

# 県消費者教育推進計画に係る対応について

## 1 計画を巡る状況について

### (1) これまでの経過

#### < 国の状況 >

\* 消費者基本法改正 (H16.6.2 施行) … 消費者の保護から自立支援へ

\* 消費者教育の推進に関する法律 (H24.12.13 施行) … 消費者教育の総合的・一体的な推進

国	消費者教育推進会議の設置	消費者教育の推進に関する基本的な方針の策定
都道府県 (努力義務)	消費者教育推進地域協議会の設置 (第10条第1項)	消費者教育推進計画の策定 (第20条第1項)

\* 消費者庁に消費者教育推進会議の設置 (H25.3.6)

\* 消費者教育の推進に関する基本的な方針 (H25.6.28 閣議決定)

※消費者教育推進会議で基本方針の変更について審議中 → H30.3 閣議決定(予定)

#### < 本県の状況 >

\* 県消費者教育推進地域協議会の設置 (H25.4)

・教育関係委員を加えた上で、岡山県消費生活懇談会がその役割を担う。

\* 県消費者教育推進計画を策定 (H26.3) … ※計画期間：H26～H30年度

### (2) 消費者施策に係る本県の計画の状況

区分	根拠	計画の趣旨	計画期間	現行計画
消費生活基本計画	岡山県消費生活条例第9条	消費者施策の総合的かつ計画的な推進を図るための消費生活に関する基本的な計画	5年間 (1次) H18～22 (2次) H23～27 (3次) H28～32	* 基本目標、重点目標 * 重点施策・目標値 ★概要(P4) ★本編(別添)
消費者教育推進計画	消費者教育の推進に関する法律第10条第1項 (努力義務)	基本方針を踏まえ、県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	5年間 H26～30	* 基本目標、重点目標 * 重点施策 ★概要(P5) ★本編(別添)

### (3) 全国都道府県における消費者施策に係る計画の状況

#### ○消費生活基本計画

\* 現在、31都道府県が当該計画を策定（未策定の16県は条例に計画の定め無し）

#### ○消費者教育推進計画

\* 今年度内に、全都道府県が当該計画を策定（現在、香川県が策定中）

\* うち22道県は、基本計画を消費者教育推進計画と位置付けている。

#### <都道府県の計画策定状況>

消費生活基本計画		消費者教育推進計画	
計画：有	31	消費生活基本計画を当該計画と位置付け ・当初から基本計画を当該計画と位置付けている。 ・当初は個別の計画を策定、後に基本計画と統合	22 (19) (3)
		個別の消費者教育推進計画：有 * 基本計画と計画期間一致 (東京都は、次期計画 (H30～) から基本計画と統合) * <u>基本計画と計画期間不一致</u> … ※本県	9 (4) (5)
計画：無	16	計画：有	16

※数字は、該当の都道府県数（香川県は、消費者教育推進計画を策定済として整理）

## 2 国の消費者教育の推進に関する基本的な方針について

\* 消費者教育の推進に関する基本的な方針 (H25.6.28 閣議決定) … ★概要 (P 6)

\* 基本方針の中間的見直し (H29.4.28 消費者教育推進会議) … ★概要 (P 7)

#### < 基本方針の見直しに向けて ~今後の重点事項~ >

・ 基本的には現行方針を継続することが望ましいが、方針内容の実践という点では未だ課題は多く、体制整備や時代に応じた社会的な要請等から、今後、取り組むべき重点事項を示す。

\* 基本方針の変更案公表 (H29.11.27 第21回消費者教育推進会議) … ★本編 (別添)

< 今後5年間の重点事項 > … 重点事項 (P 8)

\* 基本方針の変更案のパブリック・コメント (H29.12.27~H30.1.26)

< 今後予定 > ※基本方針 (変更案) 決定 (消費者教育推進会議)  
※基本方針 (変更) 閣議決定 (H30.3)

