

消費者教育の推進について

消費者庁

消費者教育・地方協力課 消費者教育推進室

○消費者教育推進法

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)	国と地方の責務と実施事項	
	国	地方公共団体
・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	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况に応じた施策策定、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)
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の相互尊重しつつ、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の自覚して、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	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 体系的推進 ・幼児期から高齢期までの段階特性に配慮 効果的推進 ・場(学校、地域、家庭、職域)の特性に対応 ・多様な主体間の連携 ・消費者市民社会の形成に関し、多角的な情報を提供 ・非常時(災害)の合理的行動のための知識・理解 ・環境教育、食育、国際理解教育等との有機的な連携	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 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)	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
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)	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) (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。

○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)

概要 平成30年度～34年度の5年間を対象

- 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、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)にとつての指針
- 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つて大前提
- ・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

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

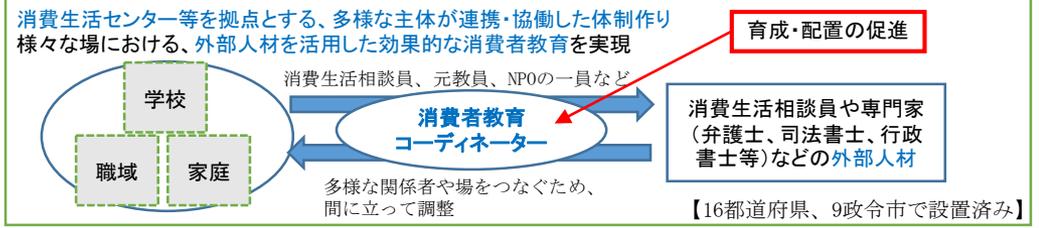
- ・国と地方公共団体
- ・消費者行政と教育行政
- ・地方公共団体と消費者団体、事業者等

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	人材(担い手)の育成・活用
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	(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
地域社会	(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	(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
職域	・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	・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
	・職域における消費者教育の内容、事業者にとつ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員に対する教育を実施	・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



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な確かな分析・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

○ 消費者教育の体系イメージマップ

	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期			Ver.1.0
					特に若者	成人一般	特に高齢者	
各期の特徴	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期	
重点領域								
消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解	おつかいや買い物に関心を持つ	消費をめぐる物と金銭の流れを考えよう	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済や社会に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考える習慣を身に付けよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響に配慮して行動しよう	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響に配慮することの大切さを伝え合おう
	持続可能な消費の実践	身の回りのものを大切にしよう	自分の生活と身近な環境とのかかわりに気づき、物の使い方などを工夫しよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう	持続可能な社会を目指して、ライフスタイルを考えよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを探そう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践しよう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝え合おう
	消費者の参画・協働	協力することの大切さを知ろう	身近な消費者問題に目を向けよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に協働して取り組むことの重要性を理解しよう	消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう	地域や職場で協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくらう	支え合いながら協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくらう
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	くらしの中の危険や、ものの安全な使い方に気づこう	危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手段を知り、使おう	安全で危険の少ないくらしと消費社会を目指すことの大切さを理解しよう	安全で危険の少ないくらし方をする習慣を付けよう	安全で危険の少ないくらしと消費社会をつくらう	安全で危険の少ないくらしの大切さを伝え合おう
	トラブル対応能力	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しやすい社会をつくらう	支え合いながらトラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう
生活の管理と契約	選択し、契約することへの理解と考える態度	約束やきまりを守ろう	物の選び方、買い方を考え適切に購入しよう 約束やきまりの大切さを知り、考えよう	商品を適切に選択するとともに、契約とそのルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう	適切な意思決定に基づいて行動しよう 契約とそのルールの活用について理解しよう	契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう	契約とそのルールを理解し、くらしに活かそう	契約トラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝え合おう
	生活を設計・管理する能力	欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう お小遣いを考えて使おう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう 買い物や貯金を計画的にしよう	主体的に生活設計を立ててみよう 生涯を見通した生活経済の管理や計画を考えよう	生涯を見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を実践しよう	経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的な暮らしをしよう	生活環境の変化に対応し支え合いながら生活を管理しよう
情報とメディア	情報の収集・処理・発信能力	身の回りのさまざまな情報に気づこう	消費に関する情報の集め方や活用の仕方を知ろう	消費生活に関する情報の収集と発信の技能を身に付けよう	情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう	情報と情報技術を適切に利用する習慣を身に付けよう	情報と情報技術を適切に利用するくらしをしよう	支え合いながら情報と情報技術を適切に利用しよう
	情報社会のルールや情報モラルの理解	自分や家族を大切にしよう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを知ろう	著作権や発信した情報への責任を知ろう	望ましい情報社会のあり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を付けよう	トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくらう	支え合いながら、トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくらう
	消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さ知ろう	消費生活情報を評価、選択の方法について学び、社会との関連を理解しよう	消費生活情報を主体的に吟味する習慣を付けよう	消費生活情報を主体的に評価して行動しよう	支え合いながら消費生活情報を上手に取り入れよう

