

米沢市消費者教育推進計画

Yonezawa Consumer Education Promotion Plan

基本理念

子どもから高齢者まで
つながりからつくる消費者教育



令和8年3月
米沢市

目次

第1章 計画の基本的な考え方

1 計画策定の背景と目的	1
(1) 消費者教育の重要性	1
(2) 現代社会における消費者教育のあり方と施策の方向性	2
2 計画の位置づけ	3
3 計画の期間	4

第2章 消費者教育の現状と課題

1 消費者教育の動向	5
(1) 国が定める消費者教育の方針と取組	5
(2) 山形県が定める消費者教育の方針と取組	7
2 本市の現状	8
(1) 消費生活の現状	8
(2) 出前講座の現状	9
3 本市における消費者教育のこれまで	10
(1) これまでの消費者教育	10
(2) 消費者教育推進計画策定に向けたワークショップの開催	13
4 課題の整理	16

第3章 施策の体系と今後の取組

1 基本理念	17
2 基本施策	17
3 計画の体系	18
4 施策の展開	19
施策の柱1 「学校」における消費者教育の充実	19
施策の柱2 「見守りあい」による消費者トラブルのない地域づくり	21
施策の柱3 「エシカル消費の推進」による持続可能な地域づくり	23

第4章 計画の推進にむけて

1 消費生活センターにおける消費者教育推進機能の強化	25
2 推進体制	25
3 進行管理	25
4 計画の指標	27

資料編	28
-----	----

第1章 計画の基本的な考え方

1 計画策定の背景と目的

(1) 消費者教育の重要性

私たちの生活と、それを支える社会を豊かなものにしていくために、私たちはどんな知恵を学ぶことが大切でしょうか？

米沢市民にとって、なじみ深い「上杉鷹山公」の教えには、そのヒントを見出すことができます。

江戸時代、17歳で藩主となった上杉鷹山公は、財政難により破綻寸前となっていた米沢藩を再建しました。生活における無駄を減らし、自然環境を大切にしながら地域社会を豊かにする上杉鷹山公の取り組みは、現代における「持続可能な社会づくり」の先駆けともいえるものでした。

上杉鷹山公の取組例

国産物奨励



出典：米沢市 HP

領内で経済が循環できるよう、あらゆる産物の自給自足可能な体制を目指した。地域に眠る資源を徹底的に洗い出し、試行錯誤を重ねながら、成島焼の生活雑器をはじめ、紙、塩、お茶、刃物類、薬種などの領内生産に取り組んだ。

かてもの



出典：黒田三佳『森とかてもの』
(山形会議パブリッシング, 2025)

「かてもの」とは「糧(かて)となるもの」を意味し、「食べられる野草」のことを指す。上杉鷹山は食糧(かて)となる野草の名称や調理法などを記した手引書を配布して、救荒食品の知識の普及と備蓄を促進した。
写真は「スベリヒユ(スベリヒユ科)」

石碑草木塔



出典：米沢市 HP

草木から得られる恩恵に感謝し、伐り倒した草木の魂を供養するために建てられた塔。写真は、本市の草木塔の中で最も古いもので、安永9年(1780年)7月19日上杉鷹山の時代に建てられた入田沢字塩地平に建っている石碑。

上杉鷹山公の取り組みからは、私たちが豊かな生活と持続可能な社会を創るために必要となる知恵を学ぶことができます。

こうした知恵を、誰もが学ぶ機会を持ち、暮らしの中で実践できるようになることを目指すのが現代の「消費者教育」です。

(2) 現代社会における消費者教育のあり方と施策の方向性

「消費者教育」は、消費生活に関する知識を修得し、社会の一員として、より良い市場とより良い社会の発展のために行動する「自立した消費者」を育成する教育です。

上杉鷹山公が活躍した江戸時代から現代に至るまで、私たちの生活を取り巻く社会は大きく変容しました。その中で、消費者教育の重要性はますます大きくなっています。

今日の消費生活を取り巻く社会は、急速な高齢化や、社会の国際化・デジタル化の進展、さらには自然災害の激甚化・多発化などにより大きく変化し、消費者生活に関わる問題は複雑で多様になっています。

特に社会のデジタル化は私たちの暮らしを便利にする一方で、オンライン取引におけるダークパターン¹のように消費者の合理的判断を妨げる仕組みに起因するトラブルが急増しているほか、詐欺や悪質商法は従来の枠を超えて高度化・多角化が進んでおり、消費者にはトラブル防止に向けた知識とともに、情報を批判的に吟味する力も求められています。

また、消費者の多様化への対応も課題となっています。消費者被害に遭いやすい高齢者や障がい者、在留外国人などに対して、それぞれの特性を踏まえたきめ細やかな対応が求められているほか、成年年齢の引下げにより、契約や取引に不慣れな若年者への消費者トラブル増加が懸念されていることから、早期から消費者としての自覚と判断力を培うことが重要になっています。

さらには、気候変動や貧困、格差といった地球規模の課題にも目を向ける必要があります。これらの課題に対応するため、平成27年9月の国連サミットで「持続可能な開発目標 (Sustainable Development Goals)」が採択され、誰一人取り残さない、持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現に向けた取り組みが世界各地で進められています。中でも目標12「つくる責任・つかう責任」では、企業と消費者が協働して、持続可能な生産と消費を実現することを目指しています。

消費者には、消費行動の影響を認識し、人や社会・環境に配慮した行動を行うこと、いわゆる「エシカル消費²」を通じて公正で持続可能な社会づくりに積極的に参加することが求められており、消費者教育は、こうした様々な社会の課題に対応する力を育むために必要な学びを提供し、消費者一人ひとりが主体的に行動できる基盤を築く役割を担っています。

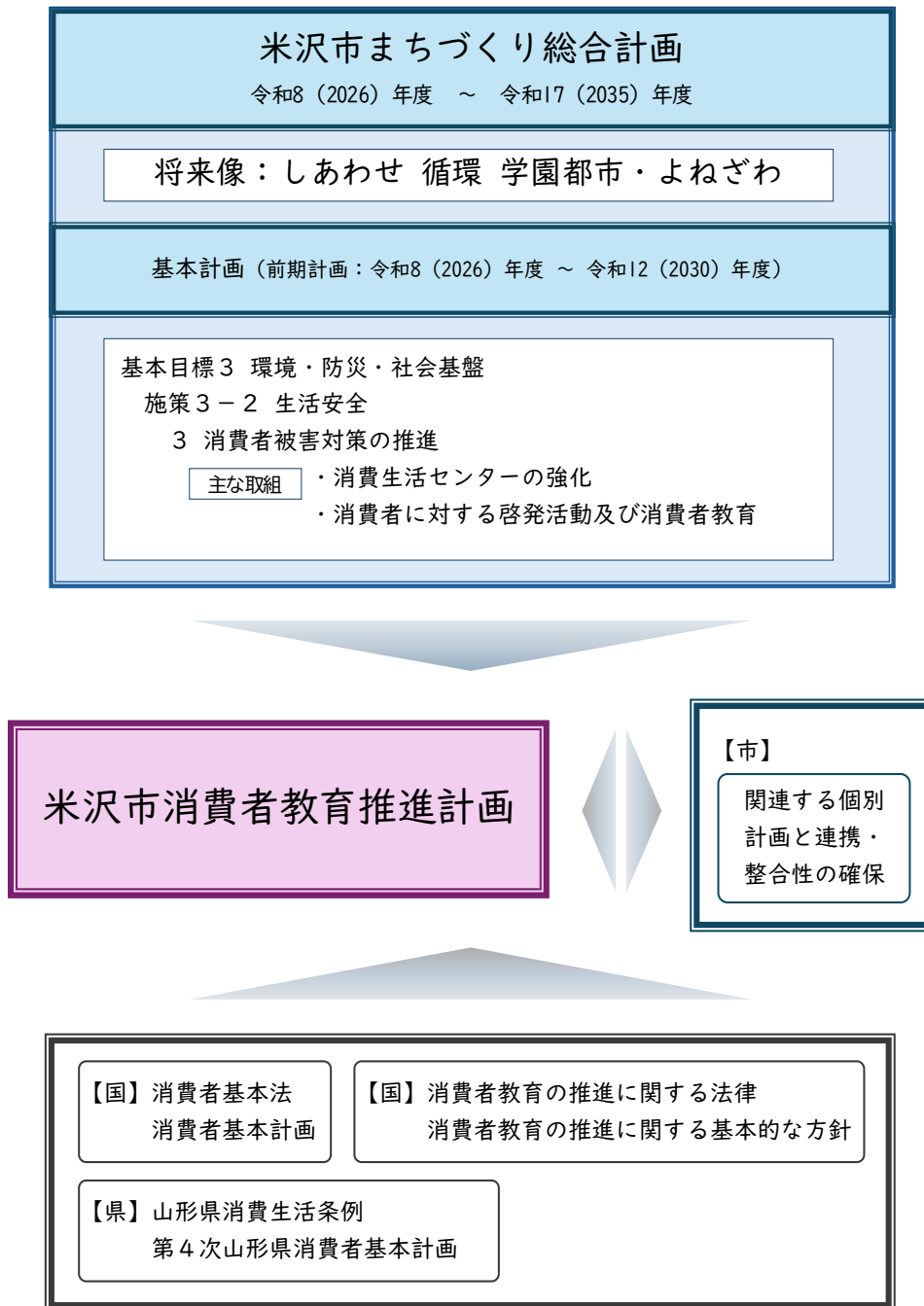
米沢市では、市民一人ひとりが必要な学びを受けられるよう「消費者教育推進計画」を策定しました。本計画では、消費者教育に関わる多様な主体の役割を明確化し、連携を強化することにより、「自立した消費者」の育成を進め、誰もが安心して暮らし続けられる社会の実現を目指します。

