

消費者行政を巡る動きについて

2-1 消費者ホットライン 1 8 8 について

2-2 地方消費者行政強化作戦について

2-3 消費者教育の推進について

消費者ホットライン「188」

- 消費者ホットラインは、全国共通の電話番号で、地方公共団体が設置している身近な消費生活相談窓口を案内。平成27年7月1日より、3桁番号化。

全国共通の電話番号
「消費者ホットライン」188

いやや!

このようにことで、困った時は消費生活相談窓口にご相談ください。

インターネット通信販売を利用したが商品が届かない…

チケットが目立たない

SNSで知り合った人と別れたくなくて、勧められるまま、高価なものを買ってしまった…

投資用マンション
買物の落着

「必ず届かる」、「楽しんで稼げる」って誘われたけど、話が違ふ…お金がかかるし損してばかり…

危ない、おかしいと思ったことは、ありませんか?

モバイルバッテリーを使用していたら突然発火した…

まつ毛エクステンションの施術を受けてから目が痛い…

困ったときは一人で悩まずに、「消費者ホットライン」188に御相談ください。

地方公共団体が設置している身近な消費生活センターや消費生活相談窓口をご案内します。

いやや!!
188泣き寝入り!
と覚えてね

「消費者ホットライン」188 御案内の流れ

188を押す のアナウンスが流れます。
 のアナウンスに従って、
 の操作をお願いします。

「こちらは消費者ホットラインです。最寄りの相談窓口を御案内いたしますので、お住まいの郵便番号が分かる方は1を、そうでない方は2を押してください。」

郵便番号が分かる

1を押す

「お住まいの郵便番号を7桁で入力してください。」

郵便番号が分からない

2を押す

固定電話から

「お住まいの地域を選択してください。
〇〇市は①を、〇〇市は②を…押してください。」

携帯電話から

「現在相談を受け付けている最寄りの相談窓口へおつなぎいたします。この通話は、〇〇秒ごとに、おおよそ〇〇円の通話料金で御利用いただけます。」

※窓口が開所していない時間帯などは、窓口の名称、電話番号及び受付時間のアナウンスが流れます
注)相談窓口へつなげた時点から、通話料金の御負担が発生します(相談は無料です。)

最寄りの消費生活センター等

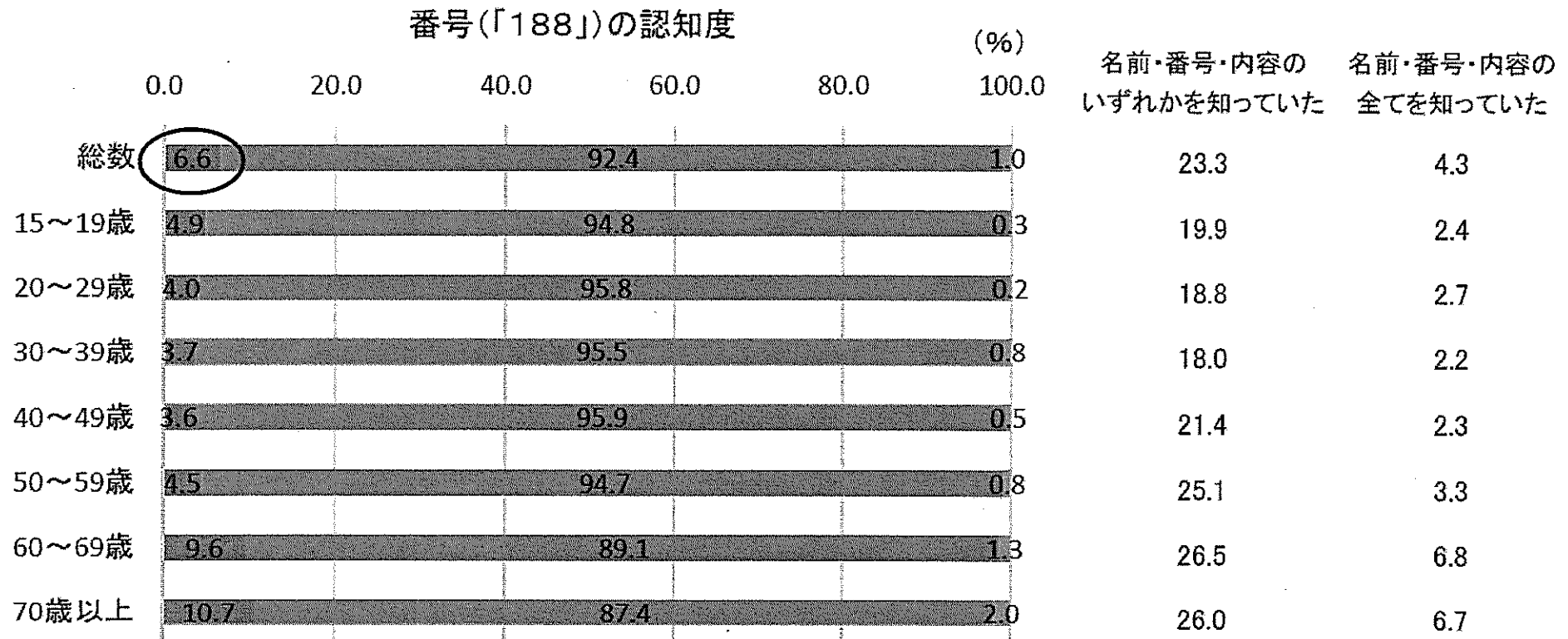
市区町村の窓口が開所していない場合など、都道府県の窓口を御案内することもあります。

操作が分からなくなってしまったら…

どのように操作すれば良いのかわからなくなってしまったら、しばらくそのままお待ちください。最寄りの都道府県の消費生活センターなどへご案内します。

消費者ホットラインの認知度

- 「消費者ホットライン」188(いやや!)について、番号を知っていた人は6.6%、名前・番号・内容のいずれかを知っていた人は23.3%、名前・番号・内容の全てを知っていた人は4.3%。
- 年齢層別にみると、50歳代以下は60歳代以上と比べて番号を知っていた人の割合が低い。



■ 知っていた ■ 知らなかった ■ 無回答

平成30年6月28日公表「平成29年度消費者意識基本調査」より
(調査時期平成29年11月3日～11月30日)

地方消費者行政強化作戦

平成27年3月
消費者庁

資料2-2

趣旨

- 消費者基本計画(平成27年3月24日閣議決定)を踏まえ、
どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、安全・安心が確保される地域体制を全国的に整備
- ✓ 地方消費者行政のための交付金を通じ、地方における計画的・安定的な取組を支援
- ✓ 地方の自主性・独自性を確保しつつ、交付金を通じた当面の政策目標を設定

当面の政策目標

- 都道府県ごとに以下の目標を達成することを目指し、地方公共団体の取組を支援

＜政策目標1＞相談体制の空白地域の解消

- 1-1 相談窓口未設置の自治体(市町村)を解消

＜政策目標2＞相談体制の質の向上

- 2-1 消費生活センターの設立促進
(人口5万人以上の全市町及び人口5万人未満の市町村の50%以上)

【消費生活相談員】

- 2-2 管内自治体(市区町村)の50%以上に配置
- 2-3 資格保有率を75%以上に引き上げ
- 2-4 研修参加率を100%に引き上げ(各年度)

＜政策目標3＞適格消費者団体の空白地域の解消

- 3-1 適格消費者団体が存在しない3ブロック(東北、北陸、四国)における適格消費者団体の設立支援

＜政策目標4＞消費者教育の推進

- 4-1 消費者教育推進計画の策定、消費者教育推進地域協議会の設置(全都道府県・政令市)

＜政策目標5＞「見守りネットワーク」の構築

- 5-1 消費者安全確保地域協議会の設置(人口5万人以上の全市町)

