

未定稿

消費者教育の推進に関する基本的な方針  
(中間的見直し) 素案

施策の実施状況及び基本方針の見直しに向けて

平成 28 年 月 日

## 目 次

### はじめに

#### I 都道府県における消費者教育施策の状況

##### 1. 都道府県等における消費者教育施策の状況

- (1) 消費者教育推進計画策定、消費者教育推進地域協議会等の設置状況
- (2) 消費者教育推進計画のポイント
- (3) 消費生活センターの消費者教育の拠点化について
- (4) コーディネーターについて
- (5) 消費者市民社会の参画への重要性の周知・普及等への取組
- (6) 消費者教育における学校関係者との連携・関与について

#### II 消費者教育推進会議における消費者教育の推進に関する施策等の実施状況把握（ヒアリング概要）

##### 1. 文部科学省における消費者教育、他の消費生活に関連する教育の状況

- (1) 文部科学省における消費者教育
- (2) 内閣府 食育の推進
- (3) 金融庁 金融経済教育
- (4) 法務省 法教育
- (5) 環境省 環境教育

##### 2. 地方公共団体における消費者教育の取組例

- (1) 富山県 元気な高齢者への情報提供モデル事業について
- (2) 三重県 学校教育における消費者教育の状況
- (3) 神戸市 消費者教育の拠点の強化
- (4) 姫路市 学校園における消費者教育の推進（教育委員会の取組）
- (5) 鳥取県 鳥取県における消費者教育推進の取組について（消費者教育の推進とコーディネーターの育成）
- (6) 杉並区 区職員によるコーディネート事務の状況

##### 3. 消費者団体の消費者教育の状況

- (1) 全国地域婦人団体連絡協議会 消費者教育への取組
- (2) 公益社団法人全国消費生活相談員協会 消費者啓発・消費者教育
- (3) 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 消費者啓発・消費者教育
- (4) 一般社団法人北海道消費者協会 消費者市民社会の実現に向けて一連携・共同で進める消費者協会一

#### 4. 事業者団体の消費者教育の状況

- (1) 公益社団法人消費者関連専門家会議（ACAP）

### Ⅲ 社会情勢の変化による消費者教育への要請

1. 消費者委員会「若年層を中心とした消費者教育の効果的な推進に関する提言」
2. 民法の成年年齢引下げに向けた動きの活発化
3. 消費者委員会「成年年齢引下げワーキング・グループ」

### Ⅳ I からⅢを踏まえた中間的見直し～基本方針の見直しに向けて～

1. 都道府県等における消費者教育施策について
  - (1) 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を市町村へ広げる
  - (2) 消費者教育の担い手と学校教育における連携強化、コーディネーターの役割の重要性
  - (3) 消費者教育における消費生活センターの拠点化の促進
2. 社会情勢の変化に対応した消費者教育の強化の必要性
  - (1) 成年年齢引下げ対応としての若年者への消費者教育
  - (2) 高度情報通信化の進展、国際化に対応した消費者教育の重要性と情報リテラシーの向上の必要性
  - (3) 制度の変化に対応した消費者への周知・情報提供、消費者の知識の習得・活用の重要性
  - (4) 社会や環境を意識した消費行動への働きかけ
3. 基本方針の見直しに向けて

## はじめに

現在、平成 25 年 6 月 28 日に閣議決定された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。）により消費者教育の推進が実施されているところである。

消費者教育の推進に関する法律（平成 24 年法律第 61 号。以下、「消費者教育推進法」という。）では、「消費生活を取り巻く環境の変化を勘案し、並びに消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を踏まえ、おおむね 5 年ごとに基本方針に検討を加え、必要があると認めるときはこれを変更するものとする」（第 9 条第 7 項）としている。

基本方針では、「このため、施策の実施状況の把握に努め、それを踏まえた上で見直しを行う。社会経済情勢の変化に対応するため、3 年を目途に、中間的な見直しをする。」<sup>1</sup>とある。

そこで、都道府県・政令市を中心に消費者教育施策の状況、関係機関等の施策の実施状況及び社会情勢の変化による消費者教育への要請等を確認しつつ、中間的な見直しを行い、今後の基本方針の見直しに向けて強化すべき事項について提示することとする。

---

<sup>1</sup> 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」

### 2 基本方針の達成度の検証

#### (1) 実施状況の把握、基本方針の見直し

推進法では、「消費生活を取り巻く環境の変化を勘案し、並びに消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を踏まえ、おおむね 5 年ごとに基本方針に検討を加え、必要があると認めるときは、これを変更するものとする」（第 9 条第 7 項）としている。

このため、施策の実施状況の把握に努め、それを踏まえた上で見直しを行う。社会経済情勢の変化に対応するため、3 年を目途に、中間的な見直しをする。

## I 都道府県等における消費者教育施策の状況

### 1. 都道府県等における消費者教育施策の状況

#### (1) 消費者教育推進計画策定、消費者教育推進地域協議会等の設置状況

「消費者教育の推進に関する法律」（平成 24 年法律第 61 号。以下、「推進法」という。）では、都道府県・市町村について、「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。以下、「基本方針」という。）を踏まえたその区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画（以下、「消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努力義務を課している<sup>2</sup>。

