

# 第3期八王子市消費生活基本計画

令和6年（2024年）3月





## 安全・安心な 消費者市民社会の実現にむけて



本市の消費者行政は、消費者安全法に基づく八王子市消費生活センターの設置を始め、安全で安心な消費生活の実現を目指し、他市に先駆けた八王子市消費生活条例の施行や消費生活基本計画の策定などにより、消費者トラブルの解決や未然防止等に積極的に取り組んでまいりました。

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」が計画期間の最終年度を迎えるにあたり、両計画を一体化し、消費生活における安全と安心の確保及び持続可能な社会に向けて一人ひとりが行動できる消費環境整備の柔軟的かつ効果的な推進を盛り込んだ「第3期八王子市消費生活基本計画」を策定しました。

地球温暖化の進行、デジタル化の進展、人口減少・少子高齢化のみならず、社会環境の劇的な変化がその速度を増している今日、社会情勢の変化に乘じた消費者被害、特にデジタル通信技術の進化や生活に対する不安に付け込んだトラブルが後を絶ちません。このような社会情勢の変化に対応しながら、市民の皆様の生命と財産を守ること、そして、すべての人が輝き、やすらぎのある生活を送ることが大切と考えております。

第3期基本計画では、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」を掲げ、3つの重要施策「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」を通して取り組むことで、安全で安心な消費者市民社会の実現を目指してまいります。

結びに、今回の計画策定にあたり、パブリックコメント等で貴重な御意見をいただきました市民の皆様、多大な御尽力を賜わりました八王子市消費生活審議会をはじめとする関係者の皆様に心から感謝申しあげます。

令和6年(2024年)3月

八王子市長 初宿 和夫  
しやけ かずお



# 目次

## 第1部 計画策定にあたって

第1章 計画の理念	4
第2章 計画改定の基本的な考え方	5
1 計画改定の背景と趣旨	5
2 計画改定の基本方針	7
3 計画の位置づけ	8
4 計画の期間	9
第3章 八王子市における消費生活の現状と課題	10
1 八王子市の人口の推移と見通し	10
2 消費生活を取り巻く環境の変化	11
3 八王子市消費生活センターにおける相談状況	16
4 消費者教育実態調査のまとめと考察	20
5 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の取組状況と次期計画で解決すべき課題	23

## 第2部 計画の重要施策と体系

第1章 計画の全体を貫く視点と重要施策	30
1 消費者行政をめぐる現状と課題	30
2 重要施策	31
3 計画の体系	32
4 施策の展開	33
重要施策 1 消費生活環境の整備	33
重要施策 2 消費者教育※の推進	39
重要施策 3 消費者被害の防止・救済	47

## 第3部 計画の推進

第1章 計画の推進に向けて	52
1 計画の推進体制	52
2 計画の進行管理と公表	53

### ---資料編---

1 八王子市消費生活条例	56
2 八王子市消費者教育推進会議開催 要綱	59
3 計画策定の経過	59
4 八王子市消費生活審議会委員名簿	60
5 八王子市消費者教育推進会議名簿	61
6 令和5年度 八王子市消費者教育実態調査結果（抜粋）	62
7 用語解説	72

●冊子中、右上に「※」を付した用語は用語解説に記載

# 第1部

## 計画策定にあたって

## 安全・安心な消費者市民社会の実現

本市では、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月に本市では、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合わせ、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きます。



## 1 計画改定の背景と趣旨

### （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、持続可能な社会を作っていくとする「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。

## (2) 消費生活基本計画と消費者教育推進計画の経緯

本市は、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。

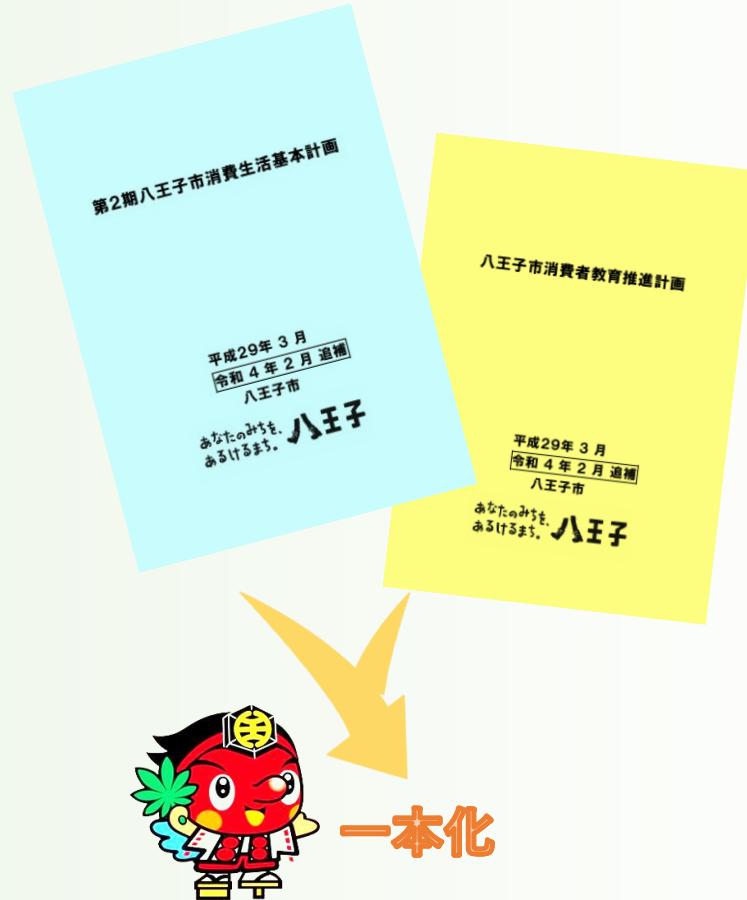
その後、平成29年(2017年)3月には「第2期八王子市消費生活基本計画」及び「八王子市消費者教育推進計画」を策定しました。これらの計画は、令和3年度に計画満了を迎える予定でしたが、令和2年(2020年)からの「新型コロナウイルス感染症の拡大」による影響を勘案する必要が生じたことにより、感染症の終息及び国や東京都の動向を見極めるため、計画期間を2年間延長とともに、新たな課題となっていた「成年年齢引下げに関する教育・啓発」、「SDGs※の普及・啓発」、「教育教材のデジタル化」を施策として追加し、計画を推進してきました。

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。

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)改正消費者契約法施行
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 (都)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
令和4年 (2022年)	(都)東京都消費生活基本計画策定 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6年 (2024年)	第3期八王子市消費生活基本計画策定

## 2 計画改定の基本方針

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ます。



### 3 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します。

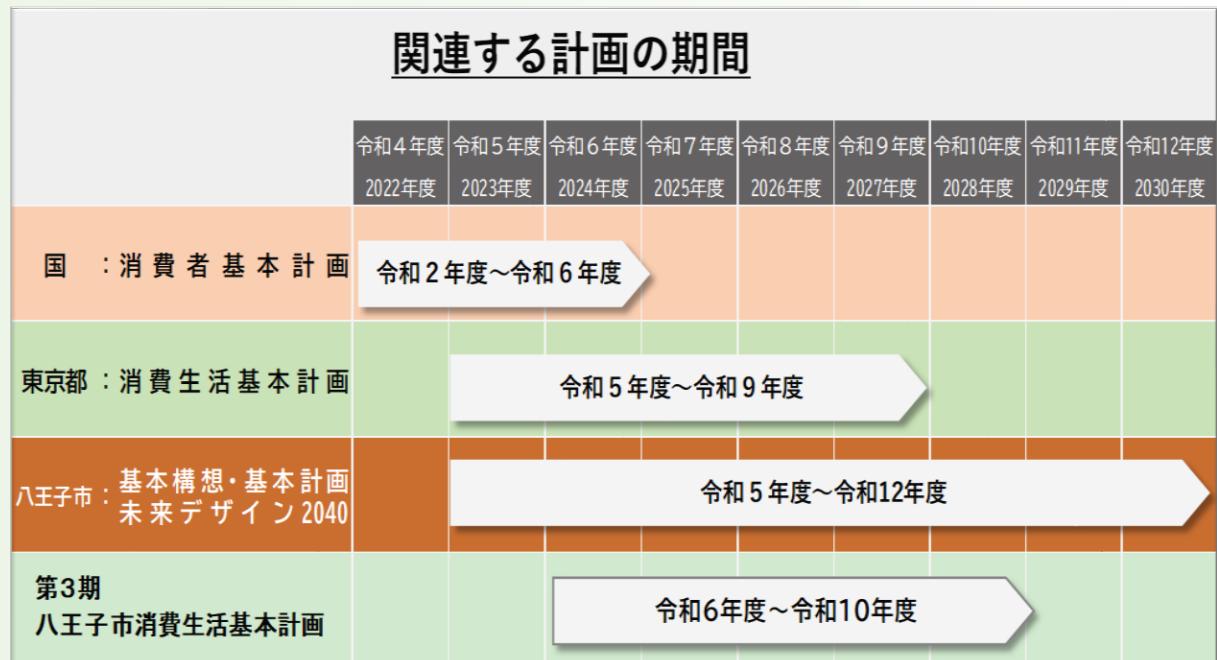
また、実効性の面からも市の基本構想・基本計画「八王子未来デザイン2040」及び関連する個別計画との整合性を図り、国の「消費者基本計画」や東京都の「東京都消費生活基本計画」を踏まえて策定します。



## 4 計画の期間

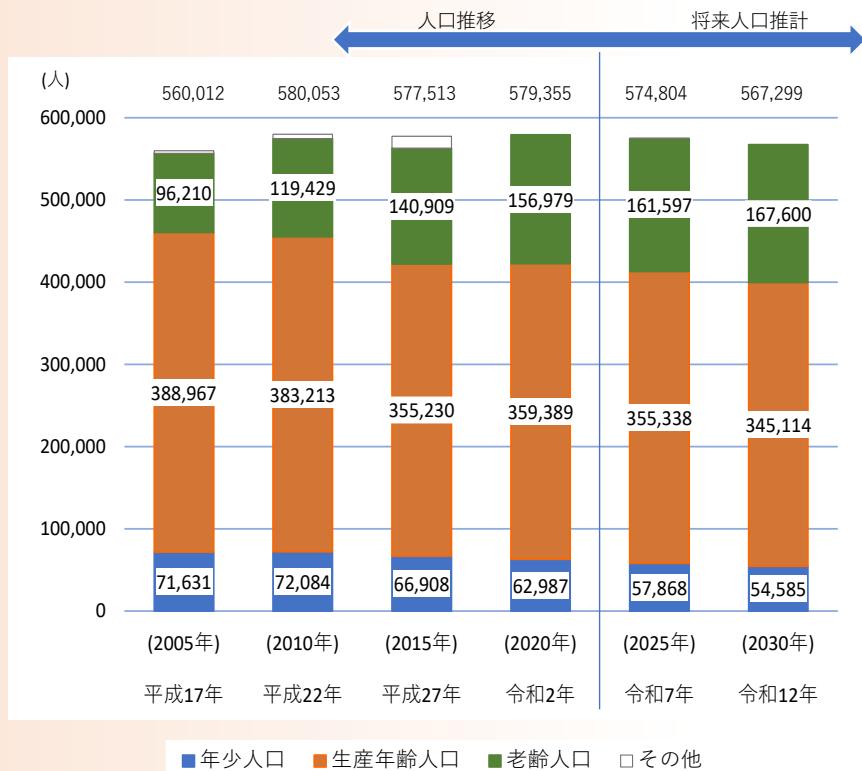
「第3期八王子市消費生活基本計画」の計画期間は、令和6年度（2024年度）から令和10年度（2028年度）までの5年間とします。

なお、社会情勢の変化や計画の進捗状況などに応じて、計画の見直しを図ります。



## 1 八王子市的人口の推移と見通し

## (1) 人口推移と見通し



令和5年（2023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

八王子市的人口は、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、老齢人口が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はなく、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。

【夜間の高齢化率】

八王子市の昼夜間人口比率は99.1%で、昼に比べて夜間の人口が若干多いことが報告されています。

（総務省による統計ダッシュボード調査2020年調査より）

八王子市のこの割合は、近年下降傾向が続いているが、夜間の人口が多くなる状況が進んでいます。

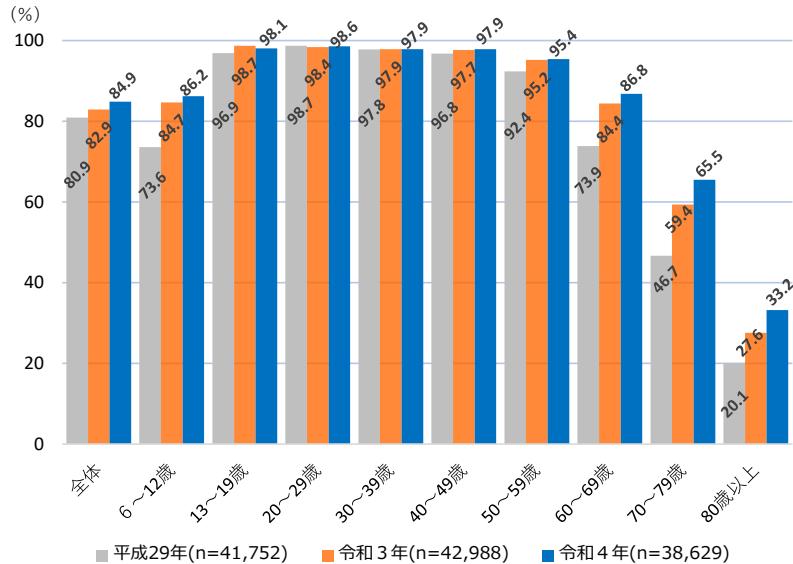
高齢化率が高くなっているのもこの割合が下がる一つの原因と考えられます。



## 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)



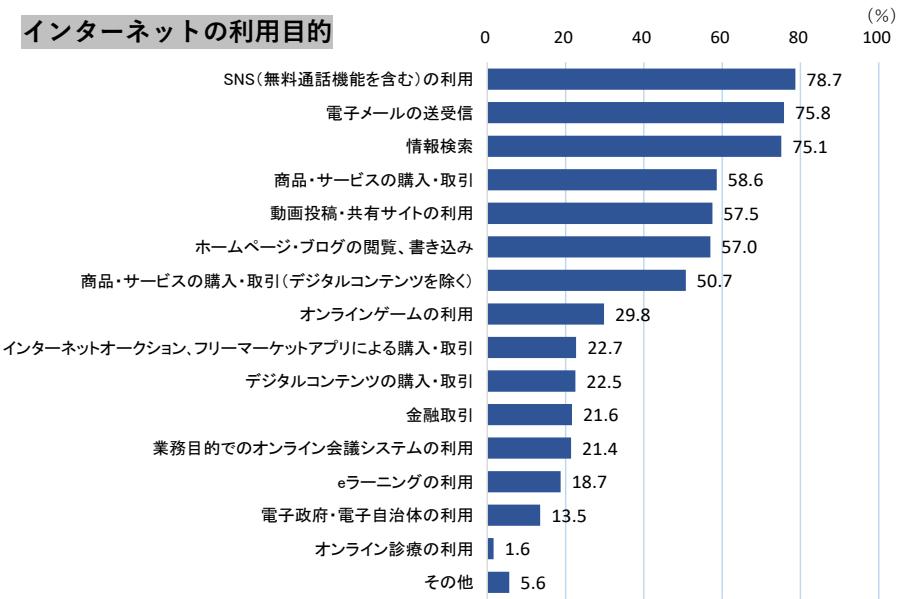
令和3年度（2021年度）および令和4年度（2022年度）総務省「通信利用動向調査」インターネット利用状況（個人）より

インターネットの利用状況は、全体として8割を超えていました。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。

今後、月日の経過に伴い、高齢化が進むため、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、低年齢層の利用率も上昇していくと考えられます。

#### インターネットの利用目的



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）令和3年（2021年）より

令和3年（2021年）では、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。

また、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。

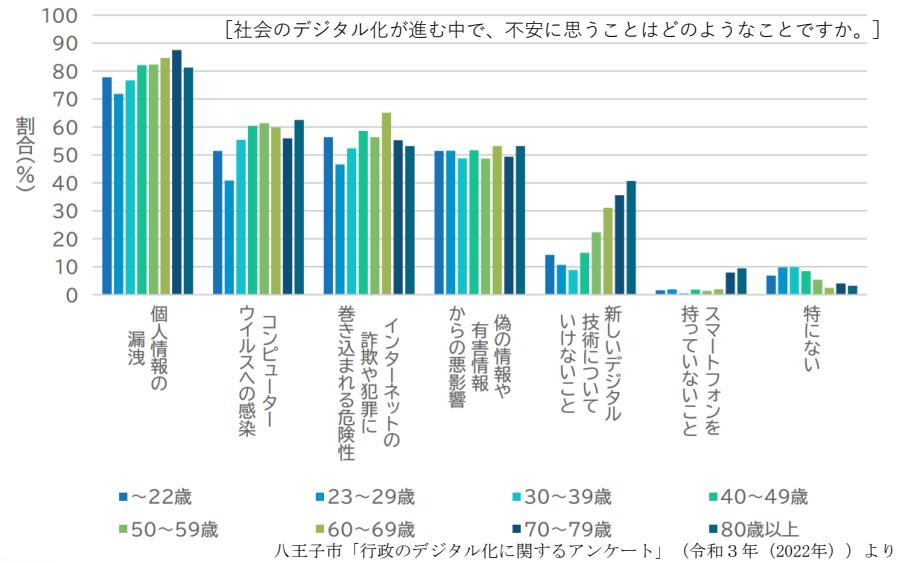
## インターネットを利用した支出額



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・サービスの種類も増えていくと考えられます。

## 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、全世代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。

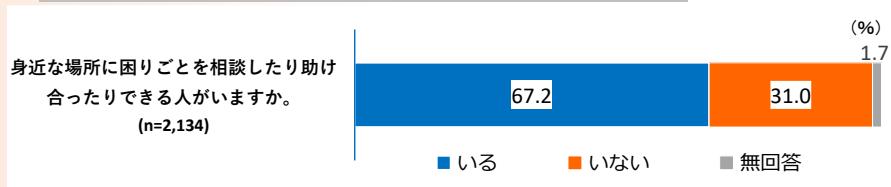
「新しいデジタル技術についていけない」と回答した方は、どの年代層にも一定程度います。特に高年齢層では割合が大きくなっています。

