

この逐条解説は、神奈川県が消費生活行政に携わる職員等の執務参考資料として、西村隆男教授（横浜国立大学教育人間科学部）に平成 26 年 3 月に執筆いただいたものです。
一般の方からも入手したいとのご要望があったことから、西村教授にご了解をいただき、掲載することとしました。

消費者教育推進法解説

第 1 章 消費者教育推進法制定の背景

消費者教育の必要性の指摘は古く、半世紀前に遡る。すでに 1963（昭和 38）年の国民生活向上審議会の「消費者保護に関する答申」において、一般消費者への消費者教育と学校教育における消費者教育の強化がうたわれた。また、同審議会はその 3 年後の 66 年に名称を国民生活審議会と改称し公表した「消費者保護組織及び消費者教育に関する答申」において、教員を養成する大学の教科の中にも、消費者教育の観点を取り入れる必要があると指摘した。その後、消費者保護基本法が 1968（昭和 43）年に制定され、消費者政策が徐々に整備されていくも、消費者教育は浸透する方向ではなかった。

その後、80 年代以降、あらゆる分野における規制緩和や国際化が進む中、消費者を取り巻く環境変化は著しく、さらには 90 年代以降では IT 化の浸透が消費生活全般を一変させるほどになっていった。この間、学校教育においても学習指導要領の改訂の際に、女子差別撤廃条約への批准に伴い、高校家庭科が男女共修となり、学習内容の精選によって、消費生活と環境に関する分野が入るなどの変化も見られた。

2003（平成 15）年には、消費者の劇的ともいえる環境変化を背景に、国民生活審議会消費者政策部会の答申「21 世紀型消費者政策の在り方について」の中で、消費者政策を大きく転換させる必要が生じているとし、保護の客体としての消費者から、自立した主体としての消費者を目指すべきであると提言した。以来、消費者保護行政から消費者支援行政への転換が図られるようになっていった。

2004（平成 16）年の消費者基本法では、そうした文脈から消費者自立を支援するための消費者教育を消費者の権利として明示した。しかしながら、学校教育における消費者教育は各方面からその必要性が指摘されながらも、学習内容の多さや授業時間の制約などから、限られた教科の中で、卒業までの授業時間の中でも消費者教育に関連する時間は数時間という現実は改まることなく、基礎学力重視のもとで、新科目の必要や抜本的な学習内容の改善が一部から求められるにとどまっていた。

一方、消費者教育推進法の立法化による学校教育における必須化を急ぐべきとの意見は、日本消費者教育学会や日本弁護士連合会、全国消費者団体連絡会など種々の団体から次第に高まりを見せた。折しも消費者安全・安心を政策目標の一つに据える福田康夫政権下において、消費者政策の転換と、消費者の自立支援の新たな方向性を模索する与党議員らの見識は、2008（平成20）年には自民党消費者問題調査会のもとに、消費者教育ワーキングチームを発足させた。同年10月から同チームにおいて検討が始まり、議員を中心に熱心な勉強会が重ねられる中で、法案制定への準備が鋭意進んでいった。途中、政権交代もあり、さらには2011（平成23）年3月には未曾有の被害をもたらした東日本大震災が起これ、消費者教育推進法の検討は一時的に空白期間を生むことになるが、2012（平成24）年3月には推進法制定へ向けた与野党三党の合意が実務者レベルで成立し、議員提出の法律案として国会に上程されることになった。その結果、同年8月10日衆議院本会議にて可決成立した（参議院先議）。

なお、施行は消費者教育推進法附則第1条（施行期日）により、公布（同年8月22日）から6か月以内とされ、同年12月13日に施行された。

第2章 消費者教育推進法逐条解説

第1 総則

（目的）

第一条 この法律は、消費者教育が、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるようその自立を支援する上で重要であることに鑑み、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、消費者教育に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、基本方針の策定その他の消費者教育の推進に関し必要な事項を定めることにより、消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、もって国民の消費生活の安定及び向上に寄与することを目的とする。

【趣旨】消費者教育推進法（以下本法）は、その必要性の検討から約4年余りかけ検討を重ね、議員立法として提案され2012（平成24）年8月に成立した。（施行は2012年12月13日）

第1条は、本法の目的を明らかにしたものである。本法により消費者教育の基本理念を定め、国及び地方公共団体の責務等を明確にし、必要な諸施策を定めることによって消費者教育を総合的、一体的に推進し、国民の消費生活の安定向上を図るものであることを明記したものであることが示されている。

【解説】第1条では、本法の目的として、消費者教育を受ける権利が、2004（平成16）年に制定された消費者基本法第2条の消費者の権利として明示されていることを踏まえ、その具体的な推進策を明らかにすることを掲げている。消費者教育を受ける権利は、1962（昭和37）年にJ.F.ケネディ大統領が議会で宣言した「消費者の権利」（安全を求める権利、選択できる権利、知らされる権利、意見が反映される権利）の後、G.R.フォード大統領が1975（昭和50）年に提唱したとされる。

本条では、そうした消費者の基本権としての消費者教育の理念規定を明示するとともに、消費者教育を推進することが「国及び地方公共団体の責務」であること、さらには具体的に消費者教育を推進するために政府がその「基本方針の策定」を行い、また具体的な実施のための方策を提示することが本法制定の目的である。

消費者教育が「消費者と事業者との間の情報の質及び量、並びに交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止する」とは、消費者基本法第1条が法の目的として掲げる消費者被害発生の原因として市場における消費者と事業者の格差の存在を前提とし、その是正に消費者教育が有効な手段であることを示しており、被害防止のためには消費者へ確かな消費者情報の提供や消費生活に関する学習の機会確保が不可欠であることを意味する。

「消費者の利益の擁護及び増進」は消費者基本法第2条が定めるように、消費者政策の基本的な理念である。「自主的かつ合理的に行動できるようその自立を支援する」とは、単に消費者教育を被害防止の視点からのみならず、消費者の消費生活の向上安定を目指して、日常の適切な行動ができるように、消費者の自立を支援するための消費者教育を重視すべきであることを明示したものである。この点は、消費者の存在を消費者保護の客体としての捉え方から、消費者を市場における主体として、社会への影響力を育成する消費者教育をより充実・支援する立場を、行政が重点化していくことの現れとみることができる。

（定義）

第二条 この法律において「消費者教育」とは、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（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。）及びこれに準ずる啓発活動をいう。

2 この法律において「消費者市民社会」とは、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をいう。

【趣旨】本法が示す「消費者教育」とは何かを定義し、同時に本法がその推進を国及び地方公共団体の責務とする消費者教育の定義で用いる「消費者市民社会」という用語につき、明確な定義

を与えたものが本条である。特に、「消費者市民社会」の語は、国内法で初出の用語であるため、はじめに正確な定義づけを必要としたのである。

「消費者教育」という用語は、現行法には既出のものではないが、すでに消費者基本法第2条（基本理念）において、「消費者に対し必要な情報及び教育の機会が確保され」ることが「消費者の権利であることを尊重する」とされ、消費者安全法第4条（国及び地方公共団体の責務）では、第6項に、国及び地方公共団体は「消費生活に関する教育活動」を通じて「消費者の安全の確保に関し、国民の理解を深め、かつ、その協力を得るように努めなければならない。」と明示されている。また、2009（平成21）年6月の消費者庁設置関連3法案が可決された際の、衆参両議院の附帯決議において、「12 消費者教育の推進に関しては、消費者基本法の基本理念及び消費者基本計画の基本的方向のもと、学校教育及び社会教育における施策を始めとしたあらゆる機会を活用しながら、全国におけるなお一層の推進体制の強化を図ること」（衆議院）、「16 消費者教育の推進については、（中略）消費者教育に関する法制の整備についての検討を行うこと。」（参議院）としていた。

【解説】第1項では「消費者教育」を初出の用語として定義しており、「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」として、消費者の日々の消費生活が安心、安全に送れるために必要不可欠な消費生活上の知識やスキルを身に付ける教育活動全般を指す、と同時に、「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高めるための教育」を含む教育活動でもありと併記した。このことは、従来の主として消費者行政が、消費者教育として、あるいは情報提供型の啓発活動として行ってきた消費者被害を未然防止するための消費生活知識の教授に加え、消費者の主体的な活動によって消費者市民社会を構築する基本的な能力開発がより重要になっていることを示すものである。

この「消費者教育」の定義に関しては、国際動向が少なからず影響を与えていると考えられる。国連消費者保護ガイドライン（1985年採択、1999年改正）では、消費者教育を消費者の正当な権利として明示するとともに「消費者の選択が、環境、社会、経済に与える影響についての教育を含めた消費者教育」を政府の責任において行うべきものとしている。

北欧閣僚協議会消費者教育ガイドラインおよび、その後の活動でも各国に大きな影響を与えたコンシューマー・シティズンシップ・ネットワーク（CCN）は、消費者市民について、「消費者市民とは、倫理、社会、経済、環境面を考慮して選択を行う個人である。消費者市民は、家族、国家、地球規模で思いやりと責任をもって行動を行うことで、公正で持続可能な発展の維持に貢献する」と定義する。（2005年，“Consumer citizenship education Guidelines, Vol.1 Higher education”）

わが国では2008（平成20）年6月27日に閣議決定した消費者行政推進基本計画において、「（消費者市民社会とは）個人が、消費者としての役割において、社会倫理問題、多様性、世界情勢、

