

第4期消費者教育推進会議（令和元年10月～令和3年9月）における審議等の概要

1. 分科会における審議・提言

(1) 全世代における体系的な消費者教育に向けた連携に関する分科会（令和2年10月取りまとめ）

- 消費者教育の機会を確保するため、地方公共団体が地域の様々な担い手と連携し、「つながり」を創出するコーディネート機能を発揮し、「計画的」に取り組むことを期待。

(2) 社会のデジタル化に対応した消費者教育に関する分科会（令和3年5月取りまとめ）

- デジタル化に対応した消費者教育として重点化すべき内容、ライフステージに応じて重点化すべき内容、デジタル化を踏まえた消費者教育の場や情報発信手法等について整理。

2. 消費者教育ポータルサイトの見直しの検討

- 消費者教育推進会議委員等による検討会を開催し、見直しの方向性等について、第30回推進会議において報告。

3. 緊急時における消費者行動についての提言

- 緊急時に消費者が合理的に行動できるよう、第28回消費者教育推進会議で議論を行い、消費者教育として必要と考えられる対応を取りまとめ（令和3年1月）。

4. 若年者への消費者教育の推進に関する取組の報告

- 「成年年齢引下げに伴う消費者教育全力」キャンペーンについて、第29回消費者教育推進会議において報告。

次期（第5期）消費者教育推進会議における課題等

- 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検討とともに、以下事項についての議論を期待。

1. 社会のデジタル化に対応した消費者教育

生活をより豊かにするために消費者教育としてもデジタル技術の積極的な活用を促す視点を基本に、誰一人取り残さないデジタル化のための担い手の育成も含めた支援の在り方、消費者教育ポータルサイトを活用した情報発信・提供、デジタル教材開発等。

2. 体系的な消費者教育推進のための体制整備

成年年齢引き下げをも見据え、若年者を始め、社会人や高齢者等全世代への体系的な消費者教育推進のため、地域の実情を踏まえた情報発信や地域の消費者教育の底上げが必要であり、他の消費者施策等と整合性を図った消費者教育推進計画の策定・検証、消費者教育コーディネーター等の配置・運用の促進等の体制整備推進のための支援方策等。

3. 消費者市民社会(※)の実現に向けた消費者教育

SDGs推進や新型コロナウイルス感染症等の消費者を取り巻く環境の変化を受け、事業者等と連携・協働して消費者市民社会の形成に参画する消費者の育成がますます重要となっており、消費者市民社会の理解促進やエシカル消費の普及啓発等の施策の効果的な手法や担い手への支援方策等。

※ 消費者が持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会

第4期消費者教育推進会議における審議の概要等及び
今後の消費者教育推進会議における検討課題について（案）

令和3年9月17日

消費者教育推進会議（以下「推進会議」という。）の第26回推進会議（令和元年10月28日開催）において、第4期における検討事項は以下のとおりとする旨の議決がなされた。

1. 今期推進会議での検討事項（当面の課題）

今期の推進会議では、社会情勢の変化等に対応した課題として、地域における消費者教育の推進等に関する事項、消費者教育ポータルサイトの全面見直しに向けた検討を行う。

(1) 「全世代における体系的な消費者教育に向けた連携に関する分科会」（地域における消費者教育の推進）（仮称）

第三期推進会議で示された課題等を踏まえ、消費者教育推進計画の策定、PDCAサイクルの確立等について議論を行う。

(2) 消費者教育ポータルサイトの全面見直しに当たって求められること

新たな消費者教育ポータルサイトの在るべき姿や、これにより提供すべき情報、コンテンツ等の整理について、推進会議で議論を行う。

(3) その他

高度情報通信ネットワーク社会に対応した消費者教育をはじめ、基本方針の「当面の重点事項」¹、前期の取りまとめ²等での課題等について議論を行う。

第26回推進会議資料3-1（抜粋）

¹ 「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30年3月20日変更）（以下「基本方針」という。）の「当面の重点事項」では、「1. 若年者への消費者教育」、「2. 消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育の推進」及び「3. 高度情報通信ネットワーク社会の発展に対応した消費者教育の推進」の3つを掲げている。

