

消費者教育の推進について

環境生活総務課
消費とくらしの安全室

自治体の責務と事務

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、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。

消費者教育推進法の事務設定 (第10、20条 努力規定)

市町村	都道府県
消費者教育推進計画の策定	
消費者教育推進地域協議会の設置	

消費者教育推進計画

国の基本方針を踏まえた、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（第10条第1項）

H28. 10. 20
計画策定状況

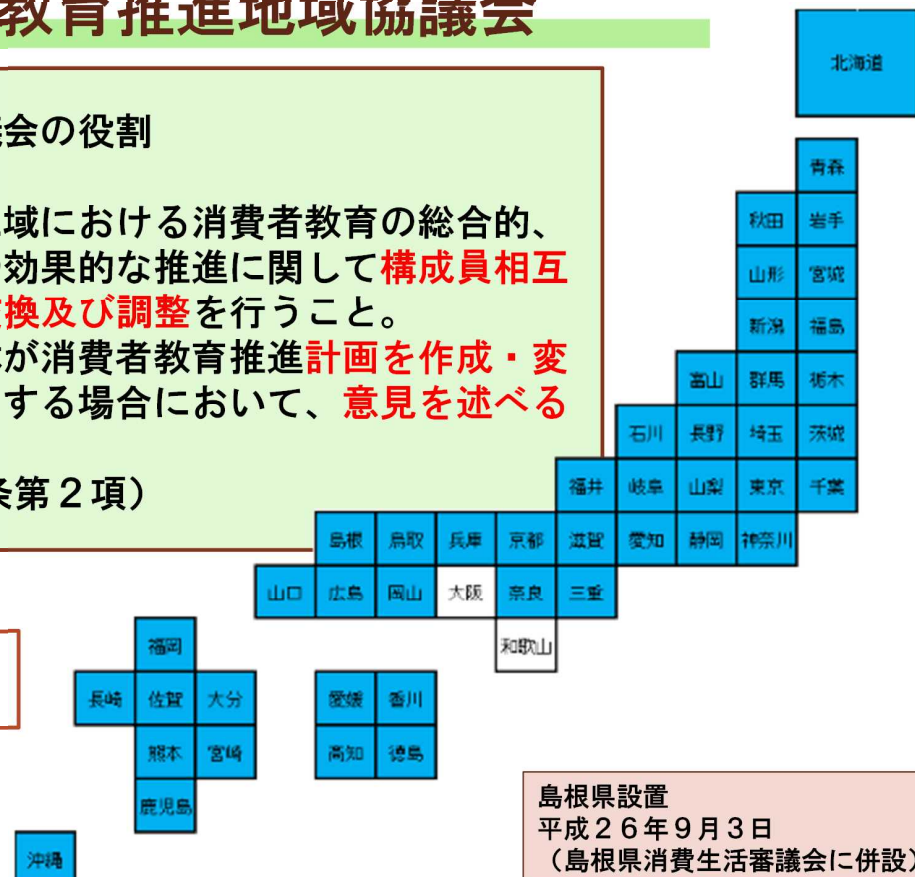


消費者教育推進地域協議会

■地域協議会の役割

- 一 当該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**構成員相互の情報交換及び調整**を行うこと。
 - 二 自治体が消費者教育推進計画を作成・変更しようとする場合において、**意見を述べる**こと。
- (第20条第2項)

H28. 10. 20
協議会設置状況



消費者市民社会の考え方

消費者教育推進法の定義（第2条第2項）

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**

Q 「消費者市民社会」とは？

A 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社会です。

それは、一人一人の消費者が、自分だけでなく周りの人々や、将来生まれる人々の状況、内外の社会経済情勢や地球環境にまで思いをはせて生活し、社会の発展と改善に積極的に参加する社会を意味します。

消費者が大量生産・大量消費・大量廃棄の経済の波に流されて漂流する存在から、持続可能な社会、経済の実現に向けた舵取り役となることです。（「消費者教育推進のための課題と方向」平成24年4月6日公表・消費者教育推進会議の報告より）

エシカル・コンシューマー

ethical consumers
倫理的な消費者

- ◆ グリーン購入
- ◆ フェアトレード
- ◆ マイバッグ
- ◆ 地産地消 etc.



