

消費者教育の推進に関する法律  
よくある質問と回答

平成 24 年 12 月 21 日  
消費者庁消費生活情報課

はじめに

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「法」という。）が去る 8 月 22 日に公布、12 月 13 日に施行されました。また、法に基づく政令として消費者教育推進会議令も公布・施行されました。現在、消費者庁では消費者教育推進会議の開催等に向けて準備を整えているところです。

法の成立後、地方公共団体や消費者団体、事業者団体の方々から、多くの御質問や御意見を頂きました。そこで、それらの御質問等に対する回答を整理して、この新しい法律についての御理解を深めていただく一助となるように、一問一答の形式にまとめ、お示しすることにしました。

今後、消費者庁に設置された消費者教育推進会議において、内閣総理大臣と文部科学大臣が、消費者教育の推進に関する基本的な方針（基本方針）の案を作成し、同会議等の意見を聴いた上で閣議決定することになります。今後も皆さまから頂く御質問等を踏まえ、内容を充実していきたいと思えます。

## 目次

1 全般	5
質問 1 消費者教育の推進に関する法律（以下「推進法」という。）が制定されたのはどのような背景からですか。	5
質問 2 推進法は「議員立法」により制定されたといわれますが、それはどんな意味ですか。	8
質問 3 なぜ今の時代に制定されたのですか。	8
質問 4 消費者基本法と、推進法はどのような関係ですか。	9
質問 5 推進法の所管省庁、所管課はどこですか。	9
質問 6 地方公共団体に義務が課せられる規定には何がありますか。	10
質問 7 消費者教育の推進は消費者の生活に密着して行うことが求められると考えられますが、国と地方公共団体との役割分担について、どのように整理されているのですか。	11
2 目的（第 1 条関係）	12
質問 8 この法律の目的は一言で言うと何ですか。	12
質問 9 推進法上の「交渉力の格差」「自立支援」「消費者の権利」などの概念は、消費者基本法にも登場しますが、同じ概念ですか。	12
3 定義（第 2 条関係）	13
質問 10 消費者教育の意義を詳しく説明してください。	13
質問 11 「これに準ずる啓発活動」（第 2 条第 1 項）とは、どのような啓発活動が含まれるのですか。	14
質問 12 「消費者市民社会」の意義をもう少し具体的に説明してください。なぜ消費者教育の法律にこのような概念が登場するのでしょうか。	15
質問 13 「持続可能な社会」という概念は環境問題などでよく登場しますが、消費者教育とどう関係するのですか。	17
4 基本理念（第 3 条関係）	18
質問 14 消費者教育の基本理念について説明してください。	18
質問 15 消費者教育が「体系的」に行われなければならないとはどういうことですか。	19
質問 16 「その他の消費者の特性」（第 3 条第 3 項）とは具体的に何を指すのですか。	20

質問 17	「消費者の特性に配慮した適切な方法」(第 3 条第 3 項)とはどのようなことですか。 . . . . .	21
質問 18	「それぞれの場における消費者教育を推進する多様な主体の連携」(第 3 条第 4 項)とは、具体的にはどのようなことですか。 . . . . .	21
質問 19	「他の消費者政策との有機的な連携」とはどのようなことですか。 . . . . .	22
質問 20	「環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育に関する施策との有機的な連携」とはどのようなことをいうのですか。 . . . . .	23
質問 21	消費者教育と環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育は、具体的にどのような形で連携することが想定されますか。 . . . . .	24
5	国・地方公共団体の責務(第 4 条・第 5 条関係) . . . . .	25
質問 22	国の責務はどのように定められていますか。 . . . . .	25
質問 23	地方公共団体の責務はどのように定められていますか。 . . . . .	25
質問 24	国と地方公共団体の責務に違いがありますか、あるとすればどんな点ですか。 . . . . .	25
6	消費者団体・事業者・事業者団体の責務(第 6 条・第 7 条関係) . . . . .	26
質問 25	消費者団体に努力義務が課せられていますが、その内容は何ですか。 . . . . .	26
質問 26	事業者・事業者団体に努力義務が課せられていますが、その内容は何ですか。 . . . . .	26
質問 27	消費者団体と事業者団体との努力義務の内容の違いは何ですか。 . . . . .	27
7	財政上の措置(第 8 条関係) . . . . .	28
質問 28	国と地方公共団体とで財政上の措置の内容は違いますが、それはなぜですか。 . . . . .	28
8	基本方針(第 9 条関係) . . . . .	28
質問 29	基本方針に定めるべき事項は、具体的にはどのようなことですか。 . . . . .	28
質問 30	基本方針の案の作成から公表に至るまでの手順について説明してください。 . . . . .	28
質問 31	最初の基本方針は、いつ頃公表される予定ですか。 . . . . .	29
質問 32	基本方針は、消費者基本法の消費者基本計画との調和が保たれたものでなければならない(第 9 条第 3 項)とされていますが、具体的にはどのようなことですか。 . . . . .	29

9	消費者教育推進計画（第 10 条関係）	30
質問 33	「都道府県消費者教育推進計画」と「基本方針」との違いは何ですか。...	30
質問 34	「市町村消費者教育推進計画」はどのようなものですか。「都道府県消費者教育推進計画」との違いは何ですか。...	30
質問 35	国の場合と同様に既に消費者基本計画を策定し、それに基づき消費者教育も推進している場合も、あえて推進計画を策定する必要があるのですか。...	31
10	消費者教育推進会議（第 19 条関係）	32
質問 36	消費者教育推進会議の「委員相互の情報の交換及び調整」とは何を指すのですか。...	32
質問 37	消費者教育推進会議での「委員相互の情報の交換及び調整」は、具体的にどのように行うのですか。...	33
質問 38	委員として、第 3 項に列挙されている者は全て含めなければならないのですか。...	34
質問 39	消費者や事業者という個人の委員はどのようにして選定するのですか。...	34
質問 40	いつ頃、消費者教育推進会議の委員が決まる予定ですか。...	34
11	消費者教育推進地域協議会（第 20 条関係）	35
質問 41	消費者教育推進地域協議会には、第 20 条第 1 項に列挙されている者を、全て含めなければならないのですか。...	35
質問 42	国の消費者教育推進会議と地方公共団体の消費者教育推進地域協議会との違いは何ですか。...	35
質問 43	都道府県や政令市等では消費者行政に関する審議会や協議会等が既に存在しています。そのようなものとは別に、消費者教育推進地域協議会を組織しなければならないのですか。...	36

## 1 全般

質問1 消費者教育の推進に関する法律（以下「推進法」という。）が制定されたのはどのような背景からですか。

推進法は、第1条で、①消費者教育が（ア）事業者と消費者の情報の質・量及び交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止すること、（イ）消費者が自主的・合理的に行動できるよう自立を支援するために重要であること、②消費者教育の機会を提供されることは消費者の権利であるということを明示しています。その上で、消費者教育に関し、基本理念を定め、国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、その推進に関し必要な事項を定めることにより、消費者教育を総合的かつ一体的に推進することが必要です。