¹ ダークパターンとは、Webサイトやアプリにおいて、ユーザーを騙して意図しない行動へと誘導するユーザーインターフェース上のトリックを指します。これは、ユーザーの認知バイアスを利用し、より多くの時間やお金を使わせたり、個人情報を引き出したりすることを目的として設計されています。

² エシカル消費とは、人や社会、地域、環境に配慮した倫理的な消費行動を指します。これは、私たちが日々行う買い物を通して、社会的な課題の解決に貢献しようとする考え方です。エシカル消費に決まったやり方はなく、自分にとって大切なことを、できる範囲で実践することが重要です。

2 計画の位置づけ

本計画は、米沢市の消費者教育を総合的に推進するため、消費者教育の推進に関する法律第 10 条第 2 項に規定された「市町村消費者教育推進計画」として策定するものです。策定に当たっては、国の基本方針及び「山形県消費者教育基本計画」を踏まえるとともに、本市の上位計画である「米沢市まちづくり総合計画」及び関連計画との整合を図りながら策定します。



3 計画の期間

計画の期間は、令和 8（2026）年度から令和 12（2030）年度 までの 5 年間とします。
なお、社会情勢の変化や計画の進捗状況などに応じて、計画の見直しを行うものとします。

困ったときは一人で悩まず 米沢市消費生活センターへ相談しよう！

○ 消費生活センターとは…

消費生活センターは、都道府県や市区町村等が運営している消費生活（消費者と事業者との契約）のトラブル等に関する相談機関です。商品やサービスなど消費生活全般に関する苦情や問い合わせなど、消費者からの相談を専門の相談員が公正な立場で対応しています。その他、パンフレットの配布や出前講座の開催などの普及啓発活動も行っています。

○ どんな人が相談できるの？

原則として米沢市にお住まいか、通勤・通学している方が対象です。
※事業者や個人事業主からの事業に関する相談はお受けしていません。



○ どんな場合に相談できるの？

商品やサービスの契約トラブルや借金の返済、製品事故などでお悩みの時は、お気軽にご相談ください。専門の相談員が解決に向けた助言や情報提供を行います。必要に応じて、事業者への交渉のお手伝い（あっせん）や適切な他機関への紹介も行います。

○ 相談するときには…

相談員は消費生活に関する専門家ですが、**相談をすれば自動的に問題が解決するわけではありません**。相談者と一緒に考え、解決の方法を探ります。相談の内容によっては、**契約書、見積書、保証書などの資料**があるとスムーズに相談を進めることができます。

原則として契約者ご本人が相談してください。病気などでご本人の相談が難しい場合には、ご家族や介護・見守をしている方からの相談もお受けします。

お電話で相談していただくか、来所の際は、米沢市役所 1階総合案内に声をかけてください。

おかしいなと思ったら、どうしていいかわからないなど一人で悩まず早めにご相談ください。
情報提供も受け付けています。

米沢市消費生活センター（市役所内）

知ろう レッツゴーにっこり

相談直通電話 **40-0525**

相談受付時間（市役所開庁日） 午前8時30分～午後5時



第2章 消費者教育の現状と課題

1 消費者教育の動向

(1) 国が定める消費者教育の方針と取組

消費者教育を総合的かつ一体的に推進するため、平成24年に消費者教育の推進に関する法律が制定されました。

消費者教育推進法は、自らの消費生活の向上のために主体的に行動し、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の育成を目的とし、国や地方公共団体の責務が規定されました。

さらに、推進の見取り図として「消費者教育の体系イメージマップ³」も公開されています。そこでは、消費者教育の幅広い学びを4つの重点領域に分類し、幼児期から高齢期までのライフステージに応じて身に付けていくべき内容が体系的に示されました。これを活用し、消費者教育の担い手が共通認識のもと地域での取組みを一体的に進めることが求められています。

各地での消費者教育の施策は、「消費者教育の推進に関する基本的な方針（平成25年6月閣議決定）（以下、基本方針）」を受けて推進を図ることとしています。令和5年度から11年度までを対象とした基本方針では、消費者の多様化や社会情勢の変化を踏まえて、消費者教育の充実・強化における基本的な視点が以下のように示されました。

基本方針における基本的視点

- ・「教えられる」だけでなく、消費者による自ら及び相互に「学ぶ」「考える」「行動する」ことを促進
- ・多様な消費者の特性を踏まえたきめ細やかな対応（特に若年者、高齢者等）
- ・デジタル化への対応
- ・消費者市民社会の一員としての行動を促進

出典：消費者教育の推進に関する基本的な方針概要

また、推進を図ることとしている消費者教育の内容と、それを支える担い手育成については、以下の表のとおり整理しています。

地域の様々な場で効果的な消費者教育を実現するには、多様な主体が連携・協働した体制を作る必要があります。そのために、多様な関係者や場をつなぐ「消費者教育コーディネーター」の存在が重要であることから、基本方針においてもその配置・育成に取り組むこととしています。

	様々な場における消費者教育	人材(担い手)の育成・活用
学校	(小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等) ・成年年齢引下げを踏まえつつ、学習指導要領の趣旨や内容の周知・徹底 ・外部講師の活用の促進 ・デジタル教科書等に対応した教材提供 ・教科横断的な実践等好事例の周知	(小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等) ・教員養成課程や現職教員研修等における消費者教育に関する内容の充実 ・国民生活センター等の教員向け研修の活用を推進

³ 消費者庁が2013年に地方自治体や教育関係者の指針として公表したもの（資料編 35頁）。

	(大学・専門学校等) ・消費者教育の次世代の担い手育成の視点 ・学生主体による啓発活動等の取組事例の収集・提供 ・マルチ等消費者被害に遭いやすい類型・手法の知識の提供	(大学等) ・地方公共団体や関係団体との連携の枠組みを構築 ・消費者教育推進地域協議会への参画を促進
地域社会	・消費生活センターが啓発活動やコーディネート機能を担うよう体制整備 ・社会教育施設等の活用 ・見守りネットワーク、消費生活協力員・協力団体等の仕組みを活用した推進 ・誰一人取り残されないデジタル化への対応	・消費者団体・NPO等による消費者教育 ・地域で活動する団体の情報提供等の支援 ・国民生活センター、消費生活センター、社会教育施設等の担い手育成拠点化のための情報提供、消費生活相談員の資質向上に向けた支援
家庭	・保護者が正しい知識を身に付け、普段から子供と家庭内で話すことで消費者被害を予防 ・家庭内で高齢者と情報共有、連携	(消費者) ・優良事例の提供、消費者月間等を活用した周知啓発により消費者の自主的な相互の学びの取組を支援
職域	・事業者のニーズも踏まえつつ、事業者による従業員への消費者教育の意義、メリットを整理 ・事業者向け消費者教育プログラムの開発 ・積極的に取り組む事業者の奨励	・消費者教育としての、事業者による消費者への情報提供、商品サービスの開発・提供 ・積極的な情報提供としての「出前講座」、「出前授業」の充実に期待

出典：消費者教育の推進に関する基本的な方針概要

それ、どこから買いましたか？ 購入先からのメールは消さないで!!



ネット通販の相談では、「どこから購入したのかわからない」という方がいます。契約者本人が商品名などで検索し見つけたサイトで購入した場合でも、突然表示された広告からサイトに移って購入した場合でも、購入先を確認しないまま注文してしまうことがあるからです。

さらに、購入後に届く注文承諾メールを消してしまう方もおり、購入先の確認ができないケースもあります。ネット通販を利用したときは、商品が手元に届き確認できるまでは購入先から届くメールを消さないようにしましょう。

特定商取引法で通信販売を行う事業者は、事業者の氏名（名称）、住所、電話番号などを表示しなければならないと定められています。「特定商取引法に基づく表記」や「会社概要」等のページに記載されていますので、購入する前に必ず確認しましょう。

(2) 山形県が定める消費者教育の方針と取組

山形県においては、国の方針および「第3次山形県消費者基本計画」を踏まえ、消費者を取り巻く環境の変化や新たに生じた課題等に対応するため、令和4年度から令和8年度までの5年間の計画期間とする「第4次山形県消費者基本計画」を策定しています。

同計画は、基本的方向として「消費者被害の防止と救済」、「主体性のある消費者の育成」、「消費生活の安全・安心の確保」の3つを柱に掲げ、以下の図の通り、4つの施策を重点的に取り組むこととしています。

なお同計画は、「山形県消費者教育推進計画」としても位置付けられ、「主体性のある消費者の育成」を施策の柱とした取組みを進めることとしています。

第4次山形県消費者基本計画における「重点的な取組施策」と「施策の柱」

重点的な取組施策	<p>【重点1】高齢者等被害防止のための見守り体制の構築</p> <p>【重点2】若年者に対する消費者啓発・教育の強化</p> <p>【重点3】エシカル消費(倫理的消費)の推進</p> <p>【重点4】デジタル化に対応した施策の推進</p>
----------	--