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。

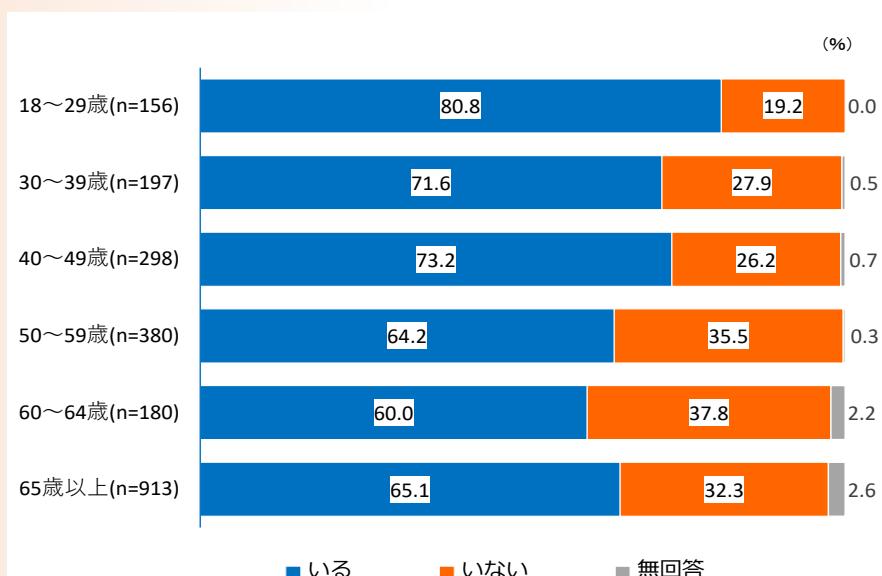
## (2) 相談や助け合いのできる人の有無

### 身近な場所に困りごとを相談できる人がいる市民の割合



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

### 年齢別



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

「八王子未来デザイン2040」の運用に関する市民アンケートで、「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。

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。



### 高齢者の消費者トラブル

消費者庁から発表されている消費生活相談の年齢別相談件数は50歳代が最も多く、次いで70歳代、60歳代の順となっています。近年、若年層からの相談が増加しているともされていますが、特に高齢者については「被害にあっていることに気づいていない」「相談する相手がいない」などの状況があり、実態としては数字以上に「消費者被害」があると考えられています。

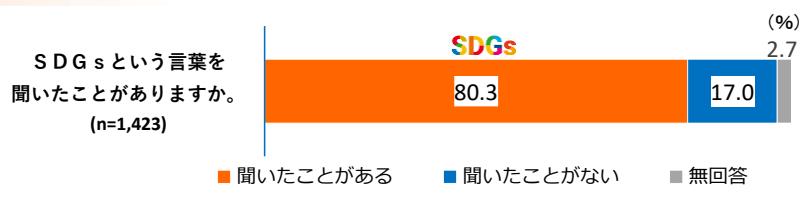
高齢者が悪質事業者の「ターゲットとなりやすい」その事はもはや常識とも言えます。騙す側からすれば「不安」や「さみしさ」を持っている人こそ狙い目なのです。

高齢者が抱える「不安」のうち「健康不安」などは避けられないことかもしれません。また、現役で働けなくなった年齢ならば「経済的不安」を抱くのも必然と言えます。しかし、それらの「不安」や「さみしさ」は、相談する相手がいれば和らぐことになるのではないでしょうか。

「困りごとの相談や助け合いのできる人がいない消費者を減らす」ことは、「不安」の緩和や「さみしさ」の解消に繋がり、消費者被害を減らす有益な活動だと考えます。

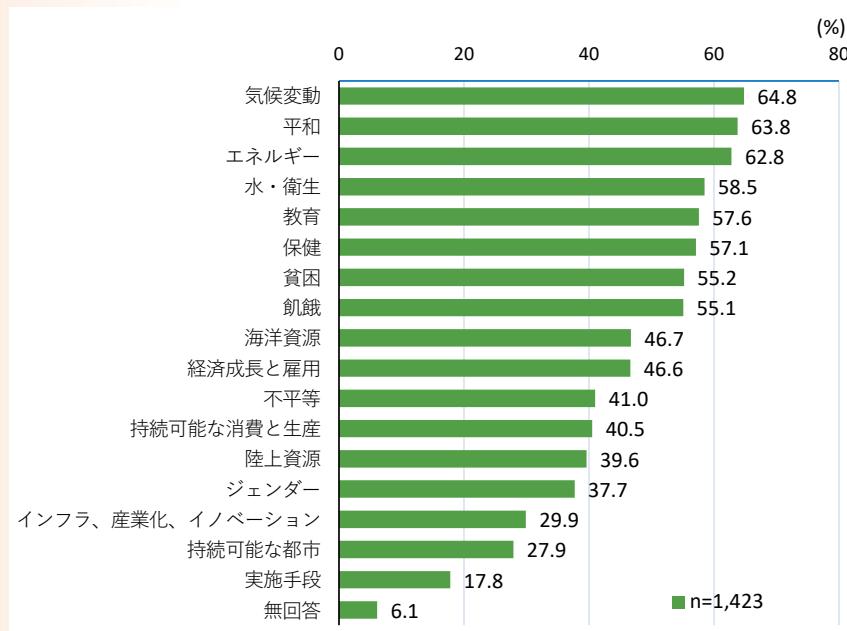
### (3) SDGs（公正で持続可能な社会の実現）の達成に向けた動き

#### SDGs という言葉の認知度



八王子市「令和4年（2022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



「SDGs という言葉の認知度」については、「聞いたことがある」との回答が80.3%であり、多くの市民に広がりを見せています。

「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。

#### 地産地消を実施しているか



2023八王子環境フェスティバルアンケートより

「2023八王子環境フェスティバル」で実施したアンケートの結果では、「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。

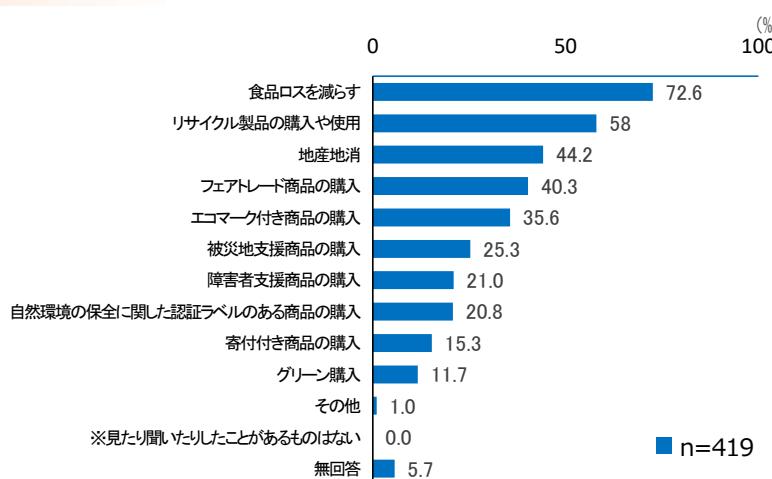


## (4) エシカル消費\*に対する意識

### エシカル消費という言葉の認知度



### 知っているエシカル消費の内容



エシカル消費が特に関係している目標は  
12番目の目標「つくる責任 つかう責任」  
(目標) 持続可能な生産・消費形態を確保すること

「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。



### エシカル消費とは

エシカル（ethical）とは、直訳で「倫理的な」という意味です。その「エシカル（ethical）」と「消費」を合わせた「エシカル消費」は、地域の活性化や雇用などを含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動です。

私たち一人ひとりが、社会的課題に気付き、日々の買物を通して、その課題の解決のために、自分で何ができるのかを考えてみると、これが、「エシカル消費」の第一歩です。

これまで多くの消費者は、品質や価格に関心が高く、購入する商品やサービスの背景までは関心が薄かったのではないでしょうか。

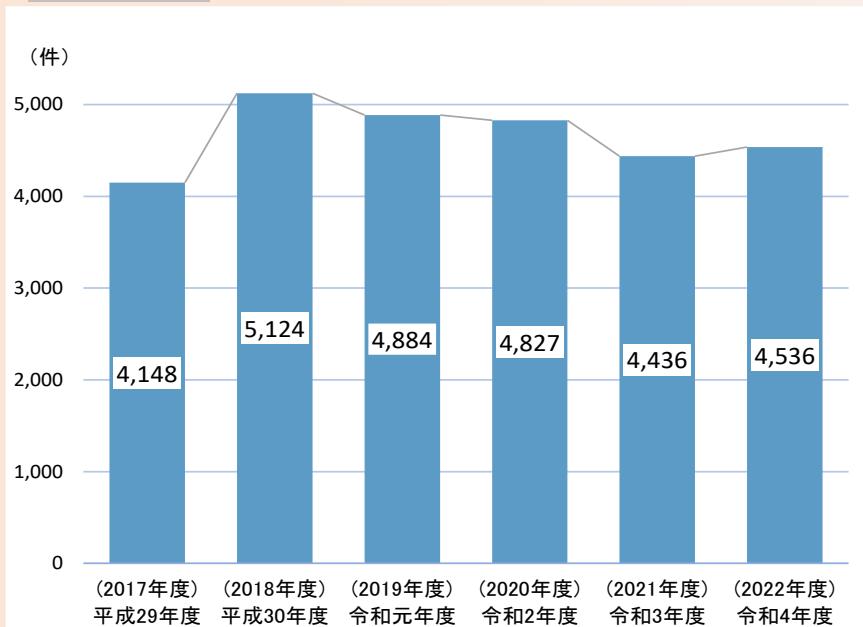
商品やサービスを選択するとき、買物をするとき、買ったものを使う・処分するとき、誰がどこで、人の暮らしを守って作られているのか、地球環境に配慮しているのかを調べ、必要以上に買わない、また買ったものを使い切る、リサイクルするなど資源を大切に使い切ることで誰もがエシカル消費を実践できます。

これからは、商品やサービスを供給する側の生産者や事業者も、エシカルな製品やサービスを消費者に分かりやすく提供することが望まれます。私たちの消費行動は、社会の問題解決や循環型経済の確立に繋がり、世界の未来を変える可能性に溢れています。

### 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

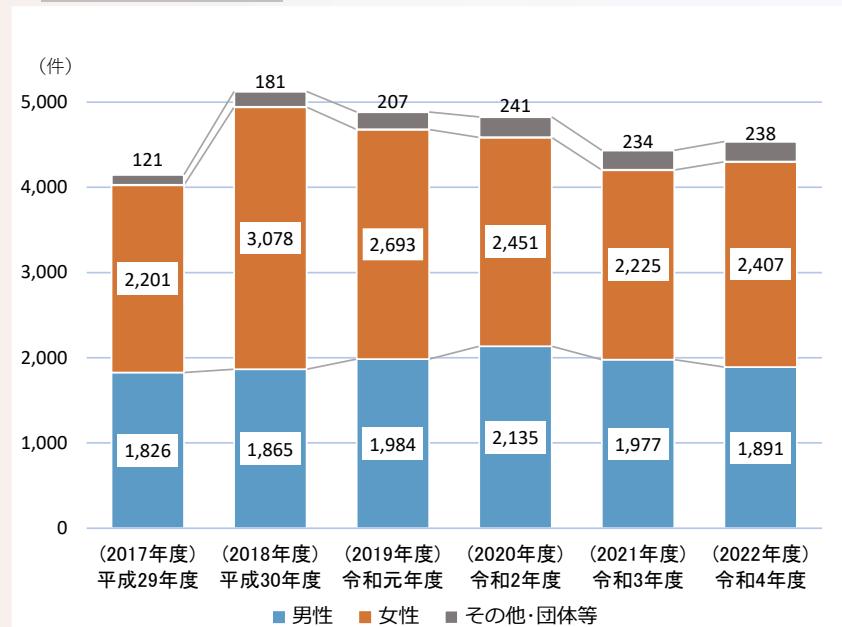


令和4年度(2022年度)八王子市消費生活センター「事業概要」より

「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。しかし、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。

#### (2) 契約当事者の属性別にみた相談状況

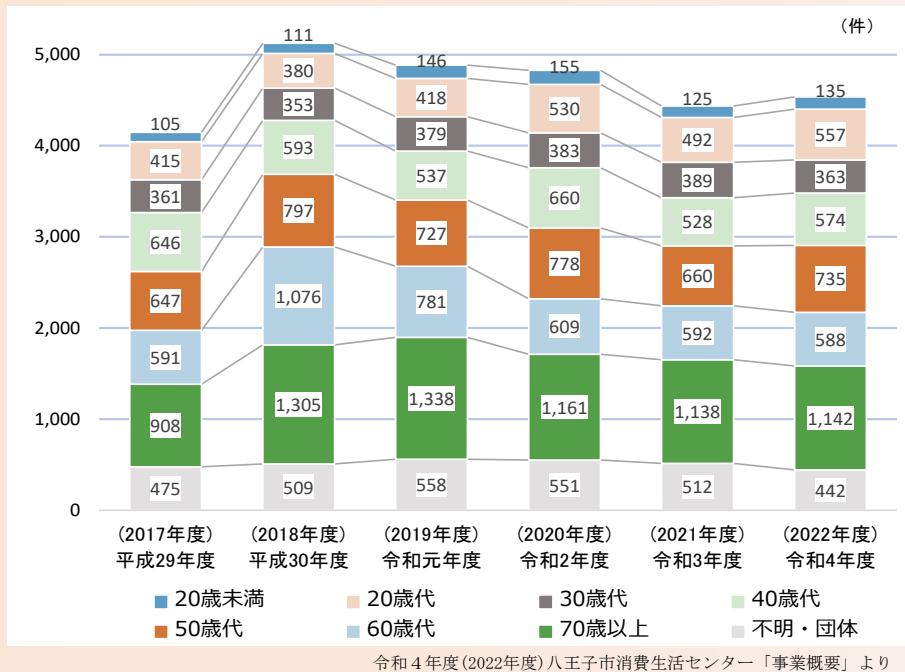
相談件数の推移-性別



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

性別で見ると、女性からの相談が多い傾向にあります。

相談件数の推移-当事者年代別

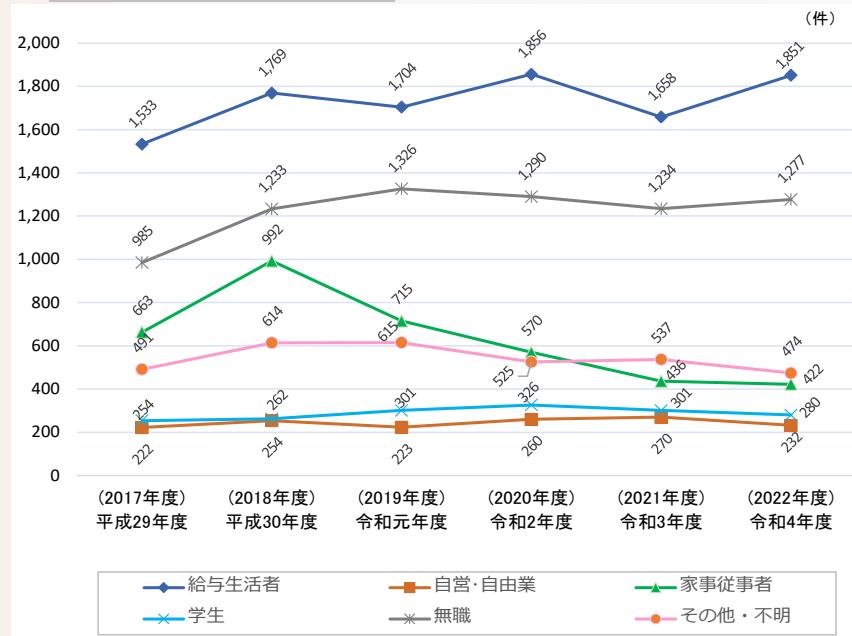


令和4年度(2022年度)八王子市消費生活センター「事業概要」より

年代別に相談件数の推移をみると、平成30年度（2018年度）～令和4年度（2022年度）にかけて、「20歳未満」、「20歳代」と「50歳代」以上の相談件数は、若干の増加傾向にありますが、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）の年代別相談件数の増加傾向は、「20歳代」、「40歳代」、「50歳代」で見られます。

相談件数の推移-当事者職業別



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

職業別に相談件数の推移を見ると、「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、消費者トラブルに遭いやすい高齢者で、年金生活者などが多く含まれることや老齢人口が増えている状況の他に、単身世帯・単身の高齢者が増えることで、相談できる親族や知人・友人などがいない層が増加していることも考えられます。

