

## 基本方針の見直しの論点案について

- 現基本方針の構成は以下の通り。

<p><u>I. 消費者教育の推進の意義</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 消費者を取り巻く現状と課題</li> <li>2 消費者教育の推進の必要性</li> <li>3 基本方針の視点・位置づけ</li> </ol> <p><u>II. 消費者教育の推進の基本的な方向</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 体系的推進のための取組の方向</li> <li>2 各主体の役割と連携・協働</li> <li>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</li> </ol> <p><u>III. 消費者教育の推進の内容に関する事項</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 様々な場における消費者教育</li> <li>2 消費者教育の人材（担い手）の育成・活用</li> <li>3 消費者教育の資源等</li> </ol>	<p><u>IV. 関連する他の消費者施策との連携</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 消費者の安全・安心の確保</li> <li>2 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保</li> <li>3 消費者意見の反映・透明性確保</li> <li>4 苦情処理・紛争解決の促進</li> </ol> <p><u>V. 今後の消費者教育の計画的な推進</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 今後の推進方策について</li> <li>2 基本方針の達成度の検証</li> </ol>
---	---

- 平成 30 年 3 月に基本方針が変更されてから、消費者を取り巻く状況は変化しているところ。

<p>〈消費者の多様化〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・高齢化の進行</li> <li>・成年年齢の引下げ</li> <li>・孤独・孤立化</li> <li>・訪日外国人・在留外国人の増加</li> </ul>	<p>〈社会情勢の変化〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・デジタル化の進展</li> <li>・コロナ禍における「新しい生活様式」の実践</li> <li>・自然災害等の緊急時</li> <li>・持続可能で多様性と包括性のある社会への関心の高まり</li> </ul>
---	---

- 以上を踏まえ、事務局にて基本方針の見直しに当たり議論頂きたい論点を別紙の「論点案」の通り整理。

## 論点案

## I. 消費者教育の推進の意義

## 1 消費者を取り巻く現状と課題

## (1) 社会経済情勢

- ・ 経済社会全体に与える家計消費の大きな影響
- ・ ~~家計金融資産~~
- ・ 高齢化、孤独・孤立化、訪日・在留外国人の増加
- ・ ~~インターネット利用拡大~~・高度情報化社会のデジタル化の進展・電子商取引の拡大

## 引の拡大

- ・ 新型コロナウイルス感染症の拡大を受けた新しい生活様式
- ・ ~~電力・ガス小売自由化~~
- ・ 成年年齢引き下げの議論の施行

## (2) 消費者事故・トラブルの状況

- ・ 消費生活相談の状況
- ・ ~~インターネットデジタル~~関連の消費生活相談の増加・複雑化
- ・ 身体・生命に関する事故情報

(3) ~~大震災の経験~~自然災害等の緊急時

- ・ 行政の正確・迅速な情報提供と、消費者の批判的・合理的な情報の吟味
- ・ 自然災害時等における悪質商法の発生
- ・ エシカル消費についての関心の高まり
- ・ 風評被害の存続

## (4) 安全・安心の確保

- ・ 正確な情報提供、ルールに従わない行為の規制
- ・ 自立した消費者の育成

(5) ~~日常の消費生活と環境や経済社会への影響~~持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現

- ・ 持続可能性の確保のため、モラルとマナーを備えた消費者の育成
- ・ ~~持続可能な消費はSDGsの重要な構成要素~~新型コロナウイルス感染症の拡大等を受けたSDGsや持続可能な社会への関心の高まり

## 2 消費者教育の推進の必要性

### (1) 「消費者教育」の意義

- ・消費者教育において、被害に遭わない消費者に加え、より良い社会の発展のために積極的に関与する消費者を育成し、消費者市民社会の実現へ
- ・被害に遭わない消費者に加え、より良い社会の発展のために積極的に関与する消費者の育成

### (2) 消費者市民社会の意義

- ・消費者市民社会は、消費者が多様性を尊重しつつ、消費行動の影響を自覚して、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
- ・SDGs の理解と消費者市民社会の関係
- ・消費者と事業者の協働の強化
- ・消費者が多様性を尊重しつつ、消費行動の影響を自覚して、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
- ・消費者・事業者の双方向のコミュニケーションの深化

## 3 基本方針の視点・位置づけ

- ・体系的・総合的な推進に資するよう、消費者教育の内容、効果的な方法、担い手の育成の方向性の明示
- ・国の施策の方向性、地方公共団体、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体にとっての指針