² 第3期推進会議取りまとめの「次期推進会議における課題」では、「① 若年者の消費者教育」、「② 消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育の推進」及び「③ 高度情報通信ネットワーク社会の発展に対応した消費者教育の推進」の3つを掲げている。

また、今期の運営に当たっては、推進会議における議論のほか、推進会議の下に、推進会議委員のうちから推進会議会長が指名した者を構成員とする分科会を設置し、個別の課題について議論を行うこととされた。

上記方針の下で約2年間にわたって実施した審議等の概要と、審議を踏まえた国による取組の状況、また、これらを踏まえた今後の推進会議における検討事項について、以下のとおり示す。

1. 分科会における審議・提言

基本方針において示されている「当面の重点事項」等を踏まえ、以下の2分科会を設け審議を行った。

(1) 全世代における体系的な消費者教育に向けた連携に関する分科会

第26回推進会議における議決により、全世代への体系的な消費者教育の実現に向け、地域における消費者教育の推進に資するため、消費者教育推進計画の策定とPDCAサイクルの確立、地域協議会の体制強化等による実効性確保のための支援方策の検討を行うために分科会が設けられ、令和2年9月までに5回開催した上で取りまとめが行われた。

取りまとめにおいては、全世代に向けた消費者教育の機会を確保するためには、地方公共団体が地域の担い手と連携し、以下の2点が期待される旨を示している。

- ① 「つながり」を創出するコーディネート機能を発揮すること
- ② 「計画的」に取り組んでいくこと

また、国における今後の課題として、主に以下の3点を示している。

- ① 地域協議会や消費者教育コーディネーター等について、実効性ある運用がなされている事例を収集・紹介。
- ② 多様な規模や状況にある地方公共団体の事例や、都道府県による広域支援の好事例を収集・紹介。
- ③ 地方公共団体のモデル的取組の創出や、市町村における計画策定を促進するための方策を検討。

加えて、地方公共団体が様々な主体と連携し、地域の消費者教育の充実に取り組むに当たってのヒントとなるよう、ヒアリング事例集も作成している。

(2) 社会のデジタル化に対応した消費者教育に関する分科会

第28回推進会議（令和2年10月19日）における議決により、社会のデジ

タル化に対応した消費者教育について議論を行うことを目的に分科会が設けられ、令和3年3月までに5回開催した上で取りまとめが行われた。³

取りまとめにおいては、デジタル社会形成基本法(令和3年法律第35号)の基本理念や消費者教育が目指す自立した消費者の視点も踏まえ、生活をより豊かにするためにデジタル技術の積極的な活用を促す視点が重要であるとした上で、デジタル化に対応した消費者教育として重点化すべき内容、ライフステージに応じて重点化すべき内容、デジタル化を踏まえた消費者教育の場や情報発信手法等について整理している。

国における今後の課題として、主に以下の4点を示している。

- ① 各主体による消費者教育の取組の把握と連携の促進(団体情報バンク⁴の構築、消費者教育コーディネーターの活用等)
- ② 担い手への支援・育成(分かりやすくシンプルな教材開発・提供、最新のトラブル事例の提供、オンライン講座の推進等)
- ③ 誰一人取り残さないデジタル化のための支援(高齢者向け消費者教育を担うサポーターの育成支援等)
- ④ デジタルメディアを活用した効果的な情報提供(SNSや動画の活用等)

2. 消費者教育ポータルサイトの見直しに向けた検討

第3期推進会議の若年者の消費者教育分科会において、消費者庁の運営する消費者教育ポータルサイトについて、全面的に見直すべきとの提言があったことを踏まえ、第4期においては、第27回推進会議(令和元年11月11日)において、消費者教育ポータルサイトの見直しに当たって検討すべき事項について議論を行った。また令和2年8月から推進会議の一部の委員と有識者による検討会を開催し、見直しの方向性を取りまとめ、第30回推進会議に報告された。