「地方消費者行政強化作戦」の進捗状況

<p>政策目標1 相談体制の空白地域解消</p> <p>1-1 相談窓口未設置の自治体を解消</p>	<p>【2018年4月1日 → 2019年4月1日】</p> <p><未設置地方公共団体></p> <p>0市町村 → 0市町村</p>
<p>政策目標2 相談体制の質の向上</p> <p>2-1 消費生活センター設立促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人口5万人以上の全市町 ・人口5万人未満の市町村の50%以上 <p>【消費生活相談員】</p> <p>2-2 管内自治体の50%以上に配置</p> <p>2-3 資格保有率を75%以上に引上げ</p> <p>2-4 研修参加率を100%に引上げ(各年度)</p>	<p>【2018年4月1日 → 2019年4月1日】</p> <p><達成都道府県(設置・配置市町村数、資格保有者数等)></p> <ul style="list-style-type: none"> ・35都道府県 → 35都道府県 (517市区町 → 515市区町) ・21道府県 → 21道府県 (587市町村 → 588市町村) ・43都道府県 → 43都道府県 (1,452市区町村 → 1,454市区町村) ・26都道府県 → 26都道府県 (2,784人 → 2,770人) ・11県 → 9県 (平均参加率: 91.8% → 91.6%)
<p>政策目標3 適格消費者団体の空白地域解消</p> <p>3-1 適格消費者団体が存在しない3ブロック (東北、北陸、四国)に適格消費者団体の設立促進</p>	<p>【2018年9月末 → 2019年9月末】</p> <p><適格消費者団体数></p> <p>全ブロックで設置済</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東北:「特定非営利活動法人消費者市民ネットとうほく」(平成29年4月25日認定) ・北陸:「特定非営利活動法人消費者支援ネットワークいしかわ」(平成29年5月15日認定) ・四国:「特定非営利活動法人えひめ消費者ネット」(平成30年6月19日認定)
<p>政策目標4 消費者教育の推進</p> <p>4-1 消費者教育推進計画の策定 消費者教育推進地域協議会の設置 (全都道府県・政令市)</p>	<p>【2018年9月末 → 2019年9月末】</p> <p><推進計画の策定></p> <p>47都道府県・18政令市 → 47都道府県・18政令市</p> <p><推進地域協議会の設置></p> <p>47都道府県・18政令市 → 47都道府県・19政令市</p>
<p>政策目標5 「見守りネットワーク」の構築</p> <p>5-1 消費者安全確保地域協議会の設置 (人口5万人以上の全市町)</p>	<p>【2018年9月末 → 2019年9月末】</p> <p><人口5万人以上の設置地方公共団体></p> <p>88市区 → 111市区 (人口5万人以上の全市で設置済:2県(徳島県、兵庫県))</p>

地方公共団体における消費者安全確保地域協議会

- ・ 高齢者、障害者、認知症等により判断力が不十分となった人などの消費者被害を防ぐため、地方公共団体及び地域の関係者が連携した**消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）**を構築

【背景】

- ・ 認知症の方を含め、高齢者等を中心に消費者トラブルが増加、悪質化・深刻化
- ・ 相談体制の整備に加え、消費生活上特に配慮を要する消費者に対する更なる取組が必要
⇒消費者安全法の改正(平成26年6月成立)により、地域で高齢者等を見守るための消費者安全確保地域協議会を組織することが可能に

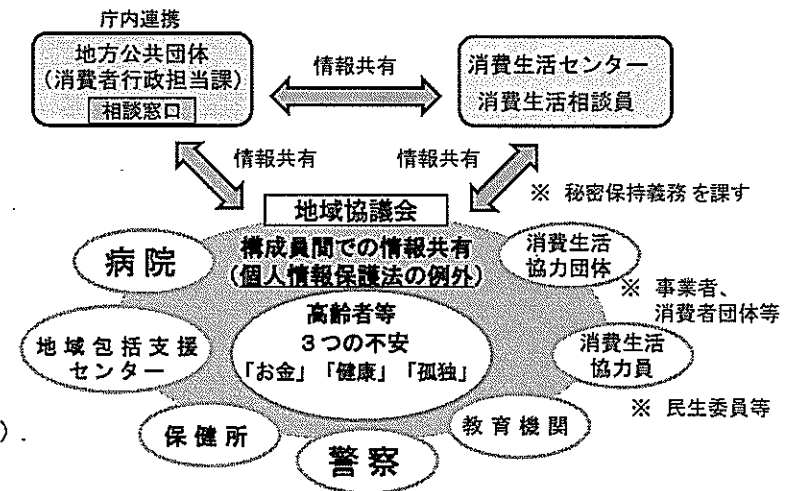
【制度の概要】

- ・ 協議会の役割: 構成員間での必要な情報交換、協議
- ・ 構成員の役割: 消費生活上特に配慮を要する消費者と適当な接触を保ち、その状況を見守ることその他の必要な取組を実施
- ・ 構成員:
 - ・ 地方公共団体の機関(消費生活センター等)
 - ・ 医療・福祉関係(病院、地域包括支援センター、介護サービス事業者、保健所、民生委員・児童委員等)
 - ・ 警察・司法関係(法テラス、弁護士、司法書士等)
 - ・ 教育関係(教育委員会等)
 - ・ 事業者関係(商店街、コンビニ、生協、農協、宅配事業者、金融機関等)
 - ・ 消費者団体、町内会等の地縁団体、ボランティア
- ・ 他分野のネットワークとの連携(福祉、防災等)

【今後の取組】

- ・ 地方公共団体における消費者安全確保地域協議会の設置促進（人口5万人以上の全市町）（「地方消費者行政強化作戦」（平成27年3月24日））（2019年3月末日現在 209地方公共団体（うち、人口5万人以上の市町は98市区））
- ・ 消費者安全確保地域協議会設置済地方公共団体の先進事例集の作成
- ・ 徳島におけるモデル事業（全県的に地域協議会を構築）

