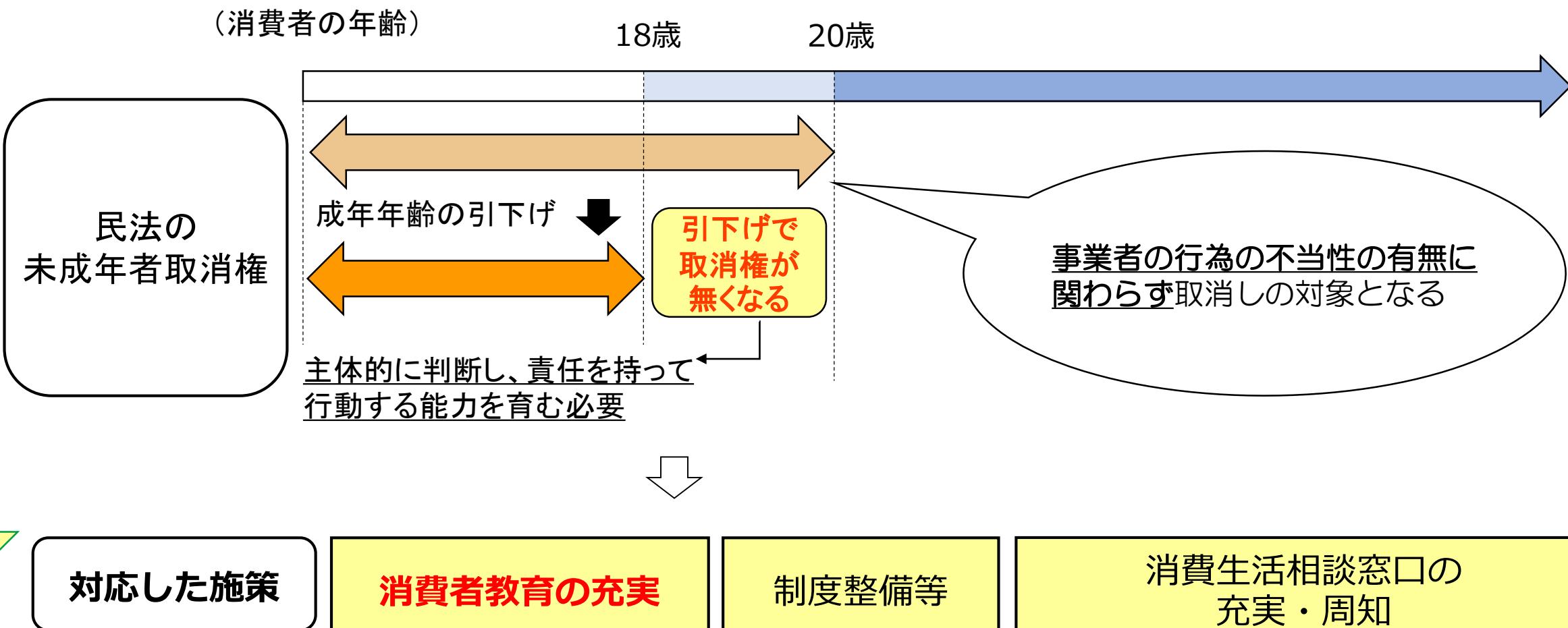


若年者への消費者教育の推進

資料2-1

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（令和4年4月施行予定）



「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。
2021年度は成年年齢引下げの最後の1年に当たることから引き続き実施。

令和3年度は、成年年齢引下げ施行に向けた最後の1年



「成年年齢引下げに伴う消費者教育全力」キャンペーン

として関係省庁と連携しつつ、地方公共団体・大学等、関係団体、メディア等も巻き込んだ重層的取組を行う

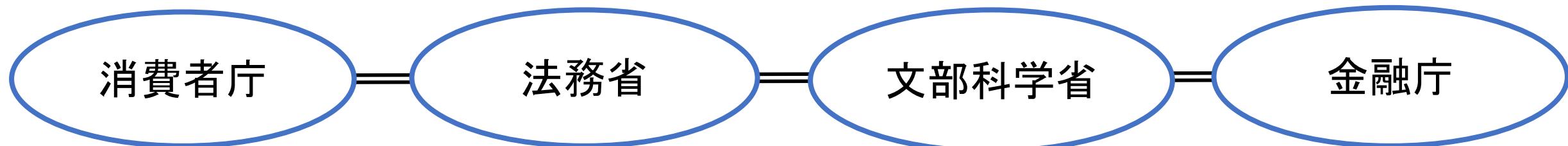
- 消費生活上の契約、家計管理等に関する教育
- 消費者被害防止に資する教育

※平成30年のアクションプログラムの内容はキャンペーンに取り込んで実施。



令和3年4月～取組をスタート

<「成年年齢引下げに伴う消費者教育全力」キャンペーン>



関係4省庁が連携し、各々の立場から関係各所に働き掛け重層的に取り組む

4省庁決定事項

地方公共団体・大学等
への働き掛け
(都道府県(教育委員会含む)、
大学等への働き掛け 等)

