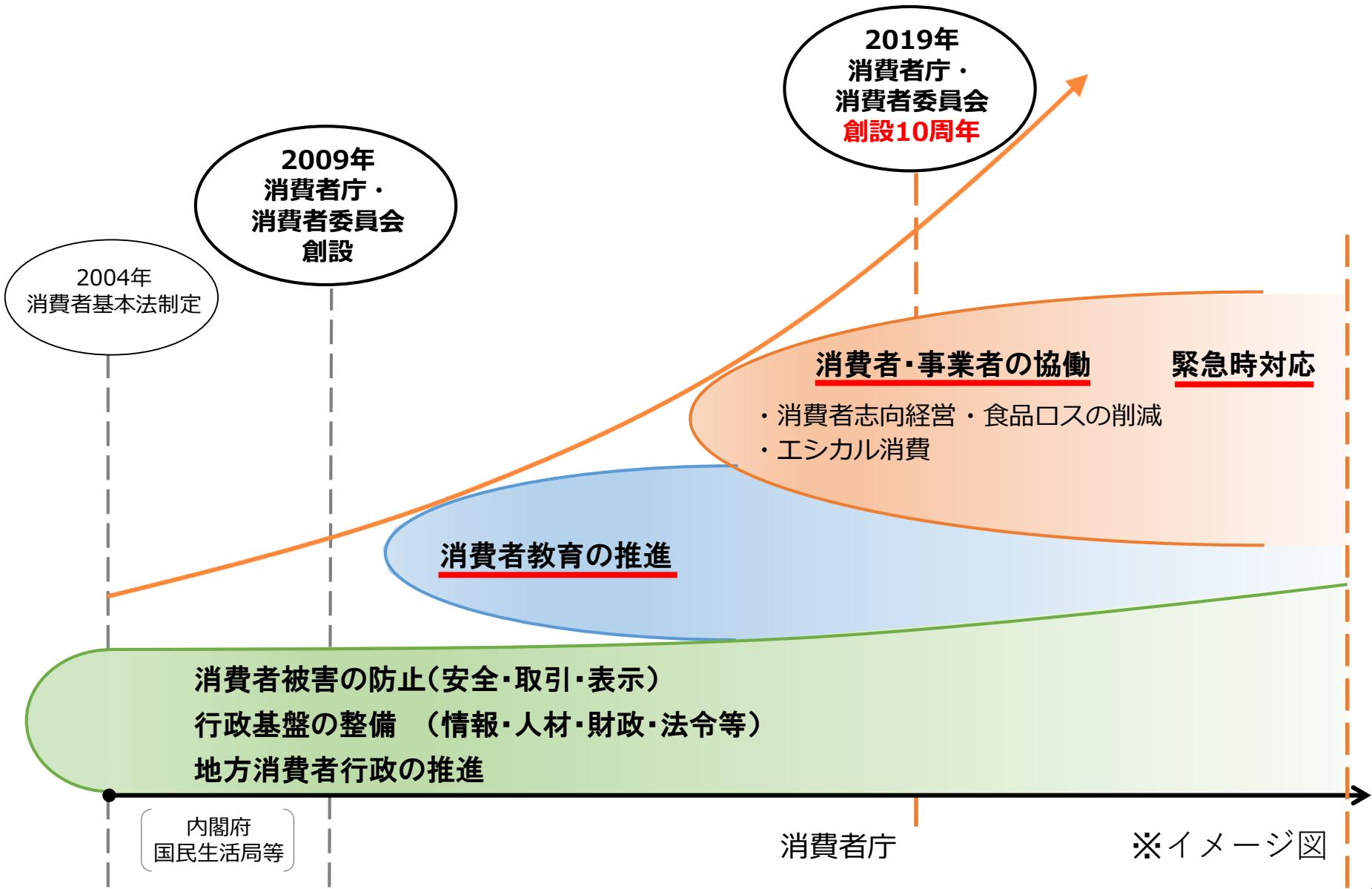


# 消費者教育の推進に関する基本的な方針の 見直しについて

# 消費者行政の流れ



# 消費者教育の広がり

だまされない消費者



自分で考える消費者

今 + 未来

自分 + 地域・世界

※消費者市民社会の形成に参画

※SDGsにも通じる



# 直近の消費者行政の課題

## 緊急時対応

(新型コロナ感染症、  
新しい生活様式への対応)

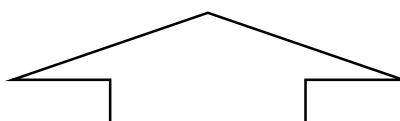
- ✓ 孤独・孤立化する消費者への対応
- ✓ コロナ関連等悪質商法対策等

## デジタル

- ✓ 消費生活相談のデジタル化
- ✓ 取引デジタル化への対応
- ✓ 国際化対応

## SDGs

- ✓ 食品ロス削減等エシカル消費
- ✓ 消費者志向経営
- ✓ 公益通報者保護法改正



地方消費者行政

消費者教育

## 【第1章 消費者基本計画について】

## 【第2章 消費者政策をめぐる現状と課題】

### 1. せい弱な消費者の増加など消費者の多様化

- 高齢化の進行等
- 成年年齢の引下げ
- 世帯の単身化・地域コミュニティの衰退等
- 訪日外国人・在留外国人による消費増加

### 2. 社会情勢の変化

- コロナ禍における「新しい生活様式」の実践
- デジタル化の進展・電子商取引の拡大
- 自然災害の激甚化・多発化
- 持続可能で多様性と包摂性のある社会への関心の高まり 等