施策の柱	<p>施策の柱Ⅰ 消費者被害の防止と救済</p> <p>施策の柱Ⅱ 主体性のある消費者の育成</p> <p>施策の柱Ⅲ 消費生活の安全・安心の確保</p>
------	---

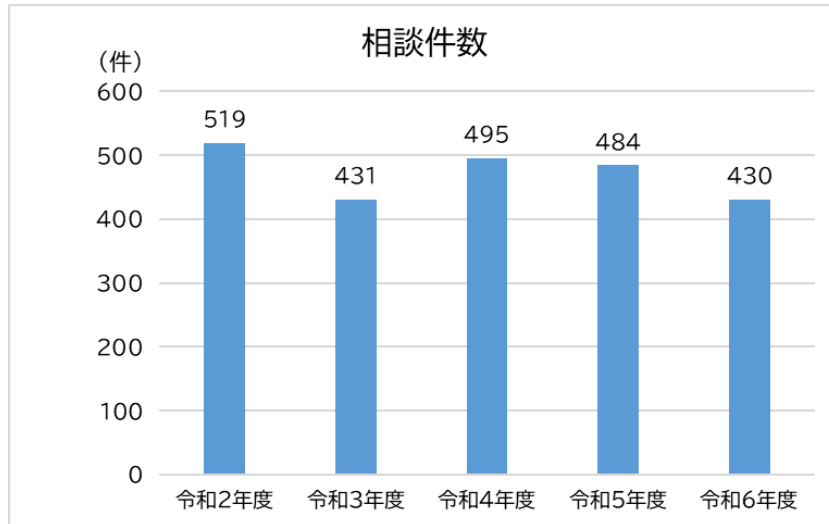
「施策の柱Ⅱ 主体性のある消費者の育成」の主な取組み

1 ライフステージに応じた消費者教育の充実	
(1)学校における消費者教育の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・学校等教育における出前講座・弁護士による消費生活法律授業の実施 ・成年年齢引下げに対応した出前講座の実施 ・各種媒体を活用した消費者教育のための情報周知
(2)地域における消費者教育の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・ライフステージに応じた出前講座の実施(若年期、成年期、高齢期) ・若年者による若年者のための消費者教育事業への支援 ・障がい者等への消費者教育の実施
2 消費者教育の担い手の育成と多様な主体との連携	
<ul style="list-style-type: none"> ・消費生活サポーター制度の強化 ・消費者教育コーディネーターによる消費者教育推進体制の構築 ・市町村相談員等との連携による消費者教育の推進 	
3 持続可能な社会を目指した消費行動の推進	
<ul style="list-style-type: none"> ・エシカル消費の普及啓発 ・環境問題を「自分ごと」として捉えるための意識改革・行動変容の促進、県民総ぐるみによる運動の展開 ・プラスチックごみ削減及び分別・リサイクルの推進 ・食品ロスの削減の推進 	

2 本市の現状

(1) 消費生活相談の現状

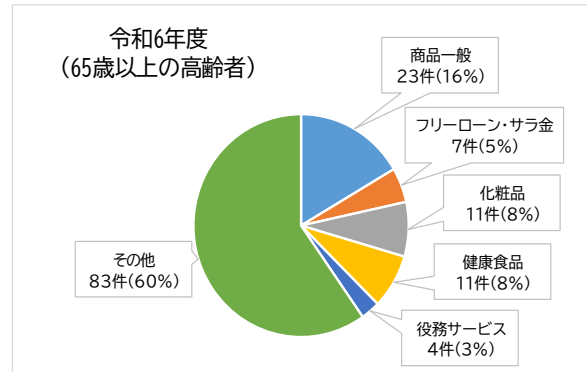
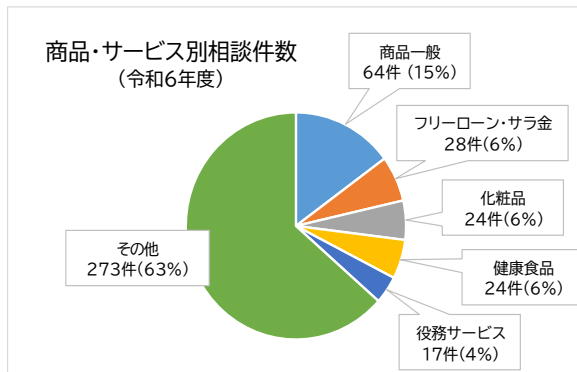
本市が設置する米沢市消費生活センター⁴で令和6年度に受け付けた相談件数は430件でしたが、前年度（484件）より54件減少しており、令和2年度から令和6年度までの5年間を通して、相談件数は減少傾向にあります。



令和6年度に受け付けた相談内容を、商品・サービス別に見ると「商品一般」が64件で最も多く、次いで「フリーローン・サラ金」が28件、「化粧品」と「健康食品」が各24件となっています。

そのうち、契約者が65歳以上の高齢者に限ると相談件数は139件で、全体の約3割を占めています。

高齢者からの相談内容を商品・サービス別に見ると、「商品一般」が23件で最多ですが、「化粧品」と「健康食品」がそれぞれ11件と目立って多くなっていることが分かります。



⁴ 米沢市消費生活センターでは、「商品やサービスの契約で事業者とトラブルになった」「製品を使ってけがをした」など消費者と事業者の間で発生したトラブルの解決を支援しています。

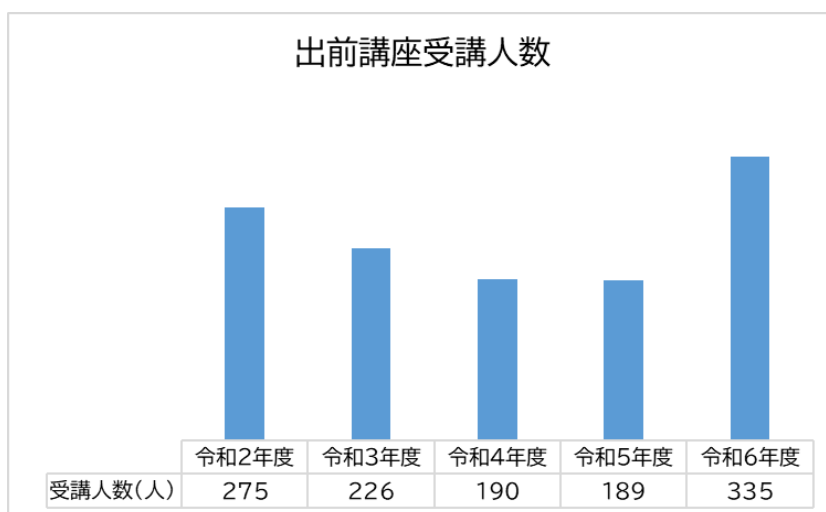
本市は、高齢化が進んでおり、日常の買い物やサービス利用の形態が多様化しています。また、キャッシュレス決済の普及により、現金主義から電子決済へ移行する市民も増えていますが、デジタル機器に不慣れな方への配慮や、オンライン取引に伴うリスクに対する理解不足は大きな課題となっています。

消費生活センターへの相談内容を見ると、オンラインショッピングの利用拡大に伴い、契約内容の理解不足によるトラブルが顕著に増えています。特に高齢者を中心に、商品説明の読み取りが難しい、クーリングオフや返品の適用範囲が不明確である、過大な勧誘や不当表示の被害に遭いやすい状況が見受けられます。また、日用品や生活サービスでも契約の細かな条項が分かりにくいいため、後から不当な追加料金を請求される事例や、解約手続きが困難であるという相談が増えています。

(2) 出前講座の現状

本市では、市民の学習機会を拡充するため、市民からの要請に応じて市職員等を講師として派遣し、行政に関する専門的な知見を生かした内容を提供するまちづくり出前講座を実施しています。

令和6年度の消費生活に関する出前講座の受講人数は335人で、前年度の189人から146人増加しました。新型コロナウイルス感染症による行動制限が緩和され、出前講座の受講人数は増加傾向にあります。



市民が日常の購買や情報収集の場面で信頼できる情報を主体的に選別し、詐欺や誤情報に対して適切に対処できる力を身につけるうえで、出前講座は重要な機会です。今後も受講者の声を反映して内容を随時更新するとともに、より多くの市民が受講しやすい体制を整え、地域全体の情報リテラシー向上と健全な消費生活の実現を目指します。

3 本市における消費者教育のこれまで

(1) これまでの消費者教育

米沢市では、平成 26 年度に「消費者教育のあり方検討事業」において、関係者が集まり、地域の消費者教育の企画案を作成するワークショップを開催しました。このときの企画を基礎として、「学校」「高齢者見守り」「地域」の 3 つを柱として消費者教育を展開してきました。

学校

平成 26 年度、米沢市内の全学校を対象としたアンケート調査の結果を踏まえ、教育現場における効果的な消費者教育の実践に向けて、消費者教育の必要性についての認識を深めるとともに、具体的な学校支援策を行いました。

