

【概要】第2次鯖江市消費者教育推進計画

計画期間2025年度(令和7年度)～2029年度(令和11年度)

1 基本理念

消費者と事業者が築く、安心・安全で持続可能な

消費者市民社会(※)「めがねのまちさばえ」を目指して

賢い消費者となって消費者被害を未然に防ぐとともに、「めがねのまちさばえ」らしい活力ある消費者市民社会の実現を目標とします。

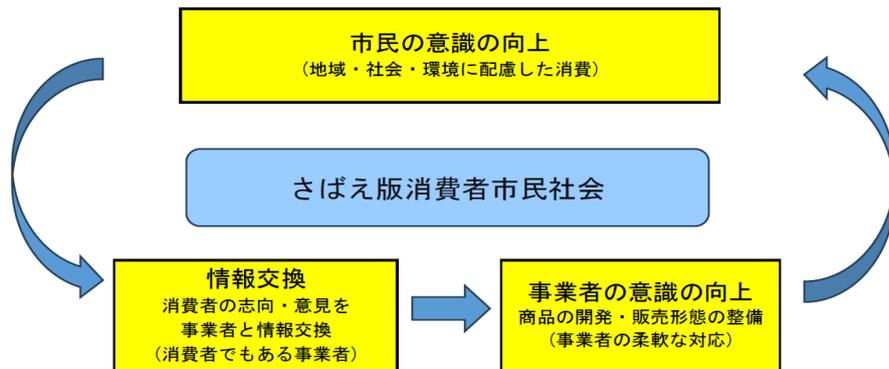
※ 消費者市民社会とは

消費者が、個々の特性や消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、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国内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼすものであることを自覚して、持続可能な社会を目指し積極的に参画する社会。

2 計画策定の趣旨と改定のポイント

策定の趣旨

・消費行動を通じて深刻化する環境問題や社会問題に貢献するとともに、事業者と消費者の循環型による消費者教育を統合的かつ一体的に推進します。



・消費者が安心して、安全で豊かな消費生活が営める社会の実現のため、必要な情報を得て自主的かつ合理的に行動できるよう、消費者の多様な特性に応じたアプローチと社会情勢の変化に対応した消費者教育を推進します。

改定ポイント

- ・「ものづくり」とこれらの産業を支えてきた歴史、伝統、文化、自然、環境、市民性など鯖江市独自の特性を活かした消費者行政・消費者教育の推進が必要。
- ・消費者の多様化やデジタル化の進展など社会情勢の変化への即応やSDGs達成に向けた施策が不可欠

3 計画の位置づけ

消費者教育の推進に関する法律 第10条第2項に基づき策定する「市町村消費者教育推進計画」として位置付けます。

4 消費者教育の基本的な方向性(重点項目)

消費者と事業者が築く、安心・安全で持続可能な

消費者市民社会「めがねのまちさばえ」を目指して

1 さばえ版消費者市民社会・消費者志向経営の意識醸成の推進

- ・消費者の意識醸成の推進(さばえ版消費者市民社会の推進)
- ・事業者の意識醸成の推進(さばえ版消費者志向経営の推進)

2 幼児期から高齢期までの切れ目ない消費者教育の提供

- ・ライフステージに応じた消費者教育の推進
- ・消費者教育の担い手となる人材の育成

新 3 消費者の多様な特性に応じたアプローチと連携

- ・消費者の多様な特性に応じた消費者教育の推進

新 4 社会情勢の変化に対応した消費者教育の推進

- ・生成 AI や SNS の利用等、デジタル化に対応できる消費者教育の推進
- ・自然災害等、緊急時の消費生活に関する知識と理解推進

5 計画の重点項目とSDGsの関係

2015年9月国連サミットにおいて全会一致で採択された「持続可能な開発目標SDGs」の理念に賛同し、市の最上位計画である「デジタル田園都市構想総合戦略」においても持続可能な開発目標(SDGs)の推進を横断的方針として取り組んでいくこととしています。

消費者教育推進計画を推進するにあたり、SDGsを意識して取り組み、消費者・事業者双方が、循環型で自ら学び、考え、行動して、経済、社会、環境の3側面に好循環と相乗効果を生み出すことにより、安心・安全で持続可能な消費者市民社会「めがねのまちさばえ」を目指します。

第2次鯖江市消費者教育推進計画で関係が強い目標



6 数値目標(成果目標)

- 商品・サービスを選択する際に、地域・社会・環境のことを意識する消費者の割合
(重点項目1・3に対応)

現状 52% ⇒ 70%

- 事業所で地域・社会・環境のことを意識する事業者の割合(重点項目1・3に対応)
(※ 事業所アンケート結果における「地域、社会、環境に配慮した商品の製造・販売
に取り組んでいる事業者の割合」による)

現状 32% ⇒ 70%

- 学校、地域、職場で消費生活に関する教育や消費者教育を受けた割合(重点項目2に対応)

現状 39% ⇒ 50%

- 配慮の必要な消費者の支援者等への被害防止啓発講座の充実(重点項目3に対応)

現状 10回/年 ⇒ 30回/年

- 関係機関、団体、人との情報交換の場の充実(重点項目1・3・4に対応)

現状 4回/年 ⇒ 10回/年

- 生成AIやSNSの利用等、デジタル化に対応できる講座の開催
(重点項目2・4に対応)

現状 17回/年 ⇒ 30回/年