

消費者市民育成小委員会
取りまとめ

平成 27 年 2 月
消費者市民育成小委員会

目次

1. はじめに	P. 2
2. 消費者市民社会の概念について	
(1) 消費者市民社会形成のための消費者教育とは.....	P. 3
(2) 消費者市民社会における消費者の行動について	P. 6
3. 消費者市民社会の実現に向けた消費者教育事例の整理	P. 7
4. 消費者教育の推進のための指標化について	P. 8
5. おわりに	P. 8

1. はじめに

本小委員会は、消費者市民社会の形成に向けた消費者教育における系統的、横断的な課題に関する事項を検討するために設けられたものである。具体的には、「消費者教育推進に関する基本的な方針」（平成25年6月閣議決定）（以下「基本方針」という。）において「今後検討すべき課題」としてあげられたもののうち（1）イメージマップのバージョンアップ、（2）実践事例と対応させた消費者市民社会概念の研究・普及、（3）消費者教育の推進のための指標化、の3項目を優先課題として検討することとされた。

このうち、（1）については、小委員会の委員が分担して作成し、ライフステージ別消費者市民社会育成ガイド～イメージマップ解説編～として本取りまどめに添付した（参考資料1）。また、（3）については、平成25年度に別途委員会を立ち上げ、「地方公共団体における消費者教育推進に向けた体制の実態把握及び消費者教育の普及度を図る指標づくりのためのデータ整理」を取りまとめた。

（2）については、この小委員会においてかなりの時間を割いて検討した。消費者市民社会という概念は比較的新しいものであり、いまだに社会に浸透していない。そこで、まずは平成24年12月に施行された「消費者教育の推進に関する法律」（以下「推進法」という。）等に示された消費者市民社会の概念をわかりやすく示すことを試みた。また、より具体的に、消費者市民社会における消費者の姿を示すため、消費者市民社会における消費者の行動例を示した。

さらに、消費者市民社会の実現に向けて、すでに、これまでさまざまな地域で実践されてきた消費者教育事例を再整理した。

再整理にあたっては、消費者教育の担い手（以下「担い手」という。）が消費者市民社会を目指すために参考となる消費者教育実践事例にたどりつけることを重視し、「消費者教育の担い手向けナビゲーション」として示した。その際、特に、学校教育における担い手は教諭であることから、学習指導要領と消費者教育実践事例を結びつけるといった工夫をした。なお、消費者教育は、「消費者教育の体系イメージマップ～消費者カステップアップのために～」（平成25年1月）¹（以下「イメージマップ」という。）において体系的に示されていることから、これとの関係も示すこととした。

¹「消費者教育の体系イメージマップ」は、消費者庁に設置した消費者教育推進のための体系的プログラム研究会（座長西村隆男横浜国立大学教授）（平成24年9月～12月）における検討の成果として平成25年1月に公表された。消費者教育の内容について、多様な担い手が共通認識を作る材料となることを目指し、どのような時期に、どのような内容を身につけていくことが求められるのかを一覧できることを目指している。

2. 消費者市民社会の概念について

(1) 消費者市民社会形成のための消費者教育とは

推進法により、消費者教育の視点は、従来の「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」にとどまらず、「国内のみならず国境を越えた他国の人々や、時間を越えた子孫のことまで考慮した選択を行うこと」、「社会の一員として、よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与すること」に広がっている。

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全体の問題」と理解し実践していくことが推進法における消費者教育である。

自分自身の安全・安心だけでなく、公正で持続的な社会の形成に積極的に関与していく消費者は、よりよい、あるべき社会のために影響力を行使しようとする主体的な消費者であり、消費者市民とも言うべきものである。

推進法により消費者教育が定義されたことの大きな意義の一つは、その視野が、消費者一人一人の安全・安心から、消費者市民社会の形成への参画といった消費者の行動にまで広がったことにある。今後は、消費者市民社会という多様な内容を含む概念を、分かりやすく具体的に示していくことが課題となる。

従来、「消費者教育」は、平成16年に改正された消費者基本法において「消費者の自立支援」が基本理念とされたことから、これに基づき、「消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援すること」を基本としてきた。そのため、消費者被害に遭わないための、契約の際の被害防止や商品安全に関する知識を提供することなど、消費者個人の安全・安心を確保することに重点が置かれてきた。

推進法においては、消費者教育を「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」と定義することで、消費者基本法の基本理念を踏襲しつつ、加えて、「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。」としており、消費者教育の対象として、消費者市民社会の形成に参画することに視野を広げている。

さらに、基本方針においては、消費者市民社会における消費者とは、「被害に遭わない消費者」、「合理的意思決定ができる自立した消費者」にとどまらず、「社会の一員として、よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与する消費者」であるとしており、「消費者の主体的な消費者市民社会の形成への参

画」についても自立の要素であるとしている。すなわち、個人としての自立だけでなく、社会の一員として行動することも自立の要素である、として、自立の意味するところが広がっている。