主な取組	内容
教員を対象とした研修会	校長会・教頭会・教科部会を利用し、教員に向けた研修会を実施。テーマは、学校における消費者教育の進め方など
消費者教育教材の提供	授業で活用しやすい消費者教育教材を提供
授業の実践事例の収集・提供	配布した教材を活用した授業実践例を収集し、配布

小中学生向け消費者教育教材



教員研修会の様子



高齢者見守り

高齢者の消費者被害が深刻化していることを受け、地域における未然防止・早期救済のしくみの構築が求められました。これに対して、見守りの担い手となる「消費者見守りサポーター」の養成を通して、安全・安心な地域にする取組を推進してきました。さらに、サポーターの養成を支える「消費者見守りメイト」の育成も並行して実施することで、見守りの輪を効果的に広げてきました。

令和 6 年度末時点での養成数は、消費者見守りサポーター 2,799 名、消費者見守りメイト 150 名にのぼっています。

消費者見守りサポーター

高齢者の消費者被害に「気づき」「声をかけ」「相談窓口につなぐ」ことで身近な高齢者を見守り、消費者被害を防止する地域の担い手。「見守りサポーター養成講座」を受講し、消費者被害や見守りに関する知識・スキルを習得してサポーターに認定されます。

消費者見守りメイト

サポーター養成講座の講師役。各自の活動場所で見守りサポーター養成講座を実施して見守りの輪を広げる。

消費者見守りサポーター認定の証となる

「みどりんぐ」



地域

公募で集まった市民により「米沢市子どもの自立を支える消費者教育プロジェクト」（愛称：エシカル Yonezawa）」を平成 29 年に発足。地域の子どもたちに向け、エシカル消費の理解を広げることを目的とした取組みを継続しておこないました。

取組	内容
消費者教育教材の作成	<ul style="list-style-type: none">・紙しばい「んまいものにはワケがある！ おいしい『いも煮』がとどくまでの巻」の制作（平成 29 年）・ガイドブック「Action for the future ～私たちがつくる未来～」の制作（平成 30 年）・エシカル消費啓発冊子「やってみっぺ私たちがつくる未来」
市民向けイベントの開催	<ul style="list-style-type: none">・紙しばいの読み聞かせイベント（平成 29 年～）・イベント「親子でオンラインマーク探し」（令和元年）・クリーン作戦（令和 2 年）・ワークショップ「モーターをつかって家庭ゴミからおもちゃをつくろう」（令和 2 年）・保護者向け「18 歳から大人！？保護者が知っておきたい消費者トラブル講習会」（令和 3 年）・子どもを見守るすべての大人に聞いてほしい！！スマホ・ネットトラブル防止講座（令和 4 年）

【制作した紙芝居教材】



【保育園・幼稚園での紙芝居の読み聞かせ】



【親子向けエシカル消費ワークショップ】



【保護者向け消費者トラブル防止講習会】



消防署を名乗る電話にご用心！

9月のある日、市内在住の高齢女性宅に、消防避難準備室を名乗る不審な電話がありました。消防避難準備室を名乗り「災害時の避難に関して」と話し、個人情報や在宅状況を聞かれたが怪しいと思い何も答えなかった。

その後、女性が家族に相談し、米沢消防署に確認したところ、「避難準備室」という部署はなく、消防署ではそのような電話はしていないとのことだった。

これから台風被害など災害が発生しやすい時期になります。不安を煽って個人情報を聞き出す不審な電話がかかってきた時は、注意が必要です。



他にも、「災害時の備蓄品は家族の人数分必要だ」等と言われ、家族構成などを聞き出されそうになったケースもあります。詐欺やその他の犯罪に結びつく可能性もあるので在宅中でも留守番電話に設定し、相手や要件を確認するなど、自衛しましょう。

このような電話があったら、相手の説明を疑い、米沢消防署（☎23-3108）もしくは米沢市役所防災危機管理課（☎22-5111）に確認し、警察や消費生活センターにご相談ください。

(2) 消費者教育推進計画策定に向けたワークショップの開催

これまでの消費者教育の取組みの継続性を確保し、地域における消費者教育の担い手同士のつながりを強化して一層展開を図るために「消費者教育推進計画」策定の必要性が高まりました。これを受け、令和6年度、関係者を集めたワークショップを開催し、消費者教育の推進に向けた課題と今後の方向性について検討しました。ワークショップを通して、各領域での「消費者教育の課題」と「今後必要となる施策」が示されました。

① 実施概要

ワークショップは全2回開催しました。第1回は、現状と課題についての情報共有のほか、消費者教育の方向性について議論しました。また、第2回は、具体的な取り組み内容について議論しました。

ワークショップでは、米沢市の消費者教育の3つの柱である「学校」「見守り」「地域」の3グループに分かれ、各関係者がグループごとに意見交換を行いながら計画の具体的な内容について検討しました。

第1回ワークショップ

日時：令和6年11月18日(月) 13:00～15:50

方法：対面開催 場所：置賜総合文化センター

【流れ】

- ・米沢市のこれまでの消費者教育の取組みを振り返ったあと、グループ内で消費者教育の現状と課題について、意見を交換する。
- ・グループを移動し、他グループの参加者と意見を交換する。
- ・元のグループに戻り、消費者教育推進に向けた方向性について意見を交換する。

第2回ワークショップ

日時：令和6年12月16日(月) 13:00～16:00

方法：対面開催 場所：置賜総合文化センター

【流れ】

- ・グループ内で消費者教育の取組を具体的に議論。
- ・議論の結果を全体発表。
- ・計画全体が推進されるために必要なことについて、グループで再検討
- ・全体で意見交換。

② ワークショップ参加者

ワークショップの参加者およびグループ編成は、以下のとおりです。

なお「見守り」のグループは、高齢者の見守り以外、地域の障がい者の見守りの観点も含んだ話し合いができるようにグループを編成しました。

グループ	メンバー
学校	興道こども園どんぐり園長、米沢市立南部小学校長、米沢市立第六中学校長、県立米沢工業高校教諭、県立米沢女子短期大学准教授、市学校教育課、市こども家庭課、市消費生活センター消費生活相談員
見守り	市高齢福祉課、市社会福祉課、米沢警察署生活安全課、米沢市社会福祉協議会地域包括支援センター、相談支援事業者あずさ相談支援専門員、米沢市介護支援専門員連絡協議会長、市生活安全課（消費者行政担当）
地域	市政策企画課、市環境課、市社会教育文化課、国際交流協会、エシカル yonezawa メンバー、市生活安全課（消費者行政担当）

③ 各グループで示された課題と必要な施策

各グループでは、以下のような課題が示されました。

【学校グループ】

<p>(情報の提供・共有に関する課題)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 教員の負担軽減に向け、現場を支える体制の構築が急務 ■ 教材の情報が入ってこない ■ 他の教科・校種と、消費者教育について情報交換・意見交換等する機会がない ■ 他校の実践事例を知る機会を増やしてほしい ■ 米沢の地域性等を取り入れエシカルの視点の学びや情報に関する学びも入れたい ■ 消費者教育について理解をしていない教員もいる ■ 研修による意識付けの機会が必要 <p>(学習のあり方に関する課題)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 他教科・校種間の連携やカリキュラムマネジメントが重要な一方、現状では不十分 ■ 共通の指標がなく、学び・取組みが「分断」されている。幼児教育においては独自の取組みに任されている ■ 多数の「〇〇教育」が求められる中での実践に苦勞している ■ 幅広い内容の消費者教育の取扱いに苦勞している ■ 既に広がりを見せる SDGs⁵や金融経済教育と関連付けたい <p>(その他)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 学校に通えない子や海外から来た子と保護者の支援も必要
--

⁵ SDGs とは、「Sustainable Development Goals (持続可能な開発目標)」の略称で、2015年9月の国連サミットで採択された国際目標です。SDGs は、2030年までに達成を目指すもので、17の目標と169のターゲットから構成されています。これは、貧困や不平等、環境破壊など、地球が直面する様々な問題を解決し、「誰一人取り残さない」持続可能でより良い世界を目指すためのものです。

【見守りグループ】

（市民意識に関する課題）

- 高齢者等の本人、家族などの見守り者の危機意識が薄く、自分事化が課題
- 高齢者等の傾向として「情報共有を避ける」「周囲との関係性が希薄」「情報共有の手段がない」といった問題がある
- 高齢者等の本人、見守り者ともに被害防止等のための知識のアップデートが必要

（情報の提供・共有に関する課題）

- 迅速な情報を入手できる手段が必要
- 相談現場における事例や疑問の共有により実践的な対策の検討が必要
- 組織間の情報共有を促進し、現場の意見を反映させやすい環境の整備が必要
- 研修の充実により、ケースワーカー等が消費者問題への理解を深める機会が必要

（担い手の養成・活用に向けた課題）

- メイトとサポーターのマッチングの仕組みが必要
- 民間企業や教育機関との連携を強化したい
- ケアマネジャーや民生委員の業務負担への懸念
- サポーターやメイトの養成数は増加しているが、評価基準や年間計画の確立が課題
- 若年層へのアプローチが不足している
- 体操倶楽部などの地域の間・コミュニティを活かした取組みの創出

【地域グループ】

（市民意識に関する課題）

- 特殊詐欺や SNS 等新たな手口に対応するため、市民の知識のアップデートが必要
- 特に親世代に向けたエシカル消費等の意識向上が求められる

（情報共有に関する課題）

- 庁内、消費者団体同士等、地域内での情報共有が不十分
- 連携体制を構築する上で、その核となる「人」や「プラットフォーム」がない

（地域における活動の課題）

- 地域間で、取組みの充実度に格差がある
- 消費者団体の役割も期待されるが、活動の負担が大きい

（その他）

- 外国人への支援が不十分

4 課題の整理

米沢市ではこれまでの消費者教育推進の取り組みの蓄積により、消費者教育の担い手が各自の立場で取り組みを展開してきました。

一方で、既述のワークショップでは、担い手が抱く共通の課題として「取り組みの目標が明確ではないこと」、「情報を効果的に共有するしくみの必要性」、「市民（あるいは教育の担い手）の消費者教育に関する意識を喚起・アップデートすること」が挙げられました。庁内を含む多様な主体の「連携」を深めることの必要性も強く示されました。

こうした課題に対し、地域で消費者教育を推進するために「消費者教育の担い手の連携強化」を主軸として、「消費者教育の明確な指標を設定すること」、「情報共有のしくみの構築」、「多様な主体が連携した地域一体の消費者教育の実現」を消費者教育推進計画の基本的な考え方に取り入れ、各領域における課題に対応する具体的施策を検討する必要性が示されました。

やめられない?! 占いサイトのトラブルに注意!

