

本資料及び資料6 - 2は平成30年11月6日開催の第25次東京都消費生活
対策審議会第2回総会で配布された会議資料から抜粋したものです。

資料6-1

30生消企第318号

東京都消費生活対策審議会

東京都消費生活条例第45条の規定に基づき、下記の事項について
諮問する。

平成30年11月 6日

東京都知事 小池 百合子

記

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 事 項

「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

都では、「東京都消費生活基本計画」に基づき、都民の消費生活の安全・安心の確保に向けた取組を進めている。

しかし、悪質商法をはじめとする消費者被害は、未だ後を絶たない。

都内の消費生活センターに寄せられる若年者からの相談件数は、平成29（2017）年度には、約14,000件寄せられているが、20歳未満と20代からの相談件数には大きな差が生じている。これは、民法の未成年者取消権が抑止力として機能していることが一つの要因として考えられる。

今般の民法改正により、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歳には未成年者取消権が適用されなくなる。そのため、今後、当該年齢を中心に若年者の消費者被害が増えるおそれがある。

国においては、関連法の整備を進めるほか、若年者の消費者被害を防止するための実践的な消費者教育の実施を喫緊の課題として捉え、関係省庁の連携による取組が進められている。

こうした動きを踏まえ、今後、若年者を消費者被害から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するものである。

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

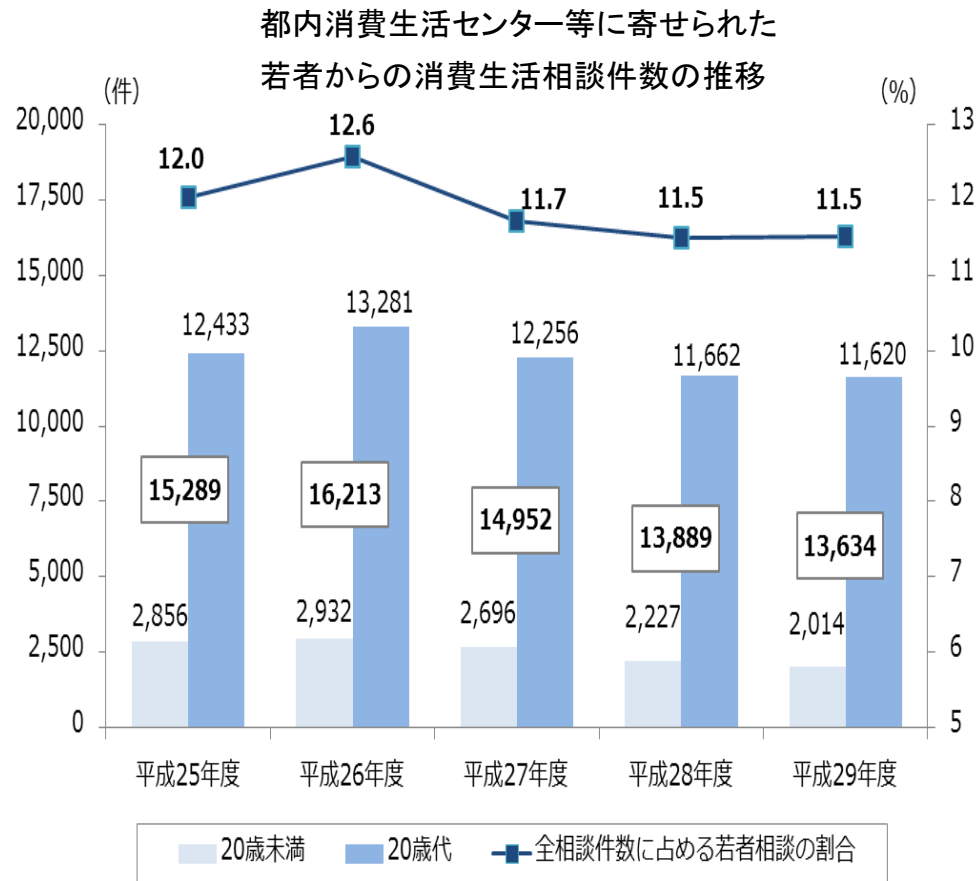
1 若者の消費者被害等の現状

(1) 若者の消費者被害と成年年齢の引下げ

平成29（2017）年度の若者（29歳以下）からの都内の消費生活相談は、**13,634件**であり、平成26（2014）年度をピークに緩やかな減少傾向にあり、全相談件数に占める割合も同様の傾向を示している。