これに至った経緯は以下のとおりと考えられます。

消費者教育の必要性は、昭和30年代後半から主張されてきました。例えば第1次国民生活向上対策審議会の答申（昭和38年6月15日）では、消費者保護のための基本的政策のひとつとして「消費者教育ならびに消費者保護に関する広報活動に力を注ぐこと<sup>1</sup>。」が挙げられました。さらに、第1次国民生活審議会答申（昭和41年11月4日）は、消費者保護組織及び消費者教育に関する答申として、消費者教育の現状と問題点、それに対する対策を提示しています<sup>2</sup>。

当時から「国民生活優先」という基本的理念が行政一般に浸透することが重要とされつつも、「当面まず国、地方公共団体、民間団体を通ずる消費者保護のための組織をどのように形成するか、つぎに消費者教育の内容をいかに変動する経済社会に適合させていくかという二つの問題の解決がきわめて重要」とされていました。消費者政策としては、消費者の「保護」を通じて消費者の利益の擁護・増進を確保するという考え方にに基づき、昭和43年に議員立法により消費者保護基本法（昭和43年法律第78号）が制定されました。

その後、広範な分野にわたる規制緩和、IT化、国際化が進展するなどして、消費者を取り巻く環境が変化し、消費者政策の基本的な考え方や施策内容を抜本的に見直す必要が生じ、21世紀にふさわしい消費者政策を構築することが求められるようになりました。第18次国民生活審議会消費者政策部会が発表した「21世紀型消費者政策の在り方について<sup>3</sup>」（平成15年5月）では、消費者を

<sup>1</sup>

[http://www.caa.go.jp/seikatsu/shingikai2/kako/pspc01/toushin/pspc01-toushin\\_1-0.html](http://www.caa.go.jp/seikatsu/shingikai2/kako/pspc01/toushin/pspc01-toushin_1-0.html)

<sup>2</sup>

[http://www.caa.go.jp/seikatsu/shingikai2/kako/spc01/toushin/spc01-toushin\\_1-mokuji.html](http://www.caa.go.jp/seikatsu/shingikai2/kako/spc01/toushin/spc01-toushin_1-mokuji.html)

<sup>3</sup> <http://www.consumer.go.jp/seisaku/shingikai/bukai21/hokokusyo.pdf>

保護の対象ではなく、権利の主体として位置づけ、消費者の権利を明示することが必要とされました。この答申により消費者保護基本法の改正機運が高まり、各政党において同法の見直しが議論され、平成 16 年に同法が議員立法により改正されました。法律の題名を「消費者基本法」と変更するとともに、「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立の支援」を消費者政策の基本とすること等が規定されました。

このように消費者基本法において、消費者の自立支援が政策の基本に置かれる中で、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供されることが消費者の権利であることを尊重することが規定される（同法第 2 条）とともに、「国は、自立を支援するため、・・・消費者が生涯にわたって消費生活について学習する機会があまねく求められている状況にかんがみ、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて消費生活に関する教育を充実する」（第 17 条）ことが規定されました。

学校教育においても、学習指導要領<sup>4</sup>で、家庭科や社会科に消費生活に関する事項が取り入れられ、実際に消費者教育が行われるようになってきています。すなわち、平成元年の学習指導要領改訂の際に、消費者教育が導入され、その後、平成 10 年及び平成 11 年の改訂を経て、平成 20 年 3 月には、学校教育の目標が、児童生徒の生きる力を育むことを目指し、生涯にわたり学習する基盤が培われるよう、基礎的な知識及び技能を習得させるとともに、これらを活用して課題を解決するために必要な思考力、判断力、表現力等の能力を育み、主体的に学習に取り組む態度を養うことであるとされ、その理念を踏まえた新学習指導要領が平成 23 年度から小学校で全面実施、平成 24 年度から中学校で全面実施されており、平成 25 年度から高等学校で年次進行で実施されることとなっています。また、生涯学習の一環として、各地で行政や各種団体により、消費者に対する啓発や情報提供を中心とした活動も展開されています。

しかしながら、このように消費者教育が、学校教育に本格的に導入されてから 20 年以上が経ち、法律に消費者教育を受ける権利が明記されても、まだまだ国民に消費者教育が浸透しているとは到底言いがたい現状にあります<sup>5</sup>。

消費者庁では平成 22 年 11 月から消費者教育推進会議<sup>6</sup>を開催し、平成 24 年 4

---

<sup>4</sup> 学習指導要領については以下を参照。

[http://www.mext.go.jp/a\\_menu/shotou/youryou/main4\\_a2.htm](http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/youryou/main4_a2.htm)

<sup>5</sup> 『平成 20 年度版国民生活白書』146 ページ以下参照

[http://www5.cao.go.jp/seikatsu/whitepaper/h20/10\\_pdf/01\\_honpen/pdf/08sh\\_0203\\_02.pdf](http://www5.cao.go.jp/seikatsu/whitepaper/h20/10_pdf/01_honpen/pdf/08sh_0203_02.pdf) 平成 20 年の国民生活選好度調査では、「消費者教育を受けたことがある」と答えた人は、全体の 11.4%にとどまっている。義務教育で本格的な消費者教育を受けていない層では、すべての年代で 9 割以上の人々が消費者教育を受けたことがない、と回答している。

<sup>6</sup>平成 22 年 3 月に閣議決定された消費者基本計画に基づき、多様な消費者教育を連携して

月に「消費者教育の推進のための課題と方向」を取りまとめました<sup>7</sup>。そこにも「課題」として、学校での消費者教育推進のために必要な教員の研修機会が確保できないこと、授業時間を十分に確保し難いこと、教材等が提供されていても活用し切れていないこと、社会では消費者教育を実施する多様な主体が存在するがそれに対する支援や主体間の連携が十分図れる状況にないことなどが指摘されています。

このような背景から、消費者が必要な情報を得て、自主的かつ合理的に行動できるよう、幼児期から高齢期までの生涯にわたり、それぞれの時期に応じ、また、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において、消費者教育を総合的かつ一体的に推進することが強く求められるようになりました。

さらに、日常生活において、利便性の向上が追求され、経済社会が大量生産・大量消費型へと移行する中で、資源やエネルギーの消費量も増加の一途をたどったことから、地球温暖化のような環境問題の原因が、産業活動のみならず、消費活動によるところも大きいとの認識が広がっていきました。消費者には環境に配慮した商品の選択や、エネルギーの節約など、日常の消費生活における省資源・省エネルギー等環境に配慮した行動の実践が求められるようになりました。

