

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（案）

令和5年 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」をめざして策定する、次期計画「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）について求められる「あり方」の意見を述べてきました。

次期計画を定めるにあたり、市民を取り巻く社会情勢、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、後をた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、その「あり方」について意見をまとめるように、令和5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されています。理由を同じくして「3つの重要施策」を柱とした取組みを定めることともされています。

### 【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

これらを踏まえて、審議会は現行計画7年間の事業実施状況や結果を振り返り、次期計画策定に向けた今後の課題と必要な取組みや施策の内容について意見を重ねてまいりました。

現行計画の具体的取組みや施策については、その執行状況の把握をした上で、今後の進め方や課題について意見を出し合い、課題を取りまとめました。

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

令和5年 月 日

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

# 目次

## 第3期八王子市消費生活基本計画

### 第1章 計画策定にあたって

1. 計画の理念・・・・・・・・・・・・・・・・
2. 計画改定の経緯・・・・・・・・・・・・・・・・
3. 策定に当たっての基本方針・・・・・・・・
4. 計画の位置づけ・・・・・・・・・・・・・・・・
5. 計画の期間・・・・・・・・・・・・・・・・

### 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・・・・・・・・
2. 消費生活を取り巻く環境の変化・・・・・・・・
3. 八王子市消費生活センターにおける相談状況・・・・・・・・
4. アンケート調査結果のまとめと考察・・・・・・・・
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  
推進計画の取組みと今後の課題・・・・・・・・

### 第3章 第3期八王子市消費生活基本計画の重要施策（資料1）

1. 重要施策・・・・・・・・・・・・・・・・
2. 取組みの方向性・・・・・・・・・・・・・・・・

### 第4章 基本計画の推進に向けて

1. 基本計画の推進体制・・・・・・・・・・・・・・・・
2. 取組みの検証・評価及び公表・・・・・・・・

### ——資料編——

諮問書

（アンケート結果）

計画策定の審議経過

八王子市消費生活審議会 委員一覧

# 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 12 月に八王子市消費生活条例を定め、平成 24 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・安心な消費者生活の実現」に向けて取組みを進めてきました。

その後、平成 24 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 6 月に「消費者教育の推進に関する基本的な方針」が閣議決定された。これを踏まえ、平成 29 年 3 月に八王子市は、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、八王子市消費者教育推進計画を第 2 期八王子市消費生活基本計画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。

これまで以上に、私たち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、よりよ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」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 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」を基本とし、消費者政策の計画的な推進を図るため、平成 17 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 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 6 月には同法第 9 条に基づき、平成 25 年度から平成 29 年度までの 5 年間を対象とする、消費者教育の推進の意義、推進の基本的な方向や内容等を定めた「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 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た消費者政策をさらに推進していくための新たな「消費者基本計画」が閣議決定され、めざすべき姿として「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、この国の「基本方針」を受け、「東京都消費者教育推進計画」を平成 25 年 8 月に策定し、「東京都消費者基本計画」（平成 25 年 3 月策定）の重点施策である消費者教育に関する施策・事業を、具体的に推進した後、平成 30 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こうとする「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めざし、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	(国)消費者基本法施行	
平成 17 年	(国)消費者基本計画施行	
平成 19 年	(国)改正消費者契約法施行	
平成 20 年	(都)東京都消費生活基本計画施行	
平成 21 年	(国)消費者庁設置	
	(国)消費者安全法施行	
平成 23 年	八王子市消費生活条例施行	消費生活啓発推進委員会発足
	消費生活審議会設置	
平成 24 年	(国)消費者教育推進法	
	八王子市消費生活基本計画施行	
平成 25 年	(都)東京都消費生活基本計画改定	東京都消費者教育推進計画施行
平成 29 年	第 2 期八王子市消費生活基本計画施行	八王子市消費者教育推進計画施行
平成 30 年	(都)東京都消費生活基本計画改定	<消費者教育実施計画と 1 本化>
令和 4 年	第 2 期八王子市消費生活基本計画延長	八王子市消費者教育推進計画施行延長
令和 4 年	(都)東京都消費生活基本計画改定	
令和 6 年	第 3 期八王子市消費生活基本計画施行	

## (2) 消費生活基本計画と消費者教育計画の経緯

八王子市は、平成 24 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り組みをしてきました。

平成 29 年 3 月には「第 2 期八王子市消費生活基本計画」を策定しました。この計画は、令和 3 年度に計画満了を迎える予定でしたが、満了前年度からの「新型コロナウイルス感染症の拡大」による影響から、その収束及び国や東京都の動向を見極めるため、計画期間を 2 年延長しました。(令和 5 年度まで延長)

同様に平成 29 年 3 月に策定した「八王子市消費者教育推進計画」は、「第 2 期消費生活基本計画」と同様に、新型コロナウイルス感染症の収束等を見極めるため、計画期間を令和 5 年度まで延長しています。

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「八王子市消費者教育推進計画」に一本化し、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」への改定をするに至っています。



### 3. 策定に当たっての基本方針

基本計画の改定に当たっては現行計画7年間（5年間と延長2年間）の取組み実績を振り返り、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て、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することを基本方針として望みます。