## 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取組の方向

#### (1) 消費者教育が育むべき力

- ①消費者市民社会の構築に関する領域
- ②商品等やサービスの安全に関する領域
- ③生活の管理と契約に関する領域
- ④情報とメディアに関する領域

#### (2) ライフステージに応じた体系的実施

- ・対象領域ごと、発達段階ごとの学習目標の整理し、見える化
- ・消費者教育のイメージを様々な主体で共有

#### (3) 消費者の特性に対する配慮

・年齢、性別、障害の有無等の特性に応じ、包摂性のある誰一人取り残さない社会の実現

・様々な立場や状況、事情や特性等のある消費者一人一人が、様々な場で消費者教育を受けることが可能に

(4) 消費者市民社会構築に向けた国からの多角的な視点の情報提供

・消費生活が国内外の社会経済情勢や地球環境に与える影響に関する情報(エシカル消費の考え方等)の提供

・非常時・緊急時の消費者行動の在り方について考える素材となる情報の提供

## 2 各主体の役割と連携・協働

(1) 国と地方公共団体の役割と連携・協働

・地方公共団体は、地域特性に応じた手法や内容により消費者教育の実施(消費者教育推進計画の策定、各種施策の実施等)

・国は、全国的な視点にたった施策等を重点的に実施(制度的な枠組みの構築、先進的な取組事例の集約・提供、消費者教育推進会議の成果の情報発信等)

・市町村は、消費者一人一人に対して隙間なく消費者教育の機会を提供

・都道府県は、市町村の取組を支援、格差の解消による水準の確保

(2) 消費者行政と教育行政の緊密な連携・協働

・消費者行政担当部局と教育部局との緊密な連携をはじめとする関係行政部局との連携

・国は財政支援や情報面での支援を含む必要な施策の実施

(3) 地方公共団体と消費者団体、事業者・事業者団体との連携

・消費者団体や事業者・事業者団体等の連携・情報共有の促進

## 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

(1) 環境教育

(2) 食育

(3) 国際理解教育

(4) 法教育

(5) 金融経済教育

(6) その他の消費生活に関連する教育（主権者教育、キャリア教育）

### III. 消費者教育の推進の内容に関する事項

#### 1 様々な場における消費者教育

##### (1) 学校

(小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等)

・新学習指導要領の趣旨の周知・徹底を図り、社会科や家庭科を中心に各教科等において充実した消費者教育の実施に努力

(大学・専門学校等)

・消費生活や消費者問題に関する情報や知識の提供機会の拡大

・国は、学生支援に従事する教職員に対する消費者問題に関する情報提供・

注意喚起

##### (2) 地域社会

(消費生活センター等における消費者教育の推進・拠点化)

・消費生活センター等における啓発・コーディネート活動の実施

・国は、情報提供等により支援

・地方公共団体は、消費生活相談員・コーディネーターの資質向上

(社会教育施設や各種コミュニティを活用した消費者教育)

・社会教育施設における消費者問題に関する普及・啓発

(高齢者・障害者等への見守りと消費者教育)

・地域の見守りネットワーク活動による消費者教育、啓発活動の強化

・誰一人取り残さないデジタル化の推進

・日ごろから個別訪問を行う支援者に対する研修の実施

##### (3) 家庭

・日常の場面での実践的な消費者教育の実施

・国・地方公共団体は、多様な場を活用した機会や情報の提供

・家庭で対応できない場合は、国・地方公共団体が学ぶ機会を提供

・家庭内での情報共有、連携

##### (4) 職域

- ・ 事情、特性に応じた従業員向け消費者教育の実施
- ・ コンプライアンス、SDGs、エシカル消費、消費者志向経営に関する教育、研修、情報提供、消費者団体との連携・協働
- ・ 国は、消費生活に関する情報提供の仕組みづくり

## 2 消費者教育の人材（担い手）の育成・活用

### (1) 小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等における教職員

- ・ 教員養成課程、免許状更新講習、現職教員研修に消費者教育に関する内容を積極的に取り入れ
- ・ 国は、実践的な学習プログラムの開発にかかる調査研究、教員向け研修プログラムの活用・改善

### (2) 大学等における教職員

- ・ 関係団体が実施する研修の場等を活用した消費者問題に関する啓発、情報提供

### (3) 消費者団体・NPO等

- ・ 事業者・事業者団体を含む地域の様々な主体との連携・協働の推進のため継続的な意見交換の機会の提供等地域で活動する団体の情報提供等の支援
- ・ デジタル関係のトラブル等最新のトラブルについて、デジタル技術も活用しつつ啓発、情報提供できるよう支援

