

# 消費者教育の現状とこれから

平成 30 年 3 月 10 日  
消費者庁次長 川口康裕

## 内容

消費者教育の現状とこれから .....	1
I. 消費者政策と消費者行政 .....	2
1. 消費者とは .....	2
2. 消費者政策における消費者教育の役割 .....	2
II. 消費者教育は、どのような枠組みで進められているか.....	2
1. 法律的枠組み.....	2
2. 消費者教育の基本方針（平成 25 年 6 月閣議決定） .....	3
(1) 目標.....	3
(2) 何のために行うのか.....	3
(3) どのように行うか.....	4
3. 消費者教育の内容 .....	4
(1) 消費者教育の体系イメージマップ（平成 25 年 1 月） .....	4
(2) 食品の安全.....	4
(3) 食品表示 .....	5
(4) 消費者法 .....	6
III. 実践的な能力と社会の消費者力 .....	6
1. 実践的な能力とは .....	6
2. 消費者市民社会とは.....	7
3. 倫理的消費とは .....	7
IV. 若年者の消費者教育（当面の重点事項） .....	8
1. 「高等学校等における消費者教育」 .....	8
2. 消費者教育コーディネーター.....	8
3. 教員の育成・研修 .....	8
V. 消費生活相談員と消費者教育.....	8
1. 聞き取りとパイオネット.....	9
2. 消費者法を実践的な知識へ変換.....	9
3. 消費者教育の担い手としての消費生活相談員.....	9
4. 消費者教育の拠点としての消費生活センター.....	10
5. 全国消費生活相談員協会の活動 .....	10

学習指導要領に消費者教育が本格導入（昭和 63 年）されてから 30 年

消費者教育推進法が施行（平成 24 年）されてから 5 年

## I. 消費者政策と消費者行政

### 1. 消費者とは

消費者問題 事業者と消費者が出会うところで発生

事業者：一定の目的を持って同種の行為を反復継続

消費者：（非事業者）個人

消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律（平成 25 年 12 月 11 日法律第 96 号）

消費者 個人（事業を行う場合におけるものを除く。）をいう。

\*「事業」とは、一定の目的をもってなされる同種の行為の反復的継続的遂行をいう。

⇒ 消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差

消費者教育の推進に関する法律（平成 24 年法律第 61 号）

（目的）

第一条 この法律は、消費者教育が、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるようその自立を支援する上で重要であることに鑑み、

### 2. 消費者政策における消費者教育の役割

- ✓ 消費者被害の発生・拡大の防止
- ✓ 消費者被害の適切・迅速な救済
- ✓ 消費者による自主的かつ合理的な選択の確保

## II. 消費者教育は、どのような枠組みで進められているか

### 1. 法律的枠組み

消費者基本法（平成 16 年） 保護→ 自立支援

**第二条** 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は、国民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、消費者の安全が確保され、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供され、消費者の意見が消費者政策に反映され、並びに消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されることが消費者の権利であることを尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。

**第十七条** 国は、消費者の自立を支援するため、消費生活に関する知識の普及及び情報の提供等消費者に対する啓発活動を推進するとともに、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等必要な施策を講ずるものとする。

## 消費者教育推進法（平成 24 年）

**第一条** この法律は、消費者教育が、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるようその自立を支援する上で重要であることに鑑み、消費者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踏まえ、消費者教育に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、基本方針の策定その他の消費者教育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し、もって国民の消費生活の安定及び向上に寄与することを目的とする。

**第二条** 「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。

## 2. 消費者教育の基本方針（平成 25 年 6 月閣議決定）

### (1) 目標

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。

### (2) 何のために行うのか

めざすべき消費者像

- ✓ 被害に遭わない消費者
- ✓ 合理的意思決定のできる消費者
- ✓ 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

### (3) どのように行うか

- ✓ 知識を一方向的に与えることではない。

日常生活の中での「実践的な能力」を育み、「社会の消費者力」の向上を目指して行う。

知識を得るに当たっては、  
一人一人が、様々な機会・出会いを通じて、  
「見て」、「聞いて」、「読んで」自ら調べ、「学ぶ」ことで「気づく」ことが基本

知識として学んだことを、自らの消費生活にいかす

↓

「見せて」、「話して」、「書いて」他人に伝える

↓

- ・社会をたくましく生きていく実践的な能力（生きる力）を育む
- ・自立が困難な人を「見守る」

↓

社会の消費者力を向上していく。

(参考) 福沢諭吉「半学半教」(教えながら学ぶ、学びながら教える)

## 3. 消費者教育の内容

契約の基礎知識、家計管理、消費生活センターの活用、食品の安全、食品表示、各種消費者法 など

### (1) 消費者教育の体系イメージマップ（平成 25 年 1 月）

どのような時期に、どのような内容を身に付けていくことが求められるのかを一覧。

消費者教育の担い手側から＝消費者教育の体系のイメージを伝える見取り図(マップ)  
個々の消費者側から＝自らの消費者としての力の段階的な発展(ステップアップ)の目安

