

消費者教育の推進について

消費者庁消費者教育・地方協力課
消費者教育推進室

○ 消費者教育推進のこれまでの取組

「消費者基本法改正」平成16年6月2日施行

- ・保護から自立支援へ

「消費者教育の推進に関する法律」平成24年8月22日成立、同12月13日施行

消費者庁に「消費者教育推進会議」設置 平成25年3月6日第1回会議

- ・委員相互の情報交換
- ・「基本方針」作成・変更意見

「消費者教育の推進に関する基本方針」平成25年6月28日閣議決定

- ・消費者教育推進会議における更なる議論
- ・地方公共団体における消費者教育推進協議会の設置、消費者教育推進計画の策定等の取組

「消費者教育推進会議取りまとめ」平成27年3月5日公表

- ・消費者市民社会における消費者の具体的行動例
- ・多様な担い手による消費者教育の実践に向けた事例の提示
- ・地域における多様な主体の連携・協働に向けた提案・事例の提示

「第二期消費者教育推進会議」平成27年7月～平成29年6月

- ・「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の見直しに向けた論点整理
- ・社会情勢等の変化に対応した課題

「第三期消費者教育推進会議」平成29年8月～平成31年7月

- ・「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の見直し
- ・社会情勢等の変化に対応した課題(若年者への効果的な消費者教育 他)

○ 消費者教育推進法

消費者教育の推進に関する法律の概要 (平成24年12月13日施行(平成24年8月22日公布))

目的(第1条)	国と地方の責務と実施事項	
	国	地方公共団体
<ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育の総合的・一体的な推進 ・国民の消費生活の安定・向上に寄与 	責務(第4条) 消費者教育の推進に関する総合的な施策策定、実施	責務(第5条) 団体の区域の社会的経済的状况に応じた施策策定、実施(消費生活センター、教育委員会その他の関係機関と連携)
定義(第2条) 『消費者教育』 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』 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の自覚して、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	財政上の措置(第8条) 推進に必要な財政上の措置その他の措置(地方は努力義務)	
基本理念(第3条) <ul style="list-style-type: none"> ・消費生活に関する知識を習得し、適切な行動に結びつける実践的能力の育成 ・主体的に消費者市民社会の形成に参画し、発展に寄与できるよう積極的に支援 体系的推進 ・幼児期から高齢期までの段階特性に配慮 効果的推進 ・場(学校、地域、家庭、職域)の特性に対応 <ul style="list-style-type: none"> ・多様な主体間の連携 ・消費者市民社会の形成に関し、多角的な情報を提供 ・非常時(災害)の合理的行動のための知識・理解 ・環境教育、食育、国際理解教育等との有機的な連携 	基本方針(第9条) <ul style="list-style-type: none"> ・消費者庁・文部科学省が案を作成・閣議決定 ・基本的な方向 ・推進の内容等 	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 <ul style="list-style-type: none"> ・基本方針を踏まえ策定(努力義務)
基本理念(第3条)	消費者教育推進会議(第19条) 消費者庁に設置(いわゆる8条機関) ①構成員相互の情報交換・調整～総合的、体系的かつ効果的な推進 ②基本方針の作成・変更に見解 委員(内閣総理大臣任命) ～消費者、事業者、教育関係者、消費者団体・学識経験者等 ※委員は20名以内、任期2年、幹事、専門委員を置く(政令で規定)	消費者教育推進地域協議会(第20条) 都道府県・市町村が組織(努力義務) ①構成員相互の情報交換・調整～総合的、体系的かつ効果的な推進 ②推進計画の作成・変更に見解 構成 ～消費者、消費者団体、事業者、教育関係者、消費生活センター等
消費者団体(努力義務)(第6条) ～自主的活動・協力 事業者・事業者団体(努力義務) ～施策への協力・自主的活動(第7条) ～消費生活の知識の提供、従業員の研修、資金の提供(第14条)	義務付け(国・地方) ○学校における消費者教育の推進(第11条) 発達段階に応じた教育機会の確保、研修の充実、人材の活用 ○大学等における消費者教育の推進(第12条) 学生等の被害防止のための啓発等 ○地域における消費者教育の推進(第13条) 高齢者・障害者への支援のための研修・情報提供 ○人材の育成等(第16条)	努力義務(国および地方) ○教材の活用等(第15条) ○調査研究(第17条) ○情報の収集(第18条)
		(検討)(附則) ○法律の施行後5年を目途として、施行状況に検討を加え、必要がある場合には所要の措置を講ずる。