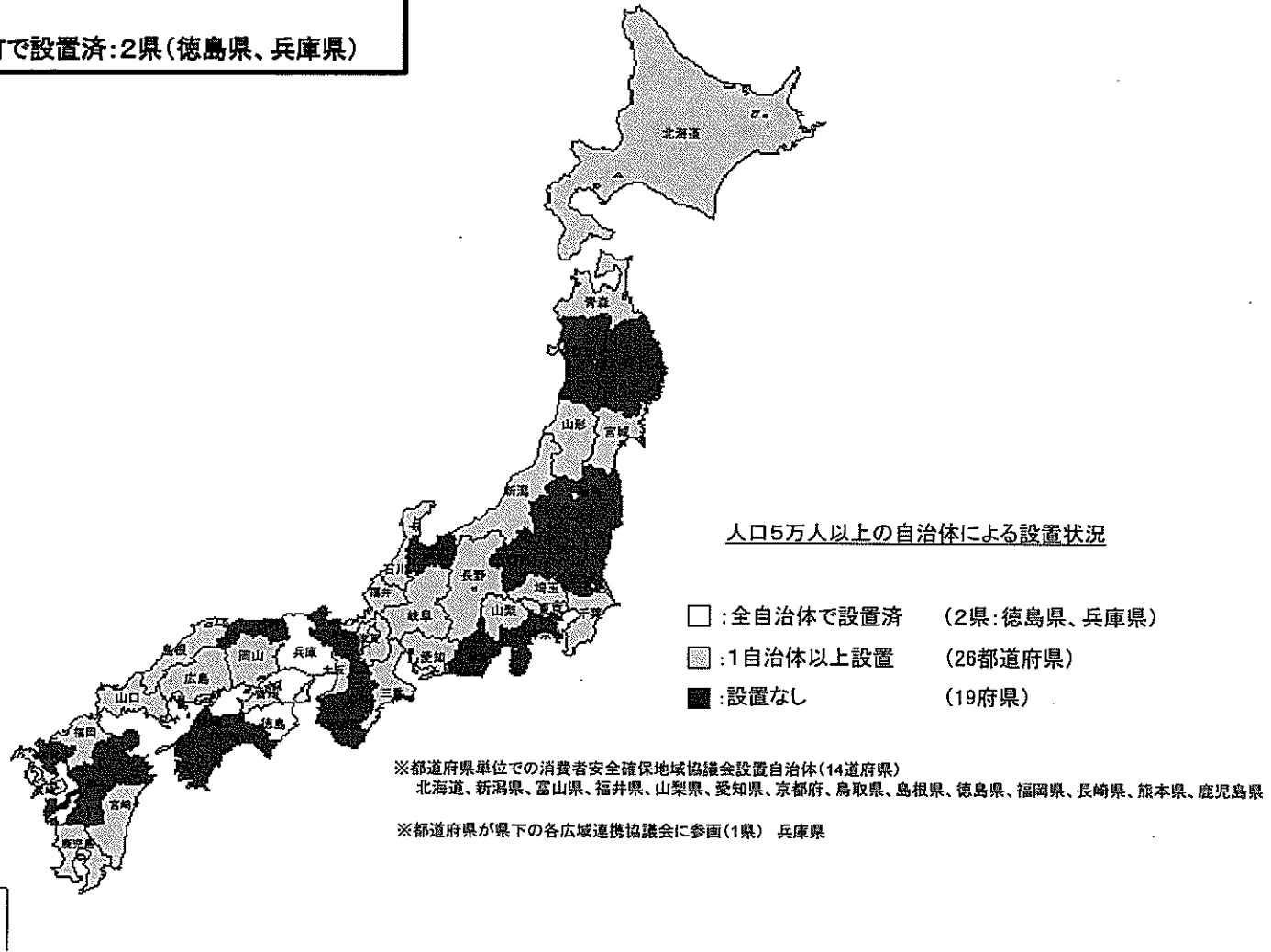
「見守りネットワーク」における地域の連携イメージ



〈政策目標5〉

消費者安全確保地域協議会の設置(人口5万人以上の全市町)

令和元年9月末日現在
人口5万人以上の全市町で設置済:2県(徳島県、兵庫県)



消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク):高齢者、障害者、認知症等により判断力が不十分となった人などの消費者被害を防ぐため、地方公共団体及び地域の関係者が連携した消費者安全法に基づく組織

○消費者教育推進法

(平成24年12月13日施行(平成24年8月22日公布))

資料2-3

消費者教育の推進に関する法律の概要

	国と地方の責務と実施事項	
	国	地方公共団体
目的(第1条) ・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		
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(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 『消費者市民社会』 個々の消費者の特性及び消費生活の多様性の相互尊重しつつ、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	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)
基本理念(第3条) ・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 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	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)	
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)	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)
		(検討)(附則) ○法律の施行後5年を目途として、施行状況に検討を加え、必要がある場合には所要の措置を講ずる。

○消費者教育の推進に関する基本的な方針

平成25年6月28日 閣議決定
(平成30年3月20日 変更)

概要 平成30年度～34年度の5年間で対象

- 基本方針＝消費者教育の推進に関する法律(平成24年12月施行)第9条の規定に基づき、内閣総理大臣及び文部科学大臣が案を作成、閣議で決定。
- 基本方針の位置付け＝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するためには、消費者教育を体系的・総合的に推進することが必要
⇒幅広い担い手(国、地方、消費者団体、事業者等、消費者自身)にとっての指針
- 手段＝幅広い担い手の支援・育成、担い手間の連携、情報共有の促進

当面の重点事項

1. 若年者の消費者教育
2. 消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育の推進
3. 高度情報通信ネットワーク社会の発展に対応した消費者教育の推進

※具体的に推進する施策は、赤枠箇所

I 消費者教育の推進の意義

<p>消費者を取り巻く現状と課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・家計消費は国内総生産(GDP)の過半数(291.9兆円/538.4兆円) ⇒消費者の安全・安心の確保は、消費の拡大、更には経済の好循環の実現にとって大前提 ・インターネット利用の拡大、「デジタルコンテンツ」に関する相談件数の増加 ・成年年齢引下げについての検討も踏まえた実践的な消費者教育の重要性 ・社会の安定と持続可能性の確保のため、消費者が自身の社会的役割を自覚し、行動することの重要性についての認識の高まり(SDGs)
<p>消費者の自立を支援</p>	<p>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 さらには、社会の一員として、より良い市場とより良い社会の発展のために積極的に関与する消費者の育成(消費者市民社会の形成に参画)</p>

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のための取組の方向



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うべき

- ・ライフステージに応じた様々な教育の場(学校、地域、家庭、職域等)を活用して効果的に消費者教育を行う
⇒それぞれのライフステージにおけ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
- ・消費者の特性(年齢のほか、性別、障害の有無、消費生活に関する知識の量など)に配慮し、対象に応じた消費者教育の方法や内容を工夫
⇒例えば、高等学校段階までに契約などについての実践的な消費者教育を行う、要支援者に対する教育については本人だけでなくその支援者への働き掛けを行う、など

○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、事業者等

地域における多様な主体間のネットワーク化(結節点としての消費者教育推進地域協議会)

○他の消費生活に関連する教育との連携推進

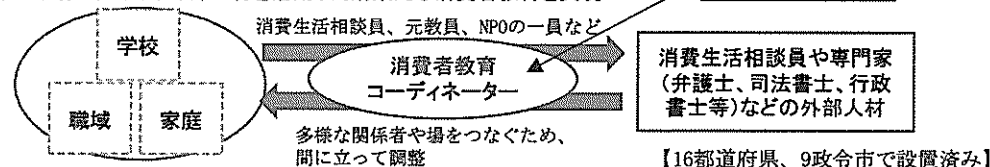
(環境教育・食育・金融経済教育・法教育・主権者教育等)

III 消費者教育の推進の内容

様々な場における消費者教育

	学校	地域社会	職域	人材(担い手)の育成・活用
学校	<p>(小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・学習指導要領に基づく実践的な教育を推進 ・その着実な実施について周知・徹底 	<p>(大学・専門学校等)</p> <p>自立した社会人としての育成のため消費者教育に関する科目等の開設に期待 ⇒特色ある取組事例や課題等の情報提供・啓発</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・消費生活センターの拠点化 ・社会教育施設等の活用 ・国からは情報提供等の支援 ・見守りネットワーク構築の促進、その活用による消費者教育の実施 	<p>(小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等)</p> <p>教職員の指導力向上が必要 : 教員養成課程や現職教員研修等における消費者教育に関する内容の充実 ⇒実態把握と必要な情報提供 : 国民生活センター等の教員向け研修の活用を推進</p>
地域社会		<ul style="list-style-type: none"> ・地方公共団体や関係団体との連携の枠組みを構築 ・消費者教育推進地域協議会への参画を促進 	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者団体・NPO等による消費者教育 ・担い手育成拠点としての国民生活センター、消費生活センター、社会教育施設等の活用 	<p>(大学・専門学校等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地方公共団体や関係団体との連携の枠組みを構築 ・消費者教育推進地域協議会への参画を促進
職域			<ul style="list-style-type: none"> ・職域における消費者教育の内容、事業者にとってのメリットなどの認識を共有 ・事業者の形態、事業分野等に応じた従業員に対する教育を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育としての、事業者による消費者への情報提供、商品サービスの開発・提供 ・積極的な情報提供としての「出前講座」、「出前授業」の充実を期待

消費生活センター等を拠点とする、多様な主体が連携・協働した体制作り
様々な場における、外部人材を活用した効果的な消費者教育を実現



育成・配置の促進

【16都道府県、9政令市で設置済み】

IV 関連する他の消費者施策との連携

V 今後の消費者教育の計画的な推進

- 食品と放射能に関する理解増進
- 事故・トラブル情報の迅速的確な分析・原因究明
- 食品表示の理解増進

○ 消費者教育の体系イメージマップ

	幼児期			小学生期			中学生期			高校生期			成人期									
	特に若者			成人一般			特に高齢者															
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			
重点領域																						
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持とう			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、社会に与える影響を考える習慣を身に付けよう			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合おう		
	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合おう		
	消費者の参画・協働	協力することの大切さを知ろう			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、公正な社会をつくらう			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、公正な社会をつくらう		
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ろう			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らう			安全で危険の少ないくらしの大切さを伝え合おう		
	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、相談機関を知ろう			トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法を知ろう			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らう			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合おう		
	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暮らしを目指して、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暮らしをしよう			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、情報モラルを知ろう			著作権や発信した情報への責任を知ろう			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らう			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らう		
	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、選択の大切さを知ろう			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ろう			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		

