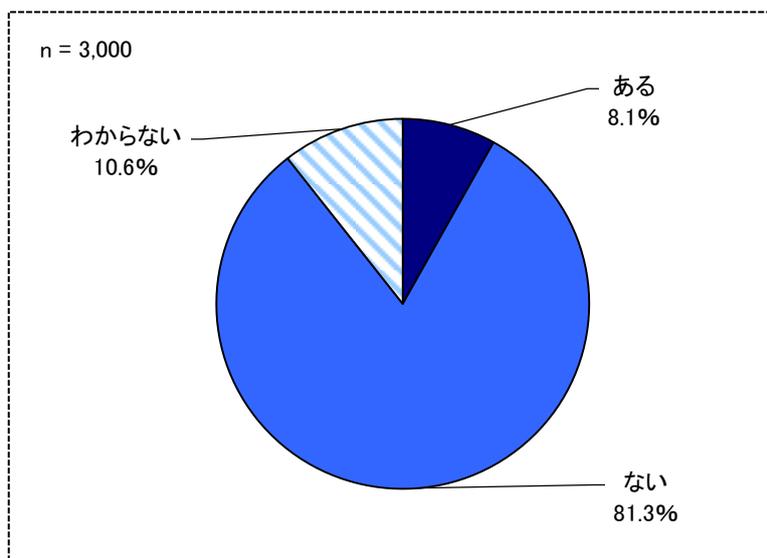


4. 消費者教育について

4-1. 消費者教育（啓発含む）を受けた経験（問23）

消費者教育（啓発を含む）を受けた経験について尋ねたところ、「ある」8.1%、「ない」81.3%、「わからない」10.6%であった。

4-1-1. 【消費者教育を受けた経験の有無】

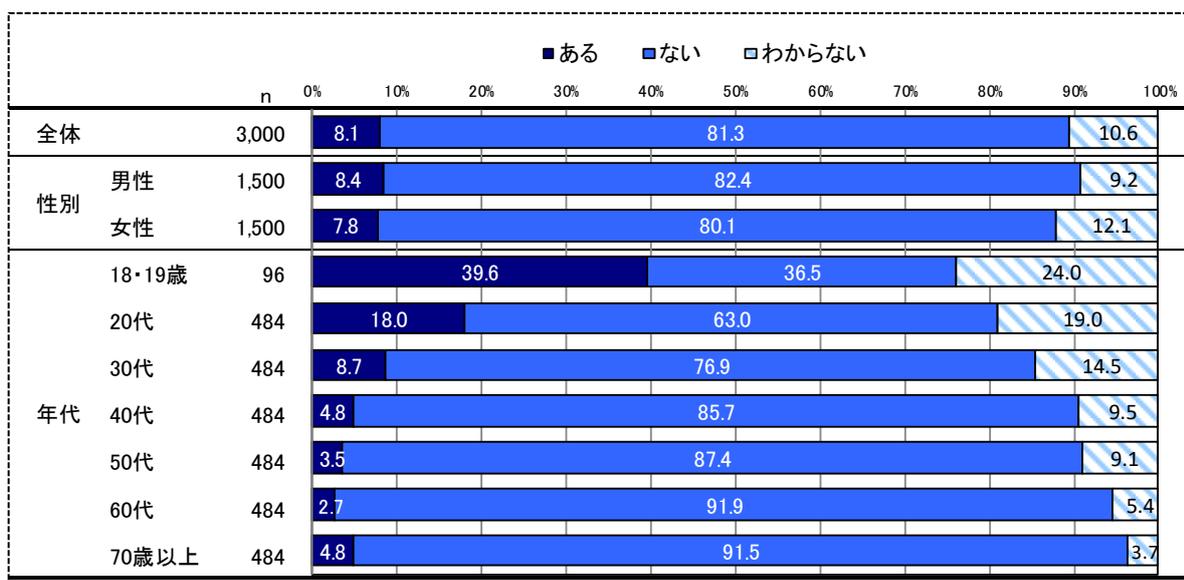


① 性別・年代別

性別では【男性】の8.4%、【女性】の7.8%が消費者教育を受けた経験が「ある」と回答した。

年代別では、「ある」の割合が最も高いのは【18・19歳】で39.6%、最も低いのは【60代】で2.7%、その差36.9ポイントであった。

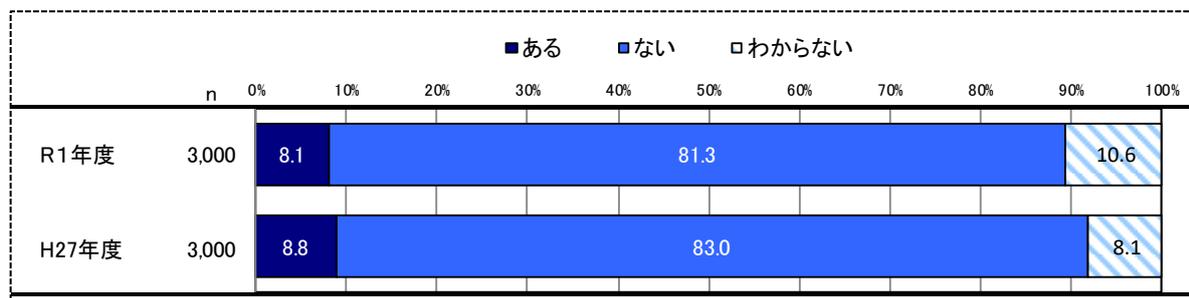
4-1-2. 【消費者教育を受けた経験の有無（性別・年代別）】



② 平成 27 年度調査との比較

消費者教育を受けた経験がある人の割合は、【R1 年度】と【H27 年度】で概ね同じ傾向であった。

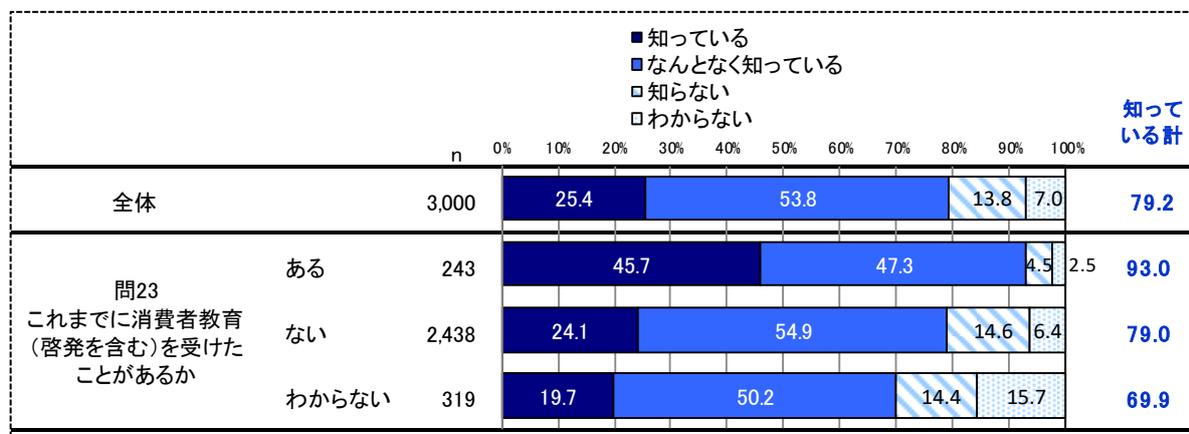
4-1-3. 【消費者教育を受けた経験の有無（平成 27 年度調査との比較）】



③ 消費者教育を受けた経験別 消費行動が社会・経済・環境等に影響を及ぼす可能性の認知（問 4）