### 高齢者の契約当事者件数の推移

区分	(件)						
	(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%	/
八王子市的人口における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

65歳以上の契約当事者件数の割合は、増加傾向にあり、特に増加しているのは「80歳以上」と言えます。



### (3) 相談内容の傾向

#### 商品・役務別-相談件数

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		

- ・「保健衛生品」 … 医薬品、医療用具、化粧品
- ・「運輸・通信サービス」 … 旅客・貨物運送サービスおよび電話、放送、インターネット等の通信サービス
- ・「教養・娯楽サービス」 … 教養、趣味、娯楽の目的で受ける役務  
(インターネット利用による教養・娯楽目的のコンテンツ配信サービスを含む)
- ・「金融・保険サービス」 … 融資サービス、生命保険、預貯金、証券等、ファンド型投資商品

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

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・通信サービス」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。



## (4) 消費生活センターの認知度

### 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」の会場で、「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。



### 消費生活と多重債務

消費生活センターなどで相談される事案を商品・役務別にみると、その中に多重債務相談があります。消費者トラブルと言えば「偽物だった」とか「説明や広告と中身が違った」「商品が届かない」「契約の解約ができない」「健康被害を受けた」などのイメージを持たれる方が多いと思います。

ところが、多重債務については、直接、何かを買った訳ではありません。また、販売側（貸手側）の金融会社が騙したとか、金利が違ったなどといった事案は殆んど無いでしょう。（もちろん非合法な金融会社は別です。）借入が嵩んだことが問題の本質で、その原因の多くは借手側にあるとも言えます。借りた人がすべて悪いと結論付けたのでは問題は何も解決しませんし支払能力を超えて貸してしまった貸手側にも一定の原因はあるのだと考えられます。一昔前、TVコマーシャルなどで「ご利用は計画的に」とよく耳にしました。「計画的に購入や契約するのでは間に合わない」から借りるのであって違和感がありました。

ローンを組む際には「当座貸越契約書」または「金銭消費貸借契約書」などが交わされます。文字のとおり「お金の消費」なのですが、これがどういうものなのかを説明する貸手側の説明力とそれを理解する消費者の理解力が共に足りていないということなのだと思います。

現代社会は、事業資金、住宅ローン、カードローン、クレジットと言った借入で動いている部分が多くあります。例えば個人住宅やマンションの大部分はローンで購入（消費）されて実居住に使用されています。年齢を重ねて資金が貯まって購入するのでは、実際に使える年数が僅かで、数年で高齢者施設に入居などといった状況も考えられます。それではナンセンスです。ローンも借入もしないで一生を過ごせる人は、ほんの一握りであることも現実です。

ですから、この計画に謳われている『安全・安心な消費者市民社会の実現』を達成するためには、契約に始まり借入と返済などの様々な方法について、その仕組みや実態を知る学習や教育が今以上に必要であると思います。

## 消費者教育実態調査のまとめと考察

### (1) 調査の概要

「第3期八王子市消費生活基本計画」の基礎資料とするために、八王子市内の小・中学校（義務教育学校等を含む）・高等学校・大学等を対象にして、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調査を実施しました。

調査期間：令和5年（2023年）5月25日から6月16日まで

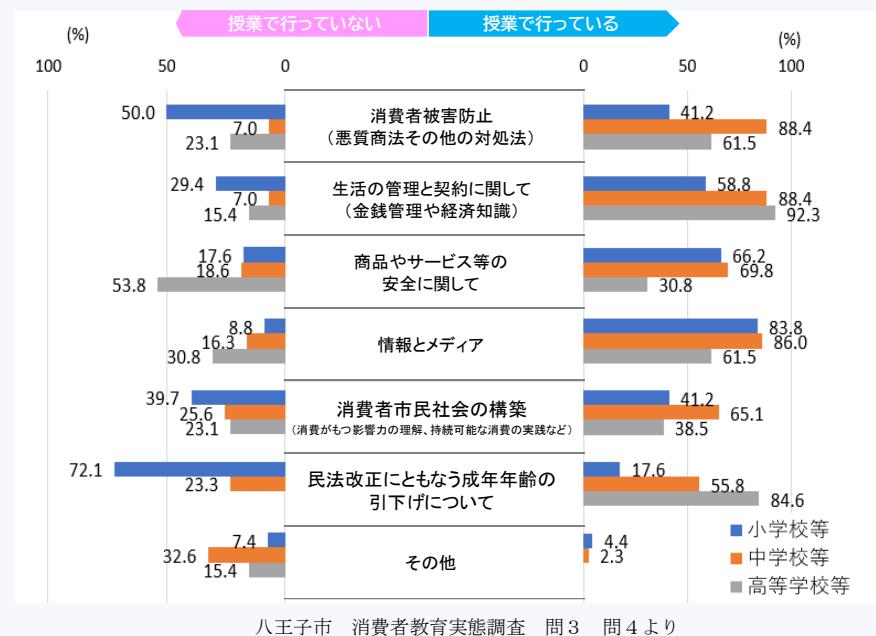
#### 調査の対象等

調査名	調査方法・対象		
八王子市内 小・中・高の 消費者教育実態調査	小学校／義務教育学校(前期課程)／ 特別支援学校	.....	72校
	【調査対象】中学校／義務教育学校(後期課程) ／中等教育学校(前期課程)	.....	51校
	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案内郵送)		
	【回答方法】WEBフォームへの入力		
	小学校等.....	68校	(94.4%)
	【回答状況】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・短期大学・専門学校	.....	29校
	【調査方法】WEBフォームによる調査(ID・PW案内郵送)		
	【回答方法】WEBフォームへの入力		
	【回答状況】大学・短期大学・専門学.....	24校	(83.6%)

### (2) 調査結果（小・中・高）

#### 消費者教育実施状況

##### ○消費者教育に関する授業で行っている内容



小学校等においては「情報とメディア」、中学校等においては「消費者被害防止」「生活の管理と契約に関して」、高等学校等においては「民法改正にともなう成年年齢の引下げについて」が消費者教育に関する授業で多く行われています。

### ○消費者教育を行うにあたって、課題となっていること

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。

### ○外部講師による授業を行いましたか

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%、高等学校で38.5%が「行っている」と回答しています。

#### 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はあります。
- 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。

### (3) 調査結果の考察 (小・中・高)

小・中・高等学校からの回答では、複数の教科・科目で消費者教育に関連する授業や講義、あるいは実習が行われていることが分かります。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うことができ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て推進する必要があると考えます。

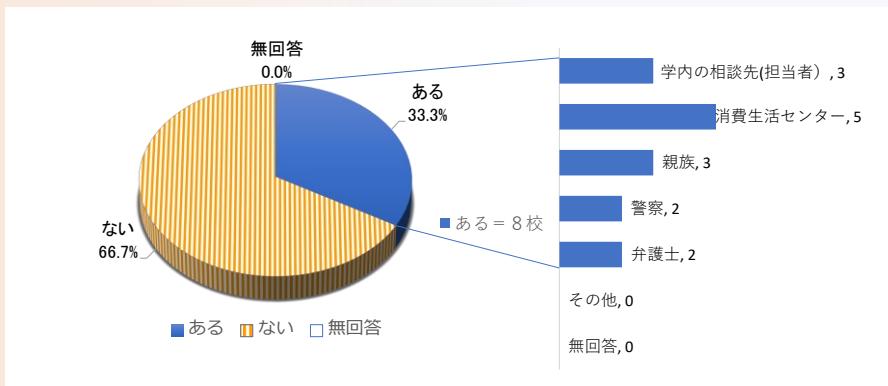
使用した教材についての問では、「教科書以外に使用した教材がある」が中学校で58.1%、高等学校で76.9%と高い割合になっており、小学校の25.0%と差がある結果になっています。高校生については、実際に商取引や契約、それに伴う決済行為を行う年齢になることや、成年年齢の引下げなどの影響もあるので、特に実社会の鮮度の高いデータや教材が提供されることが望ましいと考えます。また、実社会で起こっている消費者トラブル事案や、SDGsにおけるエシカル消費などの社会の動きが盛り込まれた情報などを提供し、還元することが有効と考えます。

外部講師による授業の実施状況の問では、高等学校で「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て消費者教育の推進に繋げることが必要と考えます。

## (4) 調査結果（大学・短大・専門学校）

### ○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

#### 消費者トラブルの相談発生状況・消費者教育の実施



「ある」と回答があったのは、8校(33.3%)でした。実際に消費生活センターへ相談を行った事案もあると回答しています。

### ○民法改正による成年年齢引下げについて

「何かしらの取組を行っている」とした回答が、24校中21校でした。

### ○来春の「新入生ガイダンス」の開催について

24校中22校で「学内会場実施を予定している」と回答がありました。

## (5) 調査結果の考察（大学・短大・専門学校）

本調査では、大学コンソーシアム八王子を通じて各大学等の担当課から回答していただいています。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る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への相談内容より、年代別の相談件数は「70歳代以上(高年齢層)」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、若年層では比較的少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高まっていることが容易に想像できます。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。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の属性であることは間違いないありません。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と八王子市消費者教育推進計画の取組状況と次期計画で解決すべき課題

### (1) 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

第2期計画の目標値  
「八王子市消費者団体連絡会」  
加盟団体数 8団体

#### (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

- ・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・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が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、社会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まちにする」とい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	今後の課題
<b>1. 事故情報などの迅速な提供</b> <ul style="list-style-type: none"><li>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</li><li>市のSNSやホームページ等を活用し注意喚起の発信</li></ul>	▶ 現在、SNSなどにより発信した情報は、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。
<b>2. 市民への安全情報の提供</b> <ul style="list-style-type: none"><li>消費生活ニュースなどは継続発行</li><li>デジタル媒体への掲載</li></ul>	▶ 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、既存の媒体も有効に活用し、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化させ、必要な情報が行き渡る方法を考える必要があります。
<b>3. 関係機関との情報共有</b> <ul style="list-style-type: none"><li>東京都と連携したキャンペーンの実施</li><li>関係団体へチラシ・ポスターの配布・掲示</li></ul>	
<b>4. 知識の普及・啓発</b> <ul style="list-style-type: none"><li>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</li></ul>	
<b>5. 消費生活ニュース、くらしのレポートの発行</b> <ul style="list-style-type: none"><li>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</li><li>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</li></ul>	
(2) 商品・サービスの安全性の確保	今後の課題
<b>1. 食の安全確保と情報提供</b> <ul style="list-style-type: none"><li>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</li></ul>	▶ 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。
<b>2. 住まいの相談会の実施</b> <ul style="list-style-type: none"><li>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</li></ul>	▶ 安心して商品を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	今後の課題
<b>1. 商品の表示に関する検査・指導の実施</b> <ul style="list-style-type: none"><li>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。</li></ul>	▶ 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への理解を深めるための啓発活動が必要です。
<b>2. 適正な計量に関する検査・指導の実施</b> <ul style="list-style-type: none"><li>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。</li></ul>	

## (2) 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組

#### (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

- ・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などを始め、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、全ての部署の協力が必要です。
- 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」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「B I G W E S T」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

#### 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など、各種イベントへの継続参加が有効な取組となります。
- 「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共有を進めが必要です。
- 情報発信手段の多様化、地域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が求められています。

※教. 新社会人等 は八王子市教育推進計画の施策

※教. 成人一般 は八王子市教育推進計画の施策

### (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」

#### 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」などのイベントについて、規模を回復・拡大した上で再開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。

※教・倫理的(エシカル)消費の啓発は八王子市教育推進計画の施策

## 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

### 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。

### (3) 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

第2期計画の目標値  
消費生活センターの認知度 40%

#### 今後の課題

- 市の公式LINE、広報はちおうじ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
- ・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

- ・東京都と連携して、「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

### 今後の課題

- 事業者・販売者などに対し、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。

### 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

## (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2部

# 計画の重要施策と体系

## 1 消費者行政をめぐる現状と課題

社会情勢をめぐる消費生活の現状などから、計画を推進するにあたって特に留意すべき事項を「3つの視点」として整理しました。

## 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、解決方法が分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・経済情勢は、デジタル化の進展、電子取引の拡大、消費者トラブルの多様化など、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、自然環境の変化に与える悪影響を減らしていくことが求められており、それらに資するための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・経済情勢から、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必要です。

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、3つの重要施策と施策の方向を設定し、具体的な事業を展開していきます。

## 視点1

## 公正で持続可能な社会の実現

消費生活が社会や環境など、幅広い分野に様々な影響を及ぼすことに対する認識を持ち、高い倫理性を持った消費行動に努めていく。教育現場においての消費者教育と、すべての世代への生涯学習や情報提供を意識的に行う。

## 視点2

## デジタル社会への対応

デジタル化の進展により利便性は向上したが、取引やコミュニケーションの多様化・複雑化・グローバル化により消費者がトラブルに遭う可能性は高まっている。これらに鑑みて施策を展開する必要がある。また、デジタルデバイドに配慮した対応も必要である。

## 視点3

## 人とひととのつながりの創出

高齢化の進行や世帯の単身化が進み新型コロナウイルス感染症の拡大防止策などもあり、消費者が孤立状態になることが増えている。トラブルを抱えた場合の深刻化を回避できるよう、相談する機会や見守り活動の活性化を促す施策が必要である。

## 重要施策

計画の理念を達成するため、るべき姿を追求する以下の3点を重要施策とし、事業に取り組みます。



- 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 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、国と東京都、高齢者あんしん相談センターや社会福祉協議会、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できます。

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、活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」とも重なるものです。

安全・安心な市民の消費生活環境を保つため、人や社会、地域、環境に配慮した消費行動を行うことができる環境づくりや地域の様々なネットワークの創出、また、適正表示・適正取引の確保に向けた事業者との連携のもと、市内の消費生活環境を整備します。



### 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実現とは、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、周りの人々や地球環境などにも思いをはせ、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て効果的で体系的に消費者の学びに取り組むことができるよう、従来の学習手段・方法にデジタル技術を取り入れるなど、消費者の学習意欲を高める支援を行います。

また、持続可能な社会の実現に向け、SDGsやエシカル消費に関する啓発と学習機会の提供を進めるとともに、その担い手の育成に努めています。



### 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、迅速に被害の回復に向けての支援が必要です。消費者被害の防止・救済のために、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を行うとともに、相談体制や相談方法を充実させます。また、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、事業者名の公表や指導などを行い、市民の安全・安心な消費生活の実現を目指します。



### 3 計画の体系

## 計画の理念 安全・安心な消費者市民社会の実現

### 重要施策 1 消費生活環境の整備

#### 施策の方向 1-1 連携強化による安全の確保

- (1) 情報共有に有効なネットワークの充実と連携強化

#### 施策の方向 1-2 安全・安心な消費環境づくり

- (1) 生活者を取り巻く消費環境の保全

- (2) 適正な表示・適正な取引の実現

#### 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

- (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

### 重要施策 2 消費者教育の推進

#### 施策の方向 2-1 消費者市民を育む学習支援・啓発

- (1) ライフステージに応じた学習支援・啓発

- (2) 効果的な啓発・情報の提供

- (3) SDGs・エシカル消費に関する認知度向上

#### 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) 消費者教育に関する多様な担い手の育成

- (2) 学習資材の提供

### 重要施策 3 消費者被害の防止・救済

#### 施策の方向 3-1 消費者被害の予防・防止

- (1) 多様なチャンネルを活用した情報収集・発信

#### 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

## 4 施策の展開

### 重要施策 1

#### 消費生活環境の整備

#### SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



#### 成果指標

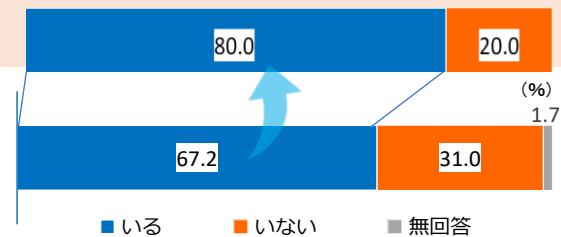
##### 身近な場所に困りごとを相談できる人がいる市民の割合

令和10年度（2028年度） 80%

現状 令和4年度（2022年度） 67.2%

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ますか。  
(n=2,134)

##### 令和10年度（2028年度）



#### 施策の方向1-1 連携強化による安全の確保

市役所内部に限らず、町会・自治会、民生委員児童委員協議会など地域で活動する団体のほか、高齢者あんしん相談センター、社会福祉協議会といった地域と密接な関係を持つ組織に対して正確な情報を適時適切に発信し、最新で有益な情報の共有に努めます。