○ 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(平成25年6月28日閣議決定)

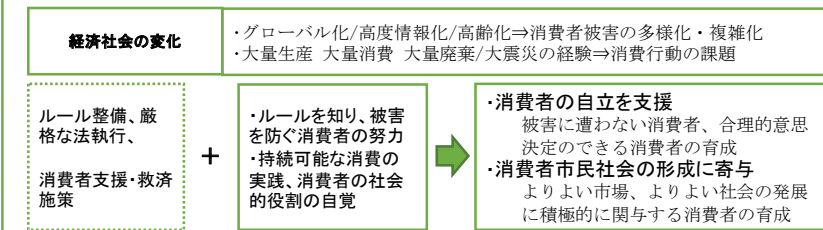
平成25年度～29年度の5年間
国・地方、多様な担い手の指針

○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

I 消費者教育の推進の意義



II 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・成年年齢引下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

III 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)
 - ・職域
- 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

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)

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

多様な関係者のつなぎ役、地域と学校のつなぎ役

効果的な情報提供の方策の開発

～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

IV 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



V 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

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

- 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

・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

○ 消費者教育推進会議の概要

消費者教育推進会議

【設置根拠】

「消費者教育の推進に関する法律」(平成24年法律第61号) 第19条

【役割】

- ①消費者教育の総合的・体系的かつ効果的な推進に関して会議の委員相互の情報交換及び調整を行う
- ②政府が定める「基本方針」に対して意見を述べること

【委員】

- ・内閣総理大臣任命
- ・消費者、事業者、教育関係者、消費者団体、学識経験者 等

※委員は20名以内、任期2年、幹事を置く、専門委員を置くことができる (政令で規定)

第三期委員について

(会 長)	青木 秀子	花王株式会社常務執行役員
	東 珠実	椋山女学園大学現代マネジメント学部教授
	飯泉 嘉門	徳島県知事
	色川 卓男	静岡大学大学院教育学領域教授
	岩本 諭	佐賀大学経済学部教授
	尾上 浩一	公益社団法人日本PTA全国協議会顧問
	柿沼 トミ子	全国地域婦人団体連絡協議会会長
	片山 博子	松江市立本庄中学校校長
	齊藤 秀樹	公益財団法人全国老人クラブ連合会常務理事
	坂倉 忠夫	公益社団法人消費者関連専門家会議顧問
(会長代理)	清水 かほる	公益社団法人全国消費生活相談員協会理事
	鈴木 佳子	群馬県教育委員会義務教育課長
	曾我部 多美	東村山市立回田小学校校長
	千葉 恵美子	大阪大学大学院高等司法研究科教授
	出口 貴美子	出口小児科医院院長
	永沢 裕美子	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・相談員協会理事
	中村 新造	弁護士
	萩原 康秋	相模原市市民局消費生活総合センター所長
	原 早苗	元 内閣府消費者委員会事務局長
	吉 國 眞一	金融広報中央委員会会長

平成25年3月～平成27年2月
(第一期)

平成27年7月～平成29年6月
(第二期)

平成29年8月～平成31年7月
(第三期)

○基本方針の作成への意見

○消費者教育推進の課題検討

- ・消費者市民社会における消費者の具体的行動例
- ・多様な担い手による消費者教育の実践に向けた事例の提示
- ・地域における多様な主体の連携・協働に向けた提案・事例の提示

○基本方針の見直しに向けた論点整理

○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
- ・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

(予定)

○基本方針の見直しに関する意見(平成30年3月を目途に基本方針の改訂)

○社会情勢等の変化に対応した課題

【分科会を設置】

- ・成年年齢引下げ対応としての若年者への消費者教育の充実

○ 消費者教育推進計画の策定・消費者教育推進地域協議会の設置

**【目標】 全都道府県・政令市で
・推進計画の策定
・地域協議会の設置**

(地方消費者行政強化作戦(平成27年3月))