消費行動が社会・経済・環境等に影響を及ぼす可能性の認知（問 4）について、消費者教育を受けた経験別で比較すると、消費者教育を受けた経験があると回答した 243 名のうち、「知っている」の割合は 45.7% であった。一方、消費者教育を受けた経験がないと回答した 2,438 名のうち、「知っている」の割合は 24.1% と、その差 21.6 ポイントであった。

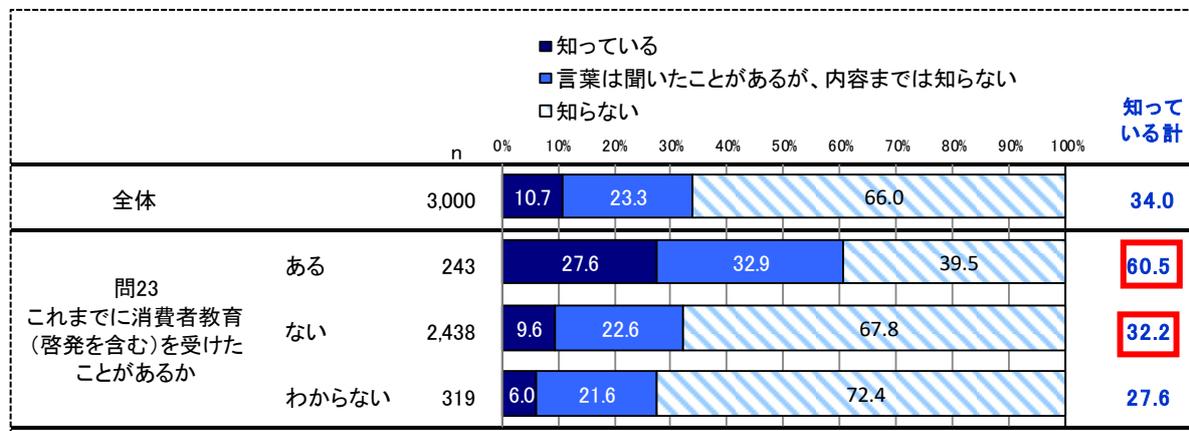
4-1-4. 【消費行動が社会・経済・環境等に影響を及ぼす可能性の認知
（消費者教育を受けた経験別）】



④ 消費者教育を受けた経験別 エシカル消費の認知（問5）

エシカル消費の認知（問5）について、消費者教育を受けた経験別で比較すると、消費者教育を受けた経験があると回答した243名のうち、知っている計の割合は60.5%であった。一方、消費者教育を受けた経験がないと回答した2,438名のうち、知っている計の割合は32.2%と、その差28.3ポイントであった。

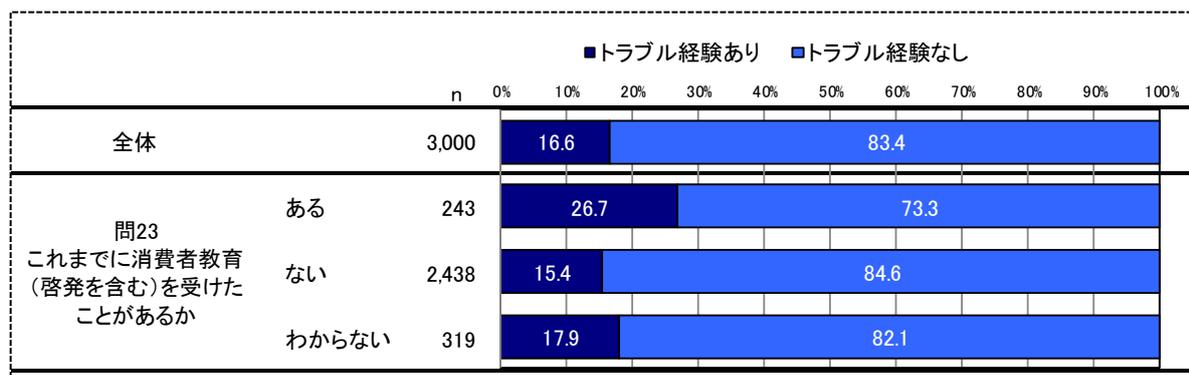
4-1-5. 【エシカル消費の認知（消費者教育を受けた経験別）】



⑤ 消費者教育を受けた経験別 直近1年間での消費生活トラブルの経験（問9）

直近1年間での消費生活トラブルの経験（問9）について、消費者教育を受けた経験別で比較すると、消費者教育を受けた経験があると回答した243名のうち、「トラブル経験あり」の割合は26.7%であった。一方、消費者教育を受けた経験がないと回答した2,438名のうち、「トラブル経験あり」の割合は15.4%と、その差は11.3ポイントであった。

