

東京都消費者教育推進計画

平成25年度～平成29年度

平成25(2013)年8月



東京都

目 次

第1章 計画の基本的考え方	1
1 計画策定の趣旨	1
2 計画の位置付け	2
3 計画期間	2
4 計画の推進体制	2
第2章 消費者教育の現状に対する基本認識	3
1 学校における消費者教育の現状	3
2 企業等における消費者教育の現状	20
3 地域における消費者教育の現状	23
4 消費者団体・事業者団体等による 消費者教育の現状	25
5 都の消費者教育の現状	25
第3章 消費者教育の今後の取組	29
1 効果的な消費者教育の展開に向けた取組	30
2 ライフステージごとの取組	34
付属資料	41

第1章 計画の基本的考え方

1 計画策定の趣旨

東京都（以下「都」という。）は、東京都消費生活条例及び東京都消費生活基本計画（以下「基本計画」という。）に基づいて、主体的に行動する「自立した消費者」の育成を目指し、消費者教育を推進してきました。

また、学校や区市町村においても様々な形で、消費者教育の推進に取り組んできました。

しかし、都内の消費生活センターに寄せられる相談件数は、年間約12万件で推移しており、消費者被害の未然・拡大防止のために、消費者が消費生活に関する知識を習得し、これを適切な行動に結びつける実践的能力を育んでいくことがこれまで以上に必要となっています。

平成24年12月に施行された消費者教育の推進に関する法律（以下「消費者教育推進法」という。）では、消費者が消費行動を通じて、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する「消費者市民社会」が定義付けられました。同法に基づき国が定めた「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（以下「基本方針」という。）では、「被害に遭わない消費者、合理的決定ができる自立した消費者にとどまらず、社会の一員として、よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与する消費者を育成する」こととしています。

今後の消費者教育においては、これまで中心となってきた被害に遭わない・自立した消費者の育成という視点に加え、こうした法や基本方針の趣旨を踏まえた視点を取り入れていくことが必要です。

それにより、加害者になってしまう人を減少させたり、子供や高齢者など周囲が見守っていく必要のある人にしっかりと目を向けることのできる人を増やすことにもつながります。

なお、持続可能な社会の形成という考え方は国際社会においても重要なこととされており、それに積極的に参画しようとする消費者の育成は、国際的な要請であると言えます。

この消費者教育推進法では、都道府県は、消費者教育の推進に関し、その区域の社会的・経済的状况に応じた施策を策定及び実施する責務を有するとされています。また、基本方針を踏まえて、消費者教育推進計画（以下「推進計画」という。）を定めるよう努めることとされています。

都は、消費者教育推進法の趣旨を踏まえ、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、区市町村などと連携して消費者教育にこれまで以上に積極的に取り組むため、推進計画を策定します。

2 計画の位置付け

この計画は、東京都における消費者教育を体系的に推進していくために、消費者教育推進法第10条第1項に基づき、国の基本方針を踏まえて策定する計画です。

また、この計画を都の消費生活に関連する施策・事業を「消費者の視点」に立って、計画的、総合的に推進していくための基本指針である「基本計画」の一部として位置付け、基本計画の重点施策である消費者教育に関する施策・事業を、具体的に推進していくための実施計画とします。

なお、この計画における「消費者教育」とは、消費者教育推進法第2条第1項に定義された「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。」ものとします。

3 計画期間

計画期間は、平成25（2013）年度から平成29（2017）年度までの5年間とします。

その上で、国の動向などを踏まえ、必要がある場合には、この計画に新たな内容を盛り込み、又は見直しを行います。

4 計画の推進体制

都は、体系的・効果的な消費者教育の実施に向け、学識経験者、消費者団体、事業者団体、その他関連団体及び庁内関係部署等で構成する「東京都消費者教育推進協議会」を設置し、構成員間の情報交換・調整及び連携強化を図るとともに、協議会の意見を踏まえて計画を推進します。

また、広域的自治体として、消費者団体・事業者団体を始めとする関係機関との連携を図りながら消費者教育の取組を実施するとともに、都内全域における消費者教育の水準を向上させるため、区市町村への支援を強化していきます。

第2章 消費者教育の現状に対する基本認識

都内では、学習指導要領に基づく学校での消費者教育、行政の消費生活部門が中心となって実施する様々な講座等による社会人向けの消費者教育などが実施されています。

しかし、幼児期から高齢期に至るまでの体系的な消費者教育を、対象者の年齢や特性などのライフステージに応じてきめ細かく実施しているとまでは言えない状況にあります。

基本計画では、「ライフステージに応じた消費者教育の推進」を重点施策として掲げています。

そこで、都は、国、区市町村、消費者団体、事業者団体など消費者教育の実施主体との連携を一層強化しながら、体系的な消費者教育を推進するとともに、区市町村の消費者教育の推進を支援し、東京都内全域における消費者教育の水準の向上を図る必要があります。

1 学校における消費者教育の現状

(1) 小・中・高等学校

学校教育現場においては、学習指導要領に基づき、授業が実施されています。

平成20年及び21年に改訂された、小・中・高等学校の学習指導要領において、社会科、公民科、家庭科及び技術・家庭科などを中心に、消費者教育に関する教育内容の充実が図られています。

多くの学校では、消費者教育の授業が行われていますが、都が平成24年度に実施した「消費者教育に関する実施状況調査」によると、消費者教育の推進には取り組むべき課題があることがわかります。

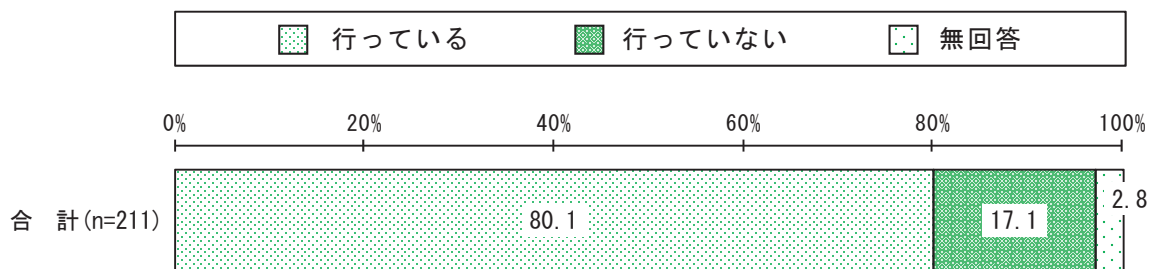
※ 図表1から図表18までの出典は「消費者教育に関する実施状況調査」東京都生活文化局
平成25年3月

① 小学校

都内の小学校（国立、公立、私立）における、消費者教育に関する授業の実施率は8割を超えていますが、授業時間数は年間で1～2時間の学校が6割を占めています。授業を行っている学年は、5年生で8割超、6年生で7割超となっており、7割が「家庭科」の時間で、3割弱が「社会科」の時間を利用して実施されています。

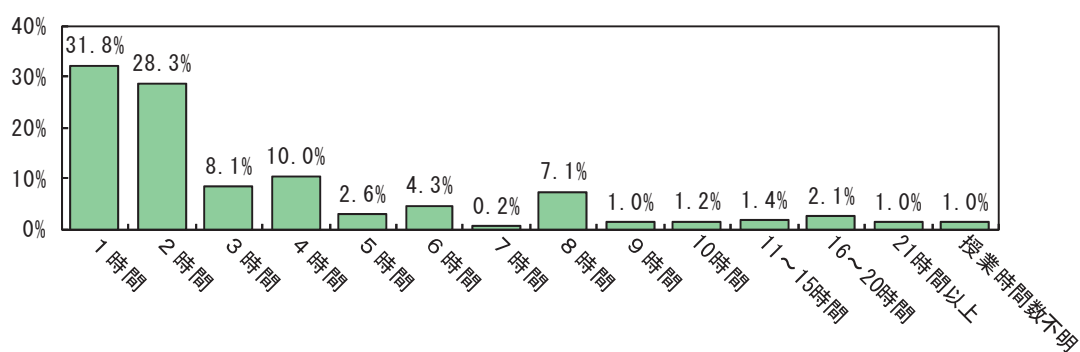
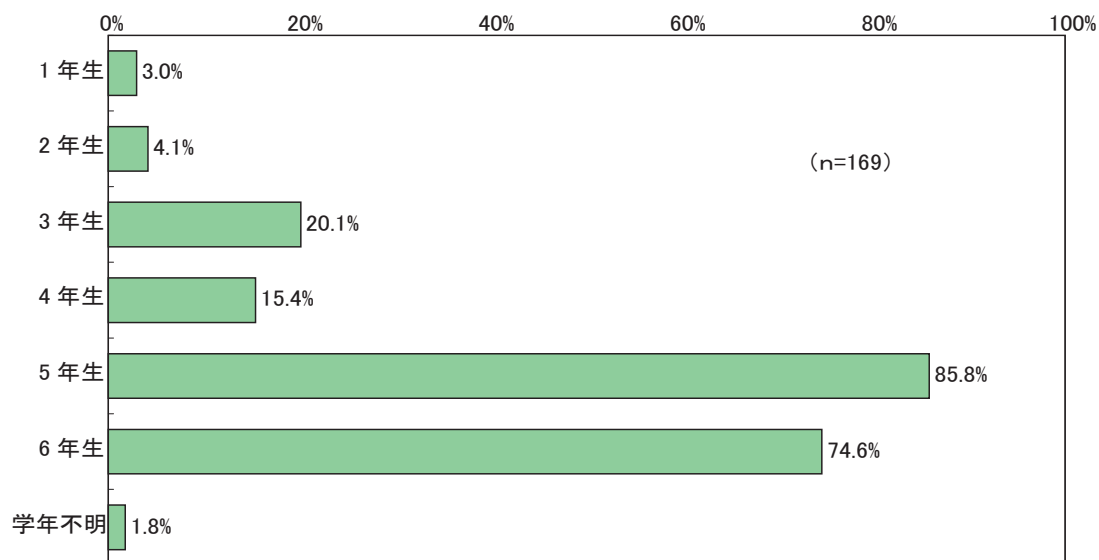
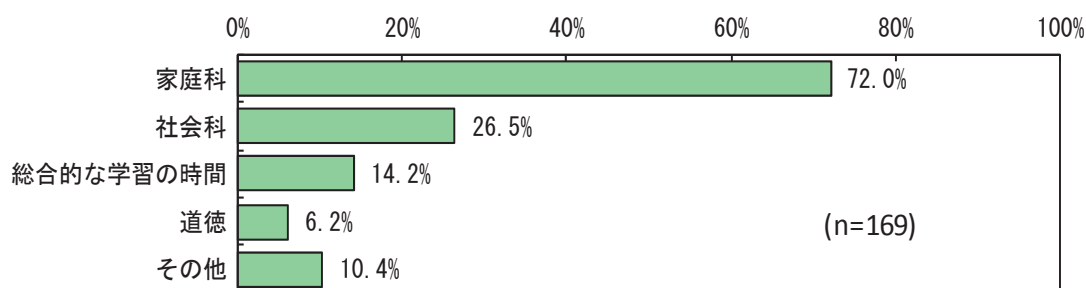
【図表 1】 都内小学校における消費者教育の授業の実施状況（1）

問 消費者教育に関する授業を行っていますか。（1つ選択）



【図表 2】 都内小学校における消費者教育の授業の実施状況（2）

問 消費者教育に関する授業の教科、学年、時間数を教えてください。（複数回答可）



一方、消費者教育を推進するに当たっての課題としては「他の優先課題があり、取り組めない」が5割、「活用できる教材が少ない」、「どのような取組をすればよいか分からない」が4割となっています。

また、学校において消費者教育を推進するために必要だと思うことについては「実践事例の紹介」、「児童・生徒向け教材の作成・配布」が7割程度、「教員に対する研修」が4割弱となっています。

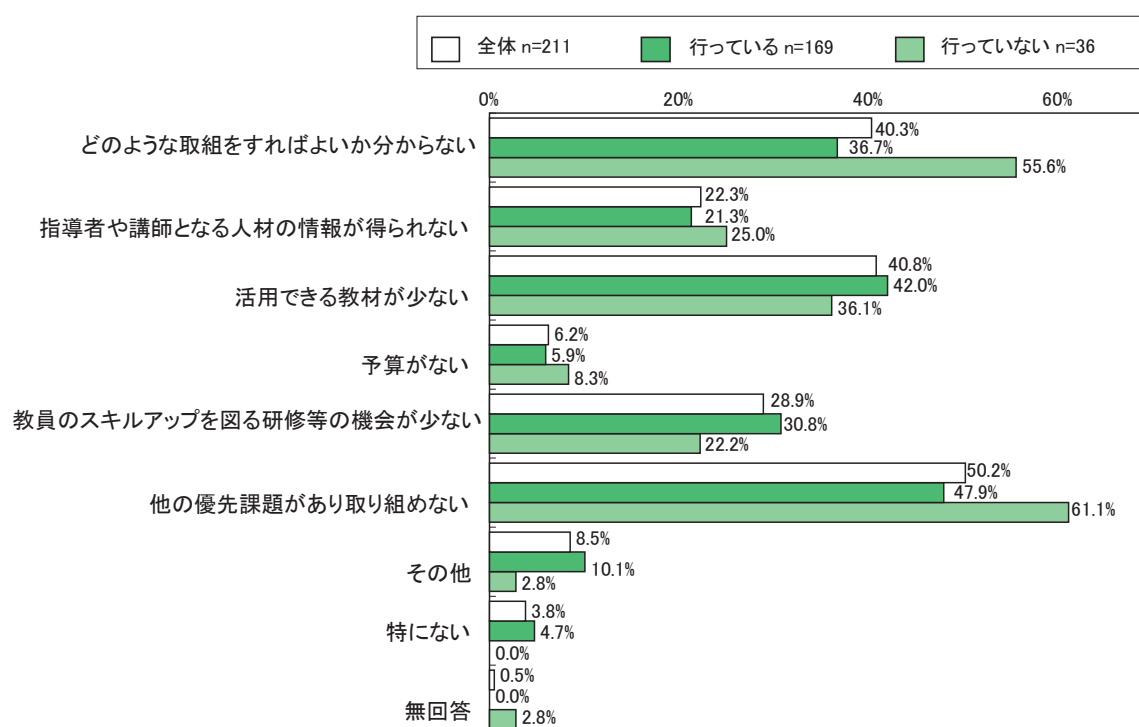
さらに、授業等で活用しやすい教材については、「DVD等映像の教材」が8割超、「紙媒体（チラシ、ワークシート等）による教材」が5割強となっています。

教材で希望するテーマについては「お金について（お金の大切さ）」が7割超、「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル」が6割超、「食品や製品の安全と表示について」が5割超となっています。

