

# 八王子市消費者教育推進計画

平成29年3月

八王子市



百年の彩りを 次の100年の輝きへ



## ◆目次◆

### 八王子市消費者教育推進計画

#### 第1部 消費者教育の背景と趣旨

- 1 計画策定の背景・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
- 2 計画策定の趣旨・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
- 3 計画の位置づけ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
- 4 消費者教育が育むべき力・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
- 5 アンケート調査結果のまとめと考察・・・・・・・・・・ 4

#### 第2部 計画の事業展開

##### 第1章 計画の事業展開の方向性・・・・・・・・・・・・・・・・ 7

##### 第2章 事業の内容・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 8

- 1 効果的な啓発・情報提供・・・・・・・・・・・・・・・・ 8
- 2 ライフステージや様々な特性に応じた体系的な消費者教育・・・・ 10
- 3 公正かつ持続可能な社会に向けた取り組み・・・・・・・・ 12
- 4 消費者教育の担い手の育成・活用・・・・・・・・・・・・ 14

#### 第3部 計画の推進

- 1 計画の推進体制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 15

### 資料編

- 1 計画策定の経過・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 19
- 2 八王子市消費者教育推進協議会設置要綱・・・・・・・・ 20
- 3 八王子市消費者教育推進協議会 委員名簿・・・・・・・・ 22
- 4 消費者教育推進法（抜粋）・・・・・・・・・・・・・・・・ 23
- 5 「消費者教育の体系のイメージマップ」・・・・・・・・ 24
- 6 アンケート調査結果概要・・・・・・・・・・・・・・・・ 26
- 7 用語解説・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 45



## 第1部 消費者教育の背景と趣旨

---

### 1 計画策定の背景

平成24年に「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(\*1)」が定義付けられました。また、同法に基づき定められた「消費者教育の推進に関する基本的な方針」(以下「基本方針」という。)では、「被害にあわない消費者、合理的決定ができる自立した消費者にとどまらず、社会の一員として、よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与する消費者を育成する教育」が求められています。

東京都においても平成25年に「東京都消費者基本計画」の一部として「東京都消費者教育推進計画」が策定され、自ら考え行動する消費者の育成に向けた取り組みが進められています。

### 2 計画策定の趣旨

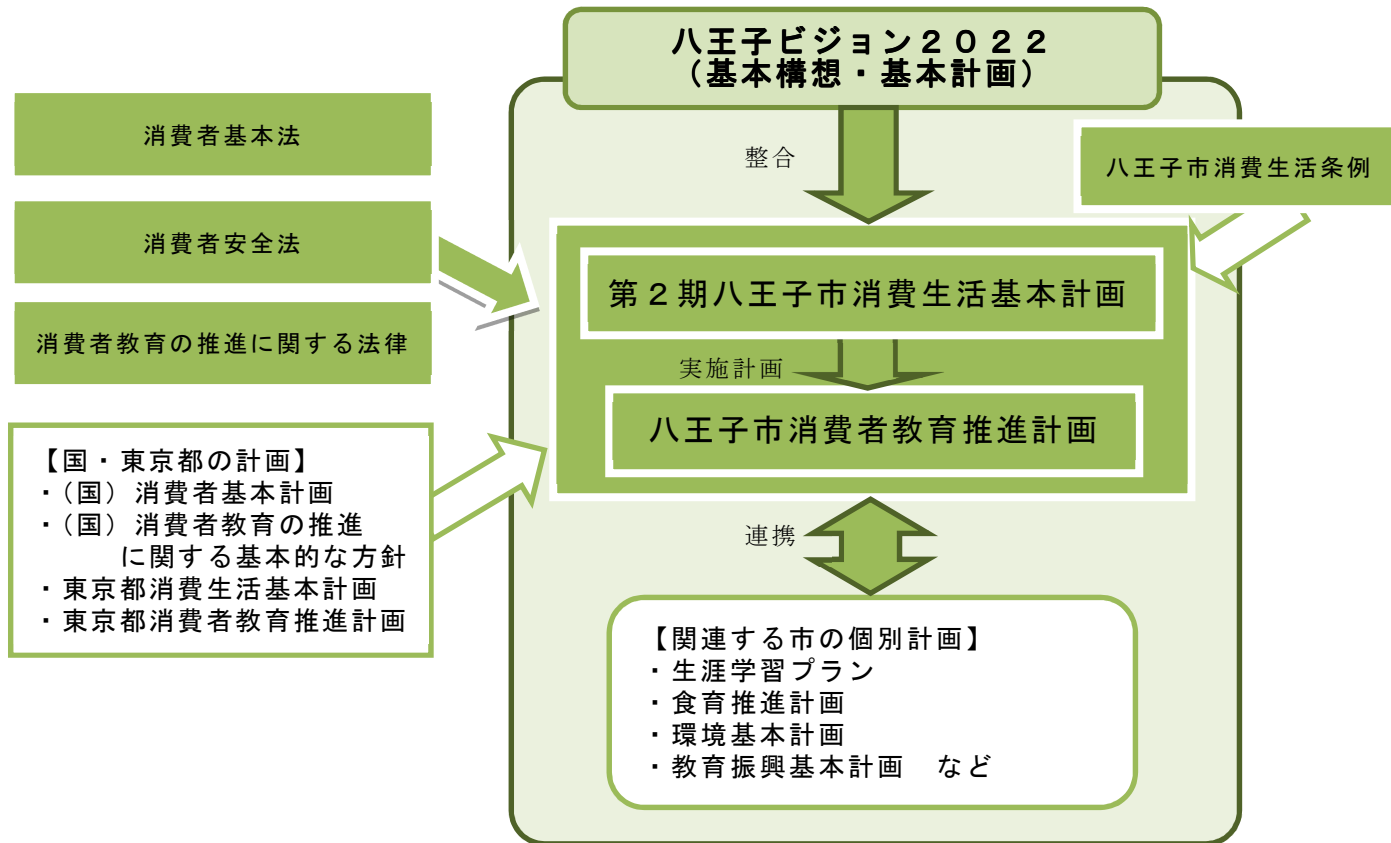
消費者が安心して、安全で豊かな消費生活を営むことのできる社会を実現するために、消費者被害等の速やかな情報提供や被害救済等の適切な対応が重要であることはいうまでもありません。しかし、変化の激しい現代社会においては、単に被害事例について学ぶだけではなく、消費者自身が、事前に被害を認識し、危険を回避したり、被害にあった場合に適切に対処したりすることができる能力が重要であり、「自ら考え自ら行動する」自立した消費者の育成が、今まで以上に求められています。また、現代社会では、自らの消費活動が、社会や環境に影響を及ぼすことを自覚し、誰もが公正かつ持続可能な社会の実現に向けた行動ができるよう支援が求められてきています。

「消費者市民社会」の形成に向け、自ら考え行動できる自立した消費者を育むことを目指し、「八王子市消費者教育推進計画」を策定します。

### 3 計画の位置づけ

「八王子市消費者教育推進計画」は、消費者教育推進法に基づき、消費者教育(\*2)の推進に関する施策・事業を具体的に推進するとともに、第2期消費生活基本計画の重要課題である「消費者教育の推進」に関する施策・事業を具体的に推進していくための実施計画と位置づけます。

【計画の関連図】



## 4 消費者教育が育むべき力

消費者教育の取り組むべき範囲は広く、消費生活のあらゆる領域に関連しているといえます。国の「基本方針」では「消費者教育が育むべき力」として対象領域（学習のテーマ）を4つに分類し、それぞれの領域で育むべき力（目標）を示しています。

領域・テーマ	育むべき力
①消費者市民社会の構築に関する領域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 自らの消費が環境、経済、社会及び文化等の幅広い分野において、他者に影響を及ぼし得るものであることを理解し、適切な商品やサービスを選択できる力</li> <li>・ 公正かつ持続可能な社会の必要性に気づき、その実現に向けて多くの人々と協力して取り組むことができる力</li> <li>・ 消費者が、個々の消費者の特性や消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、主体的に社会参画することの重要性を理解し、他者と協働して消費生活に関連する諸課題の解決のために行動できる力</li> </ul>
②商品等やサービスの安全に関する領域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 商品等やサービスの情報収集に努め、内在する危険を予見し、安全性に関する表示等を確認し、危険を回避できる力</li> <li>・ 商品等やサービスによる事故・危害が生じた際に、事業者に対して補償や改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力</li> </ul>
③生活の管理と契約に関する領域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 適切な情報収集と選択による、将来を見通した意思決定に基づき、自らの生活の管理と健全な家計運営をすることができる力</li> <li>・ 契約締結による権利や義務を明確に理解でき、違法・不公正な取引や勧誘に気づき、トラブルの回避や事業者等に対して補償、改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力</li> </ul>
④情報とメディアに関する領域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 高度情報化社会における情報や通信技術の重要性を理解し、情報の収集・発信により消費生活の向上に役立てることができる力</li> <li>・ 情報、メディアを批判的に吟味して適切な行動をとるとともに、個人情報管理や知的財産保護等、様々な情報を読み解く力を身に付け、活用できる力</li> </ul>

また、「消費者教育は幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行われなければならない」とし、消費者及び消費者教育の推進に従事する者が取り組むべき消費者教育の意義や目標を理解できるよう、学習テーマとライフステージ別に整理した「消費者教育の体系イメージマップ」（資料編参照、消費者庁 消費者教育推進のための体系プログラム研究会 平成25年）が提示されています。

## 5 アンケート調査結果のまとめと考察

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2期消費生活基本計画」及び「八王子市消費者教育推進計画」検討の際の基礎資料とするために、事前に調査を実施しました。

### <調査概要>

調査名	調査対象
学校調査	<p>【調査対象】市内の小学校、中学校、高等学校</p> <p>【調査方法】アンケート票を学校へ配付、自記式</p> <p>【回収結果】135/147校（91.8%）</p>
大学生調査	<p>【調査対象】市内の大学に通う大学生</p> <p>【調査方法】アンケート票を大学構内にて配布・回収 自記式</p> <p>【回収結果】417/574人（72.6%）</p>

※小中、中高一貫校は一校とせず、該当する小学校、中学校、高等学校それぞれを対象として実施しています。

### (1)学校調査 結果概要

#### <調査結果>

##### 【消費者教育実施状況】

- 小学校高学年以降、中学・高校の各学年において、年に数回、家庭科の中で行なっている学校が多くなっています。一方で、小学校の低学年、中学年での取り組みや、教科・領域以外での取り組みはあまり実施されていません。
- 外部講座の活用は少ないですが、実施された講座については良好な感想が多くなっています。
- 外部講座未利用の理由には、「情報不足」や「時間のなさ」を理由とするものが多く、「必要がない」という理由は極少数です。また、外部講座を利用した感想は肯定的なものが多数を占めています。
- 消費者教育を推進するためには「実践事例の紹介」や「児童・生徒向け教材の配布・作成」を求める声が多くなっています。

##### 【教材やテーマについて】

- 希望する教材やテーマは、「DVD等映像の教材」による「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブルについての教材」への要望が特に多くなっています。

##### 【施策要望】

- 市への要望として、「消費者教育・啓発の充実」は最も多くあげられており、消費



者教育推進の必要性は共通認識となっています。

### ＜調査結果の考察＞

小学校では、高学年での取り組みが中心となっており、各学年の発達段階に応じた体系的な取り組みが必要です。また、「教材不足」の課題を解決するために、学年やテーマにあったものを選びやすいよう、国や東京都、各団体が作成している教材の情報提供や、教育委員会、教員と連携し、学校現場のニーズに応じた教材開発も必要です。

専門的な知識や事例を紹介できる外部講座は有効ですが、まだ十分に利用はされていません。利用した学校の感想は好評で、課題の上位に「指導者や講師となる人材の情報がえられない」があることから、教育委員会と連携し、外部講座のプログラムや申込み方法等、教員の目につきやすい場や方法での周知が必要です。

市への要望としては「消費者教育・啓発の充実」が最も多く、消費者教育推進の必要性は共通認識されています。

## (2)大学生調査 結果概要

### ＜調査結果＞

#### 【消費生活問題への関心】

- 関心のある消費生活問題は、「食品の安全性」と「インターネット・スマートフォン（携帯電話を含む）等通信に関するトラブルについて」が多く、実際、この1年間のインターネットを使った商品、サービス、デジタルコンテンツ等の購入経験のある人は8割に上ります。
- この1年間に何らかの消費生活トラブルにあった人は1割強、その原因形態は「通信販売（カタログ、テレビ、インターネット等で購入した）」が多くなっています。一方で、消費生活トラブルにあった後にも「大した被害ではない」、「相談するのが面倒」といった理由や「自分にも責任がある」との理由から「何もしなかった」人が多くなっています。

#### 【消費生活センターの認知状況】

- 東京都消費生活センター（東京都消費生活総合センター）や八王子市消費生活センターの認知は2割程度です。また、消費生活センター等を知ったきっかけは「学校で教わった」が最も多くなっています。

#### 【受けたことのある消費者教育】

- これまでに消費者教育（啓発を含む）を受けたことがある人は4割程度、消費者教育を受けた機会は、「小中学校、高等学校の授業」や「課外授業・特別授業・見学など」が多くを占めています。

## 第1部 消費者教育の背景と趣旨

- 「消費者自身が知識を身に付けて、トラブルにあわないように注意する」ことが、消費生活トラブルにあわないために必要であるという認識を多くの人が持っています。

### 【施策要望】

- 市への要望として、「悪質事業者の取締の強化」、「消費者教育・啓発の充実」、「消費者被害に関する迅速な情報提供の充実」の3項目が多くなっています。

### <調査結果の考察>

インターネットやスマートフォンを利用した購入が日常的なものとなったことで、それに伴うリスクや、被害にあった際に相談する場（消費生活センター）の啓発・周知が必要です。

消費者トラブルにあわないために必要であることは「消費者自身が知識を身に付けて、トラブルにあわないように注意する」が最も多く、また、トラブルにあった場合も「自分にも責任があると思ったから」という理由で何もしなかった学生が多いことから、消費生活に自らの責任を意識していることが見られます。