また、消費者教育推進計画を定めようとするときは、あらかじめ、その都道府県又は市町村の区域の消費者その他の関係者の意見を反映させるよう努力義務を課し、消費者教育推進地域協議会を組織している場合には、当該消費者教育推進地域協議会の意見を聴かなければならないとしている。

平成 28 年 9 月 1 日現在、消費者教育推進計画は 42 都道府県 12 政令市で策定が済んでいる。消費者教育推進地域協議会は 44 都道府県 14 政令市で設置済みとなっている。

都道府県については、計画が未策定となっている 6 県（青森県、埼玉県、千葉県、新潟県、香川県、高知県）は策定作業中であり、いずれも今年度あるいは来年度中には策定される見込みである。

同様に政令市は、計画未設置が 8 市あり（さいたま市、川崎市、名古屋市、大阪市、岡山市、広島市、北九州市、熊本市）、そのうち 4 市（さいたま市、川崎市、名古屋市、広島市）については、今年度中に策定される見込みとなっている。

なお、市区町村（政令市を除く）においては、消費者教育推進計画は 24 市区町村、消費者教育地域協議会は 27 市区町村が既に策定・設置している（平成 28 年度地方消費者行政の現況調査より）。

<sup>2</sup> 「消費者教育の推進に関する法律」（平成 24 年法律第 61 号）

第 10 条 都道府県は、基本方針を踏まえ、その都道府県の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画（以下この条及び第 20 条第 2 項第 2 号において「都道府県消費者教育推進計画」という。）を定めるよう務めなければならない。

2 (略)

3 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めようとするときは、あらかじめ、その都道府県又は市町村の区域の消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講ずるよう務めるものとする。この場合において、第 20 条第 1 項の規定により消費者教育推進協議会を組織している都道府県及び市町村にあつては、当該消費者教育推進地域協議会の意見を聴かなければならない。

消費者教育推進計画については、消費生活基本計画等の一部として消費者施策を設けているものがほぼ半数近くとなっており、その場合、消費者教育地域協議会も消費生活審議会等が兼ねている。

委員の構成については地域によってさまざまであるが、消費者教育地域協議会を新たに設置、あるいは消費生活審議会等を消費者教育地域協議会として改めて位置付けている場合は、委員に教育委員会や教育関係者が参加している場合が多い。中には、教育委員会が事務局として出席している県もある。

消費者教育推進協議会は、計画策定の年は3～4回と開催数が多いが、その後は年1～2回進捗状況の検討や消費者教育の推進に関する現状報告及び意見聴取として開催されている。

## (2) 消費者教育推進計画のポイント

消費者教育推進計画は、消費者教育の推進に関する基本方針を踏まえ、その都道府県市区町村の区域における施策についての計画を定めることとされている。

どの都道府県等においても、消費者教育地域協議会等の意見を聴取するとともに、パブリックコメント等を実施し、住民の声や要望を計画に取り入れている。

消費者教育推進計画の内容としては、「消費者市民社会の形成に参画することの重要性の理解」、「消費者の自立」、「体系的な消費者教育の推進」などを理念として挙げ、具体的な施策として、「消費者への情報発信」、「様々な主体との連携」、「他の消費生活に関連する教育との連携」、「若者への消費者教育の推進」、「高齢者の消費者被害の防止」、「消費者教育の担い手の育成」、「ライフステージや場の特性に応じた消費者教育の推進」、「学校における消費者教育の推進」などを挙げているものが多い。

## (3) 消費生活センターの消費者教育の拠点化について

基本方針には、「消費生活センター等では、『専門的な知識及び経験を有する』相談員が、日常的に直接消費者からの相談を受けている。そのため相談員が、その経験を踏まえて幼稚園や小学校、中学校、高等学校、特別支援学校等への『出前講座』・『出前授業』や、高齢者を対象とした啓発活動に取り組むことは、消費者に必要な知識を効果的に伝えていくうえで有

意義である。消費生活センターを、地域ごとに消費者教育の拠点として位置付けるとともに、消費者教育の担い手を育成する拠点とするための方策について、国から地方公共団体に情報提供するとともに必要な支援を行う。」とある。

現在、消費生活センターを消費者教育の拠点化として位置づけている、あるいは拠点としての意識を持っているのは24都道府県、10政令市である（P）。

消費生活センターでは、従来から消費生活相談以外に情報発信、資料の提供、研修や講座の開催、出前講座等の啓発・教育の推進事業を行っているが、それらに加えて、市町村の消費生活センター等の支援、県全体の消費者教育の拠点としての意識を持った事業の推進、関係機関との連携、消費者教育の担い手育成、教材の開発・作成など基本方針に述べられている消費者教育の推進を実施することで消費者教育の拠点化を図りつつある。

#### （４）コーディネーターについて

同じく基本方針では、「消費者教育を担う多様な関係者をつなぐためには、間に立って調整をする役割を担う者が必要となる。このようなコーディネーター（いかなる名称とするかは問わない。以下同じ。）は、消費者市民社会形成の推進役としての重要な役割を果たすことになる。このため、消費生活センター等が拠点となって、多様な主体が連携・協働した体制作りが進むよう、コーディネーターの育成に取り組む。この場合、地域において啓発活動に取り組む消費生活相談員、消費者団体やNPOの一員として活動する者や、社会教育に関する専門的・技術的な助言・指導に当たる社会教育主事が、学校、消費者団体、事業者・事業者団体、大学等と連携するためのコーディネーターの役割を担うことが期待される。」とある。