【図表3】都内小学校における消費者教育を推進するに当たっての課題

問 消費者教育を推進するに当たって、課題となっていることを選んでください。

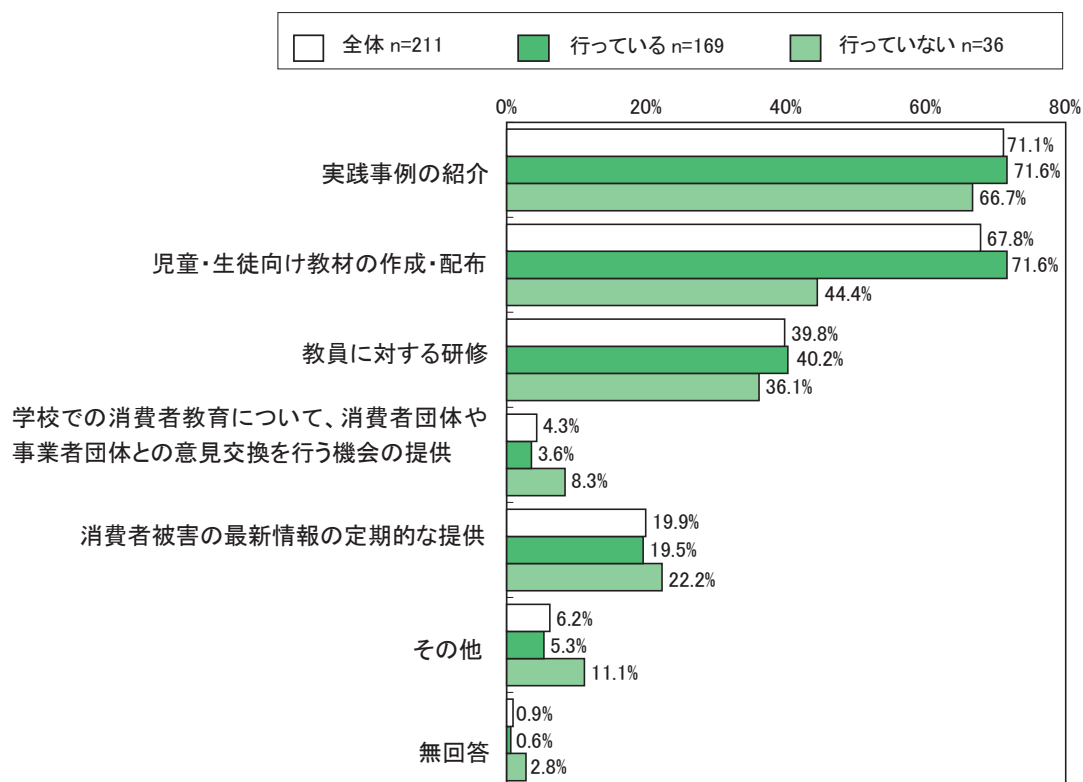
（3つまで選択可）



【図表 4】 都内小学校における消費者教育を推進するために必要なこと

問 学校において消費者教育を推進するために必要だと思うことを選んでください。

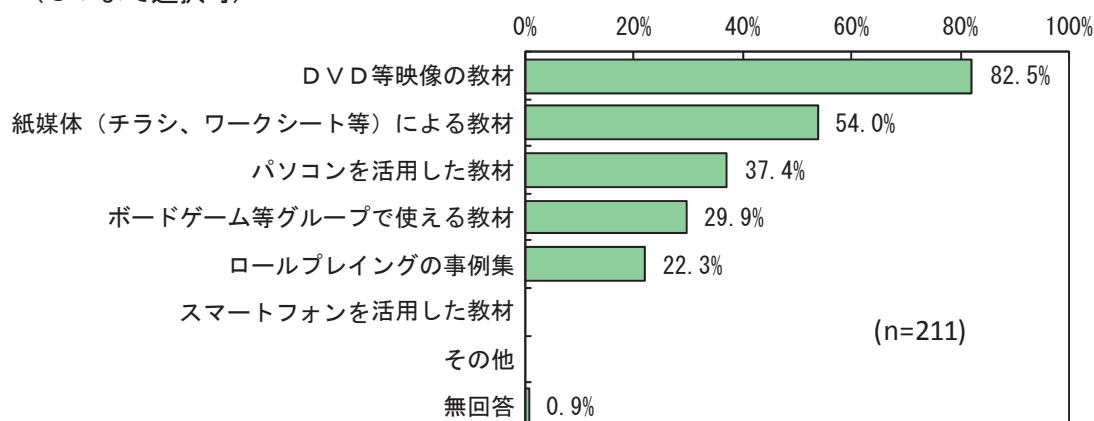
(3つまで選択可)



【図表 5】 都内小学校における授業等で活用しやすい又は効果があると思われる教材

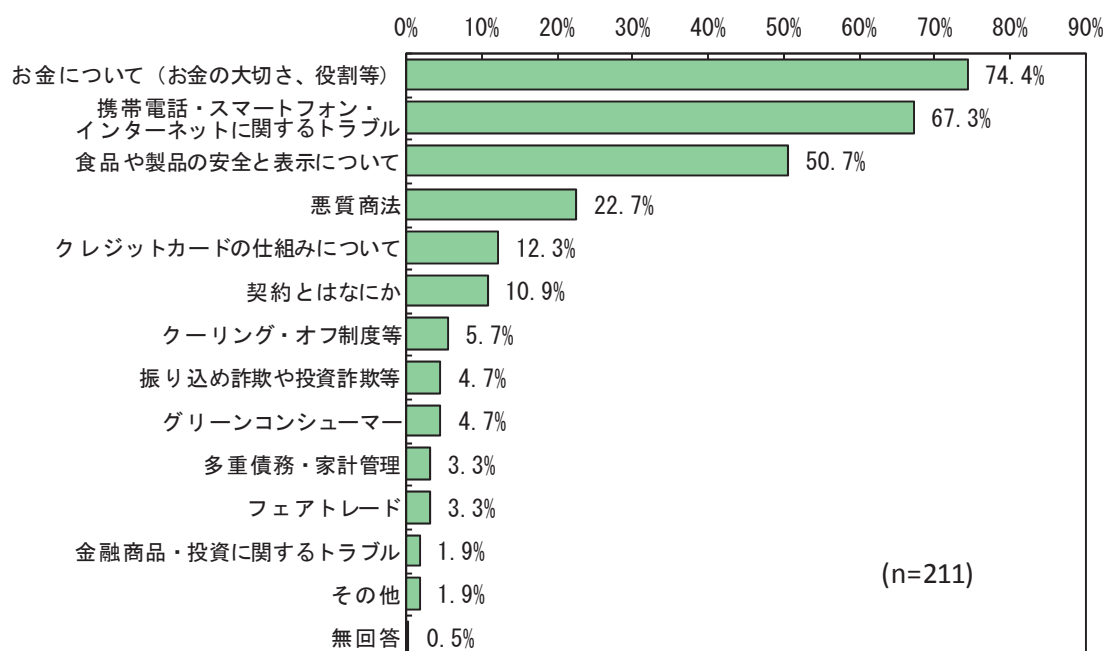
問 授業等で活用しやすい又は効果があると思われる教材を選んでください。

(3つまで選択可)



【図表 6】 都内小学校における消費者問題に関する教材で希望するテーマ

問 消費者問題に関する教材で、希望するテーマを選んでください。（3つまで選択可）



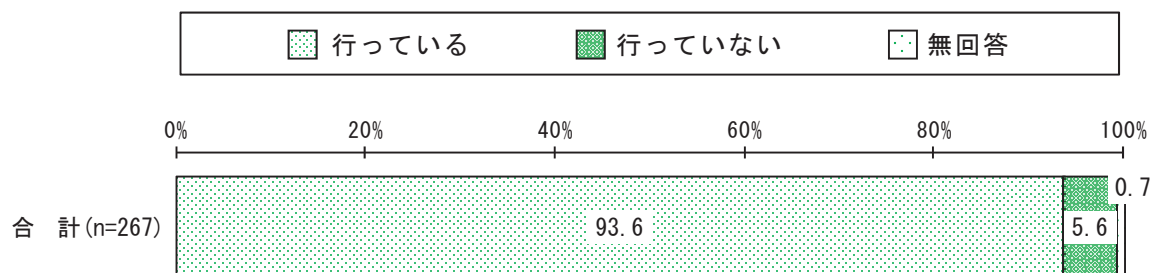
② 中学校

都内の中学校（国立、公立、私立）における、消費者教育に関する授業の実施率は9割を超えていますが、授業時間数は年間で1～2時間の学校が4割を占めています。

授業を行っている学年は、3年生では8割超となっており、約7割が「家庭分野」又は「公民的分野」の時間を利用して実施されています。

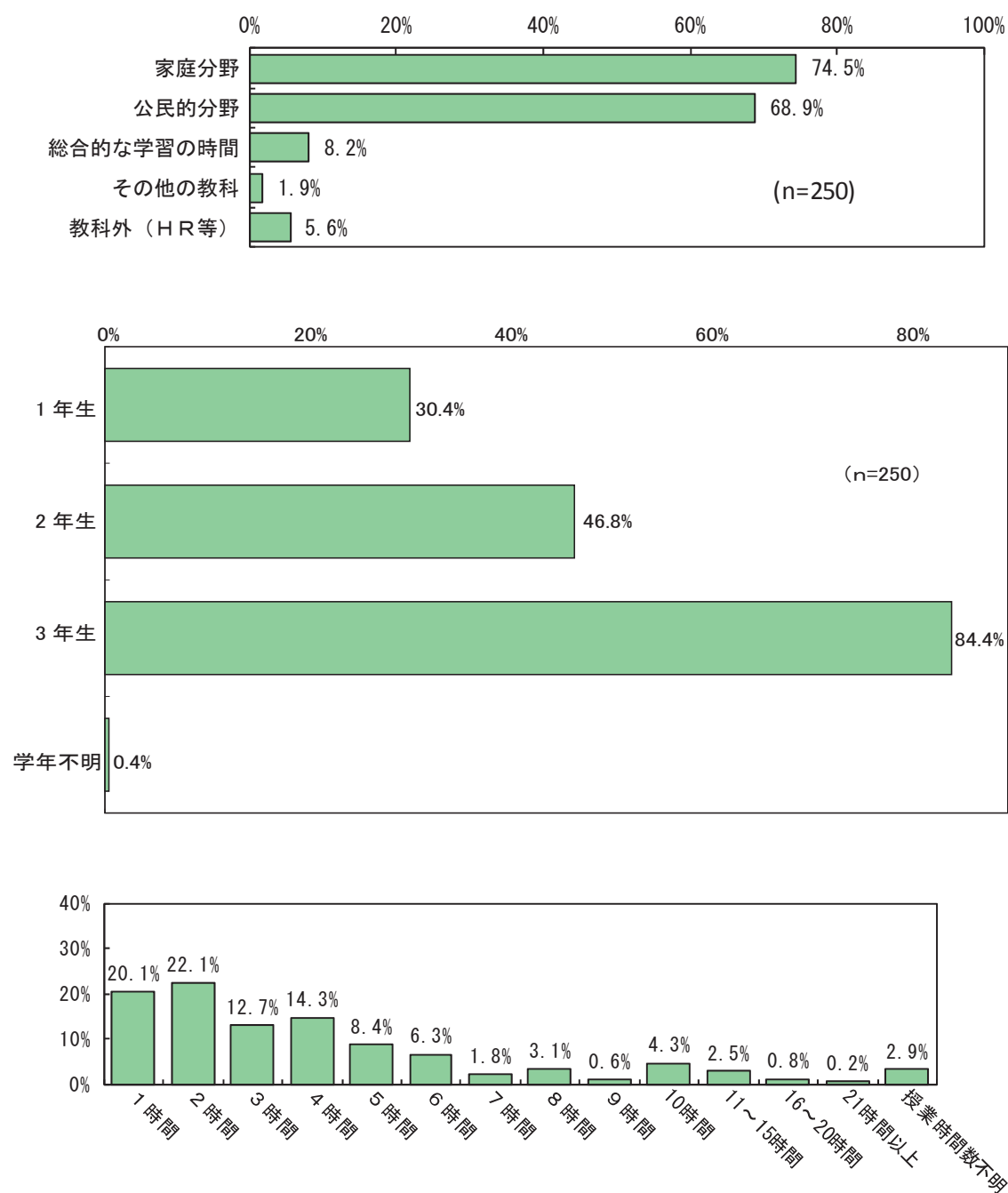
【図表 7】 都内中学校における消費者教育の授業の実施状況（1）

問 消費者教育に関する授業を行っていますか。（1つ選択）



【図表 8】都内中学校における消費者教育の授業の実施状況（2）

問 消費者教育に関する授業の教科、学年、時間数を教えてください。（複数回答可）



一方、消費者教育を推進するに当たっての課題としては「他の優先課題があり、取り組めない」が5割、「活用できる教材が少ない」が4割、「教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない」が3割弱となっています。

また、学校において消費者教育を推進するために必要だと思うことについては「実践事例の紹介」、「児童・生徒向け教材の作成・配布」が6割超、「消費者被害の最新情報の定期的な提供」が5割超となっています。

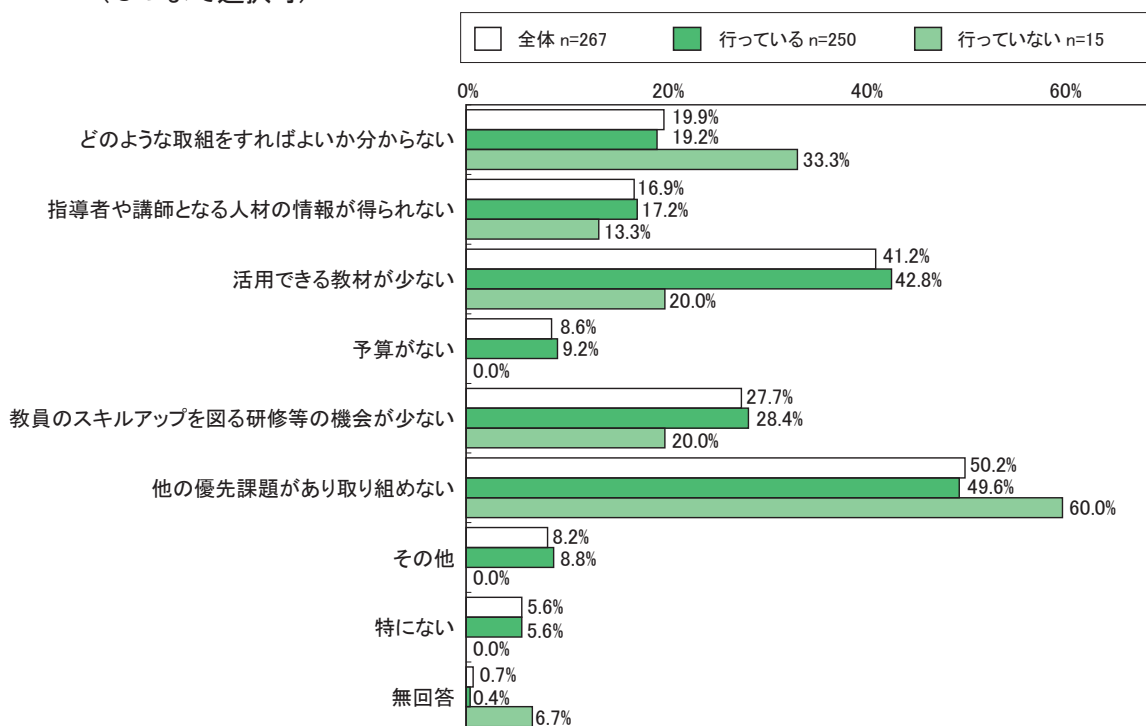
さらに、授業等で活用しやすい教材については、「DVD等映像の教材」が8割超、「紙媒体（チラシ、ワークシート等）による教材」が5割弱となっています。