市への要望も「消費者教育・啓発の充実」が上位であり、「自分で考え、自ら行動する」自立した消費者になるための消費者教育が必要です。

## 第2部 計画の事業展開

### 第1章 計画の事業展開の方向性

消費者市民社会の実現に向けて、本市の消費者教育推進の基本的な方向性を次のとおり定めます。

**1**

#### 効果的な啓発・情報提供

消費生活を送る上で必要となる情報が、それを必要としている消費者の手元に届くよう、よりの確に対象を絞った情報提供方法を工夫するなど、多様な形態での情報提供を進めます。また、消費者市民社会の啓発など、消費者教育の必要性・重要性についても情報発信していきます。

**2**

#### ライフステージや様々な特性 に応じた体系的な消費者教育

生涯学習の観点に立ち、幼児期から高齢期までの各段階や、学校、地域、家庭、職域といった様々な場の特性に応じた、体系的な消費者教育を、関係団体等との役割分担・連携のもと推進します。発達段階ごとに求められる学習目標に応じて内容や方法を工夫していきます。

**3**

#### 公正かつ持続可能な社会 に向けた取り組み

消費者が、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、社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼす可能性があることを自覚し、公正かつ持続可能な社会の実現に向けた行動ができるよう、特に関心の高い食の安全や安心等の身近なテーマを入り口に、啓発やイベントを通じて支援していきます。

**4**

#### 消費者教育の担い手の育成・活用

ライフステージや場に応じた消費者教育を行うため、消費者教育と関連のある多様な分野で担い手となる人材の発掘・育成や活用を図ります。また、ライフステージごとに利用しやすいパンフレットやDVD等の教材の充実とその活用を図ります。

## 第2章 事業の内容

### 1 効果的な啓発・情報提供

#### (1) 多様な形態での情報提供

市広報・ホームページ、テレメディア、消費生活ニュース、くらしのレポート、などの多様な情報媒体を活用し、消費者及び事業者に分かりやすく、適切な情報を伝えます。また、若者を中心に普及しているSNSの活用や街頭での啓発など、対象や内容に応じた効果的で迅速な情報提供に取り組みます。

事業例	所管課
<ul style="list-style-type: none"> <li>・市広報・ホームページなどによる情報提供</li> <li>・消費生活ニュース・くらしのレポートなどによる情報提供</li> <li>・SNSによる情報提供</li> </ul>	消費生活センター

#### (2) 専門的な講座の実施

(独) 国民生活センター、東京都金融広報委員会や事業者団体など専門的な知識をもった関係機関と連携して講座を実施します。

事業例	所管課
<ul style="list-style-type: none"> <li>・国民生活センターや東京都などによる専門的な講座の開催</li> </ul>	消費生活センター

#### (3) 出前講座の実施

町会・自治会、地域包括支援センターなどと連携して、職員が講師として市民の元へ出向く出前講座を実施します。

事業例	所管課
<ul style="list-style-type: none"> <li>・出前講座の実施</li> </ul>	消費生活センター

#### (4)各種イベントでの啓発

市民と協力して、消費生活フェスティバル、環境フェスティバル、生涯学習フェスティバル、パネル展などの様々なイベントの機会を利用して消費者に啓発活動を実施します。

事業例	所管課
<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費生活フェスティバル、パネル展の開催</li> <li>・環境フェスティバル、生涯学習フェスティバルでの啓発活動</li> </ul>	消費生活センター

#### (5)民間施設への啓発冊子の配備

消費者にわかりやすい啓発冊子を作成し、市民に配布します。情報が得にくい高齢者が消費者被害などの情報を把握しやすいように公の施設だけでなく、民間の施設への啓発冊子の配備などを推進します。

事業例	所管課
<ul style="list-style-type: none"> <li>・わかりやすい啓発冊子の配布</li> <li>・民間施設への啓発冊子の配備</li> </ul>	消費生活センター

#### (6)地域活動団体等への学習支援

地域で活動する団体や児童館などの地域活動拠点に向け、消費者教育に関する学習活動の支援を行います。また、市民のニーズにあった消費生活講座や出前講座を実施し、消費生活に関する意識を高める学習機会を提供します。

事業例	所管課
<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者教育に関連した講座の開設・実施</li> </ul>	消費生活センター
<ul style="list-style-type: none"> <li>・出前講座の実施</li> </ul>	児童青少年課
<ul style="list-style-type: none"> <li>・児童館などと連携した学習機会の提供</li> </ul>	生涯学習政策課

## 2

## ライフステージや様々な特性 に応じた体系的な消費者教育

### (1) 幼児(保護者等を含む)

幼稚園・保育所における日々の教育・保育の実践における取り組みのほか、できるだけ早い時期から幼児とその保護者が、自らの安全を守る知識を身に付けられるよう、子育て中の保護者が集まるイベント等で消費者教育を行います。

事業例	所管課
<ul style="list-style-type: none"> <li>・親子で参加できる学習会の開催</li> <li>・保護者会やPTA活動など関連団体への出前講座の実施</li> <li>・乳幼児健診等の子育て中の親が集まる場を活用した情報提供</li> <li>・乳幼児を対象とした事故防止ガイド(東京都)の活用</li> </ul>	消費生活センター 保育幼稚園課

### (2) 小学生・中学生・高校生

小さい頃から消費に対する関心を高めていくために、学習指導要領などに基づき、社会科(生産から販売の消費生活の様子)、家庭科(物や金銭の使い方と買い物)をはじめ、幅広い領域において消費者教育を実施します。また、学校外における学習機会の提供に努めます。

事業例	所管課
<ul style="list-style-type: none"> <li>・学習指導要領に基づく消費者教育の実施</li> <li>・学校関係者が活用しやすい出前講座や教材の開発と情報提供</li> <li>・児童館などと連携した学習機会の提供</li> <li>・PTA活動など関連団体への出前講座の実施</li> </ul>	消費生活センター 指導課 児童青少年課

### (3) 若者(大学生・新社会人等)

学生を中心とした若者に効果的に情報提供を行うために、大学コンソーシアム八王子を通じた情報提供をはじめ、新入生ガイダンスでの周知・啓発、大学などにおける出前講座・パネル展などを実施します。また、大学教職員向けの消費者教育研修を開催するなど、学生を取り巻く関係者への意識啓発と情報提供も進めていきます。また、市内企業と連携して、新社会人への啓発活動を実施します。

事業例	所管課
<ul style="list-style-type: none"> <li>・大学コンソーシアム八王子との連携</li> <li>・新入生ガイダンスでの周知・啓発と新入社員に対する周知・啓発</li> <li>・大学などにおける出前講座・パネル展の開催</li> <li>・大学職員向けの消費者教育の実施</li> <li>・SNSを活用した情報提供</li> </ul>	消費生活センター 学園都市文化課 産業政策課

## (4)成人一般

情報紙の発行やホームページ等を活用した情報発信、講座、講演会の開催などの他、職場や事業団体などの研修への参加など、市内で働く従業員に対する消費者教育や啓発活動を行います。また、本市の消費生活センターの更なるPRに努めるとともに、すべてのライフステージを対象とした講座を生涯学習の一環として推進します。

事業例	所管課
<ul style="list-style-type: none"> <li>・情報紙の発行、出前講座の実施</li> <li>・社員研修等への講師派遣、出前講座の実施</li> <li>・啓発用DVDの作成、貸出</li> <li>・消費者教育に関連した講座の開設・実施</li> </ul>	消費生活センター 産業政策課 生涯学習政策課

## (5)高齢者

シニアクラブへの出前講座など直接的な教育機会の提供にとどまらず、消費者被害にあうリスクの高い高齢者に対して安心して消費生活を送ることができるように、民生委員児童委員協議会、地域包括支援センターなど、対象となる消費者に日ごろ接している関係機関に向けた見守り講座を開催するなど、効果的に情報提供ができるように取り組んでいきます。

事業例	所管課
<ul style="list-style-type: none"> <li>・高齢者見守り講座の活用</li> <li>・高齢者が集まる機会を利用した情報提供、講座の実施</li> <li>・生活協同組合等と連携した消費者教育の実施</li> </ul>	消費生活センター 福祉政策課 高齢者福祉課

## (6)障害者

障害者が安心して消費生活を送ることができるように社会福祉施設や福祉サービス提供事業者など、地域の福祉関係機関に向けた見守り講座を開催するなど、効果的に情報提供ができるように取り組んでいきます。

事業例	所管課
<ul style="list-style-type: none"> <li>・障害者支援者への消費者教育</li> <li>・障害者支援施設等への情報提供、講座の実施</li> <li>・障害特性に配慮した情報提供の充実</li> </ul>	消費生活センター 障害者福祉課

## (7)外国人市民

外国人市民を対象に消費者トラブル防止の啓発活動、多言語のホームページや八王子国際協会等を通じた消費者トラブルに関する情報提供を行います。

事業例	所管課
<ul style="list-style-type: none"> <li>・多言語ホームページでの情報提供</li> <li>・外国人向け出前講座の検討</li> <li>・八王子国際協会等を通じた情報提供</li> </ul>	消費生活センター 多文化共生推進課

# 3

## 公正かつ持続な可能な社会 に向けた取り組み

### (1)食育と地産地消の推進

第2期八王子市食育推進計画に基づき、幼児から高齢者まですべてのライフステージを対象に、教材作成を進めながら地域一体となった取り組みを進めます。また、「地産地消」を推進するとともに、生産者と消費者の交流を図り、農業体験等に取り組みます。

小中学校においては、食育リーダーを中心とした食育推進体制を組織し、食に関する指導の全体計画や年間指導計画の作成、授業改善を支援するなど、各教科・領域、給食・給食時間を通して、食育を実践します。

事業例	所管課
<ul style="list-style-type: none"> <li>・食育の推進</li> <li>・小・中学校での食育の実践</li> <li>・地産地消の推進</li> <li>・農業体験の実施</li> </ul>	健康政策課 指導課 保健給食課 農林課

### (2)食の安心と食品表示

消費者が「食」に関する知識と「食」を選択する力を習得できるよう、食育推進運動とともに消費者教育を推進します。また、食品の表示を正しく理解し活用できる消費者の育成に努めます。

事業例	所管課
<ul style="list-style-type: none"> <li>・「食品表示」に関する講座の開設</li> </ul>	消費生活センター 生活衛生課



### (3)環境関連講座等の開催

市民の環境への関心と理解を深め、環境に配慮した消費行動を推進するため、環境フェスティバルをはじめとする環境関連の各種イベント、講座を実施します。

事業例	所管課
・環境フェスティバルの開催、関連講座・イベントの開催	環境政策課

### (4)ごみ減量の啓発

ごみの減量・資源化に向けた意識の高揚と行動を促進するため、ダンボールコンポスト講習会や各種啓発活動、イベントなどを実施します。清掃工場においては、環境教育・学習や環境情報の発信などを総合的に行う拠点づくりを進めるため、環境関連の各種イベント、講座を実施します。

事業例	所管課
・ごみ減量・リサイクル推進の啓発活動の実施 ・ダンボールコンポスト講習会の開催 ・清掃工場における各種イベント、講座の開催	ごみ減量対策課 戸吹クリーンセンター 北野清掃工場

### (5)倫理的(エシカル)消費の啓発

障害者の作った製品やフェアトレード商品の購入など、人や社会・環境に配慮した消費行動を推進するため、倫理的(エシカル)消費(\*3)関連の各種イベント、講座を実施します。

学習指導要領などに基づき、社会科、家庭科をはじめ、幅広い領域において消費者教育を実施します。

事業例	所管課
・倫理的(エシカル)消費関連講座・イベントの開催 ・小・中学校での環境学習の実施 ・学習指導要領に基づく消費者教育の実施 ・学校関係者が活用しやすい出前講座や教材の開発と情報提供	消費生活センター 指導課

## 4

## 消費者教育の担い手の育成・活用

## (1)消費者教育の担い手の育成

消費者が生涯を通じて学べるよう、消費関連団体をはじめ、学校や地域の人材、消費者個人など、消費者教育の幅広い担い手を育成して行きます。

事業例	所管課
<ul style="list-style-type: none"> <li>・東京都と連携した人材育成</li> <li>・教員向けの消費者教育研修の実施</li> <li>・関係機関の開催する研修への消費生活相談員の積極的な参加</li> </ul>	消費生活センター 指導課

## (2)教育資材の作成・活用

自主的な学習活動支援を行うため、消費関連教材の開発と、貸出などの活用を図ります。

事業例	所管課
<ul style="list-style-type: none"> <li>・関連図書、DVDの充実</li> <li>・啓発パンフレットや教材の開発</li> <li>・小・中学生用、高校生用の教材開発と情報提供</li> </ul>	消費生活センター 指導課

## (3)消費者団体・事業者団体等との連携

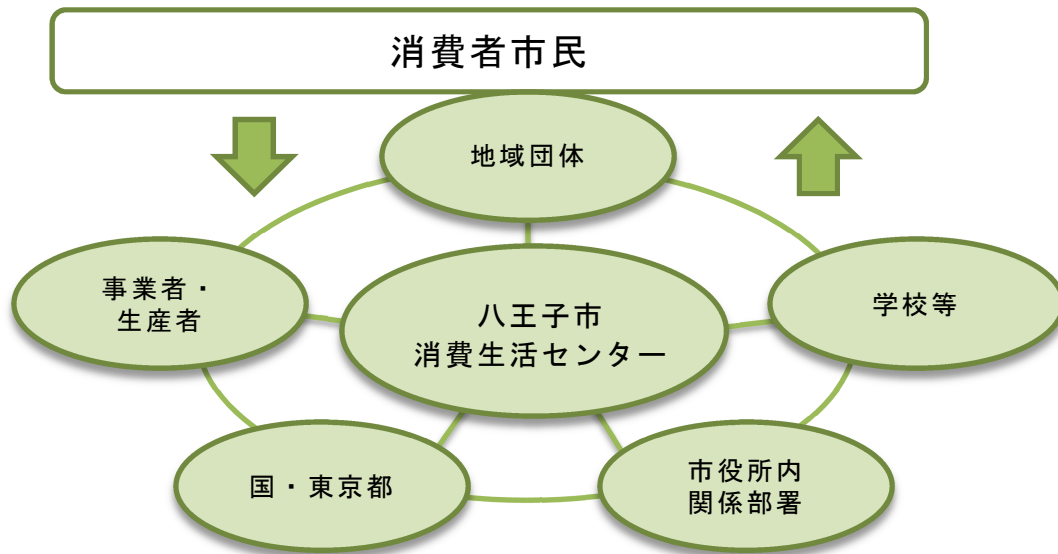
行政の消費生活部門、教育機関や消費者団体だけでなく、事業者・事業者団体、民間機関など、消費者教育等を担いうる多様な団体・機関と連携し、それぞれの得意分野のノウハウを有効に活用していきます。