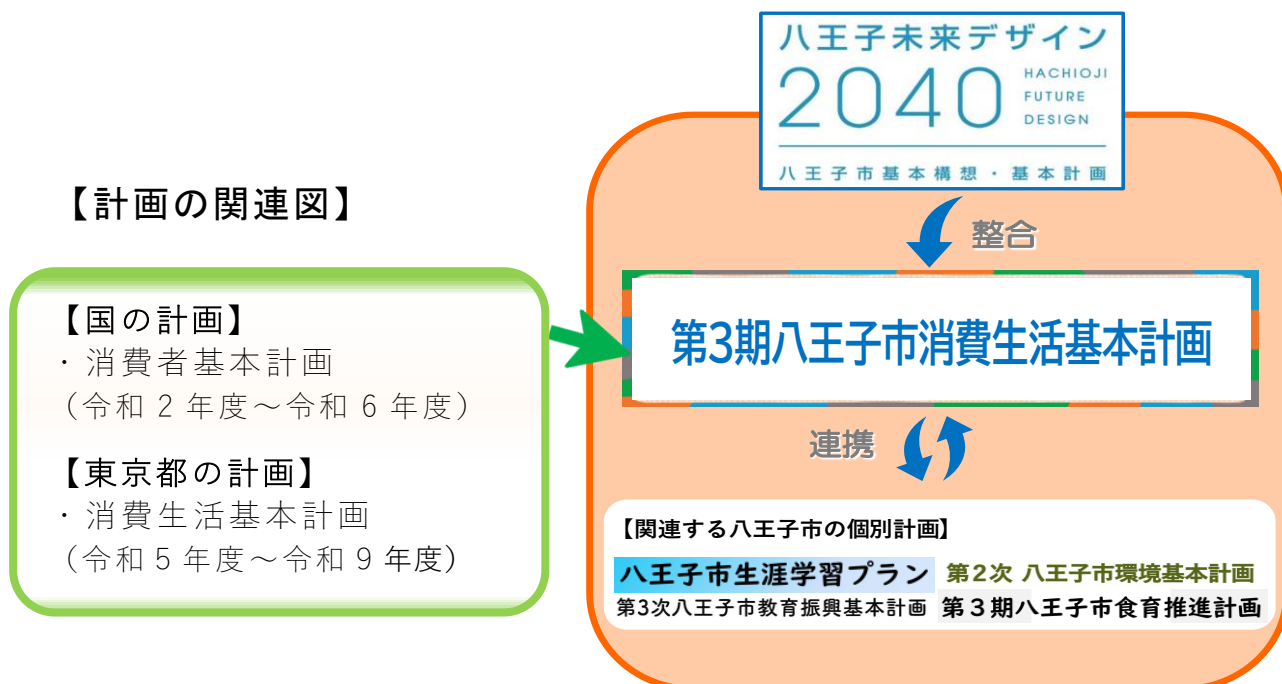
### 4. 計画の位置づけ

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・多様化による目まぐるしい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

### 1. 八王子市の人口の推移と見通し

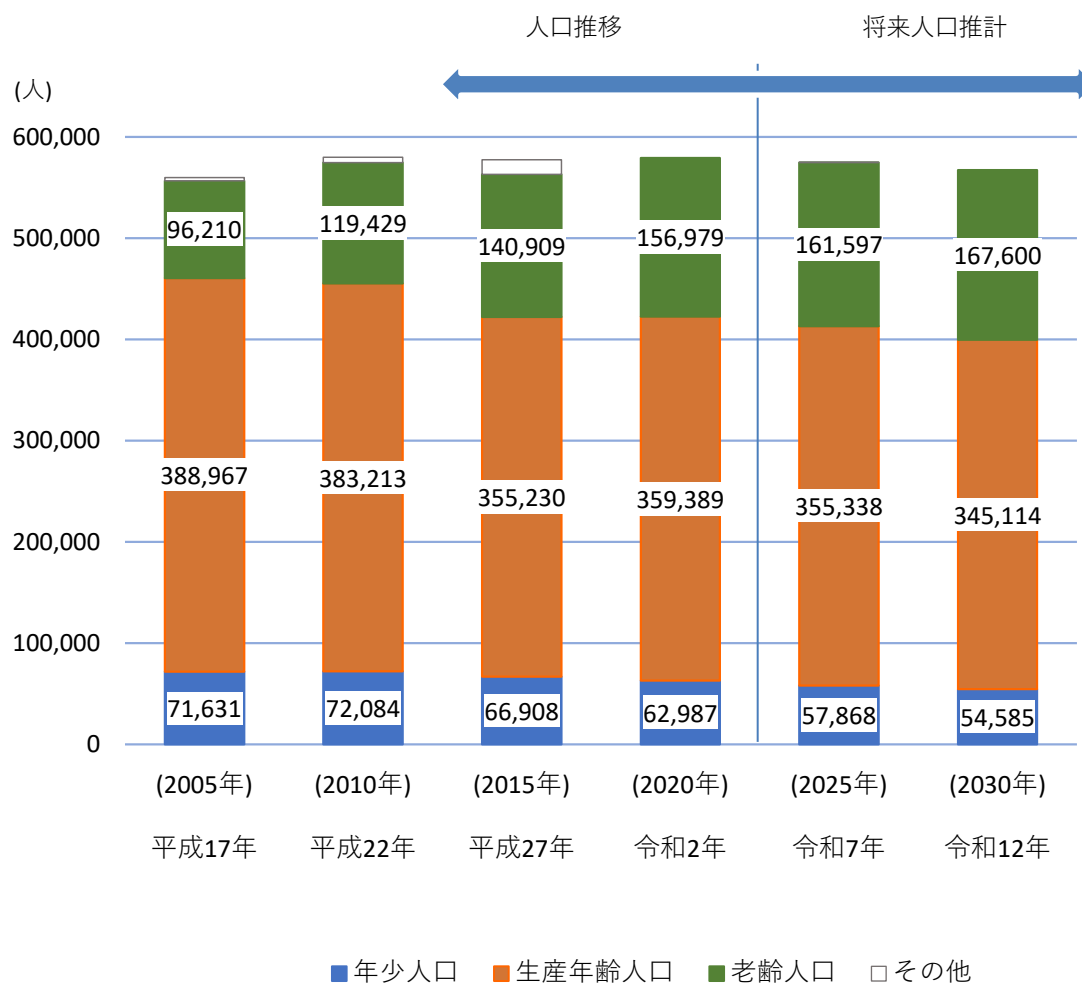
#### 【市の人口】

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人口推移しています。

年齢構成を 3 区分で見ると平成 27 年以降、高齢者人口が 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。本計画の最終年度には 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