全国の消費生活センターには、占いサイトやアプリに関する相談が年間1,000件以上寄せられており、2019年以降、増加しています。特に女性からの相談が多く、8割を女性が占めています。当センターでは9割が女性です。



スマホで「無料で鑑定する」と書かれた広告を見てサイトに登録した。「守護霊から3つの贈り物がある」等とメールがあり、鑑定を依頼したが無料期間内に鑑定が終わらず有料のポイント購入を繰り返した。



スマホで「無料占い 宝くじの当選に導く」という広告を見て氏名や生年月日を登録した。「あなたは金運がいいので高額当選の番号までたどり着ける」等とメールが届き、言霊を受け取るために有料のポイントを購入したが、いつまでたっても宝くじが当たらなかった。



無料で占いでできるとあったので、試してみたいと思い氏名と生年月日、メールアドレスを入力したら、サイトから「人気の占い師を紹介する」とメールが来て、それから次々に大量のメールが届くようになってしまった。



占いサイトの中には、「無料鑑定」とうたっていても有料のやり取りへ誘導させるサイトもあります。



- ◎ 氏名や生年月日、メールアドレスなどの個人情報を入力すると大量の迷惑メールが届くこともあります。無料だからといって、気軽に登録しないでください。
- ◎ 占い師や鑑定士を名乗るものからメッセージが届いても安易に返信しないようにしましょう。
- ◎ 占い師や鑑定士の言葉を鵜呑みにしてやり取りを継続しないようにしましょう。

第3章 施策の体系と今後の取組

1 基本理念

子どもから高齢者まで つながりからつくる消費者教育

これまでの消費者教育の取組を踏まえ、庁内の関係部署をはじめ、学校、地域団体、企業など多様な関係主体との連携により、子どもから高齢者までのライフステージに応じた消費者教育の体系的な学習の場をつくることで、自立した消費者の育成を図ります。

2 基本施策

計画の理念を達成するため、以下の3点を施策の柱とし事業に取り組みます。

施策の柱1 「学校」における消費者教育の充実

学校における体系的・継続的な消費者教育を推進することにより、子どもたちが主体的に判断し、行動する力を身につけることを目指します。その実現に向け教員の消費者教育に対する理解と意識の向上及び授業実践の支援の充実を図り、教育現場における消費者教育の実践につなげます。

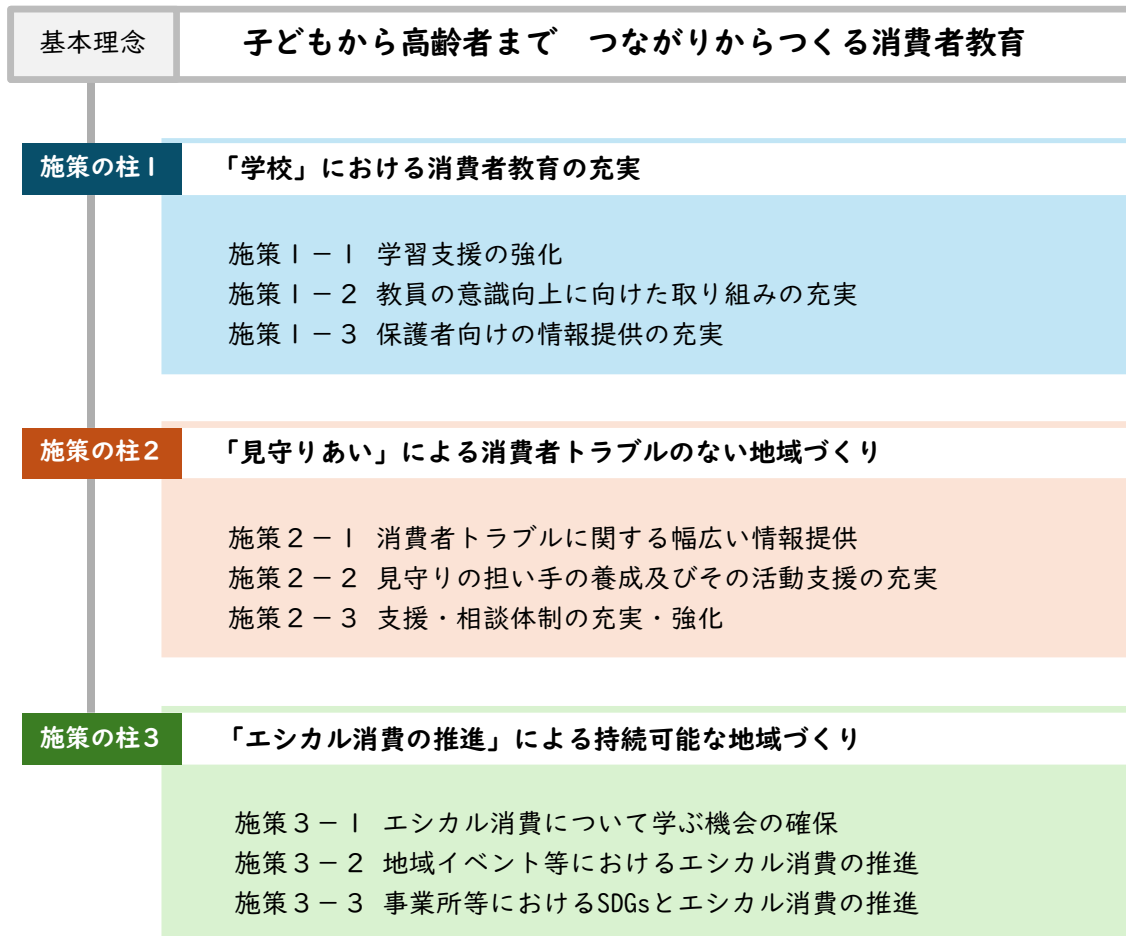
施策の柱2 「見守りあい」による消費者トラブルのない地域づくり

消費者トラブルの未然防止に向けて、市民一人ひとりが自らの生活に必要な基礎的な知識や判断力を習得する学びの機会を確保し、被害を自ら回避できる力を育みます。さらに、自分だけではなく、家族など身近な人たちが消費者被害に遭わないよう見守り意識を高めます。そうした一人ひとりの学びと見守り活動を地域全体へと広げ、多様な主体の「見守りあい」によって、誰もが安心して暮らし続けられる地域づくりを目指します。

施策の柱3 「エシカル消費の推進」による持続可能な地域づくり

市民一人ひとりが人や社会、環境に配慮した消費行動（エシカル消費）を自らの生活の中で実践し、地域全体にその意識と行動が広がっていくことを目指します。エシカル消費に関する理解と実践を促進するとともに、地域内でのつながりを強化し、協働した取り組みの創出も図ります。

3 計画の体系



当日になっても届かない!? “クラT”トラブルに注意



学校に届いたパンフレットを見て、生徒が文化祭で使用するクラスTシャツを注文したが、当日になっても届かず、連絡も取れない。

体育祭や文化祭などの学校行事で着るおそろいのTシャツは「クラスTシャツ（クラT）」と呼ばれ、オリジナルのデザインを考え、事業者注文するという流れが一般的です。



「注文後、事業者と連絡が取れなくなった」という事態を避けるために、事業者の住所が実在するかどうか確認し、連絡先を把握しておきましょう。返品やキャンセルについても事前に確認しておきましょう。

注文の際は、Tシャツを使用するイベントの日時を伝え、商品の発送予定日を確認し、余裕をもって早めに注文しましょう。

カタログに掲載されていたとしても、実在する企業やスポーツチーム等のロゴが入ったデザインは、正規品であることが確認できない場合は絶対に注文してはいけません。

4 施策の展開

施策の柱1 「学校」における消費者教育の充実

施策1-1 学習支援の強化

学校で学ぶ消費に関する知識を実際の消費行動に結びつけられる力を育てていく必要があります。単に知識を伝えるだけでなく、実践的な学習機会を確保し、手厚い学習支援を行うことで、子どもたちが幼少期から社会の一員として正しい消費行動ができるよう、また自立した消費者となる意識づくりを支援します。