※本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体系的に組み立て、理解を進めやすいように整理したものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。

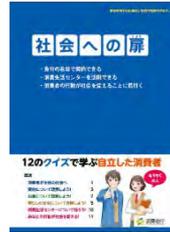
○「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」

(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

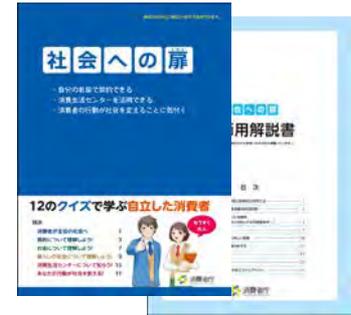
- 教職課程における消費者教育の内容の充実
- 有機的に連携した継続的な体制の構築
- 現職教員に対する講習、研修における講座の開設数の増加及び内容の充実
- 外部人材等の活用及び育成

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

社会への扉

— 12のクイズで学ぶ自立した消費者 —



【目的】 成年年齢の引下げが議論されていることも踏まえ、**高等学校段階までに、契約に関する基本的な考え方**や**契約に伴う責任**を理解するとともに、身近な契約等を通じて、**社会において消費者として主体的に判断し責任を持って行動できるような能力を育む。**

生徒用教材

P.1~2
導入

消費者が主役の社会へ



消費生活に関する12のクイズを掲載

契約や消費者トラブル等が身近な暮らしの中に存在することに気付かせる。

P. 3~11

契約について理解しよう！

キャッチセールスのイメージ



グループ学習にも活用できるワークを掲載

ワーク3 なぜ、法律では上のような取引に関してクーリング・オフ制度を定めているのだろうか。



高校生にも身近なインターネットショッピングの注意事項を具体的に掲載

お金について理解しよう！

・クレジットカードの仕組み、多重債務、将来の詐欺的投資被害を防ぐための注意を掲載

暮らしの安全について理解しよう！

・暮らしに潜む危険の例を紹介し、安全に配慮した行動、再発防止のための行動がとれる消費者になることを促進

消費生活センターについて知ろう！

・「高校生が消費生活センターに相談したら」という設定のマンガで紹介

あなたの行動が社会を変える！

・消費者トラブルにあった際に行動することが、消費者市民社会の実現につながることを紹介

教師用解説書

生徒用教材に関わる学習指導要領の項目等を示す表

項目	大項目	中項目	事項	必修	選択	発展	選択	発展
公民科	(1) 社会と個人の関わり	消費者	消費者の権利	○	○	○	○	○
			消費者の役割	○	○	○	○	○
家庭科	(2) 現代社会と個人の関わり	消費者	消費者の権利	○	○	○	○	○
			消費者の役割	○	○	○	○	○

消費者教育の必要性についてのメッセージ

・消費者教育を実践している
教師・弁護士・消費生活相談員

育てよう！自立した消費者
～今、高等学校に求められる消費者教育～

- 生徒用教材各ページの解説
- 教師として知っておきたい若年者を取り巻く消費生活に関する情報
- 生徒用教材の「ワーク」「発展」、「プラスα問題」の考え方

公民科、家庭科の指導案例とワークシート例(ワークシート実物大はウェブサイト掲載)