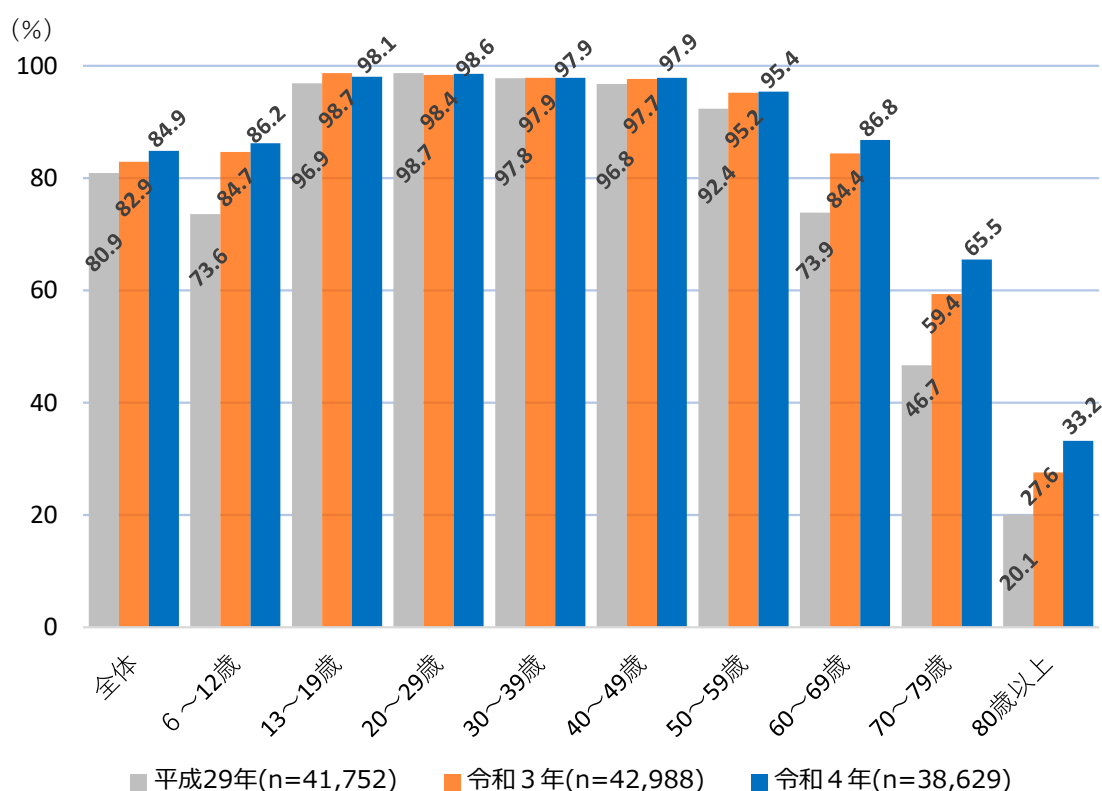
### (1) 社会のデジタル化

#### 【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(平成29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。

今後、月日の経過に伴い、ほぼ全員が利用している年齢層の高齢化していくため、さらに高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ます。低年齢の利用率は上昇していくと考えられます。



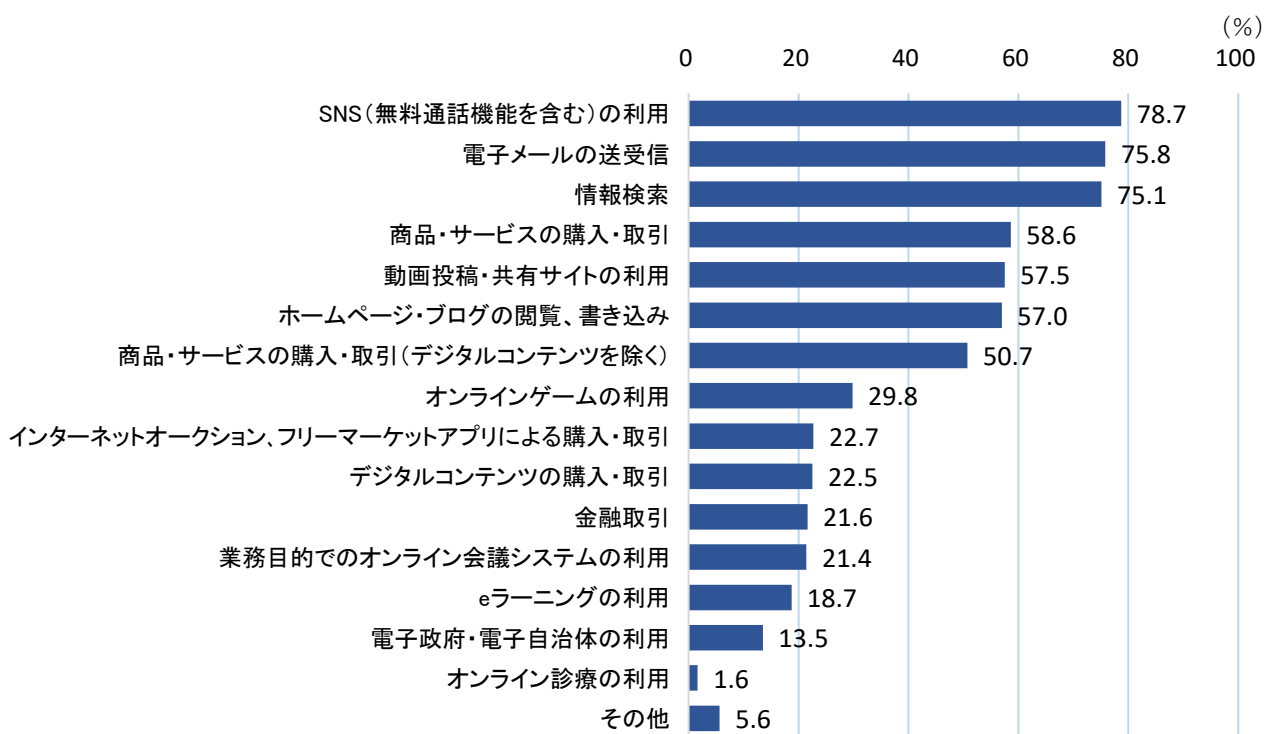
令和3年度および令和4年度 総務省「通信利用動向調査」インターネット利用状況(個人)より

## 【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。

これまでは、通信手段や情報収集ツールとしての利用目的が大半を占めていましたが、現在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も多くなっています。