将来世代の状況を考慮することによって、社会の発展と改善に積極的に参加する社会を意味しており、生活者や消費者が主役となる社会そのものと考えられる」としている。そうした背景により本法においても、消費者市民社会の消費者像を、今後の消費者のあるべき姿（目標）として明示したものである。

第2項では、本法のキーワードでもある「消費者市民社会」を定義した重要な条文と言える。

「消費者の特性」とは、人間全て消費者であり、消費者には年齢によって幼児から高齢者まで存在することや、障がいのある人、外国人など様々な特性を指し、それらの人々が共に生活している現実を意識し、互いに尊重し合うことが大切であることを示している。また、「消費生活の多様性」とは、消費行為は市場におけるそれぞれ消費者の自由な意思決定に委ねられており、消費における価値観の相違などを超えて、またそれらを互いに尊重しつつ、公正で持続可能な社会を目指すという究極の目標を掲げているところに本条の特徴がみられる。

「現在及び将来の世代にわたって」とは、現存する人々のことはもとより、これから生まれる世代を意味し、今後、来るべき何十年後にもわたり地球及び世界を維持発展させ、人間の生存を持続させることが、現在世代を生きる人々の責任であることを意識して表明したものである。

「内外の社会経済情勢および地球環境に影響を及ぼし得る」とは、内外は国内外を指すものであり、日本国内への社会的経済的影響のみならず、海外への影響も考慮することが不可欠であることを意味している。国内市場を通じての消費者の購入や消費の行動が、途上国をはじめ他国の社会経済情勢に影響を与えていることは少なくない。安価で海外から入手できる原材料による生産の中には、不公正な対価で取引されているものも存在する。公正で持続可能な世界各国の社会経済の確保、安定、および地球環境の保全は世界共通の課題であり、消費者が他者の利益や社会的公正、地球環境にも配慮した消費行動を取ることを求めるものである。この部分は、前述の国連ガイドラインによる持続可能な消費の推進の考え方が背景にある。

「自覚して」とは、消費者教育をはじめメディアなどを通じて得た知識を自らの認識の中に組み込む作業であり、その後の行動に影響を及ぼし得る理解を指す。

「公正かつ持続可能な社会」とは、不当に安価な労働力による取引商品などではなく、公正な取引を通じて市場に提供された商品が自由に選択できる社会であり、それによって次世代への橋渡しが可能となる目指すべき社会を示している。

「参画する」とは、単なる参加ではなく、さらに一歩進んで、消費者自らが目指す社会の構築の作業に主体として関わっていくことを意味する。会合に出席したり仲間に加わるという意味での参加の概念よりも、より主体的積極的であり、活動の企画や実施に参加する意味合いを持つ。

(基本理念)

第三条 消費者教育は、消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結び付けることができる実践的な能力が育まれることを旨として行われなければならない。

- 2 消費者教育は、消費者が消費者市民社会を構成する一員として主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援することを旨として行われなければならない。
- 3 消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行われるとともに、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮した適切な方法で行われなければならない。
- 4 消費者教育は、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場の特性に応じた適切な方法により、かつ、それぞれの場における消費者教育を推進する多様な主体の連携及び他の消費者政策(消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策をいう。第九条第二項第三号において同じ。)との有機的な連携を確保しつつ、効果的に行われなければならない。
- 5 消費者教育は、消費者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与える影響に関する情報その他の多角的な視点に立った情報を提供することを旨として行われなければならない。
- 6 消費者教育は、災害その他非常の事態においても消費者が合理的に行動することができるよう、非常の事態における消費生活に関する知識と理解を深めることを旨として行われなければならない。
- 7 消費者教育に関する施策を講ずるに当たっては、環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育に関する施策との有機的な連携が図られるよう、必要な配慮がなされなければならない。

【趣旨】第3条は消費者教育を推進していく上での基本的な理念、考え方を7項目列挙している。基本理念を掲げるのは、立法における精神を示すもので、本法が必要とされる根拠や消費者教育を推進することの意義を様々な視点から捉え直したものであると言えよう。また、前条では消費者教育の概念規定をしたと言え、本条では、消費者教育を推進するためにその基本的な理念(考え方)を示したものである。

【解説】第1項の「消費生活に関する知識」とは、衣食住に関わる消費生活をはじめ、健康、旅行、金融、情報通信等様々なサービスに関する知識など、消費を巡る多様な知識を指す。

また、消費者教育では「適切な行動に結び付けることができる実践的能力」の育成が必要としている。これは、消費者教育が単に知識修得にとどまらず、獲得した消費生活知識を活用して、日常の消費生活の中での消費者行動として実践されるものでなければならないことを示している。例えばクーリング・オフを知識として十分理解していても、実際の契約場面で利用できなければ消費者教育として身に付いているとは言えないことを意味している。消費者教育が行われる場面では、実践性を重んじて行うべきであることを明らかにしたものである。

第2項では、「消費者が消費者市民社会を構成する一員として」、また「消費者市民社会の形成に参画」することを求めている。この点、実際の消費者教育を推進する場面では、第2条が定

義する消費者教育の意義に基づいて消費者が消費者市民社会の構成員としての自覚をもって、その発展に進んで参画し貢献できるような意識や態度形成できるよう常に考慮しつつ、消費者教育を行うことが肝要であることを示している。つまり、単に消費者が学習により、豊富な消費生活知識を身に付けることを目指すものではなく、消費者として他者への影響や経済社会、地球環境などへの配慮ができるよう仕向ける消費者教育を実践していくことを求めているのである。

「積極的に支援する」とは、真の消費者主権を実現するべき今後の社会のあり様としての消費者市民社会構築へ、進んで参画する主体的な構成員としての消費者市民の育成を、国が重点課題として取り組んでいく姿勢を示すものである。

第3項は、消費者教育の推進では、その系統性、体系性が重んじられること、つまり、人間の発達段階に従って幼児期から高齢期にわたる各段階の応じた消費者教育活動が適切に行われる必要があること、ならびに障害の有無などに配慮して実施されるべきであることを示している。

「消費者の特性」とは、第2条第2項で既出であるが、年齢や性、障がいの有無、あるいは外国人等の居住するそれぞれの消費者の特性を指す。発達段階により、あるいは個々の状況により消費生活に伴う種々の問題点が理解できにくい場面が想定される。そうした認識に立ち、年齢や障がいの有無、在住外国人への配慮を含み消費者教育が適切な方法で行われる必要があることを示している。なお、消費者教育の体系については、消費者庁作成の「消費者教育の体系イメージマップ^(*)」が参考になる。

(参考) イメージマップ

消費者庁HP <http://www.caa.go.jp/kportal/search/pdf/imagemap.pdf>

第4項は消費者基本法第17条第1項が定めるように、消費者教育を実施する場を主に4場面を想定している。

「様々な場の特性に応じた適切な方法」とは、消費者教育を実施するそれぞれの場の教育環境に応じた方法を意味するものである。学校教育の現場であれば、児童・生徒を主体として教員が指導を行うと同時に、保護者や地域の人々も関わりをもって普段の教育活動が行われている。児童・生徒の学習状況や授業の進度などを考慮し、適切な教材を活用すると同時に外部講師を活用するなどの方法も考えられよう。地域においては、消費生活センターや公民館（生涯学習センター）等を中心にして、集める講座のほか届ける講座、地域の見守りなど様々な機会をとらえて消費者教育活動を展開していく必要がある。また、もっとも日々の生活の基本的場面である家庭では、消費行動を通じた子どもへの学習機会の提供、また学校での学びを家庭に持ち帰ることによる親子での消費者学習など実践的なスキルを磨くのに最適な機会である。そのために、国や地方公共団体等は、家庭での消費者教育が活発になるような仕掛けや投げかけが必要になってこよう。さらには企業や諸官庁、学校などの従業者が働く場所での消費者教育が行われる必要がある。企業等に勤務する従業者も、一人の消費者であることに変わりはなく、消費生活問題を個人の内面

に抱えながら業務に従事することは、就業の場にとっても非効率なものとなる。雇用主が従業者への消費者教育の機会を確保し、新たな情報を適宜提供し続けることは、健全な雇用環境を確保する上でも重要な視点である。

「それぞれの場における消費者教育を推進する多様な主体の連携」とは、すでに述べたように、例えば学校教育において、地域の消費生活センターや消費者団体、事業者団体、福祉関係団体、NPO等が講師派遣を行うなど、消費者教育に一定のノウハウを持つ関係主体が、地域事情に即した形で連携して協力体制を組むことが効果的であることを示すものである。

「他の消費者政策との有機的な連携」とする「他の消費者政策」とは、消費者基本法（第11条～第23条）の定める基本的施策のうち消費者教育に関する施策を除くもの、すなわち、安全の確保（第11条）、消費者契約の適正化（第12条）、計量の適正化（第13条）、規格の適正化（第14条）、広告その他の表示の適正化（第15条）、公正自由な競争の確保（第16条）、意見の反映及び透明性の確保（第18条）、苦情処理及び紛争解決の促進（第19条）、高度情報社会の発展への的確な対応（第20条）、国際的な連携の推進（第21条）、環境の保全への配慮（第22条）、試験、検査等の施設の整備（第23条）の諸施策を指すものである。

