

消費者教育の推進に関する基本的な方針 — 中間的見直し —

平成 29 年 4 月 消費者教育推進会議 取りまとめ

1 基本方針について

(1) 趣 旨

- ・消費者教育の推進の意義及び基本的な方向、推進の内容、関連する他の消費者政策との連携に関する事項を定めるとともに、都道府県消費者教育推進計画及び市町村消費者教育推進計画の基本となるものとして、消費者教育の推進に関する法律第9条に基づき定めるもの。

(2) 策定日

平成 25 年 6 月 28 日閣議決定（平成 25 年度から平成 29 年度までの 5 年間を対象）

(3) 根拠法令 消費者教育の推進に関する法律 第 9 条

(基本方針)

第九条 政府は、消費者教育の推進に関する基本的な方針を定めなければならない。

2 基本方針においては、次に掲げる事項を定めるものとする。

- 一 消費者教育の推進の意義及び基本的な方向に関する事項
- 二 消費者教育の推進の内容に関する事項
- 三 関連する他の消費者政策との連携に関する基本的な事項
- 四 その他消費者教育の推進に関する重要事項

(略)

7 政府は、消費生活を取り巻く環境の変化を勘案し、並びに消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を踏まえ、おおむね五年ごとに基本方針に検討を加え、必要があると認めるときは、これを変更するものとする。

(4) 基本方針の方向

- ・誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けることができる機会を提供し、効果的に推進
- ・国・地方、行政・民間、消費者自身も含め幅広い主体を担い手として、支援・育成し、担い手間の連携、情報共有を促進

2 中間的な見直しについて

- ・「基本方針」は、平成 25 年度から平成 29 年度までの 5 年間を対象としているが、社会経済状況の変化に対応するため、3 年を目途に中間的な見直しを行うことを方針のなかで位置づけ。

3 見直しの進め方

(1) 現状把握

- ・中間的見直しにあたっては、以下を参考に消費者教育に係る取組の現状把握を実施
 - 都道府県・政令指定都市の消費者施策の状況調査
 - 消費者教育推進会議でのヒアリング
 - 先駆的プログラムでの取組（地方消費者行政推進交付金の活用）
 - 各省庁等の施策の状況等
 - 消費者委員会提言「若年層を中心とした消費者教育の効果的な推進に関する提言、成年年齢引下げ対応検討WG報告書」等



次期基本方針（平成 30 年度～）に反映

(2) 課題・今後の重点事項の取りまとめ

消費者教育の推進の現状と課題

【現状】

○都道府県等の消費者教育推進計画や先駆的プログラムでの実施事業の状況から、消費者教育の推進に向けた体制の整備は都道府県を中心に進みつつある

- ・消費者教育推進計画 : 4 4 都道府県 1 4 政令市で策定済み
- ・消費者教育推進地域協議会 : 4 5 都道府県 1 7 政令市で設置済み

(H29. 3. 27 現在)

○消費者教育の体系的推進や消費者市民社会の理解・関心を深める教育は意識されつつある

- ・ライフステージや消費者の特性に応じた体系的な消費者教育の実施されているほか、消費者市民社会の形成への参画の重要性を消費者教育推進計画に盛り込んでいるところも多い。

○消費者教育の担い手の育成・活用、教材の作成は活発に行われている小・中・高等学校の学習指導要領の内容は充実

- ・学校における消費者教育は、平成 20 年、21 年の小・中・高等学校の学習指導要領改訂において充実が図られている。

○事業者においても消費者教育の重要性は認識

- ・事業者・事業者団体による消費者教育の取組や消費者に対する事業者からの情報提供の活動は、消費者志向経営の観点から活発に行われつつある。

【課題】

○消費者市民社会の形成に参画することの重要性は十分に浸透していない

- ・「消費者被害の防止・消費者の自立支援教育」と「消費者市民社会の実現」は、相互に関係性を持っていることに留意し、消費者教育を推進することが必要。

○消費者教育の拠点化としての消費生活センターの位置付けはまだ明確ではない

○消費者教育を担う多様な関係者をつなぐコーディネーターの位置づけは明確ではない

○実践的な内容としての消費者教育は学校間で差がある。また、大学ではまだ課題が残る。

- ・小・中・高等学校における消費者教育の指導方法は教員の力に大きく依存。
- ・一部の大学では、教育課程内で消費者教育を実施している例も見られるが、それほど多くはない。

