

勝山市消費者教育推進計画



チャマゴンとチャマリンは、消費者庁長官より
「勝山市消費者教育推進大使」として委嘱されています



勝山市

はじめに

1968 年(昭和 43 年)に制定された消費者保護法が、2004 年(平成 16 年)に改正されるかたちで消費者基本法として制定され、消費者行政の責務は「消費者の保護」から「消費者の自立の支援」へと規定されました。

しかしながら、消費者問題は複雑化し、複数の省庁にまたがる事案も多く発生したことから、2009 年(平成 21 年)、迅速に対応する新たな組織として消費者庁が創設され、「表示」「取引」「安全」など消費者に身近な問題を取り扱う法律を所管することとなりました。更に、消費生活相談等の事務の実施、消費生活センターの設置、消費者事故等に関する情報の集約等について規定した消費者安全法が施行されるなど、消費者政策は大きな転機となりました。

3 年後の 2012 年(平成 24 年)、消費者教育の推進に関する法律が施行され、消費者を取り巻く厳しい状況に鑑み、「消費者の自立の支援」に加え、「消費者市民社会の形成」の必要性・重要性がうたわれました。個人消費はGDP(国内総生産)の約 6 割を占めており、我々の消費行動は、経済社会や地球環境に大きな影響力を持つとされています。これからは、消費者一人ひとりが必要な知識を得ながら、社会の一員として、その役割と責任を意識して、生活におけるリスクから自らを守るとともに、持続可能な社会形成につながる消費行動をすることが求められています。

そこで、本市では「学び・考え・行動する消費者の育成～消費者市民社会の実現をめざして～」を基本理念とし、ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進を活動方針とした勝山市消費者教育推進計画を策定いたしました。

今後は、この計画を基に、消費者教育の主体となる各関係機関等との連携及び協働を得て、全ての市民の皆様が消費者教育を受けることができるよう取り組んでまいります。

結びに、計画策定にあたり、貴重なご意見やご提言をいただきました勝山市消費者教育推進協議会委員の皆様をはじめ、ご協力いただきました多くの皆様に厚くお礼申し上げます。

平成30年3月

勝山市長 山岸 正裕

目次

第1章 推進計画の策定にあたって

1 計画策定の背景と趣旨	1
2 計画の範囲（消費者教育の定義）	2
3 計画の位置づけ	2
4 計画の期間	2

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

1 勝山市における消費生活相談の状況	3
（1）消費生活相談件数の推移	3
（2）消費生活相談（苦情）の特徴	3
（3）特殊詐欺被害認知状況	4
2 消費生活に関する市民の意識	5
（1）消費者問題への関心と情報の入手方法	6
（2）消費者トラブルへの対応	7
（3）勝山市消費者センターの認知度	9
（4）消費者教育・啓発について	10
（5）消費者としての心がけ	13
3 勝山市における消費者教育・啓発の現状	15
4 消費者教育を推進する上での課題	15

第3章 基本理念と活動方針

1 基本理念	17
2 活動方針	18
3 推進の内容	21

参考資料

◆消費者教育の推進に関する法律	22
◆消費者教育の推進に関する基本的な方針【概要】	29
◆勝山市消費者教育推進協議会名簿	30

第1章 推進計画の策定にあたって

1 計画策定の背景と趣旨

近年、消費者をめぐる状況は厳しく、消費生活と経済社会の関わりが、グローバル化、高度情報化の進展等により多様化・複雑化し、地域・家族のつながりが弱まるなか、消費者トラブルが多様化・深刻化しています。

このような状況に対して、消費者が安心して、安全で豊かな消費生活を営むことのできる社会を実現するためには、消費者自身が消費生活に関する正確な知識や的確な判断力を身につけることが重要であります。

こうした中、平成24年12月13日に「消費者教育の推進に関する法律」（以下「消費者教育推進法」という。）が施行され、消費者の自立を支援するための教育に加え、消費者が公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する「消費者市民社会」が定義されるとともに、地方公共団体は「消費者教育推進計画」を定めることが努力義務とされました。

そして、平成25年6月28日の閣議決定により「消費者教育の推進に関する基本的な方針」が示され、福井県においては、平成28年3月に『消費者と生産者が築く、安全で豊かな「ふるさと福井」の実現と継承』を基本理念とする福井県消費者教育推進計画が策定されました。

こうしたことから、本市でも、これまでの消費者の自立支援に加え、「消費者市民社会」の形成に参画できる消費者の育成を目指し、「勝山市消費者教育推進計画」を策定します。

2 計画の範囲（消費者教育の定義）

消費者教育推進法では、消費者教育を次のように定義しています。

消費者教育推進法第2条第1項

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行う。

また、消費者市民社会については、次のように定義されています。

消費者教育推進法第2条第2項

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 計画の位置づけ

この計画は、勝山市における消費者教育を推進するために、消費者教育推進法第10条第2項に基づき、「国の基本方針」や「福井県消費者教育推進計画」を踏まえて策定するものです。

4 計画の期間

平成30年度から34年度までの5年間とします。

なお、社会経済情勢の急激な変化や国・県の動向等を踏まえ、必要に応じて見直しを行うものとしています。

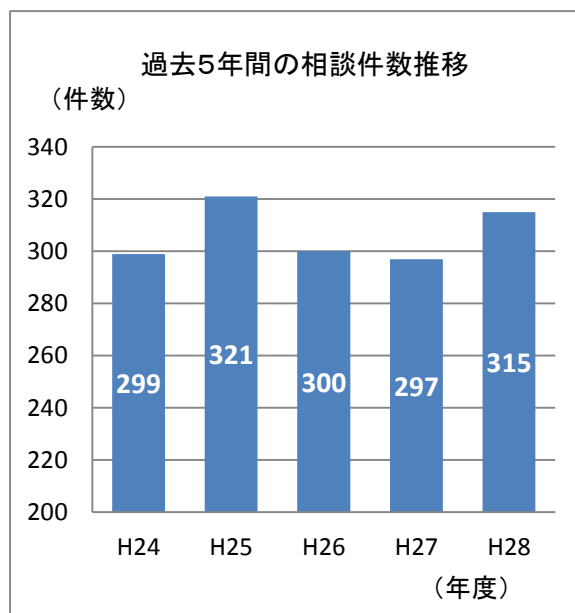
第2章 消費者を取り巻く現状と課題

1 勝山市における消費生活相談の状況

(1) 消費生活相談件数の推移

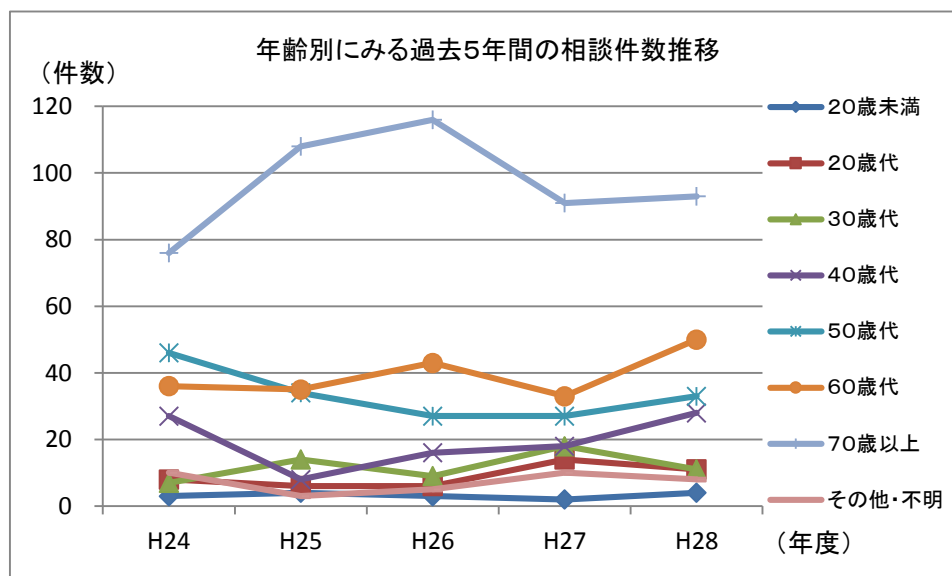
勝山市では、消費者の様々なトラブルに対応するため、市役所市民課内に消費者センターを設置し、消費生活専門相談員を配置して、消費生活に関する相談に対応しています。

