

5 八 市 消 審 収 第 11 号
令和5年（2023年）10月11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3期八王子市消費生活基本計画のあり方について（答申）

令和5年（2023年）6月29日付5八市消第392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3期八王子市消費生活基本計画のあり方について

答 申

令和5年(2023年) 10月

八王子市消費生活審議会

目 次

はじめに	1
第 1 章 計画策定にあたって	
1. 計画の理念	2
2. 計画改定の経緯	3
3. 計画改定にあたっての基本方針	6
4. 計画の位置づけ	6
5. 計画の期間	7
第 2 章 八王子市における消費生活の現状と課題	
1. 八王子市の人口の推移と見通し	8
2. 消費生活を取り巻く環境の変化	9
3. 八王子市消費生活センターにおける相談状況	17
4. 消費者教育実態調査結果のまとめと考察	23
5. 第 2 期八王子市消費生活基本計画・八王子市消費者教育 推進計画の取組と今後の課題	27
第 3 章 第 3 期八王子市消費生活基本計画の重要施策	
1. 重要施策	34
2. 取組の方向性	36
第 4 章 基本計画の推進に向けて	
1. 基本計画の推進体制	43
2. 取組の検証・評価及び公表	43
——資料編——	44
諮問書	
計画策定の審議経過	
八王子市消費生活審議会 委員名簿	

はじめに

八王子市消費生活審議会は、八王子市消費生活条例に基づき、「安全・安心な消費者市民社会の実現」を目指して策定する「第3期八王子市消費生活基本計画」（令和6年度(2024年度)から令和10年度(2028年度)まで）に求められる「あり方」に関し、これまで意見を述べてきました。

次期計画を定めるにあたっては、市民を取り巻く社会経済情勢、特に流通や情報産業の進展、商品やサービスの選択肢の拡大、後を絶たない消費者トラブルの発生といった急速に変化する環境、及び持続可能な社会の形成やデジタル化などの環境の変化も考慮して、「あり方」について意見をまとめるように、令和5年(2023年)6月29日に諮問を受けました。

次期計画は、上記の社会・経済状況の変化を念頭におき、それに対応する社会生活や私たち一人ひとりの消費行動に求められる「3つの視点」を計画に反映することとしています。あわせて、同じ理由で「3つの重要施策」を柱とした取組を定めることとしています。

【3つの視点】

- ・ 公正で持続可能な社会の実現
- ・ デジタル社会への対応
- ・ 人とひととのつながりの創出

【重要施策】

- ・ 消費生活環境の整備
- ・ 消費者教育の推進
- ・ 消費者被害の防止・救済

これらを踏まえ、審議会は現行計画7年間の事業実施状況や成果を振り返り、次期計画策定に向けた今後の課題と必要な取組、あるいは施策の内容について審議してまいりました。

市には、本答申を活かし、実効性の高い「第3期八王子市消費生活基本計画」を策定されることを希望します。

令和5年(2023年)10月12日

八王子市消費生活審議会 会長 朝日 ちさと

第 1 章 計画策定にあたって

1. 計画の理念

安全・安心な消費者市民社会の実現

八王子市は、市民の消費生活の安定と向上を図るため、平成 22 年(2010 年)12 月に八王子市消費生活条例を定め、平成 24 年(2012 年)3 月に「八王子市消費生活基本計画」を策定し、消費者の自立支援を基本に、市民が消費に関して不安を抱くことなく、安心して消費生活を送ることができるよう、「安全・安心な消費生活の実現」に向けて取組を進めてきました。

その後、平成 24 年(2012 年)12 月に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。)が施行され、平成 25 年(2013 年)6 月に「消費者教育の推進に関する基本的な方針」が閣議決定されました。これを踏まえ、平成 29 年(2017 年)3 月に八王子市では、従来の「安全・安心な消費生活」からさらに進んで、国の「消費者基本計画」及び「消費者教育推進法」に示された「消費者市民社会の形成」の観点を取り入れ、第 2 期八王子市消費生活基本計画の策定に併せ、八王子市消費者教育推進計画をその実施計画と位置付けて策定し、消費者教育を推進してきました。

私たちは、これまで以上に一人ひとりの消費生活が地球環境や経済社会の形成に大きな影響を与えることを自覚し、自分だけでなく、周りの人々や、将来の世代、内外の社会情勢や地球環境にまで思いをはせることのできる社会の一員として、より良い社会の発展のために積極的に関与する消費者となることが求められています。

第 3 期八王子市消費生活基本計画では、計画の理念である「安全・安心な消費者市民社会の実現」を継承しながら時代に適合した計画となるよう、消費者教育も含め積極的に施策を展開していくことが望まれます。

2. 計画改定の経緯

(1) 消費者行政の動向

国においては、平成 16 年(2004 年)6 月に消費者基本法を制定し、消費者政策の基本理念として、「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立の支援」を定めました。その上で、消費者政策の計画的な推進を図るため、平成 17 年(2005 年)4 月に消費者利益の擁護・増進に関する重要課題に、政府全体として計画的・一体的に取り組むにあたっての基本方針として「消費者基本計画」を定めています。

その後、平成 24 年(2012 年)12 月には、消費者の自立支援を目的とする「消費者教育推進法」が施行され、消費者が消費行動を通じて、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する「消費者市民社会」という考え方が明示されました。

また、平成 25 年(2013 年)6 月には、同法第 9 条に基づき、平成 25 年度(2013 年度)から平成 29 年度(2017 年度)までの 5 年間を対象として、「消費者教育の推進の意義」や「推進の基本的な方向や内容」などを定めた「消費者教育の推進に関する基本的な方針」が閣議決定されました。

さらに、平成 27 年(2015 年)3 月には消費者を取り巻く環境の変化や新たな課題等に適切に対応し、消費者政策をさらに推進していくための「消費者基本計画」が閣議決定され、目指すべき姿として「消費者市民社会」の必要性が掲げられています。

東京都では、前述の国の「基本方針」を受け、「東京都消費者教育推進計画」を平成 25 年(2013 年)8 月に策定し、「東京都消費生活基本計画」(平成 25 年(2013 年)3 月策定)の重点施策である消費者教育に関する施策や事業を具体的に推進してきました。その後、平成 30 年(2018 年)には、消費者教育推進計画を基本計画の一部に位置付け、一体的に策定しています。

この基本計画では、消費者が消費行動を通じて社会に参加し、持続可能な社会をつくっていかうとする「消費者市民社会」の実現に向けて、主体的に行動できる力を育てる消費者教育が重要であるとされています。

令和 4 年(2022 年)に東京都は、新型コロナウイルス感染症による影響を加味した消費生活をめぐる現状、国等の動向を踏まえ、健康で安全かつ豊かな生活を子孫に引き継ぐことを目指し、消費生活の安定と向上のために施策を推進する基本計画を策定しています。

平成 16 年 (2004 年)	(国)消費者基本法施行
平成 17 年 (2005 年)	(国)消費者基本計画策定
平成 19 年 (2007 年)	(国)改正消費者契約法策定
平成 20 年 (2008 年)	(都)東京都消費生活基本計画策定
平成 21 年 (2009 年)	(国)消費者庁設置 (国)消費者安全法施行
平成 23 年 (2011 年)	八王子市消費生活条例施行 八王子市消費生活啓発推進委員会発足 八王子市消費生活審議会設置
平成 24 年 (2012 年)	(国)消費者教育推進法施行 八王子市消費生活基本計画策定
平成 25 年 (2013 年)	(都)東京都消費生活基本計画策定 東京都消費者教育推進計画策定
平成 29 年 (2017 年)	第 2 期八王子市消費生活基本計画策定 八王子市消費者教育推進計画策定
平成 30 年 (2018 年)	(都)東京都消費生活基本計画策定 <消費者教育推進計画と一本化>
令和 4 年 (2022 年)	第 2 期八王子市消費生活基本計画期間延長 八王子市消費者教育推進計画期間延長
令和 4 年 (2022 年)	(都)東京都消費生活基本計画策定
令和 6 年 (2024 年)	第 3 期八王子市消費生活基本計画策定

(2) 消費生活基本計画と消費者教育推進計画の経緯

八王子市は、平成 24 年(2012 年)3 月「八王子市消費生活基本計画」を策定し、消費生活における市民の利益の擁護及び増進に関する様々な取組を行ってきました。

その後、平成 29 年(2017 年)3 月には「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」を策定しました。これらの計画は、令和 3 年度に計画満了を迎える予定でしたが、令和 2 年(2020 年)からの「新型コロナウイルス感染症の拡大」による影響を勘案する必要が生じたことにより、感染症の終息及び国や東京都の動向を見極めるため、計画期間を 2 年間延長するとともに、新たな課題となっていた「成年年齢引下げに関する教育・啓発」、「SDGs の普及・啓発」、「教育教材のデジタル化」を施策として追加し、計画を推進しています。

この度、「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」が延長後の計画期間満了を迎えるにあたり、「第 2 期八王子市消費生活基本計画」と「八王子市消費者教育推進計画」を一本化し、新しい生活様式への対応や SDGs への対応を考慮した「第 3 期八王子市消費生活基本計画」への改定に至っています。

3. 計画改定にあたっての基本方針

基本計画の改定にあたっては、現行計画 7 年間（5 年間と延長 2 年間）の取組実績を振り返り、今後の課題を整理した上で、現在の社会情勢や国・東京都の動向なども踏まえ、消費者教育推進計画を基本計画の一部に位置付け、一体的に策定することで消費者教育と消費者保護の推進を基本方針として望みます。

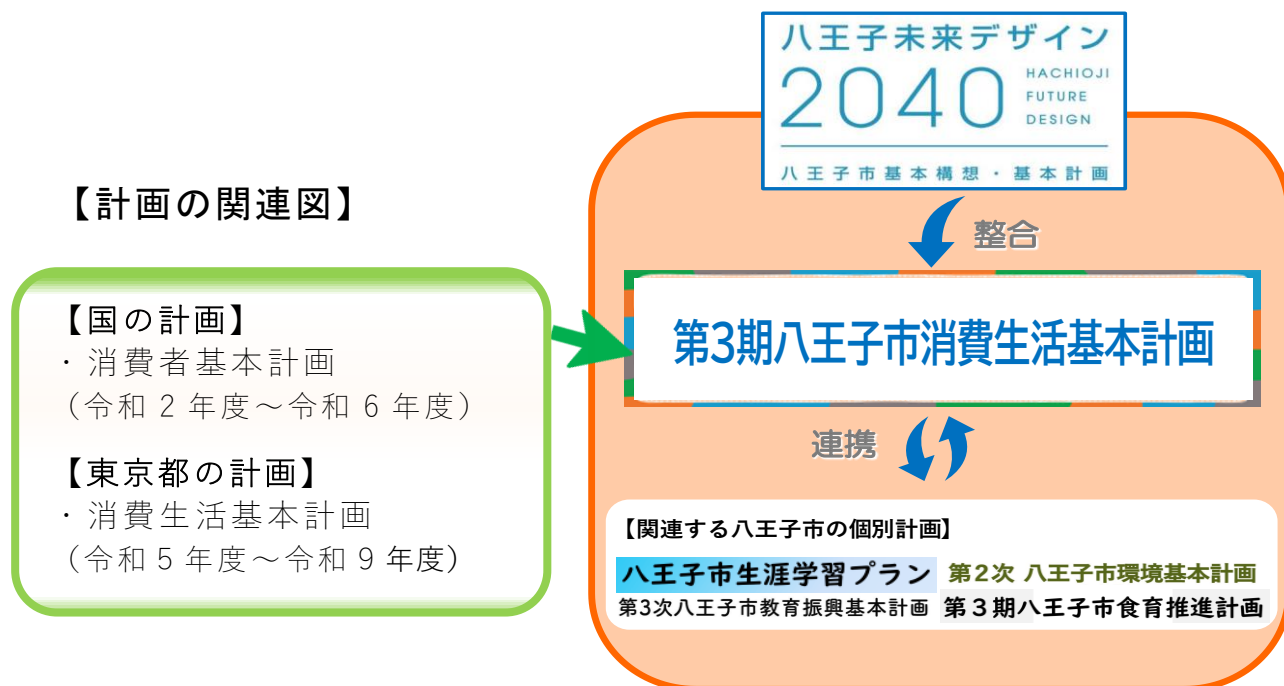
4. 計画の位置づけ

八王子市消費生活基本計画は、「八王子市消費生活条例」に基づき、市民の消費生活における利益の擁護及び増進に関し、消費者施策を総合的かつ計画的に推進するための基本的な計画として、第 3 期の策定となります。

