

## ○消費者庁の施策に関連した報告書等における消費者教育の記載例(平成26年6月から平成28年12月15日まで)

基本方針の該当項目	会議・報告書等の名称	該当ページ	発表年月日	記載
II 消費者教育の推進の基本的な方向 1 体系的推進のための方向 (4)国からの多角的な視点の情報提供 (消費者市民社会構築に向けた情報提供)	消費者志向経営の取組促進に関する検討会報告書	16p	平成28年4月6日	第6節 今後の取組への期待とその他の課題 本検討会としては、「消費者志向経営」に対する社会的気運を醸成し、全国的な推進活動が進展するよう、消費者団体、事業者団体、行政の関係者が積極的な取組を行うことを、強く期待している。 また、消費者市民社会の形成に向けて、事業者の取組を更に促進する観点からも、消費者においては事業者に対して、例えば、消費者市民社会を形成する自覚を持って建設的な提言を心掛けること等、合理的な対応をとることが求められる。このためには、消費者庁、関係団体等による消費者教育の推進により、消費者志向経営に関する事業者の取組の理解を促進することに加え、事業者への意見の伝え方等も含め、消費者への幅広い情報提供を行うこと等が重要であると考えられる。 (略)
	「倫理的消費」調査研究会中間取りまとめ ～あなたの消費が世界の未来を変える～	10p	平成28年6月	(3)学校での教育などを通じた消費者の意識の更なる向上 倫理的消費の普及には、消費者自身の意識、すなわち、消費行動の主体としての意識とともに、事業者の取組を後押しする意識を更に高めていく必要がある。次節で述べる事業者の情報提供を促すためには、消費者が関心を持ち、認識を高め、事業者の行動をチェックできるようになることが必要であり、そのためにも消費者の意識の更なる向上が不可欠である。 (略)
IV 関連する他の消費者施策との連携	消費者契約法の運用状況に関する検討会報告書	382p	平成26年10月	本検討会における議論の中では、具体的な事例や民法(債権関係)改正の議論等を踏まえて、消費者契約に関して、解決が必要と考えられる課題についての指摘が多数見られた。他方、その解決方法としては、消費者契約法の改正のほか、各種業法その他の諸法令の改正や運用、ガイドラインや逐条解説等による法律の解釈の明確化、消費者教育の更なる充実なども含め、複数の方法が考えられるという指摘や、現在問題なく行われている取引に不当な影響を与えないよう留意すべきであるとの意見もあった。 (略)
2. 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	特定商取引法専門調査会報告書 (消費者委員会)	17p	平成27年12月	(略) また、悪質事業者からの働きかけ等への対応についての教育・啓発が十分にできていないことが消費者被害に繋がっている場合もあるものと考えられる。引き続き、消費者の心理も踏まえた上で消費者被害に遭わないための消費者教育の推進が重要である。 (略)
IV 関連する他の消費者施策との連携 3. 消費者意見の反映・透明性確保	公益通報者保護制度の実効性の向上に関する検討会第1次報告書	20p	平成28年3月	○このように、各事業者における内部通報制度の整備・運用の状況は、国民生活にも関わる重要な情報であるとともに、社会経済全体にとっても有益な情報であるため、制度の意義・重要性等に関し、消費者教育の場等も積極的に活用し、広く社会に周知していくことが重要である。

