

主役は私たち  
鳥取市消費生活プラン

【鳥取市消費者教育推進計画】

（令和3年度～令和7年度）

改定最終案

令和3年3月

鳥 取 市



はじめに

市長あいさつ文

令和3年3月

鳥取市長 深澤 義彦





# 目 次

## 第1章 計画策定の基本的事項

1 計画策定の背景と目的	1
(1) 計画策定の背景	
(2) 計画策定の目的	
2 消費者教育の定義	3
(1) 「消費者教育」とは	
(2) 「消費者市民社会」とは	
(3) 「エシカル（倫理的）消費」とは	
3 計画の位置づけ	5
4 計画期間	5

## 第2章 本市における消費者教育の現状と課題

1 消費生活相談の現状と課題	6
(1) 消費生活相談の現状	
(2) 鳥取市消費生活センターにおける今後の課題	
2 消費者教育・啓発の現状と課題	9
(1) 消費者教育・啓発事業の現状	
(2) 鳥取市消費生活センターにおける今後の課題	
3 本市における消費者教育の課題	11

## 第3章 計画の基本的な考え方

1 基本方針	12
2 基本施策	12
(1) 「消費者教育」、「消費者市民社会」の意義の周知	
(2) 消費者教育の担い手の育成と充実	
(3) 消費生活センターの周知と消費者教育の拠点化に向けた整備	
3 施策の体系	16

## 第4章 計画期間における重点施策と取組

1 幼児期から高校生期における消費者教育の推進	17
2 高齢者・障がい者等の消費者被害を防ぐ見守り体制の充実	19
3 エシカル消費の意義の普及と推進	22

## 第5章 計画の推進体制の構築

1 消費者教育推進拠点としての消費生活センターの機能の充実	24
2 計画全体の推進体制の構築	25
3 成果の検証	25

## 参考資料

鳥取市消費者行政審議会 委員名簿	26
消費者教育の推進に関する法律（平成24年8月22日法律第61号）	27
消費者教育の推進に関する法律の概要	31
消費者教育の推進に関する基本的な方針	32
持続可能な開発目標（SDGs）の推進と消費者政策	33
消費者教育の体系イメージマップ	34

# 第1章 計画策定の基本的事項

## 1 計画策定の背景と目的

### (1) 計画策定の背景

#### ■消費者の安全確保への取組

人は誰も、様々な製品やサービスなどを購入して生活を営む消費者です。消費者の安全を確保することは、まちづくりの重要な目的です。

消費者を取り巻く環境は時代とともに大きく変化し、大量生産・大量消費の時代を迎え、様々な消費者トラブルが大きな社会問題となりました。本市では、平成21年5月に国や鳥取県の動きに合わせ、消費生活相談員を配置した「消費生活相談窓口」を設けるとともに、平成22年2月に「鳥取市消費者行政基本方針」を策定し、消費者の安全確保に向けた取組を進めてまいりました。

しかし、近年、消費者を取り巻く社会環境は、少子高齢化の進行、情報化の進展による消費生活のグローバル化など、これまでにない変化を見せています。店頭以外に電話などによる通信販売やインターネット販売などの新しい取引の増加や、現金以外に電子マネーや暗号資産（仮想通貨）など様々な決済方法の普及、さらに新型コロナウイルス感染症の拡大による社会不安に乗じた悪質商法等の発生など、その変化は大きく、消費者が抱える問題も多様化、複雑化しており、消費者トラブルによる被害も発生しています。また、令和4年4月から、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられることとなり、これを契機とした若年者層の消費者トラブルの増加も懸念されます。

本市でも、消費者安全法の改正に伴い、平成28年4月に相談窓口を「鳥取市消費生活センター」として整備し、より一層市民に寄り添いながら、様々な消費相談に対応しています。そして、消費者の安全を確保するためには、消費者トラブルに巻き込まれないよう、消費に関する知識を身に付けて互いに行動することができる消費者を育てることが必要であると考え、未然防止のための広報や啓発活動に取り組んでいます。

#### ■公正で持続可能な社会の形成の必要性

消費生活のグローバル化や大量生産、大量消費の中で、消費者一人ひとりの消費行動が社会経済の情勢や地球環境に大きな影響を与えています。より良い豊かなまちづくりのためには、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である、消費者市民社会を構築することが必要と考えます。

消費者市民社会の構築に向けた取組として、地域の活性化や雇用等を含む人や社会・環境に配慮した消費行動である「エシカル（倫理的）消費」への関心が高まっています。例えば、自然環境を意識したエコマーク付き商品やLED電球の購入、地域活性を意識した地産地消の取組、障がい者が携わる安全・安心で質の高い商品の購入、レジ袋の有料化や食品ロスの削減への取組など、こうした社会的課題に配慮した消費行動がすでに始まっており、自らの消費行動

がまちづくりに与える影響を感じていると思います。鳥取県や本市でもその意義の周知に向け、関連のシンポジウムや各種啓発事業を行っています。

また、平成 27 年 9 月、国連持続可能な開発サミットにおいて「持続可能な開発目標（SDGs）」を中核とする「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」が採択されました。この SDGs の 12 番目の目標に「持続可能な生産消費形態を確保する」ことが掲げられており、持続可能な経済社会の形成に向けて消費者の行動が欠かせなくなっています。我が国においても平成 28 年 5 月に総理大臣を本部長とした「持続可能な開発目標（SDGs）推進本部」が設置され、SDGs 実施指針を決定し、目標達成に向けた施策を推進しています。消費者政策については、消費者の安全確保に関する施策を始め、安心・安全で豊かに暮らすことができる社会を実現するための施策がこの取組の中に位置付けられています。

本市においても、誰にも公正でこれからも持続できる社会を作り発展させることでより良い豊かなまちづくりにつなげるため、自分の消費行動が、社会全体に現在及び将来の世代にわたって影響を与えるものであることを認識して行動できる、自立した消費者を育てることが必要と考えます。

## ■ 国の動向

国では、平成 24 年 12 月に「消費者教育の推進に関する法律」（以降、「推進法」という。）が施行され、消費者教育を総合的かつ一体的に推進することで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して、国においては消費者教育の推進に関する総合的な施策の策定実施を責務とし、地方公共団体には国の施策を踏まえて消費者教育推進計画を策定することを努力義務に定めています。

推進法施行を受け、平成 25 年 6 月に「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（以降「基本方針」という。）が閣議決定され、消費者教育の推進の意義及び基本的な方向、推進の内容、関連する他の消費者政策との連携に関する事項を定めるとともに、都道府県消費者教育推進計画及び市町村消費者教育推進計画の基本となるものとして、推進法第 9 条に基づき消費者教育に関する基本的な方針が示されました。

この基本方針は、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、消費者団体、事業者、事業者団体、教職員、消費生活相談員、地域福祉関係者、その他の幅広い消費者教育の担い手の指針となっています。

## ■ 県の動向

鳥取県では、推進法及び基本方針の趣旨を踏まえ、県内の実情や県民の意識・ニーズをとらえ、消費者教育を総合的かつ一体的に推進するため、「鳥取県消費者教育推進計画」を、平成 28 年 3 月に策定しました。その中で、消費者教育の推進に当たっては、次の 3 点を重点的に取り組む内容として設定しています。

- <重点項目 1> 消費生活センターを中心とした体系的な消費者教育の推進
- <重点項目 2> 教育機関における消費者教育の一層の推進
- <重点項目 3> 高齢者・障がいのある人の消費者被害を防ぐ仕組みの確立

## (2) 計画策定の目的

本市では、消費者である市民誰もが安全な消費生活を送ることができるための「消費者の安全確保」と、誰にとっても公正で持続可能な社会である「消費者市民社会の構築」を目指し、国や県の動向を踏まえ、平成 30 年 3 月に「鳥取市消費者教育推進計画」を策定しました。これに基づき、消費者としての学びの場を積極的に作り、誰もが消費者として自立し、活躍できるより良い豊かなまちづくりを市民と協働で進めることを目指します。

## 2 消費者教育の定義

### (1) 「消費者教育」とは

「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。（推進法 第 2 条）

誰もがどこにいても生涯を通じて消費者教育の機会が得られることが重要だと考えます。また、消費者の年代や特性に合わせて体系的に学ぶことが効果的と考えます。消費者庁の消費者教育推進のための体系的プログラム研究会において「消費者教育の体系イメージマップ」がまとめられ、各年代と「消費者市民社会の構築」「商品等の安全」「生活の管理と契約」「情報とメディア」といった 4 つの領域でそれぞれ学ぶポイントが体系的に示されています。

図－1 「消費者教育の体系イメージマップ」

※巻末（参考資料）に再掲しています。

重点領域	各期の特徴	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期		
						特に若者	成人一般	特に高齢者
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もち、消費をめぐると金銭の流れを考えよう	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知る時期	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
	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わりに気づき、物の使い方を工夫しよう	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築こう	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して行動しよう
	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、公正な社会をつくろう	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、公正な社会をつくろう
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、もののお使いの仕方を知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手を知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手を知り、使おう	安全で危険の少ない暮らしと消費社会を目指すことの大切さを知ろう	安全で危険の少ない暮らし方をすすめる習慣を付けよう	安全で危険の少ない暮らしと消費社会をつくろう	安全で危険の少ない暮らしの大切さを伝えよう
	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ろう	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	商品を選択し、契約するルールを知り、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よう
	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術を活用しよう 買い物や貯蓄を計画的にしよう	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方法を知らよう	消費生活に関する情報の効果と発信の技術を身に付けよう	情報と情報技術の適切な活用法や、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ろう	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ろう
	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?」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、意思決定の大切さを知ろう	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評価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。

## (2) 「消費者市民社会」とは

「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。（推進法 第2条）

自然環境、エネルギー・資源や食糧などの問題、人権や文化、思想などに関わる問題、雇用や活性化、災害復興など地域の関わる問題など、様々な問題が私たちを取り巻いています。より良く豊かな社会をつくるためには、消費者が消費を個人的な目的を満たすだけのものと考えず、社会、経済、環境等に消費が与える影響を考え、公正で持続可能なより良い社会をつくるという意識を持って、選択や行動することが強く求められています。

## (3) 「エシカル（倫理的）消費」とは

(エシカル（倫理的）消費とは)