市民を取り巻く消費生活は、社会・経済の複雑化・多様化による変化を受け入れなければならない状況であることを考慮し、次世代を見据えた計画を策定する必要があります。

また、実効性の面からも市の基本構想・基本計画「八王子未来デザイン 2040」及び関連する個別計画との整合性を図り、国の「消費者基本計画」や東京都の「東京都消費生活基本計画」を踏まえて策定することが望まれます。

【計画の関連図】



5. 計画の期間

「第3期八王子市消費生活基本計画」の計画期間は、令和6年度（2024年度）から令和10年度（2028年度）までの5年間が妥当と考えます。

なお、社会情勢の変化や計画の進捗状況などに応じて、計画の見直しを図ることも必要です。

【関連する計画の期間】

	令和4年度 2022年度	令和5年度 2023年度	令和6年度 2024年度	令和7年度 2025年度	令和8年度 2026年度	令和9年度 2027年度	令和10年度 2028年度	令和11年度 2029年度	令和12年度 2030年度
国：消費者基本計画	令和2年度～令和6年度								
東京都：消費生活基本計画		令和5年度～令和9年度							
八王子市：基本構想・基本計画 未来デザイン2040		令和5年度～令和12年度							
第3期八王子市消費生活基本計画			令和6年度～令和10年度						

第2章 八王子市における消費生活の現状と課題

審議会は、計画策定の検討をするにあたり、以下の基礎資料を参考としました。

1. 八王子市の人口の推移と見通し

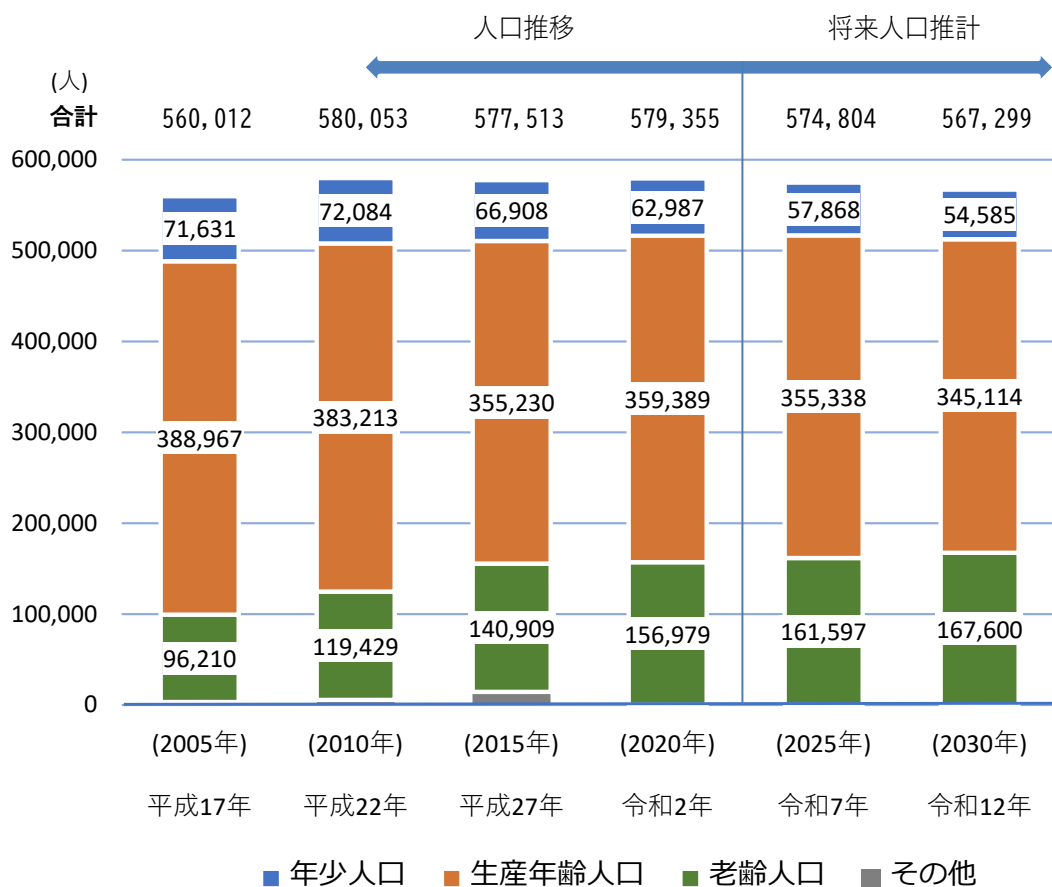
【市の人口】

八王子市の人口は、ここ数年 56 万人から 58 万人を超えるところで推移しています。

年齢構成を 3 区分でみると平成 27 年(2015 年)以降、高齢人口が 25% を超えて、4 人に 1 人は高齢者の時代に入って 8 年が経過しています。

今後も高齢化は進むと推計されています。令和 12 年(2030 年)には 29.5% が高齢者と推計されています。

高齢者の割合が増えているだけでなく、高齢者の人口実数が増加する見込みであり、高齢者が巻き込まれる消費者トラブルは増加する可能性が高くなっています。



令和 5 年 3 月 八王子市基本構想・基本計画「八王子未来デザイン 2040」別冊より

2. 消費生活を取り巻く環境の変化

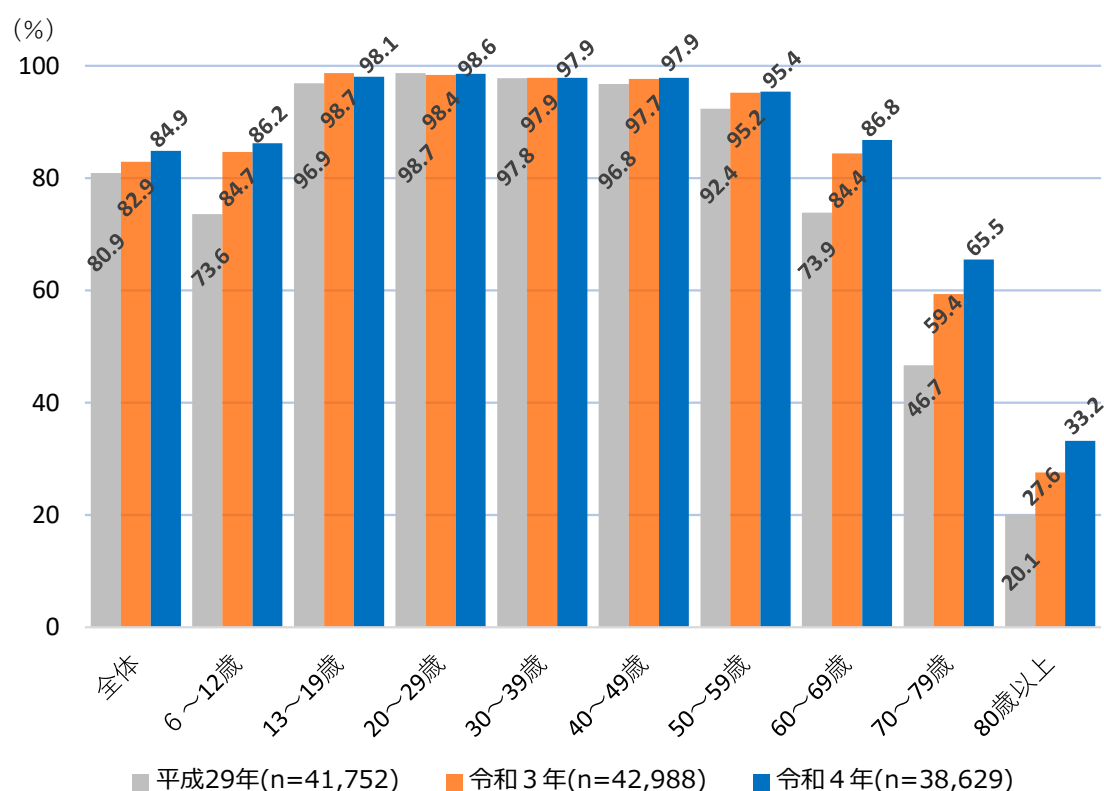
(1) 社会のデジタル化

【インターネットの利用状況(個人)】

インターネットの利用状況は、全体として8割を超えています。前回計画策定時の平成29年(2017年)と比較すると、60歳以上の年齢層で利用が広がっていることが確認できます。

前述の通り、今後は高齢化が進んでいくため、さらに高年齢層の利用率は上がっていくと想定できます。

また、6～12歳の年齢層でも利用が広がっていることから、低年齢層の利用率は上昇していくと考えられます。



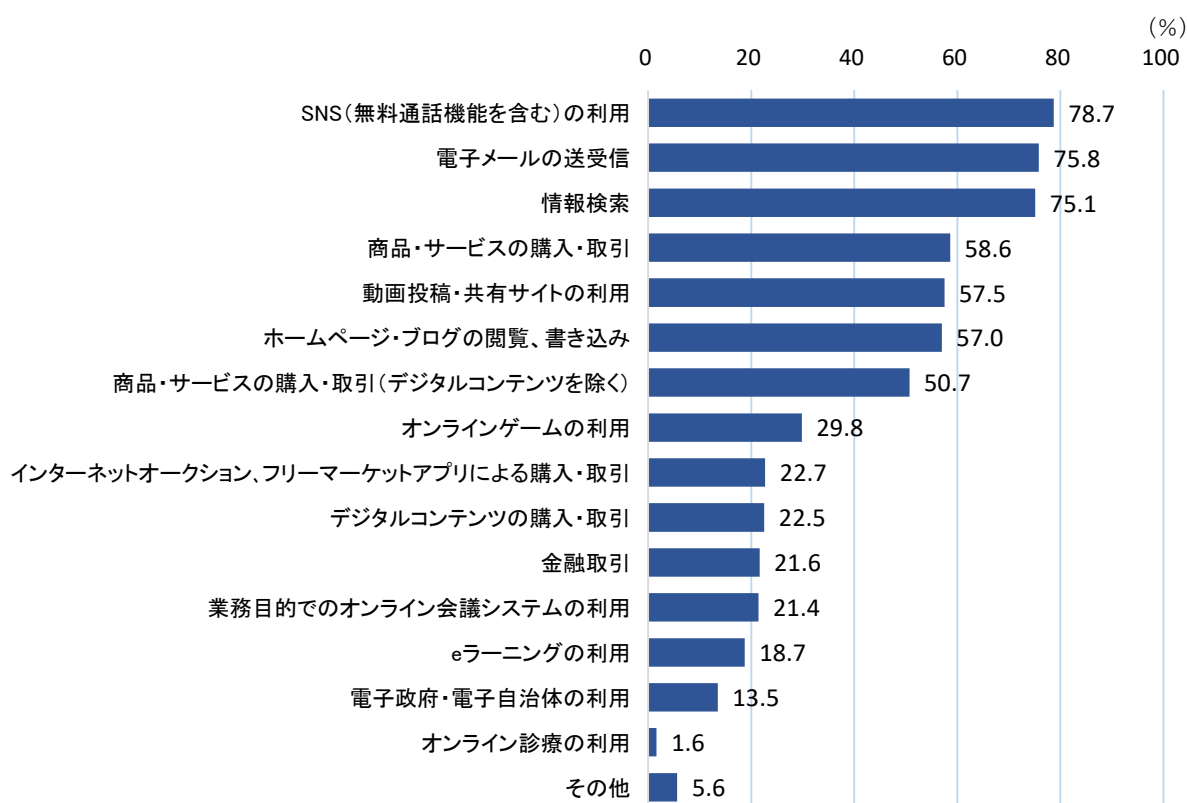
令和3年度および令和4年度 総務省「通信利用動向調査」インターネット利用状況(個人)より

