

第189回 消費者委員会本会議

消費者教育推進会議の取りまとめについて

平成27年4月14日

消費者庁

消費者教育・地方協力課

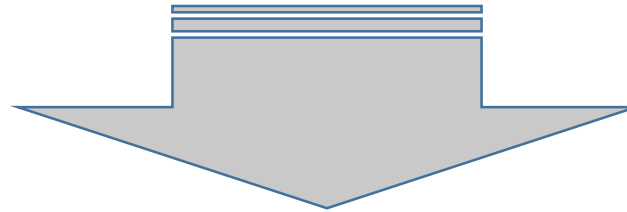
消費者教育推進会議取りまとめ(平成27年3月5日)について

1 推進会議における検討状況と推進会議取りまとめの性格

- 平成24年12月、「消費者教育の推進に関する法律」が施行され、法に基づき、消費者教育推進会議が設置。
- 第1回会議から第4回会議は、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」について検討し、平成25年6月28日閣議決定。
- 第5回会議から第9回会議には、基本方針で「今後検討すべき課題」とされたテーマについて、3つの小委員会を設置して検討。
- 推進会議取りまとめは、3つの小委員会の議論を基に、今後の消費者教育の推進についての考えや提案、消費者教育の担い手への期待を、会議として取りまとめたもの。別途3つの小委員会ごとに取りまとめを公表。

【これまでの消費者教育】

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実践し、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



消費者教育推進法
(平成24年12月施行)

【推進法で視野の広がった消費者教育】

- ・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

取りまとめの概要：（2）消費者の行動例

【消費者市民社会における消費者の行動の特徴】

- 自ら情報収集し、理解し、実践する
- 身近な周囲の人にも情報提供やサポートを行い、その実践を促す
- 課題解決に向けて、社会（行政機関、団体、事業者等）に働き掛ける

【具体的行動例】

商品等の安全

- ・商品のラベルをよく読み、より安全・安心な商品を選択する。
- ・説明書をよく読んで使用する。周りの人が誤った使い方をしていれば注意する。
- ・安全性に疑問がある場合には、事業者に質問し、トラブルが発生した場合に情報提供し、原因を確認するとともに、再発防止を要請する。

生活の管理と契約

- ・収入水準に見合った支出を行う。
- ・環境や社会に配慮した商品やサービスを選択する。
- ・消費者のための制度（クーリング・オフ等）について理解するとともに、高齢者の見守り活動に参加する。
- ・自分の人生のプランを作成し、その資金計画を考える。

情報とメディア

- ・商品情報（パンフレット、広告等）、市町村や消費生活センターなどの発信する消費者情報、被害情報等を収集するように努め、それらをソーシャルメディアなどを活用して発信・共有する。
- ・消費が環境や社会経済に与える影響に関する情報に関心を持ち、情報の収集・検討・発信を主体的に行う。