なお、取りまとめにおいては、教材等の検索機能改善、教材等の充実、団体情報バンク等のその他有益な情報の追加、タイムリーな情報発信等について示している。

3. 緊急時における消費者行動についての提言

令和2年1月以降、新型コロナウイルス感染症が拡大し、緊急事態宣言も発令される中、消費者が正確な情報を入手できず、新型コロナウイルス感染

³ 消費者庁の「消費者のデジタル化への対応に関する検討会」報告書(令和2年7月)、「全世代における体系的な消費者教育に向けた連携に関する分科会」取りまとめ(令和2年10月)、消費者教育推進会議「緊急時の消費者行動について」取りまとめ(令和3年1月)においても、デジタル化に対応した消費者教育について示唆がなされている。

⁴ 事業者や消費者団体等を含め、民間のどのような主体によりどのような取組が実施されているのかについて一覧性を持って把握できるように整理するもの。

症や日用品等に関する不確かな情報をそのまま拡散してしまう、不確かな情報に影響を受けて物資の買いだめをしてしまうといった消費者行動を行う、あるいは新型コロナウイルスに便乗した悪質商法が発生するなど、消費生活上も様々な問題が生じた。

消費者教育の推進に関する法律（平成 24 年法律第 61 号）第 3 条においても、非常時に消費者が合理的に行動できるよう、知識と理解を深めることが重要とされていることから、消費者庁においてアンケート調査を実施するとともに、第 28 回推進会議でも議論を行った。一連の調査・議論を踏まえ、令和 3 年 1 月に取りまとめが行われ、消費者教育を中心として必要と考えられる対応として、以下の 3 つを示している。

(1) 正確で分かりやすい情報発信

商品の供給情報や悪質商法の事例、相談窓口等について、国や事業者団体等からタイムリーに情報発信 等

(2) 消費者教育による平時からの備え

正しい情報を見極め、適切に行動する能力の育成（情報リテラシー教育） 等

(3) 消費者と事業者の信頼関係が失われないための取組

意見を伝える際の適切な伝え方や、行き過ぎた行動の例を示すなどして消費者に対し注意を促す 等

4. その他

令和 4 年 4 月からの成年年齢引下げに向け、関係省庁（消費者庁、文部科学省、法務省及び金融庁）では、「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」（平成 30 年 2 月 20 日決定。若年者への消費者教育の推進に関する 4 省庁関係局長連絡会議）に基づき、平成 30 年度から令和 2 年度までを集中強化期間として若年者への消費者教育の充実に取り組んできた。また、令和 3 年度は成年年齢引下げに向けた最後の 1 年であることから、「成年年齢引下げに伴う消費者教育全力」キャンペーンを令和 3 年 3 月 22 日に決定し、関係 4 省庁が更に連携し、地方公共団体・大学等、関係団体、メディア等も巻き込んだ重層的取組を行うこととしている。本キャンペーンについては、第 29 回推進会議において報告された。

今後も、国は、必要に応じて推進会議の意見を聴きつつ、成年年齢引下げを見据えた若年者への消費者教育を推進することが必要である。

5. 次期推進会議における課題

第 4 期推進会議では、これまで述べてきたように、当面の重点事項や、消費者を取り巻く環境の変化を踏まえた課題の検討及び議論等が行われた。

第5期推進会議においては、まず基本方針の見直しに向けた検討を進めるとともに、第4期において課題として示された以下の事項等について議論を行うことが期待される。

なお、議論に当たっては、消費者を取り巻く環境が、デジタル化の進展や、新型コロナウイルス感染症の拡大による新しい生活様式の普及等により変化していることや、消費者教育の担い手が直面する現状と課題を踏まえることが適当である。

(1) 社会のデジタル化に対応した消費者教育

社会のデジタル化が不可逆的に進むとの指摘がある中、新たなデジタル機器・サービスの出現に伴い、消費者トラブルや、身に付けることが望ましい知識・能力も変化していく。生活をより豊かにするために、消費者教育としてもデジタル技術の積極的な活用を促す視点を基本に、誰一人取り残さないデジタル化のための担い手の育成も含めた支援の在り方、消費者教育ポータルサイトを活用した情報発信・提供、デジタル教材開発等、引き続き社会のデジタル化に対応した消費者教育について検討が必要である。