事業例	所管課
<ul style="list-style-type: none"> <li>・商店会・商工会議所との連携による啓発と消費者教育の実施</li> <li>・大学との連携した消費者教育の実施</li> <li>・消費者団体等と連携した講座やイベントの開催</li> </ul>	消費生活センター

## 第3部 計画の推進

### 1 計画の推進体制

八王子市消費者教育推進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、市役所内関係部署、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みます。





---

## 資料編

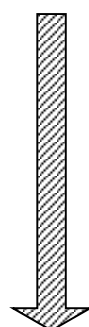


## 1 計画策定の経過

八王子市消費者教育推進協議会設置要綱の制定（平成 28 年 4 月 1 日）



八王子市消費生活審議会に諮問（平成 28 年 5 月 26 日）  
【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あり方について】



### 八王子市消費者教育推進協議会開催

第 1 回（平成 28 年 9 月 15 日）

第 2 回（平成 28 年 10 月 24 日）

八王子市消費生活審議会から答申（平成 28 年 11 月 21 日）  
【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あり方について】



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  
（素案）



パブリックコメント（平成 29 年 1 月 16 日～平成 29 年 2 月 15 日）



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

## 2 八王子市消費者教育推進協議会設置要綱

平成28年4月1日決定

(設置)

第1条 八王子市（以下「市」という。）における消費者教育を推進するため、八王子市消費者教育推進協議会（以下「協議会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 協議会は、前条に規定する目的を達成するため、次に掲げる事項について協議する。

- (1) 市における消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して協議会の委員相互の情報の交換及び調整を行うこと。
- (2) 消費者教育推進計画の作成又は変更に関して意見を述べること。

(組織)

第3条 協議会は、委員16人以内で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱し、又は任命する。

- (1) 八王子市消費生活審議会（以下「審議会」という。）の委員
- (2) 八王子市立小・中学校長
- (3) 八王子市教育委員会事務局学校教育部統括指導主事
- (4) 八王子市市民部長
- (5) 八王子市市民部消費生活センター所長
- (6) 前各号に定める者のほか、市長が必要と認める者

(委員の任期)

第4条 委員の任期は2年とし、再任を妨げない。ただし、最初の任期は平成29年6月7日までとする。

2 委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(会長及び副会長)

第5条 協議会に会長及び副会長を置き、審議会の会長、副会長がその任にあたる。

2 会長は、会務を総理し、協議会を代表する。

3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第6条 協議会は、会長が招集する。

2 会議の議長は、会長が務める。

3 協議会は、協議会委員の過半数が出席しなければ、会議を開くことができない。

4 協議会の議事は、出席した協議会委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、会長の決するところによる。

5 協議会の会議は、公開とする。ただし、協議会が公開することが適当でないと認めるときは、この限りでない。



6 協議会は、会議の運営上必要があると認めるときは、協議会委員以外の者を会議に出席させ、その意見を聴き、又は資料の提出を求めることができる。

7 会長は、必要に応じて委員以外の者の会議への出席を求め、意見または説明を求めることができる。

(庶務)

第7条 協議会の庶務は、市民部消費生活センターにおいて処理する。

(委任)

第8条 前各項に定めるもののほか、協議会の運営について必要な事項は、会長が協議会に諮って定める。

附則

この要綱は、平成28年8月1日から施行する。

### 3 八王子市消費者教育推進協議会 委員名簿

■任期:平成 28 年 8 月 1 日～平成 29年6月7日

◎会長 ○副会長 (敬称略)

氏名	所属	区分
◎和田 清美	首都大学東京都市教養学部 都市政策コース 教授	学識経験者
○鈴木 麗加	東京弁護士会多摩支部 弁護士	
西島美奈子	市民委員	八王子市消費生活審議会委員 消費者
樋口 勝美	市民委員	
佐々木昭夫	市民委員	
北出 義則	八王子商工会議所	事業者
深沢 靖彦	八王子市商店会連合会	
今井 婉子	八王子市民生委員児童委員協 議会	その他の関係団体
赤木 省三	八王子市消費生活啓発推進委 員会	
栗本 正男	八王子市町会自治会連合会	
日浦 雅	八王子市立上壺分方小学校長	八王子市立小・中学校長
竹口 君夫	八王子市立第二中学校長	
木下 和彦	東京都立八王子東高等学校長	東京都立高等学校長
斉藤 郁央	八王子市教育委員会事務局学 校教育部統括指導主事	八王子市教育委員会事務局 学校教育部統括指導主事
原田 親一	八王子市市民部長	八王子市市民部長
大日向由紀子	八王子市市民部消費生活セン ター所長	八王子市市民部消費生活セン ター所長

## 4 消費者教育推進法(抜粋)

### (定義)

第二条 この法律において「消費者教育」とは、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（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動をいう。

2 この法律において「消費者市民社会」とは、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をいう。

### (基本理念)

第三条 消費者教育は、消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結び付けることができる実践的な能力が育まれることを旨として行われなければならない。

2 消費者教育は、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旨として行われなければならない。

3 消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行われるとともに、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮した適切な方法で行われなければならない。

4 消費者教育は、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場の特性に応じた適切な方法により、かつ、それぞれの場における消費者教育を推進する多様な主体の連携及び他の消費者政策との有機的な連携を確保しつつ、効果的に行われなければならない。

5 消費者教育は、消費者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与える影響に関する情報その他の多角的な視点に立った情報を提供することを旨として行われなければならない。

6 消費者教育は、災害その他非常の事態においても消費者が合理的に行動することができるよう、非常の事態における消費生活に関する知識と理解を深めることを旨として行われなければならない。

7 消費者教育に関する施策を講ずるに当たっては、環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育に関する施策との有機的な連携が図られるよう、必要な配慮がなされなければならない。

## 5 「消費者教育の体系のイメージマップ」

		幼児期	小学生期	中学生期
各期の特徴		様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、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
重点領域				
消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解	おつかいや買い物に関心をもちよう	消費をめぐる物と金銭の流れを考えよう	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう
	持続可能な消費の実践	身の回りのものを大切にしよう	自分の生活と身近な環境とのかかわりに気づき、物の使い方などを工夫しよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう
	消費者の参画・協働	協力することの大切さを知ろう	身近な消費者問題に目を向けよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	くらしの中の危険や、ものの安全な使い方に気づこう	危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手段を知り、使おう
	トラブル対応能力	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう
生活の管理と契約	選択し、契約することへの理解と考える態度	約束やきまりを守ろう	物の選び方、買い方を考え適切に購入しよう 約束やきまりの大切さを知り、考えよう	商品を適切に選択するとともに、契約とそのルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう
	生活を設計・管理する能力	欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう お小遣いを考えて使おう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう 買い物や貯金を計画的にしよう
情報とメディア	情報の収集・処理・発信能力	身の回りのさまざまな情報に気づこう	消費に関する情報の集め方や活用の仕方を知ろう	消費生活に関する情報の収集と発信の技能を身に付けよう
	情報社会のルールや情報モラルの理解	自分や家族を大切にしよう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを知ろう	著作権や発信した情報への責任を知ろう
	消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを知ろう

※本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容につ

高校生期	成人期			Ver.1.0
	特に若者	成人一般	特に高齢者	
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	
生産・流通・消費・廃棄が環境、経済や社会に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考える習慣を身に付けよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響に配慮して行動しよう	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響に配慮することの大切さを伝え合おう	
持続可能な社会を目指して、ライフスタイルを考えよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを探そう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践しよう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝え合おう	
身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に協働して取り組むことの重要性を理解しよう	消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう	地域や職場で協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくろう	支え合いながら協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくろう	
安全で危険の少ない暮らしと消費社会を目指すことの大切さを理解しよう	安全で危険の少ない暮らし方をする習慣を付けよう	安全で危険の少ない暮らしと消費社会をつくろう	安全で危険の少ない暮らしの大切さを伝え合おう	
トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しやすい社会をつくろう	支え合いながらトラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう	
適切な意思決定に基づいて行動しよう 契約とそのルールを活用について理解しよう	契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう	契約とそのルールを理解し、くらしに活かそう	契約トラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝え合おう	
主体的に生活設計を立ててみよう 生涯を見通した生活経済の管理や計画を考えよう	生涯を見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を実践しよう	経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的な暮らしをしよう	生活環境の変化に対応し支え合いながら生活を管理しよう	
情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう	情報と情報技術を適切に利用する習慣を身に付けよう	情報と情報技術を適切に利用するくらしをしよう	支え合いながら情報と情報技術を適切に利用しよう	
望ましい情報社会のあり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を付けよう	トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくろう	支え合いながら、トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくろう	
消費生活情報を評価、選択の方法について学び、社会との関連を理解しよう	消費生活情報を主体的に吟味する習慣を付けよう	消費生活情報を主体的に評価して行動しよう	支え合いながら消費生活情報を上手に取り入れよう	

いて体系的に組み立て、理解を進めやすいように整理したものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。

## 6 アンケート調査結果概要

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2期消費生活基本計画」及び「八王子市消費者教育推進計画」検討の際の基礎資料とするために、事前に調査を実施しました。

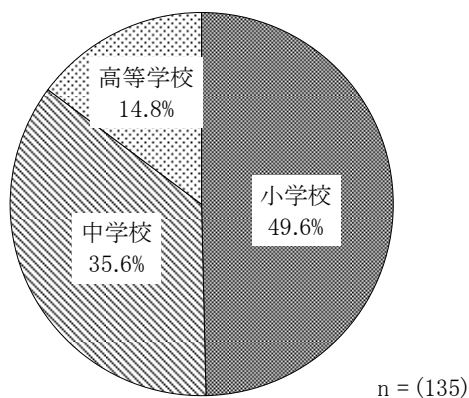
### <調査概要>

調査名	調査対象
学校調査	【調査対象】市内の小学校、中学校、高等学校 【調査方法】アンケート票を学校へ配付、自記式 【回収結果】135/147校（91.8%）
大学生調査	【調査対象】市内の大学に通う大学生 【調査方法】アンケート票を大学構内にて配布・回収 自記式 【回収結果】417/574人（72.6%）

※小中、中高一貫校は一校とせず、該当する小学校、中学校、高等学校それぞれを対象として実施しています。

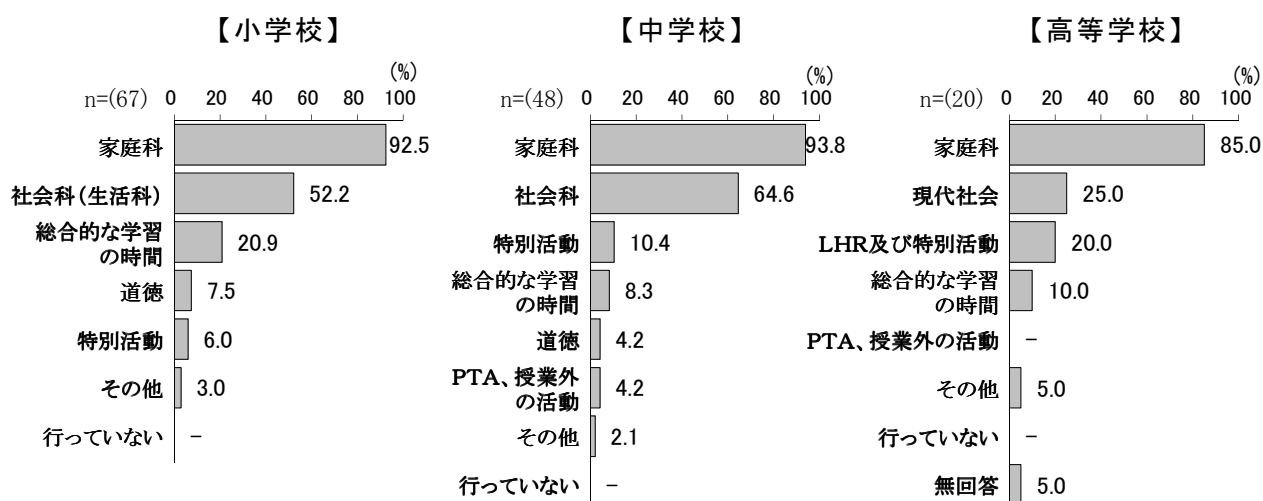
## 学校調査結果概要

### (1) 学校内訳



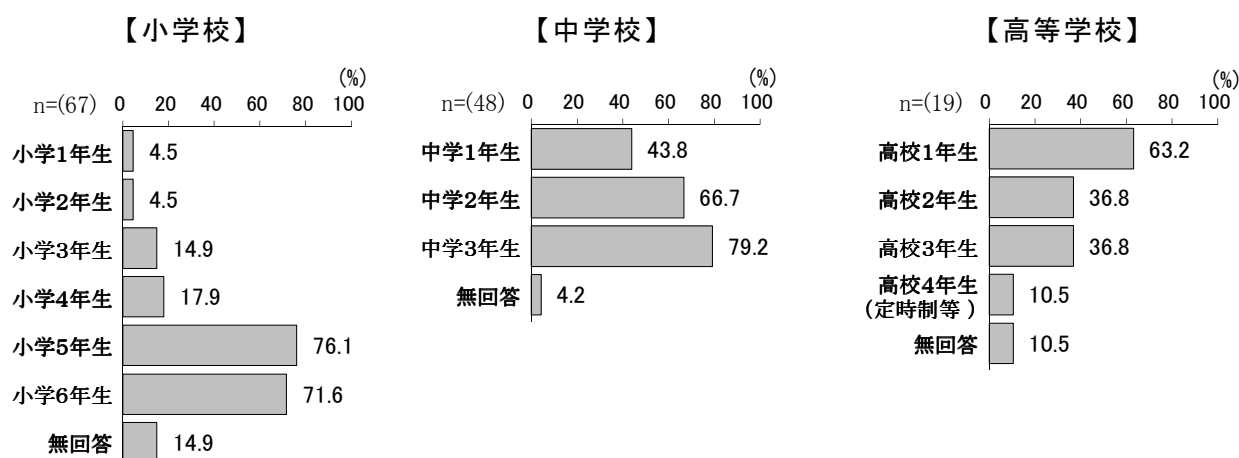
学校内訳は、「小学校」が49.6%、「中学校」が35.6%、「高等学校」が14.8%となっています。