さらに、人・社会・地域・環境に配慮した上で各々との連携をより一層強化することで、互いに支え合うネットワーク、人とひととの結び付きを深めます。

## (1) 情報共有に有効なネットワークの充実と連携強化

NO	事業名【担当課】	取組内容	活動指標	現状 (2022年度)	目標 (2028年度)
1	関係部署との連携強化 【消費生活センター】	総合的にきめ細やかな取組を行うため、庁内関係部署それぞれのネットワークを含む連携の強化を図ります。	(1)事業に応じてネットワークを含む関係部署との連携を強化する。	重層的支援会議への参加	事案に応じて必要な会議への参加を拡充
2	地域ネットワークとの連携強化 【消費生活センター】	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、高齢者あんしん相談センター、はちまるサポート（八王子まるごとサポートセンター）、社会福祉協議会などのネットワークを通じて、迅速かつ正確な危険注意情報を発信します。	(1)地域ケア会議への参加	随時出席し情報共有する。	必要な会議への参加を拡充し、情報共有する。
3	消費者団体のネットワークによる連携強化 【消費生活センター】	啓発推進委員会や消費者団体連絡会などの消費者団体との情報交換をはじめとする連携強化を図るとともに、「安全・安心な消費者市民社会の実現」に向け、各団体等の強みを活かした情報発信に努めます。	(1)消費者団体連絡会との連携	3回	6回
4	警察との連携強化 【消費生活センター】 【防犯課】 【福祉政策課】 【高齢者福祉課】	高齢者や地域で孤立している市民を狙った悪質商法や、詐欺の被害が増加している。そこで警察との情報交換・情報共有を図り連携を強化するとともに、主に高齢者世帯が巻き込まれないよう、防犯効果のある自動通話録音機の貸出や警察署や高齢者あんしん相談センター、民生委員児童委員協議会、社会福祉協議会とも協力しながら、防犯に役立つ情報を提供します。 また、年金支給日に防災無線を活用し、特殊詐欺被害防止の呼びかけを行います。	(1)消費生活審議会への警察のオブザーバー参加招聘 (2)生活安全対策協議会の開催 (3)自動通話録音機の貸出 (4)防災無線による特殊詐欺被害防止の呼びかけ (5)地域ケア会議への警察・消防職員の参加者 (6)認知症高齢者ネットワーク会議の開催	(1)定期1回 (2)2回開催 (3)280台貸与 (4)0回 (5)20人 (6)1回	(1)定期1回・必要に応じて随時 (2)2回開催 (3)360台貸与 (4)6回 (5)30人 (6)2回
5	TOKYO(八王子)エシカルパートナーのネットワークづくり 【消費生活センター】	エシカル消費を日常的に行う社会的ムーブメントを創出し、市民の消費行動の変容を促進するため、東京都（TOKYOエシカルアクションプロジェクト）や市内関連企業・団体との連携強化を図りながら、そのネットワークを活かした情報交換や相互のイベントにおけるエシカル消費に関する啓発を推進することで、エシカル消費を実践するための環境づくりに努めます。	(1)TOKYOエシカルパートナー数（市内事業者・団体等）	—	10団体
6	計量業務を通じての事業者との連携 【消費生活センター】	「計量業務」の立入りを実施する機会を利用して、事業者への情報提供を積極的に行い、連携の強化を図ります。	(1)消費生活情報チラシの配布	50部	30部（デジタルへ移行）

## 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、住まいの相談など、衣食住に関する行政施策や、使用後の製品の適切な廃棄処分についての施策、また、災害から生命と財産を守る施策の充実は生活に欠かせません。この他に、事業者に対する「はかり」の定期検査・指導や製品の安全性に関する検査・指導を実施します。これら検査・指導の機会を通して、事業者に消費生活に関する啓発を行い、市民の安全・安心な消費生活環境の実現を目指します。

### (1) 生活者を取り巻く消費環境の保全

NO	事業名【担当課】	取組内容	活動指標	現状 (2022年度)	目標 (2028年度)
1	商店街の振興 【産業振興推進課】	地域での買い物の環境が充実することで、商店街が地域コミュニティの核としての役割を果たし、互いに顔の見える安心できる消費生活の環境が促進できるよう、地域商店街の活性化を推進します。	(1)はばたけ商店街事業補助金交付件数	・イベント事業45件 ・活性化事業5件	・イベント事業50件 ・活性化事業7件
2	食の安全 【生活衛生課】	食品衛生法に基づく必要な食品検査を実施し、食の安全確保に取り組みます。また、市民や事業者に対する講習会や講座、広報などを通して食の安全・安心に関する知識と理解の促進を図ります。	(1)食品検査 (2)事業者向け講習会	(1)173検体 (2)10回開催	(1)170検体 (衛生管理指標の見直しにより) (2)12回開催
3	住まいの相談 【住宅政策課】	住まいの安全を確保するために、木造住宅の耐震診断、増改築や修繕などの住まいのなんでも相談会を実施します。空き家問題を発生させないよう地域の実情に詳しい不動産を中心とした各種専門家による住まいの流通や管理、継承といった空き家ワンストップ相談窓口「住まいの活用相談所（略称：住まカツ）」を設け、地域の安全・安心な住環境の維持を図ります。	(1)「住まいのなんでも相談会」相談件数 (2)「住まいの活用相談所」相談件数	(1)59件 (2)16件	(1)60件以上 (2)24件以上
4	家庭ごみの適正な処理 【ごみ総合相談センター】	ごみの分別・減量・資源化を行い、循環型都市を推進します。	(1)家庭から排出されるごみの適正な分別方法を継続的に周知する。また、各イベント等で適正な分別方法を周知する。	市広報、市HP、収集カレンダー、各イベント等で周知	市ホームページによる3Rを意識したごみ分別方法の周知の充実

NO	事業名【担当課】	取組内容	活動指標	現状 (2022年度)	目標 (2028年度)
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 【廃棄物対策課】	家庭から出た製品や粗大ごみなどの廃棄物の適正な処理を周知するほか、違法な回収業者への指導などを行い、不法投棄や不適正な処分による環境破壊を防止します。	(1)不用品回収業者への指導及び市民への違法な業者を利用しないためのチラシ配付等で周知、啓発を行う。	通報を受けた時にパトロールを随時行う。併せて市民への周知を行うことによる市民からの問合せの増加、違法な回収業者の利用事例の減少。	通報を受けた時にパトロールを随時行う。併せて市民への周知を行うことによる市民からの問合せの増加、違法な回収業者の利用事例の減少。
6	災害情報・対策の発信 【防災課】	市民が適切な防災行動がとれるよう、自然災害時に備えて作成した八王子市総合防災ガイドブックを災害対策の一助として周知します。	(1)防災に関する出前講座数	30件	40件

## (2) 適正な表示・適正な取引の実現

NO	事業名【担当課】	取組内容	活動指標	現状 (2022年度)	目標 (2028年度)
1	商品の表示に関する検査・指導、消費生活に関する啓発 【消費生活センター】	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と、必要に応じて表示の指導を行います。立入時には事業者へ消費生活に関する啓発として、表示に関する冊子の配付や販売時の法的責務の再確認などを行います。	(1)立入事業者件数	2件	2件
2	適正な計量に関する検査・指導、計量制度の啓発 【消費生活センター】	計量法に基づく「はかり」の定期検査、商品量目立入検査を行うとともに、計量制度の周知啓発を行い、事業者と一体となった正確な計量の実施に努めます。	(1)定期検査戸数 (2)商品量目立入検査数 (3)計量制度周知	(1)408件 (2)144件 (3)144件	(1)410件 (2)150件 (3)150件

## 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の地元製品購入の場の周知・確保支援、事業者へのSDGs促進、事業者による食品ロス削減、人とひとをつなぐフードバンク活動の促進など、環境づくりを推進します。

### (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

NO	事業名【担当課】	取組内容	活動指標	現状 (2022年度)	目標 (2028年度)
1	農産物などの地産地消 【農林課】	安全・安心な農産物の提供と地産地消の推進により、新鮮で安全な農産物の生産・供給を進めるため、環境保全型農業の推進や、道の駅八王子滝山の活用、JA八王子と連携した農産物直売所マップの作成により、農産物などの地産地消を推進します。	(1)認定農業者数 (2)道の駅八王子滝山の来場者数 (3)道の駅八王子滝山の自主事業売上額	(1)112経営体 (2)741千人 (3)3.5億円	(1)現状維持 (2)796千人 (3)3.7億円
2	製造業者へのSDGs促進支援 【産業振興推進課】	八王子市ものづくり企業地域共生推進助成金制度により、地域における周辺との調和を図るため、機器の更新や工場の改修などの操業環境改善事業を行う事業者等に対し、費用の助成を行います。これにより、騒音や振動、臭い等を軽減し、市内の工場周辺の環境が改善され、SDGsの目標達成に貢献します。	(1)八王子市ものづくり企業地域共生推進助成金交付件数	5件	3件
3	食品ロス削減に向けた事業者応援 【ごみ減量対策課】	食品ロス削減に賛同する「完食応援店」と協力して食品ロスを啓発とともに食料品販売店・飲食店から発生する食品ロスと、消費者の需要をウェブ上でマッチングするフードシェアリングサービス「タベスケHachioji」を活用し、食品ロス削減の促進を図ります。 また店舗での食料品の販売で、「手前どり」を勧奨するステッカーを事業者に配布し、市民の食品ロス削減に向けたアクションを促します。	(1)完食応援店数	268店	350店

NO	事業名【担当課】	取組内容	活動指標	現状 (2022年度)	目標 (2028年度)
4	フードバンク団体応援 【消費生活センター】 【生活自立支援課】 【ごみ減量対策課】	家庭や企業にある余剰食品や流通に乗らなかった食品を様々な機会に応じて受け入れることで、食品ロスを減らすとともに、必要としている個人や団体へ届けているフードバンク団体へ受け渡しをします。また、地域のコミュニティ活動支援につながるようフードバンク団体の活動を周知します。	(1)フードドライブ実施 (2)企業からの寄付等で受け入れた食品をフードバンク団体へ提供する。  (3)フードバンク団体での支援が必要な方には団体の活動を周知する。  (4)フードバンク団体の活動周知	(1)2回 (2)企業からの寄付を受け入れ、フードバンク団体に提供している。  (3)フードバンク団体での支援が必要な方には団体の活動を周知している。  (4)イベントでの周知(JR八王子駅、フードバンク団体との協働によるフードドライブ)、広報特集号「ごみゼロ通信」でフードドライブの掲載	(1)3回 (2)活動の継続  (3)活動の継続  (4)イベントでの周知、広報特集号「ごみゼロ通信」での紹介
5	まちなか交流・活動拠点の運営 【市街地活性課】	まちなか交流・活動拠点「まちの駅八王子 CHITOSE YA (ちとせや)」では、八王子の生産者・地場産業などを紹介し、世代を超えた出会いとつながりを生み出す、暮らしづくりの拠点です。  エシカル消費につながる食品・加工品・生活雑貨の販売やくらしを豊かにするイベント・ワークショップの開催、寄贈本を配架した「まちライブラリー」の運営など、「まち・ひと・もの」が結びつき、楽しみながら地域と環境を思いやることのできる暮らしへを提案していきます。	(1)年間利用者数	14,327人	22,700人



## 重要施策2 消費者教育の推進

### SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

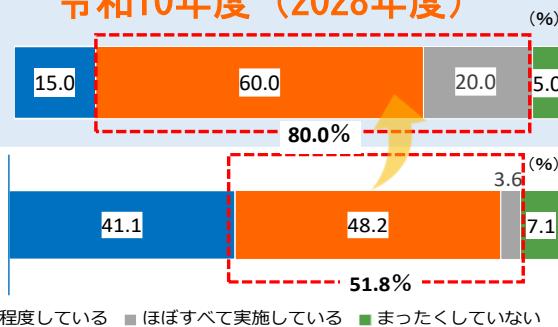


#### 成果指標

##### エシカル消費の実践状況（対象は「地産地消」の取組）

令和10年度（2028年度）	80%
現状 令和5年度（2023年度）	51.8%

##### 令和10年度（2028年度）



地産地消について、  
どの程度実践していますか  
(n=168)

■あまりしていない ■ある程度している ■ほぼすべて実施している ■まったくしていない

#### 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、ライフステージや様々な機会に応じた消費者の学び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、学習機会にデジタル技術を取り入れ、消費者への学習支援を行います。

## (1) ライフステージに応じた学習支援・啓発

NO	事業名【担当課】	取組内容	活動指標	現状 (2022年度)	目標 (2028年度)
1	幼児・保護者への消費者教育 【消費生活センター】 【子どもの教育・保育推進課】	幼稚園・保育所での日々の生活の中で、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ることができるよう消費生活情報を提供します。	(1)子どもの商品事故情報の提供	発生状況に応じて随時提供	発生状況に応じて随時提供
2	義務教育における消費者教育 【消費生活センター】 【教育指導課】	小さい頃から消費に対する関心を高めていくために、義務教育において学習指導要領などに基づき、小・中学生向け消費者教育副読本をデジタルブックにて作成し、学校現場で効果・効率的に活用しながら学齢に応じた消費者教育を進めます。	(1)小学生向け副読本の更新 (2)中学生向け副読本の更新 (3)消費者教育副読本を活用した研究授業	(1)4,524冊 (2)4,526冊 (3)研究授業	(1)デジタル化・動画配信 (2)デジタル化・動画配信 (3)研究授業の実施等を通じた副読本の活用の促進
3	若者（学生）への消費者教育 【消費生活センター】 【学園都市文化課】 【青少年若者課】	高校生、大学生といった学生の消費生活トラブルを防止するため、高校及び大学コンソーシアム八王子と協力し、消費生活に関する注意喚起や成年年齢引下げに関する被害情報の共有機能を兼ね備えた、消費者教育講座の実施及び学校教職員との意見交換会を実施します。  また、若者の悩みに寄り添う「若者総合相談センター」と連携し、消費生活情報の提供を行います。	(1)高校への消費者教育講座実施校数 (2)大学等への消費者教育講師派遣 (3)高校・大学等教職員との意見交換会 (4)大学等と本市との連携・協力事業数（件／年間） (5)若者総合相談センターと消費者生活センターの連携による取組	(1)4校 508人 (2)3校 1,714人 (3)1回 7大学等 (4)154件 (5)若者総合相談センターが消費生活フェスティバルへ参加、消費者生活センターに依頼し、若者総合相談センターにおいて消費者トラブル防止セミナーを3月に開催	(1)7校 900人 (2)6校 3,000人 (3)1回 15校 (4)232件 (5)若者への消費生活情報の啓発
4	若者（新社会人）に向けた消費者啓発 【消費生活センター】 【産業振興推進課】	中小企業の新入社員に向けての研修等で、若者が狙われやすい悪質商法に関する注意喚起と相談先としての消費者生活センターを周知します。	(1)企業研修での消費者教育の啓発の回数 (2)中小企業新入社員合同研修の参加者数	(1)1回 (2)39名	(1)1回 (2)60名

NO	事業名【担当課】	取組内容	活動指標	現状 (2022年度)	目標 (2028年度)
5	成人一般市民への消費者啓発 【消費生活センター】 【学習支援課】	幅広く成人一般市民に対し、生涯学習やリカレント教育を通じて消費者教育に関連した講座を開催します。消費生活情報紙を発行して、啓発・周知を図ります。	(1)月間講演会の開催・WEB配信 (2)消費生活講座の開催・WEB配信 (3)消費生活に関する講座の実施	(1)1回 (2)5回 (3) ①環境 8回・87人 ②食育 10回・93人 ③国際理解8回・308人 ④法 4回・ 48人 ⑤金融経済 5回・92人 ⑥I T・情報 (一般) 47回・219人 ⑦SDGs・エシカル消費 2回・12人 ⑧その他 6回・52人	(1)1回 50人 (2)5回 102人 (3)社会状況に応じた開催となる。
6	高齢者への効果的な情報提供 【消費生活センター】 【福祉政策課】 【高齢者福祉課】 【学習支援課】 【デジタル推進室】	消費者トラブルに遭うリスクの高い高齢者に日頃から関わっている団体に対し、出前講座や高齢者見守り講座を実施し、情報提供を行います。  高齢者あんしん相談センターや民生委員児童委員協議会、はちまるサポート（八王子まるごとサポートセンター）などの関係団体と連携し、情報共有しながら在宅高齢者や障害のある方の消費者被害防止に努めます。  また、デジタル技術に不慣れな高齢者に向けて、日常的にデジタル技術が活用できるようになるための講座を開催し、一人でも多くの方が苦手意識を克服し、便利なツールとして活用することで、様々な交流や支え合いを可能とします。	(1)出前講座（高齢者）の実施 (2)見守り講座の実施  (3)民生委員児童委員協議会、はちまるサポートへの出前講座・見守り講座のPR (4)高齢者あんしん相談センターにおける消費者被害相談件数 (5)デジタル技術活用に関する高齢者向けの講座の実施  (6)デジタルデバイド対策教室等の受講者及び相談会等の参加者	(1)3回 (2)3回 (3)－ (4)124件 (5)高齢者向けのデジタル技術活用に関する講座が、計34回開催され、338名が受講した。（学習支援課主催分） (6)1,073人	(1)6回 110人 (2)見守り手となる受講者を多方面に広げ、効果的な講座の実施。 (3)各団体への出前講座・見守り講座の継続的なPR実施 (4)180件 (5)高齢者向けのデジタル技術活用に関する講座を計35回実施する。 (6)身近な場所で支援を受けられる仕組みを構築

NO	事業名【担当課】	取組内容	活動指標	現状 (2022年度)	目標 (2028年度)
7	障害者への効果的な情報提供 【消費生活センター】 【障害者福祉課】	消費生活センターが開催する講座の募集時に要約筆記・手話通訳ありの募集を行うことで、障害者のある方が参加しやすい講座の開催に配慮します。  また、国や都などから消費生活に関する情報提供があった場合は、指定障害福祉サービス事業所等に周知するとともに、支援者向け研修を実施することで、障害者の自立に寄与し、合理的な消費活動につなげていきます。	(1)講座での障害のある方への対応  (2)事業者向け研修実施回数	(1)実施方法の検討  (2)5回	(1)一定規模の講座開催において障害のある方に配慮した体制を整える。  (2)5回
8	外国人市民を対象とした情報提供 【消費生活センター】 【多文化共生推進課】	外国人市民が消費者トラブルに遭った場合の相談先としての消費生活センターの周知や、消費者トラブルに関する注意喚起情報の発信を、多言語に対応した市ホームページへの掲載や外国人向け情報誌等により実施していきます。	(1)外国人の相談  (2)外国人へ情報提供の回数	(1)実施方針の検討  (2)年1回	(1)実施方針に基づいた外国人市民への相談対応  (2)年2回
9	地域活動団体等への学習支援 【消費生活センター】	消費生活に関する学習の機会を広げて消費者トラブルを未然に防ぐため、各団体の意向に沿った内容の出前講座を開催することで、市民の生涯学習意識の向上と、消費者行政に対する理解の向上を図ります。	(1)出前講座の実施	6回 84人	12回 240人
10	事業者への啓発 【消費生活センター】	立入検査などの事業者訪問をする際に、市内で起きている消費者トラブルについて情報提供するとともに、消費者の相談先としての消費生活センターの周知について協力を依頼する。	(1)計量（定期検査受検者数） (2)製品安全4法及び家庭用品品質表示法（立入事業者数）	(1)408事業者 (2)2事業者	(1)408事業者 (2)2事業者