また、20歳未満からの相談件数と20代からの相談件数には大きな差があり、これは、事業者と未成年者との契約において、民法の未成年者取消権が抑止力として機能していることが一つの要因であると考えられる。

民法の成年年齢の引下げに伴い、成年年齢が18歳に引き下げられると、**18歳と19歳には未成年者取消権が適用されなくなるため**、18歳、19歳の消費者被害が増えるおそれがある。



出典：東京都生活文化局まとめ

(2) 若者の消費生活相談における傾向

○若者の消費生活相談に多い商品・役務

- ・20歳未満：アダルト情報サイト、オンラインゲーム、健康食品
- ・20～29歳：エステティックサービス、賃貸アパート、デジタルコンテンツ

○若者の消費生活相談に多い内容

- ・20歳未満：未成年者契約、インターネット通販、解約一般
- ・20～29歳：解約一般、インターネット通販、返金

○若者の消費生活相談に多い商法等

- ・マルチ・マルチまがい商法
- ・架空・不当請求
- ・アポイントメントセールス
- ・SNS等をきっかけとしたトラブル

○契約購入金額

契約購入金額の平均も20歳以降に増加する傾向がみられる

契約購入金額（平成28年度実績）

- ・若者全体 5 2 万円
- ・20歳未満 1 7 万円
- ・20歳～24歳： 4 4 万円
- ・25歳～29歳： 7 5 万円

(3) 若者の消費生活相談における特徴

○法的知識や社会経験が乏しいところにつけ込まれる

- ・契約についての知識が不足
- ・適正な金銭感覚が身につけていないため、借金により高額な契約代金の支払いをする

○SNSがトラブルのきっかけになっている

- ・バーチャルな世界での単なる知り合いでしかない勧誘者が親しい友人であるかのように思い込んでしまう
- ・安易に知人等を紹介・勧誘し、被害を拡大させてしまう（被害者から加害者へ）

○収入の少なさ、将来の経済的不安

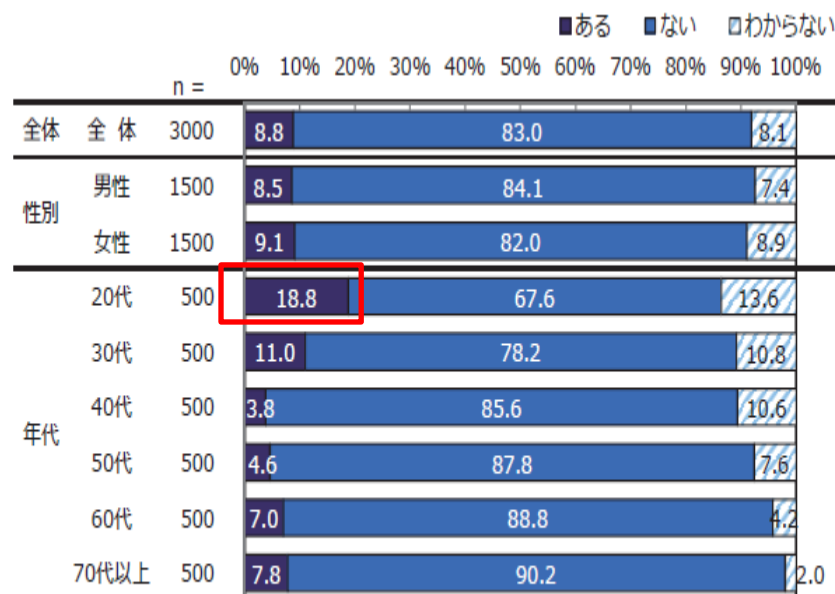
- ・「儲かる」という言葉で簡単に契約に引き込まれる
- ・貸金、クレジットにより契約金額を支払うことにより経済的負担が拡大（多重債務の危険）