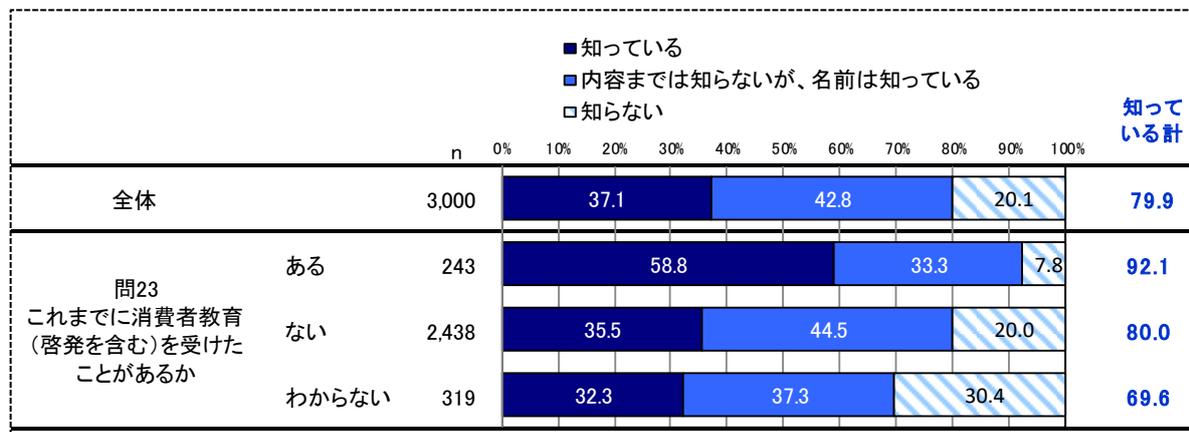
4-1-6. 【直近1年間での消費生活トラブルの経験（消費者教育を受けた経験別）】



⑥ 消費者教育を受けた経験別 消費生活センター等の認知（問 15）

消費生活センター等の認知『東京都』または『区市町村』（問 15）について、消費者教育を受けた経験別で比較すると、消費者教育を受けた経験があると回答した 243 名のうち、「知っている」の割合は 58.8%であった。一方、消費者教育を受けた経験がないと回答した 2,438 名のうち、「知っている」の割合は 35.5%と、その差 23.3 ポイントであった。

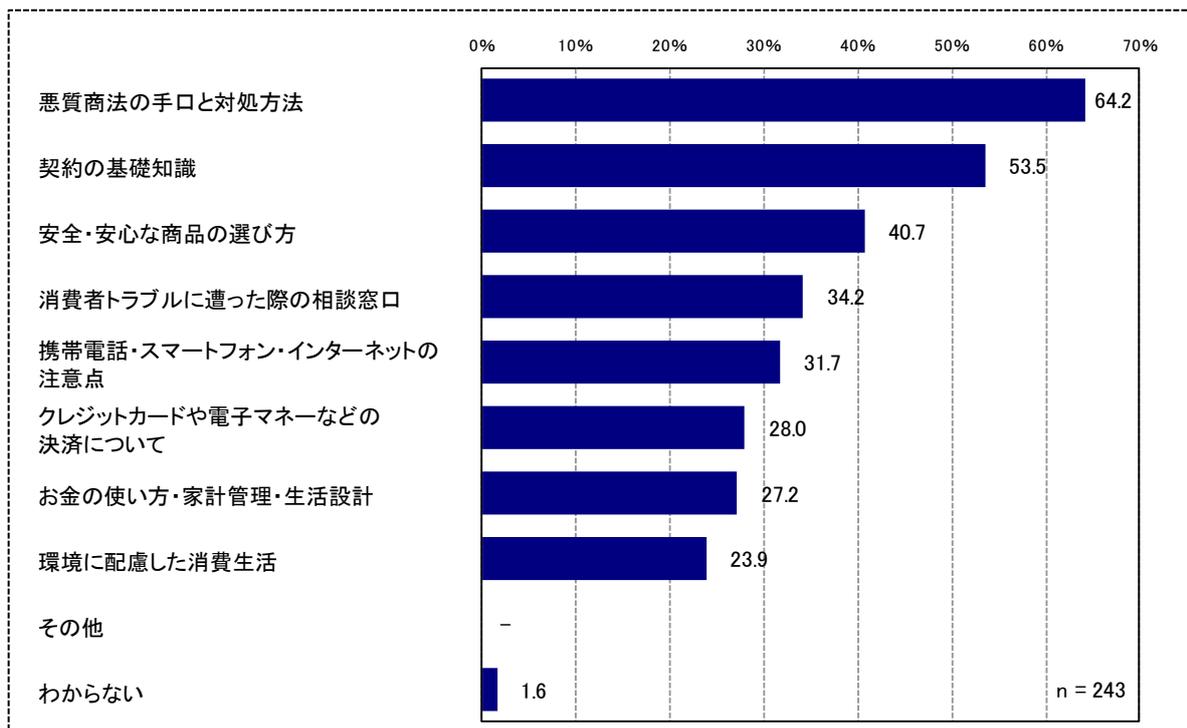
4-1-7. 【消費生活センター等の認知『東京都』または『区市町村』（消費者教育を受けた経験別)】



4-2. 受けたことのある消費者教育の内容（問 24）

消費者教育を受けた経験があると回答した回答者 243 名に、受けたことのある消費者教育の内容について尋ねたところ、「悪質商法の手口と対処方法」の割合が最も高く 64.2%、次いで「契約の基礎知識」が 53.5%であった。以下、「安全・安心な商品の選び方」40.7%、「消費者トラブルに遭った際の相談窓口」34.2%、「携帯電話・スマートフォン・インターネットの注意点」31.7%、「クレジットカードや電子マネーなどの決済について」28.0%、「お金の使い方・家計管理・生活設計」27.2%、「環境に配慮した消費生活」23.9%となっている。

4-2-1. 【受けたことのある消費者教育の内容】（複数回答）



① 性別・年代別

性別では、「悪質商法の手口と対処方法」が【男性】66.7%、【女性】61.5%、その差5.2ポイント、「契約の基礎知識」が【男性】61.1%、【女性】45.3%、その差15.8ポイント、「安全・安心な商品の選び方」が【男性】45.2%、【女性】35.9%、その差9.3ポイント、「お金の使い方・家計管理・生活設計」が【男性】32.5%、【女性】21.4%、その差11.1ポイントと、【男性】の割合が高かった。