取りまとめの概要：(3)多様な担い手による消費者教育の実践に向けた提案

消費者教育の担い手向けナビゲーション

「消費者教育の担い手ナビゲーション」の活用

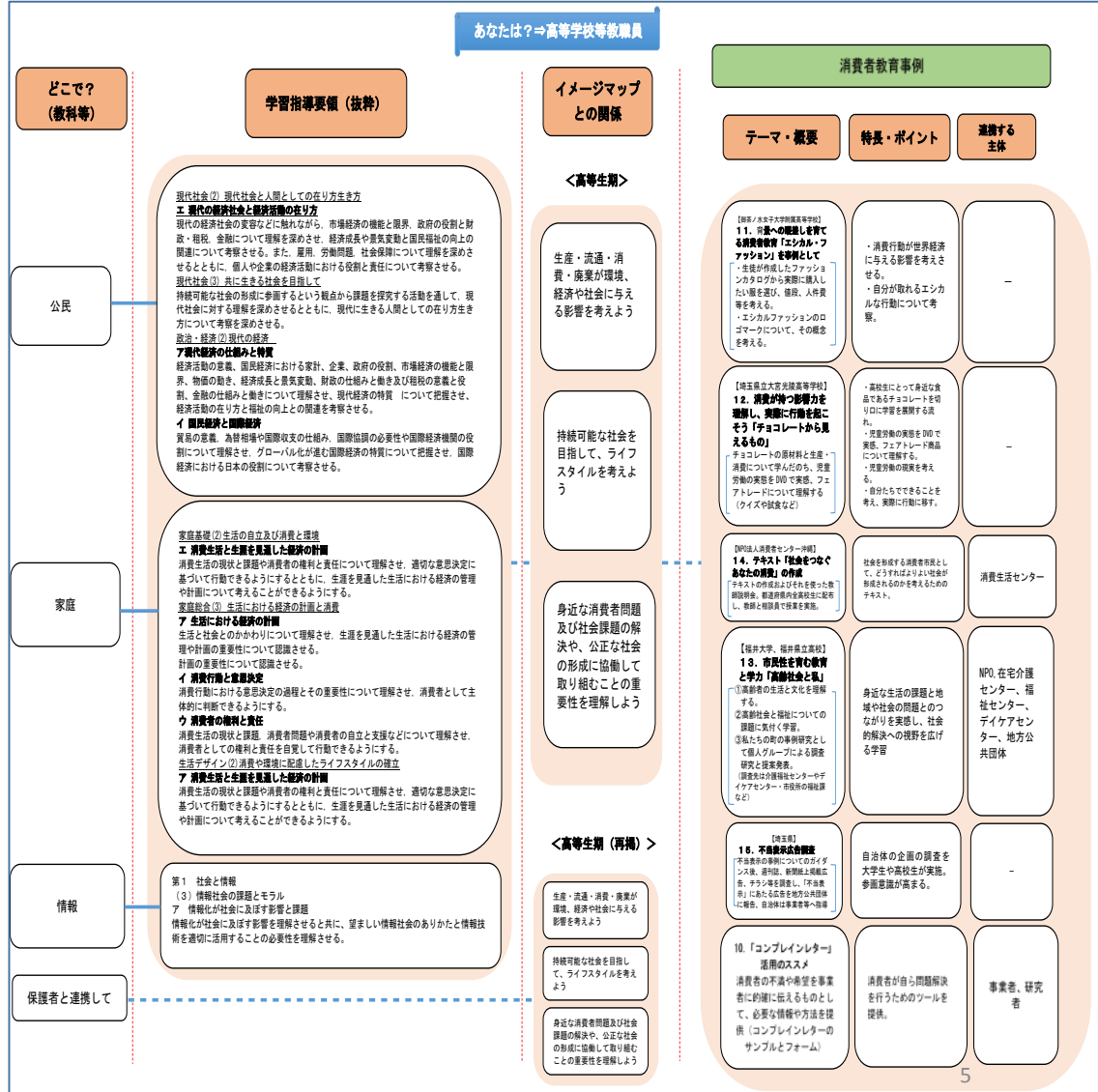
消費者教育の担い手(教育関係者、消費生活相談員、消費者団体、事業者・事業者団体等)が消費者教育の対象に対してどのようなことを教えるかといった観点から消費者教育事例を示したもの。学校関係については学習指導要領との関係も明示。

消費者教育ポータルサイトの活用

様々な消費者教育の教材等を収集して掲載しているポータルサイト(消費者庁が開設)の充実、活用の拡大

消費者教育に関する「プロジェクト」の実施

消費生活に関する情報や消費者教育に関心の薄い層に向けた情報発信



取りまとめの概要： (4) 地域における多様な主体の連携・協働への提言

- 消費者教育の拠点としての消費生活センターに期待される6つの機能
 - 消費者教育への関心の輪を広げる
(消費生活に関する情報に無関心な層への働き掛けを行う)
 - 消費者教育を自ら企画・実施する
(教材の開発、消費生活講座等を行う)
 - 消費者教育の実施を働き掛ける
(学校、福祉団体などでの出前講座等の実施を働き掛ける)
 - 消費者教育の関係者をつなぐ
(地方公共団体内、地域内の関係者とのパイプ役になる)
 - 消費者教育の担い手を育てる
(サポーター養成講座などを行う)
 - 自主学習・交流・情報発信の場を提供する
(自主学習のための教材提供、交流のためのスペースの確保を行う)
- 地域の連携・協働を担うコーディネーターの育成
地方公共団体において、職員や元職員、消費生活相談員、消費者団体やNPOの一員として活動する者や学校関係者、社会教育主事等の社会教育関係者からコーディネーターを育成。国民生活センターにおけるコーディネーター養成講座の実施。

2. 消費者教育を自ら企画・実施する(1)

