

多摩消費生活センターの機能強化検討について 【概要】

令和4年12月
第27次東京都消費生活対策審議会

はじめに

- 令和4年11月16日「多摩消費生活センターの機能強化検討」について、知事から諮問
- 多摩消費生活センターの機能強化検討部会で審議を行い、「答申（案）」を取りまとめ

第1章 多摩消費生活センターを取り巻く状況について

【1 多摩消費生活センターについて】

- 多摩消費生活センターの概要、変遷について記載
- 支所時代含め昭和44年来、立川市において多摩地域における消費者行政の拠点として事業を実施

【2 多摩消費生活センターを取り巻く環境の変化】

（1）社会のデジタル化の進展

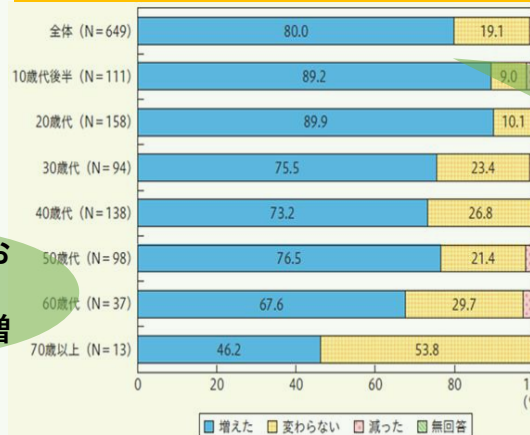
- Zoom等のオンラインコミュニケーションツールやオンラインセミナー等の利用が日常化
- 一方で、高齢者その他の年齢層における情報通信機器の利用状況には世代間格差が見られる

コロナ禍におけるオンラインコミュニケーションツールのユーザー数の変化



コロナ禍において、ユーザー数が急増

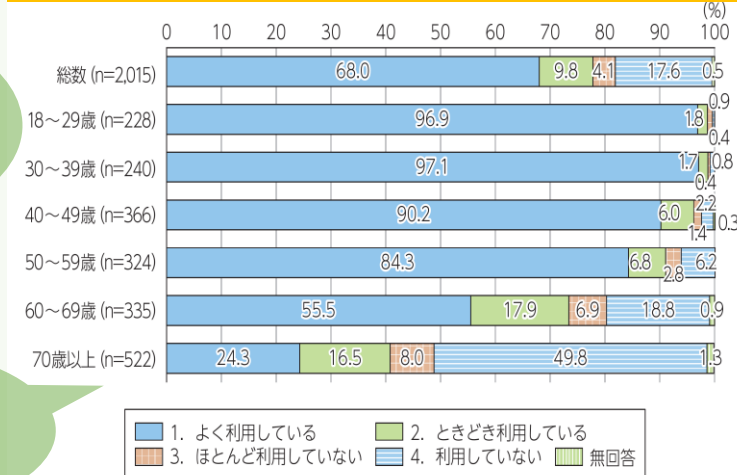
オンライン学習の利用頻度の変化 (年齢層別)