【インターネットの利用目的】

インターネットの利用目的としては、「SNS（無料通話機能を含む）の利用」が最も高い割合で回答されています。

令和3年（2021年）では、決済行為を伴う商品の購入やサービスの契約に利用するという回答が多くなっています。

「商品・サービスの購入・取引」「商品・サービスの購入・取引（デジタルコンテンツを除く）」は50%を超えており、今後、電子取引市場・利用者ともに拡大していくと考えられます。



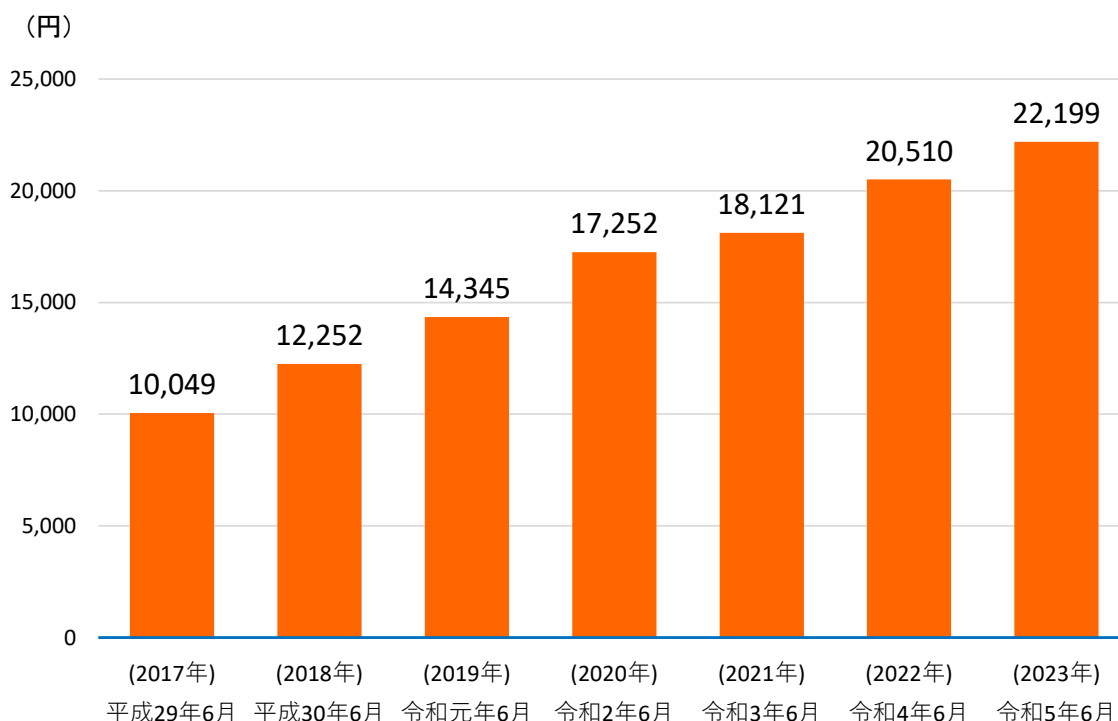
総務省「通信利用動向調査」インターネット利用の目的・用途（複数回答）（2021年）より

【インターネットを利用した支出額】

インターネットを利用した商品購入やサービス契約の支出額は、前回計画策定時の平成29年(2017年)と比べて、2倍以上に増加しています。

新型コロナウイルス感染症の拡大防止策による一過性の増加ではなく、令和5年(2023年)になっても世帯あたりの取引金額が逡増しています。今後も利用額は増え、対象となる商品・サービスの種類も増えていくと考えられます。

二人以上の世帯（1世帯当たり平均月額）



令和5年度6月 総務省「家計消費状況調査」より

【デジタルデバイドの発生】

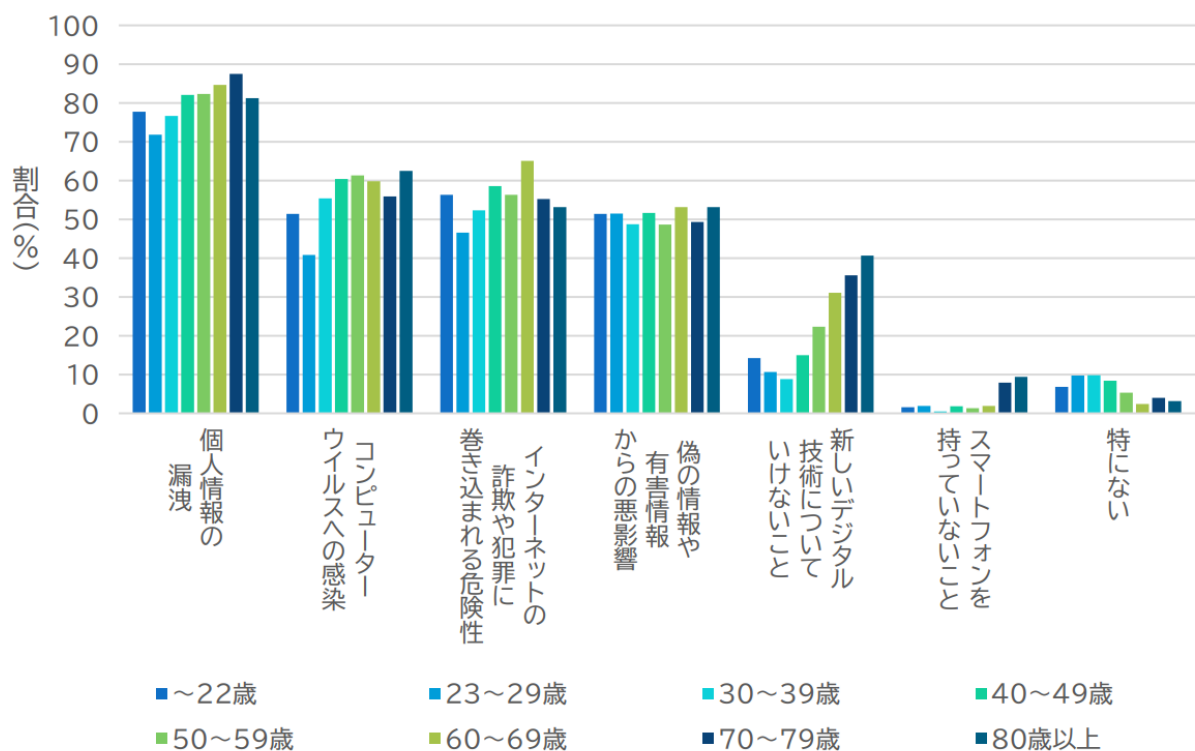
インターネット利用者、取引等が増加し続ける中で、不安を感じている人がいる点は、見逃してはならない状況です。

「新しいデジタル技術についていけない」と回答した方は、どの年代層にも一定程度います。特に高年齢層では割合が大きくなっています。

デジタル社会の進展に伴い、得られる情報量の格差だけでなく、生活における利便性にも大きな差が発生すると想定できます。

また、デジタル機器等の利用開始に伴い、インターネット等の利用知識が脆弱な状態で取り扱いを始めるとトラブルに繋がる可能性も高くなると考えられます。

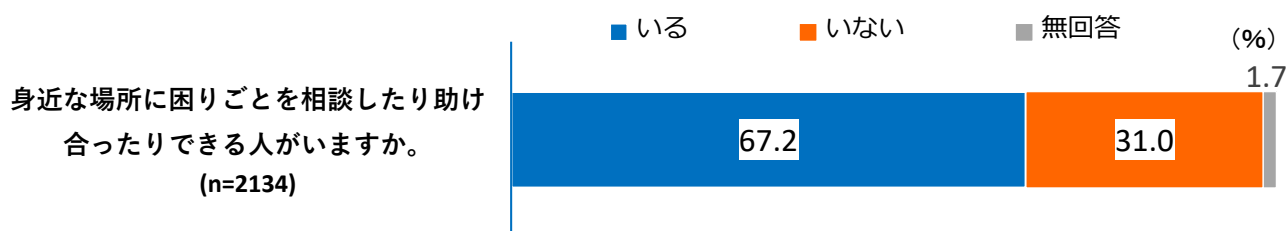
【社会のデジタル化が進む中で、不安に思うことはどのようなことですか。】



八王子市「行政のデジタル化に関するアンケート」（令和3年）より

【身近な場所に困りごとの相談や助け合いのできる人の有無】

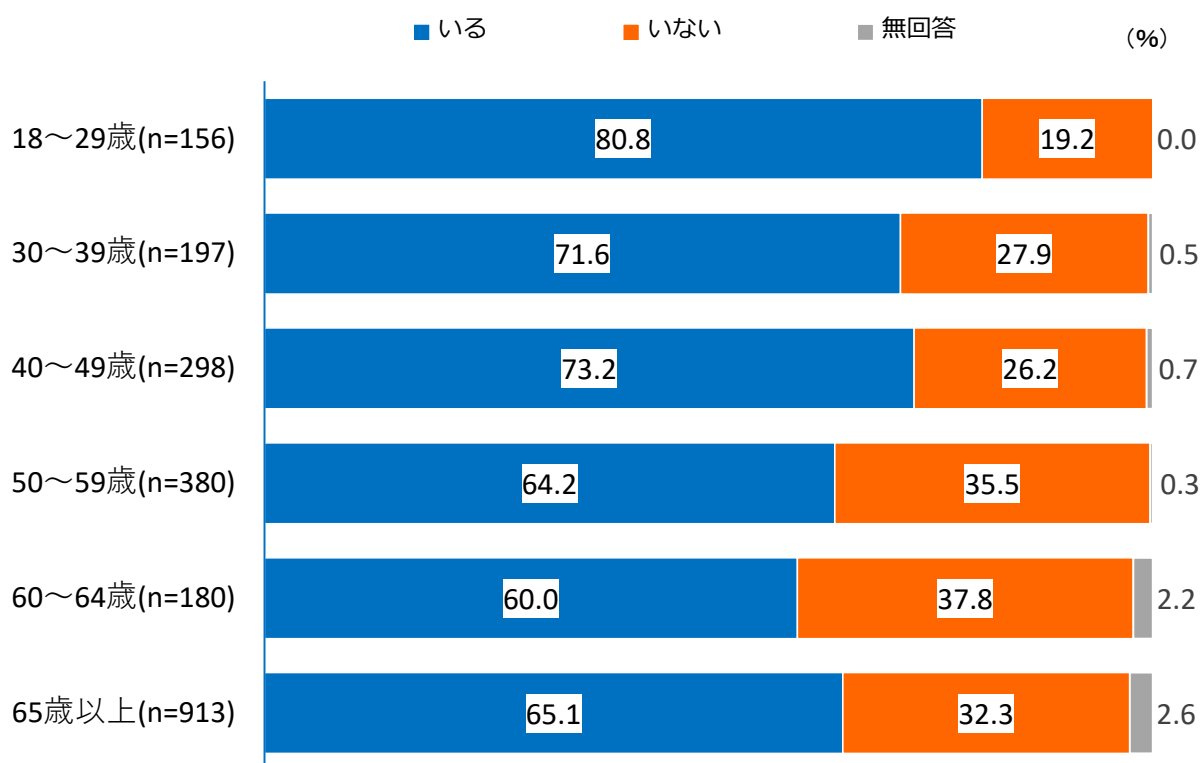
「八王子未来デザイン2040」の運用に関する市民アンケート調査で、「身近な場所に困りごとを相談したり、助け合ったりできる人がいるか」を質問したところ67.2%が「いる」と回答しています。



