

東京都消費者教育アクションプログラム

平成25年度版

平成25(2013)年8月



東京都

目 次

東京都消費者教育アクションプログラムについて	1
■ 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
2 区市町村への支援	4
■ ライフステージごとの取組	
3 若者の消費者被害の防止	6
4 高齢者の消費者被害の防止	8
5 子供の安全の確保	10

東京都消費者教育アクションプログラムについて

- 「東京都消費者教育推進計画」では、都における消費者教育の効果的な推進を図るため、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、以下の5つを設定しています。

このプログラムでは、世代・テーマ等ごとに、都が実施する具体的な取組を掲載します。

◎ 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

- 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。

■ 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

都内では、行政の消費生活部門、教育機関や消費者団体だけでなく、事業者・事業者団体、民間ADR機関など、多様な主体が消費者教育に取り組んでいます。

消費者教育は、環境教育、食育、金融経済教育等とも関連が深く、対象領域が大変幅広く広がっています。例えば、インターネットやスマートフォンの利用に伴うトラブルに対処するための消費者教育や生活設計にも役立つことができる金融経済教育については、子供から社会人まで幅広い年代で求められています。行政だけで対応していくには限界があります。そこで、消費者教育等を担う、それぞれの主体が得意としている分野のノウハウを有効に活用していく必要があります。「消費者市民社会」という新しい概念の普及についても、既に取り組を開始している消費者団体や弁護士会等との連携により進めていくことが必要です。

これまでも、都は消費者団体等と連携しながら消費者教育の充実を図ってきたところですが、今後は、事業者・事業者団体、大学、民間ADR機関など、連携の機会が少なかった主体との連携を特に強化し、更に効果的な消費者教育に取り組んでいきます。

[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

[具体的な取組]

○大学との連携による消費者教育

- ・大学からのインターンシップ生による若者向け悪質商法防止キャンペーンの企画
- ・学内イベントでの寸劇の実施
- ・新入生ガイダンス等での出前講座の実施

○事業者・事業者団体との連携による経営者向け啓発の実施

- ・経営者に対し消費者教育の必要性を理解してもらうため、事業者団体等の広報誌に東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）派遣の情報を掲載
- ・経営者向けのセミナーで、消費者教育をテーマとした講演を実施
- ・事業者・事業者団体等の消費者教育に関する自主的な取組を促す仕組みづくり

○事業者・事業者団体との連携による企業向け出前講座

- ・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
- ・消費者教育の意義を理解してもらう契機として、25年度から27年度までの3年間（予定）、講師派遣料は初回無料



企業の新入社員向け出前講座

○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

○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、大学等とも連携を図りながら、講座や情報提供を通じた人材育成や活動支援を実施
- ・私立学校関係団体と連携して、私立学校の教員を対象とした研修を新たに実施
- ・消費者教育の意義や「消費者市民社会」の概念等について理解を深めてもらえるよう配慮しながら、人材育成を実施

○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

- ・都の持つ情報発信ツール（東京くらしWEB、ツイッター、フェイスブック等）を活用し、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 区市町村への支援

区市町村では、学校現場との連携による子供への消費者教育や、高齢者の見守りネットワークを活用した高齢者及び家族への啓発など、地域のネットワークをいかした取組が行われています。

そこで、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、区市町村における教材作成等の取組へのノウハウの提供、人材の育成等の支援とともに、消費者教育推進地域協議会の設置など、地域における推進体制づくりへの支援等を実施していきます。

[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

[具体的な取組]

○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材の作成等について、東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）の派遣や、都が連携している事業者団体・民間ADR機関等の紹介など、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

○区市町村の消費者教育を担う人材の育成支援

- ・事業者団体や民間ADR機関等の関係機関と連携し、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、他の区市町村で今後の展開が可能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
- ・消費生活センターが設置されていない多摩地域の町村が新たな取組を行う場合には、モデル事業として選定し、事業実施を支援

<平成25年度の事業例・・・8区市町村で実施>

- ・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
- ・外国人向け消費者啓発パンフレットの作成・活用
- ・消費者団体との連携による親子向け体験型消費者教育
- ・教育委員会との連携による小学生向け金融経済教育
- ・地域の関係機関による連絡会議の設置及び消費者教育の推進
- ・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
- ・老人クラブの集会を活用した高齢者向け消費者教育
- ・高齢者支援センターとの連携による高齢者の被害防止の取組

○区市町村における消費者教育推進地域協議会等の設置への支援

- ・消費者教育推進地域協議会など、地域の関係機関による推進体制づくりが進むよう、区市町村に対し、連携先の候補となる機関や他区市町村における連携事例の紹介等を実施

3 若者の消費者被害の防止

東京には大学や企業が集積していることなどから、全国から多くの若者が集まっています。

若者については、インターネット通販などの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ます。

そのため、若者が多く集まるイベントでの普及啓発のほか、大学の新生向けのガイダンスや企業の新入社員向けの研修など、若者が集まる機会を活用した消費者教育の実施を働きかけていきます。

被害防止に向けた消費者教育・啓発を行うに当たっては、若者が社会の一員として、消費行動を通じて、よりよい社会の形成に積極的に関わっていこうとする姿勢を育てることに配慮して取り組んでいきます。