都道府県等におけるコーディネーター（調整をする役割を担う者）の設置については、12都道府県、8政令市で設置しているという回答がある（その他市区町村では89）。

多くの都道府県等では、「コーディネーター」としての担当者は置かず、消費生活センター等の教育啓発担当職員が教育委員会や学校現場、社会福祉協議会、消費者団体や地域の多様な主体・団体、事業者等の調整役を担っているのが現状である。

一部の都道府県等では、消費者行政職員以外に専任としての「コーディネーター」の配置を行っていたり、コーディネーターの育成を行っている。これらの「コーディネーター」は消費生活相談員が行っているほか、最近では教員OBを採用し、学校における消費者教育のアプローチを図っている状況がある。

#### (5) 消費者市民社会の参画への重要性の周知・普及等への取組

消費者市民社会への参画という概念は、消費者教育の推進に関する法律の制定により加わったものである。現行の基本方針では、消費者教育の体系的推進のための取組の方向として、消費者が育むべき力の対象領域を4つに分類しており、そのひとつが消費者市民社会の構築に関する領域となっている。

また、「消費者市民社会」の意義として「消費者市民社会の形成を目指し、消費者教育を推進することは、消費者の諸権利の保障や消費者被害の防止にとってもよい影響を及ぼすと考えられる。例えば、現状では消費者トラブルに遭遇し被害を受けたときに、消費生活センター等に相談する人の割合は少ない。しかし、消費者市民社会の形成に参画する意識を持つことにより、消費生活センター等に相談を寄せることの重要性が理解できるはずである。相談することにより、被害を受けた当該個人が救済されるばかりでなく、トラブル情報を社会で共有することで、トラブルの原因となった社会的な問題の解決にもつながり得る。」とある。

都道府県等の消費者教育の推進では、消費者市民社会の参画への重要性を消費者教育推進計画に盛り込んでいるところも多く、表現は様々であるが、その理念は盛り込まれている。

各都道府県等での消費者市民社会の周知・普及への取組については、ほとんどが啓発用資料（広報誌、リーフレット、パンフレット、DVD等）や教材の作成を行ったり、講座や研修、イベント開催時における普及を図っている（エシカル消費の概念も含む）。

特に、小・中・高等学校への消費者教育支援用教材や授業への消費者教育の取り入れ、大学との連携講座、大学生との連携事業や教員へ対する研修においては消費者市民社会に関する内容を盛り込んだものが行われている。

#### (6) 消費者教育における学校関係者との連携・関与について



基本方針には、「消費者行政の司令塔である消費者庁と、教育行政を担っている文部科学省とが、緊密に連携することが効果的との観点から、推進法では、内閣総理大臣と文部科学省とが共同で基本方針案を作成し、国は、そこに示した施策を実施することとされている。その趣旨を踏まえ、身近な立場で消費者教育を推進する地方公共団体においても、消費者行政担当部局と、教育委員会を始めとした教育部局とが緊密に連絡を取り合い、共同事業を実施するなどして連携するとともに、福祉、衛生、住宅、環境、産業、税務等の、行政各部とも情報共有しながら、施策を推進することが必要である。」とある。

各都道府県等では、学校・学校関係者、教育部局との連携に務めているところである。具体的には、「消費者教育推進地域協議会等に学校長や学校教育担当部局が参加」、「教員を対象とした学校における消費者教育の推進を図るための消費者教育及び実践手法に関する講座」、「消費者行政部門と学校関係者との連絡会議等による情報交換」、「消費者教育推進研究会や教材の開発・作成に際して学校教員との協力」等である。

また、教職員向け研修や消費者教育モデル校事業の実施、消費生活センターにおける教員研修の受け入れを行っている都道府県もある。

## Ⅱ 消費者教育推進会議における消費者教育の推進に関する施策等の実施状況の把握（ヒアリング概要）

消費者教育の推進について、関係機関等の施策の実施状況を把握するため、消費者教育推進会議（第11回～第16回 計6回）において、文部科学省及び他の関係省庁、関係機関等から消費者教育及び消費生活に関連する教育の施策に関するヒアリングを行った。その概要は以下のとおりである。

### 1. 文部科学省における消費者教育、他の消費生活に関連する教育の状況

#### （1）文部科学省における消費者教育

##### ①学校教育における消費者関係教育

平成20年及び21年に改訂した学習指導要領における消費者関係教育に関する主な内容について、学習指導要領の記述や具体的な教科書の記載を例示し説明。特に、現行の学習指導要領において内容を充実した以下の点について詳しく説明があった。

##### （小学校）

- ・社会科：地域の社会生活を営む上で大切な法やきまり
- ・家庭科：自分の生活と身近な環境とのかかわりに気付き、物の使い方などを工夫

##### （中学校）

- ・社会科（公民）：消費者の自立の支援なども含めた消費者行政
- ・技術・家庭科：自分や家族の消費生活に関心を持ち、消費者の基本的な権利と責任について理解

##### （高等学校）

- ・公民科：金融環境の変化
- ・家庭科：消費生活と生涯を見通した経済の計画、消費者の自立と支援、持続可能な社会を目指したライフスタイルの確立

また、平成27年8月の中央教育審議会「論点整理」において、「育成すべき資質・能力」として、「消費などの経済的主体等として求められる力」が上げられていること、平成27年6月の公職選挙法改正による選挙権年齢の引下げ等に対応し、総務省と文部科学省との連携により、政治や選挙等に関する高等学校の生徒向け副教材「私たちが拓く日本の未来有権者として求められる力を身に付けるために」及び同指導資料を作成・配付した（作成、配付にかかる経費は総務省で予算計上）。