2 消費者教育の現状

(1) 意識調査から見る消費者教育の現状

① 消費者教育を受けた経験の有無

- ・消費者教育に関して都民へのアンケート調査（「都民の消費生活に関する意識調査」）を行ったところ、「消費者教育（啓発を含む。）を受けた経験」について、全体の83%が「ない」と回答
- ・年代別に見てみると、消費者教育を受けた経験がある割合は、**20代の18.8%が最も高い**



(資料) 「都民の消費生活に関する意識調査」(平成28年3月)(東京都生活文化局)から作成

② 消費者教育を受けた機会(複数回答)

- ・消費者教育を受けた経験がある人のうち、消費者教育を受けた機会について、20代と30代は「**小中学校、高等学校の授業**」、「**小中学校、高等学校の課外授業・特別授業・見学など**」、「**大学・専門学校等の講義**」など、学校で受けた経験が多い
- ・30代以下は1989年改定以降の学習指導要領により学校教育を受けた世代でその影響が表れている

(単位:%)

	全体	性別		年代別						
		男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	
	n= 265	128	137	94	55	19	23	35	39	
小中学校、高等学校の授業(家庭科、社会科等)	35.5	30.5	40.1	67.0	34.5	21.1	13.0	14.3	-	
東京都や区市町村が実施する消費生活講座・イベント等	26.0	25.0	27.0	4.3	21.8	15.8	43.5	37.1	69.2	
職場での研修・講習会等	19.2	23.4	15.3	6.4	21.8	36.8	34.8	28.6	20.5	
大学・専門学校等の講義	18.9	19.5	18.2	26.6	23.6	5.3	26.1	11.4	2.6	
小中学校、高等学校の課外授業・特別授業・見学など	17.0	15.6	18.2	22.3	34.5	21.1	-	2.9	-	
地域(町内会、老人会、PTA等)で実施する講座・イベント等	14.7	14.1	15.3	4.3	10.9	26.3	34.8	22.9	20.5	
教材等を使って自分で学んだ	7.9	10.2	5.8	5.3	5.5	5.3	8.7	8.6	17.9	
大学・専門学校等のオリエンテーション等	7.2	7.0	7.3	13.8	7.3	-	-	2.9	2.6	
その他	3.8	3.1	4.4	2.1	-	5.3	4.3	11.4	5.1	
わからない	3.4	3.9	2.9	3.2	3.6	10.5	4.3	2.9	-	

(資料) 「都民の消費生活に関する意識調査」(平成28年3月)(東京都生活文化局)から作成

③ 消費者教育を行う場として重要だと思うもの(複数回答)

- 消費者教育を行う場として重要だと思うもの」については、全年代において、「小中学校、高等学校」と「家庭」の割合が高い
- 小中学校、高等学校においては、学習指導要領に基づく消費者教育や、消費生活センター等が実施する出前講座を受講することによって、消費者として身に付けるべき基礎的な知識を付与する取組等が必要

(単位：%)

	全体	性別		年代別						
		男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	
n=	2865	1404	1461	475	471	479	480	482	478	
小中学校、高等学校	55.2	52.6	57.7	59.4	58.4	56.0	57.1	52.9	47.7	
家庭	51.6	47.2	55.9	50.7	52.7	51.1	51.3	48.8	55.2	
東京都や区市町村の消費生活センター等	32.1	29.9	34.3	16.4	23.8	26.9	29.0	44.0	52.5	
地域(町内会、老人会、PTAなど)	28.1	28.6	27.7	14.1	19.3	21.3	26.5	36.5	50.6	
職場	20.3	20.3	20.3	25.1	24.8	24.4	18.8	16.4	12.3	
大学、専門学校	14.4	13.1	15.7	24.2	18.0	14.4	11.5	11.0	7.5	
その他	1.1	1.0	1.2	0.2	0.4	0.4	2.3	1.9	1.3	
わからない	10.9	12.0	9.8	15.4	12.5	13.8	10.4	7.7	5.6	