## (2) 消費者教育に関する指導教科・領域（複数回答）



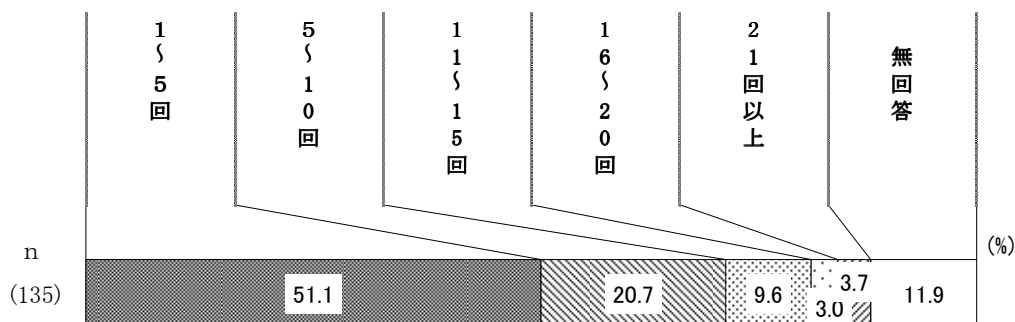
消費者教育に関する指導を行っている教科・領域は、家庭科が8割以上と多くなっています。小学校、中学校では「社会科」も5割以上となっています。また、「行っていない」という学校はいずれもありません。

## (3) 消費者教育に関する指導の対象（複数回答）



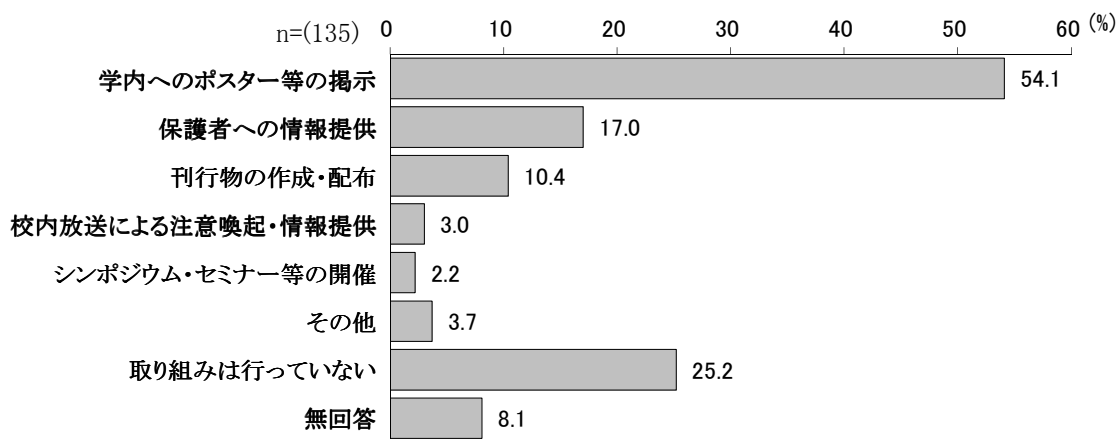
消費者教育に関する指導を行っている対象は、小学校では「5年生」以上（7割台）、中学校では「3年生」（79.2%）、高等学校では「1年生」（63.2%）が最も多くなっています。

(4) 消費者教育実施回数 (年間/全学年合計)



1年間の消費者教育実施回数(全学年の合計回数)は、「1~5回」が51.1%と多くなっています。

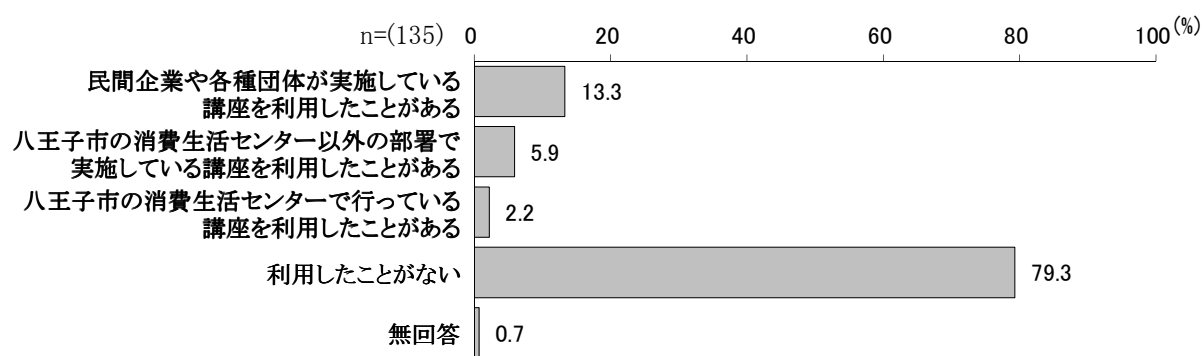
(5) 教科・領域以外の消費者教育に関する取り組み(複数回答)



教科・領域以外の消費者教育に関する取り組みは、「学内へのポスター等の掲示」が54.1%で特に多くなっています。一方、「取り組みは行っていない」も25.2%となっています。



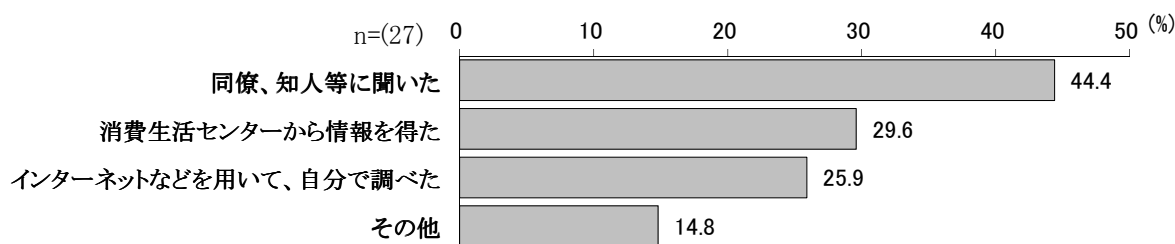
## (6) 外部講座等の利用状況（複数回答）



消費者教育を行う際に外部講座等を「利用したことがない」が79.3%と多くなっています。利用状況は、「民間企業や各種団体が実施している講座」が13.3%となっています。

## (7) 講座等を知ったきっかけ（複数回答）

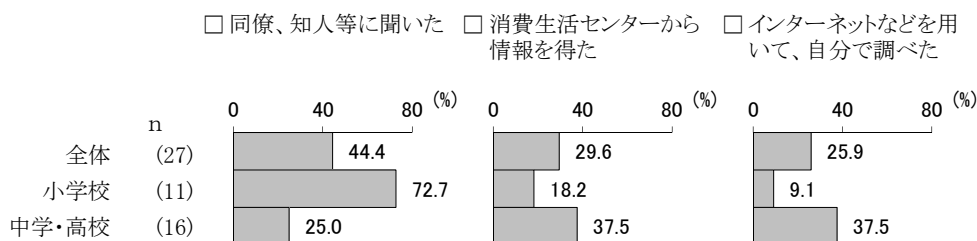
※講座等の利用経験があると回答した方



講座等を知ったきっかけは、「同僚、知人等に聞いた」が44.4%で最も多く、次いで、「消費生活センターから情報を得た」(29.6%)、「インターネットなどを用いて、自分で調べた」(25.9%)が2割台となっています。

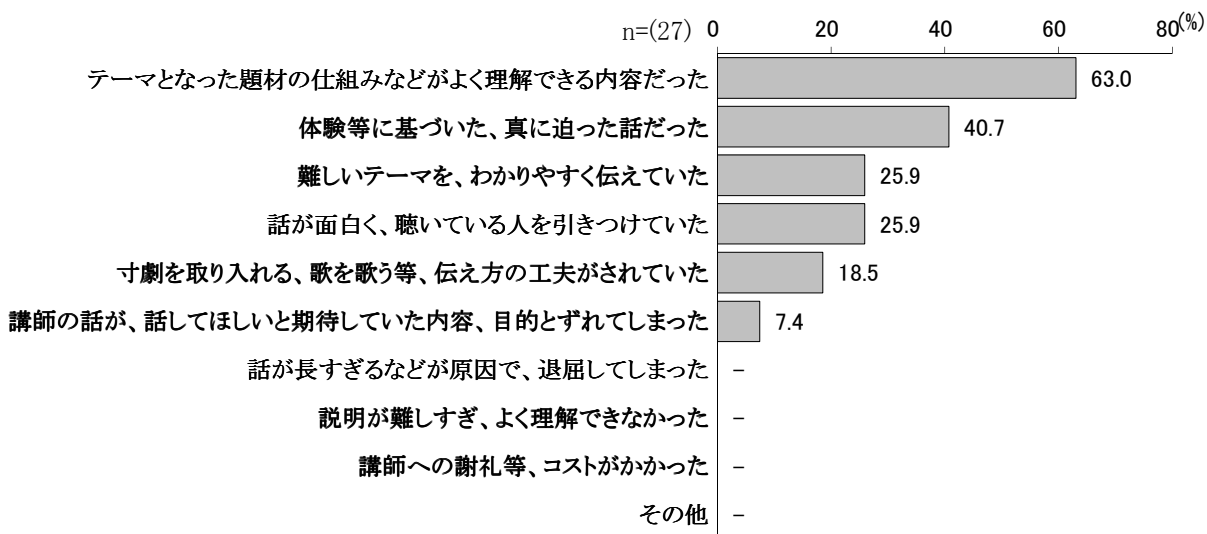
学校別にみると、小学校では「同僚、知人等に聞いた」が多くなっています。

## 学校別



(8) 講座等の感想 (複数回答)

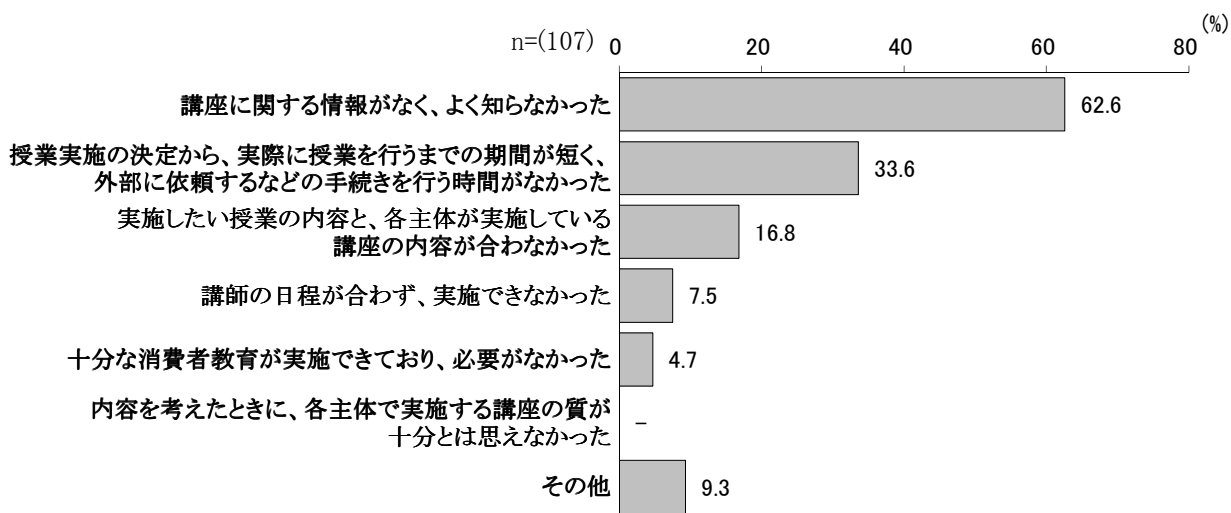
※講座等の利用経験があると回答した方



実施した講座等の内容の感想は、「テーマとなった題材の仕組みなどがよく理解できる内容だった」が63.0%で最も多く、次いで、「体験等に基づいた、真に迫った話だった」が40.7%となっています。

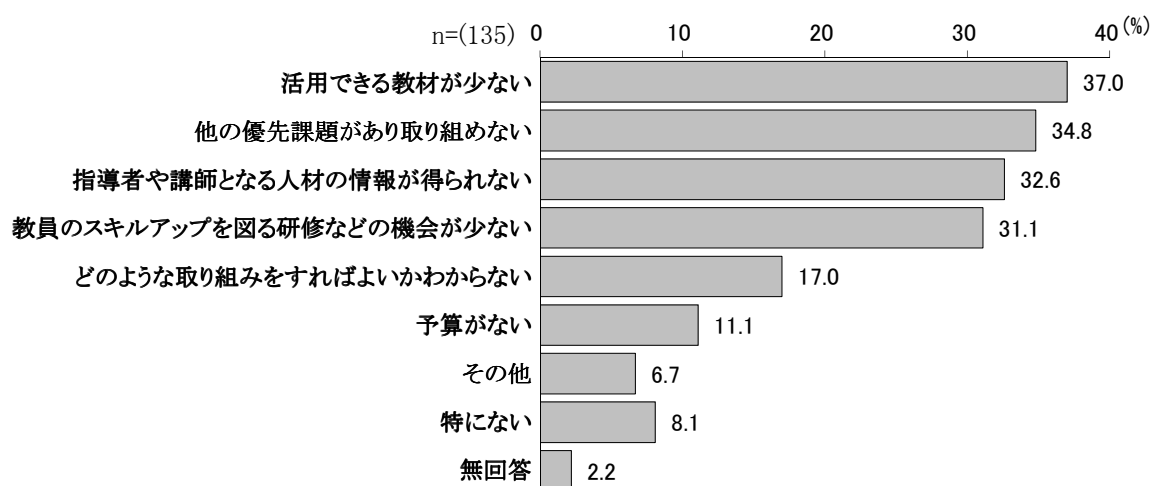
(9) 講座等を利用しなかった理由 (複数回答)