教材で希望するテーマについては「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル」が7割超、「悪質商法」が5割超となっています。

【図表9】都内中学校における消費者教育を推進するに当たっての課題

問 消費者教育を推進するに当たって、課題となっていることを選んでください。

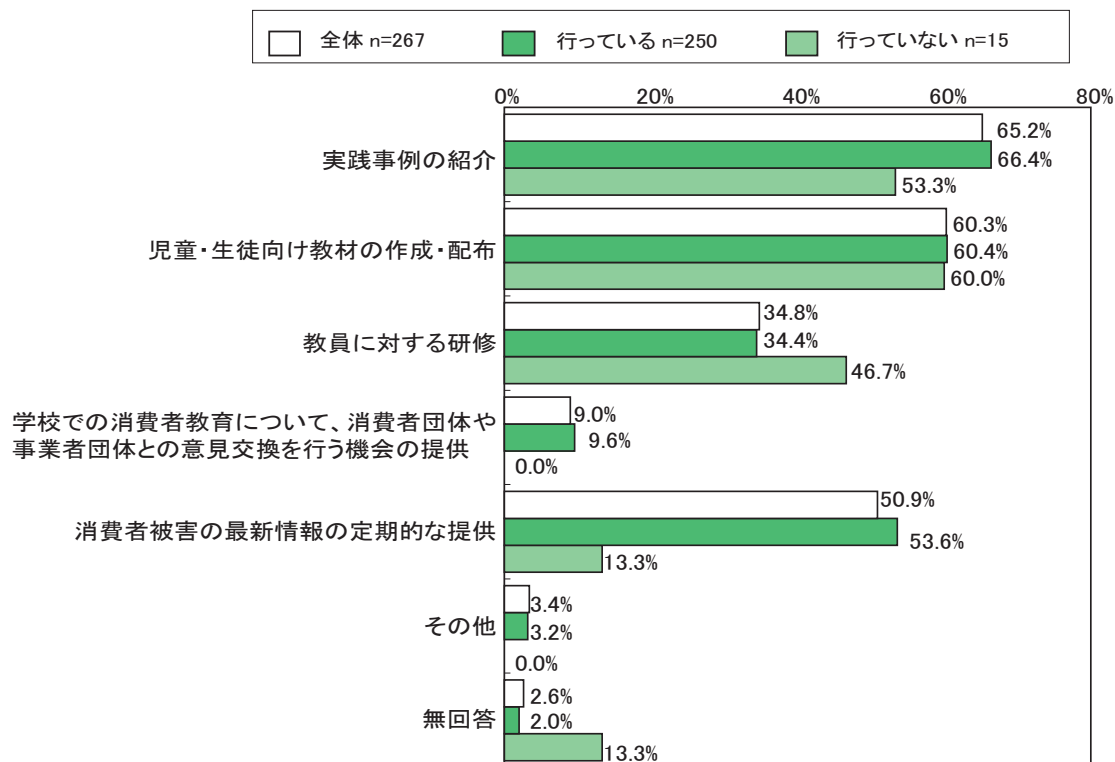
（3つまで選択可）



【図表 1 0】都内中学校における消費者教育を推進するために必要なこと

問 学校において消費者教育を推進するために必要だと思うことを選んでください。

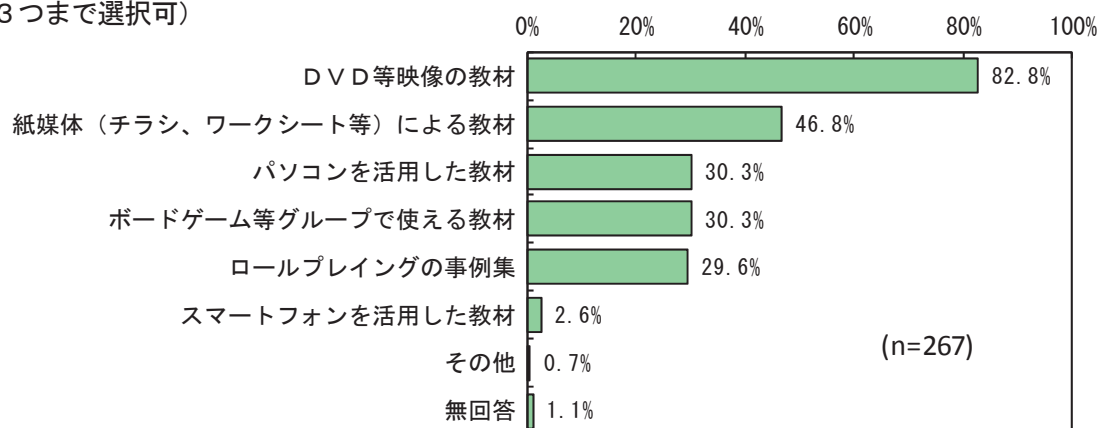
(3つまで選択可)



【図表 1 1】都内中学校における授業等で活用しやすい又は効果があると思われる教材

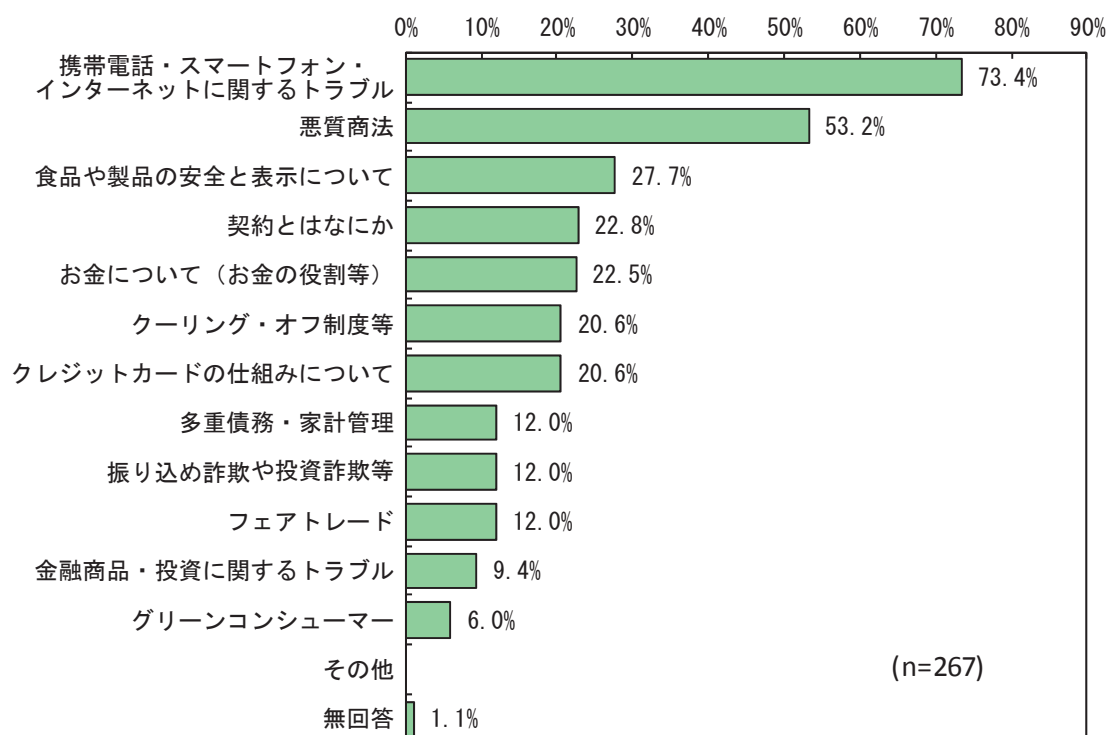
問 授業等で活用しやすい又は効果があると思われる教材を選んでください。

(3つまで選択可)



【図表 1 2】 都内中学校における消費者問題に関する教材で希望するテーマ

問 消費者問題に関する教材で、希望するテーマを選んでください。（3つまで選択可）



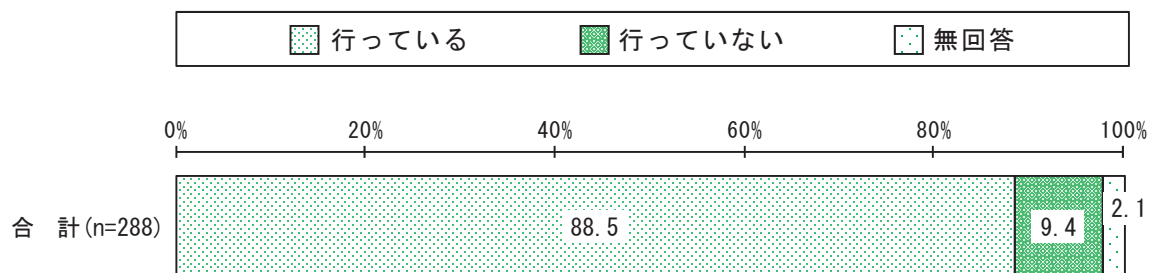
③ 高等学校

都内の高等学校（国立、都立、私立）における、消費者教育に関する授業の実施率は9割弱となっていますが、授業時間数は年間1～2時間の学校が5割を占めています。

授業を行っている学年は、1年生が6割弱、2・3年生が5割弱となっており、8割弱が「家庭」、4割が「公民」の時間を利用して実施されています。

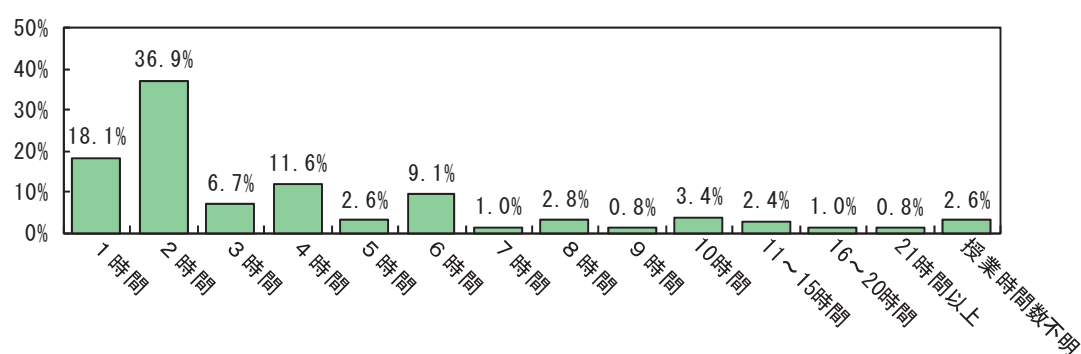
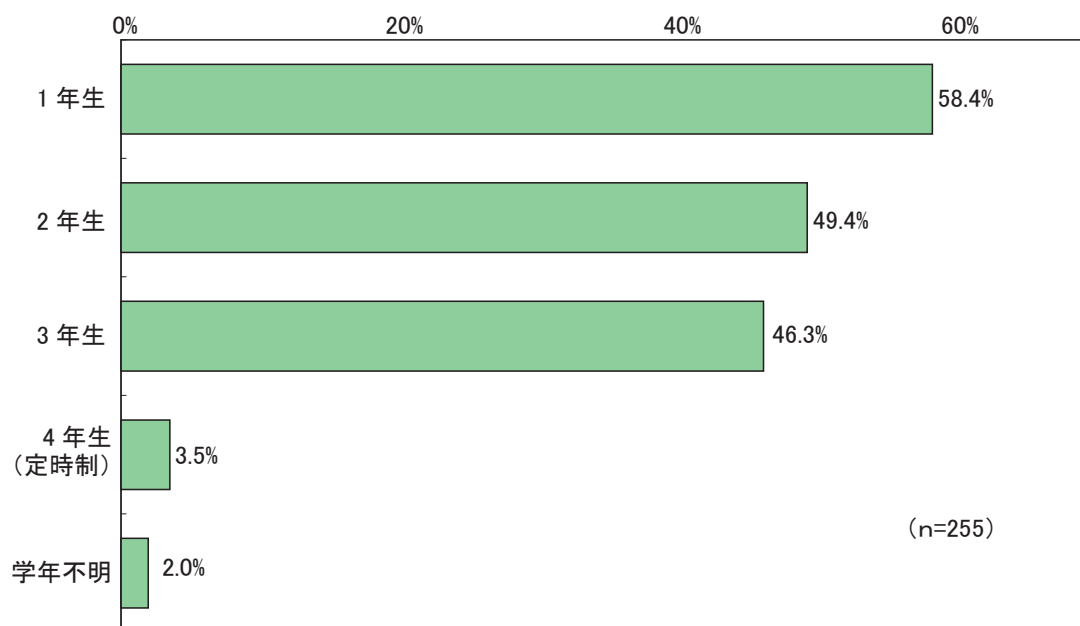
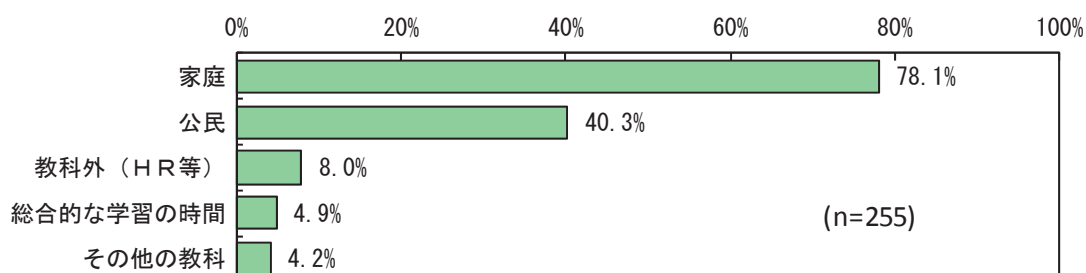
【図表 1 3】 都内高等学校における消費者教育の授業の実施状況（1）

問 消費者教育に関する授業を行っていますか。（1つ選択）



【図表 1 4】 都内高等学校における消費者教育の授業の実施状況（2）

問 消費者教育に関する授業の教科、学年、時間数を教えてください。（複数回答可）



一方、消費者教育を推進するに当たっての課題としては「他の優先課題があり、取り組めない」が5割弱、「活用できる教材が少ない」が4割弱、「教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない」が3割弱となっています。

また、学校において消費者教育を推進するために必要だと思うことについては「実践事例の紹介」、「消費者被害の最新情報の定期的な提供」が6割超、「児童・生徒向け教材の作成・配布」が5割超となっています。