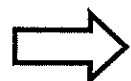
※本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体系的に組み立て、理解を進めやすいように整理したものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。

○民法の一部を改正する法律（成年年齢関係）

法律の要点

1 成年年齢の引下げ(民法第4条)

- ① 一人で有効な契約をすることができる年齢
- ② 親権に服することがなくなる年齢



いずれも20歳から18歳に引き下げ
「成年」と規定する他の法律も18歳に変更

2 女性の婚姻開始年齢の引上げ(民法第731条)

(現行法) 男性 18歳 女性 16歳



女性の婚姻開始年齢を18歳に引き上げ
婚姻開始年齢は男女とも18歳に統一

3 施行までの周知期間

若者のみならず、親権者等の国民全体に影響
消費者被害の防止等の観点から、周知徹底が必要



平成34年(2022年)4月1日から施行

○年齢早見表

平成34年4月1日(改正法の施行日)に一斉に成人

	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度	平成33年度	平成34年度	平成35年度
14.4.2~ 15.4.1生	中3 15歳	高1 16歳	高2 17歳	高3 18歳	大1 19歳	大2 20歳	大3 21歳
15.4.2~ 16.4.1生	中2 14歳	中3 15歳	高1 16歳	高2 17歳	高3 18歳	大1 19歳	大2 20歳
16.4.2~ 17.4.1生	中1 13歳	中2 14歳	中3 15歳	高1 16歳	高2 17歳	高3 18歳	大1 19歳
17.4.2~ 18.4.1生	小6 12歳	中1 13歳	中2 14歳	中3	高1	高2	高3 18歳

平成34年4月1日以降、順次成人

○若年者への消費者教育の推進

成年年齢の引下げを見据え（※）、若年者の消費者被害の防止・救済のため、また自立した消費者の育成のため、若年者への実践的な消費者教育の推進は喫緊の課題

※成年年齢を引き下げる民法の改正は、平成30年6月13日可決、同月20日公布（平成34年4月施行予定）

佐々木さやか君

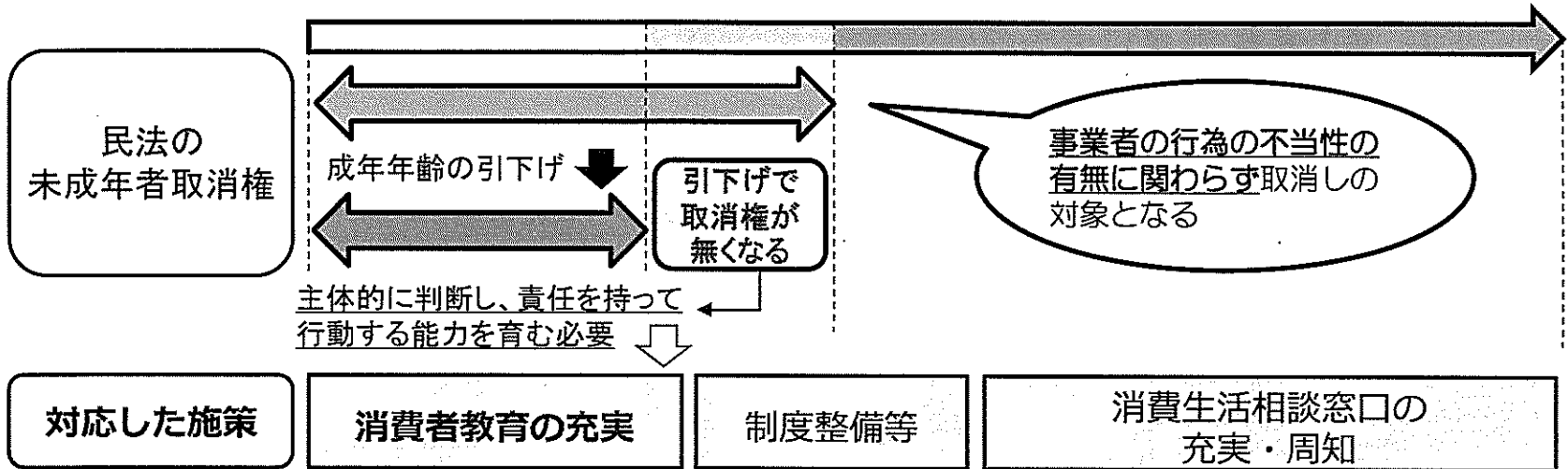
（平成30年3月5日参議院・予算委員会）

この成年年齢の引下げに当たっては、若者がその年齢でしっかりと自立するという、それだけの環境整備、これが重要だと思っております。（中略）学生の皆さんとか若い皆さんとお話をしても、もう本当に自分が社会に出て大丈夫だろうか、こういう不安を抱いている方もいらっしゃる、こういう印象を他方で私は受けております。例えば消費者被害とか、そういったことも心配をされるわけでありますけれども、消費者教育を充実をしたり、いろいろな制度の整備も必要だろうと思っております。

内閣総理大臣（安倍晋三君）

成年年齢の引下げに係る民法改正法案に関しては、現在、今国会への提出を目指し、所要の進めを進めているところであります。政府としても、委員御指摘の消費者被害を防止する施策など、成年年齢の引下げに向けた環境整備については、改正法案の成立後も引き続き政府一体となって取り組む必要があるものと認識をしています。

（消費者の年齢） 18歳 20歳



「消費者教育の推進に関する基本的な方針」
（平成30年3月20日 変更の閣議決定）

「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」
（平成30年2月20日 若年者への消費者教育の推進に関する
4省庁関係局長連絡会議決定）

社会経済情勢等を踏まえて重点的に取り組むことが求められる喫緊の課題として、若年者への消費者教育を「当面の重点事項」に位置付け

関係省庁（消費者庁、文部科学省、法務省、金融庁）が緊密に連携し、2018年度から2020年度までを集中強化期間として、取組を推進

○「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」

(平成30年2月20日 若年者への消費者教育の推進に関する4省庁関係局長連絡会議決定)

関係省庁（消費者庁、文部科学省、法務省、金融庁）が緊密に連携し、2018年度から2020年度までを集中強化期間として、実践的な消費者教育の実施を推進するため、以下の取組を推進