## 【第3章 政策の基本方針】

### 1. 消費者政策において目指すべき社会の姿等

### 2. 今期計画における消費者政策の基本的方向

(1)消費者被害の防止

(2)消費者の自立と事業者の自主的取組の加速

(3)協働による豊かな社会の実現

(4)デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応

(5)「新しい生活様式」の実践や災害時への対応

## 【第5章 重点的な施策の推進】

### 1. 消費者被害の防止

### 2. 消費者による公正かつ持続可能な社会への 参画等を通じた経済・社会構造の変革促進

### 3. 「新しい生活様式」の実践その他多様な課題への機動的・集中的な対応

### 4. 消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施

### 5. 消費者行政を推進するための体制整備

## 【第4章 政策推進のための行政基盤の整備】

情報

人材

財政

法令等

## 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
- 2 消費者教育の推進の必要性
- 3 基本方針の視点・位置づけ

## 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
- 2 各主体の役割と連携・協働
- 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

## 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
- 2 消費者教育の人材(担い手)の育成・活用
- 3 消費者教育の資源等

## 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
- 2 基本方針の達成度の検証

# 令和3年の地方からの提案等に関する対応方針について

- 令和3年「地方分権改革に関する提案募集」において、本年の重点募集テーマである「計画策定等」について、国の「消費者基本計画」と「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の対象期間のずれ(※)による地方公共団体の負担に関する提案を受け、それを踏まえた対応方針が閣議決定されたところ。

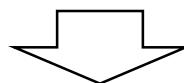
※消費者基本計画 : R2～R6年度

消費者教育基本方針 : H30～R4年度

「令和3年の地方からの提案等に関する対応方針」(令和3年12月21日閣議決定)(抄)

(1) 消費者基本法(昭43法78)及び消費者教育の推進に関する法律(平24法61)

(ii) 消費者基本計画(消費者基本法9条1項)と消費者教育の推進に関する基本的な方針(消費者教育の推進に関する法律9条1項)については、両者の対象期間を一致させるため、次期消費者教育の推進に関する基本的な方針の対象期間について、消費者教育推進会議の意見を聴いた上で検討し、令和3年度中に結論を得る。その結果に基づいて必要な措置を講ずる。



- この方針を踏まえ、消費者教育基本方針の対象期間については次期に限り「7年間」とすることで対応してはどうか。

※従前と同様、中間的な見直しを実施。

# 地域における消費者教育推進体制①

## 3-5 消費者教育推進協議会の設置、消費者教育推進計画の策定

○目標 都道府県内の政令市及び中核市の対応済みの割合50%以上。  
 → 政令市及び中核市について対応済みの割合50%以上の都道府県は、  
 協議会の設置は14/44、推進計画の策定は16/44。

都道府県	都市名	都市区分	協議会の設置		推進計画の策定	
			対応済	対応済割合	対応済	対応済割合
北海道	札幌市	政令市	○		○	
	旭川市	中核市		33%		33%
	函館市	中核市				
青森県	青森市	中核市				
	八戸市	中核市		0%		0%
岩手県	盛岡市	中核市		0%		0%
宮城県	仙台市	政令市	○	100%	○	100%
秋田県	秋田市	中核市		0%		0%
山形県	山形市	中核市		0%		0%
福島県	郡山市	中核市				
	いわき市	中核市	○	33%	○	67%
	福島市	中核市				
茨城県	水戸市	中核市	○	100%	○	100%
栃木県	宇都宮市	中核市		0%		0%
群馬県	前橋市	中核市		0%		0%
	高崎市	中核市				
埼玉県	さいたま市	政令市	○		○	
	川越市	中核市		25%		25%
	越谷市	中核市				
	川口市	中核市				
千葉県	千葉市	政令市	○		○	
	船橋市	中核市		67%		67%
東京都	柏市	中核市	○		○	
	八王子市	中核市	○	100%	○	100%
神奈川県	川崎市	政令市	○		○	
	横浜市	政令市	○		○	
	相模原市	政令市	○		○	
	横須賀市	中核市				
新潟県	新潟市	政令市	○	100%	○	100%
	富山県	中核市		0%		0%
石川県	金沢市	中核市		0%		0%
	福井県	中核市		0%		0%
山梨県	甲府市	中核市		0%		0%
	長野県	中核市	○	50%	○	50%
岐阜県	松本市	中核市				
	岐阜市	中核市	○	100%	○	100%
静岡県	静岡市	政令市	○		○	
	浜松市	政令市	○	100%	○	100%
愛知県	名古屋市	政令市	○		○	
	豊田市	中核市				
	豊橋市	中核市				
	岡崎市	中核市				
	一宮市	中核市				