※講座等を利用したことがないと回答した方



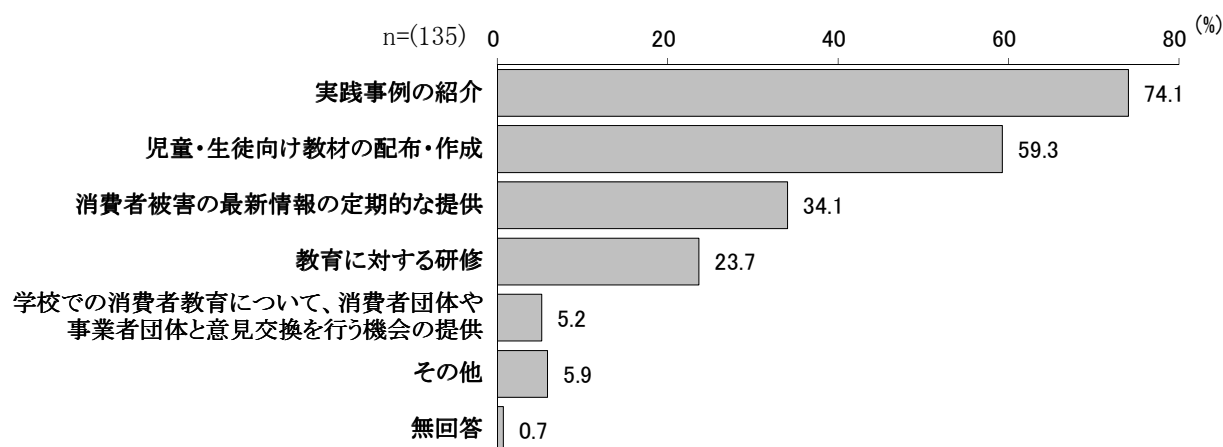
講座等を利用しなかった理由は、「講座に関する情報がなく、よく知らなかった」が62.6%で最も多く、次いで、「授業実施の決定から、実際に授業を行うまでの期間が短く、外部に依頼するなどの手続きを行う時間がなかった」が33.6%となっています。

## (10) 消費者教育推進の課題（複数回答）



消費者教育を推進するにあたって課題となっていることは、「活用できる教材が少ない」（37.0%）をはじめ、「他の優先課題があり取り組めない」（34.8%）、「指導者や講師となる人材の情報が得られない」（32.6%）、「教員のスキルアップを図る研修などの機会が少ない」（31.1%）が3割台で続いています。

## (11) 学校での消費者教育に必要なこと（複数回答）

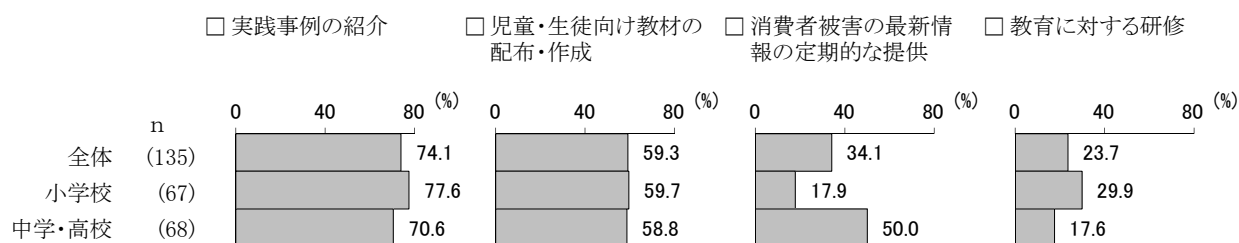


学校において消費者教育を推進するために必要だと思うことは、「実践事例の紹介」（74.1%）と「児童・生徒向け教材の配布・作成」（59.3%）が多くなっています。

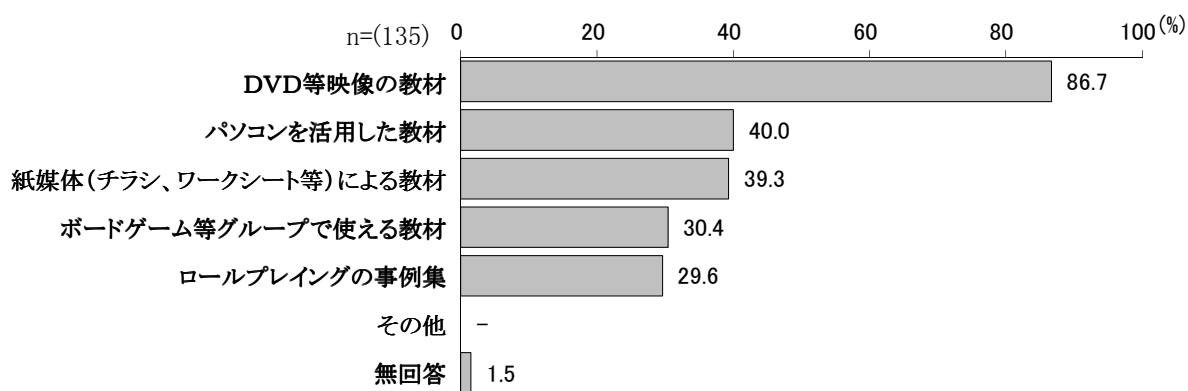
## 資料編

学校別にみても「実践事例の紹介」、「児童・生徒向け教材の配布・作成」が6割近くから7割台と多くなっていますが、中学・高等学校では「消費者被害の最新情報の定期的な提供」(50.0%)も多くなっています。

### 学校別（上位4項目）

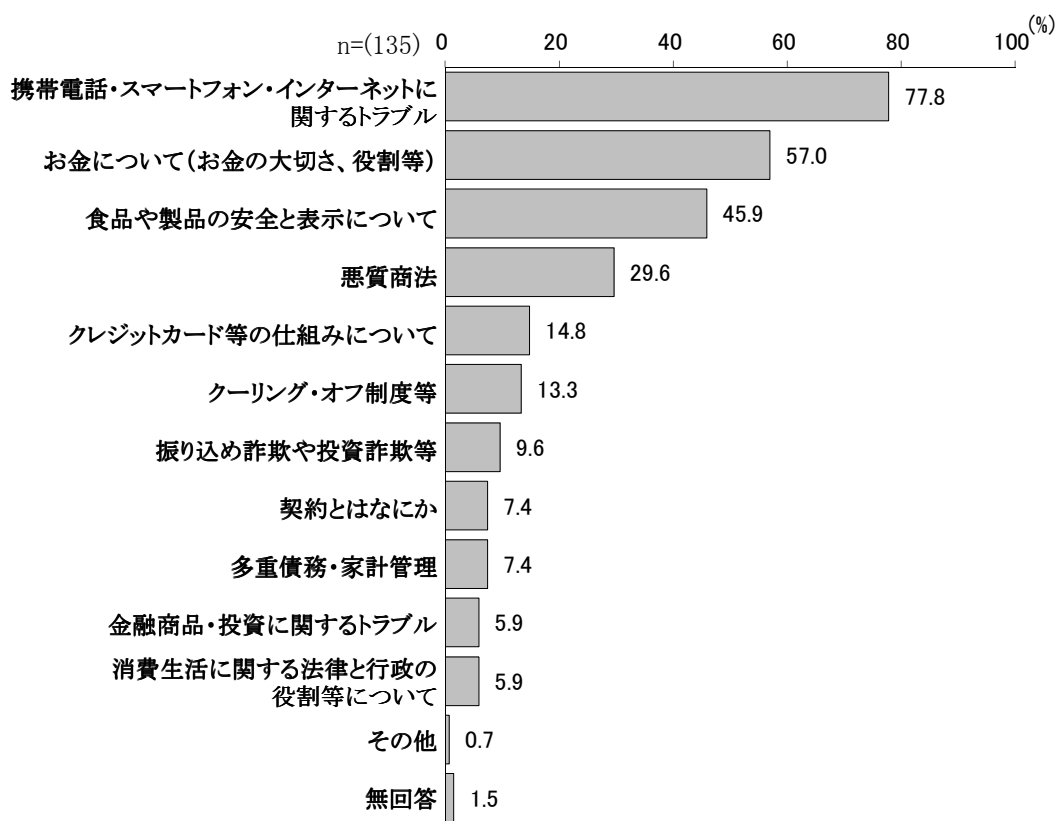


### (12) 授業等で活用しやすい教材（複数回答）



授業等で活用しやすい、または効果があると思われる教材は、「DVD等映像の教材」が86.7%で特に多くなっています。次いで、「パソコンを活用した教材」が40.0%、「紙媒体（チラシ、ワークシート等）による教材」とが39.3%となっています。

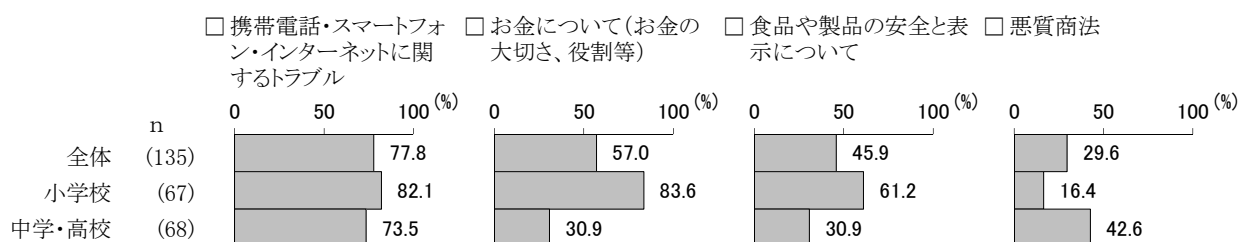
## (13) 教材で希望するテーマ（複数回答）



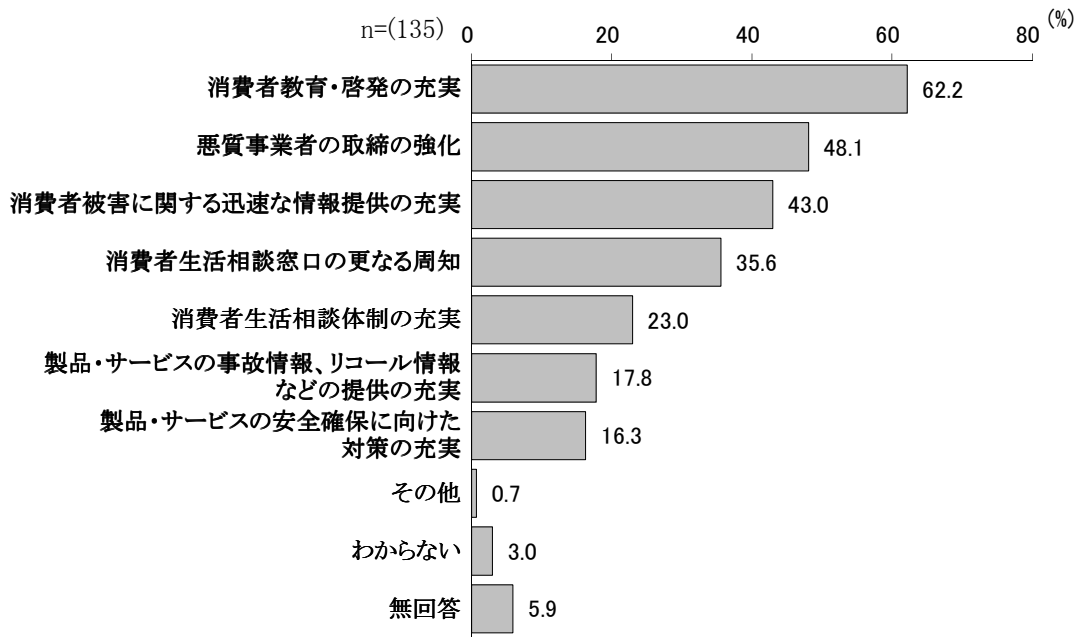
消費者問題に関する教材で希望するテーマは、「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル」が77.8%で最も多く、次いで、「お金について（お金の大切さ、役割等）」が57.0%、「食品や製品の安全と表示について」が45.9%、「悪質商法」が29.6%となっています。

学校別でも「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル」はいずれも多くなっています。この他、小学校では「お金について（お金の大切さ、役割等）」や「食品や製品の安全と表示について」、中学・高等学校では「悪質商法」が比較的多くなっています。

## 学校別（上位4項目）



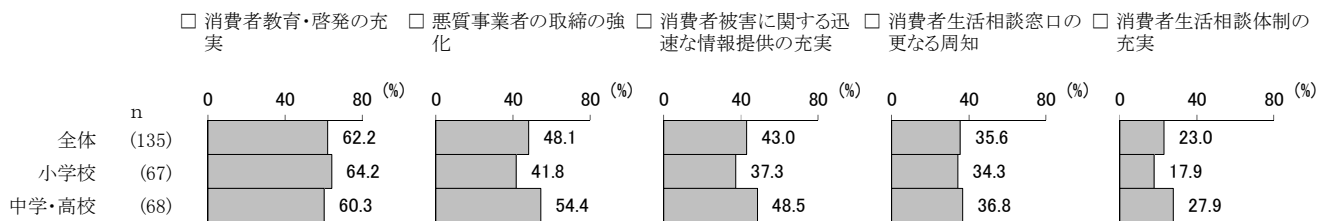
(14) 施策要望（複数回答）



消費者問題に対する施策要望としては、「消費者教育・啓発の充実」（62.2%）が最も多くなっています。これに「悪質事業者の取締の強化」（48.1%）、「消費者被害に関する迅速な情報提供の充実」（43.0%）、「消費者生活相談窓口の更なる周知」（35.6%）が続いています。

