

4 八 市 消 審 収 第 1 号
令和5年（2023年）3月1日

八王子市長 石森 孝志 殿

八王子市消費生活審議会
会長 朝日 ちさと

第2期八王子市消費生活基本計画及び八王子市消費者教育推進計画に
基づく令和3年度事業の課題について及び同計画の改定について（答申）

令和4年（2022年）6月30日付4八市消発第26号により諮問のあったこのことについて、別紙のとおり答申します。

第２期八王子市消費生活基本計画及び八王子市消費者教育推進計画に基づく令和３年度事業実施の課題について及び同計画の改定について

答　　申

令和５年３月

八王子市消費生活審議会

はじめに

八王子市消費生活審議会では、令和３年１２月に第２期八王子市消費生活基本計画及び八王子市消費者教育推進計画の取組状況について検証するとともに、社会情勢の変化に応じた計画の追補（案）の策定について意見を述べてきました。

市民の安全で安心な消費生活を実現し、持続可能な社会を目指すために消費者自身も自ら考え行動を起こす「消費者市民社会の実現」を理念とした本計画に関し、次の２点について、令和４年６月３０日に市長から諮問を受けました。一つは計画の遂行にあたり本市が直面した課題を明らかにした上で解決することであり、もう一つは、令和４年２月に追補版を策定した第２期八王子市消費生活基本計画及び八王子市消費者教育推進計画の改定について意見を述べることです。

そこで、審議会としては、事業実施の検証とともに市の計画を実施するうえで掲げられている３つの重要課題の進捗状況について検証し、市が課題としている「消費者教育の推進」における「成年年齢引下げに関する教育・啓発」のあり方と今後の試みについて意見をまとめました。

また、第２期八王子市消費生活基本計画及び八王子市消費者教育推進計画（追補）改定に対しては、「消費生活センターの役割」と「消費者教育の推進」に焦点をあてた意見となりました。

市には、本答申を活かし八王子市の消費生活及び消費者教育に関する施策をより充実させ、「安全で安心な消費者市民社会」が実現されることを希望し、ここに答申いたします。

令和５年３月１日

八王子市消費生活審議会
会 長 朝日 ちさと

1 第2期八王子市消費生活基本計画及び八王子市消費者教育推進計画に基づく令和3年度事業実施の課題について (答申)

(1) 重要課題1「消費生活の環境基盤整備」の達成目標である「八王子市消費者団体連絡会」の加盟団体数に関して

消費生活センターと市内・外の関係機関との連携強化の点で、地域住民の抱える様々な問題を包括的に解決する「地域福祉ネットワーク」への参加や、多重債務問題解決の一助として市内連絡会議における情報共有を進め、各部署の事業に活かしていることは、市民の安全・安心の確保に繋がっていると言える。

また、高齢者の健康づくりなどに取り組むシニアクラブ連合会とのネットワークづくりは、高齢者への啓発の効果も期待できるため、続けることが大事である。

しかし、関係機関とのネットワークづくりや連携強化は進んでいるが、計画の目標である「八王子市消費者団体連絡会」加盟団体数は、令和3年度までの目標値には届いていない状況である。

この点については、消費者団体連絡会に加盟する意義や明確なメリットを示したPRが必要である。また、今後、SDGs（持続可能な開発目標）の考え方の普及が進む中で、消費者団体のくくりがこれまでより拡大される場合もあるため、市の関連部署と連携する団体を推薦してもらう方法もあると考える。

消費者団体連絡会の加盟団体が増えることで、消費者利益の保護や環境・地域社会の課題に取り組む様々な団体の交流機会が増えるため、団体に近い多くの市民が消費生活情報を得やすくなる。

消費者行政の推進として、多様な消費者団体による地域活動や社会貢献活動が活発になり、消費者団体連絡会への加盟で団体間の情報交換や交流、協働が進むことは、市民の消費生活に対する意識や関心も高まり、「安全で安心な消費者市民社会の実現」に近づくことが期待できる。

行政には、市民活動や消費者団体についての情報収集力を高め、社会の風潮も捉えながら、市民の消費生活への好影響が期待できる団体の加盟促進に、より一層の努力を望む。

(2) 重要課題2「消費者教育の推進」の「自立し、行動する消費者市民を育む取組」における「成年年齢引下げに関する教育・啓発」のあり方や今後の具体策について

令和4年度に実施された「消費生活に関する市民意識・実態調査」（以下「報告書」）では、消費者教育を行う場として重要だと思ふ場所として、「小中学校、高等学校」との回答が65%以上、その次に「家庭」が37%となっていた。（報告書の82ページ）この結果から、基礎的教育の場である小中学校、高等学校及び家庭が、消費者としても社会的責任を負うこととなる成年の権利や義務を学ぶ場として大切であると、市民は考えていると言える。