## ②大学・社会教育における消費者教育

消費者基本法、消費者庁関連三法及び消費者基本計画を受け、平成 22 年度に策定した「大学等及び社会教育における消費者教育の指針」に基づき、消費者教育を推進している。

また、実践者向けの手引書やすごろくを使ったわかりやすい親子用教材の作成、平成 22 年度から「消費者教育フェスタ」を通じて消費者庁と連携しながら普及啓発を図っている。

さらに、文科省に設置している「消費者教育推進委員会」を司令塔として、消費者教育アドバイザーの派遣等、地域のサポートを行っている。

## (2) 内閣府 食育の推進

国民の心身の健康の増進、豊かな人間形成、そして食に関する感謝の念や理解を広げることが目的として、関係省庁、地方公共団体及び各種団体等の御協力をいただきながら、国民運動として食育を推進している。

具体的には、食育基本法に基づき、食育推進会議が設置されており、食育推進基本計画の作成を行っており、毎年度、食育白書を関係省庁の協力を得ながら作成している。また、食育推進運動として、毎年 6 月を「食育月間」19 日を「食育の日」とし、食育月間のなかで、イベントとして「食育推進全国大会」を開催し、その中で「食育推進ボランティア表彰」等を行っている。平成 24 年 5 月に子どもから成人、高齢者に至るまで、ライフステージに応じた間断ない食育を推進するために食育ガイドを作成した。

## (3) 金融庁 金融経済教育

金融経済教育については、利用する方々の金融リテラシー向上の重要性を踏まえ、有識者、関係省庁及び関係団体をメンバーとする「金融経済教育研究会」を平成 24 年 11 月に設置し、平成 25 年 4 月に今後の金融経済教育の進め方に関する報告書を公表した。その中には、国民一人一人が、経済的に自立し、より良い暮らしを送っていくことを可能とするとともに、健全で質の高い金融商品の提供の促進や家計金融資産の有効活用を通じ、公正で持続可能な社会の実現にも貢献していくことが明記されており、消費者教育推進法の考え方に沿ったものとなっている。

また、平成 25 年 6 月に金融広報中央委員会の中に金融経済教育推進会議が設置され、最低限身に付けるべき金融リテラシーを具体化して年齢層別に整理・体系化した「金融リテラシー・マップ」を作成するなど、金融経済

教育の推進に取り組んでいる。具体的には、学校や地域での出前講座、大学連携講座、生活設計に係る相談会やシンポジウムの開催、ガイドブックの配布等の取組を行っている。

#### (4) 法務省 法教育

法教育は、法律の専門家ではない一般の人々が、法や司法制度の基礎となっている価値を理解し、法的なものの考え方を身に付けるための教育と位置づけている。法教育の主な内容は4つの分野があり、その1つが「日常生活における身近な問題を題材に合意形成のルールを理解させる」であり、消費者教育と密接に関係している。これらについて、子どもの成長・発達に応じて、小・中・高等学校を通じて教育することが重要と考えている。また、普及・推進のため、小・中学生向け法教育教材の作成、学校や地域への出前授業等を行っている。

法教育と消費者教育との関係については、選択し、契約することの理解と考える態度を身に付けて、消費者契約の適正化を目指すという点において整合すると考える。小学生向け教材には「約束をすること、守ること」、中学生向け教材には「私法と消費者保護」という単元を設けて、それぞれ消費者教育との関係で取り上げている。また、「出前授業」では、「約束をすること・守ること」、「契約ってなんだろう」といったテーマも取り上げている。

#### (5) 環境省 環境教育

持続可能のための教育、環境教育の関心の高まり等を踏まえ、平成23年6月に「環境教育等による環境保全の取組の促進に関する法律」(改正法)が成立し、平成24年6月に「改正法に基づく基本方針(第2次)」が閣議決定。それに基づき持続可能な社会作りに取り組んでいる。

## 2. 地方公共団体における消費者教育の取組例

地方公共団体における消費者教育の実施状況として、限られた時間の中であるが、富山県、三重県、神戸市、姫路市、鳥取県及び杉並区よりヒアリングを行った。

### (1) 富山県 元気な高齢者への情報提供モデル事業について

本事業は、平成27年度消費者庁先駆的プログラムの採択事業である。

この事業の趣旨は、見守りが必要ではない元気な高齢者に効果的で確実な情報提供を行うため、元気な高齢者の実態を把握するとともに、今後、有力な情報源になると考えられるインターネットの利用状況を把握するこ

とである。本事業の実施の背景には、富山県内の消費生活相談で高齢者が占める割合が年々増加し、平成 25 年度には 34.2%になったこと等も踏まえ、平成 26 年 12 月に策定した「富山県消費者教育推進計画」の重点テーマの 1 つに「高齢者等に対する消費者教育の推進」を掲げており、計画の中でも官民挙げて高齢者を見守る体制作りする旨明記したことあげられる。