高等学校等における消費者教育の推進

・ 学習指導要領の徹底

・ 消費者教育教材の開発、手法の高度化

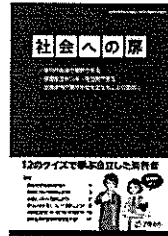
実践的な能力を身に付ける教材「社会への扉」を活用した授業の実施の推進等

・ 実務経験者の学校教育現場での活用

消費者教育コーディネーターの育成・配置等による実務経験者の活用の推進

・ 教員の養成・研修

「若年者の消費者教育分科会」による検討と取りまとめを受けた消費者教育推進会議における審議を踏まえ、**教員による消費者教育の指導力向上のための取組**を推進



大学等における消費者教育の推進

・ 大学等と消費生活センターとの連携支援・出前講座の実施

・ 大学における講義実施等を通じた正しい金融知識の普及

2020年度までには、

・ 全ての都道府県の全高校で「社会への扉」を活用した授業が実施されること

・ 全都道府県に消費者教育コーディネーターが配置されることを目指す

○ 教職課程における消費者教育の内容の充実

○ 有機的に連携した継続的な体制の構築

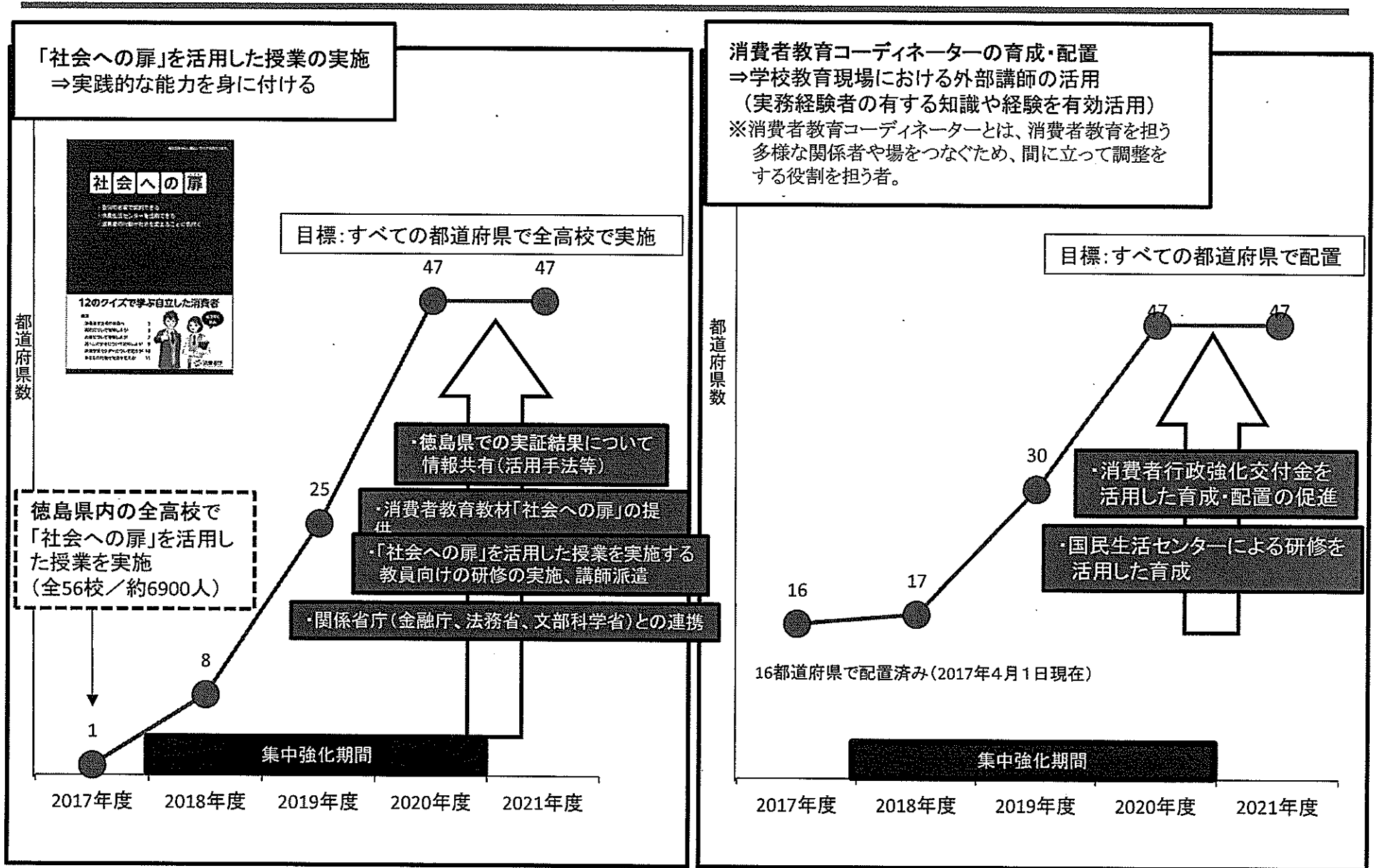
○ 現職教員に対する講習、研修における講座の開設数の増加及び内容の充実

○ 外部人材等の活用及び育成

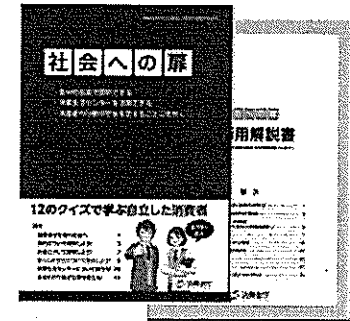
その他

全ての都道府県等において、消費者教育推進計画・消費者教育推進地域協議会の策定・設置を目指す等

(参考) 「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」における目標



○ 高校生向け消費者教育教材「社会への扉」



社会への扉

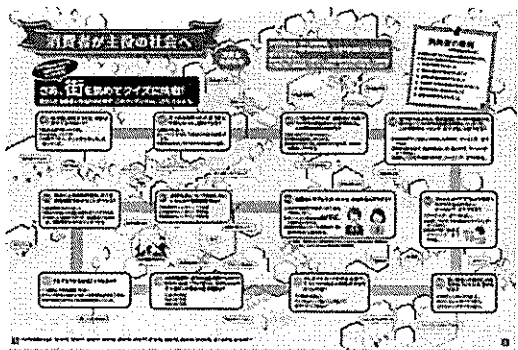
—12のクイズで学ぶ自立した消費者—

【目的】 成年年齢の引下げが議論されていることも踏まえ、高等学校段階までに、契約に関する基本的な考え方や契約に伴う責任を理解するとともに、身近な契約等を通じて、社会において消費者として主体的に判断し責任を持って行動できるような能力を育む。

生徒用教材

P.1~2
導入

消費者が主役の社会へ



消費生活に関する12のクイズを掲載

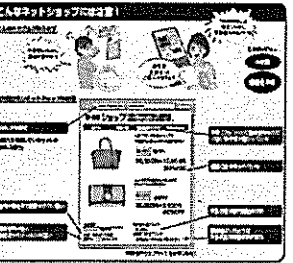
契約や消費者トラブル等が身近な暮らしの中に存在することに気付かせる。

P. 3~11

契約について理解しよう！



ワーク3 なぜ、法律では上のような取引に関してクーリング・オフ制度を定めているのだろうか。



高校生にも身近なインターネットショッピングの注意事項を具体的に掲載

お金について理解しよう！

・クレジットカードの仕組み、多重債務、将来の詐欺的投資被害を防ぐための注意を掲載

暮らしの安全について理解しよう！

・暮らしに潜む危険の例を紹介し、安全に配慮した行動、再発防止のための行動がとれる消費者になることを促進

消費生活センターについて知ろう！

・「高校生が消費生活センターに相談したら」という設定のマンガで紹介

あなたの行動が社会を変える！

・消費者トラブルにあった際に行動することが、消費者市民社会の実現につながることを紹介

教師用解説書

生徒用教材に関わる学習指導要領の項目等を示す表

項目	学習指導要領	対応
消費者教育の重要性	消費者教育の重要性を認識し、消費者教育の実践に取り組むこと。	○
消費者教育の実践	消費者教育の実践に取り組むこと。	○
消費者教育の推進	消費者教育の推進に取り組むこと。	○
消費者教育の連携	消費者教育の連携に取り組むこと。	○
消費者教育の発展	消費者教育の発展に取り組むこと。	○

消費者教育の必要性についてのメッセージ

・消費者教育を実践している教師・弁護士・消費生活相談員



- 生徒用教材各ページの解説
- 教師として知っておきたい若年者を取り巻く消費生活に関する情報
- 生徒用教材の「ワーク」「発展」、「プラスα問題」の考え方

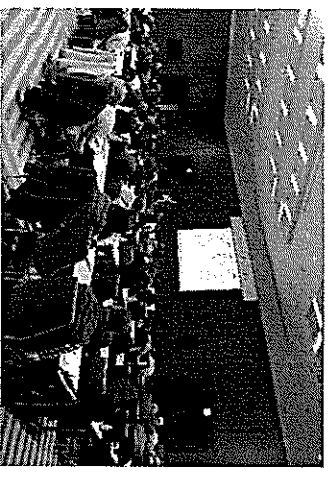
公民科、家庭科の指導案例とワークシート例(ワークシート実物大はウェブサイト掲載)