【現状】ほぼ全ての都道府県で策定及び設置

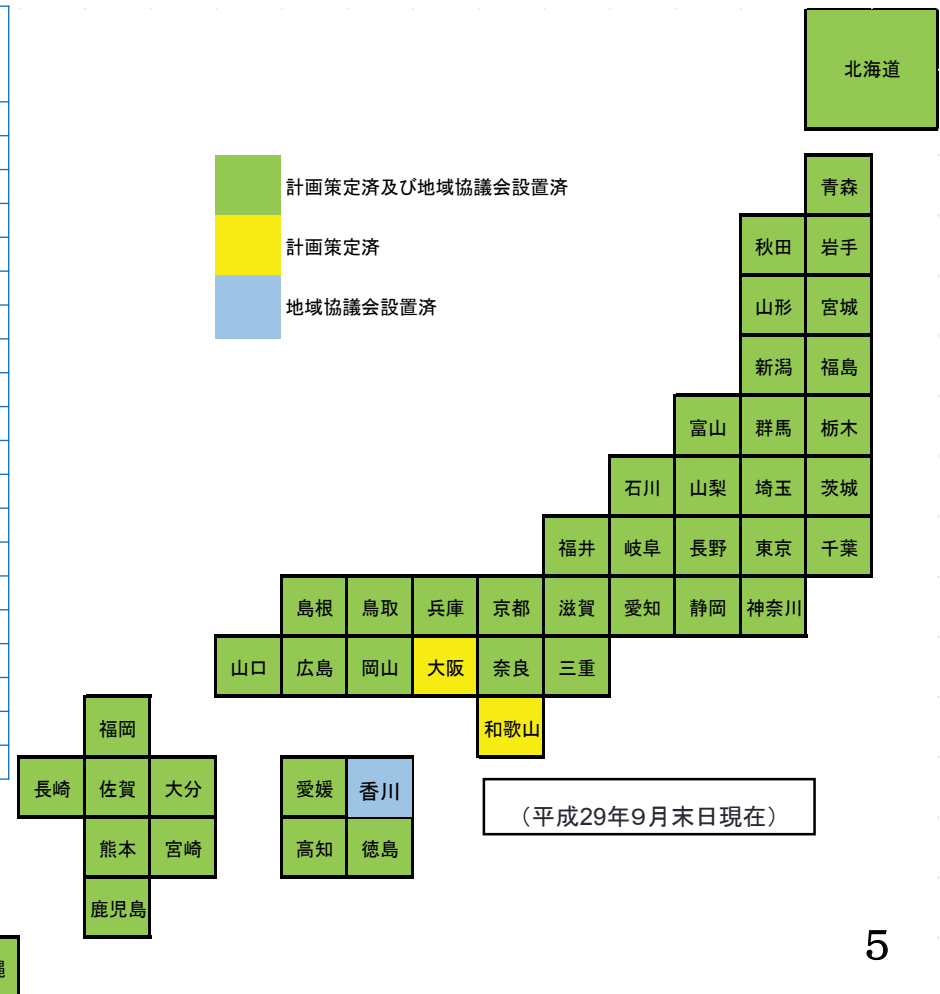
(推進計画の策定済:46都道府県・16政令市)

(地域協議会の設置済:45都道府県・17政令市)

都道府県	計画策定年月日	協議会第一回開催日
北海道	H.27.3.31	H.26.6.11
青森県	H.29.1.27	H.27.7.10
岩手県	H.27.3.27	H.26.4.21
宮城県	H.28.3.15	H.26.7.24
秋田県	H.27.3.20	H.26.7.29
山形県	H.26.3.18	H.25.9.13
福島県	H.26.12.25	H.26.2.4
茨城県	H.26.3.20	H.25.9.13
栃木県	H.28.2.16	H.28.2.1
群馬県	H.26.3.28	H.27.9.11
埼玉県	H.29.3.27	H.27.11.24
千葉県	H.29.4.1	H.26.7.15
東京都	H.25.8.20	H.25.6.21
神奈川県	H.27.3.31	H.26.9.3
新潟県	H.28.7.27	H.27.3.24
富山県	H.26.12.15	H.25.11.15
石川県	H.27.3.16	H.26.3.13
福井県	H.28.3.31	H.27.10.9
山梨県	H.26.3.25	H.25.10.31
長野県	H.26.6.13	H.25.9.2
岐阜県	H.26.3.7	H.25.7.23
静岡県	H.26.3.4	H.27.5.22
愛知県	H.27.3.24	H.27.7.31
三重県	H.27.3.25	H.26.2.25