### 3 次期県消費者教育推進計画について

#### (1) 検討のスタンス

- \* 消費者教育をはじめとする県の消費者施策の拠り所を分かりやすいものとし、最も効果的に推進できる方向で検討する。

#### (2) 方針（案）

方 針	<ul style="list-style-type: none"><li>* 変更後の国の消費者教育の推進に関する基本的な方針を踏まえながら、<u>消費者教育推進計画を消費生活基本計画に統合して、一体の計画とする。</u></li><li>* 手続き的には、<u>現行の消費生活基本計画を変更して、消費者教育推進計画としての位置付けを持つものとする。</u>（計画期間は、現行の消費生活基本計画の「H32年度まで」）</li></ul>
理 由	<ul style="list-style-type: none"><li>* 現在、両計画（消費生活基本計画と消費者教育推進計画）の基に、消費者教育の基盤が整いつつあるが、今後、自立した消費者の育成に向けて、消費者教育を、一層効果的・実践的に進めて行くためには、それを消費者施策全体の中で更にしっかりと位置付けた上で、他の施策との連携等に留意しながら取り組んでいく必要がある。</li><li>* こうしたことから、施策の拠り所となる計画については、消費者教育推進計画と消費者施策の総合的な推進のための消費生活基本計画とを統合し、一体のものとするのが適当である。</li></ul>

#### (3) 計画変更に係る検討の方向性（案）

<ul style="list-style-type: none"><li>* 「消費者が主役となる社会（消費者市民社会）」を目指すことを、計画全体を貫く共通の方向性として検討する。</li><li>* 現行の消費生活基本計画について、消費者教育の分野を中心に、他の関係分野を含め必要な見直しを検討する。（その際、消費者教育と他の消費者施策との関連・連携を意識して進める。）</li><li>* 変更後の国の基本方針、特にそのポイント（今後5年間の重点事項）を踏まえて検討する。</li><li>* 次期の計画（H33年度～）に円滑につなげる観点を持って検討する。</li></ul>
--

#### (4) 来年度の懇談会（協議会）における検討スケジュール（案）

- \* 7月頃 骨格の審議
- \* 10～11月頃 素案の審議
- \* 1～2月頃 最終案の審議

# 第3次岡山県消費生活基本計画の概要

(計画期間:平成28(2016)年度～32(2020)年度)

## 消費者が主役となる社会を目指して

すべての県民が明るい笑顔で暮らす「生き生き岡山」

○安全な商品やサービスを安心して消費できる。 ○自主的かつ合理的に消費行動できる。



### 5年間で取り組む施策の基本目標・重点目標

#### 基本目標Ⅰ 安全・安心な商品・サービスの確保

- 1 生産から消費に至る一貫した食の安全確保
- 2 商品(食品以外)・サービスの安全性の確保
- 3 安心の定着に向けた信頼の確立

#### 基本目標Ⅱ

##### 自主的かつ合理的な選択の機会の確保

- 1 規格・表示等の適正化
- 2 取引における公正・公平の確保
- 3 公正な価格の形成
- 4 生活必需品の安定供給

#### 基本目標Ⅲ

##### 自ら考え行動する消費者への支援

- 1 消費者教育の推進
- 2 環境にやさしい消費生活の促進
- 3 消費者の組織活動の促進
- 4 消費者の意見の反映

#### 基本目標Ⅳ 消費者被害の防止・救済

- 1 消費者被害の防止
- 2 消費者被害からの救済

### 国、県の政策の動向等

- 消費者教育の推進
- 食品表示法、消費者安全法等の改正
- 地域での問題解決力の強化  
見守りネットワーク(消費者安全確保地域協議会)の構築 等

### 重点施策 ■目標値(H32)を設定【新】

#### 施策1 消費者教育の推進

消費生活セミナーの実施  
消費者教育のための教材作成 等

- 消費生活セミナー受講者数 7,000人/年度
- 教員向け消費者教育講座  
受講者数 350人(累計)

#### 施策2

##### 地域における消費者問題解決力の強化

市町村相談体制整備への支援  
地域の見守りネットワーク構築支援 等

- 消費生活センターの設置
  - ①人口5万人以上の市 6市
  - ②人口5万人未満の市町村 11市町村以上
- 消費生活相談員の配置 17市町村以上
- 市町村消費生活相談窓口の  
認知度 30%以上
- 「消費者安全確保地域協議会」の  
設置(人口5万人以上の市) 6市