<p>II 消費者教育の推進の基本的な方向</p> <p>3 他の消費生活に関連する教育と消費者教育との連携推進(食育)</p> <p>IV 関連する他の消費者施策との連携</p> <p>2. 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保</p>	<p>食品の新たな機能性表示制度に関する検討会報告書</p>	22p	平成26年7月30日	<p>(4)消費者教育等(略)</p> <p>現行制度においても、栄養機能食品、特定保健用食品及び「いわゆる健康食品」の違いについてよく理解できていない消費者も決して少なくはない中、新制度においては、製品表示や届出情報に基づき、消費者が製品の特性について、十分に理解できるようにすることがより重要となってくる。<u>このため、消費者庁は関係機関と連携しつつ、バランスの取れた食生活の普及啓発、安全性も含めた食品の機能性表示制度等に関する消費者の理解増進に向けた取組についても、継続的に実施していくべきである。</u></p> <p>また、企業等においても上記の取組を行っていくとともに、広告・宣伝の適正化に努めることとし、消費者への適切な情報提供の観点から、消費者に分かりやすい表示づくりのほか、製品情報の正しい理解に資するプロモーション活動にも、積極的に取り組んでいくべきである。</p>
	<p>外食等におけるアレルギー情報の提供の在り方検討会中間報告</p>	25p	平成26年12月3日公表、平成27年4月1日一部改定	<p>8 食物アレルギー患者や消費者への啓発</p> <p>食物アレルギー患者自身が食物アレルギーに関する病態・症状等に関する知識を身につけることで、より安全に食品を摂取するための自己防衛力を高めるとともに、外食等における選択を拡大させることも重要である。</p> <p>例えば、食物アレルギー患者の中には、微量のアレルゲンの混入でもアレルギー反応を起こすような重度の患者もいれば、アレルギーであっても、ある程度の量までは摂食が可能な患者もいるが、患者がそのこと(自らの症状の程度)を理解することで、外食等において患者の選択の拡大に寄与する可能性がある。</p> <p>また、患者以外の消費者に対しても、食物アレルギーに関する正しい知識を啓発していくことで、社会全体で食物アレルギーに対する理解が高まり、患者が生活する上での助けになると考えられる。<u>このため、病態としての食物アレルギーの実態、現行の加工食品の表示制度等も含め、食物アレルギー全般に渡る基礎的な情報提供の充実(研修教材としての小冊子や動画の作成等)を消費者庁において行うことを検討する。</u></p>
	<p>加工食品の原料原産地表示制度に関する検討会中間取りまとめ</p>	22p	平成28年11月29日	<p>イ 消費者への啓発活動の推進</p> <p>今般、抜本的に加工食品の原料原産地表示制度が変わり、原則としては「国別重量順表示」であることを始め、認められる例外の表示についても、<u>今後、消費者への啓発を行政及び関連する団体が相まって複層的に行うことが必要である。</u></p> <p>「国別重量順表示」、「可能性表示」、「大括り表示」と「製造地表示」により原料原産地表示された同一品目の商品が、店頭に並ぶ可能性が想定される。新しい制度であるため、消費者への啓発活動が重要であり、政府は、パンフレット作成や説明会を実施することなどにより、積極的に啓発活動を行っていくことを、また、事業者においても、原則である「国別重量順表示」での対応を期待する。</p> <p>なお、消費者自身も、新しい加工食品の原料原産地表示制度に関し自ら学習し、消費者の食品表示リテラシーを消費者自身で向上させていくことも求められる。</p>
	<p>特別用途食品制度に関する検討会報告書</p>	5p	平成28年11月30日	<p>(略)</p> <p>最後に、消費者が特別用途食品の表示を正しく理解し、適切に使用できるように、<u>医師、管理栄養士及び薬剤師等の相談指導を得て使用することが適当であることを周知する必要がある。そのために、国は、関係諸団体と連携して、消費者に加え、医師、管理栄養士及び薬剤師等の専門職種にも特別用途食品制度について、普及啓発をしていく必要がある。</u></p>
	<p>食品のインターネット販売における情報提供の在り方懇談会報告書</p>	24p	平成28年12月13日	<p>(3)消費者への普及・啓発</p> <p>今後もインターネット販売の利用が増加すると考えられることを踏まえると、義務表示事項に係る情報提供に適切に取り組む事業者が消費者から評価・選択されることにより、事業者の更なる取組の促進につながることを望まれる。</p> <p>このため、<u>国・地方公共団体、消費者団体、事業者団体等は、消費者に対して、食品の容器包装ラベルにおける表示制度全体の普及・啓発のみならず、インターネット販売における義務表示事項に係る情報提供の取組等に関する普及・啓発も行うことが望まれる。</u></p>