

○ 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



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、職場等)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かけを行う、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

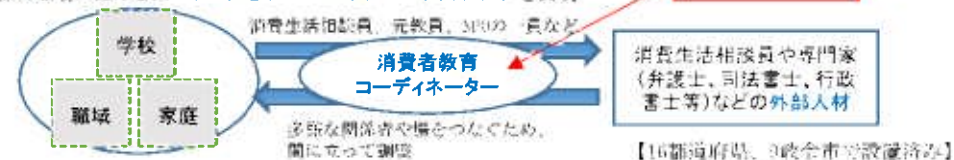
(環境教育・食育・金融経済教育・法教育・生涯教育等)

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	地域社会	職場	
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 ・その審判が失墜について周知・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	(小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等) 教員間の指導力向上が必要 教育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 ⇒実践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	・消費生活センターの拠点化 ・社会教育施設等の活用 ・関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推進	(小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等) 教員間の指導力向上が必要 教育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 ⇒実践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	・消費生活センターの拠点化 ・社会教育施設等の活用 ・関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推進	・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	・地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	(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
職場	・地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」の充実を期待	・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」の充実を期待	(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



IV 関連する他の消費者施策との連携

V 今後の消費者教育の計画的な推進

- 食品と食生活に関する理解増進
- 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