元気な高齢者の実態把握のため、「富山県くらしのアドバイザー」や「富山県消費生活推進リーダー」100 名が、「くらしの相談会」や「出前講座」を通じてアンケート調査を実施した。主なアンケート調査結果としては、① 5 割を超える人が消費者トラブルの被害に遭わないと思っている。② よく出かける場所は、1 位 大型ショッピングセンター、2 位 田・畑、3 位 病院・医院・はりきゅう となっている。③ どの情報源からの情報が記憶に残りやすいかは、人からの場合、子ども、配偶者、友人や近所の人など身近な人であった。また、情報媒体の場合、新聞、テレビ、回覧板であった。なお、インターネット・スマホ、電子メールからの情報は、記憶に残りにくいことがわかった。

アンケート調査結果をもとに、元気な高齢者が多く集う施設であるショッピングセンター等において、声かけによる啓発や事業者にメルマガを配信し顧客への周知を行う等、悪徳商法未然防止等の注意喚起を実施した。今後の課題として、病院等、関係機関との連携や回覧板の活用方法の検討などが挙げられる。

元気な高齢者のネット利用状況把握については、NPO 法人に協力をいただき実施した。

電子メールを介してのアンケート調査を実施したが、高齢者の情報提供の ツールとしてのインターネット活用は、まだメインではなく、回答が少なかった。高齢者への啓発には、インターネットを活用しながらも、フェイス・ツー・フェイスによる注意喚起を組み合わせることが重要である。

## (2) 三重県 学校教育における消費者教育の状況

三重県教育委員会の具体的な取組としては、

- ・平成 28 年 3 月に策定した教育計画「三重県教育ビジョン」の中に、初めて消費者教育の文言を明記。
- ・高校生が主体的に社会の形成に参画する力を育成するため、「みえの担い手育成推進事業」、「ライフプラン教育総合推進事業」を実施している。

高等学校の具体的な取組としては、

- ・家庭科の取組として、県教育委員会と三重県高等学校家庭科教育研究会が連携し、食育の推進、少子高齢社会への対応、消費者教育の推進及び持続可能な社会への対応等について、実践研究を行っている。
- ・消費者教育として扱われる主な分野だけではなく、家庭科の授業等の実践事例として、「食物分野」（普通科）、「被服分野」（普通科）、家庭クラブ活動（家庭学科）及びキャリア教育と関連させながら消費者の視点等を踏まえながら教育を行っている。

消費者行政が実施する消費者教育の具体的な取組としては、

- ・消費生活出前演劇講座  
地方消費者行政推進交付金を活用し、小・中学校を対象に、インターネットやスマホによる消費者トラブルに巻き込まれないよう啓発を図る。
- ・青少年消費生活講座  
金融広報アドバイザーの協力を得て、消費者トラブルの事例や対処方法等をテーマとした出前講座。
- ・ネットDE研修  
地方消費者行政推進交付金を活用し、教育委員会の協力を得て作成したeラーニング形式の高等学校教員向けの研修ツール。
- ・学校で使用できる啓発DVDの作成
- ・消費者啓発関係資料（DVD含む）の貸出
- ・消費者行政と学校現場が連携した消費者教育の一体的な推進  
消費生活対策審議会の消費者教育研究部会を「消費者教育推進地域協議会」として位置づけ、取組を推進。

### （3）神戸市 消費者教育の拠点の強化

消費者教育推進プランに基づき、幼児期から高齢者の各ライフステージに応じた消費者教育を実施している。具体的な取組は、

- ・消費生活マスターの活動  
「神戸コンシューマー・スクール」を修了した者。広報チラシの原稿作成、出前講座のゲストティーチャーを務める等、地域における消費者教育のリーダー的存在。
- ・神戸消費者教育センターを子供向け体験型施設にリニューアル
- ・消費者教育発信機能の充実  
消費生活マスターと消費者教育センターという消費者教育におけるソフト・ハード両面のアドバンテージを活かし、消費者教育の情報発信拠

点「神戸消費者力研究機関」の設立を予定。

- ・サービス付き高齢者向け住宅チェックリスト付きパンフレットの作成
- ・ネット通販に関する市民向け啓発講座の開催

今後の消費者教育の取り組みとしては、

- ・「神戸市消費生活あんしんプラン 2020」（平成 28 年度～平成 32 年度）に基づき、兵庫県や県警との連携はもとより、神戸市の財産である消費生活マスターに活動してもらいながら、消費者、事業者との連携の下、消費者市民社会の実現を目指す。
- ・チラシやポスター、キャンペーン等、従来のものに加え、地域団体や福祉機関との連携を拡大しながら普及に努める。

#### （４）姫路市 学校園における消費者教育の推進（教育委員会の取組）

姫路市教育委員会では、平成 27 年 3 月に策定した「姫路市教育振興基本計画」（平成 27 年度～平成 31 年度）において、新たな事業として「消費者教育の推進」を位置づけた。市教育委員会における消費者教育の推進の主な取組として、