さらに、より広い文脈で、個人が、消費者・生活者としての役割において、社会問題、多様性、世界情勢、将来世代の状況などを考慮することによって、社会の発展と改善に積極的に参加する社会である「消費者市民社会（Consumer Citizenship）」への転換が求められているという考え方が広がっていきました。これに対応し、消費者教育においても、自らの社会的役割を自覚しつつ積極的に社会に参加する消費者を育成することをも消費者教育の主要な課題の一つであることが強く認識されるようになりました。すなわち、個々の消費者の自立を支援するだけでなく、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、公正かつ持続可能な社会の形成に参画し、その発展に寄与することができる主体としての消費者の育成も期待されるようになりました。そのいわば牽引役として推進法が制定されたという側面もあります。

---

体系的に進める体制を確立するため、関係省庁、学識経験者、消費者団体、教育関係者等をメンバーとして消費者庁にて開催されていた会議。

<sup>7</sup>『消費者教育推進のための課題と方向』－消費者教育推進会議の報告－（平成24年4月6日公表）

[http://www5.cao.go.jp/seikatsu/whitepaper/h20/10\\_pdf/01\\_honpen/pdf/08sh\\_0203\\_02.pdf](http://www5.cao.go.jp/seikatsu/whitepaper/h20/10_pdf/01_honpen/pdf/08sh_0203_02.pdf)

質問2 推進法は「議員立法」により制定されたといわれますが、それはどんな意味ですか。

推進法案は、島尻安伊子議員、磯崎陽輔議員、木庭健太郎議員、大河原雅子議員、金子恵美議員、福島瑞穂議員の6名の参議院議員により、第180国会に提出されて成立したものです。

「議員によって法律案が発議され、成立した法律」は、一般に「議員立法」と呼ばれています。国会が「国の唯一の立法機関である」と定めた憲法第41条からすれば、「議員が立法を行うこと」は当然のようですが、内閣が法律案を作成して国会に提出するもの（「内閣立法」）があり、内閣立法と対比する趣旨で、「議員立法」という表現が用いられてきました。<sup>8</sup>

質問3 なぜ今の時代に制定されたのですか。

消費者教育の必要性は昭和30年代から言われてきています。そして、平成に入り、学習指導要領に消費者教育が導入され、学校でも消費者教育が行われ、各地の消費生活センターや消費者団体の活動でも、各種の啓発事業も実施されています。しかしながら、社会の高齢化、グローバル化、情報化、サービス化が進むにつれ、消費者が身につけておくべき知識は日々変化しています<sup>9</sup>。

例えば、情報通信に関する知識などは、日進月歩であり、かつて学校で学んだ知識は、社会に出たときには過去の知識となってしまいます。他方、消費者として主体的に判断できるようにするなど、意思決定の在り方については、学校教育を終える頃までに身につけることが望まれます。

消費者は、生涯にわたって消費生活について学習する機会があまねく求められ、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じ、消費生活に関する教育を充実する必要があります。このためには、従来様々な場で実施されてきた消費者教育を、総合的かつ一体的に推進することが必要とされるのです。

<sup>8</sup> 衆議院法制局

[http://www.shugiin.go.jp/itdb\\_annai.nsf/html/statics/housei/html/h-giinrippou.html](http://www.shugiin.go.jp/itdb_annai.nsf/html/statics/housei/html/h-giinrippou.html) 参照

<sup>9</sup> 質問1も参照のこと。

質問4 消費者基本法と、推進法はどのような関係ですか。

いずれの法律も、消費者の利益の擁護及び増進に関し、国政に重要なウェイトを占める分野についての国の制度、政策等に関する基本方針を明示した基本法の性格を持つものである点で共通しますが、消費者基本法が、広く消費者の利益の擁護及び増進に関し、基本理念を定め、国等の責務を明らかにするとともに、その施策の基本となる事項を定めたものであるのに対し、推進法は、特に、消費者教育に関し、消費者基本法に定められた理念、責務、施策の基本となる事項を具体化し、総合的かつ一体的に推進を図るためのものと解されます。消費者基本法第10条第1項が求める「この法律の目的を達成するため、必要な関係法令の制定」に当たると考えられます。

質問5 推進法の所管省庁、所管課はどこですか。

推進法第4条第1項で国の責務が規定され、同条第2項で「内閣総理大臣及び文部科学大臣は、前項の施策が適切かつ効率的に策定され、及び実施されるよう教育の推進に関する施策を推進しなければならない」としています。第9条の基本方針の策定も、「内閣総理大臣及び文部科学大臣」が主語となっています。第19条では消費者教育推進会議は消費者庁に置くとしています。

推進法の成立に併せて、消費者庁及び消費者委員会設置法（平成21年法律第48号）の一部が改正され、「消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号）第9条第1項に規定する消費者教育の推進に関する基本的な方針の策定及び推進に関する事」が消費者庁の所掌事務に加えられました（消費者庁及び消費者委員会設置法（第4条第13号の2）。なお、推進法の公布に当たっては、内閣総理大臣と文部科学大臣が署名大臣となっています。

消費者庁では消費生活情報課が所管課で、文部科学省では生涯学習政策局男女共同参画学習課が窓口となっています。

質問6 地方公共団体に義務が課せられる規定には何がありますか。

推進法では、第5条において、地方公共団体が、その地方公共団体の区域の社会的、経済的状況に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有するとされています。

その上で、国及び地方公共団体に対する義務が課せられる規定として、学校における消費者教育の推進（第11条）、大学等における消費者教育の推進（第12条）、地域における消費者教育の推進（第13条）、人材の育成（第16条）が規定されています。

さらに、地方公共団体に対する努力義務が課せられる規定として、財政上の措置（第8条第2項）、都道府県消費者教育推進計画等の策定（第10条）、教材の充実等（第15条）、調査研究等（第17条）、情報の収集及び提供等（第18条）、消費者教育推進地域協議会の組織（第20条）が規定されています。

なお、ここで義務が課せられる規定とは、条文上、「・・・講じなければならない」「・・・するものとする」と規定されたものをいい、努力義務が課せられる規定とは、「・・・と努めなければならない」「・・・と努めるものとする」と規定されたものをいいます。第5条において、地方公共団体が消費者教育の推進施策を実施する責務を有するとされていることから、努力義務規定であっても、区域の社会的、経済的状況に応じてその実施の責務を負うものと解されます。

質問7 消費者教育の推進は消費者の生活に密着して行うことが求められると考えられますが、国と地方公共団体との役割分担について、どのように整理されているのですか。

国は、「消費者教育の推進に関する総合的な施策を策定し、及び実施する責務を有する」（推進法第4条第1項）とされ、消費者教育の推進についての基本的な方針を定める義務が課せられている（第9条）。消費者庁に消費者教育推進会議を置いて、消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して情報の交換及び調整を行うこと、基本方針の案につき意見を聴くことなどが定められています。

これに対し、地方公共団体は、「消費生活センター、教育委員会その他の関係機関相互の緊密な連携の下に、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の社会的、経済的状况に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する」とされています（第5条）。その地域の状況に応じた消費者教育の施策の策定と実施が期待されています。

都道府県及び市町村は、国の定めた基本方針を踏まえ、それぞれその区域の社会的、経済的状况に応じ（第5条）、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を定めるように努めなければならない（第10条）とされています。

