

○ 消費者教育推進のこれまでの取組①

第一次国民生活審議会「消費者保護組織および消費者教育に関する答申」

昭和41年11月5日

「消費者保護基本法」 昭和43年5月30日施行

- ・消費者の保護に関する施策を実施

「消費者基本法改正」 平成16年6月2日施行

- ・保護から自立支援へ
- ・消費者基本計画策定(5年ごと)

「消費者行政推進基本計画」 平成20年6月20日閣議決定

- ・消費者を主役とする舵取り役として消費者行政を一元化する新組織を創設
- ・「行政のパラダイム転換」

消費者庁設立 平成21年9月1日

消費者教育推進会議(消費者基本法第17条に基づく) 平成22年11月～24年3月

- ・学校、地域、ターゲット別、震災時の消費行動をテーマに議論、中間取りまとめ
- ・体系化、学校での消費者教育、地域での消費者教育の3分科会で議論、「報告書」公表

「消費者教育の推進に関する法律」 平成24年8月22日成立、同12月13日施行

※ 法施行前に消費者教育推進のための体系的プログラム研究会開催、「消費者教育の体系イメージマップ」公表

○ 消費者教育推進のこれまでの取組②

消費者庁に「消費者教育推進会議」設置 平成25年3月6日第1回会議

- ・ 委員相互の情報交換
- ・ 「基本方針」作成に向けた意見交換

「消費者教育の推進に関する基本方針」 平成25年6月28日閣議決定

- ・ 消費者教育推進会議における更なる議論
- ・ 地方公共団体における消費者教育推進協議会の設置、消費者教育推進計画の策定等の取組

「消費者教育推進会議取りまとめ」 平成27年3月5日公表

- ・ 消費者市民社会における消費者の具体的行動例
- ・ 多様な担い手による消費者教育の実践に向けた事例の提示
- ・ 地域における多様な主体の連携・協働に向けた提案・事例の提示

「第二期消費者教育推進会議」 平成27年7月～平成29年6月

- ・ 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の見直しに向けた論点整理
- ・ 社会情勢等の変化に対応した課題

「第三期消費者教育推進会議」 平成29年8月～令和元年7月

- ・ 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の見直し
- ・ 若年者の消費者教育分科会 教員の指導力向上のための方策について取りまとめ 等
- ・ 地域における消費者教育の充実に向けた連携に関する分科会 消費者教育コーディネーターの役割等について取りまとめ

「消費者教育の推進に関する基本方針」変更 平成30年3月20日閣議決定

- ・ 社会情勢等の変化を踏まえた変更
- ・ 重点的に取り組む喫緊の課題を「当面の重点事項」として提示

「第四期消費者教育推進会議」令和元年10月～令和3年9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

消費者教育の推進に関する法律の概要（平成24年12月13日施行(平成24年8月22日公布)）

目的(第1条) ・消費者教育の総合的・一体的な推進 ・国民の消費生活の安定・向上に寄与	国と地方の責務と実施事項	
	国	地方公共団体
定義(第2条) 『消費者教育』 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 『消費者市民社会』 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将来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	責務(第4条) 消費者教育の推進に関する総合的な施策策定、実施	責務(第5条) 団体の区域の社会的経済的状況に応じた施策策定、実施(消費生活センター、教育委員会その他の関係機関と連携)
	財政上の措置(第8条) 推進に必要な財政上の措置その他の措置(地方は努力義務)	
	基本方針(第9条) ・消費者庁・文部科学省が案を作成・閣議決定 ・基本的な方向 ・推進の内容等	都道府県消費者教育推進計画 市町村消費者教育推進計画 ・基本方針を踏まえ策定(努力義務)
	消費者教育推進会議(第19条) 消費者庁に設置(いわゆる8条機関) ①構成員相互の情報交換・調整～総合的、体系的かつ効果的な推進 ②基本方針の作成・変更意見 委員(内閣総理大臣任命) ～消費者、事業者、教育関係者、消費者団体・学識経験者等 ※委員は20名以内、任期2年、幹事、専門委員を置く(政令で規定)	消費者教育推進地域協議会(第20条) 都道府県・市町村が組織(努力義務) ①構成員相互の情報交換・調整～総合的、体系的かつ効果的な推進 ②推進計画の作成・変更意見 構成 ～消費者、消費者団体、事業者、教育関係者、消費生活センター等
基本理念(第3条) ・消費生活に関する知識を習得し、適切な行動に結びつける実践的能力の育成 ・主体的に消費者市民社会の形成に参画し、発展に寄与できるよう積極的に支援	義務付け(国・地方) ○学校における消費者教育の推進(第11条) 発達段階に応じた教育機会の確保、研修の充実、人材の活用 ○大学等における消費者教育の推進(第12条) 学生等の被害防止のための啓発等 ○地域における消費者教育の推進(第13条) 高齢者・障害者への支援のための研修・情報提供 ○人材の育成等(第16条)	
	努力義務(国および地方) ○教材の活用等(第15条) ○調査研究(第17条) ○情報の収集(第18条)	
消費者団体(努力義務)(第6条) ～自主的活動・協力 事業者・事業者団体(努力義務) ～施策への協力・自主的活動(第7条) ～消費生活の知識の提供、従業員の研修、資金の提供(第14条)	(検討)(附則) ○法律の施行後5年を目途として、施行状況に検討を加え、必要がある場合には所要の措置を講ずる。	

- 基本方針＝消費者教育の推進に関する法律(平成24年12月施行)第9条の規定に基づき、
内閣総理大臣及び文部科学大臣が案を作成、閣議で決定。
- 基本方針の位置付け＝誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けることができる
機会を提供するためには、消費者教育を体系的・総合的に推進することが必要
⇒幅広い担い手(国、地方、消費者団体、事業者等、消費者自身)にとっての指針
- 手段＝幅広い担い手の支援・育成、担い手間の連携、情報共有の促進

