

Ⅱ-2 調査結果のまとめ<労働者派遣業>

Ⅱ - 2 調査結果のまとめ<労働者派遣業>

1. 従業員に対する消費者教育の実施状況等

1-1. 消費者問題に関する啓発（消費者教育）の実施状況

問 消費者問題に関する啓発（消費者教育）を行っていますか。（1つ選択）

図表2-1 消費者問題に関する啓発(消費者教育)の実施状況(全体)

合計	行っている	行っていない
69件	9件	60件
100.0%	13.0%	87.0%

従業員に対する消費者教育の実施状況を尋ねたところ、「行っている」（9件）、「行っていない」（60件）となっている。（図表2-1）

1-2. 消費者教育の対象者（従業員に消費者教育を実施している企業に質問）

問 啓発（消費者教育）の対象者すべてを選んでください。（複数回答可）

図表2-2 消費者教育の対象者(全体)

合計	正社員 (新規採用者)	正社員 (新規採用者 以外)	非正社員 (パート、 アルバイト等)	派遣社員 (自社以外から 派遣で来て いる人)	派遣登録者 (自社に派遣や 人材登録を している人)	その他
9件	7件	4件	4件	1件	1件	2件
100.0%	77.8%	44.4%	44.4%	11.1%	11.1%	22.2%

従業員に消費者教育を実施している企業に消費者教育の対象を尋ねたところ、正社員（新規採用者）（7件）が最も多く、以下「正社員（新規採用者以外）」、「非正社員（パート、アルバイト等）」（各々4件）と続いている。（図表2-2）

1-3. 消費者教育の方法（従業員に消費者教育を実施している企業に質問）

問 啓発（消費者教育）の方法を選んでください。（複数回答可）

図表2-3 消費者教育の方法(全体)

合計	研修や講習会 の実施	チラシやパンフ レットの配布	チラシやパンフ レットの職場内 回覧	その他	無回答
9件	7件	7件	2件	1件	1件
100.0%	77.8%	77.8%	22.2%	11.1%	11.1%

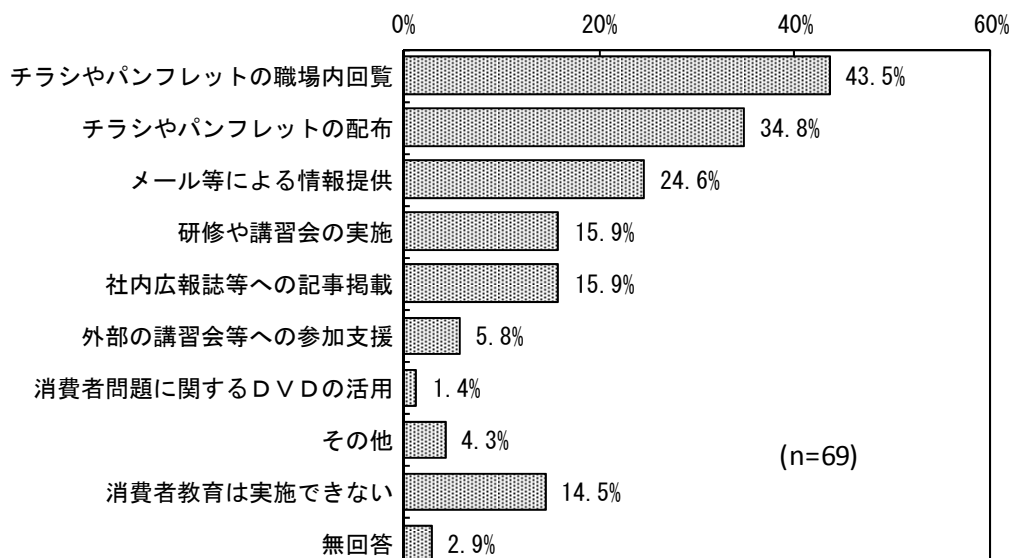
従業員に消費者教育を実施している企業に消費者教育の方法を尋ねたところ、「研修や講習会の実施」、「チラシやパンフレットの配布」（各々7件）が最も多くなっている。（図表2-3）

2. 今後の従業員に対する消費者教育

2-1. 今後、取り組むことが可能な消費者教育の方法

問 今後、取り組むことが可能な消費者教育の方法を選択してください。(複数選択可)

図表2-4 今後、取り組むことが可能な消費者教育の方法(全体)



今後、従業員に対する消費者教育を行う場合に、取り組むことが可能な方法について尋ねたところ、「チラシやパンフレットの職場内回覧」(43.5%)が最も多く、以下「チラシやパンフレットの配布」(34.8%)、「メール等による情報提供」、「研修や講習会の実施」(各々15.9%)と続いている。(図表2-4)