## 2 目的（第1条関係）

質問8 この法律の目的は一言で言うと何ですか。

この法律は、「消費者教育を総合的かつ一体的な推進」することを直接の目的としています。さらに、これにより期待される目的として「国民の消費生活の安定及び向上に寄与すること」を掲げています。

質問9 推進法上の「交渉力の格差」「自立支援」「消費者の権利」などの概念は、消費者基本法にも登場しますが、同じ概念ですか。

消費者基本法は、「消費者と事業者との間に情報の質及び量並びに交渉力等の格差」が存することを前提として、消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念を定め、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図ることを目的としたもの（第1条）ですが、これは、消費者法や消費者行政全般にわたる基本的な考え方を示したものであり、推進法は、特に、消費者教育に関し、消費者基本法に定められた理念、責務、施策の基本となる事項を具体化し、総合的かつ一体的に推進を図るために制定されたものと解されます。したがって、「交渉力の格差」「自立支援」「消費者の権利」などの概念は、消費者基本法と同じ内容のものと解されます。

### 3 定義（第2条関係）

質問10 消費者教育の意義を詳しく説明してください。

推進法第2条第1項では、「消費者教育」とは、「消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動をいう」と定義しています。

まず、消費者教育は、消費者基本法第17条と同様「消費者の自立を支援するため」に行われるものであることを明らかにしています。

ただし、この際こうした消費者教育には、「消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性についての理解及び関心を深めるための教育も含む。」ことを明らかにしています。すなわち、消費者の自立支援のための消費者教育と消費者市民社会の形成に参画することの重要性についての理解及び関心を深めることとは、別のものではなく、相互に関連しており、後者は前者に含まれるという認識を示しているのです。

さらに、消費者教育は、「消費者の自立を支援するため」に行われる消費生活に関する教育に加え、「これに準じる啓発活動」も含まれるものとして定義されています。これは、とりわけ学校以外の場においては、様々な主体が多様な分野の教育・啓発的な活動に取り組んでおり、消費者教育をそれに準じる啓発活動から区別することは困難であり、また、あえて区別する実益もないとの考え方によるものと解されます。

なお、日本消費者教育学会によれば<sup>10</sup>、「消費者教育とは、消費者が商品・サービスの購入などを通して消費生活の目標・目的を達成するために必要な知識や態度を習得し、消費者の権利と役割を自覚しながら、個人として、また社会の構成員として自己実現していく能力を開発する教育である」ということです。

<sup>10</sup> 『新消費者教育 Q&A』 日本消費者教育学会編（2007年9月30日発行）P.7

質問 11 「これに準ずる啓発活動」（第 2 条第 1 項）とは、どのような啓発活動が含まれるのですか。

『広辞苑』（第 6 版）によると、教育とは、「教え育てること。望ましい知識・技能・規範などの学習を促進する意図的な働きかけの諸活動。」とされています。それに対して啓発とは、「知識をひらきおこし、理解を深めること。」とされています。また、『大辞林』（第 2 版）によると、教育とは、「他人に対して、意図的な働きかけを行うことによって、その人間を望ましい方向へ変化させること。広義には、人間形成に作用するすべての精神的影響をいう。」とされ、啓発とは、「人々の気がつかないような物事について教えわからせること。」とされています。

人権教育及び人権啓発の推進に関する法律（平成 12 年法律第 147 号）第 2 条では、「人権教育とは、人権尊重の精神の涵養を目的とする教育活動をいい、人権啓発とは、国民の間に人権尊重の理念を普及させ、及びそれに対する国民の理解を深めることを目的とする広報その他の啓発活動（人権教育を除く。）をいう」としています。

上記のことから、「教育」が意図的な働きかけにより、学習を促進するものである一方、「啓発」は、知識のレベルで、気がつかなかった物事を分からせることを意味しているように見えます。

一般に、具体的な活動が、教育と啓発のいずれに当たるかの判断は困難です。

推進法の消費者教育の定義は、「消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育」となっています。これまでも、消費者行政や消費者団体等が主体となって、消費生活に関する知識の普及及び情報の提供等様々な啓発活動を行ってきました。それらの活動が消費者の自立を支援するものであれば、「これに準ずる啓発活動」として、消費者教育の定義に含まれることとしたものであると解されます。

質問 12 「消費者市民社会」の意義をもう少し具体的に説明してください。なぜ消費者教育の法律にこのような概念が登場するのでしょうか。

推進法第2条第2項では、「消費者市民社会とは、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をいう。」としています。

「消費者行政推進基本計画」（平成20年6月27日閣議決定）には、消費者市民社会とは、「個人が、消費者としての役割において、社会倫理問題、多様性、世界情勢、将来世代の状況等を考慮することによって、社会の発展と改善に積極的に参加する社会を意味しており、生活者や消費者が主役となる社会そのものと考えられる。」と記載されています。

消費者庁の設立に向けた検討においては、消費者基本法の理念である「消費者の利益の擁護及び増進」「消費者の権利の尊重及びその自立の支援」の観点から、政府のこれまでの施策や行政の在り方を積極的に見直す「行政のパラダイム転換」が求められ、消費者・生活者が主役となる社会を実現しなければならないとされました。そして「消費者を主役とする政府の舵取り役」として消費者庁が創設されました<sup>11</sup>。

消費者市民社会を形成することは、消費者庁創設の理念と同じく、消費者を主役として各主体が連携し協働する社会を築くということです。そして、消費者市民社会の形成に参画しその発展に寄与する消費者の育成は、消費者や生活者が主役の社会を作る上で必要であり、消費者の自立を支援するために行われる消費者教育に当然含まれるものと考えられます。

具体的にいうと例えば、消費者が「単に、受身の立場で「買う・買わない」を決めるだけでなく、自分がこの商品を買う（この事業者と取引をする）ことが、相手方事業者あるいは市場にどういう影響を与えるだろうかと意識して行動すること。よく消費者は、選挙民が選挙権を行使することにたとえられ主権者だといわれる。・・・企業の姿勢をも評価する、あるいは企業に対して注文することも消費者には求められて<sup>12</sup>」います。

また、何かの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という行動は、当該個人の救済につながるばかりでなく、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ます。

<sup>11</sup> 『消費者行政推進基本計画』（平成20年6月27日閣議決定）

<sup>12</sup> 『消費者市民社会の制度論』佐藤祐介・松岡勝実編 成文堂 P.11 参照

市民として社会の形成に参画するという考え方は、今までの消費者教育の中に含まれていなかったわけではありませんが、推進法において、消費者教育の定義に、明確に規定されたことにより、消費者教育の、生活者や消費者が主役となる社会の構築に参画する消費者を育成するという側面に、一層光を当てることとなったといえるでしょう。

質問 13 「持続可能な社会」という概念は環境問題などでよく登場しますが、消費者教育とどう関係するのですか。

持続可能な社会とは、環境教育等による環境保全の取組の促進に関する法律（平成 15 年法律第 130 号）では、第 1 条で「健全で恵み豊かな環境を維持しつつ、環境への負荷の少ない健全な経済の発展を図りながら持続的に発展することができる社会」をいうと定義されています。

