

消費者教育の推進に関する法律の概要

目的(第1条)	国と地方の責務と実施事項	
	国	地方公共団体
<ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育の総合的・一体的な推進 ・国民の消費生活の安定・向上に寄与 	責務(第4条) 消費者教育の推進に関する総合的な施策策定、実施	責務(第5条) 団体の区域の社会的経済的状况に応じた施策策定、実施(消費生活センター、教育委員会その他の関係機関と連携)
定義(第2条) 『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及びこれに準ずる啓発活動 (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。) 『消費者市民社会』 <ul style="list-style-type: none"> ・個々の消費者の特性及び消費生活の多様性の相互尊重 ・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の自覚 ・公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画 	財政上の措置(第8条) 推進に必要な財政上の措置その他の措置(地方は努力義務)	
基本理念(第3条) <ul style="list-style-type: none"> ・消費生活に関する知識を習得し、適切な行動に結びつける実践的能力の育成 ・主体的に消費者市民社会の形成に参画し、発展に寄与できるよう積極的に支援 <hr/> 体系的推進 ・ 幼児期から高齢期までの段階特性に配慮 効果的推進 ・ 場(学校、地域、家庭、職域)の特性に対応 ・ 多様な主体間の連携 ・ 消費者市民社会の形成に関し、多角的な情報を提供 ・ 非常時(災害)の合理的行動のための知識・理解 ・ 環境教育、食育、国際理解教育等との有機的な連携	基本方針(第9条) ・消費者庁・文部科学省が案を作成・閣議決定 ・基本的な方向 ・推進の内容等	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 <ul style="list-style-type: none"> ・基本方針を踏まえ策定(努力義務)
	消費者教育推進会議(第19条) 消費者庁に設置(いわゆる8条機関) ①構成員相互の情報交換・調整～総合的、体系的かつ効果的な推進 ②基本方針の作成・変更意見 委員(内閣総理大臣任命) ～消費者、事業者、教育関係者、消費者団体・学識経験者等 ※委員は20名以内、任期2年、幹事、専門委員を置く(政令で規定)	消費者教育推進地域協議会(第20条) 都道府県・市町村が組織(努力義務) ①構成員相互の情報交換・調整～総合的、体系的かつ効果的な推進 ②推進計画の作成・変更意見 構成 ～消費者、消費者団体、事業者、教育関係者、消費生活センター等
消費者団体(努力義務)(第6条) ～自主的活動・協力 事業者・事業者団体(努力義務) ～施策への協力・自主的活動(第7条) ～消費生活の知識の提供、従業員の研修、資金の提供(第14条)	義務付け(国・地方) <ul style="list-style-type: none"> ○学校における消費者教育の推進(第11条) 発達段階に応じた教育機会の確保、研修の充実、人材の活用 ○大学等における消費者教育の推進(第12条) 学生等の被害防止のための啓発等 ○地域における消費者教育の推進(第13条) 高齢者・障害者への支援のための研修・情報提供 ○人材の育成等(第16条) 	努力義務(国および地方) <ul style="list-style-type: none"> ○教材の活用等(第15条) ○調査研究(第17条) ○情報の収集(第18条)

資料 5 - 2

※施行日：平成24年12月13日(公布日：平成24年8月22日)

消費者教育推進会議 委員名簿

荒木 武文	神戸市教育委員会事務局担当部長（健康教育担当） 前神戸市市民参画推進局消費生活課長
大竹 美登利	東京学芸大学理事
岡田 往子	東京都市大学原子力研究所准教授
岡本 直美	日本労働組合連合会会長代行
柿沼 トミ子	全国地域婦人団体連絡協議会会長
河野 恵美子	元日本生活協同組合連合会理事
小林 洋司	東京都立桜修館中等教育学校長 （全国高等学校公民科・社会科研究会会長）
小谷野 茂美	東京都青梅市適応指導教室長 前東京都昭島市立清泉中学校長
齊藤 秀樹	全国老人クラブ連合会理事・事務局長
佐分 正弘	公益社団法人消費者関連専門家会議理事長
島田 広	弁護士 （日本弁護士連合会消費者問題対策委員会副委員長）
高山 靖子	株式会社資生堂監査役
武田 岳彦	公益社団法人日本PTA全国協議会顧問
富岡 秀夫	公益財団法人消費者教育支援センター専務理事
○ 西村 隆男	横浜国立大学教育人間科学部教授
◎ 野村 豊弘	学習院大学法学部教授
橋本 都	青森県教育委員会教育長
古谷 由紀子	公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会常任顧問
本家 正隆	金融広報中央委員会会長
吉川 萬里子	公益社団法人全国消費生活相談員協会理事長