都道府県	都道府県	都市名	都市区分	協議会の設置		推進計画の策定	
				対応済	対応済割合	対応済	対応済割合
滋賀県	滋賀県	大津市	中核市			0%	0%
大阪府	京都府	京都市	政令市	○	100%	○	100%
	大阪府	大阪市	政令市	○		○	
	大阪府	堺市	政令市	○		○	
	大阪府	高槻市	中核市				
	大阪府	東大阪市	中核市				
	大阪府	豊中市	中核市				
	大阪府	枚方市	中核市				
	大阪府	八尾市	中核市				
	大阪府	守屋川市	中核市				
	大阪府	吹田市	中核市				
兵庫県	兵庫県	神戸市	政令市	○		○	
	兵庫県	姫路市	中核市	○		○	
	兵庫県	西宮市	中核市	○		○	
	兵庫県	尼崎市	中核市				
	兵庫県	明石市	中核市				
	奈良県	奈良市	中核市			0%	0%
	和歌山県	和歌山市	中核市			0%	100%
岡山県	鳥取県	鳥取市	中核市	○	100%	○	100%
	鳥取県	島根県	松江市	中核市	○	100%	○
	岡山県	岡山市	政令市	○		○	
	岡山県	倉敷市	中核市			50%	50%
	広島県	広島市	政令市	○		○	
	広島県	福山市	中核市			33%	33%
	広島県	福山市	中核市				
	山口県	山口市	中核市			0%	0%
	香川県	香川県	高松市	中核市		0%	0%
	愛媛県	松山市	中核市			0%	0%
高知県	高知県	高知市	中核市			0%	0%
	福岡県	北九州市	政令市				
	福岡県	福岡市	政令市	○		○	
	福岡県	久留米市	中核市				
	長崎県	長崎市	中核市			0%	0%
熊本県	長崎県	佐世保市	中核市				
	熊本県	熊本市	政令市	○	100%	○	100%
	大分県	大分市	中核市			0%	0%
	宮崎県	宮崎市	中核市			0%	0%
	鹿児島県	鹿児島市	中核市			0%	0%
沖縄県	沖縄県	那覇市	中核市			0%	0%

※赤色表示は未達成都道府県

# 地域における消費者教育推進体制②

## 3-4 消費者教育コーディネーターの配置の推進

- 目標 全都道府県、政令市で配置  
 → 40/47都道府県で配置、16/20政令市で配置。

消費者教育コーディネーターの配置(全都道府県)

北海道	○	東京都	○	滋賀県	○	香川県	
青森県	○	神奈川県	○	京都府	○	愛媛県	○
岩手県	○	新潟県	○	大阪府	○	高知県	○
宮城県	○	富山県	○	兵庫県	○	福岡県	
秋田県		石川県	○	奈良県	○	佐賀県	○
山形県	○	福井県	○	和歌山県	○	長崎県	○
福島県		山梨県	○	鳥取県	○	熊本県	○
茨城県	○	長野県	○	島根県	○	大分県	
栃木県	○	岐阜県		岡山県	○	宮崎県	○
群馬県	○	静岡県	○	広島県		鹿児島県	○
埼玉県	○	愛知県	○	山口県	○	沖縄県	○
千葉県	○	三重県	○	徳島県	○		

※赤色表示は未配置都道府県

消費者教育コーディネーターの配置(政令市)

札幌市	○	横浜市	○	名古屋市	○	岡山市	○
仙台市	○	相模原市	○	京都市		広島市	○
さいたま市	○	新潟市	○	大阪市	○	北九州市	
千葉市	○	静岡市	○	堺市		福岡市	○
川崎市	○	浜松市	○	神戸市	○	熊本市	

※赤色表示は未配置政令市

# 第4期消費者教育推進会議取りまとめ

## 第4期消費者教育推進会議(令和元年10月～令和3年9月)における審議等の概要

### 1. 分科会における審議・提言

#### (1)全世代における体系的な消費者教育に向けた連携に関する分科会(令和2年10月取りまとめ)

- 消費者教育の機会を確保するため、地方公共団体が地域の様々な担い手と連携し、「つながり」を創出するコーディネート機能を発揮し、「計画的」に取り組むことを期待。

#### (2)社会のデジタル化に対応した消費者教育に関する分科会(令和3年5月取りまとめ)

- デジタル化に対応した消費者教育として重点化すべき内容、ライフステージに応じて重点化すべき内容、デジタル化を踏まえた消費者教育の場や情報発信手法等について整理。

### 2. 消費者教育ポータルサイトの見直しの検討

- 消費者教育推進会議委員等による検討会を開催し、見直しの方向性等について、第30回推進会議において報告。

### 3. 緊急時における消費者行動についての提言

- 緊急時に消費者が合理的に行動できるよう、第28回消費者教育推進会議で議論を行い、消費者教育として必要と考えられる対応を取りまとめ(令和3年1月)。

### 4. 成年年齢引下げに向けた取組

- 「成年年齢引下げに伴う消費者教育全力」キャンペーンについて、第29回消費者教育推進会議において報告。

## 次期(第5期)消費者教育推進会議における課題等

### ○ 消費者教育の推進に関する基本的な方針の見直しに向けた検討とともに、以下事項についての議論を期待。

#### 1. 社会のデジタル化に対応した消費者教育

生活をより豊かにするために消費者教育としてもデジタル技術の積極的な活用を促す視点を基本に、誰一人取り残さないデジタル化のための担い手の育成も含めた支援の在り方、消費者教育ポータルサイトを活用した情報発信・提供、デジタル教材開発等。

#### 2. 体系的な消費者教育推進のための体制整備

成年年齢引き下げをも見据え、若年者を始め、社会人や高齢者等全世代への体系的な消費者教育推進のため、地域の実情を踏まえた情報発信や地域の消費者教育の底上げが必要であり、他の消費者施策等と整合性を図った消費者教育推進計画の策定・検証、消費者教育コーディネーター等の配置・運用の促進等の体制整備推進のための支援方策等。