つまり、消費者教育を推進するにあたり、消費者の利益の擁護および増進を目的とする消費者に関連する諸施策との総合性も求められるとするものに他ならない。例えば、消費者表示行政や消費者安全行政に新たな進展があれば、当然にそれらを反映した消費者教育が行われるべきであり、またネット利用が拡大する中で海外関連取引に伴うトラブルの増加などの新たな情報は、消費者教育の内容面でのアップデートに欠かせないものである。

第5項は、本法第2条第1項及び第2項が規定する消費者市民社会への消費者の参画を促すために、将来世代の影響や、地球環境保全に関するものなど、多角的、多面的な視点から、消費者に対して情報提供を行うことが重要であることを示している。

「多角的な視点」とは、現在の自己の利益のみを追求することなく、幅広く他者への配慮を行うといった様々な角度からの検討が可能になるような情報提供が望ましいとするものである。本法が定める消費者教育の目的を体現し、消費者市民社会の担い手を育成することがカギであることを掲げている。

第6項は、東日本大震災のような大災害の経験を踏まえて、普段から被災地に対する配慮ある消費行動や、支援の視点を忘れない消費行動をとれるような他者との共存、共助の心を持った消費のあり方を考えることのできる消費者の育成を目指す消費者教育でなければならないことを示すものである。「災害その他非常の事態」とは、地震や津波、台風などの災害や、予期せぬ事故に伴う消費生活、経済生活の混乱など、ライフラインに大きな影響を与えるような事態を指す。本条項は、緊急時の冷静な消費行動を促すとともに、常日頃から緊急時への備えをすることの重要性を認識させるため、東日本大震災を契機として組み込まれた条項である。

第7項は、消費者教育が従来から学校教育等で進められてきた環境教育、食育、国際理解教育などと関連付けて行うことが求められることを示すものである。

「その他の消費生活に関連する教育」とは、法教育、金融経済教育、情報モラル教育など、消費生活と密接に関連し、消費者教育にも関わりが深い内容を取り扱う教育を指す。消費者教育の推進に当たっては、これらの教育内容と関連付けて行うことが効果的であり、校内で協議しつつ推進することが望まれることを示している。特に、持続可能な消費に関連しては環境教育や国際理解教育との有機的連携が不可欠であり、契約あるいは生活設計関連の消費者教育では、基本方針が例示するように、法教育や金融経済教育と連携させて行うことが有効であることは明らかである。実際の消費者教育実践の場面では、担当者の協議や事前の指導計画の調整などが必要となる。

(国の責務)

第四条 国は、自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができる自立した消費者の育成が極めて重要であることに鑑み、前条の基本理念(以下この章において「基本理念」という。)にのっとり、消費者教育の推進に関する総合的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。

2 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、前項の施策が適切かつ効率的に策定され、及び実施されるよう、相互に又は関係行政機関の長との間の緊密な連携協力を図りつつ、それぞれの所掌に係る消費者教育の推進に関する施策を推進しなければならない。

【趣旨】第4条は、消費者教育の推進が国の責任に於いて行われることを明示するもので、本法存立の意義の最も重要な条項とも言える。つまり自立した消費者育成を目指す消費者教育を推進することを国家戦略として実施していくと宣言したものである。

「自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができる自立した消費者の育成が極めて重要である」ことは、本法第1条が定めるところであり、そのためには国が責任をもって総合的な消費者教育推進の施策を策定するのみならず、実施することを明示した規定となっている。

【解説】第1項の「基本理念にのっとり」とは、前条で定めた消費者教育の基本理念の7項目の全てを組み込んだ消費者教育の推進を国に義務付けたものに他ならない。

「消費者教育を推進する総合的な施策」とは、消費者教育がある単一の施策をもって効果があるものではなく、高度で複雑な現代の消費社会において、様々な観点から多面的総合的に展開することにこそ重要な意義が存在していることを示すものである。

「策定し、実施する」とは、国の施策として消費者教育推進の体系を立案、企画するとともに、その実施においても責任をもって行うことを明示したものとなっている。

第2項で「内閣総理大臣及び文部科学大臣」としたのは、第1項で消費者教育の推進が国の責務であると明示しつつも、その行政としての責任主体をより明確にすべきであることから、消費者行政を一元的に管理する消費者庁を所管する内閣府、および、教育行政を所管する文部科学省を明示して、それぞれの行政の長たる内閣総理大臣および文部科学大臣を消費者教育推進の総括責任者として位置付け、さらに施策実行上の関係機関との連携などを義務付けてその実効性の確保を目指したものである。

「関係行政機関」とは、消費者教育推進施策を策定、実施する直接の責任主体である消費者庁(内閣府)および文部科学省以外の経済産業省、公正取引委員会他、消費者政策と関連の深い行政庁を指す。

(地方公共団体の責務)

第五条 地方公共団体は、基本理念にのっとり、消費生活センター(消費者安全法(平成二十一年法律第五十号)第十条第三項に規定する消費生活センターをいう。第十三条第二項及び第二十条第一項において同じ。)、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。

【趣旨】第5条は、消費者教育の推進が地域においては地方公共団体が実施の責任を負うことを明示した。消費者保護施策の実施は、すでに1968年制定の消費者保護基本法において地方公共団体の事務として定められ、今日に至っている。その業務の一環として消費者啓発および消費者教育は位置付けられてきたが、本法では地方自治体行政において地域における消費者教育を推進するにあたり、その責任主体としての地方公共団体のリーダーシップ性を明記したものである。

【解説】地方公共団体が消費者教育を推進する際には、地域消費者行政の核となっている消費生活センターが重要な役割を果たす。「消費生活センター」は、開設以来、消費者被害救済や被害予防を軸として、地域の消費生活相談ならびに消費者啓発を担ってきた消費者問題のセンター的機能を果たしてきたものであり、消費者教育の推進に当たっては、その地域の情報の受発信の基地としての機能を果たすことが期待されている。基本方針では、この点に関し、消費生活センターを消費生活相談だけでなく、消費者教育センターとして位置付け、「消費者教育の拠点」として活用するよう示している。また、「教育委員会」は、地域の学校教育および社会教育施策の全

般を司っており、地方公共団体が責務としての消費者教育を推進するにあたり、消費生活センターならびに教育委員会を核とした推進が欠かせないことを示したものである。

「その他の関係機関」とは、例えば消費者団体や、社会福祉協議会のような福祉関連団体、商工会などの事業者団体、町内会・自治会、その他NPOなどがある。地方公共団体における消費者教育推進では、こうした関係団体との連携も不可欠であり、十分な協議を行い、国との役割分担などを図りながら地域の実情に即して実施することを地方公共団体の責務としている。

消費者教育は特に、消費者住民が消費生活を実践する身近な地域で、有効に行われることが望ましい。そのためには、各地域において、地域住民に対し消費者教育が適切な機会を得て、有効な施策として実施されなければならない。そのための関係機関、団体相互の協力のもとに、地域消費者行政や教育委員会が中軸を担いつつ推進することが肝要である。

消費者教育の具体的実施には、推進のための協議や交流を行うプラットフォームとしての場が不可欠であり、同時に組織・団体の連携のためのコミュニケーションを円滑に行う人材も必要である。それぞれが知恵や経験を持ち寄ってネットワークよく効果的な消費者教育を実施するために、地方公共団体は一定の役割を果たさなければならない。

(消費者団体の努力)

第六条 消費者団体は、基本理念にのっとり、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われる消費者教育に協力するよう努めるものとする。

【趣旨】第6条では、消費者団体の消費者教育推進の協力者として積極的な役割を果たすことが努力規定として示されている。消費者団体は、その設立の当初から、より豊かな消費生活を目指し、消費生活問題全般の克服に向けた消費者運動を幅広く展開するとともに、消費者自身の消費生活能力の向上に努めてきた。すでに、多くの消費者団体は構成員の消費者学習の蓄積のみならず、一般に向けた消費者教育活動を展開する団体も多く、消費者教育の推進においても、潜在的な力量を備えている組織である。したがって、地域における消費者教育推進の核となって活動すべき重要な実施主体であると言える。

【解説】「消費者団体」とは、消費者の権利・利益の擁護・維持を目的または活動内容に含み、消費者によって自主的に組織された団体または消費者のために活動を恒常的に行っている民間団体を言う(消費者庁「平成23年度消費者団体名簿」による)。全国規模のものや地域に存する消費者グループ等を含むものである。事業活動を営む生活協同組合も全国消費者団体の調査では消費者団体として扱われる。消費者団体は元来、消費者の権利擁護を目的に自主的に組織された団体であるが、講座の開催や独自の啓発活動などを通じて、すでに古くから広く一般消費者への消

費生活知識の普及・啓発にあたってきた経緯がある。本法が消費者教育推進の担い手として、消費者団体を改めて第一に明示したのは、消費者団体本来の設立趣旨である消費者の権利擁護行動の一環として、国や地方公共団体が中心となって推進する消費者教育の最大の協力者として位置付けていることに他ならない。

消費者団体は地域や全国レベルで連合組織（全国消団連等）を有し、特定の地域で行われる消費者教育活動が他の地域での活動に参考を供したり、情報共有を容易にする利点が存在する。消費者教育実践には地域により取り組みに差異もあり、地方公共団体のプラットフォームで消費者団体の果たす役割は大きいものと想定される。

