

消費者教育の推進について

- 消費者教育に関する徳島プロジェクトについて -

消費者庁 消費者教育・地方協力課
消費者教育推進室長 青山 陽子

消費者教育推進のこれまでの取組

「消費者基本法改正」 平成16年6月2日施行



「消費者教育の推進に関する法律」 平成24年8月22日成立、同12月13日施行



消費者庁に「消費者教育推進会議」設置 平成25年3月6日第1回会議

- ・ 委員相互の情報交換
- ・ 「基本方針」作成・変更意見



「消費者教育の推進に関する基本方針」 平成25年6月28日閣議決定

- ・ 消費者教育推進会議における更なる議論
- ・ 地方公共団体における消費者教育推進協議会の設置、消費者教育推進計画の策定等の取組



「消費者教育推進会議取りまとめ」 平成27年3月5日公表

- ・ 消費者市民社会における消費者の具体的行動例
- ・ 多様な担い手による消費者教育の実践に向けた事例の提示
- ・ 地域における多様な主体の連携・協働に向けた提案・事例の提示



「第二期消費者教育推進会議」 平成27年7月～平成29年6月

- ・ 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の見直しに向けた論点整理
- ・ 社会情勢等の変化に対応した課題

消費者教育の推進に関する法律(平成24年12月13日施行)

消費者・事業者間の情報の質・量、交渉力の格差等に起因する**消費者被害の防止**

消費者が自らの利益の擁護・増進のため、自主的・合理的に行動できるよう**自立支援**

消費者教育推進の重要性

消費者教育を総合的かつ一体的に推進

消費者教育の定義

◆ 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

消費者市民社会の定義

消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性の相互尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が将来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

【従来の消費者教育】

消費者一人一人が、正しく、適切な情報を基に、自分自身のために合理的選択を实践し、**被害に遭わない、豊かな生活を送る**ことを基本とする、自立支援のための教育

【推進法で視野の広がった消費者教育】

消費者市民社会の形成への参画

- ・個人として自立しているだけでなく、消費者が**社会の一員として行動**することも「消費者の自立」の要素
- ・消費者一人一人が、「自分は被害に遭わない、自分は大丈夫」と考えるだけでなく、「消費生活に関する問題は、**自分だけでなく社会の問題**」と理解し実践していくこと

3

第二期消費者教育推進会議における検討事項

- (1) 「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。)の見直しに向けた論点整理

関係省庁、地方公共団体及び消費者団体、事業者団体からのヒアリング

- ・基本方針の見直しに向けた施策の実施状況の確認
- ・都道府県等消費者教育推進計画等調査の実施

基本方針の見直しに向けた論点整理
(~29年6月)

- (2) 社会情勢等の変化に対応した課題
学校における消費者教育の充実方策について

「学校における消費者教育の充実に向けて」を提案(28.4.28)

消費者庁から文部科学省に対し周知依頼の通知を发出(28.6.23)