消費者は、消費生活において、販売・購入という過程だけでなく、使用・廃棄・再生という過程にもかかわっています。将来世代のニーズを危険にさらさないよう、自然資源、有害物質及び廃棄物、汚染物質の排出を最小限に抑えつつ、基本的ニーズに対応し、より良い生活の質をもたらす財及びサービスの使用を「持続可能な消費」というとされています<sup>13</sup>。持続可能な社会を構築するに当たっては、消費者が「持続可能な消費」を実践する必要があることから、環境問題だけでなく消費者問題においても、持続可能という概念を理解し、持続可能な社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めることも、消費者教育の重要なテーマとなりうるのです。

世界に目を向けると、「OECD 消費者政策委員会が 2009 年に公表した消費者教育政策提言で持続可能な消費が重要課題に位置づけられていることにみられるように、国際社会は持続可能な生産と消費の実現に向けて努力を続けており、日本が持続可能な消費の実現に向けた教育に取り組むことの国際的意義は、大きい<sup>14</sup>」といえます。この持続可能な消費という概念は、国連消費者保護ガイドライン（1999 年改訂）でも提唱された世界的な消費者教育の課題です。

<sup>13</sup> オスロ持続可能な消費シンポジウム(1994 年)の定義による

<sup>14</sup> 『消費者教育推進のための課題と方向』(前出脚注 7)6 ページ参照

#### 4 基本理念（第3条関係）

質問 14 消費者教育の基本理念について説明してください。

まず、消費生活に関する知識を修得し、適切な行動に結びつける実践的能力が育まれる（第3条第1項）、主体的に消費者市民社会の形成に参画、発展に寄与できるようその育成を積極的に支援する（第2項）という2点を旨として消費者教育が行われなければならないことが規定されています。

そして、消費者教育を体系的に推進すべく、幼児期から高齢期までの各段階に応じて、また、年齢・障害の有無等の消費者の特性（第3項）や、場（学校、地域、家庭、職域）の特性に応じた適切な方法により、多様な主体間の連携及び他の消費者施策との有機的な連携を図ること（第4項）が求められています。さらに、消費者市民社会の形成に関し、多角的な視点に立った情報を提供すること（第5項）、非常時（災害時）の合理的行動のための知識や理解を深めること（第6項）、環境教育、食育、国際理解教育等の消費生活に関連する教育との有機的連携を図るように配慮すること（第7項）が挙げられています。

質問 15 消費者教育が「体系的」に行われなければならないとはどういうことですか。

消費者教育を「体系的に行う」（第3条第3項）というのは、消費者教育の目的・理念に基づいて、消費者に求められる諸能力を発展させることができるよう、断片的でなく、かつ重複のない、体系的な教育を受ける機会を提供することです。そして、全体目標に向けて、消費生活の主要な対象領域別に、幼児期から高齢期までの消費者の発達段階と消費生活の特徴を加味してライフステージごとの目標及び内容を設定して実施することが求められます<sup>15</sup>。

これまで各地方公共団体による消費者行政や各種団体による被害・危害防止のための消費者教育・啓発活動が進められてきました。その中には、単発的な啓発活動ではなく、消費者リーダーを育成するような研修も実施されています。しかし、このような形の消費者教育の場が存在しても、そこに参加する者は、もともと消費者問題に興味があるような者に限定されがちです。

学校教育においても、特に平成以降は学習指導要領が改訂され、家庭科や社会科、公民科に消費者教育に関わる事項が盛り込まれています。それにもかかわらず平成20年版の国民生活白書によると、消費者教育が学校教育に本格的に導入された時期に小中学校、高等学校に在籍していた人の半数以上が消費者教育を受けた実感がないと答えています。また、同白書では、学校における消費者教育は、主に環境に関する知識の習得に効果が出ているものの、契約・悪質商法に関する知識にはあまり効果が表れていないとされています。このように消費者教育の機会は提供されているものの、国民一人一人の身につく状況には至っていないと考えられます。

こうした現状を背景に、消費者教育の体系的実施が求められているものです。

---

<sup>15</sup> 消費者庁では、平成24年9月から12月に開催した「消費者教育推進のための体系的プログラム研究会」を開催した。 <http://www.caa.go.jp/information/index14.html>

質問 16 「その他の消費者の特性」（第 3 条第 3 項）とは具体的に何を指すのですか。

消費者の特性の例示として年齢、障害の有無が挙げられていますが、消費者の特性はその 2 つに限らないことから「その他」が付加されています。

例示として挙げられている年齢、障害の有無といった特性について、特に配慮する必要があるのは言うまでもありませんが、その他にも、場合によっては、性別や、消費生活に関する知識の量、就業状態（子育てのために離職している主婦か、学生か、職場でいわゆるサラリーマンとして働いているかなど。）等の特性についても、配慮することが考えられます。

質問 17 「消費者の特性に配慮した適切な方法」(第 3 条第 3 項)とはどのようなことですか。

消費者ごとに、時間的な余裕の有無やパソコンが利用できるか否かなどの事情が違います。また、その対象年齢層によりどのような被害が多発しているかも異なります。消費者教育は、消費者の特性に配慮した方法で行う必要があります。

また、消費者教育の方法には、集合研修でも人数による違い(教室等での講義形式、グループワーク)もあり、講義、ビデオ等の映像、ロールプレイ、コント、寸劇、落語などの伝達方法による違いなども想定されます。消費生活センター、商品テスト機関、工場等を訪問するような実地研修もあり得ます。eラーニングシステムを用いるなど、動画も配信した研修講座を設ける、あるいはメディアとタイアップしラジオ講座で消費者教育を取り上げるといった独学を基本とする方法も考えられます。これらの中から、その消費者の特性に応じて方法を選択できることが望ましいでしょう<sup>16</sup>。

質問 18 「それぞれの場における消費者教育を推進する多様な主体の連携」(第 3 条第 4 項)とは、具体的にはどのようなことですか。

消費者教育は、学校、地域、家庭、職域その他生活における様々な場面で実施されなければなりません。その際、それぞれの場において消費者教育を実施する多様な主体の連携を確保し、効果的に実施する必要があります。

例えば、学校であれば、消費者教育も教師が教育主体となりますが、地域では地方公共団体が設置した消費生活センターや、弁護士や司法書士、相談員なども参加した消費者団体が、実社会に生じている消費者問題をテーマとした講座を設けていることも多く、そのような団体と学校とが連携して外部講師による講座(いわゆる「出前講座」)を実施することが考えられます。

また、地域であれば、例えば民生委員や介護福祉士など、高齢者福祉の担当者が地域密着で活動しています。こうした福祉関係者の見守り活動においては、生活関連情報の提供はなされており、福祉関係者に消費者問題の専門家が連携することで、時宜にかなった質の高い情報が効果的に提供されるということが考えられます<sup>17</sup>。