令和5年（2023年）2月「八王子未来デザイン2040」運用に関する市民アンケート調査報告書より

【身近な場所に困りごとの相談や助け合いのできる人の有無・年齢別】

年齢別でみると「60～64歳」では「いない」が37.8%と最も高い割合になっています。

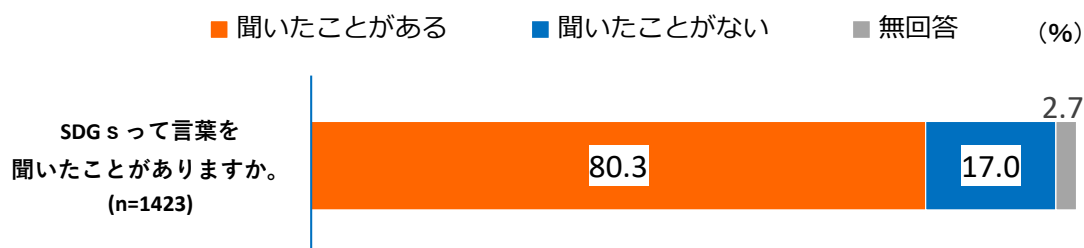


令和5年（2023年）2月「八王子未来デザイン2040」運用に関する市民アンケート調査報告書より

(2) SDGs（公正で持続可能な社会の実現）の達成に向けた動き

【SDGsという言葉の認知度】

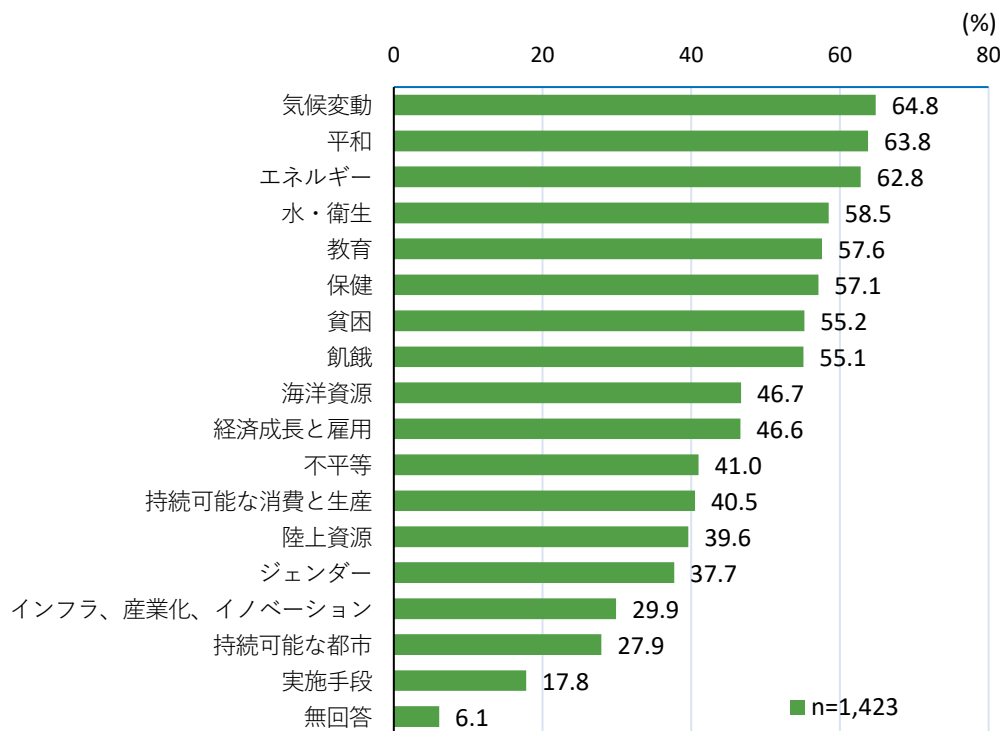
「聞いたことがある」との回答が8割を超えており、多くの市民に広がりを見せていることがわかります。



八王子市「令和4年消費生活に関する市民意識・実態調査の報告書」より

【関心があるSDGsの目標】

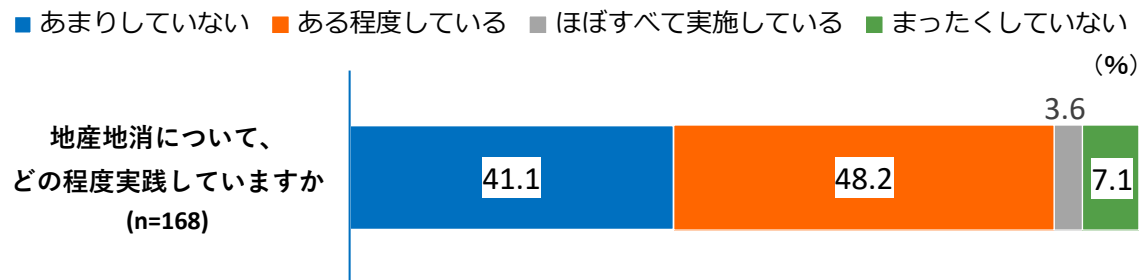
「持続可能な消費と生産」「持続可能な都市」などの消費生活に関連の深い「目標」については、4割から3割程度の回答割合で、関心度は比較的低くなっています。



八王子市「令和4年消費生活に関する市民意識・実態調査の報告」より

【地産地消について実践しているか】

「2023 八王子環境フェスティバル」で実施したアンケートでは、「地産地消についてどの程度実施していますか」の質問に対して、「ある程度実施している」が48.2%と最も高い割合で回答されています。「ほぼすべて実施している」の3.6%と合わせて51.8%の人が「実施している」と回答しています。

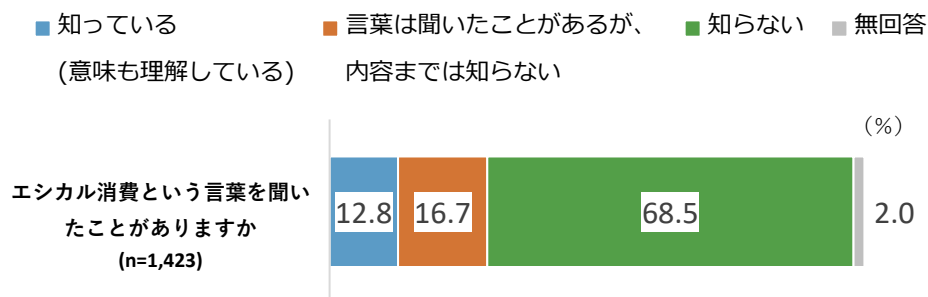


2023 八王子環境フェスティバルアンケートより

(3) エシカル消費に対する意識

【エシカル消費という言葉の認知度】

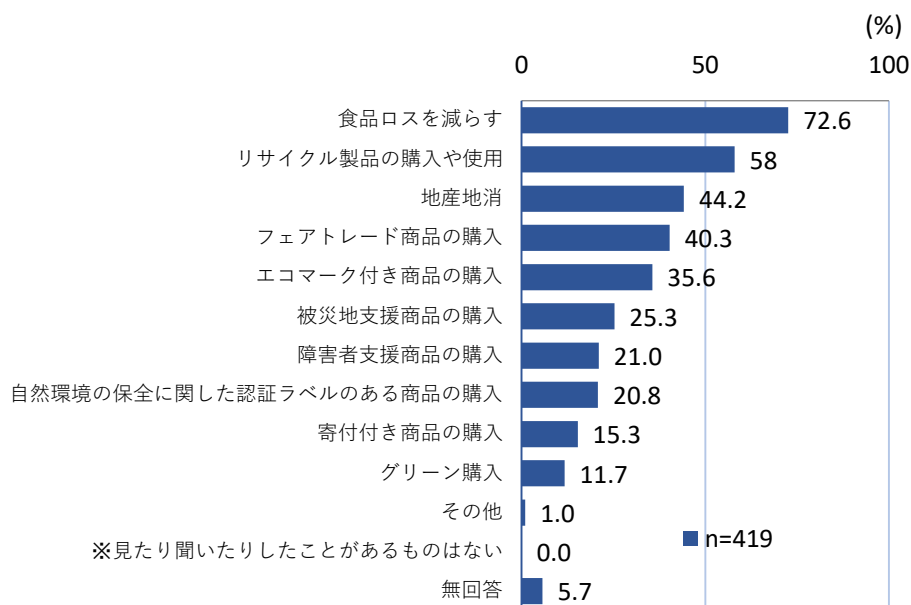
「知っている（意味も理解している）」と「言葉は聞いたことがあるが内容までは知らない」との回答が約3割となっています。多くの市民は、「エシカル消費」という言葉を耳にしたことがない状況となっています。



八王子市「令和4年消費生活に関する市民意識・実態調査の報告書」より

【知っているエシカル消費の内容】

「エシカル消費」という言葉を「知っている（意味も理解している）」と「言葉は聞いたことがあるが内容までは知らない」と答えた方に、どのようなエシカル消費を知っているか聞いたところ、「食品ロスを減らす」や「リサイクル製品の購入や使用」は半数以上が「知っている」と回答しています。しかし、「知っている（意味も理解している）」「言葉は聞いたことがあるが内容までは知らない」と回答した方であっても、知られていない内容が多くあり、エシカル消費の意識を広めていく余地は大きいと言えます。



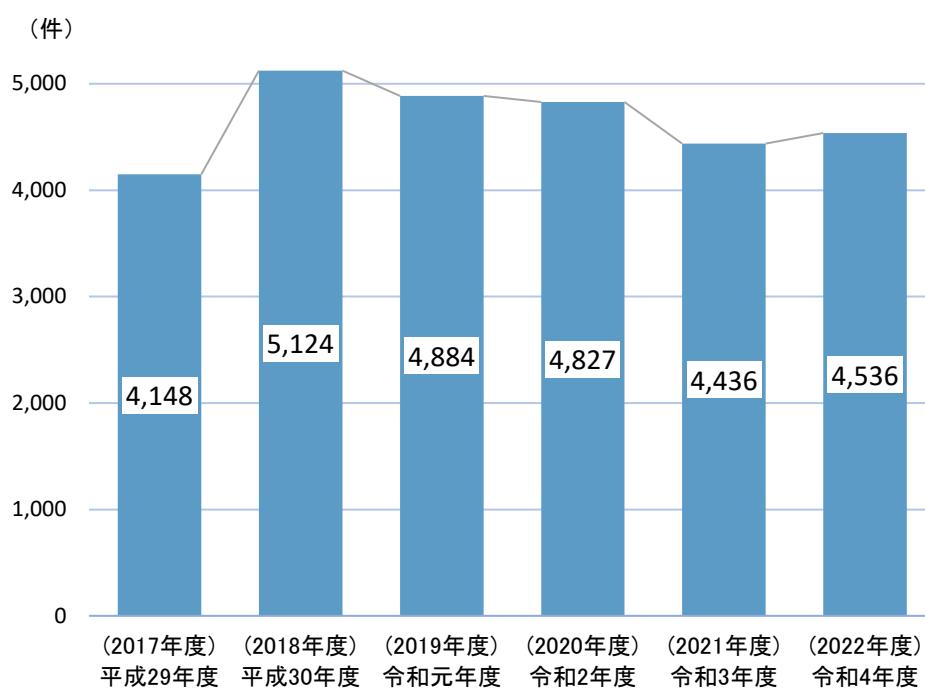
八王子市「令和4年消費生活に関する市民意識・実態調査の報告書」より

3. 八王子市消費生活センターにおける相談状況

(1) 消費生活センターにおける消費生活相談の状況

【相談件数の推移】

「相談件数」は、平成30年度(2018年度)をピークに減少傾向にありましたが、令和3年(2021年)11月12日に新型コロナウイルス感染症対策本部(内閣府)において、行動制限緩和の取組を進めていく方針が決定された後の令和4年度(2022年)では、消費活動が回復し、相談件数は微増しています。