指導案例	ワークシート例
消費者トラブルの事例について	ワークシートに掲載した事例について、消費者トラブルの発生原因や被害の防止策について考えるワークシート。
消費者トラブルの発生原因について	ワークシートに掲載した事例について、消費者トラブルの発生原因や被害の防止策について考えるワークシート。
消費者トラブルの被害防止策について	ワークシートに掲載した事例について、消費者トラブルの発生原因や被害の防止策について考えるワークシート。
消費者トラブルの被害防止策について	ワークシートに掲載した事例について、消費者トラブルの発生原因や被害の防止策について考えるワークシート。

平成30年度消費者教育フォーラム in 滋賀 開催報告(概要)

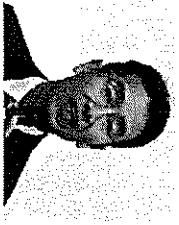
滋賀県

平成31年2月13日、大津市の滋賀県立県民交流センターで「平成30年度消費者教育フォーラム in 滋賀」が、消費者庁・滋賀県の主催、文部科学省の後援で開催されました。今回の消費者教育フォーラムは、「成年年齢引下げを踏まえた若年者への消費者教育」をテーマに、滋賀県内外から85名が参加しました。当日はテーマに基づいた基調講演、「みんなで応援！若年者への消費者教育～「社会への責任」を活用した学校と地域との連携による消費者教育の推進～」をテーマにしたパネルディスカッションが行われました。本フォーラムを通して、各主体が若年者への消費者教育の推進に向け「何をこれからどのようにやるのか」を具体的に考え、行動に移すための情報を得る貴重な機会となりました。

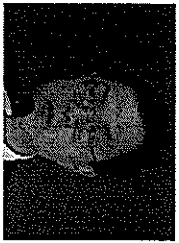


【テーマ】 成年年齢引下げを踏まえた 若年者への消費者教育

【日時】 平成31年2月13日(水) 14:00～16:25
【会場】 滋賀県立県民交流センター 大会議室
(大津市におの浜1-1-20 ピアサザ波海3階)



滋賀県県民生活部長
津見 孝円



消費者庁長官
高島 竜祐



滋賀県立県民生活部長
津見 孝円



滋賀県立県民生活部長
津見 孝円



滋賀県立県民生活部長
津見 孝円



滋賀県立県民生活部長
津見 孝円



滋賀県金融広報委員会
金融広報アドバイザー
丸山 高信氏



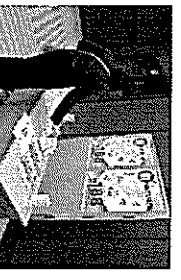
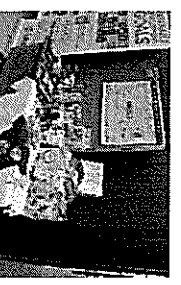
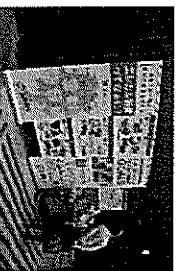
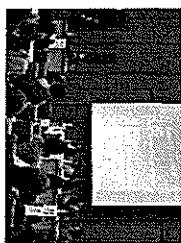
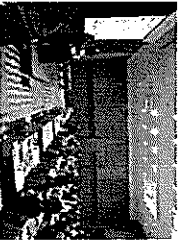
滋賀県消費生活センター消費生活相談員
徳田 初美氏

時間	プログラム	
14:00-14:05	開会挨拶	滋賀県県民生活部長 津見 孝円
14:05-14:20	消費者庁からの挨拶・報告	消費者庁審議官 高島 竜祐
14:20-14:50	基調講演 「成年年齢引下げを踏まえた消費者教育の推進について」	福山女学園大学 教授 日本消費者教育学会 会長 滋賀県消費生活審議会 会長 東 珠実氏
14:50-15:00	休憩	
15:00-16:25	パネルディスカッション 「みんなで応援！若年者への消費者教育～「社会への責任」を活用した学校と地域との連携による消費者教育～」	《コーディネーター》 福山女学園大学 教授 会長 日本消費者教育学会 会長 滋賀県消費生活審議会 会長 東 珠実氏 《パネリスト》 法賀弁護士会 和合 佐登郎氏 滋賀県立大津高等学校教諭 名越 美鈴氏 楳井 裕子氏 滋賀県金融広報委員会金融広報アドバイザー 丸山 高信氏 滋賀県消費生活センター消費生活相談員 徳田 初美氏
16:25	閉会	

＜意見交換会 開催風景＞



＜ホール内展示スペース＞



～あなたの消費が世界の未来を変える～

平成29年4月「倫理的消費」調査研究会 取りまとめ
(座長: 東京大学名誉教授 山本良一)

倫理的消費(エシカル消費)とは

「地域の活性化や雇用なども含む、人や社会、環境に配慮した消費行動」
(消費者基本計画)

消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費活動を行うこと

配慮の対象とその具体例

人	障がい者支援につながる商品
社会	フェアトレード商品 寄付付きの商品
環境	エコ商品 リサイクル製品 資源保護等に関する認証がある商品
地域	地産地消 被災地産品
動物福祉	エシカルファッション

倫理的消費(エシカル消費)に取り組む必要性と意義

- ・持続可能性の観点から喫緊の社会的課題を多く含有
- ・課題の解決には、消費者一人一人の行動が不可欠かつ有効
- ・「安さ」や「便利さ」に隠れた社会的費用の意識が必要

消費者の視点

「倫理的消費(エシカル消費)」という言葉の認知度は低い、基本的な概念は理解

- ①消費という日常活動を通じ社会的課題の解決に貢献
- ②商品・サービス選択に第四の尺度の提供(安全・安心、品質、価格＋倫理的消費)
- ③消費者市民社会の形成に寄与(消費者教育の実践)

事業者の視点

「企業市民」、「企業の社会的責任」の重要性を認識

- ①供給工程(サプライチェーン)の透明性向上
- ②差別化による新たな競争力の創出
- ③利害関係者からの信頼感、イメージの向上(資本市場での事業者の評価向上)

行政の視点

人権や環境に配慮したまちづくり、地産地消、消費者教育などの取組

- ①消費者と事業者の協働によるWin-Winの関係の構築が国民的財産
- ②持続可能な社会の実現、地域の活性化などの社会的課題の解決

推進方策の方向性

国民全体による幅広い議論の喚起

- ・第四の尺度としての意義等の共有
- ・議論の場の提供(エシカル・ラボ、SNS)

学校教育などを通じた消費者の意識の向上

- ・教材作成、教員向け研修
- ・ESD(持続可能な開発のための教育)との連携
- ・消費者教育基本方針等への反映
- ・全国展開を見据えたモデルプロジェクトの実施・展開

事業者による消費者とのコミュニケーションの促進、推進体制の整備

- ・消費者への情報提供
- ・消費者の声の商品・サービスへの反映
- ・事業者間の連携強化

様々な主体、分野の協働によるムーブメントづくり

- ・民間団体との連携によるキャンペーン・表彰の実施
- ・地域におけるプラットフォーム(推進組織)の試行(徳島県)
- ・ポータルサイト等を通じた情報提供(認証ラベル等の情報の集約・提供)

持続可能な社会の形成

事業者・行政に加え消費者の認識と行動も不可欠

倫理的消費はあなたの消費が世界の未来を変える可能性を秘めている



広く国民間での理解とその先の行動を期待

持続可能な開発目標(SDGs)

目標12:
つくる責任
つかう責任

(持続可能な生産消費形態を確保する)

○「エシカル消費」普及・啓発

- ・消費者の意識の変化 → 環境や被災地の復興、開発途上国の労働者の生活改善等の社会的課題に配慮した商品・サービスを選択して消費することへの関心の高まり
 - ・公正かつ持続可能な社会の形成への参画 → 消費者教育の視野が消費者市民社会の形成へ拡大
- (「消費者教育の推進に関する法律」平成24年法律第61号)

