

東京都消費者教育推進計画（概要）

資料 3

基本的考え方

都内の消費生活センターへの相談件数は、年間約12万件で推移。消費者が消費生活に関する知識を習得し、適切な行動に結びつける実践的能力を育むことが必要。「消費者教育推進法」や同法に基づく国の基本方針では、「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」とこととされており、今後の消費者教育では、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

計画の位置付け

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

都の消費生活に関連する施策・事業を計画的・総合的に推進していくための基本指針である「東京都消費生活基本計画」の一部

計画期間

平成25年度から平成29年度まで（5年間）

計画の推進体制

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

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

消費者教育の現状に対する基本認識

都内の小・中・高校での消費者教育の年間授業時間数は、1～2時間の学校が半数。推進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」が半数
大学等における消費者教育は情報提供が中心で、「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

都内の企業での従業員への消費者教育の実施率は1割程度。「従業員へ消費者教育を行う必要があるとは思わない」が3割弱

都内の消費生活センターに寄せられる高齢者の相談の割合は増加傾向。高齢者4人に1人がひとり暮らしという東京の特徴もあり、高齢者向けの消費者教育が課題
区市町村では、地域の住民を対象に様々な消費者教育の取組を実施しているが、専任の担当部署がないなど、消費者教育を進める体制が十分でない自治体も存在

消費者団体・事業者団体では、それぞれのノウハウをいかして、消費者教育の取組を実施しているが、その情報が十分に知られていないため活用が不十分

消費者教育の今後の取組

取組の2つの方向性

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
- (2) 消費者教育の担い手の育成
- (3) 区市町村への支援
- (4) 情報の収集・提供、調査研究等

2 ライフステージごとの取組

- (1) 幼児期（保護者等を含む）
- (2) 小学生期・中学生期・高校生期
- (3) 若者（大学生・新社会人等）
- (4) 成人一般
- (5) 高齢者

合計 55事業

特に重点的に取り組む世代・テーマ等

・大学・企業の集積などにより若者が多く集まること、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」を策定、プログラムの内容は毎年度見直し。

・平成27年度までの到達目標を設定し、施策の推進状況を確認しながら実施

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

効果的な消費者教育の展開に向けた取組 事業数 10

1 多様な主体との連携

【平成27年度の到達目標】

新たに連携する団体等の数・・・30団体

既連携実施団体数 48団体

内訳:消費者団体31、事業者・事業者団体1、大学7

試験研究機関2、その他7

事業者・事業者団体との連携による企業向け出前講座 **【拡充】**

企業等と連携して対象者ごとに様々なテーマの講座を実施

・新入社員向け:クレジットカードの仕組み など

・中堅社員向け:家族を守るための悪質商法の実態とその対処法 など

・退職前の社員向け:金融商品による投資詐欺 など

2 区市町村への支援

【平成27年度の到達目標】

消費者教育推進地域協議会又はそれに類する連携のための組織を設置している区市町村の数・・・10区市町村

消費者教育モデル事業 **【新規】**

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

事業例

・大学や専修学校等とのネットワークを活用した消費者教育の推進

・児童館との連携により、子供たちが遊びを通して労働や流通の仕組みなどを学ぶ体験型消費者教育

ライフステージごとの取組 事業数 15

3 若者の消費者被害の防止

大学生協等と連携した、大学生向けセミナー **【新規】**
大学生協等と連携し、インターネットやスマートフォン等の利用に伴うトラブルなどをテーマとした大学生向けのセミナーを開催

若者向け消費者被害防止寸劇 **【新規】**
若者が集まるイベントなどで、若者を狙う悪質商法の手口や断る方法を分かりやすく寸劇で紹介することにより、効果的な啓発を実施

4 高齢者の消費者被害の防止

高齢者向け消費者被害防止寸劇 **【新規】**
高齢者が集まる場で、高齢者を狙う悪質商法の手口などを寸劇で分かりやすく紹介し、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 **【新規】**
生活協同組合や消費者団体等と連携して、高齢者の消費者トラブルなどをテーマとした高齢者向けのセミナーを開催

5 子供の安全の確保

子育て支援団体とのネットワークを活用した啓発 **【新規】**
子育て支援団体との協働により、子供の安全をテーマとしたシンポジウム等の開催や、模型・パネルの展示を実施

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乳幼児・幼児対象の事故防止ガイドを都内の保育園、幼稚園等へ配布

東京都消費者教育推進協議会 委員名簿

(第22次東京都消費生活対策審議会 部会)

平成25年6月21日付

	氏 名	現 職
部会長	越山 健彦	千葉工業大学社会システム科学部教授
	上村 協子	東京家政学院大学現代生活学部教授
	河村 真紀子	主婦連合会事務局次長
	洞澤 美佳	弁護士
	間部 彰成	東京商工会議所理事・産業政策第二部長
(専門員)	笹本 勉	公益財団法人東京都私学財団事務局長
(専門員)	谷原 章文	東京都金融広報委員会事務局長
(専門員)	吉野 義道	東京都民生児童委員連合会常任協議員

8名 (敬称略、50音順)