(※) 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

NO	事業名【担当課】	取組内容	活動指標	現状 (2022年度)	目標 (2028年度)
1	専門講座 【消費生活センター】	東京都などと連携し、消費者教育に関する専門的な講座を開催し、市民の消費行動への関心や意識醸成を図ります。	(1)東京都消費者月間講演会 八王子会場・WEB配信  (2)東京都共催講座・WEB配信	(1)1回 50人  (2)1回 24人	(1)1回 (市民の利便性を考慮した会場等の決定)・WEB配信  (2)1回 30人
2	出前講座 【消費生活センター】	消費者トラブルを回避するために出前講座などを開催し、消費生活に関する啓発を図ります。	(1)出前講座の実施	6回 84人	12回 240人
3	消費生活情報の発信 【消費生活センター】	消費者トラブルの未然防止や消費生活センターの認知度向上のため、消費生活情報紙を定期的に発行して、市民に消費生活に関する情報を発信します。	(1)消費生活ニュースの発行 (2)くらしのレポートの発行 (3)広報掲載	(1)年 12回 (2)年 3回 (3)年 1回	発信回数の増
4	各種イベントでの啓発 【消費生活センター】	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などの様々なイベントの機会を活用し、消費生活啓発推進委員会、消費者団体連絡会等と連携して啓発活動を実施します。	(1)消費生活フェスティバル参加者 (2)環境フェスティバル（資料配布人数） (3)生涯学習フェスティバルでのセンター来場者数 (4)あきんど祭り（資料配布数）	(1)366人 (2)300人 (3)53人 (4)800部	(1)500人 (2)300人 (3)100人 (4)2,000部
5	民間施設への啓発資料の配備 【消費生活センター】	デジタルでの情報収集が難しい高齢者にも消費生活情報が適切に行き渡るよう、民間施設に対してチラシを配架するなど、工夫して情報発信を行います。	(1)民間と連携した情報発信	・消費生活ニュース…スーパー・マーケットでの配架（12回） ・パルシステム等と連携した消費生活情報紙の配付（1回）	多様なチャンネルによる発信の増

### (3) SDGs・エシカル消費に関する認知度向上

NO	事業名【担当課】	取組内容	活動指標	現状 (2022年度)	目標 (2028年度)
1	食育の推進 【保健総務課】	<p>第3期八王子市食育推進計画では、第2期計画に掲げた食育についての取組を、より多くの市民や市民活動団体、民間事業者等に実践してもらうことを目指します。生産から消費までの食の循環への体験等を通して理解を深め、食品ロスの削減にもつなげていきます。</p>	<p>(1)「健康フェスタ・食育フェスタ」参加者 (2)「食育イベント」参加者 (3)「健康フェスタ・食育フェスタ」及び「食育イベント」参加により、「意識が高まった」と回答した参加者の割合</p>	<p>(1)7,698名 (2)650名 (3)93.7%</p>	<p>(1)増加 (2)増加 (3)100%</p>
2	小・中学校における食育 【学校給食課】	<p>市立小・中学校・義務教育学校の全校で食に関する指導の全体計画・年間指導計画の実践・深化を図るため、今後も各教科及び給食時間を通した食育を推進します。</p> <p>また、地場の食材や郷土料理を取り入れ、八王子の歴史や文化に触れる機会を設けることで、郷土愛や感謝の心を育み、八王子の魅力を発見できるように取り組んでいきます。</p> <p>さらに、SDGsやエシカル消費につながる地産地消や食品ロス削減について、給食センターを活用した食品加工や「もったいない」の取組を実施するとともに、給食を通じて子どもたちや保護者に啓発します。</p>	<p>(1)「もったいない大作戦」ウィーク期間中に残菜量が減少した学校の割合</p>	<p>81.4%</p>	<p>90%以上</p>
3	環境学習の推進 【環境政策課】 【ごみ減量対策課】 【戸吹クリーンセンター】 【館クリーンセンター】 【水再生施設課】	<p>環境フェスティバルや戸吹クリーンフェスタなど、様々な環境学習・啓発活動の拡充を図るとともに、啓発を目的とする各種イベントに参加していきます。</p> <p>また、職場体験の受け入れを行います。</p> <p>さらに、生ごみの減量・資源化を推進するため、広報特集号「ごみゼロ通信」やSNS、市内イベントなどを通じて食品ロス削減の促進やダンボールコンポストの普及拡大を行います。</p>	<p>(1)八王子環境フェスティバルを年1回開催する。 (2)広報特集号「ごみゼロ通信」の発行 (3)職場体験の受け入れ (4)戸吹クリーンフェスタの開催 (5)啓発を目的とする各種イベントへの参加 (6)館クリーンセンターの施設見学者数 (7)環境フェスティバル参加者 (8)職場体験の受け入れ人数</p>	<p>(1)年1回開催 (2)1回 (3)職場体験：1回 (4)戸吹クリーンフェスタ:新型コロナウイルス感染拡大防止のため開催せず (5)啓発イベント参加：2回 (6)1,710名 (7)250人 (8)9人</p>	<p>(1)年1回開催 (2)1回 (3)(4)(5) 継続実施し、更なる啓発を進める (6)5,000名 (7)300人 (8)9人</p>

NO	事業名【担当課】	取組内容	活動指標	現状 (2022年度)	目標 (2028年度)
4	小・中学校における環境学習 【教育指導課】	「学校教育における環境教育基本方針（第二次）」に基づき、全市立小・中学校・義務教育学校において、環境教育全体計画及び年間指導計画を作成し、環境教育を実施して、各教科等の指導の中でSDGsを位置付けて指導します。	(1)「省エネチャレンジ2023」実施校率 (2)環境教育位置づけている学校数率	(1)小学校71% 中学校77% (2)小中学校 100%	(1)小学校90%以上 中学校90%以上 (2)小中学校 100%
5	SDGs・エシカル消費の啓発 【消費生活センター】	エシカル消費を日常的にする社会的ムーブメントを創出し、市民の消費行動の変容を促進するため、東京都（TOKYOエシカルアクションプロジェクト）や市内関連企業・団体との連携強化を図りながら各種イベントにおいて啓発活動を行います。	(1)TOKYOエシカル参加団体とのエシカル消費啓発活動における共創	—	市内各団体と年1回以上、共創ができる状態

## 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、その担い手の育成と学習資材の提供・活用に努めます。

### （1）消費者教育に関する多様な担い手の育成

NO	事業名【担当課】	取組内容	活動指標	現状 (2022年度)	目標 (2028年度)
1	消費者教育の担い手育成 【消費生活センター】	消費者団体連絡会において最新の情報・意見交換を行い、消費者団体の活動や学習会などを通じて消費者教育を広め、消費者教育の担い手を育みます。	(1)消費者団体連絡会加盟数	8団体	10団体

### （2）学習資材の提供

NO	事業名【担当課】	取組内容	活動指標	現状 (2022年度)	目標 (2028年度)
1	学習資材の提供 【消費生活センター】 【図書館】	自主的な学習活動の支援のため、消費生活センターにある図書・DVDなどを充実させ、貸出を行います。  また、図書館において、消費生活の関連図書・チラシ・ポスターの展示や貸出を行います。	(1)貸出延べ件数 (2)貸出冊数	(1)6件 (2)25冊	(1)12件以上 (2)40冊以上

## 重要施策 3

### 消費者被害の防止・救済

#### SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



#### 成果指標

##### 消費生活センターの認知度

令和10年度（2028年度） 80%

現状 令和5年度（2023年度） 63.7%

##### 令和10年度（2028年度）

30.0 50.0 20.0

80.0%

消費生活センターを  
知っているか  
(n=171)

19.9 43.9 36.3 0.0 (%)

63.7% ■ よく知っている ■ 名前は知っている ■ 知らなかつた ■ 無回答

#### 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の開催や啓発活動を行うとともに、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紹介します。

## (1) 多様なチャンネルを活用した情報収集・発信

NO	事業名【担当課】	取組内容	活動指標	現状(2022年度)	目標(2028年度)
1	事故情報などの提供 【消費生活センター】	商品の重大事故などが発生した場合は、消費者庁をはじめ関係機関と連携し、市民への迅速な情報提供を行います。	(1)事故情報の提供	発生状況に応じて随時市民に発信	発生状況に応じて随時市民に発信
2	消費者被害事例の情報提供及び注意喚起 【消費生活センター】 【防犯課】 【高齢者福祉課】	<p>消費者被害事例の情報提供及び注意喚起</p> <p>【消費生活センター】 【防犯課】 【高齢者福祉課】</p> <p>消費者センターにおける相談内容に基づいて、類似被害の拡大防止・予防のために、緊急性の高い被害事例を防犯メールや市ホームページなどを通じて迅速に市民へ周知します。</p> <p>また、関係機関が有するメール配信や人とひととのつながりによるネットワークを利用して、デジタルデバイドへの配慮を行いながらより多くの市民の情報を広め、消費者被害を防ぎます。</p>	(1)注意喚起情報の発信 (防犯メール・高齢者あんしん相談センター・民生委員児童委員) (2)各種SNSを活用した防犯情報の提供を推進し、迅速な情報提供により市民の安全を図る。 (3)高齢者あんしん相談センターでのスマートフォン教室等開催回数	(1)発生状況に応じて随時発信  (2)メール配信サービスのほか、各種SNSを活用(X, Facebook, LINE)  (3)集計値なし	(1)発生状況に応じて随時発信  (2)現状の情報配信方法の見直し及び改善  (3)全ての高齢者あんしん相談センターで1回以上の開催
3	悪質事例の情報提供 【消費生活センター】	国や東京都が発信する悪質な取引事例などをSNSをはじめ、市ホームページ等で取り上げ、広く市民に情報提供を行います。	(1)国・東京都の情報の発信	発生状況に応じて随時市民に発信	発生状況に応じて随時市民に発信
4	悪質事業者の公表・指導 【消費生活センター】	悪質事業者への指導、勧告、事業者名の公表などを行う国、東京都との連携や、取締りを行う警察への捜査協力など、必要に応じた情報提供により不適正な取引行為を防止します。	(1)国・都や警察からの情報提供依頼及び捜査協力依頼	発生状況に応じて適時・適切に対応	発生状況に応じて適時・適切に対応
5	イベントを通した消費者トラブル注意喚起 【消費生活センター】	消費生活フェスティバルなどのイベントの機会を通じて、消費者トラブル防止の注意喚起を行います。	(1)消費生活フェスティバル参加者 (2)防犯防災フェア啓発チラシ配布	(1)366人 (2) 53人	(1)500人 (2)100人
6	成年後見制度等の制度周知 【福祉政策課】	安心して消費生活を送ることができるよう、成年後見制度や権利擁護に関するパンフレットの配布、講座の開催などにより、制度の周知を図ります。	(1)講座・学習会の開催回数	13回	25回
7	関係機関との情報共有 【消費生活センター】	消費者庁、(独)国民生活センター、東京都消費生活総合センター、警察などの関係機関への迅速な情報提供や相談に関する連携が、悪質商法などへの対応には不可欠なため、各機関とのネットワークを強化し、適切かつ迅速な情報共有を行います。	(1)市の消費者トラブル情報提供	1件	適切に対応

## 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DX※を推進し、寄せられる消費生活相談に対して、適切な対応を行います。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、最善の解決に努めます。

また、被害の回復に向けて適切な対応ができるよう、消費生活相談員の専門的知識の向上を図り、状況に応じて関係機関と連携を図りながら対応を進め、悪質な場合は事業者への指導に結びつけます。

### （1）相談体制の充実による救済の強化

NO	事業名【担当課】	取組内容	活動指標	現状（2022年度）	目標（2028年度）
1	消費生活相談員による相談の実施 【消費生活センター】	消費生活相談員による適切な相談対応により、被害の拡大防止・早期解決に努めます。あわせて、必要に応じて、消費者と事業者間のトラブル解決に向けてあっせんを行います。  また、相談方法として電話・来所に加え、新たにメールフォームで行っていることを周知するとともに、市施設からのオンライン相談についても検討を進めます。	(1)あっせん解決  (2)メールフォームによる相談	(1)あっせん428件、うち不調件数25件（不調割合5.8%）  (2)市独自システムの構築	(1)不調割合10%未満を維持  (2)周知と定着
2	消費生活相談のDX 【消費生活センター】	消費生活相談員のなり手不足や相談内容の複雑化に対応するため新たなPIO-NETシステム※を導入し、相談業務のDXに取り組みます。	(1)新PIO-NET導入	システム刷新のための調査	システム稼働の検証
3	多重債務相談の実施 【消費生活センター】	消費生活相談員が対応する相談の中で、必要に応じて、法テラスや弁護士会の多重債務相談を紹介し解決につなげます。	(1)多重債務相談	多重債務相談件数78件	必要とされている多重債務相談すべてに対応・オンライン対応
4	専門的な相談の実施 【消費生活センター】 【南口総合事務所】	弁護士による消費生活法律相談を実施し、契約に関するトラブルなどの解決につなげます。  また、年間を通して無料法律相談の実施や専門機関の紹介を行います。	(1)弁護士相談  (2)各種無料専門相談の充足率	(1)24回実施相談数105件  (2)70.2%	(1)24回実施相談数120件  (2)80%以上

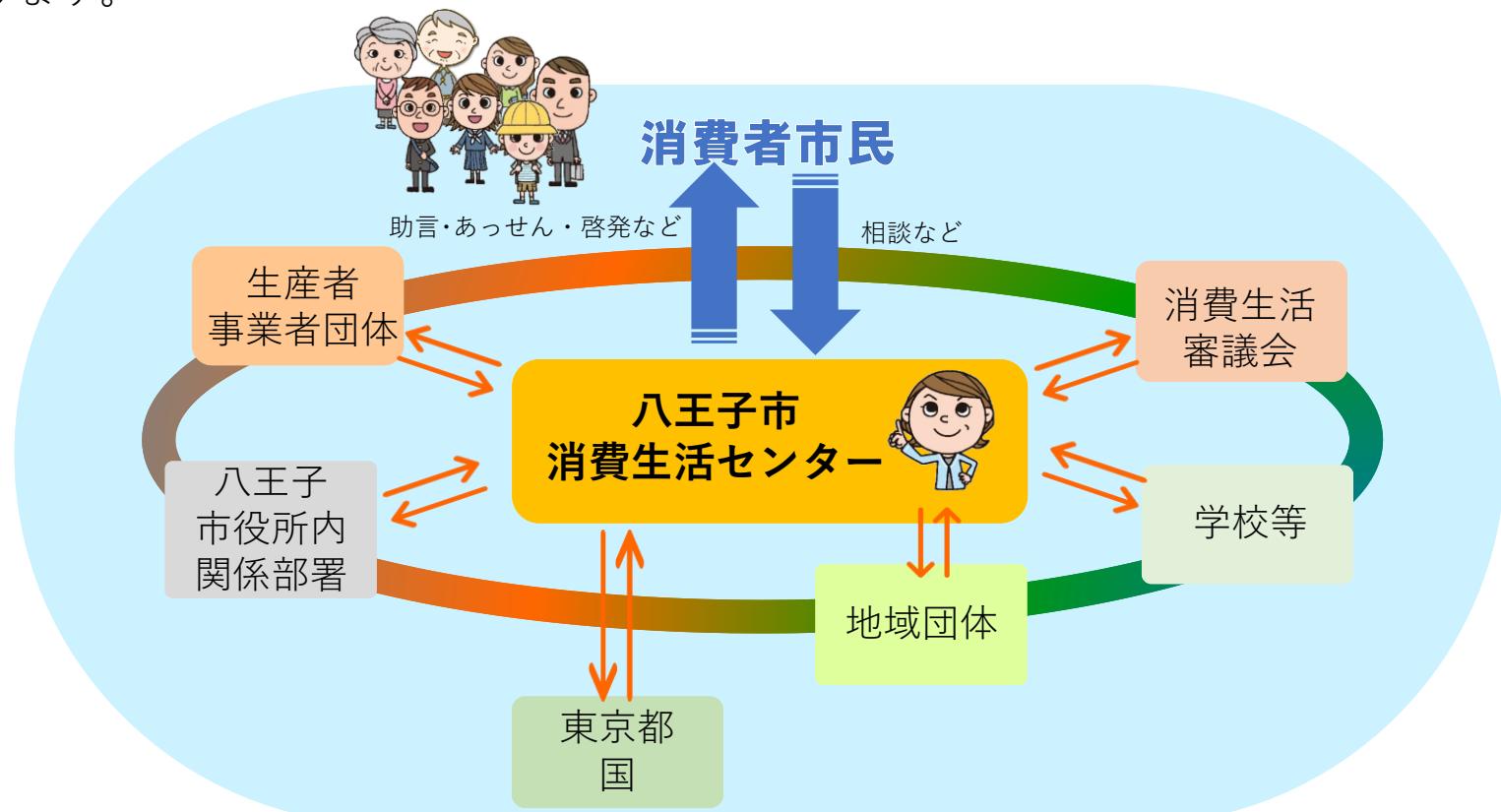
NO	事業名【担当課】	取組内容	活動指標	現状 (2022年度)	目標 (2028年度)
5	特別相談の実施 【消費生活センター】	東京都などと連携し多重債務110番、高齢者の消費者被害特別相談、若者のトラブル110番を実施します。	(1)特別相談	<ul style="list-style-type: none"> <li>・多重債務110番2回実施、相談数4件</li> <li>・高齢者消費者被害110番1回実施、相談数9件</li> <li>・若者のトラブル110番1回実施、相談数5件</li> </ul>	必要とされている特別相談すべてに対応 ・オンライン対応
6	消費生活相談員の専門的知識の向上 【消費生活センター】	計画的に（独）国民生活センターなどの関係機関による研修へ参加し、相談員の専門的知識の向上を図ります。研修後は消費生活センターや市役所内関係所管へのフィードバックにより、専門的知識や最新知識の共有に努めます。	(1)相談員の研修参加	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国民生活センター研修延べ23回</li> <li>・東京都研修延べ44回</li> </ul>	・国民生活センター研修延べ24回 ・東京都研修延べ44回