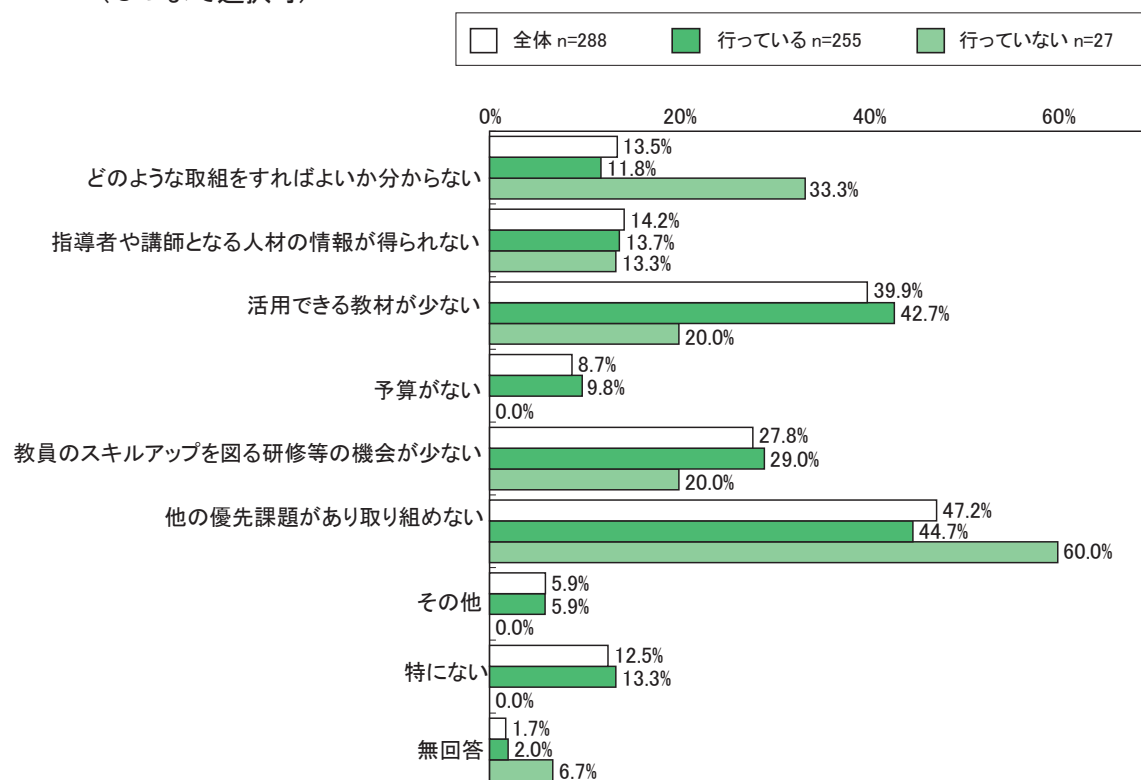
さらに、授業等で活用しやすい教材については、「DVD等映像の教材」が8割超、「紙媒体（チラシ、ワークシート等）による教材」が5割超となっています。

教材で希望するテーマについては「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル」が7割超、「悪質商法」が5割超となっています。

【図表 15】都内高等学校における消費者教育を推進するに当たっての課題

問 消費者教育を推進するに当たって、課題となっていることを選んでください。

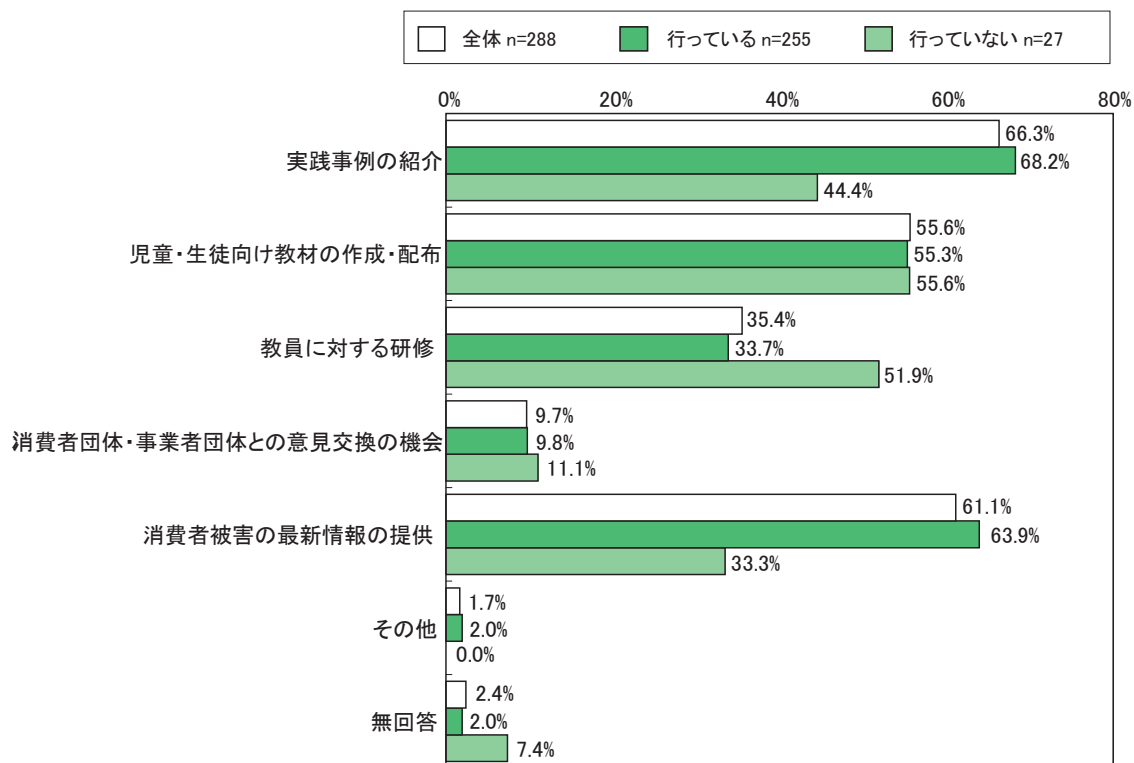
（3つまで選択可）



【図表 1 6】都内高等学校における消費者教育を推進するために必要なこと

問 学校において消費者教育を推進するために必要だと思うことを選んでください。

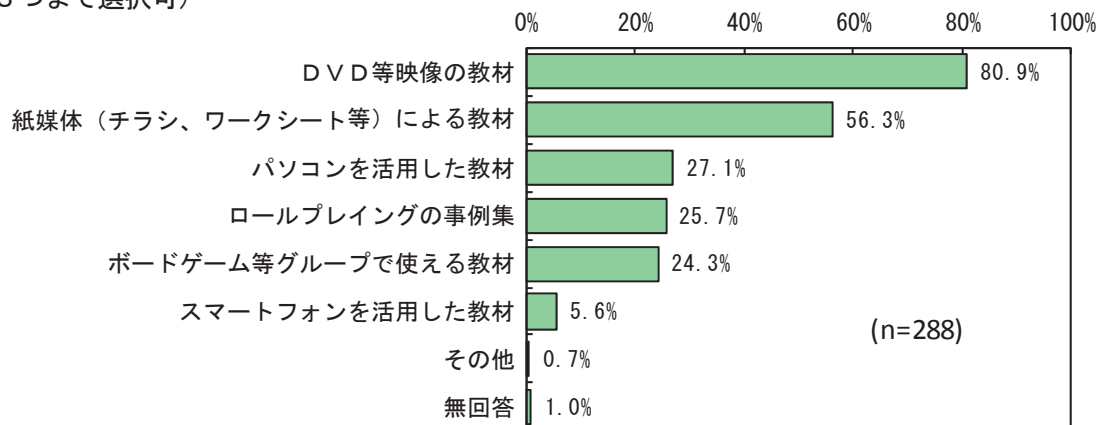
(3つまで選択可)



【図表 1 7】都内高等学校における授業等で活用しやすい又は効果があると思われる教材

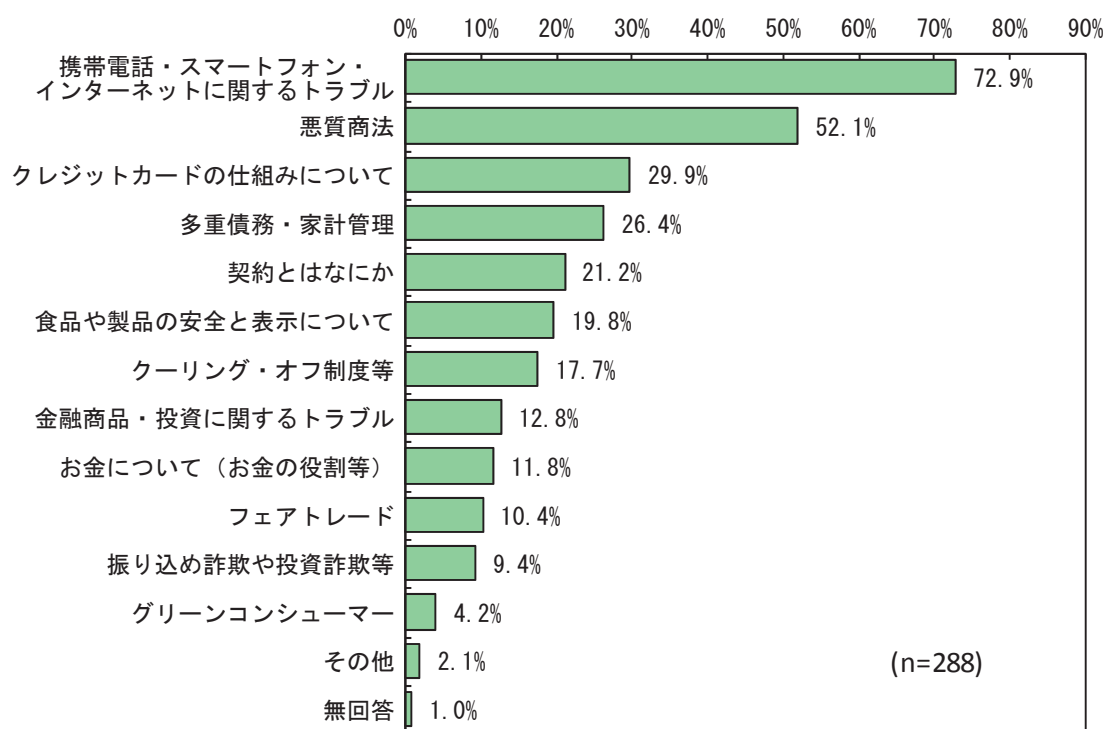
問 授業等で活用しやすい又は効果があると思われる教材を選んでください。

(3つまで選択可)



【図表 1 8】 都内高等学校における消費者問題に関する教材で希望するテーマ

問 消費者問題に関する教材で、希望するテーマを選んでください。（3つまで選択可）



小・中・高等学校においては、基本的には学習指導要領に基づいて消費者教育を展開することになります。

しかし、現実には、消費者教育の授業時間数が1～2時間程度の学校も多いことや、活用できる教材が少ないという共通した課題があります。

希望する教材のテーマとして「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル」が共通して高い割合で挙げられています。

また、小学校では「お金について」、「食品や製品の安全と表示について」が、中学校・高等学校では「悪質商法」の教材を希望する割合が高くなっています。

東京都消費生活総合センターで作成した教材を紹介し、より一層活用してもらうなどの取組が必要です。

年間の授業時間数は限られているため、消費者教育の授業を優先的に増やすことには困難な面がありますが、活用できる教材の開発や情報提供、教員がどのような取組をすれば良いか考える際の参考となるような講座の開催など、学校現場を支援するための取組が必要です。

（２）大学・専門学校等

大学・専門学校等においては、学習指導要領に基づき消費者教育の授業を展開する小・中・高等学校とは異なり、各大学・専門学校等の判断で授業を設定、消費者教育を展開し、学生も自分の判断で授業を選択することとなります。

文部科学省が全国の大学・短期大学・高等専門学校を対象に平成２２年度に実施した、「消費者教育に関する取組状況調査」によると、大学等における消費者教育は情報提供が中心となっており、学生への情報提供方法としては「学内へのポスターの掲示」、「入学時等におけるガイダンス」が７割超、「学生便覧等への記載」が５割超となっています。

また、多くの大学では消費者問題に関する相談窓口を設置していますが、その窓口で対応を行う教職員への研修については、「研修等は実施していない」が７割超となっており、「必要に応じて研修等を実施している」は１割強に留まっています。

学外の機関との連携については「特に連携していない」が５割、「消費生活センター」、「警察」が３割弱となっています。

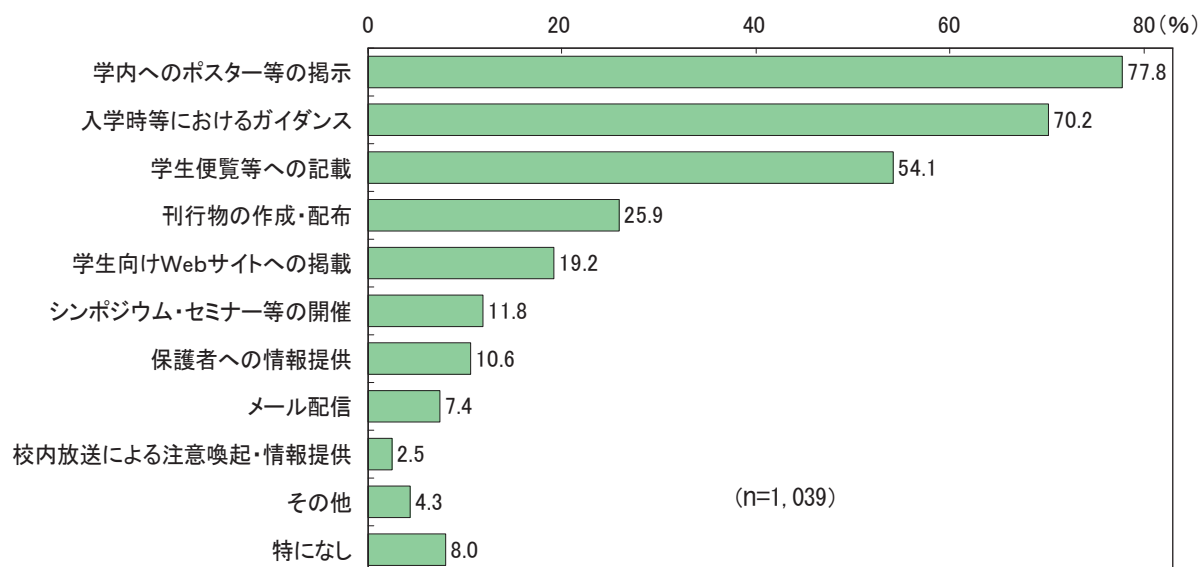
なお、消費者教育を推進するに当たっての課題としては「特になし」が４割弱、「指導者や講師となる人材がいない」が３割、「どのような取組をすればよいかわからない」が２割弱となっています。

今後、特に重点的に行いたいと考えている取組は、「学生に対する啓発・情報提供」が７割超、次に「学生からの相談への対応」が５割超であり、「授業・ゼミにおける教育」は１割強に留まっています。