年間約300件前後の相談があり、斡旋や交渉、情報提供などを行い、問題解決に努めています。



(2) 消費生活相談（苦情）の特徴

消費生活相談（苦情）の特徴として、70歳以上の高齢者からの相談が特に多く、次いで60歳代の方からの相談も多くあるのが特徴です。また、他の年代に比べ件数自体は多くないものの、20歳代や20歳未満の方からの相談もあり、全ての年代から消費生活相談があります。



商品・役務別では、運輸・通信サービスに関する相談が年々増加しています。

有料サイト等の不当請求の相談や、平成27年2月に光通信サービスの提供の仕組みが変更になったことが影響し、光回線やプロバイダ契約に関する相談が増え、インターネット関連の相談が急増しています。

商品・役務別にみる過去5年間の相談件数(上位3位)

(単位:件)

年度 順位	H24	H25	H26	H27	H28
1位	運輸・通信サービス	食料品	運輸・通信サービス	運輸・通信サービス	運輸・通信サービス
	49	44	54	63	102
2位	金融・保険サービス	商品一般	商品一般	商品一般	商品一般
	34	38	43	36	24
3位	商品一般	運輸・通信サービス	住居品	住居品	保健衛生品
				15	13
	27	34	18	教養娯楽品	教養娯楽品
				15	13

(3) 特殊詐欺被害認知状況

また、近年、全国的に特殊詐欺の被害が多く、福井県、勝山市においても特殊詐欺の被害が発生しています。特殊詐欺とは、オレオレ詐欺・架空請求詐欺・融資保証金詐欺・還付金等詐欺の振り込め詐欺、そして振り込め詐欺に類似した詐欺をいい、このことは消費者被害と密接に関連しています。

年間(1~12月) の被害認知状況		勝山市		福井県	
H27	件数	3件	(0件)	58件	(43件)
	金額	1,918万円	(0円)	2億5,284万円	(2億2,038万円)
H28	件数	4件	(4件)	53件	(44件)
	金額	400万円	(400万円)	2億5,775万円	(2億1,237万円)

※ () 内は 65 歳以上の高齢者。金額は千円単位で四捨五入。

(出典：福井県警察本部ホームページ)

2 消費生活に関する市民の意識

消費生活に関する市民の意識や実態を把握し、消費生活の安定と効果的な消費者教育の推進を図るとともに、計画策定の参考資料とすることを目的として、消費生活に関する市民アンケートを実施しました。

◇ 調査対象

勝山市民 20歳以上 1,000人

◇ 調査期間

平成29年1月25日（水）～平成29年2月10日（金）

◇ 調査方法

住民基本台帳より無作為抽出

郵送による無記名調査票の回収

◇ 回答者数（率）

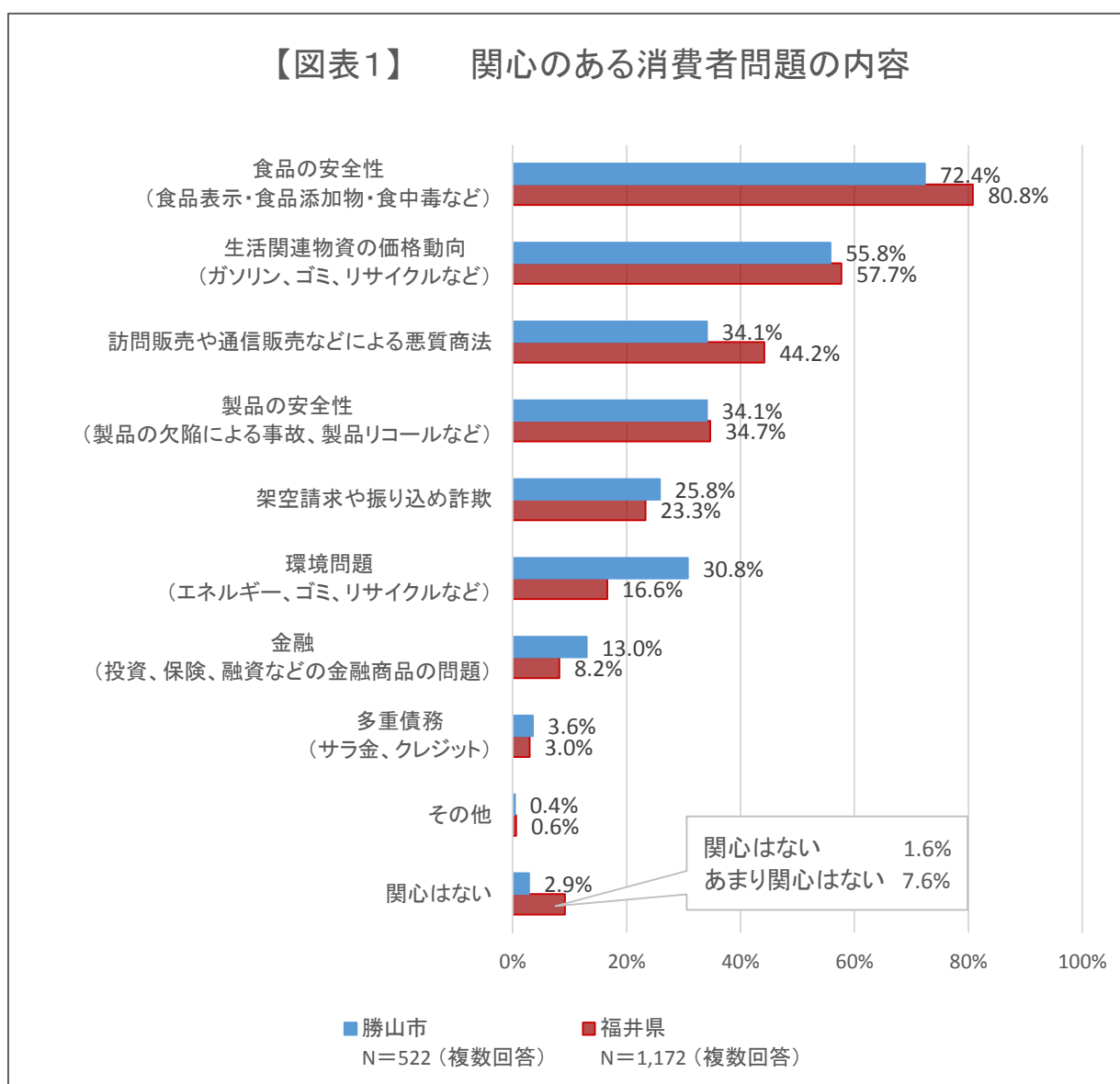
522名 （52.2%）

◇ 回答者の属性

20歳代	7.5%	（39名）
30歳代	10.0%	（52名）
40歳代	11.5%	（60名）
50歳代	18.2%	（95名）
60歳代	27.6%	（144名）
70歳以上	24.3%	（127名）
年齢不明	0.9%	（5名）

