

○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)

5月1日~パブコメ予定 6月閣議決定予定

主要内容

I 消費者教育の推進の意義

背景 = 経済社会の変化

- ・グローバル化 高度情報化 高齢化  
⇒トラブルの多様化・複雑化
- ・大量生産・大量消費  
⇒地球環境に消費行動が影響
- ・大震災の経験(買いだめ・風評被害)  
⇒災害時においても合理的な行動の必要性

求められる消費者教育

- ・消費者被害の防止
- ・自主的・合理的な行動のための自立支援

- ・公正かつ持続可能な社会の形成の理解促進

- ・実践的能力の育成  
~知識を修得、行動に結びつける

- ・消費者学習運動の展開  
「消費者教育の日」制定など
- ・消費者市民社会の形成に寄与

II 消費者教育の推進の基本的な方向

1.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

- ・対象領域(消費者市民社会の構築、商品等の安全、生活の管理と契約、情報とメディア)
- ・各段階(幼児期、小学生期、中学生期、高校生期、成人期、高齢期)
- ・消費者の特性・場の特性に応じた方法で実施
- ・消費行動の社会経済への影響等、多角的視点で情報提供

2.国からの地方支援 財政支援、情報提供による支援

3.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

4.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

III 消費者教育の推進の内容

- 1 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)
  - ・職域
- 2 人材(担い手)の育成・活用
  - ・小・中・高校・大学等の教職員
  - ・地域、消費者団体、NPO
  - ・事業者・事業者団体等
  - ・消費者
- 3 資源等
  - ・教材等の作成、活用
  - ・調査研究
  - ・情報収集・提供

○特に求められる取組

行政部門間にわたる総合的な取組

消費者行政部門と教育行政部門、福祉関係部門、商工部門との連携(高齢者・障害者見守り、担い手としての事業者・事業者団体)

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

コーディネーターの育成、活用  
 地域と学校のつなぎ役

消費者学習の展開の支援  
 情報の共有・優れた活動を奨励、消費者教育功労者表彰制度等

消費者教育ポータルサイトの活用  
 情報整理+不足領域の作成

モデル地区における先進的な実践

IV 関連する他の消費者施策との連携

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

事故・トラブル情報の迅速的確な分析、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

V 今後の消費者教育の計画的な推進

- 1 今後の推進方策(推進会議の取組)
  - ・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

地方支援  
 推進会議の地方開催  
 各主体の連携策の検討・推進

- 2 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年目途に
  - ・達成度の指標(別途選定)

・「消費者教育」等の認知度の指標化を検討  
 ・すべての都道府県で推進計画策定、消費者教育推進地域協議会設置