- ・学校園消費者教育指針作成委員会の設置  
消費者教育の目標、領域別体系図、活用実践例及び学習指導演を盛り込んだ「学校園消費者教育指針（仮称）」の作成。
- ・「学校園消費者教育指針（仮称）」  
市立幼稚園・小学校・中学校・高等学校及び特別支援学校に配付する予定であり、平成 29 年度から全ての学校園で運用開始予定。本指針の目指す子供像は、セルフ、ローカル、グローバルの 3 つの視点から設定。
- ・実践推進校による研究推進（平成 28 年度～平成 30 年度）  
本市は、小中一貫教育を推進しており、同じ中学校区の幼・小・中学校 3 校による協働研究。1 年次は理論研修→活用実践例の作成、2, 3 年次は実践研究→研究成果発表
- ・研修講座開設（平成 28 年度～）  
学校園教職員対象の研修、理論研修、指針活用研修等

#### （５）鳥取県 鳥取県における消費者教育推進の取組について（消費者教育野推進とコーディネーターの育成）

平成 28 年 3 月に策定した消費者教育推進計画（平成 28 年度～平成 30 年度）に基づき、先駆的プログラムを活用し、以下の 3 つの重点項目を定め、消費者教育の推進に取り組んでいる。

- ・消費生活センターを中心とした「消費者教育」の意義の普及
  - とっとり消費者大学を開設し、従来から行っている啓発講座に加え、公開講座を年間9回実施。また、子供たちへのエシカル消費の普及啓発として「子どもエシカル・ラボ」、親子にエシカルの製品を紹介する「とっとりエシカル・マルシェ」を開催。
- ・小・中・高等学校における消費者教育の一層の推進
  - 消費者教育推進地域協議会に設置する部会の中に教員で構成するワーキングチームを設置し、授業用の教材や指導案の検討・作成を現在進めている。その際、教員OBを消費者教育支援員として配置し連携している。
- ・高齢者・障がいのある人の消費者被害を防ぐ仕組みづくり
  - 「地域で見守る特殊詐欺被害ゼロ作戦」として、モデル地区を設定し地域住民一丸となった取組みを実施し、その結果を検証しながら実施しているところであり、警察OBを特殊詐欺撲滅リーダーとして配置している。
- ・消費者教育支援員の必要性
  - 学校における消費者教育の体系的な実施には、教科に縛られず、学校現場においてその意義や必要性を普及することが必要である。また、教員が多忙の中、新しい分野である消費者教育を行っていくには、学校現場を十分認識している教員経験のある消費者教育支援員の配置が必要であると考え、先駆的プログラムを活用し配置している。
  - また、支援員の知識の習得のため、各種研修の受講や「子どもエシカル・ラボ」での指導・助言、「とっとり消費者大学公開講座」の実施・運営、教員で構成するワーキングチームによる教材開発に関与等に取り組んだ。
  - なお、消費者教育支援員の主な活動としては、消費者教育推進協議会内に教材・啓発資料等検討部会を設置し、各校種で活用できる教材を開発するとともに、公開授業にも関与した。

鳥取県の消費者教育の将来像としては、消費生活センターが中心となって、身近な地域や学校等に情報提供をしたり、消費者教育の担い手を支援しながら一人一人が自立した消費者となることを目指し、地域の消費者が学び合い、ともに支え合う地域づくりを推進することとしている。

#### (6) 杉並区 区職員によるコーディネート事務の状況

杉並区では、消費生活相談員資格を有する啓発担当職員がコーディネー



ト機能を担っている。

主な役割としては、消費生活サポーター講座（養成講座）の実施、出前講座の実施、消費生活サポーター活動をコーディネートすることである。（※消費生活サポーターとは、消費者行政の推進及び消費生活に関する普及活動を行うことを目的として、「消費生活サポーター講座」を終了した者等、資格を持った者。登録制であり、平成28年4月現在、57名。）

その他、出前講座への支援、センター主催事業への調整、新手法・新テーマへの支援、サポーター研修（年5回、1回2時間）の開催等を担っている。

### 3. 消費者団体の消費者教育の状況

消費者団体における消費者教育の状況について、全国地域婦人団体連絡協議会、公益社団法人全国消費生活相談協会、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・相談員協会及び一般社団法人北海道消費者協会よりヒアリングを行った。

#### （1）全国地域婦人団体連絡協議会 消費者教育への取組

これまでの消費者教育の主な取り組みとしては、

- ・ハエや蚊を防ぐ方策
- ・ごみの減量
- ・全国組織の特徴をいかし、LPガスの価格調査を全国で実施し、寒冷地や競争の少ない地域の価格の高さを指摘
- ・カラーテレビの価格が国内外で二重価格となっていることに気づき、不買運動を実施

消費者教育推進法成立後は消費者教育の重要性が再認識されており、毎年行われている全国地域婦人団体研究大会において消費者問題を取り上げたり、全国7ブロックで開催するブロック会議においてもそれぞれの地域に応じた消費者問題を取り上げ、消費者教育につながるよう問題提起を行っている。

当団体の強みは、学んだ幅広い知識を寸劇や紙芝居などでわかりやすく地域の方々に伝えるという活動に象徴される地域活動である。これらの活動をさらに強力に進めていくために、あらゆる機会を得て消費者教育を進めていきたい。