学校別でも大きな違いはありませんが、中学・高等学校では「悪質事業者の取締の強化」や「消費者被害に関する迅速な情報提供の充実」も比較的多くなっています。

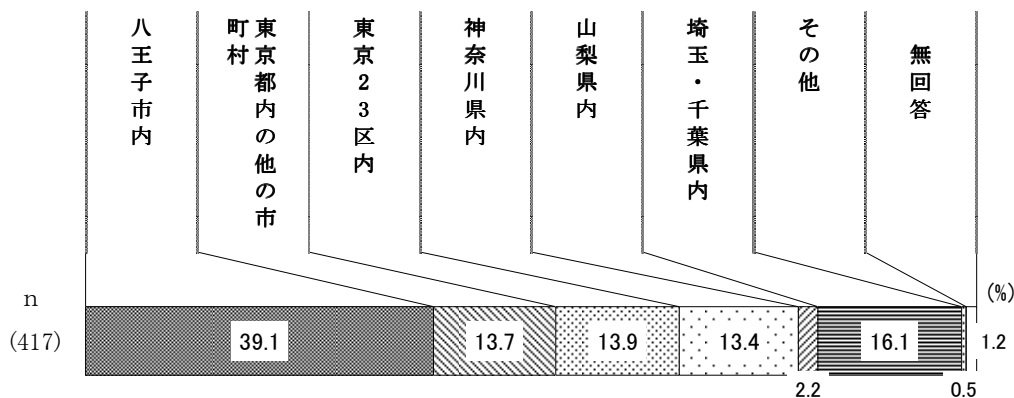
学校別（上位5項目）



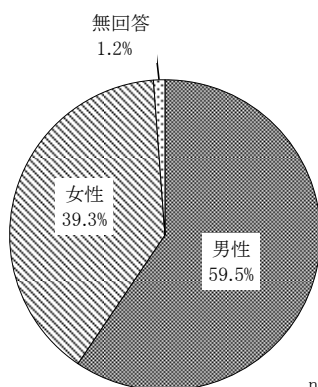
## 大学生調査結果概要

### (1) 回答者の属性

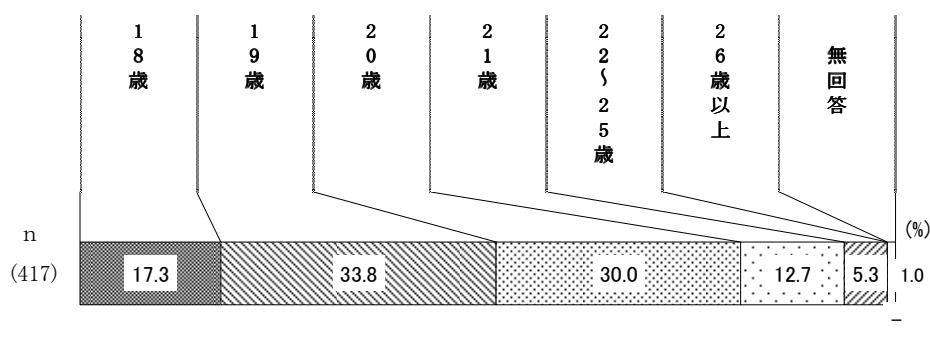
#### 【居住地】



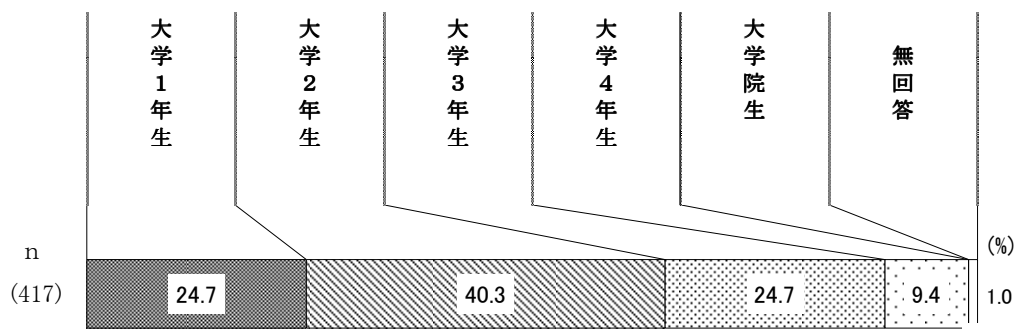
#### 【性別】



#### 【年齢】

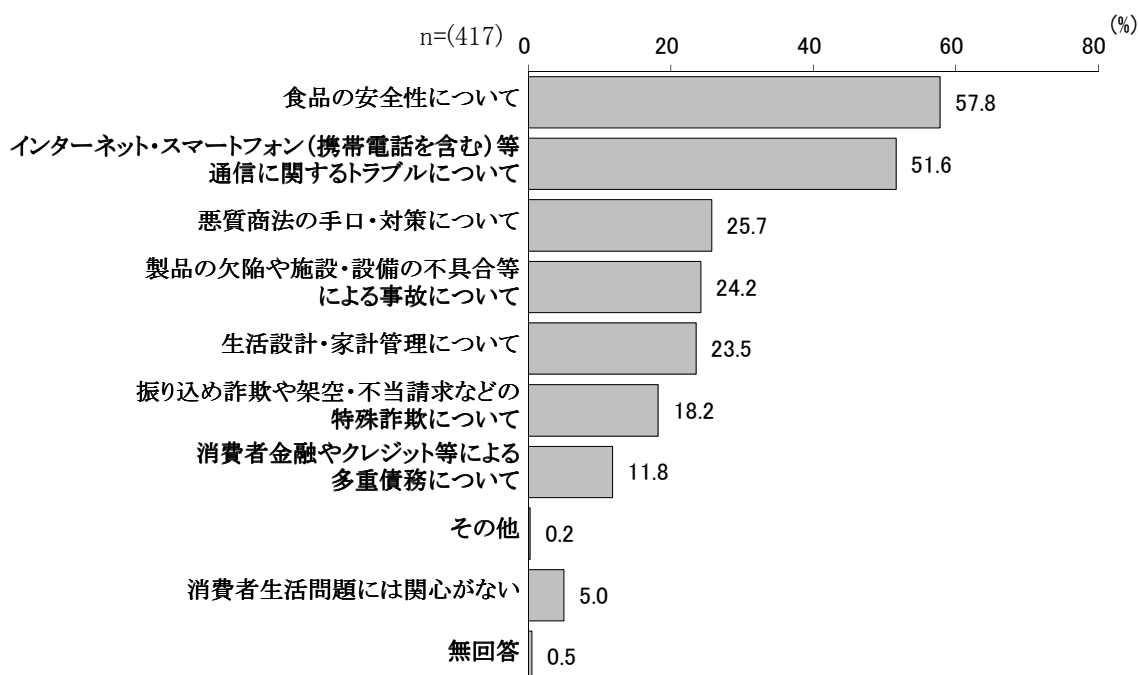


#### 【学年】



回答者の属性としては、八王子市内在住（39.1%）の男性（59.5%）、年齢は「19歳」（33.8%）、「20歳」（30.0%）で「大学2年生」（40.3%）が中心となっています。

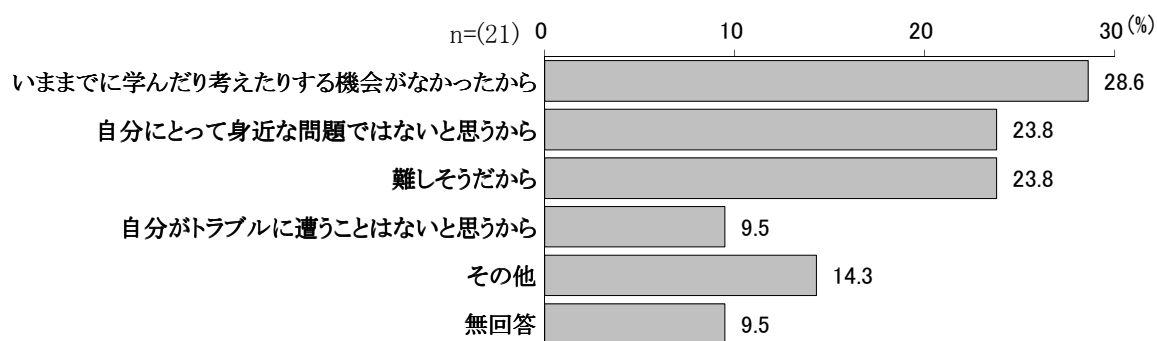
## (2) 関心のある消費生活問題（複数回答）



関心のある消費生活問題は、「食品の安全性について」（57.8%）と「インターネット・スマートフォン（携帯電話を含む）等通信に関するトラブルについて」（51.6%）が5割台で多くなっています。

## (3) 消費生活問題に関心がない理由（複数回答）

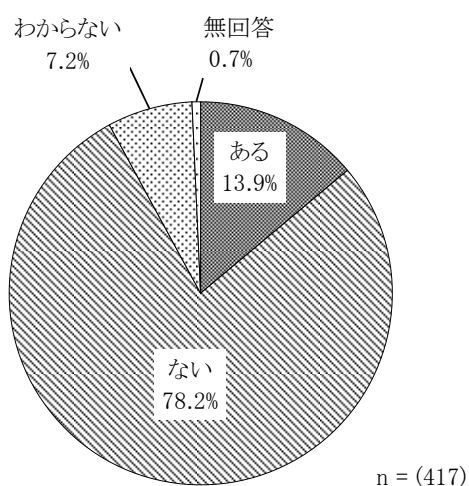
※消費生活問題には関心がないと回答した方



消費生活問題に関心がない理由は、「いままでに学んだり考えたりする機会がなかったから」が28.6%で最も多く、次いで、「自分にとって身近な問題ではないと思うから」、「難しそうだから」が23.8%となっています。



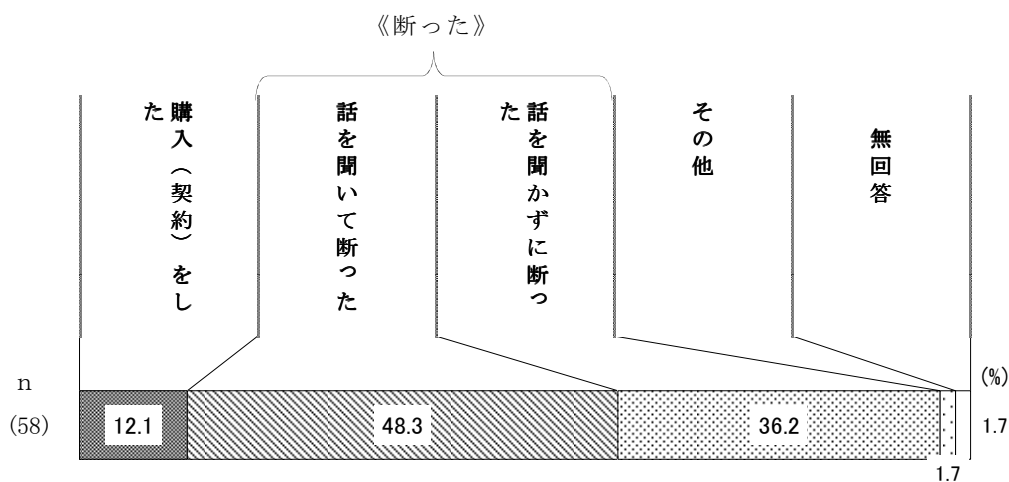
## (4) この1年間に訪問販売（訪問勧誘）を受けた経験



この1年間に訪問販売（訪問勧誘）を受けた経験がある人は13.9%、ない人は78.2%となっています。

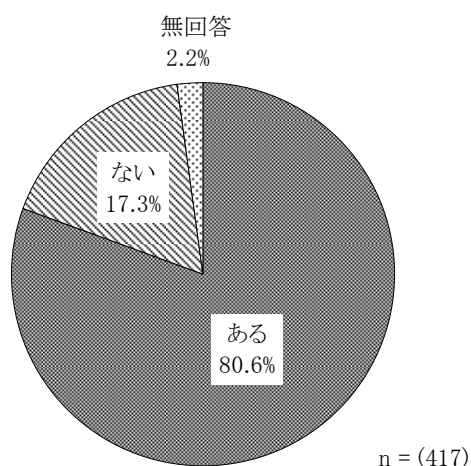
## (5) 訪問販売（訪問勧誘）を受けたときの対応

※訪問販売（訪問勧誘）を受けたことがあると回答した人



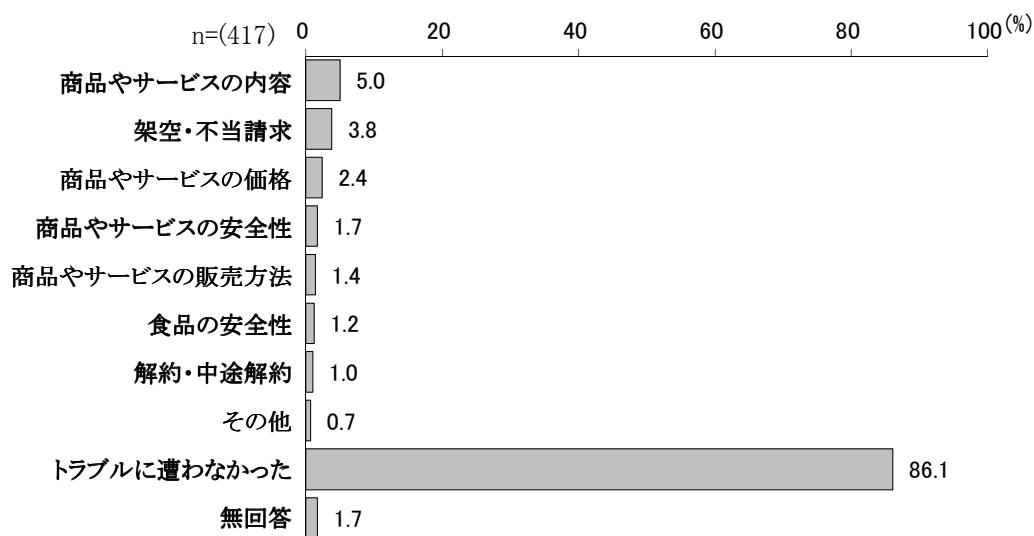
訪問販売（訪問勧誘）を受けたときの対応は、「話を聞いて断った」が48.3%、「話を聞かずに断った」が36.2%で《断った》は84.5%となっています。一方、「購入（契約）をした」は12.1%となっています。