[具体的な取組]

○若者向け悪質商法被害防止キャンペーン

- ・キャンペーンキャラクターの「カモかも」「サギだもん」を活用し、年間を通じて、様々な媒体や若者が集まる場所・イベントで啓発を実施（1月から3月までが強化月間）
- ・啓発用ポスター・リーフレットの印刷・配布、啓発グッズの作成・配布、交通広告、映画館でのCM上映、着ぐるみによるプロモーションなど
- ・インターネットの新たな手法を活用した動画等による啓発を実施



悪質商法被害防止啓発CMより



「カモかも」と「サギだもん」の着ぐるみ

○若者向け消費者被害防止寸劇

- ・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

○大学生が集まる機会を活用した出前講座

- ・大学の新生向けガイダンス、学内イベント等に、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
- ・大学の教職員と連携し、授業・ゼミ単位でのミニ出前講座を実施

○大学生協等と連携した大学生向けセミナー

- ・大学生協等と連携し、契約や生活設計、インターネット・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
- ・若者が「消費者市民社会」について考え理解を深める機会としても活用

○新社会人向け消費者教育教材の作成・提供や出前講座

- ・初めて社会人となった若者に向けた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
- ・企業の新入社員研修等に、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

○スマートフォン用アプリケーションの活用

- ・若者に対する新たな情報発信手法として開発した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
- ・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



スマートフォン用アプリケーションの画面

○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

- ・若者におけるスマートフォンの急速な普及を受け、「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

4 高齢者の消費者被害の防止

東京の高齢者は4人に1人が一人暮らしで、全国で最も高い割合となっています。そのため、孤独感や不安感、判断力の低下などに付け込まれて消費者被害に遭ったり、被害の発見が遅れて深刻化する場合も見られます。

高齢者の被害防止のため、高齢者自身への消費者教育とともに、高齢者を守るという視点から、家族や介護事業者などへの消費者教育を実施していきます。

[具体的な取組]

○高齢者悪質商法被害防止キャンペーン

- ・高齢者や高齢者を見守る周囲の人を対象に、年間を通じて、様々な媒体や機会を活用して啓発を実施（9月が強化月間）
- ・新聞広告、交通広告、啓発用ポスター・リーフレットの印刷・配布、啓発グッズの作成・配布



平成25年度キャンペーンポスター

○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

○高齢者が集まる機会を利用した出前講座・出前寄席

- ・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、大学の落語研究会や社会人ボランティアによる出前寄席の実施
- ・高齢者が集まるサロンや公衆浴場等において実施

○高齢者向け消費者被害防止寸劇

- ・高齢者が集まる場（介護施設、町内会、老人会、公衆浴場等）で、高齢者を狙う悪質商法の手口や断る方法を寸劇で分かりやすく紹介することにより、効果的な啓発を実施
- ・防犯協会等が行う高齢者向け防犯教室等との連携による啓発も実施

○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
- ・高齢者を見守る周囲の人にも参加を呼びかけ、「消費者市民社会」について考え理解を深める機会としても活用

5 子供の安全の確保

家庭や地域を含め、子供の身の回りには、様々な危険が潜んでいます。

できるだけ早い時期から子供自身が、自分の安全を守る知識を身に付けられるよう、子供が集まるイベント等で体験型の消費者教育を行います。

また、乳幼児は自分でリスクを知って行動することができません。このため、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認識することが必要であり、ヒヤリ・ハット調査など潜在的な危険性を掘り起こす調査を実施し、その結果を発信していきます。

[具体的な取組]

○子供の事故防止に向けた情報発信・普及啓発

- ・社会科見学や家族連れが多く訪れる東京消防庁防災館で、商品やサービスに関する危害・危険について講演を実施するとともに、模型・パネルの展示を本所、池袋、立川の3館で展開
- ・東京国際フォーラムで8月中旬に開催される「丸の内キッズジャンボリー2013」にブースを出展し、家の中に潜む危険や子供服の危険について、ビジュアル的に再現する模型・パネルの展示のほか、ライター・水薬用容器などチャイルドレジスタンス機能つき製品の体験、自転車シミュレーターの体験などを実施



本所防災館での講演の様子



丸の内キッズジャンボリーの様子



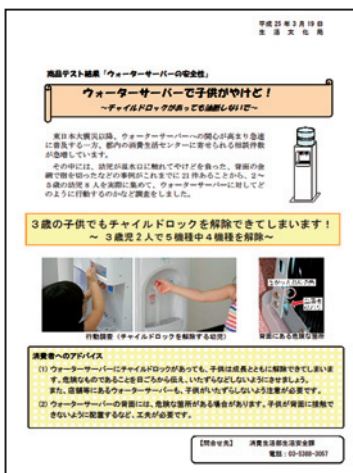
(事例) 事故の原因となるフードやファスナー、飾りひもなどのある子供服

○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
- ・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」、ツイッター、消費生活情報誌「東京くらしねっと」等での注意喚起などを実施



(事例)
プレス発表
「ウォーターサーバーで子供がやけど」

(事例)
リーフレット
「機械式駐車場 危険な使い方、していませんか？」

東京都消費者教育アクションプログラム 平成25年度版

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