（事業者及び事業者団体の努力）

第七条 事業者及び事業者団体は、事業者が商品及び役務を供給する立場において消費者の消費生活に密接に関係していることに鑑み、基本理念にのっとり、国及び地方公共団体が実施する消費者教育の推進に関する施策に協力するよう努めるとともに、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるものとする。

【趣旨】第7条では事業者及び事業者団体の努力義務規定を示している。市場において、消費者が日々の生活を送るために、事業者からの商品やサービスの提供を受けることは欠くことができない。ところが、消費者問題は、往々にして市場における消費者と事業者間の情報量の格差や交渉力の格差によって、発生することが少なくない現実がある。したがって、事業者は市場における社会的責任を果たす意味においても、消費者教育の推進の一翼を担わなければならない。事業者にのみ存する商品等に関わる豊富な情報力や資金力によって、安全対策や消費者啓発を行うことは地域における消費者教育の推進に不可欠であり、他のセクターと共に協働してこれに積極的に関与することが求められる。

【解説】「事業者及び事業者団体」とは、営利法人として事業活動を営む個々の事業者および、業界団体など関連する事業者相互が組織する事業者の連合組織を指す。市場において事業者は消費者が商品を購入する相手方であるが、当該商品・役務に係る情報を最大限保有しており、一方の消費者は表示等により生産地、品質、内容量等の最小限の情報のみが市場において選択判断の材料として与えられるに過ぎない。

「消費生活に密接に関係している」とは、事業者による商品及び役務の提供そのものが消費者の消費生活を成り立たせているものであり、場合により消費者においては、誤認や誤使用あるいは、消費者トラブルを誘発する原因ともなり得る。したがって、事業者が商品・役務に関わる種々の十分な情報提供を行うことは不可欠であり、商品・役務の安全かつ有効な利用法等を消費者に供することは生産、販売する者の責務とも言えよう。

「国及び地方公共団体が実施する消費者教育に関する施策に協力する」とは、事業者及び事業者団体が商品および役務提供者としての責任ある立場に鑑み、国及び地方公共団体の実施する消費者教育推進に関わる事業に協力するよう求めるものである。この場合の協力とは、消費者教育推進事業への人的、金銭的支援を含むものである。

「自主的な活動」とは、事業者・事業者団体の消費者教育の推進に関わる自主的活動の実施も推奨しており、消費者関連専門家会議（ＡＣＡＰ）などの行う消費者教育事業や、その他の業界団体の実施する消費者教育事業が一層充実されることも期待されていることを示すものである。

(財政上の措置等)

第八条 政府は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講じなければならない。

2 地方公共団体は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講ずるよう努めなければならない。

【趣旨】第8条は消費者教育推進のための国及び地方公共団体の財政措置の必要について規定している。国家的戦略としての消費者教育の推進は、その施策を実現するために、相応の財政的支出を伴う。本条において、財政措置を講ずることを国の責務として明記することで、施策実施の実効性を担保したものである。同様に、地方消費者行政においても、新法の成立により、消費者教育推進に関わる業務が円滑に行われるよう、新たな財政措置を求めたものとなっている。

【解説】第1項は、国の、消費者教育推進に係る財政措置を義務付けたものであり、第2項は地方公共団体の財政措置を努力規定として掲げている。

「財政上の措置」とは、消費者教育推進の予算を確保して、目的とする施策を確実に実施することを義務付けたものであり、「その他の措置」とは、消費者教育推進施策の実施に伴う人的配置の増員や専管組織の設置など、施策が有効かつ確実に実施されるための措置を指すものである。国が行う消費者教育推進事業のためには国の予算措置が、地方公共団体が消費者教育事業を推進するためには地方公共団体ごとの予算措置が必要であることは言うまでもない。消費生活の向上、増進のための消費者教育の推進には、実態調査や協議会の設置・運営、講習会や講座の開催、教材・資料の開発・配布、消費者祭りなどのイベント運営、実施状況の検証ほか種々の財政措置が必要となろう。また、予算作成においては、短期的、中期的な目標を立て、消費者教育の推進に必要な総合的体系的かつ実効性を考慮した計画を立て、着実な運営を図っていくことが望まれる。

第2項では「地方公共団体」の「財政上の措置その他の措置」を努力規定としたのは、地方財政ひっ迫の中で新たな財源確保が困難な状況をも考慮したものであるが、本法第5条で消費者教育の推進を地方公共団体においても国同様にその施策の実施を責務としているのであり、財政措

置として予算化することが求められよう。ただし、現状としては継続中の地方消費者行政活性化基金として国からの配分を受けて、消費者教育推進の諸施策を充実していくことが考えられる。

第2 基本方針等

(基本方針)

第九条 政府は、消費者教育の推進に関する基本的な方針(以下この章及び第四章において「基本方針」という。)を定めなければならない。

2 基本方針においては、次に掲げる事項を定めるものとする。

一 消費者教育の推進の意義及び基本的な方向に関する事項

二 消費者教育の推進の内容に関する事項

三 関連する他の消費者政策との連携に関する基本的な事項

四 その他消費者教育の推進に関する重要事項

3 基本方針は、消費者基本法(昭和四十三年法律第七十八号)第九条第一項に規定する消費者基本計画との調和が保たれたものでなければならない。

4 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成し、閣議の決定を求めなければならない。

5 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成しようとするときは、あらかじめ、関係行政機関の長に協議するとともに、消費者教育推進会議及び消費者委員会の意見を聴くほか、消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講じなければならない。

6 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、第四項の規定による閣議の決定があったときは、遅滞なく、基本方針を公表しなければならない。

7 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、おおむね五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。

8 第四項から第六項までの規定は、基本方針の変更について準用する。

【趣旨】第9条は、本法が意図する消費者教育の推進に関する政府の基本的な方針について定めている。なお、本条に定める基本方針は平成25年6月28日に閣議決定し、公表された。本法は、消費者教育の推進を国及び地方公共団体の責務として規定したものであり、消費者教育推進の意義を明示するとともに、消費者教育及び消費者市民社会を定義するなど、消費者教育推進の一般的概要を明らかにしたものである。そのため、具体的かつ必要となる施策の検討、実施に当たっては、より明示的な指針が必要である。その指針について閣議決定し、関係各省庁と連携しつつ、具体的施策を実施できるよう基本方針を定めることにしたものである。

【解説】第1項では、本法第4条および第5条で定める国および地方公共団体の責務とした消費者教育の推進のために「基本的な方針（基本方針）」を定めることを政府の義務としている。

第2項では、基本方針で定めるべき内容を列挙している。明示された基本方針の内容は4種に分類される。第1は「消費者教育推進の意義及び基本的な方向」に関する事項を、第2には「消費者教育の推進の内容に関する事項」、第3には「関連する他の消費者政策との連携に関する事項」、第4には「その他消費者教育の推進に関する重要事項」を定めることを規定している。

「消費者教育推進の意義及び基本的な方向」とは、本法の基本理念にのっとり、消費者教育を推進する必要があるとする、今日の消費者を巡る環境等の背景や課題であり、一方、消費者教育の推進が消費者自身ならびに社会に果たす意義と、実際に推進するにあたっての基本的枠組みや実施する各主体の果たすべき役割等を指すものである。

「消費者教育の推進の内容に関する事項」とは、消費者教育を行う場や消費者教育を担う人材に関することから、また消費者教育を行う場合に必要となる資源のほか、本法が目指す消費者教育を国民的レベルで推進するために不可欠な内容を指すものである。

「関連する他の消費者政策との連携する事項」とは、第3条第4項に定める「関連する他の消費者政策」と同様に、消費者基本法が定める消費者の利益擁護増進のために国が行う個別の消費者政策を指す。

「その他消費者教育の推進に関する重要事項」とは、体系的、総合的、計画的な消費者教育の推進のための施策や実施内容に関わる検証の方法など、消費者教育推進施策の実効性を高めるための諸施策を指す。

第3項では、消費者教育推進の基本方針に関し、消費者基本法で定める「消費者基本計画との調和」の上に成り立つものでなければならないことを定めるものである。消費者基本計画は、毎年閣議決定されている。

第4項は、基本方針がその原案を内閣総理大臣と文部科学大臣が作成し、閣議決定しなければならないことを定めている。「内閣総理大臣と文部科学大臣が作成し」とは、第4条第2項で、国の責務である消費者教育の推進が、内閣総理大臣と文部科学大臣の集約によるところで関係行政機関との連携の上で策定、実施されるところに由来する。

第5項は、基本方針案の作成にあたっては、関係行政機関の長（大臣等）と協議を必要とするとともに、本法に定める消費者教育推進会議ならびに消費者委員会の意見を聞かなければならないこと、またさらに消費者の意見を広く反映させる措置を取ることを定めている。

「消費者教育推進会議」は、第19条に規定されるもので、消費者教育の推進に当たり、施策の全般に関する意見交換や政府への具申を行う政府の審議会である。基本方針の策定への積極的関与を求めたものである。同時に、消費者庁及び消費者委員会設置法第6条に定める「消費者委員会」の意見を求めたものである。

第6項は、基本方針が閣議決定されたならば、直ちに国民に公表する義務を定めている。

第7項は、基本方針については、消費者教育推進の諸施策の実施状況の調査、分析、評価を行うとともに、その結果を踏まえて、5年ごとに基本方針を見直し、必要がある場合には変更を加えることを求めている。