一方、報告書の78ページ、消費者教育（啓発を含む）を受けた経験の有無について「ある」と回答した人の年齢別割合を分析したところ、30歳以上の世代の数値が約6%であるのに比べ、18歳から29歳では24%程度となっており、学校教育現場での消費者教育が進んでいる状況がうかがえる。この結果を踏まえ、消費者教育を受けた経験の乏しい親世代（30歳以上）だけに、家庭での消費者教育を任せるのは難しい面があると思料する。

また、消費者被害救済の現場では、インターネットなどの利用により若年層の社会情勢に対する情報収集能力が高くなっている一方で、玉石混交の情報を得ているが故に、それに乗じた契約や投資の被害に遭う件数の多さに驚かされる。

このように、超高齢・情報化等社会の進展や、新たな発想・技術、サービスによる消費者被害は広がっていくばかりである。これに対する自己判断力・自己防衛力は、消費者教育の基本的な部分を学び、最新の情報を継続して取り入れないと身に付かないものと考ええる。人生経験の浅い若者への成年年齢引下げに関する教育は、消費者として「契約行為」や「権利と義務」など、幹となる部分について、インパクトを残しつつ、批判的思考も養えるかについて、更に工夫を凝らして実施していく必要がある。報告書128ページのデータによると、39歳以下の若者は、85%以上がSNSを利用していることから、インターネットの良い面と、悪い面について学ぶ情報活用能力の育成が、若年層の消費生活に大きく影響するといえる。そのため、市からは、公共性が高く、市民にとって有益な情報の発信について、更なる充実を望むところである。

報告書86ページ「成年年齢引下げの認知度について」で、「内容を知っている」との回答は85.4%であったが、88ページの「未成年契約の取消し権引下げの認知度」において「知っている」は、59%と低い割合になっている。年齢別（報告書

89 ページ) を見ると、30 代の 52.4%が「知らなかった」と回答しており、40 代の 35.8%に比べて「知らない」割合が高いため、10 代の子どもを養育していると考えられる親世代への啓発も検討する必要がある。

「成年年齢引下げに関する教育・啓発」については重要であると述べてきたが、今後の具体的な取組を進めるにあたっては、今や若者の生活に不可欠となったデジタルデバイスを通し、ビジュアルコンテンツを活用して展開することが、生徒の記憶にも残り、学校教育現場の負担も軽減できるのではないかという意見が多かった。

動画などを通して、疑似体験に近いインパクトを持たせるほか、現実の課外授業（講座など）や社会科見学会の実施も、通常行われる社会科・家庭科教育の中で触れられる消費者教育（成年年齢引下げについての教育）とは、異なった生徒の反応を呼び起こすと考ええる。

教育現場の立場から出た意見を参考に、若者の消費者トラブルを防ぐ方策、また、トラブルに遭った際の対処について事例を取りあげながら保護者会への発信することや、教科だけではなく、学校内の生活指導部なども加わったセーフティ教室のような場面で生徒への指導を進めていくことも効果的である。

(3) 重要課題3「消費者被害の防止・救済」における消費生活センターについて

ここまで若者への消費者教育の重要性について述べてきたが、注意を払っていたとしても消費者トラブルに遭ってしまうことがある。その時、相談することができ、解決への助言が得られる「消費生活センター」に対する市民の認知は、消費者教育の浸透とセットだと考えるべきであろう。これまで取り組んできた消費者教育・啓発の面からの「消費生活センター」周知活動について一定の努力は認められるが、今回の市民意識・実態調査における「消費生活センターの認知度」は、前回の調査と比べて同程度の約30%で、認知の向上は見られない結果となっている。

実際にトラブルに遭った市民が、「消費生活センター」に相談すれば解決方法が解り、安心できることを知らず、金銭的な損失に対して泣き寝入りや自戒の念を持つのみで諦める結果となっている。市民意識・実態調査によると、その割合は、トラブル経験者の約52%であると推察される。一方、消費者教育を受ける機会のあった18・19歳の若者が、消費生活センターの「場所も、業務内容も知っている」と回答した割合は約14.8%であり、他の世代の2倍から6倍になっている点から、消費生活センターの認知は消費者教育の中で広められていると判断できる。

なお、消費生活センターの認知度調査にあたっては、他の中核市や消費生活行政との比較が可能となるようアンケートの設問を検討し、結果についても比較調査されたい。

毎年、消費生活センターがまとめている事業概要に掲載されたデータによると、実際に消費者トラブルに遭った相談者は、経済力が備わった世代から高齢者が圧倒的に多く、消費生活センターの年齢別認知度の割合と反比例していることがわかる。消費生活センターの認知度の高い世代は消費生活への意識が高く相談数が少ないことが期待されるが、一方で、認知度が高いために相談の手段が理解されているともいえるだろう。