(1) 消費者問題への関心と情報の入手方法

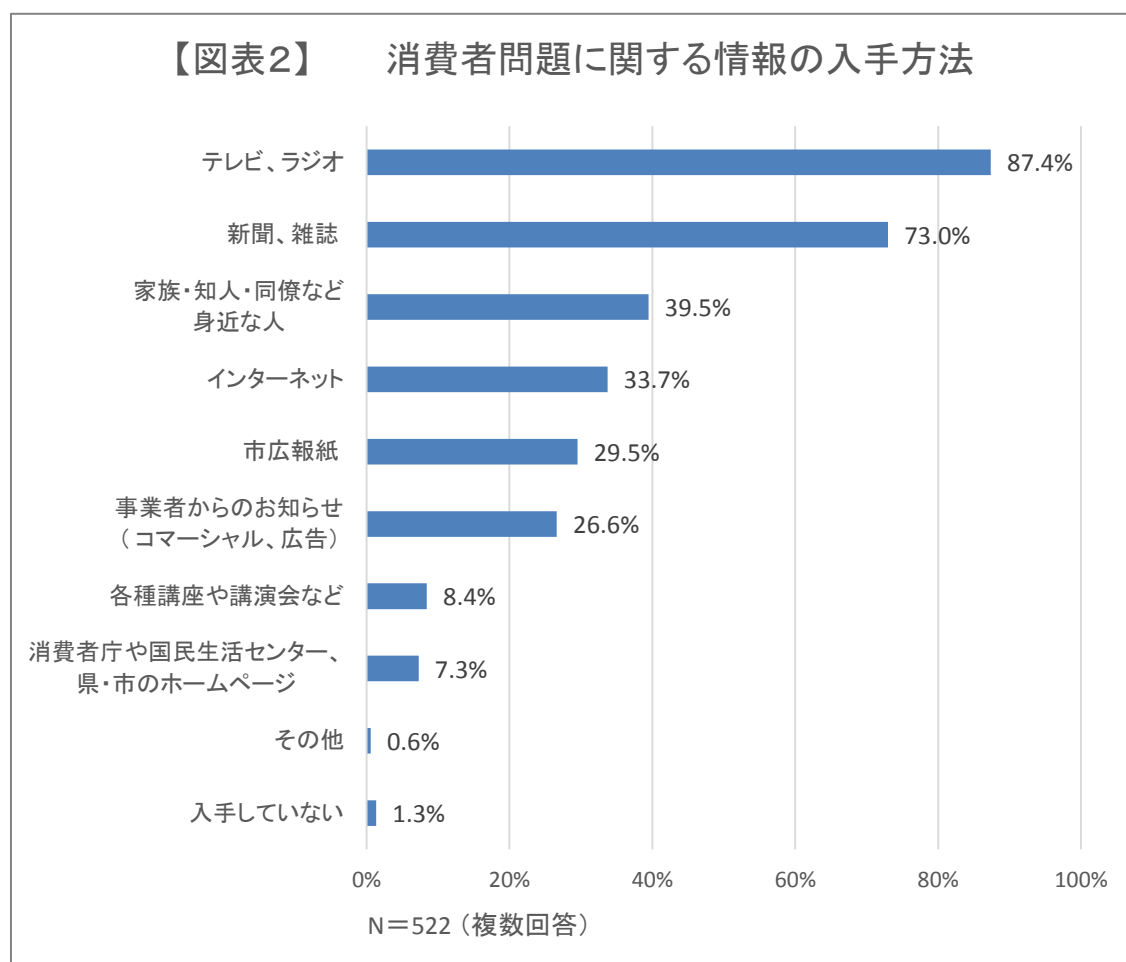
消費者問題（※1）の関心については、「食品の安全性」が72.4%と最も高く、次いで「生活関連物資の価格動向」が55.8%、「訪問や通信販売などによる悪質商法」、「製品の安全性（製品の欠陥による事故、製品リコール（※2）など）」が34.1%となっています。特に、「環境問題（エネルギー、ゴミ、リサイクルなど）」については、勝山市民の関心（30.8%）は、福井県全体に比べ高くなっています。（図表1）



(※1) 消費者問題とは、消費者が買った商品やサービスあるいは取引をめぐる、消費者に起きる生命、身体、財産の被害や損害、不利益などのことを言う。

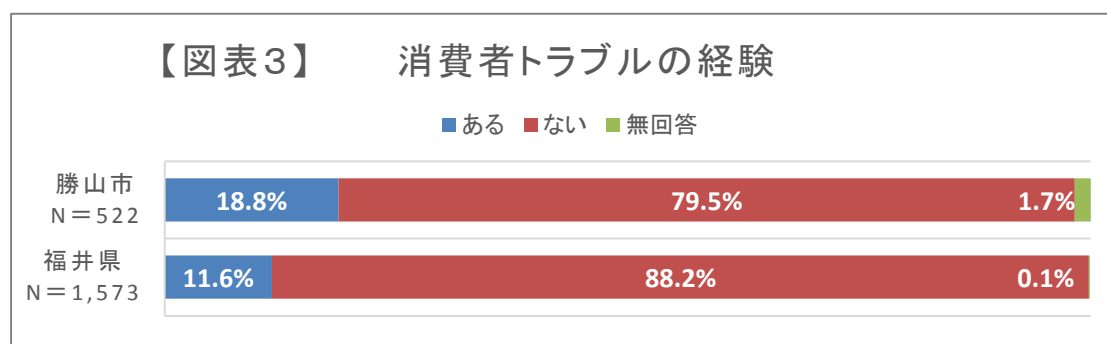
(※2) 製品リコールとは、製品の欠陥が判明した場合、無償修理・交換・返金などを行うことを言う。

消費者問題に関する情報の入手方法については、7割以上の人が「テレビ、ラジオ」や「新聞、雑誌」からであり、3割前後の人が「身近な人」や「インターネット」、「市広報紙」からと回答しています。（図表2）



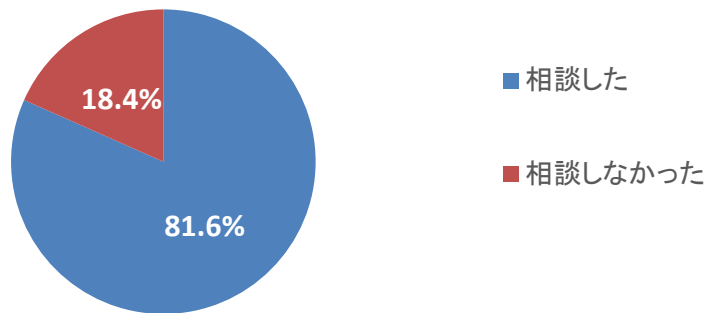
（2）消費者トラブルへの対応

消費者トラブルの経験が「ある」と回答した人は、18.8%となっており、福井県全体の11.6%に比べて高くなっており、約2割近くの人何らかの消費者トラブルの経験があると回答しています。（図表3）

