

IV 関連する他の消費者施策との連携

1 消費者の安全・安心の確保

消費者施策の中で、消費者の安全・安心の確保は最も基本的な事項であり、消費者基本計画¹²に則し、以下のような施策を実施する。

政府は、食品を始めとする商品・サービスについての必要な基準の整備と確保、安全を害するおそれがある商品・サービスに関する情報の収集と提供、事業者による注意喚起、商品の自主的な改修や回収の促進、リスクコミュニケーションの充実などの必要な施策を講じる。このような施策が実効性を持ち、消費者の安全・安心が確保されるためには、消費者が、受身の立場ではなく、自ら情報の収集、知識の修得、そして情報を提供していくことが不可欠であり、このような受信力や発信力を育成する。

また、事故情報を収集し、分析・原因究明及び結果等の情報発信を的確かつ迅速に進め、事例研究を適切に行い、それらを消費者教育の教材等の作成・更新に反映して、消費者事故等の再発・拡大防止、未然防止に取り組む。

現在の社会情勢における、リスクコミュニケーションの重要性に鑑み、学校や地域等の消費者教育において、食品と放射能に関する消費者の理解を深めることは、風評被害の防止という観点からも喫緊の課題である。加えて、消費者が自主的にリコール情報を入手し、行動する必要性について消費者教育を行うことも重要である。こうした場合にも、そもそも安全とはどういうことなのか、といった根本的な安全教育も行うことで、その効果が高まることが期待される。

消費者の安全・安心確保の分野も総合的、一体的に推進できるように、今後の研究課題として取り上げる。

2 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保

消費者基本計画、食品表示法などを踏まえ、食品表示を始めとして、次

¹² 平成 22 年 3 月 30 日閣議決定（平成 25 年 6 月一部改定）。
本章（IV）1 から 4 に記載した講ずるべき施策は、消費者基本計画で示されたものである。

のように消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保に努める。

消費者と事業者との間の適正な取引を確保するため、政府は、消費者との間の契約の締結に際しての事業者による情報提供と勧誘の適正化、公正な契約条項の確保などの必要な施策を講じることとしている。また、食品表示を始めとする商品・サービスの品質などに関する表示や、広告に関する制度を整備し、虚偽又は誇大な表示、広告を規制するなどの措置、公正かつ自由な競争を促進するために必要な措置、併せて適正な計量の実施の確保、適正な規格の整備とその普及のため、必要な措置を講じる。

消費者の安全・安心の確保と同様、トラブルの原因・原因究明及び結果の情報提供を的確かつ迅速に進め、それを消費者教育の教材等の作成・更新に反映する。また、各種法制度の充実とともにその実効性を確保するためには、それらの意義・内容を理解し活用できる消費者の育成が不可欠であり、消費者の特性に配慮しながら適切に消費者教育を実施する。

3 消費者意見の反映・透明性確保

政府は、消費生活に関する消費者等の意見を広く施策に反映し、当該施策の策定の過程の公正性・透明性を確保するための制度の整備などの必要な施策を講じる。

消費者市民社会の構築に向け、消費者自身が積極的に意見を出すことの重要性を普及、啓発していく。例えば、意見公募手続制度（パブリックコメント制度）や申出制度等がより一層有効に機能するよう、それらの仕組みや周知方法の改善を図り、参画することの意義が消費者に伝わるようにする。

4 苦情処理・紛争解決の促進

複雑化・多様化する消費者被害について、消費者と事業者の間の情報の質と量や交渉力などの格差などから、個々の消費者が自らの力のみでは被害の回復を図ることには限界があることに鑑み、政府は、消費者の被害等の適切かつ迅速な救済のための制度の整備などの必要な施策を講じる。

消費者と事業者との間に紛争が生じた場合に、当事者間での自主交渉が円

滑に進むように、事業者が消費者対応部門を整備、強化し、消費者対応、苦情処理に関連する国際規格¹³も活用しながら、消費者対応を質的に向上させることが期待される。

併せて地方公共団体などにおける消費生活相談の窓口体制の充実・強化、消費生活相談員の処遇の改善等を通じた人材の確保と資質の向上、地方公共団体における消費者行政の体制の整備と人材の強化、民間の裁判外紛争解決手続機関、独立行政法人国民生活センター、地方公共団体が設置する紛争解決手続機関等を活用した紛争解決の促進などの必要な施策などを推進する。

消費者が、被害・危害に遭った場合に、その解決に向けて自ら行動することも消費者市民社会形成の第一歩と考えられる。受身ではなく、状況に応じて、相談機関を活用するなど積極的な行動をとることが求められている。消費者教育により、その点の理解の増進も図る。

¹³国際規格としては、ISO10001（行動規範）、10002（苦情対応）、10003（ADR）がある。

V 今後の消費者教育の計画的な推進

1 今後の推進方策について

(1) 基本方針の具体化

(各省庁での施策の推進)

基本方針は、推進法にのっとり今後の施策の方向性を明らかにしたものである。国においては、各省庁がそれぞれの所掌に応じて実施する消費生活に関する教育についての施策全体に対する指針となるものであり、各省庁においては着実に実現していかなければならない。そのために、この基本方針を国民に広く伝えるとともに、平成 25 年中を目途に、この基本方針に基づき、各省庁で実施する主要な施策について、消費者庁で取りまとめ、具体化を推進する。

(各都道府県・市町村での消費者教育の推進)