関係団体への
働き掛け
(消費者団体、日弁連、
金融関係団体 等)

イベント・メディアを通
じた周知
(イベント・セミナー、
SNS等の活用 等)

コンテンツの充実・活用の促進

(各種動画、授業用教材 等)

地方公共団体・大学等への働き掛け

【4省庁連携】

- 都道府県(教育委員会含む)、大学等への働き掛け(関係省庁連名の通知)

【消費者庁】

- 地域における消費者教育等の充実・強化に向けた地方公共団体への直接的な働き掛け
- 地方公共団体、関係団体と連携した高校・大学向け出前講座の実施
- 情報発信、セミナー開催等の実施について関係団体へ働き掛け
- 徳島の高校で実施した消費者教育のベストプラクティス等を横展開

【文部科学省】

- 「消費者教育アドバイザー」の派遣の実施

【法務省】

- 地方公共団体で実施している教員向け研修への講師派遣の実施
- 高校等における成年年齢引下げをテーマとした若者との意見交換会(オンライン含む)の実施

【金融庁】

- 高校・大学等での金融経済教育に関する出張授業(オンライン含む)の実施
- 地方公共団体で実施している教員向け研修への講師派遣の実施

関係団体への働き掛け

【4省庁連携】

- 消費者団体、日弁連、金融関係団体等、各省の若年者に関連する団体を通じた注意喚起・情報発信を働き掛け

イベント・メディアを通じた周知

(イベント)

【4省庁連携】

- シンポジウム・セミナー等の開催(4省庁連携)

【消費者庁】

- 地方公共団体と連携したシンポジウム等の開催
- 成人式等を活用した取組の働き掛け
- 消費者月間や若年者が多く参加するイベントを活用した情報発信

【文部科学省】

- 消費者教育フェスタの開催

【法務省】

- 教員向け法教育セミナー等の開催

(メディアを通じた情報発信)

【4省庁連携】

- テレビ等を活用した周知

【消費者庁】

- インターネット広告、SNS広告等を活用した周知
- 消費者庁専用Twitter(消費者庁「18歳から大人」)、若年者向け消費者情報発信用LINEアカウント及び特設サイトを活用した周知

【法務省】

- インターネット広告を活用した成年年齢引下げの周知

コンテンツの充実・活用の促進

【4省庁連携】

- 実践的な消費者教育に資するコンテンツを作成し、情報発信に活用

【消費者庁】

- 契約、家計管理や消費者被害拡大防止等に資する動画等を作成し、SNS等での情報発信に活用
- 特別支援学校向け教材、若年者向けアプリ教材等を作成し、高等学校等での活用を促進

【法務省】

- 成年年齢引下げに向けた高校生向け法教育リーフレットを作成・配布し、活用を促進
- 成年を迎えるに当たって知っておきたい知識を集約し、マンガ、クイズや解説を交えて伝える特設ウェブサイトのコンテンツを追加し、活用を促進

【金融庁】

- 年齢層別の動画コンテンツを作成し、活用を促進

若年者へ向けた情報発信

○消費者庁「18歳から大人」 Twitterアカウントでのツイート(3月22日)

https://twitter.com/caa_18sai_otona



消費者庁「18歳から大人」
@caa_18sai_otona

2022年4月から成年年齢が引き下げられ、「18歳から大人」に！大人になると一人で契約ができるようになるなど、世界が広がりますね！でも注意も必要です。消費者庁では、大人になる方に向けていろいろな情報をお届けしていきます。