### (2) 食品の安全

#### ① 食品安全に関する総合情報サイト

消費者庁が、関係府省の協力を得ながら、食の安全に関する情報をわかりやすく整理して

いくことが大切である。専門用語を羅列するのではなく、消費者にわかりやすい説明をしつかりとしていく（平成 28 年 10 月 TPP 特委における総理答弁）。

[http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_safety/food\\_safety/food\\_safety\\_portal/](http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/food_safety/food_safety_portal/)

食品安全を守る仕組み、食品添加物、微生物ウィルス、農薬、輸入食品・・・

## ② リスクコミュニケーション

リスク評価やリスク管理を含むリスクアナリシスの過程において、消費者、事業者、行政機関など関係者の間で相互に情報や意見を交換すること。

- ・多様な関係者の参加
- ・リスクへの適切な対応ために
- ・関係者の相互作用を重視している

リスクとは「危険」ではなく、「危険の程度」。

水、塩も量によっては人体に危害を及ぼす。水も塩も生きていく上で必要、危険の程度が許容できる範囲にコントロールすることが必要

日常で食べている食品にも、分析法や検査機器の進歩により、発がん物質等有害なものが含まれることが分かってきている。

例えば、食品には、ヒ素やカドミウムが自然の状態で微量に含まれている。これらをゼロにすることは技術やコストの面から現実的ではない。

しかし、人体に影響が出ない範囲にこれらの摂取量をコントロールすることは可能。

⇒ 食品の安全とは、危害要因がゼロである状態ではなく危険の程度が許容できる範囲にあることと考える。

## ○食品中の放射性物質に関するリスクコミュニケーション

関係府省や地方公共団体等と連携したシンポジウム・セミナー等の開催（平成 23 年度以降 707 回開催。うち福島県で 473 回。いずれも平成 30 年 2 月末時点）

- ・「食品と放射能 Q&A」約 87 万冊及び「食品と放射能 Q&A ミニ」約 5 万冊の配布

## (3) 食品表示

- ✓ 栄養成分表示（熱量、たんぱく質、脂質、炭水化物、ナトリウム（食塩相当量で表示））
- ✓ 保健機能食品（栄養機能食品、特定保健用食品、機能性表示食品）
- ✓ 原料原産地表示

機能性表示食品制度における機能性関与成分の取扱い等に関する検討会報告書（平成 28 年 12 月 27 日）

### (3) 消費者教育等

(中略)

消費者庁は、関係府省庁及び関係機関と連携し、消費者が自らの食生活の状況に応じた適切な食品の選択ができるよう、バランスの取れた食生活の普及啓発、安全性も含めた保健機能食品制度に関する消費者の理解促進に向けた継続的な取組を推進すべきである。

消費者においても、自らの食生活の状況に応じて適切な食品の選択ができるように、食品の容器包装の表示内容、消費者庁ウェブサイトで公表されている届出資料及び届出者等による広告を適切に理解活用するように努めることが望ましい。

加工食品の原料原産地表示制度に関する検討会 中間取りまとめ（平成 28 年 11 月 29 日）

「食品表示は、食品そのものを見るだけでは分からない食品の素性を明らかにするものであり、この情報が正確に伝達されることにより、消費者がその情報に基づき「自主的かつ合理的な選択」を行うことができるようにするという役割を果たしている。

(中略)

今回の案を実行に移すには、表示義務者となる中小企業を含む事業者に対する丁寧な説明と、表示により情報を受け取る消費者への十分な周知が不可欠であるが、これらが実現したときには、消費者の自主的かつ合理的な選択に大いに貢献する制度となることが期待される。」

## (4) 消費者法

- ✓ 特定商取引法（クーリングオフ、中途解約、取消し）
- ✓ 製造物責任法（欠陥による損害賠償責任）
- ✓ 消費者契約法（取消し、無効）
- ✓ （特定）適格消費者団体（差止請求、被害回復）
- ✓ 不当景品類及び不当表示防止法（優良誤認、有利誤認、課徴金）

## III. 実践的な能力と社会の消費者力

### 1. 実践的な能力とは

頭で考えるだけでなく、具体的な行動につなげることができる力：「生きる力」

教材「社会への扉」（消費者庁作成）の目標

- ✓ 自分の名前で契約できる
- ✓ 消費生活センターを利用できる
- ✓ 消費者の行動が社会を変えることに気づく

## 2. 消費者市民社会とは

### ① 国民生活白書（平成 20 年）

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を意味している。つまり、そこで期待される消費者・生活者像は、自分自身の個人的ニーズと幸福を求めるとしても、消費や社会生活、政策形成過程などを通じて地球、世界、国、地域、そして家族の幸せを実現すべく、社会の主役として活躍する人々である。そこには豊かな消費生活を送る「消費者」だけでなく、ゆとりのある生活を送る市民としての「生活者」の立場も重要になっている。そうした人たちのことは「消費者市民」と呼べよう。一人一人がそれぞれの幸せを追求し、その生活を充実したゆとりのあるものにできる社会、そうした社会を目指すためには残念ながら受け身の生活では実現しない。

