

第5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5年9月

消費者教育推進会議（以下「推進会議」という。）の第31回会議（令和4年2月9日開催）において、第5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、基本方針の見直し案についての議論を行うとともに、社会情勢の変化等に対応した課題として、第4期推進会議取りまとめに示された課題等についての議論を行う。

（1）基本方針の見直し案

これまでの消費者教育の進捗と、社会情勢の変化等を踏まえ、基本方針の見直し案について議論を行う。

（2）第4期推進会議取りまとめで示された課題

社会のデジタル化に対応した消費者教育、体系的な消費者教育推進のための体制整備、消費者市民社会の実現に向けた消費者教育について、基本方針の見直しの議論を行う中で重点的に議論を行う。

（3）その他

次期基本方針や、社会の情勢を踏まえた課題等について議論を行う。

第31回推進会議資料3-1（抜粋）

また、今期の運営に当たっては、「基本方針の見直し案確定までは、本会議を3～4か月に1回程度開催し、令和5年2月までは基本方針の見直しについての議論を優先的に行う」こととし、「第4期推進会議取りまとめの課題についても、本会議で基本方針見直しの議論を行う中で重点的に議論を行う」こととした。

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. 消費者教育の推進に関する基本的な方針の変更

消費者教育の推進に関する基本的な方針（平成 25 年 6 月閣議決定、平成 30 年 3 月 20 日及び令和 5 年 3 月 28 日変更。以下「基本方針」という。）の前回の変更（平成 30 年 3 月 20 日）から 5 年が経過することから、その変更について、消費者の多様化や社会情勢の変化等を踏まえ、第 5 期中に計 4 回の推進会議において、消費者委員会の意見も参考としつつ、議論を行った。

その結果、第 34 回推進会議（令和 5 年 2 月 27 日開催）において、国が作成した変更案について、消費者教育の推進に関する法律（平成 24 年法律第 61 号）の趣旨に鑑み妥当であるとした。

今回の基本方針では、基本的視点として、

- ① 消費者による自ら及び相互に「学ぶ」「考える」「行動する」ことの促進
 - ② 多様な消費者の特性を踏まえたきめ細やかな対応
 - ③ デジタル化への対応
 - ④ 消費者市民社会の一員としての行動の促進
- の 4 点を定めた。

その上で、多様な主体の連携を促進するため、消費者教育コーディネーターの機能強化を図るとともに、今後 KPI の検討・設定を進めることとした。

また、これまでの基本方針の対象期間は 5 年間だが、令和 3 年の地方からの提案等に関する対応方針（令和 3 年 12 月 21 日閣議決定）に基づき、消費者基本計画（令和 2 年 3 月 31 日閣議決定、令和 3 年 6 月 15 日変更）と基本方針の対象期間を一致させ、地方公共団体の計画策定の事務の合理化を図るため、今回の基本方針に限り、7 年間とした。ただし、期間が長過ぎるのではないかとの意見もあり、期中において必要に応じて変更を検討することとしている。

国は、新たな方針を踏まえ、関係省庁間において連携を強化するとともに、地方公共団体や関係団体等と緊密に連携して取組を進める必要がある。

なお、第 4 期推進会議取りまとめで示された課題（社会のデジタル化に対応した消費者教育、体系的な消費者教育推進のための体制整備、消費者市民社会の実現に向けた消費者教育）については、基本方針の見直しの議論の中で、推進会議委員等により活発に意見交換がなされ、交わされた意見を基本方針に反映した。

2. 「消費者力」育成・強化ワーキングチーム

「旧統一教会」問題関係省庁連絡会議や靈感商法等の悪質商法への対策検討会において消費者被害の未然防止のための消費者教育の取組強化が指摘されたことを踏まえ、幅広い世代に対応した、消費生活に関する基本的な知識や批判的思考力等の「消費者力」を身に付けるための新たな教材を開発することとなり、第33回消費者教育推進会議（令和4年10月28日）において、「消費者力」育成・強化ワーキングチーム（以下「ワーキングチーム」という。）の立ち上げが議決された。

