

福岡市消費生活審議会（第17回）

議 事 資 料

- 資料1 消費者教育の推進に関する法律の概要
イメージマップ
消費者教育の推進に関する基本的な方針（基本方針）
- 資料1ー2 「消費者教育部会」スケジュール（案）
- 資料2 福岡県消費者行政活性化基金事業補助金について
- 資料3 電気通信事業者に関する苦情相談について（報告）
- 別冊 平成25年度 事業概要

消費者教育の推進に関する法律の概要

目的(第1条)	国と地方の責務と実施事項	
	国	地方公共団体
<ul style="list-style-type: none"> ・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 	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	責務(第5条) 団体の区域の社会的経済的状况に応じた施策策定、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)
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』 <ul style="list-style-type: none"> ・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 	財政上の措置(第8条) 推進に必要な財政上の措置その他の措置(地方は努力義務)	
基本理念(第3条) <ul style="list-style-type: none"> ・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 ・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 <hr/> 体系的推進 ・ 幼児期から高齢期までの段階特性に配慮 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 ・ 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	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	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)
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)	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) 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 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)	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) 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 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
	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)	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)

※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(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。

○基本方針を踏まえ、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を作成(努力義務)

- 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

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

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

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)

効果的な情報提供方策の開発

～特に高齢者・障害者向け

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

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

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

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

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

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

・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

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



・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

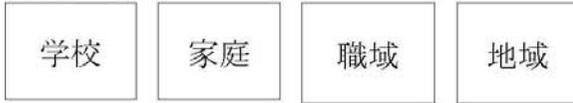
- ・国と地方公共団体
 - ・消費者行政と教育行政
 - ・地方公共団体と消費者団体、事業者団体
- 地域における多様な主体間のネットワーク化
 (消費者教育推進地域協議会)

○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

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

○様々な場



○対象領域・生活のあらゆる領域

消費者市民	<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
生活の契約と管理	<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
メディアと情報	<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