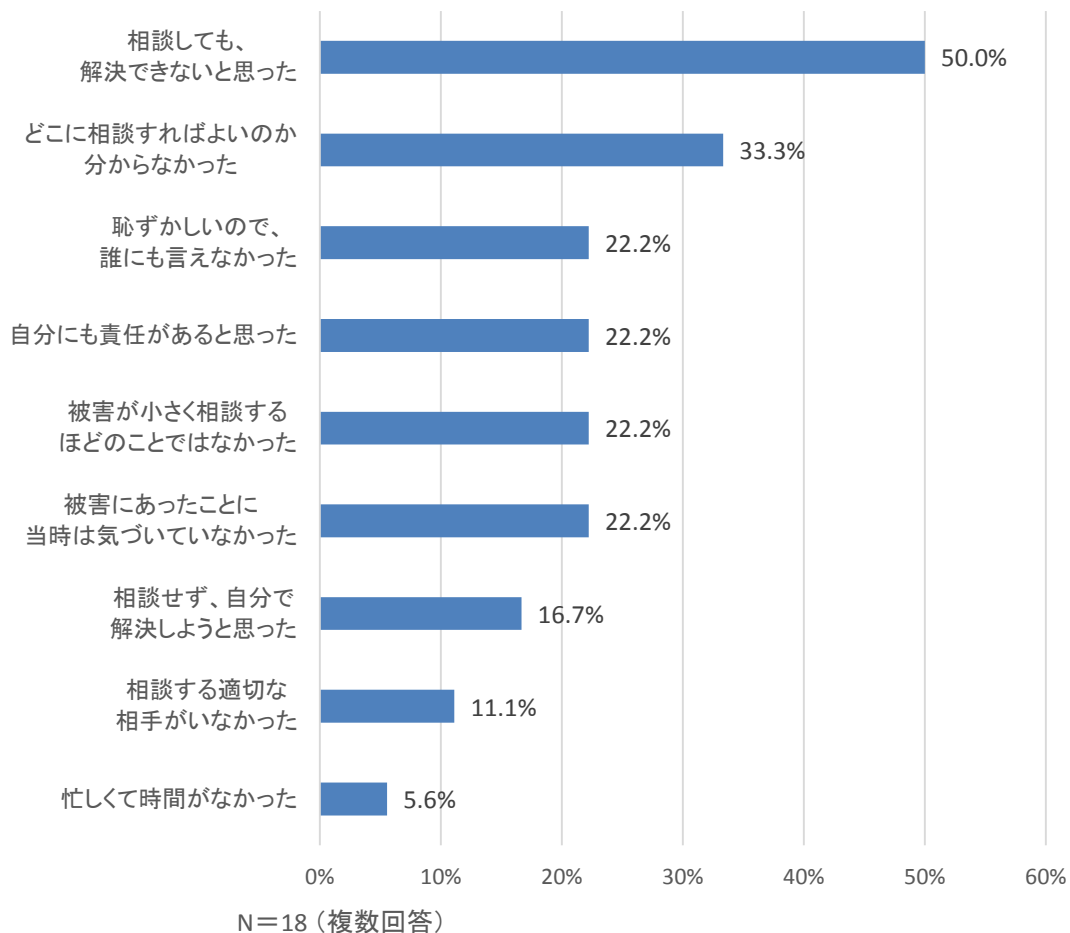


また、消費者トラブルの経験が「ある」と回答した人のうち、約8割の人は誰かに相談して解決しようとしている一方、約2割の人は「相談しなかった」と回答しており（図表4）、その理由として、「相談しても解決できないと思った」（50.0%）、「どこに相談すればよいのか分からなかった」（33.3%）という回答が多くなっています。（図表5）

【図表4】 消費者トラブルの相談の有無 N=98



【図表5】 相談しなかった理由



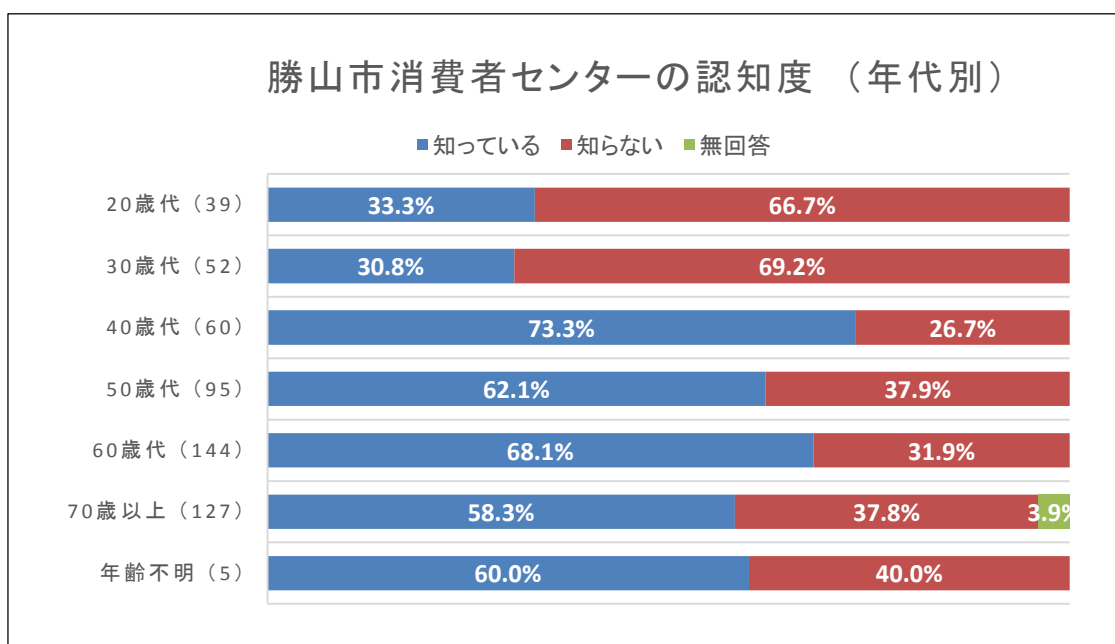
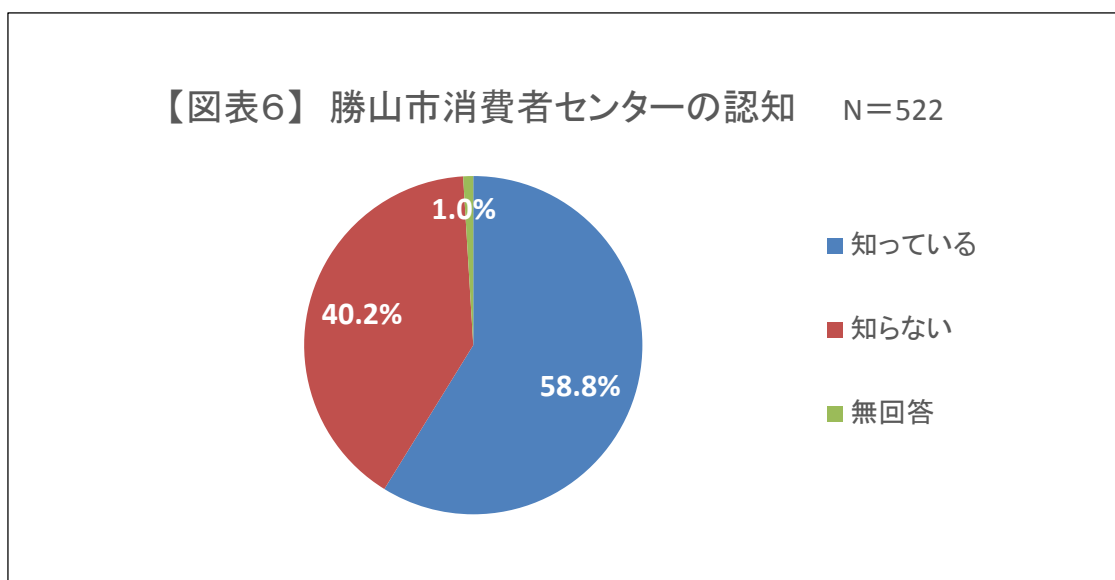
(3) 勝山市消費者センターの認知度

勝山市では、勝山市役所市民課内に消費者センターを設置しております。

消費者センターでは相談対応だけでなく、年間通した出前講座の実施、学習会や講演会の開催、市広報等を活用した情報提供、そして家庭用品品質表示法等に基づく事業者への立入検査などの業務も行っています。

消費者センターを「知っている」と回答した人は58.8%となっており、年代別でみると、40歳代が73.3%で最も高くなっています。一方、20歳代は33.3%、30歳代は30.8%となっており、特に20歳代、30歳代への消費者センターの周知が必要といえます。

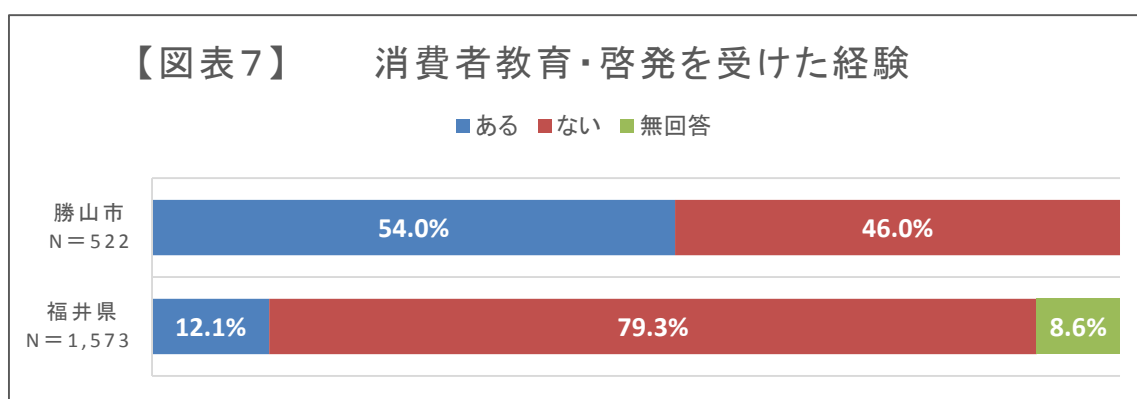
(図表6)