※平成29年4月に消費者庁「倫理的消費」調査研究会が「取りまとめ～あなたの消費が世界の未来を変える～」を公表しました。

平成29年度消費者教育関係事業

- (1) 消費者教育推進連絡会議（教科研究会・教委・消費室）
- (2) 消費者教育実践研究委託（成果を「すくすく消費者」に掲載）
- (3) 啓発資料の作成・配布
 - ① 「くらしのアドバイス」（高三生向け）
 - ② 「子どもたちも小さな消費者」（小六保護者向け）
 - ③ 「すくすく消費者」（教員向け）
- (4) 各種講座の開催
 - 消費者問題出前講座（要望に応じて学校・公民館などで開催）
 - 消費者リーダー育成講座（全4回の入門講座）
 - 消費生活相談員養成講座（全8回の受験対策講座）
- (5) 消費者教育担当教員研修会
 - 夏 国民生活センター講座への**教員派遣**（各研究会の推薦による）
 - 冬 派遣教員を講師とした**県内フィードバック研修**の実施

消費者教育推進地域協議会の今後

- (1) 開催方法
 - 日常的な情報交換手段の構築（メーリングリストなど）
- (2) 関係者との連携
 - 消費者教育推進会議との連携
 - 関連教育推進団体（例：金融広報委員会）との連携
- (3) 国基本方針「中間的見直し」の示す課題
 - 市町村による消費者教育推進の支援
 - 消費生活センターの消費者教育の拠点化
 - 消費者教育の担い手及びコーディネーター役の育成
 - 消費者市民社会教育の浸透

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>責務(第4条) 消費者教育の推進に関する総合的な施策策定、実施</p> <p>責務(第5条) 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>責務(第4条) 消費者教育の推進に関する総合的な施策策定、実施</p> <p>責務(第5条) 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>財政上の措置(第8条) 推進に必要な財政上の措置(地方は努力義務)</p> <p>基本方針(第9条) ・消費者庁・文部科学省が案を作成・閣議決定 ・基本的な方向 ・推進の内容等</p> <p>消費者教育推進会議(第19条) 消費者庁に設置(いわゆる8条機関)</p> <p>①構成員相互の情報交換・調整～総合的、体系的かつ効果的な推進 ②基本方針の作成・変更(意見)</p> <p>委員(内閣総理大臣任命) ～消費者、事業者、教育関係者、消費者団体・学識経験者等 ※委員は20名以内、任期2年、幹事、専門委員を置く(政令で規定)</p>	<p>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 ・基本方針を踏まえ策定(努力義務)</p> <p>消費者教育推進地域協議会(第20条) 都道府県・市町村が組織(努力義務)</p> <p>①構成員相互の情報交換・調整～総合的、体系的かつ効果的な推進 ②推進計画の作成・変更(意見)</p> <p>構成 ～消費者、消費者団体、事業者、教育関係者、消費生活センター等</p>
<p>基本理念(第3条) ・消費者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 ・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</p> <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 ・非常時(災害)の合理的行動のための知識・理解 ・環境教育、食育、国際理解教育等との有機的な連携</p>	<p>努力義務(国および地方) ○教材の活用等(第15条) ○調査研究(第17条) ○情報の収集(第18条)</p> <p>義務付け(国・地方) ○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 ○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 ○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 ○人材の育成等(第16条)</p>
<p>目的(第1条) ・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>定義(第2条) 『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準ずる啓発活動 (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。) 『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>消費者団体(努力義務)(第6条) ～自主的活動・協力 事業者・事業者団体(努力義務) ～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>目的(第1条) ・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>定義(第2条) 『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準ずる啓発活動 (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。) 『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>基本理念(第3条) ・消費者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 ・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</p> <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 ・非常時(災害)の合理的行動のための知識・理解 ・環境教育、食育、国際理解教育等との有機的な連携</p> <p>消費者団体(努力義務)(第6条) ～自主的活動・協力 事業者・事業者団体(努力義務) ～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>

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、消費者教育を受けられる機会を提供し、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
生活の管理と契約 情報とメディア

・各段階
・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
} 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

行政各部署間、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

コーデイネーターの育成、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
コーデイネーターの育成 / 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)

