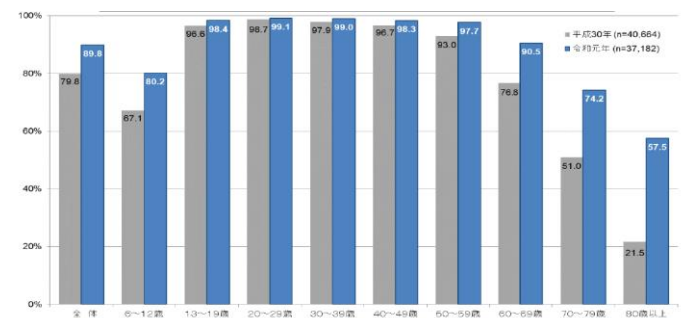


# 急速に進行する社会のデジタル化等を踏まえた消費者教育

## 1 社会情勢と取組状況

### ○インターネット利用状況(個人)

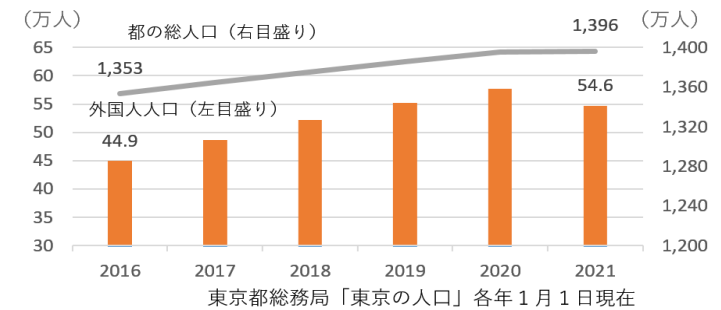
インターネット利用者の割合は9割に迫るところまで増加している。



出典: 総務省「令和元年通信利用動向調査」  
[https://www.soumu.go.jp/main\\_content/000689454.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_content/000689454.pdf)

### ○外国人人口の増加

都の在住外国人は2021年1月現在で約55万人であり、2021年に減少したものの、近年は増加傾向が続いている。東京の総人口が2016年と比較して約3.2%増加しているのに対し、外国人人口は約21.7%増加している。



### ○都民向け消費者教育(消費生活講座)

講座	目的・内容	年間平均
啓発講座	身近で話題性のあるテーマを取り上げ、消費者意識を向上させ消費者の権利を自覚する。	40回
マスター講座	地域や職場などでの消費者教育等の推進に中心的な役割を果たすことができる人材を育成する連続講座	30回
教員講座	夏休み期間中に、教員に対し学校における消費者教育に必要な知識を提供	30回
市町村共催講座	市町村支援の一環として多摩地域の市町村の要望を受けて共催で実施	20回

### ○東京くらしWEB等を活用した情報提供

高齢者向け消費生活情報誌

若者向けコラム記事・ディスプレイ広告・SNS

※視覚障害者向けにはCD版を作成

各種消費者教育教材

## 2 現状認識

○個人のインターネット利用率が飽和状態に近づき、社会のデジタル化が一層進展する中、デジタルデバインド(情報格差)の拡大に伴う情報弱者はもちろん、障害者・外国人など多様な人々にも目を向け、すべての消費者が安全・安心な消費生活を送れるよう、消費者教育をさらに発展・強化することが求められている。

### 3 今後の課題

#### デジタル技術を利用したサービスが不可逆的に拡大



AIや5Gなど、今後も新たなデジタル技術に基づいたサービスの提供が急速に拡大していくことが予想され、消費者教育においても新しい技術に対する理解を深めた上で事業に取り入れるなど、迅速な対応が必要である。

#### デジタル化の進展に伴うせい弱な消費者の発生



デジタル化の進展に伴い社会の高度情報化が進む一方で、情報漏洩などのリスクも増大し、誰もが脆弱な消費者となる可能性がある。デジタルデバイドの拡大に伴う情報弱者への対応も不可欠である。

#### 消費者の多様性に配慮した教育の提供



国際化や、多様な人々の社会参画が進む中で、消費生活情報を得にくい在住外国人・障害者などが消費者トラブルに巻き込まれることを防ぐため、消費者の多様性に配慮した消費者教育を提供する必要がある。

### 4 これからの取組

#### (1) デジタル技術を活用したサービスの提供の推進

デジタル化の進展、社会情勢の変化を踏まえ、事業目的や効果・費用等を勘案しつつ、最新の技術を導入して講座・教材等のオンライン化を進めるほか、それに伴う最適なコンテンツ内容・提供方法について適宜見直しを行うなど、都民の利便性向上につながる事業展開に取り組む。

#### (2) すべての消費者に行き届く教育機会の確保

誰もが陥る可能性があるデジタル社会の身近な消費者トラブルについての対処方法・ノウハウを講座等において広く啓発する。情報弱者に対してはわかりやすい受講案内・啓発を行うほか、都が推進するデジタル化の動向を踏まえ、デジタルスキルアップのための情報提供を行うなど、デジタル社会において取り残される消費者が出ないよう消費者教育の創意工夫を図る。

#### (3) 多様な消費者に寄り添える環境の整備

在住外国人に対するやさしい日本語での情報提供、障害者に対する合理的配慮など、多様な消費者に消費者教育が届きやすい環境を整備するとともに、福祉保健局など庁内関係部署とも連携し、必要に応じて多様性に配慮した教育コンテンツの提供に取り組む。