（４）消費者教育・啓発について

消費生活に関する学習機会（授業、講義、出前講座など）が、学校や地域、職場などの様々な場で提供されていますが、消費者教育・啓発を受けた経験が「ある」と回答した人は54.0%となっており、福井県全体の12.1%よりも高い状況となっています。

年代別にみると、20歳代が最も高く71.8%、次いで30歳代が59.6%となっています。また、60歳代においては56.9%、70歳以上においては53.5%の人が消費者教育・啓発を受けた経験があります。（図表7）



消費者教育・啓発を受けた経験（年代別）

	20 歳代	30 歳代	40 歳代	50 歳代	60 歳代	70 歳以上	年齢不明
勝山市	71.8%	59.6%	43.3%	47.4%	56.9%	53.5%	40.4%
福井県	29.4%	9.9%	11.9%	11.2%	9.7%	12.6%	0%

（次頁 図表8）

そして、消費者教育・啓発の学習機会については、20歳代、30歳代の年代においては「小中学校、高校、大学などの授業、課外授業、見学など」と回答した人が最も多くなっています。

40歳代、50歳代の年代においては「職場での講習会・勉強会など」、60歳代、70歳以上の年代においては「地域（町内会や老人クラブ等）での講習会・勉強会など」と回答した人が最も多くなっています。

「市や県など行政機関主催の講座・講演会・イベントなど」の学習機会については28.9%であり、特に20歳代、30歳代の割合が非常に少ないことがわかります。

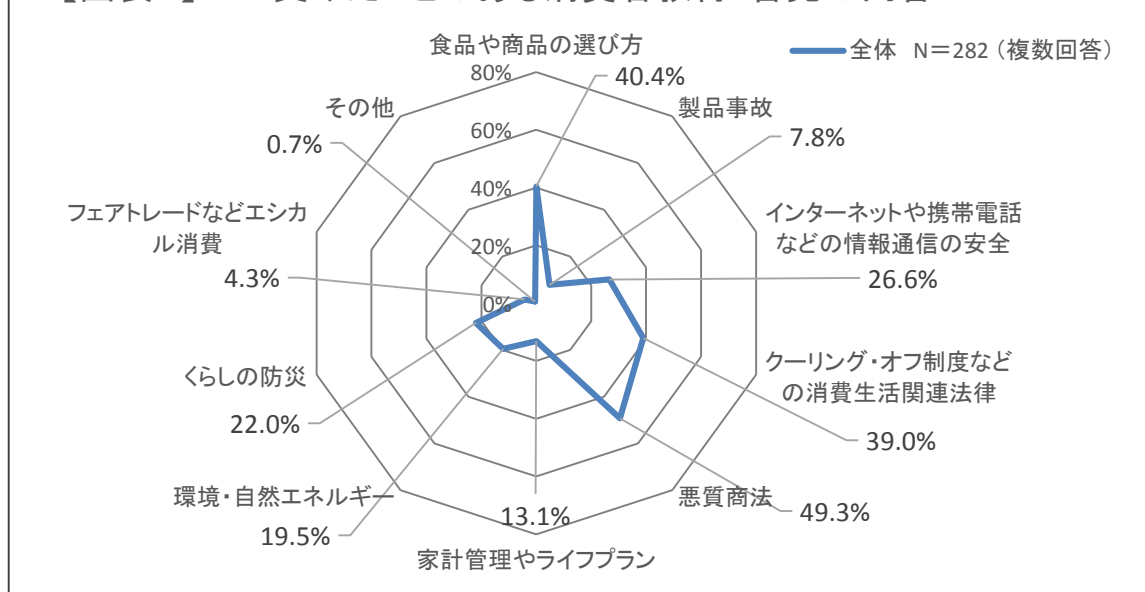
【図表8】 消費者教育・啓発の学習機会（複数回答）

区 分	小中学校、高校、大学などの 授業、課外授業、見学など	地域（町内会や老人クラブ等） での講習会・勉強会など	職場での講習会・勉強会 など	講座・講演会・イベントなど	市や県など行政機関主催の 講習会・勉強会など	消費者団体等の団体主催の 講習会・勉強会など	事業者・事業者団体主催の 講習会・見学会など	その他
全 体 N=282	26.4%	35.4%	23.6%	28.9%	15.4%	7.5%	0.7%	
20 歳代	85.7%	0%	7.1%	3.6%	0%	0%	0%	
30 歳代	71.0%	6.5%	35.5%	0%	9.7%	6.5%	0%	
40 歳代	34.6%	19.2%	42.3%	34.6%	3.8%	3.8%	0%	
50 歳代	20.0%	20.0%	31.1%	26.7%	15.6%	11.1%	0%	
60 歳代	9.8%	50.0%	26.8%	41.5%	20.7%	12.2%	0%	
70 歳以上	2.9%	61.8%	8.8%	36.8%	22.1%	4.4%	2.9%	

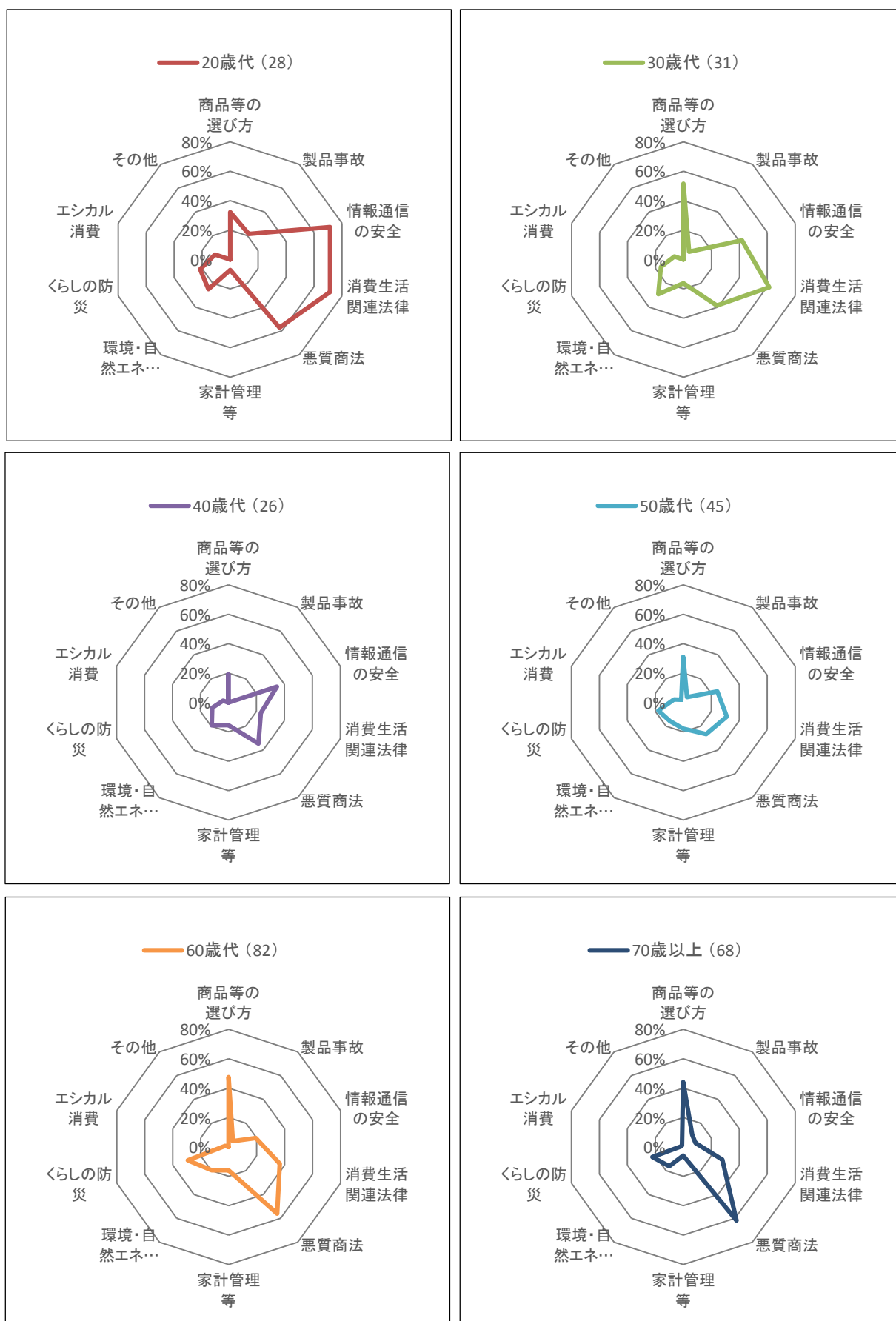
受けたことのある消費者教育・啓発の内容については、全体では「悪質商法」が一番多く 49.3%、次いで「食品や商品の選び方」が 40.4%となっています。