※ 図表１９から図表２３までの出典は「消費者教育に関する取組状況調査」文部科学省生涯学習局
平成２３年３月

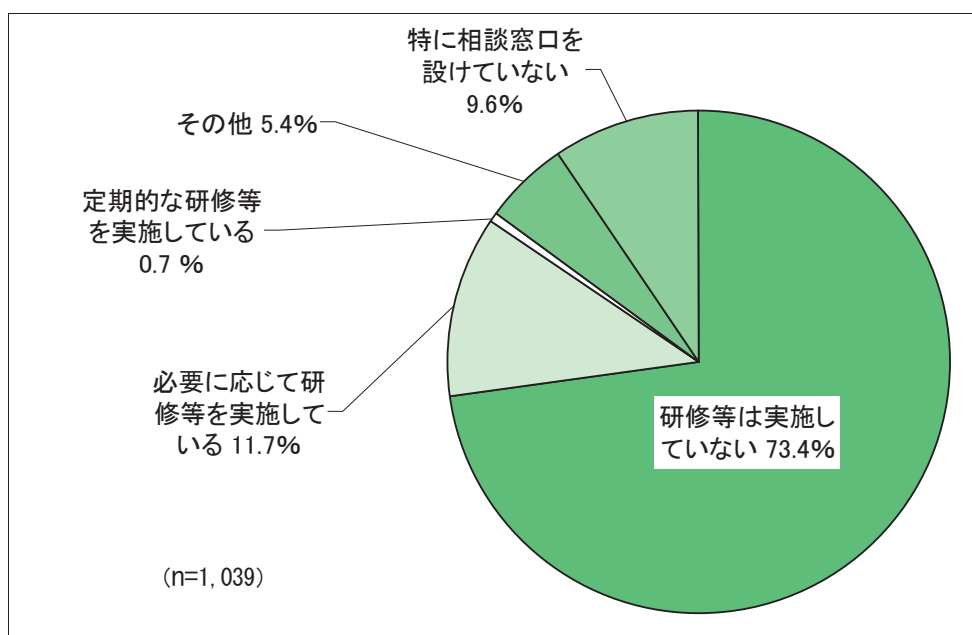
【図表 1 9】大学等における学生に対する啓発・情報提供

問 消費者問題について学生に対してどのような啓発・情報提供を行っていますか。
(複数選択)



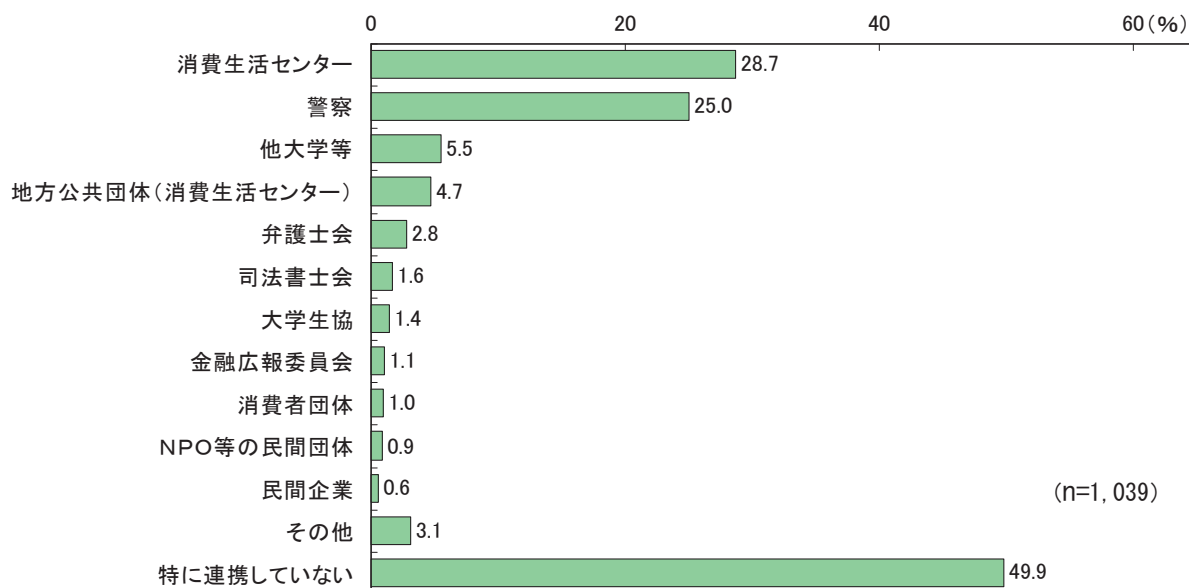
【図表 2 0】大学等における相談対応を行う教職員に対する研修実施状況

問 学生からの消費者問題に関する相談窓口において対応を行う教職員に対して消費者問題についての研修を実施していますか。(1つ選択)



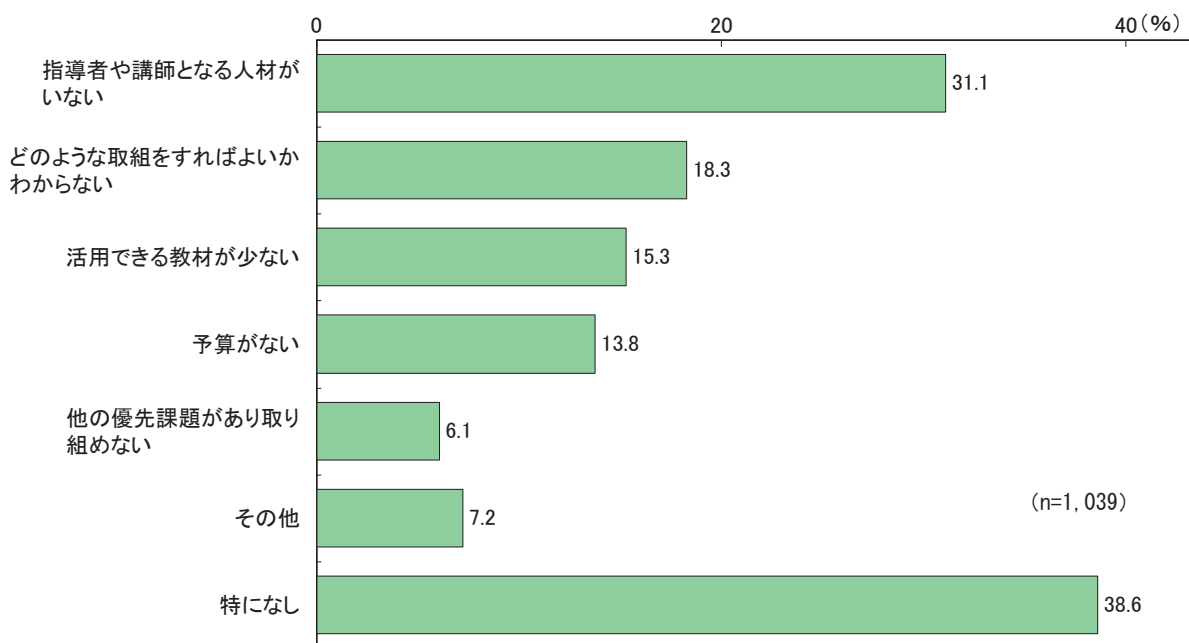
【図表 2 1】大学等における学外機関との連携

問 学生の消費者問題に関する対応において、どのような機関と連携をしていますか。
(複数選択)



【図表 2 2】大学等における消費者教育の推進における課題

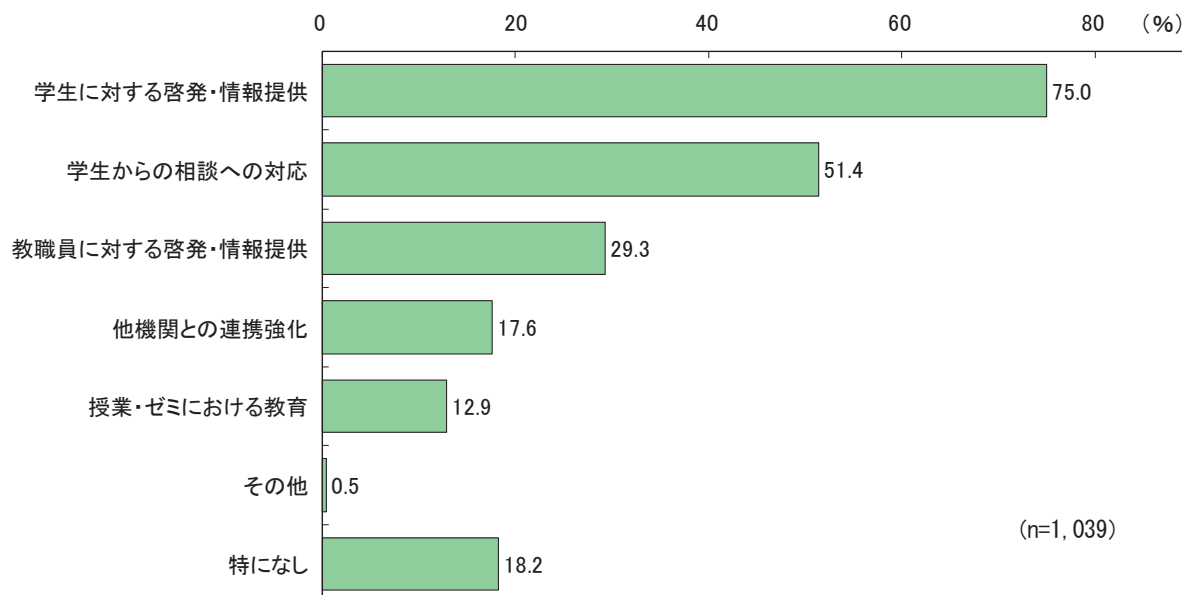
問 貴学において、今後、消費者教育を推進するに当たって課題となることについて教えてください。
(複数選択)



【図表 2 3】大学等における今後の重点的な取組

問 貴学において、今後、特に重点的に行いたいと考えている取組について教えてください。

(複数選択)



大学での授業として消費者教育を取り入れることが困難な場合には、東京都消費生活総合センターで作成した授業以外で活用できる教材の紹介、入学時等のガイダンスでの東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）の活用を働きかけていく必要があります。

また、学生の相談に対応する教職員向けの研修があまり実施されていないことや、学外機関との連携が十分になされていないことから、東京都消費生活総合センターの相談窓口の利用についても働きかけていく必要があります。

大学生はインターネット通販やSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）などを利用した被害に遭いやすいため、都がSNSなどを活用して、効果的な情報提供をしていくことも必要です。

さらに、学内でマルチ商法の勧誘を行うなど、アルバイト感覚で悪質商法に加担するケースも見受けられるため、加害者にならないための啓発も重要です。

2 企業等における消費者教育の現状

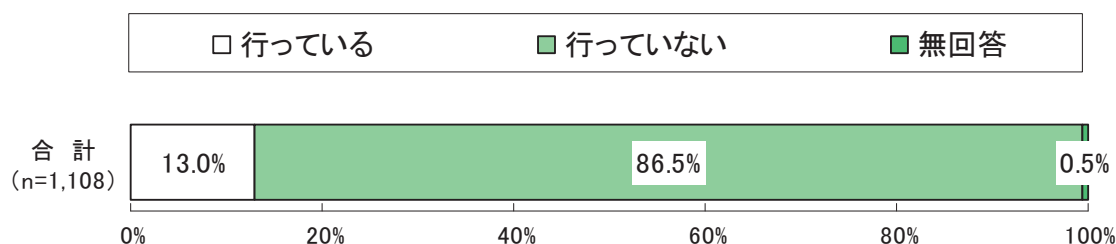
消費者教育推進法では、事業者は従業員に対し、研修を実施し、又は事業者団体等が行う講習会を受講させることなどを通じ、消費生活に関する知識及び理解を深めるよう努めるものとされています。しかし、都が平成24年度に実施した「消費者教育に関する実施状況調査」によると、都内の企業で従業員に対する消費者教育を実施している割合は1割程度に過ぎず、取組が十分ではない状況にあります。

なお、従業員規模別にみると、規模が大きいほど消費者教育を実施している割合が高い傾向にあります。

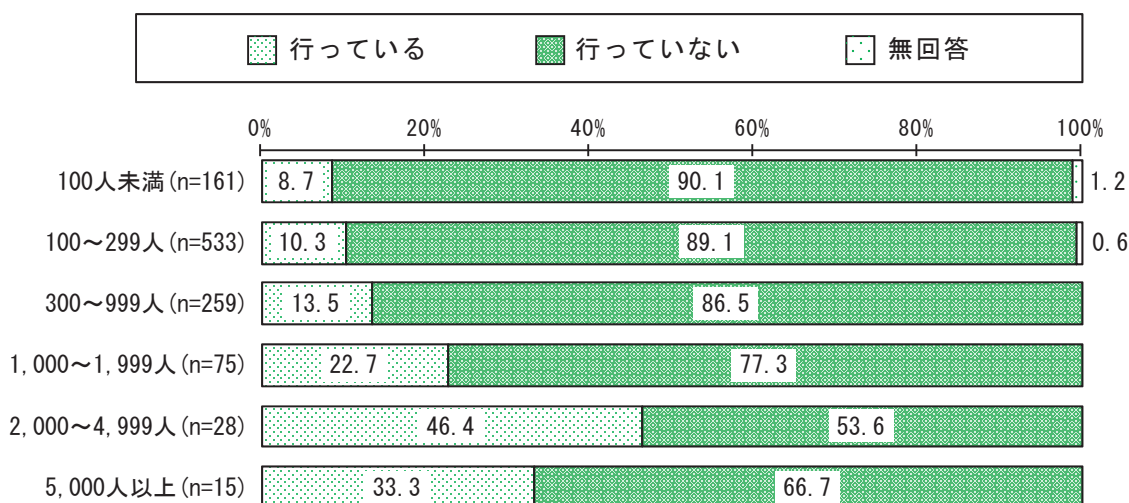
※ 図表24から図表29までの出典は「消費者教育に関する実施状況調査」東京都生活文化局
平成25年3月

