全体目標として、持続可能な開発目標 (SDGs) を設定しました。消費者教育を推進することは、自らの消費行動が社会に与える影響を理解している消費者を育成することであり、特にSDGsの「目標12. つくる責任 つかう責任」の達成に資することになります。

国内では、消費者基本法によって「消費者の権利」が保障され、国や地方自治体は、その実現のために消費者政策に取り組んでいます。西宮市では、「目標4. 質の高い教育をみんなに」の達成に向け、消費生活センターだけでなく、「目標17. パートナーシップで目標を達成しよう」により、多様な主体と連携して、市民が、自ら考え、判断し、行動できる消費者としての資質を育む教育の機会を充実していきます。

消費者教育は学んだことを行動に移すことが重要であり、その具体例が、先に紹介したエシカル消費や、被害をなくすための行動です。エシカル消費や被害防止に向けた行動など消費者市民として責任ある行動をとることが、「目標11. 住み続けられるまちづくりを」を目指すことにつながります。

計画とSDGsの関係



消費者の8つの権利と5つの責任

権 利

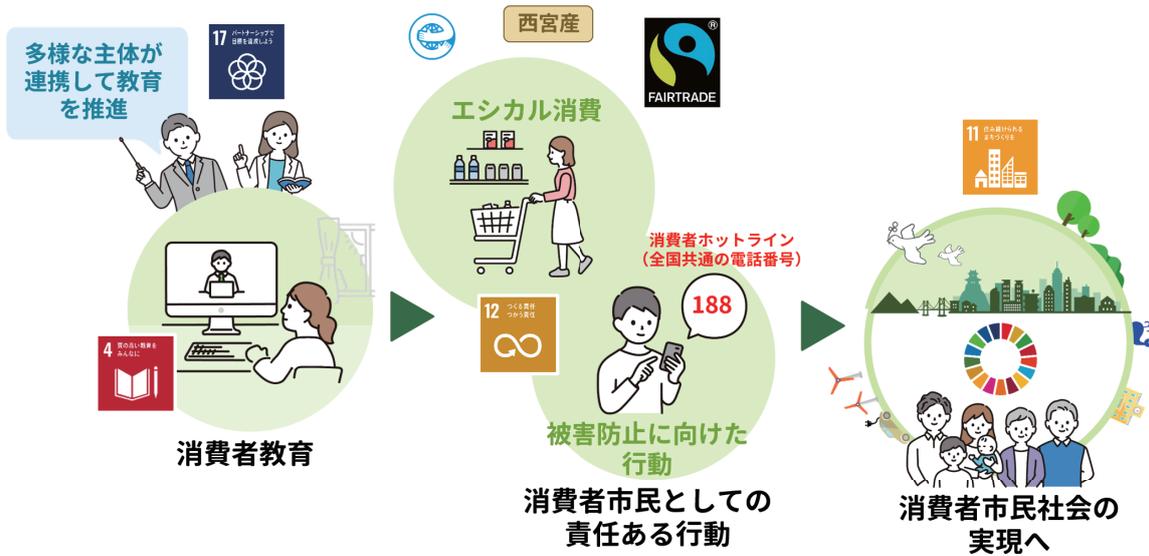
- ① 安全が確保される権利
- ② 選択する権利
- ③ 知らされる権利
- ④ 意見が反映される権利
- ⑤ 消費者教育を受けられる権利
- ⑥ 被害の救済を受けられる権利
- ⑦ 基本的な需要が満たされる権利
- ⑧ 健全な環境が確保される権利

責 任

- ① 商品や価格などの情報に疑問や関心を持つ責任
- ② 公正な取引が実現されるように主張し、行動する責任
- ③ 自分の消費行動が社会(特に弱者)に与える影響を自覚する責任
- ④ 自分の消費行動が環境に与える影響を自覚する責任
- ⑤ 消費者として団結し、連帯する責任

(注) 消費者の権利と責任は国際的な消費者団体CI (Consumers International) が提唱したものです。
また、消費者の権利は消費者基本法に定められています。

このように消費者教育を推進し、消費者市民社会の実現への取り組みを行うことで、SDGsの4つの目標達成に寄与し、公正で持続可能な社会の実現に近づいていくことになるのです。



4. 西宮市と消費者教育

西宮市は、昭和38年の文教住宅都市宣言以降、今日まで、その理念に基づいたまちづくりを一貫して進めています。

この間、平成15年には環境学習都市宣言を行うなど、様々な施策の担当部局において、消費者教育という名前はありませんが、消費者市民社会に繋がる取り組みを行ってきています。

平成28年に策定した西宮市消費者教育推進計画(第1次)では、これらの施策、事業を消費者教育という視点で整理、把握しました。この計画に続く第2次西宮市消費者教育推進計画においては、これらの施策、事業をより効果的に連携させる仕組み作りを重点的に行います。



第1章 | 計画策定の趣旨

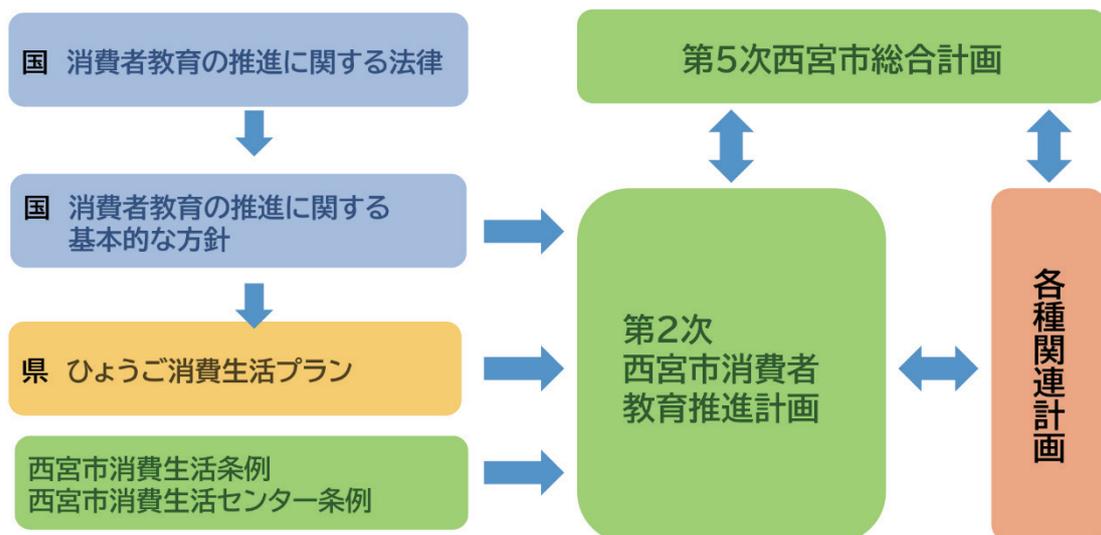
1. 第1次西宮市消費者教育推進計画およびその改定

平成24年に「消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）」が施行され、兵庫県においても平成27年に「兵庫県消費者教育推進計画 ひょうご“消費者力”アッププラン」が策定されました。これを受け、それまで消費生活センターをはじめ、学校、環境関連などで行っていた事業を、自ら学び行動できる自立した消費者の育成という消費者教育の観点から見直し、安心・安全で持続可能なまちづくりに向けた総合的な消費者教育の推進を期して、平成28年に「共に学び・考え・行動する消費者市民社会の実現をめざして」を基本理念に、5か年を計画期間とした『西宮市消費者教育推進計画』（以下、第1次計画とする）を策定し、消費者教育を推進してきました。

この第1次計画は令和2年度が計画最終年度となることから、消費者市民社会の実現に向けて、引き続き消費者教育を推進するため、基本理念、基本施策を踏襲しつつ、新型コロナウイルス感染症による消費行動の変化や、令和4年4月からの成年年齢の引下げによる若者の消費者被害の拡大への懸念等、社会情勢や消費者を取り巻く環境の変化を踏まえた改定を行うこととしました。消費者問題は、日々、複雑化、多様化していることから、第5次西宮市総合計画に沿って、市民の生活が、安全で安心して暮らすことができるよう、より一層体系的・効果的な消費者教育を推進します。

2. 計画の位置づけ

本計画は、西宮市における消費者教育を総合的に推進するために、消費者教育推進法第10条第2項^(※)に規定された「市町村消費者教育推進計画」として策定します。策定にあたっては、国の「消費者教育の推進に関する基本的な方針」及び兵庫県の「ひょうご消費生活プラン」を踏まえるとともに、西宮市の総合計画及び、各種の関連計画との整合を図ります。



※参考：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. 計画の期間

本計画の期間は、令和3年度から令和7年度までの5か年とします。計画最終年度である令和7年度には、5年間の推進状況の評価と次期計画の策定に向けた計画の見直しを行います。

また、令和7年度までの本計画の期間中においても、社会状況の変化や法制度の改正、県の計画の改定状況等により、修正・見直しの必要が生じた場合、消費生活審議会等における審議を経て、計画の見直しを行うものとしします。

(年度)

R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10
計画 策定	第2次西宮市消費者教育推進計画 (本計画)							
					評価・次期 計画策定	次期計画 (令和8年度～)		

4. 計画策定のプロセス

計画の策定においては、消費者教育をより効果的に推進するため、令和2年8月～9月に「西宮市消費者教育のあり方検討会」を実施しました。学校、地域、高齢者見守りの各グループの関係者と共に消費者教育の現状と課題を共有し、施策案について意見交換を行いました。その議論等を踏まえ、消費生活審議会での審議、パブリックコメントを経て本計画を策定しています。

5. 計画改定のポイント

国の消費者教育の推進に関する基本的な方針では、消費者の社会的役割や消費者教育推進の在り方を考える際の共通概念が「消費者市民社会」とされており、消費者市民社会の形成を目指し、消費者教育を推進することで、消費者の権利の保障や消費者被害の防止についても良い影響を及ぼすと考えられています。

また、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うべきであるとされ、消費生活センターを中心に様々な機関と連携して消費者教育を推進していくことが重要です。

消費者教育の継続的な推進のため、第2次計画においても第1次計画の基本理念、基本施策を踏襲したうえで、新たな課題や効果的な消費者教育の推進の方向性を実効的にするため、西宮市での消費者被害、消費者教育の現状や「西宮市消費者教育のあり方検討会」において課題を分析し、具体的な施策を実施していきます。

第2章 | 計画の基本的な考え方

1. 基本理念

共に学び・考え・行動する 消費者市民社会の実現をめざして（継続）

市民一人ひとりが自らの権利を守り、安心・安全に生活できる力をつけるための支援を行うことは、消費者教育の最も基本的な目的です。変化の激しい現代社会において、消費者被害を未然に防止し、消費者としての権利が守られるためには、単に被害事例について学ぶだけではなく、自立した消費者としての基本的な力を養うことが求められます。