令和5年8月までに3回開催した上で取りまとめが行われ、今般の「消費者力」育成・強化のための新たな教材の目指すところについて、消費生活に関する知識を「適切な行動に結び付けることができる実践的な能力」を身に付けることとした。

その上で、ワーキングチームにおいては、「消費者力」の内容について、「自身が実践する力」、「周囲をサポートする力」及び「社会へ働きかける力（参画・協働）」が、被害防止に必要な実践的な力であると捉え、それぞれ以下のように整理した。

第一に、悪質商法等による被害を未然防止するために「自身が実践する力」として、

- ① 違和感に「気づく力（批判的思考力）」
- ② きっぱりと「断る力」
- ③ 一人で抱えず「相談する力」

の三つが基本的な「消費者力」と考えられるとした。

第二に、特に対象として高齢者等を考えた場合、自分自身だけでなく家族等身近な周囲の人々に対する「見守り」の観点も重要であることから、「周囲をサポートする力」として、

- ① 家族等の異変に「気づく力」
- ② 相談を勧める等「働きかける力」

も求められるとした。

第三に、自分自身や家族等身近な周囲の人々にとどまらず、さらにその周囲にいる人々や、ひいては社会とのつながりに気づき、「社会へ働きかける力（参画・協働）」を身に付けることにより、消費者被害のない社会づくり、「消費者市民社会の構築」を図っていく視点を持つ必要があることを示した。

これらの「消費者力」を身に付けるための教材の対象については、中高生及び大学生を含む「若年層」、一般及び保護者の観点からの「社会人」、見守りの関係者を含む「高齢者」とした。教材の構成については、総論として、「消費者力」の概要とその必要性を解説したものを準備すること、各論として、具体的なトラブル事例を扱い、消費者が議論やシミュレーションをしながら「消費者力」を身に付けるための教材を用意する必要があることを示した。

また、教材を活用されるものとするため、教材を開発するには、それぞれの対象世代ごとに、活用場面や学習に要する時間も具体的に想定すること、そして普及のための連携体制の構築にも力を入れることが必要であると示した。

さらに、「消費者力」は消費者被害の防止にとどまらず、より幅広い分野を含むものであり、消費者教育が目指す消費者市民社会の形成に向けた教材の工夫も非常に重要であることから、「消費者力」及び「消費者市民社会」については今後も継続的に議論・検討を行っていく必要があることを確認した。

3. その他

(1) 若年者への消費者教育の推進について

令和4年4月の成年年齢引下げに向けて、関係省庁（消費者庁、文部科学省、法務省及び金融庁）は、「成年年齢引下げに伴う消費者教育全力」キャンペーン（令和3年3月22日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決定）に基づき、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実施した。

また、「成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育推進方針—消費者教育の実践・定着プラン—」¹（令和4年3月31日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決定）に基づき、高等学校段階のみならず、社会人も含めた若年者への切れ目のない消費者教育へと進展させ、消費者被害の状況等も踏まえつつ、成年年齢引下げ後の消費者教育の実践・定着に向けて連携して、取り組むこととした。

上記キャンペーン及びプランに基づく取組等について、第31回及び第32回推進会議においてそれぞれ報告された。また、第33回推進会議において、事業者等における新人向け消費者教育研修プログラムの開発等の取組について報告された。

¹ 対象期間は令和4年度～6年度の3年間。

今後も、国は、必要に応じて推進会議の意見を聴きつつ、継続的に若年者への消費者教育を推進することが必要である。

(2) KPI について

基本方針においても、KPI の検討・設定が盛り込まれたところであるが、消費者庁は、より適切な指標の検討のため、ロジックモデル及び KPI を作成し、第 33 回推進会議において議論されたほか、消費者教育に係る消費生活意識調査の結果が第 34 回推進会議に報告された。