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

(消費者基本計画より)

消費者庁が平成27年5月に設置した「倫理的消費調査研究会」の中で、エシカル消費とは「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ながら消費活動を行うこと」としています。そして、消費者・事業者・行政それぞれのエシカル消費の取組が、「消費者と事業者の協働によりWin-Winの関係が作られることが経済の活性化につながること」や、「持続可能な社会の実現、地域の活性化などの様々な社会的な課題の解決につながること」などのことが、行政がエシカル消費を推進する意義と必要性であるとしています。

エシカル消費には、「地元産品を購入する（地産地消）」、「食べ残しを減らす」など日常的にすでに実践している消費行動が多く含まれています。「エシカル消費の分類イメージ」は普段の消費行動を分類し、エシカル消費の取組内容をわかりやすく示しています。

図-2 「エシカル消費の分類イメージ」

(鳥取県消費生活センター「エシカル消費啓発テキスト 今まで知らなかった大切なことば エシカル」より)

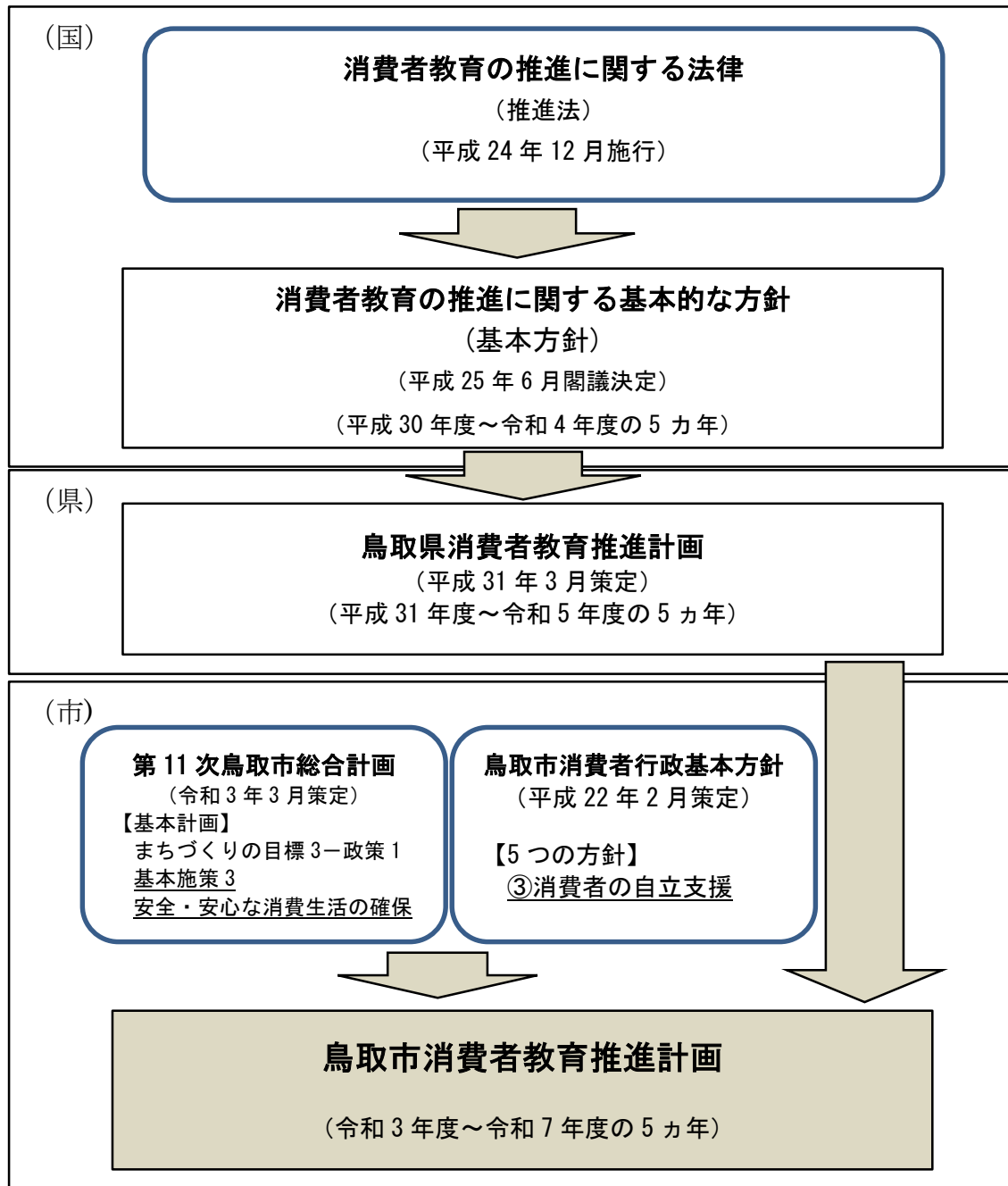




### 3 計画の位置づけ

推進法第10条第1項に基づき、国の基本方針及び「鳥取県消費者教育推進計画」（以下「県推進計画」という。）を踏まえ、鳥取市における消費者教育の推進に関する施策を策定します。

図 - 3 計画の位置づけ



### 4 計画期間

本計画の期間は令和3年度から令和7年度までの5カ年に設定します。

また、国の動向や県の取組の実施状況を踏まえ、必要に応じて計画の修正・見直しを行うものとします。

## 第2章 本市における消費者教育の現状と課題

### 1 消費生活相談の現状と課題

#### (1) 消費生活相談の現状

##### ■窓口と相談件数

本市では、平成21年5月に「鳥取市市民総合相談センター」に、専門の消費生活相談員を配置した「消費生活相談窓口」を設置し、面談や電話等で相談を受けてきました。消費者安全法の改正に伴い、より一層市民に寄り添って消費者被害の救済と未然防止のための広報・啓発に努めるため、平成28年度に鳥取市消費生活センターの組織及び運営に関する条例を制定し、消費生活センターを開設しました。

鳥取市消費生活センターが受付をしている相談件数は、令和元年度は929件であり、窓口を開設した平成21年度の395件から増加し、直近3年では1,000件前後で推移しています。

表－1 鳥取市消費生活センターでの受付相談件数

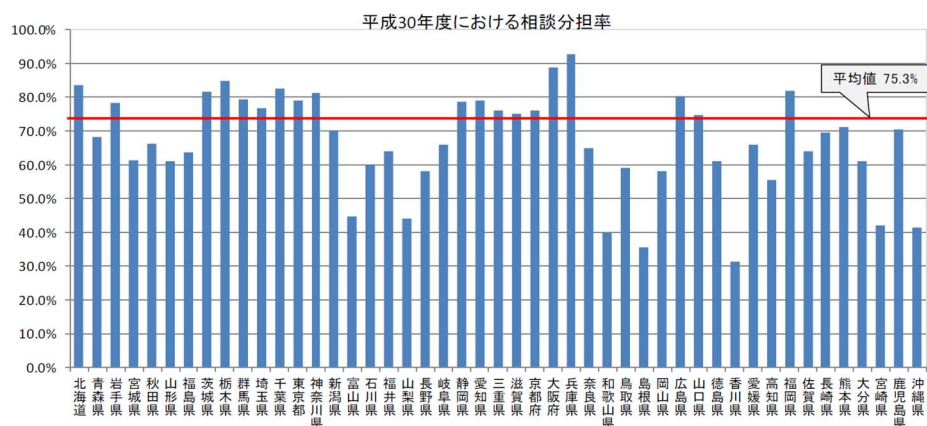
年度	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
受付相談件数(件)	711	712	810	733	733	1,109	1,009	929

市民から見た消費生活相談の窓口は、鳥取市消費生活センターと鳥取県消費生活センターの2つがあります。鳥取市消費生活センターへの相談件数は令和元年度で929件であり、県消費生活センターへの相談件数も加えた、市民の全相談件数(1,713件)に対する割合、いわゆる相談分担率は約54.2%でした。

「令和元年度地方消費者行政の現況調査」(消費者庁)についてこの相談分担率を見ると、平成30年度の全国平均が75.3%に対して、鳥取県全体では59.0%であり、本市の相談分担率は全国平均及び県平均を下回っています。

図－4 平成30年度における相談分担率

(消費者庁「令和元年度 地方消費者行政の現況調査」より)



■ 60歳以上の相談件数は依然高水準

令和元年度の相談件数 929 件のうち、70 歳以上の相談件数は 224 件で全相談の 24.1%、60 歳以上は 380 件で 40.9%となり、全相談の 4 割以上を占めています。消費者白書の年代別相談件数の割合によると、令和元年度の全国の相談件数における 60 歳以上の割合は 40.6%であり、全国と同様に依然として高水準にあるといえます。

表－2 鳥取市消費生活センターにおける年齢層別相談受付件数

年齢層	H29	H30	R1
20 歳未満	16	20	20
20 歳代	48	44	67
30 歳代	87	62	91
40 歳代	112	90	113
50 歳代	196	180	118
60 歳代	284	236	156
70 歳以上	242	247	224
その他・不明	124	130	140
合 計	1,109	1,009	929

令和元年度の属性別の相談状況を見ると、男性が 355 件で全相談の 38.2%、女性が 525 件で全相談の 56.5%と女性の相談が多く、年代別では 70 歳以上の女性が最も多く 149 件で全相談の 16%を占めており、ここ数年本市では同じような傾向が見られます。

表－3 鳥取市消費生活センターにおける年齢層、男女別相談件数

年齢層	H30				R1			
	男	女	不明	計	男	女	不明	計
20 歳未満	14	6	0	20	9	11	0	20
20 歳代	24	20	0	44	32	34	1	67
30 歳代	30	31	1	62	42	49	0	91
40 歳代	31	59	0	90	40	74	0	114
50 歳代	51	129	0	180	44	74	0	118
60 歳代	68	168	0	236	66	90	0	156
70 歳以上	87	158	0	245	74	149	1	224
その他・不明	41	46	45	132	48	44	47	139
合 計	346	617	46	1,009	355	525	49	929

### ■最も多い相談内容は商品・サービス等の架空請求

令和元年度の主な相談内容は、商品・サービス等の架空請求が最も多く、次いで有料動画等の架空請求が多く、この2つの分類の相談で284件と全相談の30.5%を占めています。その他、定期購入など健康食品についての相談が続いています。

