

消費者委員会 パラダイムシフト専門調査会
2025年2月20日（木）

消費者政策における 消費者教育の役割と実効性確保

公益財団法人消費者教育支援センター 理事長
（名古屋経済大学 名誉教授）
田 口 義 明

目次

1. 消費者政策の基本的な組立てと消費者教育
2. 消費者教育の歴史と役割
3. 消費者教育における「消費者の脆弱性」
4. 消費者教育の実効性確保に向けて

1. 消費者政策の基本的組立てと消費者教育

(1) 消費者政策の基本的組立て

「消費者基本法」(旧消費者保護基本法を改正し2004年制定)でみると

〈法の根拠〉消費者と事業者の間には情報力、交渉力等で格差あり(第1条)



〈政策〉消費者利益の擁護・増進に関する総合的施策＝消費者政策を推進(第2条)



〈基本理念〉消費者の権利尊重と自立支援が基本(第2条第1項)



〈政策手段〉消費者政策の基本的施策として(第2章)

- ①対事業者の規制行政 ⇒ 安全の確保、消費者契約・規格・計量・表示の適正化、公正自由な競争の促進(第11条～第16条)
- ②対消費者の支援行政 ⇒ 啓発・教育の推進、意見の反映・透明性の確保、苦情処理・紛争解決の促進(第17条～第19条)
- ③消費者・事業者間の民事ルール ⇒ 消費者契約の適正化(第12条)

(2) 消費者教育の位置づけ

- 消費者の権利の一つとして教育の機会確保が規定されている。
- 消費者教育は、消費者の権利である「教育機会の権利」実現を図るとともに、消費者の自立を支援するための基本的施策のひとつ
- 消費者利益の擁護・増進は、対事業者、対消費者及び両者間のルール整備等の基本的施策が総合的に効果を発揮して初めて実現
(消費者教育を徹底すれば、他の基本的施策が不要になったり、必要性が低下したりするわけではない。)

2. 消費者教育の歴史と役割

(1) 消費者教育の歴史

【第1期】1950年代末～1960年代：立ち上がり期

- ①1959年「日本生産性本部」が米国に消費者教育の視察団（奥 むめを主婦連会長等9名）を6週間にわたり派遣
→ 米国消費者同盟（Consumers Union）、事業者の自主規制団体（Better Business Bureau）、商品テスト機関、学校等を訪問
- ②1961年 生産性本部の消費者教育室を母体に「財団法人日本消費者協会」設立
→ 商品比較テストの実施、『月刊消費者』の発行等を通じ消費者教育に取り組む。
- ③1966年 国民生活審議会（経済企画庁に置かれた内閣総理大臣の諮問機関）「消費者保護組織及び消費者教育に関する答申」を提出
- ④1968年「消費者保護基本法」（旧基本法）が制定され、消費者保護施策の一つとして消費者教育を規定

【第2期】1970年代～1990年代：体制の確立期

⑤1975年 米国フォード大統領、消費者の権利の一つとして「消費者教育を受ける権利」を提唱

⑥1981年「日本消費者教育学会」設立

(研究者の他・行政・消費者(団体)・企業の協力により設立)

⑦1986年 国民生活審議会、「学校教育における消費者教育について」の意見書を文部省教育課程審議会に提出

→ 1989年 学習指導要領改訂

⑧1990年「財団法人消費者教育支援センター」設立

→ 青少年等を対象とする消費者教育に関する各種事業を実施

【第3期】2000年代以降：立法措置の下で本格展開へ

⑨2004年「消費者基本法」、消費者教育の機会確保を消費者の権利の一つとして規定

⑩2012年「消費者教育推進法」、議員立法で制定（消費者教育分野の基本法的性格）

→ 国、地方を通じた消費者教育推進の仕組み整備へ

⑪2018年頃 成年年齢引下げに対応するため、教材『社会への扉』を活用し高校等で消費者教育を集中的に実施

(2) 消費者教育がめざすもの（役割）

①まずは「被害者にならない消費者」「だまされない消費者」の育成



②「賢い消費者」の育成
(適切な購買行動や健全な生活設計の能力育成など)



③「消費者市民」(Consumer Citizen)の育成
(消費生活を通じて、より良い社会や地球環境の形成に参画)

今日、消費者教育は、上記①～③を総合的にめざすものと理解

〈参考〉

「消費者教育推進法」が掲げる「基本理念」7項目（第3条）

① 知識を行動に結びつける実践的な能力を育成

② 社会の形成に主体的に参画・寄与できる消費者市民の育成

（体系的推進）

③ ライフステージに応じて体系的に実施するとともに、年齢、障害等の特性に配慮

（効果的推進）

④ 学校、地域、家庭、職域等の場に応じた方法で、多様な主体と連携

⑤ 消費行動が社会経済や地球環境に与える影響等の情報を提供

⑥ 災害その他非常事態にも合理的に行動できるよう知識・理解を深める

⑦ 環境教育、食育、国際理解教育等と有機的に連携

3. 消費者教育における「消費者の脆弱性」

(1) 「消費者の脆弱性」は、従来、消費者教育においてどう考慮されてきたか？

①消費者教育は、これまで学校、地域などで主にライフステージに応じて行われてきたところ、「消費者の脆弱性」の観点で見れば、概して、各ライフステージの「一般的・平均的消费者像」を想定して行われてきたと思われる。