同時に、自ら学び・考え・行動できる自立した消費者市民としての資質を育むことが、消費者教育の重要なテーマです。自らの消費活動が、社会経済や企業活動に与える影響を市民が理解し、主体的に行動することにより、公正な経済活動が展開された、持続可能で豊かな社会の実現をめざします。

消費生活センターをはじめ学校、地域、市の関係部局や事業者等、様々な担い手が、連携して学習の機会の提供や啓発、情報提供等、多様な消費者教育の取り組みを行い、一人でも多くの市民が自立した消費者市民として、共に学び・考え・行動する消費者市民社会の実現をめざすことを、引き続き本計画の基本理念とします。

2. 基本施策

(1) 学習者のライフステージやそれぞれの環境・状況に応じた消費者教育の推進

消費者教育は、日常生活での基礎的な力を養うものとして、家庭教育、学校教育、社会教育等を通じ、学習者のライフステージに応じて体系的に実施される必要があります。また、市民を対象とした消費者教育においては、消費生活相談の現状や学習ニーズ等を踏まえ、それぞれの環境や状況に応じた取り組みが求められます。

学校教育と消費者教育推進関連各課との連携をこれまで以上に深めるとともに、消費者教育に関する様々な課題や学習者のニーズに即応した学習機会の提供や情報発信を充実させることで、学習者のライフステージやそれぞれの環境や状況に応じた消費者教育の推進に取り組みます。

また、市民の自主的な活動の支援や、消費者教育の推進における市民の参画・協働の促進に努めることで、消費者市民社会の構築を目指します。

(2) 各主体の連携による効果的な情報提供・情報発信

昭和38年の文教住宅都市宣言以来、本市では市民が自ら学び・考え・行動することで、環境を守り、文化と教育を重視する、住みよいまちづくりを進めてきました。平成15年の環境学習都市宣言や、今日に至る環境学習の実践も、そうした市民主体の取り組みによって導かれてきたものです。

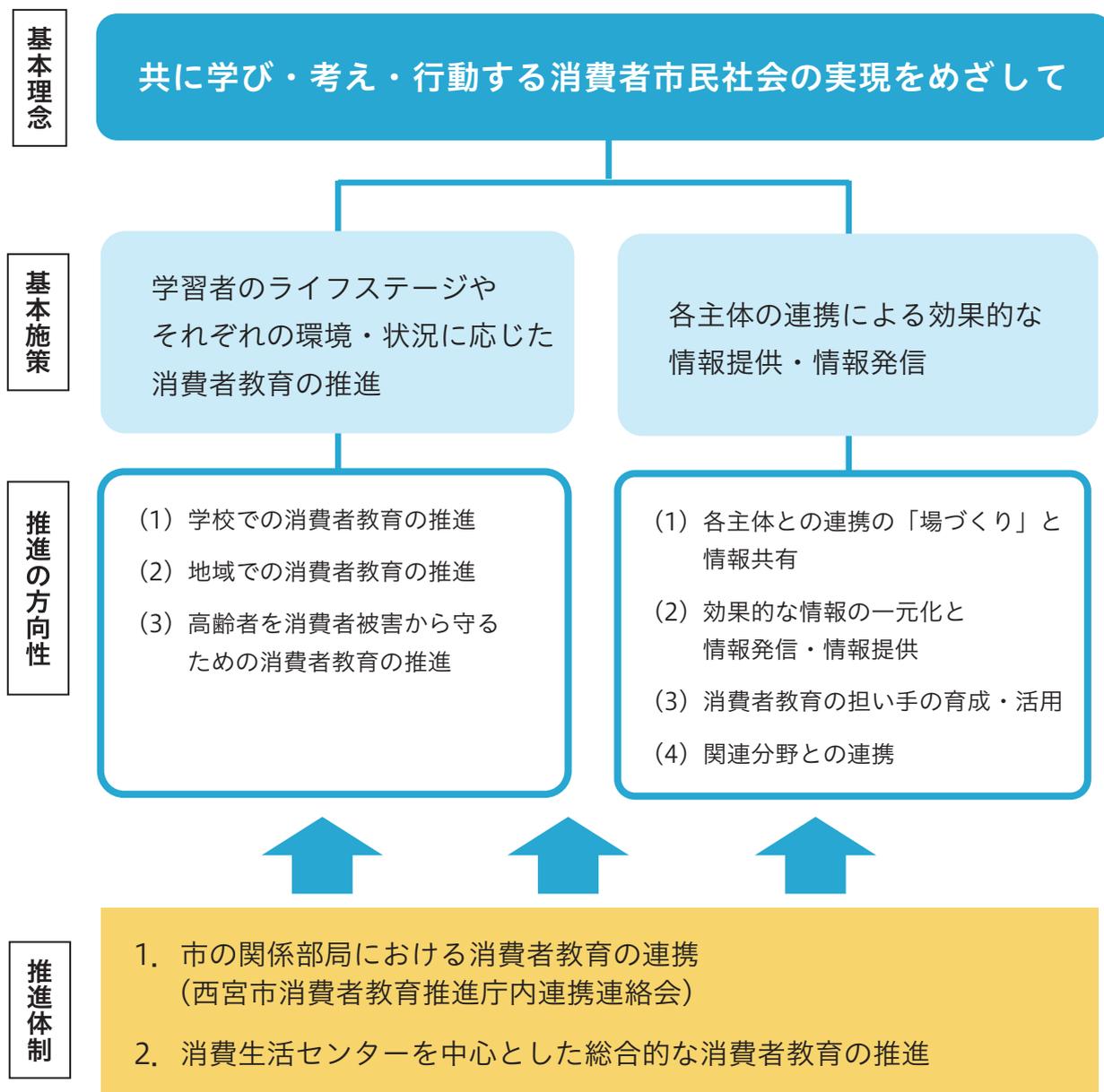
消費者教育の推進においても、こうした市の特性を活かし、市民・地域・行政と関係機関や事業者団体等を含めた幅広いパートナーシップにより、市を挙げての取り組みを進めることが求められ

ます。

消費者教育は広範囲で、消費生活センターだけでは効果的に推進することは困難であるため、ライフステージや状況に応じた各主体との情報共有、連携による効果的な情報提供・情報発信を進めていくことが重要となります。

また、情報の一元化、担い手を育成することで、市民が必要な情報を得ることができ、様々な場面で消費者教育を受けることができます。引き続き各主体や消費生活に関連する教育との連携による効果的な情報提供・情報発信を推進していきます。

3. 計画の体系



(第5章 1.市の関係部局における連携体制の図参照)

第3章 | 消費者をめぐる現状と課題

1. 消費者を取り巻く状況

(1) 社会の変化

経済のグローバル化、情報化の進展、少子高齢化、契約形態、サービスの多様化、環境問題の深刻化などに加え、新型コロナウイルス感染症により新しい生活様式が求められる今日では、消費者を取り巻く社会情勢は大きく変動しています。それに伴い消費生活に関する相談は、複雑化・多様化する傾向にあります。

高齢者の消費者被害は本市においても後を絶たない状況にあり、地域における見守りの重要性が増しています。また、改正民法の施行によって令和4年4月より成年年齢が18歳に引き下げられることを受け、若年者の消費者被害防止への対応も迫られています。

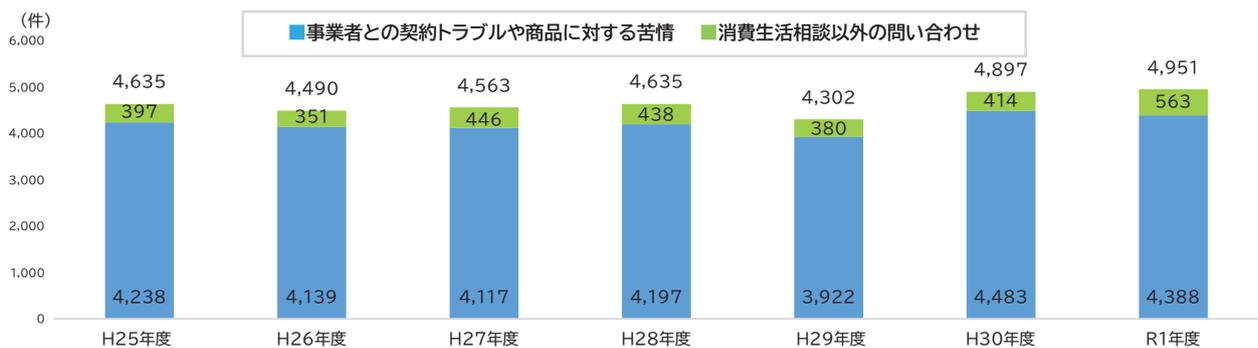
社会が大きく揺らぐ中で、消費者一人ひとりが自律的に判断し、より良い生活や安全安心な地域社会の実現に向け、行動する力を持つことが一層求められています。

令和2年、新型コロナウイルス感染症が拡大し、これに便乗した悪質商法の発生やトイレトパー等の買占めが、日常の消費行動にも影響を及ぼしました。また、社会のデジタル化が加速する今日において、市民のまちづくりへの参画促進に向け、時代に応じた消費者教育の推進や「新しい生活様式」への対応に向け、ICTを活用した新しい学びの形を確立していくことが求められています。

(2) 西宮市の消費生活相談の現状

① 相談件数の推移と件数の多い相談について

本市における近年の消費生活相談の件数は、平成25年度から横ばいの状態が続いたものが、架空請求ハガキのトラブル急増により、平成30年度から増加しています。



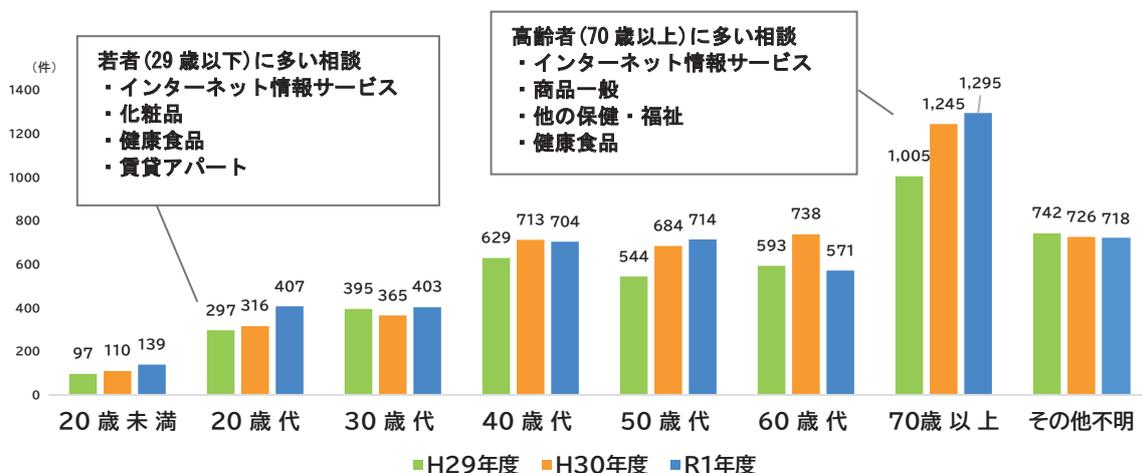
資料：西宮市消費生活行政の概要

令和元年度商品・役務別相談件数上位5項目

順位	商品・役務	件数
1	放送・コンテンツ等(インターネット情報サービス)	580件
2	商品一般	346件
3	役務その他サービス	265件
4	健康食品	231件
5	レンタル・リース・貸借(賃貸アパート・借地・借家)	222件