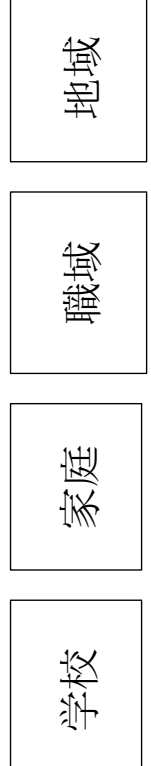
地方支援

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

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られる機会を提供し、効果的に推進

○様々な場



○対象領域・生活のあらゆる領域

消費者市民 社会の構築	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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
生活の管理 と契約	<ul style="list-style-type: none"> 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 メディア	<ul style="list-style-type: none"> 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

○消費者の特性

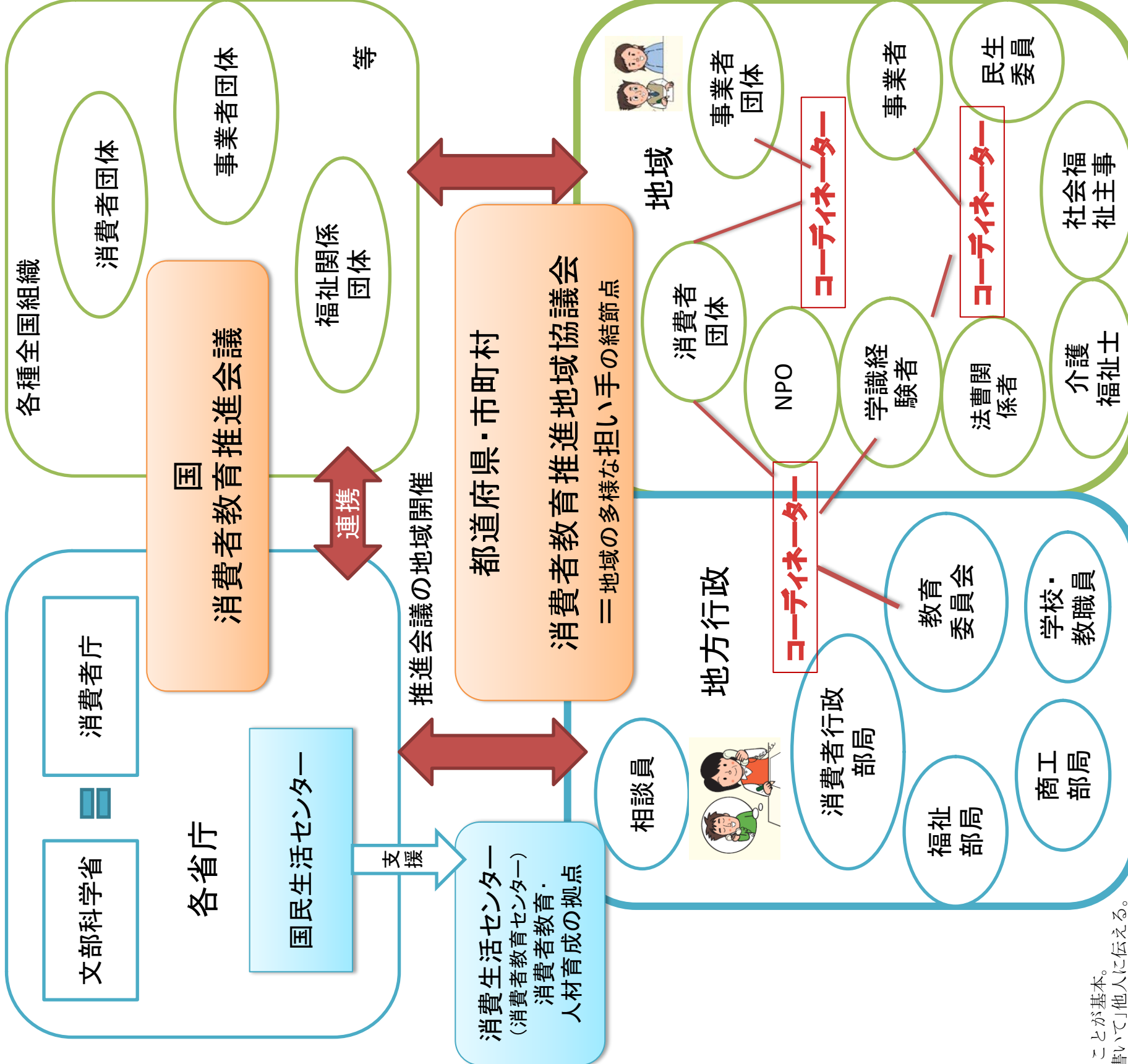
若年者、高齢者等年齢、性別、障害の有無、就労状況等

○各ライフステージでの体系的な実施

幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に実施。その際、「消費者教育の体系イメージマップ」なども参考にしながら、発達段階ごとの学習目標を整理、明確化。