- 当面の重点事項
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
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
- ※具体的に推進する施策は、赤枠箇所

I 消費者教育の推進の意義

消費者を取り巻く
現状と課題

・家計消費は国内総生産(GDP)の過半数(291.9兆円／538.4兆円)
⇒消費者の安全・安心の確保は、消費の拡大、更には経済の好循環の実現
にとって大前提
・インターネット利用の拡大、「デジタルコンテンツ」に関する相談件数の増加
・成年年齢引下げについての検討も踏まえた実践的な消費者教育の重要性
・社会の安定と持続可能性の確保のため、消費者が自身の社会的役割を
自覚し、行動することの重要性についての認識の高まり(SDGs)

→

消費者の自立を支援
被害に遭わない消費者、合理的意思決定のできる消費者の育成
さらには、社会の一員として、より良い市場と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(消費者市民社会の形成に参画)

II 消費者教育の推進の基本的な方向

○消費者教育の体系的推進のための取組の方向

幼児期

小学生期

中学生期

高校生期

成人期
特に若者

成人期
成人一般

成人期
特に高齢者

消費者教育は、幼児期から高齢期までの
各段階に応じて体系的に行うべき

・ライフステージに応じた様々な教育の場(学校、地域、家庭、職域等)を活用して効果的に
消費者教育を行う
⇒それぞれのライフステージにおける消費者教育のイメージが様々な主体において共有
されることが重要

・消費者の特性(年齢のほか、性別、障害の有無、消費生活に関する知識の量など)
に配慮し、対象に応じた消費者教育の方法や内容を工夫
⇒例えば、高等学校段階までに契約などについての実践的な消費者教育を行う、
要支援者に対する教育については 本人だけでなくその支援者への働き掛けを行う、など

○各主体の役割と連携・協働

・国と地方公共団体
・消費者行政と教育行政
・地方公共団体と消費者団体、事業者等

地域における多様な主体間の
ネットワーク化
(結節点としての消費者教育推進
地域協議会)

○他の消費生活に関連する教育との連携推進
(環境教育・食育・金融経済教育・法教育・主権者教育等)

III 消費者教育の推進の内容

様々な場における消費者教育

学校

(小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等)

・学習指導要領に基づく実践的な教育
を推進
・その着実な実施について周知・徹底

(大学・専門学校等)
自立した社会人としての育成のため消
費者教育に関する科目等の開設に期待
⇒特色ある取組事例や課題等の情報提
供・啓発

地域
社会

・消費生活センターの拠点化
・社会教育施設等の活用
・国からは情報提供等の支援
・見守りネットワーク構築の促進、その活
用による消費者教育の実施

職域

・職域における消費者教育の内容、事業者
にとってのメリットなどの認識を共有
・事業者の形態、事業分野等に応じた従業
者に対する教育を実施

人材(担い手)の育成・活用

(小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等)

教職員の指導力向上が必要
：教員養成課程や現職教員研修等における
消費者教育に関する内容の充実
⇒実態把握と必要な情報提供
：国民生活センター等の教員向け研修の
活用を推進

(大学・専門学校等)

・地方公共団体や関係団体との連携の枠組みを
構築
・消費者教育推進地域協議会への参画を促進

・消費者団体・NPO等による消費者教育
・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、社会教育施設等の活用