② 年代ごとの消費者トラブルの傾向

年代別の相談件数をみると、70歳以上の相談が突出して多くなっています。29歳以下の若年層の相談も他年代より件数は多くないものの、増加する傾向にあります。



資料：西宮市消費生活行政の概要

高齢者・若年者共に多い相談例

- インターネット情報サービス…アダルトサイトを閲覧中、高額な料金請求が表示された など
- 定期購入(サプリメント、健康食品など)…ネット広告で「初回お試し100円」のサプリメントを注文。2回目が届き定期購入と判明した。
- 水回りの修理サービス…広告されていた安価なトイレ修理を依頼したら、予想以上に高い料金を請求された。

高齢者に多い相談例

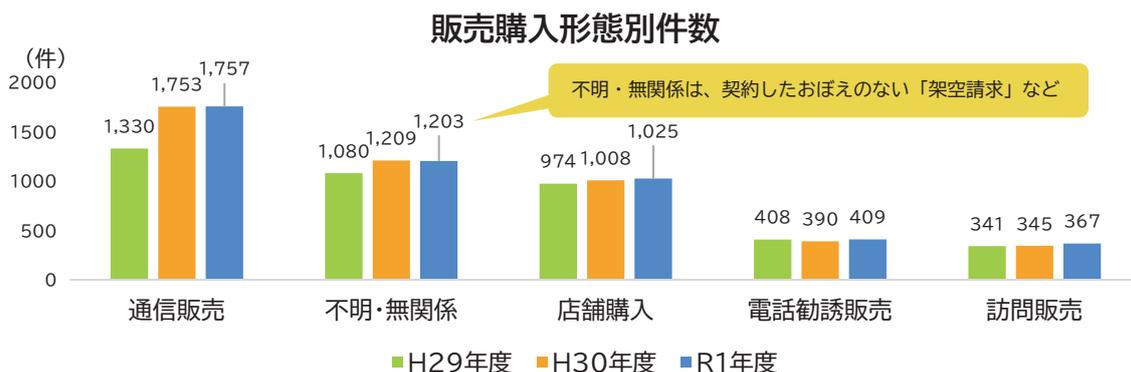
- 不審電話…市役所職員を名乗って「医療費還付金の書類の返送がありません。今日が締め切り日です。銀行のATMで手続きが必要です。」と電話がかかってきた。

若年者に多い相談例

- 賃貸アパート…賃貸住宅を退去する際、通常を使用して生じたフローリングの傷の修繕費用を請求された。

③ インターネット通販によるトラブル

販売購入形態別の相談件数をみると、インターネット通販を含む「通信販売」が他の相談よりも突出して多くなっています。インターネット情報サービスに関するトラブルをはじめ、インターネットに関連したトラブルは年代問わず多く発生しています。定期購入に関するトラブルの増加、自粛生活が長引いたことにより通信販売の利用する機会が多くなる中、今後ますますインターネットに関連した消費者トラブルの増加が考えられます。



資料：西宮市消費生活行政の概要

2. 西宮市の消費者教育の状況と課題

(1) 西宮市民の消費者教育の現状や市に望むこと

① 消費生活に関する講座への興味と実際の参加

消費者問題への関心として、いずれの年代も「食品の安全性」について高い関心を示しています。年代ごとの傾向として、50歳代以降の上の年代になるほど「悪質商法（強引な勧誘や利殖商法など）」についての関心が高くなっています。40～50歳代はインターネットや多重債務問題など、20～30歳代は製品の欠陥や消費者トラブルの被害救済について関心を持っていることが分かります。

<市政モニター>

問2：どの分野の消費者問題に対して関心がありますか。（あてはまるものをすべて選んで○）

選択肢	回答者数	食品の安全性（食中毒事故の問題など）	悪質商法（強引な勧誘や利殖商法など）	プライバシーや個人情報の保護の問題（ダイレクトメールや電話勧誘販売など）	商品やサービスに関する偽りの情報（偽装表示・誇大広告など）	インターネットによるトラブル（交流サイト・ゲーム・ネット通販など）	製品・施設の欠陥により生じる事故	環境・資源問題	商品やサービスの消費や廃棄に伴う	サービスの提供上の問題・トラブル（製品の修理や理美容等の技能不足など）	消費者トラブルにおける被害者の救済	商品やサービスに関する情報の開示	多重債務の問題（返済能力を超えた商品購入・過度の借金など）	その他	わからない	関心のある消費者問題はない
全体	351	79.8	60.4	55.3	52.1	49.9	45.9	37.6	29.9	26.2	20.2	7.7	2.3	1.4	0.9	
10歳代	10	50.0	20.0	30.0	30.0	50.0	30.0	10.0	20.0	20.0	20.0	10.0	0.0	10.0	0.0	
20歳代	22	77.3	27.3	50.0	40.9	50.0	45.5	27.3	22.7	36.4	13.6	0.0	0.0	0.0	0.0	
30歳代	45	75.6	42.2	55.6	37.8	40.0	53.3	22.2	35.6	35.6	15.6	4.4	2.2	2.2	0.0	
40歳代	64	71.9	56.3	54.7	43.8	71.9	45.3	32.8	29.7	23.4	10.9	17.2	1.6	0.0	0.0	
50歳代	69	84.1	66.7	58.0	53.6	65.2	49.3	34.8	26.1	26.1	20.3	4.3	1.4	1.4	0.0	
60歳代	56	85.7	67.9	58.9	71.4	55.4	42.9	53.6	33.9	23.2	30.4	7.1	1.8	0.0	0.0	
70歳代	53	81.1	81.1	58.5	60.4	22.6	37.7	47.2	28.3	22.6	26.4	7.5	3.8	1.9	1.9	
80歳代	29	93.1	72.4	48.3	58.6	20.7	58.6	48.3	37.9	27.6	20.7	6.9	6.9	3.4	6.9	
90歳代	2	50.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
不明	1	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	

※上位3位の年代に網掛け

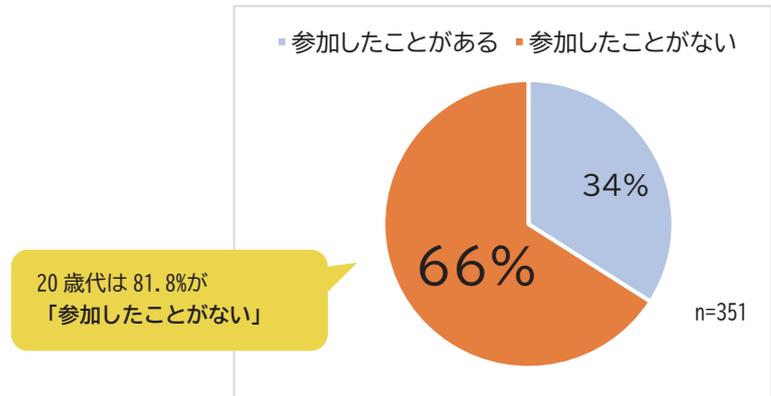
資料：令和元年度第3回西宮市市政モニター

② 講座への参加

消費者問題への関心が示される一方、質問回答者の6割以上が「消費生活に関する講座に参加した経験がない」と回答しています。とりわけ20歳代の8割が「参加経験がない」としています。参加しない理由は「開催されていることを知らない」が主立っており、消費者教育の場のコーディネーターとともに開催情報の周知が課題であると考えられます。

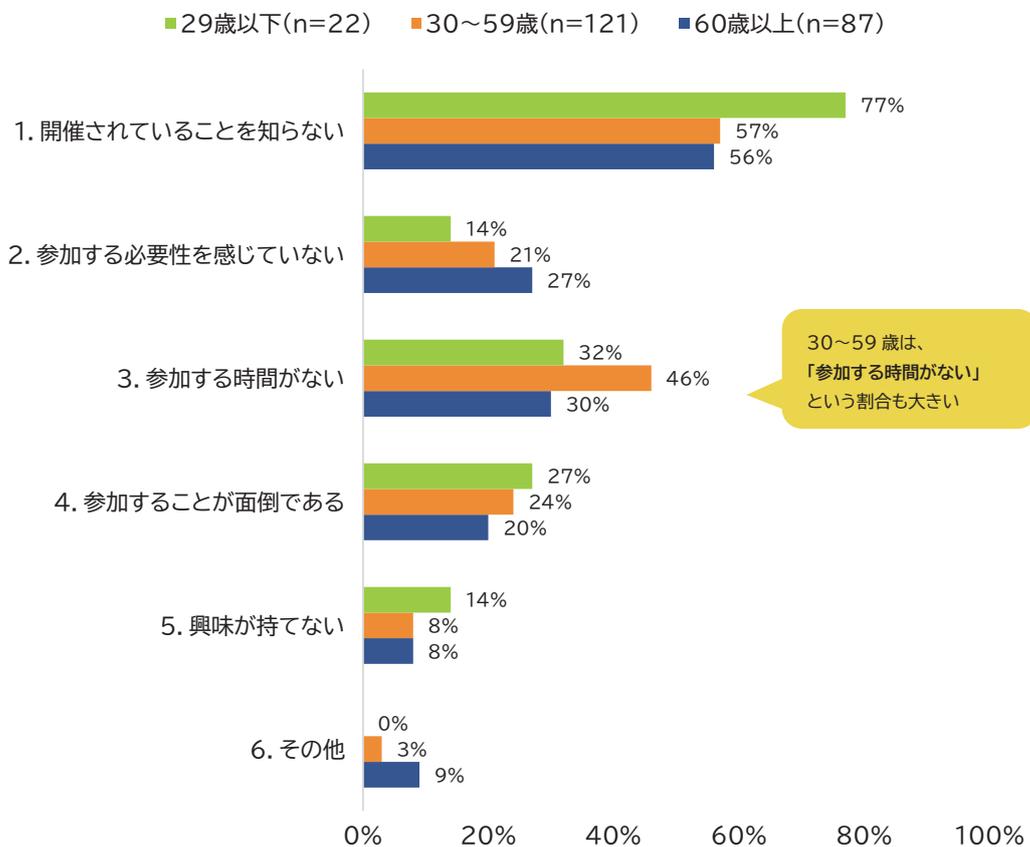
< 市政モニター >

問5：過去3年間で次のような消費生活に関する講座や研修会に参加したことはありますか。(あてはまるものをすべて選んで○)