表－4 鳥取市消費生活センターにおける分類別相談受付件数（令和元年度 上位5分類）

分類	件数				主な内訳
	電話	来所	メール等	計	
商品一般	144	44	5	193	商品・サービス等の架空請求
放送・コンテンツ等	63	24	2	89	有料動画等の架空請求、アダルト情報サイト
健康食品	45	7	1	53	定期購入、解約
相談その他	34	8	2	44	不審な電話やメール
融資サービス	21	17	0	38	多重債務、消費者金融

## （2）鳥取市消費生活センターにおける今後の課題

### ■市民の意識調査より（鳥取県「消費生活に関する県民意識調査」（平成30年度）より）

- ・県の消費生活センター及び市町村に消費相談窓口があることを知らない方が過半数を超えており、身近な相談窓口としての認知度の向上が課題です。
- ・実際に被害にあった方の約半数が相談をしなかったと回答しており、相談者の被害の救済だけでなく次の被害の防止につなげるためにも、より多くの方に相談窓口を利用していただくための取組が課題です。

### ■消費生活相談の現状より

- ・鳥取市消費生活センターの役割分担率は全国平均及び県平均をいずれも下回っており、市民の身近な相談窓口としての認知度の向上が課題です。
- ・高齢者からの相談が依然と多く、特に特殊詐欺のターゲットとされるケースや、サプリメントなど健康食品をはじめとする定期購入に関するトラブルが多くみられます。引き続き高齢者の消費者トラブルによる被害の防止に向けた対策が課題です。
- ・若者からの相談で、最近では情報商材に関する相談が見受けられます。SNSなどを通じて、社会不安を煽ったり、安易な儲け話により契約をしてしまうことが多いため、若者への啓発活動が課題です。

## 2 消費者教育・啓発の現状と課題

### (1) 消費者教育・啓発事業の現状

#### ■ イベントや講演会による消費者教育事業

- ・鳥取市消費生活センターでは、主にエシカル消費の普及、取組を推進するため、啓発イベントや講座を実施しています。大学や企業など、産・学・官が連携しながら、より効果的な事業を目指し取り組んでいます。
- ・講演会では、広く市民を対象にしたものや、親子向けの講座、市職員の研修として実施するものなど、様々な主体に向けて開催しています。幅広い層に対し実施し、消費者教育の推進に取り組んでいます。
- ・教育委員会をはじめとした教育関係機関と連携し、消費者教育の取組について情報交換を行い、現状や課題の把握を行っています。

#### ■ 出前講座や巡回パネル展による啓発活動

- ・鳥取市消費生活センターでは、地域や団体からの依頼を受けて出前講座を実施しています。消費生活相談員による資料や啓発用DVDなどを活用した講座のほか、鳥取市消費者団体連絡協議会による消費者寸劇も実施しています。公民館など地域の集まりからの講座の依頼が多く、扱うテーマは「悪質商法」「振込み詐欺」「見守りの必要性」といったものが主な内容となっています。
- ・公共施設や地区公民館を会場とした巡回パネル展や啓発用DVDなどの資料の貸出、外部講師による講演会の開催などを行っています。
- ・注意喚起が必要な相談事例については、関連機関及び団体に対して、随時情報提供を行っています。

#### ■ 市民への情報提供

- ・消費生活相談の内容を分析し、被害防止のために情報提供を行っています。
- ・市公式ウェブサイトの鳥取市消費生活センターの「消費生活相談事例」コーナーで、センターに寄せられた相談事例の紹介、アドバイス、法的なコメントと解説を掲載し、増加した相談事例については注意喚起として迅速に情報提供しています。
- ・市報に「ガード博士とメープル助手の消費者トラブル講座」というコラムを連載し、消費者トラブルの事例を紹介しています。

表-5 鳥取市消費生活センターによる啓発事業実績（件数）

区 分	H29	H30	R1
出前講座	26	18	26
巡回パネル展	16	18	33
啓発用DVD等貸出事業	4	4	10
外部講師による講演会等	3	3	5
関係機関および団体への情報提供	2	5	6
合 計	51	48	80

## (2) 鳥取市消費生活センターにおける今後の課題

### ■消費者教育の現状より

- ・市職員の消費者教育に対する認識は、研修でのアンケートからもまだまだ十分とは言えません。引き続き、研修等により市職員への消費者教育への意義の周知し、市全体で消費者教育の推進を図ることが課題です。
- ・市民のエシカル消費に対する認知度は、イベントでのアンケートを分析すると、低い結果でした。引き続き、イベント等でのエシカル消費の普及を更に図るとともに、市民のエシカル消費の実践に向けた取組を推進していくことが課題です。

表－6 市民のエシカル消費に対する認知度アンケート（「消費者市民まつり」にて実施）

区 分	H30
知っている	12.3%
聞いたことはあるが意味は知らない	12.3%
知らない	74.6%
その他	0.8%

### ■啓発事業の現状より

- ・出前講座の多くが公民館や地域からの依頼による高齢者の消費者トラブルを対象としたものであり、学校等との連携や若者の消費者トラブルをテーマにした依頼が少ないため、若年層に向けたメニューの充実と周知が課題です。
- ・情報発信については、市報及び市公式ウェブサイトによるものがメインであり、ケーブルテレビや動画配信サイトなど他の媒体や関係機関との連携を図るなどの効果的な情報発信が課題です。

### 3 本市における消費者教育の課題

消費生活相談の状況、消費者教育・啓発事業の現状を踏まえて、消費者教育における課題として3つの柱を設定し、基本的な施策を推進します。

#### ■消費者教育における3つの課題

##### ①「消費者教育」、「消費者市民社会」の意義の周知

市民が消費者として自立し、自身の消費行動が社会に影響を与えることを自覚していただくためには、「消費者教育」、「消費者市民社会」の意義を知っていただくことが重要です。今後も消費者教育をさらに推進するためには、これらの意義を広く市民に周知し、取組につなげていくことが課題であると考えます。

##### ②消費者教育の担い手の育成と充実

消費者教育を推進する上で、誰もがどこにいても生涯を通じて学びの機会を得ることが重要です。そのためには、様々な主体が消費者教育の担い手となり、取組を進めることが必要です。継続的な消費者教育を推進するためには、新たな担い手の育成と充実を図りながら取り組むことが課題であると考えます。

##### ③消費生活センターの周知と消費者教育の拠点化にむけた整備

今後さらに消費者教育を推進するためには、消費生活センターが消費者教育の拠点としての機能を併せ持つことを一層周知するとともに、様々な主体と連携し、コーディネート役としての機能を整備することが必要です。また、あらゆる状況でも消費者教育の継続を可能とする、オンライン形式など新しいスタイルでの消費者教育を構築することが課題であると考えます。

## 第3章 計画の基本的な考え方

### 1 基本方針

#### 「互いに学び、見守り、つなぐ 安全・安心なまちづくり」 ～消費者市民社会の構築をめざして～

様々な場面で消費者教育に触れることができるよう取り組むことで、市民一人ひとりがお互いに学びながら、互いに見守り支え合い、人と人、まちと人、そして今と未来をつないでいき、持続可能な、より良い豊かで安心・安全なまちづくりを進めることを目指します。

### 2 基本施策

消費者教育における課題として設定した3つの柱を基に、次の点を考慮しながら施策を進めていきます。

#### ○ライフステージや特性・場にあった体系的、効果的な推進

消費者教育は、それぞれの成長段階や属する場の特性に合わせた取組を続けることが効果的と考えます。「消費者教育の体系イメージマップ」を活用し、段階的、体系的な取組となるよう考慮しながら進めていきます。

#### ○様々な主体の連携と協働による推進

消費者教育には様々な主体があり、それぞれ消費生活における課題・問題を把握し、自主的に取組を行っています。こうした取組を広く市民全体に広げるために、主体同士の連携した取組や、多くの市民が参画する協働の取組となるよう考慮しながら進めていきます。

#### ○持続的な取組に向けた担い手（人材）の育成・活用の推進

消費者教育の推進のためには、様々な主体が担い手として取り組むことが必要です。また、持続的な取組とするためには新たな担い手の育成が必要です。学びのニーズに合わせた担い手の活用を図りながら、新たな人材の発掘や担い手の育成について考慮しながら進めていきます。

#### (1) 「消費者教育」、「消費者市民社会」の意義の周知

「消費者教育の体系イメージマップ」を活用し、様々な主体と協力しながら、「消費者教育」、「消費者市民社会」の意義の周知を図り、消費に関して広く市民が参加する学びの場づくりを推進します。

#### ■学校教育機関等（保育園、幼稚園、小、中、高等学校）

就学前は保育園、幼稚園等における生活する力をつけるための活動の中で、また小・中・高等学校においては文部科学省の定める学習指導要領に基づき、消費者として必要な力をつけるための教育が実施されています。また、地域や保護者と連携した活動も行われています。



学校や教育委員会など教育機関と協力しながら、幼児期～高校生期における意義の周知と学びの充実にに向けた取組を推進します。

## ■地域

地域には、自治会、まちづくり協議会、公民館をはじめとして住民が主体となって、地域の課題やまちづくりについて様々な活動を行っている団体、集まりがあります。子ども会や、老人クラブ、いきいきサロンといったそれぞれの年代を中心としたコミュニティの場があります。

また、消費者団体は、消費者に密接に関わり、様々な消費生活における課題・問題に対して自主的に取組を行っています。

こうした地域で活動する団体と協力しながら、各年代に対する団体等の実施する取組を通じて、消費者教育の意義の周知と学びの充実にに向けた施策を推進します。

## ■家庭

家庭は日常の消費活動の場として、様々な問題や課題に向き合う機会が多いことから、身に付けた知識を具体的な体験と結びつけ身に付けることのできる最も身近な場所と考えます。また、家族が日ごろから消費について話し、お互いに見守ることで、消費者トラブルに巻き込まれることを防ぐことにもつながります。

家庭において、日ごろから消費者教育について考える機会が増えるよう、消費者教育の意義の周知と学びの充実にに向けた施策を推進します。

## ■大学、専門学校等

大学や専門学校等では、それまでに身につけた消費者としての知識や体験を基に、自分の意志で様々な消費活動を選択、実施し始める時期であると考えます。また、学生の専門分野における調査研究や社会活動を通じて、消費者教育の取組への協力も期待されます。