都道府県	計画策定年月日	協議会第一回開催日
滋賀県	H.28.3.31	H.26.10.27
京都府	H.26.3.11	H.25.7.19
大阪府	H.27.3.26	-
兵庫県	H.27.3.19	H.26.11.26
奈良県	H.28.3.25	H.27.2.19
和歌山県	H.27.3.2	-
鳥取県	H.28.3.30	H.26.9.1
島根県	H.28.3.25	H.26.9.3
岡山県	H.26.3.18	H.25.7.4
広島県	H.27.3.27	H.26.3.18
山口県	H.25.9.1	H.25.9.1
徳島県	H.26.3.19	H.25.11.5
香川県	-	H.25.6.26
愛媛県	H.26.9.26	H.25.10.30
高知県	H.29.3.22	H.26.7.25
福岡県	H.26.6.18	H.26.1.23
佐賀県	H.28.5.6	H.27.11.19
長崎県	H.28.3.25	H.26.11.18
熊本県	H.27.2.17	H.25.12.2
大分県	H.28.3.31	H.26.11.19
宮崎県	H.27.6.30	H.26.11.5
鹿児島県	H.28.3.23	H.26.7.28
沖縄県	H.27.3.30	H.26.12.5

政令都市	計画策定年月日	協議会第一回開催日
札幌市	H.27.3.5	H.25.12.10
仙台市	H.28.3.16	H.27.1.9
さいたま市	H.29.3.27	H.27.8.24
千葉市	H.27.8.26	H.26.7.2
川崎市	H.27.4.14	H.28.7.4
横浜市	H.27.10.1	H.26.12.4
相模原市	H.28.3.3	H.27.7.24
新潟市	H.28.7.26	H.28.7.20
静岡市	H.27.3.31	H.25.7.8
浜松市	H.28.6.24	H.26.10.29
名古屋市	H.29.3.21	H.27.7.14
京都市	H.27.3.20	H.26.5.30
大阪市	-	-
堺市	H.28.2.4	H.26.11.10
神戸市	H.25.12.16	H.25.8.29
岡山市	-	-
広島市	-	H.28.10.7
北九州市	-	-
福岡市	H.27.3.31	H.25.7.2
熊本市	H.29.3.27	H.27.9.28



○ 消費者教育の体系イメージマップ

	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	
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	
重点領域								
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とう	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合おう	
	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	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝え合おう	
	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
商品等の安全	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に気づこう	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理解しよう	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合おう
	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
生活の管理と契約	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	商品を適切に選択するとともに、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合おう
	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るなど、情報モラルを知ろう	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。

○ 消費者教育ポータルサイト

消費者庁、関係府省、関係機関及び地方公共団体が作成した教材等を**消費者教育ポータルサイト**に掲載



消費者教育ポータルサイトとは

「消費者教育ポータルサイト」は、消費者教育に関する様々な情報を提供するサイトです。

学校や社会の様々な場面で消費者教育を実施したいと考えている方や自学されている方が、教材、講座、取組の情報を検索したり、掲載したりすることができます。

検索

消費者教育に関する教材、講座、取組を検索したい方はこちらから

↓ 消費者教育の体系イメージマップ検索

ライフステージ（幼児期～高齢者）とジャンル（重点領域）の組み合わせから、相応しい教材、講座、取組を検索します

↓ フリーワード検索

→ 条件絞り込みで探す

→ 「消費者教育の担い手向けナビゲーション」からの情報検索

自分の立場（あなたは？）、相手の立場（誰に？）、使う場所（どこで？）といった質問に答えていくことで、教材、講座、取組を検索します



掲載

消費者教育に関する教材、講座、取組を掲載したい方はこちらから

→ 「教材」の登録フォーム

「教材情報の入力にあたってのご注意」「記入の手引き」を御確認の上、登録を行ってください

→ 「講座」の登録フォーム

「講座情報の入力にあたってのご注意」を御確認の上、登録を行ってください

→ 「取組」の登録フォーム

「取組情報の入力にあたってのご注意」を御確認の上、登録を行ってください



消費者教育ポータルサイトとは

消費者教育を担う講師、学校の教職員、専門家、地域住民と関わりのある者を主な利用者として置かれた消費者教育の教材・サービス等の情報検索サイト。国や地方公共団体、消費者団体、事業者団体等から情報等が提供され、消費者教育の教材が800件、取組が532件、講座が282件登録されている（2017年8月末時点）。

○ 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)