これらも踏まえた新たな KPI は、消費者基本計画工程表の改訂版（令和 5 年 6 月 13 日）に反映されたところであり、国は、KPI の達成に努めるとともに、必要に応じて推進会議の意見や新未来創造戦略本部等による実証データの検証結果等を踏まえつつ、引き続き適切な指標等について検討することが必要である。

4. 次期推進会議における課題

第 5 期推進会議では、これまで述べてきたように、基本方針の見直しを優先的に行い、その中において、第 4 期において課題とされた事項について議論を行ったほか、ワーキングチームを立ち上げ、議論及び取りまとめを行った。

第 6 期推進会議においては、新たな基本方針に定められた四つの基本的視点を踏まえつつ、以下の事項等について議論を行うことが期待される。

(1) デジタル化に対応した消費者教育の推進

基本方針において、著しいデジタル化の進展への対応について見直しを図ったところ、これらの実効性を確保するとともに、技術革新による大きな変化により消費者のぜい弱性がますます高まっていることを踏まえつつ、デジタル化に対応した消費者教育について、教材開発・活用、担い手の育成、情報提供等継続的に検討していくことが必要である。

(2) 地域における体系的な消費者教育推進のための更なる体制整備

これまで、消費生活センターの拠点化、地域の特性に応じた消費者教育推進計画の策定及び消費者教育推進地域協議会の設置、消費者教育コーディネーターの配置・育成の促進等が進められ、一定の成果を上げてきたところであるが、多様な消費者の特性を踏まえた細やかな対応や、地域社会や企業との連携による一層の実効性確保及び支援方策等を検討し、更なる体制整備を図っていくことが必要である。

(3) 「消費者市民社会」の構築に向けた消費者教育

基本方針の基本的視点に掲げられた「消費者による自ら及び相互に「学ぶ」「考える」「行動する」ことの促進」、「消費者市民社会の一員としての行動の促進」について、SDGs 達成を推進する機運の高まりや消費者を取り巻く環境の変化等を受け、消費者市民社会の形成に参画する消費者の育成に向けた消費者教育の重要性が一層高まっており、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効果的な手法、担い手への支援方策等、引き続き検討する必要がある。

(4) 「消費者力」の育成・強化に向けた方策

ワーキングチーム取りまとめに基づき開発する新たな教材を、悪質商法等による被害を未然防止するために、より実践的な「消費者力」を育成・強化することができる教材とするように、また、各自治体の教育委員会等を含む関係機関が連携しつつ、学校や大学等の教育関係者、地域社会等の消費者教育の担い手、自学等における効果的な普及・活用促進を図るために、引き続き内容や活用方策を検討していく必要がある。

【別紙1】第5期消費者教育推進会議 委員名簿

- ◎ 東 珠 実 相山女学園大学現代マネジメント学部教授
- 安 藤 千 晶 公益社団法人日本社会福祉士会副会長
- 飯 泉 嘉 門 前 徳島県知事
- 色 川 卓 男 国立大学法人静岡大学学術院教育学領域教授
- 岩 本 論 国立大学法人佐賀大学経済学部教授・副学長
- 柿 野 成 美 法政大学大学院政策創造研究科准教授
／公益財団法人消費者教育支援センター理事・首席主任研究員
- 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顧問
- 坂 本 有 芳 国立大学法人鳴門教育大学大学院学校教育研究科教授
- 生 水 裕 美 元 滋賀県野洲市市民部次長・野洲市消費生活センター所長
- 高 山 知 機 東京都世田谷区立太子堂中学校校長
／全国中学校社会科教育研究会会長
- 武 井 敏 一 金融広報中央委員会会長
- 楯 美 和 子 一般社団法人日本経済団体連合会消費者政策委員会企画部会長
／株式会社ローソン常務執行役員コミュニケーション本部長
- 田 中 喜 陽 特定非営利活動法人スマセレ会長理事
- 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
- 長 島 淑 子 元 埼玉県さいたま市立白幡中学校校長
- 中 村 新 造 弁護士
- 前 田 景 子 奈良県立奈良高等学校校長（元 奈良県教育委員会事務局教育次長）
- 宮 木 由 貴 子 株式会社第一生命経済研究所取締役・主席研究員
／一般社団法人日本ヒーブ協議会特別会員
- 山 田 洋 子 元 公益社団法人日本PTA全国協議会副会長