大学や専門学校等と協力しながら、若者に対して、消費者教育の意義の周知と学びの充実にに向けた施策を推進します。

## ■事業所、事業所団体

事業所に属する従業者は、収入を得て個人または家庭としての消費活動を支える働き世代であるとともに、商品及びサービスを提供する事業者としての側面を持つことも多く、職域での消費者教育の推進は、消費者市民社会の形成における主体の育成につながるものとして、大きな効果が期待されます。

本市では、事業者等と協力しながら、消費者教育の意義の周知と消費生活や消費問題に関する情報提供し、職域での学びの充実にに向けた施策を推進します。

## ■福祉施設、地域での見守りの場

福祉施設や安否の見守り活動の場は、日ごろから高齢者や障がい者等と密接につながっており、消費生活に関する見守りを通じて、高齢者や障がい者等に対して消費者被害の防止の取組につながる実践の場と考えます。

本市では福祉施設や地域で、高齢者や障がい者等の見守り活動に携わる団体等の協力を得ながら、消費者被害の防止に向けた施策を推進します。

## (2) 消費者教育の担い手の育成と充実

---

消費者教育の推進のためには、様々な主体が担い手として取り組むことが必要です。

各主体での消費者教育の担い手育成の取組を支援するとともに、主体間の情報共有及び連携を進め、持続的な取組に向けた担い手の育成と充実を図ります。

### ■教育機関関係者

教育機関の教職員や保育士など教育機関関係者は、幼児期～高校生期や成人期（特に若者）における消費者教育推進の担い手として、大きな役割を担っています。

本市では学校や教育委員会など教育機関と協力しながら、より充実した消費者教育に取り組む担い手となるよう、課題やニーズを把握しながら必要な支援策を講じます。

### ■地域で活動する団体

地域には、自治会、まちづくり協議会、公民館など地域住民が主体となった団体や民生委員や愛の福祉訪問員など地域の見守りを行う方々が、様々な活動を通して地域の実情や課題を把握していることから、こうした方々が地域に応じて必要な消費者教育・啓発を推進する担い手として大きな役割を期待されています。

こうした地域の担い手が、日常の活動において教育・啓発を推進できるよう、地域のニーズに合った担い手育成の出前講座の提供や、他地域での取組の紹介、国や県、市等の専門機関が実施する研修等についての情報提供など、地域の取組に対して支援策を講じます。

### ■消費者団体・事業者団体

鳥取市消費者団体連絡協議会をはじめとした消費者団体は、様々な消費生活における課題・問題を把握し、それらに対する自主的な取組を通じて、消費者教育推進の担い手として大きな役割を期待されています。

また、事業者団体には、消費者からの意見・要望や、事業者がそれぞれの事業活動で把握する課題・問題について、解決に向けた事業の改善や事業所における研修等などの取組、消費者に対する情報提供を行っていくことが期待されています。

消費者団体や事業者団体がそれぞれの自主的な活動を通じて消費者教育の担い手となるよう、団体や事業所のニーズに合った担い手育成の出前講座の提供、他団体の取組や先進事例の紹介、国や県、市等の専門機関が実施する研修等についての情報提供など、これら団体の取組に対して支援策を講じます。

### ■高齢者や障がい者等を見守り活動に携わる団体等

地域包括支援センターや障害者地域生活支援センターなどの相談窓口や、社会福祉協議会や手をつなぐ育成会などの福祉団体、高齢者や障がい者等を見守り活動に携わる団体等は、日ごろから高齢者や障がい者等と密接にかかわることから、高齢者や障がい者等の消費者被害防止に向けた、啓発・見守りの担い手として大きな役割を期待されています。

こうした高齢者や障がい者等を見守り活動に携わる団体が、日ごろの活動を通じて消費者教育の担い手となるよう、各団体のニーズに合わせた担い手育成の出前講座の提供や、先進事例の紹介、国や県、市等の専門機関が実施する研修等について情報提供、見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会）を活用した意見交換や情報共有、研修会の実施などの支

援策を講じます。

#### ■その他の消費者教育に関連する機関・団体等

消費者教育の目的として、持続可能な社会の形成を行うことは、より良い豊かなまちづくりに向けた行政の取組と目的を共有するものと考えます。

例えば、食育や地産地消の推進、環境教育や人権教育、国際理解教育など様々な社会的課題に対する取組についても、消費生活と大きな関連があり、そうした取組の場も消費者教育の推進の機会と考えます。

この様な取組を行う機関、団体等がそれぞれの自主的な取組を通じて消費者教育の担い手となるよう、意見交換や情報共有による連携を図りながら、担い手育成の出前講座の提供や、国や県、市等の専門機関が実施する研修等について情報提供をするなど必要な支援策を講じます。

### (3) 消費生活センターの周知と消費者教育の拠点化に向けた整備

消費者教育は、様々な主体の取組を体系的、効果的に行うことが必要です。様々な主体の連携や担い手の育成・活用の促進するため、消費生活センターは大きな役割を担うことが期待されています。

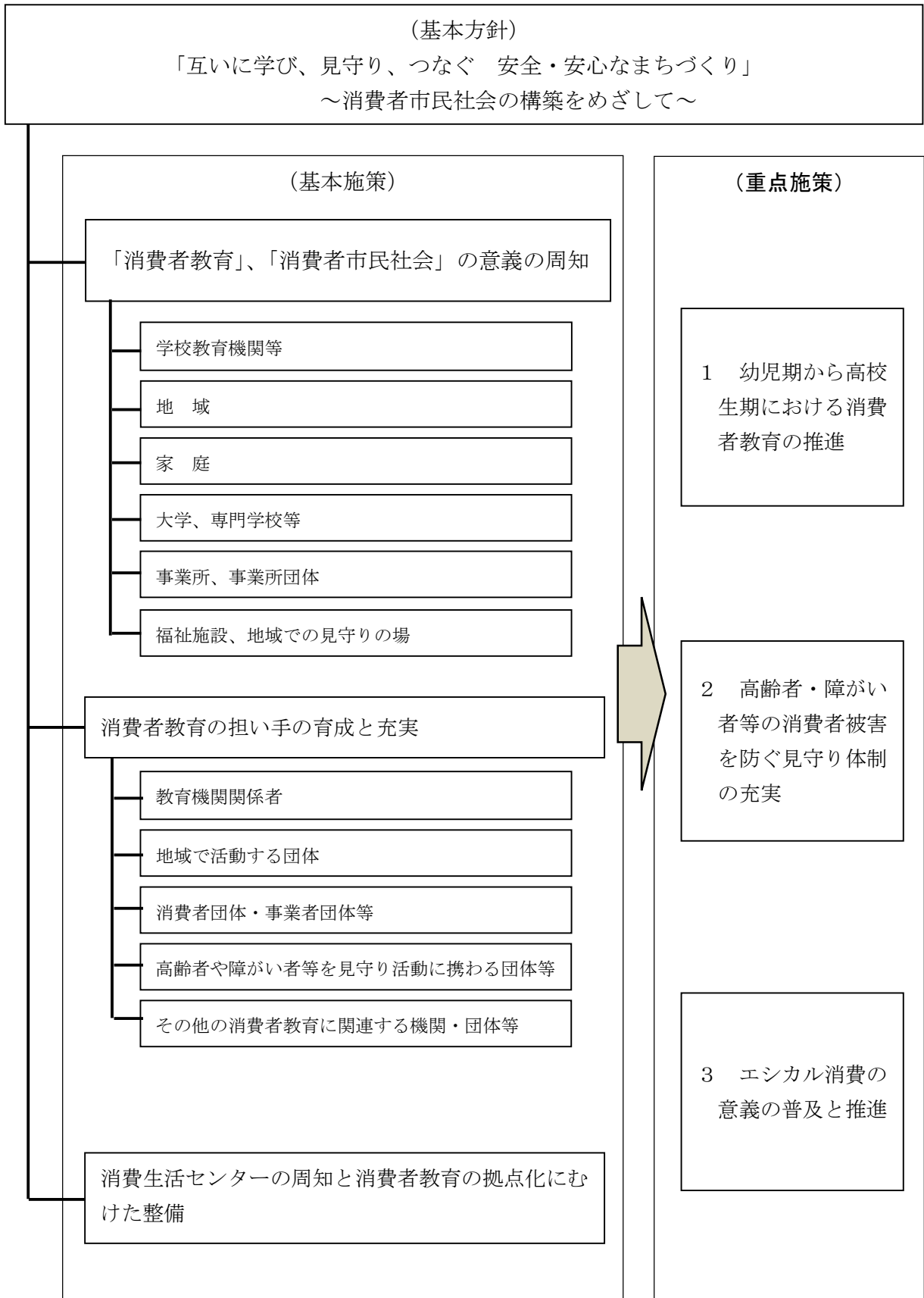
消費生活センターに配置されている消費生活相談員は、消費生活に関する様々な専門的知識や豊富な経験を持っており、消費者教育における中心的な役割の担い手として期待されています。

今後、更なる消費者教育の拠点化に向け、県及び市関係課との協力体制を強化し、出前講座や啓発用DVDなどの啓発資料の貸出、イベントの開催などの啓発事業に取り組みます。また、市職員への消費者教育の意義の周知を図り、市の様々な施策で行われる事業を消費者教育の視点でとらえることにより、相乗効果による推進を図ります。

また、消費者教育に取り組む様々な団体、機関と情報共有を図りながら、消費者教育に関する制度や取組、教材など情報の収集を積極的に行い、様々な主体に対する活動の支援や連携などのコーディネート機能の整備に向けて取り組みます。

(取組については、「第5章 計画の推進体制の構築」の「1 消費者教育推進拠点としての消費生活センターの機能の充実」に表記します。)

### 3 施策の体系



## 第4章 計画期間における重点施策と取組

### 1 幼児期から高校生期における消費者教育の推進

消費者教育において、特に幼児期、小学生期、中学生期、高校生期は消費の基礎を築く時期であり、その時期における消費者教育の充実は特に重要と考えます。イメージマップを活用して保育園や幼稚園、小・中学校、高等学校等での取組を整理し情報共有を図りながら、地域の取組や家庭での活動へつなげていくことで、次世代を担う子どもたちにより効果的な消費者教育が実施されるよう重点的に取り組めます。