○ 高校生向け消費者教育教材「社会への扉」

社会への扉

— 12のクイズで学ぶ自立した消費者 —

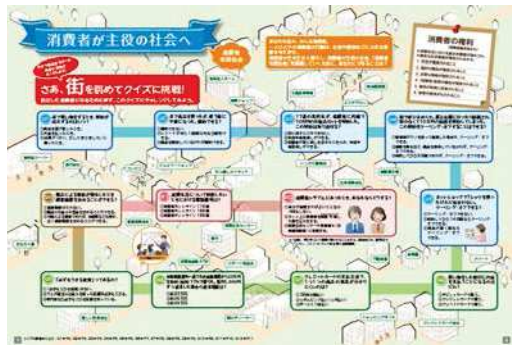


【目的】 成年年齢の引下げが議論されていることも踏まえ、**高等学校段階までに、契約に関する基本的な考え方**や**契約に伴う責任**を理解するとともに、身近な契約等を通じて、社会において消費者として主体的に判断し責任を持って行動できるような能力を育む。

生徒用教材

P.1~2
導入

消費者が主役の社会へ



消費生活に関する12のクイズを掲載

契約や消費者トラブル等が身近な暮らしの中に存在することに気付かせる。

P. 3~11

契約について理解しよう！



キャッチセールスのイメージ

グループ学習にも活用できるワークを掲載

ワーク3 なぜ、法律では上のような取引に関してクーリング・オフ制度を定めているのだろうか。



高校生にも身近なインターネットショッピングの注意事項を具体的に掲載

お金について理解しよう！

・クレジットカードの仕組み、多重債務、将来の詐欺的投資被害を防ぐための注意を掲載

暮らしの安全について理解しよう！

・暮らしに潜む危険の例を紹介し、安全に配慮した行動、再発防止のための行動がとれる消費者になることを促進

消費生活センターについて知ろう！

・「高校生が消費生活センターに相談したら」という設定のマンガで紹介

あなたの行動が社会を変える！

・消費者トラブルにあった際に行動することが、消費者市民社会の実現につながることを紹介

教師用解説書

生徒用教材に関わる学習指導要領の項目等を示す表

教科	大項目	中項目	事項	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
公民科	(1) 現代社会と人間生活の発展	① 現代社会の発展	消費者の権利												
		② 現代社会と人間生活の発展	消費者の権利												
家庭科	(2) 現代社会と人間生活の発展	① 現代社会の発展	消費者の権利												
		② 現代社会と人間生活の発展	消費者の権利												

消費者教育の必要性についてのメッセージ

・消費者教育を実践している
教師・弁護士・消費生活相談員



- 生徒用教材各ページの解説
- 教師として知っておきたい若年者を取り巻く消費生活に関する情報
- 生徒用教材の「ワーク」「発展」、「プラスα問題」の考え方

公民科、家庭科の指導案例とワークシート例(ワークシート実物大はウェブサイト掲載)

導入	発展
消費者トラブルと契約について	ワークシートを配付し、ワークシートに示した事例に照らしながら消費者が契約を結ぶ際の注意点を考えさせ、各組で発表させる。 ① 契約の目的を明確にし、その目的を達成するための条件を明確にする。 ② 契約の条件を明確にし、その条件を達成するための条件を明確にする。 ③ 契約の条件を明確にし、その条件を達成するための条件を明確にする。
消費者トラブルの発生について	ワークシートに示した2つの事例から、消費者トラブルがどのような状況で発生しているかを把握させ、その状況から消費者がどのような行動をとるべきかを考えさせる。 ① 契約の条件を明確にし、その条件を達成するための条件を明確にする。 ② 契約の条件を明確にし、その条件を達成するための条件を明確にする。 ③ 契約の条件を明確にし、その条件を達成するための条件を明確にする。
消費者トラブルに対する対応について	ワークシートを配付し、ワークシートに示した事例に照らしながら消費者が契約を結ぶ際の注意点を考えさせ、各組で発表させる。 ① 契約の目的を明確にし、その目的を達成するための条件を明確にする。 ② 契約の条件を明確にし、その条件を達成するための条件を明確にする。 ③ 契約の条件を明確にし、その条件を達成するための条件を明確にする。
消費生活センターの役割について	ワークシートを配付し、ワークシートに示した事例に照らしながら消費者が契約を結ぶ際の注意点を考えさせ、各組で発表させる。 ① 契約の目的を明確にし、その目的を達成するための条件を明確にする。 ② 契約の条件を明確にし、その条件を達成するための条件を明確にする。 ③ 契約の条件を明確にし、その条件を達成するための条件を明確にする。