自己紹介を翻訳

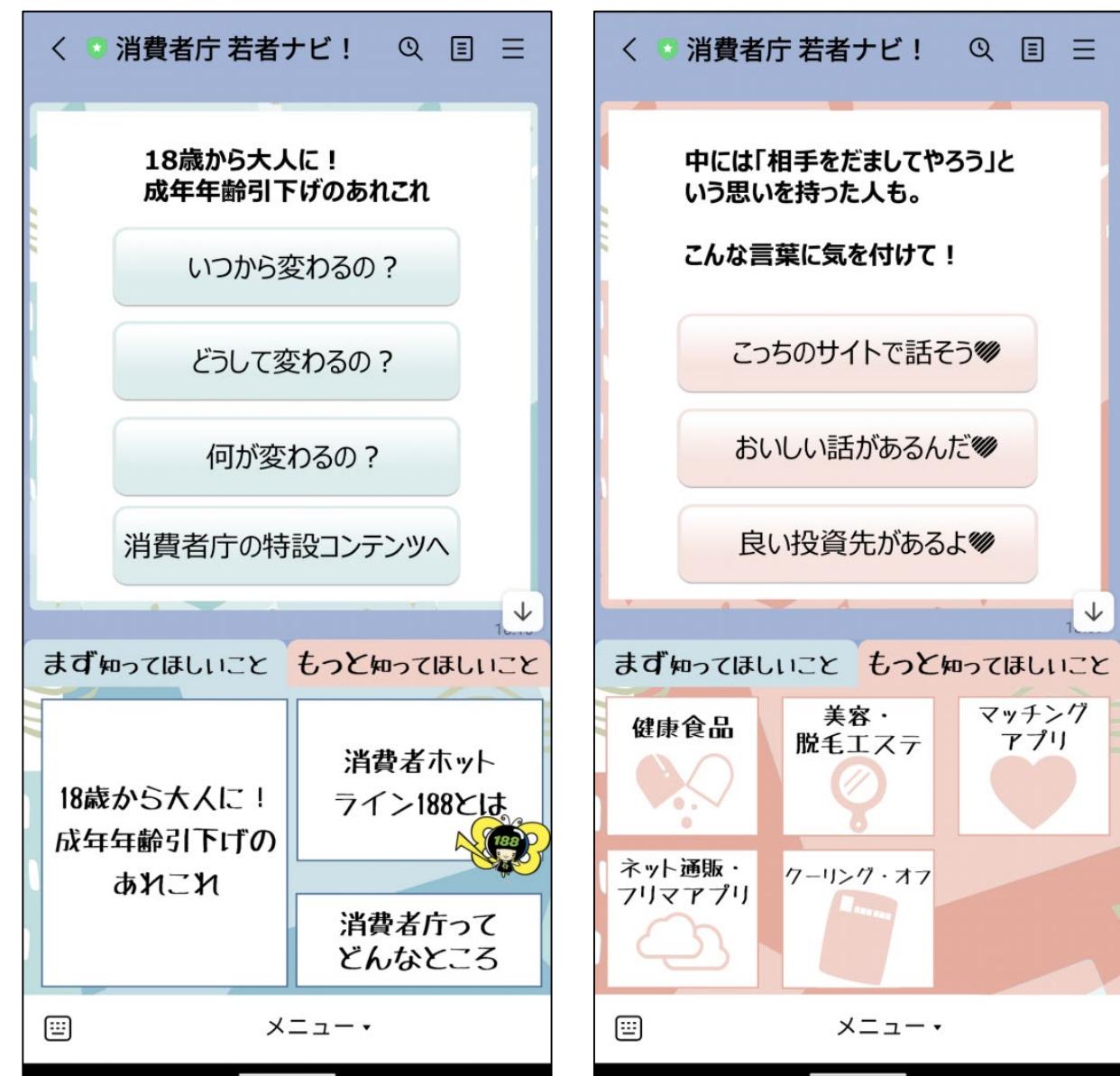
ツイート ツイートと返信 メディア いいね

消費者庁「18歳から大人」 @caa_18sai_otona 5分
【#18歳から大人】まであと375日】「成年年齢引下げに伴う消費者教育全効力」キャンペーン実施決定！2022年4月からは18歳で大人！一人で契約ができるようになるなど世界が広がりますが、注意も必要です！いま見るべき情報を#18歳から大人で発信していきます！
[#18歳から大人
caa.go.jp/policies/polic...](https://caa.go.jp/policies/polic...)

2022年4月から、成年年齢が18歳に！

¥儲かるよ！ キレイになるよ！ 友達誘わない？ おいしい話にはウラがある 初回無料！ 契約トラブルで困ったら！?

OLINE公式アカウント 「消費者庁 若者ナビ！」 (令和3年8月4日開設)



消費者庁 若者ナビ！

18歳から大人に！
成年年齢引下げのあれこれ

いつから変わるの？

どうして変わるの？

何が変わるの？

消費者庁の特設コンテンツへ

まず知ってほしいこと もっと知ってほしいこと

18歳から大人に！
成年年齢引下げの
あれこれ

消費者ホット
ライン188とは

消費者庁って
どんなところ

メニュー ▾

中には「相手をだましてやろう」と
いう思いを持った人も。
こんな言葉に気を付けて！

こっちのサイトで話そう♥

おいしい話があるんだ♥

良い投資先があるよ♥

まず知ってほしいこと もっと知ってほしいこと

健康食品 美容・
脱毛エステ マッチング
アプリ

ネット通販・
フリマアプリ クーリング・オフ

メニュー ▾

○「18歳から大人」特設ページ (消費者庁ウェブサイト)

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/consumer_education/lower_the_age_of_adulthood/

