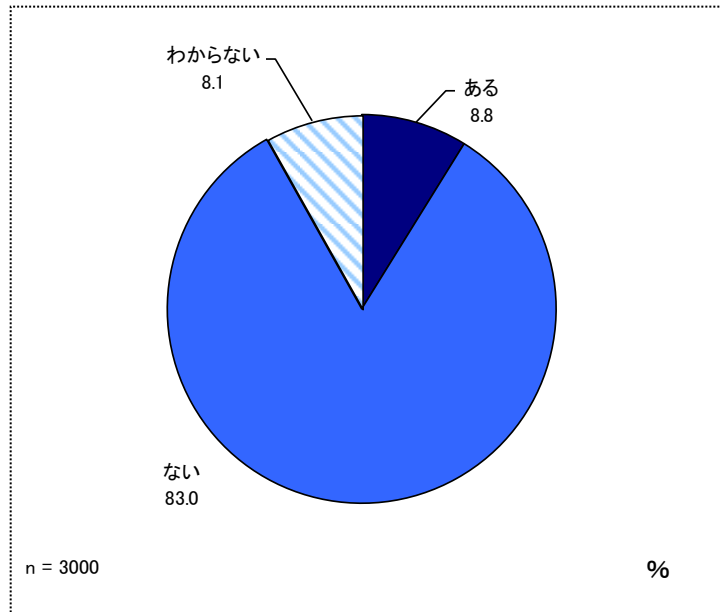


4. 消費者教育について

4-1 消費者教育（啓発含む）を受けた経験（Q24）

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、受けた経験が「ある」8.8%、「ない」83.0%、「わからない」8.1%であった。

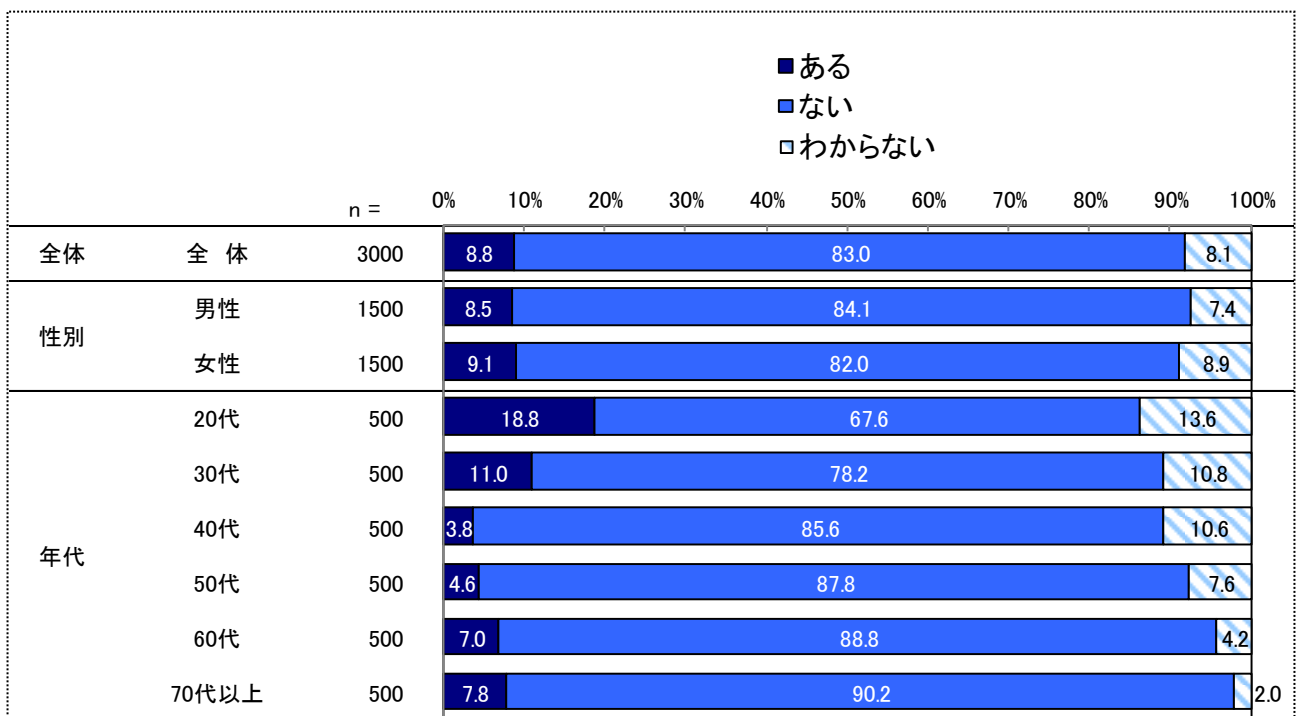
4-1-1. 【消費者教育を受けた経験の有無】



消費者教育を受けた経験がある割合を性別・年代別で比較したところ、「消費者教育を受けた経験がある」と回答したのは、性別では【男性】が8.5%、【女性】が9.1%だった。