○ 高齢者・障害者の消費者被害防止のための見守りの担い手向け視聴覚教材

高齢者・障害者の消費者被害防止のための見守りの担い手向け視聴覚教材

高めよう！「見守り力」

2016年2月
応用編チャプター3改定
消費者ホットライン188案内

○高齢者や障害者は、「情報弱者」の場合が多い。

→直接情報を届けるのではなく、

信頼できる人、face to faceによる情報伝達

→見守りをする人の裾野の拡大、

多様な人が見守りの担い手になり得る。

全国の消費生活センター、消費生活相談窓口及び地域で活動をする消費者団体等に配布。

基礎編(ドラマ形式)、応用編(Q&A形式)により構成。
チャプター分けされているので、対象者・時間に合わせた活用が可能。

- ・ DVDの貸出・利用 (問合せ:03-3507-9149)

<http://www.caa.go.jp/information/index3.html>

- ・ 消費者庁消費者教育ポータルサイトから視聴 **高めよう！「見守り力」** と検索
- ・ 消費者庁ウェブサイトから視聴 http://www.caa.go.jp/information/mimamori/movie_001.html#m001



複製可
ケーブルTV等で放映可

○ 地方公共団体に係る消費者教育推進(先駆的プログラム)

○地方消費者行政推進交付金による支援

消費者の安全・安心の確保に向け、消費者問題に関する先駆的なテーマを国から提案、問題意識を共有した上で、地方公共団体の自主性・独自性を確保しつつ、地方の現場での実証実験等を実施。事業終了後、事業の成果・課題等をまとめた報告書を公表し、全国的な波及・展開を目指す。

平成29年度消費者教育関連テーマ

Ⅱ. 消費者教育の推進(地域における多様な担い手の連携・協働、風評被害の防止等)

○多様な主体間の連携・協働や体系立った消費者教育の展開等を促進し、地方の消費者教育を推進

平成29年度(38事業)(平成29年9月1日現在)

北海道	札幌市	消費者市民社会概念普及事業
北海道	札幌市	学校等と連携した消費者教育教材作成事業
山形県	米沢市	学校と地域の連携による消費者教育支援事業
山形県	山形県	「SNSの消費者被害から守る ～地域皆で学ぶ～」
富山県	富山県	中学生向け消費者教育実践事業
富山県	富山県	特殊詐欺被害防止県民応援事業
富山県	富山県	食品ロス・食品廃棄物削減対策・普及啓発事業
富山県	富山県	環境分野での消費者教育プログラムの開発・実践事業
静岡県	静岡県	消費者サポート人材バンクを活用した市町支援事業
静岡県	静岡県	ふじのくに食べきりやっだね！プロジェクト
静岡県	静岡県	消費者教育推進フォーラム事業
静岡県	浜松市	自然環境保全を通じた消費者市民社会形成事業
静岡県	浜松市	高等学校家庭科向け消費者教育教材開発
静岡県	浜松市	エシカル消費啓発推進事業
愛知県	名古屋市	消費者教育の拠点化としてのテスト室機能強化事業
三重県	名張市	非常時(災害時)における合理的行動のための消費者教育推進事業
滋賀県	滋賀県	地域の若者を巻き込んだ消費者教育推進事業 ～若者による若者のための消費者教育～

滋賀県	滋賀県	学び広げよう！子どもたちへの消費者教育推進事業
滋賀県	大津市	学校教育における消費者教育推進事業 — 担い手育成と地域性を活かした新しい副教材の研究・開発 —
滋賀県	近江八幡市	学校・家庭・地域で触れる消費者教育 (体験型消費者教育プログラム+教員向け研修会)
京都府	京都府	幅広い主体と連携したエシカル消費の紹介・普及
京都府	京都府	ネット取引対策 コンテンツ作成事業
兵庫県	兵庫県	インターネット利用に関する基準づくり支援事業
兵庫県	神戸市	「神戸消費者力研究機関」の設立 (愛称:神戸コインズ:“KOBE COntsumers’ power INStitute”)
鳥取県	鳥取県	生きる力を育む消費者教育実践事業
鳥取県	鳥取県	未来と人と社会のための「エシカル消費」普及事業
岡山県	岡山県	食品ロス削減プロジェクト事業
岡山県	岡山県	幼小中高生向け消費者教育プログラム開発事業
山口県	山口県	「見て・聞いて・触れて学ぼう消費者教育」事業
山口県	山口県	やまぐち「もったいないのこころ」広めたい事業 (やまぐち食べきりやっだね運動の推進)
徳島県	徳島県	「GO！GO！エシカル」わくわく徳島プロジェクト
徳島県	徳島県	食の安全安心実感向上カリキュラム構築事業
徳島県	徳島県	地域の消費者リーダーにおける消費者教育実践力向上プログラム
徳島県	徳島県	「TOKUSHIMA消費者教育」ステップアップ事業
徳島県	徳島県	未来を変える「エシカル消費」推進プロジェクト
徳島県	徳島県	様々な主体が参画する「新たな消費者教育等人材活用バンク」プロジェクト
徳島県	徳島県	「どんなことで困っている？」障がいのある人の消費教育
熊本県	熊本市	体系立った小・中学校生への消費者教育のためのモデル校指定事業