②併せて、高齢者、障害者など「類型的・属性的脆弱性」を有する層に向けての消費者教育が行われてきた。

③「限定合理性による脆弱性」（人は限られた範囲でしか合理的な判断ができない）や、「状況的脆弱性」（誰しも状況次第では合理的に考えにくくなる）については、各種悪質商法や詐欺の手口への対処策等、消費者教育の内容面の問題として考慮されてきたのではないか。

「消費者教育の体系イメージマップ」 (消費者庁)

		幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期		
						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よう	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、社会に与える影響を考える習慣を身に付けよう	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よう
商品等の安全	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よう
	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
生活の管理と契約	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を知ろう	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知ろう	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よう
	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
情報とメディア	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	商品を選択し適切に購入するとともに、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よう
	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仕方を知ろう	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り、情報モラルを守ろう	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。

(2) 消費者教育において「消費者の脆弱性」をどう捉えるべきか？

- ① 「消費者の脆弱性」は、どの消費者にも不可避免的に随伴
- ② 消費者教育は、消費者の脆弱性自体の解消を目指すのではなく、消費者の多様な脆弱性を踏まえ、学校、地域、職域などそれぞれの場において、それぞれの属性等に応じて、多様な形で展開することが重要
- ③ 高齢者や障害のある消費者にとって使いやすい教材なども十分整備が必要

4. 消費者教育の実効性確保に向けて

(1) 消費者教育推進のための仕組みの現状（到達点）

① 消費者教育の体系や体制（推進の仕組み）は、「消費者教育推進法」の制定（2012年）に至る過程、及びその施行の中で、国、地方を通じて概ね整備されてきている。

② 例えば、国・地方の仕組みの現状

- ・ 国 → 「基本方針」（2013年6月28日閣議決定、2018年と2023年に一部変更）
「消費者教育推進会議」の設置（2013年設置、現在第6期）
- ・ 地方 → 「都道府県消費者教育推進計画」（全都道府県で策定済み）
「市町村消費者教育推進計画」（政令市では19/20で策定済み）
「消費者教育推進地域協議会」（全都道府県、19政令市等で策定済み）

(2) 消費者教育が直面する主な課題

①【担い手の視点から】

消費者教育を効果的に実施するための人材、場、教材等をつなぎ、マッチングする機能を高める
⇒「消費者教育コーディネーター」の法定化と配置促進
(都道府県や政令市では配置が進んでいるが、さらに身近な自治体での配置が肝要)

②【教育内容面の視点から】

急速に進みつつあるデジタル社会に対応する消費者教育を充実する

③【場の視点から】

消費者基本法、消費者教育推進法では、「学校、地域、家庭、職域その他の様々な場」と規定
⇒これまで学校と地域に力点を置いて取り組まれてきたが、
今後、これに加え、職域（企業）における取組が重要（近年、緒についた状況）

④【現場を支える支援組織の視点から】

(当専門調査会「中間整理」では「専門家組織や自主的な事業者団体の役割」として提起)
消費者教育の非収益性に鑑み、その実施、推進に取り組む専門家組織への支援が重要

(3) 以上のような現状と課題に鑑みると、
消費者教育に今求められているのは、
基本的な枠組み（パラダイム）の転換というよりも、
いかにして制度・仕組みの実効性を高めていくか = 「実効性の確保」
ではないか。

<参考>

公益財団法人 消費者教育支援センターとは？

全国各地で
消費者教育推進の
お手伝いをさせて
いただいています。

1989年国民生活審議会報告書「消費者教育の推進について」を踏まえ、青少年等の消費者教育の普及推進を目的として、1990年に文部省と経済企画庁（現文部科学省、消費者庁）の共管法人として設立した団体です。



消費者教育に関する調査研究・教材作成

児童・生徒、学校の教員や行政機関等を対象にアンケートやヒアリングを行っています。また、クイズやマンガ、ロールプレイ、ゲーム等の手法を活用した服読本、教材、教員の指導者向けの手引書等を開発しています。



セミナー等の企画・運営、講師派遣

消費者教育に関するテーマを取り上げ、シンポジウムや研究会、講座を開催しています。また、教員や行政職員、消費者リーダー等を対象に、消費者教育や消費者問題に関する講座の企画・運営および講師の派遣を行っています。



消費者教育に関する情報収集・提供

機関誌『消費者教育研究 NICEニュースレター』を年4回 季刊で発行し、最近の話題・情報を提供しています。ホームページでは、シンポジウム等のイベント案内や、出版物等の情報を掲載しています。



消費者教育教材資料の表彰

1年に1回、企業・業界団体、行政及び消費者団体・NPO等が作成した学校向けの教材を対象に、教材資料表彰を実施し、学校で活用できる教材の作成・普及を支援しています。