< 市政モニター >

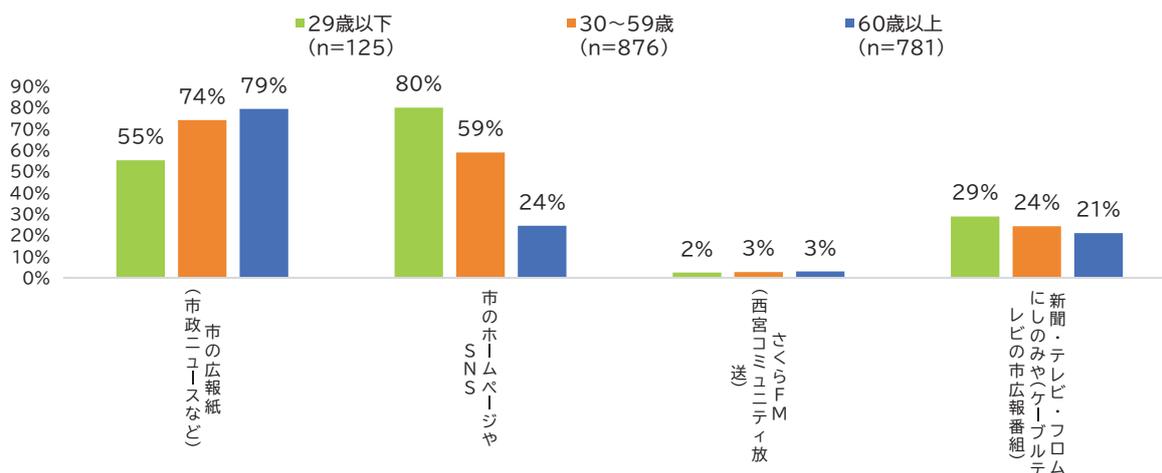
問7) 問5で「(消費生活に関する講座に) 参加したことがない」と答えた方にお聞きします。消費者教育の講座や研修会に参加したことがない理由は何ですか(あてはまるものをすべて選んで○)



開催情報については、若年層は市のホームページやSNSなどインターネットを介した提供を求めており、年齢層が高くなるにつれ「市の広報紙（市政ニュースなど）」の割合が高くなっています。広報紙は、若年層も3割が支持していることから、すべての年代に適した広報媒体であると考えられます。利用するメディアを組み合わせた広報の仕方を検討する必要があります。

<市民意識調査>

問17. 各地域の公民館で行っている催しや講座などの情報をどのような方法で提供してほしいですか。あてはまるものをすべて選んで○をつけてください。



資料：令和元年度西宮市市民意識調査

③ 教育・啓発活動の場

消費者被害の防止に向け、市に対しては「事例情報の提供」とともに「早期からの消費者教育」といった教育の機会づくりが求められています。若年者に対しては「学校や職場における講座等による啓発活動」、高齢者に対しては「地域の民生委員等による啓発活動」を行う等、年代に適した教育・啓発の方法も検討する必要があります。

また、消費者教育の場として、本市いずれの地域でも学校での授業が重視されています。その一方、地域での講座を重要視する地域もあり、地域の実情に応じた教育の場を設定することが望ましいと考えられます。

<市政モニター>

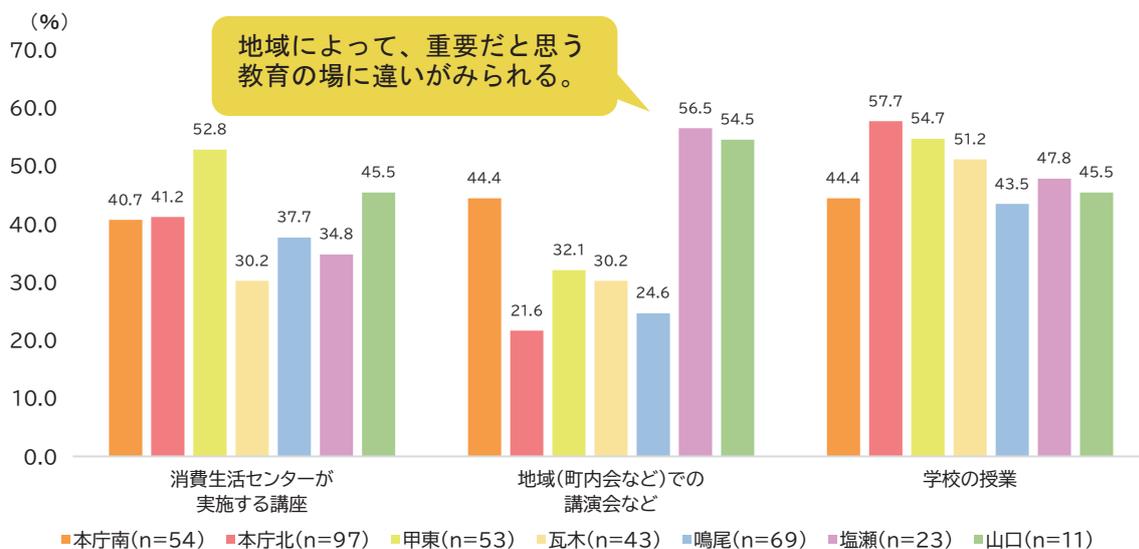
問13：消費者問題に対する取り組みとして、市に望むことは何ですか。
(あてはまるものをすべて選んで○)

市に望む取り組み	割合 (n=351)
消費者トラブルの事例などの情報提供	82.1%
子どもの頃からの消費者教育の機会の充実	61.5%
安全・安心な消費生活に関する講習会等の学習機会づくり	40.2%

資料：令和元年度第3回西宮市市政モニター

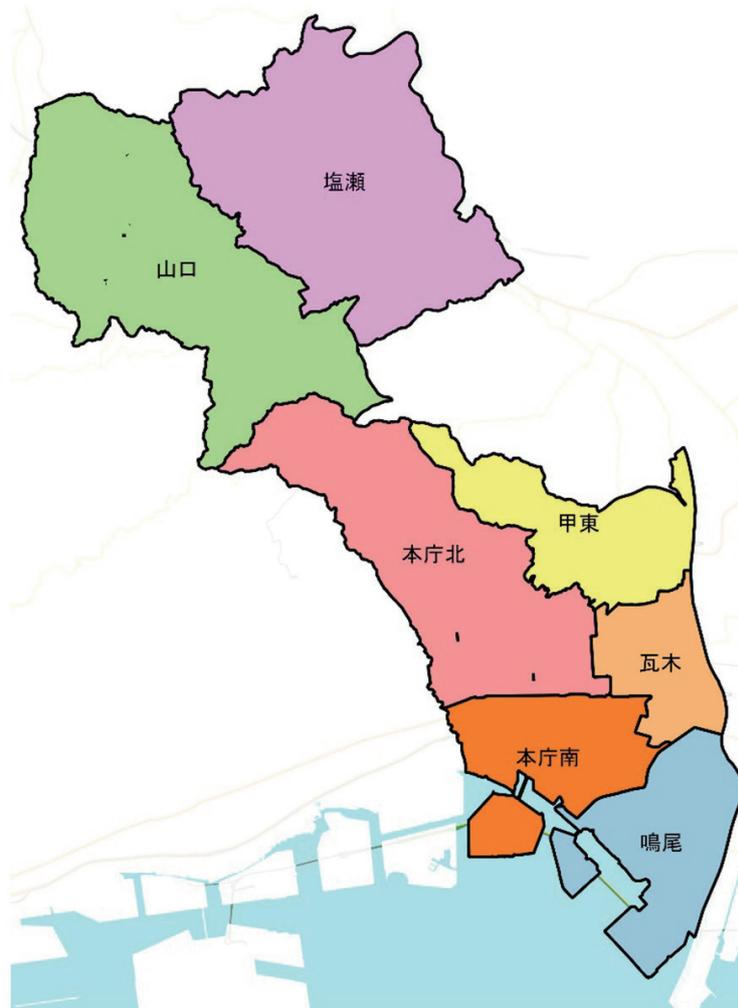
< 市政モニター >

問8：消費者教育を行う場として重要だと思うものはどれですか。(あてはまるものを2つまで選んで○) 抜粋



資料：令和元年度第3回西宮市市政モニター

西宮市エリア図



(2) 西宮市での消費者教育の現状

① 西宮市消費生活センターの取り組み

西宮市消費生活センターでは、市民を対象とした啓発活動として消費生活出前講座のほか、知って得する毎月講座、消費者月間記念講演会、夏休み親子消費者教室、消費生活展・記念講演会、消費者問題講演会、市民祭りへの出展などを実施しています。

啓発講座の実施メニューは、悪質商法、くらしの知識（終活※、ネットの使い方など）、食生活・住生活の知識、健康、環境のほか、小中高生を対象とした講座があります。

そして各種情報提供として、公式ホームページやSNS、定期刊行物である「市政ニュース」、「宮っ子」による情報発信も行っています。

※終活…人生の終末を迎えるにあたり、延命治療や介護、葬儀、相続などについての希望をまとめ、準備を整えること。

表：各年代における西宮市消費生活センターの出前講座実施数と参加人数

	回数	人数
平成29年度	89	3,617
平成30年度	89	2,856
令和元年度	70	3,008

小中高生対象講座例

- どんなおやつ食べてるの？
～砂糖当てクイズとすごろく～
- 賢く使おうネットとスマホ
- 成年年齢が20歳から18歳になったらどうなるの？ など

その他の啓発活動

- ・コープこうべた食お弁当サービス利用者に、月1回消費者啓発情報を折り込みチラシとして配布（平成26年3月～）
- ・特別定額給付金詐欺防止チラシを作成し、関係機関へチラシ提供（令和2年6月～）
- ・市の関係部局での消費者教育研修として、新入職員対象の研修を1年に1回実施（平成28年～）
- ・公民館の公民館地域学習推進委員会講座において、消費生活に関する講座を開催する際に出前講座講師を派遣（平成10年～）

② 市の関係部局での消費者教育に関する主な取り組み

- ・西宮市食育・食の安全安心推進計画に基づき、ライフステージに応じた、食育・食の安全に関する相談や講座を実施
- ・図書館における関連図書の充実、ブックフェア・展示等による情報提供、乳幼児、児童・生徒向けブックリストに普及・啓発メッセージを掲載して配布
- ・子育て・育児に関する相談、講座での、子育てに関する情報提供や子どもを事故から守るための情報提供の実施
- ・PTA等が主催するインターネット問題に関する研修支援事業の実施
- ・防犯標語「いかのおすし」啓発下敷の配布（H30～R1）
- ・サイバー防犯標語「あひるのおやコ」啓発下敷の配布（R2.R3）
- ・環境基本計画に基づき、様々な世代への環境学習の実施
- ・家庭教育情報誌ニュースレター「家族の絆」で家庭教育に役立つ情報を提供

- ・生涯学習大学「宮水学園」(60歳以上の高齢者対象)の講座の中で、生活に役立つ学習の機会の提供
- ・高齢者被害防止のため、高齢者向け発送封筒に被害防止の啓発の文言を印字し、高齢者への啓発を実施
- ・図書館における消費者教育推進事業の支援
- ・消費生活相談に連絡のあった特殊詐欺に関する情報を市地域防犯課と情報共有
- ・消費生活センターに登録している団体が、市民の安全な消費生活の確保および増進を図る活動において、消費生活センターを活動の場として提供
- ・消費者団体連絡会をはじめとする市内の消費者団体と連携し消費生活展や講演会の実施

