

# 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

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。

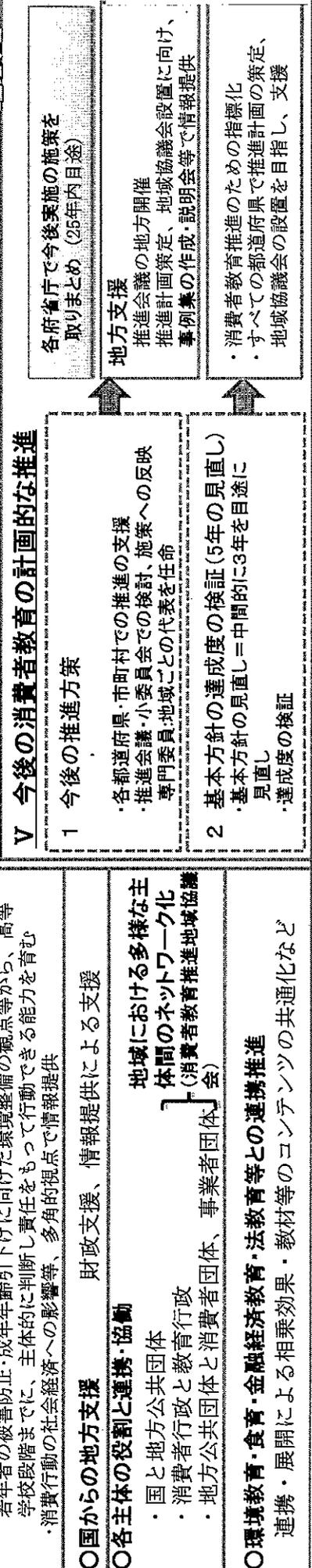
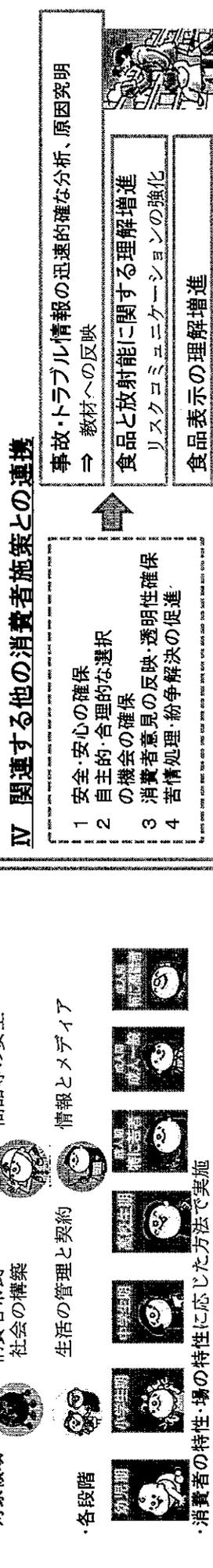
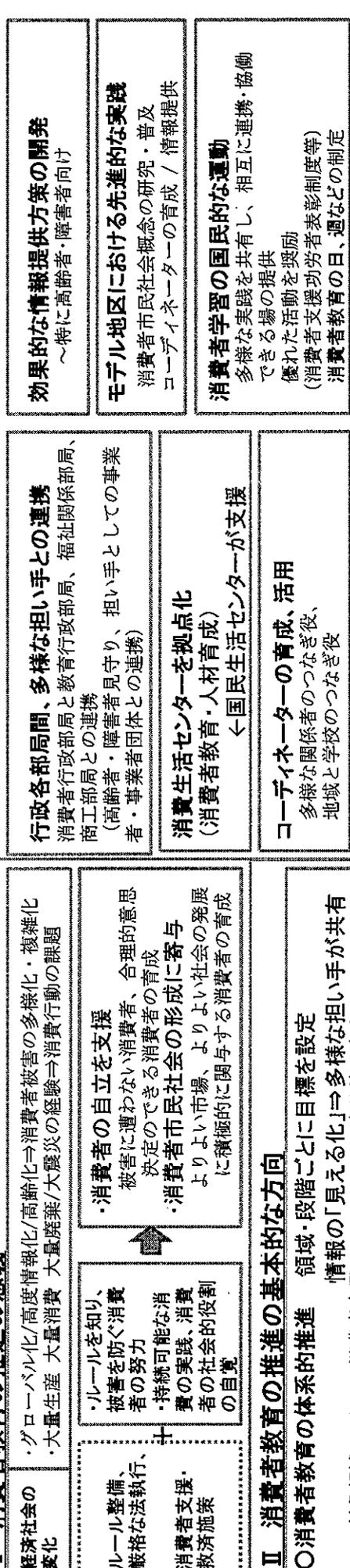
## III 消費者教育の推進の内容

- 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)
- 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)
    - ・職場
  - 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
  - 資源等
    - ・教材等の作成、活用
    - ・調査研究
    - ・情報収集・提供

## II 消費者教育の推進の意義

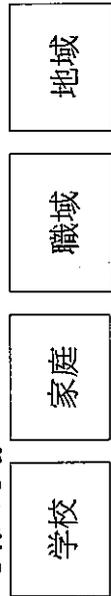
○基本方針の方向＝誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けられることができる機会を提供し、効果的に推進