#### ■消費者教育イメージマップにおける位置づけ

【幼児期～高校生期】の各期における各項目についての体系的な教育・啓発

#### ■想定される主な担い手

教育機関関係者、教育委員会、地域で活動する団体、家庭、消費生活センターなど

#### (取組方針1) 消費者教育についての意義及び取組の周知

(主な取組)

- ◆学校教育における消費者教育についての現状把握
  - 教育委員会をはじめとした教育機関などと協力して、保育園や幼稚園、小・中学校、高等学校等における消費者教育の取組について定期的に情報交換を行い、現状や課題の把握を行います。
  - 教育委員会等関係機関と意見交換をしながら、把握した現状や課題について情報共有を図ります。
- ◆市職員への研修及び教育機関関係者への出前講座による周知
  - 市職員への研修を実施し、消費者教育の意義及び取組についての周知を図り、市全体で消費者教育を推進します。
  - 消費者教育に携わっている教育機関関係者に対する研修や会議などで出前講座を実施し、消費者教育の意義及び取組について周知を図ります。

#### (取組方針2) 各教育関係機関に向けた消費者教育の連携と支援

(主な取組)

- ◆幼児期から高校生期における取組の体系的な整理と情報共有
  - 学校教育機関や、地域、県、市その他関係機関など各消費者教育の主体による幼児期から高校生期までの消費者教育の取組や課題を把握・整理し、イメージマップに基づき体系的に整理し、情報共有を図ります。
- ◆取組の連携、さらなる充実に向けた支援
  - 各教育機関等と協力して、整理した取組や課題をもとに、各消費者教育の主体の連携やさらなる充実に向けた支援策の検討を行います。
  - 各年代に応じて、県や市関係機関と役割分担をし、より効果的な施策の展開を行います。

### (取組方針3) 学校教育機関と消費者行政、地域との連携の支援

(主な取組)

◆消費者行政専門機関による取組に対する支援

○教育現場のニーズを捉え、さらなる消費者教育の充実に向け、国や県、市等の消費者行政専門機関が保有する教育資料や教材の提供、出前講座や講師派遣などの教育メニューの情報提供を行います。

◆地域と連携した取組への支援

○地域での活動の機会を捉え、出前講座や体験メニューの充実に図るとともに、教材の提供により地域での学びの機会の拡大を図ります。

### (取組方針4) 保護者への消費者教育の意義及び取組の周知

(主な取組)

◆保護者と児童生徒への消費者教育の意義及び取組の周知

○教育委員会や学校等の協力を得ながら、学校等での様々な取組の中で、保護者と児童生徒に対して資料・パンフレット等を配布して、消費者教育の意義及び取組の周知を図ります。

○PTA等における消費者教育に関する研修等の実施に向けて、本市が行う出前講座や啓発用DVDなど、消費者教育のメニューやパンフレット及びチラシ等の配布物の提供などの支援を行います。

◆家庭における消費者教育の推進

○保護者と児童生徒がともに参加する講座やイベントを実施するなど、保護者と一緒に学ぶ機会を提供し、家庭における消費者教育を推進します。

### ■計画期間における目標

◆幼児期から高校生期における消費者教育の現状把握と取組の体系的整理

取組の体系的整理による情報共有と定期的な意見交換の場の確保

各主体による具体的取組の現状把握と目指す姿の明確化

## 2 高齢者・障がい者等の消費者被害を防ぐ見守り体制の充実

高齢者・障がい者等の消費者被害を防ぎ、安全安心な消費活動を確保するためには、本人への注意喚起だけではなく、家族、親族、地域の方などによる日ごろからの声掛け、気づき、相談窓口への情報提供が必要だと考え、高齢者や障がい者等の見守りに関わる方々への啓発活動も進めます。

また、見守りについては各組織がそれぞれ活動していますが、その取組をより充実したものとするため、各組織や取組をつなぐネットワークを活用し、連携による被害防止の取組を強化します。

### ■消費者教育体系イメージマップにおける位置づけ

主に【成人期】の【商品等の安全性】【生活の管理と契約】【情報とメディア】の項目について教育・啓発

### ■想定される主な担い手

高齢者や障がい者等を見守り活動に携わる団体等、地域で活動する団体、消費者団体・事業者団体、消費生活センターなど

## (取組方針1) 高齢者・障がい者等への消費者教育・啓発の推進

(主な取組)

### ◆高齢者・障がい者等における消費者問題の現状把握

○高齢者及び障がい者等における消費者問題について、消費生活センターや警察への相談内容や、地域の見守りの方々が把握している問題、課題を集約整理し、被害防止に向けて情報提供を行います。

### ◆高齢者・障がい者等への啓発活動の実施

○消費者寸劇や落語など、分かりやすい出前講座のメニューの充実を図り、高齢者・障がい者等への啓発の推進を図ります。

○敬老会、いきいきサロン、公民館活動など高齢者が集まる機会を捉え、高齢者や障がい者やその家族等へ啓発活動を実施するとともに、課題の把握を積極的に実施します。

○老人福祉施設、障がい者福祉施設等の高齢者や障がい者等が集まる場所に向けた啓発活動を実施するとともに、課題の把握を積極的に実施します。

○地域活動の機会を捉え、家族や地域の方々に見守りについての情報提供や出前講座を行うとともに、課題の把握を積極的に実施します。

### ◆高齢者・障がい者等を重点とした広報活動の実施

○市報やCATV、消費生活センター公式ホームページなど様々な媒体を活用して、消費者被害の実態や注意喚起などの情報提供を行います。

○福祉部門や防犯部門の取組である高齢者宅訪問や施設訪問の機会を捉え、連携して消費者被害の実態や注意喚起などの情報提供を行います。

## (取組方針2)「見守りネットワーク」を活用した見守り体制の構築

(主な取組)

◆見守りネットワークによる見守りの推進

- 見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会）を活用して、相互の意見交換や情報共有を定期的に行い、ネットワークとして連携した取組につなげます。
- ネットワークを活用して、緊急の注意喚起情報や窓口情報などを適時的に情報提供し、見守りへの活用を図ります。
- ネットワークにおける研修等の実施や各構成団体が開催する研修等に対する資料提供や講師派遣などの支援により、見守り体制の充実を図ります。

※見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会）とは

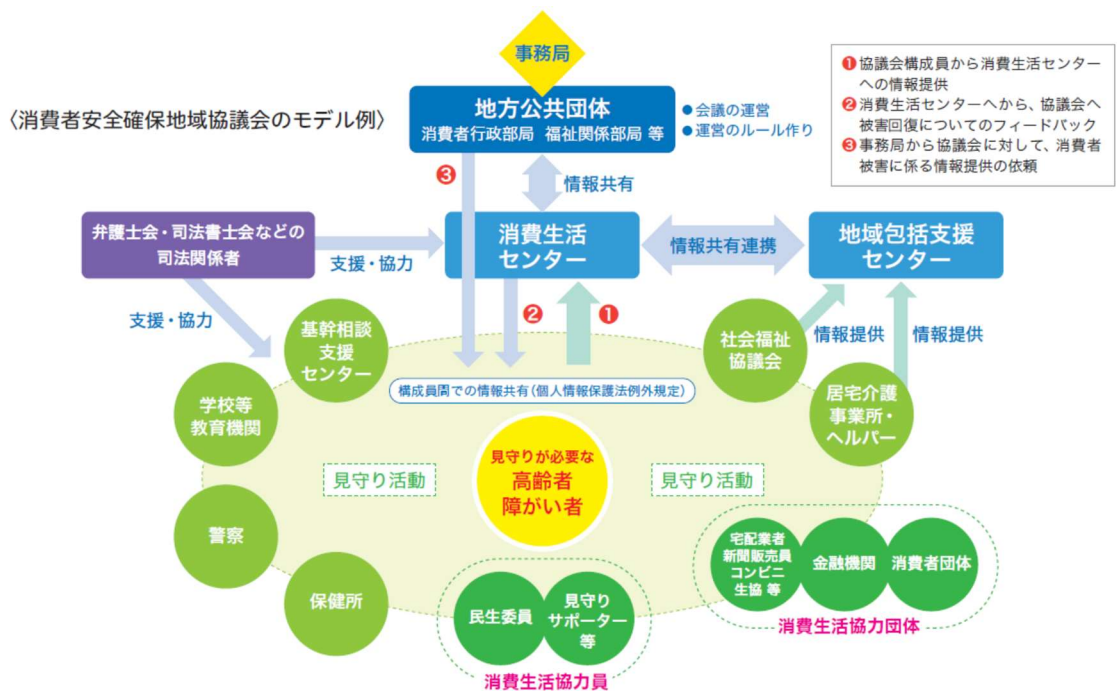
高齢者、障がい者、認知症等により判断力が不十分となった人などの消費者被害を防ぐため、地方公共団体及び地域の関係者が連携して見守り活動を行う組織。

平成26年6月の消費者安全法の改正により設置が可能となった。

(役割) 消費者被害に遭う可能性の高い「見守りを必要とする方」を、地域での見守り活動を通じて、適切な情報共有を行い、消費生活センター等に確実につなぐことにより消費者被害の未然防止、拡大防止を図る。

(構成) 福祉関係事業者、社会福祉協議会、消費生活協力員（民生委員など）、消費生活協力団体（金融機関など）、教育関係機関、警察、消費生活センターその他地方公共団体の関係機関

図-5 見守りネットワーク モデル例





### (取組方針3) 地域の見守り体制の支援と担い手の育成

(主な取組)

◆地域での取組の把握及び情報提供

○地域での取組の内容を把握し、広報等を通じて広く市民に紹介して、取組の広がりにつなげます。

◆地域住民による見守り等の支援

○見守り活動に取り組む地域に向けた情報提供や関係機関との連携、担い手の育成に向けた取組の支援を行います。

#### ■計画期間における目標

◆教育・啓発推進体制の構築と活動の実施

見守りネットワークの活用と定期的な意見交換、研修等の実施

◆高齢者・障がい者等の消費者被害の認知件数及び被害額の減少

警察や消費生活センターが把握した件数、被害額の検証

### 3 エシカル消費の意義の普及と推進

「エシカル消費」は、推進法に定義づけられた「消費者市民社会」の考え方を具体化する一つの方向性であり、消費者市民社会とあわせて「エシカル消費」の認知度を更に高めていくことは、公正で持続可能な社会づくりにとって欠かせない視点です。また、「エシカル」というキーワードは、これまで個別に行われてきた様々な活動の一つに結び付け、未来に向けた行動を志向することができるキーワードになる可能性もあります。そこで、本市の消費者教育推進の1つの柱としてエシカル消費を積極的に位置づけ、産・学・官が一体となって推進する体制の構築を目指します。