重点領域	各期の特徴				Ver.1.0
	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	
消費者市民社会の構築	様々な場での体験を通じて、主体的な行動、社会や生活のルールを形成し、持続可能な消費の実践を促す。	主体的な行動、社会や生活のルールを形成し、持続可能な消費の実践を促す。	主体的な行動、社会や生活のルールを形成し、持続可能な消費の実践を促す。	主体的な行動、社会や生活のルールを形成し、持続可能な消費の実践を促す。	主体的な行動、社会や生活のルールを形成し、持続可能な消費の実践を促す。
商品等の安全	身近な商品やサービスの安全性を認識し、危険を回避する。	身近な商品やサービスの安全性を認識し、危険を回避する。	身近な商品やサービスの安全性を認識し、危険を回避する。	身近な商品やサービスの安全性を認識し、危険を回避する。	身近な商品やサービスの安全性を認識し、危険を回避する。
生活の管理と契約	身近な商品やサービスの購入・利用を通じて、契約の重要性を認識する。	身近な商品やサービスの購入・利用を通じて、契約の重要性を認識する。	身近な商品やサービスの購入・利用を通じて、契約の重要性を認識する。	身近な商品やサービスの購入・利用を通じて、契約の重要性を認識する。	身近な商品やサービスの購入・利用を通じて、契約の重要性を認識する。
情報メディア	身近な商品やサービスの購入・利用を通じて、情報の重要性を認識する。	身近な商品やサービスの購入・利用を通じて、情報の重要性を認識する。	身近な商品やサービスの購入・利用を通じて、情報の重要性を認識する。	身近な商品やサービスの購入・利用を通じて、情報の重要性を認識する。	身近な商品やサービスの購入・利用を通じて、情報の重要性を認識する。

幅広い主体が連携



○「見て」、「聞いて」、「読んで」、「読んで」自ら調べ、「学ぶ」ことで「気づく」ことが基本。○学んだことを、自らの消費生活にいかすとともに、「見せて」、「話して」、「書いて」他人に伝える。

参考) 消費者教育の体系的イメージマップ

Ver.1.0 平成25年1月公表)

各期の特徴	成長期				成人期			
	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	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 商品安全の理解と危険を回避する能力 ドラブル対応能力 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	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に興味をもち、それを取り入れる時期 おつかいや買い物に関心をもち、何を待とう 身の回りのものを大切にしよう 協力することの大切さを知ろう くらゐの危険や、もの安全を思い方に気づこう 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相談しよう 約束やきまりを守ろう 欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することを覚えよう 身の回りのさまざまな情報に気づこう 自分や家族を大切にしよう 身の回りの情報からなぜ、どうしてを考えよう	主体的な行動、社会や親戚への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期 消費をめぐる物に金銭の流れを考えよう 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 身近な消費者問題に目を向けよう 危険を回避し、物を安全に使う手がかかりを知ろう 困ったことがあったら身近な人に相談しよう 物の運び方、買い方を考え、適切な購入しよう 約束やきまりを守ろう 欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することを覚えよう 消費に関する情報の集め方や活用の方を知ろう 自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを知ろう 消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう	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 消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう 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 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 危険を回避し、物を安全に使う手段を知り、使おう 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 商品に適切に選択するとともに、契約のルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう 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 消費生活に関する情報の収集と発信の技術を身に付けよう 著作権や発信した情報の責任を知ろう 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	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 生産・流通・消費・廃棄が環境、経済や社会に与える影響を考えよう 持続可能な社会を目指し、ライフスタイルを考えよう 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力し、行動の場を広げよう 安全で危険の少ない、くらしと消費社会を付けよう トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用を知ろう 適切な意思決定に基づいて行動しよう 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しよう 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 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 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	生活において自立を促進し、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 生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考え、消費生活を身に付けよう 持続可能な社会を目指したライフスタイルを探そう 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 安全で危険の少ない、くらしの方をすすめる習慣を付けよう トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう 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 生涯を見通した計画的な消費を実践しよう 情報と情報技術を適切に利用する習慣を身に付けよう 情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を付けよう 消費生活情報を主体的に吟味する習慣を付けよう	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 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 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 地域や隣国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 安全で危険の少ない、くらしと消費社会をつくらう ド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 契約とその他のルールを理解し、くらしに活かそう 経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的な消費をしよう 情報と情報技術を適切に利用するくらしをしよう ドラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくらう 消費生活情報を主体的に評価して行動しよう	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を活かす市民社会構築に活かす時期 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 持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝えよう 支え合い、くらしか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 安全で危険の少ない、くらしと消費社会をつくらう 支え合い、くらしからトラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう 契約とトラブルに遭遇しない、暮らしの知識を伝えよう 生活環境の変化に対応し、支え合い、くらしから生活を管理しよう 支え合い、くらしから情報と情報技術の適切な利用しよう 支え合い、くらしから情報モラルが守られる情報社会をつくらう 支え合い、くらしか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。