指摘されている課題の例

- ✓ 消費者・生活者が企業に与える影響力は大きくなっているが、消費者市民が活躍できる場を提供するには制御不能のリスクを取り除くことが不可欠
- ✓ 少額多数被害が放置され、市場淘汰の機能が働かない状況からの脱皮が必要で、集団的損害の救済の仕組みが重要

### ② 「消費者行政推進基本計画」（平成 20 年 6 月 27 日閣議決定）

「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。」

### ③ 消費者教育推進法

第 2 条（略）

2 この法律において「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。

## 3. 倫理的消費とは

### ① 消費者基本計画（平成 27 年 3 月 24 日閣議決定）

「地域の活性化や雇用なども含む、人や社会・環境に配慮した消費行動」と定義し、消費者庁において、倫理的消費等に関する調査研究を実施するとした。

② 「倫理的消費」調査研究会「あなたの消費が世界の未来を変える」（平成29年4月）

（突き詰めれば）、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

「人への配慮」障がい者支援につながる商品等の消費

「社会への配慮」フェアトレード商品や寄付付きの商品等の消費

「環境への配慮」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等

「地域への配慮」地産地消や被災地産品の消費

#### IV. 若年者の消費者教育（当面の重点事項）

##### 1. 「高等学校等における消費者教育」

学習指導要領の徹底

消費者庁で平成28年度に作成した高校生向け消費者教育教材「社会への扉」を全国の学校に提供。

29年度は、徳島県内の全高校56（定時制、特別支援学校を含む）の約6900人を対象に、「社会への扉」を活用した授業を実施し、その効果を検証中

→ 文部科学省を始めとする各省庁とも連携し、全国の高校で授業。

##### 2. 消費者教育コーディネーター

外部人材（弁護士や司法書士、消費生活相談員等）を学校教育現場での活用間に立って調整を行う消費者教育コーディネーターの育成・配置

現在16都道府県に配置 → 全国に配置

##### 3. 教員の育成・研修

これから教員になる方が受講する大学の教員養成課程

既に教員となっている方への現職教員研修、教員免許更新講習など

→ 消費者教育に関する内容を取り入れ、充実

具体的方向性や方策などを消費者教育推進会議若年者の消費者教育分科会で検討

→ 平成30年度6月を目処にとりまとめ、その実現に向け、取組を推進

#### V. 消費生活相談員と消費者教育

消費者問題

一定の目的を持って同種の行為を反復継続する「事業者」と、  
そうでない個人、すなわち「消費者」が出会うところで生まれる。



→ 情報の質及び量並びに交渉力の格差  
これを埋めるのが「消費生活相談員」

### 1. 聞き取りとパイオネット

地道な聞き取りとパイオネットへの情報入力、消費者問題の解決に大いに貢献。

→ 沢山の消費者の経験を共有し、一覧することを可能に  
→ 「情報の質及び量の格差」を埋めている

### 2. 消費者法を実践的な知識へ変換

パイオネットへの情報は、行政処分の貴重な端緒+消費者立法の原動力。

消費者庁が設立されてから8年の間に、12本の法律が成立。

(ほかの省庁においても消費者のための沢山の法律)

消費者：法律の中身を理解し、消費生活の具体的な場面で、有効に活用することは容易なことではない。

消費生活相談員が、消費者庁などが発表する情報を読み解き、国民生活センターなどの研修に参加したり、自主的な勉強会を開催したりするなど、日々研鑽、

↓

「抽象的な法律」が「実践的な知識」に生まれ変わる。

→それを活用した消費生活相談員の豊富な経験に基づく、助言とあっせんが  
「交渉力の格差」を埋めている。

### 3. 消費者教育の担い手としての消費生活相談員

「専門的な知識及び経験を有」し、多数の消費者からの様々な相談を日常的に受け、また、パイオネットに蓄積された多数の相談に頻繁に触れている

①消費者は、自らの合理的選択のために、どのようにして、商品・サービスに関する知識を得ることができるのか、

②どのような場面で、どのような知識の欠如によって、被害にあうのか、

③被害を回復するためには、どのような手段があるのか、

などについて熟知。

相談によって得られた知識は、「実践的知識」

→説得力ある説明が可能 →効果的に消費者教育。

消費生活相談員が、その経験を踏まえて幼稚園や小学校、中学校、高等学校、特別支援学校等への「出前講座」・「出前授業」や、高齢者を対象とした啓発活動に取

り組むことは、消費者に必要な知識を効果的に伝えていく上で有意義。

#### 4. 消費者教育の拠点としての消費生活センター

消費生活センターをいわば「消費者教育センター」としても位置付け

消費者教育の拠点とし、そこに様々な情報を集積して、地域住民に消費者教育を提供する場として、また、消費者教育の担い手を支援する場として活用する。

#### 5. 全国消費生活相談員協会の活動

40年にわたり、消費生活相談員の力を結集する活動

自主研究会、その成果としてのブックレット、ハンドブック、ロールプレイング、コント 替え歌、紙芝居、出前講座・・・。

週末電話相談の事例を集めた「こんな相談ありました」。

→ 消費者教育研究所の活動に期待します。