「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。



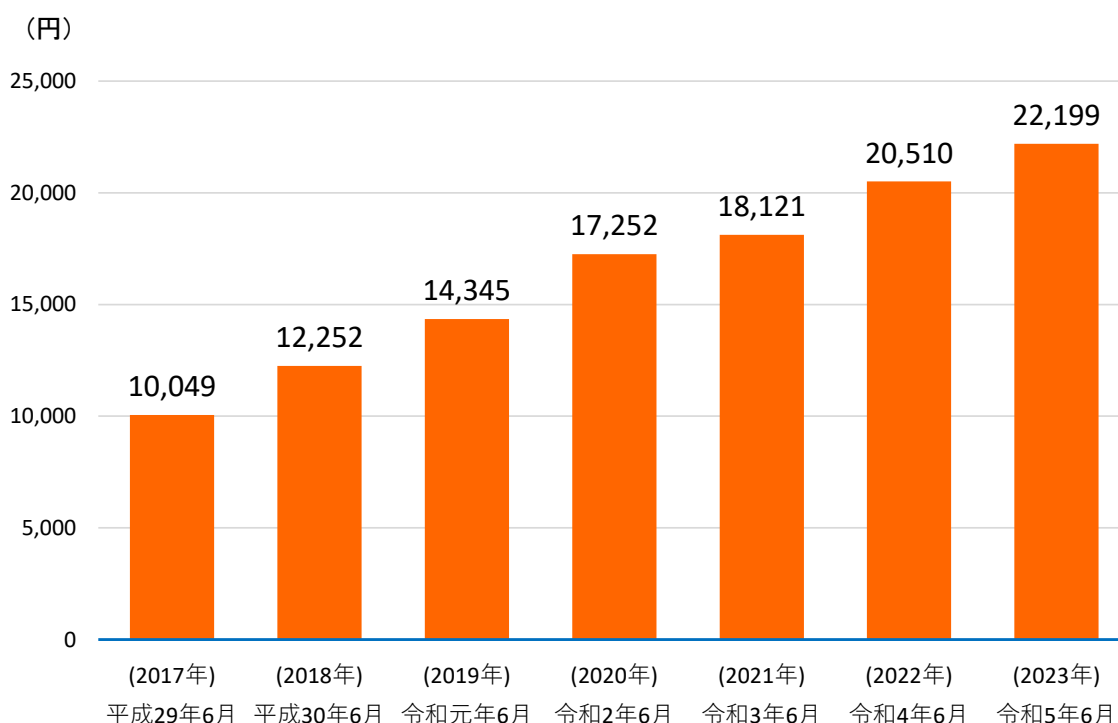
総務省「通信利用動向調査」インターネット利用の目的・用途（複数回答）（2021年）より

## 【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等で、一時的に増えたものではなく、令和5年になっても世帯当たりの取引金額が増加しています。今後も利用額は増え、対象となる商品・サービスは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】

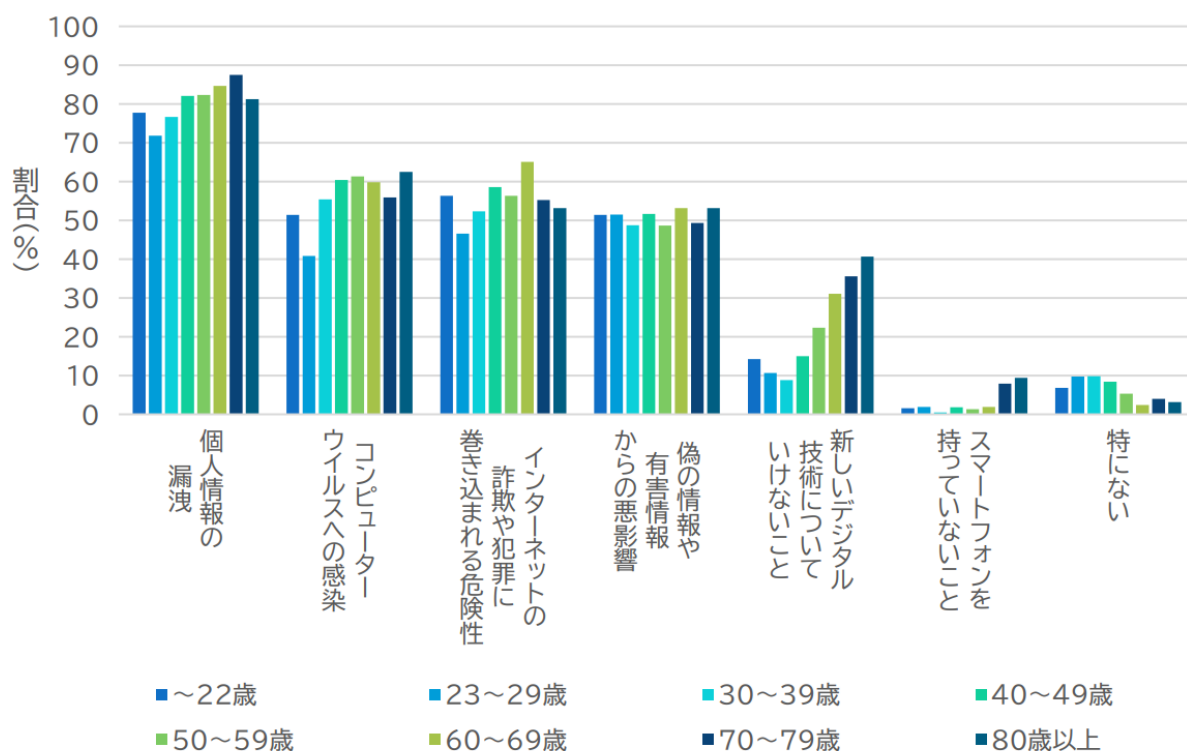
インターネット利用者、利用目的、取引額等が増加し続ける中で、不安を感じている人がいるのは、見逃すべきではない状況です。

「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、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ります。

