

## 消費者教育の推進「基本方針」を読む - 消費者市民社会・SDGsを中心に -

司法書士 小 牧 美 江

### はじめに - 消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）施行から5年半が経過して

- ・司法書士法教育ネットワーク役員会声明（2013年1月19日）  
活動指針の宣言（要旨 | ①推進法、消費者市民社会の意義などの積極的紹介、②司法書士ならではの視点からの様々な提案・貢献、③各種施策の実現への積極的協力）

この間、『司法書士のための法教育・消費者市民教育ハンドブック』の制作などの取組み

- ・この5年半の動き（下記参照）

➡ ☆消費者教育をめぐる新たな動きを学び、これからの消費者教育を考える。  
☆特に、18歳未満の子どもたちに対し、伝えたいこと、伝えるべきことを考える。

2012年	12月13日	消費者教育の推進に関する法律 施行
2013年	6月28日	「基本方針」閣議決定（2013年度～2017年度の方針）
2015年	9月25日	持続可能な開発のための2030アジェンダ 国連持続可能な開発サミットでの採択 —持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals：SDGs）
2016年	6月19日	公職選挙法の改正法施行 —18歳選挙権の導入
2017年	3月31日 4月28日	小学校、中学校学習指導要領改訂告示（小：2020年度、中：2021年度に全面实施） 特別支援学校小学部、中学部学習指導要領改訂告示
2018年	2月20日	消費者庁、文部科学省、法務省及び金融庁の4省庁関係局長連絡会議決定 「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」（2018～2020年度）
	3月20日	「基本方針」変更閣議決定（2018～2022年度の方針）
	3月30日	高等学校学習指導要領改訂告示（高：2022年度～年次進行実施）
	6月8日 6月13日	消費者契約法の一部を改正する法律案（第196回閣31号）一部修正可決（附帯決議有） 民法の一部を改正する法律案（第196回閣55号）可決（附帯決議有）
2022年	4月1日	成年年齢18歳に（改正法施行予定）   施行日の18歳、19歳も一斉に成年

	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
小学校			改訂学習指導要領実施		
中学校			改訂学習指導要領実施		
高等学校	若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム			改訂学習指導要領実施（年次進行）	
2018年度の 高校1年生	高校2年生	高校3年生	進学/就職	4/1=19歳で成年	
” 中学3年生	高校1年生	高校2年生	高校3年生	4/1=18歳で成年	
” 中学2年生	中学3年生	高校1年生	高校2年生	高校3年生 18歳誕生日に成年	

## 第1 基本方針の位置づけ

1. 消費者教育推進法の概要 【資料1】  
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、消費者教育の総合的・一体的な推進を図るための国・地方公共団体の責務等を明らかにする法律  
※ 基本方針の位置づけ ・・・・国の方針 かつ 担い手の指針（ヒント集）  
内容、効果的な方法、教育の担い手の育成の在り方の方向性を示すもの。

2. 基本方針の改訂 2013年度～2017年度 ⇒ 2018年度～2022年度 【資料2】

### 3. 重要キーワード

#### ■ 消費者市民社会

「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」（消費者教育推進法2条2項）

【経済的市民】 宣伝・広告の言うがままの消費行動ではなく、消費者自身が能動的に行う消費行動によって、公正で健全な市場を形成していける力を持った市民。  
【倫理的市民】 フェアトレード、環境に配慮した消費行動など、公正で持続可能な社会の実現に積極的に関わっていける力を持った市民。  
【政治的市民】 企業に意見をだし、消費生活センターに相談し、司法制度を活用するなど、社会に対して発言し、他の消費者と連帯し、より良い市場、社会を形成していける力を持った市民。

#### ■ SDGs：Sustainable Development Goals 【資料3】

- 「持続可能な開発のための2030アジェンダ」（2015年9月25日採択）
- ・先進国を含めた国際社会全体の開発目標 2016年1月1日～2030年を期限  
「すべての国及びすべてのステークホルダーは、・・・この計画を実行する。」  
「我々はこの共同の旅路に乗り出すにあたり、誰一人取り残さないことを誓う。」
  - ・17の目標（SDGs）と169のターゲット

## 第2 新「基本方針」を読んでみよう 【資料2、4】

### 【消費者を取り巻く現状と課題】（基本方針 I-1）

- ① 社会経済情勢についての認識
  - ・家計消費はGDPの過半数 ・家計金融資産の増加（一方で、貯蓄の無い世帯も）
  - ・日本の人口約5人に1人が高齢者 ・個人のインターネット利用者の拡大
  - ・消費者向け電子商取引市場規模の拡大 ・高度情報化の進展と消費者トラブルの複雑化
  - ・電力、ガス小売り自由化 ・18歳選挙権、成年年齢下げの検討
- ② 消費者事故・トラブルの状況
  - ・全国の消費生活相談88.7万件（平成28年） 65歳以上の契約者の相談＝27.5%
  - ・デジタルコンテンツの相談＝80歳以上を除く全ての年代で1位
  - ・インターネット関連相談の増加、新商品・サービスの登場、関係性の複雑化
  - ・「取引」の相談＝85%を超える ・「安全・品質」の相談＝13%程度で推移
- ③ その他の課題
  - ・大震災の経験 ・・・・エシカル消費への関心の高まり
  - ・安全・安心の確保 ・・・・消費者教育の中心となる課題
  - ・日常の消費生活と環境や社会への影響 ・・・・SDGs