### (4) 事業者・事業者団体等

- ・ 消費者の声をいかした情報提供、商品・サービスの開発・提供、出前講座や出前授業の充実
- ・ 従業者に対する研修の実施と事業者団体による支援
- ・ 地域の消費者団体との連携・支援協働

### (5) 担い手育成拠点としての国民生活センター・消費生活センター、社会教育施設等

- ・ 消費生活相談員やコーディネーターによる出前講座・出前授業や啓発活動
- ・ 社会教育施設を地域の消費者教育の担い手を育成する場として活用
- ・ 国は、消費者教育の担い手を育成する拠点とするため、地方公共団体に対する情報提供等の支援
- ・ 国民生活センターは、人材養成プログラムを開発・提供

(6) 国による連携・協働の働き掛け

- ・消費者教育フェスタ、地方消費者フォーラム等を通じた連携・協働の場の提供
- ・地域の消費者団体、事業者・事業者団体や、学校外の専門家の活用に向け、**地域で活動する団体に関する情報の提供**

(7) コーディネーターの育成

- ・コーディネーターの育成・配置
- ・**育成・配置を進め**、調整機能を実効あるものにするための具体的方策の検討

討

(8) 消費者

- ・必要な知識の修得と情報収集
- ・情報リテラシー意識の向上、公正で健全な市場の参加者という自覚の育成
- ・国は、地方公共団体の取組を支援、情報の共有、優れた活動の奨励

3 消費者教育の資源等

(1) 教材等の作成・活用

- ・多様な教材等の作成と消費者教育ポータルサイトでの情報集約
- ・学習内容の工夫
- ・消費者の特性や行動特性に応じた情報提供、学習機会の提供

(2) 調査研究

- ・地方公共団体における消費者教育の体制についての実態調査
- ・消費者被害に関する心理学的な知見による調査研究や、消費者教育の効果測定の内容や分析手法、教育手法の高度化や教材開発等の調査研究
- ・海外における消費者教育の調査・情報収集、国際的な機関との連携・交流
- ・消費者市民社会の意義と実践活動の情報提供、**教材の開発**

(3) 情報収集・提供

- ・国は、**誰一人取り残さないよう**消費者教育の多様な担い手に対して情報を提供
- ・国民生活センターと連携しつつ、消費者教育の理念・方向性、実践事例・教材等の情報提供

- ・ 最新情報に基づく適切な情報発信の仕組みの充実
- ・ **デジタル技術も活用し**、情報提供のあり方の継続的な改善
- ・ 情報へのアクセスが困難な消費者に対する適切な情報提供

#### 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
  - ・ 消費者の受信力や発信力の育成
  - ・ 事故情報を踏まえた消費者教育教材等の作成・更新
  - ・ 自主的な情報の入手と行動に関する消費者教育の実施
- 2 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保
  - ・ 各種法制度の内容を理解し活用できる消費者の育成
- 3 消費者意見の反映・透明性確保
  - ・ 消費者市民社会の形成に向け、消費者自身が積極的に意見を出すことの重要性を普及・啓発
- 4 苦情処理・紛争解決の促進
  - ・ 紛争解決手段や消費者団体訴訟制度等の仕組みの理解・周知の増進

#### V. 消費者教育の計画的な推進

- 1 今後の消費者教育の計画的な推進
  - (1) 各省庁での施策の推進
    - ・ 基本方針に基づき各省庁において着実に実現
    - ・ 主要な施策について、消費者庁で取りまとめ具体化を推進
  - (2) 各都道府県・市町村での消費者教育の推進
    - ・ 基本方針に盛り込まれた事項を地域の事情・特性に応じた内容・手法により実施

- ・消費者団体、NPO、事業者・事業者団体等と連携しつつ、消費者教育の推進に活用
- ・国は各県消費者教育推進地域協議会の情報交換の場を設ける先進的な取組事例の収集・情報提供など、今後の施策を検討

- (3) 消費者教育推進会議での検討と施策への反映
  - ・消費者教育の推進施策について継続的に議論

## 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
  - ・施策の実施状況の把握に努め、社会経済情勢の変化に対応するため、3-4年を目途に、中間的な見直し
- (2) 各都道府県での推進計画策定
  - ・都道府県消費者教育推進計画・消費者教育推進地域協議会の内容の充実・実効性の確保等を目指す
  - ・市町村での消費者教育推進計画・消費者教育推進地域協議会の設置を目指す
- (3) 指標化に関する調査研究
  - ・消費者教育・消費者市民社会の普及の指標化に関する調査研究
  - ・地方公共団体における他部局との連携の状況や進展度の検証
  - ・消費者教育の効果の調査