若年者への消費者教育(成年年齢引下げに向けた環境整備)の充実

若年者の消費者教育に関するワーキングチームの設置

平成28年度に高等学校の授業用教材を作成

消費者市民社会の形成への参画の重要性の理解促進

消費者市民社会普及ワーキングチームの設置

消費者市民社会啓発資料を作成

高齢者等への対応
関係者との連携・協働

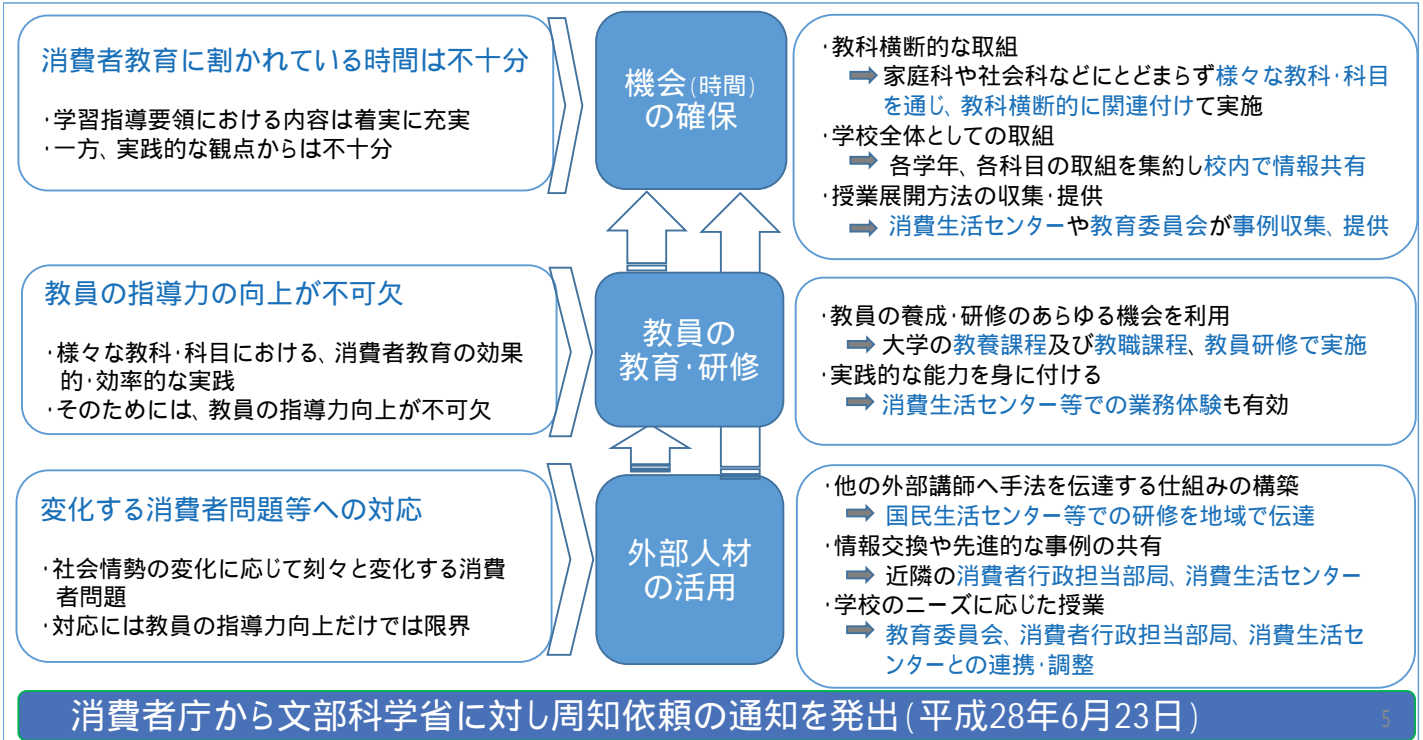
関係者からのヒアリングを実施((1)参照)し、先進事例の把握・紹介

学校における消費者教育の充実に向けて

(平成28年4月 消費者教育推進会議 提案)

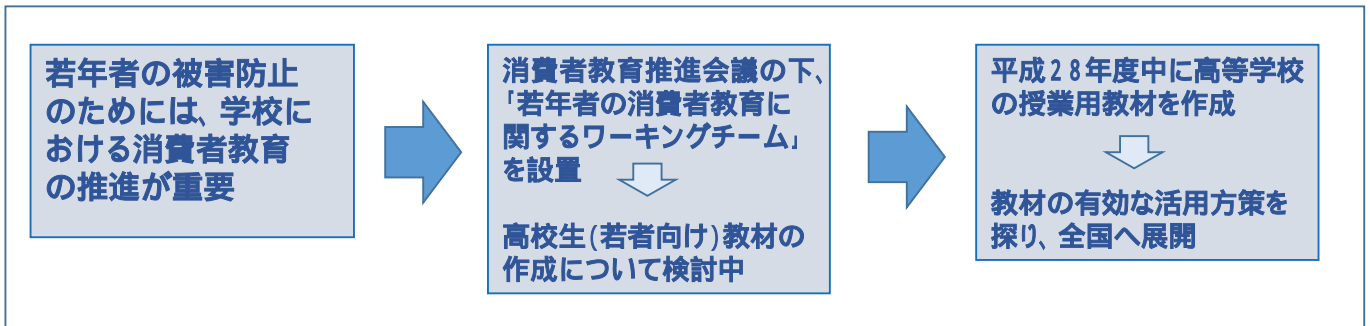
- ・ 高齢化、高度情報通信社会、グローバル化の進展
- ・ 社会的課題に配慮した商品・サービスの選択への関心の高まり
- ・ 消費者市民社会の形成への参画に消費者教育の視野が拡大