#### 施策3

悪質な事業者の監視・指導・取締りの強化  
国や他の都道府県等と連携した特定商取引  
法等に基づく監視、指導、処分 等

- 消費生活情報ネットワーク・  
システムで情報収集を行う  
市町村 27市町村

### 計画の進め方 次のことに考慮して推進

- ① 推進体制
- ② 県民、各種団体等との連携
- ③ 国、他の都道府県、市町村との連携
- ④ 具体的施策の進捗状況の調査及び見直し
- ⑤ 諸情勢の変化への対応

# 岡山県消費者教育推進計画の概要

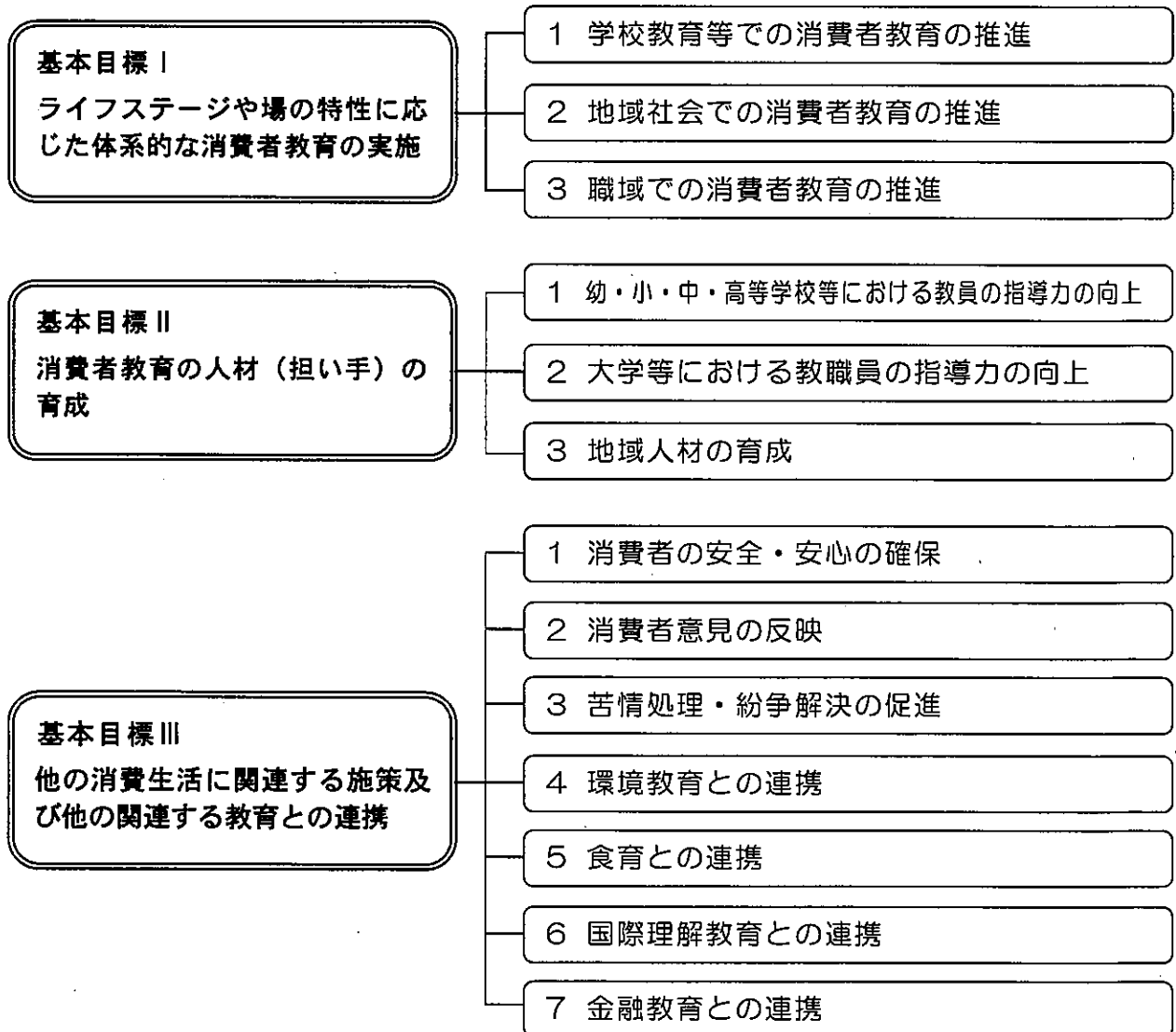
～ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進～