〈主な取組〉

- ▶ 消費者教育教材の配布や出前講座の実施により、学校での消費者教育を支援します。
- ▶ アンケート調査により教材や出前講座についての満足度を把握し、適切な教材の配布、講座の内容の充実に努めます。
- ▶ 高校生、大学生に向けて、SNSを通じた消費者トラブルの未然防止や誤って被害者となった際の対処についての知識の啓発を強化します。

施策1-2 教員の意識向上に向けた取り組みの充実

教育現場において、消費者教育の重要性は広く認識されているものの、その実践方法は地域や学校によって様々であり平準化が進んでいないことから、児童・生徒等の学習プロセスに合った消費者教育に関する啓発教材の配布、教員向けの研修会や効果的な実践事例を提供できる環境を整備します。また、学校内外での実践機会を創出することにより、教員間の情報交換と連携を促進し、地域との協働を深めます。あわせて、社会情勢の変化に対応した授業を展開できるよう支援を拡充し、地域の現状に即した内容で消費者教育を提供できる体制を整えます。

〈主な取組〉

- ▶ 消費者教育の意義及び実践に対する理解と意識を向上するため、教員向けの研修会等を実施します。
- ▶ 実践方法の標準化と実践事例の共有を図り、負担を生じにくい運用の仕組みを構築するなど、消費者教育の実践を推進する取組を展開します。(消費者教育ポータルサイト、出前講座等の活用)
- ▶ アンケート調査を実施し、研修内容の要望や満足度を把握するとともに、教育現場への支援の在り方を検討します。あわせて、教員相互の情報交換の機会を創出します。

施策1-3 保護者向けの情報提供の充実

核家族化や共働き世帯の増加、さらに新型コロナウイルス感染症を経験したことで、リモートワークやリモート学習が急速に普及し、インターネットを介したデジタル消費行動は私たちの生活に深く浸透しました。手軽に始められる利点がある一方で、こ

れに伴う消費者トラブルも急増しており、時には個人の力だけでは解決が困難な問題も発生しています。家庭内で起こりうる消費者トラブルを未然に防ぎ、デジタル消費の利便性を享受しつつも、子どもたちが賢明な判断ができるよう家庭における消費者教育の推進が不可欠であることから、保護者が正しい知識を習得できるよう情報発信を強化します。

〈主な取組〉

- ▶ 消費者教育の学びを家庭に広げ、生活における実践につなげるため、デジタル教材を配信するなど、保護者向けの充実した情報提供に取り組みます。
- ▶ 保護者向け講座の開催や学校行事と連動した情報発信など、多様な手法を通じて保護者の関心と理解の向上を図るとともに、親子で学べる機会の提供に取り組みます。

活動指標	現状 (R6)	目標 (R12)
児童・生徒・学生向け出前講座の実施件数	2件	6件
児童・生徒・学生向け出前講座の受講者数	246人	600人

SNSの激安広告は慎重に！ 代引きトラブルが増えています！

SNS※に表示された広告をきっかけに商品を購入し代金引換サービス（代引き）で支払ったが、粗悪品だったという相談が増えています。（※ソーシャルネットワーキングサービスのこと。例えばInstagramやX（旧Twitter）、YouTube、TikTokなど）



SNSに「1秒で室温を20度下げる」という扇風機の広告が出た。日本企業と大学の共同開発とあったので注文した。代引きで支払ったが広告と違い全く涼しくならない。返品するのでお金を返してほしい。



ネット通販で「粗悪品」が届いたという相談では、SNS上の広告がきっかけになっていることが多く、実在する企業や大学をかたっていたり、最新技術であるなどと謳っているものの、粗悪品で使うことができないという相談が増えています。

- ◎ 支払い方法が代引きのケースが多く、一度お金を支払ってしまうと販売業者と交渉しなければなりません。購入したサイト（販売業者）がわからない方も多く見られます。
- ◎ 代引きでお金を集金している宅配業者は、粗悪品であってもお金を返すことはできません。送り状に書かれた発送代行業者に連絡しても電話が繋がらず交渉が困難な場合もあります。



広告の商品は様々なものがありますが、夏は冷房器具、冬は暖房器具が目立ちます。SNSは、テレビやラジオ、新聞、雑誌などよりも審査がゆるく、詐欺的な広告が入り込みやすいため、広告の内容を鵜呑みにするのはとても危険です。広告によっては「この広告が表示された方のみ」「画面を閉じたら二度と表示されない」等と、購入をおもものもあります。注文する前に家電量販店やメーカーに問い合わせるなどし、トラブルに遭わないように気をつけましょう。



施策の柱2 「見守りあい」による消費者トラブルのない地域づくり

施策2-1 消費者トラブルに関する幅広い情報提供

市民が日常の消費活動で直面するトラブルを、できるだけ多くの人に、理解しやすい形で共有することにより、被害の未然防止と早期対応を促していく必要があります。情報の普及を通じて消費者のリスク認識を高め、どのような消費行動が問題を生みやすいかを知る機会を拡大していくことにより、消費者自身が「これは危ないかもしれない」と判断できる力を育み、トラブルの発生を抑制します。

また、すでに起きているトラブルの事例や留意点を多言語化も含め幅広く提供することで、被害の拡大を回避し、相談先や解決の道筋を迅速に選択できるようにするほか、情報を多様な層へ届けることを通じて、デジタル格差や年齢・地域による情報格差を埋め、誰もが必要な情報を得ることができる機会を確保します。

〈主な取組〉

- ▶ 広報よねざわや市のホームページでの情報発信の継続のほか、やまがた110ネットワークの登録を呼びかけ、消費者トラブルに関する情報の幅広い提供に取り組みます。
- ▶ 各コミュニティセンターや事業所などで消費者トラブル等に関する出前講座を開催します。

施策2-2 見守りの担い手の養成及びその活動支援の充実

地域社会全体で孤立した消費者を見守る仕組みを強化し、消費生活上のトラブルを未然に防ぐ必要があります。見守りを担う人材を計画的に育成するとともに、その活動を継続的に支援する体制を整え、地域の金融機関・コンビニエンスストア・宅配事業者や米沢市国際交流協会などと連携し、地域全体で支える仕組みを強化します。

特に、金融機関、コンビニエンスストア、宅配事業者、米沢市国際交流協会などの地域事業者や市民、福祉の支援者、民生委員等が協力して見守りネットワークを構築することで、地域の見守り力を高め、消費生活教育の推進と連携させるなど効果的に進めます。

〈主な取組〉

- ▶ 高齢者のほか障がい者の見守りの視点を加えた消費者見守りサポーター及び消費者見守りメイトの養成講座を開催します。
- ▶ 消費者被害のない地域づくりのため、米沢市消費者安全確保地域協議会⁶の機能を活

⁶ 消費者安全法(平成21年法律第50号)第11条の3第1項の規定により、本市における消費者安全の確保のための取組を効果的かつ円滑に行うため、関係機関により構成する米沢市消費者安全確保地域協議会を設置しています(令和5年10月1日設置)。

高齢者や障がい者を消費者トラブルから守るためには、福祉関係者や医療関係者、警察や消費者団体、民間事業者の方、消費生活サポーターや自治会の方など、地域で見守る多様な担い手のみなさんの気付きを消費生活センターにつなぐことが何より大切です。

用し、「見守りあい」による情報共有化と早期対応を行います。

- ▶ サポーターやメイトなど見守る側へのアンケート調査を実施し、取組の課題及び見守り活動への関心度の把握に取り組みます。

施策2-3 支援・相談体制の充実・強化

消費者の安全と教育機会を守るための中核となるような基盤整備が必要です。高齢者、障がい者等消費生活上特に配慮を要する消費者を地域の様々な主体が連携し見守ることを目的に設置された米沢市消費者安全確保地域協議会を有効に活用し、横の連携の強化を図ります。迅速な情報の共有とその対応により、見守りが必要な高齢者・障がい者等に対して、的確に解決に導く体制を作るとともに、地域における消費者教育の推進力を、行政だけでなく教育機関、消費生活センター、地域包括支援センターなどが一体となって高めていきます。

また、消費生活センターは、単なるトラブル解決の場に留まらず、消費生活に関する知識の普及や暮らしに役立つ情報の提供を行うほか、相談窓口としての認知度向上及び利用促進に努め、現代社会における極めて重要な役割を担います。

〈主な取組〉

- ▶ 消費者問題を解決する組織体制を強化するため、消費者安全確保地域協議会の構成団体の拡大を図ります。
- ▶ 消費生活センターが受けた相談事例や各機関が認知した事案等を市のホームページやSNS等で情報発信します。
- ▶ 地域協議会の実務力向上のため、先進事例を学ぶ研修会を開催します。
- ▶ 各層に対して、生活の身近な場での認知と利用動機を同時に高めるため、デジタルリテラシーや消費者教育の出前講座を実施します。

活動指標	現状 (R6)	目標 (R12)
見守りメイト累計育成人数	150人	200人
見守りサポーター累計養成人数	2,799人	4,600人
消費生活センターの認知度	—	60%
一般向け出前講座の実施件数	3件	6件
一般向け出前講座の受講者数	89人	120人