【消費者教育と「消費者市民社会」】（基本方針 I-2）

① 「消費者教育」の意義

- ・自立した消費者の育成・・・健全な経済社会の形成にとっても重要

「消費者の日々の意思決定や行動が、総体として経済社会の発展や持続可能な社会を形成する上で大きな役割を果たすことを認識し、社会の一員として行動する消費者を育成することでもある。」

「様々な主体による教育や啓発的な活動といった取組も、消費者自らも学習し、知識や判断力・交渉力を身に付けることにより、一層効果を発揮することとなる。」

② 「消費者市民社会」の意義

- ・消費者の社会的役割や消費者教育推進の在り方を考える際の共通概念

「消費者市民社会の形成を目指し、消費者教育を推進することは、消費者の権利の保障や消費者被害の防止についても良い影響を及ぼすと考えられる。」

例) 消費生活センター等に相談 ⇒当事者の救済 + 情報共有、社会問題の解決 (消費者市民社会の一員としての行動ということができる)

③ 「消費者市民社会」とSDGs

- ・公正かつ持続可能な社会の形成という課題 = 全世界的に、より一層重要な課題に

「消費者にこのSDGsについての理解を促し、より多くの人々がSDGsに関する情報を得、また、主体的・能動的に学ぶことは、SDGsの達成につながり、それはまた、消費者市民社会の形成に参画する消費者を育成するものと期待される。」

【消費者教育の体系的推進】（基本方針 II-1、2、3）

【資料5、6】

① 消費者教育が育むべき力

- i) 消費者市民社会の構築に関する領域
- ii) 商品等やサービスの安全に関する領域
- iii) 生活の管理と契約に関する領域
- iv) 情報とメディアに関する領域

② ライフステージに応じた体系的な実施

「消費者及び消費者教育の推進に従事する者が取り組むべき消費者教育の意義や目標を理解できるよう、「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、対象領域ごと、発達段階ごとの学習目標を整理し、全体像を明示し、「見える化」を図る。」

⇒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。

「特に、大学生、社会人、高齢者等・・・体系的な消費者教育の機会が準備されていないライフステージにある消費者への取組を意識して、生涯を通じた切れ目ない学びの機会を提供する必要がある。」

③ 消費者の特性に対する配慮

- ・消費者の特性により、消費者問題がより深刻化する「脆弱な消費者」
- ・若年者の消費者教育 資料4 本文
- ／一元的な相談窓口の提要や相談体制の充実の検討
- ・高齢者の消費者教育 / 障害を持つ消費者 / 高齢者や障害者の支援者（介護従事者）
- ・子育てや介護により学習機会を得ることが難しい消費者
- ・訪日外国人旅行者を含めた在留外国人

「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よう取り組む必要がある。」

④ 消費者市民社会構築に向けた国からの多角的な視点の情報提供

- ・国は、消費者市民社会の構築に向け、・・・考える素材となる情報を積極的に提供する。

例) エシカル消費の考え方、非常時・緊急時の消費者行動の在り方、など。

⑤ 各主体の役割と連携・協働

- ・国と地方公共団体の役割と連携・協働
- ・消費者行政と教育行政の緊密な連携・協働・・・消費者教育推進地域協議会の活用
- ・地方公共団体と消費者団体、事業者・事業者団体との連携
- ・・・消費者教育推進地域協議会を結節点として

⑥ 他の消費生活に関連する教育と消費者教育の連携推進

- ・環境教育 ・食育 ・国際理解教育 ・法教育 ・金融経済教育
- ・その他の関連教育の例として・・・主権者教育、キャリア教育

資料4 本文

【様々な場における消費者教育】（基本方針 III-1）

- ① 学校 一小学校・中学校・高等学校・特別支援学校
- ② 学校 一大学・専門学校等
- ③ 地域社会 一推進拠点としての消費生活センター
- ④ 地域社会 一社会教育施設、各種コミュニティの活用
- ⑤ 地域社会 一高齢者・障害者等への見守りと消費者教育
- ⑥ 家庭、児童養護施設等
- ⑦ 職域

資料4 本文

資料4 本文

【消費者教育の担い手の育成・活用】（基本方針 III-2）

- ① 学校教職員、大学等教職員
- ② 消費者団体、NPO等、事業者・事業者団体等
- ③ 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
- ④ 国による連携・協働の働きかけ ・司法書士の位置づけ有り
- ⑤ 消費者教育コーディネーターの育成
- ⑥ 消費者

資料4 本文

【消費者教育の資源等】（基本方針 III-3）

【関連する他の消費者施策との連携】（基本方針 IV-4）

【当面の重点事項】（基本方針 別紙）

資料4 本文

第3 司法書士に期待される役割とできること（現状とこれから）

- ・消費者教育の担い手 一「学校外の専門家として」

・教材等作成・活用の視点 一推進法の目的・基本理念、学習指導要領への目配り

・専門家＝司法書士として