## 第3部

# 計画の推進

## 1 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、府内関係部署、国、東京都などの関係機関及び地域の関係団体などと密接に連携した推進体制で取り組みます。

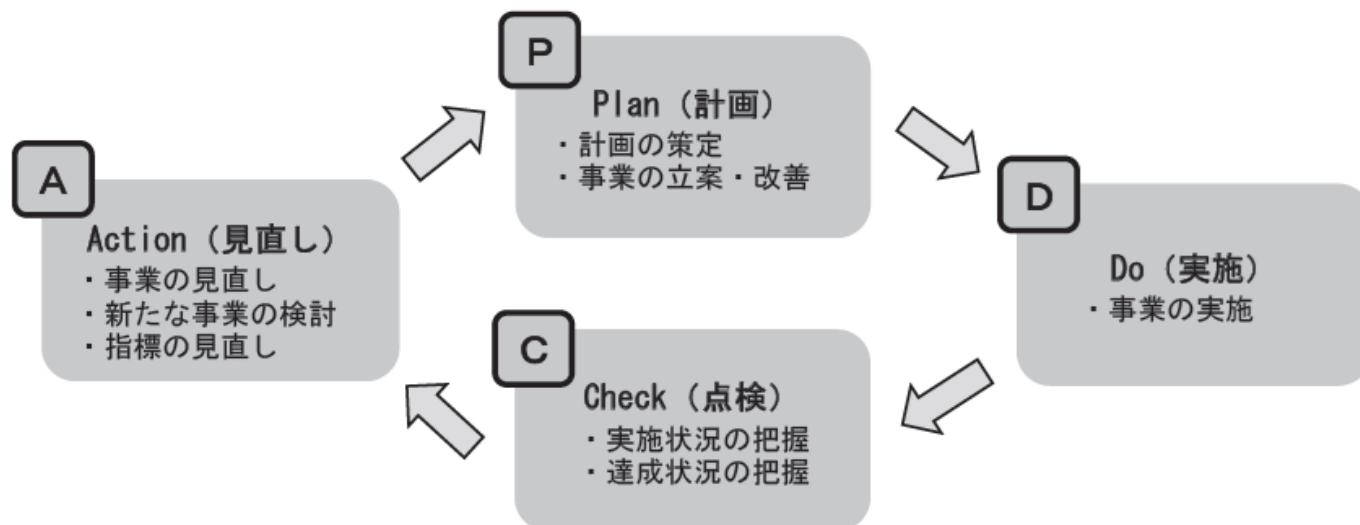


第3期八王子市消費生活基本計画を総合的かつ計画的に推進していくため、各事業に設定した活動指標に基づき、取り組んだ実績を数値化するなど費用対効果を検証し、必要な取組は追加、効果が見込めない取組は廃止するなど、絶えず見直しをしていきます。

そのために、毎年度、計画における各施策や事業の実施状況について、審議会及び消費者教育推進会議に報告するとともに、審議会及び消費者教育推進会議からの意見等に基づき、各施策や事業実施の充実・検討を行います。

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、必要に応じて、社会情勢の変化などに応じて成果指標の見直しを行います。





# 資料編

# 1 八王子市消費生活条例

平成22年12月15日

条例第42号

改正 平成29年3月28日条例第8号

## (目的)

第1条 この条例は、市民の消費生活における利益の擁護及び増進に関し、基本理念を定め、市及び事業者の責務並びに消費者の役割を明らかにし、市が実施する施策について必要な事項を定めることにより、市民の消費生活の安定及び向上を図ることを目的とする。

## (基本理念)

第2条 市が実施する市民の消費生活における利益の擁護及び増進に関する施策（以下「消費者施策」という。）の推進は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差に鑑み、消費者自らの消費生活に関する行動が現在及び将来にわたって社会に影響を及ぼし得るものであることに配慮し、社会の一員としての役割を果たすことができる自立した消費者を育むこと並びに次に掲げる事項が消費者の権利であることを尊重し、消費者が自らの利益の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。

- (1) 消費生活において、商品又はサービスにより生命、健康及び財産を侵されないこと。
  - (2) 消費生活において、商品又はサービスに係る適正な表示が行われることにより、これらを適切に選択し、適正に使用又は利用できること。
  - (3) 消費生活において、商品又はサービスについて、不当な取引条件を強要されず、適正な取引行為ができること。
  - (4) 消費生活において、商品又はサービスによって不当に受けた被害から、公正かつ速やかに救済されること。
  - (5) 消費生活において、必要な情報が速やかに提供されること。
  - (6) 消費生活において、教育を受ける機会が提供されること。
  - (7) 消費生活において、消費者の意見が消費者施策に反映されること。
- 2 消費者施策の推進は、事業者による適正な事業活動により、消費者の安全を確保し、消費者の年齢その他の特性に配慮して行わなければならない。
  - 3 消費者施策の推進は、高度情報通信社会及び国際化の進展に的確に対応することに配慮して行わなければならない。
  - 4 消費者施策の推進は、現在及び将来にわたっての社会経済情勢や環境に与える影響に配慮して行わなければならない。

## (市の責務)

第3条 市は、前条に規定する基本理念にのっとり、消費者施策を策定し、これを実施する責務を有する。

## (国等との相互協力等)

第4条 市は、消費者施策を実施するに当たり、必要があると認めるときは、国、東京都、他の地方公共団体、独立行政法人国民生活センターその他関係機関に対し、協力を求め、又は適切な措置を講ずるよう要請するものとする。

2 市は、国が実施する消費者基本法（昭和43年法律第78号）第2条に規定する消費者政策及び前項の機関が推進する事業について協力を求められた場合において必要があると認めるときは、これに応ずるものとする。

## (事業者の責務)

第5条 事業者は、消費者に対し、商品又はサービスの供給その他の事業活動を行うときは、次に掲げる責務を有する。

- (1) 消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。
- (2) 消費者に対し、必要な情報を明確かつ平易に提供すること。
- (3) 消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。
- (4) 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。
- (5) 市が実施する消費者施策に協力すること。
- (6) 環境の保全に配慮すること。

## (消費者の役割)

第6条 消費者は、自ら進んで消費生活に係る必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めなければならない。

2 消費者は、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来にわたって社会経済情勢や環境に影響を及ぼし得るものであることに配慮し、自主的かつ合理的に行動することにより、公正で持続可能な社会の形成に積極的に参画するよう努めなければならない。

## (消費生活基本計画)

第7条 市長は、市が実施する消費者施策を総合的かつ計画的に推進するため、八王子市消費生活基本計画（以下「消費生活基本計画」という。）を策定しなければならない。

- 2 市長は、消費生活基本計画の策定及び変更に当たっては、あらかじめ、八王子市消費生活審議会（第21条に規定する八王子市消費生活審議会をいう。以下第18条において同じ。）の意見を聴かなければならない。
- 3 市長は、消費生活基本計画の策定及び変更をしたときは、速やかにこれを公表しなければならない。

#### (情報の収集及び提供)

第8条 市長は、市民の消費生活の安定及び向上を図るため、消費生活に関する必要な情報を収集するとともに、市民に対し、その情報を提供するものとする。

#### (消費者教育等の充実)

第9条 市長は、市民が消費生活において、公正で持続可能な社会の形成に積極的に参画をするため、並びに自らの利益の擁護及び増進をするため、自主的かつ合理的に行動することができるよう、消費者教育、消費者啓発その他の必要な施策の充実に努めるものとする。

2 前項に規定する消費者教育等の充実に関する基本的事項は、次のとおりとする。

- (1) 幼児期から高齢期に至るまでの各段階に応じて体系的に行うとともに、年齢、障害の有無その他の特性に配慮し実施すること。
- (2) 学校、地域、家庭、職域その他の消費者教育等が行われる場の特性に応じて実施すること。

#### (消費者活動等の支援)

第10条 市長は、消費生活の安定と向上を図るために市民が自主的に行う調査、研究学習等の活動に対して、必要な支援を行うことができる。

#### (消費者の意見等の反映)

第11条 市長は、消費者の意見、要望等を市が実施する消費者施策に反映するよう努めるものとする。

#### (表示の適正化)

第12条 事業者は、商品又はサービスの供給に当たり、消費者が商品又はサービスの品質、機能、価格、量目等を容易に識別できるよう適正に表示しなければならない。

#### (計量の適正化)

第13条 事業者は、商品又はサービスの供給に当たり、消費者の不利益とならないよう適正に計量しなければならない。

#### (包装等の適正化)

第14条 事業者は、その供給する商品等に過大な包装及び容器を用いないようにしなければならない。

#### (広告宣伝の適正化)

第15条 事業者は、商品又はサービスの広告宣伝について、虚偽又は誇大な表現その他消費者の適切な判断を誤らせるおそれのある広告宣伝をしないようにしなければならない。

#### (不適正な取引行為の禁止)

第16条 事業者は、消費者との間で行う取引に関して、次のいずれかに該当する行為であって市規則で定めるもの（以下「不適正な取引行為」という。）を行ってはならない。

- (1) 消費者を訪問し、又は電話機、ファクシミリ装置その他の通信機器若しくは情報処理の用に供する機器を利用して広告宣伝を行うことにより、消費者の意に反して、又は

消費者にとって不適当な契約と認められるにもかかわらず若しくは消費者の判断力不足に乗じることにより、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

- (2) 法令に定める書面（当該書面に記載すべき事項を記録した電磁的記録を含む。）を消費者に交付する義務、広告における表示義務その他事業者が消費者に情報を提供する義務に違反して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (3) 消費者に対し、販売の意図を隠し、商品若しくはサービスの品質、安全性、内容、取引条件、取引の仕組み等に関する重要な情報であって、事業者が保有し、若しくは保有し得るものを探せば、若しくは誤信を招く情報を提供し、又は将来における不確実な事項について断定的判断を提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (4) 消費者を威迫して困惑させ、又は迷惑を覚えさせるような方法で、若しくは消費者を心理的に不安な状態若しくは正常な判断ができない状態に陥らせ、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (5) 取引における信義誠実の原則に反し、消費者に不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させること。
- (6) 消費者又はその関係人を欺き、威迫して困惑させる等不当な手段を用いて、消費者又はその関係人に契約（契約の成立又はその内容について当事者間で争いのあるものを含む。）に基づく債務の履行を迫り、又は当該債務の履行をさせること。
- (7) 契約若しくは法律の規定に基づく債務の完全な履行がない旨の消費者からの苦情に対し、適切な処理をせず、履行を不当に拒否し、若しくはいたずらに遅延させ、又は継続的取引において、正当な理由なく取引条件を一方的に変更し、若しくは消費者への事前の通知をすることなく履行を中止すること。
- (8) 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消しの申出若しくは契約の無効の主張に際し、これらを妨げて、契約の成立若しくは存続を強要し、又は契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消し若しくは契約の無効の主張が有効に行われたにもかかわらず、これらによって生じた債務の履行を不当に拒否し、又はいたずらに遅延させること。
- (9) 商品若しくはサービスを販売する事業者又はその取次店等実質的な販売行為を行う者の商品又はサービスの購入を条件又は原因として信用の供与をする契約若しくは保証を受託する契約（以下「与信契約等」という。）について、消費者の利益を不当に害することが明白であるにもかかわらず、その締結を勧誘し、若しくは締結させ、又は消費者の利益を不当に害する方法で与信契約等に基づく債務の履行を迫り、若しくは債務の履行をさせること。

(苦情の処理)

第17条 市長は、市民の消費生活における苦情の申出があったときは、適切かつ迅速に解決するため、必要な助言、あっせんその他必要な措置を講ずるものとする。

2 市長は、前項の苦情の処理を行うに当たっては、国、東京都、他の地方公共団体、独立行政法人国民生活センターその他関係機関との連携に努めるものとする。

3 市長は、第1項の苦情を処理するために必要があると認めるときは、事業者その他の関係人に対し、必要な資料の提出、報告又は説明の要求その他必要な調査を行うことができる。

(指導及び勧告)

第18条 市長は、第16条各号に規定する不適正な取引行為がなされていると認めるときは、事業者に対し、是正するよう指導することができる。

2 市長は、前項の規定による指導を行った場合において、当該指導を受けた事業者が、正当な理由がなく指導に従わないときは、八王子市消費生活審議会の意見を聴いて勧告することができる。

(公表)

第19条 市長は、前条第2項の勧告を受けた事業者がその勧告に従わないときは、当該事実及び事業者名を公表することができる。

2 市長は、前項の規定による公表を行おうとするときは、市規則で定めるところにより、当該公表の対象となる事業者に意見を述べる機会を与えなければならない。

(消費生活センター)

第20条 市は、市民の消費生活における利益の擁護及び増進を図り、市民の消費生活の安定及び向上を図るために、消費者安全法（平成21年法律第50号）第10条第2項の規定に基づき、八王子市消費生活センター（以下「センター」という。）を設置する。

2 センターは、次に掲げる業務を行う。

(1) 消費者安全法第8条第2項各号に掲げる業務

(2) 前号に掲げるもののほか、消費生活に関し市長が必要と認める業務

3 市長は、市民の消費生活における苦情の申出について必要な助言、あっせん等の措置を講ずるため、センターに消費生活相談員を置く。

4 センターの組織及び運営について必要な事項は、市長が別に定める。

(消費生活審議会)

第21条 市民の消費生活における利益の擁護及び増進を図り、市民の消費生活の安定及び向上を図るために、市長の附属機関として、八王子市消費生活審議会（以下「審議会」という。）を置く。

2 審議会は、市長の諮問に応じ、次に掲げる事項について調査審議し、答申する。

(1) 消費生活基本計画に関すること。

(2) 第18条第2項に規定する勧告に関すること。

(3) 市民の消費生活の安定及び向上にかかわる重要事項

3 審議会は、委員10人以内をもって組織する。

4 審議会の委員は、学識経験者、消費者、事業者その他市長が必要と認める者の中から市長が委嘱する。

5 審議会の委員の任期は2年とし、再任を妨げない。ただし、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。

6 審議会の委員は、職務上知り得た秘密を漏らしてはならない。その職を退いた後も、同様とする。

7 前各項に定めるもののほか、審議会の運営について必要な事項は、別に定める。

(消費生活啓発推進委員)

第22条 市長は、市民の安全で快適な消費生活の推進に対して熱意と識見を有する者の中から、消費生活啓発推進委員を委嘱することができる。

2 前項の消費生活啓発推進委員は、市民の消費生活に関する知識の普及及び自主的な活動の推進を行うとともに、市が実施する消費者施策への協力をを行うものとする。

3 前2項に定めるもののほか、消費生活啓発推進委員について必要な事項は、別に定める。

(委任)

第23条 この条例の施行について必要な事項は、市規則で定める。

附 則

この条例は、平成23年4月1日から施行する。

附 則（平成29年3月28日条例第8号）

この条例は、平成29年4月1日から施行する。

## 2八王子市消費者教育推進会議開催 要綱

令和5年4月1日施行

### (趣旨)

第1条 八王子市（以下「市」という。）における消費者教育について、参加者に意見又は助言を求めるため、八王子市消費者教育推進会議（以下「会議」という。）を開催することに關し、必要な事項を定めるものとする。

### (意見を求める事項)

第2条 会議において意見又は助言を求める事項は、次のとおりとする。

- (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すること
- (2) 消費者教育推進計画の策定と改定、及び評価に関する事項
- (3) 前号に掲げるもののほか、前条の目的を達成するために必要と認められる事項