西宮市消費生活センターについて

消費生活センターは、市民の皆さんが安全で豊かな生活をおくるために、契約トラブルやクーリング・オフなどの消費生活に関する情報の提供、消費者教育・啓発、消費生活相談、借金(多重債務)相談などを行っています。

主な事業

● 消費生活相談

商品・サービスに関する契約トラブルや、悪質商法などで困ったときに、消費者自身が主体的にトラブルを解決できるように、消費生活専門相談員がアドバイスや情報提供を行います。
※西宮市在住の消費者が対象となります。

相談専用電話 0798-64-0999
月曜日～土曜日(祝休日・年末年始は除く)
受付時間 9時～16時45分(12時～13時は除く)

● 消費者教育・啓発

誰もが自立した消費者として行動できるように、消費生活に関する様々な情報を市政ニュースや地域情報誌『宮っ子』、ホームページに掲載するほか、各種講座の開催や『消費生活出前講座』に講師を派遣します。

● 消費者団体支援と協働

市内の消費者団体(西宮市消費者団体連絡会)と協働で、消費生活展など、消費者ニーズに沿った講演会等を開催し、団体活動の支援をしています。

〒663-8035

西宮市北口町1番1号アクタ西宮 西館3階(事務所)・5階(学習室等)

電話番号 0798-69-3156

開館日 月曜日～土曜日(祝休日・年末年始は除く)
8時45分～17時30分



(3) 西宮市消費者教育のあり方検討会であげられた消費者教育の状況

本市における消費者教育の現状と課題の把握を目的とし、学校・地域・高齢者見守りの領域の活動者を参加メンバーとした「西宮市消費者教育のあり方検討会」を、グループ毎に令和2年8月～9月に各2回実施しました。

① あり方検討会であげられた消費者教育の推進および実施における現状とその課題

学校グループ 学校における消費者教育の現状と課題

現状の取り組みとして幼児期から高校生期にかけて多様な消費者教育が実践されています。

現状の取り組み例

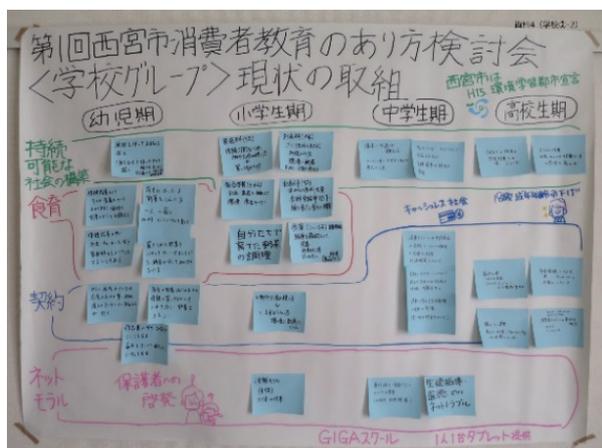
- ・(幼児期) 廃材を利用したおもちゃづくり、野菜の栽培
- ・(小学生期) 社会科・家庭科の授業での、ものやお金の使い方、環境に配慮したくらしの学習
- ・(中学生期) 社会科・家庭科の授業での、消費者問題、SDGsに関する学習
- ・(高校生期) 公民科・家庭科・情報科など様々な授業で、SDGsに関する学習 など

本検討会を通して、幼児期から高校生期まで、食育やSDGsに関する学習など学ぶ内容につながりがあることが分かりました。また、本市では環境学習都市宣言や文教住宅都市宣言などによる環境学習も盛んであることから、他市にはない強みを活かした学習も期待できます。

学校グループでは、以下のような課題があげられました。

課題

- ・幼小中校間、教科間での系統的な学習をする必要があり、広く教員たちが消費者教育について共通理解を持たなければならない。
- ・児童・生徒が意欲的に学ぶために、又は、教員のカリキュラムづくりのために魅力的な教材、外部講師、モデル授業の情報が必要。
- ・GIGAスクール構想※実現に向け、令和3年度から生徒1人1台タブレットを所持する予定である。環境整備に加え、教員への使い方やオンライン学習を行う際の留意点の周知。(※GIGAスクール構想についてはP20を参照)
- ・教員が消費者教育について学ぶ研修会などの機会も重要。機会創出のための教育委員会と消費者行政の連携。



地域グループ 地域での消費者教育の現状と課題

地域の学習として、企業団体による食育講座や地域学習推進員による公民館での講座などがあり、終活やSDGsなどテーマも多様です。各団体それぞれが、魅力ある講座づくりを心掛けており、他方で食育やSDGsなどのテーマを通じ企業、消費者、行政が、交流する機会も積極的に創出するようにしていることが分かりました。また、コロナ禍において講座が中止になるなかで、オンライン動画による啓発の実施も検討されています。

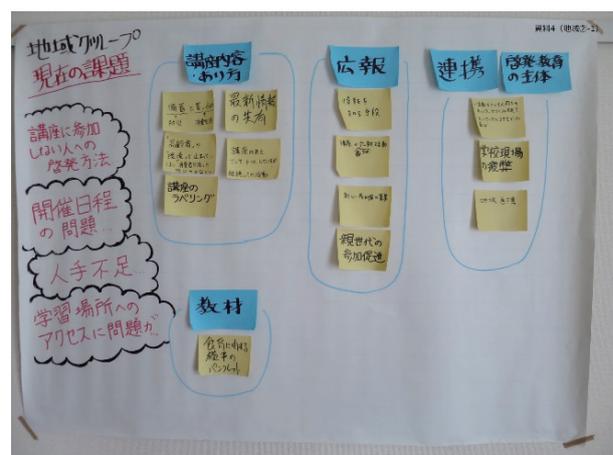
現状の取り組み例

- ・ 公民館での高齢者対象の悪質商法に関する講座
- ・ 司法書士による中学生・高校生対象の法教育講座
- ・ 公益社団法人消費者関連専門家会議 (ACAP) 会員企業による食育セミナー
- ・ 県行政担当者、ACAP会員企業担当者、大学生協が連携した学生を交えたSDGs関連のワークショップ など

地域グループでは、以下のような課題があげられました。

課題

- ・ 講座に参加しない層へのアプローチ。講座の開催が平日・日中であることが多く、特に働く世代は参加しにくい。人が集まりやすい日程・場所(ショッピングモール内など)での開催などの工夫。
- ・ グッズ配布など参加意欲を促す手法作り
- ・ 地域の各所で学習会が行われているが、どこで何をやっているか把握できない。
- ・ さまざまな広報媒体(CATV, FM, コミュニティ誌)を活用した宣伝。
- ・ 各講座を「消費生活」「消費者教育」に展開させることが難しい。
- ・ 実施する担い手の不足。



高齢者見守りグループ

高齢者の消費者教育および見守りの現状と課題

現状の取り組みとして、各団体それぞれが、日頃の業務等のなかで関係する高齢者の見守り活動に取り組み、サロンや昼食会といった「高齢者の居場所づくり」が意識されています。

また、市地域防犯課や警察をはじめとした各活動者が、広報誌やメールニュースを用いて、高齢者に特殊詐欺・消費者被害防止の注意喚起を行っています。

兵庫県弁護士会が配布する対策グッズ「訪問取引お断りステッカー」について、この検討会で初めて知った参加メンバーも多く、情報交換の機会の有用性も示されました。

現状の取り組み例

- ・ 警察や弁護士会による高齢者講座への講師派遣
- ・ 民生委員による高齢者への戸別訪問
- ・ 市政ニュースを利用した警察による特殊詐欺への注意喚起
- ・ 地域包括支援センターでのヘルパー等への研修
- ・ 弁護士会による「訪問取引お断りステッカー」の制作 など



高齢者見守りグループでは、以下のような課題があげられました。

課題

- ・ 効果的な見守り活動を行うための各主体が連携するネットワークの構築。迅速な被害情報の共有、活動や被害対策に関する情報交換を行う仕組み作り。
- ・ コロナ禍において、情報や見守りの目が届きにくい高齢者への啓発。
- ・ 見守りの担い手不足への対応。
- ・ 高齢者の子世代への教育・啓発。



② 各グループにおいて共通する課題

あり方検討会では、いずれのグループにおいても消費者教育の推進と実践に向けて、「(a) 連携」、「(b) 情報共有」、「(c) 人材育成」、「(d) 新しい生活様式における教育・啓発」が共通の大きな課題となっていることが分かりました。

(a) 連携

消費者教育に関する意思疎通や情報交換などを目的とした交流の機会が必要です。また、それが情報交換とともに協働した取り組みを行うきっかけづくりにもなると考えられます。

(b) 情報共有

授業・講座を企画するための、教材・モデル事例・外部講師などの情報が散在し企画者にも届きにくく、そのため迅速かつ一元的に情報を共有できる「情報バンクの構築」が強く求められます。他方、消費者に対しても、消費者被害防止のための情報が共有できる仕組みや講座開催情報の周知(広報)が課題となっています。

(c) 人材育成

高齢者見守りグループでは、見守り活動の担い手、地域グループでは消費者教育の講座等の企画者が不足しているとの課題が挙げられました。教員の学習という視点からも、消費者教育・啓発に携わる「人材の育成」の重要性は高いといえます。また、同時に人材を活躍の場につなぐ仕掛けも求められています。

(d) 新しい生活様式における教育・啓発

新型コロナウイルス感染症拡大にともない授業や講座が中止になる中、オンライン学習のニーズは高まっています。消費者教育の講座等の企画者に対し、オンライン学習実施の方法、留意事項に関する情報の提供が求められています。



※ GIGA スクール構想とは

文部科学省が推進する、児童生徒1人1台コンピュータおよび高速大容量の通信ネットワーク等の一体的な整備により、多様な子供たちを誰一人取り残すことのない、公正に個別最適化された学びを全国の学校現場で持続的に実現させることを目指す構想です。

(4) 第3章のまとめ

以上、第3章では、消費者をめぐる現状と課題について述べてきました。そこで明らかとなった主な内容は以下の通りです。

課題1：社会の現状、西宮市の相談状況からの課題

20歳代以下の相談は増加しており、成年年齢引下げにより、若者の消費者被害の一層の増加が予想されます。

また、高齢者の相談は各年代に比べ多く、架空請求や定期購入のトラブルが増加しており、還付金詐欺をはじめとした特殊詐欺被害も増加しています。

今後、新型コロナウイルス感染症を起因とした通信販売の増加やキャッシュレス決済の進展により、全世代で消費者トラブルの増加も考えられます。

以上のことを踏まえ、特に消費者問題に関する知識や社会経験の乏しい若者や健康や将来への不安、判断力の低下などの原因により消費者被害に遭いやすい高齢者への消費者教育が課題と考えます。