第8項では、前項の変更に關し、本条の基本方針に關する閣議決定に關する事項(第4項)から、基本方針案作成における消費者教育推進会議、消費者委員会からの意見聴取等(第5項)、また閣議決定後の国民への遅滞のない公表(第6項)までを準用することを定めている。

(都道府県消費者教育推進計画等)

第十条 都道府県は、基本方針を踏まえ、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(以下この条及び第二十条第二項第二号において「都道府県消費者教育推進計画」という。)を定めるよう努めなければならない。

2 市町村は、基本方針(都道府県消費者教育推進計画が定められているときは、基本方針及び都道府県消費者教育推進計画)を踏まえ、その市町村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(以下この条及び第二十条第二項第二号において「市町村消費者教育推進計画」という。)を定めるよう努めなければならない。

3 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めようとするときは、あらかじめ、その都道府県又は市町村の区域の消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。この場合において、第二十条第一項の規定により消費者教育推進地域協議会を組織している都道府県及び市町村にあっては、当該消費者教育推進地域協議会の意見を聴かななければならない。

4 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表するよう努めるものとする。

5 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めた場合は、その都道府県又は市町村の区域における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、分析及び評価を行うよう努めるとともに、必要があると認めるときは、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を変更するものとする。

6 第三項及び第四項の規定は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の変更について準用する。

【趣旨】第10条は、都道府県消費者教育推進計画及び、市町村消費者教育推進計画について定めている。本条は、地方行政が地域における消費者教育を推進する場合に具体的なグランドデザインを明確にすることを求めているものである。これまで実施した施策を検証するとともに、本法

の基本理念に鑑みてより効果的な消費者教育の推進を計画することは不可欠である。消費生活センター、教育委員会、消費者団体、事業者等の関係するセクターと連携を保ちながら、単年度ならびに中長期的な計画を策定することを求めている。

【解説】第1項では、都道府県は区域の消費者教育推進に関する施策を実施する場合、本法第3条の基本理念にのっとり、第9条に定める政府の消費者教育推進の基本方針を踏まえながら、都道府県消費者教育推進計画を策定するように努めなければならないと定めている。第2項は、市町村においても、第1項の都道府県と同様、区域の消費者教育の推進に当たっては、政府の基本方針および都道府県消費者教育推進計画を踏まえながら、市町村消費者教育推進計画を策定するように努めなければならないと定めている。同時に、上述の都道府県消費者教育推進計画ならびに市町村消費者教育推進計画の策定に際しては、第3項で規定するように、都道府県、市町村それぞれの区域の消費者および関係者の意見が反映される措置を講ずる必要があること、また、本法第20条第1項で定める都道府県ならびに市町村の消費者教育推進地域協議会を組織している場合には、同協議会の意見を聞かなければならない。

では「消費者教育推進計画」とはどのようなものを指すのであろうか。国の「消費者教育の推進に関する基本方針」は2013(平成25)年6月に公表された。同基本方針は、消費者教育推進の意義を示した上で、第1に、消費者教育推進の基本的方向として、体系的推進のための取組の方向、各主体の役割と連携・協働、他の消費生活に関連する教育と消費者教育との連携推進、また第2には、消費者教育の推進の内容に関する事項として、様々な場における消費者教育、消費者教育の人材(担い手)の育成・活用、消費者教育の資源等、第3に、関連する他の消費者施策との連携として、消費者の安全・安心の確保、消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保、消費者意見の反映・透明性確保、第4に、今後の消費者教育の計画的な推進として、今後の推進方策について、基本方針の達成度の検証として構成されている。本法は、都道府県消費者教育推進計画を策定する場合、国の基本方針を踏まえることを求めているので、基本方針に示されたものを各都道府県レベルになぞらえて検証していく手続きが必要となろう。その場合、各都道府県がこれまでに独自に積み重ねてきた消費者教育に関する施策を再検討するプロセスや、消費者庁が2013(平成25)年1月に公表している「消費者教育の体系イメージマップ」によって、幼児期から高齢期に至る生涯学習である消費者教育として、取り扱うべき内容を参照し、現状を分析したり、今後の方策を検討することは有益である。

第4項は、都道府県及び市町村は、消費者教育推進計画を策定したならば、直ちに公表することを求めている。広く、都道府県民及び市町村民に周知させる必要があるからである。推進計画の策定において、区域の消費者やその他の関係者の意見を聞くことを求めているがゆえに、策定したならば速やかな公表の手続きは欠かせないのである。第5項では、都道府県及び市町村が策

定した消費者教育推進計画に基づいて、消費者教育の推進施策を実施したならば、一定の期間を経て、その計画の進捗状況などについて、調査、分析、評価をする必要があることを定めている。計画段階では必要と認識していた施策が、実際に開始してみると、何らかの障害が生じて予定通りに進捗しないこともある。こうした点が検証されたならば、地域協議会等を活用しながら十分検討の上、軌道修正を図る必要もある。本項では推進計画に変更を加えることができるものとしている。また、第6項では、推進計画を変更する場合の、意見聴取および変更後の計画の公表についても、策定時と同様であることを定めている。

第3 基本的施策

(学校における消費者教育の推進)

- 第十一条** 国及び地方公共団体は、幼児、児童及び生徒の発達段階に応じて、学校(学校教育法(昭和二十二年法律第二十六号)第一条に規定する学校をいい、大学及び高等専門学校を除く。第三項において同じ。)の授業その他の教育活動において適切かつ体系的な消費者教育の機会を確保するため、必要な施策を推進しなければならない。
- 2 国及び地方公共団体は、教育職員に対する消費者教育に関する研修を充実するため、教育職員の職務の内容及び経験に応じ、必要な措置を講じなければならない。
 - 3 国及び地方公共団体は、学校において実践的な消費者教育が行われるよう、その内外を問わず、消費者教育に関する知識、経験等を有する人材の活用を推進するものとする。

【趣旨】第11条は、消費者教育推進の基本的な施策(第3章)として、まず学校における消費者教育の推進を掲げて規定するものである。消費者基本法第17条は、「学校、地域、家庭、職域その他の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ものとする。」と、消費者教育の場として、学校、地域、家庭、職域等と例示している。消費者教育を推進するためには、消費者教育を行う場の確保が必要であり、その第一は、体系的、組織的に子どもの発達段階に応じた教育活動が行われている学校教育であることを示すものに他ならない。

ただし、第11条で規定する学校は、学校教育法第1条に基づく学校のうち、幼稚園、小学校、中学校、高等学校、中等教育学校、特別支援学校を対象とし、大学および専門学校、高等専門学校については除き、それらを対象とする消費者教育は次の第12条に定めている。

【解説】第1項は、学校における消費者教育の推進は、国及び地方公共団体の責務であること、また授業及びその他の教育活動において、適切かつ体系的に行われる必要があることを明示している。

「幼児、児童および生徒の発達段階に応じて」とは、消費者教育を実施するにあたっては、子どもの成長発達に応じたプログラムが重要であり、学校での学習活動や家庭での生活経験の積み重ねの中に、消費者教育が行われることが求められていることを示すものである。

「大学及び高等専門学校を除く」とは、大学等は、高等学校以下の学校段階のように、文部科学省が告示する学習指導要領（高等学校、中学校、小学校）および教育指導要領（幼稚園）に基づいて教育活動が展開されるものではなく、大学や学部、課程等ごとにそれぞれ独自の教育カリキュラムが編成されるものであるため、ここでは除いている。

「学校での授業その他の教育活動において」とは、各教科における学習や総合的な学習の時間による授業のみならず、ホームルーム活動や生徒会活動、学校行事などの特別活動を指している。校内における部活動等の児童・生徒の自主的な取り組みも含まれると考えられる。学校での消費者教育の実施には、現行の学習指導要領の枠の中では、小学校の生活科、社会科、家庭科において、中学校の社会科、技術・家庭科において、高等学校の公民科、家庭科、情報科、商業科等が中心教科となる。また、総合的な学習の時間において、教科の枠を超えて実施することも考えられる。

「体系的な消費者教育の機会を確保する」とは、特定の時限に消費者教育の内容を単発的に取り上げる方法によるものではなく、対象となる児童・生徒の発達段階に応じて、消費者教育の内容を積み上げていくことにより、主体的で自立した消費者を育成することを目指さなければならないことを意味している。また同時に、体系的な消費者教育を行うことにより、消費者市民社会を構成する一員である消費者としての意識と態度を培う必要がある。これらの学習目標を実現していくためには消費者庁の『消費者教育の体系イメージマップ』は参考になる。

第2項は、学校における消費者教育の実施のためには、その指導の主体である教育職員が消費者教育に関する知識や技能、指導方法などを習得する必要があり、そのための研修の充実を国及び地方公共団体に義務付けたものである。

「教育職員」とは、教育職員免許法第2条に基づく主幹教諭、指導教諭、教諭、助教諭、養護教諭、養護助教諭、栄養教諭及び講師（以上「教員」と略される）とされており、また学校教育法で学校に配置が義務付けられている教員として校長がある。したがって、管理職を含む学校内で教育活動に従事している全ての教員を含むものである。

「消費者教育に関する研修」とは、本法第2条が定める消費者教育、すなわち、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、ならびに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が実施できるようにするための、教育職員を対象とした研修事業を指すものである。