2-2. 外部講師に支払うことが可能な講師料(研修や講習会の実施が可能な企業に質問)

問 研修や講習会を外部講師によって行う場合に、支払うことができる講師料を選択してください。(1つ選択)

図表2-5 外部講師に支払うことが可能な講師料(全体)

合計	無料のみ	交通実費のみ	5千円以下	1万円以下	3万円以下
11件	5件	2件	1件	1件	2件
100.0%	45.5%	18.2%	9.1%	9.1%	18.2%

今後、取り組むことが可能な消費者教育の方法として、研修や講習会の実施を挙げた企業に外部講師に講師料を支払う場合の金額を尋ねたところ、「無料のみ」(5件)が最も多くなっている。支払うことが可能な講師料は、「交通実費のみ」、「3万円以下」(各々2件)が最も多くなっている。(図表2-5)

Ⅱ-2 調査結果のまとめ<労働者派遣業>

2-3. 研修等の対象者（研修や講習会の実施が可能な企業に質問）

問 研修等の対象者を選択してください。（複数選択可）

図表2-6 研修等の対象者(全体)

合計	正社員	非正社員	派遣登録者 (自社に派遣や 人材登録を している人)	派遣社員 (自社以外から 派遣で来て いる人)	その他
11件 100.0%	11件 100.0%	4件 36.4%	2件 18.2%	1件 9.1%	1件 9.1%

今後、取り組むことが可能な消費者教育の方法として、研修や講習会の実施を挙げた企業に研修等の対象者を尋ねたところ、回答企業すべてが「正社員」（11件）を対象としており、「派遣登録者（自社に派遣や人材登録をしている人）」を対象としているのは2件となっている。（図表2-6）

2-4. 研修等の対象社員及び時期（正社員を対象に研修や講習会の実施が可能な企業に質問）

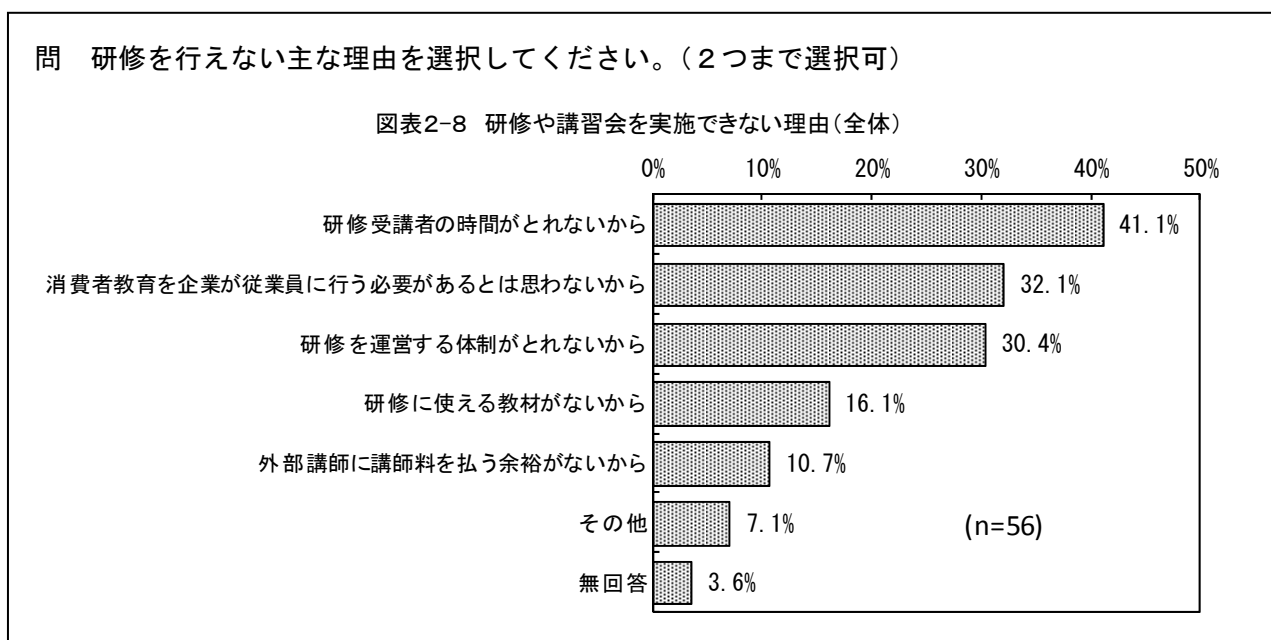
問 研修等の対象社員及び時期について選択してください。（複数選択可）

図表2-7 研修等の対象社員及び時期(全体)

