

# 消費者教育推進計画の策定について

## 【消費者教育を推進する背景】

- ① 平成 16 年に改正された「消費者基本法」において、消費者を保護の対象ではなく、権利の主体として位置づけ、消費者に対し必要な情報及び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規定。
- ② 平成 19 年に制定した「千葉県消費生活条例」においても、消費生活に関する教育を受ける機会が提供されることが消費者の権利であることを規定。
- ③ 平成 24 年に、消費者教育を総合的かつ一体的に推進するため、「消費者教育推進法」が制定され、国が定める基本方針を踏まえた「都道府県消費者教育推進計画」の策定が努力義務として規定。
- ④ 平成 25 年 6 月、「消費者教育推進基本方針」が閣議決定
- ⑤ 平成 26 年 4 月に策定した「第 2 次千葉県消費生活基本計画」において、「ライフステージに応じた学習機会の確保と消費者教育の推進」を重点課題の一つに位置付け。

## 【消費者を取り巻く現状と課題】

- ① **高齢者の消費者被害の増加**  
 高齢者人口の増加率を上回る割合で、高齢者からの消費生活相談が増加  
 →高齢者への情報提供・注意喚起、地域ぐるみで消費者被害の防止に取り組む消費者教育が必要
- ② **インターネット関連トラブルの増加**  
 若年層から高齢者までの幅広い層から、インターネット関連トラブルの相談が増加  
 →インターネット利用に潜む危険性の認識を高める消費者教育が必要
- ③ **多様化、複雑化する消費者問題への対応**  
 新たな商品・サービスの出現や取引方法の多様化により、消費者問題も多様化、複雑化  
 →変化に対応できる消費生活相談体制の充実強化や人材育成、より幅広い消費者教育が必要
- ④ **持続可能な社会の形成への要請**  
 消費者も環境等に配慮した消費活動を行うなど、持続可能な社会の実現への参画が要請。  
 →消費者の自覚や自発的な行動を促す消費者教育が必要

## 【計画の位置付け】

- 消費者教育推進法第 10 条に基づく計画  
消費生活に関する知識を身に付け、自主的かつ合理的に行動できる消費者、さらには、消費者の選択と行動が地球環境等に影響を及ぼすことを理解し、公正で持続可能な社会の実現に参画していくことのできる消費者を育成するため、多様な主体と連携・協働して消費者教育を推進するための計画。
- 千葉県消費生活基本計画の消費者教育に関する取組事項を具体的に推進し、消費者施策の充実を図るための計画

## 【目指すべき消費者像】

- 自立する消費者  
 被害にあわない、合理的意思決定ができる消費者
- 「消費者市民社会」の形成に寄与する消費者  
 自らの消費行動が社会経済情勢や地球環境に影響を与えることを自覚して行動できる消費者

## 【体系的に推進するための取組方向（消費者教育推進法第 3 条に規定）】

- ①各ライフステージでの体系的な実施………幼年期から高齢期までの各段階に応じて体系的に実施
- ②消費者の特性・場の特性に応じた配慮や方法・消費者の特性（高齢者・障害者等）への配慮や場の特性（学校・地域・家庭・職域等）に応じた方法により実施
- ③多様な主体との連携による効果的な実施………市町村、学校、警察、消費者団体、事業者・事業者団体等との連携
- ④他の関連する消費者教育との有機的な連携………環境教育、食育、金融教育等との連携

## 【消費者教育の内容（国の消費者教育推進基本方針に基づく整理）】

### 1. ライフステージ・消費者の特性に応じた様々な場で行われる消費者教育

ライフステージ・特性	主な課題	様々な場における取組方法	主な千葉県の取組事例	平成 27 年 3 月 審議会意見
幼児	・製品安全の理解と危険を回避する能力を身につける。	○家庭・地域 ・子どもの事故防止に向けた保護者への消費者教育の実施		
児童・学生等	・お金の使い方（小学生） ・金融の仕組み働き（中学生） ・消費生活の現状・課題や消費者の権利・責任（高校生） ・インターネットや携帯電話等による契約トラブルへの対応	○学校 ・学習指導要領に基づく消費者教育の実施 ・教職員や保護者を対象とした消費者教育の実施 ○家庭 ・インターネット利用等の家庭でのルールづくり	・学習指導要領に基づく消費者教育 ・金融教育講座（金融広報委員会） ・消費生活相談員による出前講座 ・ネットトラブルを題材としたDVD「インターネット×リアル」の配付 ・親力アップ生き生き子育て広場（ホームページ）での情報提供	・学習指導要領に位置づけされているが、実際の取組内容を把握しておくことが必要。 ・学生に加え父兄にも同内容の講座を行う等、家庭教育と学校教育が一体となることが大切 ・教育資材等の情報を広く周知していくことが必要。
			・県内全高校 3 年生に対し、啓発冊子「オトナ社会へのパスポート」を配付 ・大学生による消費者トラブル防止啓発冊子の作成（H27 県民提案事業）	
大学生等	・悪徳商法被害への対応 ・インターネットや携帯電話等による契約トラブルへの対応	○大学 ・入学後早い段階での実施 ・学生や教職員を対象とした啓発講座の実施		
成人	・悪徳商法被害への対応 ・インターネットや携帯電話等による契約トラブルへの対応 ・地域・家庭における消費者教育の担い手としての意識の醸成	○地域 ・消費者センターや公民館等における啓発講座の実施 ○職域 ・顧客の声をいかした消費者への情報提供 ・従業員への消費関連情報の提供	・消費生活相談員による出前講座 ・金融教育講座（金融広報委員会） ・「消費者フォーラム」での消費者団体の活動報告等を通じた啓発 ・リーフレット配付や病院での悪質商法撲滅CM放送等による啓発	
高齢者・障害者等	○悪徳商法の被害防止等高齢者被害の防止	○地域 ・介護従事者や民生委員等福祉の現場と連携した高齢者等の見守り。 ・福祉関係者への消費者教育 ・老人会や自治会等への情報提供	・消費生活相談員による出前講座 ・高齢者の消費者トラブル見守りガイドブックの配付 ・電話 de 詐欺の広報啓発	・民生委員、ケアマネージャー、配送センターの方等に「被害に遭わないための一言」を言っていていただくための積極的なアプローチが重要。

### 2. 消費者教育の人材の育成・活用

- ・消費生活センターを人材育成の拠点と位置付け、消費生活相談員による講座等により、教育現場や地域等で消費者教育を担う人材を育成・活用。
- ・多様な主体の教育資源を連携・調整するコーディネーターの育成・活用。

### 3. 多様な主体との連携による効果的な取組の推進

- ・市町村・学校・警察・消費者団体・事業者・事業者団体等との連携による消費者被害を防止する効果的な取組を活用。

### 4. 関連分野（環境教育、食育、金融経済教育等）との連携