「職務の内容及び経験に応じ」とは、担当教科や学校内の職位により、また教員としての経験年数を指すものであるが、消費者教育を教科として充実を図るのみならず、学校全体として取り組む場合も含めて、校長、副校長、教頭、また教務主任や主幹など管理職等の立場にある教育職員の消費者教育への深い理解が求められる。したがって、教育委員会等が充実した研修を企画していく場合、あらゆる教育職員を対象とした消費者教育に関する研修を想定することが求められている。

第3項は、学校における消費者教育を効果的に実施するための、人材の活用の推奨に関し規定している。消費者教育に関する内容が、現実の市場における消費者問題に関連する場合も多く、新たな知識や立法の動向、消費者市民社会の考え方等、前項の研修の機会を通じて身に付けることに加え、本項では、専門家の協力を得て、児童・生徒が直接的に指導を受ける場合も想定している。

「実践的な消費者教育」とは、消費者教育が単に知識としてのみ学習し理解を求めるものではなく、その身に付けた学習内容が普段の消費生活活動において行動実践できるようにすることが肝要である。そのためには教室内でのディスカッションやシミュレーション、ロールプレイング、ワークショップ等、また教室外での活動など実際の社会を想定しやすい環境の中で行うことが望ましく、さらには次項で規定する専門的機関や専門家の協力も得て行うことが期待されていることを示すものである。

「消費者教育に関する知識、経験等を有する人材」とは、基本方針が示すように、地域における消費者教育の拠点である消費生活センターに従事する職員や消費生活相談員、消費者教育や消費生活問題の専門家、法律家、消費者団体やNPOの関係者、事業者・事業者団体の関係者、福祉関連団体の関係者等が想定される。国や地方公共団体は、消費者教育に関する専門的な人材活用が推進されるために、公益財団法人消費者教育支援センター^(*)等、消費者教育に関する専門的機関を活用し、人材の発掘やリスト作成などを行って、学校消費者教育が円滑に進められるように努力する必要がある。

(参考) 消費者教育支援センター <http://www.consumer-education.jp/>

(大学等における消費者教育の推進)

第十二条 国及び地方公共団体は、大学等(学校教育法第一条に規定する大学及び高等専門学校並びに専修学校、各種学校その他の同条に規定する学校以外の教育施設で学校教育に類する教育を行うものをいう。以下この条及び第十六条第二項において同じ。)において消費者教育が適切に行われるようにするため、大学等に対し、学生等の消費生活における被害を防止するための啓発その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

2 国及び地方公共団体は、大学等が行う前項の取組を促進するため、関係団体の協力を得つつ、学生等に対する援助に関する業務に従事する教職員に対し、研修の機会の確保、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

【趣旨】第12条は大学および高等専門学校、専修学校、各種学校を主体とする消費者教育の推進について定めている。本条では学校教育法第1条が規定する学校のうち、大学および高等専門学校を対象とするとともに、学校教育法によらない専修学校(文部科学省の専修学校設置基準を満

たすもの)、各種学校(文部科学省の各種学校規定を満たすもの)等の教育機関を対象としている。

前条の高校以下の学校と区別するのは、教育の対象とする学生が18歳以上の年齢であり、消費者としての活動範囲も広く、消費者トラブルに巻き込まれることも少なくないため、若年層の消費者意識を一層高める必要があるために別建ての扱いとしたものである。また、これらの学校は、文部科学省の学習指導要領等の全国統一的な教育内容を持つ高校までの段階とは異なり、教育内容も学校や専門により異なるため、被害防止を重点課題としているところにある。

【解説】第1項では、大学に対して消費者教育や啓発活動を適切に行うよう、国や地方公共団体が促すことを求めている。

「学生等の消費生活における被害を防止するための啓発」とは、若年消費者として社会的経験が浅い中で巻き込まれやすい消費者被害を防止するための消費者知識を提供したり、消費者教育を実施することを指す。この場合の消費者教育の主体は「大学等」であり、国や地方公共団体が、大学等が被害防止の啓発をするよう「促す」ことを求めた規定となっている。したがって、大学事務局(管理部門)は、学生支援課や学生センター等の機関を通じて、学生への消費者教育として被害防止の啓発を進めることになろう。また、同時に、大学等に対して、「自主的な取組を行うよう促す」とあり、各大学等が独自の取り組みによって学生に対する消費者意識を高めるための工夫を促したものとなっている。例えば、入学時に配布する学生向けの冊子等への消費者意識を高めるための内容の挿入、オリエンテーション等での啓発、学生相談所の常時開設、生活協同組合等との連携、関連する教養講座やキャリアガイダンスの中での消費者教育の実施等の様々な工夫が考えられる。

第2項では、前項の大学等の取組みを促進するための、学生等に対する援助にあたる教職員への研修の機会の確保や情報提供等を国および地方公共団体の責務としている。

「関係団体の協力」とは、地域の消費生活センターや、消費生活の諸問題に取り組む地域の消費者団体やNPO、消費生活協同組合等との協力、連携を指している。これらの団体のノウハウを大学等が活用することは地域の消費生活の向上増進に有効であり、相互に効果をもたらすものと考えられる。

「学生等の援助に関する業務に従事する教職員」とは、前述の学生支援課や学生センター等の組織に関わる職員や、教員が組織する厚生委員会等の担当教員がその中心となる。

「研修の機会の確保」とは、上述の教職員が自らの消費者問題への認識を高めるために、消費者被害や消費生活の向上に関する基本的な知識や最新動向等について、関係団体の協力を得て専門家から学ぶなど、大学等の内外において研修を行うことを課しているものである。

さらには、大学等の専門教育に関しては、各大学等が編成する独自の教育課程によって実施されるものであり、またそれぞれの授業科目や演習等もシラバスによってその内容の多くは公開さ

れているように、消費生活に関連する科目等も存在する。大学等においても、教員養成課程を擁する学部教育などを中心に、将来世代に公正で持続可能な社会を主体的に生きる大切さを育むためにも、消費者教育に関連する授業科目が配置・新規開講されることが望まれよう。

(地域における消費者教育の推進)

第十三条 国、地方公共団体及び独立行政法人国民生活センター(以下この章において「国民生活センター」という。)は、地域において高齢者、障害者等に対する消費者教育が適切に行われるようにするため、民生委員法(昭和二十三年法律第百九十八号)に定める民生委員、社会福祉法(昭和二十六年法律第四十五号)に定める社会福祉主事、介護福祉士その他の高齢者、障害者等が地域において日常生活を営むために必要な支援を行う者に対し、研修の実施、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

2 国、地方公共団体及び国民生活センターは、公民館その他の社会教育施設等において消費生活センター等の収集した情報の活用による実例を通じた消費者教育が行われるよう、必要な措置を講じなければならない。

【趣旨】第13条は地域における消費者教育の推進にあたり、必要な事項を定めている。地域における消費者教育は、学校教育と並んで最も重視されるべき消費者教育の場である。本条では、特に昨今の高齢者等の消費者被害の拡大を背景とした、高齢者への地域での見守り機能を強化すべく福祉部門の関係者との連携・協働の重要性を示したものとなっている。

【解説】第1項では、高齢者や障がい者等の消費者被害が減少しない傾向を踏まえて、地域住民自身への消費者能力の増進を図るとともに、判断能力が必ずしも十分ではない高齢者や障がい者を地域住民の手で消費者被害から守るために、「国、地方公共団体、国民生活センター」が、地域福祉の向上に従事する福祉関係者に対して、研修を実施し、情報提供を行うことを義務付けている。

「高齢者、障害者等に対する消費者教育」を特に地域の消費者教育のなかでも取り上げているのは、消費者被害の多くが高齢者被害となっている現状や、近年、知的障がい者等の判断力を十分に備えない消費者を狙った悪質商法も後を絶たない現状がある。OECD等の消費者政策においても、これら弱い消費者を対象を絞り込んだ消費者教育の重要性は共通認識となっているところである。

そのために、本条では福祉関係者への研修と情報提供を義務付け、関係者の連携によって消費者被害の防止を図ろうとする趣旨で置かれた条項である。その対象となる福祉関係者には、民生委員法の定める民生委員、社会福祉法に定める社会福祉主事、介護福祉士に加えて、訪問介護員

(訪問ヘルパー)や地域の高齢者や障害者を支援している人々(食事宅配業者、家事サービス業者、地域巡回をするボランティア等)らが含まれる。

また、第2項では「公民館その他社会教育施設等」において地域の消費者教育を実施するよう求めており、その場合「実例を通じた消費者教育」を行なわれるよう必要な措置を講ずることとしている。つまり、地域での消費者学習の定着を図るためには、何より当該地域での消費者被害等の事実関係を知らせることが、被害防止に有用であると考えられるからである。そのための情報は、地域の消費生活センターや国民生活センターに相談事例として蓄積があるので、それらを有効に活用すべきであることを示すものである。

(事業者及び事業者団体による消費者教育の支援)