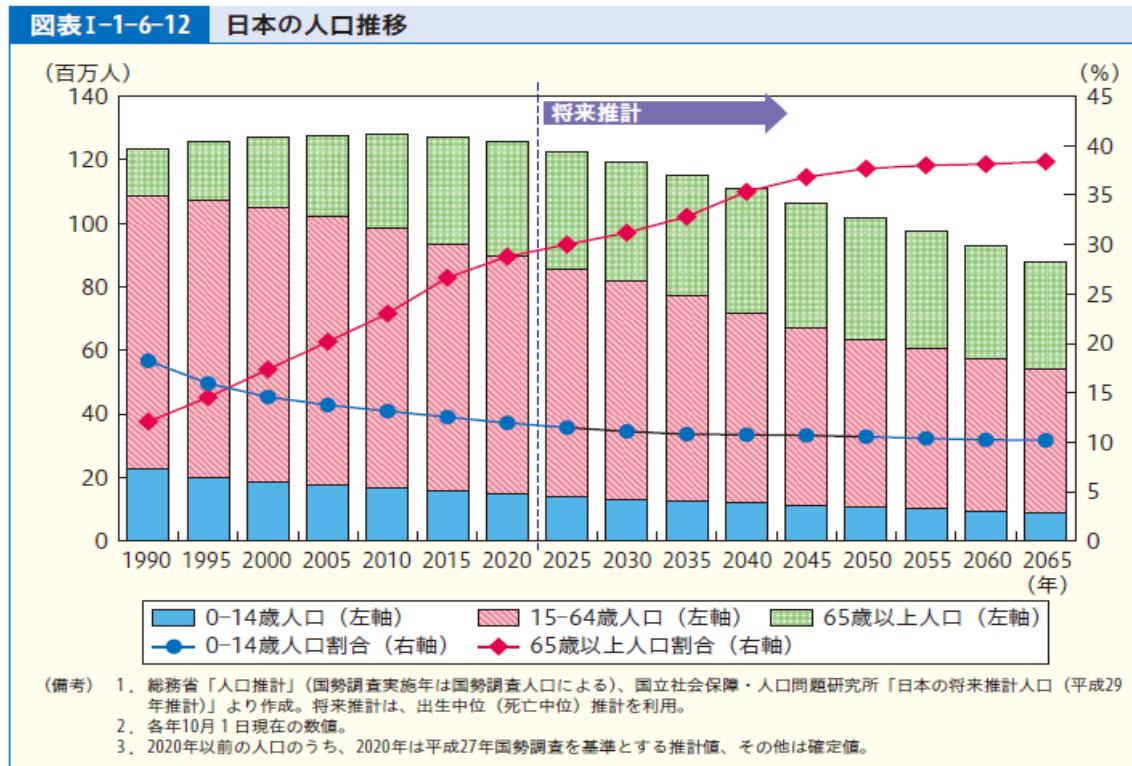
#### 3. 消費者市民社会(※)の実現に向けた消費者教育

SDGs推進や新型コロナウイルス感染症等の消費者を取り巻く環境の変化を受け、事業者等と連携・協働して消費者市民社会の形成に参画する消費者の育成がますます重要となっており、消費者市民社会の理解促進やエシカル消費の普及啓発等の施策の効果的な手法や担い手への支援方策等。