合計	全社員対象の 希望者申込み 制講座等	新規採用後の 研修	入社前に新規 採用予定者が 集まる機会	中高年社員を 対象とした ライフプラン セミナー等	その他
11件 100.0%	5件 45.5%	4件 36.4%	1件 9.1%	1件 9.1%	3件 27.3%

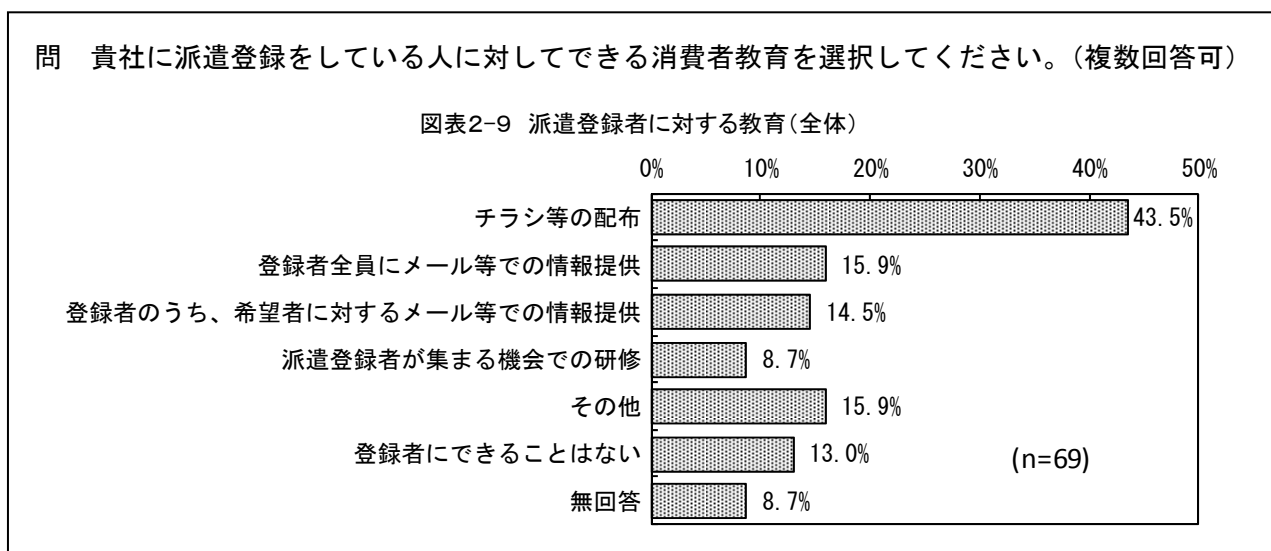
正社員を対象に研修や講習会の実施が可能と回答した企業に対象社員及び時期を尋ねたところ、「全社員対象の希望者申込み制講座等」（5件）が最も多くなっている。（図表2-7）

2-5. 研修や講習会を実施できない理由（研修や講習会の実施できない企業に質問）



研修や講習会の実施ができない企業にその理由を尋ねたところ、「研修受講者の時間がとれないから」（41.1%）が最も多く、以下「消費者教育を企業が行う必要があるとは思わないから」（32.1%）、「研修を運営する体制がとれないから」（30.4%）と続いている。（図表2-8）