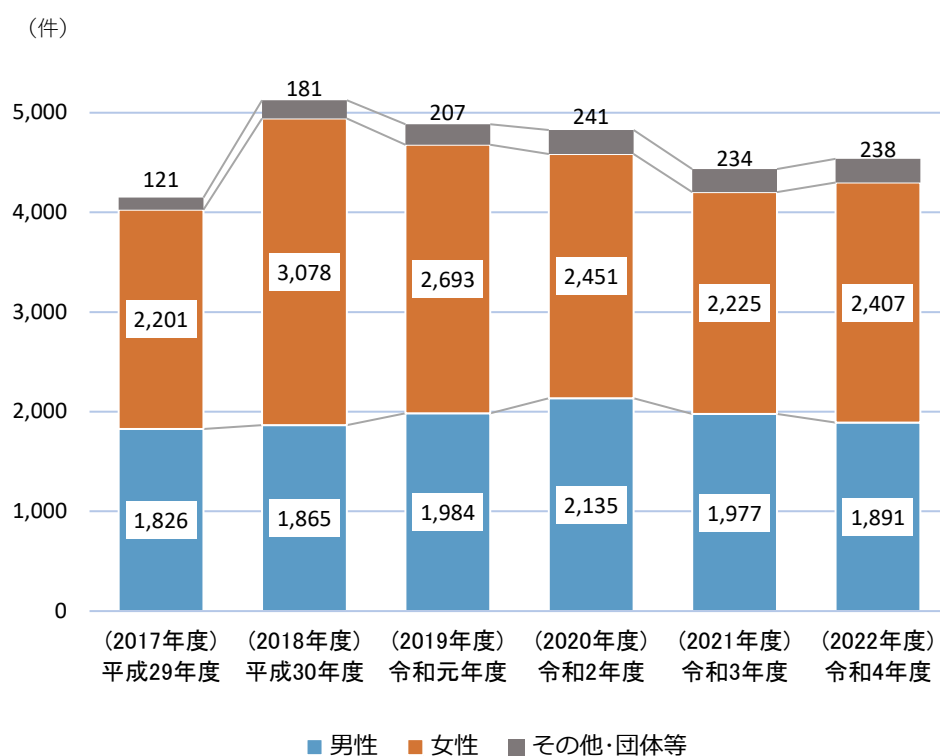
令和4年度(2022年度)八王子市消費生活センター「事業概要」より

(2) 契約当事者の属性別にみた相談状況

【性別】

「相談件数」は、平成30年度(2018年度)をピークに減少傾向にありましたが、新型コロナウイルス感染症拡大防止の行動制限が緩和された令和4年度(2022年度)においては、消費活動が回復し、相談件数は微増しています。

性別で見ると、女性からの相談が多い傾向にあります。

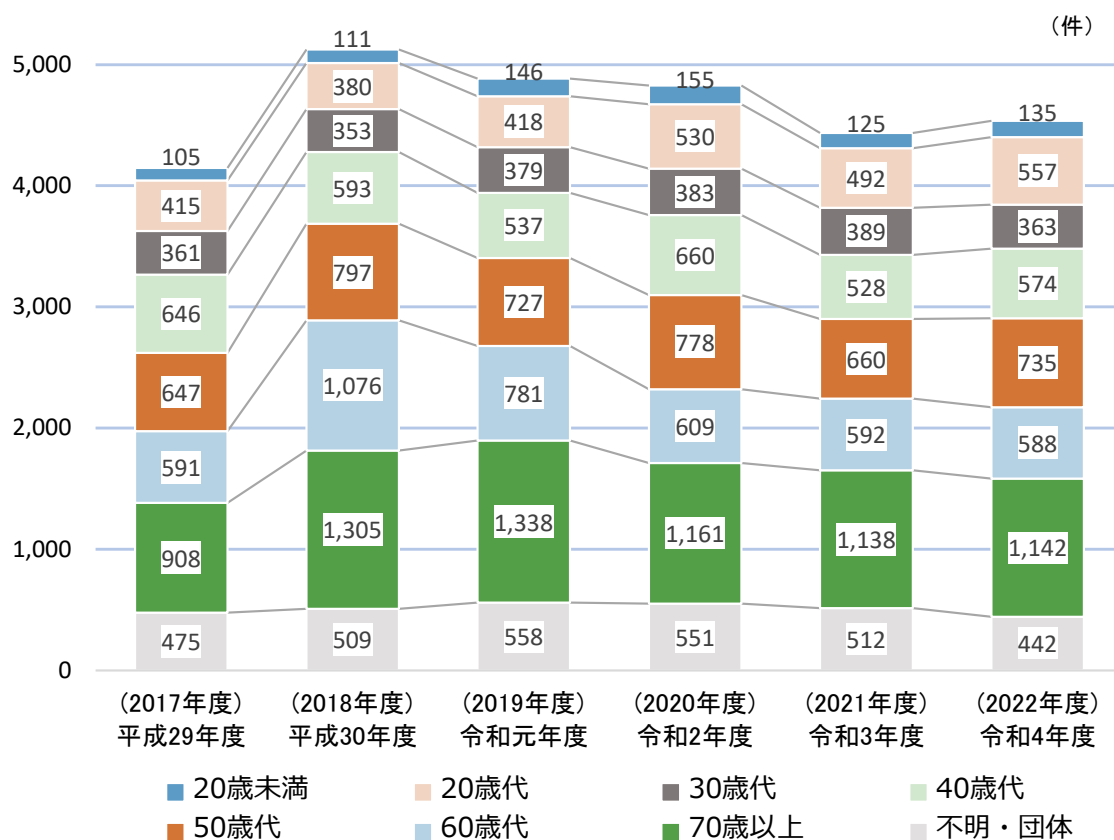


令和4年度(2022年度)八王子市消費生活センター「事業概要」より

【当事者 年代別】

年代別に相談件数の推移をみると、平成 30 年度（2018 年度）から令和 4 年度（2022 年度）にかけて、「20 歳未満」「20 歳代」と「50 歳以上」の相談件数は、若干の増加傾向にあります。年代別の割合としては、概ね横ばいと言えます。

令和 4 年度(2022 年度)は、新型コロナウイルス感染症拡大防止の行動制限が緩和されたことも一つの要因として消費活動が回復したと考えられ、相談件数は微増の傾向になっています。年代別の増加傾向は、「20 歳代」、「40 歳代」と「50 歳代」で相談件数の増加がみられます。

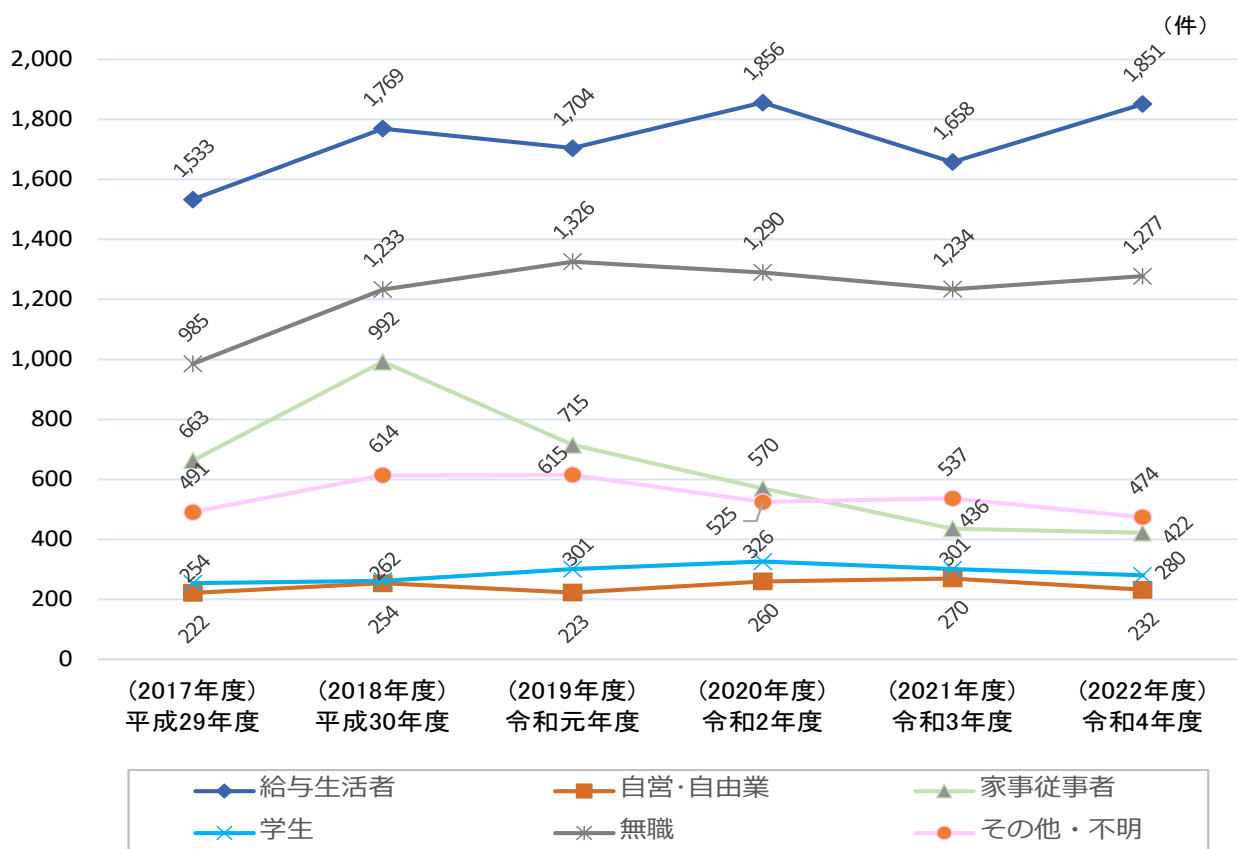


令和 4 年度(2022 年度)八王子市消費生活センター「事業概要」より

【当事者 職業別】

職業別に相談件数の推移をみると、「給与生活者」と「無職」が増加傾向にあります。

「無職」については、年金生活者などの高齢者が多く含まれ、高齢人口が増えていることも考慮する必要がありますが、「給与生活者」と「無職」が増え、その他の職業は減少傾向にあることが特徴です。この要因は単身世帯・単身の高齢者が増えるなどで、相談できる親族や知人・友人等がいない層が増加していることなども考えられます。



令和4年度(2022年度)八王子市消費生活センター「事業概要」より

【高齢者の契約当事者件数の推移】

高齢者割合を、「65歳から69歳」「70歳代」「80歳以上」の年代別にみると、「80歳以上」で相談が増加しています。契約当事者件数における高齢者全体の割合が増加傾向にありますが、特に増加しているのは「80歳以上」といえます。

単位：件数

区分	(2017年度) 平成29年度	(2018年度) 平成30年度	(2019年度) 令和元年度	(2020年度) 令和2年度	(2021年度) 令和3年度	(2022年度) 令和4年度	前年比
高齢者の契約当事者件数 (A)	1,199 (100.0%)	1,920 (100.0%)	1,744 (100.0%)	1,459 (100.0%)	1,413 (100.0%)	1,407 (100.0%)	99.6%
65歳～69歳 (構成比)	291 (24.3%)	617 (32.1%)	406 (23.3%)	298 (20.4%)	275 (19.5%)	265 (18.8%)	96.4%
70歳代 (構成比)	604 (50.4%)	960 (50.0%)	906 (51.9%)	755 (51.7%)	675 (47.8%)	665 (47.3%)	98.5%
80歳以上 (構成比)	304 (25.3%)	343 (17.9%)	432 (24.8%)	406 (27.8%)	463 (32.8%)	477 (33.9%)	103.0%
契約当事者件数 (B)	4,148	5,124	4,884	4,827	4,436	4,536	102.3%
契約当事者件数に占める 高齢者の相談の割合 (A)/(B)	28.9%	37.5%	35.7%	30.2%	31.9%	31.0%	
八王子市の人口における65歳 以上の割合※	26.1%	26.5%	26.9%	27.3%	27.5%	27.6%	

(注) 構成比は、小数点第位を四捨五入した値になっている。
※年齢別人口報告票による。(各年12月末日現在)

令和4年度(2022年度)八王子市消費生活センター「事業概要」より

【商品・役務分類別相談件数】

令和4年度(2022年度)は「保健衛生品」がもっとも多くなっています。令和3年度(2021年度)から「運輸サービス」のうちの一部の内容を「教養・娯楽サービス」として分類を分けましたが、引き続き相談件数が多くなっています。令和3年度(2021年度)から令和4年度(2022年度)にかけては、このほかに「金融・保険サービス」の相談件数が増加しています。

(件)