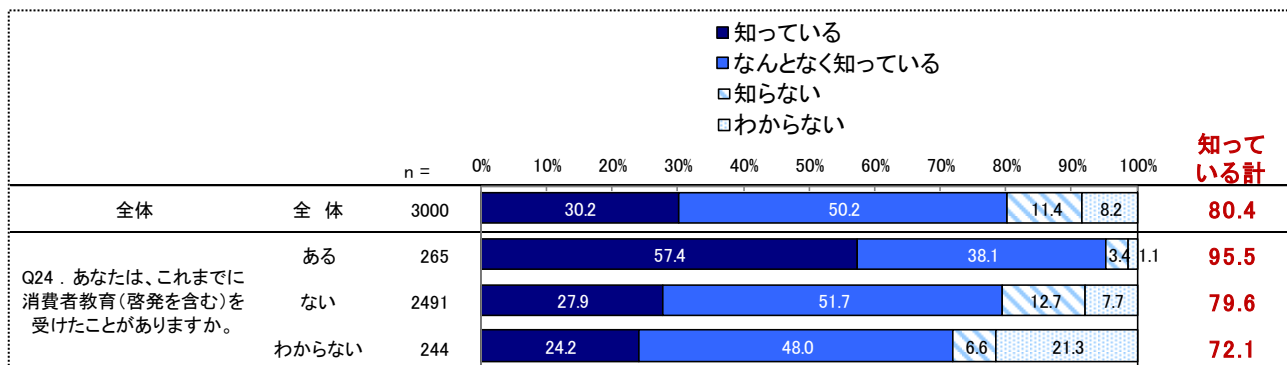
年代別では、最も高いのは【20代】で18.8%、最も低いのは【40代】で3.8%、その差は15.0ポイントであった。

4-1-2. 【消費者教育を受けた経験の有無（性別・年代別）】



消費者教育を受けた経験別で消費行動が社会・経済・環境等に影響を及ぼす可能性の認知（Q4）について分析したところ、消費者教育を受けた経験がある人は「知っている」の割合が57.4%と著しく高く、知っている計（「知っている」＋「なんとなく知っている」）は95.5%だった。

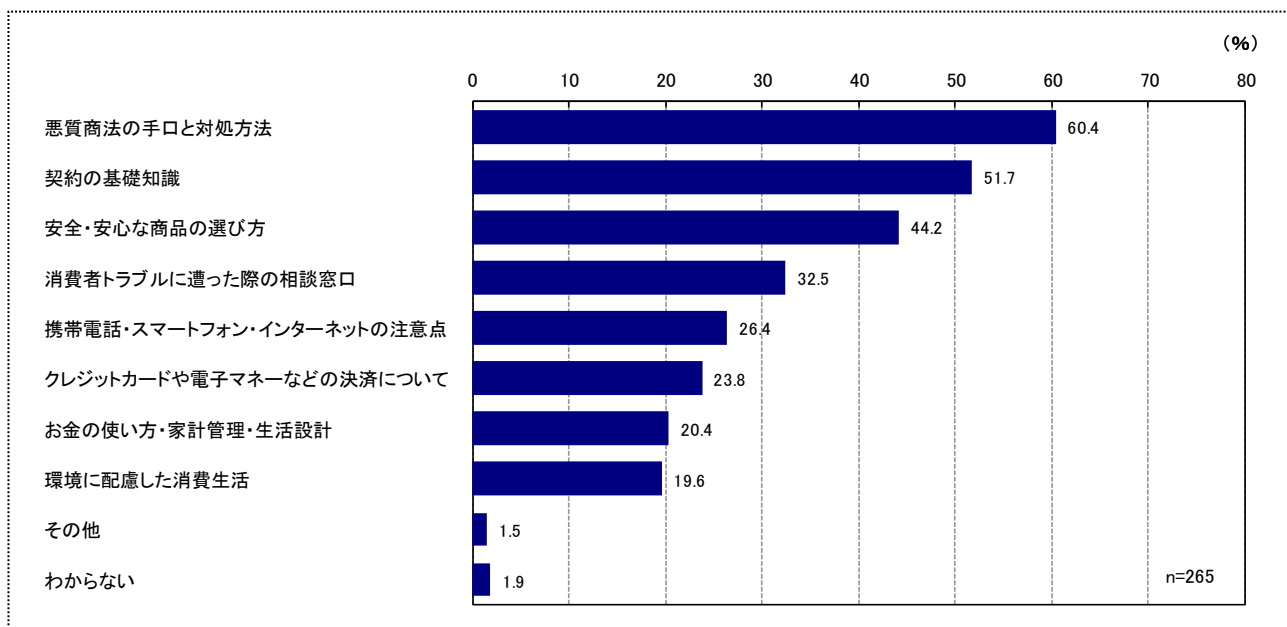
4-1-3. 【消費行動が社会・経済・環境等に影響を及ぼす可能性の認知（消費者教育を受けた経験別）】