「倫理的消費」調査研究会

人や社会・環境に配慮した消費行動である「倫理的消費(エシカル消費)」の内容やその必要性等について検討し、国民の理解を広め、日常生活での浸透を深めるためにどのような取組が必要なのかについて調査研究を行うため、平成27年5月から平成29年3月まで、「倫理的消費」調査研究会を開催。


主な検討事項

- (1) 倫理的消費の必要性とその効果
 - ・倫理的消費の歴史
 - ・倫理的商品(エシカルプロダクト)の事例
- (2) 倫理的消費の定義・範囲
- (3) 倫理的消費の度合い(エシカル度)を計る基準、指標
- (4) 我が国における倫理的消費の実態調査
- (5) 海外における倫理的消費の実態調査
- (6) 倫理的消費を広く普及させていく上での課題と対応

エシカルラボ

「エシカル・ラボ」は、「エシカル消費(倫理的消費)」の意味や必要性などについて、広く国民に考え方を普及するための情報提供を行うとともに、地方公共団体による主体的な普及・啓発活動の促進を目指すことを目的として平成27年から開催しているシンポジウム。これまでに6回開催している。

平成30年度は、環境活動などを通じ持続可能な地域社会の構築に取り組む秋田県、山口県で開催したほか、3月9日には京都府にて開催。県内におけるエシカル消費の取組を発見するとともに、その情報を発信することを目指して、県内の学生や事業者、生産者などの活動を紹介するプログラム構成としている。



研究会取りまとめ

～あなたの消費が世界の未来を変える～
平成29年4月「倫理的消費」調査研究会 取りまとめ

○倫理的消費(エシカル消費)とは「地域の活性化や雇用なども含む、人や環境に配慮した消費行動」(消費者基本計画)

消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援したりしながら消費活動を行うこと

○エシカル消費に取り組む必要性と意義

- ・持続可能性の観点から喫緊の社会的課題を含有
- ・課題の解決には消費者一人一人の行動が不可欠
- ・「安さ」や「便利さ」に隠れた社会的費用の意識が必要

○推進の方策の方向性

- ・国民による幅広い議論の喚起、意識の向上
- ・事業者による消費者とのコミュニケーションの促進
- ・様々な主体、分野の協働によるムーブメント作り

広く国民間での理解とその先の行動を期待

持続可能な開発目標(SDGs)
目標12: つくる責任、つかう責任

人	障がい者支援につながる商品
社会	フェアトレード商品 寄付付きの商品
環境	エコ商品 リサイクル製品 資源保護等に関する認証がある商品
地域	地産地消 被災地産品

勤務先社
エシカルファッション

消費者庁の実施・参加している「エシカル消費」のイベント

青森県消費生活大学講座 こども霞が関見学デー エシカルフェスタ2018

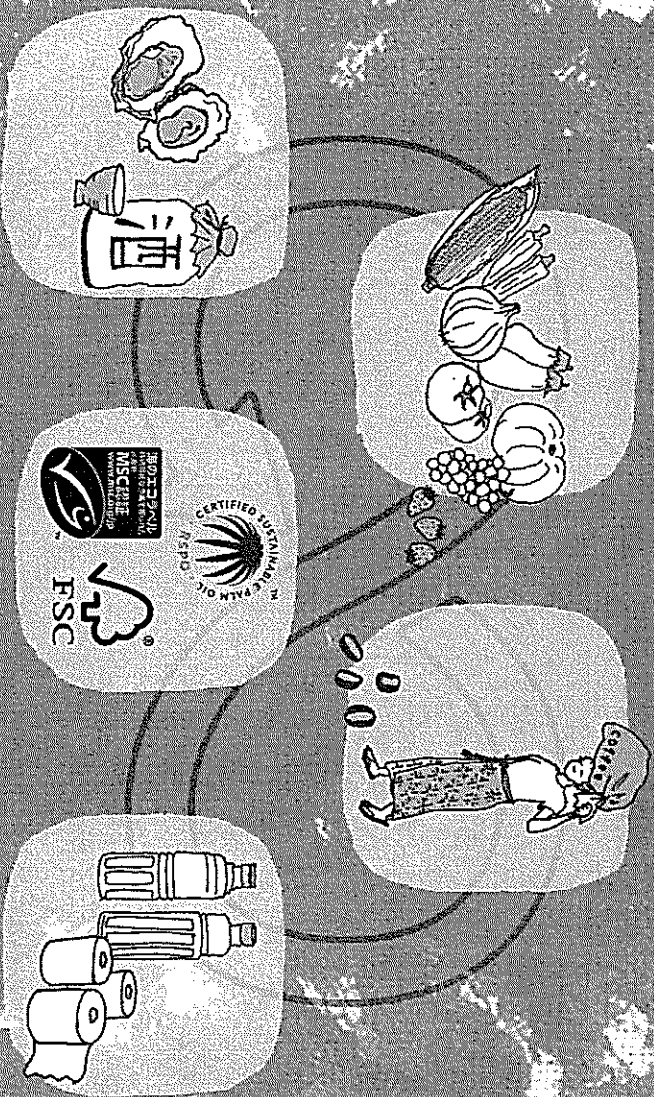


今後の方策

- 普及・啓発シンポジウム「エシカル・ラボ」の開催
- 先進的取組の収集・発信
- 地方における様々な主体や分野の協働によるムーブメントづくりの促進のほか、徳島県を実証フィールドとする「新未来創造プロジェクト」の活用や民間活力との連携等を通じ、国民へ理解と行動を働きかける