また、消費生活トラブルは、社会に起きた事象の影響を強く受ける傾向にある。相談内容の背景には、景気の動向や今回のコロナウィルス感染症の拡大による社会現象、社会対策の一つひとつに消費者トラブルが存在している。この傾向は、ますます強まり、スピードも増すことだろう。消費者トラブルの周りには、悪質事業者が存在する。市が悪質事業者名の公表や指導を積極的に行っていくことで、消費生活の基盤整備に繋がっていくものと考ええる。

そのため、社会構造の変化や人間の行動などを捉えた消費者教育、消費生活センターの役割や存在の周知について、一層の工夫と努力で行っていくことを望む。

2 第2期八王子市消費生活基本計画及び八王子市消費者教育推進計画の改定について (答申)

第2期八王子市消費生活基本計画の改定にあたり、第1期消費生活基本計画の構成を振り返ると、消費生活行政の課題の中から本市における3つの重要課題__（1. 安全・安心な消費生活の確保、2. 消費者教育の充実、3. 消費者被害の未然防止・救済）を設定し、その解決に向けた施策を定めて事業を展開してきたところである。

また、平成24年に施行された「消費者教育の推進に関する法律」（以下「消費者教育推進法」という）の主旨を踏まえ、消費者教育の重要性や課題を検討し、八王子市消費者教育推進計画は策定されている。この時に、第2期消費生活基本計画の策定も消費者教育推進計画の策定と同じく、事業実施から見えた課題のあぶり出しを行い、第1期消費生活基本計画と同様に重要課題の設定が必要とされた。

その上で、市は計画に関する施策について毎年審議会と共に検証・評価を行いながら、市民の消費生活の安全と安心の確保を第一に考え、施策の取組に改善を加え、計画を実施してきた。計画の取組についてPDCAを行ってきた結果、重要課題は消費者行政の基本的なものであり、「今後も受け継がれることが望まれる」ものであると、令和2年度の答申においても意見を述べている。

【計画の基本理念について】

第2期消費生活基本計画で掲げた理念「安全・安心な消費者市民社会の実現」については、平成28年度に消費者教育推進計画を策定する過程で、根拠法「消費者教育推進法」に定める「消費者教育の定義（第2条）」の「消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育」や「基本理念」（第3条第2項）にある「消費者が消費者市民社会を構成する一員として主体的に『消費者市民社会』の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援すること」を基に定義したものである。

この『消費者市民社会』とは、消費者教育推進法第2条第2項において「消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会」とされている。また、「消費者が自立し、将来に有益な影響を与える消費行動」とは、「消費者基本法」の「基本理念」にある「消費者が自らの利益擁

護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう、消費者の自立を支援することを基本として行わなければならない」とされていることと重なるものである。したがって、第２期消費生活基本計画の理念である「安全・安心な消費者市民社会の実現」は、消費生活基本計画と消費者教育推進計画の両計画を包含する理念であると言える。

このように、消費者基本法及び消費者教育推進法の基本理念を取り入れた本計画の理念は、今後も消費者行政、施策の方向を定める計画の基本的理念として相応しいと言える。

【重要課題について】

第２期計画までの取組を進めた結果、計画策定以前の消費者行政と比較すると、現在は格段に庁内・庁外の関係団体との情報交換や連携が図られている。さらに若者や高齢者のライフステージに応じた消費者教育の推進では、大学での新入学生ガイダンスにおける「悪質商法についての注意喚起講座」や、町会・自治会及び高齢者あんしん相談センターなどの団体での「高齢者見守り講座」など、関係団体との連携づくりや消費者トラブルの周知の取組について、当初の課題の達成に向けて充実させながら進めることができている。

しかし、市民の安全で安心な消費生活は継続して担保されるべきものであることから、今後も各施策やその事業は維持されなくてはならないと考える。

繰り返しになるが、本審議会では、３つの重要課題の達成を実現するための目標や目標設定の数値、内容、測定方法について、論議を重ねてきた。令和３年度事業実施における重点課題３に対する答申においても触れたが、市の目標設定にあたっては、中核市など人口規模や条件的に近い市との数値比較や、設定目標の内容を照らしてみること、目標設定の参考になるとの意見があった。この点については、次期計画策定において、十分に調査、研究するよう期待する。

消費生活基本計画策定から１２年の月日が経過し、当審議会は次期計画策定に向けて、計画の理念の継承、３つの重要課題を施策として設定することで、計画遂行の一層の充実が期待できると考えている。加えて、社会状況や消費行動の視点を整理した上で各施策に取り入れ、消費者行政の根幹となるこの３つの施策については、今後も継続し、課題の解決に達していない施策に対しては、更なる事業実施の工夫や検討を望むものである。