2-6. 派遣登録者に対する消費者教育

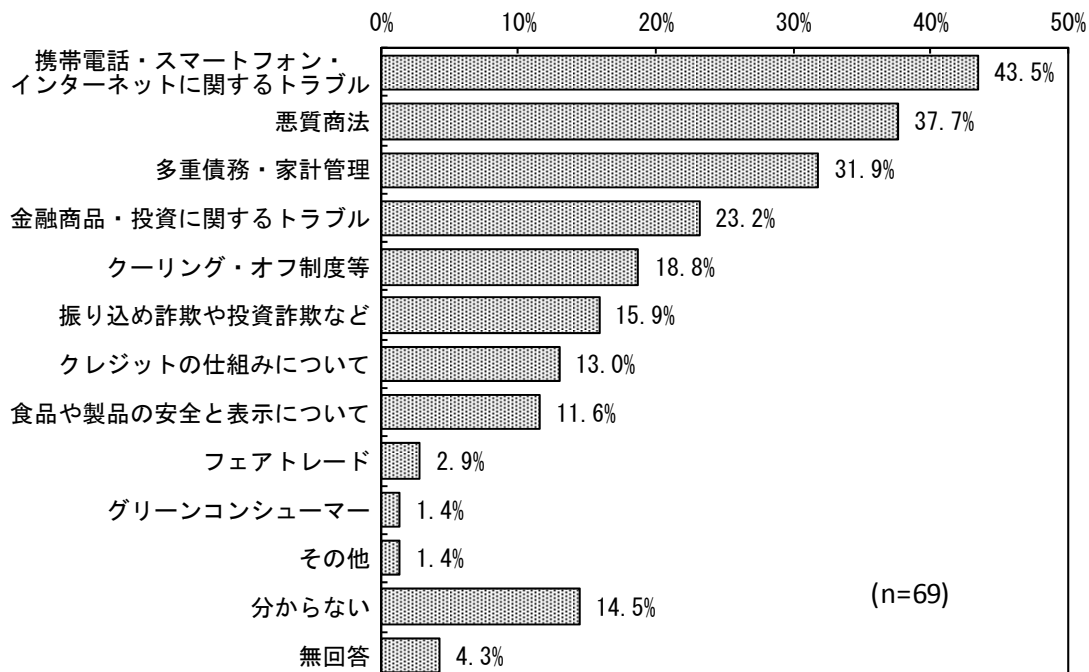


派遣登録者に対してできる消費者教育について尋ねたところ、「チラシ等の配布」（43.5%）が最も多く、以下「登録者全員にメール等での情報提供」（15.9%）、「登録者のうち、希望者に対するメール等での情報提供」（14.5%）と続いている。（図表2-9）

2-7. 消費者教育を行う場合に取り上げたいテーマ

問 消費者教育を行う場合に、取り上げたいテーマを選択してください。(3つまで選択可)

図表2-10 消費者教育を行う場合に取り上げたいテーマ(全体)

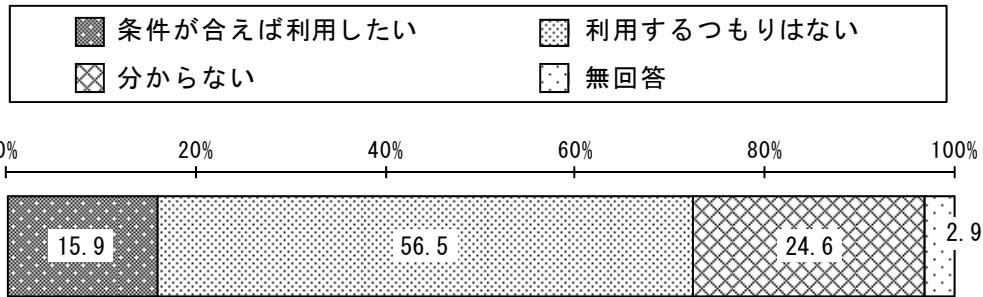


消費者教育を行う場合に取り上げたいテーマについて尋ねたところ、「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル」(43.5%)が最も多く、以下「悪質商法」(37.7%)、「多重債務・家計管理」(31.9%)、「金融商品・投資に関するトラブル」(23.2%)と続いている。(図表2-10)

2-8. 東京都消費生活総合センターの講師派遣制度の利用

問 東京都消費生活総合センターでは、有料で講師派遣を行っています。
今後の利用について選択してください。(1つ選択)

図表2-11 東京都消費生活総合センターの講師派遣制度の利用(全体)



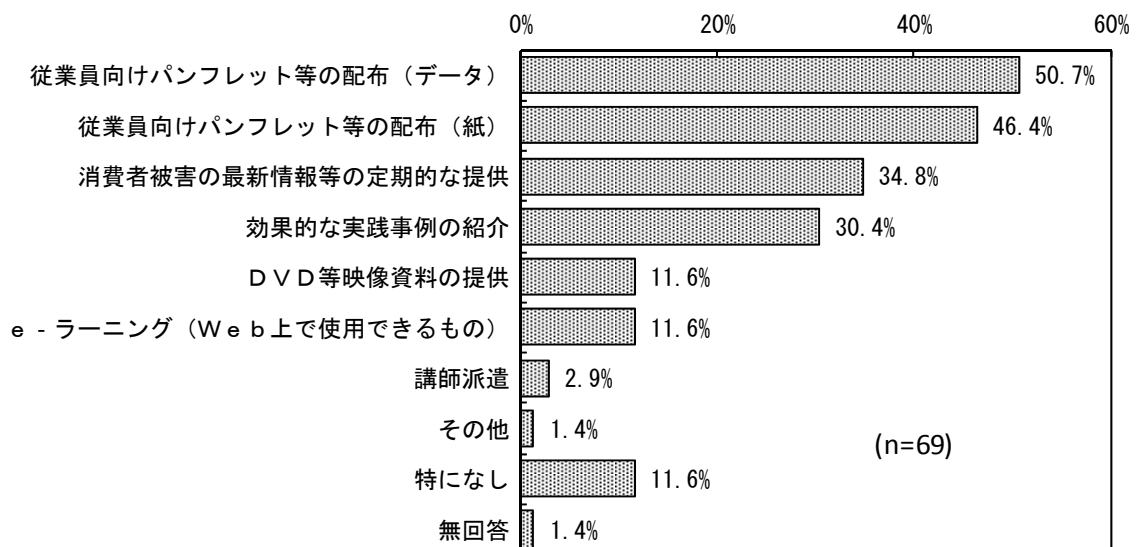
今後の東京都消費生活総合センターの講師派遣制度の利用について尋ねたところ、「条件が合えば利用したい」(15.9%)、「利用するつもりはない」(56.5%)、「分からない」(24.6%)となっている。(図表2-11)