以上20名(五十音順、敬称略)
◎は会長、○は会長代理
平成25年8月28日現在

消費者教育推進会議小委員会

1 消費者市民育成小委員会

消費者市民社会の形成に向けて、消費者教育・消費者学習における系統的・横断的な課題に関する事項を検討する

- ⑧消費者学習運動の展開策
- ⑩イメージマップに照らした不足領域の抽出とそれを補う教材等の作成
- ⑪イメージマップのバージョンアップ
- ⑫実践事例と対応させた消費者市民社会概念の研究・普及
- ⑬モデル地区、先進的取組の研究手法
- ⑰安全安心確保のための総合的体系的な安全教育
- ⑲消費者教育の推進のための指標化

2 情報利用促進小委員会

多様な担い手の積極的な参画に向けて、情報の効果的な収集、整理及び提供のあり方等に関する事項を検討する

- ⑤高齢者・障害者見守りにおける効果的な情報提供方策等
- ⑨消費者教育ポータルサイトの掲載基準等
- ⑭効果的かつ確実な情報提供の仕組み
- ⑮総合的な情報サイト
- ⑯情報提供の実効性確保の方策

3 地域連携推進小委員会

多様な担い手の有機的な連携に向けて、地域における資源の活用及びネットワーク化等に関する事項を検討する

- ①消費者行政担当部局と、教育委員会を始めとした教育部局との連携方策
- ②地域における各主体の連携・協働のための方策
- ③消費生活に関連する教育と消費者教育との有機的な連携方策
- ④消費生活センターの消費者教育の拠点化の具体的方法
- ⑥地域の各主体の連携・協働具体策
- ⑦コーディネーターの仕組み・人材確保・育成等の方策
- ⑱地域ごとの消費者教育推進会議の開催による国と地方の連携策

消費者市民育成小委員会 委員名簿

大 杉 昭 英	国立教育政策研究所初等中等教育研究部部長
岡 田 往 子	東京都市大学原子力研究所准教授
小 林 洋 司	東京都立桜修館中等教育学校長 (全国高等学校公民科・社会科研究会会長)
小 谷 野 茂 美	東京都青梅市適応指導教室長 前東京都昭島市立清泉中学校長
島 田 広	弁護士 (日本弁護士連合会消費者問題対策委員会委員)
高 山 靖 子	株式会社資生堂監査役
田 村 真 理	千葉県教育委員会学校教育部指導課指導主事
富 岡 秀 夫	公益財団法人消費者教育支援センター専務理事
中 嶋 洋 介	一般社団法人品質と安全文化フォーラム代表理事
南 島 和 久	神戸学院大学法学部准教授
◎ 古 谷 由 紀 子	公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会常任顧問
本 家 正 隆	金融広報中央委員会会長
向 山 行 雄	帝京大学教職大学院教授

以上13名(五十音順、敬称略)

◎ は 座 長

平成25年11月29日現在

情報利用促進小委員会 委員名簿

東	珠 実	椚山女学園大学現代マネジメント学部教授
色 川	卓 男	静岡大学教育学部教授
上 野	浩 文	近畿環境パートナーシップオフィス（きんき環境館） 事業統括クリエイティブプロデューサー
◎	大 竹 美 登 利	東京学芸大学理事
	柿 沼 ト ミ 子	全国地域婦人団体連絡協議会会長
	後 藤 浩	アクセンチュア株式会社執行役員 公共サービス・医療健康本部統括本部長
	齊 藤 秀 樹	全国老人クラブ連合会理事・事務局長
	佐 藤 直 子	東京新聞・中日新聞論説委員
	武 田 岳 彦	公益社団法人日本PTA全国協議会顧問
	橋 本 都	青森県教育委員会教育長
	前 野 春 枝	消費生活専門相談員
	山 下 太 郎	一般社団法人日本エンパワーメントコンソーシアム 代表理事 株式会社ライフデザイン代表取締役兼CEO

