

## 消費者教育の体系的推進について（骨子案）

平成19年5月31日  
国民生活審議会  
消費者政策部会

### 1. 消費者教育をめぐる状況

- 消費者基本法では、消費者教育の基本理念として、消費者の権利の尊重とともに消費者の自立の支援を掲げている。これを受け、消費者教育については、国及び地方公共団体において「学校、地域、家庭、職域その他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」ことと規定された。
- 消費者教育については、従来より、その重要性について各方面から指摘され、国民生活審議会からも消費者教育に関する意見が提出されてきた。その後は、学習指導要領への反映などにより、一定の成果が見られるものの、必ずしも十分な成果があがっていないのではないかとの指摘がある。
- 規制緩和や高度情報通信社会の進展等の中で、商品やサービスが多様化したことにより、消費者トラブルも一層、複雑化・多様化し、学校教育の場など既存の機会だけでは十分な対応が困難になっている。また、国民の間でも、消費者が生涯にわたってどのような内容を学ぶべきかについて必ずしも認識が共有されていなかった。さらに、悪質商法や多重債務問題などへの重要な解決策として、消費者教育への期待がより一層高まっている事情があると考えられる。

### 2. 消費者教育推進上の課題

- 消費者教育とは、基本的には、消費生活に関して自ら進んで必要な情報や知識を収集・修得し、自主的かつ合理的に行動できる消費者を育成することである。消費者教育を効果的に推進する観点から、内閣府及び関係省庁においては、消費者が身につけるべき目標を、安全、契約・取引、情報、環境という領域ごとに設定するとともに、幼児期、児童期（小学生）、少年期（中学・高校生）、成人期（高齢期含む）という学習者の年齢段階ごとに教える内容を体系化する取組みが行われてきた。
- 年齢段階に応じた領域別の教育目標を達成するための具体的な取組みの強化が重要である。こうした観点から、現状では、以下の課題が存在していると考えられる。

#### (1) 年齢段階別の課題

- ① 幼児期 汎用性のある適切な教材の提供やプログラムの充実
- ② 児童期 教育の担い手に対する情報提供を効果的に行う場の構築
- ③ 少年期 担い手相互の連携確保のためのコーディネート機能の充実

- ④ 成人期 さまざまな立場の成人が相互に支援しあう体制の構築
- (2) 消費者教育の手段や基盤の重要性
- (3) 各主体ごとの取組みの強化及びコーディネート機能の重要性

### 3. 消費者教育の体系的な推進のための方策

#### (1) 学習者の年齢段階に対応した推進方策

##### ① 幼児期

- ・領域横断的で汎用的な教材作成や学習の機会に適したプログラム構築など

##### ② 児童期

- ・学校現場の需要に柔軟に対応できるような教材やプログラムなどに関する情報の場の充実を図ることなど

##### ③ 少年期

- ・教育の担い手の多様化の促進など

##### ④ 成人期

- ・職場における消費者教育の強化や、消費者と消費者教育を実施する主体を結ぶコーディネートの一環の充実など

#### (2) 消費者教育の手段や基盤の整備

##### ① 教育の担い手

- ・教育の担い手の育成のためのプログラムの策定など

##### ② 教材

- ・年齢段階の特徴に対応した効果的な教材の効率的な作成と幅広い普及など

##### ③ 情報の集約・発信

- ・担い手など必要な教材を容易に入手可能なポータルサイトの整備など

#### (3) 消費者教育における各主体の取組みとコーディネート機能の強化

##### ① 行政

- ・教材の作成、ポータルサイトの整備、教育の担い手を育成するためのプログラムの策定等消費者教育実施の手段や基盤の整備など

##### ② 消費者

- ・自ら消費者教育を積極的に受けていくことなど

##### ③ 事業者

- ・教材の作成や講師派遣などを通じ、消費者教育に貢献すること、消費者団体等のNPO等に対し積極的な支援を行うことなど

##### ④ NPO等

- ・消費者教育のための様々な活動を自主的に進めていくこと、消費者教育実施のための基盤整備を進めることなど