施策の柱3 「エシカル消費の推進」による持続可能な地域づくり

施策3-1 エシカル消費について学ぶ機会の確保

エシカル消費を学ぶことは、賢い消費者を育てていくことに繋がります。製品の製造過程や資源の使い方、社会的責任に取り組む企業の姿勢を理解し、情報を正しく読み解く力と倫理的判断に基づく選択力を高められ、その結果、必要以上の消費を控え、食品ロスを減らし、環境負荷の低い商品や地域産品を選ぶ行動へと広がります。こうした日常の選択は、社会課題の解決と地域経済の持続可能性に繋がり、SDGsの目標12「つくる責任 つかう責任」を暮らしに落とし込む力となることから、誰もが学べる機会を創出します。

また、エシカルの認知度を高めるには、現状の取り組みを土台に、情報伝達の強化と市民の生活行動へ結びつく実践機会を同時に拡充することが効果的であることから、様々な分野や役割を持つ関係者の連携と多角的なアプローチを行い、消費者一人ひとりの主体的な行動変容へと結びつけます。

…〈主な取組〉…

- ▶ 市民を対象に、エシカル消費をテーマとした公開講座の実施や情報発信により学びの機会を確保し、市民のエシカル消費の認知と意識向上に努めます。
- ▶ 市民一人ひとりが「エシカル」の意義を意識し、日常の消費や選択において倫理・環境・社会的視点を持って行動できるよう、体験型ワークショップや教材・パンフレット・動画の活用に取り組みます。
- ▶ 市民を対象とした意識調査を実施し、エシカル消費への関心や意識変化の把握に取り組みます。

施策3-2 地域イベント等におけるエシカル消費の推進

エシカル消費は、地域の人・社会・環境に配慮した消費行動を促すものであり、地産地消やリサイクル製品の購入、サステナブルファッションの実践など、日常生活の選択を変える第一歩となります。特に、日常の買い物やボランティア活動を通じて地域貢献意識の向上に繋がることから、エシカル消費に関心を持つ個人や団体の交流と連携強化に取り組み、地域におけるエシカル消費の推進を図ります。

…〈主な取組〉…

- ▶ 地域や学生のイベント、環境イベント等を活用し、地域におけるエシカル消費の実践と定着を図ります。

施策3-3 事業所等におけるSDGsとエシカル消費の推進

SDGsは組織の長期戦略と社会全体の持続可能性を統合する枠組みであり、エシカル消費は購買・消費の倫理性を担保する具体的な運用です。両者を同時に推進することで、調達の倫理性を高めつつ、地域社会・環境へのプラスの影響を広げられます。

事業所等においては、SDGs の理念を踏まえた、人や社会、環境等に配慮した「エシカル」の概念を含む取り組みを既に行っており、サプライチェーン全体における人権・労働環境への配慮、持続可能な原材料調達、製品・サービスのライフサイクルにおける配慮（特に消費者への配慮）などは、「エシカル」に合致していることを認識してもらい、引き続き SDGs の理念を基にしたさらなる行動を推進します。

＜主な取組＞

- ▶ 広報よねざわ等の広報媒体を活用し、地域企業におけるエシカル消費に関する取組や企業独自の社会貢献事業を紹介するなど周知に取り組みます。
- ▶ 企業主催の普及啓発イベントへの参加を促し、地域全体の情報流通と意識向上に取り組みます。

活動指標	現状 (R6)	目標 (R12)
エシカル消費の認知度	—	30%
一般向け出前講座の実施件数（再掲）	3件	6件
一般向け出前講座の受講者数（再掲）	89人	120人

第4章 計画の推進に向けて

1 消費生活センターにおける消費者教育推進機能の強化

消費生活センターには、様々な消費生活に関わる相談・情報が寄せられ、専門知識や経験を有する消費生活相談員等を中心に対応しています。

本計画を着実に推進するには、様々な情報が日々集まる消費生活センターを消費者教育の拠点として位置づけ、相談業務だけでなく、市民に身近な地域や学校等にこれらの情報を提供し、市民一人ひとりが自立した消費者になることを目指すとともに、地域の消費者として学び合い、ともに支えあう地域づくりを推進します。

2 推進体制

計画の推進にあたっては、関係機関で構成する「米沢市消費者安全確保地域協議会」において、密接な連携を図りながら、本市の消費者教育に係る施策を効率的かつ効果的に実施します。

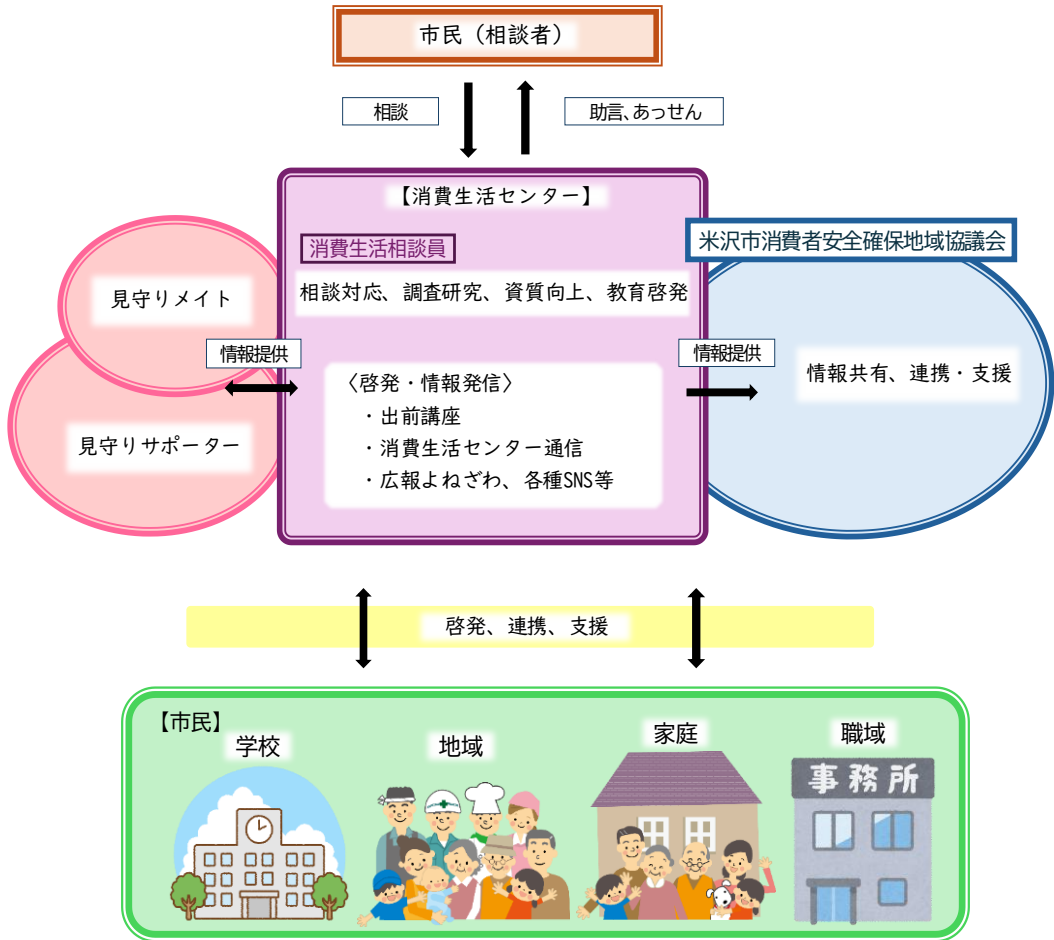
また、これまでも学校、行政、消費者団体など様々な主体がそれぞれの場において、消費者教育を精力的に取り組んできたところではありますが、今後さらに多様な消費者教育を充実していくためには、様々な主体がそれぞれ実施する施策について、相互に連携しながら柔軟に取り組んでいくことが重要となります。