○消費者行政と教育行政の緊密な連携はまだ一部にとどまる

- ・都道府県や政令市では、消費者教育推進地域協議会の設置とともに、連携体制が整備されつつあるが、市町村においては消費者教育推進地域協議会の設置自体もまだ少ない状況。

○大学における消費者教育の取組には課題が残るとともに、職域における消費者教育はまだ十分に行われているとは言えない

基本方針の見直しに向けて ―今後の重点事項―

【消費者教育の効果的な推進】

○消費者教育の効果測定、到達目標、優先事項の検討

- ・消費者教育の推進を着実に図るためには、節目ごとの到達目標を提示する必要がある、到達目標を設けるためには効果測定手法の確立が必要。

○若年者への実践的な消費者教育の強化

- ・消費者教育の推進には、地方公共団体の消費者行政における施策と学校での教育が重要であるため、学校における消費者教育の取組について、消費者庁においても文部科学省と連携しつつ具体的な方策を検討。

○消費者市民社会への参画という意識向上は一層重要

【都道府県等における施策の促進】

○消費者教育推進計画の策定、消費者教育推進地域協議会の設置を市町村へ拡大

- ・消費者教育を推進する上では、多様な主体が相互に連携・協働できることが重要。
- ・次の段階として、より消費者に近い市町村等において消費者教育を推進していくことは、その地域の実情に合わせて、関係機関が密接に連携できる可能性が高まり、消費者教育推進地域協議会はその関係者の連携にもつながるものと期待。

○消費者行政と教育行政の連携強化の必要性

（消費者教育の担い手と学校教育における連携強化、コーディネーターの活用・役割強化）

- ・教職員が授業等で消費者教育を十分に展開するには、授業時間の制約などから限界があることから、地域の消費生活センターと教育委員会、学校が連携し、生活に根付いた授業等が展開できるよう、これまで以上に消費生活相談員等が協力者として積極的に関わることが望ましい。

○消費生活センターの拠点化の促進

- ・将来的には、地域の消費生活センター等がすべて消費者教育の拠点となることが理想。また、拠点化に当たっては福祉関係など他機関との連携を含め、高齢者や障害者への消費者教育の充実も必要。

【社会情勢の変化に対応した消費者教育の強化】

○成年年齢引下げ対応としての若年者への消費者教育の強化

- ・成年年齢の18歳引下げに伴い、消費者被害の低年齢化が危惧されていることから、成年年齢引き下げまでに、契約や取引のルール、消費者問題の知識や対処方法など、最低限の知識を身に付けておくための消費者教育が必要。（発達段階に応じた、小中学生等への実践的な消費者教育の推進や、大学等における取組の推進）

○高度情報化の進展、国際化、情報リテラシーの向上

- ・インターネット通販やオンラインゲーム、アダルト情報サイトやワンクリック請求などのネット関係の消費者被害は、消費者相談の多くを占めている。
- ・ICTが発展した現在、情報の収集方法や収集した情報をどう利用するかという、情報リテラシーの向上はこれからの消費者教育にも重要な課題。

○制度の変化の周知・情報提供、消費者の知識の習得・活用、事業者の取組も重要

- ・事業者が、消費者への情報提供の拡充を図り、消費者と双方向の情報交換を行うことは、消費者志向経営として事業者に求められている取組の一つ。

【社会や環境を意識した消費行動に関する消費者教育】

○消費者自身が消費行動により社会や環境を変えて行くことが可能という意識の向上

- ・消費者教育推進法では、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「消費者市民社会」の実現を目指している。
- ・消費者の意識について、特に、東日本大震災以降、環境配慮や被災地支援、地域振興、フェアトレード、地産地消、障害者支援などの社会的課題に配慮した商品やサービスを選択して消費することへの関心が高まっている。
- ・消費者が、社会的課題の解決を考慮したり、課題に取り組む事業者を応援し消費活動を行う「エシカル消費」の考え方については、消費市民社会への参画の具体的な行動のひとつ。
- ・今後の消費者教育の中で、消費者自身が消費行動により社会や環境を変えていくことが可能であるという意識の向上させていくことが必要。

消費者教育の推進に関する基本的な方針(基本方針)

平成25年6月28日
閣議決定

概要

平成25年度～29年度の5年間

平成25年6月

国・地方、多様な担い手の指針

○消費者教育の推進に関する法律第9条(平成24年12月施行)