年代別でみると、「携帯電話・スマートフォン・インターネットの注意点」で、【18・19歳】【20代】の割合が4割弱と他の年代よりも高くなっている。

4-2-2. 【受けたことのある消費者教育の内容（性別・年代別）】（複数回答）

		n	悪質商法の手口と対処方法	契約の基礎知識	安全・安心な商品の選び方	消費者トラブルに遭った際の相談窓口	携帯電話・スマートフォン・インターネットの注意点	クレジットカードや電子マネーなどの決済について	お金の使い方・家計管理・生活設計	環境に配慮した消費生活	その他	わからない
	全体	243	64.2	53.5	40.7	34.2	31.7	28.0	27.2	23.9	-	1.6
性別	男性	126	66.7	61.1	45.2	34.1	32.5	28.6	32.5	23.8	-	1.6
	女性	117	61.5	45.3	35.9	34.2	30.8	27.4	21.4	23.9	-	1.7
年代	18・19歳	38	71.1	55.3	44.7	31.6	39.5	28.9	21.1	28.9	-	5.3
	20代	87	60.9	55.2	43.7	36.8	37.9	27.6	34.5	24.1	-	1.1
	30代	42	57.1	50.0	45.2	23.8	23.8	28.6	31.0	16.7	-	2.4
	40代	23	60.9	56.5	30.4	26.1	30.4	21.7	13.0	26.1	-	-
	50代	17	70.6	52.9	41.2	23.5	17.6	29.4	23.5	11.8	-	-
	60代	13	76.9	61.5	30.8	46.2	15.4	23.1	30.8	46.2	-	-
	70歳以上	23	69.6	43.5	30.4	56.5	30.4	34.8	17.4	21.7	-	-

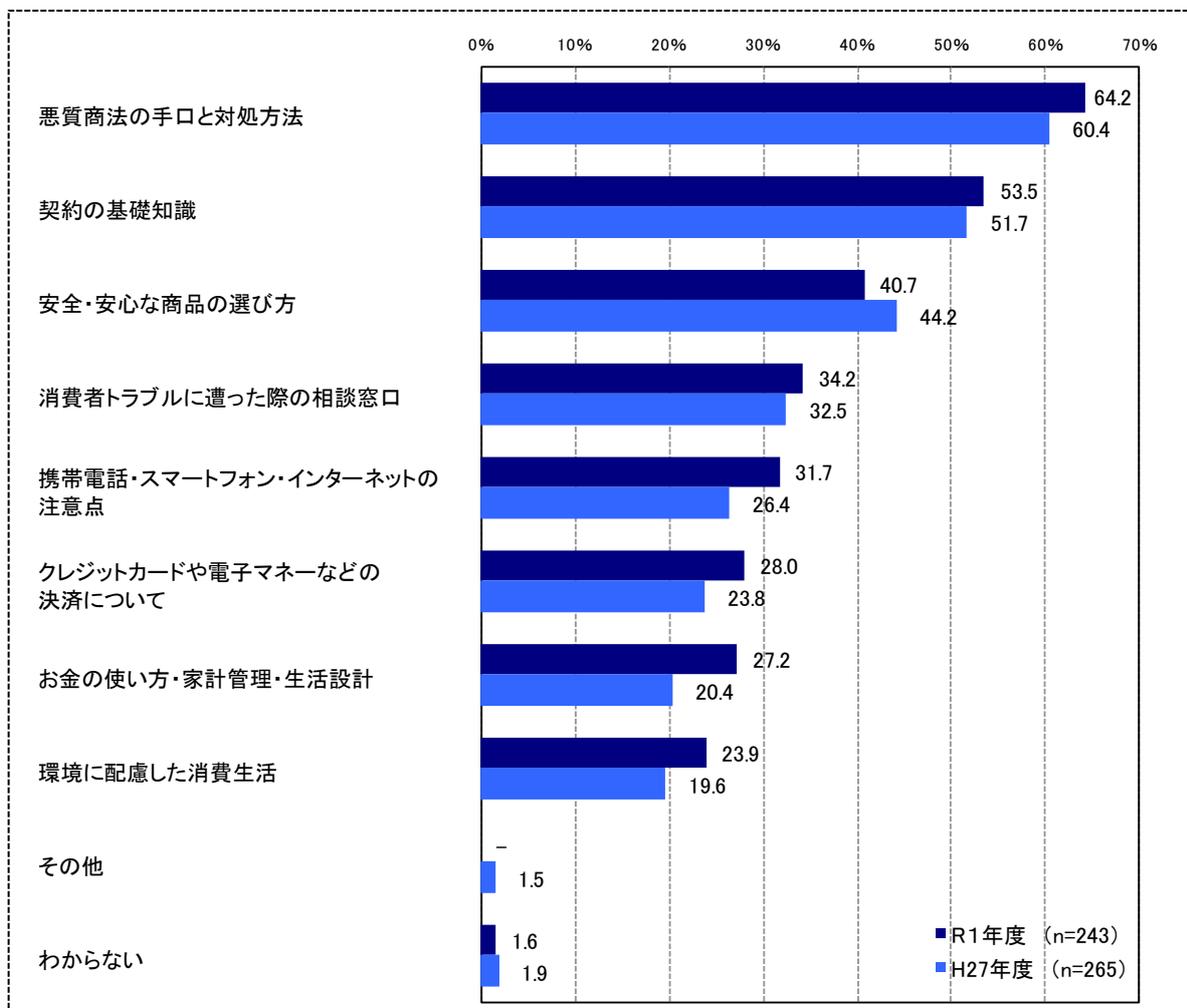
(人) (%)

② 平成 27 年度調査との比較

受けたことのある消費者教育の内容について、「安全・安心な食品の選び方」の割合は減少しているが、それ以外の項目では割合が増加している。

「携帯電話・スマートフォン・インターネットの注意点」が【R1 年度】31.7%、【H27 年度】26.4%、その差 5.3 ポイント、「お金の使い方・家計管理・生活設計」が【R1 年度】27.2%、【H27 年度】20.4%、その差 6.8 ポイント、【R1 年度】のほうが【H27 年度】より割合が増加した。