【図表24】都内企業における従業員に対する消費者教育の実施状況

問 消費者問題に関する啓発（消費者教育）を行っていますか。（1つ選択）



【図表25】都内企業における従業員に対する消費者教育の実施状況（従業員規模別）

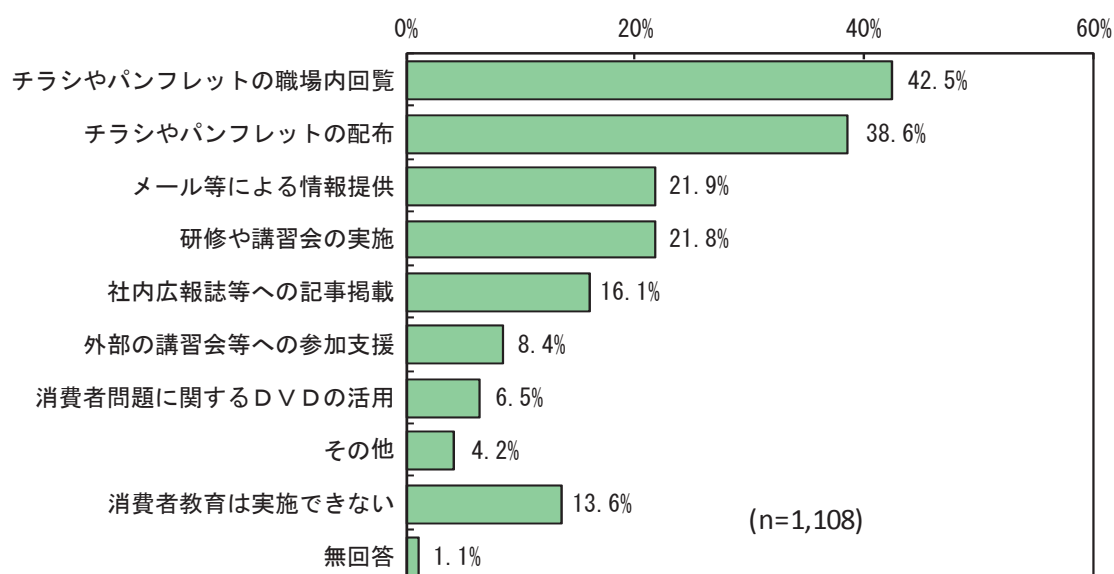


また、今後、取り組むことが可能な消費者教育の方法については、4割程度の企業が「チラシやパンフレットの職場内回覧」や「チラシ・パンフレットの配布」と回答しており、「研修や講習会の実施」は2割程度に留まっています。

消費者教育を行う場合に取り上げたいテーマについては「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル」、「悪質商法」がそれぞれ5割弱となっています。

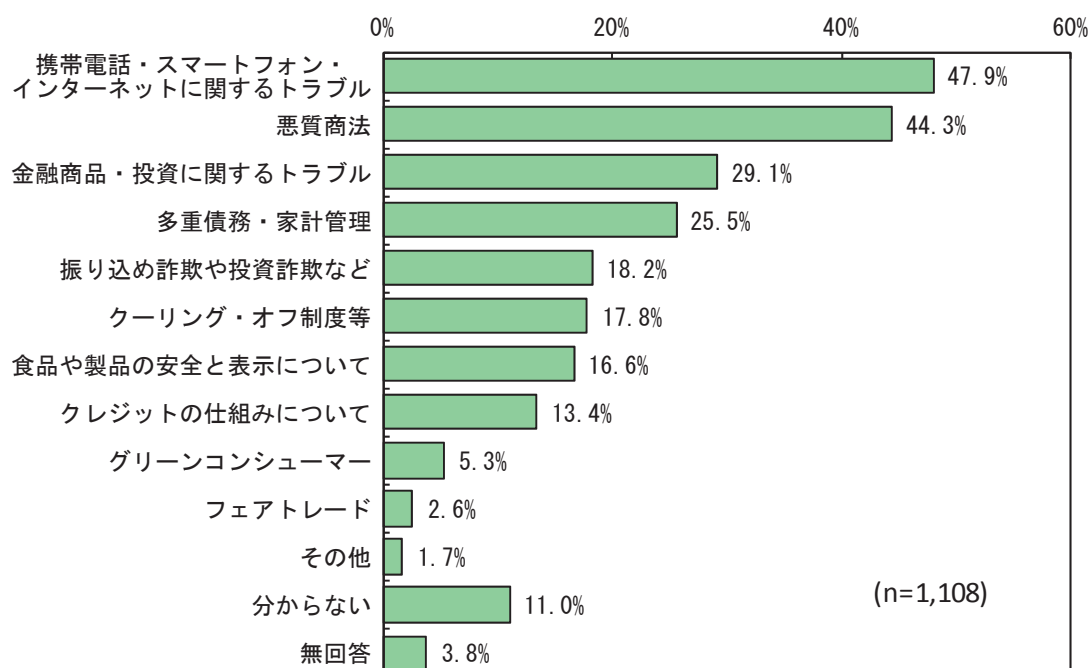
【図表 2 6】 都内企業における今後取り組むことが可能な消費者教育の方法

問 今後取り組むことが可能な消費者教育の方法を選択してください。（複数選択可）



【図表 2 7】 都内企業における消費者教育を行う場合に取り上げたいテーマ

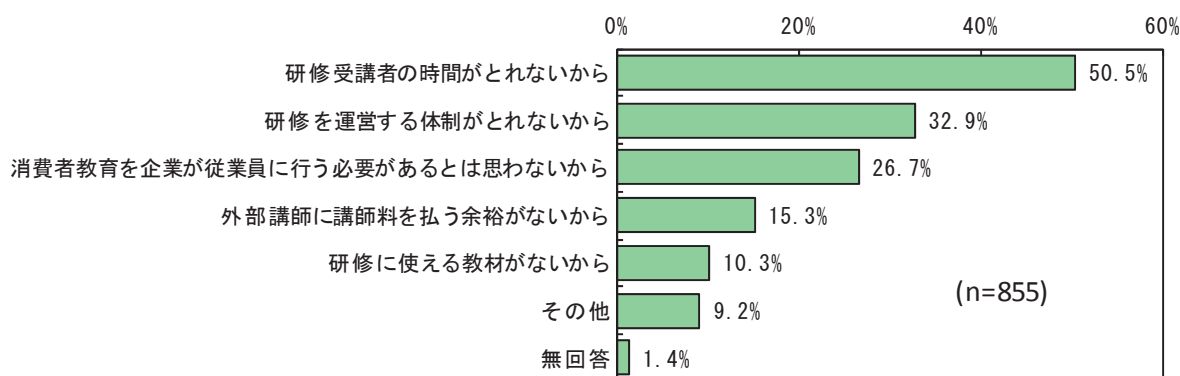
問 消費者教育を行う場合に取り上げたいテーマを選択してください。（3つまで選択可）



研修や講習会の実施ができない理由については、「研修受講者の時間がとれないから」が5割、「研修を運営する体制がとれないから」が3割超のほか、「消費者教育を企業が従業員に行う必要があるとは思わないから」という回答が3割弱となっています。

【図表 2 8】都内企業における研修や講習を実施できない理由

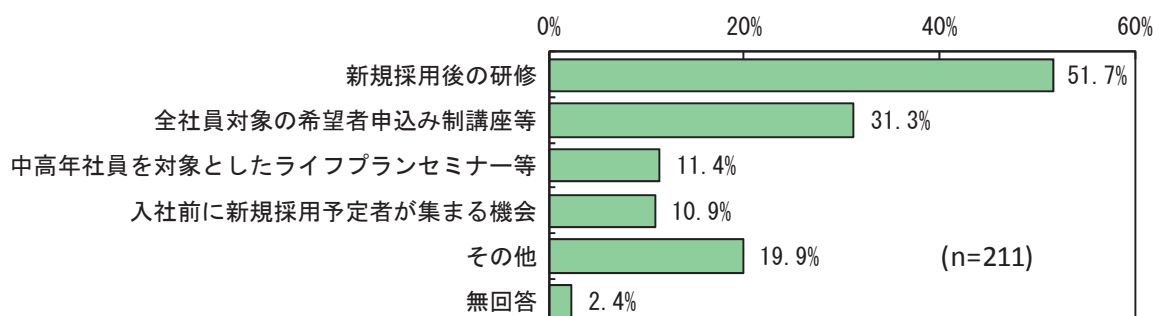
問 研修を行えない主な理由を選択してください。（2つまで選択可）



一方、研修や講習会の開催が可能な場合は、新規採用後の研修が5割超と最も多く、次いで「全社員対象の希望者申込み制講座等」が3割超となっています。「中高年社員を対象としたライフプランセミナー等」や「入社前に新規採用予定者が集まる機会」との回答もそれぞれ1割程度あり、都ができる支援もあると考えられます。

【図表 2 9】都内企業における研修等の対象社員及び時期

問 研修等の対象社員及び時期について選択してください。（複数選択可）



企業等における消費者教育を促進するためには、新入社員向けの研修での東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）による出前講座の活用の働きかけや、新入社員や退職者向けの教材の作成が必要であると考えられます。

また、消費者教育を従業員に行う必要がないという企業もあることから、社会貢献や、リスクマネジメントの視点などから、企業等における消費者教育の必要性について理解を得られるよう働きかけていく必要があります。

3 地域における消費者教育の現状

(1) 高齢者への消費者教育

高齢社会の進展に伴い、都内の消費生活センターに寄せられる全相談件数のうち高齢者からの相談の件数が占める割合は増加傾向にあります。

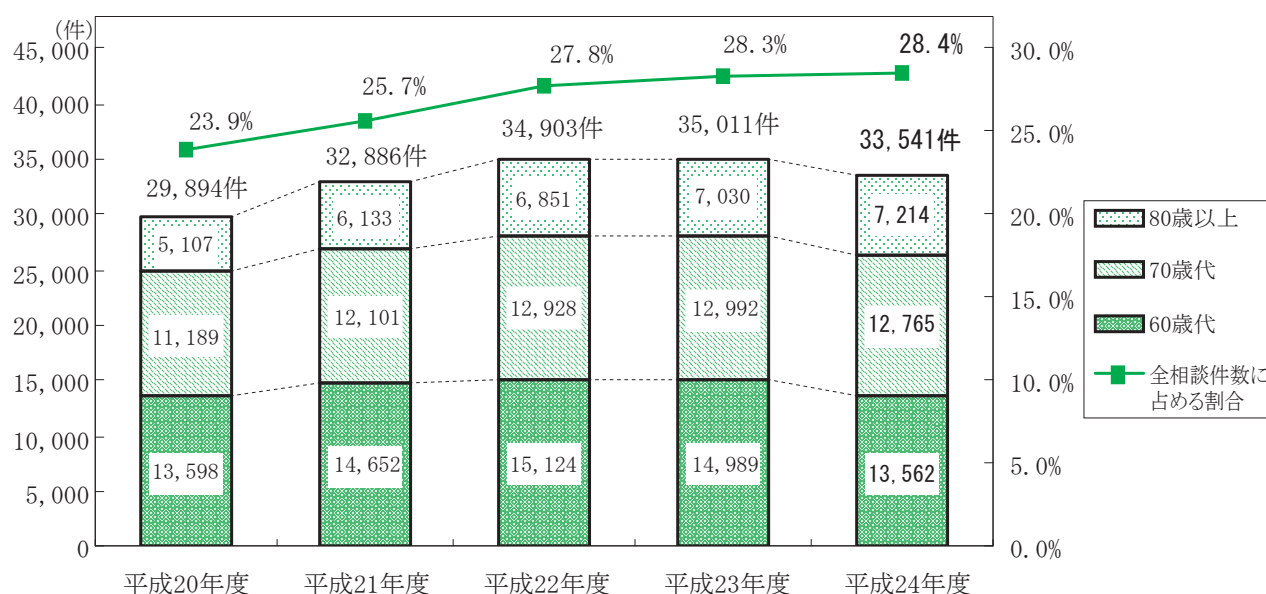
また、契約金額も相談者全体の平均を上回る状況にあり、被害が深刻であること、都内の高齢者の4人に1人が一人暮らしという東京の特徴からも高齢者向けの消費者教育が重要となっています。

多くの高齢者は元気で、判断力もあるため、高齢者の被害防止のため高齢者本人に向けての消費者教育の実施が必要です。

しかし、認知症などにより判断力が低下している高齢者もいることから、高齢者本人だけでなく、家族や介護事業者などの身近な人たちへの消費者教育の実施が課題であるといえます。

現在、都内の多くの区市町村で、消費生活部門や高齢者福祉部門、民生委員、町会・自治会、介護事業者などによる高齢者の消費者被害防止のための見守りネットワークができており、この仕組みを効果的に活用していくことが必要となっています。

【図表30】高齢者の相談件数の推移



(2) 家庭での消費者教育

子供や若者には家庭において、保護者（親など）が行う消費者教育も重要です。

保護者が小遣いの与え方を考え、買い物を手伝わせるなどにより、いわゆる金銭管理の知識を子供に身に付けさせることだけでなく、日常生活を通じて環境や食に関する教育を行うことが必要となっています。

また、携帯電話の利用や、急速に普及するSNSについての子供からの相談に保護者が対応できるように、PTAの活動を利用して家庭向けの消費者教育の機会を設けるなどの方法を検討していく必要があります。

さらに、商品等の安全に関する教育も必要です。

都が実施したインターネット・アンケート調査結果によると、台所や風呂場、日用品などの身の回りに多くの危険が潜んでいます。

都では、注意喚起を実施していますが、家庭においても、製品の安全性や日常生活における危険性などについて家族で学んでいくことが重要です。

(3) 区市町村での消費者教育

消費者教育推進法では、区市町村においても、それぞれの地域の特性に応じて消費者教育を推進していくことを定めています。

特に、高齢者や家庭における消費者教育について、住民に身近な区市町村が果たす役割が大きいと考えられます。

現在、区市町村においても、地域の住民を対象とした消費生活講座や出前講座の実施、教材の作成、消費生活センターでの展示など、様々な取組が行われていますが、専任の担当部署がないなど、消費者教育を進めるに当たり、体制が十分に整っていない自治体もあります。

都は、東京都消費生活条例に基づく区市町村への協力の一環として、東京都消費生活総合センターの出前講座・出前寄席の活用や、作成した教材の提供などにより、区市町村における消費者教育の推進を支援していく必要があります。

また、消費者教育推進地域協議会の設置や消費者教育推進計画の策定への支援も必要です。

4 消費者団体・事業者団体等による消費者教育の現状

消費者教育推進法では、消費者教育を効果的に推進するため、学校、地域、職場など、場の特性に応じた適切な方法を採用するとともに、それぞれの場で消費者教育を推進する多様な主体と連携することを定めています。

消費者団体や事業者団体等もそれぞれのノウハウをいかして、様々な消費者教育や啓発事業（講座の実施、教材の作成等）に取り組んでいますが、その情報が知られていないため、十分に活用されているとは言えない状況にあります。

そのため、今後は、行政を含めて情報交換を密にするとともに、広く情報発信していくことで、既存の取組の有効活用を促していくことが必要です。

5 都の消費者教育の現状

都は、都民が消費生活において必要な知識や判断力を習得し、「自立した消費者」として主体的に行動できるように、「ライフステージ別消費者教育取組状況図」のとおりに、各種教育講座の開催、消費者教育教材の制作・提供、普及啓発などの様々な取組を実施しています。

国、区市町村、消費者団体、事業者団体等においても、それぞれのノウハウをいかして、講座開催や教材作成など消費者教育の取組を実施しており、これらの団体等との連携を強化することにより、ライフステージに応じた体系的な消費者教育を展開していくことが必要です。