○ 消費者月間

消費者月間とは

「消費者保護基本法(消費者基本法の前身)」が昭和43年5月に施行されたことからその施行20周年を機に、昭和63年から毎年5月を「消費者月間」とし、統一テーマを設定し、消費者、事業者、行政が一体となって、消費者問題に関する教育・啓発等の事業を集中的に実施

平成29年度

統一テーマ「行動しよう 消費者の未来へ」

目まぐるしく変化する情報化社会において、価値観も複雑化・多様化する状況のなか、未来を担う若者への期待が高まり、消費生活の分野においても消費者被害の防止、消費者の自立支援に加え、公正で持続可能な社会の形成など、将来のより良い社会に向けた消費者の行動が重要

消費者月間シンポジウム

平成29年5月22日(月)にイノホール&カンファレンスホール(東京都千代田区)で開催

・第一部

基調講演「若者の消費と行動特性 一次世代の消費者を考えるために」
パネルディスカッション「行動しよう 消費者の未来へ」
消費者志向経営の取組について

・第二部

消費者支援功労者被表彰者紹介 他



パネルディスカッション

消費者支援功労者表彰等

平成29年5月23日(火)に総理官邸で実施

消費者利益の擁護・増進のために各方面で活躍されている方々を表彰する制度として昭和60年より実施



- ・内閣総理大臣表彰 5件
主な活動実績
- ・内閣府特命担当大臣表彰 12件
- ・ベスト消費者サポーター章 34件

【個人】

- ・国の審議会の専門委員として、消費者政策の立案や立法に貢献
- ・22年にわたり、消費生活相談に従事した後、消費者団体の理事長として消費者行政の推進に貢献
- ・事業者の社会的責任に関し多数の企業に影響を与え、消費者志向経営の推進に貢献

【団体】

- ・幼児から大人まで幅広い世代を対象としてインターネットトラブルを未然に防ぐための啓発活動
- ・県内市町村への消費生活相談員の派遣など消費生活相談体制に貢献。また、震災に係る消費者トラブルの未然防止に貢献

地方公共団体等の月間関連事業

全国で講演会、パネル展示等の関連事業を実施⇒消費者庁ホームページにおいて周知



平成29年度消費者月間ポスター

○ 消費者教育推進大使

「消費者教育推進大使」(2014～)

地方公共団体**公認マスコットキャラクター**に対して消費者庁長官が委嘱

・消費者教育の推進及び消費者市民社会の概念の普及 など

	名 称	地方公共団体		名 称	地方公共団体
1	家康くん	浜松市	12	まもりん、みもりん	北九州市
2	一生犬鳴！イヌナキン！	大阪府泉佐野市	13	ニャン吉	神奈川県
3	すだちくん	徳島県	14	チー坊	東京都調布市
4	クウとかいな	滋賀県草津市	15	パオくんとクマゲラくん	北海道幕別町
5	ふくタン、こうタン、はばタン	兵庫県	16	こまどりのPiPi	愛媛県
6	コアラのハッピー	名古屋市	17	テルミちゃん	青森県
7	チャマリン、チャマゴン	福井県勝山市	18	しろくま	札幌市
8	まなりくん	大阪府藤井寺市	19	みとちゃん	茨城県水戸市
9	もずやん	大阪府	20	てるみ～にゃ	川崎市
10	くらっしー	埼玉県	21	はあすちゃん	岩国市
11	萩にゃん	山口県萩市			



こまどりのPiPi(愛媛県)