4-2-3. 【受けたことのある消費者教育の内容（平成 27 年度調査との比較）】（複数回答）

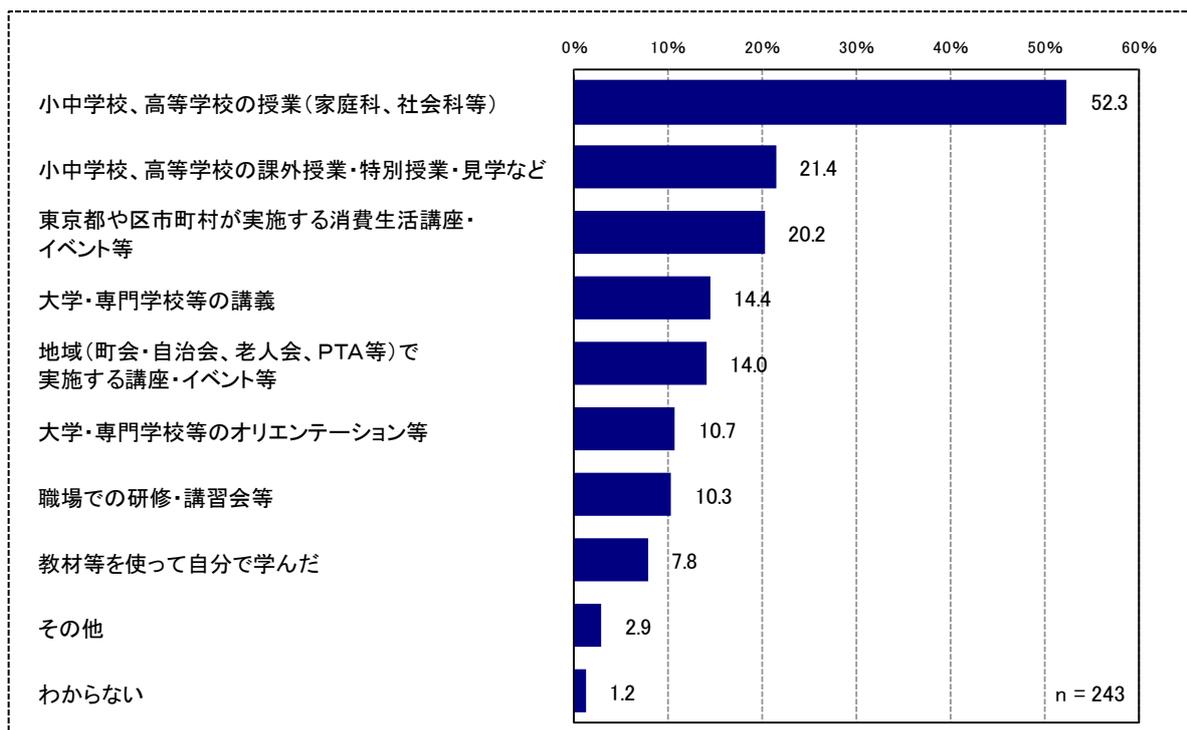


4-3. 消費者教育を受けた機会 (問 25)

消費者教育を受けた経験があると回答した回答者 243 名に、消費者教育を受けた機会について尋ねたところ、「小中学校、高等学校の授業」の割合が最も高く 52.3%であった。以下、「小中学校、高等学校の課外授業・特別授業・見学など」21.4%、「東京都や区市町村が実施する消費生活講座・イベント等」20.2%、「大学・専門学校等の講義」14.4%、「地域で実施する講座・イベント等」14.0%、「大学・専門学校等のオリエンテーション等」10.7%、「職場での研修・講習会等」10.3%、「教材等を使って自分で学んだ」7.8%となっている。

「その他」の回答 7 件の中で多かったのは「マスメディア」「生協」各 2 件。

4-3-1. 【消費者教育を受けた機会】 (複数回答)



① 性別・年代別

性別では、「小中学校、高等学校の課外授業・特別授業・見学など」が【男性】27.8%、【女性】14.5%、その差13.3ポイント、「大学、専門学校等の講義」が【男性】20.6%、【女性】7.7%、その差12.9ポイント、「大学、専門学校等のオリエンテーション等」が【男性】15.9%、【女性】5.1%、その差10.8ポイント、「職場での研修・講習会等」が【男性】15.1%、【女性】5.1%、その差10.0ポイント、【男性】の割合が高かった。

年代別では、「小中学校、高等学校の授業」で世代が若いほど割合が高かった。

4-3-2. 【消費者教育を受けた機会（性別・年代別）】（複数回答）

		n	小中学校、 （家庭科、高等学校の 社会科等）の授業	小中学校、 高等学校の 課外授業・特別 授業・見学など	東京都や区 市町村が実施 する 消費生活講座・ イベント等	大学・専門 学校等の講義	PTA等 で実施する 講座・ イベント等	大学・専門 学校等の オリエンテ ーション等	職場での 研修・講習 会等	教材等を使 って自分で 学んだ	その他	わからない
	全体	243	52.3	21.4	20.2	14.4	14.0	10.7	10.3	7.8	2.9	1.2
性別	男性	126	53.2	27.8	19.0	20.6	14.3	15.9	15.1	9.5	2.4	1.6
	女性	117	51.3	14.5	21.4	7.7	13.7	5.1	5.1	6.0	3.4	0.9
年代	18・19歳	38	94.7	18.4	2.6	5.3	-	5.3	-	2.6	-	-
	20代	87	69.0	35.6	5.7	19.5	6.9	16.1	9.2	4.6	-	2.3
	30代	42	50.0	16.7	14.3	21.4	14.3	11.9	16.7	2.4	4.8	2.4
	40代	23	34.8	17.4	39.1	21.7	13.0	13.0	17.4	30.4	-	-
	50代	17	11.8	5.9	47.1	11.8	29.4	5.9	11.8	17.6	5.9	-
	60代	13	-	7.7	46.2	-	30.8	-	23.1	15.4	23.1	-
	70歳以上	23	-	4.3	60.9	-	43.5	4.3	4.3	4.3	4.3	-