4-2 受けたことのある消費者教育の内容（Q25）

消費者教育を受けた経験があると回答した回答者265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」が最も高く60.4%であった。以下、「契約の基礎知識」51.7%、「安全・安心な商品の選び方」44.2%、「消費者トラブルに遭った際の相談窓口」32.5%、「携帯電話・スマートフォン・インターネットの注意点」26.4%、「クレジットカードや電子マネーなどの決済について」23.8%、「お金の使い方・家計管理・生活設計」20.4%、「環境に配慮した消費生活」19.6%、「わからない」1.9%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）



性別・年代別で比較すると、性別では、「悪質商法の手口と対処方法」は【女性】の方が【男性】よりも割合が高く【女性】の1位。一方、「契約の基礎知識」は【男性】の方が【女性】よりも割合が高く【男性】の1位。また「安全・安心な商品の選び方」は【男性】の方が【女性】よりも割合が高い。「消費者トラブルに遭った際の相談窓口」と「クレジットカードや電子マネーなどの決済について」と「お金の使い方・家計管理・生活設計」と「環境に配慮した消費生活」は【女性】の方が【男性】よりも割合が高い。他の項目ではあまり差は見られなかった。

年代別では、「悪質商法の手口と対処方法」は【20代～40代・70代以上】で、「契約の基礎知識」は【50代～60代】で、それぞれ1位。

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）

		上段:n= 下段:%	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 ・ 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	全 体	265	160	137	117	86	70	63	54	52	4	5	
		100.0	60.4	51.7	44.2	32.5	26.4	23.8	20.4	19.6	1.5	1.9	
性別	男性	128	71	72	60	32	32	27	23	17	2	3	
	100.0	55.5	56.3	46.9	25.0	25.0	21.1	18.0	13.3	1.6	2.3		
	女性	137	89	65	57	54	38	36	31	35	2	2	
	100.0	65.0	47.4	41.6	39.4	27.7	26.3	22.6	25.5	1.5	1.5		
年代別	20代	94	60	46	44	28	37	30	27	23	-	3	
		100.0	63.8	48.9	46.8	29.8	39.4	31.9	28.7	24.5	-	3.2	
	30代	55	35	27	22	14	14	13	8	4	-	-	
		100.0	63.6	49.1	40.0	25.5	25.5	23.6	14.5	7.3	-	-	
	40代	19	11	9	6	4	8	4	4	2	-	1	
		100.0	57.9	47.4	31.6	21.1	42.1	21.1	21.1	10.5	-	5.3	
	50代	23	14	15	14	12	5	5	6	8	1	1	
		100.0	60.9	65.2	60.9	52.2	21.7	21.7	26.1	34.8	4.3	4.3	
	60代	35	19	22	19	13	3	4	6	7	1	-	
		100.0	54.3	62.9	54.3	37.1	8.6	11.4	17.1	20.0	2.9	-	
	70代以上	39	21	18	12	15	3	7	3	8	2	-	
		100.0	53.8	46.2	30.8	38.5	7.7	17.9	7.7	20.5	5.1	-	

