


# 東京都消費生活総合センターにおける 消費者教育教材の取組について

令和4年12月16日（金曜日）

# 東京都消費生活基本計画について

## 計画の策定経緯

- |                                       |   |            |               |
|---------------------------------------|---|------------|---------------|
| ○ 東京都消費生活条例に基づく「 <b>東京都消費生活基本計画</b> 」 |  | 平成28年5月26日 | 東京都消費生活対策審議会に |
| ○ 消費者教育推進法に基づく「 <b>東京都消費者教育推進計画</b> 」 |   |            | 両計画の改定について諮問  |
| (両計画の計画期間：平成25年度から平成29年度まで)           |   | 平成29年2月7日  | 審議会から知事に答申    |

## 東京都消費生活基本計画の概要

### 計画改定の考え方

- 2つの計画を一体的に改定し、明確に消費者教育を計画に位置付けるとともに、今日的な課題である「持続可能な消費の普及」を加え、新たな5つの政策の柱に再構築
- 計画期間は、平成30年度からの5年間
- 各施策を進めるに当たって特に留意すべき事項を、計画全体を貫く「視点」として新たに設定

### 3つの視点

#### 視点1 主体的な消費行動への変革の促進

- ・消費者被害の防止のためには、不適正な取引の是正や商品等の安全対策など取組強化に加え、消費者自身が知識を身に付けて、トラブルに遭わないようにする必要
- ・消費者も社会の一員として持続可能性に配慮した消費行動が求められる

#### 視点2 情報通信技術の進化やグローバル社会への対応

- ・情報通信技術の進化に伴う、新たな消費者トラブルの発生への対応が必要
- ・在住外国人、東京2020大会の開催など、中長期間滞在する外国人の増加に伴う、外国人の消費者問題への対応が必要

#### 視点3 様々な主体のつながりと連携による取組の強化

- ・高齢者の消費者被害を防止するための地域、団体、事業者、区市町村等のつながり
- ・より良い商品等を提供するための消費者と事業者の連携・協力関係、健全な取引を促すための事業者団体との連携

## 政策の柱と主な取組

### 政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止

#### (1) 被害防止のための注意喚起・情報発信

- 対象に応じた効果的な注意喚起・情報発信
- ホームページ「東京くらしWEB」における情報発信と外国語による情報提供の充実
- 動画を活用した効果的なPR

#### (2) 見守りによる消費者被害の防止と早期発見

- 高齢者の見守りによる消費者被害の防止
- 消費者被害を防止する見守り人材の育成
- 民間事業者等と連携した注意喚起

### 政策2 不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成

#### (1) 不適正な取引行為等の排除

- 悪質事業者取締りの強化
- 不当表示に対する監視等の強化

#### (2) 健全な市場の形成

- 事業者によるコンプライアンス向上のための取組の支援
- 適正な計量の推進

### 政策3 消費生活の安全・安心の確保

#### (1) 商品・サービスの安全の確保

- 商品・サービスの安全対策
- 事業者等と連携した安全対策の推進

#### (2) 安心して商品・サービスを選択できる取組の推進

- 安全に配慮した商品の普及
- 食品の適正表示の推進

#### (3) 災害時における消費生活の安心の確保

- 災害時における物資の確保

### 政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及

#### (1) 主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進

- 学校における消費者教育の推進と教員に対する支援
- 成年年齢引下げを見据えた消費者教育の充実
- 消費者教育の担い手の育成

#### (2) 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進

- エシカル(倫理的)消費の理解の促進
- 食品ロス・食品廃棄物の削減、レジ袋対策
- 被災地支援につながる商品等の購入促進
- 福祉施設の自主製品の普及

### 政策5 消費者被害の救済

#### (1) 消費生活トラブルの解決に向けた相談対応

- 消費生活相談の充実
- 区市町村の消費生活相談窓口の支援・連携

#### (2) 被害回復に向けた取組の推進

- 消費者被害救済委員会によるあっせん・調停
- 特定適格消費者団体への総合的な支援

# 東京都消費生活基本計画（素案）について【概要】

## ○計画の位置づけ

- ・東京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
- ・東京都消費生活条例第43条に基づく基本計画及び消費者教育推進法第10条に基づく都道府県消費者教育推進計画を一体的に策定

## ○計画期間 令和5年度から令和9年度までの5年間

### 計画の基本的な考え方

2030年のSDG s の達成、その先にあるカーボンニュートラルの世界や、社会のデジタル化の一層の進展など、消費生活をめぐる今後の展望を見据え、2つのポイントを踏まえて基本計画を策定

#### サステナブルなライフスタイルの推進

SDG s の達成の重要なカギとなる、都民の誰もが日常的に行う「消費行動」を変えていく。

#### デジタル社会の急速な進展に伴う新たな課題への対応

都民の利便性向上の一方で、横行する悪質・巧妙なデジタル広告・取引に対応するため、最新技術に関する専門知識を駆使し、対応力を強化していく。

これまで都民の消費生活の安定と向上のために進めてきた施策を引き続き着実に推進することに加え、これからの時代に求められる新たな施策を展開

- 民間企業等との協働によりエシカル消費を日常にする社会的ムーブメントを創出し、都民の消費行動の変容を強力に促進
- 急速に進展するデジタル社会における都民の安全で安心な消費生活の実現