- |   |            |                                  |
|---|------------|----------------------------------|
| 1 | 計画の位置付け    | 消費者教育推進法第10条に基づく県の基本計画           |
| 2 | 計画策定の趣旨    | 自ら考え、行動する自立した消費者の育成              |
| 3 | 計画の期間      | 平成26(2014)年度から平成30(2018)年度までの5年間 |
| 4 | 基本目標・重点目標  | 基本目標を3つ、13の重点目標を設定               |
| 5 | 計画期間中の重点施策 |                                  |

- |   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>○ 学校教育における消費者教育の推進</li><li>○ 高齢者・障害のある人を中心とした消費者教育の推進</li></ul> |
|---|

## <体系>

〔重点目標〕



# ○消費者教育推進基本方針

消費者教育の推進に関する基本的な方針(基本方針) 平成25年6月28日 閣議決定 国・地方、多様な担い手の指針

○消費者教育の推進に関する法律第9条(平成24年12月施行)

○内閣総理大臣及び文部科学大臣が案を作成、閣議で決定。

～平成25年3月より消費者教育推進会議開催、消費者委員会の意見聴取、消費者等の意見反映。

- 基本方針の方向＝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し、効果的に推進
- 手段＝幅広い担い手(国・地方、行政・民間、消費者自身)の支援、育成担い手間の連携、情報共有の促進

## I 消費者教育の推進の意義

### 経済社会の変化

- ・グローバル化/高度情報化/高齢化⇒消費者被害の多様化・複雑化
- ・大量生産 大量消費 大量廃棄/大震災の経験⇒消費行動の課題

### ルール整備、厳格な法執行

- ・ルールを知り、被害を防ぐ消費者の努力
- ・持続可能な消費の実践、消費者の社会的役割の自覚

### 消費者支援・教育施策

- ・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
- ・消費者市民社会の形成に寄与
- ・よりよい市場、よりよい社会の発展に積極的に関与する消費者の育成

## 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 領域・段階ごとに目標を設定

情報の「見える化」⇒多様な担い手が共有

商品等の安全

情報とメディア



消費者市民社会の構築



生活の管理と契約



情報とメディア



幼児期



小学生期



中学生期



高校生期



成人期



高齢期

- ・消費者の特性・場の特性に応じた方法で実施
- ・若年者の被害防止・成年年齢引下げに向けた環境整備の観点等から、高等学校段階までに、主体的に判断し責任をもって行動できる能力を育む
- ・消費行動の社会経済への影響等、多角的視点で情報提供

### ○国からの地方支援

財政支援、情報提供による支援

### ○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、事業者団体

### ○環境教育・食育・金融経済教育・法教育等との連携推進

連携・展開による相乗効果・教材等の共通化など

地域における多様な主体間のネットワーク化(消費者教育推進地域協議会)

## 参考資料4

平成25年度～29年度の5年間 閣議決定 国・地方、多様な担い手の指針

○基本方針を踏まえ、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を作成(努力義務)

## Ⅲ 消費者教育の推進の内容

### 1 様々な場での推進

- ・学校(小・中・高校、大学・専門学校等)
- ・地域社会(地域、家庭、職域)

### 2 人材(担い手)の育成・活用

- ・小・中・高校・大学等の教職員
- ・消費者団体、NPO、地域福祉関係者
- ・事業者、事業者団体等
- ・消費者

### 3 資源等

- ・教材等の作成、活用
- ・調査研究
- ・情報収集・提供

### 行政各部局間、多様な担い手との連携

消費者行政部局と教育行政部局、福祉関係部局、商工部局との連携  
(高齢者・障害者見守り、担い手としての事業者・事業者団体との連携)