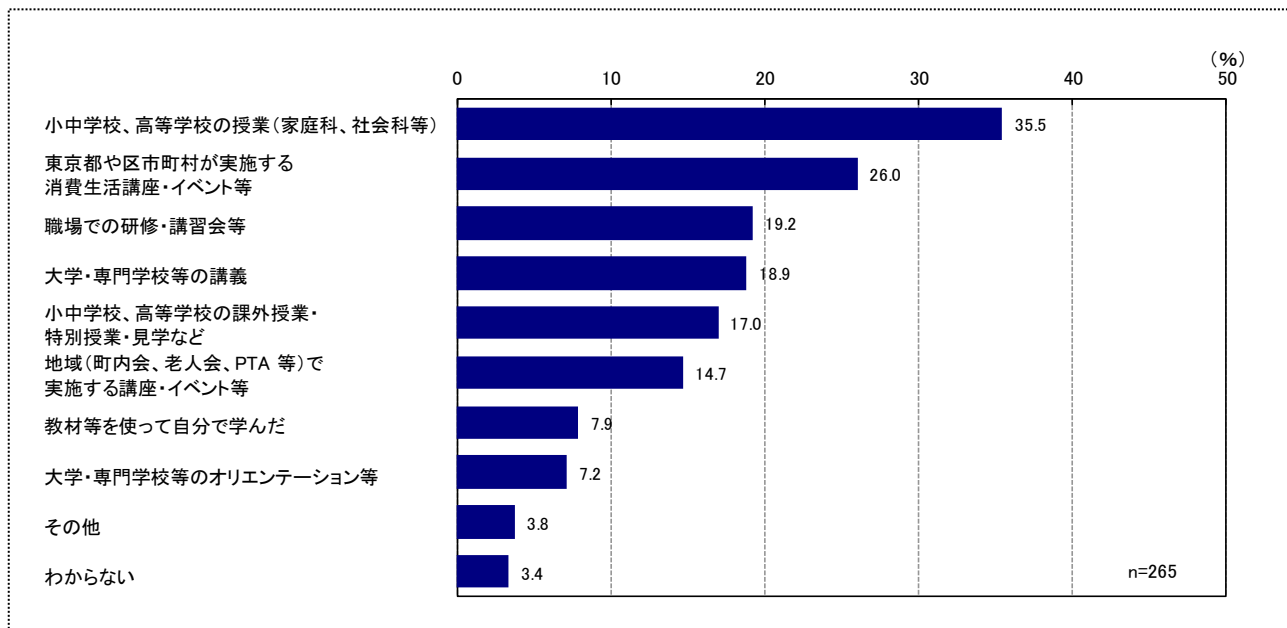
※網かけの部分は各性別・年代別で第1位の項目

※n=30未満は参考値

4-3 消費者教育を受けた機会 (Q26)

消費者教育を受けた経験があると回答した回答者 265 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」が最も高く 35.5%であった。以下、「東京都や区市町村が実施する消費生活講座・イベント等」26.0%、「職場での研修・講習会等」19.2%、「大学・専門学校等の講義」18.9%、「小中学校、高等学校の課外授業・特別授業・見学など」17.0%、「地域で実施する講座・イベント等」14.7%、「教材等を使って自分で学んだ」7.9%、「大学・専門学校等のオリエンテーション等」7.2%、「わからない」3.4%となっている。

4-3-1. 【消費者教育を受けた機会】(複数回答)



性別・年代別で比較すると、性別では、男女とも「小中学校、高等学校の授業」が1位だった。【女性】が40.1%で【男性】よりも約10ポイント割合が高い。「職場での研修・講習会等」と「教材等を使って自分で学んだ」は【男性】の方が【女性】より割合が高い。他の項目ではあまり差は見られなかった。

年代別では、「小中学校、高等学校の授業」は【20代】で67.0%、【30代】で34.5%と、他の年代と比べて高い。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【70代以上】で69.2%、【60代】で37.1%、【50代】で43.5%と他の年代に比べて高い。

若年齢層では学校での授業が、高齢者層では東京都や区市町村の講座・イベント等と機会が異なっていることが表れている。

4-3-2. 【消費者教育を受けた機会（性別・年代別）】（複数回答）

%

		上段:n= 下段:%	小中学校、高等学校の授業 (家庭科、社会科等)	東京都や区市町村が実施する 消費生活講座・イベント等	職場での研修・講習会等	大学・専門学校等の講義	小中学校、高等学校の 課外授業・特別授業・見学など	地域(町内会、老人会、PTA等)で 実施する講座・イベント等	教材等を使って自分で学んだ	大学・専門学校等の オリエンテーション等	その他	わからない
全体	全体	265	94	69	51	50	45	39	21	19	10	9
		100.0	35.5	26.0	19.2	18.9	17.0	14.7	7.9	7.2	3.8	3.4
性別	男性	128	39	32	30	25	20	18	13	9	4	5
		100.0	30.5	25.0	23.4	19.5	15.6	14.1	10.2	7.0	3.1	3.9
	女性	137	55	37	21	25	25	21	8	10	6	4
		100.0	40.1	27.0	15.3	18.2	18.2	15.3	5.8	7.3	4.4	2.9
年代別	20代	94	63	4	6	25	21	4	5	13	2	3
		100.0	67.0	4.3	6.4	26.6	22.3	4.3	5.3	13.8	2.1	3.2
	30代	55	19	12	12	13	19	6	3	4	-	2
		100.0	34.5	21.8	21.8	23.6	34.5	10.9	5.5	7.3	-	3.6
	40代	19	4	3	7	1	4	5	1	-	1	2
		100.0	21.1	15.8	36.8	5.3	21.1	26.3	5.3	-	5.3	10.5
	50代	23	3	10	8	6	-	8	2	-	1	1
		100.0	13.0	43.5	34.8	26.1	-	34.8	8.7	-	4.3	4.3
	60代	35	5	13	10	4	1	8	3	1	4	1
		100.0	14.3	37.1	28.6	11.4	2.9	22.9	8.6	2.9	11.4	2.9
	70代以上	39	-	27	8	1	-	8	7	1	2	-
		100.0	-	69.2	20.5	2.6	-	20.5	17.9	2.6	5.1	-