ライフステージ別消費者教育取組状況図

ライフステージ別消費者教育取組状況図								
		幼児期 （保護者対象を含む）	小学生期	中学生期	高校生期	成人期		
						特に若者	成人一般	特に高齢者
各期の特徴 重点領域		様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に興味をもち、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	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	生活において自立を進め、消費生活スタイルや価値観を確立し、自らの行動を始める時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期
	全領域	東京くらしWEB						
消費者市民社会の構築	○消費がもつ影響力の理解 ○持続可能な消費の実践 ○消費者の参画・協働		学習指導要領に基づく消費者教育			スマホ用ゲームアプリ	Twitter・FaceBook	
						消費生活情報誌「東京くらしねっと」		
				教員向け情報提供誌「わたしは消費者」		啓発講座（消費生活講座）		
				消費者教育教員講座		消費者問題マスター講座		
						出前講座		
						情報交流集会		
						消費者月間		
			省エネチェックシートの配布		女子サッカー部員と男子マネージャーが考えた食事戦略	冷蔵庫から“食”を考える		
			親子夏休み講座			啓発講座（実験実習講座）		
			親子はかり教室			食育講座		
	出前計量教室			社会人向け環境学習講座				
		市場ならではの食育の推進及び情報提供						
商品等の安全	○商品安全の理解と危険を回避する能力 ○トラブル対応能力	ヒヤリ・ハットから子供をまもり隊 -大事故につながる身近な危険- ※乳幼児・児童の保護者へ					ヒヤリ ハットリくん只今参上!!～高齢者の身の回りの危険を防ぐでござる～ ※高齢者とその周りの人々向け	
		幼児の身の回りの事故防止ガイド			緊急リポート美容医療 キレイのリスク	-図解！よくわかる- 暮らしの製品安全知識		
		乳幼児の誤飲事故防止ガイド						
					キッチンでの事故防止ガイド			
					お風呂・トイレの危険防止ガイド			
					年末年始の事故防止ガイド			
								シニア世代の身の回りの事故防止ガイド
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 ○生活を設計・管理する能力	教えて！キッズ先生 けいやくのギモン？完全攻略クイズ	情報社会を泳ぎきる！かしこいヒツジへの道	みゃーもと先生の「できる消費者」パーフェクトガイド ハカセと一緒に消費者の時間へGO! ※特別支援学校高等部向け	竜馬と行く！契約クイズの旅	あれ？もしかして… ～高齢者を狙う悪質な住宅リフォーム～ ヨネスケの利殖商法に突撃されない法 ～トラブルへの対処と心得～		
					ちょっと待った！その契約 ～賃貸住宅の契約トラブルを防ぐために～		老後の金は渡さん！お年寄りを狙う悪質商法にご用心	
					明日のためのクレジット活用法 ～賢い大人のカード利用術～			
					それでもお金、借りますか？ 多重債務の落とし穴			
					断るチカラの磨き方 -心の隙を狙う悪質商法- ※障害のある方へ	気にかけて 声かけて トラブル撃退！悪質商法捕物長 ※高齢者とその周りの人々へ	有料老人ホームとの契約トラブル防止のためのチェックポイント！	
					悪質商法ネタばらし～若者を狙うだましの手口			
					緊急リポート美容医療 キレイのリスク			
		お金ってなあに？	契約って何だろう？		高齢者の被害防止リーフレット（見守り用）			
				学校向け出前講座	（大学・専門学校）	ご存知ですか？食品に必要な表示	高齢者の消費生活トラブル出前講座	
					若者被害防止キャンペーン		高齢者被害防止キャンペーン	
情報とメディア	○情報の収集・処理・発信能力 ○情報社会のルールや情報モラルの理解 ○消費生活情報に対する批判的思考力		ネットのトラブル、ブルブル！ -ｲﾝﾀｰﾈｯﾄに振り回されないために 情報社会を泳ぎきる！かしこいヒツジへの道 ネットでキャット大作戦 (ｲﾅｲﾙ・ｲﾝﾀｰﾈｯﾄ)	放課後セッション！（ｲﾝﾀｰﾈｯﾄ）				

「ライフステージ別消費者教育取組状況図」の主な取組の内容

◆WEB広報

○ホームページ「東京くらしWEB」による消費生活関連情報の総合的な提供

消費者被害情報・危害情報などの注意喚起やアドバイスを始めとして、相談FAQ、動画やクイズ形式の教材など様々な形で総合的に消費生活関連情報を提供。SNS（ツイッター、フェイスブック）等との連動など、効果的な情報発信を実施

○ツイッター、フェイスブックによる情報発信

幅広い成人層が利用するツイッターとフェイスブックを活用し、「東京くらしWEB」との連動を始め、対象者に必要な情報をタイムリーに提供するなど、効果的な情報発信を実施

○スマートフォン用ゲームアプリ

若者に対する新たな情報発信手法として開発した、ゲームコンテンツを盛り込んだスマートフォン用アプリケーションを活用し、消費生活関連情報を迅速に提供

◆消費者教育DVDの開発・提供

家庭・地域・学校等における消費者学習に活用できる教材として開発し、区市町村や図書館、学校等に提供。東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）や区市町村主催の都民向け講座の教材としても活用

◆冊子・リーフレット等の作成・提供

○消費生活情報誌「東京くらしねっと」の発行

消費生活に関する様々な問題、消費生活相談事例、商品テスト結果、安全情報などを提供する総合情報誌「東京くらしねっと」を毎月発行。WEB版も作成し、「東京くらしWEB」に掲載。さらに、文字による情報を入手しにくい視覚障害者を対象に、隔月でCD版も作成し、団体等に配布

○教員向け情報提供誌「わたしは消費者」の発行

学校における消費者教育に取り組む教員を支援するため、年4回発行。消費生活上の新たな課題に関する情報や消費者教育実践例等の情報を提供。WEB版も作成し、「東京くらしWEB」に掲載

○事故防止ガイドの作成・配布

暮らしの中に埋没しているヒヤリ・ハット情報を含めた事故情報を、インターネット・アンケート調査により収集・分析し、分かりやすくまとめた「事故防止ガイド」を作成・配布

○省エネチェックシートの配布

小学生が電気、水道などの無駄のない使い方を調べ、環境への意識を高めるための省エネチェックシートを作成・配布

◆WEB版消費者教育読本の作成・配布

学校での消費者教育の推進を図るため、授業で使用することを想定した消費者教育教材をWEB版で作成し、「東京くらしWEB」に掲載。教材を使ったモデル授業も実施し、活用を促進。聴覚障害者が利用できるよう字幕入りで作成

◆講座

○教育講座の開催

自立した消費者の育成を目的として各種教育講座を実施

講座名	目的・内容
啓発講座 消費生活講座 実験実習講座	身近で話題性のあるテーマを取り上げ、参加者が講義や実験を通じて消費者問題についての知識を得て、消費者意識を向上させ、消費者の権利を自覚することを目的とした講座
食育講座	地産地消をテーマに調理実習と講義を併せて行う、食に関する知識の習得等を目的とした講座
親子夏休み講座	小学生と保護者を対象に夏休みの自由研究に役立つテーマで実施する、消費生活における必要な知識等の習得を目的とした講座
消費者問題マスター講座	消費者問題について、地域や職場で中心的な役割を果たすことができる人材の育成を目的とした連続講座
消費者問題教員講座	夏休み期間中に教員を対象として、学校における消費者教育に必要な知識を習得するための講座

○協働による消費者教育・啓発の実施

・出前講座

消費者問題に関する一定の知識を身につけた者を東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）として養成し、出前講座の講師として派遣

・ 出前寄席

多発する消費者被害の未然防止を図るため、悪質商法への対応策等を都民に分かりやすく伝える落語等を制作し、都内大学の落語研究会や社会人ボランティアの協力を得て、出前寄席を実施

○情報交流集会

消費者団体・グループによる情報発信等の活動が効果的に行なわれるよう、他の団体、事業者、行政等との情報交換・コミュニケーションの場を提供

○親子はかり教室

夏休み期間中に、親子で計量に親しみ知識を深めてもらうことを目的として、バネはかりの工作や施設見学などを内容とする「親子はかり教室」を開催

○出前計量教室

学校教育段階における計量関係学習を支援するため、都内公立小学校を対象に、はかりの製作などを通じて計量に親しんでもらう出前計量教室を関係団体との連携により開催

○ファミリールール講座

子供たちをインターネットやゲームの利用に伴うトラブルから守るため、各家庭でのルールづくりの支援策として、保護者等を対象としたグループワーク形式の講座を実施

◆イベント等

○消費者月間

都民の消費者としての自覚を促し、消費者の権利の確立を図り、消費者問題の解決を促進するため、①消費者意識の啓発、②消費者団体相互の連携強化、③消費者・事業者・行政の協働の推進、を目的として、毎年10月を中心に各種事業を展開。都と消費者団体が実行委員会を構成して実施

○消費者被害防止啓発

・ 高齢者被害防止キャンペーン

敬老の日を含む9月を「高齢者被害防止キャンペーン月間」とし、ポスター、リーフレット、ステッカー等の啓発資料を作成し、高齢者施設等に配布するとともに、交通広告も実施。平成24年度からは、関東甲信越ブロックの共同キャンペーンとして広域的に展開

・ 若者被害防止キャンペーン

関東甲信越ブロックとの共同で、毎年1月から3月に「悪質商法被害防止キャンペーン」を実施。ポスター、リーフレットを大学や若者が多く集まる場所に配布するとともに、交通広告、映像等による啓発を実施

第3章 消費者教育の今後の取組

都は、第2章の消費者教育の現状に対する基本認識に基づき、今後5年間において、これまで実施してきた講座や教材の活用をより一層促進するための取組を継続していくとともに、更に充実・強化を図る必要がある部分については取組を強化し、幼児期から高齢期に至るまでの体系的な消費者教育を推進していきます。これまでの消費者教育では「被害に遭わない」消費者、自立した消費者の育成という視点が中心となってきましたが、今後の消費者教育には、対象者の年代等によっては「加害者とならない」という視点も取り入れるとともに、消費者教育推進法の基本理念を踏まえ、消費者が消費行動を通じて、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画するという視点を盛り込んでいきます。

その際には、消費者の年齢、性別、障害の有無などの特性にも配慮していきます。

また、消費者教育を効果的に推進するため、消費者教育を担う多様な団体との連携を強化するとともに、環境教育、食育、金融経済教育など消費生活関連の教育に関する施策はもとより、必要に応じて、それ以外の分野の施策とも連携を図っていきます。

効果的な消費者教育の展開及びライフステージごとの主な取組は次頁以降のとおりです。

さらに、大学・企業の集積などにより若者が多く集まることや一人暮らしの高齢者が多いことなどの東京の特性も踏まえ、特に重点的に取り組む世代・テーマ等として次頁の5つを設定し、その具体的な取組について「東京都消費者教育アクションプログラム」（別添）を策定します。

プログラムの内容については、「東京都消費者教育推進協議会」の意見を踏まえ、毎年度、見直しを行います。また、「効果的な消費者教育の展開に向けた取組」については、推進計画の中間年度である平成27年度の到達目標を設定し、施策の進捗状況を確認しながら実施することとします。

◎ 特に重点的に取り組む世代・テーマ等

■ 効果的な消費者教育の展開に向けた取組

- 1 多様な主体との連携
- 2 区市町村への支援

■ ライフステージごとの取組

- 3 若者の消費者被害の防止
- 4 高齢者の消費者被害の防止
- 5 子供の安全の確保

1 効果的な消費者教育の展開に向けた取組

(1) 消費者団体・事業者団体等との連携

消費者教育を体系的・効果的に推進していくためには、教育機関や消費者団体はもとより、事業者・事業者団体、民間[※]ADR機関、NPO、試験研究機関、大学等、多様な主体と連携していくことが重要です。

特に、消費者団体や事業者団体の中には消費者教育や啓発事業の実績を持つ団体も多いことから、それらの取組を広く紹介することなどにより、学校、地域、職場など様々な場における消費者教育の効果的な推進につながるよう取り組んでいきます。

○消費者月間

- ・都民の消費者としての自覚を促し、消費者の権利の確立を図り、消費者問題の解決を促進するため、①消費者意識の啓発、②消費者団体相互の連携強化、③消費者・事業者・行政の協働の推進、を目的に、毎年10月を中心に各種事業を展開

※ADR

訴訟手続きによらず民事上の紛争を解決しようとする紛争当事者のため、公正な第三者が関与して、その解決を図る手続き

○従業員に対する消費者教育の促進

- ・ 経営者向けの啓発とともに、企業等への出前講座・出前寄席の実施、教材や啓発資料の提供などの支援を実施

○事業者・事業者団体、試験研究機関等との連携による都民向け講座

- ・ 事業者団体や試験研究機関等と連携し、都民を対象とした啓発講座等を実施

○消費者団体・事業者団体等が実施する消費者教育や啓発事業に関する情報発信

- ・ 消費者団体や事業者団体が実施する様々な消費者教育や啓発事業（講座の実施、教材の作成など）に関する情報を発信

（２）消費者教育の担い手の育成

学校、地域、職場など様々な場における消費者教育を推進していくためには、消費者教育を担う人材を育成していくことが必要です。

消費生活行政を担う職員の育成については、都が都内全区市町村を対象に実施することが効果的かつ効率的と考えることから、引き続き取組内容の充実を図りながら実施します。

また、地域や職場で中心的な役割を果たす人材の育成も行っていきます。

消費者教育の意義や「消費者市民社会」の概念等への理解が社会に広まるためには、まず消費者教育の担い手に理解を深めてもらうことが重要であるため、人材育成に当たり配慮していきます。

○区市町村の消費者教育を担う人材の育成

- ・ 事業者団体や民間ADR機関等と連携し、区市町村の消費者教育を担う人材の育成を支援

○消費者問題マスター講座

- ・ 東京都消費生活総合センターにおいて、消費者問題について、地域や職場で中心的な役割を果たすことができる人材の育成を目的とした連続講座を開催
- ・ 講座受講者の今後の活動につなげるため、講座受講者に消費者団体の活動等に関する情報を提供
- ・ 講座受講者が地域において消費者教育のコーディネートができるような仕組みづくりを含め今後の活動支援の方法を検討

○学校教員向けの講座

- ・消費者問題のほか、食育、金融経済教育等の関連分野を含め、消費者教育について様々な角度から考えられる講座を開催
- ・最近の消費者問題の事例なども取り入れながら、実践的な内容の講座を実施
- ・消費者教育の授業での取り上げ方等に関する校内研修等で出前講座を活用

○事業者・事業者団体、民間ADR機関等と連携した教職員への支援

- ・消費者教育に取り組む際の情報を必要とする学校の教職員に対して、消費者団体・事業者団体・民間ADR機関等を紹介するなどの支援を実施

○事業者・事業者団体、民間ADR機関等との連携による消費者教育を担う人材の育成

- ・消費者団体・事業者団体、民間ADR機関等と連携を図りながら、講座や情報提供を通じた人材育成や活動支援を実施

(3) 区市町村への支援

地域における消費者教育の推進に当たっては、住民に身近な区市町村が大きな役割を果たしていくことが期待されます。

区市町村では、現在も地域の特性に沿った様々な取組が行われていますが、都は、都内全域における消費者教育の更なる充実のため、人材育成や情報提供などを通じて区市町村を積極的に支援していきます。