※ 消費者が持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会

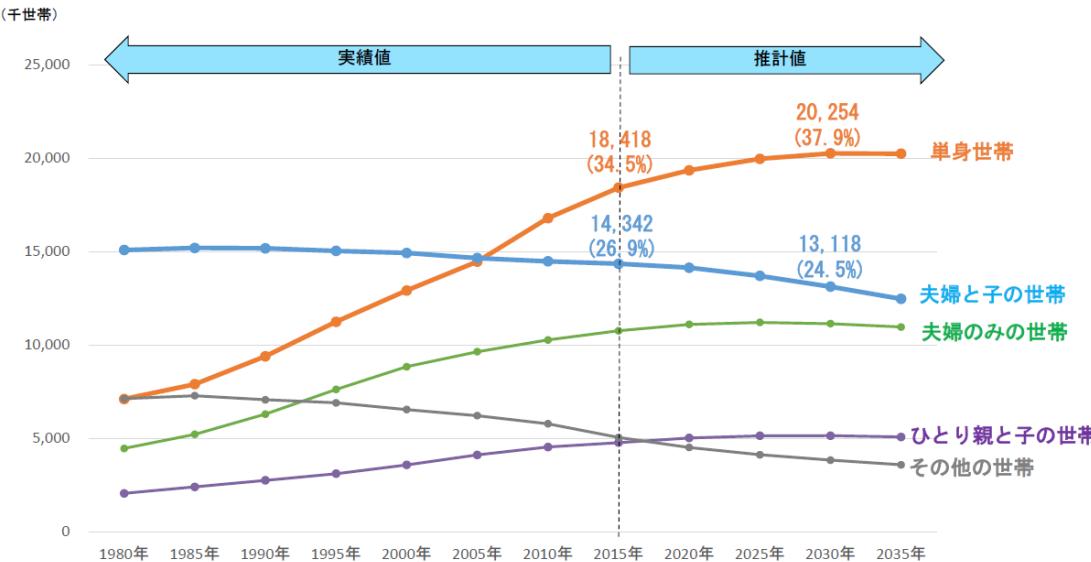
# 高齢化の進行

- 平均寿命の延伸に伴って高齢者人口は増加しており、超高齢化社会を迎えている。
- 今後も総人口は減少する中で、高齢化率は更に上昇するとの推計も。



(備考) 消費者庁「令和3年消費者白書」より抜粋。

# 孤独・孤立化



## 世帯数の変化

単身世帯は増加傾向にあり、今後のその傾向が予測される。

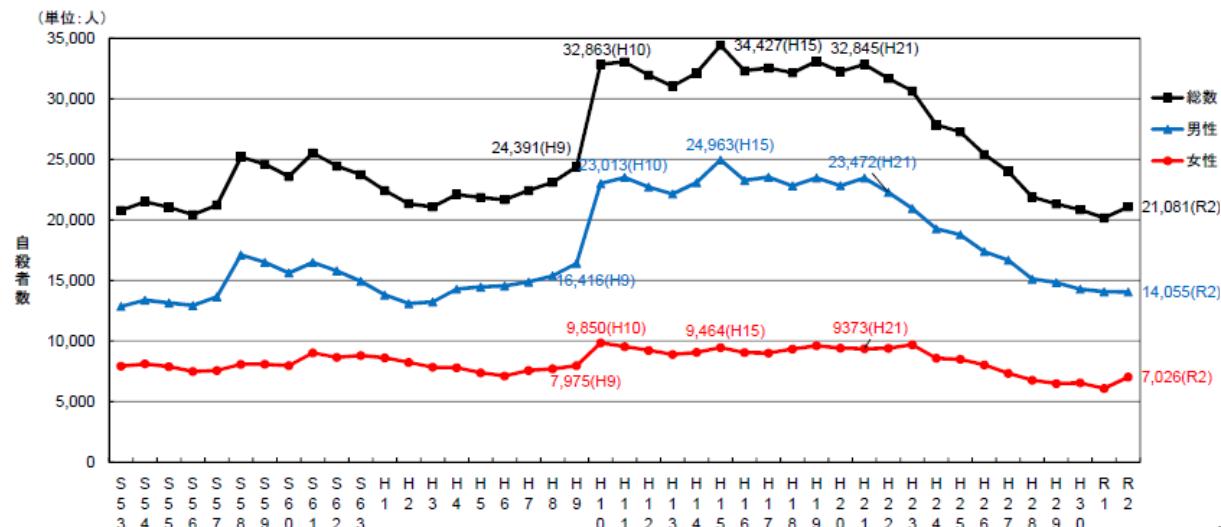
注:「その他の一般世帯」は、夫婦と両親、夫婦とひとり親、夫婦と子どもと親、夫婦と他の親族、夫婦と子どもと他の親族、夫婦と親と他の親族、兄弟姉妹のみからなる世帯や他に分類されない世帯を対象としている。

出典:国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計(全国推計)」(平成30年推計)

18

## 自殺者数の変化

自殺者数は、令和2年に21,081人となり、11年ぶりに  
対前年比で増加  
(前年比912人増)。



(備考)厚生労働省自殺対策推進室 警察庁生活安全局生活安全企画課「令和2年中における自殺の状況」より抜粋。

11

# 成年年齢の引き下げ(2022年4月施行)の影響

- 成年年齢引下げにより、18歳から、親の同意なく契約、10年有効のパスポートの取得等ができるようになる。
- 一方、飲酒・喫煙・競馬等は、これまでと変わらず20歳にならないとできない。
- なお、選挙については、2016年6月以降、18歳から投票できるようになっている。

## 18歳(成年)になったらできること

- ◆親の同意がなくても契約できる
  - ・携帯電話の契約
  - ・ローンを組む
  - ・クレジットカードをつくる
  - ・一人暮らしの部屋を借りる など
- ◆10年有効のパスポートを取得する
- ◆公認会計士や司法書士、医師免許、薬剤師免許などの国家資格を取る
- ◆結婚  
女性の結婚可能年齢が16歳から18歳に引き上げられ、男女とも18歳に。
- ◆性同一性障害の人が性別の取扱いの変更審判を受けられる  
※普通自動車免許の取得は従来と同様、「18歳以上」で取得可能

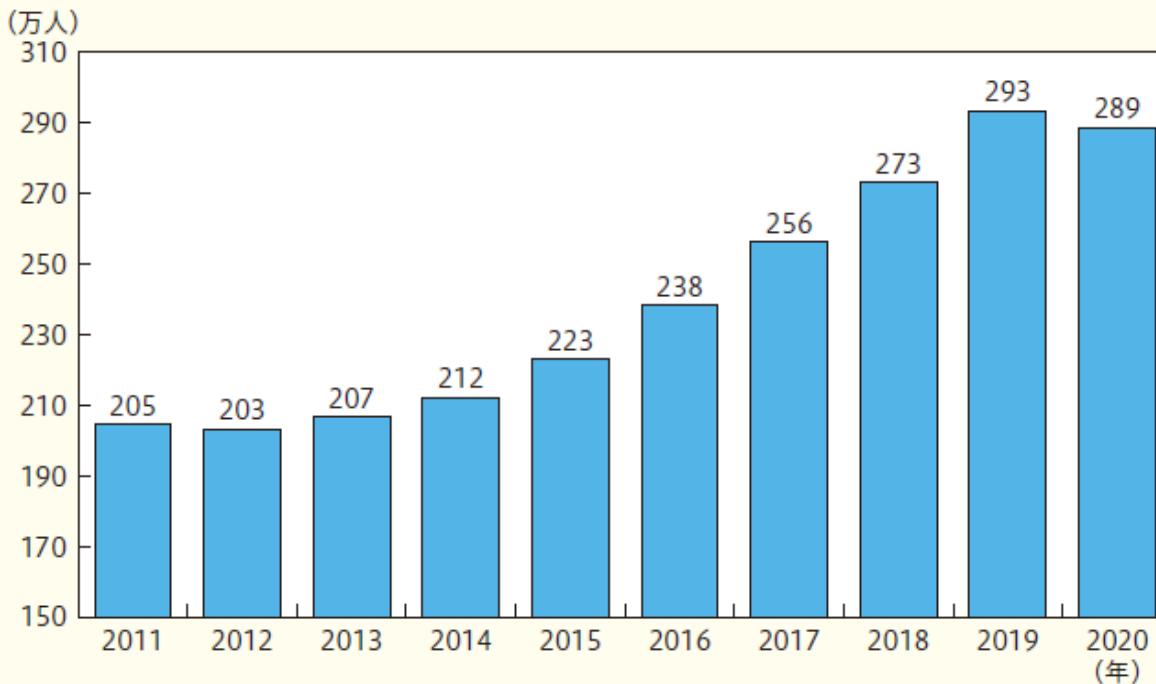
## 20歳にならないとできないこと (これまでと変わらないこと)