#### ■消費者教育体系イメージマップにおける位置づけ

【各期】における【消費者市民社会の構築】の項目についての教育・啓発

#### ■想定される主な担い手

エシカル消費に関連する機関・団体等、消費者団体・事業者団体、教育機関関係者、消費生活センターほか

#### (取組方針1) 消費者の消費行動の持つ意味の教育・啓発

(主な取組)

##### ◆本市におけるエシカル消費に関する現状の把握

○市民のエシカル消費に対する認知度及びイメージを定期的な調査により把握し、効果的な啓発活動につなげます。

##### ◆エシカル消費の認知度の向上

○エシカル消費の持つ意味をより多くの市民に伝えるため、国、県等が作成しているエシカル消費を紹介するチラシやパンフレットを活用しながら、市民の現状や活用機会にあった市独自の啓発資料を作成します。

○市報やCATV、動画配信サイトなど様々な媒体を活用したり、出前講座や各種イベント、消費者パネル展などの機会を通じてエシカル消費の意義の周知を図ります。

○自治会や公民館など地域活動の団体や事業所等の協力を得ながら、会報や公民館だより、企業報などにエシカル消費に関する記事の掲載を依頼し、広く周知を図ります。

○市の取組を推進するため、市及び関連する行政職員の研修等の機会を捉えエシカル消費の意義の周知を図ります。

○次世代を育てる担い手として、特に子育て世代等が集まる機会を捉え、エシカル消費の意義を周知し、消費行動の持つ意味を家庭を通じて広げてもらうよう取り組みます。

## (取組方針2) 産・学・官連携によるエシカル消費の普及への取組

(主な取組)

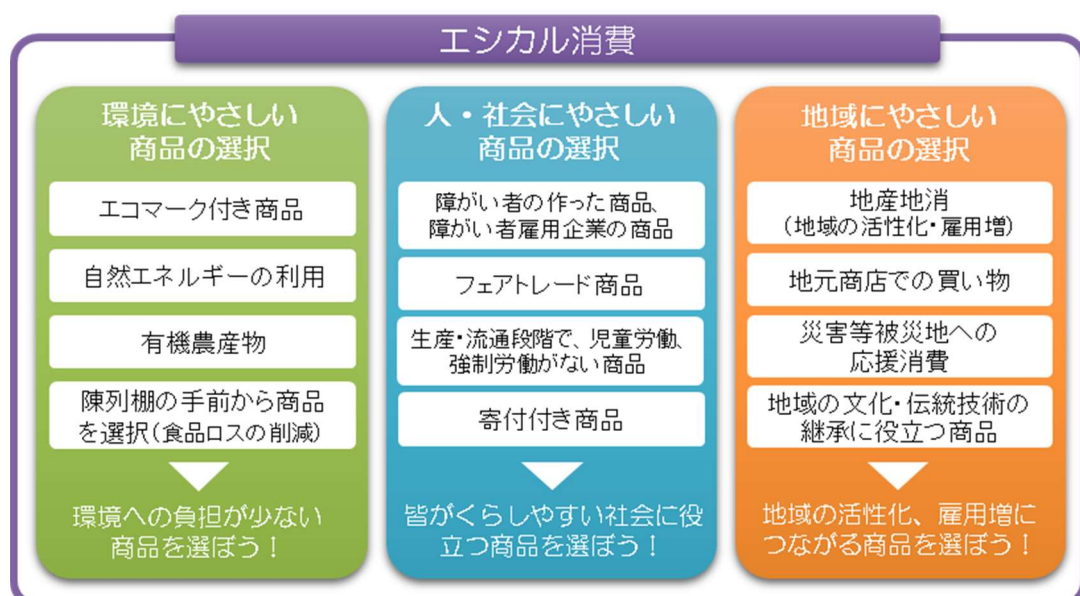
- ◆エシカル消費の普及に向けた産・学・官連携の強化
  - 産・学・官がそれぞれ行っているエシカル消費に関する取組について、意見交換や情報共有を図るとともに、連携した取組を行うなど、普及に向けた連携強化を図ります。
  - 産・学・官における意見交換や取組事例の調査を通じて、普及に向けての課題、問題を整理し、取組を支援します。
- ◆取組事例の把握及び情報発信
  - 市内で行われているエシカル消費の取組事例について、広く市民に情報発信し、エシカル消費の取組の広がりにつなげます。
- ◆産・学・官連携によるエシカル消費の普及イベントの実施
  - それぞれで行っている関連イベントを活用して、エシカル消費についての展示や発表、チラシ等の配布を行い、エシカル消費の普及を図ります。
  - 産・学・官が連携して、エシカル消費をテーマとしたイベントを実施するなど、市民のエシカル消費の実践に向けた取組を推進します。

### ■計画期間における目標

- ◆市民のエシカル消費に対する認知度の向上  
エシカル消費を正しく理解し、実践する市民 5割以上の達成

図ー6 「エシカル消費の分類イメージ」(再掲)

(鳥取県消費生活センター「エシカル消費啓発テキスト 今まで知らなかった大切なことば エシカル」より)



## 第5章 計画の推進体制の構築

### 1 消費者教育推進拠点としての消費生活センターの機能の充実

消費生活センターは、消費生活相談を受けるとともに出前講座などの啓発活動を実施しています。今後、消費者教育の推進拠点を目指し、消費者行政職員及び消費生活相談員による機能の充実に図ります。

(主な取組)

- ◆消費者教育に関する情報の収集及び提供、広報の充実
  - 消費者教育に関連する資料や教材、支援メニューの情報、消費相談などによって把握した消費者トラブルの現状、国や県の動向など、様々な消費者教育に関する情報を収集、整理し、注意喚起などの情報発信や、様々な問い合わせへの情報提供を行う情報拠点として機能の充実に図ります。
  - 消費生活センターの業務や取組に関して、あらゆる機会を捉え積極的に広報を行い、広く市民に消費に関する相談窓口として消費生活センターの周知を図ります。
  - 対面やイベント等以外に、オンラインなど新しいスタイルでの消費者教育の方法を研究し、あらゆる状況でも消費者教育の継続が可能となる仕組みの構築を図ります。
- ◆関係機関との協力体制、役割分担の明確化
  - 国や県、近隣自治体との協力体制を強化し、連携して消費者教育に取り組むことにより、相乗的効果を図ります。
  - 県や市関係課との情報共有・意見交換を定期的に行い、相互に役割分担を確認しながら協力体制のもと効果的な消費者教育の推進を図ります。
  - 国や県の開催する消費者行政担当職員に対する会議・研修に積極的に参加し、情報収集や意見交換に努めます。
- ◆消費者教育におけるコーディネート機能の整備
  - 国、県や地域や学校など様々な消費者教育の主体の取組の連携や、消費者教育のニーズと取組のマッチングなど、消費者教育推進に向けたコーディネート役として機能できるよう、積極的に情報共有を図ります。
- ◆担い手育成に向けた支援
  - 国や県が実施する消費生活相談員向けの専門研修へ積極的に参加し、消費生活相談員のスキルアップを図ります。
  - 市職員への研修を実施し、消費者教育の意義や本市における消費者教育の取組について周知を図ります。
  - 教育機関関係者や地域で活動する団体等における消費者教育の担い手育成に向けた取組に対して、出前講座の実施や講師派遣、教材等の提供を行います。
  - 鳥取市消費者団体連絡協議会による消費者啓発寸劇など、各種団体による消費者教育の推進に向けた活動を支援します。

## 2 計画全体の推進体制の構築

### ■鳥取市消費者行政審議会による連絡調整、実施の検証

- 消費者教育の推進に向け、消費者団体、事業者団体、教育関係者など消費者教育の担い手となる様々な主体による取組が展開されるよう、本計画の周知を図ります。
- 推進法に基づく消費者教育推進地域協議会\*の役割を担う組織として、鳥取市消費者行政審議会を設置し、本計画による取組状況を報告し、効果的な事業実施に向けた意見交換と情報共有、関係機関の連絡調整を図り、本計画の着実な推進を図ります。

## 3 成果の検証

### ■目標の設定及び検証・評価

- 本計画に基づき推進していく消費者教育を実行性のあるものとするため、重点施策に対する目標を設定し、審議会において、毎年度、取組成果の報告をもとに検証・評価を行います。
- 審議会による成果の検証・評価を踏まえ、消費者教育のさらなる推進に向け目標の見直しを検討します。

#### ※消費者教育推進地域協議会とは

推進法第20条に基づき、都道府県及び市町村に設置するよう努めなければならない協議会。

(役割) ①消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して、構成員相互の情報の交換及び調整を行うこと。

②消費者教育推進計画を作成又は変更に関して意見を述べること。

(構成) 消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センターその他の市町村の関係機関等

## 参考資料

### 鳥取市消費者行政審議会 委員名簿 (令和2年8月～令和4年8月)

(敬称略、順不同)

役職	氏名	区分	所属等
会長	民野 千秋	消費者を代表する者	鳥取市消費者団体連絡協議会
副会長	田中 和浩	学識経験を有する者	社会福祉法人鳥取市社会福祉協議会
委員	山根 滋子	消費者を代表する者	鳥取市連合婦人会
委員	平尾 昭一	消費者を代表する者	鳥取市老人クラブ連合会
委員	岡田 安弘	事業者を代表する者	鳥取県生活協同組合
委員	青木 博之	事業者を代表する者	鳥取商工会議所
委員	松本 公彦	事業者を代表する者	株式会社鳥取銀行
委員	田中 知歳	教育者を代表する者	社会福祉法人鳥取福祉会
委員	本家 恵	教育者を代表する者	鳥取市立城北小学校
委員	中村 仁	教育者を代表する者	鳥取市立中ノ郷中学校
委員	中山 実郎	学識経験を有する者	公立鳥取環境大学
委員	高橋 真一	学識経験を有する者	鳥取県弁護士会
委員	岸 舞	公募による者	公募委員
委員	関 通子	関係行政機関の職員	鳥取県生活環境部くらしの安心局 消費生活センター
委員	澤田 健二	関係行政機関の職員	鳥取市教育委員会学校教育課

