

第2章 消費者教育の展開

1 消費者教育を取り巻く現状

(1) 消費者教育の重要性 [本文P.23](#)

○消費者被害の未然防止、拡大を防止するため、消費者が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を育む消費者教育の推進が必要

○これまでの消費者教育は、被害に遭わない消費者、合理的決定ができる自立した消費者の育成という視点で重要であったが、今後の消費者教育は、持続可能な社会の形成に積極的に関与する消費者の育成という視点も重要

(2) 消費者教育に係る現状 [本文P.23](#)

○平成6年10月、「東京都消費生活条例」に全部改正、消費者の権利として「消費者教育を受ける権利」を追加。それに伴い「消費者教育の推進」が規定

○平成9年2月、「東京都消費生活基本計画」を策定し「消費者教育・啓発の推進」を規定。平成25年3月に改定した現行基本計画においても重点施策に位置付け、積極的な施策を展開

○平成24年12月、国において「消費者教育推進法」が施行、基本理念や消費者団体、事業者・事業者団体の努力義務、国と地方公共団体の責務と実施事項が規定

○平成25年5月、法を踏まえ「東京都消費者教育推進協議会」を設置、協議会の意見聴取の上「東京都消費者教育推進計画」を策定し、具体的な取組を掲載した「東京都消費者教育アクションプログラム」を策定

2 消費者教育に係る課題とその検討に当たっての考え方 [本文P.24](#)

○前文を含む東京都消費生活条例の消費者教育に係る条項は、制定され20年が経過した現在においても大きな意義を有している。

○しかし、近年の消費者教育の重要性の高まり、消費者教育推進法が制定された背景等を踏まえ、消費者教育の更なる充実のため、消費者教育の理念、方向性、役割等について、現状に即し条例に規定すべき

○消費者教育の基本的事項、消費者教育にかかわる主体の役割の明記が、消費者教育の取組に芯を通し、多様な主体と連携する消費者教育に方向付けを与え、教育の更なる充実に関わりつつあることを期待

3 消費生活条例において明示すべき内容について

(1) 消費者教育の目的及び基本的事項について [本文P.25](#)

○次の基本的事項について、消費者教育推進の指針として消費生活条例において明記

- 幼児期から高齢期に至るまで各段階に応じて体系的な消費者教育を実施すること
- 年齢、障害の有無など消費者の特性や、学校、地域、家庭、職域その他の様々な消費者教育が行われる場の特性に応じて、適切な方法によって消費者教育を実施すること
- 消費者教育を推進する多様な主体と連携を図り、効果的な消費者教育を実施すること

○消費者教育の目的に、社会情勢の変化や「消費者教育推進法」の制定背景を踏まえ、「公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画するため」といった一歩進んだ方向性を示す必要

○消費者教育に、「それに準ずる啓発活動も積極的に行う」考え方を盛り込む

(2) 消費者団体、事業者、事業者団体の役割について [本文P.26](#)

○消費者教育には、消費者団体、事業者、事業者団体等の協力も不可欠。各団体の役割を次のように明示することによって連携して行う機運を高める効果を期待

- 消費者団体は、自主的な消費者教育に取り組むとともに、様々な場で行われる消費者教育に協力するよう努める。
- 事業者及び事業者団体は、自主的な消費者教育に取り組むとともに、都、区市町村等が実施する消費者教育施策に協力するよう努め、消費者へ消費生活に関する有用な情報提供及び啓発活動に努める。事業者は、その従業者に対する消費者教育の実施に努める。

4 消費者教育の推進をさらに実効性のあるものとするために [本文P.26](#)

○条例における各団体の役割明記だけでなく、連携を強化するため、都は各団体に対する支援も併せて充実させる必要

○消費者教育の重要な役割を占める区市町村に対する都の支援の充実が必要