- ◆飲酒をする
- ◆喫煙をする
- ◆競馬、競輪、オートレース、競艇の投票券(馬券など)を買う
- ◆養子を迎える
- ◆大型・中型自動車運転免許の取得

# 在留外国人の動向

- 近年増加傾向にあった日本に在留する外国人数は、2020年は新型コロナウイルス感染症の影響により減少。一方、労働市場における外国人に対する新たな在留資格の創設等を踏まえると中長期的には増加が期待される。

図表I-1-6-15 日本に在留する外国人の推移



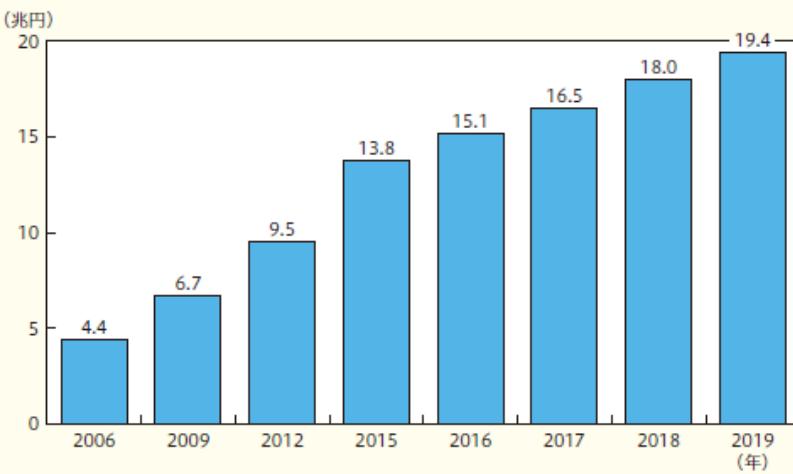
(備考) 1. 法務省2021年3月31日報道発表資料により作成。  
2. 日本に在留する外国人数については、2011年末の統計までは、当時の外国人登録者数のうち、現行の出入国管理及び難民認定法第19条の3に規定する「中長期在留者」に該当し得る在留資格を持って在留する者及び「特別永住者」の数であり、2012年末の統計からは、「中長期在留者」及び「特別永住者」の数。

(備考) 消費者庁「令和3年消費者白書」より抜粋。

# デジタル化の進展

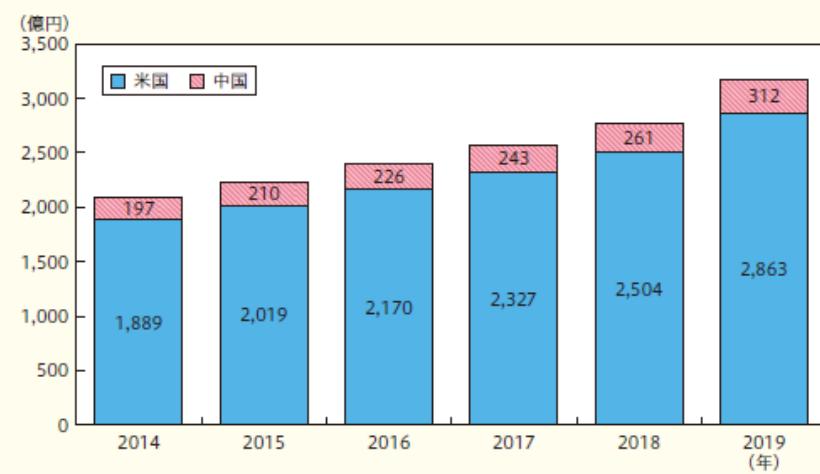
- ・ 国内の事業者・消費者間のデジタル取引はこの10年大きく増加。
- ・ 越境的なデジタル取引も増加しており、日米間のデジタル取引の市場規模は、2019年において2014年と比べて約1.5倍。