課題2：各種調査からの課題

消費者問題に対する関心は、50歳代以上は様々な問題に対して高い傾向にあります。若い世代は「わからない」との回答をはじめ、関心の割合が低く、講座の参加率も低いという傾向が見られます。

講座等に参加したことがない人は「開催されていることを知らない」、「参加する時間がない」との回答が多くなっています。

講座等の開催情報の周知については、広報紙は各年代で有効である一方、ホームページやSNSなどは若い世代に効果的であり、多様なメディアを利用した情報発信が求められています。

また、消費者問題に対する取り組みとして、トラブル事例の情報提供と子どもの頃からの消費者教育の機会の充実が望まれています。そして、消費者教育が行われる場としては、学校の授業以外に地域での実施という意見も多くあります。

以上のことから、今後消費者教育の更なる推進をしていくうえで、消費者トラブル事例や講座などの情報発信の在り方、子どもの頃からの消費者教育をはじめとした様々な場での消費者教育の充実が課題となります。

課題3：西宮市消費者教育のあり方検討会からの課題

検討会であがった意見として、「教材や講師、指導内容等の情報や注意喚起のための情報を入手しにくい」、「市民に対する講座開催情報の効果的な広報が必要」との指摘がなされました。

また、消費者教育を推進していくために、担い手同士の情報共有や連携の必要性を感じており、その「場づくり」が課題となっていることも明らかになりました。

その他の意見として、共有した情報を一元化し、市民や担い手に情報発信・提供するとともに、オンラインを利用した新しい生活様式における教育のあり方を確立することや、現状、見守り活動や講座等の企画者の担い手不足も見られることから、様々な場での人材育成も課題となっているとの意見があがりました。

これらのことを踏まえ、西宮市の消費者教育の推進において解決すべき課題は、以下のとおり整理しました。

若者への消費者教育（課題1、2）
多様な場所での消費者教育の実施（課題2、3）
高齢者の被害防止のための消費者教育（課題1）
各主体との連携と情報共有（課題3）
情報の一元化と情報発信（課題2、3）
消費者教育の担い手の育成（課題3）

第4章では、この内容に基づいて推進の方向性について紹介します。

みやたんと!

暮らしカチェック! その1

Q1. 次のうち、「契約」に当てはまるのはどれ? (複数回答可)

- ① 友人と食事に行く約束をする。
- ② スーパーで野菜を買う。
- ③ 電話でピザを注文する。
- ④ バスに乗る。

Q2. お店でTシャツを買ったが、他の店でもっと安く売っていた。返品できる?

- ① 返品できない。
- ② レシートがあり1週間以内なら返品できる。
- ③ 商品を開封していなければ返品できる。

答えは28ページ

契約に関するトラブルにあったときは、消費生活センターに相談しましょう!



みやたん

第4章 | 課題に基づいた推進の方向性

1. 学習者のライフステージやそれぞれの環境・状況に応じた消費者教育の推進

消費者教育は幼児期から高齢期までの各段階や、学校、地域、家庭、職域等のライフステージに応じた様々な教育の場を活用して、効果的に行われることが重要です。文教住宅都市宣言を行い、市民の教育普及に努めてきた本市において、本計画でも消費者教育を通じ、SDGsの達成に貢献するため、第3章での課題に基づき、重点的な推進の方向性として以下について施策を実施していきます。

(1) 学校での消費者教育の推進

学習指導要領等に基づき実施される幼児期、小学生期、中学生期、高校生期における消費者教育を支援していきます。特に、成年年齢の引下げに伴う消費者被害の防止の観点から、小学校段階から契約学習の充実を図ります。また、児童・生徒がSDGs達成に積極的に参画できるよう、教育委員会と連携して、その取り組みに対する支援を行います。

【具体的施策】

小・中学校の授業の一環として、契約に関する知識や金融教育など消費者教育に関する出前講座を実施します。(消費生活センター) 【拡充】

市立小中学校教科等研究会と連携し、授業における消費者教育の効果的な実践等についての研究を行います。(消費生活センター) 【拡充】

(2) 地域での消費者教育の推進

公民館、図書館を始めとする社会教育施設は、地域の人々に身近な学習や交流の場として、消費者問題に関する普及・啓発を実施するなど大きな役割を果たしています。引き続き公民館や図書館を活用して消費者教育推進に取り組んでいきます。

【具体的施策】

図書館では、市民の生活や仕事に役立つ地域の情報拠点として、消費者教育に関連する図書やリーフレット等を館内に展示し、市民に情報提供します。(読書振興課) 【拡充】

公民館で実施している公民館地域学習推進員会講座で、消費生活に関する講座を開催します。(地域学習推進課) 【拡充】

(3) 高齢者を消費者被害から守るための消費者教育の推進

高齢者の消費者被害が深刻化する一方で、ひとり暮らしの高齢者が増加し、孤立化が進む現状にあります。そこで、高齢者ご本人に対する啓発活動に加え、地域全体で見守りあう地域づくりの観点から、実務担当者間の情報共有、見守り者の育成など関係課・関係団体と連携して、積極的に高齢者の消費者被害防止に取り組めます。

【具体的施策】

市政ニュースや消費生活センターホームページ等様々な媒体で、高齢者被害に関する情報を発信していきます。(消費生活センター) 【拡充】

公民館推進員や民生委員、地域の団体等の研修会に消費者被害の防止につながる出前講座を実施し、地域での高齢者の被害防止活動を支援します。(消費生活センター) 【拡充】

2. 各主体の連携による効果的な情報提供・情報発信

消費者教育は様々な場で実施されます。それぞれの情報を共有、集約し、市民が、いつでもどこでも消費者教育を受けられる環境が必要となります。また、消費者教育の担い手育成により、より多くの場で消費者教育が行われることが可能となります。今計画では各主体との連携において、必要な施策を実施していきます。

また、今計画策定の際に、学校、地域、高齢者見守りの各グループの関係者と課題や今後の施策案について意見交換会を実施しましたが、計画策定後も、定期的に各グループと意見交換会を実施してネットワークを構築し、今後も各主体と様々な連携に取り組んでいきます。

(1) 各主体との連携の「場づくり」と情報共有 【新規】

ライフステージやそれぞれの環境・状況に応じた消費者教育を推進するためには、目的に応じて連携・協働の場づくりを行い、情報共有の上で効果的に実践をする必要があります。

学校における消費者教育の推進においては、消費生活センター、教育委員会、教育機関(幼稚園、小学校、中学校、高等学校)が集まって情報交換を行ったり、教員が消費者教育の共通理解を図り、授業づくりのアイデアや教材情報等を共有できる場を設けます。

地域における消費者教育推進においては、市、事業者、消費者団体等がそれぞれ実施する講座情報の共有や各主体が連携して講座を実施できるよう、意見交換の場を設けます。

高齢者を消費者被害から守るために、消費生活センター、警察、市地域防犯課、地域包括支援センター、民生委員、社会福祉協議会、老人クラブなど、各主体が日常的に情報交換し、効果的な見守り活動ができるよう、特殊詐欺や悪質商法の被害情報や手口等、定期的な情報交換の場を設けます。

(2) 効果的な情報の一元化と情報発信・情報提供 【新規】

消費者教育は多様な主体が関わることや、内容が複数の行政分野にまたがるため、求める情報がどこにあるかが分かりにくいという課題があります。そのため、インターネット上で消費者教育に関する情報を一元化できる情報プラットフォームを構築します。

また、集められた情報をインターネット上で周知するだけでなく、必要な方に適切に届ける工夫をします。例えば、学校教育において、校長会や園長会、小中学校の教科研究会などへの情報提供や、地域において、消費生活に関する講座について、様々な場所での開催、多様な広報媒体での情報提供を行います。

高齢者の消費者被害防止のための見守りについては、住民の利用頻度の高い店舗や施設などでの広報などを積極的に行います。

コロナ禍において、対面式の講座の実施の機会が減少し、オンライン講座の需要も高まってきました。今後は、効果的な情報発信の一つの機会として、オンライン講座を活用した啓発活動についても検討していきます。

(3) 消費者教育の担い手の育成・活用 【新規】

消費者教育は推進活動の場により担い手が異なるため、ライフステージに応じてその担い手の育成が必要になります。

学校教育においては、発達段階に応じて各校種の教員を対象に、教育委員会と連携して、初任者研修等の法定研修の実施を支援します。また、小学校や中学校の教科研究会と連携して、研究会での指導力向上のための研修の実施や、教員による情報交換の場を通じて、実践事例の収集や教材開発等が広がるように支援します。

地域においては、生涯学習企画課と連携して、地域で消費生活をテーマに活動できる担い手を育成し、自主的な活動が広がるように支援します。

高齢者の消費者被害防止のための見守りについては、市地域防犯課や地域包括支援センター、警察、社会福祉協議会等と連携し、「見守り活動担い手講座」(仮称)を開催し、幅広い世代に受講を呼びかけます。

(4) 関連分野との連携

消費者教育は消費生活に関する内容が幅広いため、すでに実施されている他の分野と有機的な連携が重要です。様々な教育を通じてエシカル消費の実践や自ら判断、行動できる消費者になるための支援をしていきます。

みやたんと!

暮らしカチェック! その2

Q3. 17歳の高校生が、保護者に内緒で15万円のエステサービスの契約を結んでしまった。この契約は取り消せる?

- ① 取り消すことはできない。
- ② 未成年者取消しができる。
- ③ サービスを受ける前であれば取り消しができる。

答えは28ページ

契約に関するトラブルにあったときは、消費生活センターに相談しましょう!