企業全体の結果(13ページの3-7)に比べ、「利用するつもりはない」が12.3ポイント高くなっている。

2-9. 従業員に対する消費者教育に取り組む際に東京都に期待すること

問 従業員に対する消費者教育に取り組む際に、東京都に期待することを選択してください。(3つまで選択可)

図表2-12 従業員に対する消費者教育に取り組む際に東京都に期待すること(全体)



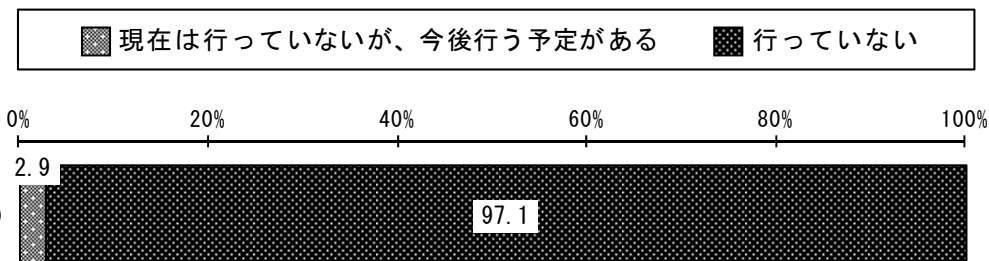
従業員に対する消費者教育に取り組む際に、東京都に期待することについて尋ねたところ、「従業員向けパンフレット等の配布(データ)」(50.7%)が最も多くなっている。(図表2-12)

3. 消費者に対する消費者教育活動

3-1. 現在の消費者教育に関する活動状況

問 現在、消費者教育に関する活動（学校への協力を含む）を、企業として行っていますか。（1つ選択）

図表2-13 現在の消費者教育に関する活動状況(全体)

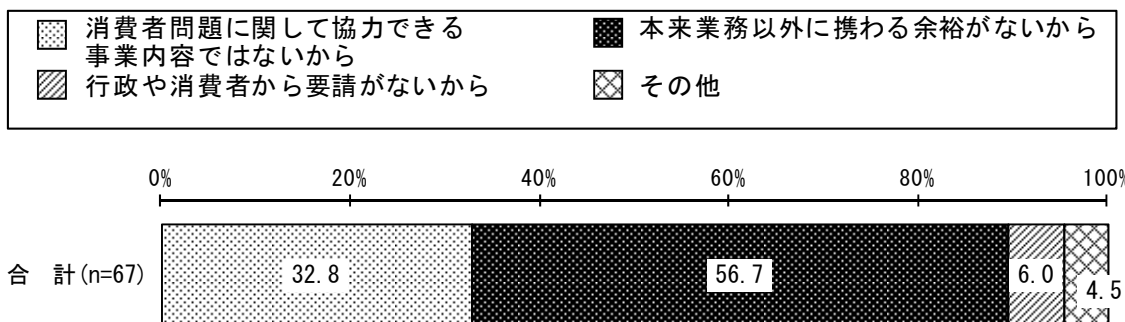


現在の消費者教育に関する活動状況（学校への協力を含む）を尋ねたところ、「現在は行っていないが、今後行う予定がある」、(2.9%) 「行っていない」(97.1%) となっている。(図表2-13)

3-2. 現在、活動を行っていない理由（消費者教育に関する活動を行っていない企業に質問）

問 現在、活動を行っていない理由を選択してください。（1つ選択）

図表2-14 現在、活動を行っていない理由(全体)



現在、消費者教育に関する活動を行っていない企業にその理由を尋ねたところ、「本来業務以外に携わる余裕がないから」(56.7%) が最も多く、以下「消費者問題に関して協力できる事業内容ではないから」(32.8%) と続いている。(図表2-14)