## <主な重点施策>

### エシカル消費の推進【R4～先行実施】

民間企業・団体との連携・協働による都民の消費行動の変容につながる「TOKYOエシカルアクションプロジェクト（仮）」の展開

### 不当なデジタル広告への対応力の強化【新規】

健全な市場の形成を促進するため、専門人材の活用や継続的な監視体制の構築によりSNS、動画等の新たなデジタル広告を適正化

### 子供の安全確保【R4～先行実施】

消費者・事業者・都が双方向で情報発信・収集できる、商品安全の「交流型デジタルプラットフォーム」を運用支援

## 政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及

### (1) 主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進

※新型コロナウイルス感染拡大防止対策として、講座の一部中止、延期、縮小開催、WEB開催等の対応を実施

		平成30年度		令和元年度		令和2年度※		令和3年度※	
消費生活講座		回数	受講者数	回数	受講者数	回数	受講者数	回数	受講者数
啓発講座		22	900	17	825	5	229	10	319
	うち大・中規模講座	5	363	3	354	—	—	1	137
	うち実験実習講座	16	377	13	287	4	68	9	182
	うち多様な主体との連携講座	1	160	1	184	1	161	—	—
消費者問題マスター講座		26	1,723	26	1,967	—	—	26	1,110
消費者問題教員講座		32	1,155	31	1,187	—	—	5	366
市町村共催講座		22	459	24	576	12	242	16	299
多摩消費生活センター主催講座		31	1,481	26	1,180	2	40	18	970
合計		133	5,718	124	5,735	19	511	75	3,064

	平成30年度		令和元年度		令和2年度※		令和3年度※	
	回数	受講者数	回数	受講者数	回数	受講者数	回数	受講者数
出前講座	354	29,251	332	19,984	80	3,397	78	8,340
出前寄席	436	30,705	389	19,772	43	1,465	28	2,672
計	790	59,956	721	39,756	123	4,862	106	11,012



# ○消費者教育用教材の作成

	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
Web	<p>もしも未来が見えたなら ～いつかクレジットカードを使う日に～ 〔改訂〕</p> 	<p>世界の未来をかえる店 エシカルスーパーマーケット</p> 	<p>情報社会を泳ぎきる！ かしこいヒツジへの道 〔改訂〕</p>  <p>カートくんの買い物★ なびげ～しょん —「消費者の権利と責任」の社会—〔改訂〕</p>	<p>大人になる君へ 社会で役立つ契約知識</p> 
DVD	<p>慣れと油断は事故のもと！ ～製品事故から身を守るために～</p> 	<p>ホントに“いいね！”？ その契約</p> 	<p>～そのお金の使い方大丈夫!?～ パピ君と学ぶ！キャッシュレス社会の歩き方</p> 	<p>東京☆SDGs☆学園☆ ▶買い物で世界の未来を変えよう！◀</p> 