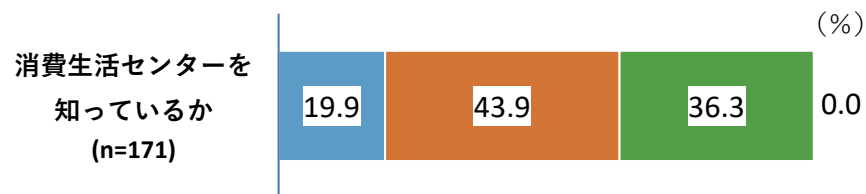
商品・役務	(2019年度) 令和元年度	(2020年度) 令和2年度	(2021年度) 令和3年度	(2022年度) 令和4年度
保健衛生品	239	365	315	480
教養・娯楽サービス			376	392
商品一般	946	479	446	383
教養娯楽品	318	395	359	352
保健・福祉サービス	205			320
金融・保険サービス (うち多重債務)	269 (91)	243 (70)	278 (83)	302 (78)
運輸・通信サービス	771	772	294	283
他の役務	253	297	278	281
被服品		241	255	256
食料品	330	396	280	239
レンタル・リース・貸借	209			
工事・建築・加工	237	229	218	
住居品		215		

令和4年度(2022年度)八王子市消費生活センター「事業概要」より

【消費生活センターの認知度】

「2023 八王子環境フェスティバル」のアンケート調査で「消費生活センターを知っているか」と聞いたところ、「よく知っている」と「名前は知っている」と回答した割合が合わせて63.8%となっています。

■ よく知っている ■ 名前は知っている ■ 知らなかった ■ 無回答



2023 八王子環境フェスティバルアンケートより

4. 消費者教育実態調査結果のまとめと考察

八王子市は、消費者教育実態調査を令和5年（2023年）5月25日から6月16日までの期間に市内小中高等学校及び大学コンソーシアム八王子を通じて加盟大学等を対象に実施しました。

審議会では、消費者教育実態調査の結果を「第3期八王子市消費生活基本計画」の検討の際の基礎資料としました。

（1）調査結果（小・中・高）

【消費者教育実施状況】

- 小学校・中学校においては、「社会科」「家庭科」、高等学校においては「公民科」や「家庭科」「情報科」などで消費者教育に関する授業が行われています。
- 授業の内容については、それぞれ学年に応じた内容で消費者教育が、行われています。
- 外部講師による授業の実施状況は、小学校で16.2%、中学校で4.7%、高校で38.5%が「行っている」と回答しています。
- 最も課題になっていることとしては、小・中・高ともに「他の優先課題があり取組めない」と「活用できる教材が少ない」への回答が多くなっています。

【意見・要望】

- ・「〇〇教育」という名目で様々な授業が求められているため、余裕はほとんどありません。ポイントを絞った消費者教育が必要だと思います。
- ・学習指導要領による指導が基本となるので十分な時間を割けないですが、ネット取引や決済が圧倒的に多くなる社会で、早くから適切に消費者教育を実践したい希望があります。
- ・消費者教育を教科の中に組み入れて学習できると良いと思います。
- ・市町村で講師などを派遣していただくとありがたいです。
- ・ネット取引の低年齢化が考えられるため、リテラシー教育の充実が必要です。
- ・消費者教育の必要性を感じています。教材や外部の講師、授業の実践事例などを参考に本校での取組を考えていきたいです。
- ・消費者トラブルなど家庭や地域とともに考えていく必要があります。
- ・複数学年同時にできる、講師を紹介して欲しいです。
- ・今後外部講師の活用を検討していきたいです。
- ・発達段階や家庭環境等の把握をして適切な時期に行う必要があると思います。

【調査結果の考察】

小・中・高校からの回答では、複数の教科・科目で消費者教育に関連する授業や講義または実習が行われていることが判ります。課題として回答されている内容は「他の優先課題があり取組めない」が多くなっています。自由記述回答でも同様に「やりたいが時間的に飽和状態である」といった内容が多くなっています。全体を通して「必要性を感じているが十分な時間が割当てられない」といった内容になっています。仮に十分な時間と内容で学校教育が行えたとしても実際に消費活動をする場は学校外であることが多いため、消費者教育は学校教育に偏重することなく、家庭・地域・実社会が一体となった推進が必要になると考えます。

使用した教材についての問では、「教科書以外に使用した教材がある」が、中学校で58.1%、高校で76.9%と高い割合になっており、小学校の25.0%と差がある結果になりました。高校生については、実際に商取引や契約、それに伴う決済行為を行う年齢になることや、成年年齢の引下げなどの影響もあるので、特に実社会の鮮度が高い資料やデータ、あるいは教材が提供されるべきと考えます。この年代に対しては、実社会で起こっている消費者トラブル事案やSDGs、エシカル消費といった社会の動きが盛り込まれた情報などを提供・還元することが有効と考えます。

外部講師による授業の実施状況の問では、高校で「外部講師による授業を行った」の回答割合が高くなっています。上記と同じ理由が考えられるので、教育現場との接点を確保し消費者教育の推進に繋げることが望まれます。

（２）調査結果（大学・専門学校等）

【消費者トラブルの相談発生状況・消費者教育の実施状況】

- 八王子市内の大学・専門学校等を対象に「学生などから消費者トラブルの相談を受けたことがあるか」とした設問では、３３.３％から「ある」と回答がありました。実際に消費生活センターに相談を行った事案もあると回答されています。
- 「民法改正による成年年齢引下げ」についての設問で、「貴校では学生に周知するような取組を行っていますか」では２４校中２１校が、何かしらの取組を行っているとは回答がありました。
- 新型コロナウイルス感染症拡大防止策などでオンライン開催などが多くなっていた春季の「新入生ガイダンス」については、未定２校を除き「学内会場実施を予定している」と回答がありました。

【意見・要望】

- ・有線(電話)での消費生活センター相談希望（２件）
- ・これからマルチ等が活発になってくることが予想されます。啓発資料等、使用させていただきます。
- ・成年年齢も１８歳に引下げられ、トラブルがより起こり易くなると予想されます。
- ・学生は人生経験をこれから積んでいくため失敗したりすることも大切な学びであると考えます。しかし、やはり程度によります。これからの人生の損失となる可能性もありますし、人間関係を壊してしまうことや、自分が加害者になってしまうことも考えられます。消費者教育や啓発は必要なものだとは認識しています。
- ・当校の場合は、殆どの学生が働きながらの修学です。勉強時間確保のため勤務時間を減らすので、その分収入が少なく生活が苦しい学生がいます。給付金や返還免除規定のある奨学金等、無理のない範囲で卒業まで修学できるよう、学生の生活に合った奨学金等の利用方法をアドバイスしながら一緒に考えています。勉強・仕事・子育てと、余計なことに目を向けている余裕がない学生ばかりです。消費者金融や悪質商法につきましても、学生の方が怖さを理解しております。

【調査結果の考察】

本調査では、大学コンソーシアム八王子を通じ各大学等の担当課に回答をいただいています。消費者教育の対象者となる学生は、小・中・高校の児童・生徒とは異なり、基本的に成人年齢で、社会人と大きく異ならない一消費者になります。本調査の回答では、実際にトラブルに巻き込まれている学生がいて相談を受けている事案があることが分かります。また、学校側が問題意識を持っていることも分かります。

ここ数年の消費生活センターの年代別の相談件数は「70歳代以上(高齢者)」と「20歳代(若年層)」で増加しています。急速なデジタル社会の進展によるデジタルデバイドの発生は、この若年層では殆どないと考えられますが、非対面取引の増加などで消費者トラブルに巻き込まれる可能性が上がっていることが安易に想像できます。また、ケースによっては、学生本人の自覚がないまま、加害者となってしまうことも想定されます。これらは、本調査の自由記述回答でも、同じ趣旨の回答がされています。

大学・専門学校等では、専攻科目以外の教育や学習に、深くかかわる機会は少ないのかもしれませんが、しかし、消費者トラブルに巻き込まれる頻度の高い年代と同様な属性であることは間違いありません。教育・学習・啓発の機会を提供する必要性はあると考えます。

5. 第2期八王子市消費生活基本計画・八王子市消費者教育推進計画の取組と今後の課題

重要課題1 消費生活の環境基盤整備

施策の方向 1-1

関係機関との連携の強化

(1) 関係機関とのネットワークの強化

1. 市役所内のネットワークの強化

- ・関係部署との課題の共有
- ・消費者トラブルについても課題の共有

2. 地域のネットワークづくり

- ・「高齢者見守り講座」を実施
- ・「ケアマネジャー」「高齢者あんしん相談センター職員」等との情報共有
- ・警察・町会・自治会・商店会・商工会議所・民生委員児童委員協議会などとの連携強化

3. 消費者団体への支援

- ・八王子市消費者団体連絡会加盟促進
- ・消費生活フェスティバル実施

4. 警察との連携強化

- ・消費生活審議会へ警察オブザーバー参加・防犯対策連絡会への参加

今後の課題

- ▶関係する部署や外部団体との情報共有や連携は消費者被害の予防、防止、啓発、相談、救済等すべての面に影響や効果があり、今後もネットワークの維持・連携強化を図っていくことが重要です。また消費者トラブルが多様化する中でネットワークを構成する組織や団体も多様な方面から集っていただく必要があります。
- ▶社会のデジタル化は加速的に進み、特に高齢者は消費者トラブルに遭う可能性は高まると考えられます。そのためデジタルデバイドへの対応を考慮した取組についてネットワークなどを通して、全体で実施していく必要があります。

(2) 事業者、商店会等との連携強化

1. 商店街活性化の推進

- ・商店会連合会加入促進活動

2. 事業者指導の実施

- ・食の安全に関する事業者への指導実施・講習会などで情報提供

3. 事業者への啓発

- ・製品安全4法などに基づく立入検査実施 ・表示に関する冊子等配布

4. 商店会、商工会議所との連携

- ・“あきんど祭り”に参加・情報交換

5. 計量業務を通じての事業者との連携

- ・はかりの定期検査を実施 同時に周知啓発活動実施

今後の課題

- ▶生産者・製造者・販売者などの事業者との連携は必要です。法令に基づく立入検査などの機会を活用しネットワークの連携強化を図る必要があります。
- ▶地域産業や商店街等の活性化をすすめることは、「安全・安心な消費者市民社会の実現」のためには、「安心して住み続けられる街にする」と言った観点でも大切になります。これらはSDGsの取組にもつながります。

施策の方向 1-2

安心できる市内消費環境づくり

(1) 情報の収集と効果的な発信

1. 事故情報などの迅速な提供

- ・商品の重大事故等が発生した場合は、消費者庁や関係機関に情報提供
- ・市のSNSやホームページ等を活用し注意喚起の発信

2. 市民への安全情報の提供

- ・消費生活ニュースなどは継続発行
- ・デジタル媒体への掲載

3. 関係機関との情報共有

- ・東京都と連携したキャンペーンの実施・関係団体へチラシ・ポスターの配布・掲示

4. 知識の普及・啓発

- ・消費生活フェスティバル、月間講演会、広報などで消費生活に関する啓発・情報を発信

5. 消費生活ニュース、くらしのレポートの発行

- ・消費生活ニュース、くらしのレポートなど消費生活情報を消費生活啓発委員会とともに発行
- ・町会や高齢者あんしん相談センターなどの回覧などに利用

今後の課題

- ▶現在のSNSなどから発信した情報は、消費者が自ら「調べる」「閲覧する」という行動をとらないと目に触れないことが多いため、情報が届かないことが懸念されます。正確に早く情報が伝わること、広く情報が届くように、常に変化に対応していくことが課題となります。
- ▶情報発信のデジタル化が進むと、デジタルデバイドの発生が懸念されます。情報発信方法がデジタル一辺倒とならぬよう、既存の紙媒体なども有効に活用し、多くの市民に情報が届く工夫が求められます。地域や人とひととのつながりを活性させ、必要な情報が行き交う方法を考える必要があります。

(2) 商品・サービスの安全性の確保

1. 食の安全確保と情報提供

- ・市内で製造・流通する食品について食品衛生法に沿って必要な検査を実施、結果公表

2. 住まいの相談会の実施

- ・住まいのなんでも相談会、耐震フェア、住宅増改築相談を実施

今後の課題

- ▶市民の消費生活において基本的な食と住の「安全と安心」を保つことは大切です。
- ▶安心して商品購入できる環境をつくるため、現在の立入検査などの取組を継続するとともに、「エシカル消費」や「地産地消」への理解を深める取組を進める必要があります。

