資料３-1

Ⅲ　消費者啓発・消費者教育について

１　消費者啓発・消費者教育の現状

(1) 消費者教育の必要性

経済の仕組みの変化や規制緩和の流れの中で、消費者トラブルは多発し、その内容も複雑化、高度化しており、消費者教育の重要性は高まっている。

その中で、自らの利益の擁護及び増進のために自主的かつ合理的に行動し、消費者の権利を実現するように努め、自ら進んで、消費生活に関して必要な知識を修得し、必要な情報を収集するなど、自主的かつ合理的に行動するように努める消費者ーすなわち「自立した消費者」の育成を目指すことが、消費者教育の理念である。

(2) 消費者庁の取り組み

消費者庁では、ホームページで消費者教育ポータルサイトを立ち上げ、消費者教育の基盤整備として、消費者教育に関する様々な情報を掲載し、自ら消費者としての知識を習得したいと考えている方、学校や社会の様々な場面で消費者教育を実施したいと考えている方、消費者教育に関心のあるあらゆる方々の利用に供している。

http://www.caa.go.jp/kportal/index.php

(3) 新学習指導要領における消費者教育

文部科学省では、児童・生徒が消費者としての正しい態度や知識を身につけるため、新学習指導要領において、自分や家族の消費生活に関心をもち、消費者の基本的な権利と責任について理解すること、販売方法の特徴について知り、生活に必要な物資・サービスの適切な選択、購入及び活用ができるための指導を行うことを明確にしている。

なお、実施のスケジュールは、小学校は平成 23 年度、中学校は平成 24 年度から全面実施、高等学校が平成 25 年度より年次進行で実施することとなっている。

(4) 消費生活センターの役割と啓発事業

消費者教育は、消費者が生涯を通じて学ぶものであり、そのためには、学校・地域・家庭・職場・その他さまざまな「場」における総合的な継続した教育の充実に向けた施策を講じる必要があるが、実際には、消費者教育を実施する側と受け取る側にギャップがあるように思われる。

このため、消費者教育が従来以上に実施されるよう、行政内部の連携を強化するとともに、消費者教育に携わるさまざまな連携・協力の仕組みづくりに取り組むことも必要である。

２　消費者啓発・消費者教育の取り組み

(1) 中核市における取り組み事例　　別紙２

３　意見交換