

ライフステージ別消費者教育の取組状況

【資料4】

対象者	幼児(保護者)	小学生	中学生	高校生	大学生	若者(社会人)	高齢者
特徴 重点領域	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に关心をもち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期
1. 教育 (講座・研修、教材、事業連携)							
	夏休み親子実験教室				新入生ガイダンス(創価大、創価女子短大) 事業連携 ①創価大エシカル消費啓発(元) ②東京造形大・香害啓発(新) ③中央大・金融クイズ		高齢者見守り講座・地域ケア会議(随時) 中小企業新入社員研修(年1回) 出前寄席(保健福祉センター)
		消費者教育副読本「わたちのくらしと商店の	消費者教育副読本「磨け！消費者力」	消費者教育講座(帝京八王子、純心、南多摩)	高校・大学教職員等意見交換会		
					出前講座 ◆ 転ばぬ先の消費者知識～賢い消費者になろう～ ◆ 高齢者を悪質商法から守ろう～見守りのポイントについて～ (随時)		
					都共催講座、都消費者月間共催月間講演会八王子会場(エシカル関連・年1回))		
2. 情報発信(広報・周知)					二十歳を祝う会の啓発動画上映 成年年齢引き下げに伴う高校・大学への注意喚起情報の発信		
					若者・高齢者向け被害防止キャンペーン(悪質商法被害防止リーフレット配布)		
					消費生活ニュース(隔月)・くらしのレポート(年3回)、広報はちおうじ消費生活特集記事(年2回)、多重債務キャンペーン、図書館テーマ展示		
					市ホームページやSNS(LINE等)での発信(随時)		
3. イベントでの啓発	子どもシティ						
					消費生活フェスティバル(2月)、環境フェスティバル(6月)、交流フェスタ(10月)、ケイハチクリスマスマーケット(12月) (充)		