○区市町村の消費者教育推進への支援

- ・区市町村の消費者講座の開催や教育教材の作成等について、都が持つ消費者教育のノウハウをいかした、情報提供などの支援を実施

○消費者教育モデル事業

- ・区市町村による地域の特性をいかした先駆的な取組などをモデル事業として選定し、事業についての助言等を行うとともに成果の普及を実施

○区市町村における消費者教育推進地域協議会の設置等への支援

- ・消費者教育推進法では、区市町村に対しても消費者教育推進地域協議会の設置等を努力義務としていることから、取組が進むよう、情報提供や助言等の支援を実施

○区市町村の消費者教育を担う人材の育成（再掲）

- ・事業者団体や民間ADR機関等と連携し、区市町村の消費者教育を担う人材の育成を支援

（４）情報の収集・提供、調査研究等

消費者教育推進法では、地方公共団体に対し、学校、地域、職場など様々な場で行われている消費者教育の先進的な取組に関する情報を収集・提供すること、また関係機関との連携により、国の内外における消費者教育の内容・方法について調査研究及びその成果の普及等に努めることを定めており、都においても、これらの取組を実施していきます。

○先進的な取組に関する情報の収集・提供

- ・区市町村における消費者教育モデル事業の成果の普及により、都内区市町村全体の消費者教育の水準を向上

○消費者市民社会についての意見交換の実施

- ・国における調査研究の動向を踏まえ、新しい概念である「消費者市民社会」について、情報共有や都の消費者教育を通じて社会への普及を図る方法などに関する意見交換を実施

2 ライフステージごとの取組

(1) 幼児期（保護者等を含む）

幼児期における消費者教育では、子供の安全を確保するための取組を中心に実施します。

保護者や周囲の大人が子供の身の回りの危険性についての知識を身に付け、子供の安全を守ることができるようにするために、ヒヤリ・ハット調査結果を基に作成する「事故防止ガイド」やホームページ「東京くらしWEB」及びツイッター・フェイスブックによる注意喚起などを行います。

○子供の事故防止に向けた情報発信・普及啓発

- ・商品・サービスに関する危害・危険について、子供が集まる各種イベント等で、日常生活における事故をビジュアル的に再現するなどの方法により普及啓発を実施

○幼児等を対象とした事故防止ガイドの活用等

- ・ヒヤリ・ハット調査結果を基に作成した幼児・乳幼児を対象とした事故防止ガイドの活用
- ・必要に応じて新たな調査を実施し、調査結果に基づき、ホームページ「東京くらしWEB」等での注意喚起などを実施

○子育て支援団体とのネットワークを活用した啓発

- ・子育て支援団体との協働によるシンポジウム等の実施

○乳幼児の事故防止に向けた啓発

- ・保護者など周りの大人が子供の年齢や成長段階に応じた特性・行動を知ることにより事故防止のための適切な行動をとれるよう、学習教材、ハンドブック等による啓発のほか、ホームページでの情報提供等を実施

(2) 小学生期・中学生期・高校生期

学校現場では、学習指導要領に基づいて消費者教育に取り組んでいくとともに、消費生活部門で作成した教材や外部講師を活用することなどにより、効果的に消費者教

育を進めていきます。

また、東京都消費生活総合センターでは、子供たちが巻き込まれやすい消費者トラブル事例や消費者教育に関連する最新情報の提供、学校教員が授業を行う上で役立つ実践的な内容の講座の開催などを通じて、学校関係者に消費者教育の意義への理解をより深めてもらうことを含め、学校現場への支援を行います。

学校現場以外での消費者教育も重要であることから、関係機関との連携を図りながら、地域や家庭における消費者教育の取組を実施・支援します。

＜学校現場での取組、学校現場への支援＞

○学習指導要領に基づく消費者教育

- ・消費者教育に関する内容の充実が図られた新学習指導要領に基づき、消費者教育を推進（新学習指導要領は、小学校では平成23年度、中学校では平成24年度から全面施行、高等学校では平成24年度から数学、理科の先行実施に続き、平成25年度からは学年進行による施行）

○学校向け出前講座

- ・東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）を講師として学校に派遣
- ・インターネット、携帯電話、クレジットカードなど子供が巻き込まれやすい代表的なトラブル事例や対処方法、お金の使い方等の金融経済教育に関する講義など、実践に役立つ内容の講座を実施
- ・特別支援学校については、児童・生徒の障害の特性・程度に配慮しながら講座を実施

○消費者教育用教材の作成・活用

- ・小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等で活用できるDVDなどの教材の作成や活用の促進

○学校教員向けの講座（再掲）

- ・消費者問題のほか、食育、金融経済教育等の関連分野を含め、消費者教育について様々な角度から考えられる講座を開催
- ・最近の消費者問題の事例なども取り入れながら、実践的な内容の講座を実施
- ・消費者教育の授業での取り上げ方等に関する校内研修等で出前講座を活用

○学校教員向けの情報誌の発行

- ・消費生活上の新たな課題に関する情報や消費者教育実践例等の情報を提供、年4回発行し、「東京くらしWEB」にも掲載

○環境教育に関する教職員向け研修会

- ・環境学習の多様な手法について紹介するとともに、環境教育のリーダー的人材を養成する研修会を実施

○事業者・事業者団体・民間ADR機関等と連携した教職員への支援（再掲）

- ・消費者教育に取り組む際の情報を必要とする学校の教職員に対して、消費者団体・事業者団体・民間ADR機関等を紹介するなどの支援を実施

○児童等に対する防火防災教育

- ・遊具や日常生活用品などに起因する、日常生活における事故から子供を守るため、消防職員や消防団員等が学校に出向き、教育関係機関と連携して体系的な防火防災教育を総合防災教育として実施

○出前計量教室

- ・都内公立小学校を対象に、計量の専門知識を持つ講師が学校に出向き、はかりの製作などを通じて計量に親しんでもらう教室を実施

＜地域・家庭への支援＞

○出前講座

- ・PTA等に東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）を講師として派遣
- ・保護者等を対象に、インターネット、携帯電話、クレジットカードなど子供が巻き込まれやすい代表的なトラブル事例や対処方法、お金の使い方等の金融経済教育に関する講義など、実践に役立つ内容の講座を実施

○親子夏休み講座

- ・小学生と保護者を対象に、消費生活に関わる講義や実験を通じて学習し、夏休みの自由研究にも活用できる講座を実施

○ファミリールール講座

- ・少人数グループで、ネット・ケータイに関する家庭でのルールづくり等について話し合うグループワーク形式の講座を開催

○省エネチェックシートの配布

- ・ 小学校3年生以上を対象とした、省エネ行動を学ぶための省エネチェックシートを配布し、家庭における省エネ行動の実践を推進

○子供の事故防止に向けた情報発信・普及啓発（再掲）

- ・ 商品・サービスに関する危害・危険について、子供が集まる各種イベント等で、日常生活における事故をビジュアル的に再現するなどの方法により普及啓発を実施

（３）若者（大学生・新社会人等）

若者については、インターネット通販などインターネット取引に伴うトラブルや、SNSをきっかけとして悪質商法の被害に遭う事例がよく見られるため、若者が多く利用する媒体やSNSを活用して、効果的な普及啓発や情報提供を実施します。

また、若者の中には、アルバイト感覚で悪質商法に加担する事例も見受けられることから、「加害者にならない」という視点も取り入れながら、啓発を行っていきます。

○若者向け悪質商法被害防止キャンペーン

- ・ 若者の被害を防止するため、関東甲信越ブロックとの共同で毎年実施する「悪質商法被害防止共同キャンペーン」期間中に集中的に啓発事業を展開
- ・ 啓発用のポスター・リーフレットの印刷・配布、交通広告の実施、啓発グッズの作成等

○消費者教育用教材の作成・活用

- ・ DVDなどの若者向けの教材の作成や活用の促進

○スマートフォン用アプリケーションの活用

- ・ 利用状況を分析し、より多くの若者に利用してもらえるようバージョンアップを実施

○ホームページ「東京くらしWEB」のスマートフォン向けサイトの開設

- ・ 「東京くらしWEB」のスマートフォン向け専用サイトを開設し、消費生活関連情報を発信

○新社会人向け消費者教育教材の作成・提供

- ・初めて社会人となった若者向けに、生活に必要な実践的知識をまとめた教材を作成し、企業等の新入社員研修等で活用してもらえるよう提供

○出前講座

- ・東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）を講師として企業等に派遣
- ・新入生向けガイダンスや新入社員研修などの機会を利用した出前講座の実施

○大学生向けのセミナー

- ・大学生を対象に消費者教育に関するセミナーを開催

○若者向け消費者被害防止寸劇

- ・若者を狙う悪質業者の手口を寸劇として実演することにより、効果的な啓発を実施

（４）成人一般

成人一般（30歳代から50歳代が中心）については、様々な媒体の活用や東京都消費生活総合センターが主催する消費生活講座などを通じて、一般的な啓発を行うとともに、職場での研修など広く消費者教育の機会が増えるよう、企業等への働きかけを強化していきます。

また、区市町村や消費者団体・事業者団体等と連携して、消費者教育に関する様々な取組を実施します。

○消費生活講座

- ・東京都消費生活総合センターの主催により、消費者に身近で話題性のあるテーマを取り上げた都民向け講座を実施

○企業向け出前講座

- ・東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）を講師として企業に派遣
- ・新入社員、中堅社員や退職前の社員向けなど対象者ごとに様々なテーマの講座を実施

○退職者セミナー向け消費者読本の作成・提供

- ・悪質商法事例や老後の資金についてなど、退職後に必要となる知識をまとめた冊子を作成し、企業等の退職セミナー等で活用してもらえるよう提供

○経営者向け啓発の実施

- ・企業等における従業員への消費者教育の推進のためには、経営者に意義を理解してもらうことが重要であることから、事業者団体等の広報媒体や経営者が集まる事業者団体主催の会合の機会などを活用して、啓発を実施

○情報交流集会

- ・消費者団体・グループによる情報発信等の活動が効果的に行なわれるよう、他の団体、事業者、行政、消費者との情報交換・コミュニケーションの場を提供

○市場ならではの食育の推進及び情報提供

- ・生鮮食料品流通を担う中で蓄積された食に関するノウハウをいかし、料理講習会や市場まつりでの取組により食育や花育を推進
- ・いちば食育応援隊事業をホームページ等で周知し、食育活動支援のための情報を提供

(5) 高齢者

高齢者に対する消費者教育は、身近な地域における取組が中心となります。そのため、高齢者本人や家族向けに様々な媒体を活用して普及啓発や情報提供を行うとともに、高齢者が多く集まる場所に出向き、高齢者が巻き込まれやすい消費者トラブルや対処方法について知ってもらう機会を設けるなどの取組を進めます。

また、介護事業者や民生委員など高齢者を見守る立場の人などに向けた、出前講座を実施していきます。

さらに、地域における自治会や、公衆浴場など高齢者が集まる場において、東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）による出前講座や出前寄席の活用を働きかけます。

○高齢者悪質商法被害防止キャンペーン

- ・高齢者の被害を防止するため、関東甲信越ブロックとの共同で実施する「高齢者被害防止共同キャンペーン」期間中に高齢者本人及び高齢者を見守る立場の人々に向けた啓発事業を集中的に展開
- ・啓発用のポスター・リーフレットの印刷・配布、交通広告の実施、新聞広告の掲載、啓発グッズの作成・配布等
- ・高齢者を見守る立場の介護事業者等への啓発用ステッカー配布

○介護事業者向けの出前講座

- ・ホームヘルパー、ケアマネジャーなどの介護事業者や民生委員など、高齢者を見守る立場の人が対象
- ・高齢者が被害に遭いやすい消費者トラブル事例や被害発見のポイント、対処方法などを内容とする講座を実施

○出前講座

- ・東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）を講師として高齢者が集まる場に派遣
- ・高齢者が集まるサロンや公衆浴場等で、高齢者に係わる消費者問題に関する内容の講座を実施

○出前寄席

- ・大学の落語研究会や社会人によるボランティアを活用した落語・漫才・コントによる出前寄席を実施
- ・高齢者が集まるサロンや公衆浴場等で、高齢者が被害に遭いやすい悪質商法の手口などを分かりやすく啓発

○高齢者向け消費者被害防止寸劇

- ・地域の防犯協会等と連携し、防犯協会等が行う高齢者向け防犯教室において、高齢者を狙う悪質業者の手口を実演することにより、効果的な啓発を実施

○生活協同組合等と連携した高齢者向け消費者教育セミナーの実施

- ・生活協同組合等と連携して、高齢者向けのセミナーを開催

○振り込め詐欺被害防止

- ・被害撲滅イベント・キャンペーンの実施、ポスター掲示やチラシ配布、実演式防犯講話などにより、高齢者を対象に注意喚起を行うとともに、被害者層である高齢者の子・孫世代への啓発を実施

○高齢者を対象とした事故防止ガイドの活用等

- ・ヒヤリ・ハット調査結果を基に作成した高齢者向け事故防止ガイドの活用

付 属 資 料

- 1 消費者教育に関する実施状況調査の概要
- 2 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）

消費者教育に関する実施状況調査の概要

1. 調査の目的

消費者教育の推進に関する法律(平成24年8月22日公布)に基づき消費者教育を体系的、効果的に推進するための方策を検討する基礎資料とするため、企業及び学校における消費者教育の実施状況等を調査する。

2. 調査内容

(1) 企業

- ① 従業員に対する消費者教育の実施状況等
- ② 従業員に対する今後の消費者教育
- ③ 消費者に対する消費者教育活動

(2) 学校

- ① 児童・生徒に対する消費者教育の実施状況等
- ② 消費者教育用の教材について
- ③ 今後の取組・課題・行政への希望等について
- ④ 消費者教育に関する講座、研修等について

3. 調査対象

(1) 企業

都内の常用従業者規模100人以上の企業を「経済センサスー基礎調査(平成21年)」から無作為抽出

全業種(公務、農林水産業及び学校教育を除く。)に対する調査 3,000社

(2) 学校

都内に所在する小学校、中学校及び高等学校

- ① 小学校 350校(公立校約300校(無作為抽出)、私立校・国立校(全校))
- ② 中学校 400校(公立校約200校(無作為抽出)、都立校・私立校・国立校(全校))
- ③ 高等学校 400校(都立校約150校(無作為抽出)、私立校・国立校(全校))

4. 調査方法

郵送配布・郵送回収方式

5. 調査期間

平成 24 年 12 月 7 日から平成 25 年 1 月 28 日まで

6. 実施機関

調 査 主 体：東京都生活文化局消費生活部企画調整課

調査委託先：株式会社日本統計センター

7. 回収結果

		発送数	回収数	回収率
企業（全業種）		3,000 社	1,108 社	36.9%
学 校	小 学 校	350 校	211 校	60.3%
	中 学 校	400 校	267 校	66.8%
	高 等 学 校	400 校	288 校	72.0%

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)

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っては、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百九十八号）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。

東京都消費者教育推進計画 平成25年度～平成29年度

登録番号(25)28

平成25年9月発行

編集・発行 東京都生活文化局消費生活部企画調整課
東京都新宿区西新宿二丁目8番1号
電話 03(5388)3069 (直通)

印刷 株式会社 美巧社
香川県高松市多賀町1-8-10
電話 087(833)5811