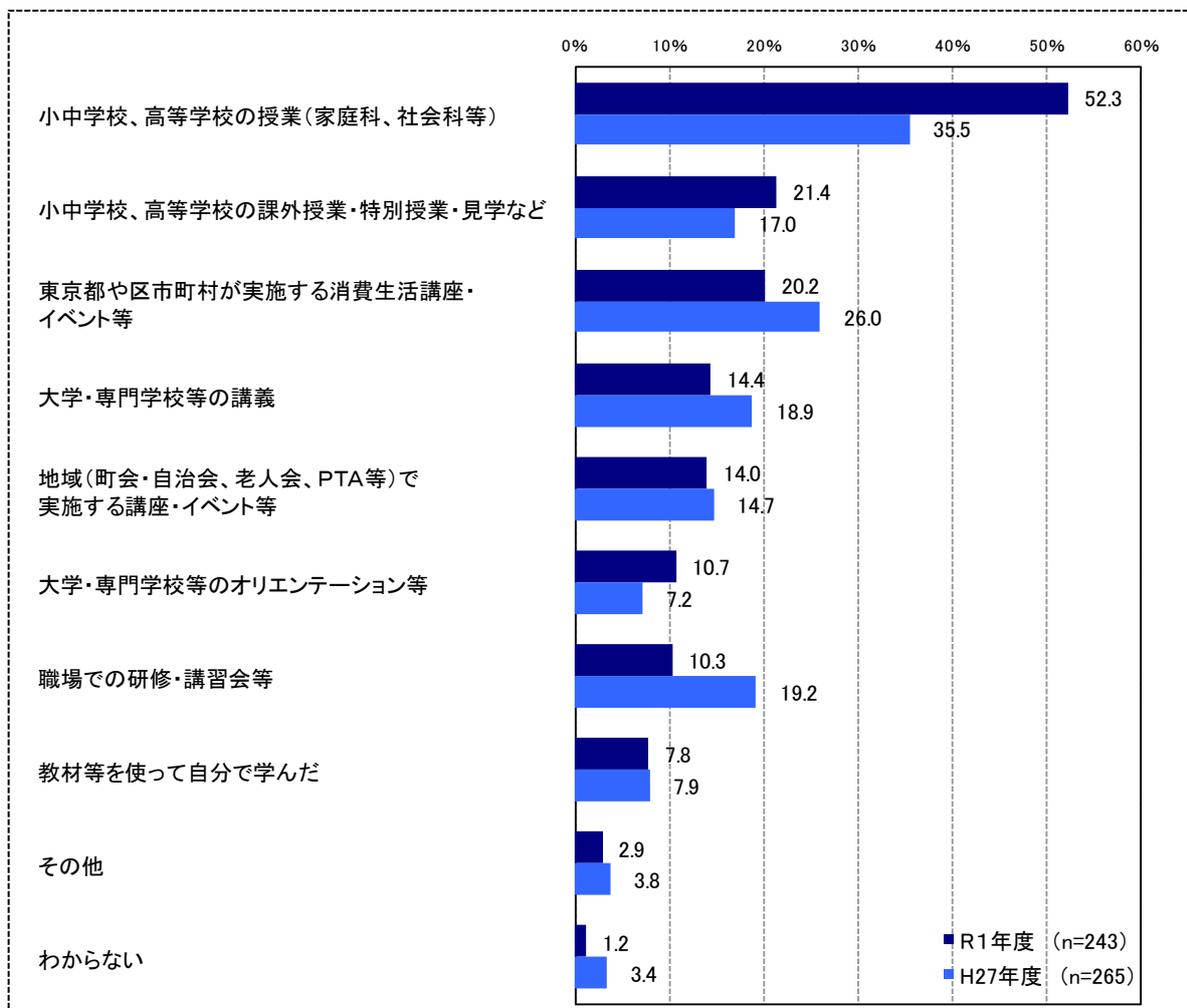
(人) (%)

② 平成 27 年度調査との比較

消費者教育を受けた機会について、「小中学校、高等学校の授業」は、【R1 年度】が 52.3%、【H27 年度】が 35.5%と、16.8 ポイントの増加であった。

一方、「東京都や区市町村が実施する消費生活講座・イベント等」は【R1 年度】20.2%、【H27 年度】26.0%、その差 5.8 ポイント、「職場での研修・講習会等」は、【R1 年度】10.3%、【H27 年度】19.2%と、その差 8.9 ポイントで、【R1 年度】のほうが【H27 年度】より割合が減少した。

4-3-3. 【消費者教育を受けた機会（平成 27 年度調査との比較）】（複数回答）

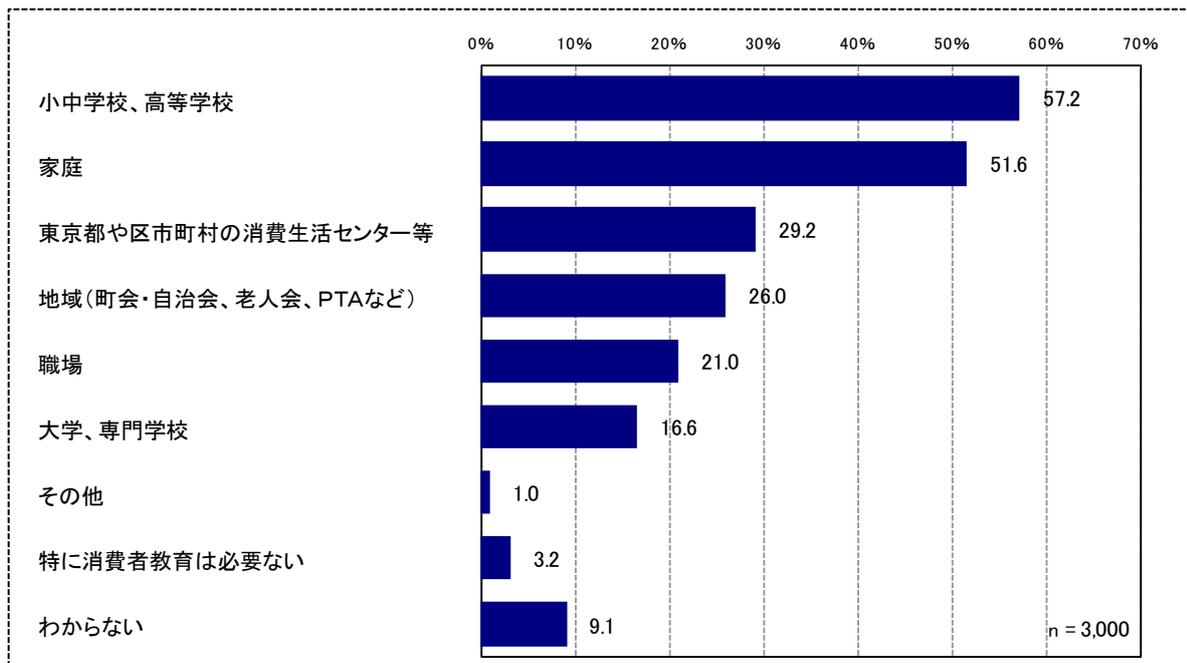


4-4. 消費者教育を行う場として重要だと思うもの（問26）

消費者教育を行う場として重要だと思うものについて尋ねたところ、「小中学校、高等学校」の割合が最も高く57.2%、次いで「家庭」が51.6%であった。以下、「東京都や区市町村の消費生活センター等」29.2%、「地域」26.0%、「職場」21.0%、「大学、専門学校」16.6%となっている。また、「特に消費者教育は必要ない」の回答は3.2%となっている。