・消費者教育としての、事業者による消費者へ
の情報提供、商品サービスの開発・提供
・積極的な情報提供としての「出前講座」、
「出前授業」の充実に期待

消費生活センター等を拠点とする、多様な主体が連携・協働した体制作り
様々な場における、外部人材を活用した効果的な消費者教育を実現

学校

職域

家庭

消費生活相談員、元教員、NPOの一員など

消費者教育
コーディネーター

多様な関係者や場をつなぐため、
間に立って調整

育成・配置の促進

消費生活相談員や専門家
(弁護士、司法書士、行政
書士等)などの外部人材

【19都道府県】

IV 関連する他の消費者施策との連携

○食品と放射能に関する理解増進 ○事故・トラブル情報の迅速的確な分析・原因究明
○食品表示の理解増進

V 今後の消費者教育の計画的な推進

4

若年者への消費者教育の推進

成年年齢の引下げを見据え（※）、若年者の消費者被害の防止・救済のため、また自立した消費者の育成のため、**若年者への実践的な消費者教育の推進**は喫緊の課題

※成年年齢を引き下げる民法の改正は、平成30年6月13日可決、同月20日公布（令和4年4月施行予定）

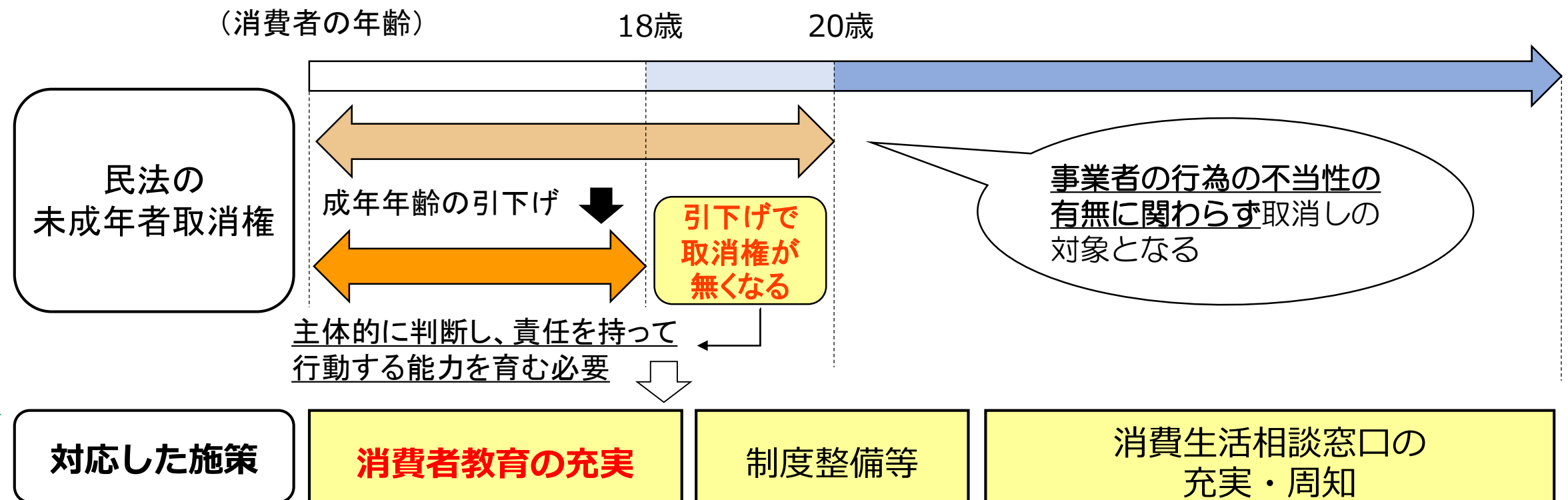
佐々木さやか君

（平成30年3月5日参議院・予算委員会）

この成年年齢の引下げに当たっては、若者がその年齢でしっかりと自立するという、それだけの環境整備、これが重要だと思っております。（中略）学生の皆さんとか若い皆さんとお話をしても、もう本当に自分が社会に出て大丈夫だろうか、こういう不安を抱いている方もいらっしゃる、こういう印象を他方で私は受けております。例えば消費者被害とか、そういったことも心配をされるわけでありますけれども、**消費者教育を充実をしたり、いろいろな制度の整備も必要**だろうと思っております。

内閣総理大臣（安倍晋三君）

成年年齢の引下げに係る民法改正法案に関しては、現在、今国会への提出を目指し、所要の進めを進めているところであります。政府としても、委員御指摘の**消費者被害を防止する施策など、成年年齢の引下げに向けた環境整備については、改正法案の成立後も引き続き政府一体となって取り組む必要があるものと認識**をしています。



「消費者教育の推進に関する基本的な方針」

（平成30年3月20日 変更の閣議決定）

「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 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）

社会経済情勢等を踏まえて重点的に取り組むことが求められる喫緊の課題として、若年者への消費者教育を「当面の重点事項」に位置付け

関係省庁（消費者庁、文部科学省、法務省、金融庁）が緊密に連携し、**2018年度から2020年度までを集中強化期間**として、取組を推進

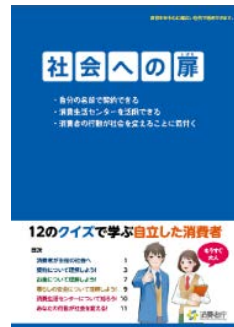
「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」

(平成30年2月20日 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)

関係省庁(消費者庁、文部科学省、法務省、金融庁)が緊密に連携し、2018年度から2020年度までを集中強化期間として、実践的な消費者教育の実施を推進するため、以下の取組を推進

高等学校等における消費者教育の推進

- ・ 学習指導要領の徹底
- ・ 消費者教育教材の開発、手法の高度化
実践的な能力を身に付ける教材「**社会への扉**」を活用した授業の実施の推進等
- ・ 実務経験者の学校教育現場での活用
消費者教育コーディネーターの育成・配置等による実務経験者の活用の推進
- ・ 教員の養成・研修
「若年者の消費者教育分科会」による検討と取りまとめを受けた消費者教育推進会議における審議を踏まえ、**教員による消費者教育の指導力向上のための取組**を推進



大学等における消費者教育の推進

- ・ 大学等と消費生活センターとの連携支援・出前講座の実施
- ・ 大学における講義実施等を通じた正しい金融知識の普及

2020年度までには、

- ・ 全ての都道府県の全高校で「**社会への扉**」を活用した授業が実施されること
- ・ 全都道府県に**消費者教育コーディネーター**が配置されることを目指す

- 教職課程における消費者教育の内容の充実
- 有機的に連携した継続的な体制の構築
- 現職教員に対する講習、研修における講座の開設数の増加及び内容の充実
- 外部人材等の活用及び育成

その他

全ての都道府県等において、**消費者教育推進計画・消費者教育推進地域協議会**の策定・設置を目指す 等

○「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」進捗(2019年度末)抜粋

1 高等学校等における消費者教育の推進

(2)消費者教育教材の開発、手法の高度化【消費者庁・金融庁・法務省・文部科学省】

消費者庁で2016年度に高校生向け消費者教育教材「社会への扉」を作成した。2017年度は、徳島県の全高等学校等(56校、6,900人)で「社会への扉」を活用した授業を実施し、活用事例集を作成・公表した。

2018年度以降は、全国で同様の授業を実施することを目指して、全都道府県への働き掛けを行っている。

2019年度は、各都道府県の努力により前年度(38%)を相当程度上回る67%高等学校等で実践的な授業が実施された(下記表も参照)。また、教員等の授業支援として、地方公共団体が作成した実践事例の消費者庁ウェブサイトでの公表を行った。2019年度における「社会への扉」等の活用実績は下記表のとおりである。2020年度の活用に向けては、47都道府県の高等学校等に「社会への扉」を発送済みである。