幅広い年齢層において、オンラインによる学習機会が増加

70歳以上の高齢層と他の年齢層で大きな格差あり

年齢層別 スマートフォンやタブレットの利用状況



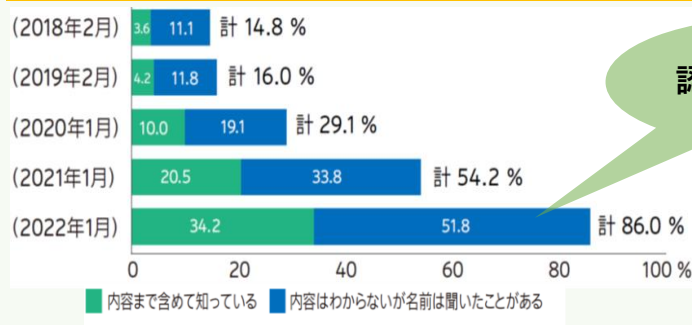
第1章 多摩消費生活センターを取り巻く状況について

【2 多摩消費生活センターを取り巻く環境の変化】

（2）持続可能な開発目標（SDGs）の達成に向けた動き

○消費者・企業と共にSDGsの認知度等が向上、エシカル消費については認知度は向上しているが、かなり低い状況。

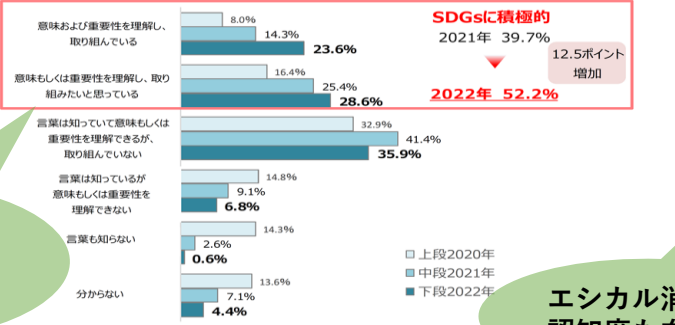
SDGsの認知度（個人）



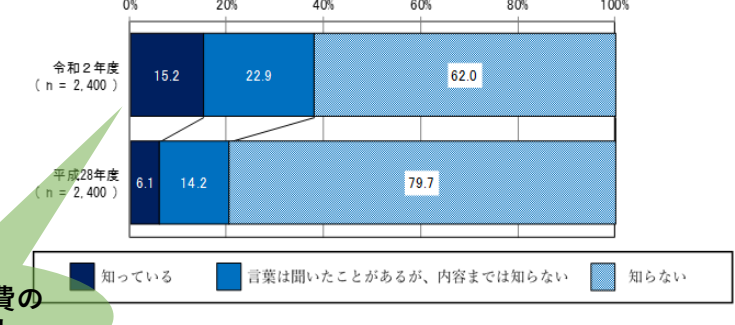
認知度の向上

52・2%の企業がSDGsに関する取組を積極的に行いたいと回答

SDGsへの理解と取組（企業）



エシカル消費の認知度



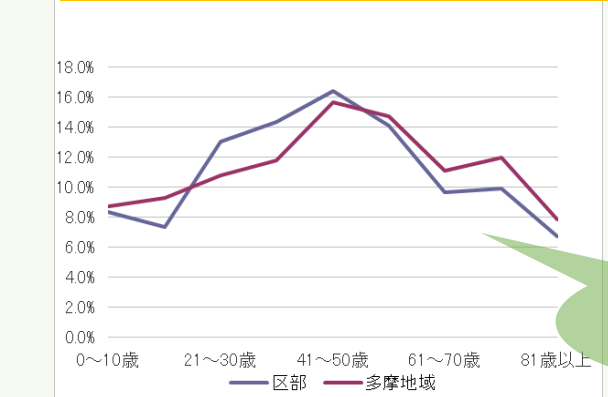
エシカル消費の認知度も向上

東京都総務局「東京都の外国人人口」及び「東京都の人口（推計）から作成

（3）多摩地域の特徴

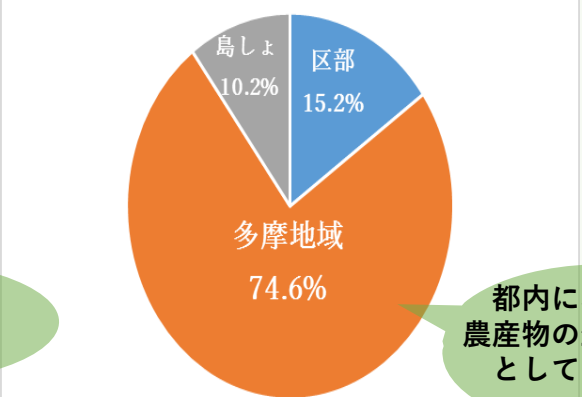
○区部と比較し、子供、高齢者層の人口割合が高い。また、都内における農産物の生産拠点としての一面

年齢別人口割合



区部と比較し、子ども、高齢者の割合が高い

東京都における農業産出額地区別割合



都内における農産物の生産拠点としての一面

東京都における地区別農地面積

区 分	総 面 積 (ha)	内 訳	
		田	畑
都 合 計	6,530 (100)	228	6,310
区 部	468 (7.2)	1	467
三 多 摩	4,976 (76.2)	227	4,749
北多摩	2,141 -	56	2,085
南多摩	1,474 -	104	1,370
西多摩	1,361 -	67	1,294
島 しょ	1,090 (16.7)	0	1,090

第2章 多摩消費者センターの現状と課題及び今後の取組の方向性

【1 今後の取組における方向性の基本方針】

（1）東京都消費生活基本計画の基本方針

<サステナブルなライフスタイルの推進>

- 人々の消費行動や企業等の事業活動において、持続可能な社会、環境への意識・関心の高まり
- SDGsの達成には、なお課題があり、より一層の変革が求められている。