都道府県	政令指定都市	市区(5万人以上)	市(5万人未満)及び町村
<p>京都府 【地域】 ○特殊詐欺等被害撲滅キャンペーン 市民センターでの啓発、落語イベント等) ○市町村主催の消費者教育イベントでの啓発資料配布</p>	<p>愛知県名古屋市 【くらしの情報プラザ(消費生活センター)】 ○くらしのゼミナール・小学生と保護者、中学生、学生、教員、高齢者とその家族・支援者、障害者とその家族・支援者など、受講者に応じた消費者向け講座をオーダーメイドで実施 ○教員向け教材の貸出 ○消費者問題教員セミナー 【啓発講座等】 ○消費生活講座、消費者実習講座、消費者問題教育セミナー</p>	<p>神奈川県大和市 (人口22.8万人) ○「どこでも講座」実施 ・市の生涯学習センターが調整役となり、メニュー方式(消費生活のみならず地域安全、認知症サポーター講座など)での市職員による講座を実施</p>	<p>埼玉県三芳町(人口3.8万人) 【消費生活啓発用チラシ・冊子の配布】 ○「くらしの豆知識」 ○一般、小学生、中学生対象リーフレット・チラシ</p>
<p>沖縄県 【消費者教育教材の作成】 ○消費者センター沖繩が編集・執筆、国立大学法人琉球大学教育学部教授の監修による 高校生用副教材『社会をつなぐあなたの消費』を作成</p>	<p>静岡県静岡市 【消費者教育副教材の作成】 ○大学教授、司法書士、市立中学校の家庭科教職員、消費生活センター相談員の6名の委員から成る「静岡市消費者教育副教材作成委員会」を立ち上げ ・中学校の家庭科の授業で消費者教育のために使用する副教材を作成</p>	<p>福島県郡山市(人口33.8万人) 【出前講座等】 ○消費生活センター職員や外部講師による出前講座での啓発(移動消費生活センター)</p>	<p>埼玉県三芳町(人口3.8万人) 【啓発講座】 ○高齢者対象「落語で学ぶ消費生活講座」(公民館で実施)、小学生対象「消費生活講座」(町内小学校で実施)</p>
<p>青森県 【自主学習】 ○消費者が、多様化する消費生活に主体的、合理的に対応し、行動するために必要な知識を継続的に学習することを目的として「消費生活大学講座」を開催</p>	<p>東京都八王子市(人口58.0万人) 【地域】 ○障がい者に対応した啓発資料・広報担当者と障害者福祉課が連携、地方消費者行政活性化基金を活用して、点字の啓発冊子や啓発冊子を音声化した啓発CDを作成し配布</p>	<p>北海道士別市(人口2.1万人) 【消費者被害防止講座】 ○士別消費者協会と消費生活相談員により構成された「劇団さくら」が要望団体を訪問し市内で起きた悪質商法の手法等を寸劇にして講座実施</p>	

取りまとめの概要：（5）消費者市民社会の形成に参画する多様な主体の活動への期待

◆ 消費者・サポーター

消費生活に関する知識の習得・情報収集。
消費生活に関する問題を、「自分は被害に遭わない、自分は大丈夫」と考えるのみならず、「消費生活に関する問題は、自分だけではなく社会の問題」と捉え、周囲に働き掛ける。見守り役や、地域のコミュニティ、ネットワークにも積極的に参加。

◆ 学校教育関係者

小・中・高等学校の学習指導要領における消費者教育に関する教育内容の充実を反映した授業を実施。

◆ 大学等関係者

入学時から卒業までの段階的な、自立を支援する消費者教育の実施。
大学生等が、ボランティアや研究活動の一環として、自ら見守りなどの活動に参加、サークル等で地産地消、フェアトレードや倫理的消費について実践する。

◆ 社会教育関係者

社会教育主事等が地域におけるコーディネーターの役割を担う。

◆ 消費者団体

学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われる消費者教育へ協力、教材の開発、出前講座やサポーター養成講座等を実施する。
見守りネットワークの中で、消費生活分野に関する連絡・調整を行うなどの中心的な役割を担う。

◆ 福祉団体・福祉関係者のネットワーク

既存の見守りネットワークの中で、消費者行政担当部局や消費生活センターとの連携により消費生活に関する情報も共有し、ネットワーク参加者による消費者教育の効果的な推進の仕組みの構築。

◆ 事業者・事業者団体

見守り対象者である高齢者等宅を頻繁に訪問する機会のある事業者が、見守りのネットワークに参加し、訪問の機会に見守る。
消費者からの質問・情報提供や消費者と事業者との対話から生まれた環境面や安全面での事業の改善等に関する情報を、より積極的に消費者に伝達する。
従業員に対する教育、地域において、生きた事例を使った消費者教育を実践。

◆ 行政

消費者行政の中で消費者教育とその他の分野の間の連携、福祉、教育、環境、産業振興行政等との横の連携強化。
地方消費者行政推進交付金を最大限活用し、地域における連携・協働や、消費生活センターの機能の充実・強化、コーディネーターの育成・配置など、その他の地域のモデルとなる事業の実施。
都道府県と市町村との連携・協働を強化。

次期推進会議が検討すべきテーマ

- ① 家庭や地域における子どもの消費者教育
- ② 初等中等教育（小学校・中学校・高等学校等）における消費者教育
- ③ 大学等における消費者教育
- ④ 社会教育との連携
- ⑤ 消費者の自主学習への取組支援
- ⑥ 消費生活に関連する教育（環境教育、食育、国際理解教育等）との連携
- ⑦ 事業者・事業者団体の取組の促進についての検討
- ⑧ 福祉団体・福祉関係者との連携