(6) この1年間のインターネットを使った購入経験



この1年間のインターネットを使った商品、サービス、デジタルコンテンツ等の購入経験のある人は80.6%と多くなっています。

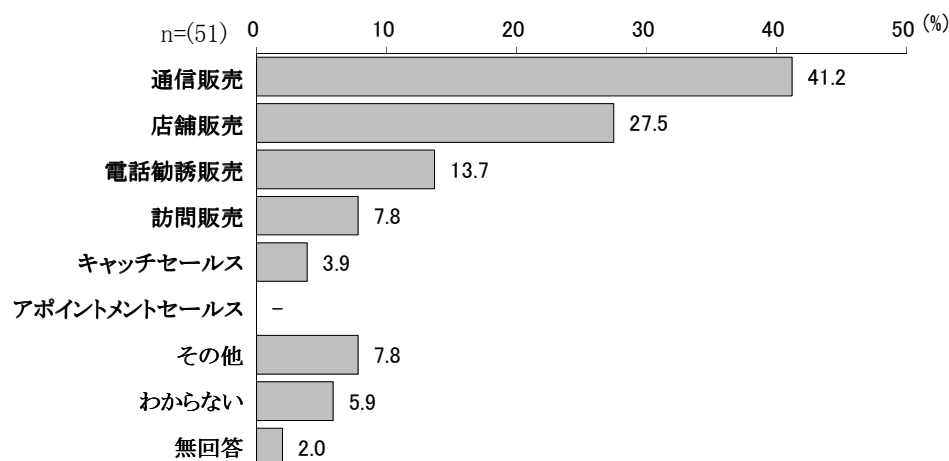
(7) この1年間の消費生活トラブル（複数回答）



この1年間に購入した商品や利用したサービスでは「トラブルに遭わなかった」が86.1%と多くなっています。何らかの消費生活トラブルに遭った人は全体として12.2%となっています。

## (8) トラブルの原因となった販売形態（複数回答）

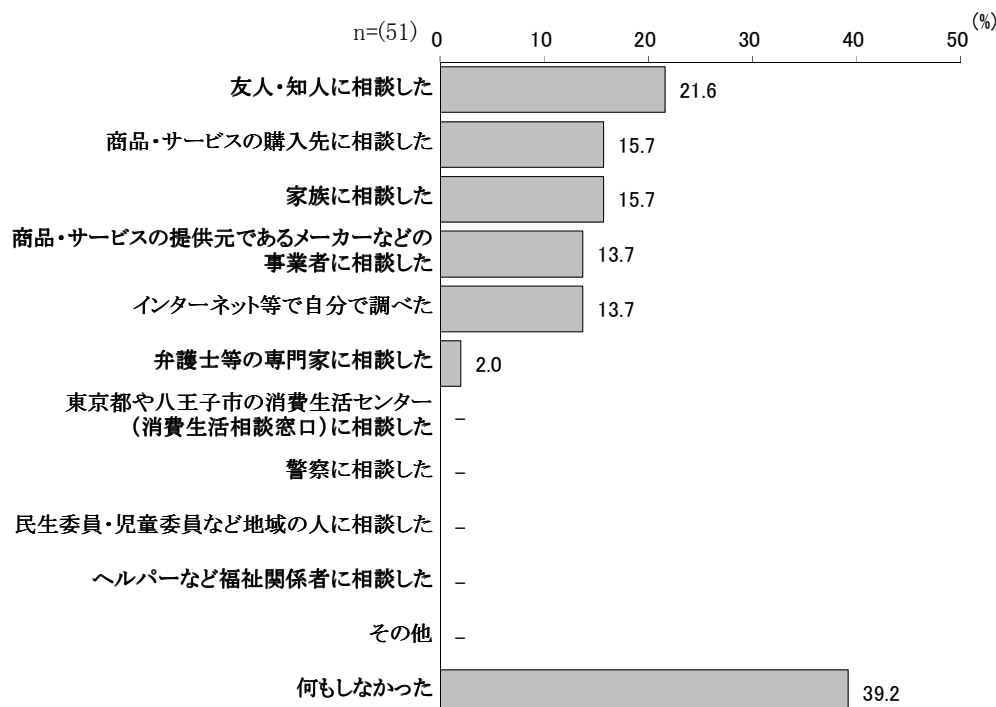
※何らかの消費生活トラブルに遭ったと回答した方



消費生活トラブルの原因となった商品やサービスの販売形態は、「通信販売（カタログ、テレビ、インターネット等で購入した）」が41.2%で最も多く、次いで「店舗販売」が27.5%となっています。

## (9) トラブルの相談状況（複数回答）

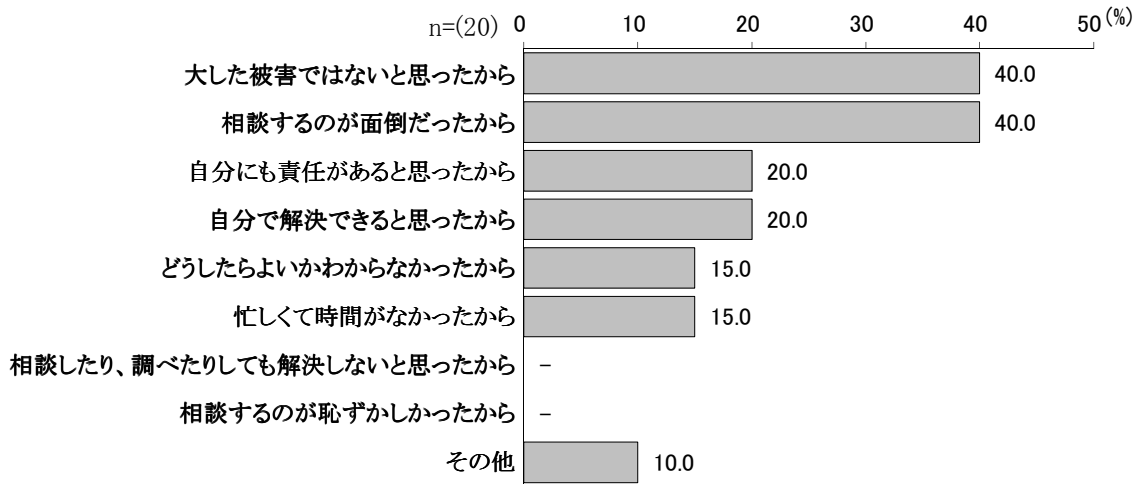
※何らかの消費生活トラブルに遭ったと回答した方



消費生活トラブルに遭った後、「何もしなかった」人が39.2%と多くなっています。誰かに相談したり、自分で調べたりした中では、「友人・知人に相談した」が21.6%で最も多くなっています。

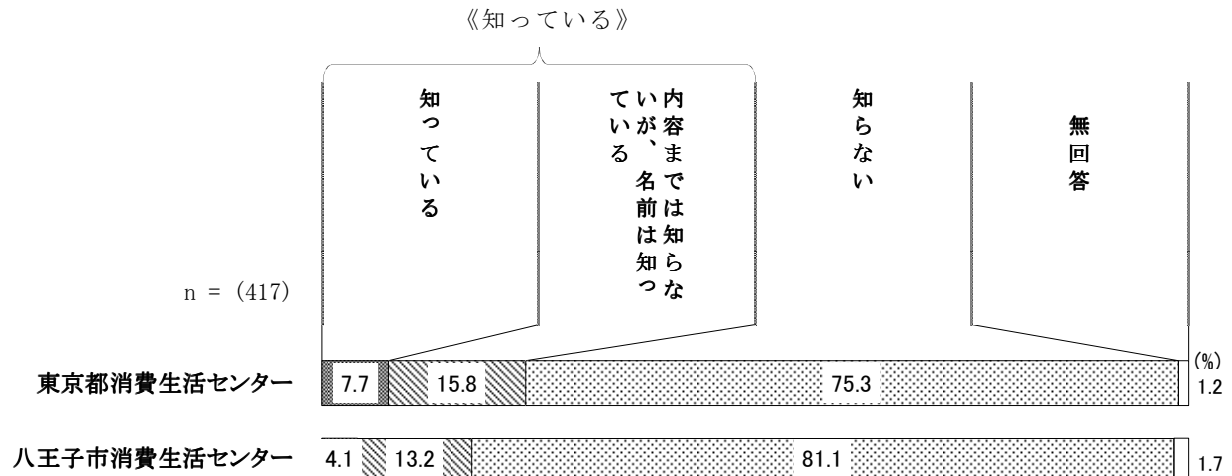
(10) 何もしなかった理由（複数回答）

※消費生活トラブルに遭った後、何もしなかったと回答した方



消費生活トラブルに遭った後、何もしなかった理由は、「大した被害ではないと思ったから」、「相談するのが面倒だったから」が40.0%となっています。

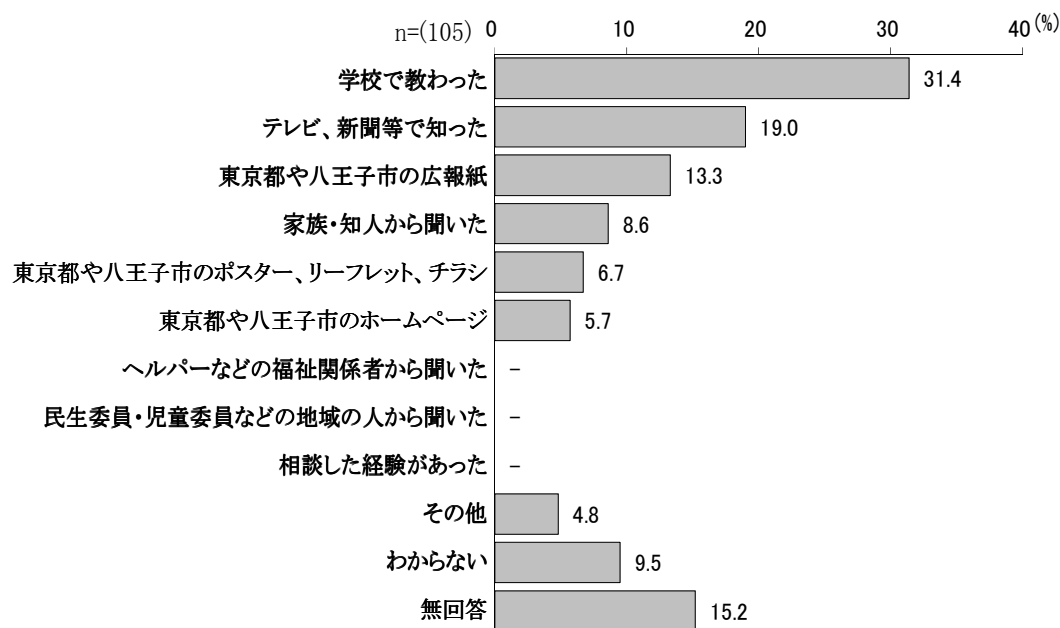
(11) 消費生活相談窓口の認知



東京都消費生活センター（東京都消費生活総合センター）や八王子市消費生活センターを「知っている」は1割未満となっています。「内容までは知らないが、名前は知っている」をあわせた《知っている》では、東京都消費生活センター（東京都消費生活総合センター）が23.5%、八王子市消費生活センターが17.3%となっています。

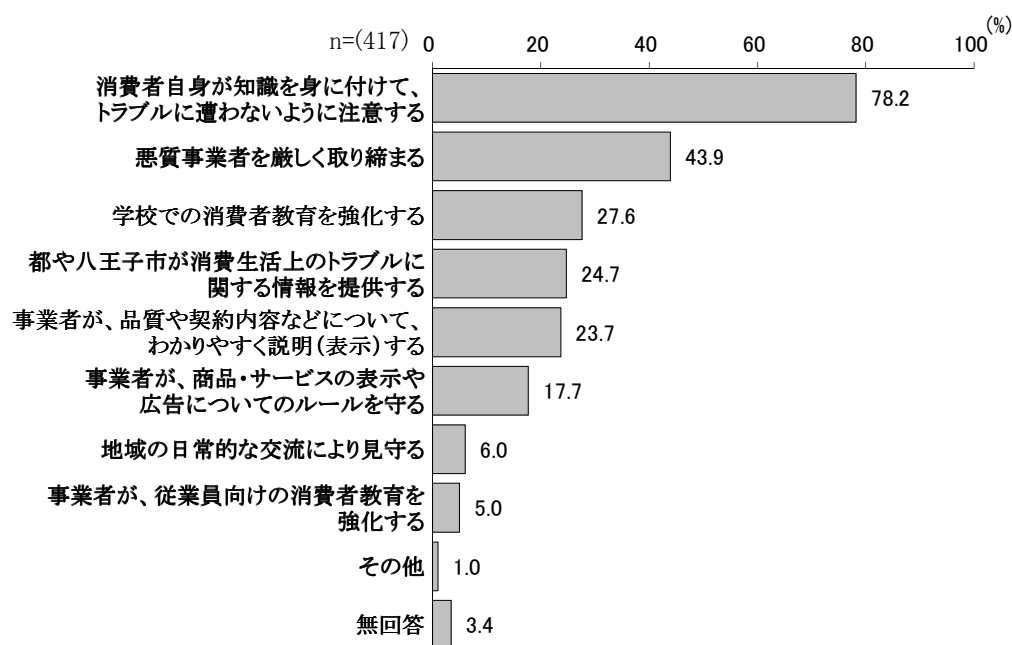
## (12) 消費生活センター等を知ったきっかけ（複数回答）

※東京都、あるいは八王子市の消費生活センターを《知っている》と回答した方



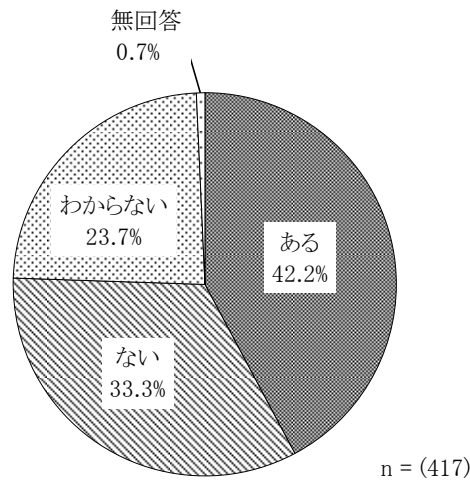
消費生活センター等を知ったきっかけは、「学校で教わった」が31.4%で最も多くなっています。