図表I-1-6-16 国内の電子商取引（BtoC）市場規模の推移



（備考） 経済産業省「電子商取引に関する市場調査」により作成。

図表I-1-6-17 越境的な電子商取引（BtoC）市場規模の推移



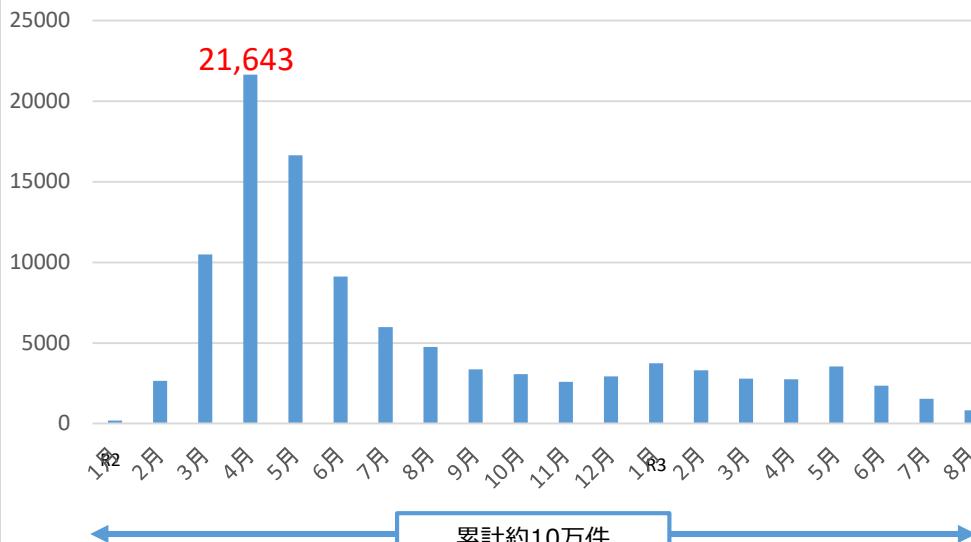
（備考） 経済産業省「電子商取引に関する市場調査」により作成。

（備考）消費者庁「令和3年消費者白書」より抜粋。

# 消費者庁における新型コロナウイルス感染症への対応

## 新型コロナ関連の消費生活相談の状況

### (1) 受付件数の月別推移



(出典) 8月26日までにPIO-NETに「新型コロナ関連」として登録された消費生活相談を受付月別に集計

### (2) 主な相談内容

- マスク等の品不足や転売に関するもの
- 旅行や結婚式、スポーツジム等のキャンセル料に関するもの
- 新型コロナに便乗した悪質商法等に関するもの
  - ・新型コロナウイルスへの効能を表示する商品
  - ・給付金に関連した詐欺が疑われるもの
  - ・身に覚えのないマスク等の送り付け
- 新型コロナワクチンに関するもの

など

## 消費者庁の主な取組

### (1) 詐欺・悪質商法への注意喚起等

- ・消費者ホットライン188、新型コロナウイルス給付金関連消費者ホットライン0120-213-188、新型コロナワクチン詐欺消費者ホットライン0120-797-188による消費生活相談体制の強化
- ・根拠のない表示を行う事業者への改善要請
- ・悪質商法への注意喚起

など

### (2) 品不足や転売問題への対応

- ・国民生活安定緊急措置法に基づくマスク(令和2年3月15日施行)やアルコール消毒製品(令和2年5月26日施行)の転売禁止等

※令和2年8月29日にいずれも転売規制解除

### (3) 「新しい生活様式」における買い物や外食等での消費者向け留意事項の呼びかけ

### (4) 新型コロナ関連消費者向け情報の強化

- ・消費者庁HPやLINE公式アカウント等を活用した情報発信の強化

# 自然災害と関連する消費者相談

- 近年では、毎年のように全国各地で自然災害が頻発し、甚大な被害が発生。
- 2018年は、地震、豪雨、台風など、多くの自然災害に見舞われ、東日本大震災の発生後、自然災害に関する消費生活相談件数が最大に。2019年も、日本では8月から10月にかけて、台風による大きな災害に見舞われ、相談件数は、前年を上回る6,821件に。

【平成27年9月関東・東北豪雨】【平成28年4月熊本地震】【平成28年8月台風第10号】【平成29年7月九州北部豪雨】



①鬼怒川における浸水被害  
(茨城県常総市)



②阿蘇大橋地区の  
大規模土砂灾害  
(熊本県南阿蘇村)



③小本川の氾濫による浸水被害  
(岩手県岩泉町)



④赤谷川における  
土砂・洪水氾濫及び流木による被害  
(福岡県朝倉市)

【平成23年1月霧島山噴火】  
(H29.10, H30.3噴火)



⑤新燃岳噴火による広域降灰被害  
(鹿児島県霧島市)

【平成30年7月豪雨】  
(H29.7月豪雨)



⑥小田川における浸水被害  
(岡山県倉敷市)



⑦神戸港・関空における浸水被害  
(兵庫県神戸市、大阪府泉佐野市)



⑧厚真町の大規模土砂灾害  
(北海道勇払郡厚真町)

【令和元年8月前線に伴う大雨】【令和元年9月台風第15号】【令和元年10月台風第19号】



⑨牛津川の浸水被害  
(佐賀県小城市)

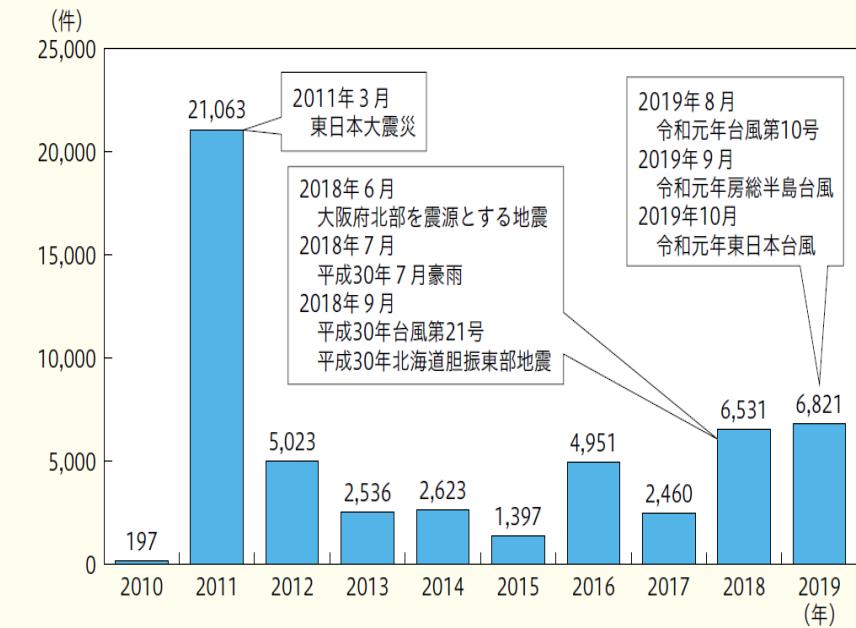


⑩倒木の状況  
(千葉県鴨川市)