### 【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

## (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】

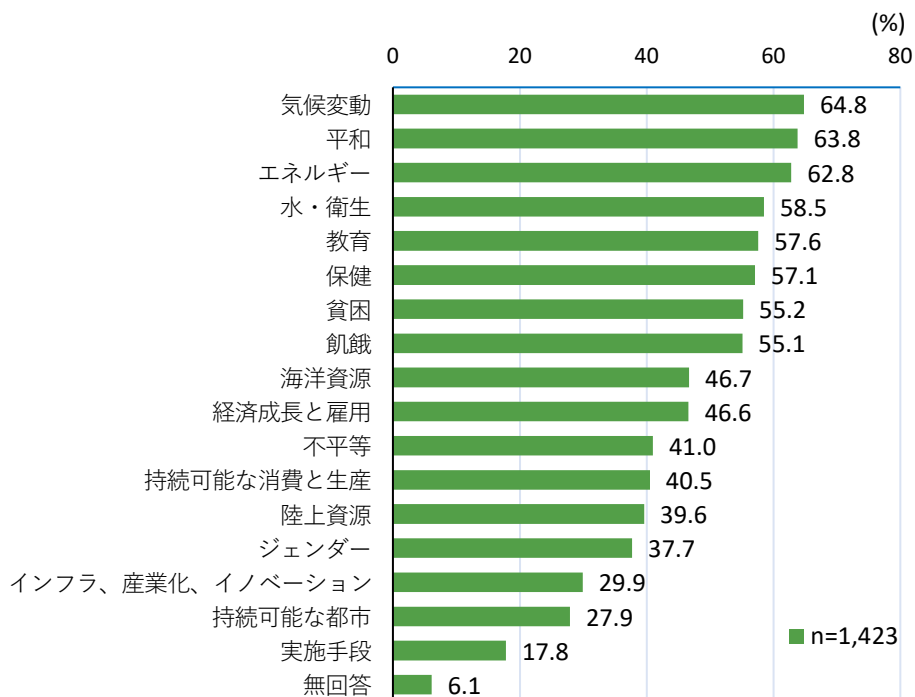
「聞いたことがある」との答えが8割を超えており、多くの市民に広がりを見せていることが解ります。



八王子市「令和4年消費生活に関する市民意識調査の報告書」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。



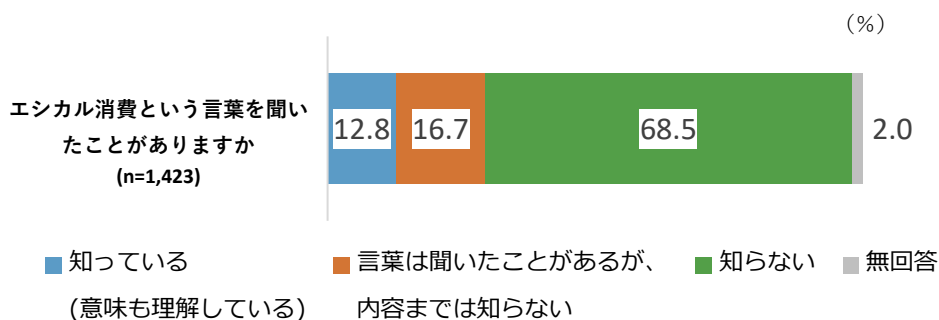
八王子市「令和4年消費生活に関する市民意識調査の報告」より



### (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】

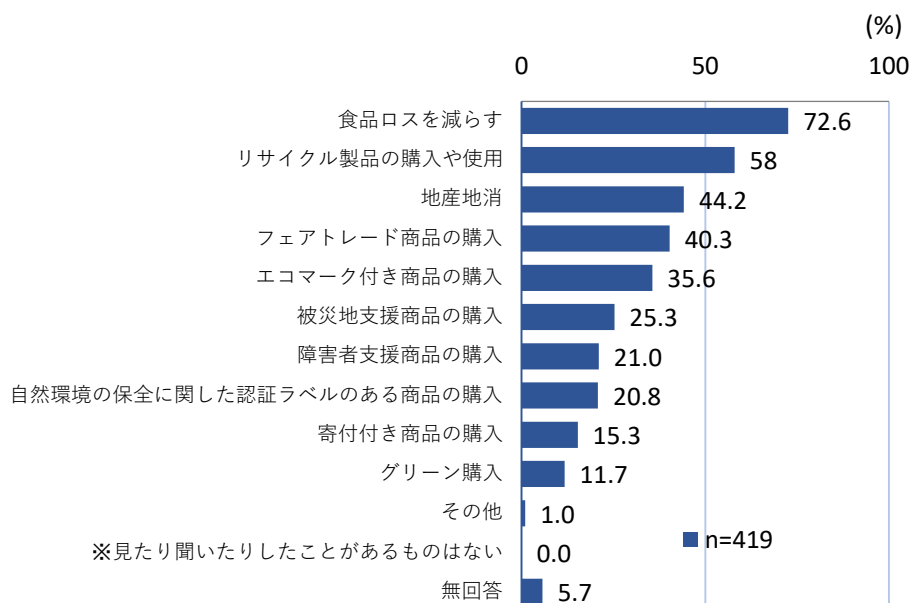
「知っている」と「言葉は聞いたことがある」との答えが約3割となっています。多くの市民は、「エシカル消費」という言葉を耳にしたことがない状況となっています。



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」と「言葉は聞いたことがある」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」「言葉は聞いたことがある」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。



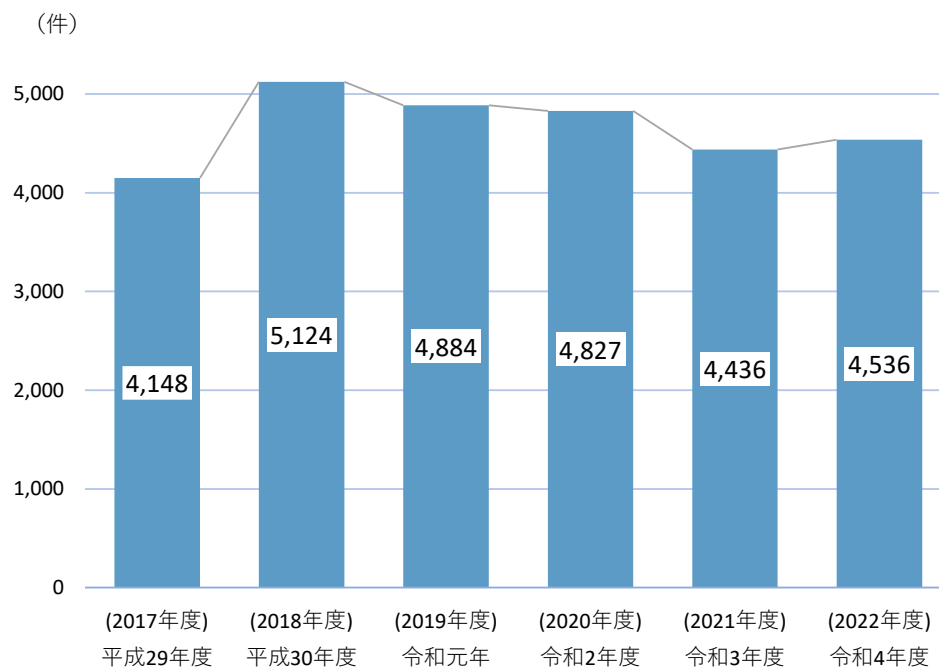
八王子市「令和4年消費生活に関する市民意識調査の報告書」より

### 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年度をピークに減少傾向にありましたが、直近年においては、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により消費活動が回復し、相談件数は微増しています。