このことから、消費生活に関わる多様な関連団体・部署等各々の役割を理解し、情報交換・意見交換等を通して、連携を図りながら推進していきます。

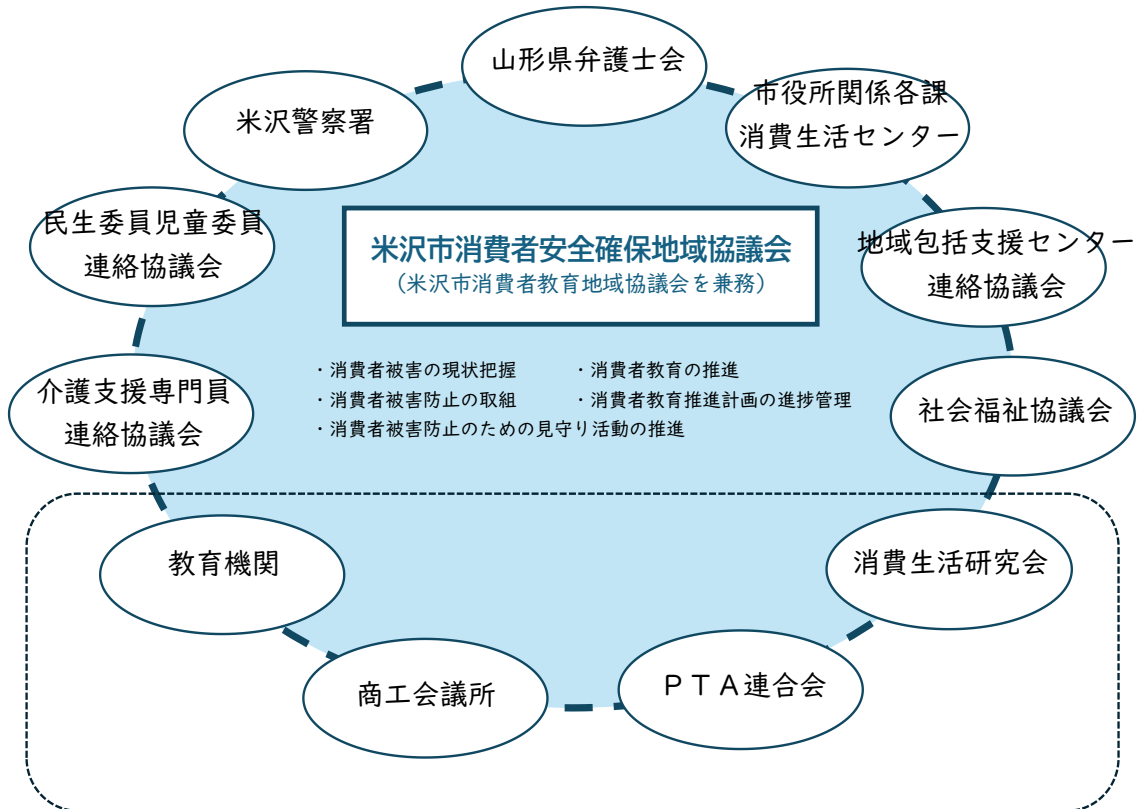
3 進行管理

国・県における動向に注視するとともに、「米沢市消費者安全確保地域協議会」において、消費者教育の推進に関する進捗状況等についての把握を行うとともに、計画全体が円滑に、かつ確実に目標達成できるよう適切な進行管理に努めます。

【推進体制】



【米沢市消費者安全確保地域協議会】



4 計画の指標

活動指標	現状 (R6)	目標 (R12)
児童・生徒・学生向け出前講座の実施件数	2件	6件
児童・生徒・学生向け出前講座の受講者数	246人	600人
見守りメイト累計養成人数	150人	200人
見守りサポーター累計養成人数	2,799人	4,600人
消費生活センターの認知度	—	60%
一般向け出前講座の実施件数	3件	6件
一般向け出前講座の受講者数	89人	120人
エシカル消費の認知度	—	30%

リチウムイオン電池の膨張、発煙・発火に注意！

リチウムイオン電池は小型大容量、繰り返し使用が可能などの利点から、モバイルバッテリーやワイヤレスイヤホン・スピーカーなど、身の回りの様々な商品に搭載されています。しかし、便利な一方で電池の発煙・発火事故も発生しています。

スマホ用のモバイルバッテリーがすごく膨らんできた。廃棄したいが危険性もあるかもしれない。どのようにして廃棄したらよいか。



- ◎ 製造・販売元や型式が明示されていない商品や、仕様が不明確な商品を購入するのは避けましょう。充電器やモバイルバッテリーは、PSEマークの表示を確認しましょう。
- ◎ 充電の際は適切な充電器を使用し、もし充電端子が加熱したり異臭がした際は直ちに使用を中止しましょう。
- ◎ 落下などで電池に衝撃が加わると、発煙・発火を伴う事故につながる可能性も考えられます。持ち運びや保管の際は取扱に注意し、電池に膨張が見られたら使用を控えましょう。
- ◎ 米沢市にお住まいの方は、中身の見えるビニール袋に入れて、口を縛り、有害ごみの日に出してください。

詳しいごみの出し方については、米沢市役所環境課にお問い合わせください。(22-5111)

資料編

米沢市消費者教育推進計画検討委員会設置要綱（令和7年6月25日告示第162号）

（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）第10条第2項の規定により米沢市消費者教育推進計画（以下「推進計画」という。）を策定するに当たり、同条第3項の規定により市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、米沢市消費者教育推進計画検討委員会（以下「委員会」）を設置する。

（所掌事務）

第2条 委員会は、次に掲げる事項について検討を行い、市長に意見を述べるものとする。

- （1）推進計画の策定に関すること。
- （2）その他推進計画に関し市長が必要と認めること。

（組織）

第3条 委員会は、委員11人以内で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱し、又は任命する。

- （1）識見を有する者
- （2）市内で経済活動を行う事業者又は事業者団体関係者
- （3）消費者又は消費者団体関係者
- （4）高齢者団体関係者
- （5）福祉関係者
- （6）学校教育関係者
- （7）社会教育関係者
- （8）その他市長が必要と認める者

（任期）

第4条 委員の任期は、委嘱又は任命の日から第2条に規定する意見を述べた日までとする。

2 補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

（委員長）

第5条 委員会に委員長を置き、委員の互選により定める。

- 2 委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。
- 3 委員長に事故があるとき、又は委員長が欠けたときは、あらかじめ委員長の指名する委員がその職務を代理する。

（会議）

第6条 委員会の会議は、委員長が招集する。

- 2 委員会は、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 委員長が必要と認めたときは、会議に委員以外の者を出席させて意見等を聴くことができる。

（庶務）

第7条 委員会の庶務は、市民環境部生活安全課において処理する。

（その他）

第8条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って定める。

附 則

この要綱は、公布の日から施行する。

米沢市消費者教育推進計画検討委員会 委員名簿

(敬称略)

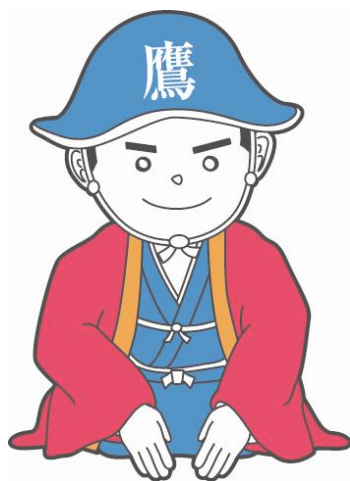
氏名	所属・役職等	備考(区分)
中川 恵	米沢女子短期大学社会情報学科 准教授	(1)識見を有する者
竹田 洋子	米沢商工会議所 中小企業振興部 課長	(2)市内で経済活動を行う事業者 又は事業者団体関係者
鈴木 里佳	米沢市消費生活センター 消費生活相談員	(3)消費者又は消費者団体関係者
石塚 久子	米沢市消費生活研究会 会長	(3)消費者又は消費者団体関係者
多田 智美	米沢市地域包括支援センター連絡会 会長	(4)高齢者団体関係者
上浦 浩輝	米沢市社会福祉協議会 地域福祉係長	(5)福祉関係者
山口 玲子	米沢市小中学校長会 会長(米沢市立興讓小学校長)	(6)学校教育関係者
妻鳥 史子	山形県立米沢鶴城高等学校 教諭(家庭科)	(6)学校教育関係者
佐藤 美洋	米沢市PTA連合会 会長(米沢市立南部小学校)	(7)社会教育関係者
阿部 千穂	公募委員	(8)その他市長が必要と認める者

消費者教育の体系イメージマップ

消費者庁が2013年に公表。地方公共団体や教育関係者が消費者教育の計画や教材作成に活用するための指針として期待されています。幼児期から高齢期までの各ライフステージにおいて、消費者が身につけるべき内容を「消費者市民社会の構築」「商品等の安全」「生活の管理と契約」「情報とメディア」の4つの重点領域で一覧化したものです。

各期の特徴 重点領域	Ver.1.0			
	幼児期	小学生期	中学生期	
消費者市民社会の構築	様々な気づきや体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し、自らの行動を始める時期
	消費がもつ影響力の理解	消費をめぐる物と価値の流れを考えよう	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を身に着けてみよう
	持続可能な消費の実践	自分の生活と身近な環境とのかわりに気づき、物の使い方を工夫しよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを築きよう
	消費者の参画・協働	協力することの大切さを知ろう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう	消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手段を知り、使おう	安全で危険の少ないくらしと消費社会をつくらう
	トラブル対応能力	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しやすい社会をつくらう
生活の管理と契約	選択し、契約することへの理解と考える態度	物の選び方、買い方を考え、適切に購入し、約束やきまりを守ろう	商品を選択し、契約とともに、契約とそのルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう	契約トラブルに遭遇しない暮らしに活かそう
	生活を設計・管理する能力	欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	経済社会の変化に対応し、生涯を豊通した計画的な暮らしをしよう
情報とメディア	情報の収集・処理能力	身の回りのさまざまな情報に気づこう	消費生活に関する情報の収集と発信した情報への責任を知ろう	情報と情報技術を適切に利用しよう
	情報社会のルールや情報モラルの理解	自分や知人の個人情報を守ろう	著作権や発信した情報への責任を知ろう	トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくらう
消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ？」と問いかけて考えよう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会意思決定の大切さを知ろう	又え合いながら消費生活情報を上手に取り入れよう

※本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体系的に組み立て、理解を深めやすいように整理したものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。



米沢市消費者教育推進計画 (令和8年度～令和12年度)

発行	米沢市市民環境部生活安全課
編集・監修	米沢市・公益財団法人消費者教育支援センター 〒992-8501 米沢市金池五丁目2番25号 電話 0238-22-5111(代)