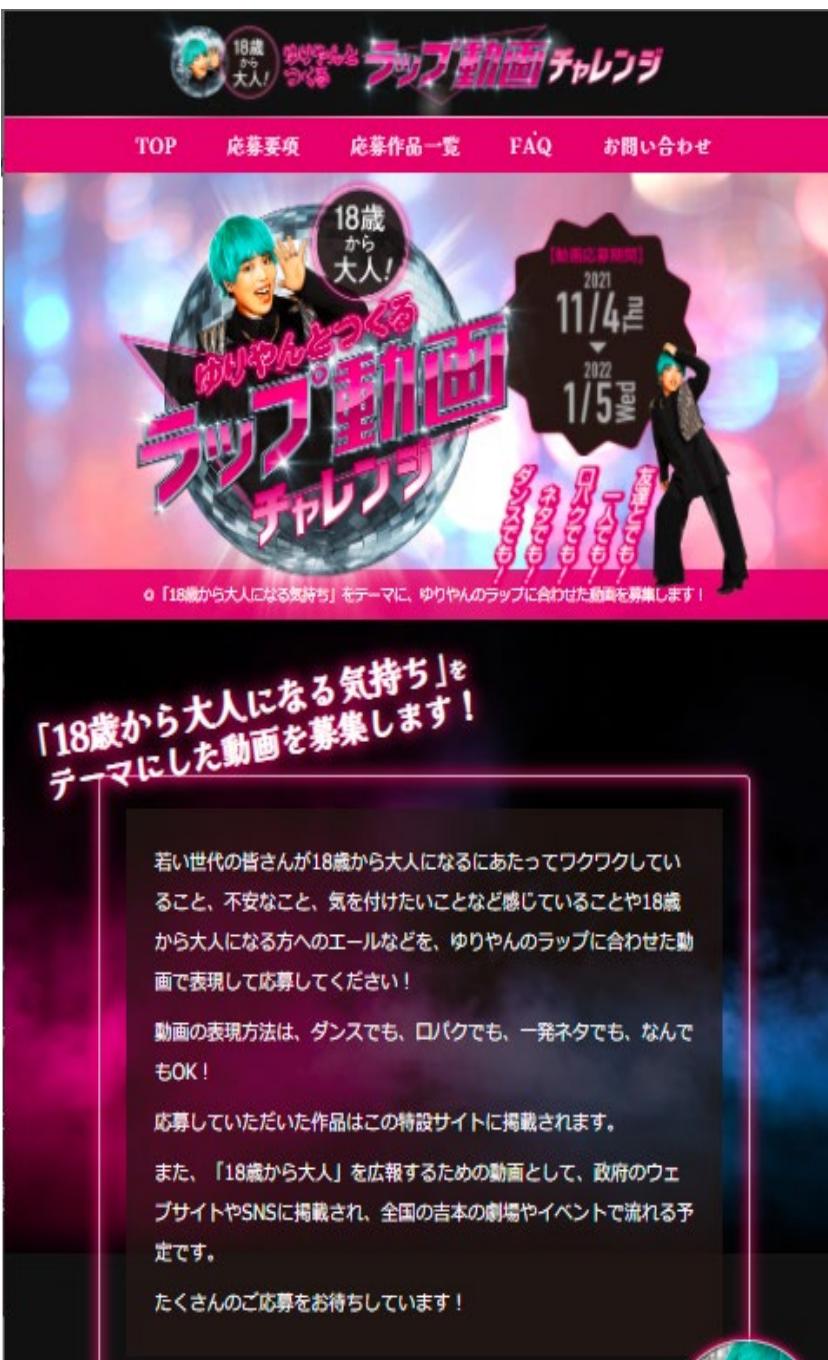
「18歳から大人」4省庁クレジット入り啓発ポスター



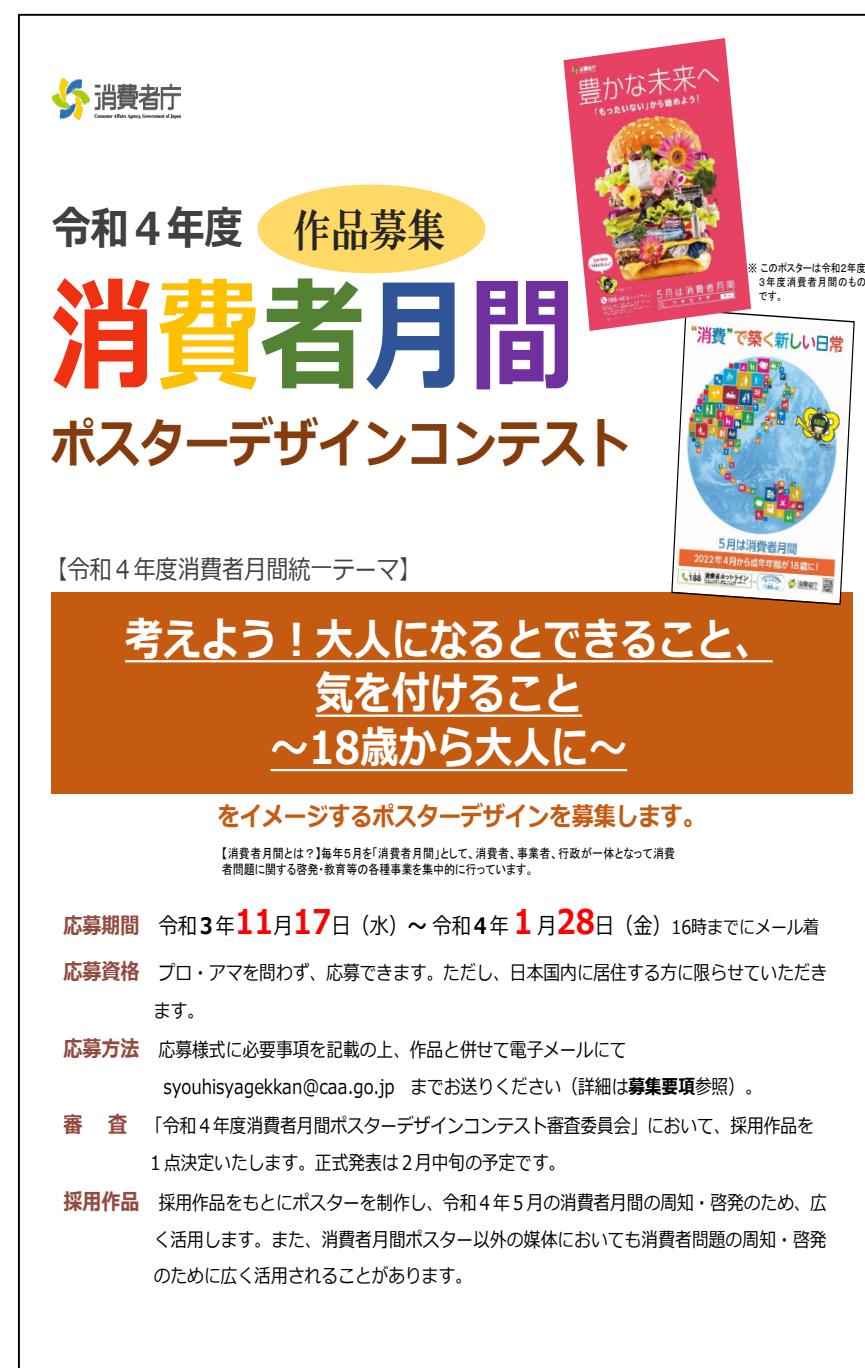
若年者を対象としたイベント

- 「18歳から大人！ゆりやんとつくるラップ動画チャレンジ」
(応募期間:11/4~1/5)

<https://otona18-challenge.caa.go.jp/>



- 令和4年度消費者月間
ポスター DESIGN CONTEST
(応募期間:11/17~1/28)



- 「TGC teen 2021 Winter」
成年年齢引下げに
関する啓発ステージ



成年年齢引き下げに向けた若年者への消費者教育・情報発信 地方公共団体に特にお願いしたこと

1 実践的な消費者教育の着実な実施

- 学校等における「社会への扉」等も活用した実践的な消費者教育の実施
 - 関係機関等とも連携した継続的な消費者教育の機会の確保
- ⇒ 消費者庁等が提供する教材や情報、出前講座も活用

◆「18歳から大人」特設ページ



定期的なチェック&情報活用を

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/consumer_education/lower_the_age_of_adulthood/

◆「18歳から大人」twitter



相互のフォロー・リツイートを

https://twitter.com/caa_18sai_otona

◆若者ナビ！(LINEアカウント)



友だち登録・周知を

<https://line.me/R/ti/p/%40837tiyqn>

2 若年者向けイベントの活用や関係団体等との連携による取組の推進

- 成人式や大学の各種ガイダンス等のイベントも活用した情報発信の取組



令和3年度は、あらゆる機会を活用し、成年年齢引き下げの周知を

「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」の進捗状況等について

1. 全国の高等学校等における「社会への扉」等を活用した授業の実施

(集中強化期間:2018年度～2020年度)

○2020年度の高等学校等での活用実績

・高等学校等数でみた実績

2018年度	⇒	2019年度	⇒	<u>2020年度</u>
38%(1／3程度)		67%(2／3程度)		<u>86%</u>
		うち、国公立	79%	うち、国公立
		私立	43%	私立
		特別支援学校	55%	特別支援学校
				95%
				65%
				81%