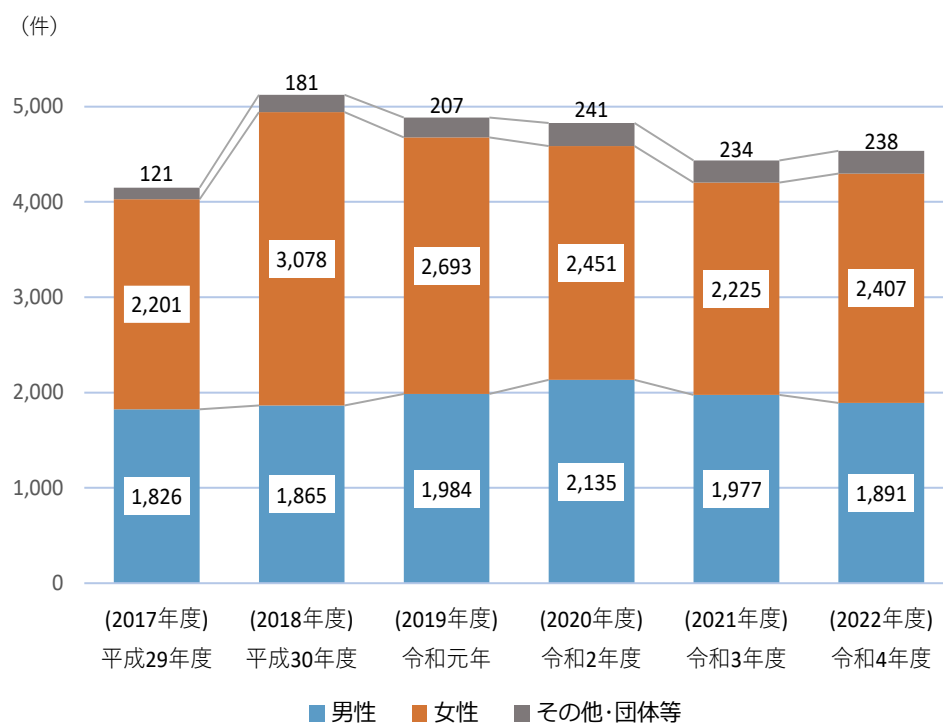


令和4年度(2022年度)八王子市消費生活センター「事業概要」より

## (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年度をピークに減少傾向にありましたが、直近年においては、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により消費活動が回復し、相談件数は微増しています。

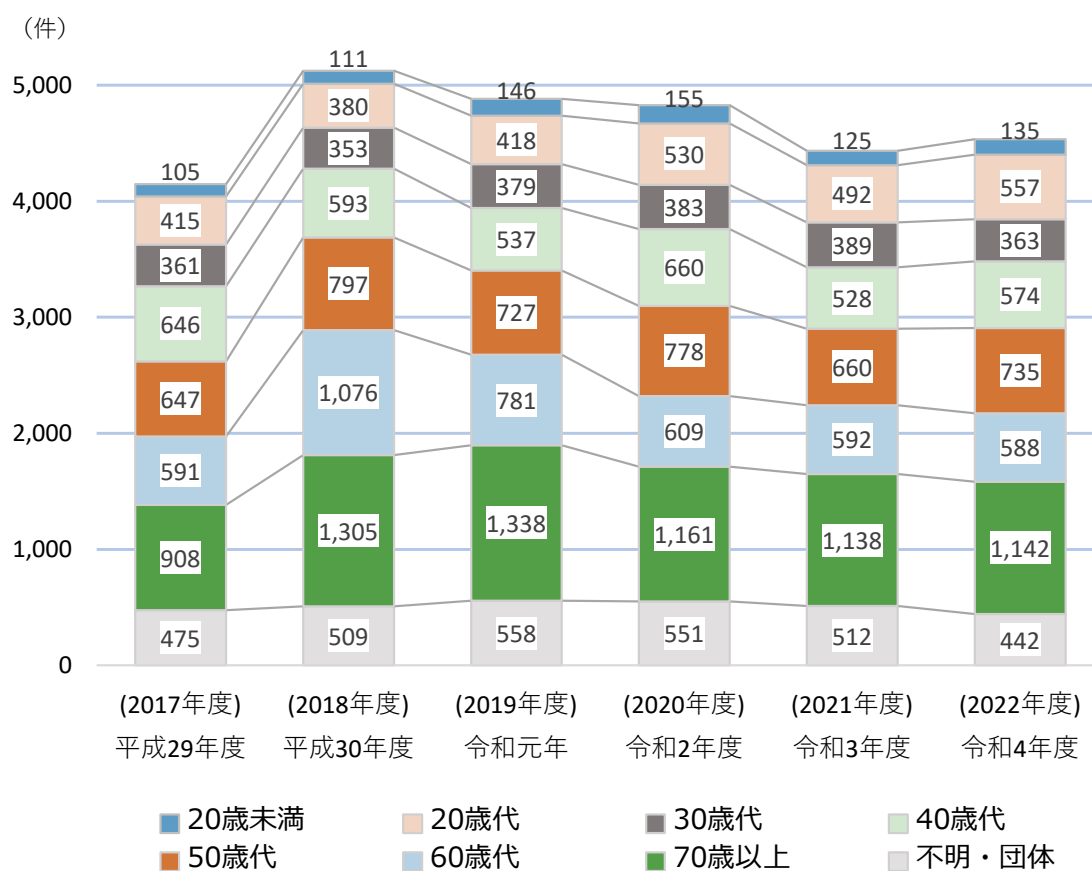


令和4年度(2022年度)八王子市消費生活センター「事業概要」より

## 【契約当事者 年代別】

年代別に相談件数の推移をみると、「20歳未満」「20歳代」と「50歳以上」が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により消費活動が回復し、相談件数は増加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。