⑪千曲川における浸水被害  
(長野県長野市穂保地先)

図表I-1-4-5 自然災害に関する消費生活相談件数



(備考)国土交通省資料より抜粋。

(備考)消費者庁「令和2年消費者白書」より抜粋。

# 持続可能な開発目標(SDGs)

- 2015年9月の国連サミットで全会一致で採択。「誰一人取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現のため、2030年を年限とする17の国際目標。（その下に、169のターゲット、232の指標が決められている。）



## 普遍性

先進国を含め、全ての国が行動

## 包摂性

人間の安全保障の理念を反映し  
「誰一人取り残さない」

## 参画型

全てのステークホルダーが役割を

## 統合性

社会・経済・環境に統合的に取り組む

## 透明性

定期的にフォローアップ

### 前身：ミレニアム開発目標 (Millennium Development Goals: MDGs)

- 2001年に国連で専門家間の議論を経て策定。2000年に採択された「国連ミレニアム宣言」と、1990年代の主要な国際会議で採択された国際開発目標を統合したもの。
- 発展途上国向けの開発目標として、2015年を期限とする8つの目標を設定。
  - ①貧困・飢餓、②初等教育、③女性、④乳幼児、⑤妊産婦、⑥疾病、⑦環境、⑧連帯)
  - ✓ MDGsは一定の成果を達成。一方で、未達成の課題も残された。
    - 極度の貧困半減（目標①）やHIV・マラリア対策（同⑥）等を達成。
    - ✗ 乳幼児や妊産婦の死亡率削減（同④、⑤）は未達成。サブサハラアフリカ等で達成に遅れ。

環境  
(リオ+20)

人権

平和

# 消費生活相談の傾向

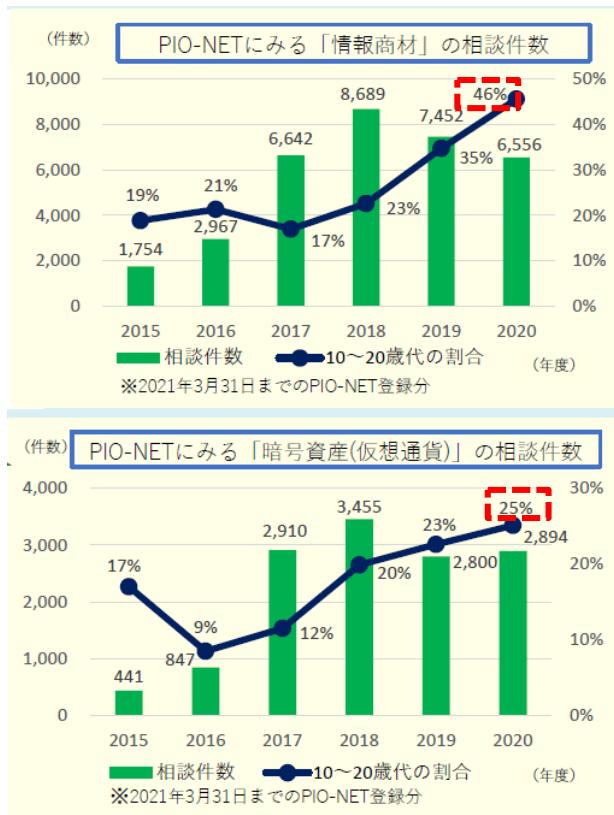
## (若者)

- ・インターネットや美容関連の相談が上位に。
- ・「情報商材」や「暗号資産(仮想通貨)」をめぐるトラブルの動向を見ると、10~20歳代の割合が増加。

## (高齢者)

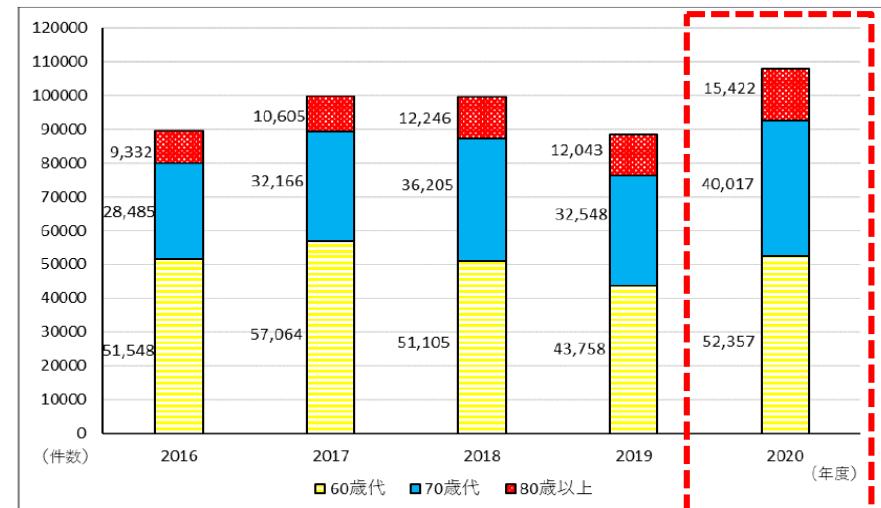
- ・通信販売に関する相談が増加し、店舗購入や訪問販売、電話勧誘販売の相談は減少。
- ・架空請求の相談は大幅に減少し、健康食品等の定期購入に関する相談が増加。

### (若者) 「情報商材」「暗号資産(仮想通貨)」に関する相談件数における10歳~20歳の割合



### (高齢者)

#### 高齢者の「通信販売」に関する相談件数



(出展)国民生活センター発表資料より抜粋。