(資料) 「都民の消費生活に関する意識調査」(平成28年3月)(東京都生活文化局)から作成

(2) 学校における消費者教育の現状

○現行の学習指導要領(*)では、消費者として主体的に判断し責任を持って行動できるようになるため、消費者としての基本的な権利と責任について理解を深める消費者教育の充実が図られた

(*) 小中学校は平成20(2008)年改訂、小学校：平成23(2011)年4月から全面实施、中学校：平成24年(2012)年4月から全面实施、高等学校は平成21(2009)年改訂、平成25(2013)年度入学生から全面实施

<学習指導要領における消費者教育に関する主な内容>

○小学校

家庭科：物や金銭の使い方と買い物

○中学校

社会科(公民的分野)：消費者の保護(消費者の自立の支援なども含めた消費者行政)

技術・家庭科(家庭分野)：家庭生活と消費、家庭生活と環境

○高等学校

公民科：消費者に関する問題

家庭科：生活における経済の計画、消費行動と意思決定、消費者の権利と責任、消費生活と生涯を見通した経済の計画 等

○都が策定した「東京都教育ビジョン(第3次・一部改定)」(平成28(2016)年4月)では、主要施策の一つに「社会的・職業的自立を促す教育の推進」を掲げ、産業・就業構造が大きく変化している中で、様々な課題に柔軟に、かつ、たくましく対応することができるようにするため、消費者教育を推進してきた

○2020年度以降、新たに実施される学習指導要領では、消費者教育の更なる充実が図られており、成年年齢の引下げ等を見据え、学校における消費者教育がますます重要となる

・売買契約の基礎(小：家庭)、計画的な金銭管理の必要性や消費者被害の背景とその対応(中：技術・家庭)

・多様な契約及び消費者の権利と責任、契約の重要性や消費者保護の仕組みを理解、責任ある消費の考察・工夫(高：公民、家庭)

3 都における若者向け消費者教育等の取組

(1) 生活文化局での取組

① 消費者教育

- 教員向け消費者教育講座
- 教員向け消費者教育情報提供誌「わたしは消費者」（年4回発行）
- 消費者教育教材作成・配布（消費者教育DVD、WEB版消費者教育読本、消費者教育読本）
- 出前講座（東京都消費者啓発員を講師として派遣）

② 若者向け消費者被害防止啓発

- 悪質商法被害防止共同キャンペーン事業
 - ・ポスター、リーフレット、交通広告及び映像等による啓発
 - ・キャンペーンキャラクターの着ぐるみを活用したグッズ類の配布
 - ・若者のトラブル110番（特別相談）
 - ・都内高等学校への啓発ノート配布
- 悪質商法をテーマとした若手芸人が作った漫才・コント等による啓発事業
 - ・公開収録イベント、インターネットによる動画公開

③ 情報発信・啓発

- 大学へのメルマガ配信等による消費者被害防止啓発 など

生活文化局での取組 ①消費者教育(区市町村への支援含む)

<教員向け消費者教育講座>

教育現場で消費者教育を実践する教員向の講座を夏休み期間中に開催

教員のための消費者教育講座

日時：7月24日(水)～25日(木) 10時～12時

会場：東京都消費生活センター

講師：東京都消費生活センター 生活文化部長 佐藤 浩一

内容：消費者教育の重要性、実践事例、教材紹介

<教員向け消費者教育情報提供誌>

「わたしは消費者」を年4回発行トピックスや、出前講座、出前寄席の活用事例、教材等の紹介等を掲載



<消費者教育教材の作成・配布等>

WEB版消費者教育読本



知っているようで知らない「くらしとお金のヒミツ」(平成29年度版・小学生期)



カートくんの買い物★なびげ〜しよん〜「消費者の権利と責任」の社会—(平成27年度版・中学生期)

消費者教育DVD

住まいの知識は一生の知識～安全で快適な住生活のために～(平成29年度版高校生期)



消費者教育読本

様々な悪質商法の手口など4コマ漫画で紹介



<学校向け出前講座>

若者に多いマルチ商法などの悪質商法やSNSをきっかけとしたトラブルなどについて、被害にあわないためのポイント、被害にあった際の対処方法などを講義

学校向け「出前講座」

東京都内の学校に消費生活講座をお届けします!