次期学習指導要領に関する議論の開始も契機としつつ学校における消費者教育の一層の充実を図る必要

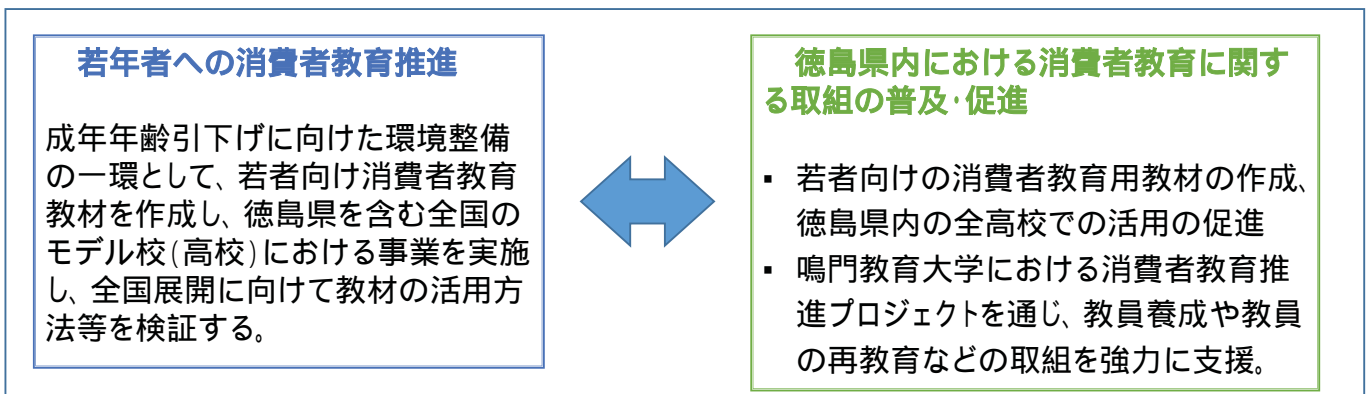


若年者への消費者教育の今後の予定

若年者への消費者教育（成年年齢引下げに向けた環境整備）の充実



若年者への消費者教育推進のため、体系的な消費者教育について、先進的な取組事例を収集・分析



社会への扉

高校生(若年者)向け消費者教育教材
- 12のクイズで学ぶ自立した消費者 -
(生徒用教材と教師用解説の2冊組)

【目的】 成年年齢の引下げが議論されていることも踏まえ、高等学校段階までに、契約に関する基本的な考え方や契約に伴う責任を理解するとともに、身近な契約等を通じて、社会において消費者として主体的に判断し責任を持って行動できるような能力を育む。

生徒用教材

P. 1~2 導入

消費者が主役の社会へ



消費生活に関する12のクイズを掲載

高校生が普段暮らす街の風景を記して、契約や消費者トラブル等が身近な暮らしの中に存在することに気付かせる。

P. 3~11

契約について理解しよう!

キャッチセールスのイメージ



グループ学習にも活用できるワークを掲載

ワーク3 なぜ、法律では上のような取引に関してクーリング・オフ制度を定めているのだろうか。



高校生にも身近なインターネットショッピングの注意事項を具体的に掲載

お金について理解しよう!

「給料 = 好きなように使えるお金」ではないことや、クレジットカードの仕組み、多重債務、将来の詐欺的投資被害を防ぐための注意について掲載。

暮らしの安全について理解しよう!

暮らしに潜む危険の例を紹介。安全に配慮した行動、再発防止のための行動がとれる消費者になることを促す。

消費生活センターについて知ろう!

消費生活センターの案内に加え、相談した後の解決までの流れについて、「高校生が消費生活センターに相談したら」という設定のマンガで紹介。

あなたの行動が社会を変える!

消費者トラブルにあった際に行動することが、消費者市民社会の実現につながることに、フローチャートを使って紹介。

教師用解説書

生徒用教材に関わる学習指導要領の項目等を示す表

項目	内容	ページ
消費者教育の必要性	消費者教育の重要性、若年者への影響	3~11
契約の理解	クーリング・オフ制度の意義	3~11
お金の理解	クレジットカードの仕組み、多重債務のリスク	3~11
暮らしの安全	インターネットショッピングの注意事項	3~11
消費生活センター	相談の流れ、解決までのプロセス	3~11
消費者行動	消費者トラブルの対応、市民社会の実現	3~11

消費者教育を実践している教師、弁護士、消費生活相談員から、消費者教育の必要性についてのメッセージ

育てよう!自立した消費者
～今、高等学校に求められる消費者教育～

生徒用教材各ページの解説
教師として知っておきたい若年者を取り巻く消費生活に関する情報
生徒用教材の「ワーク」「発展」「プラスα問題」の考え方

公民科、家庭科の指導案例とワークシート例(ワークシート実物大はウェブサイト掲載)

消費者教育

若年者への消費者教育推進のため、体系的な消費者教育について、先進的な取組事例を収集・分析する。

国の取組(国の予算事業)

若年者への消費者教育推進

成年年齢引下げに向けた環境整備の一環として、若者向け消費者教育教材を作成し、徳島県を含む全国のモデル校(高校)における事業を実施し、全国展開に向けて教材の活用方法等を検討する。

・徳島県等での実証結果を踏まえ、教材を改善
・実践授業の事例をとりまとめ事例集を作成
・効果的な全国展開の検討

全国展開

全国展開に向けては文部科学省と連携

徳島モデル事業

県内における消費者教育に関する取組の普及・促進

- 若者向けの消費者教育用教材を、徳島県内の全高校で試用。
- 鳴門教育大学における消費者教育推進プロジェクトを通じ、教員養成や教員の再教育などの取組を強力に支援。