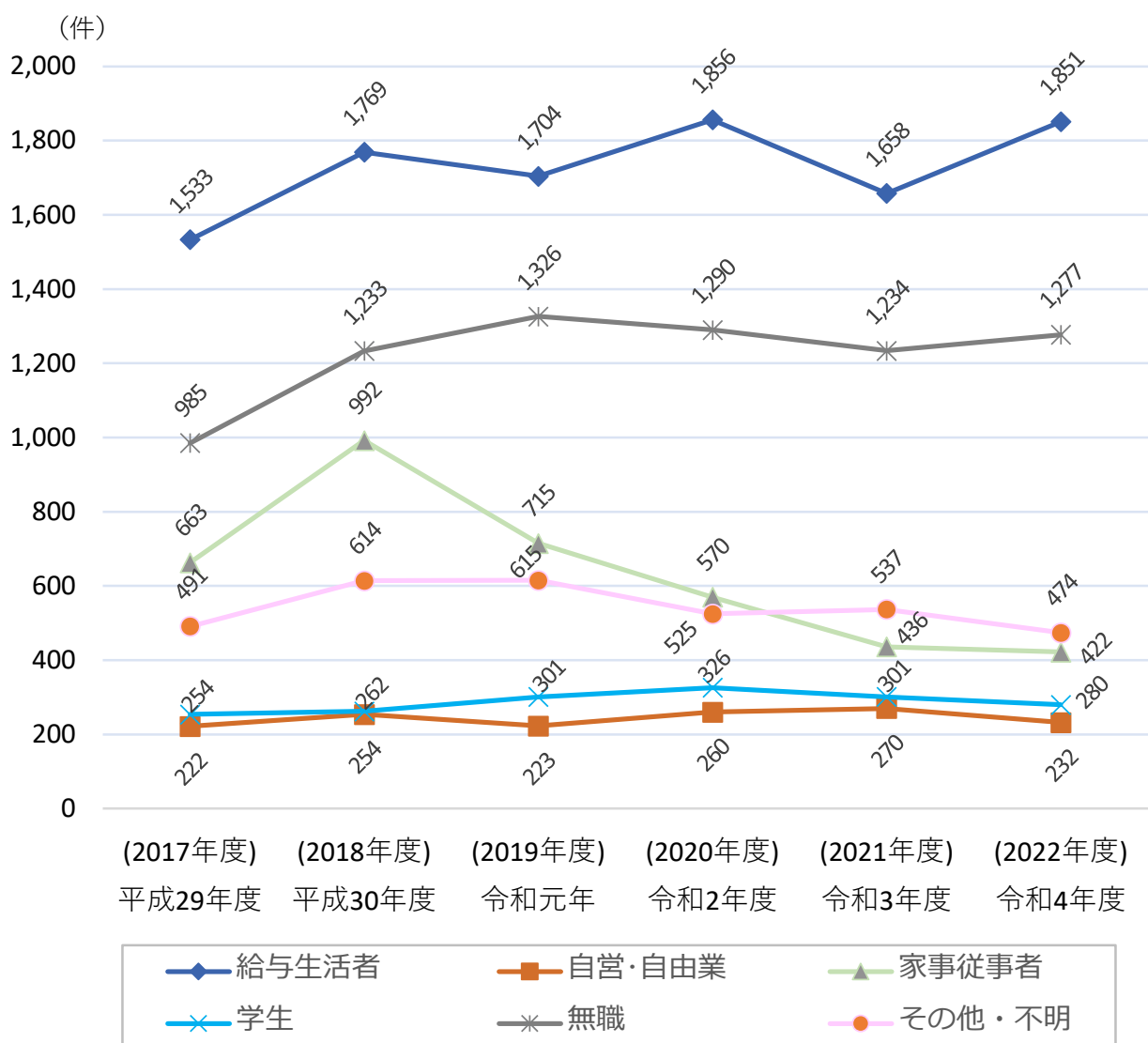


令和4年度(2022年度)八王子市消費生活センター「事業概要」より

## 【契約当事者 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、高齢者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

## 【契約当事者 高齢者割合の推移】

高齢者割合を、「65歳から69歳」「70歳代」「80歳代」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。特に増加しているのは「80歳代以上」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	(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年度は「保健衛生品」がもっと多くなっています。令和3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年度から令和4年度にかけては、このほかに「金・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	(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

## 4. アンケート調査結果のまとめと考察

### (1) 調査概要

消費者教育の実施状況や消費生活問題のニーズ等について伺い「第3期消費生活基本計画」検討の際の基礎資料とするために、令和5年5月25日から6月6日までの期間に消費者教育実態調査を実施しました。

#### 【対象等】

調査名	調査方法・対象
八王子市内 小・中・高校等の 消費者教育実態調査	【調査対象】 小学校／義務教育学校(前期課程) ……72校 中学校／義務教育学校(後期課程) ……51校 中等教育学校(前期課程)
	高等学校／中等教育学校(後期課程) ……25校
	【調査方法】 WEBフォームによる調査 (ID・PW案内書類郵送)
	【回答方法】 WEBフォームへの入力
	【回答状況】 小学校等 ……68校 (94.4%) 中学校等 ……43校 (84.3%) 高等学校等 ……13校 (52.0%)
八王子市内大学等の 消費者教育実態調査	【調査対象】 大学・専門学校 ……(29校)
	【調査方法】 WEBフォームによる調査 (ID・PW案内書類郵送)
	【回答方法】 WEBフォームへの入力
	【回答状況】 大学・専門学校 ……24校 (83.6%)

