

消費者教育の推進に関する基本的な方針(基本方針)の構成

はじめに
(消費者をめぐる状況)
(消費者教育の推進)
I 消費者教育の推進の意義
1 消費者を取り巻く現状と課題
(1) 社会経済情勢
(2) 消費者事故・トラブルの状況
(3) 大震災の経験
(4) 安全・安心の確保
(5) 日常の消費生活と環境や経済社会への影響
2 消費者教育の推進の必要性
(1) 「消費者教育」の意義
(2) 「消費者市民社会」の意義
(消費者学習の国民的な運動の展開)
3 基本方針の視点・位置付け
II 消費者教育の推進の基本的な方向
1 体系的推進のための取組の方向
(1) 消費者教育が育むべき力
(2) 各ライフステージでの体系的な実施
(3) 消費者の特性に対する配慮・場の特性に応じた方法
(消費者の特性に対する配慮)
(場の特性に応じた方法)
(4) 国からの多角的な視点の情報提供
(消費者市民社会構築に向けた情報提供)
(災害時・緊急時の消費行動についての情報提供)
2 各主体の役割と連携・協働
(1) 国と地方公共団体
(国の役割と地方公共団体の役割)
(都道府県と市町村の連携・協働)
(2) 消費者行政と教育行政(学校教育・社会教育)の緊密な連携・協働
(消費者行政と教育行政の連携・協働の意義と必要性)
(国からの必要な財政上の措置等)
(3) 地方公共団体(消費者行政・教育行政)と消費者団体、事業者・事業者団体
(消費者教育推進地域協議会を結節点とした連携促進)
3 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
(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)
III 消費者教育の推進の内容に関する事項
1 様々な場における消費者教育
(1) 学校
○小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等
○大学・専門学校等
(2) 地域社会
○地域
(消費生活センター等における消費者教育の推進・拠点化)
(高齢者・障害者等への見守りと消費者教育)
○家庭
(3) 職域
(顧客の声をいかした消費者への情報提供)
(従業者への消費関連情報提供)

2 消費者教育の人材(担い手)の育成・活用
(1) 小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等における教職員
(2) 大学等における教職員
(3) 消費者団体・NPO等の地域人材
(担い手育成拠点としての国民生活センター・消費生活センター等)
(国による連携・協働の働きかけ)
(コーディネーターの育成)
(4) 事業者・事業者団体等
(消費者に対する説明・情報提供の能力向上)
(事業者・事業者団体による消費者教育)
(従業者研修の担い手育成)
(事業者・事業者団体による消費者団体の支援)
(5) 消費者
(消費者の自覚の喚起)
(消費者学習の展開)
3 消費者教育の資源等
(1) 教材等の作成・活用
(多彩な教材等の作成と消費者教育ポータルサイトでの情報集約)
(イメージマップに合わせた情報整理と活用)
(学校で活用できる教材等の充実)
(学習内容の工夫)
(2) 調査研究
(基礎的な情報の整備)
(国際的な情報交換による調査等)
(消費者市民社会概念の研究・普及)
(3) 情報収集・提供
(国の役割)
(情報発信の体制整備)
(総合的な情報サイトの検討)
(情報提供の実効性確保)
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
2 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保
3 消費者意見の反映・透明性確保
4 苦情処理・紛争解決の促進
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)
(各都道府県・市町村での消費者教育の推進)
(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
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
(2) 達成度の検証
(各都道府県での推進計画策定)
(指標化に関する調査研究)
今後検討すべき課題