消費者教育の推進に関する基本的な方針—中間的見直し—

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年を目的に、中間的な見直しをする。」

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・ダイ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・ダイネーターの活用・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

～あなたの消費が世界の未来を変える～

平成29年4月 「倫理的消費」調査研究会 取りまとめ
(座長： 東京大学名誉教授 山本良一)

倫理的消費（エシカル消費）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)

消費者それぞれが各自にとつ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支援しながら消費活動を行うこと

配慮の対象とその具体例

人	障がい者支援につながる商品
社会	フェアトレード商品 寄付付きの商品
環境	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
地域	地産地消 被災地産品
動物福祉 エシカルファッション	

倫理的消費（エシカル消費）に取り組む必要性と意義

- ・持続可能性の観点から喫緊の社会的課題を多く含む
- ・課題の解決には、消費者一人一人の行動が不可欠かつ有効
- ・「安さ」や「便利さ」に隠れた社会的費用の意識が必要

消費者の視点

「倫理的消費（エシカル消費）」という言葉の認知度は低いですが、基本的な概念は理解

- ①消費という日常活動を通じ社会的課題の解決に貢献
- ②商品・サービス選択に第四の尺度の提供（安全・安心、品質、価格＋倫理的消費）
- ③消費者市民社会の形成に寄与（消費者教育の実践）

事業者の視点

「企業市民」、「企業の社会的責任」の重要性を認識

- ①供給工程（サプライチェーン）の透明性向上
- ②差別化による新たな競争力の創出
- ③利害関係者からの信頼感、イメージの向上（資本市場での事業者の評価向上）

行政の視点

人権や環境に配慮したまちづくり、地産地消、消費者教育などの取組

- ①消費者と事業者の協働によるWin-Winの関係の構築が国民的財産
- ②持続可能な社会の実現、地域の活性化などの社会的課題の解決

持続可能な社会の形成

事業者・行政に加え
消費者の認識と行動も不可欠

倫理的消費は
あなたの消費が世界の
未来を変える
可能性を秘めている



広く国民間での理解と
その先の行動を期待

推進方策の方向性

国民全体による
幅広い議論の喚起

- ・第四の尺度としての意義等の共有
- ・議論の場の提供（エシカル・ラボ、SNS）

学校教育などを通じた
消費者の意識の向上
推進体制の整備

- ・教材作成、教員向け研修
- ・ESD（持続可能な開発のための教育）との連携
- ・消費者教育基本方針等への反映
- ・全国展開を見据えたモデルプロジェクトの実施・展開

様々な主体、分野の協働による
ムーブメントづくり

- ・民間団体との連携によるキャンペーン・表彰の実施
- ・地域におけるプラットフォーム（推進組織）の試行（徳島県）
- ・ポータルサイト等を通じた情報提供（認証ラベル等の情報の集約・提供）

持続可能な開発目標
(SDGs)

目標12：
つくる責任
つかう責任

(持続可能な生産消費形態を確保する)