※網かけの部分は各性別・年代別で第1位の項目

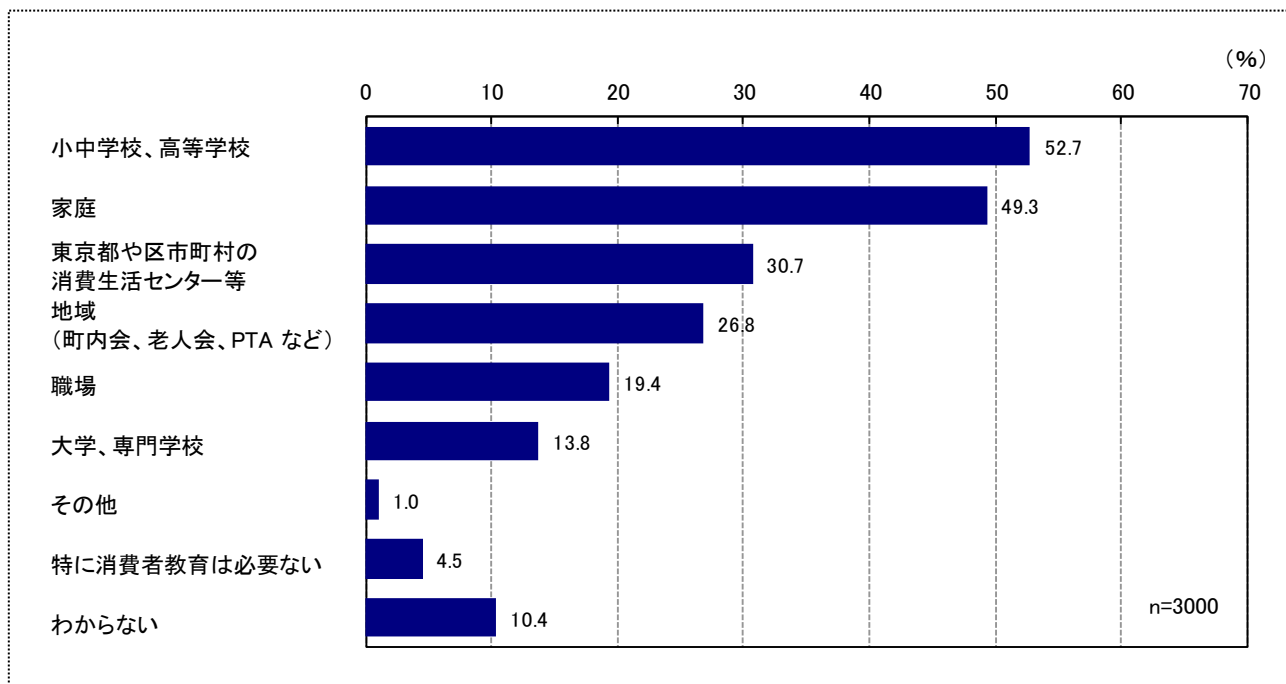
※n=30未満は参考値

4-4 消費者教育を行う場として重要だと思うもの (Q27)

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」が52.7%で1位、「家庭」が49.3%と僅差で2位であった。以下、「東京都や区市町村の消費生活センター等」30.7%、「地域(町内会、老人会、PTAなど)」26.8%、「職場」19.4%、「大学、専門学校」13.8%、「特に消費者教育は必要ない」4.5%、「わからない」10.4%であった。

「その他」の回答31件の中で多かったのは、「マスメディア」13件、「講座/イベント等」4件など。

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)



性別・年代別・性年代別で比較すると、性別・年代別・性年代別のほとんどで「小中学校、高等学校」が1位。ただし年代別・性年代別性別の【70代】では「家庭」や「地域（町内会、老人会、PTAなど）」が1位に挙がっている。

性別では、「家庭」で【女性】の方が【男性】よりも特に割合が高く、10.2ポイント差。

年代別では、【20代～60代】では「小中学校、高等学校」と「家庭」の割合が約47～56%と高い。【70代以上】では「小中学校、高等学校」と「家庭」に加えて「東京都や区市町村の消費生活センター等」と「地域（町内会、老人会、PTAなど）」も約50%と高い。

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・性年代別）】（複数回答）

			%								
n =			小中学校、高等学校	家庭	東京都や区市町村等の消費生活センター等	地域（町内会、PTAなど）老人会、	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	全体	3000	52.7	49.3	30.7	26.8	19.4	13.8	1.0	4.5	10.4
性別	男性	1500	49.3	44.2	28.0	26.7	19.0	12.3	0.9	6.4	11.3
	女性	1500	56.2	54.4	33.4	26.9	19.7	15.3	1.1	2.6	9.5
年代	20代	500	56.4	48.2	15.6	13.4	23.8	23.0	0.2	5.0	14.6
	30代	500	55.0	49.6	22.4	18.2	23.4	17.0	0.4	5.8	11.8
	40代	500	53.6	49.0	25.8	20.4	23.4	13.8	0.4	4.2	13.2
	50代	500	54.8	49.2	27.8	25.4	18.0	11.0	2.2	4.0	10.0
	60代	500	51.0	47.0	42.4	35.2	15.8	10.6	1.8	3.6	7.4
	70代以上	500	45.6	52.8	50.2	48.4	11.8	7.2	1.2	4.4	5.4
性年代	男性20代	250	51.2	41.6	13.2	12.0	19.2	20.4	0.4	6.8	16.4
	男性30代	250	48.8	44.4	21.6	18.0	22.0	17.2	0.4	8.8	12.4
	男性40代	250	52.0	48.0	21.6	20.0	22.4	13.6	0.4	5.2	12.8
	男性50代	250	50.0	43.2	22.8	22.8	18.0	10.0	1.2	6.4	12.4
	男性60代	250	46.0	39.2	39.2	36.0	18.8	7.6	1.6	5.2	8.4
	男性70代以上	250	47.6	48.8	49.6	51.6	13.6	4.8	1.6	6.0	5.2
	女性20代	250	61.6	54.8	18.0	14.8	28.4	25.6	-	3.2	12.8
	女性30代	250	61.2	54.8	23.2	18.4	24.8	16.8	0.4	2.8	11.2
	女性40代	250	55.2	50.0	30.0	20.8	24.4	14.0	0.4	3.2	13.6
	女性50代	250	59.6	55.2	32.8	28.0	18.0	12.0	3.2	1.6	7.6
	女性60代	250	56.0	54.8	45.6	34.4	12.8	13.6	2.0	2.0	6.4
	女性70代以上	250	43.6	56.8	50.8	45.2	10.0	9.6	0.8	2.8	5.6