しろくま(札幌市)



テルミちゃん(青森県)



みとちゃん(水戸市)

○エシカル消費推進事業

- ・消費者の意識の変化 → 環境や被災地の復興、開発途上国の労働者の生活改善等の社会的課題に配慮した商品・サービスを選択して消費することへの関心の高まり
- ・公正かつ持続可能な社会の形成への参画 → 消費者教育の視野が消費者市民社会の形成へ拡大（「消費者教育の推進に関する法律」平成24年法律第61号）

「倫理的消費」調査研究会

人や社会・環境に配慮した消費行動である「倫理的消費（エシカル消費）」の内容やその必要性等について検討し、国民の理解を広め、日常生活での浸透を深めるためにどのような取組が必要なのかについて調査研究を行うため、平成27年5月から平成29年3月まで、「倫理的消費」調査研究会を開催。

主な検討事項

- (1) 倫理的消費の必要性とその効果
 - ・倫理的消費の歴史
 - ・倫理的商品（エシカルプロダクト）の事例
- (2) 倫理的消費の定義・範囲
- (3) 倫理的消費の度合い（エシカル度）を計る基準、指標
- (4) 我が国における倫理的消費の実態調査
- (5) 海外における倫理的消費の実態調査
- (6) 倫理的消費を広く普及させていく上での課題と対応

研究会取りまとめ

～あなたの消費が世界の未来を変える～
平成29年4月「倫理的消費」調査研究会 取りまとめ

○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	障がい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 資源保護等に関する認証がある商品
地域	地産地消 被災地産品
勤務福祉	エシカルファッション

○エシカル消費に取り組む必要性と意義

- ・持続可能性の観点から喫緊の社会的課題を含有
- ・課題の解決には消費者一人一人の行動が不可欠
- ・「安さ」や「便利さ」に隠れた社会的費用の意識が必要

○推進方策の方向性

- ・国民による幅広い議論の喚起、意識の向上
- ・事業者による消費者とのコミュニケーションの促進
- ・様々な主体、分野の協働によるムーブメント作り

広く国民間での理解とその先の行動を期待

持続可能な開発目標（SDGs）

目標12：つくる責任、つかう責任

エシカル・ラボ

平成27年12月10日から12日まで開催されたエコプロダクツ2015とタイミンを合わせ、エコプロダクツの参加者を始め、広く倫理的消費についての理解を深めるため、12月12日（日）同会場において消費者庁主催のシンポジウム「エシカル・ラボ」を開催。

平成28年は倫理的消費への取組が盛んな徳島を本会場とし、東京会場及び鳥取県を中継で結び、7月24日（日）に開催。広く倫理的消費についての理解を深め、取組を推進するため、プログラムは倫理的消費に関する有識者と共に若年層が倫理的消費について学習できる構成とした。

プログラム：

- 第1部 エシカル・ニュース1
「世界のホットなエシカル消費情報を知ろう！」
- 第2部 エシカル・トーク
「日本全国にエシカルの輪を広げよう！」
- 第3部 エシカル・ニュース2
「地域のホットなエシカル消費情報を知ろう！」
- 第4部 エシカル・メッセージ
倫理的消費に関する若者からのメッセージ発表



今後の方策

徳島県を実証フィールドとする「新未来創造プロジェクト」の活用や民間活力との連携等による

- 先進的な取組事例の収集
- 普及のための多様な主体の推進組織（プラットフォーム）の検討
- 啓発イベント「エシカル・ラボ」の開催

等を通じ、国民へ理解と行動を働きかける

消費者教育・啓発に役立つイラスト集

消費者庁消費者教育・
地方協力課のHPに掲載

パワーポイント、レジューメ、チラシ、広報誌、
パンフレット、ポスター等に利用できます！

<http://www.caa.go.jp/region/illustration/index.html>

*イラストを改変せず利用する場合、利用届は不要。
*8ポイント以上で「消費者庁イラスト集より」と記載。



消費者教育・地方協力

イラスト集

- (1) 消費者教育・見守り活動に関係する主な人物・機関・団体等
- (2) お金、支払い方法、取引方法、金融、司法関係等
- (3) 商品・サービス(金融関係を除く。)等
- (4) 食・環境・自然関連
- (5) 安全関連
- (6) 吹き出し(セリフあり)
- (7) 吹き出し(セリフなし)

タイムリーな
素材

多様な主体



様々な場面、分野に対応