① 環境教育

平成15年に環境学習都市宣言を行い、西宮市に住み、学び、働く全ての人々の協働で、環境学習を通じた持続可能なまちづくりを進めていくことを目標としており、「第3次西宮市環境基本計画」(令和元年～令和10年)を策定し、様々な施策を行っています。

食品ロス削減やごみの減量化等、循環型社会構築に関する取り組みや様々な世代に対して行う環境学習の取り組みについて、引き続き環境部局との連携を進めていきます。

環境学習都市推進課 【拡充】

子供たちが自主的、継続的、そして総合的に環境活動に関わることのできるよう、小学生を対象に地球ウォッチングクラブ(EWC)事業を推進し、子供たちが環境に配慮した活動を行うと、エコスタンプをもらえる「エコカード・エコスタンプシステム」や、子供向けの環境情報のニュース誌「EWCニュース」の発行、一年間の環境への取り組みを発表する環境パネル展の開催等を行うとともに、就学前の幼児を対象とした「ちきゅうとなかよしカード」やEWCエコカードの大人版「市民活動カード」の普及を推進します。

また、地球温暖化対策につながる、地球環境にやさしい取り組みやライフスタイルの定着を進めるため、啓発冊子の作成・配布や、日々の省エネ行動を促進するためのキャンペーンを実施します。

美化企画課・事業系廃棄物対策課 【拡充】

持続可能な資源循環型社会を形成し、次世代に引き継いでいくために、実際のごみの処理(収集・運搬から最終処分)や再資源化の流れを親子で理解することにより、ごみの減量や適正処理の普及を図る環境学習ツアーを実施します。

生ごみ3きり運動(「使いきり」「食べきり」「水きり」)の推進や、市内の食品系スーパーマーケットでの常設型フードドライブ※を実施し、市民に対する食品ロス削減に取り組んでいきます。

市内飲食小売関係事業者に対し、食品ロス削減を目指し、消費者に食べ残し等をしないよう呼びかけるポップと啓発ポスターを配布し、消費者に提供する商品の量に対する対応、仕入れの見直し、調理残しの削減等を依頼するなど事業系食品ロス削減に取り組めます。

※フードドライブとは…

家庭で余っている食べ物を学校や職場などに持ち寄りそれらをまとめて地域の福祉団体や施設、フードバンクなどに寄付する活動。

② 食育

西宮市食育・食の安全安心推進計画を策定し、食と健康に関心をもち実際に行動する、食の安全安心について正しい知識をもつなどを基本目標に、ライフステージごとに食育・食の安全安心に関する取り組みを行っています。

健康増進課 【拡充】

食に関する知識や実践力の習得を図るとともに、家庭への食育波及を目的に、市内育成センターの児童対象の食育教室を実施します。

食品衛生課 【拡充】

食品や食品衛生に関する正しい知識を広め、食品の安全性について理解を深めてもらうため、食の安全安心講演会を開催します。

③ 法教育

自立した消費生活を営むためには、消費活動の前提となる身近な法律である私法の基本的な考え方（私的自治の原則、契約自由の原則など）を理解する必要があります。商品・サービスの選択から契約に至る一連の過程の背後にある私法の基本的な考え方を理解し、考える態度を身に付け、消費者契約の適正化を目指す消費者教育と法教育の連携を進めていきます。

学校教育課 【継続】

学校での授業において、専門の外部講師と連携した法教育を実施します。

消費生活センター 【継続】

小・中学校の授業の一環として、契約に関する知識や金融教育など消費者教育に関連する出前講座を実施します。（再掲）

消費生活センター 【継続】

知って得する毎月講座で、兵庫県弁護士会や兵庫県司法書士会と連携し、法教育に関する講座を実施します。

みやたんと!

暮らしカチェック! その3

Q4. ネット通販でスニーカーを買ったけれど、履き心地がよくない。
クーリング・オフ*できる?

- ① いつでもクーリング・オフできる。
- ② 契約してから8日間ならクーリング・オフできる。
- ③ クーリング・オフできない。

*クーリング・オフは、一度結んだ契約を一定期間であれば無条件で解除できる制度です。

答えは28ページ



みやたん

契約に関するトラブルにあったときは、消費生活センターに相談しましょう!

④ 金融経済教育

金融経済教育の意義・目的は、金融リテラシー（金融に関する知識・判断力）の向上を通じて、一人ひとりが、経済的に自立し、より良い暮らしを実現していくことを可能とするとともに、健全で質の高い金融商品の提供の促進や家計金融資産の有効活用を通じ、公正で持続可能な社会の実現に貢献していくことにあります。金融リテラシーは、自立した消費生活を営む上で、必要不可欠であり、消費者教育の重要な要素であることから、様々な世代での金融経済教育と連携した消費者教育を推進することが重要となります。

学校教育課	【継続】
学校での授業において、専門の外部講師と連携した金融経済教育を実施します。	
消費生活センター	【継続】
小・中学校の授業の一環として、契約に関する知識や金融教育など消費者教育に関連する出前講座を実施します。（再掲）	
消費生活センター	【継続】
知って得する毎月講座で、金融広報委員会と連携し金融経済教育に関する講座を実施します。	
地域学習推進課	【継続】
生涯学習大学「宮水学園」（60歳以上の高齢者対象）の講座の中で学習の機会を提供します。	

⑤ その他の消費者教育に関連する取り組み

先に述べた以外の分野においても、第1次計画策定時から継続している消費者の自立の支援や、消費者市民社会の形成に寄与するといった、消費者教育につながる多様な取り組みを、総合的かつ専門的見地から推進していきます。

暮らしカチェック！ こたえ

Q1. 次のうち、「契約」に当てはまるのはどれ？（複数回答可）

A ②③④

…契約とは「法的な責任が生じる約束」です。売る人と買う人双方の合意によって成立します。

Q2. お店でTシャツを買ったが、他の店でもっと安く売っていた。返品できる？

A ① 返品できない。

…契約は法的な約束であり、一旦成立した契約は勝手にやめることはできません。

Q3. 17歳の高校生が、保護者に内緒で15万円のエステサービスを契約した。

A ② 未成年者取消しができる。

…民法上、未成年者が保護者の同意なく結んだ契約は取消しができます。
なお民法の改正を受けて、2022年4月からは成年年齢が20歳から18歳に引き下げられます。

Q4. ネット通販でスニーカーを買ったけれど履き心地がよくない。

A ③ クーリング・オフできない。

…クーリング・オフは、不意打ち性の高い訪問販売などによって結んだ契約を、消費者が冷静に再考して、一定期間内であれば解除できるようにした制度です。そのため、不意打ち性の低いネット通販を含む通信販売には適用されません。

トラブルにあったら
消費生活センターに
相談しよう！

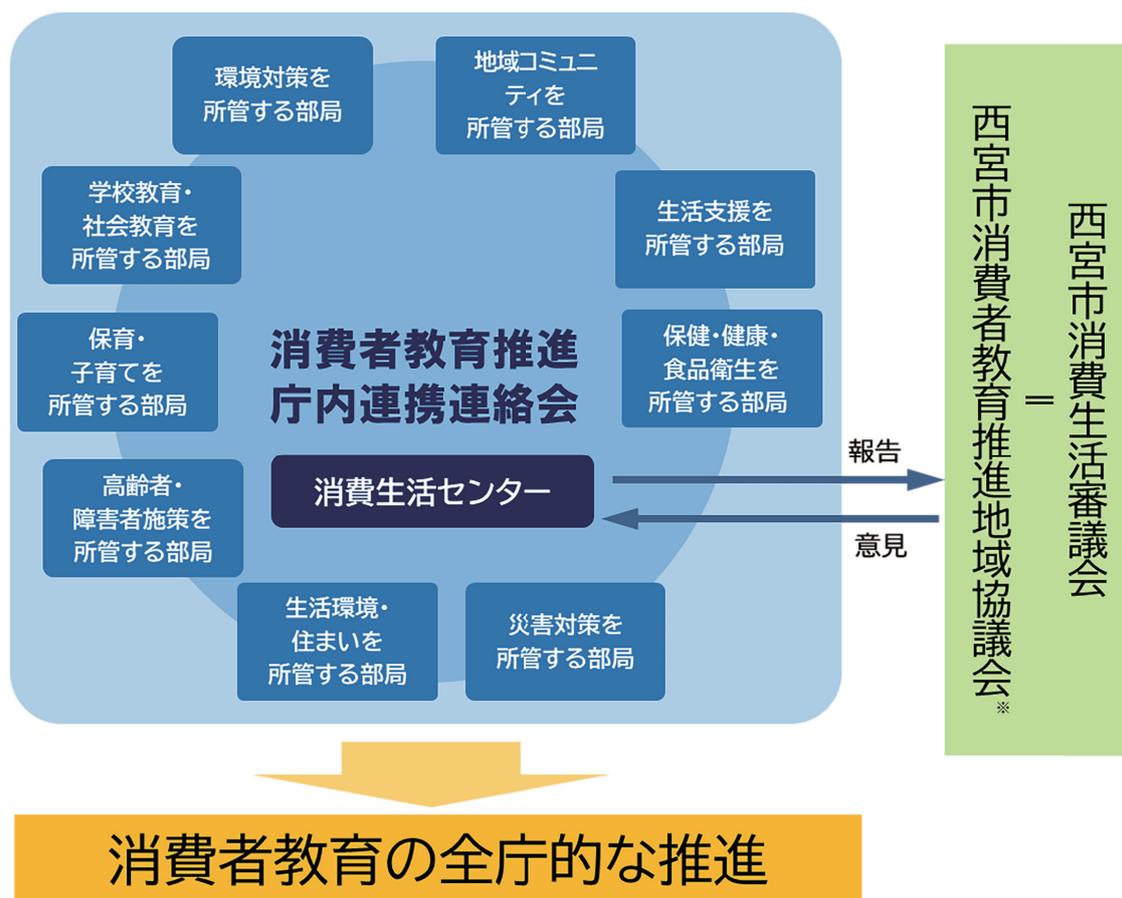


みやたん

第5章 | 計画の推進体制

1. 市の関係部局における連携体制

市の関係部局との情報共有と連携強化を図り、効果的な消費者教育を推進するため、西宮市消費者教育推進庁内連携連絡会を設置し、引き続き全庁的な消費者教育を推進していきます。



※消費者教育推進地域協議会

消費者教育の推進に関する法律により、地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、事業者団体、教育関係者、消費生活センター等をもって組織されます。西宮市においては、西宮市消費生活審議会を兼ねています。

(令和3年度現在の委員については、資料31ページを参照)

2. 消費者教育の推進体制

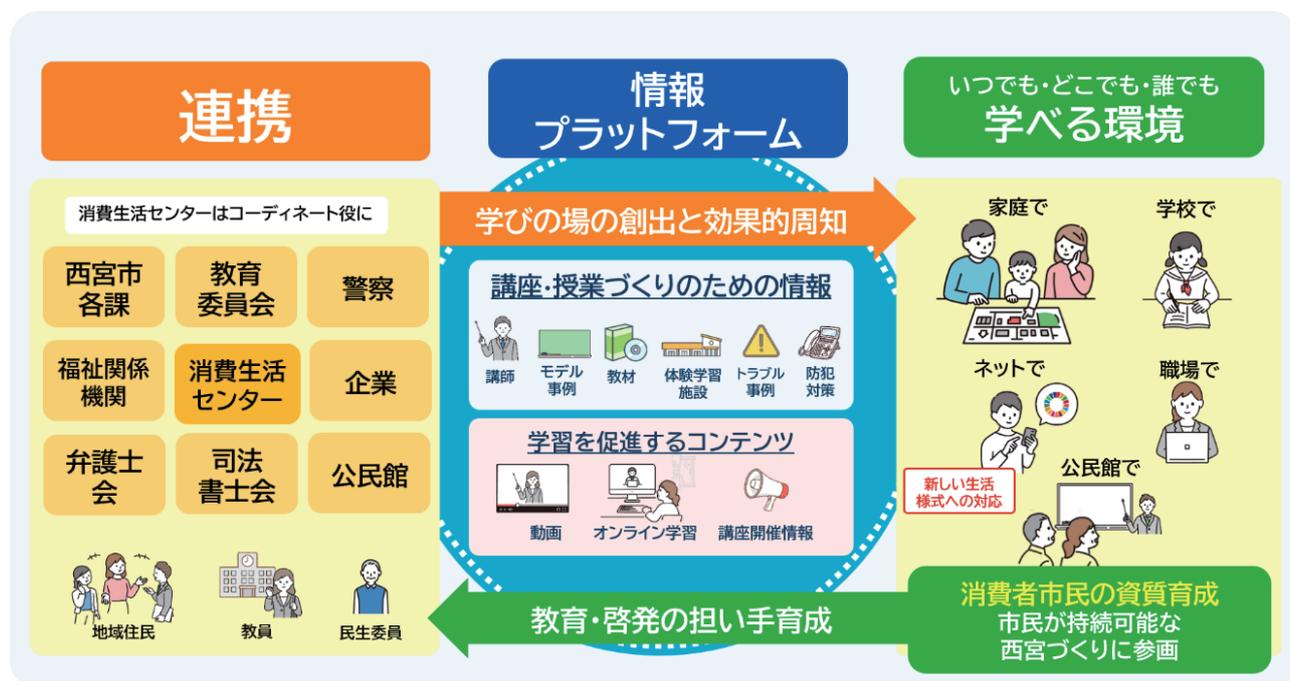
消費生活センターでは消費者教育を推進していくため、学校関係、消費者団体、事業者団体、地域、市各部局、行政機関等と連携して情報共有を行います。また、情報発信のプラットフォームの構築を進め、いつでも・どこでも・誰でも消費者教育を受けることができる環境作りを目指します。