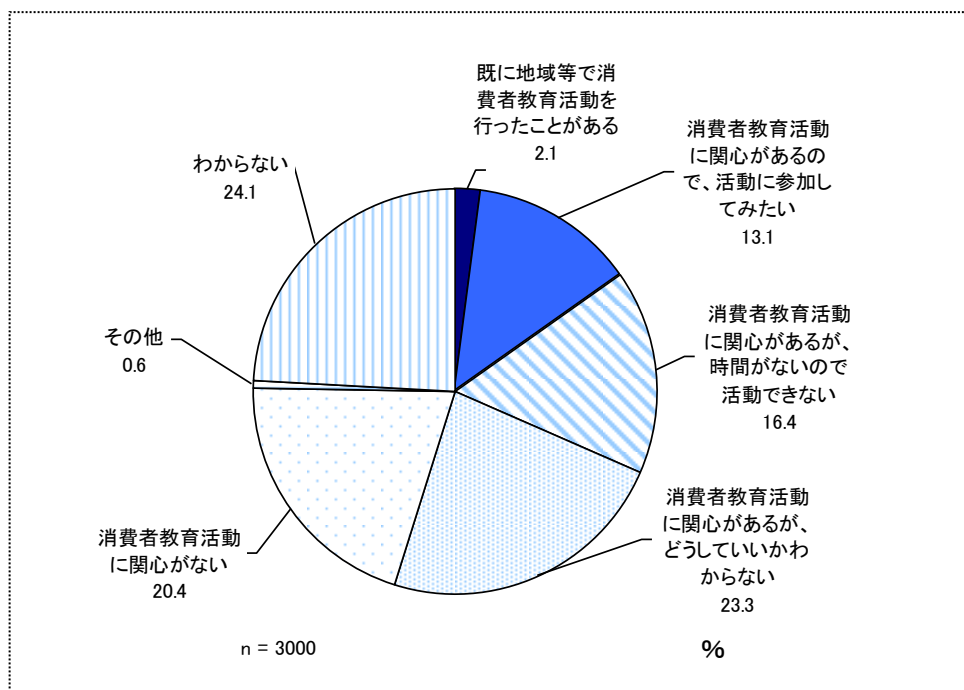
※網かけの部分は各性別・年代別・性年代別で第1位の項目

4-5 地域等の消費者教育活動に対する関心 (Q28)

地域等の消費者教育活動に対する関心について尋ねたところ、「既に地域等で消費者教育活動を行ったことがある」2.1%、「消費者教育活動に関心があるので、活動に参加してみたい」13.1%、「消費者教育活動に関心があるが、時間がないので活動できない」16.4%、「消費者教育活動に関心があるが、どうしていいかわからない」23.3%、「消費者教育活動に関心がない」20.4%、「わからない」24.1%であった。

関心がある計(「既に地域等で消費者教育活動を行ったことがある」+「消費者教育活動に関心があるので、活動に参加してみたい」+「消費者教育活動に関心があるが、時間がないので活動できない」+「消費者教育活動に関心があるが、どうしていいかわからない」)は54.8%で、半数を超える。

