

平成28年12月10日  
消費者問題シンポジウムin甲府

# 消費者教育の推進について

～ 消費者教育の視野の広がり 消費者市民社会への参画～

消費者庁 消費者教育・地方協力課  
金子 浩之

# 消費者教育の推進に関する法律 (H24.12.13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

### 【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

# 消費者教育推進基本方針

## 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年度～29年度の5年間  
平成25年6月28日 閣議決定 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。

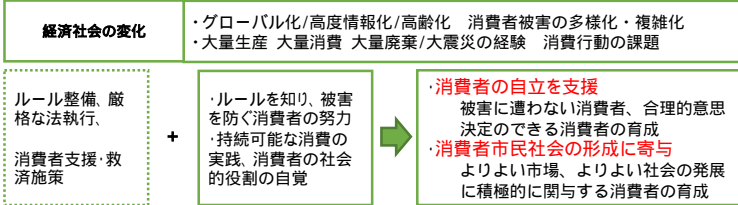
基本方針を踏まえ、都道府県消費者教育推進計画、市町村消費者教育推進計画を作成(努力義務)

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**

### 消費者教育の推進の内容

- 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)  
・地域
- 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
- 資源等  
・教材等の作成、活用  
・調査研究  
・情報収集・提供

### 消費者教育の推進の意義



### 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

### 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

### 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

### コーディネーターの育成、活用

多様な関係者のつなぎ役、地域と学校のつなぎ役

### 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・成年年齢引上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

**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

### 関連する他の消費者施策との連携

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

事故・トラブル情報の迅速的確かな分析、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



### 今後の消費者教育の計画的な推進

- 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
- 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

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

・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

# ～ あなたの消費が世界の未来を変える ～

平成28年6月 「倫理的消費」調査研究会 中間取りまとめ  
 (座長：国際基督教大学客員教授 山本良一)

## 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、人や社会・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

人	・障害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 ・資源保護等の認証がある商品
地域	・地産地消 ・被災地産品

## 現状と積極的意義

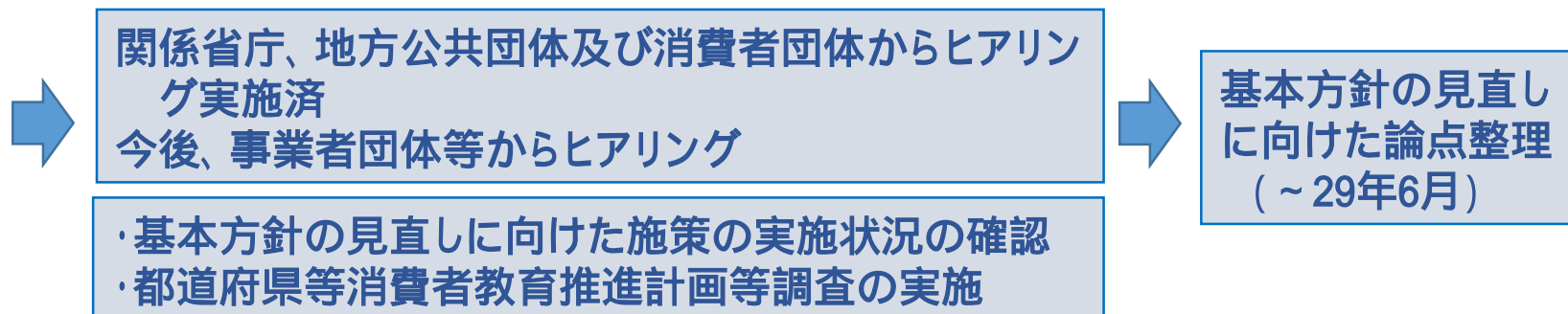
消費者の視点	事業者の視点	行政の視点
<ul style="list-style-type: none"> <li>「倫理的消費(エシカル消費)」という言葉の認知度は低い、基本的な概念は理解</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「企業市民」、「企業の社会的責任」の重要性を認識</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>人権や環境に配慮したまちづくり、地産地消、消費者教育などの取組</li> </ul>
<p>消費という日常活動を通じ、社会的課題の解決に貢献                      商品・サービス選択に第四の尺度を提供(安全・安心、品質、価格+倫理的消費)                      消費者市民社会の形成に寄与(消費者教育の実践の拡大)</p>	<p>供給工程の包括的管理のしやすさ                      差別化による新たな競争力の創出                      利害関係者からの信頼感、イメージの向上                      (資本市場での事業者の評価向上)</p>	<p>消費者と事業者の協働によるWin-Winの関係の構築が国民的財産                      持続可能な社会の実現、地方活性化などの社会的課題の解決</p>