無料

実施内容

悪質商法やSNSをきっかけとしたトラブルなどについて、被害にあわないためのポイント、被害にあった際の対処方法などを講義

②若者向け消費者被害防止啓発

<若者被害防止キャンペーン(1~3月)>

- ・若者の消費者被害の広域化に対応するため、関東甲信越ブロック(1都9県6政令指定都市及び国民生活センター)と共同で悪質商法被害防止共同キャンペーンを実施
- ・学生や新社会人などに向け、若者が被害にあいやすい悪質商法の手口を紹介し、被害防止を呼び掛ける。

ポスター・リーフレット

- ・学校ほか若者が集まる場所への 掲示・配布
- ・交通広告(中吊り)



イベント等

- ・キャンペーンキャラクターの着ぐるみを活用した普及啓発イベント実施
- ・若者のトラブル110番(特別相談)
- ・都内高等学校への啓発ノート配布
- ・悪質商法をテーマに若手芸人による公開収録イベントを実施、その動画をインターネット上で放映

悪質商法被害防止啓発動画



<平成29年度制作>

- ・東京暮らしWEB、東京動画、SNS広告、車内ビジョン、自動車学校、街頭ビジョン、就職情報サイト広告等で配信



③情報発信・啓発

- ・大学や専門学校等に、若者向けの注意喚起情報を含む消費生活情報をメールマガジンで配信

④ 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をはじめ地域のネットワークを活かした取組を行っている

○区市町村の消費者教育推進への支援

- ・東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）を学校等に派遣して、**学校向け出前講座**を実施

◆学校（小学校、中学校、高等学校・特別支援学校）向け出前講座の実績

実施年度	実施回数(回)	受講人数(人)
平成25年度	40	5,600
平成26年度	45	4,000
平成27年度	75	5,600
平成28年度	74	4,300
平成29年度	72	5,300

- ・都が作成した消費者教育教材等を小中学校等へ提供するとともに、連携している事業者団体、民間ADR機関等が作成した教材、出前授業等に関する情報提供を実施

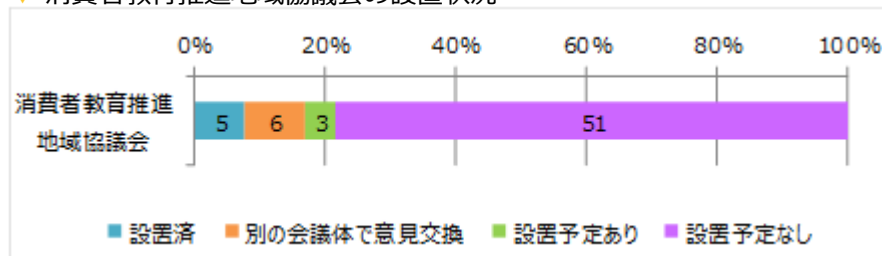


学校向け出前講座の様子

○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作りが進むよう、区市町村に対し、協議会の設置方法の提案、連携先の候補となる機関や消費者教育モデル事業の成果である他区市町村の連携事例の紹介等を実施

▼ 消費者教育推進地域協議会の設置状況



区市町村との会議で設置方法を提案

(2) 都立学校等の取組

学習指導要領に基づき、各学校にて、それぞれの教科等で消費者教育を実施
(以下は各校種ごとの授業展開例)

○小学校での授業例(小学校第5学年 家庭科)