さらに、学習成果の定着促進のため「社会への扉」の確認シート(契約編)や、特別支援学校のための支援ツールを作成・公表し活用を促進。【消費者庁】

(表1)2019年度における「社会への扉」の活用実績

消費者教育教材活用校／域内の高等学校等数	都道府県の数
90%以上	3
80%以上～90%未満	16
70%以上～80%未満	9
60%以上～70%未満	7
50%以上～60%未満	7
50%未満	5
合計(注1、2)	47

(注1) 新型コロナウイルス感染症拡大に伴う臨時休業により、活用を計画していたものの、実施できなかった高等学校等があった。

(注2) 全高等学校等での活用実績：67%

(表2)学校種別における活用実績 【単位：都道府県の数】

消費者教育教材活用校／域内の高等学校等数	国公立 高等学校等	私立 高等学校等	特別支援学校	高等専門学校
90%以上	23	4	9	20
80%以上～90%未満	9	4	3	—
70%以上～80%未満	6	3	5	—
60%以上～70%未満	3	6	4	2
50%以上～60%未満	1	6	7	2
50%未満	5	24	19	18
合計(注1、2)	47	47	47	42(注3)

(注1) 新型コロナウイルス感染症拡大に伴う臨時休業により、活用を計画していたものの、実施できなかった高等学校等があった。

(注2) 学校種別における活用実績：国公立 79%、私立 43%、特別支援学校55%、高等専門学校 54%

(注3) 5県については高等専門学校がないため集計対象としていない。

○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①

【本分科会の趣旨】

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・PDCAサイクルの確立と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。

消費者教育

自立した消費者

=

- ・被害に遭わない
- ・より良い社会の発展に積極的に関与する

の育成が求められている



SDGsの達成にも資する

そのためには…

○消費者教育は、幼児期から高齢期までの「**全世代**」を対象として、「**体系的**」に行われることが必要。

○**多様な関係者や場がつながる**ことにより必要な教育機会を創出することが重要。

そのためには…

地方公共団体が地域の担い手と連携し、

(1)「**つながり**」を創出するコーディネート機能を発揮し、

(2)「**計画的**」に取り組んでいくこと

が期待される。

※具体的な内容については、次項を参照

分科会としてのメッセージ

○人・内容のクロスにより地域の「**つながり**」を増やし、消費者教育を充実させることは、地域の見守りの目を増やすとともに被害に遭わない消費者を増やすことから、安全・安心な地域づくりに直結する。

○消費者教育機会の創出に伴う人と人との出会いは、互いに活力を与え、地域を「元気にする」。

○SDGsの機運も高まる中、消費者教育は自分自身に関わる課題の解決につながるという認識、消費者教育の意義を共有し、消費者教育に当事者意識を持って取り組む人を増やしていくことが重要。

国における今後の課題

○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。

○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。

○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。

※新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う、デジタル化に対応した消費者教育についてツール・手法も含めて検討することも必要。

○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②

(1)「つながり」の創出

目標となる姿

地方公共団体の消費者行政部局は、消費者教育コーディネーターを設置するほか、庁内関係部局との連携の場、関係団体等との結節点としての協議会を活用し、参加する庁内関係各課、関係団体等の消費者教育への理解を深めるとともに、事業や活動自体が消費者教育の一端を担うといった「自分事」意識を高めながらつながりを創出し、世代間交流等による地域の活性化も見据えた新たな消費者教育機会の創出等、コーディネート機能を強化する。

また、つながり創出を担う団体に関心を持つ。

○消費者教育の充実には、異なる立場の人がつながり(人のクロス)、それぞれの知識・活動を結び付けて新たな取組(内容のクロス)を創出することが重要。その取組の中で世代間の交流も創出されることで、相乗効果(地域の活力向上)も期待。

兵庫県の事例

ヒアリング事例集p. 3～8

○「つながり」創出のため、地方公共団体は、

①消費者教育コーディネーター

②庁内関係部局との連携の場

静岡県の実例

ヒアリング事例集p. 9

③地域協議会等

静岡県、豊中市の実例

ヒアリング事例集p. 10～12

④地域の消費者団体等による活動

消費者ネットワーク岐阜、兵庫県の事例

ヒアリング事例集p. 13, 14

を最大限活用することが期待される。

(2)「計画的」な取組

目標となる姿

地域協議会、庁内関係各課が連携し、地域の特性等を踏まえた内容の消費者教育推進計画を策定する。市町村は、これまでの取組の総括を意識して取り組む。都道府県は管内市町村の支援等意識する。

計画には適切な評価指標を設定し、毎年度、適切に施策の検証、分析、評価等を行い、課題を踏まえた事業の見直し・改善を行う。

○消費者教育推進計画の策定

➤ 都道府県

- ・イメージマップを活用した不足領域の把握
- ・地域の特性を踏まえた内容の検討
- ・管内市町村の取組を支援する広域的視点の検討

静岡県の事例

ヒアリング事例集p. 15～19

➤ 市町村

- ・実施してきた取組を消費者教育の観点で整理した計画策定
- ・市町村を取り巻く状況の変化を契機とした計画策定
- ・都道府県の計画との住み分けを意識した計画策定

豊中市、鯖江市の実例

ヒアリング事例集p. 20～22

○PDCAサイクルの確立

➤ 取組状況の分析、評価が行える評価指標の設定

- ・地域協議会委員等による意見や議論を踏まえた指標設定
- ・地域の特性を踏まえた指標設定も検討

兵庫県、豊中市等の事例

ヒアリング事例集p. 23, 24

➤ 取組状況を分析し、推進計画の変更を検討

豊中市の実例

ヒアリング事例集p. 25～27

「エシカル消費」普及・啓発

- ・消費者の意識の変化 → 環境や被災地の復興、開発途上国の労働者の生活改善等の社会的課題に配慮した商品・サービスを選択して消費することへの関心の高まり
- ・公正かつ持続可能な社会の形成への参画 → 消費者教育の視野が消費者市民社会の形成へ拡大（「消費者教育の推進に関する法律」平成24年法律第61号）