第十四条 事業者及び事業者団体は、消費者団体その他の関係団体との情報の交換その他の連携を通じ、消費者の消費生活に関する知識の向上を図られるよう努めるものとする。

2 事業者は、消費者からの問合せ、相談等を通じて得た消費者に有用な消費生活に関する知識を広く提供するよう努めるものとする。

3 事業者は、その従業者に対し、研修を実施し、又は事業者団体等が行う講習会を受講させること等を通じ、消費生活に関する知識及び理解を深めるよう努めるものとする。

4 事業者団体は、消費者団体その他の民間の団体が行う消費者教育の推進のための活動に対し、資金の提供その他の援助に努めるものとする。

【趣旨】第14条は事業者および事業者団体による消費者教育へ支援の内容や方法について定めている。事業者、事業者団体は市場で供給する商品やサービスの全情報を把握しており、消費者には安全等に関わる必要最低限の情報を提供しているが、消費者問題が減少しない今日では、市場における企業市民としての社会的役割を果たすことが期待される。本条では、国及び地方公共団体の行う消費生活の向上のための消費者教育推進の事業に、事業者も積極的に関与し協力することを求めたものとなっている。

【解説】第1項の「消費者の消費生活に関する知識の向上」を図るとは、消費者が事業者によって提供される製品やサービスを活用する場合において、安全や効能、効率などに関わる正しい知識や認識の下で行うことができるようにするには、消費者への販売時の情報提供や表示、取扱説明書、アフターサービス等にわたり消費者に確実な知識の伝授が不可欠であることを示している。

そのためには、「消費者団体その他の関係団体との情報交換その他の連携を通じ」て」とあるように、製品やサービスの利活用に関して、消費者団体等との積極的な情報交換を行うことが事業者や事業者団体に求められている。

第2項の「消費者からの問合せ、相談等」とは、カスタマーサービスセンターのような消費者対応窓口で収集する様々な情報を指す。これらを広く消費者に知らせることで、誤使用の回避や、安全な使用等を周知することを事業者に求めている。事故につながる可能性を有する情報に関しては、速やかなりコール対応が求められることは言うまでもない。なお、本項の従業者には、民間企業で従事する者のみならず、国および地方公共団体の公務員等も含まれる。

第3項は、従業者に対する研修の実施を事業者に求めているもので、消費者の消費生活の安定向上を図る観点から、消費生活に関する知識や理解が従業者に欠かせないことを示している。

第4項では、事業者団体に対して、消費者教育の推進のための活動を行う団体等への「資金の提供その他の援助」を行うよう求めている。事業者や事業者団体が消費者教育を自主的に行うことは本法第7条が努力規定として期待するところであるが、事業者や事業者団体が製品知識等の提供を行う場合には、営利企業として中立的な立場から消費者教育を行うことは困難となりがちである。したがって、事業者団体の場合には、消費者教育の専門機関や消費者教育の推進を行う団体等の活動に対して、特に資金提供をすることによって、消費者全般の意識や知識の向上を図ることを推奨しているものである。「その他の援助」としては、消費者教育を推進する団体等に協力して、消費者教育推進のイベントを企画、実施したり、当該団体の活動を支援するために人材を派遣することなどが挙げられよう。

(教材の充実等)

第十五条 国及び地方公共団体は、消費者教育に使用される教材の充実を図るとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において当該教材が有効に活用されるよう、消費者教育に関連する実務経験を有する者等の意見を反映した教材の開発及びその効果的な提供に努めなければならない。

【趣旨】第15条は、消費者教育の推進に必要な教材の充実と効果的な提供を国及び地方公共団体に求めた条項である。消費者教育の実施には教材活用が有効であることは言うまでもない。教室等で実際の市場を再現する教材を用いたり、参加型のシミュレーション教材を活用することは、消費者教育実践の現場では広く行われている。本条はこれをさらに充実させ、より効果的なものに発展させるために新たな教材開発やその検証を求めるものである。

【解説】「消費者教育に使用される教材」とは、冊子などの印刷教材のみならず、CD・DVDなどの視聴覚教材や、ゲーム、シミュレーションなどのツール、あるいはパソコン等を通じ活用できるWeb教材などを指す。消費者教育は現実の消費生活の中で選択購入等の意思決定を行う際に、その成果が生きるものであるが、学校や消費生活センター、公民館等で消費者教育を実施する場

合、現実の市場を再現することは困難である。そのため、問題や課題についてより理解を深めるために、教材が利用される場面は多い。

本条では国及び地方公共団体に「教材の充実」および「教材の開発」、「効果的な提供」を求めている。現在、消費者庁の消費者教育ポータルサイト⁽¹⁾には国、地方公共団体、消費者団体、事業者・事業者団体、消費者教育関連団体等の制作した消費者教育教材の情報が集積されている。それらを精査して適切に活用することは勿論であるが、社会経済情勢の変化とともに、新たな問題も発生し、新たな視点が必要になってきている。その意味では、国や地方公共団体が、独自に教材を開発したり、効果的な提供方法を検討することは極めて重要であると言える。特に、本法が目指す消費者市民社会の構成員としての態度形成等に関しては、地域の実情を考慮した独自の教材の開発が求められている。

(参考) 消費者教育ポータルサイト：<http://www.caa.go.jp/kportal/index.php>

「消費者教育に関する実務経験を有する者」とは、消費者教育の推進に従事してきた経験を有する専門家や研究者等を意味するもので、前述の消費者教育支援センター等の消費者教育の専門機関や、消費者教育事業に実績のある消費者団体等の関係者が含まれよう。

(人材の育成等)

第十六条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、消費者安全法第十一条に規定する相談員その他の消費者の利益の擁護又は増進を図るための活動を行う者に対し、消費者教育に関する専門的知識を修得するための研修の実施その他その資質の向上のために必要な措置を講じなければならない。

2 国及び地方公共団体は、大学等、研究機関、消費者団体その他の関係機関及び関係団体に対し、消費者教育を担う人材の育成及び資質の向上のための講座の開設その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

【趣旨】第16条は、消費者教育の推進に欠かせない、人材の育成に関するものである。本条では国、地方公共団体および国民生活センターが、相談員等に向けて消費者教育に関する専門的知識を修得するための研修等を行うことを義務付けている。消費生活相談員等は日ごろの相談業務を担当する中で、消費生活相談に関する法律的知識等の高度な専門知識を有するものであるが、消費者教育の推進にあたっては、さらに消費者教育に関する内容や方法に関して十分な見識を必要とする。本条では、そのための研修の実施を国や地方公共団体等に課したものである。また、同時に、大学、消費者団体等においても消費者教育の担い手育成などのための取り組みを促している。

【解説】第1項の「相談員その他の消費者の利益の擁護又は増進を図るための活動を行う者」とは、消費者安全法第11条の定める消費者苦情の処理やあっせんに携わる相談員のほか、消費者団体その他の関係団体にあつて消費者活動に従事する人を指す。

「消費者教育に関する専門的知識」とは、消費者教育の意義や目的、その内容・方法などにわたる専門知識を指すと同時に、実施される研修では本法に対する深い理解が求められる。「研修」には、講義型のもののみならず、ワークショップやディスカッションを中心とした演習型などがあるが、消費者教育そのものが実践的な内容を含むものであるがゆえに、多様な形式を取り入れたものが有効である。

「その他その資質の向上のための必要な措置」として、人材の育成では、研修だけではなく、消費者教育を推進する事業に直接関わる経験や、インターン制度の導入など、幅広く消費者教育に関連する活動が実施できるような取り組みが考えられよう。

第2項では、国及び地方公共団体は、大学、研究機関、消費者団体、関係機関、関係団体等に対して、消費者教育を担う人材育成や資質向上のための講座開設等を促すよう求めている。

大学には消費者教育に関連する分野を専門とする教員や、社会教育を専門とする教員をおく場合も少なくない。それらの資源を有効に活用しての地域での消費者教育の人材育成は欠かせない。例えば、地方自治体が消費者教育の人材育成のために大学等へ公開講座などの開催を呼び掛け共同して運営することなどが考えられる。また、人材育成や資質向上を消費者教育の専門機関や適切な団体等に委ねて行うこともあり得るだろう。

(調査研究等)

第十七条 国及び地方公共団体は、消費者教育に関する調査研究を行う大学、研究機関その他の関係機関及び関係団体と協力を図りつつ、諸外国の学校における総合的、体系的かつ効果的な消費者教育の内容及び方法その他の国の内外における消費者教育の内容及び方法に関し、調査研究並びにその成果の普及及び活用に努めなければならない。

【趣旨】第17条では、国及び地方公共団体が、消費者教育の推進のために必要な国内外の消費者教育の実情についての調査研究を実施するよう求めるとともに、その調査結果の公表や普及、活用をするよう定めたものである。消費者教育研究は学術的にも比較的新しい分野であり、調査研究等において必ずしも十分な蓄積があるものではなく、また、消費者問題自体も時代的な変遷を遂げている。そのために、常に内外の研究動向に関する情報収集や、独自の観点からの調査分析が求められる。本条では、こうした調査研究の実施、および結果の活用を求めたものである。

【解説】「消費者教育に関する調査研究を行う大学、研究機関およびその他の関係機関、関係団体」としては、消費者教育を研究分野の一つとする研究者が所属する大学や研究機関、あるいは消費者教育に関する調査研究を事業の一つとして行う機関や団体、すなわち前述した公益財団法人消

費者教育支援センターや公益財団法人生命保険文化センター、金融広報中央委員会等が挙げられる。また、日本消費者教育学会や公益社団法人全国消費生活相談員協会、公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会、公益社団法人消費者関連専門家会議等も独自の活動をしており参考になろう。