(3) 適正な表示、適正な取引の実現

1. 商品の表示に関する検査・指導の実施

- ・製品安全4法及び家庭用品品質表示法に基づく立入検査を実施、必要に応じて指導や啓発を行う。

2. 適正な計量に関する検査・指導の実施

- ・計量法に基づく立入検査を実施、必要に応じて指導や啓発を行う。

今後の課題

- ▶法令に基づく検査を実施すると同時に、事業者に対して法令順守意識の醸成とエシカル消費などの理解を深める啓発活動が必要です。

重要課題2 消費者教育の推進

施策の方向 2-1

自立し、行動する消費者市民を育む取り組み

(1) 効果的な啓発・情報提供の推進

1. 多様な形態での情報提供

- ・広報特集号のSNS版の反響は大きい。紙媒体は工夫しながら継続配布

2. 専門的な講座の実施

- ・幅広い年代への講座・講習会を実施

3. 出前講座などの啓発活動の推進

- ・消費者トラブルを回避するために、出前講座などで様々な機会に応じ、効果的な啓発活動を推進

4. 民間施設への啓発冊子の配備

- ・高齢者あんしん相談センターや保育園・幼稚園などに消費生活啓発冊子等配布

今後の課題

- ▶SNSなどを含め情報発信の方法を多様化していく必要があります。
- ▶タイムリーな注意喚起をするため、他所管の協力が必要です。
- ▶SDGsやエシカル消費、カーボンニュートラルの観点を考慮した情報を発信する必要があります。

(2) ライフステージや様々な場に応じた消費者教育の推進

1. 幼児・保護者等の消費者教育

- ・「子どもサポート情報」の提供、「児童館・こどもシティ」に参加

2. 学校教育における消費者教育

- ・副読本の作成および共有化 ・資料作成委員会での情報交換

3. 大学と連携した消費者教育

- ・大学等新入生向け生活便利帳「BIGWEST」に消費生活情報を提供・新入生ガイダンスへの参加

4. 高齢者への効果的な情報提供

- ・出前講座・高齢者見守り講座等を実施(オンライン開催含む)

5. 障害者への効果的な情報提供

- ・広報特集号(点字版・声の広報)発行 ・指定障害福祉サービス事業所への研修実施

6. 外国人市民を対象とした消費者トラブル防止の啓発

- ・情報誌「Ginkgo」へ消費生活情報の提供 「在住外国人サポートデスク」相談体制整備

7. 地域活動団体等への学習支援

- ・消費生活フェスティバルへの参加 ・各種講座開催 ・「児童館・こどもシティ」の実施

8. 未成年者・保護者等への教育・啓発

- ・市内高等学校、専門学校、大学へアンケート実施、市内高校等へ講座実施

教(※)・新社会人等

- ・中小企業対象新入社員合同研修での啓発実施

教(※)・成人一般

- ・情報紙の発行 ・出前講座や消費生活講座の実施

(※) 教：消費者教育推進計画に掲載

今後の課題

- ▶消費生活フェスティバル開催、環境フェスティバル、生涯学習フェスティバル等各種イベントへの参加継続
- ▶「食の安全」や「SDGs」、「エシカル消費」を意識した学習資料を作成する必要があります。
- ▶デジタルデバイスが活用できるよう情報の共有化を進めることが必要です。
- ▶情報発信手段の多様化、地域やコミュニティを活用した情報拡散を考える必要があります。
- ▶副読本のデジタル化

(3) 公正かつ持続可能な社会に向けた消費行動の支援

1. 食育と地産地消の推進

- ・健康フェスタ、食育フェスタ実施 ・地場農産物の供給 ・農業体験事業の実施

2. 小中学校における食育の推進

- ・学校給食で食育指導実施(各学校が食に関する指導の全体計画・年間指導計画の作成)

3. 環境に配慮した消費行動

- ・環境フェスティバル、みどりの学習を実施・フードドライブの実施
- ・フードシェアリングサービスの利用による食品ロス削減の実施

4. 小中学校における環境学習

- ・環境教育全体計画及び年間指導計画を作成し環境教育の実施

5. SDGsの推進

・「親子地産地消体験・見学会」の開催 ・事業者等に対して「八王子市ものづくり企業地域共生推進助成金制度」による費用の助成

教(※). 倫理的(エシカル)消費の啓発

- ・「TOKYO エシカル」プロジェクトに参加しエシカル消費の啓発の参考として検討
- ・副読本や体験学習を通してエシカル消費への取組を周知

今後の課題

- ▶新型コロナウイルス感染症拡大防止策で中止していた「健康フェスタ」「食育フェスタ」などを再開し、イベント規模が回復・拡大されることが求められています。
- ▶八王子市食育推進計画に基づき「地産地消」を推進する活動を更に進め、地域一体となった取組になるよう活動することが「SDGs」などにおいても有効な取組になります。
- ▶これらの活動や取組により地域のつながり、人とひととのつながりを創り出していく効果も期待されています。

施策の方向 2-2

消費者教育推進の担い手の育成と資源の活用

(1) 消費者教育の担い手の育成

1. 消費者教育の担い手の育成

- ・八王子市消費者団体連絡会加盟の促進と団体間の意見・情報交換 ・団体の学習を充実させる。

今後の課題

- ▶イベントや意見・情報交換を通じて、学習テーマ・機会を増やすことが必要です。
- ▶情報の共有化を進める必要があります。

(2) 効果的な教育資材の開発・活用

1. 消費関連教育資材の開発と活用

- ・副読本の作成においては現場の教員の意見を反映し改定
- ・生涯学習センター図書館管内で、関連図書、チラシ、ポスターの展示や貸出しを行う。

2. デジタルの特性に合わせた教材開発の推進

- ・小・中学校副読本資料作成委員会で教育現場の意見を反映
- ・副読本と活用ガイドなどのデータを児童・生徒・教職員がデータで見ることができるようオンラインで共有化

今後の課題

- ▶デジタルの特性を生かせるよう共有化を意識する必要があります。
- ▶デジタル化した教材の利用を広める取組も必要です。

重要課題 3 消費者被害の防止・救済

施策の方向 3-1

消費者被害の防止・予防

(1) 相談・情報提供による消費者被害の防止・予防の強化

1. 消費者被害事例の情報提供

- ・相談事例から注意喚起など情報を様々な手段で発信

2. 悪質事例の情報提供

- ・悪質な消費者トラブルの相談事例から様々な手段で情報を提供

3. 相談会の開催

- ・「多重債務 110 番」「若者のトラブル 110 番」「高齢者の消費者被害特別相談」等実施

4. 啓発活動の推進

- ・効果的な啓発を啓発推進委員と協力し実施

5. 成年後見制度等の制度周知

- ・パンフレットの配布・講座の開催

今後の課題

- ▶市の公式LINEや広報特集号などでの情報発信は続ける必要があります。
- ▶「デジタル社会の急速な進展」に対応する新たな情報提供の方法を検討する必要があります。
- ▶デジタル化に馴染まない世代にも届く情報提供の方法を確保して、誰一人取り残すことなく情報を届けていく方法を構築する必要があります。
- ▶「民生委員・児童委員」「シニアクラブ連合会」などとの接点を保ち、人とひととのつながりを創出し広めていくことで情報の共有、自然な見守りが広がります。

施策の方向 3-2

消費者被害の救済

(1) 相談体制の充実による救済の強化

1. 消費生活相談員による相談の実施

- ・消費生活相談員の適切な対応の実施
- ・必要に応じて相談者と事業者のあっせんの実施

2. 多重債務相談の実施

- ・消費生活相談員による相談から多重債務解決の専門的相談（法テラス・弁護士、クレジットカウンセリング協会等）への紹介

3. 専門的な相談の実施

- ・弁護士会等と連携し消費生活法律相談を毎月実施

4. 特別相談の実施

- ・「多重債務 110 番」「若者のトラブル 110 番」「高齢者の消費者被害特別相談」の実施

今後の課題

- ▶適切な相談ができるように消費生活相談員の体制とスキル確保を図る必要があります。
- ▶相談会等の開催については、広報やチラシなどを工夫して相談が必要な市民に情報が届くようにする必要があります。

(2) 関係機関と連携した事業者指導

1. 悪質事業者の公表・指導

- ・国、東京都、警察などと連携した不適切な取引行為の防止

2. 商店会、商工会議所との連携

- ・法令に基づく立入検査を実施し、指導や啓発活動

今後の課題

- ▶事業者・販売者などへの指導と同時に啓発活動が必要です。
- ▶警察や東京都と歩調を合わせた悪質事業者への指導が必要です。

(3) 相談員の専門的な知識の向上

1. 相談員の専門的知識の向上

- ・消費生活相談員の（独）国民生活センターや東京都等が実施する専門的な研修等へ積極的参加

今後の課題

- ▶消費生活相談員については、相談スキルの維持向上ができるよう対外研修に参加できる体制を維持することが求められています。

第3章 第3期八王子市消費生活基本計画の重要施策

1 重要施策

計画の理念を達成するため、あるべき姿を追求する以下の3点を重要施策とし、事業に取り組むことが望ましいと考えます。

重要施策1 消費生活環境の整備

市民が消費に関して不安を抱くことなく、消費生活を安心して送るためには、消費者トラブルの回避につながる有益な情報が市民に素早く届くことが必要です。そのため、市は、国や東京都、高齢者あんしん相談センター、社会福祉協議会、警察などの関係機関との連携を深めるとともに、町会自治会、民生委員・児童委員協議会など多様な地域の団体との連携を強化し、地域の人とひととのつながりで支え合うことができるネットワーク強化を進めることが不可欠です。

これは、八王子市基本構想・基本計画「八王子未来デザイン2040」にもある、「幅広い世代の誰もが地域活動に気軽に参加でき、住民同士がつながりを育み、生き活きと活動できるよう地域コミュニティ活動を支援する施策」とも重なるものだと考えます。

安全・安心な市民の消費生活環境を保つためには、人や社会、環境に配慮した消費が行える環境づくりや地域の様々なネットワークの創出、適正表示、適正取引の確保に向けて事業者との連携のもとに市内消費環境の整備が望まれます。

重要施策2 消費者教育の推進

計画の理念にある消費者市民社会の形成とは、単に、消費者被害に遭わない、遭った時に解決する方法を身に付けることに留まらず、一人ひとりの消費者が自ら考え、他者にも主体的に行動できるようになることです。

すべての人が消費者であることから、消費者の役割に対する学習の機会は、学校での学びから生涯にわたる消費者教育へと拡大し、充実を図ることが求められます。幼児期から高齢期までのライフステージに応じた効果的な消費者の学びが体系的に取組めるよう、従来の学習手段・方法にデジタル技術を取入れるなど、消費者の学習を高める支援を望みます。

また、学習機会の提供とともに、その担い手の育成等も大変重要です。

重要施策 3 消費者被害の防止・救済

複雑化・多様化する消費者被害を未然に防止することは、安全・安心な消費生活の実現の前提となるものです。

また、消費者トラブルに遭った場合には、市に対して迅速に被害の回復に向けて支援することが求められます。消費者被害の防止・救済のためには、消費生活センターを中心に消費者トラブルに関する迅速な情報提供や相談の充実に向け、相談体制や相談方法の工夫が必要です。

さらに、悪質な事業者に対しては、国や東京都、警察などの関係機関との連携のもと、事業者名の公表などの指導を行うことが、市民の安全・安心な消費生活の実現に繋がります。

2 取組の方向性

【消費者行政をめぐる現状と課題】

高齢化の進行、世帯の単身化、地域コミュニティの衰退により、個人が消費生活に関する問題に巻き込まれやすく、解決方法がわからず、発信力も弱い消費者が増えています。

消費者を取り巻く社会・経済情勢において、デジタル化の進展、電子取引の拡大により、消費者トラブルは多様化し、複雑になっています。

また、地球温暖化の影響による自然環境の変化も激しく、自然災害は多発化しています。消費生活においても、自然環境の変化にあたえる悪影響を減らしていくことが求められており、それらに資する学習や教育の機会を増やしていく必要があります。