「倫理的消費」調査研究会

人や社会・環境に配慮した消費行動である「倫理的消費（エシカル消費）」の内容やその必要性等について検討し、国民の理解を広め、日常生活での浸透を深めるためにどのような取組が必要なのかについて調査研究を行うため、平成27年5月から平成29年3月まで、「倫理的消費」調査研究会を開催。

研究会取りまとめ

～あなたの消費が世界の未来を変える～
平成29年4月「倫理的消費」調査研究会 取りまとめ

○倫理的消費（エシカル消費）とは
「地域の活性化や雇用なども含む、人や環境に配慮した消費行動」（消費者基本計画）

消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援したりしながら消費活動を行うこと

○エシカル消費に取り組む必要性と意義

- ・持続可能性の観点から喫緊の社会的課題を含有
- ・課題の解決には消費者一人一人の行動が不可欠
- ・「安さ」や「便利さ」に隠れた社会的費用の意識が必要

○推進方策の方向性

- ・国民による幅広い議論の喚起、意識の向上
- ・事業者による消費者とのコミュニケーションの促進
- ・様々な主体、分野の協働によるムーブメント作り

広く国民間での理解とその先の行動を期待

配慮の対象とその具体例

人	障がい者支援につながる商品
社会	フェアトレード商品 寄付付きの商品
環境	エコ商品 リサイクル製品 資源保護等に関する認証がある商品
地球	地産地消 被災地産品
動物福祉、エシカルファッション	

今後の方策

- エシカル消費に関連する各種イベントへの積極的な参画、支援（啓発ツール（チラシ、ポスター、動画）の提供・貸与等）
 - 学校でも活用できる教材のパッケージ化（教師用の解説書等の作成）
 - エシカル消費の普及啓発モデルの検討・実施
- により、エシカル消費の考え方や行動を広げる

各種イベントへの参画

エコプロ2019



第39回くらしを守る消費生活展（新宿区主催）



消費者庁が実施している「エシカル消費」のイベント

こども霞が関見学デー

小・中学生を対象に、ワークショップ「世界を変える“スーパー”ヒーローになる方法～自分にも、世界にもいいお買い物の仕方を学ぼう！～」を開催



学校でも活用できる教材の作成・公開

エシカル消費の考え方や社会的課題の解決につながる買物の仕方について学習する動画「よりよい買物の仕方を考えよう～エシカル消費ってなあに？～」を作成し、消費者庁ウェブサイトで公開



持続可能な開発目標(SDGs)の推進

「エシカル消費」は、2015年9月に国連で採択された持続可能な開発目標(SDGs)のゴール12「つくる責任 つかう責任」などに関連する取組として推進している。



○「エシカル消費」の普及に向けた取組

学校でも活用できる教材の作成・公開

消費者庁が実施している子供向けワークショップの前半部分（環境問題や貧困、児童労働等の世界が抱える課題と、その課題解決につながる買物の仕方についての学習）を内容とする啓発用動画「**よりよい買物の仕方を考えよう～エシカル消費ってなあに？～**」を作成し、消費者庁ウェブサイトにて公開。



DVD

▶チャプター（DVD版）

- | | | |
|--|------------------------------------|------------------------------|
| 1. エシカル消費とは？ | 4. 熱帯雨林とそこに生きる動物を守る
(RSPOの解説) | 7. 地球の資源、環境を守る
(エコマークの解説) |
| 2. 働く人たちの生活と環境を守る
(国際フェアトレード認証ラベルの解説) | 5. 水産資源や環境を守る
(MSC「海のエコラベル」の解説) | 8. チャレンジマップにトライ！ |
| 3. 森と森に住む動物を守る
(FSCの解説) | 6. 大量生産、大量消費、
大量廃棄の生活を見直す | 9. おさらい |

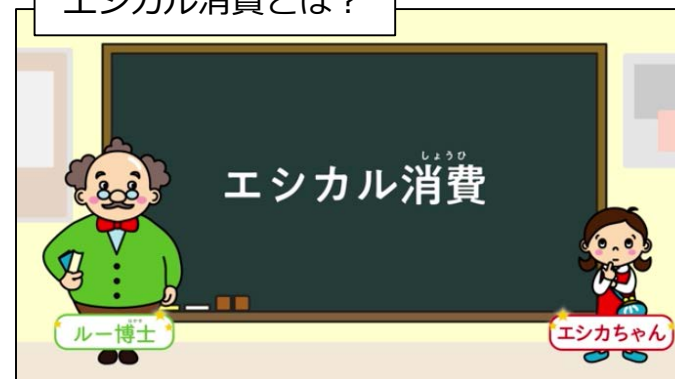


エシカル消費につながる身近な商品や認証ラベルを記入

子供向けワークショップ



エシカル消費とは？



大量生産、大量消費、 大量廃棄の生活を見直す



働く人たちの生活と環境を守る



おさらい



今後の取組

「教師用解説書」及び「商品POP（認証ラベルの付された商品の解説資料）」を作成し、学校でも活用できる教材のパッケージ化を図る

エシカル消費のリーフレット

表面

「あなたの消費が世界の未来を変える」

エシカル消費ってなあに？

近ごろよく耳にする「エシカル消費」という言葉。その正しい意味をご存じでしょうか？
直訳すると「倫理的消費」。なんだか少し堅苦しいですね。
でも「消費」という行動は、食べることや使うこと、買物など、わたしたちの毎日の生活そのもの。
「エシカル消費」はより良い社会に向けた、人や社会、環境に配慮した消費行動のことです。
このキーワードを意識しながら日々を過ごしてみると、世界の未来が変わります。