「諸外国の学校における総合的、体系的かつ効果的な消費者教育の内容及び方法」とは、これまでも若干の紹介はなされているものの、残念ながらそのアウトプットは極めて少数にとどまっている。各国の事情によりその内容や方法は様々であり、時代の進捗と共に変化していることも事実である。OECDは2008(平成20)年に消費者教育合同会議を開催し、翌2009(平成21)年には政策提言を公表し、消費者教育施策に関して各国にその実施および実施内容の検証を求めた。その際には、学校教育における消費者教育、学校外における消費者教育、および対象を絞り込んだ消費者教育(障害者、高齢者、外国人・移民等を対象としたものなど)に分けた消費者教育の施策の検討が必要であるとした。特に、学校カリキュラムは近年大きく変化してきており、2014(平成26)年から英国では金融教育がナショナルカリキュラムに導入されるなど、日本の消費者教育の内容や方法を検討する上で、海外事情の調査は欠かせないものとなっている。本条で規定するように、海外調査に知見を持った関係機関、関係団体、研究者らの協力を得て、調査研究を進めることは、国や地方公共団体にとって有益であることは言うまでもない。

同時に、「調査研究並びにその成果の普及、活用」を求めており、当然に、調査研究が速やかに公表され、各方面の消費者教育の推進に役立つことが期待されている。

(情報の収集及び提供等)

第十八条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われている消費者教育に関する先進的な取組に関する情報その他の消費者教育に関する情報について、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮しつつ、これを収集し、及び提供しよう努めなければならない。

2 国は、消費生活における被害の防止を図るため、年齢、障害の有無その他の消費者の特性を勘案して、その収集した消費生活に関する情報が消費者教育の内容に的確かつ迅速に反映されるよう努めなければならない。

【趣旨】第18条は、国及び地方公共団体が消費者教育の推進のために、様々な場における消費者教育の先進的実践事例の収集と提供を求めたものである。また、国はその責任において、年齢や障がいの有無などの消費者の特性に配慮して、収集した事例について消費者教育の内容に的確、迅速に反映させるよう定めている。

【解説】第1項の「先進的な取組に関する情報」とは、各地における多様な先進事例の収集が消費者教育推進に欠かせないことから、学校教育や消費生活センターなどを中心に、地域連携に関わる消費者教育実践の事例を収集し、共有していくことは、消費者教育の普及において重要な作業となる。そのための国及び地方公共団体は、そうした事例収集のためのアンテナを張り巡らし、効果的な消費者教育の推進に生かすことが期待されている。

「年齢、障害の有無その他の特性に配慮し」とは、本法第2条第2項ですでに解説した「消費者の特性」を指すもので、事例収集にあたり、全ての国民への消費者教育の機会を保障すべく、あらゆる人々を対象とした消費者教育の先駆的な事例を取り上げるべきであることを確認したものである。

第2項で明示された「消費者教育の内容に的確にかつ迅速に反映される」とは、消費者被害未然防止のため、国が実際に消費者教育の推進施策を実施するにあたり、教育推進の対象に偏りがないよう、また、それぞれの対象となる層への教育活動が適切な方法によって効果的に行われるよう配慮する必要があるとした。

第4 消費者教育推進会議等

(消費者教育推進会議)

第十九条 消費者庁に、消費者教育推進会議を置く。

2 消費者教育推進会議は、次に掲げる事務をつかさどる。

一 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進会議の委員相互の情報の交換及び調整を行うこと。

二 基本方針に関し、第九条第五項(同条第八項において準用する場合を含む。)に規定する事項を処理すること。

3 消費者教育推進会議の委員は、消費者、事業者及び教育関係者、消費者団体、事業者団体その他の関係団体を代表する者、学識経験を有する者並びに関係行政機関及び関係する独立行政法人(独立行政法人通則法(平成十一年法律第百三号)第二条第一項に規定する独立行政法人をいう。)の職員のうちから、内閣総理大臣が任命する。

4 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進会議の組織及び運営に関し必要な事項は、政令で定める。

【趣旨】第19条では国家行政組織法第8条に基づく審議会としての消費者教育推進会議について定めている。消費者教育推進会議では、国の消費者教育推進に関わる施策全般について議論を行うことを目的としている。なお、消費者庁及び消費者委員会設置法第5条の2では、消費者庁に置かれる審議会等として、消費者安全調査委員会と消費者教育推進会議を定めている。

【解説】第1項で「消費者庁に置く」とは、消費者教育推進会議の事務局が消費者庁に置かれることを意味する。

第2項第1号で「委員相互の情報の交換及び調整」とは、同会議の委員が、消費者教育の推進に関わる施策等に関して、それぞれの立場から自由な意見交換を行うとともに、消費者の利益擁護増進に資するための消費者教育推進のあり方に向けた建設的な意見調整を行うことにより、それらが国の消費者教育施策の決定に一定の反映をされることが求められるものとなっていることを示すものである。この点は、従来型の審議会のように、国の施策に関し諮問を受けて、その実施状況を確認あるいは検証することで課題を提言する形式を取らず、むしろ消費者教育施策という新たな行政事務に関して、専門的知見を有する関係者らが豊かな発想のもとで、あるべき施策や方向性を議論することにより、実効性のある消費者教育の推進を図ろうとする本法に固有の考え方の現れとみることができよう。

第2項第2号にいう「基本方針」に関する事項の処理は、第9条第5項で規定する政府が策定し、閣議決定する消費者教育の推進に関する基本方針について、同会議の意見聴取が求められている。また、第9条第8項は基本方針の変更に関する準用を定めているので、基本方針の見直し、変更にあたっては同会議の意見を改めて求めることになる。

第3項では、同会議を構成する委員について、消費者や事業者、教育者らの関係団体の代表者、学識経験者および関係行政機関・独立行政法人の職員から内閣総理大臣の任命によって行うとした。消費者教育の推進には様々な主体から幅広い知見を求める必要があると考えられるための規定である。

第4項で定める政令は、「消費者教育推進会議令」(平成24年政令第291号)として規定され、委員数を20名以内とし任期は2年とした。また、専門の事項を調査させる必要があるときは、専門委員を置くことができるとした。なお、同会議は2013(平成25)年春に発足し、迅速な議論を図るべく3つの小委員会を設置し専門委員を加え審議を進めている。小委員会は、消費者市民育成小委員会、地域連携推進小委員会、情報利用促進小委員会となっている。

(消費者教育推進地域協議会)

第二十条 都道府県及び市町村は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育を推進するため、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センターその他の当該都道府県又は市町村の関係機関等をもって構成する消費者教育推進地域協議会を組織するよう努めなければならない。

2 消費者教育推進地域協議会は、次に掲げる事務を行うものとする。

一 当該都道府県又は市町村の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消費者教育推進地域協議会の構成員相互の情報の交換及び調整を行うこと。

- 二 都道府県又は市町村が都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を作成し、又は変更しようとする場合においては、当該都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の作成又は変更に関して意見を述べること。
- 3 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進地域協議会の組織及び運営に関し必要な事項は消費者教育推進地域協議会が定める。

【趣旨】本条は地方公共団体が消費者教育の推進を円滑に行うために、関係者による消費者教育推進地域協議会（以下、地域協議会）を組織することを定めたものである。国においては、消費者教育を推進するにあたり、本法第 19 条において消費者教育推進会議を設置し、総合的な施策の検討を行うとともに、政府として推進のための基本方針を定める（第 9 条）ものであるのに対して、地方自治体においては、地域協議会を置き、地域の実情に即した推進計画を立てて、実施するよう求めている。

【解説】第 1 項の「消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センターその他の当該都道府県又は市町村の関係機関等」とは、設置すべき消費者教育推進地域協議会の構成メンバーを指すものであり、地方消費者行政のリードによって、消費者団体関係や事業者関係、教育委員会関係、学校現場関係（教諭ら）、消費生活センター職員のほか、福祉担当部局職員、福祉関係団体、NPO、学識経験者等による構成が考えられる。

第 2 項第 1 号の地域協議会の事務に関し、「消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進」とは、本法が定める消費者教育の目的、理念に照らして、消費者教育が単一の内容や方法のみに陥ることなく、様々な内容、方法により、対象にも配慮して行われることが肝要であることを示すとともに、幅広い関係者、関係団体の連携協働を通じてこそ地域での消費者教育が推進されることを促すものである。その場合は各地域におけるこれまでの消費者教育事業・活動をベースとしながらも、主体的な消費者市民による公正で持続可能な社会を形成するという本法の精神にのっとり、地域の独自性も生かしつつ協議を進めることが望まれる。

なお、既存の消費生活審議会等を代替する場合も想定されるが、本法が定める消費者教育推進のための多角的な施策の検討、実施計画の策定、実施後の検証等が行われるよう、消費者教育推進のための協議に適切な委員の委嘱等の配慮が必要となろう。

第 2 項第 2 項は、都道府県または市町村による消費者教育推進計画の作成、変更の際して、地域協議会の意見を求めることを課したものである。

第 3 項では、地域協議会の組織および運営に関する諸規則の制定に関しては、同協議会が行うことを定めている。

附 則 抄

(施行期日)

- 1 この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。

(検討)

- 2 国は、この法律の施行後五年を目途として、この法律の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。

【解説】本法の公布日は平成 24 年 8 月 22 日、施行日は同年 12 月 13 日である。
また、本附則は、本法の施行に基づく関係諸施策の施行状況の検証を義務付けるとともに、5 年を目途とした検証結果の公表と、必要な修正、改善を義務付けたものとなっている。