以上12名(五十音順、敬称略)
◎ は 座 長
平成25年11月29日現在

地域連携推進小委員会 委員名簿

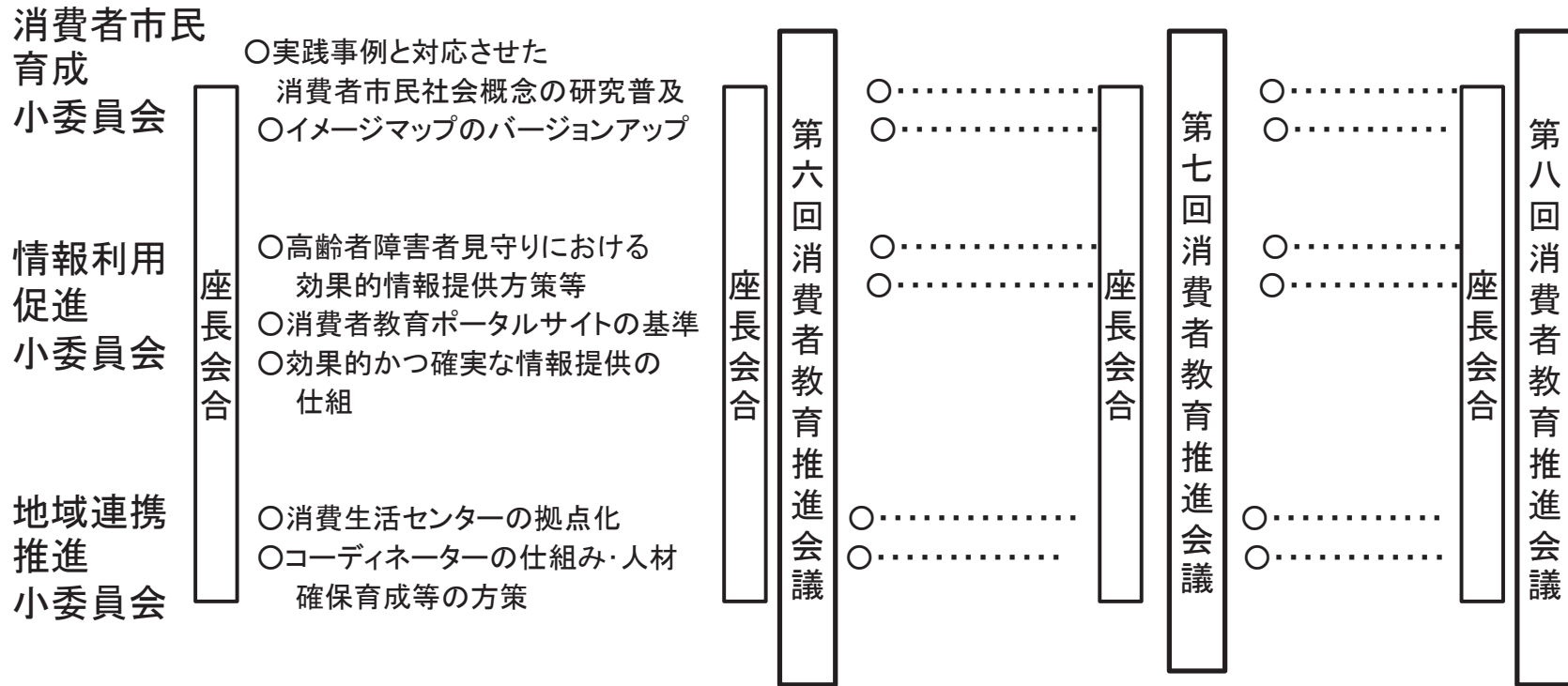
青 木 佳 之	全国地域包括・在宅介護支援センター協議会会長
荒 木 武 文	神戸市教育委員会事務局担当部長（健康教育担当） 前神戸市市民参画推進局消費生活課長
岡 本 直 美	日本労働組合連合会会長代行
柿 野 成 美	公益財団法人消費者教育支援センター総括主任研究員
加 藤 さ ゆ り	長野県副知事
河 野 恵 美 子	元日本生活協同組合連合会理事
佐 分 正 弘	公益社団法人消費者関連専門家会議理事長
田 中 雅 子	公益社団法人日本介護福祉士会名誉会長
田 中 正 博	社会福祉法人全日本手をつなぐ育成会常務理事
新 里 宏 二	弁護士 (日本弁護士連合会多重債務問題検討WT座長)
◎ 吉 川 萬 里 子	公益社団法人全国消費生活相談員協会理事長

以上11名(五十音順、敬称略)
◎ は 座 長
平成25年11月29日現在

小委員会スケジュール案



☆消費者教育の推進のための指標化(継続検討) →



☆地域ごとの消費者教育推進会議開催による国と地方との連携策(継続検討) →

		Ver.1.0					成人期		
		幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	特に若者	成人一般	特に高齢者	
重点領域	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	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	
	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持つ	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	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	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	
商品等の安全	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	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	
	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	安全で危険の少ないく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くらし方をする習慣を付けよう	安全で危険の少ないくらしと消費社会をつくろう	安全で危険の少ないくらしの大切さを伝え合おう	
	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	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	
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	適切な意思決定に基づいて行動しよう 契約とそのルールの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	
	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	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くらしを目指して、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くらしをしよう	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	
	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	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	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	