(2) 体系的な消費者教育推進のための体制整備

令和4年4月の成年年齢引下げをも見据えた若年者への消費者教育を始め、消費者を取り巻く環境の変化を踏まえた社会人や高齢者等への消費者教育が急務となる中、全世代に向けた体系的な消費者教育推進のため、地域の実情を踏まえた情報発信や地域の消費者教育の底上げが求められる。多様な規模や状況にある地方公共団体において、関連する他の消費者施策等と整合性を図りつつ消費者教育の推進に関する計画の策定・検証を促進するとともに、消費者教育コーディネーター等の育成と実効性のある配置・運用を促進する等、体制整備を推進するための支援方策等について、引き続き検討が必要である。

(3) 消費者市民社会の実現に向けた消費者教育

SDGs 推進の機運の高まりや新型コロナウイルス感染症の広がり、自然災害の甚大化等の消費者を取り巻く環境の変化等を受け、消費者教育において、消費者トラブルや被害に遭わない消費者の育成にとどまらず、事業者等と連携・協働して消費者市民社会⁵の形成に参画する消費者の育成という視点が、ますます重要となっている。

消費者市民社会の理解促進や消費者市民社会の実現に向けたエシカル

⁵ 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。

消費⁶の普及啓発等に当たって、効果的な手法やその担い手への支援方策等について検討することが必要である。

⁶ エシカル消費とは、地域の活性化や雇用等を含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動のこと。

【別紙1】第4期消費者教育推進会議 委員名簿

	青木	秀子	花王株式会社常勤監査役
◎	東	珠実	梶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
	石川	薫	埼玉県教育局県立学校部 副部長
	色川	卓男	静岡大学学術院教育学領域教授
○	岩本	諭	佐賀大学経済学部教授
	川野	玲子	公益社団法人全国消費生活相談員協会理事(九州支部支部長)
	坂倉	忠夫	公益社団法人消費者関連専門家会議専務理事
	坂本	有芳	鳴門教育大学大学院学校教育研究科准教授
	清水	敬介	公益社団法人日本PTA全国協議会会長
	高岡	麻美	玉川大学 客員教授(元 府中市立府中第三中学校校長)
	武井	敏一	金融広報中央委員会会長
	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・相談員協会代表理事副会長
	中村	新造	弁護士
	萩原	康秋	元 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
	藤脇	智恵子	元 一般社団法人日本ヒーブ協議会理事
	俣倉	朋美	新潟県県民生活・環境部県民生活課主任(新潟県立高等学校教諭(家庭))
	山崎	智美	公益社団法人日本社会福祉士会副会長

以上19名(五十音順、敬称略)
◎は会長、○は会長代理
令和3年9月17日現在

【別紙2】第4期消費者教育推進会議 開催状況

日 程	審 議 事 項 等
令和元年 10月28日	(第26回) ・会長選出等 ・今期の消費者教育推進会議の進め方について
11月11日	(第27回) ・消費者教育推進計画の策定及びPDCAサイクルの確立等 ・消費者教育ポータルサイトの見直しにあたって検討すべき事項
令和2年 10月19日	(第28回) 【オンライン併用】 ・全世代における体系的な消費者教育に向けた連携に関する分科会の取りまとめについて ・緊急時における消費者行動について ・デジタル化に対応した消費者教育について
令和3年 5月10日	(第29回) 【オンライン開催】 ・社会のデジタル化に対応した消費者教育に関する分科会の取りまとめについて ・「成年年齢引下げに伴う消費者教育全力」キャンペーンについて
9月17日	(第30回) 【オンライン開催】 ・消費者教育ポータルサイト見直しに向けた検討会取りまとめ(報告) ・第4期消費者教育推進会議の取りまとめについて