また、推進法の消費者市民社会の定義で、「内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであること」しているのは、消費者が国内市場を通じて購入する消費行動が、途上国をはじめとする他国の社会経済情勢に影響を与えていることが少なくないことを示している。安価で海外から入手できる原材料による生産の中には、実態として不公正な対価で取引されているものも存在する。国内においても、大災害のあった被災地の商品を購入するなどの方法で支援する消費行動もしばしば見受けられるところである。環境負荷の小さいものを購入、消費することで地球環境の保全に貢献しようとする行動は当たり前のものになりつつあり、地産地消など地域経済に配慮した消費行動も普及している。つまり、推進法での消費者教育の視野の広がり、消費者行動の変化に対応したものである。

消費者市民社会の形成への参画という新たな視野に広がった消費者教育については、消費者教育実践の場である学校教育においても特に重要である。個々の子どもたちの「生きる力」を育むという観点から消費者市民社会の形成への積極的な参画を促すことは、有為な社会の形成者を育てるとの学校教育への要請に合致するものである。

(参考)

○消費者基本法（平成十六年六月改正）（抄）

(基本理念)

第二条 消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策（以下「消費者政策」という。）の推進は、国民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、消費者の安全が確保され、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供され、消費者の意見が消費者政策に反映され、並びに消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されることが消費者の権利であることを尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。

○消費者行政推進基本計画（平成 20 年 6 月閣議決定）

「消費者市民社会」とは、個人が、消費者としての役割において、社会倫理問題、多様性、世界情勢、将来世代の状況等を考慮することによって、社会の発展と改善に積極的に参加する社会を意味しており、生活者や消費者が主役となる社会そのものと考えられる。

○消費者教育の推進に関する法律（平成 24 年 12 月施行）（抄）

(定義)

第二条 この法律において「消費者教育」とは、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をいう。

2 この法律において「消費者市民社会」とは、消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、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をいう。

(基本理念)

第三条

2 消費者教育は、消費者が消費者市民社会を構成する一員として主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援することを旨として行われなければならない。

○消費者教育の推進に関する基本的な方針（平成 25 年 6 月閣議決定）

I 消費者教育の推進の意義

2. 消費者教育の推進の必要性

(2) 「消費者市民社会」の意義

消費者市民社会の形成に寄与する消費者を育む消費者教育とは、被害に遭わない消費者、合理的意思決定ができる自立した消費者にとどまらず、社会の一員として、よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与する消費者を育成する教育を意味する。

(2) 消費者市民社会における消費者の行動について

【消費者市民社会における消費者の主な具体的行動例】

※別紙3「消費者市民社会における消費者の行動（例）」より抜粋

- 商品等の安全
 - ・ 商品のラベルや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は、事業者へ情報提供し、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し、こうした制度を活用する。
- 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、また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。

消費者市民社会の概念は多様な内容を含むものであり、具体的な行動に引きつけた理解を促進することが消費者市民社会の概念の普及にもつながる。

別紙3「消費者市民社会における消費者の行動（例）」は、消費者市民社会における消費者の行動例を「イメージマップ」を基に示したものである。「イメージマップ」の重点領域の一つに掲げられた「消費者市民社会の構築」は、他の重点領域（商品等の安全、生活の管理と契約、情報とメディア）の基盤となる重要性を持つと同時に、他の領域における具体的行動を通じて消費者市民社会における消費者像がより具体的に浮かび上がることから、消費者一人一人が、「消費者市民社会の構築」に向けて、消費者教育の重点領域において、実生活でどのような行動を取るかをまとめている。

「消費者市民社会における消費者の行動には、

- ・ 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）に働きかける

などの特徴があげられる。

消費者教育は、このような消費者の行動の重要性を認識し、向社会性を高めることにより、消費者一人一人が主体的に様々な社会をつなげていく力を育むものでもある。最近では、人や社会環境への影響を念頭に置いた「倫理的（エシカル）消費」の普及など、消費行動やライフスタイルがよりよい社会を築いていくことへの消費者の関心が高まっている。

3. 消費者市民社会の実現に向けた消費者教育事例の整理

別紙4-1「消費者教育の担い手向けナビゲーション」（以下「ナビゲーション」という。）では、消費者教育の実現に向けて、これまで各地域で実施されてきた消費者教育実践事例を、担い手の利便性を考慮して再整理している。

別紙4-2「消費者市民育成プログラム（実践事例集）」は、実践事例の詳細について整理している。

具体的行動力を養う消費者教育とはどのようなものか。学校教育現場でも、高齢者を対象とした消費者啓発の現場でも、まさに幼児から高齢者まで、各段階の特性に応じて「生きる力」を身に付けていくことが重要であり、また、社会の一員として消費者市民社会の形成への参画を促していくことが期待されることから、本小委員会では、そのためにどのような消費者教育を行っていくことが有効かといった観点から、消費者市民社会の実現に向けた消費者教育事例の収集・整理を行った。