・ 単元名：物や金銭の使い方と買い物

・ 単元構成：

①生活を支えるお金の大切さを考えて、買物の仕方を見直す

②目的に合った計画的な買物ができるように、品物の購入の仕方を考え、購入計画を立てる

③自分の買物について振り返り、学習のまとめをする

《この時間の授業のねらい》

目的に合った商品の選び方や買い物に関心を持ち、購入しようとする物の中には、法に基づいて品質などが保証されているものがあることを理解するとともにそれらの情報を活用して適切に買い物をしようとする。

○中学校での授業例(中学校第2学年 技術・家庭科〔家庭分野〕)

・ 単元名：私たちの消費生活

・ 単元構成：

①「契約」の意味と役割を考える

②消費者を守る仕組みについて調べる

③商品の選択、購入における情報の活用について考える

④販売方法の特徴を調べる

⑤安心な消費生活を送る方法について考える

《この時間の授業のねらい》

消費行動における「契約」の成立の意味や消費者としての権利と責任について理解する。

○高等学校での授業例(高等学校第1学年 家庭科〔家庭基礎〕)

・ 単元名：消費者の権利と責任

・ 単元構成：

①家計の仕組みや、税金及び社会保険の仕組みからリスクマネジメントを知る。消費行動を知り、お金の感覚を身に付ける

②身近な契約や多様化する販売方法について調べる。クレジットの理解を深める

③悪質な消費者被害とその対策、救済方法を調べ、発表する

《この時間の授業のねらい》

悪質商法被害がなぜ生じるかを知り、消費者トラブルに出会った時の対処法を理解する。

4 国やその他の動き

(1) 民法の一部を改正する法律(2018年6月20日公布、2022年4月施行予定)

○施行後は未成年者取消権(第5条2項)は、18歳未満が対象となる。

(2) 消費者契約法の一部を改正する法律(2019年6月施行予定)

○恋愛感情を利用するデート商法や不安をあおって結んだ契約は取り消せるとの規定を追加

(3) 消費者委員会成年年齢引下げ対応検討ワーキンググループ(2017年1月、報告書公表)

○消費者被害防止・救済のために報告書を踏まえた消費者教育などの充実や制度整備等の検討が必要

(4) 若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム(2018年2月、2018年7月改定、4省庁関係局長連絡会議決定)

○消費者庁作成教材「社会への扉」の活用、消費者教育コーディネーターの育成・配置に向けた支援などの取組など

(5) 消費者教育の推進に関する基本的な方針(2013年閣議決定、2018年3月20日変更)

○当面の重点事項として、若年者の消費者教育、消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育の推進等を提示

(6) 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の変更及び「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」に基づく取組の推進について(2018年3月、消費者庁、文部科学省連名通知)

○消費者担当部局等と教育委員会等の連携により、一層の消費者教育の推進、関係部局への基本方針、アクションプログラムの内容周知依頼 など

(7) 学習指導要領の改正

○高等学校において育成を目指す資質・能力を踏まえつつ、教科・科目の構成を改善

・公民科における「公共」の新設 など

○消費者教育の充実に関する内容 *5 ページを参照

5 諮問における検討事項について

今後の国の動向も見据えながら、成年年齢引下げを踏まえ若年者の消費者被害防止・救済のために都が進めるべき消費者教育について検討していく

○ 学校教育における消費者教育の推進

高校生等の若年者が消費者被害に遭わないために、教育庁と連携しながら消費者教育を推進する取組

【考えられる取組例】

効果的な授業実施のための生活文化局作成の消費者教育教材等の一層の活用、教員の消費者教育の指導力向上のための研修に関する取組へのサポート、学校教育と消費生活行政をつなぐ消費者教育コーディネーターの設置の検討等

○ 注意喚起・情報発信

注意喚起や消費者教育に関する情報発信を、若年者が利用するツール等を活用し実施

【考えられる取組例】

ホームページやSNS等を活用した情報発信、大学や専門学校等と連携した学生への情報発信

○ 区市町村支援

区市町村における取組への都が有する情報やノウハウの提供等

【考えられる取組例】

区市町村の消費者教育事業への支援、区市町村の実情に応じた計画策定、協議会設置などの取組支援