年代別では、20歳代、30歳代では「クーリング・オフ制度などの消費生活関連法律」について、60歳代、70歳以上では「悪質商法」について消費者教育・啓発を受けた人が多いことがわかります。（図表9）

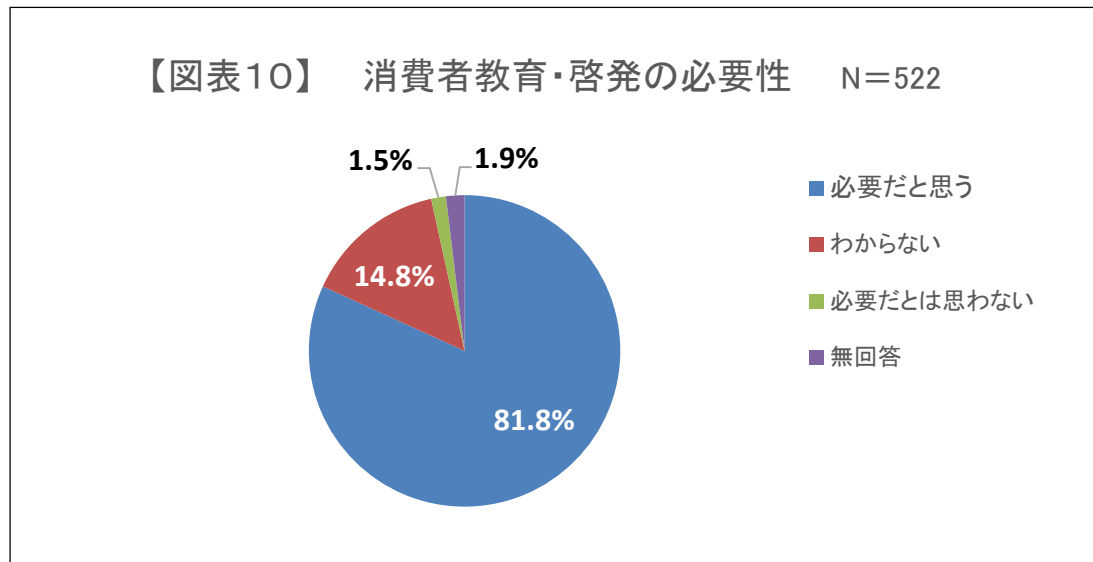
【図表9】 受けたことのある消費者教育・啓発の内容



受けたことのある消費者教育・啓発の内容（年代別 複数回答）



消費者教育・啓発の必要性については、8割以上の人が「必要だと思う」と回答しており、消費者教育・啓発の必要性を感じています。(図表10)



(5) 消費者としての心がけ

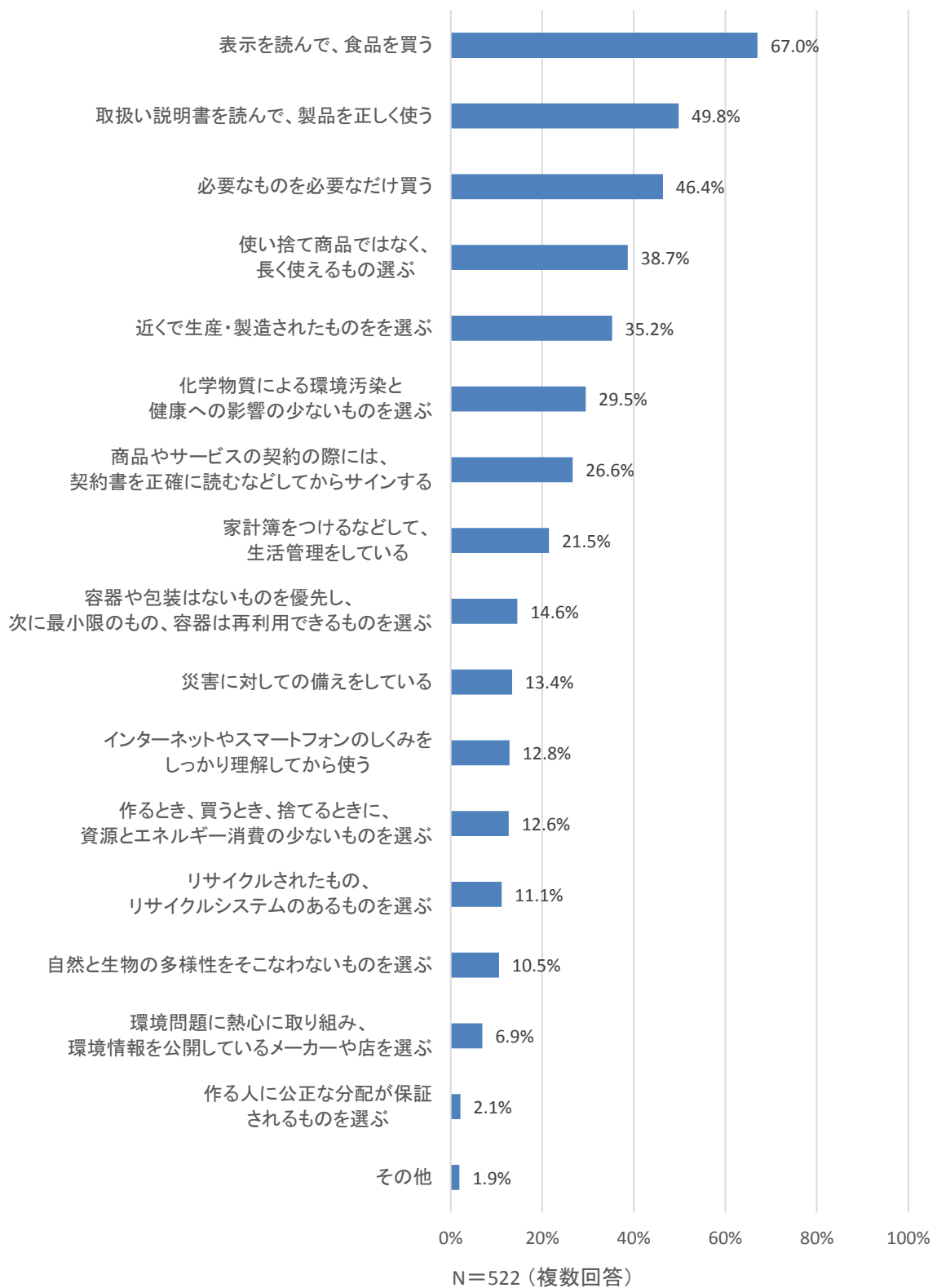
(次頁 図表11)

市民が日頃から心がけ、実践していることとして、最も多かったのは、「表示を読んで、食品を買う」で67.0%でした。図表1の関心のある消費者問題として「食品の安全性」が最も多かったことも関連し、食に関する市民の意識はとても高いことがわかります。

次いで、「取扱い説明書を読んで、製品を正しく使う」が49.8%となっており、約半数の人が心がけ実践しています。

そして、「必要なものを必要なだけ買う」(46.4%)、「使い捨て商品ではなく、長く使えるものを選ぶ」(38.7%)、「近くで生産・製造されたものを選ぶ」(35.2%)、「化学物質による環境汚染と健康への影響の少ないものを選ぶ」(29.5%)の順となっており、このように環境への配慮に心がけている市民は約3割以上となっています。