「その他」の回答31件の中で多かったのは、「マスメディア」17件、「インターネット」9件。

4-4-1. 【消費者教育を行う場として重要だと思うもの】（複数回答）



① 性別・年代別

性別では、「家庭」が【女性】54.6%、【男性】48.7%、その差5.9ポイント、「東京都や区市町村の消費生活センター等」が【女性】32.1%、【男性】26.3%、その差5.8ポイント、「地域」が【女性】29.6%、【男性】22.5%、その差7.1ポイントで、【女性】の割合が高かった。

年代別では、「東京都や区市町村の消費生活センター等」及び「地域」が年代が上がるにつれ割合が高かった。「小中学校、高等学校」については、【18・19歳】が78.1%と最も高かった。「家庭」については、【40代】が58.9%と最も高かった。

4-4-2. 【消費者教育を行う場として重要だと思うもの（性別・年代別）】（複数回答）

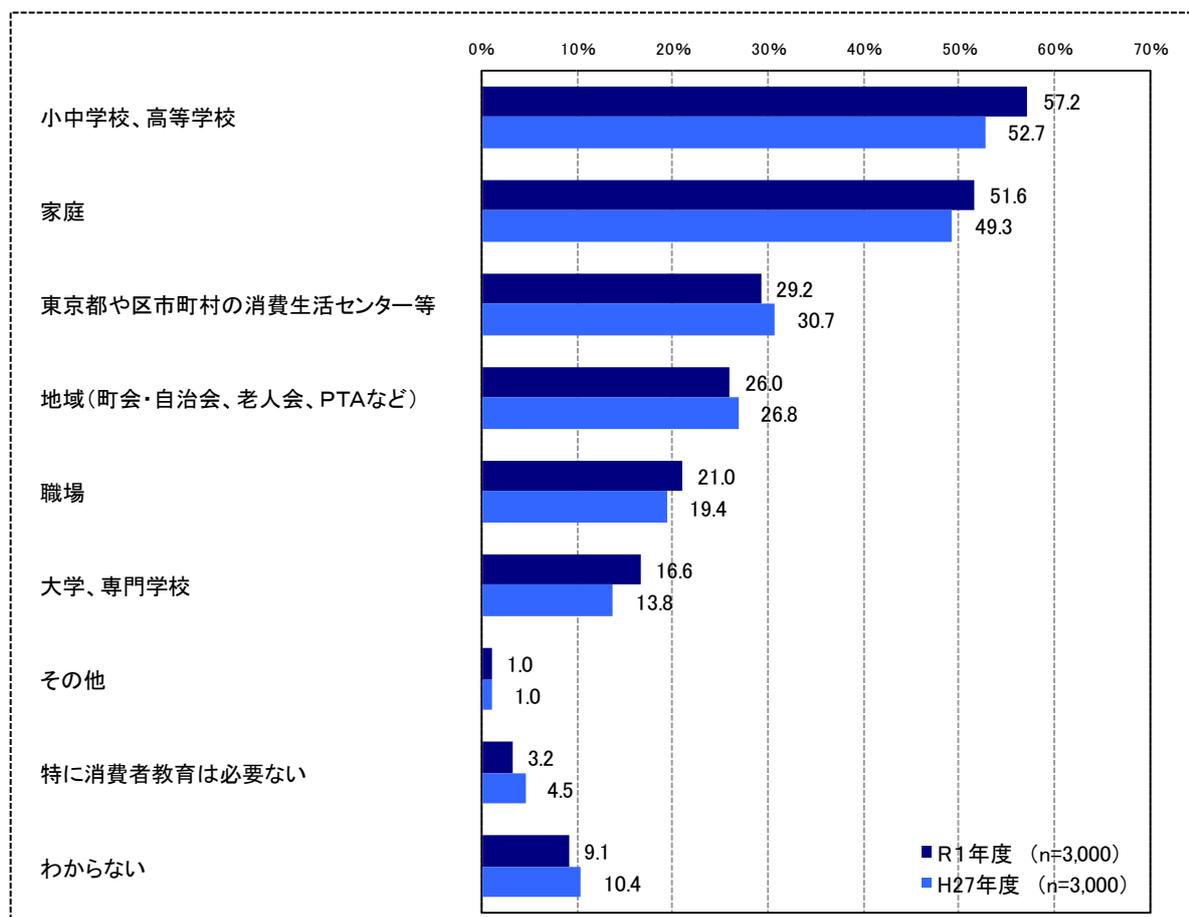
		n	小 中 学 校 、 高 等 学 校	家 庭	消 費 生 活 セ ン タ ー 等 の	東 京 都 や 区 市 町 村 の	老 人 会 、 地 域 （ 町 会 、 P T A 自 治 会 、 ）	職 場	大 学 、 専 門 学 校	そ の 他	特 に 消 費 者 教 育 は 必 要 な い	わ か ら な い
	全体	3,000	57.2	51.6	29.2	26.0	21.0	16.6	1.0	3.2	9.1	
性別	男性	1,500	56.5	48.7	26.3	22.5	21.2	16.8	1.1	4.1	9.7	
	女性	1,500	57.9	54.6	32.1	29.6	20.7	16.3	0.9	2.3	8.4	
年代	18・19歳	96	78.1	42.7	13.5	14.6	20.8	20.8	1.0	2.1	9.4	
	20代	484	59.9	42.6	15.5	14.5	26.0	24.2	0.2	4.5	13.4	
	30代	484	59.3	50.6	21.9	20.2	24.8	23.3	0.8	3.3	11.4	
	40代	484	61.2	58.9	27.1	22.5	24.8	16.9	1.2	2.3	8.1	
	50代	484	55.8	54.8	27.1	23.3	21.3	14.7	0.4	3.1	11.2	
	60代	484	55.4	51.7	36.2	35.7	17.6	11.6	1.9	3.1	4.8	
	70歳以上	484	47.5	53.1	50.6	42.1	11.4	7.9	1.7	3.3	5.6	

(人) (%)