### (参加者)

第3条 会議は、参加者16人以内とし、次に掲げる者で構成する。

- (1) 八王子市消費生活審議会委員
- (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

### (会議への参加期間)

第4条 会議への参加を依頼する期間は、2年以内とする。

### (座長)

第5条 会議に座長を置き、座長は会議を進行する。

### (庶務)

第6条 会議の庶務は、消費生活センターにおいて行う。

### (補足)

第7条 この要綱に定めるもののほか、必要な事項は別に定める。

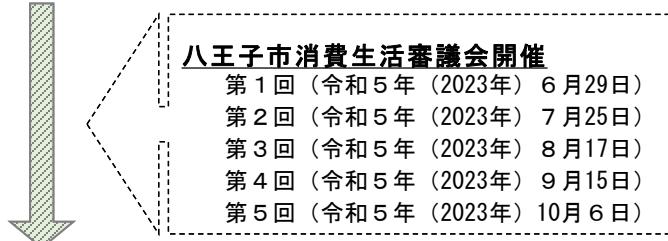
### 附則

この要綱は、令和5年（2023年）4月1日から施行する。

この要綱は、令和8年（2026年）3月31日限り、その効力を失う。

## 3 計画策定の経過

### 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策定について】



### 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のあり方について】



### 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 公表

## 4 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
◎ 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)
○ 渡邊 隆	東京弁護士会多摩支部 弁護士	
黒崎 勇矢	市民委員	
利光 重信	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)
山本 朱里	市民委員	
長谷川 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)
北島 剛	八王子市商店会連合会	
丸山 茂男	八王子市民生委員児童委員協議会	
赤木 省三	八王子市消費生活啓発推進委員会	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)
野崎 忠行	八王子市町会自治会連合会	

## 5 八王子市消費者教育推進会議 名簿

氏名	所属	所属
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	
渡邊 隆	東京弁護士会多摩支部 弁護士	
黒崎 勇矢	市民委員	
利光 重信	市民委員	
山本 朱里	市民委員	八王子市消費生活審議会委員 (消費者教育推進会議開催要綱第3条第1項第1号)
長谷川 薫	八王子商工会議所	
北島 剛	八王子市商店会連合会	
丸山 茂男	八王子市民生委員児童委員協議会	
赤木 省三	八王子市消費生活啓発推進委員会	
野崎 忠行	八王子市町会自治会連合会	
中野 智彦	八王子市立陶鎔小学校長	八王子市立小・中学校長 (消費者教育推進会議開催要綱第3条第1項第2号)
関山 一樹	八王子市立鴨田中学校長	
宮嶋 淳一	東京都立南多摩中等教育学校長	市長が必要と認める者 (消費者教育推進会議開催要綱第3条第1項第6号)
鴨狩 淳一	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 (消費者教育推進会議開催要綱第3条第1項第3号)
立花 等	市民部長	八王子市市民部長 (消費者教育推進会議開催要綱第3条第1項第4号)
橋本 光太郎	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 (消費者教育推進会議開催要綱第3条第1項第5号)

# 6令和5年度 八王子市消費者教育実態調査結果（抜粋）

## 1. 調査の概要

### (1) 調査名

- ・消費者教育実態調査

### (2) 調査の目的

- ・第3期八王子市消費者生活基本計画策定の基礎資料とするため

### (3) 調査の対象

- ・小学校／義務教育学校(前期課程)／特別支援学校・・・・・・・(72校)
- ・中学校／義務教育学校(後期課程)／中等教育学校(前期課程)・・・・(51校)
- ・高等学校／中等教育学校(後期課程)・・・・・・・(25校)
- ・大学・専門学校・・・・・・・(29校)

### (4) 調査方法

- ・調査：案内文書を郵送（クローズドアンケートにつきID送付）
- ・回答方法：Webフォームへの入力

### (5) 調査期間

- ・令和5年5月25日（木）～6月16日（金）

※7月7日までの回答データを含んで集計しています。

### (6) 回答率

	調査依頼数	回答数	回答率
小学校等	72校	68校	94.4%
中学校等	51校	43校	84.3%
高等学校等	25校	13校	52.0%
大学・専門学校	29校	24校	82.8%
全体	177校	148校	83.6%

## 2. 質問内容

※種（列）：M=複数回答可／S=1つを選択／T=テキスト入力

※小・中・高・大（列）：○=設問設定

	設問	種	小	中	高	大
問1	消費者教育に関する授業を行っている教科を教えてください。 ※小中高により選択肢可	M	○	○	○	
問2	消費者教育に関する授業を行っている学年を教えてください。 ※小中高により選択肢可	M	○	○	○	
問3	消費者教育に関する授業で行っている内容を教えてください。	M	○	○	○	
問4	消費者教育に関する授業で行っていない内容を教えてください。	M	○	○	○	
問5	消費者教育を行うにあたって、課題となっていることを教えてください。	M	○	○	○	
問6	消費者教育を推進するために必要だと思うことは何ですか。	M	○	○	○	
問7	教科書以外に使用した教材はありますか。	S	○	○	○	
問8	外部講師による授業を行いましたか。	S	○	○	○	
問9	授業等で活用しやすい又は効果があると思われる教材は何ですか。	M	○	○	○	
問10	民法改正にともなう「成年年齢の引下げ」について、どのような取組みを行っていますか。また、取組む予定はありますか。	M		○		
問11	八王子市消費生活センターでは、若者の消費者被害防止や未成年者契約取消について、各学校のご意向に沿った講座などへ講師を派遣しております。今後、この事業の活用についての希望をうかがいます。	M		○		

↓大学・専門学校用

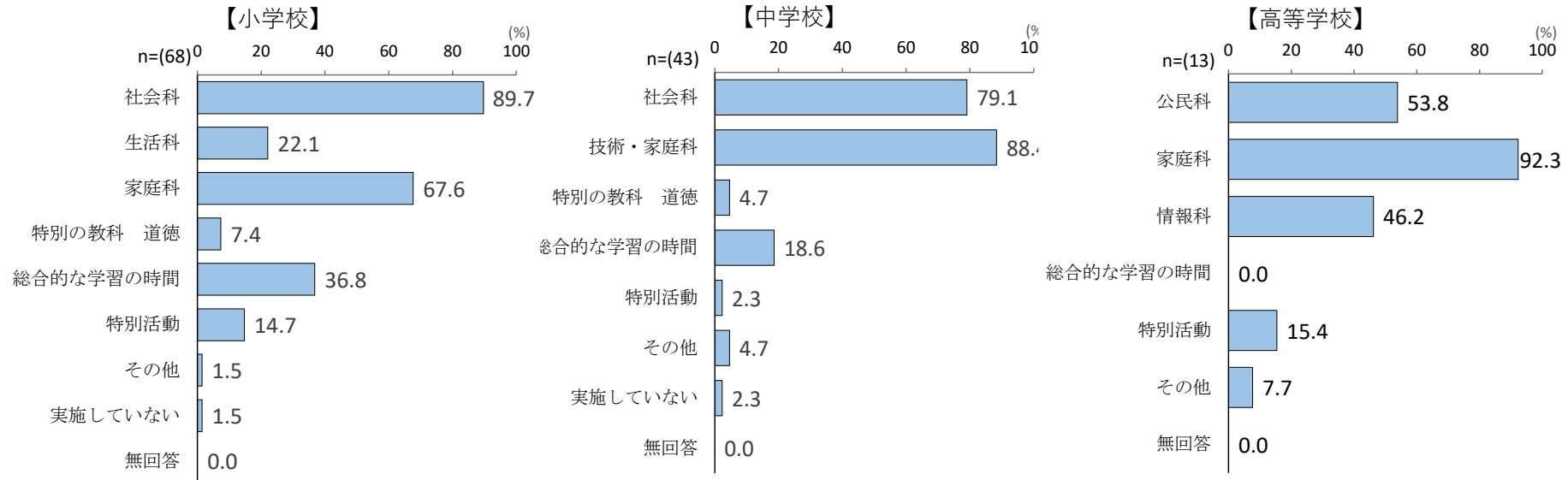
問1	昨年度中に貴校の学生が消費者トラブルに遭遇し相談を受けたことがありますか。	S		○
問1-1	どこの相談先を案内しましたか。	M		○
問2	民法改正による2022年4月からの成年年齢引下げについて、貴校では学生に周知するような取組みを行っていますか。	M		○
問3	消費生活センターは成年年齢引下げや若者の消費者トラブルについて出前講座を実施しています。この事業の利用希望について伺います。	S		○
問4	貴校の学生用もしくは保護者用のポータルサイトに「若者向け消費者教育資料」を掲載させていただくことはできますか	M		○
問5	来春、新入生ガイダンスの実施を予定していますか。	S		○
問5-1	ガイダンス開催の形式についてお答えください。	M		○
問6	新入生ガイダンスを実施する場合、若者の消費者トラブルなどについて本市相談員を講師として派遣する事が出来ます。派遣を希望されますか。	S		○

↓共通

問7(内)	消費者教育・啓発へのご意見（自由記述）	T	○	○	○	○
問12	その他 消費者教育・啓発について、ご意見等ありましたらご記入ください。	T	○	○	○	○
回答者属性・連絡先						T

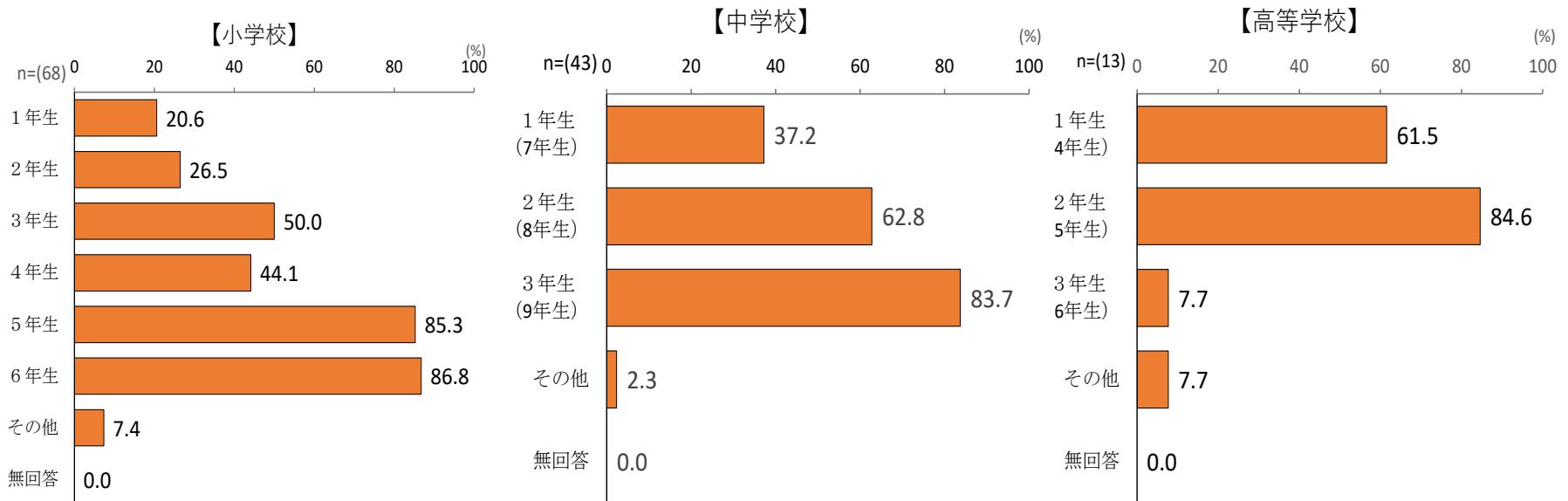
### 3. 調査結果（概要） <小学校・中学校・高等学校等>

#### 問1.消費者教育に関する授業を行っている教科を教えてください。（複数回答可）



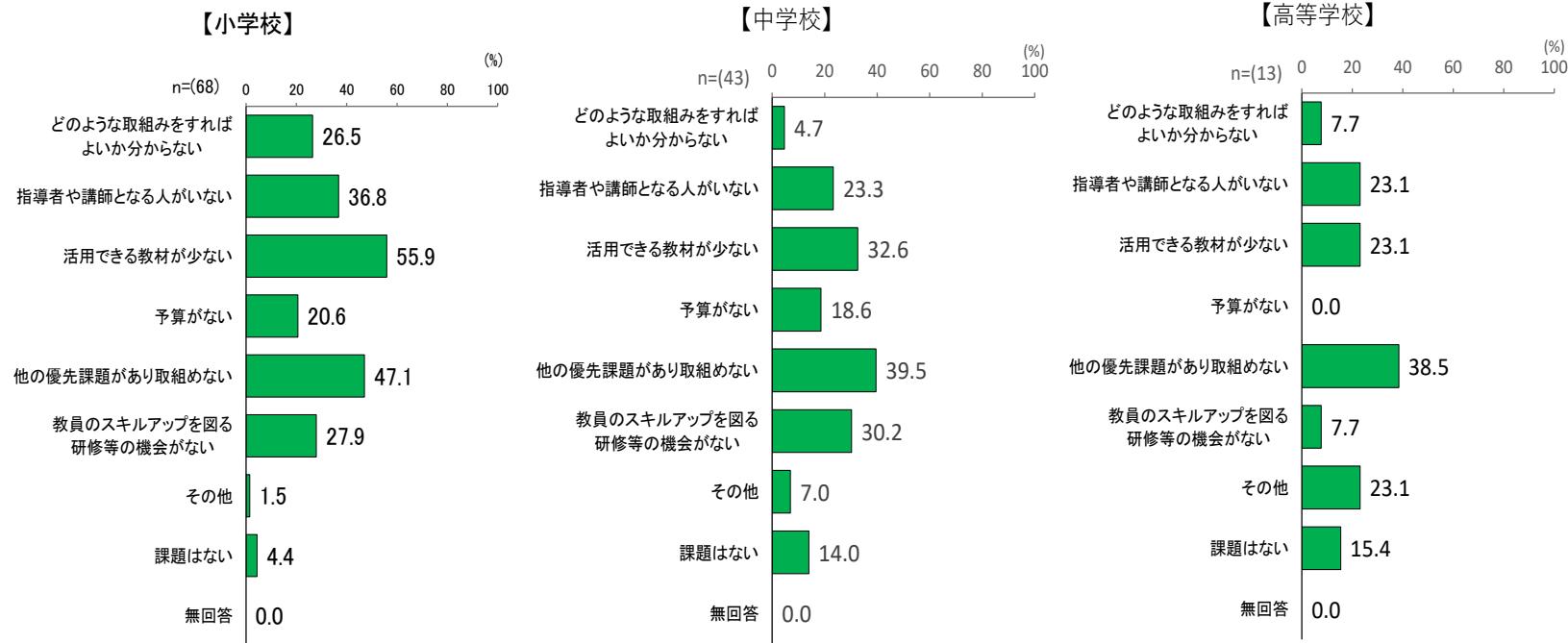
小学校では「社会科」、中学校では「技術・家庭科」、高等学校では「家庭科」が多くなっています。

問2.消費者教育に関する授業を行っている学年を教えてください。（複数回答可）



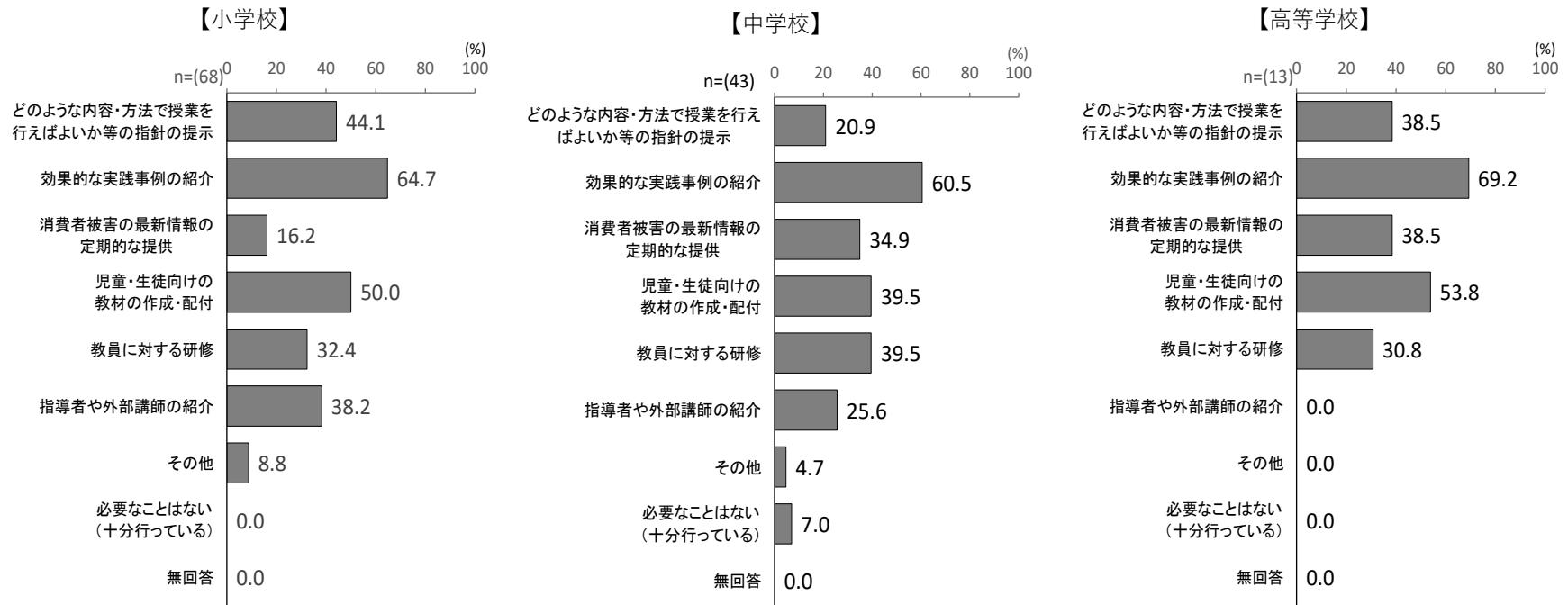
小学校では「5年生」「6年生」で85%以上、中学校では「3年生」で83.7%、高等学校では「2年生」で84.6%と高くなっています。