【図表11】 日頃から取り組んでいること、心がけていること



3 勝山市における消費者教育・啓発の現状

消費者行政では、消費生活相談における消費者教育や、街頭キャンペーン・出前講座の実施、学習会・研修会の開催、市広報等による情報提供などにより消費者教育や啓発を実施しています。

また、学校においては、家庭科や社会科等の学習指導要領に基づき、消費者教育が行われています。

地域や団体においては、学習会や啓発活動が行われ、特に勝山市消費者団体連絡協議会においては、発足以来マイバッグ運動を推進し、環境問題に重点をおいた取り組みが行われています。

4 消費者教育を推進する上での課題

安全で安心な消費生活の確保のための教育・啓発の充実

消費生活相談の現状を踏まえると、高齢者の相談割合が高く、また本市においては高齢化率も 34.1%（福井県 28.8%、平成 29 年 4 月 1 日現在、高齢者福祉基礎調査）と高い状況にあることから、安全・安心な消費生活の確保に向け、特に高齢者への効果的な取り組みが求められます。

また、インターネットや SNS 等通信に関する相談の増加など、現代的な消費生活の実態に即した啓発も課題となります。

子どもや若者の消費者トラブルは、全体の相談件数は少ないですが、内容が深刻な相談も寄せられている現状から、教育機関との連携した取り組みや保護者への教育・啓発の促進が必要といえます。

市民アンケートの結果では、消費者トラブルにあっても「解決できない」と諦める場合や、相談窓口である消費者センターを知らずに相談しなかった場合があること、そして勝山市消費者センターの認知度は 6 割程度であり、特に 20 歳代・30 歳代においては認知度が低いことから、今後も更に消費者センターの施設周知の強化を図ることが必要です。

世代や特性、ニーズを踏まえた学習機会の提供

20 歳代、30 歳代の世代においては、学校教育における消費者教育が 1989 年（平成元年）に改訂された学習指導要領から導入されたため、学校の授業で消費者教育を受けた経験が高くなっていることが読み取れますが、学校卒業後も消費者教育を受けることができるよう学習機会の提供が課題といえます。

また、幼児期における行政の消費者教育の取り組みが十分でないため、幼児の発達段階に応じた消費者教育の推進が求められます。

行政や学校、地域、団体、職場などで様々な取り組みが行われていますが、世代によって学習の機会に違いがみられることから、実施主体や内容などを検討し、多様な立場の担い手が連携・協力しながら学習機会の提供をしていくことが求められます。

消費者市民社会への理解促進

これまでの消費者教育・啓発は、特に消費者被害の防止に重点をおいて実施してきましたが、これからは被害防止だけにとどまらず、自立した消費者の育成や消費者市民社会の構築が課題となっています。消費者トラブルに遭った際、消費者センター等に相談したり情報提供したりするなど消費者が行動することにより、トラブル情報が社会で共有され被害の拡大防止につながるようになります。

また、大量生産、大量消費、大量廃棄の経済社会において、地球温暖化のような環境問題は、消費者の消費活動によるところも大きいとされており、「倫理的消費」に関する理解が求められています。

こうしたことから、自らの行動が社会や環境に影響を与えることを自覚し、積極的に行動することによって、将来のより良い社会の実現につながることへの理解促進が必要といえます。

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。具体例として、消費者支援につながる商品、フェアトレード商品、寄付付商品、エコ商品、リサイクル商品、資源保護等の認証がある商品、被災地産品の消費や地産地消などがある。（エシカル消費ともいう。）

（消費者基本計画工程表 抜粋）

第3章 基本理念と活動方針

1 基本理念

学び・考え・行動する消費者の育成

～消費者市民社会の実現をめざして～

【目指す消費者像】

※消費生活に関心を持ち、自ら学び、考え、判断、選択、行動ができる自立した消費者
※自分だけでなく周りの人々や未来・世界の人々の状況などをしっかりみつめて生活し、
公正かつ持続可能な社会の形成に参画することができる消費者

消費者の8つの権利と5つの責任

【 権 利 】

1. 生活のニーズが保証される権利
2. 安全への権利
3. 情報を与えられる権利
4. 選択をする権利
5. 意見を聴かれる権利
6. 補償を受ける権利
7. 消費者教育を受ける権利
8. 健全な環境の中で働き生活する権利

【 責 任 】

1. 批判的意識を持つ責任
2. 主張し行動する責任
3. 社会的弱者への配慮責任
4. 環境への配慮責任
5. 連帯する責任

※ 消費者団体の国際的組織である
「国際消費者機構（C I）」が1982年に提唱

- ・ 1962年にアメリカのケネディ大統領が、消費者の権利として4項目（2から5まで）を提示
- ・ 消費者の権利は「消費者基本法」にも示されている

2 活動方針

ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進

誰もが、生涯を通じて、様々な場で消費者教育を受けられるよう、情報の提供や学び合う機会の提供が必要です。そして、幼児期から高齢期までの各段階や、障がいの有無、情報の入手方法、読み解く能力の差異等消費者の特性に配慮しながら、体系的・総合的に消費者教育を行わなければなりません。

これからの取り組みにあたっては、消費者庁が公表した「消費者教育の体系イメージマップ」（19頁参照）を活用し、各期における重点領域のねらいに基づいた活動の実践を目標とし、関係機関・関係団体等へ働きかけて連携を図り、協働による消費者教育を推進します。（20頁「消費者教育連携図」参照）