<デジタル社会への対応>

- デジタル技術を利用する人とできない人の知識や機会の格差
- 消費者利益を増進させる一方、様々な消費者トラブル誘引

（2）多摩消費生活センターが今後果たすべき役割

<市町村や消費者団体等との連携・協働>

- 各主体との連携・協働を通じて情報発信力を強化することで、消費生活行政のさらなる活性化を図る。

<多摩地域の特色に根差した事業の展開>

- 高齢者・子供・若年層など多様な世代を対象に、消費者教育等を通じて多摩地域の特色に関する理解を深める

多摩地域の拠点として2つのポイントを踏まえて消費生活行政をより一層推進し、
多摩地域を中心とした消費生活の安定・向上に資する。

（3）多摩消費生活センターの3つの機能

機能1
学習の場の提供

機能2
消費者教育

機能3
市町村支援

第2章 多摩消費者センターの現状と課題及び今後の取組の方向性

【2 現状の課題と今後の取組】

（1）学習の場の提供

【これまでの取組】

➢消費者団体等の自主的な学習や 活動等を支援するため、下記の施設の貸し出し、都民への開放を実施

- ＜貸出施設＞
学習室 A・B、教室Ⅰ・Ⅱ、保育室、実習室、交流コーナー
- ＜その他の施設＞
図書資料室：蔵書約8000冊、DVD等約560本
(実習室・機材室は移転せず、現在地に存置し、継続して利用する)

（2）消費者教育

【これまでの取組】

➢自主事業（消費生活講座）の開催

講座名称	講座のテーマ 等
食育講座	食育・地産地消をテーマとした講座（年6回）
消費者問題連続講座	消費者が安心して生活するための基礎知識や消費者問題に関する体系的な知識を学ぶ（年10回）
親子夏休み講座	小学生とその保護者を対象に親子で消費者問題を学ぶ（年8回）
消費者問題マスター講座	地域や職場などで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（年13回）
消費者問題教員講座	教員向けに学校における消費者教育に必要な知識を提供（年13回）
実験実習講座	講義や実験を通じて消費者問題についての知識を深める（年8回）

【課題】

○消費者や消費者団体の自主的な学習・活動等に対する支援

- 貸出施設における無線通信環境が未整備であること等により、コロナ禍以降、稼働率が低下
- 高度化・複雑化する消費者問題の解決には、消費者団体等との協働が不可欠

【課題】

○消費者教育の一層の推進と持続可能な消費の普及

- 講座内容の充実、効果の高い教育プログラムの具現化
- 消費者のSDGsの関心の高まり等を踏まえ、「エシカル消費」等の理念や実践方法等について、都民に広く啓発する必要がある

【今後の方向性】

○施設の環境整備や機能強化による利便性向上

- ①安全で使いやすい通信環境の整備
➢施設全域で来所者が利用できるWi-Fiを配備 等
- ②施設予約に係る負担の軽減
➢web上で予約状況の公開、使用申請 等
- ③交流コーナーのリニューアル
➢開放型スペースとして都民に広く提供、設備の充実 等
- ④図書資料室のサービス向上
➢図書、行政・団体資料等の収集・提供の一層の充実 等
- ⑤新規団体への活動場所の提供と交流促進
➢幅広く登録団体を募集、団体間の交流促進 等

【今後の方向性】

○多摩地域・多摩センターの特色を生かした情報発信・教育

- ①講座等の配信・収録に適した環境の整備
➢講座のオンライン化（ハイブリッド化）の進行を踏まえた配信環境の実現
- ②消費者団体との協働の強化による啓発効果の向上
➢消費者月間事業のさらなる充実ほか、講座等への参画を通じた消費者団体等の知識や経験の地域への還元
- ③エシカル消費や食育の推進
➢調理室を活用したエシカル消費や食育・地産地消に関する体験型講座の実施
➢地元の大学生や地域の農業や産業など多様な主体と連携した講座等の実施を通じた地域の魅力発信

第2章 多摩消費者センターの現状と課題及び今後の取組の方向性

【2 現状の課題と今後の取組】

（3）市町村支援

【これまでの取組】

➤市町村共催講座の開催や市町村消費生活センター所長会における情報共有 等



↓センター所長会

↑共催講座



【課題】

○市町村における消費生活行政推進のための支援

- 自立した消費者への変革を促すためには、消費者の生活に身近な区市町村における消費者教育が重要
- 一方、消費者教育に関するノウハウの有無や職員の体制などは自治体により違いがあり、多摩地域の消費生活行政の底上げを図るべく、市町村におけるセンター機能を強化が必要

【今後の方向性】

○デジタル技術などに詳しい高い専門性を備えた人材の活用

- 消費生活センター所長会等の会議を通じた市町村との緊密な連携
- 市町村との共催講座において都のノウハウ・経験を共有するほか、効果的な教育につながるコーディネート機能の充実
- 普及啓発チラシ等の広報物を収集して交流コーナーへの設置を通じ、各市町村の取組を横断的に俯瞰できるような空間づくりを行う

【3 多摩消費生活センターの機能強化を効果的に推進していくために】

- 消費者のニーズの変化への対応を的確に行うとともに、多摩地域の特性を踏まえた事業の展開を行っていくことが重要
- また、消費者や消費者団体のニーズを的確に捉え、施策に反映するため、運営協議会や利用者懇談会等を活用し、利用者目線での利便性の向上等を一層推進していくことが重要