以上 20 名（五十音順、敬称略）

◎は会長、○は会長代理

令和 5 年 8 月 1 日 現在

【別紙 2】 第 5 期消費者教育推進会議 開催状況

日 程	審 議 事 項 等
令和 4 年 2 月 9 日	(第 31 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 ・ 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の見直しについて ・ 成年年齢引下げに伴う動きについて (報告)
7 月 22 日	(第 32 回) ・ 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の見直しについて ・ 若年者等への消費者教育の取組について (報告)
10 月 28 日	(第 33 回) ・ 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の見直しについて ・ 消費者教育施策に関する KPI について ・ 「消費者力」育成・強化ワーキングチーム (仮称) について
令和 5 年 2 月 27 日	(第 34 回) ・ 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の変更 (案) について ・ 「消費者力」育成・強化ワーキングチームについて (報告) ・ 令和 4 年度第 3 回・第 4 回消費生活意識調査について (報告)
9 月 29 日	(第 35 回) ・ 「消費者力」育成・強化ワーキングチームについて (報告) ・ 事業者等における新人向け消費者教育研修プログラムの開発等について (報告) ・ 第 5 期消費者教育推進会議の取りまとめ (案) について

第5期消費者教育推進会議取りまとめ（案）

第5期消費者教育推進会議(令和3年10月～令和5年9月)における審議等の概要

1. 消費者教育の推進に関する基本的な方針の変更

- 消費者の多様化や社会情勢の変化等を踏まえ、計4回の推進会議において議論
- 新たな基本方針では、**基本的視点**を定めるとともに、**消費者教育コーディネーターの機能強化**を図ること、今後**KPI**の検討・設定を進めること等を規定

- ①消費者による自ら及び相互に「学ぶ」「考える」「行動する」ことの促進
- ②多様な消費者の特性を踏まえたきめ細やかな対応
- ③デジタル化への対応
- ④消費者市民社会の一員としての行動の促進

- 新たな方針を踏まえ、関係省庁間において連携を強化するとともに、地方公共団体や関係団体等と緊密に連携して取組を進める必要

2. 「消費者力」育成・強化ワーキングチーム

- 「**靈感商法等の悪質商法への対策検討会**」等の指摘を踏まえワーキングチームを立ち上げ
- 被害未然防止のため、今求められる「**消費者力**」と、効果的な教材のあり方や普及の方策等について整理



3. その他

- 成年年齢引下げに対応した消費者教育の取組を報告
- より適切な消費者教育に関するKPIの設定に向けて議論するとともに、消費生活意識調査の結果を報告

次期(第6期)消費者教育推進会議における課題等

- 新たな基本方針の基本的視点を踏まえ、以下の事項についての議論を期待

1. デジタル化に対応した消費者教育の推進

技術革新に伴う消費者のぜい弱性等を踏まえつつ、教材開発・活用、担い手の育成、情報提供等の推進

2. 地域における体系的な消費者教育推進のための更なる体制整備

コーディネーターの育成促進、多様な消費者への細やかな対応、地域社会や企業との連携等による更なる体制整備

3. 「消費者市民社会」の構築にむけた消費者教育

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効果的な手法や担い手への支援方策等

4. 「消費者力」の育成・強化にむけた方策

「消費者力」の育成・強化のための新たな教材をより実践的な教材とし、効果的な普及・活用促進を図る方策等