《 消費者教育の体系 》

《 各 期 》

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

《 重点領域 》

消費者市民社会の構築

消費がもつ影響力の理解

持続可能な消費の実践

消費者の参画・協働

商品等の安全

商品安全の理解と危険を回避する能力

トラブル対応能力

生活管理と契約

選択し、契約することへの理解と考える態度

生活を設計・管理する能力

情報とメディア

情報の収集・処理・発信能力

情報社会のルールや情報モラルの理解

消費生活情報に対する批判的思考力

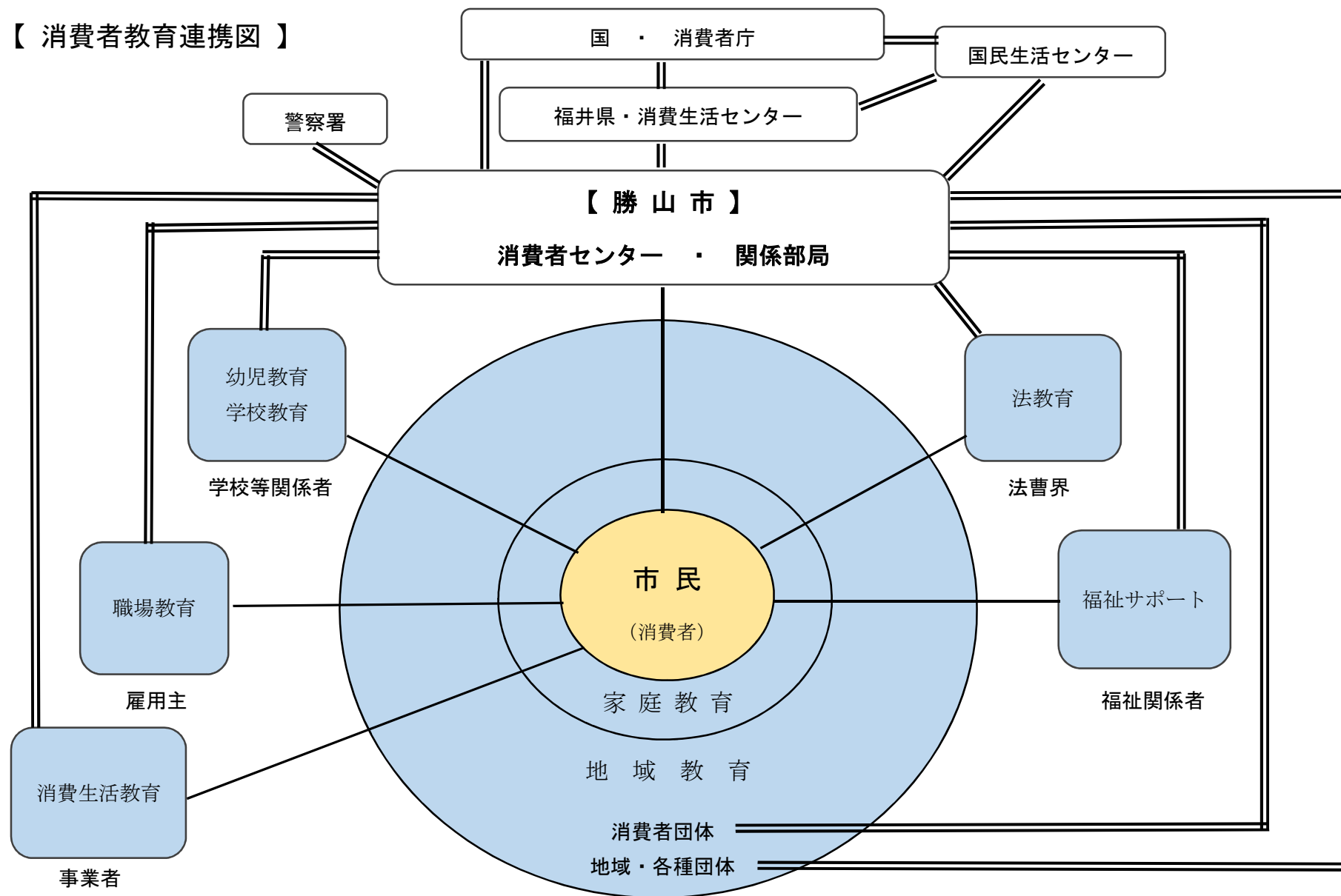
消費者教育の体系イメージマップ

Ver.1.0

		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
各期の特徴		様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心を持ち、それを取り入れる時期	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始める時期	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
重点領域	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持つ	消費をめぐる物と金銭の流れを考えよう	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考え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することの大切さを伝え合おう
		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、物の使い方などを工夫しよう	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たライフスタイルを探そう	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	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝え合おう
		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	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、ものの安全な使い方に気づこう	危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手段を知り、使おう	安全で危険の少ないくらしと消費社会を目指すことの大切さを理解しよう	安全で危険の少ないくらし方をする習慣を付けよう	安全で危険の少ないくらしと消費社会をつくろう
		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	商品を適切に選択するとともに、契約とそのルールを知り、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	契約トラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝え合おう
		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	消費に関する生活管理の技能を活用しよう 買い物や貯金を計画的にしよう	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
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の仕方を知ろう	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	情報と情報技術の適切な利用法や、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	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	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」「どうして」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吟味する習慣を付けよう	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。

【 消費者教育連携図 】



3 推進の内容

○幼児期における消費者教育の推進

子どもを不慮の事故から守るため、幼稚園や保育園等において、幼児の日常生活における製品事故に関する情報提供を行って注意喚起するとともに、保護者へも啓発を行います。

○学校教育を通じた消費者教育の充実

授業において、外部講師として消費生活専門相談員を派遣したり、教員へ情報提供したりするなど、学校教育での支援を行います。

また、課外活動において、消費者力を育てるための学びの場を提供します。

○成人期における効果的な消費者教育の促進

地域・サークルなどの各種団体・イベントなど参加しやすい学習機会の設定や分かりやすく関心が持てる内容を検討し、消費生活に関する知識や理解を深められるよう年代等に配慮した消費者教育の実施に努めます。

出前講座の実施や学習会等の開催などによって消費者の学びの機会を増やし、消費者市民社会の概念の浸透と消費者意識の向上に努めます。

○被害防止に向けた関係機関・関係団体への教育及び連携の強化

様々な悪質商法や特殊詐欺により消費者の暮らしが脅かされています。このような消費者被害の未然防止・拡大防止のため、関係機関や関係団体・事業者・地域などへの教育及び連携の強化を図ります。

○地域における消費者教育の人材（担い手）の育成と支援

消費生活の向上に資するために、地域で活躍する消費者団体の主体的・能動的な活動を支援し、推進役としての活動の場を提供します。また、くらしのアドバイザーや消費生活モニターなど消費者教育に携わる人材の育成に努めます。

○環境教育や食育、防災教育等との連携促進

「消費者市民社会」の構築に向けては、環境教育や食育など消費生活に関連する各分野との共通理解が必要となるため、消費者教育への関心と理解を深めて連携を促進するための関係者会議を実施して消費者教育を推進します。

消費者教育の推進に関する法律

(平成二十四年八月二十二日法律第六十一号)

第一章 総則

(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、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)

第二条 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)

第三条 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。第九条第二項第三号において同じ。）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）

第四条 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）

第五条 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（平成二十一年法律第五十号）第十条の二第一項第一号に規定する消費生活センターをいう。第十三条第二項及び第二十条第一項において同じ。）、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）

第六条 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）

第七条 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)

第八条 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。

第二章 基本方針等

(基本方針)

第九条 政府は、消費者教育の推進に関する基本的な方針（以下この章及び第四章において「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。

一 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

二 消費者教育の推進の内容に関する事項

三 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

四 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（昭和四十三年法律第七十八号）第九条第一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、第四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、おおむね五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 第四項から第六項までの規定は、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)

第十条 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（以下この条及び第二十条第二項第二号において「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（以下この条及び第二十条第二項第二号において「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、第二十条第一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つては、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 第三項及び第四項の規定は、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。

第三章 基本的施策

(学校における消費者教育の推進)

第十一条 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（昭和二十二年法律第二十六号）第一条に規定する学校をいい、大学及び高等専門学校を除く。第三項において同じ。）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)

第十二条 国及び地方公共団体は、大学等（学校教育法第一条 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。以下この条及び第十六条第二項において同じ。）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)

第十三条 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（昭和二十三年法律第百九十八号）に定める民生委員、社会福祉法（昭和二十六年法律第四十五号）に定める社会福祉主事、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)

第十四条 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)

第十五条 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）

第十六条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、消費者安全法 に定める消費生活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）

第十七条 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）

第十八条 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。

第四章 消費者教育推進会議等

（消費者教育推進会議）

第十九条 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。

一 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。

二 基本方針に関し、第九条第五項（同条第八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（平成十一年法律第百三号）第二条第一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 前二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）

第二十条 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。

一 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。

二 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 前二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基本的な方針(基本方針)

平成25年6月28日
閣議決定

概要

平成25年度～29年度の5年間
国・地方、多様な担い手の指針

平成25年6月

- 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、
消費者支援・
救済施策

・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

・対象領域



消費者市民
社会の構築



商品等の安全

・各段階



生活の管理と契約



情報とメディア



- ・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

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)

○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・教材等のコンテンツの共通化など

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)

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

コーディネーターの育成、活用

多様な関係者のつなぎ役、
地域と学校のつなぎ役

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
コーディネーターの育成 / 情報提供

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

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
リスク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

各府省庁で今後実施の施策を
取りまとめ(25年内目途)

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

勝山市消費者教育推進協議会 名簿

1	委員長	飯 田 雅 子	学識経験者
2	副委員長	山 場 眞理子	勝山市消費者団体連絡協議会
3	委 員	杉 平 信 夫	勝山市区長連合会
4	委 員	加 藤 美津子	勝山市民生委員児童委員協議会
5	委 員	山 田 明	勝山警察署
6	委 員	小 林 泰 浩	勝山市校長会
7	委 員	竹 内 富美子	勝山市社会福祉協議会
8	委 員	川 原 勝	協同組合勝山サンプラザ
9	委 員	大 瀬 浪 子	市民の代表
10	委 員	吉 川 順 子	市民の代表

(敬称略)



勝山市

勝山市消費者教育推進計画

平成 30 年 3 月

勝山市市民生活部 市民課

〒911-8501 福井県勝山市元町1丁目1番1号

TEL 0779-88-8103

FAX 0779-88-3856

URL <http://www.city.katsuyama.fukui.jp>