### 効果的な情報提供の方策の開発

～特に高齢者・障害者向け  
モデル地区における先進的な実践  
消費者市民社会概念の研究・普及  
コーディネート者の育成 / 情報提供

### 消費生活センターを拠点化

(消費者教育・人材育成)  
↳ 国民生活センターが支援

### 消費者学習の国民的な運動

多様な実践を共有し、相互に連携・協働できる場の提供  
優れた活動を奨励  
(消費者支援功労者表彰制度等)  
消費者教育の日、週などの制定

### コーディネート者の育成、活用

多様な関係者のつなぎ役、地域と学校をつなぎ役

## Ⅳ 関連する他の消費者施策との連携

- 1 安全・安心の確保
- 2 自主的・合理的な選択の機会の確保
- 3 消費者意見の反映・透明性確保
- 4 苦情処理・紛争解決の促進

事故・トラブル情報の迅速的確な分析、原因究明  
⇒教材への反映

食品と放射能に関する理解増進

リスコミュニケーションの強化

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

- 1 今後の推進方策
  - ・各都道府県・市町村での推進の支援
  - ・推進会議・小委員会での検討、施策への反映
  - ・専門委員・地域ごとの代表を任命
- 2 基本方針の達成度の検証(5年の見直し)
  - ・基本方針の見直し＝中間的に3年を目途に見直し
  - ・達成度の検証

### 地方支援

推進会議の地方開催  
推進計画策定、地域協議会設置に向け、事例集の作成・説明会等で情報提供

- ・消費者教育推進のための指標化
- ・すべての都道府県で推進計画の策定
- ・地域協議会の設置を目指し、支援

# 消費者教育の推進に関する基本的な方針—中間的見直し—

参考資料5

平成29年4月 消費者教育推進会議

## 消費者教育の推進に関する法律

(平成24年法律第61号)

「政府は、消費生活を取り巻く環境の変化を勘案し、並びに消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を踏まえ、おおむね5年ごとに基本方針に検討を加え、必要があると認めるときはこれを変更するものとする。」(第9条第7項)

## 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)

「…このため、施策の実施状況の把握に努め、それを踏まえた上で見直しを行う。社会経済状況の変化に対応するため、3年を目的、中間的見直しをする。」

## 中間的見直しにあたっては、以下を参考に現状把握を実施

○都道府県・政令指定都市の消費者施策の状況調査

○消費者教育推進会議でのヒアリング

○先駆的プログラムでの取組(地方消費者行政推進交付金制度)

○各省庁等の施策の状況等

○消費者委員会提言「若年層を中心とした消費者教育の効果的な推進に関する提言、成年年齢引下げ対応検討WG報告書」等

## 消費者教育推進の現状と課題—中間的見直し—

### 現状

- ・消費者教育の推進に向けた体制の整備は都道府県を中心に進みつつある
- ・体系的推進や消費者市民社会の理解・関心を深める教育は意識されつつある
- ・担い手の育成・活用、教材の作成は活発に行われている
- ・小・中・高等学校の学習指導要領の内容は充実
- ・事業者においても消費者教育の重要性は認識

### 課題

- ・消費者市民社会の形成に参画することの重要性は十分に浸透していない
- ・コーディネーターの位置づけは明確ではない
- ・消費者教育の拠点化としての消費生活センターの位置付けはまだ明確ではない
- ・実践的な内容としての消費者教育は学校間で差がある
- ・消費者行政と教育行政の緊密な連携はまだ一部
- ・職域における消費者教育はまだ十分に行われていない

## 基本方針の見直しに向けて—今後の重点事項—

### 消費者教育の効果的な推進

- ・消費者教育の効果測定、到達目標、優先事項の検討、調査研究の必要
- ・若年者への実践的な消費者教育の強化
- ・消費者市民社会への参画という意識向上は一層重要

### 都道府県等における施策の促進

- ・消費者教育推進計画、消費者教育推進地域協議会の設置を市町村へ拡大
- ・消費者行政と教育行政の連携強化(消費者教育の担い手、コーディネーターの活用・役割強化)
- ・消費生活センターの拠点化の促進