・都道府県数でみた実績(詳細は別表参照)

2018年度 ⇒ 2019年度 ⇒ 2020年度

域内の全高等学校等で実施	1	1	2
域内の70%以上の高等学校等で実施	6	28	45

※アクションプログラムでの目標(全ての高等学校等で実施した都道府県数)

2018年度:8都道府県 ⇒ 2019年度:25都道府県 ⇒ 2020年度:47都道府県

引き続き、100%を目指して働き掛け等の取組を実施する。

○今後の対応方針

2021年度は「成年年齢引下げに伴う消費者教育全力」キャンペーンに基づき、関係団体等を巻き込んだ重層的な取組を実施する(アクションプログラムの内容も取り込んで引き続き実施)。

・私立高等学校、特別支援学校への対応

⇒全力キャンペーンに基づき、外部講師を活用した私立高等学校、特別支援学校等向けの出前講座事業を実施する。

2. 消費者教育コーディネーターの育成・配置

○消費者教育コーディネーターの配置都道府県数

2017年4月:16 ⇒ 2018年4月:19 ⇒ 2019年4月:26 ⇒ 2020年4月:34

※アクションプログラムでの目標

2018年度:17都道府県 ⇒ 2019年度:30都道府県 ⇒ 2020年度:47都道府県

(参考)別表(2020年度における「社会への扉」等の活用実績)

(表1)2020年度における「社会への扉」等の活用実績

消費者教育教材活用校／域内の高等学校等数	都道府県の数	
	2019年度末実績(※1)	2020年度末実績
90%以上	3	27
80%以上～90%未満	16	28
70%以上～80%未満	9	6
60%以上～70%未満	7	2
50%以上～60%未満	7	—
50%未満	5	—
合計	47	47

(表2)学校種別における活用実績

消費者教育教材活用校 ／域内の高等学校等数	国公立高等学校等		私立高等学校等		特別支援学校		高等専門学校	
	2019年度末 実績	2020年度末 実績	2019年度 末実績	2020年度 末実績	2019年度 末実績	2020年度末 実績	2019年度 末実績	2020年度末 実績
90%以上	23	41	4	14	9	18	20	26
80%以上～90%未満	9	38	4	4	3	13	—	—
70%以上～80%未満	6	2	3	5	5	8	—	1
60%以上～70%未満	3	—	6	8	4	3	2	2
50%以上～60%未満	1	—	6	6	7	1	2	4
50%未満	5	—	24	7	19	4	18	9
合計 (※1)	47	47	47	47	47	47	42(※2)	42(※2)

※1 2019年度については、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う臨時休業により、活用を計画していたものの、実施できなかった高等学校等があった。

※2 高等専門学校がないため集計対象としていない県がある。

○ 特別支援学校(高等部)向け消費者教育用教材の開発 ～ショウとセイコと学ぼう！大切な契約とお金の話～

令和3年6月公表



(掲載ページ)

主に知的障害のある生徒を対象とする消費者教育用教材です。身近な買物や契約の仕組みなどを学ぶ「基礎編」と、契約トラブルの具体的な事例から対処法等を学ぶ「実践編」で構成し、合計7つのテーマを収録。

