

## 第 25 次東京都消費生活対策審議会 中間のまとめ

「成年年齢引下げを踏まえ若年者の消費者被害を防止するために  
都が進めるべき消費者教育について」

### < 諮問の趣旨 >

民法改正により成年年齢が 18 歳に引き下げられると、新たに成人となる 18 歳及び 19 歳を中心に消費者被害が増えるおそれがあることから、若年者の消費者被害を防止するために都が進めるべき消費者教育について、知事から審議会に対して諮問を行いました。

### < 中間のまとめのポイント >

- ・都内消費生活センター等に寄せられた若者相談を様々な角度から分析し、若者の消費者被害の特徴と課題を明らかにしました。
- ・今後、都が進めるべき消費者教育について、3つの観点から、現状と課題を整理し、今後の取組の方向性について取りまとめました。
- ・このほか、若者を狙う悪質事業者の取締りの強化等についても言及しています。

### < 若者の消費者被害における特徴と課題 >

- ・社会経験や知識等が少ない若者は、悪質商法（アポイントメントセールス、マルチ商法等）の被害に遭いやすい。
- ・SNS 等を主要なコミュニケーションツールとして利用する中で、それらがトラブルのきっかけにもなっている。
- ・気軽に知人等を紹介・勧誘することで、自らが加害者となり、被害を拡大させるおそれもある。（マルチ商法等）
- ・若者の消費者被害を防止するには、若者が契約の知識、適正な金銭感覚を身につけ、主体的に選択・行動できる消費者となることが重要である。そのためには、早い時期から実践的・効果的な消費者教育を行うことが必要である。

### < 3つの観点と今後の取組の方向性 >

#### 1 学校教育における消費者教育の推進

- ・学校教育部門では、学校現場における消費者教育教材の活用状況等を把握するため、モデル校を指定し、主体的・対話的で深い学びに資する実践的な指導方法を検討していく必要がある。
- ・都の実情を踏まえ、消費者教育を担う関係者や場をつなぐ役割を果たす「東京都版消費者教育コーディネーター」の配置を早急に検討する必要がある。

#### 2 注意喚起・情報発信

- ・消費生活情報に関心のない若者に対して、インターネット広告やハッシュタグを活用した情報発信など、若者の情報ツールとして身近な SNS を一層活用した情報伝達の工夫が必要である。

#### 3 区市町村支援

- ・地域特性に応じた消費者教育を推進するため、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に向け、制度等の理解促進や先行事例の紹介など、都による支援が必要である。

#### ※ 消費者教育とともに取り組むべき課題について

- ・若者を狙う悪質事業者に対して、法令や条例を駆使した取締りを強化することや、消費生活センターにおいて若者からの相談対応を充実することが必要である。