## (13) 消費生活トラブルに遭わないために必要なこと（複数回答）



消費生活トラブルに遭わないために必要なことは、「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注意する」が78.2%で最も多く、次いで、「悪質事業者を厳しく取り締まる」が43.9%となっています。

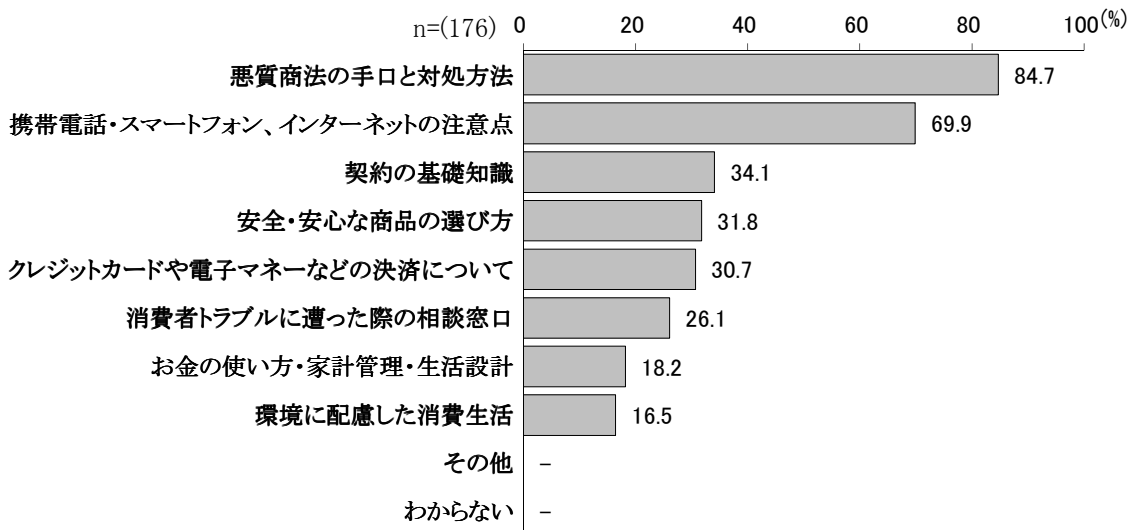
(14) 消費者教育（啓発を含む）を受けた経験



これまでに消費者教育（啓発を含む）を受けたことがある人は42.2%、ない人は33.3%となっています。

(15) 受けたことのある消費者教育（複数回答）

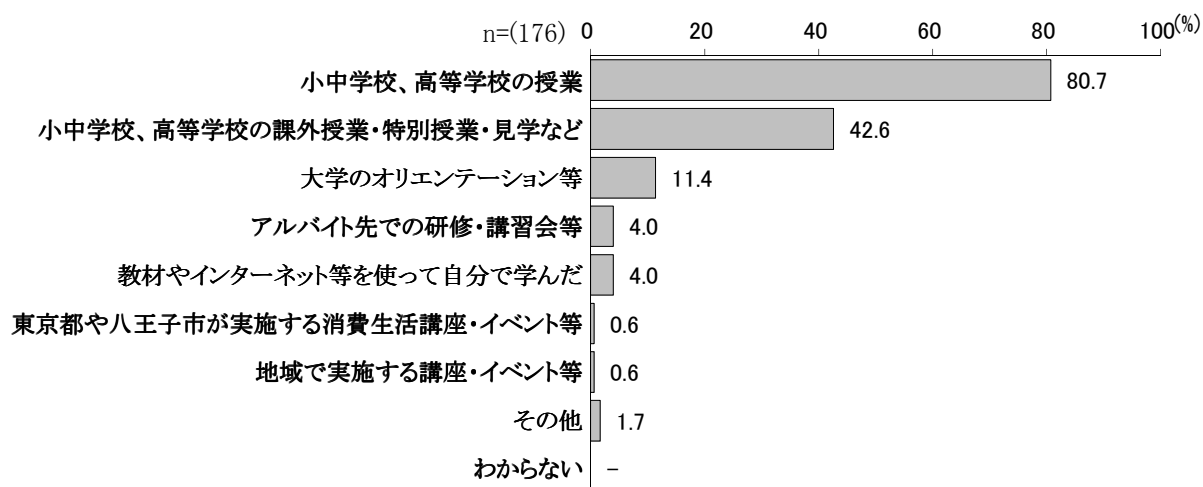
※消費者教育（啓発を含む）を受けたことがあると回答した方



受けたことのある消費者教育の内容は、「悪質商法の手口と対処方法」（84.7%）と「携帯電話・スマートフォン、インターネットの注意点」（69.9%）が多くなっています。

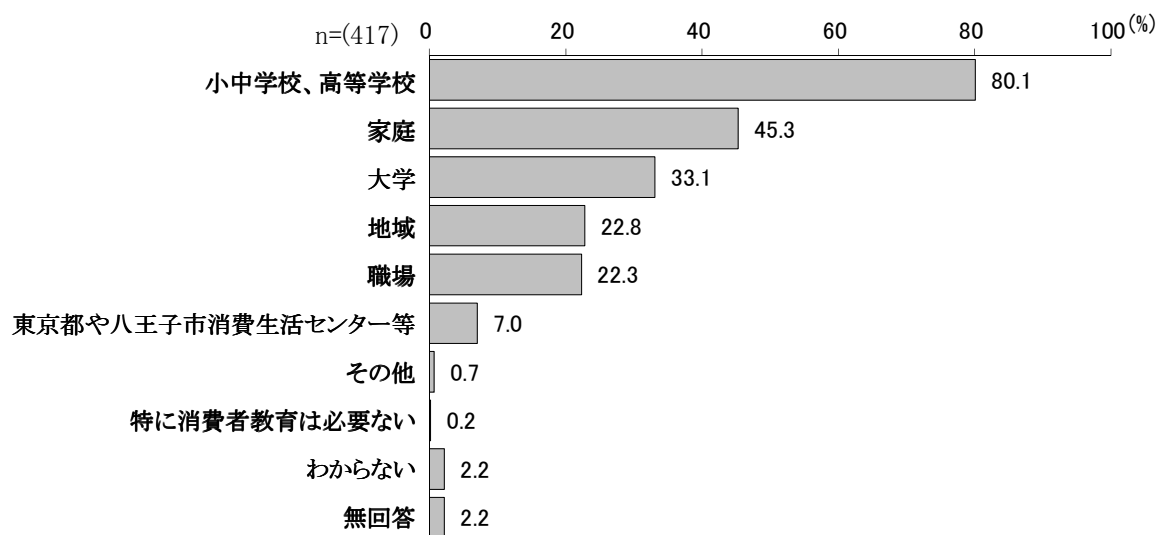
## (16) 消費者教育を受けた機会（複数回答）

※消費者教育（啓発を含む）を受けたことがあると回答した方



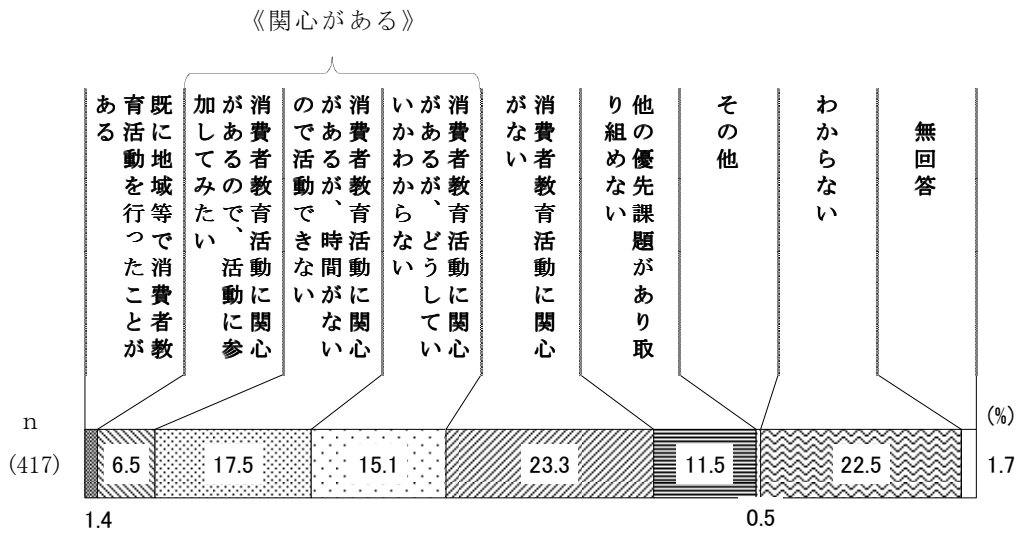
消費者教育を受けた機会は、「小中学校、高等学校の授業」が80.7%と特に多く、次いで、「小中学校、高等学校の課外授業・特別授業・見学など」が42.6%となっています。

## (17) 消費者教育を行う場として重要なもの（複数回答）



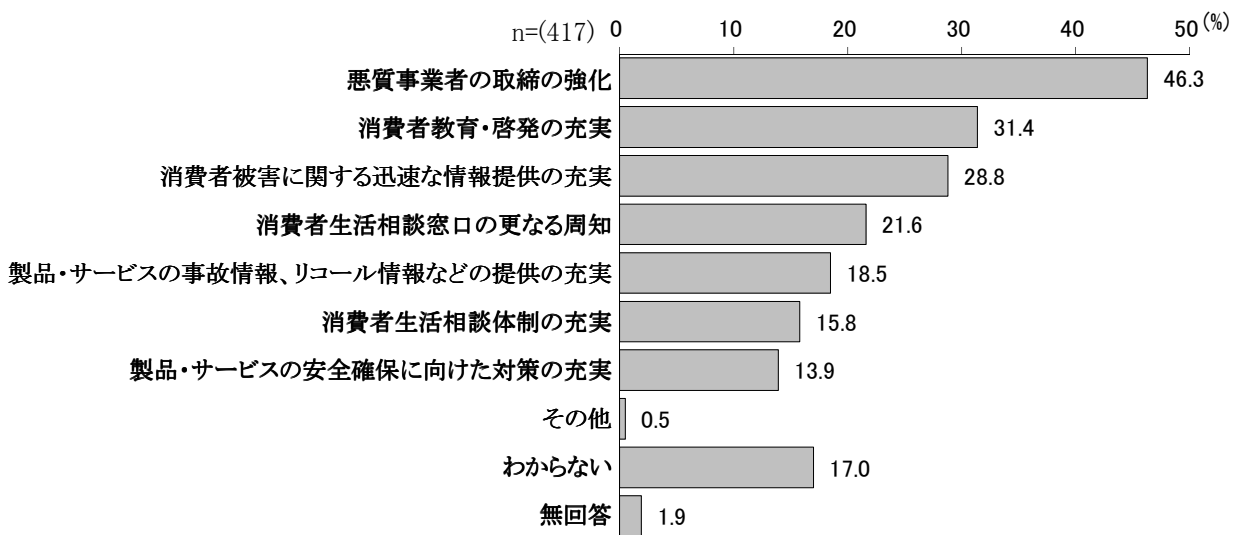
消費者教育を行う場として重要なものは、「小中学校、高等学校」が80.1%と特に多く、次いで、「家庭」が45.3%、「大学」が33.1%となっています。

(18) 地域等における消費者教育活動への関心



地域等における消費者教育活動への関心としては、「既に地域等で消費者教育活動を行ったことがある」は1.4%にとどまっていますが、消費者教育活動に関心があって参加してみたい人、関心はあるが未参加の人をあわせた《関心がある》は39.1%となっています。一方、「消費者教育活動に関心がない」は23.3%となっています。

(19) 市に力を入れてほしい取り組み（複数回答）



消費者問題に対する取り組みとして、八王子市に力を入れてほしいものは、「悪質事業者の取締の強化」が46.3%で最も多く、次いで、「消費者教育・啓発の充実」(31.4%)、「消費者被害に関する迅速な情報提供の充実」(28.8%)が3割前後で続いています。



## 7 用語解説

### \*1 「消費者市民社会」

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をいいます。（消費者教育推進法第2条第2項）

### \*2 「消費者教育」

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（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動をいいます。（消費者教育推進法第2条）

### \*3 「倫理的（エシカル）消費」

障害者の作った製品、寄付付き商品、フェアトレード商品、エコ商品、リサイクル製品の購入など、消費者それぞれが、各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援したりしながら消費活動を行うことです。（出典 消費者庁「倫理的消費」調査研究会 中間とりまとめ～あなたの消費が世界の未来を変える～）



## 八王子市消費者教育推進計画

平成29年（2017年）3月

発行 八王子市

編集 八王子市消費生活センター

〒192-0082

八王子市東町5-6

生涯学習センター（クリエイトホール）地下1階

電話 042-631-5456/FAX042-643-0025

この計画書は、八王子市ホームページからダウンロードすることもできます。

(<http://www.city.hachioji.tokyo.jp/>)