消費者庁
Consumer Affairs Agency, Government of Japan
<http://www.caa.go.jp/>

裏面

「エシカル消費」でどんなことが応援できるでしょうか。
具体例の一部を見てみましょう。

環境
への配慮

エコ商品を選ぶ
リサイクル素材を使ったものや資源保護等に関する認証がある商品を購入。

寄付付き商品を選ぶ
売上金の一部が寄付につながる商品。

社会
への配慮

フェアトレード商品を選ぶ
発展途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に取引された商品。

人
への配慮

障がいがある人の支援につながる商品を選ぶ
働きたい障がいがある人を支援している事業者の商品。

地域
への配慮

地元の産品を買う
産地・産地によって地域活性化や産地エネルギーを削減。

生物
多様性
への配慮

被災地の産品を買う
被災地の産品を購入することで経済復興を応援。

認証ラベルのある商品を選ぶ

FSC® 森林認証
森林に管理された木材資源を使用した商品(紙類など)

MSC 認証
海洋の自然資源や水産資源を適切に管理された商品(シーフード)

RSPO 認証
環境への影響を軽減した持続可能なパーム油使用の商品(洗剤など)

エシカル消費って
つまり
何をかうか考えるときの
ひとつの尺度です

世界の未来を変えるのは、あなたの日々の消費です。

世界を変えるための17の目標

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

持続可能な開発目標(SDGs)の12番目は「つくる責任 つかう責任」
2015年9月の国連総会で採択された国際的な17の目標のなかにも、資源や気候、エネルギー、気候変動、平和的社会などと併せて、「持続可能な生産・消費様式の確保」が掲げられています。

エシカル消費のポスター

- ① エシカル消費とは？
- ② 人・社会への配慮
- ③ 地域への配慮
- ④ 環境への配慮
- ⑤ みんなで支え合う社会へ

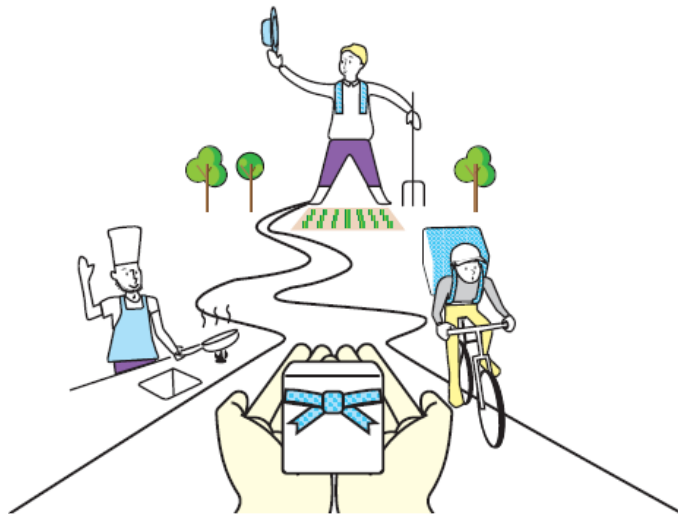
1

エシカル消費とは？

エシカル^{*}消費とは、地域の活性化や雇用などを含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動のことです。

私たち一人一人が、日々のお買物を通して、社会的課題に気づき、その課題の解決のために、自分は何ができるのかを考えてみることで、これが、エシカル消費の第一歩です。

※ エシカル = 倫理的な・道徳的な



4

環境への配慮

「地球」というスケールで社会を考えると、私たちが多様な動植物と共存していることや多くのエネルギー資源、原材料、食料品などを海外から輸入していることに気がかされます。

大量生産・大量消費・大量廃棄の暮らしによって、地球温暖化や海洋汚染などが発生し、生態系が破壊され、エネルギー資源が減少し、異常気象による農作物への被害などが深刻化しています。

日々の暮らしの中で、「もったいない」と思うことは何ですか？

地球環境の現状や問題を「自分には関係ない遠い話」と見過ごすのではなく、より良い未来に向かって、一歩を踏み出しましょう。



- ・エコ商品を選ぶ
- ・お買物のときにレジ袋の代わりにマイバッグを使う
- ・資源保護の認証がある商品やCO2(二酸化炭素)削減の工夫をしている商品を購入する
- ・マイボトルを利用する
- ・食品ロス^{*}を減らす
- ・*まだ食べられるのに廃棄される食品のこと
- ・電球を省エネLEDに交換する
- ・地域のルールに沿ったゴミの分別を徹底する など

消費者支援功労者表彰について

消費者支援活動に顕著な功績のあった個人及び団体を表彰する制度

表彰の種類

内閣総理大臣表彰

極めて顕著な功績があった個人・団体（表彰状及び副賞）

令和2年度：5件（個人3、団体2）

内閣府特命担当大臣表彰

特に顕著な功績があった個人・団体（表彰状及び副賞）

令和2年度：15件（個人10、団体5）

ベスト消費者サポーター章

顕著な功績があった個人・団体（書状及び記念品）

令和2年度：40件（個人30、団体10）

昭和60年度 経済企画庁長官による表彰開始

平成13年度 中央省庁再編に伴い、内閣府特命担当大臣による表彰開始

平成23年度 消費者庁設立に伴い、新たなスキームによる表彰開始

- ・ 内閣総理大臣表彰、ベスト消費者サポーター章の創設
- ・ 個人に加え、団体も表彰対象に

表彰式

- ・ 毎年5月の「消費者月間」事業の一環として実施
- ・ 平成23年度の内閣総理大臣表彰の創設以降、官邸で開催（総理表彰及び大臣表彰の授与、平成24年度、平成27年度は総理出席）
※ ベスト消費者サポーター章は、都道府県が実施する消費者月間イベント等にて授与