○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



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 社会の構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費がもつ影響力の理解</li> <li>持続可能な消費の実践</li> <li>消費者の参画協働</li> </ul>
商品の安全 等	<ul style="list-style-type: none"> <li>商品安全の理解と危険を回避する能力</li> </ul>
生活の管理 と契約	<ul style="list-style-type: none"> <li>トラブル対応能力</li> <li>選択し、契約することへの理解と考える態度</li> <li>生活を設計管理する能力</li> </ul>
情報と メディア	<ul style="list-style-type: none"> <li>情報の収集・処理・発信能力</li> <li>情報社会のルールや情報モラルの理解</li> <li>消費生活情報に対する批判的思考力</li> </ul>

○消費者の特性

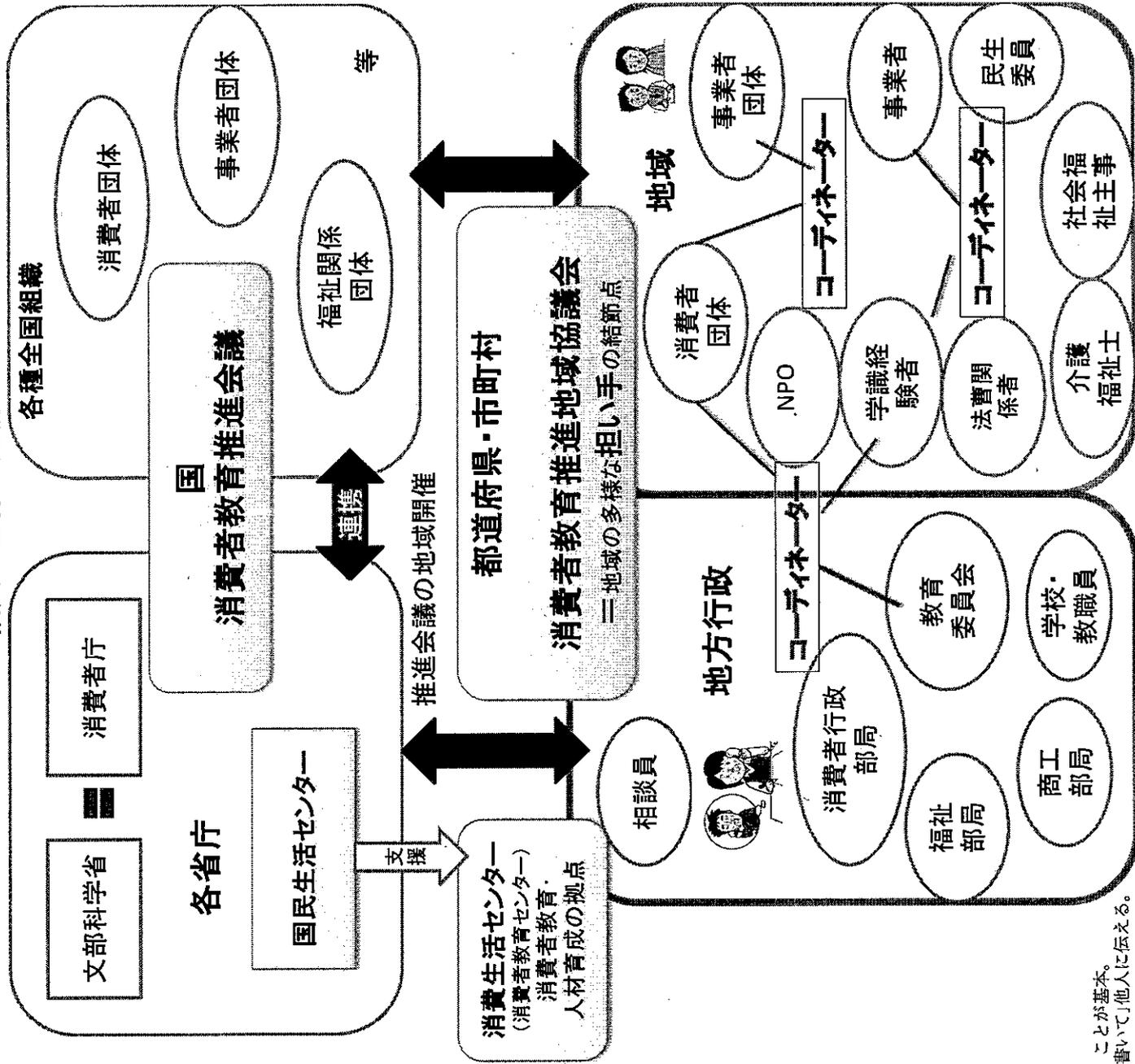
若年者、高齢者等年齢、性別、障害の有無、就労状況等

○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。

各階級の目標	幼児期	小学生	中学生	高校生	成人期	高齢期
消費者意識の醸成						
消費者知識の習得						
消費者技能の習得						
消費者態度の醸成						
消費者行動力の向上						

幅広い主体が連携



○「見て」、「聞いて」、「読んで」、「読んで」自ら調べ、「学ぶ」ことで「気づく」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。