このような社会・経済状況からも、人・社会・地域・環境に配慮した持続可能な社会の実現に向け、社会課題の解決を私たち一人ひとりが実践することが望まれます。

第3期八王子市消費生活基本計画では、これらの課題を解決するために、計画全体を貫く視点として消費者行政をめぐる現状と課題から見えた3つの視点（①公正で持続可能な社会の実現、②デジタル社会への対応、③人とひととのつながりの創出）に留意しながら、以下の3つの重要施策と施策の方向を設定し、具体的な施策を展開していくことが望まれます。

重要施策 1 消費生活環境の整備

成果指標	身近な場所に相談や助け合いのできる人 いる割合	現状 (令和4年度)	令和10年度 (2028年度)
		67.2%	80%

施策の方向 1－1 連携強化による安全の確保

市内のみならず、町会・自治会、民生委員・児童委員協議会、高齢者あんしん相談センター、社会福祉協議会などの地域と密接な関係を持つ組織との情報共有や情報発信を行います。また、各々との連携をさらに強化し、人・社会・地域・環境をも考え、互いに支え合うネットワーク、人とひとの結び付きを進めることが重要です。

(1) 情報共有に有効なネットワークの充実と連携強化

- 1 関係部署との連携強化
- 2 地域ネットワークとの連携強化
- 3 消費者団体とのネットワーク拡大
- 4 警察との連携強化
- 5 TOKYO（八王子）エシカルパートナーのネットワークづくり

施策の方向 1－2 安全・安心な消費環境づくり

市民の消費生活の安定的向上を図るため、商店街の振興、食の安全、住まいに関する相談などの市民の衣食住に関しての行政施策や、使用後の製品等の適切な廃棄処分についての施策、また、自然災害などから生命と財産を守る施策の充実が望まれます。

この他に、事業者へのはかりの定期検査・指導や製品の安全性について検査・指導を実施します。これらの検査を機会に、事業者に対して消費生活に関する啓発を行い、市民の安全・安心な消費環境の実現に近づけることになります。

(1) 生活者を取巻く消費環境の保全

- 1 商店街の振興
- 2 食の安全
- 3 住まいの相談会の実施
- 4 家庭ごみの適正な処理
- 5 製品や粗大ごみの適正な処分や違法回収業者への指導
- 6 災害情報・対策の発信

(2) 適正な表示・適正な取引の実現

- 1 商品の表示に関する検査・指導、消費生活に関する啓発の実施
- 2 適正な計量に関する検査・指導、消費生活に関する啓発の実施

施策の方向 1－3 SDGsの達成に向けたエシカル消費の環境づくり

消費者市民として、持続可能な社会の実現に向けたエシカル消費を実践するためにはSDGsに貢献する活動やエシカル消費を実践できる消費環境が必要です。地産地消の促進や（八王子）地元製品の購入の場、事業者へのSDGs促進、事業者による食品ロス削減の取組、人とひとをつなぐフードバンク活動などの環境づくりが大切です。

(1) エシカル消費活動に関する事業者や地域の有機的な連携支援

- 1 農産物などの地産地消
- 2 製造業者へのSDGs促進支援
- 3 食品ロス削減に向けた事業者応援
- 4 フードバンク応援

重要施策 2 消費者教育の推進

成果指標	エシカル消費の実践状況（地産地消）	現状 （令和 5 年度）	令和 10 年度 （2028 年度）
		51.8%	80%

施策の方向 2－1 消費者市民を育む学習支援・啓発

消費者が自立して合理的な判断のもとに行動できるよう、児童・生徒、大学生、若者、高齢者などのライフステージや様々な場に応じた消費者の学びの機会や啓発を充実するとともに、自らの消費活動が社会や環境に影響を及ぼす可能性があることを自覚し、持続可能な社会の実現に向けた行動ができるよう、学習機会や方法にデジタル技術を取入れるなど、様々なライフスタイルの消費者への学習支援をすることが重要です。

(1) ライフステージに応じた学習支援・啓発

- 1 幼児・保護者等の消費者教育
- 2 義務教育における消費者教育
- 3 若者（高校・大学生等）への消費者教育
- 4 若者（新社会人）に向けた消費者啓発
- 5 成人一般への消費者教育
- 6 高齢者への効果的な情報提供
- 7 障害者への効果的な情報提供
- 8 外国人市民（※）を対象とした情報提供
- 9 地域活動団体等への学習支援
- 10 事業者への啓発

（※）外国人市民：本市に生活拠点を有する外国籍住民に加え、すでに日本国籍を取得している外国出身の方も含みます。（「八王子市第 2 期 多文化共生推進プラン」に準拠）

(2) 効果的な啓発・情報の提供

- 1 専門講座
- 2 出前講座
- 3 消費生活情報の発信
- 4 各種イベントでの啓発
- 5 民間施設への啓発資料の配備

(3) S D G s ・エシカル消費に関する認知度向上

- 1 食育の推進
- 2 小中学校における食育
- 3 環境教育・環境学習の推進
- 4 小中学校における環境学習
- 5 S D G s ・エシカル消費の啓発

施策の方向 2－2 消費者教育推進の担い手の育成と資源の活用

市民生活において消費者教育を継続的に浸透させるためには、その担い手の育成と学習資材の活用が求められます。

(1) 消費者教育に関する多様な担い手の育成

- 1 消費者教育の担い手育成

(2) 学習資材の提供

- 1 学習資材の提供

重要施策 3 消費者被害の防止・救済

成果指標	消費生活センターの認知度	現状 (令和 5 年度)	令和 10 年度 (2028 年度)
		63.7%	80%

施策の方向 3－1 消費者被害の予防・防止

消費者自身がトラブルを回避できるよう相談会や啓発を行うとともに、類似被害の予防・拡大防止に向け具体的な消費者トラブルの事例を迅速に提供することが必要です。

(1) 多様なチャンネルを活用した情報収集・発信

- 1 事故情報などの提供
- 2 消費者被害事例の情報提供
- 3 悪質事例の情報提供
- 4 悪質事業者の公表・指導
- 5 イベントを通じた消費者トラブル注意喚起
- 6 成年後見制度等の制度周知
- 7 関係機関との情報共有

施策の方向 3－2 消費者被害の救済

消費者の多様性に対応できるよう相談方法や相談のD X（※）を推進し、寄せられる消費生活相談に対して、適切な対応に努めなければなりません。事案によっては助言に止まらずあっせんや、より専門的な相談先につなげ、最善の解決に努める必要があります。

また、被害の回復に向けて適切な対応ができるよう、相談員の専門知識向上に努めるとともに、状況に応じて関係機関と連携を図り、専門的な相談や事業者への指導に結びつける必要があります。

(1) 相談体制の充実による救済の強化

- 1 消費生活相談員による相談の充実
- 2 消費生活相談のD X
- 3 多重債務相談の実施
- 4 専門的な相談の実施
- 5 特別相談の実施
- 6 相談員の専門知識の向上

(※) D X : Digital Transformation の略で、スウェーデンの大学教授であるエリック・ストルターマンが提唱した概念であり、I C T（※）の浸透が人々の生活をあらゆる面でより良い方向に変化させることと言われています。

(※) I C T : Information and Communication Technology の略で、情報処理や通信に関連する技術のことで同じように使われる I T よりも情報や知識の共有・伝達といったコミュニケーションに重きを置いた言葉です。

第4章 基本計画の推進に向けて

1. 基本計画の推進体制

第3期八王子市消費生活基本計画の推進に向けて、八王子市消費生活センターが中心となり、庁内関係部署、国、東京都などの関係機関及び地域の関係機関などと密接に連携した推進体制で取り組むことが必要です。

2. 取組の検証・評価及び公表

第3期八王子市消費生活基本計画を総合的かつ計画的に推進していくため、施策の取組について検証・評価を行い、さらなる推進に反映させていくことが大切です。そのために、毎年度、計画に関連する施策について、本審議会及び八王子市消費者教育推進会議で報告するとともに、審議会・消費者教育推進会議からの意見等に基づき、施策実施の内容充実に努めるよう求めます。

施策の取組状況については成果指標を設け、アンケート結果などをもとに検証・評価を行い、計画全体の着実な推進を図り、検証・評価の結果は、ホームページなどを通じて公表していくことが望まれます。また、計画期間中は成果指標の信頼性についても検証や評価を続け、社会情勢の変化などに応じて成果指標を見直すことも検討すべきと考えます。

——資料編——

諮 問 書

5 八 市 消 第 3 9 2 号
令和5年（2023年）6月29日

八王子市消費生活審議会
会長 殿

八王子市長 石森 孝志

第3期八王子市消費生活基本計画の策定について（諮問）

標記の件について、八王子市消費生活条例第7条第2項の規定に基づき、貴審議会の意見を求めます。

〈諮問の趣旨〉

本市では、平成22年12月制定の八王子市消費生活条例の基本理念に基づき、「安全・安心な消費者市民社会の実現」を目指して、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を策定し、計画を推進してまいりました。

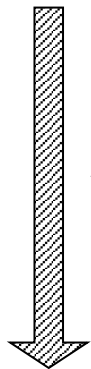
ここで、令和6年度を初年次とする次期計画の策定にあたり、社会経済情勢の変化と、それに対応する社会生活や消費行動に求められる変革を捉えた3つの視点（公正で持続可能な社会の実現、デジタル社会への対応、人とひととのつながりの創出）を計画に反映いたします。また、次期計画では、3つの施策（消費生活環境の整備、消費者教育の推進、消費者被害の防止・救済）を柱として取組を定めることとしております。

近年の流通や情報産業の進展は、市民の消費生活における商品やサービスの選択肢の拡大、及び利便性を向上させる一方で、消費生活に関わるトラブルが後を絶たない状況となっております。加えて、社会経済状況の変化により、成長と成熟が両立した持続可能な社会の形成や加速するデジタル化への対応などが課題となっております。

このような状況を踏まえ、条例に定める市民の消費生活の更なる安定及び向上を図るため、令和6年度（2024年度）から令和10年度（2028年度）までの5年間の取組指針となる第3期八王子市消費生活基本計画に求められる「あり方」について、貴審議会の意見を求めます。

計画策定の審議経過

八王子市消費生活審議会に諮問（令和5年(2023年)6月29日）
【第3期八王子市消費生活基本計画のあり方について】



八王子市消費生活審議会開催

第1回（令和5年(2023年)6月29日）
第2回（令和5年(2023年)7月25日）
第3回（令和5年(2023年)8月17日）
第4回（令和5年(2023年)9月15日）
第5回（令和5年(2023年)10月6日）

八王子市消費生活審議会から答申（令和5年(2023年)10月12日）
【第3期八王子市消費生活基本計画あり方について】



第3期八王子市消費生活基本計画（素案）



パブリックコメント（令和5年(2023年)12月15日～令和6年(2024年)1月15日）



第3期八王子市消費生活基本計画

八王子市消費生活審議会 委員名簿

◎会長 ○副会長 （敬称略）

氏 名	所 属	所属
◎ アサヒ 朝日 ちさと	東京都立大学 都市環境学部 都市政策科学科 教授	学識経験者 （消費生活条例施行規則第 9 条第 1 項第 1 号）
○ ワタナベ 渡邊 タカシ 隆	東京弁護士会多摩支部 弁護士	
クロサキ 黒崎 ユウ ヤ 勇矢	市民委員	消費者 （消費生活条例施行規則第 9 条第 1 項第 2 号）
トシミツ 利光 シゲノブ 重信	市民委員	
ヤマモト 山本 ア カ リ 朱里	市民委員	
ハ セ ガ ワ 長谷川 カオル 薫	八王子商工会議所	事業者 （消費生活条例施行規則第 9 条第 1 項第 3 号）
キタジマ 北島 ツヨシ 剛	八王子市商店会連合会	
マルヤマ 丸山 シゲオ 茂男	八王子市民生委員児童委員 協議会	市長が必要と認める者 （消費生活条例施行規則第 9 条第 1 項第 4 号）
ア カ ギ 赤木 ショウゾウ 省 三	八王子市消費生活啓発推進 委員会	
ノ ザ キ 野崎 タダユキ 忠行	八王子市町会自治会連合会	