こうした事例の収集・整理にあたっては、日常生活の身近な問題、地域が抱える問題、社会や地球が抱える問題に対し、情報収集し、課題解決の方法を自らあるいはグループで検討して望ましい解決方法を考え、実践する、さらには周囲に働きかけていく、といった要素を含んだものを中心に選定した。

ナビゲーションとは、自分が、消費者教育の担い手のうち、どのような立場（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）であるか、消費者教育を行う相手は誰か（生徒、学生、成人等）を選択すると、それがイメージマップのどこに当たるかがわかり、そして参考となる消費者教育事例にたどり着くというものである。担い手が消費者市民社会の実現に向けて消費者教育

を実施していく際の手掛かりとなることを目指したものである。担い手が、各地の先進事例をそのまま利用したり、また、それらを参考に、例えばテーマを置き換える、学習手法を変える、連携先を変えてみる、活動の場所を変えてみる、など地域の実情に合った教育方法を考えたりすることによって消費者教育が今以上に行われることが消費者市民社会の実現に向けて必要不可欠である。

なお、ここで示したナビゲーションにおける消費者教育事例では空白の部分もあるが、これは、当該消費者教育事例が不足している、または、この小委員会で再整理した対象に限られること及び小委員会で議論した消費者市民社会の実現に向けた優良事例のみを掲載したことによるものである。

いずれの場合であっても、各消費者教育現場において、モデル事業を実施するなどによって、ナビゲーションを充実させていくことが期待される。

4. 消費者教育の推進のための指標化について

基本方針における「消費者教育推進のために、消費者教育、消費者市民社会という概念の普及が必要であり、その普及の程度を測ることも有益と考えられる。今後、速やかにその指標化に関する調査研究を実施する。」を受け、平成 25 年度には、「地方公共団体における消費者教育推進に向けた体制の実態把握及び消費者教育の普及度を図る指標づくりのためのデータ整理」を実施した。

この調査結果の概要については、参考資料 2「消費者教育にかかる指標化の課題」として添付している。また、この調査を受け、消費者庁が実施する「地方消費者行政の現況調査」において、平成 26 年度より調査項目を追加した(別紙 5)。

今後は、アンケート調査等を活用して、消費者教育、消費者市民社会の概念の普及度を測る必要がある。

5. おわりに

今回の取りまとめでは、消費者市民社会の概念及び消費者の行動例などの具体化によって、消費者一人一人が推進法に定義された消費者市民社会を今よりも具体的に思い描けるイメージを示した。

しかし、消費者市民社会の概念の一層の普及のためには、消費者市民社会や消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画を含む消費者教育のイメージ図やパンフレット等分かりやすい資料の提供が求められている。

また、消費者市民社会の形成のためには、イメージマップとともに今回作成し

たナビゲーションが活用され、地域における消費者教育が学校教育、社会教育、地域、職域等において一層推進され、消費者市民社会の概念が普及していくと思われるが、これらの事例が地域で実施された際の効果の検証も行っていくことで、より望ましい事例が積み重ねられると考えられる。

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長
岡 田 往 子	東京都市大学原子力研究所准教授
小 林 洋 司	前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	株式会社資生堂常勤監査役
田 村 真 理	千葉市立あすみが丘小学校教頭 前千葉市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・相談員協会常任顧問
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 27 年 2 月 現在

消費者市民社会育成小委員会の開催状況

第一回（平成 25 年 12 月 13 日）	・ 優先検討課題に関する意見交換
第二回（平成 26 年 1 月 15 日）	・ 検討課題「実践事例と対応させた消費者市民社会 概念研究・普及」について ・ 検討課題「イメージマップのバージョンアップ」 について
第三回（平成 26 年 2 月 19 日）	・ 検討課題「実践事例と対応させた消費者市民社会 概念研究・普及」について ・ 検討課題「イメージマップのバージョンアップ」 について
第四回（平成 26 年 5 月 14 日）	・ 検討課題「実践事例と対応させた消費者市民社会 概念研究・普及」について ・ 検討課題「イメージマップのバージョンアップ」 について ・ 検討課題「消費者教育の推進のための指標化」
第五回（平成 26 年 6 月 27 日）	・ 検討課題「実践事例と対応させた消費者市民社会 概念研究・普及」について (1) 「ナビゲーション（仮称）」について ・ 検討課題「イメージマップのバージョンアップ」 について (1) 他の消費生活に関する教育との関係整理に向 けた検討・金融経済教育 (2) イメージマップ成人期の開設指針の検討
第六回（平成 26 年 9 月 1 日）	・ 検討課題「実践事例と対応させた消費者市民社会 概念研究・普及」について (1) 消費者市民社会において求められる消費者に ついて ・ 検討課題「イメージマップのバージョンアップ」 について (1) 消費者教育の担い手向けナビゲーションにつ いて
第七回（平成 26 年 12 月 1 日）	・ 消費者市民育成小委員会報告書骨子（案）
第八回（平成 27 年 1 月 16 日）	・ 消費者市民育成小委員会取りまとめ（案）