### 社会情勢の変化に対応した消費者教育の強化

- ・成年年齢引下げ対応としての若年者への消費者教育の強化
- ・高度情報化の進展、国際化、情報リテラシーの向上
- ・制度の変化の周知・情報提供、消費者の知識の習得・活用、事業者の取組も重要

### 社会や環境を意識した消費行動に関する消費者教育

- ・消費者自身が消費行動により社会や環境を変えて行くことが可能という意識の向上

次期基本方針(平成30年度から)に反映

## 今後5年間の重点事項

基本方針は、消費者教育を総合的・一体的に推進するため、国や地方公共団体の施策の指針となるだけでなく、消費者団体、事業者団体、消費者団体、教職員、消費生活相談員、地域福祉関係者、その他幅広い消費者教育の担い手の指針となるものである。そのため、国・地方、行政・民間、消費者自身も含め幅広い主体を担い手とし、担い手の支援、育成、情報共有、連携を図り、効果的・実践的に進めるために、消費者教育として必要な内容、効果的な方法、教育の担い手の育成の在り方の方向性等を示すものである。

今般の基本方針の見直しに際して、多様な主体が取り組む範囲に渡る消費者教育を、時宜に応じて効果的に進めるため、現在の社会情勢等を鑑み、以下の重点事項を参考として示す。

## 1. 社会情勢の変化に対応した消費者教育の強化

自ら考え自ら行動する自立した消費者の育成という消費者教育の意義は、消費者被害を防止するとともに、健全な経済社会の形成にとっても重要である。そのため、学校において実践的な消費者教育が行われるよう、更なる教員の指導力の向上も重要である。

## (1) 成年年齢下げを念頭に置いた若年者への消費者教育

民法の成年年齢下げについて法改正の準備が行われていることから、若年者の消費者教育の充実を重要な課題とする。

## (2) 高度情報通信化の進展、国際化に対応した消費者教育の重要性と情報リテラシーの向上

情報の使い方、選び方等の知識や技能の習得は消費者トラブルの防止についても有効であり、情報リテラシーの向上も消費者教育として促進する。

## (3) 制度の変化に対応した消費者への周知・情報提供、消費者の知識の修得・活用

法律の改正等も含めた消費者教育関連施策や保護制度等は、消費者の利益増進のためであることから、消費者自身も学び、生活に活かすよう働き掛ける。

## 2. 都道府県等における消費者教育に関する施策の促進

地方公共団体では、今までも消費生活センター等を中心として、消費者啓発、情報発信を行ってきたことから、その機能と役割を活かし消費者教育についても地域の中心的役割を担うことが期待される。

## (1) 推進計画及び地域協議会の設置の拡大、内容充実

推進計画及び地域協議会の、全都道府県・政令市での設置及びその内容の

充実を目指すとともに、市町村での設置を目指す。

## (2) 消費者教育の担い手と学校教育における連携強化の必要性

学校において消費者教育を実施することは非常に有効であるが、教職員が授業等で消費者教育を十分に展開するには限界があることから、外部の担い手と学校教育の連携強化を進める。

## (3) コーディネーターの役割の重要性

担い手と学校教育、その他多様な関係者とをつなぐために重要なコーディネーターの設置を促進するため、実情に応じた検討を行う。

## (4) 消費者教育における消費生活センターの拠点化の促進

消費生活相談や消費者への啓発等の実施、関係者との連携拠点である地域の消費生活センター等の消費者教育における拠点化を目指す。

## 3. 社会や環境を意識した消費行動に関する消費者教育

消費者市民社会への参画や消費行動への意識を高めるための消費者教育、消費行動により社会や環境を変えてゆくことが可能であるという意識の向上について、消費者教育として一層の推進を図る。

## 4. 消費者教育の効果的な推進のための調査研究等

消費者教育の着実な推進を図るためには、節目ごとの到達目標を提示する必要がある、普及の程度を図るためのその指標化に関する調査研究を実施する必要がある。

また、被害防止のために必要な心理学的な知見を得た調査研究や消費者教育に関する取組の有効性についての効果測定の内容や分析手法の検討、教育手法の高度化や教材開発等について調査研究を行う。