令和2年度：新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえ中止

（参考）令和2年度選定会議委員

今井	純子	日本放送協会解説委員
岡田	ヒロミ	消費生活相談員[平成25年度大臣表彰]
瀬戸	和宏	弁護士
田口	義明	名古屋経済大学名誉教授
早瀬	昇	日本NPOセンター理事

（敬称略、五十音順）

表彰式までの流れ（令和2年度）

1. 推薦依頼

地方公共団体、関係省庁、国民生活センター等に候補者の推薦を依頼

令和元年9月

2. 推薦

80件
（個人58、団体22）

11月

3. 事前審査

選定会議委員が候補者を事前審査

12月～1月

4. 選定会議

被表彰者等案を作成

令和2年2月

5. 被表彰者決定

内示（4月）
公表（4月30日）

令和2年4月

6. 表彰式

中止

(参考)令和2年度被表彰者一覧

※ベスト消費者サポーター章を除く

個人（総理表彰3件、大臣表彰10件）

氏名	職業・役職
柿沼 トミ子(かきぬま とみこ)	埼玉県地域婦人会連合会会長 元全国地域婦人団体連絡協議会会長 元消費者教育推進会議委員
白川 智洋(しらいし とむひろ)	札幌国際大学短期大学部名誉教授
古谷 由紀子(ふるや ゆきこ)	サステナビリティ消費者会議代表
石島 直子(いしじま なおこ)	美里町役場消費生活相談員
今泉 照代(いまいずみ てるよ)	適格消費者団体特定非営利活動法人佐賀消費者 フォーラム事務局長
黒江 正志(くろえ まさし)	司法書士
座間 千代子(ざま ちよこ)	元相模原市消費生活審議会副会長
嶋村 美和子(しまむら みわこ)	富山県消費者協会消費生活相談員
西岡 フミエ(にしおか ふみえ)	山口県地域消費者団体連絡協議会副会長
淵上 正朗(ふちがみ まさお)	株式会社小松製作所顧問
松永 佳世子(まつなが かよこ)	藤田医科大学名誉教授、同医学部寄附講座教授
室井 孝子(むろい たかこ)	元広島市消費生活センター消費生活相談員
宮木 由貴子(みやき ゆきこ)	株式会社第一生命経済研究所ライフデザイン研究部 部長兼主席研究員

団体（総理表彰2件、大臣表彰5件）

名称
京都市子ども保健医療相談・事故防止 センター(京(みやこ)あんしんこども館)
福島県ネットワーク・セキュリ ティ連絡協議会
大野市消費者グループ連絡協 議会
コープさが生活協同組合
学校法人四国大学
徳島県立吉野川高等学校
富山県消費者協会

- 内閣総理大臣表彰
- 内閣府特命担当大臣表彰

●個人（五十音順・敬称略）

内閣総理大臣表彰

埼玉県地域婦人会連合会会長 柿沼 トミ子



この度は、消費者支援功労者内閣総理大臣表彰の栄誉を賜り、感激でいっぱいです。誠に有難うございました。早速、賞状と盾を手に、大野埼玉県知事に御報告に伺いました。

大野知事には、改めて消費者行政に力を入れていただけることにもなりました。

今回の受賞も、皆と共に力を合わせて、地道に展開してまいりました活動があってこそと存じます。特に私の町長時代に力を貸していただいた消費者団体関係者の方に共に喜んでいただけたことは、年月を経過しているだけに、感無量です。「みんなの仕事の励みになりますね」と、笑顔を交わしました。

新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、特に高齢者は家に籠もりがちです。詐欺も横行しています。今後も、地域ネットワークの重要性に鑑み、若人の自覚を高め、より良い「消費者市民社会」構築のため、一層頑張っていきたいと存じます。

札幌国際大学短期大学部名誉教授 白川 智洋

この度は「令和2年消費者支援功労者」として、本制度筆頭の「内閣総理大臣表彰」の栄誉に浴し、身に余る光栄と存じております。

荘厳な表彰状と表彰盾に加え、内閣府特命担当衛藤晟一大臣からお祝いのお言葉まで頂戴し感激いたしております。

推挙団体の日本消費者教育学会にとりましても今回の受賞は栄誉であると喜んでくださっております。

顧みますと、学会創設に関わり、以来今日まで約40年にわたり、斯学の発展と北海道や札幌市などの地方消費者行政の推進や消費者支援等に微力ながら貢献できたことが評価されたものと自負しております。

今回の受賞を契機に、老体ながら「新しい生活様式」の消費生活の維持・推進に少しでも寄与できるよう頑張りたいと願いたします。



サステナビリティ消費者会議代表 古谷 由紀子



消費者支援功労者表彰の受賞を機に、改めて消費者利益の擁護について考えてみたいと思います。

世界の新型コロナウイルス感染症の拡大は経済や社会に大きな打撃を与え、消費者利益の擁護も難しい局面に立たされることもまれではありません。例えば、感染症の防止は個人の安全を守ることであり、そのために人々の行動の追跡などプライバシーを犠牲にせざるを得ないとの声も聞こえてきます。

しかし、安易に結論を出してはいけないことは言うまでもありません。安全もプライバシーも、どちらも尊重すべき方策はないのかなど、Withコロナ時代の消費者利益をどう守っていくのか、これまでの常識にとらわれず、より良い未来のために、考えていきたいと思います。

令和2年度 消費者支援功労者表彰受賞者の声

●団体（五十音順・敬称略）



内閣総理大臣表彰

京都市子ども保健医療相談・事故防止センター （京あんしんこども館）

「京（みやこ）あんしんこども館」は京都市が平成16年8月に設立し、京都第二赤十字病院に運営を委託しています。医療現場で子どもの事故をみてきた歴代センター長（能勢修、澤田淳、大矢紀昭）を先頭に下記事業を実施してきました。
①子どもの不慮の事故を防ぐためのモデルルームを活用した啓発活動②子育て中の保護者、支援者等を対象にした研修会、講習会及び出張講座等の実施③小児科医師、保健師、看護師による「子どもの保健医療相談」の実施④子どもの事故情報の収集・分析・提供