教材は、(1)スライド教材(基礎編・実践編)、(2)活用の手引、(3)ワークシート、(4)イラスト集から構成されています。

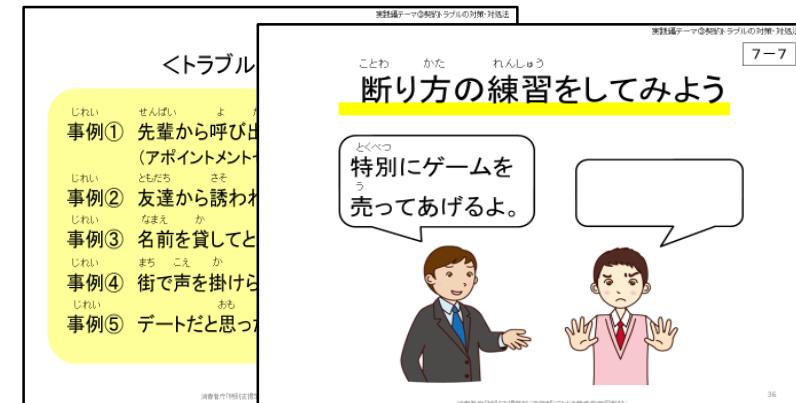
ポイント1 高校生のキャラクターと一緒に学ぶスタイルを採用

高校生のキャラクターであるショウとセイコが、トラブルにあって困ったり、失敗した場面を取り上げ、断り方や相談の仕方を具体的に学べるように工夫。



ポイント2 スライド教材は教員がカスタマイズ可能に

スライド教材は編集可能な形で提供し、教員が生徒の実態等に合わせてスライド教材の順番やイラスト等を変更したり、組み合わせることも可能。



ポイント3 教員向けに活用の手引、ワークシート等も制作

授業の参考になる情報を掲載した教員向けの手引や、ワークシート、スライドに使用したイラストを集めたイラスト集も制作。



テーマ

概要

基礎編

① 買物・契約の基本

売買契約の仕組みや、契約には権利と共に義務が生じることなどを学ぶ。

② 商品の選び方

買物をするときの手順や、購入目的に応じて商品を選ぶポイントについて学ぶ。

③ いろいろな支払方法

現金、カード、スマホ決済を使った支払方法の特徴と注意点について学ぶ。

④ 上手なお金のやりくり

収入と支出のバランスや、お金のやりくりが大切なことについて学ぶ。

実践編

① ネットショッピング

ネットショッピングの特徴や、トラブル事例から利用上の注意点や対処方法を学ぶ。

② スマホ・ネットでのトラブル

スマホ・ネットでのトラブル事例と、トラブルに遭わないための注意点について学ぶ。

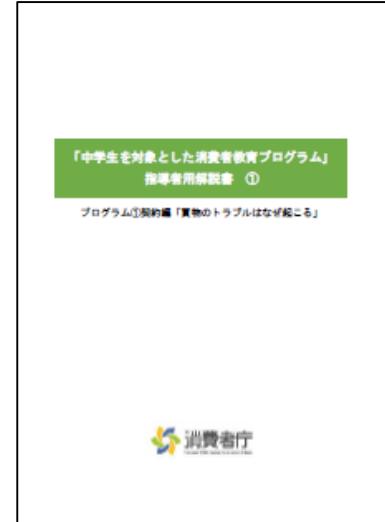
③ 契約トラブルの対策・対処法

身近な契約トラブル事例と、トラブルに遭わないための注意点について学ぶ。

このプログラムは、実際に中学生が巻き込まれた買物トラブルや、インターネット上の事実とは異なる情報に関するトラブル事例をヒントに、なぜそのようなトラブルが起こるのかを考え、話し合うことで、トラブルに遭わぬためにはどうすればよいか、生徒たち自らが、自分事として考えることができます。