4-5-1. 【地域等の消費者教育活動に対する関心】

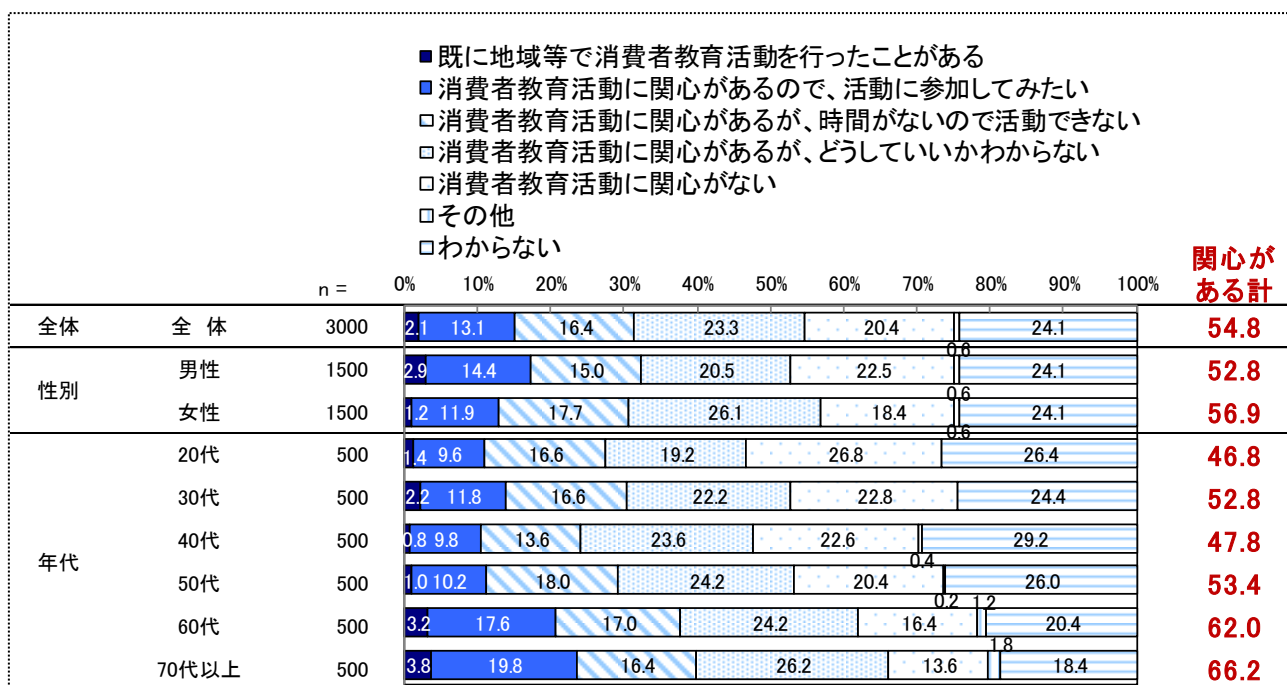


関心がある計(「既に地域等で消費者教育活動を行ったことがある」+「消費者教育活動に関心があるので、活動に参加してみたい」+「消費者教育活動に関心があるが、時間がないので活動できない」+「消費者教育活動に関心があるが、どうしていいかわからない」)の割合を性別・年代別で比較したところ、性別では【女性】が56.9%、【男性】が52.8%で【女性】の方が高い。その内訳は男女とも「消費者教育活動に関心があるが、どうしていいかわからない」の割合が最も高い。また「既に地域等で消費者教育活動を行ったことがある」は、わずかであるが【男性】の方が【女性】より割合が高い。

年代別では、関心がある計が最も高いのは【70代以上】で66.2%、次いで【60代】で62.0%。その内訳は各年代とも「消費者教育活動に関心があるが、どうしていいかわからない」の割合が最も高い。また「既に地域等で消費者教育活動を行ったことがある」は、【60代～70代以上】で約3～4%と他の年代と比べて高い。また「消費者教育活動に関心があるので、活動に参加してみたい」でも【60代～70代以上】が約18～20%と他の年代と比べて高い。