## 推進方策の方向性(具体化に向け今後更に検討)

<p><b>国民による幅広い議論の喚起</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・第四の尺度としての意義等の共有</li> </ul>	<p><b>様々な主体、分野の協働によるムーブメント(推進活動)づくり</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ネットワークやプラットフォーム(推進組織)の構築</li> <li>・キャンペーンの実施</li> </ul>	<p><b>学校での教育などを通じた消費者の意識の更なる向上</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・教材、教員向け研修</li> <li>・「楽しく取り組めるもの」であることのアピール</li> </ul>	<p><b>事業者による消費者とのコミュニケーションの促進、推進体制の整備</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者への情報提供</li> <li>・消費者の声の商品・サービスへの反映</li> <li>・事業者間の連携強化</li> <li>・認証ラベルの普及</li> </ul>
--	---	--	---

## 第二期消費者教育推進会議(27年7月～)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



- (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



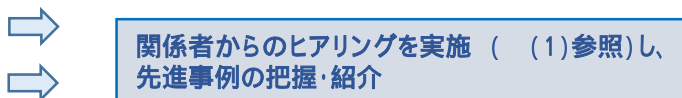
若年者への消費者教育(成年年齢引下げに向けた環境整備)の充実



消費者市民社会の形成への参画の重要性の理解促進



高齢者等への対応  
関係者との連携・協働



# 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て、学校における消費者教育の一層の充実を図る必要

## 消費者教育に割かれている時間は不十分

- ・ 学習指導要領における内容は着実に充実
- ・ 一方、実践的な観点からは不十分

機会(時間)  
の確保

- ・ 教科横断的な取組
  - ➔ 家庭科や社会科などにとどまらず様々な教科・科目を通じ、教科横断的に関連付けて実施
- ・ 学校全体としての取組
  - ➔ 各学年、各科目の取組を集約し校内で情報共有
- ・ 授業展開方法の収集・提供
  - ➔ 消費生活センターや教育委員会が事例収集、提供

## 教員の指導力の向上が不可欠

- ・ 様々な教科・科目における、消費者教育の効果的・効率的な実践
- ・ そのためには、教員の指導力向上が不可欠

教員の  
教育・研修

- ・ 教員の養成・研修のあらゆる機会を利用
  - ➔ 大学の教養課程及び教職課程、教員研修で実施
- ・ 実践的な能力を身に付ける
  - ➔ 消費生活センター等での業務体験も有効

## 変化する消費者問題等への対応

- ・ 社会情勢の変化に応じて刻々と変化する消費者問題
- ・ 対応には教員の指導力向上だけでは限界

外部人材  
の活用

- ・ 他の外部講師へ手法を伝達する仕組みの構築
  - ➔ 国民生活センター等での研修を地域で伝達
- ・ 情報交換や先進的な事例の共有
  - ➔ 近隣の消費者行政担当部局、消費生活センター
- ・ 学校のニーズに応じた授業
  - ➔ 教育委員会、消費者行政担当部局、消費生活センターとの連携・調整

消費者庁から文部科学省に対し周知依頼の通知を发出(平成28年6月23日)