都道府県や市町村は、基本方針を踏まえ、消費者教育の推進に関する施策についての計画を定め、また、消費者教育推進地域協議会を組織するように努めることとされている。

地域によって事情は様々であり、基本方針に盛り込まれた事項を地域の特性に応じた内容・手法により実施することが期待される。実施に当たっては、国と地方公共団体とが、また、都道府県とその管内の市町村とが連携し、より効果的・効率的な実施により、全ての消費者に対して消費者教育の機会が提供されることが求められる。

地方公共団体においては、消費者団体、NPO、事業者・事業者団体等と連携しつつ、それぞれの地域で展開されている様々な活動（消費者の自立を支援するために役立つ消費生活に関する教育、啓発、情報提供など）の実態を把握することが望まれる。

例えば、ある地域では学校の授業の中に消費者教育を取り入れる工夫として様々な消費者団体と連携しているという実績があった場合は、その既存の枠組みを活用する形で消費者教育を推進していくことが望ましい。また、地域の高齢者の生活を見守る活動が活発であれば、その活動の中に消費者教育

の活動を追加していけるような情報の提供方法が効果的である。

国は、地方公共団体が行うこれらの取組を支援するため、この基本方針の内容についての理解を深め、活用できるように説明会の実施、参考資料の作成配布等を行う。また、消費者教育推進計画策定に当たっての解説資料や、既に実施されている先進的な施策の例を取りまとめた事例集を速やかに発行するとともに、参考となる事例を継続的に収集しこれを情報提供する。さらに、地域ごとの進捗状況なども踏まえて、国は、日本中どこで生活していても消費者教育を受けることができるように支援を行う。

(2) 消費者教育推進会議・小委員会での検討と施策への反映

消費者教育推進会議を活用し、今後、基本方針を踏まえ、総合的、一体的に消費者教育を推進するため、別紙に掲げる課題を検討する。具体的には、専門委員も任命し、小委員会を開催することにより、個別具体的な消費者教育推進施策について継続的に議論する。

重要課題としては、国と地方公共団体との連携・協働、各行政機関や各種団体間の連携・協働、各種の消費生活に関する教育の有機的連携等の連携方策の検討である。

さらに消費者庁に設置している消費者教育ポータルサイトの運営についても、消費者教育推進会議の小委員会で議論する。また、各地での消費者教育実践事例や、様々な担い手が作成している消費者教育用の教材等の収集整理を踏まえ、教材等が十分に存在しない分野なども明らかにし、教材等について検討する。各種の調査研究についても、推進会議の委員や専門委員の知見を基に、戦略的に進める。

また、地域ごとの代表者を専門委員として任命し、全国を7ないし8ブロックに分け、それぞれの地域で消費者教育推進会議を開催することも検討する。これは、国の機関である消費者教育推進会議と、都道府県消費者教育地域協議会とをつなぐ役割を担うものになることが期待される。

2 基本方針の達成度の検証

(1) 実施状況の把握、基本方針の見直し

推進法では、「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5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」(第9条第7項)としている。

このため、施策の実施状況の把握に努め、それを踏まえた上で見直しを行う。社会経済情勢の変化に対応するため、3年を目途に、中間的な見直しをする。

(2) 達成度の検証

(各都道府県での推進計画策定)

推進法では、都道府県、市町村に、消費者教育推進計画を作成することと、消費者教育推進地域協議会を置くことを努力義務としている。各地域で計画を作成し、協議会を置いて、その地域の実情に応じた消費者教育を進めていくことが期待される。

速やかに、全ての都道府県において計画が作成され、協議会が置かれることを目指し、国等がそれを支援していく。具体的には、計画策定に資する企画関係の情報や都道府県における計画作成の動向等、各種情報を提供する。

(指標化に関する調査研究)

消費者教育の推進のために、消費者教育、消費者市民社会という概念の普及が必要であり、その普及の程度を測ることも有益と考えられる。今後、速やかにその指標化に関する調査研究を実施する。

地方公共団体において、教育委員会を含む他部局を集めた会議等を設置している状況や、消費生活センター等との連携の状況などを調査し、その実態を踏まえ、連携の進展度を検証していくことも必要である。そのための調査研究も実施する。

今後検討すべき課題

＜消費者教育の推進の基本的な方策に関する事項＞

- 消費者行政担当部局と、教育委員会を始めとした教育部局との連携方策
- 地域における各主体の連携・協働のための方策
- 消費生活に関連する教育と消費者教育との有機的な連携方策

＜消費者教育の推進の内容に関する事項＞

- 消費生活センターの消費者教育の拠点化の具体的方法
- 高齢者・障害者見守りにおける効果的な情報提供方策等
- 地域の各主体の連携・協働具体策
- コーディネーターの仕組み・人材確保・育成等の方策
- 消費者学習運動の展開策
- 消費者教育ポータルサイトの掲載基準等
- イメージマップに照らした不足領域の抽出とそれを補う教材等の作成
- イメージマップのバージョンアップ
- 実践事例と対応させた消費者市民社会概念の研究・普及
- モデル地区、先進的取組の研究手法
- 効果的かつ確実な情報提供の仕組み
- 総合的な情報サイト
- 情報提供の実効性確保の方策

＜関連する他の消費者施策との連携＞

- 安全安心確保のための総合的体系的な安全教育

＜その他消費者教育の推進に関する重要事項＞

- 地域ごとの消費者教育推進会議の開催による国と地方の連携策
- 消費者教育の推進のための指標化