## 問5. 消費者教育を行うにあたって、課題となっていることを教えてください。（複数回答可）



小学校では「活用できる教材が少ない」が55.9%で最も多く、中学校と高等学校では「他の優先課題があり取組めない」が多く回答されています。

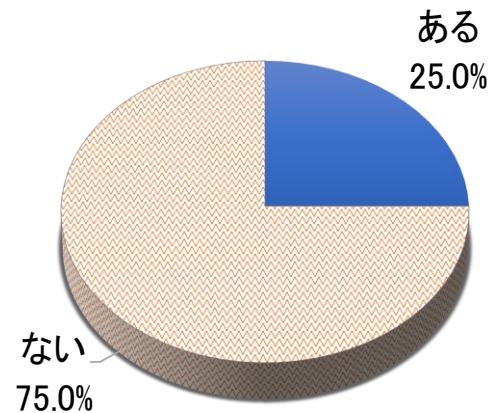
## 問6. 消費者教育を推進するためには必要だと思うことは何ですか。（複数回答可）



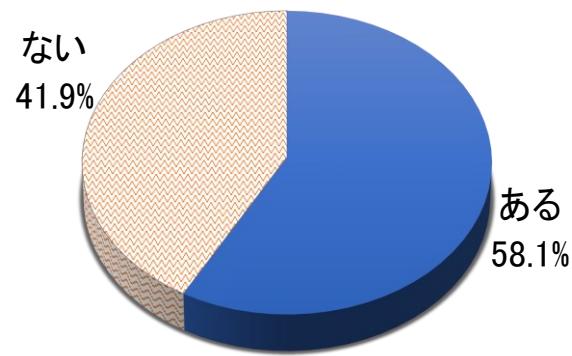
小学校、中学校、高等学校ともに「効果的な実践事例の紹介」が最も高い割合で回答されています。いずれも6割から7割近い割合で回答されています。

## 問7. 教科書以外に使用した教材はありますか。

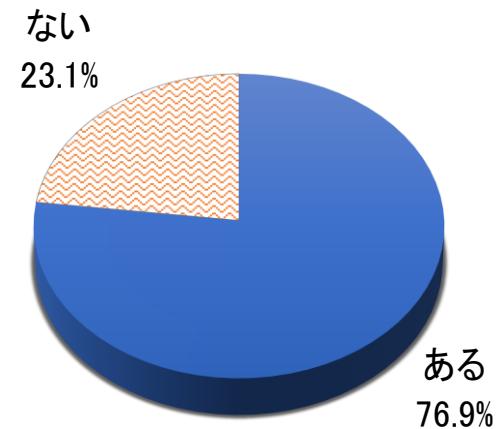
【小学校】



【中学校】



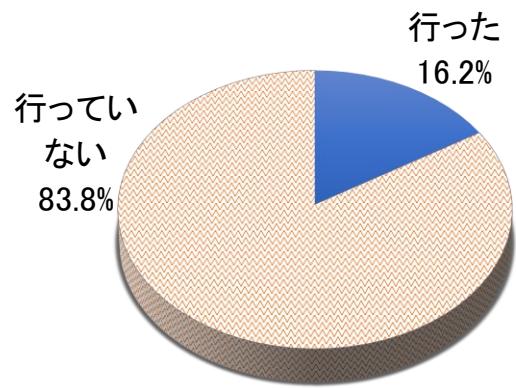
【高等学校】



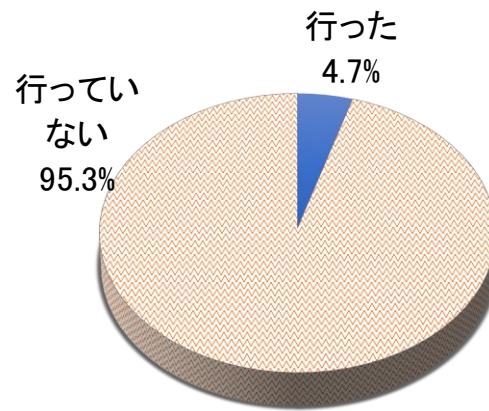
教科書以外に使用した教材が「ある」と回答した割合は、小学校で25.0%ですが、中学校では58.1%、高等学校では76.9%となっています。学年が進むにつれて、教科書以外の教材を使用する割合が高くなっていると推測できます。

## 問8. 外部講師による授業を行いましたか。

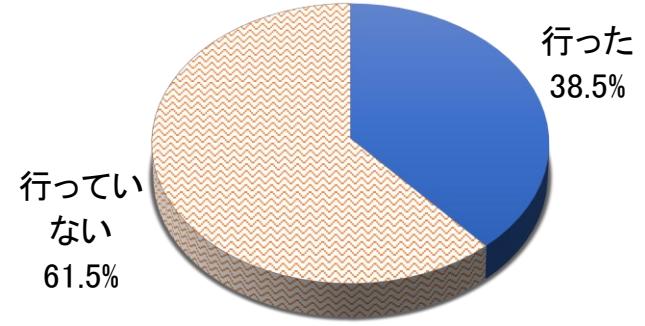
【小学校】



【中学校】



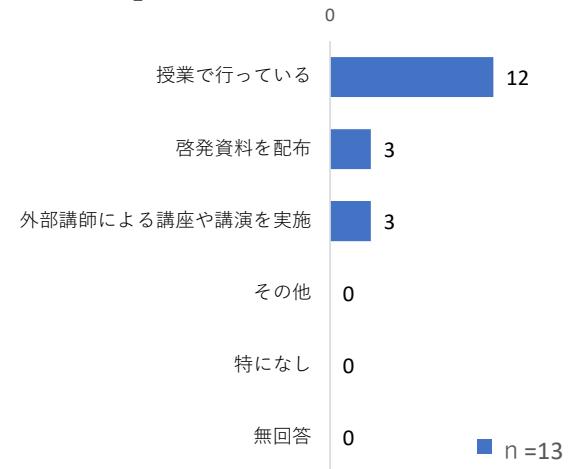
【高等学校】



外部講師による授業は高等学校で「行った」が38.5%で最も割合が高く、次に小学校の16.2%となっており、中学校では4.7%と割合が低くなっています。

問10. 民法改正にともなう「成年年齢の引下げ」について、どのような取組を行っていますか。  
(複数回答可)

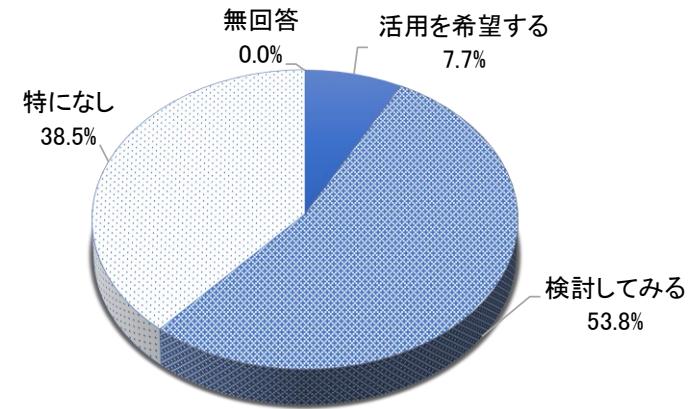
【高等学校のみ】



「授業で行っている」が13校中12校となっている。  
「啓発資料を配布」と「外部講師による講演を実施」は3校となっていて回答割合は低い。

問11. 八王子市消費生活センターでは、若者の消費者被害防止や未成年者契約取消について、各学校のご意向に沿った講座などへ講師を派遣しております。  
今後、この事業の活用についての希望をうかがいます。  
(複数回答可)

【高等学校のみ】



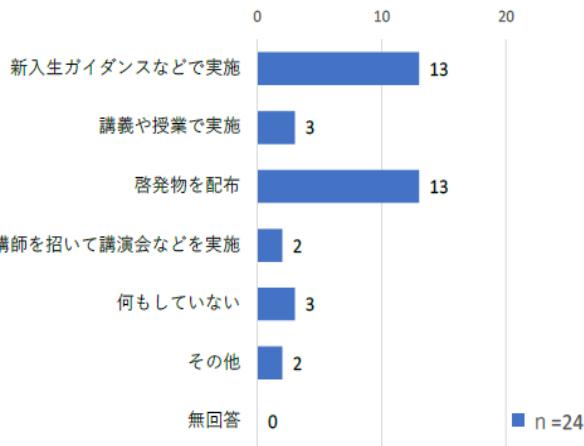
外部講師の派遣希望は「検討してみる」が53.8%で高い割合で回答されている。13校中7校が検討してみると回答している。

## 調査結果（概要）<大学・短期大学・専門学校等>

問2. 民法改正による2022年4月からの成年年齢引下げについて、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。（複数回答可）

問2	カテゴリー名	n	%
1	新入生ガイダンスなどで実施	13	54.2
2	講義や授業で実施	3	12.5
3	啓発物を配布	13	54.2
4	講師を招いて講演会などを実施	2	8.3
5	何もしていない	3	12.5
6	その他	2	8.3
	無回答	0	0.0
	全体	24	100.0

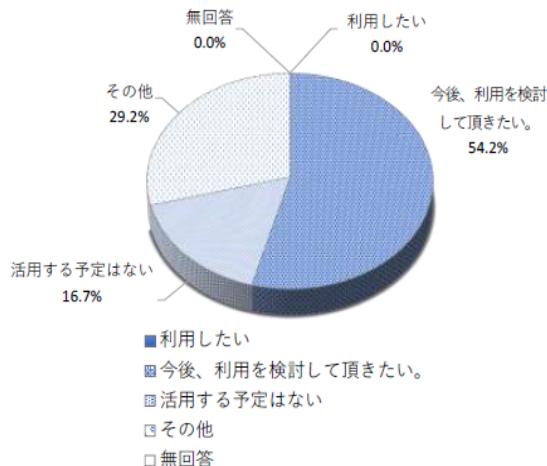
累計	累計 (%)
36	150.0



問3. 八王子市消費生活センターは、成年年齢引下げや若者の消費者トラブルについて出前講座を実施しています。

この事業の利用希望について伺います。（いずれかを選択）

問3	カテゴリー名	n	%
1	利用したい	0	0.0
2	今後、利用を検討して頂きたい。	13	54.2
3	活用する予定はない	4	16.7
4	その他	7	29.2
	無回答	0	0.0
	全体	24	100.0



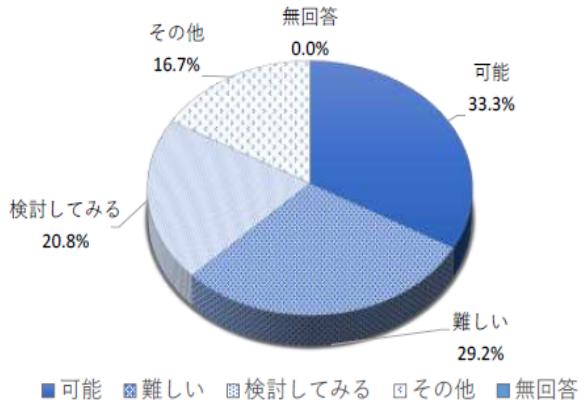
成年年齢の引下げについては、「新入生ガイダンスなどで実施」と「啓発物を配布」が多く回答されています。一方、「何もしていない」との回答もあります。

出前講座を「利用したい」は回答がありませんでしたが、「今後、利用を検討して頂きたい」は半数以上から回答がされています。

問4. 今年度初めに八王子市消費生活センターから、「靈感商法などへの注意喚起(紙ファイル)」や「若者向け消費者教育資料一覧」、「消費者教育出前講座 講師派遣申込書」などをお送りしています。

貴校（貴学）の学生用もしくは保護者用のポータルサイトに“若者向け消費者教育資料”を掲載させていただくことはできますか。（いずれかを選択）

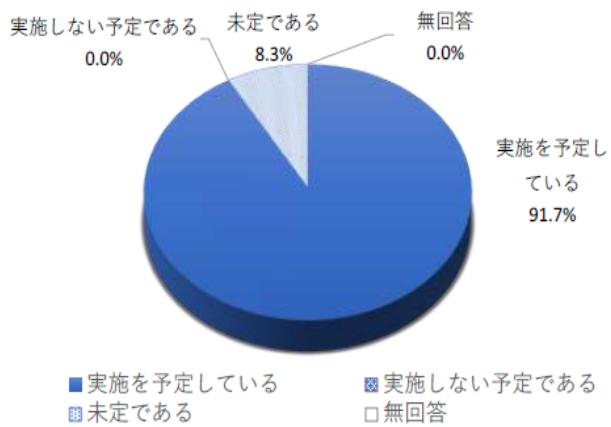
問4	カテゴリー名	n	%
1	可能	8	33.3
2	難しい	7	29.2
3	検討してみる	5	20.8
4	その他	4	16.7
	無回答	0	0.0
	全体	24	100.0



ポータルサイトへの啓発資料の掲載は、「可能」が8校、「検討してみる」が5校となっています。

問5. 来春、新入生ガイダンスの実施を予定していますか。（いずれかを選択）

問5	カテゴリー名	n	%
1	実施を予定している	22	91.7
2	実施しない予定である	0	0.0
3	未定である	2	8.3
	無回答	0	0.0
	全体	24	100.0



新型コロナウイルス感染症拡大防止策により、新入生ガイダンスについて、実施が見送られた、またはWEB等で行われていた期間がありました。しかし、来春の新入生ガイダンスについては、91.7%が実施を予定しており、そのうち全校が学内会場で開催することになっていました。

問5-1	カテゴリー名	n	%
1	オンラインで開催	3	13.6
2	学内会場で開催	22	100.0
3	学外会場で開催	0	0.0
4	その他	0	0.0
	無回答	0	0.0
	全体	22	100.0

## 7 用語解説

### エシカル消費

エシカル（※）消費とは、地域の活性化や雇用などを含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動のことです。私たち一人ひとりが、社会的な課題に気付き、日々のお買物を通して、その課題の解決のために、自分は何ができるのかを考えてみること、これが、エシカル消費の第一歩です。 （※）エシカル＝倫理的・道徳的

### カーボンニュートラル

二酸化炭素をはじめとする温室効果ガスの「排出量」（※）から、植林、森林管理などによる「吸収量」（※）を差し引いて、合計を実質的にゼロにすることを意味しています。 （※）=人為的なもの

### デジタルディバイド

「インターネットやパソコン、スマートフォン等の情報通信技術を利用できる者と利用できない者との間に生じる格差」のことをいいます。

### 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。 （消費者教育の推進に関する法律 第2条）

### 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。

（消費者教育の推進に関する法律 第2条第2項）

### DX

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、ICT（※）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。

### ICT

Information and Communication Technologyの略です。コンピュータやデータ通信に関する技術を総称的に表す語としてこれまで「IT」が用いられてきましたが、欧米ではICTと呼称されるのが一般的であるため、政府や情報関連企業なども「IT」の代わりに「ICT」と呼称するようになっています。

### PIO-NETシステム（全国消費生活情報ネットワーク・システム）

独立行政法人国民生活センターと全国の消費生活センターをネットワークで結び、消費者から寄せられる消費生活相談情報の収集を行っているシステムです。

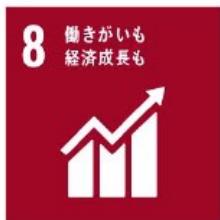
### SDGs

Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）の略で、平成27年（2015年）9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」で示された17ゴールと169ターゲット。発展途上国向けの開発目標である「MDGs（ミレニアム開発目標）」の後継として採択され、発展途上国のみならず、先進国を含む国際社会全体の開発目標です。地球上の「誰一人として取り残さない」社会の実現を目指し、経済・社会・環境をめぐる広範囲な課題に対する総合的な取組が示されています。

## 【参考】持続可能な開発目標(SDGs)

目標1（貧困）	あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる
目標2（飢餓）	飢餓を終わらせ、食糧安全保障および栄養改善を実現し、持続可能な農業を促進する
目標3（保健）	あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する
目標4（教育）	すべての人に包摂的かつ公正な質の高い教育を確保し生涯学習の機会を促進する
目標5（ジェンダー）	ジェンダー平等を達成し、すべての女性および女児の能力強化を行う
目標6（水・衛生）	すべての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する
目標7（エネルギー）	すべての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的エネルギーへのアクセスを確保する
目標8（経済成長と雇用）	包摂的かつ持続可能な経済成長及びすべての人々の完全かつ生産的雇用と働きがいのある人間らしい雇用（ディーセント・ワーク）を促進する
目標9 (インフラ,産業化,イノベーション)	強靭（レジリエント）なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進及びイノベーションの推進を図る
目標10（不平等）	国内および各国間の不平等を是正する
目標11（持続可能な都市）	包摂的で安全かつ強靭（レジリエント）で持続可能な都市および人間居住を実現する
目標12（持続可能な生産と消費）	持続可能な生産消費形態を確保する
目標13（気候変動）	気候変動及びその影響を軽減するための緊急対策を講じる
目標14（海洋資源）	持続可能な開発のために海洋・海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する
目標15（陸上消費）	陸域生態系の保護、回復、持続可能な利用の推進、持続可能な森林の経営、砂漠化への対処、並びに土地の劣化の阻止・回復及び生物多様性の損失を阻止する
目標16（平和）	持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度を構築する
目標17（実施手段）	持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する

# SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



# 第3期八王子市消費生活基本計画

## 令和6年(2024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