### (2) 調査結果 (小・中・高)

#### 【消費者教育実施状況】

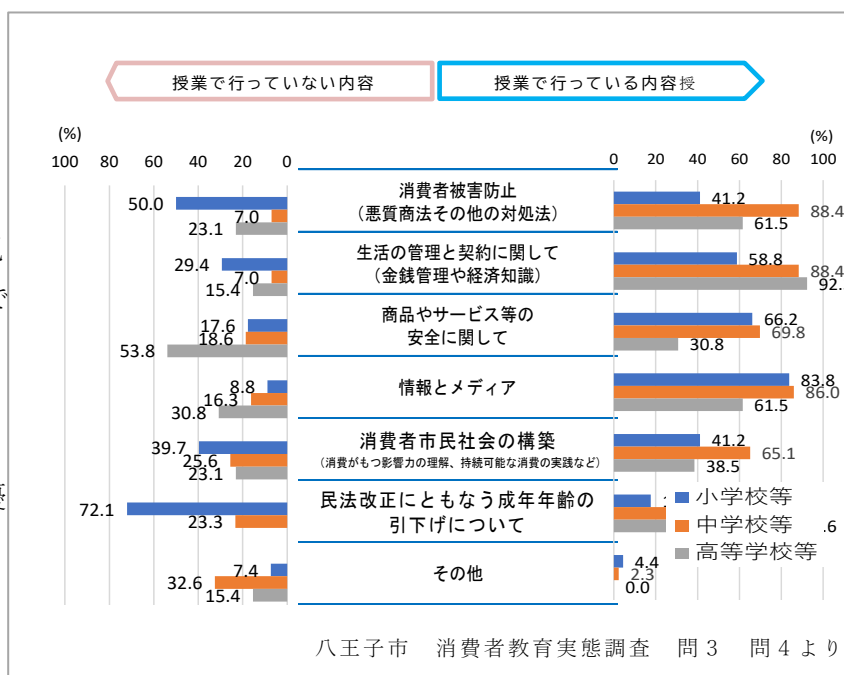
○小学校・中学校においては「社会科」「家庭科」、高等学校においては「公民科」や「家庭科」「情報科」などで消費者教育に関する授業が行われています。

○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は、**行われています**。

(右表のとおり)

○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み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合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います。小学校の25.0%と差がある結果になっています。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影響もありますので、特に実社会の鮮度が高い資料やデータまたは教材が提供されるべきと考えます。実社会で起こっている消費者トラブル事案や、SDGsやエシカル消費などの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な年齢と考えます。

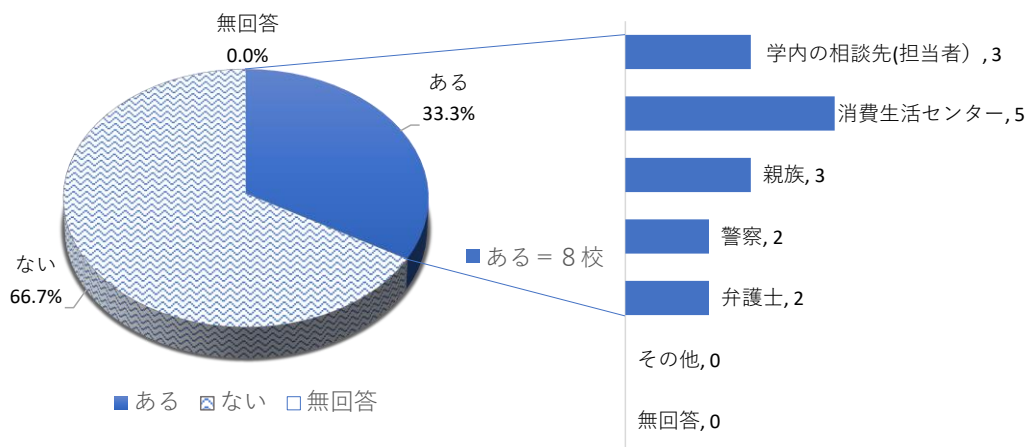
外部講師による授業の実施状況の問では、高校で「外部講師による授業を行った」の回答割合が高くなっています。上記と同じ理由が考えられますので、教育現場との接点を確保し消費者教育の推進に繋げることが望まれます。



### (3) 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。



八王子市 消費者教育実態調査より

○「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みを行っていますか」では24校中21校が、何かしらの取組みを行っているとの回答がありました。

○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して認識しています。
- ・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。

## 推進計画の取組みと今後の課題

### 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」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（令和3年度はWEB開催）

###### 4. 警察との連携強化

- ・防犯対策連絡会への参加
- ・消費生活審議会へ警察オブザーバー参加

#### 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ンドへの対応を考慮した取組みを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

- ・商店街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. 計量業務を通じた事業者との連携

- ・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の取組みにもつながります。

## 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する。
- ・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、必要な情報が行き渡る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

- ・製品安全法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実施

## 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期待されます。

## 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・講習会を実施する。

#### 3. 出前講座などの啓発活動の推進

- ・新型コロナウイルス感染症拡大防止による中止後再開

#### 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」提供、「こどもシティ」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」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・高齢者見守り等実施(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

- ・「Ginkgo」情報誌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団体参加 ・各種講座開催

### 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

## 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作成
- ▶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。

## (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 (食に関する指導の全体計画・年間指導計画)

### 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実施

### 5. SDGsの推進

- ・「親子地産地消体験・見学会」開催・「八王子市ものづくり企業地域共生推進助成金制度」

### 倫理的(エシカル)消費の啓発

- ・「TOKYO エシカル」プロジェクトを参考し検討・副読本や体験学習を通して周知



## 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、規模を回復・拡大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みになるよう活動することが必要です。「SDGs」などにおいても有効な取組みになるためです。
- ▶これらの活動や取組み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

- ・消費者団体加盟の促進と団体間の意見・情報の交換により、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。
- ▶情報の共有化も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意見を反映し改定
- ・関連図書・資料の生涯学習センター図書館管内表示を実施

#### 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
- ・一部の資料・教材については、デジタル化しクラウドネットワークにて共有化

## 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みも必要です。

## 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

- ・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」「高齢者消費者被害相談会」等実施

##### 4. 啓発活動の推進

- ・効率良く、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、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、自然な見守りが広まります。

### 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

##### 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（弁護士、クレジットカウンセリング協会等）への紹介業務

##### 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会」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。
- ▶相談会等は、その開催の広報・広告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・指導や啓発活動を行う

## 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。
- ▶悪質事業者への警察や東京都と歩調を合わせた指導が必要です。

## (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 (資料1) 参照

## 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. 取組みの検証・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、施策の取組みについて検証・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・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。

施策の成果指標については、アンケート調査などによる検証・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。