<sup>16</sup> 『新消費者教育 Q&A』(前出脚注 10)P.24 以下も参照

<sup>17</sup> 『消費者教育推進のための課題と方向』(前出脚注 7)参照

質問 19 「他の消費者政策との有機的な連携」とはどのようなことですか。

推進法第 3 条第 4 項では、消費者基本法第 2 条第 1 項と同様に、「消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策」「消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策」を消費者政策として定義しているところです。そのため、推進法第 3 条第 4 項にいう「他の消費者政策」とは、消費者基本法第 2 条第 1 項に掲げる消費者の諸権利の尊重と自立の支援を基本として実施される政策のうち、消費者教育の推進に関する施策を除いたものを指します。

具体的には、同法第 2 章基本的施策（第 11 条から第 23 条まで）で規定する、安全の確保、消費者契約の適正化、計量の適正化、規格の適正化、広告その他の表示の適正化、公正自由な競争の促進、意見の反映及び透明性の確保、苦情処理及び紛争解決の促進、高度情報通信社会の進展への的確な対応、国際的な連携の確保、環境の保全への配慮、試験、検査等の施設の整備等といった基本的施策です。

消費者政策において基本的施策とされる事項は、その施策の効果的な推進のためには、消費者教育が必要であり、また、相互の関連性を持たせることで時宜に応じた消費者教育を効果的に実施することができます。したがって、消費者政策の担当部署と消費者教育の担当部署とが常に密接に連絡を取り合うような体制を構築することが望ましいと考えられます。

質問 20 「環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育に関する施策との有機的な連携」とはどのようなことをいうのですか。

環境教育は、環境教育等による環境保全の取組の促進に関する法律、食育は、食育基本法（平成 17 年法律第 63 号）に基づいて、それぞれ推進されています。国際理解教育は、特に法律では規定されていませんが、平成 12 年以降学習指導要領の中の総合的な学習の時間の中で学習活動として取り扱うことが例示されています<sup>18</sup>。その他としては、法教育<sup>19</sup>、金融教育<sup>20</sup>、経済教育<sup>22</sup>などが実践されています。

環境教育は持続可能な社会を考えるという点で消費者教育と重なり合い<sup>23</sup>、食育は食に関する消費者教育と重なり合います。国際理解教育は、社会経済の国際化の進展に合わせ、海外の文化や物品、外国の人々との接点を理解させ、地球規模の社会問題（環境や資源など）を考えさせる教育といえますが、これは国際化された社会の中での消費者教育の分野に重なり合うと考えられます。法教育では契約の自由や契約の責任、消費者問題や消費者保護を扱う分野もあり、これは消費者教育と重なり合います。また、金融教育はお金を稼ぐこと、使うこと、貯める、投資することなどを教えるもので、消費者教育のお金に関する部分を扱うものといえます。経済教育では合理的な意思決定のための経済概念を扱う点で消費者教育と共通しています<sup>24</sup>。

これらの消費生活に関連する教育は、消費者教育とは別の目的や理念で実施されていますが、それぞれ消費者教育と密接な関わりを持っているといえます。その関わりを意識し、有機的な連携を図りながら、消費者教育が展開されることが期待されるのです。

18 「開発教育・国際理解教育ハンドブック」参照

<http://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/edu/kyouzai/handbook/index.html>

19 法務省のウェブサイトとして <http://www.moj.go.jp/housei/shihouhousei/index2.html>

20 金融庁のウェブサイトとして <http://www.fsa.go.jp/teach/chuukousei.html>

21 金融広報中央委員会のウェブサイトとして <http://www.shiruporuto.jp/>

22 内閣府経済社会総合研究所のウェブサイトとして

<http://www.esri.go.jp/jp/archive/education/education.html>

一般財団法人日本経済教育センターのサイトとして

<http://keikyo-center.or.jp/jigy/seisaku.html>

23 『新消費者教育 Q&A』（前出脚注 10）P.39 以下

24 『新消費者教育 Q&A』（前出脚注 10）P.44 以下

質問 21 消費者教育と環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育は、具体的にどのような形で連携することが想定されますか。

食育を例にしますと、内閣府では、「できることからはじめよう!」との考え方の下、『食育ガイド』を発行しています<sup>25</sup>。そこには様々な場面での食育のテーマが挙げられています。例えば、「食べる」というテーマの中で「食べ物の窒息事故の予防」は、消費者教育の安全の領域に関わってきます。「生産から食卓まで」というテーマの中では、「食品表示」という情報の入手、それを見て判断するプロセスなどが消費者教育の情報領域に関わります。

消費者教育の範囲は広いのですが、対象領域ごと、ライフステージごとに体系的な整理をすることで<sup>26</sup>、「その他の消費生活に関連する施策」との関係も明確になり、連携の具体的方策も見出しやすくなると考えられます。

基本方針においては、他の消費者政策との連携とともに、他の消費生活に関連する教育との連携についても明らかにする予定です。

---

<sup>25</sup> <http://www8.cao.go.jp/syokuiku/data/guide/index.html>

<sup>26</sup> 平成 17 年度に内閣府で「消費者教育体系化のための調査研究報告書」がまとめられて以来、「消費者教育の体系シート」を中心とした研究は進められてきた。さらに脚注 14 も参照。

## 5 国・地方公共団体の責務（第4条・第5条関係）

質問 22 国の責務はどのように定められていますか。

第3条の基本理念にのっとり、消費者教育の推進に関する総合的な施策を策定し、実施する責務を負うとされています。あわせて、国の機関のうち、内閣総理大臣と文部科学大臣は、総合的な施策が、適切かつ効率的に策定、実施されるよう、相互に関係行政機関の長と密接に連携・協力を図り、それぞれの所掌する消費者教育を推進しなければならないものとされています。

質問 23 地方公共団体の責務はどのように定められていますか。

第3条の基本理念にのっとり、消費生活センター、教育委員会その他の関係行政機関相互間の緊密な連携の下に、国との適切な役割分担を踏まえて、その区域の社会的、経済的状况に応じた消費者教育の推進施策を策定、実施する責務を有するものとされています。

質問 24 国と地方公共団体の責務に違いがありますか、あるとすればどんな点ですか。

いずれも、基本理念にのっとり、関係機関との連携・協力の下に、消費者教育推進の施策を実施することが責務とされています。

国は内閣総理大臣と文部科学大臣とが中心となって、他の行政機関に働きかけつつ施策を推進することとされているのに対し、地方公共団体は、国との役割分担を踏まえ、その地方公共団体の区域の社会的、経済的状况に応じた施策を策定し、実施することとされています。

## 6 消費者団体・事業者・事業者団体の責務（第6条・第7条関係）

質問 25 消費者団体に努力義務が課せられていますが、その内容は何ですか。

まず、消費者団体は、基本理念にのっとり、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めることとされています。消費者団体が消費者教育推進の自主的な活動をする場合にも、本法の基本理念を踏まえるものとされています。