## (2) 公益社団法人全国消費生活相談員協会 消費者啓発・消費者教育

消費者教育推進法制定以前の消費者啓発・消費者教育の主な取り組みとしては、

- ・平成13年9月から平成26年度まで内閣府及び国民生活センターの受託事業「消費者問題出前講座」を全国で開催（講座件数：約2万件、受講者数：約82万人）。当初は、高齢者のみを対象としていたが、高齢者の周りの方々、若者へと次第に広げて実施。
- ・小学校高学年を対象とした金銭教育DVD「まさるとめぐみのおこづかいを考えよう」（平成18年度）を小学校の校長の協力を得て作成。
- ・小学校低学年を対象とした教材「ぼくもしょうひしゃ わたしも消費者」を小学校の校長の協力を得て作成。
- ・「若者の契約トラブル しまった！困った！だまされた！？」（平成21年度）を作成し、中学校・高等学校での出前講座で活用。

消費者教育推進法制定後の取り組みとしては、

- ・平成27年度から本協会の自主事業として、「全相協消費者講座」を開催。高齢者、障害者、若年層に加え新たに高齢者・障害者の見守りの方を対象とした。
- ・消費者安全法の改正により「安全確保のための地域協議会の設置」が求められていることから、高齢者のまわりにいる人の「気づき」を消費生活センター等につなぐことが重要なことから、冊子「みんなで見守り気づいてつながろう！」（平成26年度）を作成。
- ・ロールプレイングやコント等、消費者参加型の講座「さあやってみましょう！ ロールプレイング&コント」（平成24年度）を作成。
- ・小学校高学年を対象としたワーク集「親子で学ぼう消費者教育 上手なお金の使い方 実践ワーク集」を小学校の教員の協力により作成（平成26年度）。全国の消費生活センター、政令指定都市の小学校、家庭科教育関係機関、図書館等に配布。

その他、地方公共団体からの消費者教育推進に関する事業を数多く受託している。

## (3) 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 消費者啓発・消費者教育

設立当初から継続して無料で学校に講師派遣をしている。これまでに、全国2,361校、受講生延べ31万7000人である。また、学校のほか、企業

における講座や地域の市民講座への講師派遣、さらには消費者教育・啓発の担い手となる教員や地域の見守り支援のサポーターを対象とした「講師養成講座」も実施している。

また、消費者教育のためのオリジナルのテキストを作成している。初期の頃のテキストは「契約」関係が中心であったが、近年は「情報通信」「環境」「金融」「製品安全」等、社会情勢に応じたテーマとなっている。平成27年度に作成した最新のテキストは、「はじめよう！あなたから地球のためのエシカルライフ」や「今日からあなたも消費者市民 暮らしをよくする12のヒント」がある。

消費者教育の機会の充実について、

- ・教育委員会の指導主事や初任者研修等で「消費者教育推進法と学校教育の必要性」の研修を必須化すること
  - ・校長や家庭科・社会科の教員等、関心の高い教員と消費者団体をつなぐ窓口の創設
  - ・消費生活センターに教育委員会の管理職を配置
- 等を要望している。

#### (4) 一般社団法人北海道消費者協会 消費者市民社会の実現に向けて 一連携・協働で進める消費者教育—

当協会では、消費者協会事業、消費者行政推進委託事業及び消費生活センター事業の3事業を実施している。

①消費者協会事業として、

- ・消費生活リーダー養成講座  
地域で中核となって活動する方を育成。今年で53年目。
- ・エゾシカ連携・協働事業  
北海道特有の「エゾシカ」は、爆発的増加による農作物被害等大きな社会問題になっている。一方、その肉や皮は貴重な資源。そこで、エゾシカと共存する社会を考え、循環型社会を目指す事業。エゾシカ連続講座の開催、エゾシカフェスタの開催、大学での実証的共同研究、消費生活センターでの講座開催、地域における学校訪問講座等を消費者団体、民間企業、教育機関及び行政と連携して実施。
- ・消費者教育支援セミナー  
教員支援のセミナーとして、消費者協会、教育委員会及び金融広報委員会が連携実施。

②消費者行政推進受託事業として、

- ・消費者教育啓発セミナー  
ライフステージごとにセミナーを開催。市町村、教育委員会、地域消費者協会及び各種団体等と連携。
  - ・消費者被害防止地域ネットワーク  
特殊詐欺被害が過去最悪、高齢者の相談件数が一番多いと状況の中、消費者団体、行政、警察、金融機関、町内会、老人クラブ等々からなる消費者被害防止ネットワークを設置。
  - ・消費者教育推進資材の作成  
若者向け消費者教育リーフレットとして、「そのスマホの使い方大丈夫！？」（平成 27 年度）、多数の事例を 4 コマ漫画化した「消費者トラブルガード BOOK」（平成 26 年度）を作成し、北海道内の全高校 1 学年分 7 万部を配布。  
また、北海道消費者教育 P R キャラクターを公募し、2 作品を採用。  
（平成 25 年度）
- ③消費生活センター事業として、
- ・消費者月間における街頭啓発  
札幌市、札幌消費者協会、警察等と連携。1,600 人以上が来場。
  - ・公開講座くらしのセミナーの開催  
タイムリーな消費者問題をテーマに年 8 回実施。
  - ・施設見学：随時受付

#### 4. 事業者団体の消費者教育の状況

事業者団体としては、消費者関連専門家会議（ACAP）よりヒアリングを行った。

- (1) 公益社団法人消費者関連専門家会議（ACAP）  
（ヒアリング実施予定）

### Ⅲ 社会情勢の変化による消費者教育への要請

#### 1. 消費者委員会「若年層を中心とした消費者教育の効果的な推進に関する提言」

消費者委員会では、「消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階において行われているが、教育委員会における消費者教育の実施や、消費者行政部局との連携は十分とは言えないとの指摘があるなど、消費者教育の充実・連携のためには、なお一層の工夫と努力が必要と考えられる。