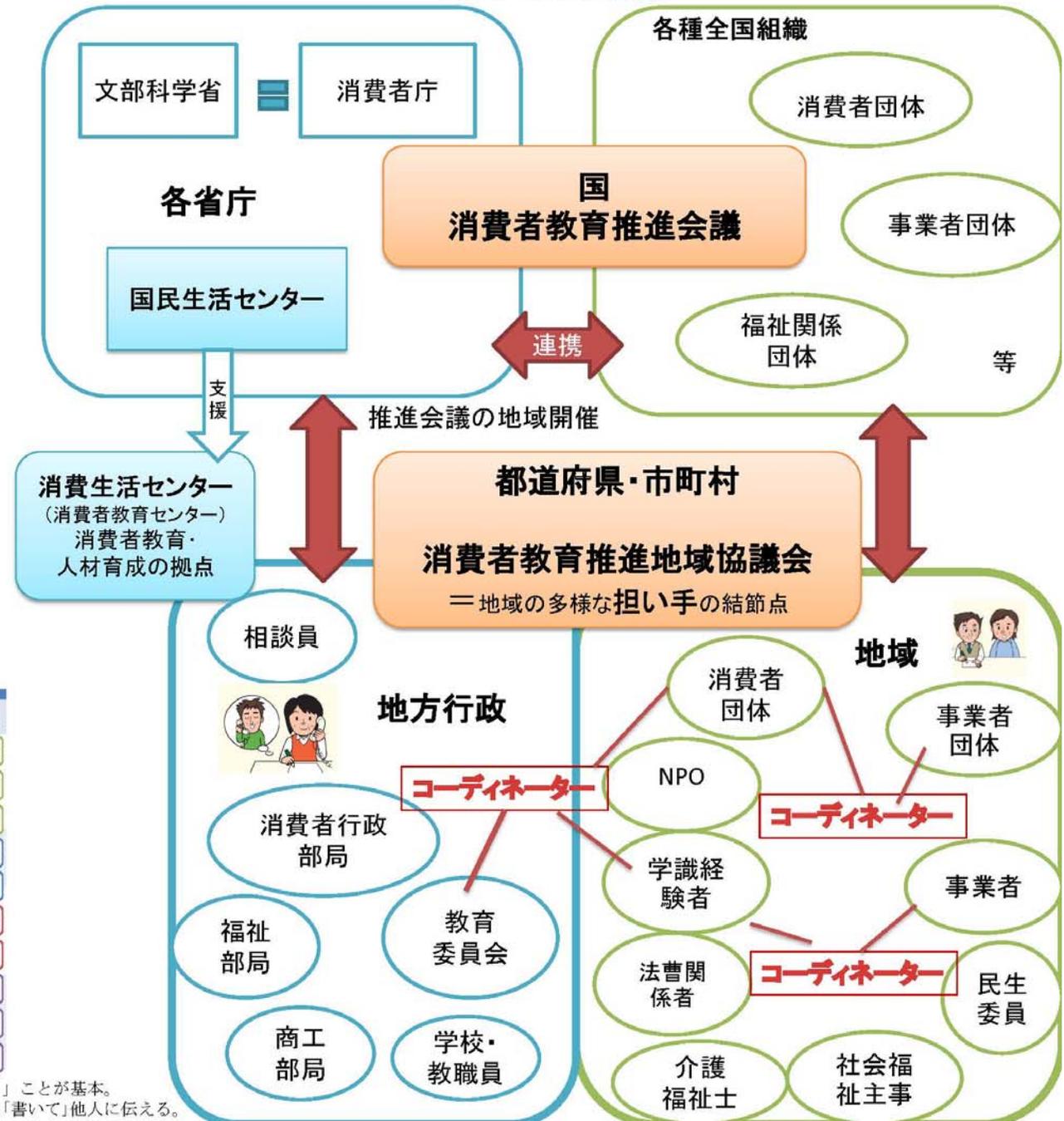
若年者、高齢者等年齢、性別、障害の有無、就労状況等

○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。

	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期	
各期の特徴	様々な遊びを通して、好奇心や想像力を伸ばす。周囲の大人や友達との関わりを通して、社会生活の基礎を学ぶ。	学校生活や遊びを通して、社会生活の基礎を学ぶ。周囲の大人や友達との関わりを通して、社会生活の基礎を学ぶ。	学校生活や遊びを通して、社会生活の基礎を学ぶ。周囲の大人や友達との関わりを通して、社会生活の基礎を学ぶ。	学校生活や遊びを通して、社会生活の基礎を学ぶ。周囲の大人や友達との関わりを通して、社会生活の基礎を学ぶ。	学校生活や遊びを通して、社会生活の基礎を学ぶ。周囲の大人や友達との関わりを通して、社会生活の基礎を学ぶ。	学校生活や遊びを通して、社会生活の基礎を学ぶ。周囲の大人や友達との関わりを通して、社会生活の基礎を学ぶ。
重点領域	消費がもつ影響力の理解	消費がもつ影響力の理解	消費がもつ影響力の理解	消費がもつ影響力の理解	消費がもつ影響力の理解	
持続可能な消費の実践						
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						
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						

幅広い主体が連携



○「見て」、「聞いて」、「読んで」自ら調べ、「学ぶ」ことで「気付く」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。

		幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期			Ver.1.0
						特に若者	成人一般	特に高齢者	
重点領域	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もち、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	
	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よう	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、経済や社会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よう	
	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よう	
	消費者の参画・協働	協力することの大切さを知らう	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らう	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	安全で危険の少ないく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、相談機関を知らう	トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法を知らう	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くらしを目指して、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くらしをしよう	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	情報と情報技術を適切に利用するくらしをしよう	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、情報モラルを知らう	著作権や発信した情報への責任を知らう	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、選択の大切さを知らう	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らう	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	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。

「消費者教育部会」スケジュール（案）

時期等		回数	テーマ等
平成25年度	8月頃	第1回	<ul style="list-style-type: none"> ・国の消費者教育推進に関する基本的な方針について ・本市における消費者教育の現状について ・消費者教育推進のための基礎調査について
	1月頃	第2回	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育の推進のための基礎調査の結果より、今後の消費者教育の推進に向けて協議を行う。 ・国の動き、福岡県の動きを踏まえ、消費者教育推進に向けた方策等を検討する。
	3月頃	—	第18回審議会に中間報告
平成26年度	5月頃	第3回	消費者教育推進に向けて（方針案策定）
	7月頃	—	推進方針等を第19回審議会に報告

この他、必要に応じて、部会を開催する。

国や福岡県の進捗状況によって、予定を変更することがある。

福岡県消費者行政活性化基金事業補助金について

「地方消費者行政活性化基金」は、消費者行政の一元化に伴い、地方消費者行政を活性化するため、平成21年度から24年度にかけて総額231億円造成された。基金は都道府県に配分され、本市においては「福岡県消費者行政活性化基金事業補助金」として、消費生活センターの機能強化に活用した。

当該基金は、「期間の限定」、「既存の事業に充当できない」といった制約があったため、「相談コーナー等改修」などの施設整備、「臨時的な相談員の配置」などの相談体制の強化や、「消費生活センターの周知広報・消費者啓発」を中心に事業を実施した。

基金の平成24年度終了を見据え、本市の事業の見直しを行ったところ、国の平成24年度補正により、平成25年度も継続された。

本市の事業予算及び主な事業内容

	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度
予算額	8,840千円	37,515千円	39,197千円	42,730千円	8,900千円
事業内容	消費者相談等	<ul style="list-style-type: none"> 相談コーナー等改修実施設計委託 相談コーナー、面接室等整備 インターネット消費生活相談構築 相談員増員 	<ul style="list-style-type: none"> 高齢者対象のいきいきセンターへの出張相談 相談員増員等 専門員の配置 	<ul style="list-style-type: none"> 高齢者対象のいきいきセンターへの出張相談 相談員増員等 専門員配置 	<ul style="list-style-type: none"> 専門員の配置
	消費者啓発	<ul style="list-style-type: none"> 消費生活かわら版特別号の作成・全戸配布 テレビCM等 ネットワーク会員ステッカー作成 	<ul style="list-style-type: none"> テレビ、ラジオCM 街頭大型ビジョン放映 映画館広告、交通広告等 消費者力アップ通信講座 	<ul style="list-style-type: none"> テレビ、ラジオCM 街頭大型ビジョン放映 映画館広告、交通広告等 消費者力アップ通信講座 若者啓発ポスターコンクール 	<ul style="list-style-type: none"> テレビCM 映画館広告、交通広告等 消費者グループ活動支援事業 消費者力アップ通信講座