以上、子どもの事故防止活動に関する専門施設としての活動が評価されたことを、スタッフ一同心より光栄に存じます。

少子化が加速化し育児環境も変化する中で子育てに不安を強めている保護者も多く、今後も事故を予防する具体的な予防策を伝えるとともに、安全・安心の子育て支援を進めていきたいと思ひます。

福島県ネットワーク・セキュリティ連絡協議会

栄えある表彰を賜りましたことは、大きな喜びであり、会員、事務局を代表し厚く御礼申し上げます。20年にわたり、サイバー犯罪に関し消費者の安全・安心を確保するための啓蒙活動を、行政・治安・学術等各機関と事業者が、それぞれの強みを生かし連携し推進してまいりました。

今後、コロナ禍による社会変革に伴いICT化が更に進む中で、サイバー犯罪の増加が懸念されることから、本協議会の枠組みを活用した消費者に対するタイムリーな情報発信、情報共有を行うなど、更に活動を強化し被害の抑止に努めてまいります。



消費者ベストサポーター章

（青年部門）※敬称略



落語家 小田中 裕士

落語家の立川がじら（本名：小田中裕士）です。この度は令和2年度ベスト消費者サポーター章を頂きました。

落語というものは、究極の一人芸とも言われる一つの話芸ですが、江戸以来の伝統に裏打ちされた形式を備え現在まで広く受け入れられてきました。私も研さんの日々を送る身ですが、御縁があり消費者問題の啓発事業に関わり、話芸という特殊な形で多くの方々に内容をお伝えし続け今日に至ります。笑いを含む身近な題材から、暮らしの中に潜む危険への警鐘まで扱うことは大変に難しいことではありますが、やっと独自の方法が見えてきたところです。今後より一層、芸とともに内容の発展を御期待いただけますと幸いです。

消費者教育推進大使について

◎「消費者教育推進大使一覧」のページから各地の大使紹介をご覧ください

消費者教育推進大使とは

多くの地方公共団体で、公認マスコットキャラクターが活躍しています。そして、このうち26のマスコットキャラクターが「消費者教育推進大使」として、例えば消費者被害防止のためのキャンペーンやエシカル消費の普及など消費者教育・啓発の取組を身近なものに感じてもらうために、一役買ってくれています。

⇒「推進大使一覧」のページへ

誰がなれるの？

消費者教育の推進及び消費者市民社会※注の概念の普及に関する活動を担う、地方公共団体公認マスコットキャラクターに対し、消費者庁長官から「消費者教育推進大使」を委嘱しています。

消費者教育推進大使と一緒に地域の活動を盛り上げるとともに、活躍の場が広がるよう、消費者庁でも取組を進めていきます。



消費者ホットライン188 イメージキャラクター イヤヤン

平成26年度から開始し、今年度で7年目となりました。各地域で活躍する仲間をさらに増やしていきたいと思います。

令和2年度は、26の地方公共団体公認マスコットキャラクターに対して委嘱しています。

申請手続について

毎年、各地方公共団体向けに申請のお知らせを行い、年度毎に申請又は更新を受け付けています。

年度途中でも随時、申請を受け付けています。

各地のマスコットキャラクターのご応募をお待ちしております!!

◎ 詳細は「地方公共団体公認マスコットキャラクターへの消費者教育推進大使の委嘱について」、「申請書」のページをご覧ください。

消費者教育推進大使はこんなところで活躍中です!!

- ・消費者月間(5月)「一言メッセージ動画」への参加
(消費者庁WEBサイトにて紹介)
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/#consumer_month
- ・各地の消費生活展などのイベント
- ・消費生活センターが発行する各種啓発パンフレット等の印刷物

※注 消費者市民社会は、「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」と定義されています(消費者教育の推進に関する法律)第2条第2項)。

○ 消費者教育推進大使

「消費者教育推進大使」（令和2年度）

令和2年4月1日現在

地方公共団体公認マスコットキャラクターに対して消費者庁長官が委嘱

- ・ 消費者教育の推進及び消費者市民社会の概念の普及 など

	名 称	地方公共団体		名 称	地方公共団体
1	しゅっせだいみょういえやす 出世大名家康くん	浜松市	14	パオくんとクマゲラくん	北海道幕別町
2	いっしょうけんめい 一生犬鳴！イヌナキン！	大阪府泉佐野市	15	こまどりのPiPi	愛媛県
3	すだちくん	徳島県	16	テルミちゃん	青森県
4	クウとかいな	滋賀県草津市	17	しろくま	札幌市
5	ふくタン、こうタン、はばタン	兵庫県	18	みとちゃん	茨城県水戸市
6	コアラのハッピー	名古屋市	19	てるみ～にゃ	川崎市
7	まなりくん	大阪府藤井寺市	20	はあすちゃん	山口県岩国市
8	もずやん	大阪府	21	ちよるる	山口県
9	くらっしー	埼玉県	22	れんか 蓮花ちゃん	奈良県葛城市
10	はぎ 萩にゃん	山口県萩市	23	は一とん	埼玉県鳩山町
11	まもりん、みもりん	北九州市	24	ケロちゃん	山形県
12	きち ニャン吉	神奈川県	25	カパル	埼玉県志木市
13	チー坊	東京都調布市	26	はしぼう	和歌山県橋本市

令和2年度
新規認定



ケロちゃん
(山形県)



カパル
(志木市)



はしぼう
(橋本市)