さらに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われる消費者教育に協力するよう努めることも求められています。学校、地域の行政機関や他の団体等と連携して、消費者教育の担い手となるよう努めることが求められているのです。

質問 26 事業者・事業者団体に努力義務が課せられていますが、その内容は何ですか。

事業者・事業者団体に対して、基本理念にのっとり、国や地方公共団体が実施する消費者教育の推進に関する施策に協力すること、消費者教育の推進のために自主的に活動することを努力義務として課しています。それは、事業者が、商品及び役務を供給する立場において消費者の消費生活に密接に関係しているためです。

なお、事業者・事業者団体に対しては、第14条で「事業者及び事業者団体による消費者教育の支援」も求められています。そこでは、事業者・事業者団体は、消費者団体その他の関係団体との情報交換や連携を通じて消費者の消費生活に関する知識の向上が図られるように努めること（第1項）、事業者は、消費者からの相談等を通じて得られた消費生活に関する情報を広く還元すること

（第2項）、事業者はその従業者に対して研修したり、事業者団体等の実施する講習会を受講させたりして消費生活に関する知識・理解を深めるよう努めること（第3項）、事業者団体は、消費者団体その他の民間団体が行う消費者教育の推進のための活動に対し資金提供その他の援助に努めること（第4項）を求めています。第3項でいう、従業者に対する研修等については、従業者自身を対象とした消費生活に関する知識・理解だけでなく、例えば企業の窓口で消費者に接するために必要となる消費生活に関する知識・理解を深めさせるということも含まれていると解されます。

質問 27 消費者団体と事業者団体との努力義務の内容の違いは何ですか。

いずれも基本理念にのっとり、自主的に消費者教育の推進のための活動を行うことが努力義務とされていることは共通していますが、団体の性格の違いに基づき、努力義務の内容に違いがあります。

消費者団体は、消費者に対する啓発及び教育はその本来的な活動目的の一つであり（消費者基本法第 8 条）、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場で消費者教育を行うことに協力するよう努める（推進法第 6 条）とされています。これに対して、事業者団体は、苦情処理の体制整備、事業者が遵守すべき基準作成の支援等を本来的な活動目的であり（消費者基本法第 6 条）、必ずしも消費者に対する啓発や教育が本来的な目的ではありませんが、商品及び役務を供給する立場において消費者の消費生活に密接に関連しているため、国や地方公共団体の施策に協力するよう努める（推進法第 7 条）とされています。

## 7 財政上の措置（第8条関係）

質問 28 国と地方公共団体とで財政上の措置の内容は違いますが、それはなぜですか。

消費者基本法でも、第10条第2項で国に対しては、必要な財政上の措置を講じなければならないことを明示的に定めています。地方公共団体に対しては、第4条で「国の施策に準じて施策を講ずる」ことが規定されています。推進法もこれに準じて規定されています。

## 8 基本方針（第9条関係）

質問 29 基本方針に定めるべき事項は、具体的にはどのようなことですか。

基本方針において定める事項として、推進法は、①消費者教育の推進の意義及び基本的な方向に関する事項、②消費者教育の推進の内容に関する事項、③関連する他の消費者政策との連携に関する基本的な事項、④その他消費者教育の推進に関する重要事項としています。

具体的には、まず、社会的な背景を踏まえた消費者教育の重要性と、知識だけでなく実践的な能力を育むといった理念を示すこと、また、個々の消費者の年齢、発達段階等に応じた体系的な教育・啓発の機会を提供することや、他の課題と連携することなども基本的な方向性として示すことが考えられます。その上で、学校、大学等、地域、職域の場ごとの教育の方針、教育の担い手の育成の方針、教育のための資源（教材等）の開発・研究の方針などを示すことが考えられます。

その他、国と地方公共団体との連携、役割分担の指針を示すことが考えられます。

質問 30 基本方針の案の作成から公表に至るまでの手順について説明してください。

内閣総理大臣と文部科学大臣が基本方針の案を作成します。その際に、関係行政機関の長と協議し、消費者教育推進会議と消費者委員会の意見を聴くほか、消費者その他の意見を反映するための措置（いわゆるパブリックコメントが想定されます。）を講じます。そして、閣議により決定し、公表することとされています。

質問 31 最初の基本方針は、いつ頃公表される予定ですか。

現時点では、決定の時期等は決まっています。

決定までの手続としては、まず、法律の施行後できる限り速やかに消費者教育推進会議の委員を任命し、基本方針の案を消費者庁と文部科学省で作成し、閣議で決定することとなっています。また、基本方針の案を作成するときは、あらかじめ、関係行政機関の長に協議するとともに、消費者教育推進会議及び消費者委員会の意見を聴くほか、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じることとなっています。

質問 32 基本方針は、消費者基本法の消費者基本計画との調和が保たれたものでなければならない（第 9 条第 3 項）とされていますが、具体的にはどのようなことですか。

消費者基本法では、消費者基本計画を立てて消費者政策を実施することとされています。同法で示す基本的施策の中には、啓発活動及び消費者教育の推進（第 17 条）が掲げられていることから、消費者基本計画の中にも啓発活動及び消費者教育の推進に関する施策が盛り込まれています。したがって、既存の消費者基本計画にも消費者教育に関する施策と、今回、推進法に基づいて策定される基本方針とが重なる部分が生じます。消費者基本計画は消費者政策の大綱を示すものであり、推進法の基本方針は、消費者教育の推進についてその基本的な方針を示すものですから、両者は整合的でなければなりません。

## 9 消費者教育推進計画（第10条関係）

質問33 「都道府県消費者教育推進計画」と「基本方針」との違いは何ですか。

「都道府県消費者教育推進計画」は、国の「基本方針」を踏まえて策定される、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です（第10条第1項）。基本方針が国全体の総合的な施策に関する方針であるのに対し、「都道府県消費者教育推進計画」は、当該都道府県の計画です。国の方針を踏まえて策定されますが、区域の社会的、経済的状况に応じた（第5条）計画であることが望まれます。

質問34 「市町村消費者教育推進計画」はどのようなものですか。「都道府県消費者教育推進計画」との違いは何ですか。

「市町村消費者教育推進計画」は、国の「基本方針」とともに、既に策定されていれば「都道府県消費者教育推進計画」も踏まえて策定する、その市町村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です（第10条第2項）。地方公共団体は、区域の社会的、経済的状况に応じて施策を策定し、実施する責務を有することとされている（第5条）ので、市町村単位できめ細かな対応がなされることが期待されます。

質問 35 国の場合と同様に既に消費者基本計画を策定し、それに基づき消費者教育も推進している場合も、あえて推進計画を策定する必要があるのですか。

国においては、消費者基本法の定める消費者基本計画に加え、推進法に基づき、消費者教育の推進に関する基本方針を定めることが義務となっています。

地方公共団体も国の施策に準じて施策を講ずる責務を有する（消費者基本法第4条）ので、消費者政策全般にかかる計画として消費者基本計画を定めることが求められています。その基本計画においては、消費者教育に関する事項が盛り込まれ、それに基づき消費者教育を実施している場合でも、推進法は、国が策定する基本方針を踏まえ、消費者政策全般の計画だけでなく、特に、消費者教育に関する推進計画を定めるよう努めなければならないとされています。