電気通信事業者に関する苦情相談について(報告)

〈平成23～24年度〉

福岡市消費生活センターにおいて、電気通信事業者に対し、販売方法等について再三改善を求めたものの、相談件数が増加し続け改善が見られなかったことから、市消費生活条例で規定する不当な取引行為に該当する販売行為について7社に対し是正指導を実施。

〈平成24年度〉

- 5月31日 消費者庁消費者制度課宛てに相談状況・指導内容を報告。
- 8月20日 消費者委員会に対し電気通信事業者の販売方法に係る調査・審議の依頼を提出。

【福岡市からの監督官庁への要望事項】

- (1) 電気通信事業法適用のサービスに、特定商取引法に定める規程との整合性をもたせること。
 - ①一定期間に申し出があれば無条件に契約解除できるクーリング・オフ類似の制度導入。
 - ②契約成立前に、消費者が契約内容を十分理解できるよう、サービス内容、対価、解約など重要事項に関する説明書を交付のうえ、対面かつ口頭で契約内容を説明する義務の導入。特に、高齢者に不必要な契約をさせないための販売ルールを設けること。
- (2) 各事業者に対し、代理店の販売方法について把握すると共に、研修や指導等を十分にを行い適切な販売を行うよう指導すること。
- (3) 各事業者に対し消費者・消費者からの苦情・相談窓口を1本化かつワンストップすることを義務づけ、利用者サービスの向上を図るよう指導すること。
- 10月30日 第103回消費者委員会において「電気通信事業者の販売方法に係る消費者問題について」が議事となり、当センターから本市の相談状況、事業者指導の内容や監督官庁への要望事項を説明。
- 12月11日 消費者委員会より「電気通信事業者の販売勧誘方法の改善に関する提言」が発出される。

【消費者委員会提言の内容】総務省は、代理店を含む電気通信事業者による自主基準遵守を徹底させ、クーリング・オフや自動更新の問題に改善を促すこと。また、改善状況を検証し、状況を消費者委員会に報告すること。検証で改善が見られない場合は総務省と消費者庁で協議を行ったうえで下記のいずれかを検討して確実に実現すること。

- ①電気通信事業法及び電気通信事業法施行令を改正し、訪問販売、電話勧誘販売、通信販売において特定商取引法と同レベルの消費者保護規定を導入すること
- ②電気通信事業者の役務提供契約について、特定商取引法の適用除外を廃止し、店舗販売においても一定の消費者保護規程を設けるべく電気通信事業法などを改正すること

〈平成 25 年度〉

○ 6 月 28 日 消費者委員会の提言を踏まえ、消費者基本計画が改定され閣議決定。

【消費者基本計画 重点施策】（抜粋）

③消費者トラブルへの対応を中心とした「消費者の信頼の確保」

消費生活の安定及び向上を図り、経済を持続的に成長させるためには、消費者が安心して消費生活を営める市場を構築することが重要です。消費者が信頼を持てる市場の構築のためには、消費者トラブルへの迅速かつ厳正な対応が必要です。その対応にあたっては、経済社会のサービス化、高齢化、高度情報化、国際化といった消費者を取り巻く環境の変化を踏まえる必要があります。

このため、特定商取引法、景品表示法、消費者安全法などの関係法令の厳正な執行を行います。加えて、消費者事故等の情報の収集・分析といった消費者安全の確保に関する取組を推進するとともに、特定商取引法の規定の施行状況についての検討等を行い、消費者トラブルが多く発生しているエステ、美容医療サービス、詐欺的投資勧誘、有料老人ホームの入居一時金、電気通信事業者における販売勧誘といった分野について、それぞれの特性を踏まえつつ、制度の改善を含め、的確に対応し、消費者の信頼を確保します。

18. 電気通信事業者における販売勧誘方法の改善

代理店を含む電気通信事業者による自主基準等の遵守の徹底を図るとともに、必要に応じ、制度的な対応も含め、所要の措置を検討し、実施します。

	平成 25 年度	平成 26 年度	担当省庁等	備考
①	・自主基準等の遵守の促進と状況把握 ・制度的な対応も含め、必要な措置を検討・実施	・消費者トラブルの状況及び平成 25 年度の取組状況等を踏まえ、制度的な対応を含め、必要な措置を検討・実施	総務省	

○ 7 月頃 総務省より、提言で指摘した事項に関する改善状況について、消費者委員会において報告予定。