※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。

「消費者安心戦略」の推進

— 経済社会情勢を踏まえ、消費者の安全・安心確保対策を強化 —

安倍内閣が「三本の矢」(いわゆるアベノミクス)を強力に推進する中、成長戦略「日本再興戦略」が目指す「消費が増え、新たな投資を誘発するという好循環」の実現には、健全で活気と厚みのある消費市場の構築が不可欠。このため、消費者の不安を払拭し、安全・安心を確保するための「消費者安心戦略」を積極的に推進。

「物価・消費市場関連対策」の推進

- 経済金融情勢を踏まえつつ、生活関連物資等に係る物価動向を注視する体制を強化する。また、公共料金改定や消費者相談の充実に向けて適切な対応を確保する。
(消費の5割程度は生活必需品)
- 成長戦略を踏まえ、市場における消費者と事業者の協働・連携を支援すること等により、消費者の多様な好みやニーズを反映した市場の創出、消費の拡大・活性化を目指す。

< 「物価関連対策」の推進 >

- 物価モニター体制の強化
- 公共料金改定の際の料金の適正性の確保
- 消費生活相談員の一層の質向上と養成・確保

< 「消費市場関連対策」の推進 >

- 消費者と事業者との協働支援
(商品企画・開発段階での消費者の参画、食品ロスの削減等)
- リスクコミュニケーション、風評被害対策など

「消費者安全・安心確保対策」の推進

- GDPの6割を占める消費の拡大は、経済成長に必要不可欠。一方で、多様な取引形態の出現や新たな食品・製品の増加の下で、消費者の生命・身体や財産が脅かされるという不安が増大。
- このため、積極的な消費者被害防止対策の展開や、消費者被害回復のための取組などを通じて、消費者の生命・身体・財産の安全・安心確保に取り組む。

< 「消費者被害防止対策」の積極展開 >

- 消費者教育の充実
- トラブルに遭うリスクの高い消費者(高齢者、被害経験者等)を守る「地域ネットワーク」の構築や啓発活動等

< 「消費者被害回復」のための取組 >

- 「消費者被害の集団的回復のための裁判手続」の構築を始めとした消費者被害回復のための取組の充実
- 地域における身近な消費生活相談体制の強化

< 生命・身体・財産の安心・安全確保 >

- 食品表示の充実
- リコール情報の周知強化による事故再発防止
- 悪質商法への厳正な取締りと消費者取引の適正化

個別事項① 「物価・消費市場関連対策」の推進

一般物価に対する取組

＜現状＞レギュラーガソリンが5週連続で値上がるなど、消費者に身近な商品・サービスの価格の一部に値上げの動きあり。

＜対策＞

- 生活関連物資の価格動向について、定期的に調査を行うとともに、消費者への情報提供を行う。

⇒【物価モニター調査の拡充】

＜価格上昇の例＞
石油製品価格調査の結果(平成25年8月7日公表)

○8月5日時点のガソリン等の店頭現金小売価格調査の結果は以下のとおり。

【調査結果】
(レギュラーガソリン)
8月5日(月)結果:160.1円/ℓ
・前週の158.8円と比べ1.3円の値上げ
(5週連続の値上がり)

(灯油)
8月5日(月)結果:100.4円/ℓ
・前週の99.9円と比べ0.5円の値上げ
(5週連続の値上がり)

出所:資源エネルギー庁資料

公共料金に対する取組

●公共料金の内外価格差等に関する調査

- ・これまで、国内外の公共料金については、価格調査を実施。来年度は、これに加え、比較分析のための背景調査を実施。

●公共料金の意思決定プロセスへの消費者関与に関する調査

- ・公共料金の決定について、消費者がどのように関与(決定機関、法律等手続)しているかについて調査。

消費市場に関する取組

●消費者と事業者との協働支援

- ・商品企画・開発段階における消費者と事業者のより一層の協働の支援
- ・年間約500～800万トン発生している食品ロスの削減

●消費者との対話の促進や普及啓発

- ・食品と放射能に関するリスクコミュニケーション等による風評被害対策の推進
- ・環境などに配慮した消費生活の実践に向けた消費者教育の推進

消費市場の拡大・活性化
物価安定のための機動的かつ適切な行政に寄与

上記の取組を総合的に進めるため「物価・消費市場課」を創設