## ○高校生向け消費者教育・啓発ノートの配布（都内全高校2年生へ配布 120,000部）

## ○若者に向けた情報提供

話題のテーマや、特に今若者に知ってほしい（伝えたい）情報を、HP内に「サッと読めるちょっとお耳に入りたい話」として連載形式で掲載し、インターネット広告から誘導

## ○成年年齢引下げ等を見据えた消費者教育の充実

### ・消費者教育推進庁内連絡会議の設置（令和2年4月～）

### ・消費者教育コーディネーターの配置（令和2年4月～）

東京都消費生活総合センターに、令和2年度1名配置、4年度1名増員。  
リーフレット配布やメールマガジン、校長連絡会等を通じて制度の周知。

コーディネート実施：

個別相談対応 令和2年度 私立1校、都立 9校

令和3年度 私立2校、都立15校

コーディネート学校数：令和2年度 都立3校

令和3年度 私立1校、都立11校

### 【主な生徒の感想】

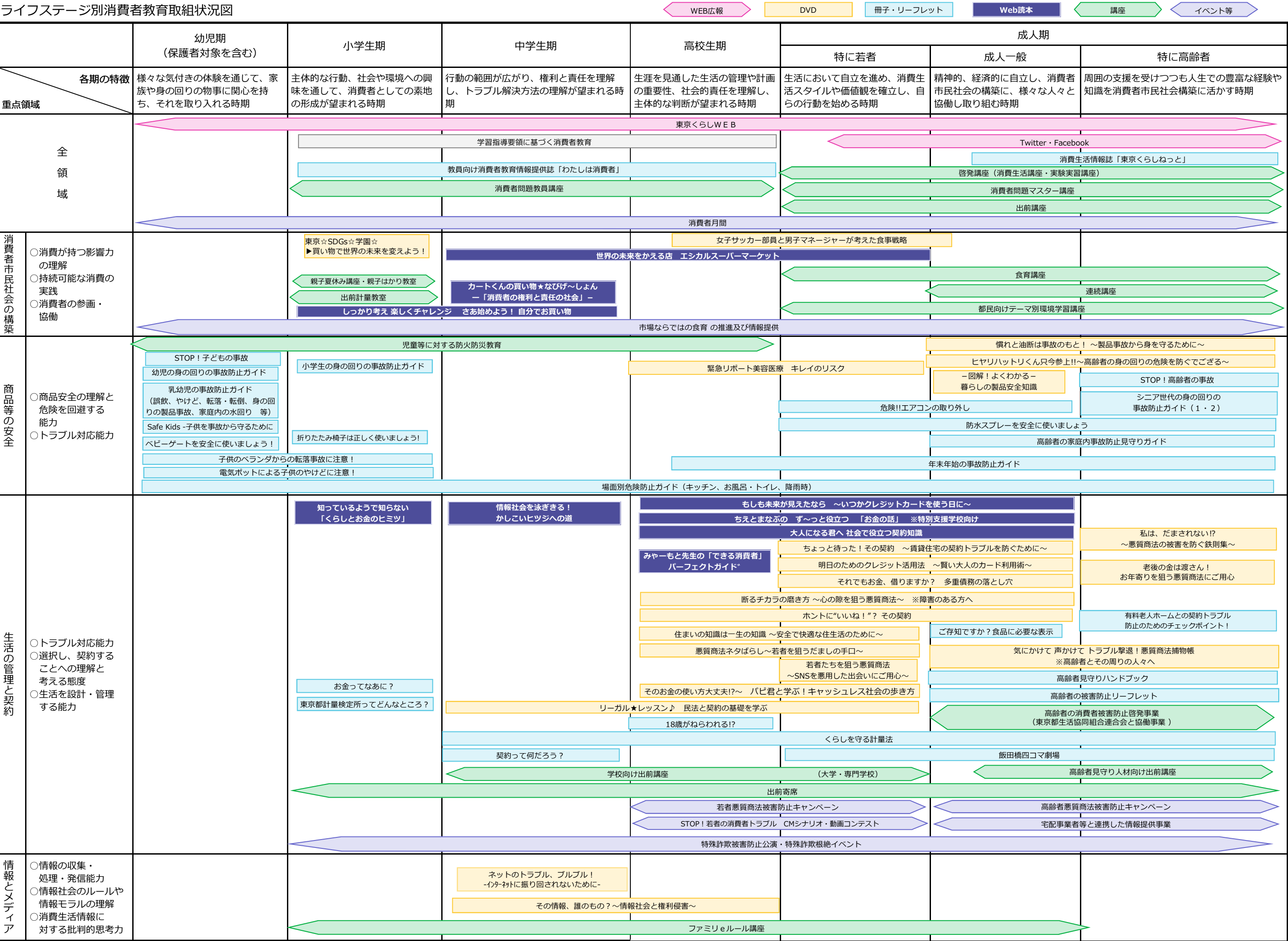
- ・他人事と思っていたことを、自分の問題と捉えられた。
- ・消費生活センターが、どのようなところか理解できた。
- ・自分の意思をしっかりと持ち、行動する必要を感じた。

### 学校における消費者教育コーディネート



- ・啓発チラシの作成・配布（平成30年度：高校生向け、令和2・3年度：保護者向け）
- ・「東京くらしねっと」や「わたしは消費者」等での情報提供
- ・出前講座・教員講座の実施、教材の作成・提供

ライフステージ別消費者教育取組状況図



(消費者庁「消費者教育の体系イメージマップ」を基に作成)



# 高校生向けWEB版消費者教育読本 「社会で役立つ契約知識」（令和3年度作成）

## ○ 趣旨

契約に不慣れな若者層が、今後様々な契約に直面した時に判断基準となる法律の考え方を学習することで、批判的思考をもって判断することを目的に作成

## ○ 作成体制

学識経験者、弁護士、高等学校教諭、教育庁指導主事で構成する作成検討委員会で検討、作成

## ○ 作成物

- ・ WEB版教材
- ・ 授業でそのまま使用できる授業展開例とワークシート
- ・ 解説書（教員と生徒共用）



# 教材の活用促進に向けた取組

- 校長連絡会や教育研究会などの組織を通じた活用促進の働きかけ
- 消費者教育コーディネーターを活用し、個別の学校の要望に応じ、教材を含む当センターの消費者教育コンテンツを活用した教育活動を提案
- 学校の教員向けに実施している消費者問題教員講座において、教材の紹介と解説、活用方法等を解説
- 都内の高等学校を対象に実施した消費者教育教材等に関する活用状況調査（令和元年度）では、都立で約5割、私立等で約3割の学校が東京都の教材を活用していると回答