一方、「消費者教育活動に関心がない」は【20代】が最も高く26.8%。年代が高くなるほど「消費者教育活動に関心がない」の割合が低くなっている。

4-5-2. 【地域等の消費者教育活動に対する関心(性別・年代別)】

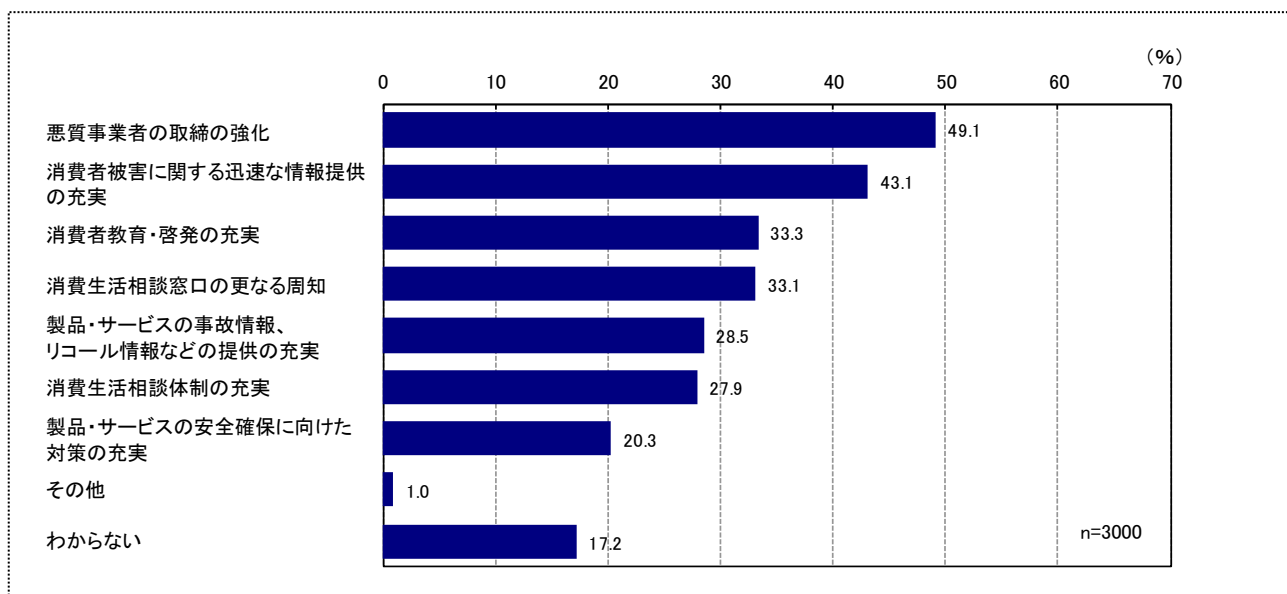


5. 今後の消費生活問題への取組について

5-1 消費生活問題に対する取り組みとして、東京都に力を入れて欲しいこと（Q29）

消費生活問題に対する取り組みとして、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」が最も高く49.1%であった。以下、「消費者被害に関する迅速な情報提供の充実」43.1%、「消費者教育・啓発の充実」33.3%、「消費生活相談窓口の更なる周知」33.1%、「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%、「消費生活相談体制の充実」27.9%、「製品・サービスの安全確保に向けた対策の充実」20.3%、「わからない」17.2%となっている。

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



性別・年代別・性年代別で比較すると、性別・年代別・性年代別のほとんどで「悪質事業者の取締の強化」が1位だが、【女性 50代】では「消費者被害に関する迅速な情報提供の充実」が1位となっている。

性別では、ほとんどの選択肢で【女性】の方が【男性】よりも割合が高い。一番差が大きいのは「消費者被害に関する迅速な情報提供の充実」で【女性】が47.2%、【男性】が39.0%で差は8.2ポイント。

年代別では、「悪質事業者の取締の強化」で概ね年代が高いほど割合が高く、最も高い【70代以上】では63.6%、最も低い【20代】では38.8%、その差は24.8ポイント。

性年代では、「悪質事業者の取締の強化」で、最も高い【男女 70代以上】では63.6%、最も低い【男性 20代】では34.4%、その差は29.2ポイント。

5-1-2. 【消費生活問題に対する取り組みとして、東京都に力を入れて欲しいこと
(性別・年代別・性年代別)】(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	製品・サービスなどの事故情報の充実	消費生活相談体制の充実	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	全体	3000	49.1	43.1	33.3	33.1	28.5	27.9	20.3	1.0	17.2
性別	男性	1500	47.8	39.0	31.9	30.4	24.5	25.3	16.9	1.0	18.7
	女性	1500	50.4	47.2	34.8	35.8	32.5	30.5	23.7	0.9	15.7
年代	20代	500	38.8	30.0	31.6	30.2	20.4	20.4	16.6	-	28.4
	30代	500	43.4	37.4	33.8	31.6	25.2	26.2	18.6	0.4	20.0
	40代	500	43.2	37.6	30.2	29.2	27.0	26.8	17.0	1.2	22.4
	50代	500	48.0	44.4	31.8	30.6	24.2	25.8	17.4	1.6	15.4
	60代	500	57.6	50.8	37.6	37.6	34.6	33.6	23.6	1.4	10.4
	70代以上	500	63.6	58.4	35.0	39.4	39.6	34.8	28.6	1.2	6.6
性年代	男性20代	250	34.4	25.2	31.2	25.6	15.6	19.2	11.6	-	31.2
	男性30代	250	44.0	37.6	36.8	28.8	22.8	24.4	17.6	0.4	19.2
	男性40代	250	41.6	32.8	29.2	28.4	23.2	22.4	16.0	1.2	24.8
	男性50代	250	44.0	34.4	29.2	28.4	16.8	21.6	12.4	1.6	20.0
	男性60代	250	59.2	46.0	30.4	34.4	28.8	31.2	17.6	1.2	10.8
	男性70代以上	250	63.6	58.0	34.4	36.8	39.6	33.2	26.0	1.6	6.0
	女性20代	250	43.2	34.8	32.0	34.8	25.2	21.6	21.6	-	25.6
	女性30代	250	42.8	37.2	30.8	34.4	27.6	28.0	19.6	0.4	20.8
	女性40代	250	44.8	42.4	31.2	30.0	30.8	31.2	18.0	1.2	20.0
	女性50代	250	52.0	54.4	34.4	32.8	31.6	30.0	22.4	1.6	10.8
	女性60代	250	56.0	55.6	44.8	40.8	40.4	36.0	29.6	1.6	10.0
	女性70代以上	250	63.6	58.8	35.6	42.0	39.6	36.4	31.2	0.8	7.2

※網かけの部分は各性別・年代別・性年代別で第1位の項目