「あなたの消費が世界の未来を変える」

エシカル消費って なあに？



近ごろよく耳にする「エシカル消費」という言葉。その正しい意味をご存じでしょうか？

直訳すると「倫理的消費」。なんだか少し堅苦しいですね。

でも「消費」という行動は、食べることや使うこと、買物など、わたしたちの毎日の生活そのもの。

「エシカル消費」はより良い社会に向けた、人や社会、環境に配慮した消費行動のことです。

このキーワードを意識しながら日々を過ごしてみると、世界の未来が変わります。

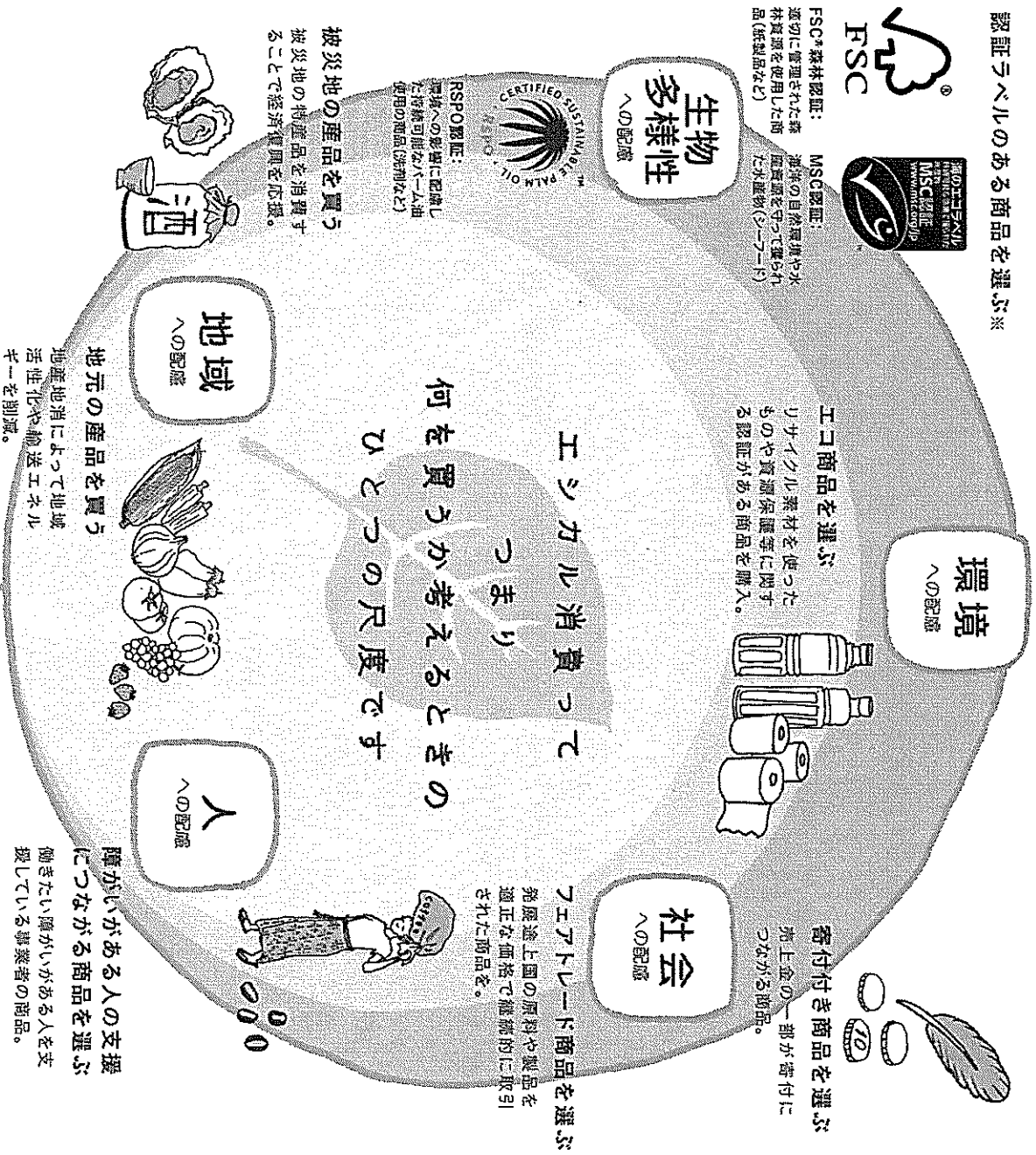


 消費者庁
Consumer Affairs Agency, Government of Japan

消費者庁ホームページ
<http://www.caa.go.jp/>

「エシカル消費」でどんなことが応援できるでしょうか。
 具体例の一部を見てみましょう。

認証ラベルのある商品を選ぶ※



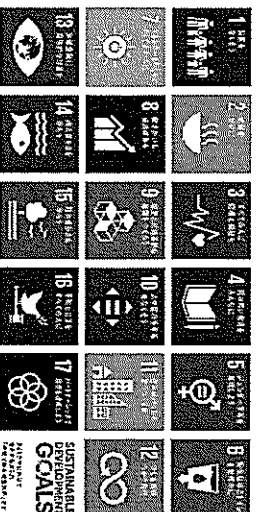
エシカル消費って
 つまり
 何を買うか考えるときの
 ひとつの尺度です

世界の未来を変えるのは、あなたの日々の消費です。

※認証機関は他にも多数あり、これはその一例です。
 生物多様性民間参画ガイドライン 第2版 (平成29年12月8日 環境省公表) http://www.env.go.jp/nature/biodic/g_l_participation/download.html

世界を変えるための17の目標

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



持続可能な開発目標(SDGs)の12番目は「つくる責任 つかう責任」
 2015年9月の国連総会で決められた国際的なか17の目標のなかにも、貧困や健康、エネルギー、気候変動、平和的社会などと併せて、「持続可能な生産・消費形態の確保」が掲げられています。

食品ロスの削減の推進に関する法律の概要

<食品ロスの問題>

・我が国ではまだ食べることができる食品が大量に廃棄
 ・持続可能な開発のための2030アジェンダ（2015年9月国連総会決議）でも言及

資源の無駄（事業コスト・家計負担の増大）、環境負荷の増大等の問題も

前文

・世界には栄養不足の状態にある人々が多数存在する中で、とりわけ、大量の食料を輸入し、食料の多くを輸入に依存している我が国として、真摯に取り組むべき課題であることを明示
 ・食品ロスを削減していくための基本的な視点として、①国民各層がそれぞれの立場において主体的にこの課題に取り組む、社会全体として対応していくよう、食べ物を無駄にしない意識の醸成とその定着を図っていくこと、②まだ食べることができる食品については、廃棄することなく、できるだけ食品として活用するようにしていくことを明記

➡多様な主体が連携し、国民運動として食品ロスの削減を推進するため、本法を制定する旨を宣言

食品ロスの削減の定義（第2条）

まだ食べることができる食品が廃棄されないようにするための社会的な取組

責務等（第3条～第7条）

国・地方公共団体・事業者の責務、消費者の役割、関係者相互の連携協力

食品廃棄物の発生抑制等に関する施策における食品ロスの削減の推進（第8条）

食品リサイクル法等に基づき食品廃棄物の発生抑制等に関する施策の実施に当たっては、この法律の趣旨・内容を踏まえ、食品ロスの削減を適切に推進

食品ロス削減月間（第9条）

食品ロスの削減に関する理解と関心を深めるため、食品ロス削減月間（10月）を設ける

基本方針等（第11条～第13条）

・政府は、食品ロスの削減の推進に関する基本方針を策定（閣議決定）
 ・都道府県・市町村は、基本方針を踏まえ、食品ロス削減推進計画を策定

基本的施策（第14条～第19条）

- ①消費者、事業者等に対する教育・学習の振興、知識の普及・啓発等
 ※必要量に応じた食品の販売・購入、販売・購入をした食品を無駄にしないための取組等、消費者と事業者との連携協力による食品ロスの削減の重要性についての理解を深めるための啓発を含む
- ②食品関連事業者等の取組に対する支援
- ③食品ロスの削減に関し顕著な功績がある者に対する表彰
- ④食品ロスの実態調査、食品ロスの効果的な削減方法等に関する調査研究
- ⑤食品ロスの削減についての先進的な取組等の情報の収集・提供
- ⑥フードバンク活動の支援、フードバンク活動のための食品の提供等に伴って生ずる責任の在り方に関する調査・検討

食品ロス削減推進会議（第20条～第25条）

内閣府に、関係大臣及び有識者を構成員とし、基本方針の案の作成等を行う食品ロス削減推進会議
 （会長：内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全））を設置

施行期日：公布日から起算して6月を超えない範囲内において政令で定める日

滋賀プラスチックごみゼロ・食品ロス削減宣言

私たちの暮らしは、社会や経済の発展とともに急速に便利で快適なものになりました。一方で、大量生産・大量消費・大量廃棄により貴重な資源を無駄にし、環境汚染を招いてきた面もあります。

滋賀県では、事業者、県民団体、行政が「レジ袋削減の取組に関する協定」を締結し、レジ袋の無料配布中止に取り組むとともに、マイバッグ持参運動、「三方よしフードエコ推奨店」制度の創設、店舗での啓発キャンペーンなどを通じて、プラスチックごみや食品ロスの削減を目指してきました。

世界では、プラスチックごみが河川等を通じて内陸から海へ流れ込み、生態系を含めた環境の悪化をもたらしており、大きな課題となっています。

また、毎日の食事の確保も難しい多くの人々がいる一方で、食料が大量に廃棄されている現実があります。

こうした中、国では「プラスチック資源循環戦略」の策定、「食品ロスの削減の推進に関する法律」の制定・公布が行われたところであり、本県においても資源を有効に活用し、琵琶湖をはじめとする本県の環境を保全するため、これまでの取組を生かしつつ、プラスチックごみゼロおよび食品ロス削減を目指して、より一層取り組んでいく必要があります。

ついでには、ごみを出さないライフスタイルへの転換を目指して、県民、事業者、団体、行政等が役割を分担し、互いに連携・協力しながら、循環型社会の形成に向けた取組を積極的に行い、SDGsの目標達成に貢献していくことをここに宣言します。

令和元年(2019年)8月28日

滋賀県買いい物ごみ・食品ロス削減推進協議会
滋賀県



SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

2030年までに
達成を目指す
17の国際目標を達成させる