※令和3年3月末現在

- 第1章 総則 (第1条～第8条)
- 第2章 基本方針等 (第9条・第10条)
- 第3章 基本的施策 (第11条～第18条)
- 第4章 消費者教育推進会議等 (第19条・第20条)

## 第1章 総則

### (目的)

第1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。

### (定義)

- 第2条 この法律において「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 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。

### (基本理念)

- 第3条 消費者教育は、消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結び付けることができる実践的な能力が育まれることを旨として行われなければならない。
- 2 消費者教育は、消費者が消費者市民社会を構成する一員として主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援することを旨として行われなければならない。
- 3 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われるとともに、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮した適切な方法で行われなければならない。
- 4 消費者教育は、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場の特性に応じた適切な方法により、かつ、それぞれの場における消費者教育を推進する多様な主体の連携及び他の消費者政策（消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策をいう。第9条第2項第3号において同じ。）との有機的な連携を確保しつつ、効果的に行われなければならない。
- 5 消費者教育は、消費者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与える影響に関する情報その他の多角的な視点に立った情報を提供することを旨として行われなければならない。
- 6 消費者教育は、災害その他非常の事態においても消費者が合理的に行動することができるよう、非常の事態における消費生活に関する知識と理解を深めることを旨として行われなければならない。
- 7 消費者教育に関する施策を講ずるに当たっては、環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育に関する施策との有機的な連携が図られるよう、必要な配慮がなされなければならない。

### (国の責務)

- 第4条 国は、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自立した消費者の育成が極めて重要であることに鑑み、前条の基本理念（以下この章において「基本理念」という。）にのっとり、消費者教育の推進に関する総合的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。
- 2 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、前項の施策が適切かつ効率的に策定され、及び実施されるよう、相互に又は関係行政機関の長との間の緊密な連携協力を図りつつ、それぞれの所掌に係る消費者教育の推進に関する施策を推進しなければならない。

(地方公共団体の責務)

第5条 地方公共団体は、基本理念にのっとり、消費生活センター（消費者安全法（平成21年法律第50号）第10条第3項に規定する消費生活センターをいう。第13条第2項及び第20条第1項において同じ。）、教育委員会その他の関係機関相互間の緊密な連携の下に、消費者教育の推進に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の社会的、経済的状况に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。

(消費者団体の努力)

第6条 消費者団体は、基本理念にのっとり、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われる消費者教育に協力するよう努めるものとする。

(事業者及び事業者団体の努力)

第7条 事業者及び事業者団体は、事業者が商品及び役務を供給する立場において消費者の消費生活に密接に関係していることに鑑み、基本理念にのっとり、国及び地方公共団体が実施する消費者教育の推進に関する施策に協力するよう努めるとともに、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるものとする。

(財政上の措置等)

第8条 政府は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講じなければならない。

2 地方公共団体は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講ずるよう努めなければならない。

## 第2章 基本方針等

(基本方針)

第8条 政府は、消費者教育の推進に関する基本的な方針（以下この章及び第4章において「基本方針」という。）を定めなければならない。

2 基本方針においては、次に掲げる事項を定めるものとする。

- 1 消費者教育の推進の意義及び基本的な方向に関する事項
- 2 消費者教育の推進の内容に関する事項
- 3 関連する他の消費者政策との連携に関する基本的な事項
- 4 その他消費者教育の推進に関する重要事項

3 基本方針は、消費者基本法（昭和43年法律第78号）第9条第1項に規定する消費者基本計画との調和が保たれたものでなければならない。

4 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成し、閣議の決定を求めなければならない。

5 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成しようとするときは、あらかじめ、関係行政機関の長に協議するとともに、消費者教育推進会議及び消費者委員会の意見を聴くほか、消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講じなければならない。

6 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、第4項の規定による閣議の決定があったときは、遅滞なく、基本方針を公表しなければならない。

7 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。

8 第4項から第6項までの規定は、基本方針の変更について準用する。

(都道府県消費者教育推進計画等)

第10条 都道府県は、基本方針を踏まえ、その都道府県の区域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（以下この条及び第20条第2項第2号において「都道府県消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。

2 市町村は、基本方針（都道府県消費者教育推進計画が定められているときは、基本方針及び都道府県消費者教育推進計画）を踏まえ、その市町村の区域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（以下この条及び第20条第2項第2号において「市町村消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。

3 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めようとするときは、あらかじめ、その都道府県又は市町村の区域の消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。この場合において、第20条第1項の規定により消費者教育推進地域協議会を組織している都道府県及び市町村にあっては、当該消費者教育推進地域協議会の意見を聴



かなければならない。

- 4 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表するよう努めるものとする。
- 5 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めた場合は、その都道府県又は市町村の区域における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、分析及び評価を行うよう努めるとともに、必要があると認めるときは、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を変更するものとする。
- 6 第3項及び第4項の規定は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の変更について準用する。

### 第3章 基本的施策

#### (学校における消費者教育の推進)

- 第11条 国及び地方公共団体は、幼児、児童及び生徒の発達段階に応じて、学校（学校教育法（昭和22年法律第26号）第1条に規定する学校をいい、大学及び高等専門学校を除く。第3項において同じ。）の授業その他の教育活動において適切かつ体系的な消費者教育の機会を確保するため、必要な施策を推進しなければならない。
- 2 国及び地方公共団体は、教育職員に対する消費者教育に関する研修を充実するため、教育職員の職務の内容及び経験に応じ、必要な措置を講じなければならない。
  - 3 国及び地方公共団体は、学校において実践的な消費者教育が行われるよう、その内外を問わず、消費者教育に関する知識、経験等を有する人材の活用を推進するものとする。

#### (大学等における消費者教育の推進)

- 第12条 国及び地方公共団体は、大学等（学校教育法第1条に規定する大学及び高等専門学校並びに専修学校、各種学校その他の同条に規定する学校以外の教育施設で学校教育に類する教育を行うものをいう。以下この条及び第16条第2項において同じ。）において消費者教育が適切に行われるようにするため、大学等に対し、学生等の消費生活における被害を防止するための啓発その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。
- 2 国及び地方公共団体は、大学等が行う前項の取組を促進するため、関係団体の協力を得つつ、学生等に対する援助に関する業務に従事する教職員に対し、研修の機会の確保、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

#### (地域における消費者教育の推進)

- 第13条 国、地方公共団体及び独立行政法人国民生活センター（以下この章において「国民生活センター」という。）は、地域において高齢者、障害者等に対する消費者教育が適切に行われるようにするため、民生委員法（昭和23年法律第198号）に定める民生委員、社会福祉法（昭和26年法律第45号）に定める社会福祉士、介護福祉士その他の高齢者、障害者等が地域において日常生活を営むために必要な支援を行う者に対し、研修の実施、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。
- 2 国、地方公共団体及び国民生活センターは、公民館その他の社会教育施設等において消費生活センター等の収集した情報の活用による実例を通じた消費者教育が行われるよう、必要な措置を講じなければならない。

#### (事業者及び事業者団体による消費者教育の支援)

- 第14条 事業者及び事業者団体は、消費者団体その他の関係団体との情報の交換その他の連携を通じ、消費者の消費生活に関する知識の向上が図られるよう努めるものとする。
- 2 事業者は、消費者からの問合せ、相談等を通じて得た消費者に有用な消費生活に関する知識を広く提供するよう努めるものとする。
  - 3 事業者は、その従業者に対し、研修を実施し、又は事業者団体等が行う講習会を受講させること等を通じ、消費生活に関する知識及び理解を深めるよう努めるものとする。
  - 4 事業者団体は、消費者団体その他の民間の団体が行う消費者教育の推進のための活動に対し、資金の提供その他の援助に努めるものとする。

#### (教材の充実等)

- 第15条 国及び地方公共団体は、消費者教育に使用される教材の充実を図るとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において当該教材が有効に活用されるよう、消費者教育に関連する実務経験を有する者等の意見を反映した教材の開発及びその効果的な提供に努めなければならない。

(人材の育成等)

- 第16条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、消費者安全法第11条に規定する相談員その他の消費者の利益の擁護又は増進を図るための活動を行う者に対し、消費者教育に関する専門的知識を修得するための研修の実施その他その資質の向上のために必要な措置を講じなければならない。
- 2 国及び地方公共団体は、大学等、研究機関、消費者団体その他の関係機関及び関係団体に対し、消費者教育を担う人材の育成及び資質の向上のための講座の開設その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

(調査研究等)

- 第17条 国及び地方公共団体は、消費者教育に関する調査研究を行う大学、研究機関その他の関係機関及び関係団体と協力を図りつつ、諸外国の学校における総合的、体系的かつ効果的な消費者教育の内容及び方法その他の国の内外における消費者教育の内容及び方法に関し、調査研究並びにその成果の普及及び活用に努めなければならない。

(情報の収集及び提供等)

- 第18条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われている消費者教育に関する先進的な取組に関する情報その他の消費者教育に関する情報について、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮しつつ、これを収集し、及び提供するよう努めなければならない。
- 2 国は、消費生活における被害の防止を図るため、年齢、障害の有無その他の消費者の特性を勘案して、その収集した消費生活に関する情報が消費者教育の内容に的確かつ迅速に反映されるよう努めなければならない。

#### 第4章 消費者教育推進会議等

(消費者教育推進会議)

- 第19条 消費者庁に、消費者教育推進会議を置く。

- 2 消費者教育推進会議は、次に掲げる事務をつかさどる。
- 1 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進会議の委員相互の情報の交換及び調整を行うこと。
  - 2 基本方針に関し、第9条第5項(同条第8項において準用する場合を含む。)に規定する事項を処理すること。
  - 3 消費者教育推進会議の委員は、消費者、事業者及び教育関係者、消費者団体、事業者団体その他の関係団体を代表する者、学識経験を有する者並びに関係行政機関及び関係する独立行政法人(独立行政法人通則法(平成11年法律第103号)第2条第1項に規定する独立行政法人をいう。)の職員のうちから、内閣総理大臣が任命する。
  - 4 前2項に定めるもののほか、消費者教育推進会議の組織及び運営に関し必要な事項は、政令で定める。