教材使用結果の反映

- 教材を使用した教員等からの意見、改善案の提案
- 教材を使用した実践授業例の収集

教員研修への協力

- 鳴門教育大学における消費者教育推進プロジェクトに消費者庁が講師として協力

エシカル消費推進事業

・消費者の意識の変化 ➡ 環境や被災地の復興、開発途上国の労働者の生活改善等の社会的課題に配慮した商品・サービスを選択して消費することへの関心の高まり
 ・公正かつ持続可能な社会の形成への参画 ➡ 消費者教育の視野が消費者市民社会の形成へ拡大(「消費者教育の推進に関する法律」平成24年法律第61号)

「倫理的消費」調査研究会

人や社会・環境に配慮した消費行動である「倫理的消費(エシカル消費)」の内容やその必要性等について検討し、国民の理解を広め、日常生活での浸透を深めるためにどのような取組が必要なのかについて調査研究を行うため、平成27年5月から平成29年3月まで、「倫理的消費」調査研究会を開催。

- 主な検討事項
- (1) 倫理的消費の必要性とその効果
 - ・ 倫理的消費の歴史
 - ・ 倫理的消費の商品(エシカルプロダクツ)の事例
 - (2) 倫理的消費の定義・範囲
 - (3) 倫理的消費の度合い(エシカル度)を計る基準、指標
 - (4) 我が国における倫理的消費の実態調査
 - (5) 海外における倫理的消費の実態調査
 - (6) 倫理的消費を広く普及させていく上での課題と対応

研究会取りまとめ

～あなたの消費が世界の未来を変える～
 平成29年4月「倫理的消費」調査研究会 取りまとめ

倫理的消費(エシカル消費)とは「地域の活性化や雇用なども含む、人や環境に配慮した消費行動」(消費者基本計画)

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

配慮の対象とその具体例		エシカル消費に取り組む必要性と意義
人	障がい者支援につながる商品	
社会	フェアトレード商品 寄付付きの商品	
環境	エコ商品 リサイクル製品 資源保護等に関する認証がある商品	広く国民間での理解とその先の行動を期待 持続可能な開発目標(SDGs) 目標12: つくる責任、つかう責任
地域	地産地消 被災地産品	
勤務福祉	エシカルファッション	

エシカル・ラボ

平成27年12月10日から12日まで開催されたエコプロダクツ2015とタイミンを合わせ、エコプロダクツの参加者を始め、広く倫理的消費についての理解を深めるため、12月12日(日)同会場において消費者庁主催のシンポジウム「エシカル・ラボ」を開催。
 平成28年は倫理的消費への取組が盛んな徳島を本会場とし、東京会場及び鳥取県を中継で結び、7月24日(日)に開催。広く倫理的消費についての理解を深め、取組を推進するため、プログラムは倫理的消費に関する有識者と共に若年層が倫理的消費について学習できる構成とした。

- プログラム:
- 第1部 エシカル・ニュース1
「世界のホットなエシカル消費情報を知ろう！」
 - 第2部 エシカル・トーク
「日本全国にエシカルの輪を広げよう！」
 - 第3部 エシカル・ニュース2
「地域のホットなエシカル消費情報を知ろう！」
 - 第4部 エシカル・メッセージ
倫理的消費に関する若者からのメッセージ発表



今後の方策

徳島県を実証フィールドとする「新未来創造プロジェクト」の活用や民間活力との連携等による

先進的な取組事例の収集
 普及のための多様な主体の推進組織(プラットフォーム)の検討
 啓発イベント「エシカル・ラボ」の開催

等を通じ、国民へ理解と行動を働きかける

倫理的消費

倫理的消費の概念の普及や多様な主体によるムーブメント作りのため、地方でエシカルラボを開催し、全国的な普及・展開を図る。

国の取組(国の予算事業)

倫理的消費の普及

- ・ 消費者・事業者・行政等の既に取組を行っている様々な主体に対し、倫理的消費の普及・推進にあたっての課題、行政に期待される役割等についてヒアリングを実施
- ・ 徳島県にモデル的にプラットフォームを立ち上げ、全国展開に向けた課題を検証
- ・ 徳島県内の学校等における倫理的消費の先進的な取組についてヒアリングを実施。



徳島モデル事業

県内における倫理的消費に関する取組の普及・促進

- ・ 地域版プラットフォームの立ち上げ
- ・ 県内の学校等における倫理的消費の先進的な取組についてヒアリング等を実施
- ・ 地方でのエシカルラボの開催を通じて先進事例を紹介。



実証結果を踏まえ、より効果的な取組を検討し、全国に展開。