国や兵庫県とは、国や兵庫県からの消費者トラブルに関する最新情報について消費者への注意喚起や、県が実施する消費者教育の人材・教材等の情報提供や消費生活相談員向け研修の実施等について、引き続き連携・協働していきます。

今計画での推進の方向性（再掲）

- (1) 学習者のライフステージやそれぞれの環境・状況に応じた消費者教育の推進
 - ・ 学校での消費者教育の推進
 - ・ 地域での消費者教育の推進
 - ・ 高齢者を消費者被害から守るための消費者教育の推進
- (2) 各主体の連携による効果的な情報提供・情報発信
 - ・ 各主体との連携の「場づくり」と情報共有
 - ・ 効果的な情報の一元化と情報発信・情報提供
 - ・ 消費者教育の担い手の育成・活用
 - ・ 関連分野との連携

消費者教育の推進による未来の西宮市のイメージ図



資料編

第2次西宮市消費者教育推進計画の策定過程

(1) 西宮市消費生活審議会（西宮市消費者教育推進地域協議会）

① 第26期委員名簿 委員任期 令和2年7月1日～令和4年6月30日

	区分	名前	所属・役職	備考
会長	学識経験者	荒木 武文	文部科学省 消費者教育アドバイザー	～令和3年7月
会長 (副会長)	学識経験者	大本久美子	国立大学法人大阪教育大学 教育学部 教授	令和3年9月より 会長就任
副会長	学識経験者	吉田 哲也	兵庫県弁護士会 弁護士	令和3年9月より 副会長就任
委員	学識経験者	大久保徹雄	兵庫県立消費生活総合センター 所長	
委員	消費者団体	木元 早苗	西宮市消費者団体連絡会 担当幹事	
委員	公募委員	長井 幹治	公募委員	
委員	学識経験者	中本 貴司	公益社団法人消費者関連専門家会議 執行委員	
委員	消費者団体	長谷川陽子	生活クラブ生活協同組合都市生活	
委員	学識経験者	吉井美奈子	武庫川女子大学 教育学部 准教授	令和3年9月～
委員	学識経験者	吉田 悦子	西宮市立中学校校長会 学文中学校校長	令和3年5月～
委員	学識経験者	吉村 元伸	西宮市立中学校校長会 高須中学校校長	～令和3年3月

② 第26期 会議開催経過

開催日	会議	内容
令和2年8月5日	第1回審議会	<ul style="list-style-type: none"> ・正副会長の選出 ・消費生活行政、消費生活センター事業、消費者教育推進計画について（令和元年度実績報告等） ・審議テーマについて
令和2年10月5日	正副会長会	<ul style="list-style-type: none"> ・第2回審議会の運営について
令和2年10月26日	第2回審議会	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者行政の取組状況について ・次期西宮市消費者教育推進計画の策定について
令和3年1月8日	正副会長会	<ul style="list-style-type: none"> ・第3回審議会の運営について
令和3年1月29日	第3回審議会	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者行政の取組状況について ・次期西宮市消費者教育推進計画の策定について（次期西宮市消費者教育推進計画（素案）について）
令和3年5月7日	正副会長会	<ul style="list-style-type: none"> ・第4回審議会の運営について
令和3年5月31日	第4回審議会	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者行政の取組状況について ・次期西宮市消費者教育推進計画の策定について（第2次西宮市消費者教育推進計画（素案）について）

令和3年8月23日	正副会長会	・第5回審議会の運営について
令和3年9月10日	第5回審議会	・正副会長の選出 ・消費者行政の取組状況について ・「第2次西宮市消費者教育推進計画【素案】」のパブリックコメント実施結果について

(2) 各種調査

実施月	調査	内容
令和元年9月	令和元年度西宮市民意識調査	<ul style="list-style-type: none"> ・調査内容 全31問中「消費生活に関する意識・行動について」6問 ・調査概要 対象：18歳以上の市民（外国人住民を含む） 標本数：3,500 調査方法：郵送法 有効回収数：1,788 有効回収率：51.1%
令和元年11月	令和元年度市政モニター調査（第3回）	<ul style="list-style-type: none"> ・調査内容 消費生活における意識・行動について、若者向け、高齢者向け被害予防についてなど全13問 ・調査概要 対象：市政モニター 436名 調査方法：郵送、インターネット 有効回収数：351 有効回収率：80.5%

(3) 西宮市消費者教育のあり方検討会

開催日	会 議		内 容
令和2年8月24日	第1回	学校グループ	ワークショップ「西宮市における消費者教育の現状と課題」
令和2年8月25日		高齢者見守りグループ 地域グループ	
令和2年9月16日	第2回	学校グループ	ワークショップ「次期消費者教育推進計画における消費者教育の施策案の検討」
令和2年9月17日		高齢者見守りグループ 地域グループ	

(4) パブリックコメントの実施

募集期間	令和3年7月26日～令和3年8月25日
募集結果	意見提出者：6名 (郵送1名、FAX1名、窓口提出0名、インターネット4名) 意見件数：15件

消費者教育の推進に関する法律(平成24年8月22日法律第61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）第十条第三項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、経済的状況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つては、当該消費者教育推進地域協議会の意見を聴かなければならない。
- 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（昭和二十三年法律第九十八号）に定める民生委員、社会福祉法（昭和二十六年法律第四十五号）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、消費者安全法第十一条に規定する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そ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。
 - 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

文教住宅都市宣言

西宮市は、阪神間の中央に位置し、自然の風光と温暖な気候に恵まれ、市制施行いらい、多くの人々がここに、平穏で快適な生活環境を求めて移り住み、ついに今日の隆盛をみるにいたった。その風土は、先覚者たちの文教諸施設の整備拡充の努力とあいまって、今や西宮市が文教住宅都市として力強く進むことを可能ならしめている。またその故にこそ、年々、万余を数える人口増加がみられるのである。

一方、大阪、神戸をはじめとする阪神圏諸都市は、急速な発展を示しつつあるが、同時に産業配置、人口の都市集中、公害など幾多の内部的諸矛盾の解決をせまられている。こうした事態にあって、西宮市は、本市が誇りうる文教住宅都市的性格をさらに一層、推進することにより、こんごの阪神圏発展の一翼を担う考えである。すなわち、西宮市の将来は、西宮市民のみならず、近畿一円の福利の増進に役立つべきものであり、それはまさに、西宮市が、人々に憩いと安住の地を提供することによって、積極的に果されるものと信じる。

ここに、西宮市は三十万市民のひとしく望むところにしたが、風光の維持、環境の保全・浄化、文教の振興を図り、当市にふさわしい都市開発を行い、もって市民の福祉を増進するため、西宮市を「文教住宅都市」と定め、こんごの市政運営がこの理念に基づいて強く推進されるものであることを宣言する。

昭和38年11月3日

兵庫県西宮市

環境学習都市宣言

いま、地球は危機に瀕しています。これまでの社会経済活動や私たち人間のくらしが、地球温暖化や砂漠化などの問題を引き起こし、自らの生存基盤でもある環境を脅かしています。

西宮市では、市民が主体となって、六甲山系の緑の山並み、武庫川・夙川などの美しい河川、大阪湾に残された貴重な甲子園浜・香櫨園浜をはじめとした豊かな自然を守るとともに、公害問題にも取り組むなど、良好な環境をもつ都市を目指してきました。また、阪神・淡路大震災の体験を通じて、自然の力の大きさとその中で生かされている私たちの存在を改めて学びました。

西宮の環境を、そして地球の未来を次世代に持続可能な状態で引き継いでいくためには、私たち一人ひとりが社会のありかたやくらしを見直さなければなりません。

環境学習とは、私たちのくらしが自然にどう支えられ、自然をどう利用してきたかを考え、環境に対する理解を深め、自然・歴史や文化・産業・伝統といった地域資源を活用しながら、地域や地球環境との望ましい関係を築いていくために学びあうことです。

私たちは、世代を超えて、家庭・地域・学校・職場などの様々な場所で、市民・事業者・行政の協働によって、人と人との新しい交流を生み出し、環境学習活動を支えるしくみをつくっていきます。

西宮に住み、学び、働くすべての人々が、文教住宅都市宣言（1963年）、平和非核都市宣言（1983年）の精神とあゆみを再認識し、環境学習を軸とした21世紀の持続可能なまちづくりを進めることをここに宣言します。

〔行 動 憲 章〕

私たち西宮市民は、参画と協働の環境学習を通じて、21世紀の世界に誇ることのできる持続可能な都市を実現します。

1. 私たちは、自然のすばらしさを体験し、歴史、文化や産業と環境との関わりを学びあい、環境に配慮した行動を実践できる市民として育ちます。
2. 私たちは、市民・事業者・行政・各種団体・NPOなどとのパートナーシップの精神に基づいて、地域社会に根づいた環境活動を進めます。
3. 私たちは、くらしと社会を見直し、資源やエネルギーを大切にした循環型都市を築きます。
4. 私たちは、健康で文化的なくらしの中で、人と自然、人と人々が共生する、公正で平和な社会を実現します。
5. 私たちは、すべての生物が共存できる豊かな地球環境を次世代に引き継ぐため、環境学習を通じ、世界の様々な地域の人々とのネットワークづくりを行います。

平成15年12月14日

兵庫県西宮市



第2次西宮市消費者教育推進計画

令和3年（2021）年12月発行

西宮市産業文化局 産業文化総括室 消費生活センター

〒663-8035 西宮市北口町1番1号 ACTA西宮西館3階(事務所)

TEL0798-69-3156 FAX0798-69-3162