学習場面	指導上の留意事項
消費者トラブルの事例について	ワークシートを配付し、ワークシートに既知の事例を基に事例を分析させ、被害を防ぐための注意を掲載する。
消費者トラブルの事例について	ワークシートに既知の事例を基に事例を分析させ、被害を防ぐための注意を掲載する。
消費者トラブルの事例について	ワークシートに既知の事例を基に事例を分析させ、被害を防ぐための注意を掲載する。
消費者トラブルの事例について	ワークシートに既知の事例を基に事例を分析させ、被害を防ぐための注意を掲載する。

○「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。

主な検討事項

- (1) 倫理的消費の必要性とその効果
 - ・倫理的消費の歴史
 - ・倫理的商品(エシカルプロダクト)の事例
- (2) 倫理的消費の定義・範囲
- (3) 倫理的消費の度合い(エシカル度)を計る基準、指標
- (4) 我が国における倫理的消費の実態調査
- (5) 海外における倫理的消費の実態調査
- (6) 倫理的消費を広く普及させていく上での課題と対応

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

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	Eco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
地域	地産地消 被災地産品
勤務福祉	エシカルファッション

○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

持続可能な開発目標(SDGs)

目標12: つくる責任、つかう責任

エシカル・ラボ

「エシカル・ラボ」は、「エシカル消費(倫理的消費)」の意味や必要性などについて、広く国民に考え方を普及するための情報提供を行うとともに、地方公共団体による主体的な普及・啓発活動の促進を目指すことを目的として平成27年から4回開催しているシンポジウム。

平成30年度は、秋田県秋田市、山口県山口市、京都府京都市(予定)の3地域で開催。

10月20日(土)、フードバンクやゴミの削減などの活動通じ持続可能な地域社会の構築に取り組む山口県で開催。

山口県におけるエシカル消費の取組を発見するとともにその情報発信することを目指して、県内の高校生や大学生、事業者、消費者団体、行政などの様々な取組を紹介するプログラム構成とした。



多様な主体による活動への参加

青森県消費生活大学講座

こども霞が関見学デー

エシカルフェスタ2018



今後の方策

- 普及・啓発シンポジウム「エシカル・ラボ」の開催
 - 先進的取組の収集・発信
 - 地方における様々な主体や分野の協働によるムーブメントづくりの促進
- のほか、徳島県を実証フィールドとする「新未来創造プロジェクト」の活用や民間活力との連携等を通じ、国民へ理解と行動を働きかける

消費者ホットラインの3桁化

消費者ホットライン 188 通話料金概要

消費者ホットライン 188 ご利用時の 主な通話料金 を、ご参考までに以下にまとめております。

2018/06/07 時点

188 をご利用いただいた場合の通話料金		
3分通話料(税抜き)	一般加入電話	携帯電話
	平日 8~19 時	
区域内	8.5 円	90 円
区域内隣接・~20km まで	20 円	
20km を超え 60km まで	30 円	
60km 超え	40 円	

相談窓口へ直接かけた場合の通話料金		
3分通話料(税抜き)	一般加入電話	携帯電話
	NTT 東日本/NTT 西日本	各社各種プラン
平日 8~19 時		
区域内	8.5 円	通話無料プラン等では、相談窓口へ直接かけていただくほうが安くなる場合がありますが、通話有料プラン(例:3分120円)では、188より高くなる場合もあります。
区域内隣接・~20km まで	188 利用時 20 円	
20km を超え 60km まで	と同じ料金 30 円	
60km 超え	40 円	

注) 契約しているプランによっては、通話料が異なる場合があります。

参考) 最新の通話料金および詳細は、以下 NTT コミュニケーションズのサイトの「料金」を

ご覧いただくか、0120-260260 にお問合せください。

→ [\(NTT コミュニケーションズ\) ナビダイヤル通話料](#)

188 ご利用時にかかる通話料は、NTT コミュニケーションズ分のみとなります。(NTT 東日本/西日本、携帯会社等の通話料が別途かかることはありません。)