ただし、直ちに既存の基本計画での施策の内容を変更することを求めるものではありません。消費者教育の推進という推進法の目的に沿ったものであれば、基本計画に基づく施策を継続的に実施することにも意義はありますから、基本計画の次回の見直し時にあわせて策定することも選択肢のひとつです。

## 10 消費者教育推進会議（第 19 条関係）

質問 36 消費者教育推進会議の「委員相互の情報の交換及び調整」とは何を指すのですか。

消費者教育の現状をみると、消費者行政の立場からは、被害情報・危害情報に基づく注意喚起を主とした啓発活動を実施し、被害・危害を未然に防止するよう消費者に働きかけてきました。他方、学校教育においても、家庭科や社会科、公民科の学習内容に、消費生活に関連する知識の教授を盛り込むとともに、消費者の権利と責任といった概念も指導するようになってきています。推進法は、消費者教育を総合的かつ一体的に推進することを目的として制定されたものであるところ、消費者教育推進会議は、消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して、委員相互の情報の交換及び調整を行うことを事務のひとつとして規定されています。

このため、消費者教育推進会議の委員を、「消費者、事業者及び教育関係者、消費者団体、事業者団体その他の関係団体を代表する者、学識経験を有する者並びに関係行政機関及び関係する独立行政法人（独立行政法人通則法（平成 11 年法律第 103 号）第 2 条第 1 項に規定する独立行政法人をいう。）の職員のうちから、内閣総理大臣が任命する」と規定しています（第 3 項）。幅広い分野の者で構成して、それぞれの立場から意見を表明し、情報を交換することによって、より実態に即した消費者教育が実施できるようにしたものです。

また、消費者教育を実施している各主体間の連携が十分ではなく、国や地方公共団体等で作成された教材等が学校に送付されたとしても、有効に活用されていないといった実態があります。教材の充実のためには、消費者教育に関連する実務経験を有する者等の意見を反映した教材の開発とその効果的な提供に努めることが求められます（第 15 条）が、その他の分野においても、消費者教育を推進する様々な主体が一堂に会し、主体間の連携に向けた情報の交換及び調整を行う場を設けることが有意義であろうとの考え方に基づいたものと解されます。

質問 37 消費者教育推進会議での「委員相互の情報の交換及び調整」は、具体的にどのように行うのですか。

消費者教育推進会議は、消費者、事業者及び教育関係者、消費者団体、事業者団体その他の関係団体を代表する者、学識経験を有する者並びに関係行政機関及び関係する独立行政法人の職員といった幅広い分野の代表する委員 20 人以内で構成されます<sup>27</sup>（推進法第 19 条第 3 項、消費者教育推進会議令（平成 24 年政令第 291 号）第 1 条第 1 項）。そこでの情報交換、調整で消費者教育を総合的かつ一体的に推進することが期待されています。

なお、委員による「情報の交換及び調整」を更に充実させるための工夫として、推進法の趣旨を踏まえ、消費者教育推進会議に専門の事項を調査する専門委員も置くことができることとしました（消費者教育推進会議令第 1 条第 2 項）。

---

<sup>27</sup> <http://www.kantei.go.jp/jp/kakugikettei/990524singikai.html> 参照

国の審議会については、審議会等の整理合理化に関する基本的計画(平成 11 年 4 月 27 日閣議決定)により定められた「審議会等の組織に関する指針」にしたがって組織することとされており、委員の人数は原則 20 名以内となる。

質問 38 委員として、第 3 項に列挙されている者は全て含めなければならないのですか。

推進法第 19 条第 3 項では、消費者、事業者及び教育関係者、消費者団体、事業者団体その他の関係団体を代表する者、学識経験を有する者並びに関係行政機関及び関係する独立行政法人の職員のうちから内閣総理大臣が任命するとしています。法文の解釈としては、挙げられたものの「うちから」任命するのですから、全てを含む必要はありません。ただし、幅広い分野の者が条文上に列挙されていることを踏まえ、できる限り幅広い者を含むことが期待されています。

質問 39 消費者や事業者という個人の委員はどのようにして選定するのですか。

推進法や消費者教育推進会議令上は、具体的な選定方法についての定めがありません。団体を代表するという形ではなく、個人の資格で発言する者を広く選定することとなります。

質問 40 いつ頃、消費者教育推進会議の委員が決まる予定ですか。

年明け後のできるだけ早い時期に、第 1 回の会議を開催したいと考えています。

なお、委員の任命権者は内閣総理大臣です。

## 11 消費者教育推進地域協議会（第20条関係）

質問41 消費者教育推進地域協議会には、第20条第1項に列挙されている者を、全て含めなければならないのですか。

推進法第20条第1項では、「消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センターその他の当該都道府県又は市町村の関係機関等をもって構成する」と規定しています。国の消費者教育推進会議（第19条第3項）の規定ぶりとは異なるものの、その所掌事務は国の消費者教育推進会議と都道府県・市町村の消費者教育推進地域協議会とは異なりません。ここでも消費者教育の推進について充実した情報交換等ができるように、幅広い立場の者を消費者教育推進地域協議会委員とすることを趣旨としています。その趣旨にかなうよう、委員を構成することが求められています。

質問42 国の消費者教育推進会議と地方公共団体の消費者教育推進地域協議会との違いは何ですか。

設置について、国（消費者庁）の消費者教育推進会議は必置であるのに対し、都道府県・市町村の消費者教育推進地域協議会は任意設置である点が異なります。

その所掌事務は、いずれも①消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して構成員相互の情報交換及び調整を行うことと、②基本方針や消費者教育推進計画の策定変更に際して意見を述べることの2点であり、これは共通しています。国が全体としての消費者教育の方針を立てるのに対して、都道府県・市町村においては、その区域の特性を踏まえた計画を立てることが期待されていることから、消費者教育推進地域協議会の委員は、その地域ごとの社会的、経済的状況を踏まえて意見を述べることを期待されます。

質問 43 都道府県や政令市等では消費者行政に関する審議会や協議会等が既に存在しています。そのようなものとは別に、消費者教育推進地域協議会を組織しなければならないのですか。

推進法でいうところの消費者教育は、消費者基本法にその根拠を置いていません（消費者基本法第2条、第17条）。このため、消費者政策全般を検討する消費生活審議会等と、消費者教育推進地域協議会とは全く別の行政分野を対象としているわけではなく、重なる部分は当然にあります。そのように考えると、既存の組織を活用し、審議会・協議会にこの消費者教育推進地域協議会の機能を付加させるような方法も考えられます。

ただし、その場合にも、推進法の趣旨に沿って、第20条第1項で規定する幅広い分野からその委員を選定することが必要です。