特に、若年層では消費者問題に係る知識や社会経験の乏しさから、知らず知らずのうちに消費者問題に係る犯罪の加害者に加担することもあり、また、選挙権年齢の引下げに合わせて成年年齢が18歳に引き下げられた場合には、高校生であっても契約の責任を自ら負うことが考えられることなどから、若年層の消費者に対する消費者教育がより重要になる。

こうした問題意識のもと、当委員会は、若年層を中心とした消費者教育の効果的な推進の方策を探るべく調査を実施した。」として、平成28年6月に「若年層を中心とした消費者教育の効果的な推進に関する提言」が出された。

そこで出された提言の概要は以下のような事項である。

1. 全国レベルにおいて、これまでの消費者教育の取組により若年層の知識等によどのような変化が見られるか等について実態を把握し、今後の消費者教育の推進に生かしていくべきであること
2. 18歳前後の消費者が直面する消費者問題の実態やニーズに応じた消費者教育を実施すべきこと
3. コーディネーターの設置・活動を促進するため以下について取組むこと
  - (i) コーディネーターの設置が促進され、活動を充実させるため、必要な支援を行うこと
  - (ii) コーディネーターが消費者行政担当部局だけでなく、学校等とも意思の疎通が図れるよう取り組むこと
  - (iii) コーディネーターが継続的に活動できるよう、地方公共団体内の役職としての位置付けを明確にするよう取り組むこと

「若年層を中心とした消費者教育の推進に関する提言」消費者委員会  
[http://www.cao.go.jp/consumer/about/kengi\\_teigen\\_iken.html#teigen](http://www.cao.go.jp/consumer/about/kengi_teigen_iken.html#teigen)

## 2. 民法の成年年齢引下げに向けた動き

法務省では平成28年9月1日に民法の成年年齢の引下げの施行方法に関する意見募集を行った。

### ○意見募集の趣旨

民法の成年年齢の引下げについては、平成21年10月の法制審議会の答申（別添「民法の成年年齢の引き下げについての意見」参照）において、国民投票の投票権年齢が18歳と定められたことに伴い、選挙権年齢が18歳に引き下げられることとなるのであれば18歳、19歳の者が政治に参加しているという意識を責任感をもって実感できるようにするためにも、取引の場面など私法の領域においても自己の判断と責任において自立した活動ができるよう、「民法が定める成年年齢を18歳に引き下げるのが適当である。」とされています。また、平成27年6月の公職選挙法の改正により、選挙権年齢が18歳に引き下げられましたが、その際の付則でも、「民法（明治二十九年法律第八十九号）（中略）の規定について検討を加え、必要な法制上の措置を項ずるものとする。」とされています。

法務省民事局としては、以上の状況を踏まえ、民法の成年年齢を20歳から18歳に引き下げる法改正の準備作業を行っておりますが、民法の成年年齢を引下げた場合には、その影響が及ぶ範囲は極めて広範に及ぶことが予想されます。（以下略）

### ○「民法の引下げについての意見」法制審議会答申

（略）

これらの意見を受け、議論の結果、以下の通りの結論に至った（略）。

#### 1 民法の定める成年年齢について

民法が定める成年年齢を18歳に引き下げるのが適当である。

ただし、現時点で引下げを行うと、消費者被害の拡大など様々な問題が生じるおそれがあるため、引下げの法整備を行うには、若年者の自立を促すような施策や消費者被害の拡大のおそれ等の問題点の解決に資する施策が実現されることが必要である。

（略）

「民法の成年年齢の引下げの施行方法に関する意見募集」法務省

<http://search.e->

[gov.go.jp/servlet/Public?CLASSNAME=PCMMSTDETAIL&id=300080150](http://search.e-gov.go.jp/servlet/Public?CLASSNAME=PCMMSTDETAIL&id=300080150)

### 3. 消費者委員会「成年年齢引下げ対応検討ワーキング・グループ」

消費者庁では、成年年齢引下げの議論の活発化を受け、平成 28 年 9 月に消費者委員会へ「民法の成年年齢が引き下げられた場合、新たに成年となる者の消費者被害の防止・救済のための対応策」について意見聴取を求めた。

(意見については (P)。年内にワーキング・グループの報告書が取りまとめられる予定。その後、消費者委員会本会議での議論を経て委員会の意見として発出される予定)

#### IV I からⅢを踏まえた中間的見直し～基本方針の見直しに向けて～

##### 1. 都道府県等における消費者教育施策について

- (1) 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を市町村へ広げる
- (2) 消費者教育の担い手と学校教育における連携強化、コーディネーターの役割の重要性
- (3) 消費者教育における消費生活センターの拠点化の促進

##### 2. 社会情勢の変化に対応した消費者教育の強化の必要性

- (1) 成年年齢引下げ対応としての若年者への消費者教育
- (2) 高度情報通信化の進展、国際化に対応した消費者教育の重要性と情報リテラシーの向上の必要性
- (3) 制度の変化に対応した消費者への周知・情報提供、消費者の知識の修得・活用の重要性
- (4) 社会や環境を意識した消費行動への働きかけ

##### 3. 基本方針の見直しに向けて