② 平成 27 年度調査との比較

消費者教育を行う場として重要だと思うものについて、【R1 年度】と【H27 年度】で概ね同じ傾向であった。

4-4-3. 【消費者教育を行う場として重要だと思うもの（平成 27 年度調査との比較）】（複数回答）



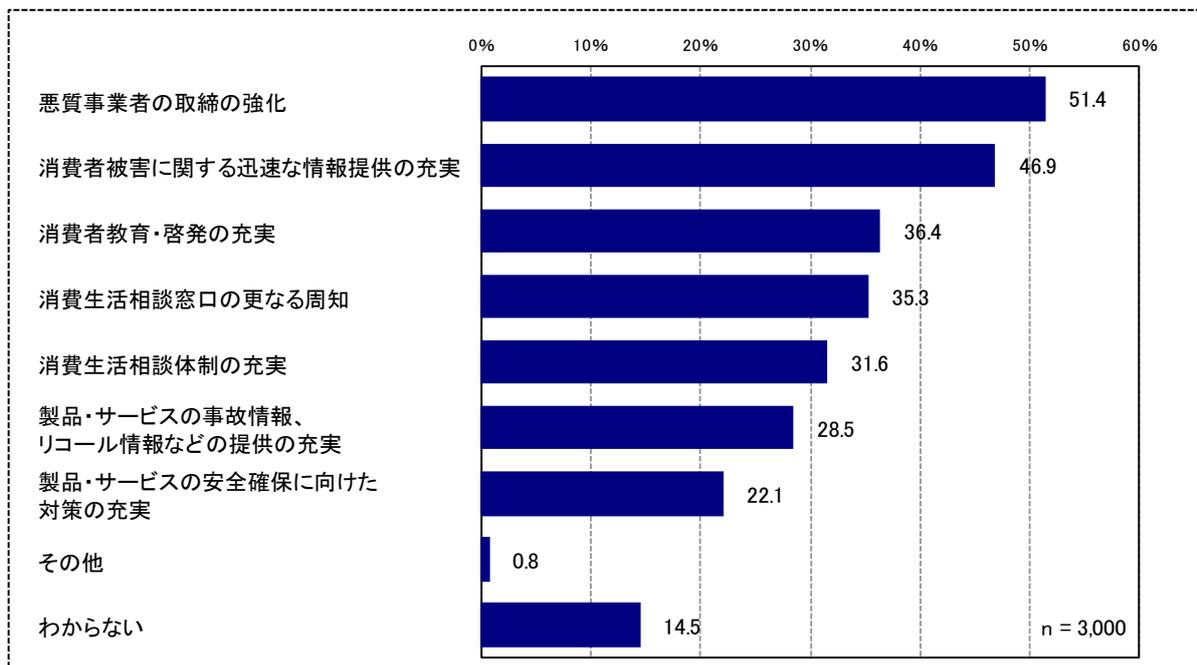
5. 今後の消費生活問題への取組について

5-1. 消費生活問題に対する取組として、東京都に力を入れて欲しいこと（問27）

消費生活問題に対する取組として、東京都に力を入れて欲しいことについて尋ねたところ、「悪質事業者の取締の強化」の割合が最も高く51.4%、次いで「消費者被害に関する迅速な情報提供の充実」が46.9%であった。以下、「消費者教育・啓発の充実」36.4%、「消費生活相談窓口の更なる周知」35.3%、「消費生活相談体制の充実」31.6%、「製品・サービスの事故情報、リコール情報などの提供の充実」28.5%、「製品・サービスの安全確保に向けた対策の充実」22.1%となっている。

「その他」の回答25件の中で多かったのは「違法行為の厳罰化」「悪徳業者の公表」「広報」各3件。

5-1-1. 【消費生活問題に対する取組として、東京都に力を入れて欲しいこと】（複数回答）



① 性別・年代別

性別では、「消費者被害に関する迅速な情報提供の充実」が【女性】49.8%、【男性】44.0%、その差 5.8 ポイント、「消費生活相談窓口の更なる周知」が【女性】39.2%、【男性】31.4%、その差 7.8 ポイント、「消費生活相談体制の充実」が【女性】34.3%、【男性】28.9%、その差 5.4 ポイント、「製品・サービスの事故情報、リコール情報などの提供の充実」が【女性】31.6%、【男性】25.5%、その差 6.1 ポイント、「製品・サービスの安全確保に向けた対策の充実」が【女性】25.4%、【男性】18.8%とその差 6.6 ポイントで、【女性】の割合が高かった。

年代別では、「悪質事業者の取締の強化」、「消費者被害に関する迅速な情報提供の充実」、「消費生活相談体制の充実」が年代が上がるにつれ割合が高かった。また、「消費者教育・啓発の充実」は【18・19歳】が41.7%と最も高くなっている。

5-1-2. 【消費生活問題に対する取組として、東京都に力を入れて欲しいこと

(性別・年代別)】 (複数回答)

		n	悪質事業者の取締の強化	消費者被害に関する迅速な情報提供の充実	消費者教育・啓発の充実	消費生活相談窓口の更なる周知	消費生活相談体制の充実	製品・サービスの事故情報、リコール情報などの提供の充実	製品・サービスの安全確保に向けた対策の充実	その他	わからない
	全体	3,000	51.4	46.9	36.4	35.3	31.6	28.5	22.1	0.8	14.5
性別	男性	1,500	51.2	44.0	35.9	31.4	28.9	25.5	18.8	1.1	16.3
	女性	1,500	51.7	49.8	36.8	39.2	34.3	31.6	25.4	0.5	12.8
年代	18・19歳	96	38.5	28.1	41.7	21.9	18.8	17.7	20.8	1.0	26.0
	20代	484	40.3	31.4	35.5	26.0	24.4	20.7	19.0	-	26.4
	30代	484	44.8	38.0	36.4	31.0	28.7	26.0	21.5	1.2	18.8
	40代	484	49.8	45.7	36.6	36.8	31.6	31.6	21.5	1.0	14.0
	50代	484	51.2	48.3	34.5	35.7	35.5	28.1	19.4	0.4	15.1
	60代	484	60.7	57.4	34.3	44.2	34.3	32.2	23.8	1.2	5.8
	70歳以上	484	64.3	64.3	39.9	40.7	37.8	34.7	27.7	1.0	4.8

(人) (%)

② 平成 27 年度調査との比較

消費生活問題に対する取組として、東京都に力を入れて欲しいことについて、【R1 年度】と【H27 年度】で概ね傾向は同じだが、ほとんどの項目で割合が増加している。

5-1-3. 【消費生活問題に対する取組として、東京都に力を入れて欲しいこと (平成 27 年度調査との比較)】 (複数回答)