(消費者教育推進地域協議会)

- 第20条 都道府県及び市町村は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育を推進するため、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センターその他の当該都道府県又は市町村の関係機関等をもって構成する消費者教育推進地域協議会を組織するよう努めなければならない。
- 2 消費者教育推進地域協議会は、次に掲げる事務を行うものとする。
- 1 当該都道府県又は市町村の区域における消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進地域協議会の構成員相互の情報の交換及び調整を行うこと。
  - 2 都道府県又は市町村が都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を作成し、又は変更しようとする場合においては、当該都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の作成又は変更に関して意見を述べること。
  - 3 前2項に定めるもののほか、消費者教育推進地域協議会の組織及び運営に関し必要な事項は、消費者教育推進地域協議会が定める。

消費者教育の推進に関する法律の概要

国と地方の責務と実施事項	
国	地方公共団体
<p><b>責務(第4条)</b> 消費者教育の推進に関する総合的な施策策定、実施</p> <p><b>責務(第5条)</b> 団体の区域の社会的経済的状況に応じた施策策定、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)</p>	<p><b>責務(第8条)</b> 推進に必要な財政上の措置(地方は努力義務)</p> <p><b>都道府県消費者教育推進計画</b> <b>市町村消費者教育推進計画</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>基本方針を踏まえ策定(努力義務)</li> </ul> <p><b>消費者教育推進協議会(第20条)</b> 都道府県・市町村が組織(努力義務)</p>
<p><b>基本方針(第9条)</b> 消費者庁・文部科学省が案を作成・閣議決定</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>基本的な方向</li> <li>推進の内容等</li> </ul> <p><b>消費者教育推進会議(第19条)</b> 消費者庁に設置(いわゆる8条機関)</p>	<p><b>努力義務(国および地方)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○教材の活用等(第15条)</li> <li>○調査研究(第17条)</li> <li>○情報の収集(第18条)</li> </ul>
<p><b>目的(第1条)</b> 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</p> <p><b>定義(第2条)</b> 『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及びこれに関連する啓発活動 (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。)</p> <p>『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 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 公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画</p>	<p><b>基本理念(第3条)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> </ul> <p>体系的推進 ・ 幼児期から高齢期までの段階特性に配慮</p> <p>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</p> <p>消費者市民社会の形成に関し、多角的な情報を提供</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 非常時(災害)の合理的行動のための知識・理解</li> <li>・ 環境教育、食育、国際理解教育等との有機的な連携</li> </ul>
<p><b>消費者団体(努力義務)(第6条)</b> ～自主的活動・協力</p> <p><b>事業者・事業者団体(努力義務)</b> ～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)</p>	<p><b>義務付け(国・地方)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○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</li> <li>○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</li> <li>○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</li> <li>○人材の育成等(第16条)</li> </ul>

※施行日：平成24年12月13日(公布日：平成24年8月22日)

# ○ 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)にととのての指針

○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」に関する相関件数の増加
- ・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、必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(結節点としての消費者教育推進地域協議会)
- ・地方公共団体と消費者団体、事業者等

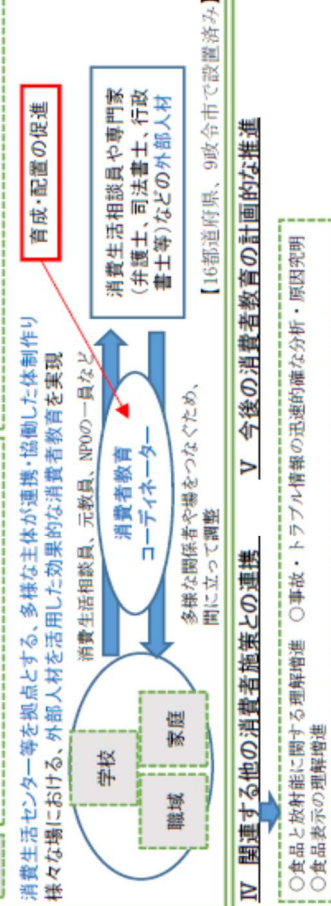
## ○他の消費生活に関連する教育との連携推進

(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

学校	地域社会	職場
<p>(小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・学習指導要領に基づく実践的な教育を推進</li> <li>・その着実な実施について周知・徹底</li> </ul> <p>(大学・専門学校等)</p> <p>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</p> <p>⇒特色ある取組事例や課題等の情報提供・啓発</p>	<p>(小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>⇒実態把握と必要な情報提供</li> <li>・国民生活センター等の教員向け研修の活用を推進</li> </ul> <p>(大学・専門学校等)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地方公共団体や関係団体との連携の枠組みを構築</li> <li>・消費者教育推進地域協議会への参画を促進</li> </ul> <p>消費者団体・NPO等による消費者教育</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> </ul>	<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> </ul>





## 持続可能な開発目標(SDGs)の推進と消費者政策

2015年9月に国連の持続可能な開発サミットで採択された「持続可能な開発目標(SDGs)」は、経済・社会・環境をめぐる広範な課題について、全ての関係者の役割を重視し、「誰一人取り残さない」世界の実現を目指す国際目標です。消費者庁は、この国際目標の達成に寄与するため、安全・安心で豊かに暮らすことができる社会を実現するという使命の下、消費者基本計画に基づき、様々な施策を推進しています。

消費者基本計画における主な施策					
① 消費者の安全の確保	② 表示の充実と信頼の確保	③ 適正な取引の実現	④ 消費者が主役となる選択・行動できる社会の形成	⑤ 消費者の被害救済、利益保護の枠組みの整備	⑥ 国や地方の消費者行政の体制整備
<p>事故の未然防止、発生時の拡大防止など消費者の安全の確保に向けて、消費者事故の情報収集・公表や消費者への注意喚起に取り組んでいます。</p> <p>〈関連するSDGs〉</p> 	<p>景品表示法の普及啓発・厳正な運用、食品表示による適正な情報提供・関係法令の厳正な運用などに取り組んでいます。</p> <p>〈関連するSDGs〉</p> 	<p>高齢化、情報化の進展など消費者を取り巻く環境の変化を踏まえ、取引の適正化に向けた対応を図っています。</p> <p>〈関連するSDGs〉</p> 	<p>エシカル消費の普及啓発を始め、ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進を図るとともに、食品ロスの削減、消費者志向経営の推進などに取り組んでいます。</p> <p>〈関連するSDGs〉</p> 	<p>消費者の被害救済のための体制の充実を図るとともに、高度情報通信社会やグローバル化の進展に対応した消費者利益の擁護・増進を図っています。</p> <p>〈関連するSDGs〉</p> 	<p>消費者庁が消費者行政の司令塔の役割を果たすとともに、どこに住んでいても質の高い相談を受けられる体制整備や高齢者等の見守りネットワークの構築に取り組んでいます。</p> <p>〈関連するSDGs〉</p> 



# 消費者教育の体系イメージマップ

(消費者庁ホームページより)

各期の特徴	成人期			高校生期	中学生期	小学生期	幼児期
	特に関心者	成人一般	特に関心者				
<b>重点領域</b>							
<b>消費がもつ影響力の理解</b>	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	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するための行動を始める時期	生涯・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考慮する習慣を身に付けよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考慮しよう	消費をめぐれる物や金錢の流れを考えよう	あつかいや買い物に関心を持とう
<b>持続可能な消費の実践</b>	持続可能な社会を築いたライフスタイルについて伝えよう	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	消費生活の重要性を認識し、主体的な判断が望まれる時期	持続可能な社会を目指したライフスタイルを築こう	持続可能な社会を目指すライフスタイルを考えよう	自分の生活と身近な環境とのつながりに気づき、物の使い方を工夫しよう	身の回りのものを大切にしよう
<b>消費者の参画・協働</b>	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	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	生涯・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考慮しよう	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向けて行動の場を広げよう	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向けて取り組むこと的重要性を理解しよう	身近な消費者問題に目を向けよう	協力することの大切さを知ろう
<b>商品安全の理解と危険を回避する能力</b>	安全で危険の少ない暮らしの大切さを伝えよう	安全で危険の少ない暮らしと消費社会をつくらう	安全で危険の少ない暮らし方を考える習慣を身に付けよう	安全で危険の少ない暮らし方を考える習慣を身に付けよう	危険を回避し、物や安全に使う手段を知り、使おう	危険を回避し、物や安全に使う手がかりを知ろう	くらしの中の危険や、もの安全な使い方に気づこう
<b>トラブル対応能力</b>	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	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	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を身に付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	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伝えよう
<b>選択し、契約することへの理解と考える態度</b>	契約とそれのルールを理解し、くらしに活かそう	契約とそれのルールを理解し、くらしに活かそう	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身に付けよう	商品と適切に選択するとともに、契約とそれのルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう	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	約束やきまりを守ろう	約束やきまりを守ろう
<b>生活を設計・管理する能力</b>	生涯環境の変化に 대비し、支え合いながら生活を管理しよう	経済社会の変化に 대비し、生涯を見通した計画的な暮らしをしよう	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	消費に関する生活管理の技術を活用しよう 買い物や貯蓄を計画的にしよう	物や金錢の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう お小遣いを考えて使おう	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	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
<b>情報の収集・処理・発信能力</b>	支え合いながら情報と情報技術を適切に利用しよう	情報と情報技術を適切に利用するくらしをしよう	情報と情報技術を適切に利用する習慣を身に付けよう	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	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	消費に関する情報の集め方や活用の仕方を知ろう	身の回りのさまざまな情報に気づこう
<b>情報社会のルールや情報モラルの理解</b>	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	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	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を身に付けよう	望ましい情報社会のめり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう	著作権や発信した情報への責任を知ろう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを知ろう	自分や家族を大切にしよう
<b>消費生活情報に対する批判的思考力</b>	支え合いながら消費生活情報を上手に取り入れられよう	消費生活情報を主体的に評価して行動しよう	消費生活情報を主体的に吟味する習慣を身に付けよう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会との関係を理解しよう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会との関係の大切さを知ろう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう	身の回りの情報から「なぜ」どうしてかを考えよう

※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、理解を進めやすいう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。