○内閣総理大臣及び文部科学大臣が案を作成、閣議で決定。

～平成25年3月より消費者教育推進会議開催、消費者委員会の意見聴取、消費者等の意見反映。

○基本方針を踏まえ、都道府県消費者教育推進計画、市町村消費者教育推進計画を作成(努力義務)

○基本方針の方向＝誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けることができる機会を提供し、効果的に推進

○手段＝幅広い担い手(国・地方、行政・民間、消費者自身)の支援、育成担い手間の連携、情報共有の促進

III 消費者教育の推進の内容

1 様々な場での推進

- ・学校(小・中・高校、大学・専門学校等)
- ・地域社会(地域、家庭)
- ・職域

2 人材(担い手)の育成・活用

- ・小・中・高校・大学等の教職員
- ・消費者団体、NPO、地域福祉関係者
- ・事業者・事業者団体等
- ・消費者

3 資源等

- ・教材等の作成、活用
- ・調査研究
- ・情報収集・提供

I 消費者教育の推進の意義

経済社会の変化
・グローバル化/高度情報化/高齢化⇒消費者被害の多様化・複雑化
・大量生産 大量消費 大量廃棄/大震災の経験⇒消費行動の課題

ルール整備、厳格な法執行、消費者支援・救済施策

・ルールを知り、被害を防ぐ消費者の努力
・持続可能な消費の実践、消費者の社会的役割の自覚

・消費者の自立を支援
被害に遭わない消費者、合理的意思決定のできる消費者の育成
・消費者市民社会の形成に寄与
よりよい市場、よりよい社会の発展に積極的に関与する消費者の育成

行政各部局間、多様な担い手との連携

消費者行政部局と教育行政部局、福祉関係部局、商工部局との連携
(高齢者・障害者見守り、担い手としての事業者・事業者団体との連携)

効果的な情報提供方策の開発

～特に高齢者・障害者向け

消費生活センターを拠点化(消費者教育・人材育成)

←国民生活センターが支援

モデル地区における先進的な実践

消費者市民社会概念の研究・普及
コーディネーターの育成 / 情報提供

消費者学習の国民的な運動

多様な実践を共有し、相互に連携・協働できる場の提供
優れた活動を奨励
(消費者支援功労者表彰制度等)
消費者教育の日、週などの制定

II 消費者教育の推進の基本的な方向

○消費者教育の体系的推進 領域・段階ごとに目標を設定
情報の「見える化」⇒多様な担い手が共有



・消費者の特性・場の特性に応じた方法で実施
若年者の被害防止・成年年齢引下げに向けた環境整備の観点等から、高等学校段階までに、主体的に判断し責任をもって行動できる能力を育む
・消費行動の社会経済への影響等、多角的視点で情報提供

IV 関連する他の消費者施策との連携

- 1 安全・安心の確保
- 2 自主的・合理的な選択の機会の確保
- 3 消費者意見の反映・透明性確保
- 4 苦情処理・紛争解決の促進

事故・トラブル情報の迅速的確な分析、原因究明
⇒ 教材への反映

食品と放射能に関する理解増進

リスクコミュニケーションの強化

食品表示の理解増進



V 今後の消費者教育の計画的な推進

1 今後の推進方策

- ・各都道府県・市町村での推進の支援
- ・推進会議・小委員会での検討、施策への反映
- ・専門委員・地域ごとの代表を任命

各府省庁で今後実施の施策を取りまとめ(25年内目途)

地方支援

推進会議の地方開催
推進計画策定、地域協議会設置に向け、事例集の作成・説明会等で情報提供

2 基本方針の達成度の検証(5年の見直し)

- ・基本方針の見直し＝中間的に3年を目途に見直し
- ・達成度の検証

・消費者教育推進のための指標化
・すべての都道府県で推進計画の策定、地域協議会の設置を目指し、支援

○国からの地方支援 財政支援、情報提供による支援

○各主体の役割と連携・協働

- ・国と地方公共団体
- ・消費者行政と教育行政
- ・地方公共団体と消費者団体、事業者団体

地域における多様な主体間のネットワーク化
(消費者教育推進地域協議会)

○環境教育・食育・金融経済教育・法教育等との連携推進

連携・展開による相乗効果・教材等のコンテンツの共通化など