契約の仕組みやその重要性を理解するために

プログラム①契約編「買物のトラブルはなぜ起こる」



「指導者用解説書」には、学習指導要領に基づいた指導案、事例の詳しい説明の他、授業実践例を掲載。

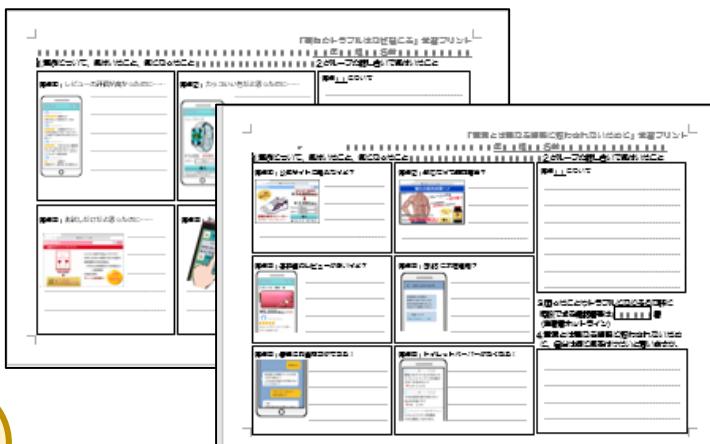
「指導者用解説書」①契約編（27P）②批判的思考力編（28P）



「買物のイメージ」（6事例）
「買物のトラブル事例」（6事例）

情報をうのみにしない、批判的思考力を身に着けるために

プログラム②批判的思考力編「事実とは異なる情報に惑わされないために」

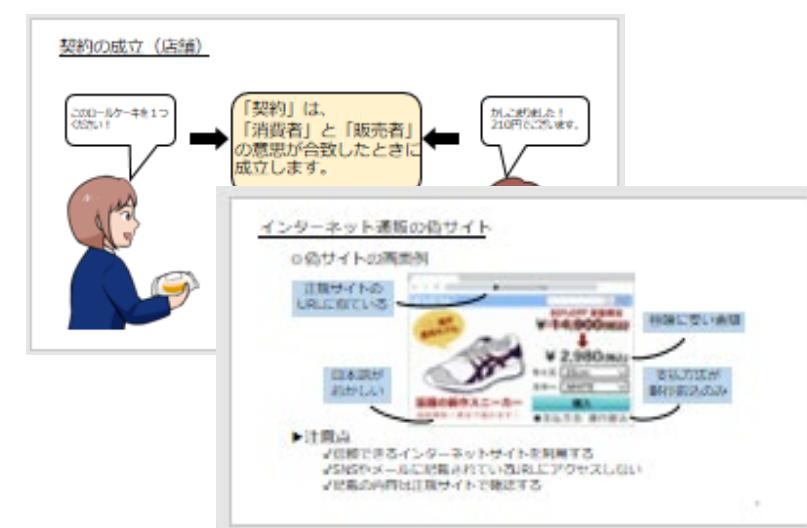


学習プリント（各1枚）

「支援ツール」は、実際に中学生が巻き込まれたトラブル事例に基づく各種事例集、生徒用解説を、授業にそのまま利用できるパワーポイントで提供。
学習プリント（Word版）と共に、部分使用及び適宜改変も可能。



「事実とは異なる情報の事例」（9事例）



「生徒用解説」
①契約編（14P）②批判的思考力編（6P）



○「社会への扉」等を活用した消費者教育出前講座（講師派遣）

参考資料1：別添

令和3年度消費者庁事業「外部講師を活用した実践的な消費者教育講座」

～2022年4月「18歳から大人」～

消費者教育出前講座の講師を派遣します！

消費者庁が作成した高校生（若年者）向け消費者教育教材「社会への扉」等を活用し、消費者トラブルの実態に精通した消費者生活相談員等が、実践的な消費者教育講座を実施します。

■ 派遣対象：

私立高等学校、特別支援学校（高等部）、大学

■ 開催費用：無料

■ 講座時間：20分～1時間程度（応相談）

■ 開催方法：

① リアル講座

講師が学校へ訪問し、対面方式で講座を実施します。

② オンライン講座

パソコンのオンラインシステム等を使用し、講師が遠隔で講座を実施します。

■ お申込み方法：

「お申込みシート」に必要事項をご記入のうえ、メールまたはFAXでお申し込みください。

※「お申込みシート」は下記協会ホームページより入手ください。

» メールアドレス wakamonodemae@zenso.or.jp
» FAX 03-5614-0743

- ・学校の状況や設備に応じて開催方法は柔軟に対応いたします。適宜ご相談ください。
- ・「社会への扉」以外の活用希望教材、学校現場の実情に応じたトラブル事例のテーマ等についてご希望があれば、併せてご連絡ください。

«本件お問合せ先»

(公社) 全国消費者生活相談員協会 消費者庁出前講座担当
〒103-0012 東京都中央区日本橋堀留町2-3-5
グランドメゾン日本橋堀留101 TEL：03-5614-0543

○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取りまとめ(概要)

検討の基本的視点

- デジタル社会形成基本法案の基本理念:全ての国民がデジタル技術の恵沢を享受できる社会の実現等
 - 消費者教育が目指す自立した消費者(「被害に遭わない」+「より良い社会の発展に関与(消費者市民社会の形成)」)
- ※SDGsにも通じる
- ➡ 消費者教育としても、生活をより豊かにするためにデジタル技術の積極的な活用を促す視点が重要

デジタル化に対応した消費者教育

消費者教育として重点化すべき内容

- ①デジタルサービスの仕組みやリスクの理解
 - (i)インターネット上の取引における契約
 - (ii)デジタルサービス利用による個人情報の提供と広告表示
 - (iii)キャッシュレス決済の活用に伴う支出管理
- ②批判的思考力に基づく的確な判断
- ③デジタル技術を活用した情報の収集・発信

ライフステージに応じて 重点化すべき内容

- <幼児期～中学生期>
 - ・オンラインゲームの課金トラブル等
- <高校生期・成人期(特に若者)>
 - ・成年年齢引下げの影響
- <成人期(一般)>
 - ・保護者が子どものインターネット利用状況を把握し、話し合ってルール作り
- <成人期(特に高齢者)>
 - ・デジタル活用のメリット、安全・安心に利用するための注意点
 - ・基本的な使い方の習得

デジタル化を踏まえた消費者教育の
場や情報発信手法

消費者が身に付けることで…

- ・消費者一人ひとりの豊かな生活
- ・持続可能な社会の実現に資する

国における今後の課題

- デジタル化に対応した消費者教育をデジタル技術も活用し、地方公共団体とともに以下の通り一層推進すべき。
- 各主体による消費者教育の取組の把握と連携の促進(団体情報バンクの構築、コーディネーターの活用等)
 - 担い手への支援・育成(わかりやすくシンプルな教材開発、最新のトラブル事例の提供、オンライン講座の推進等)
 - 誰一人取り残さないデジタル化のための支援(高齢者向け消費者教育を担うサポーターの育成支援等)
 - デジタルメディアを活用した効果的な情報提供(SNSや動画の活用等)

※ スピード感を持った対応、デジタル化に対応した消費者教育の継続した検討が必要

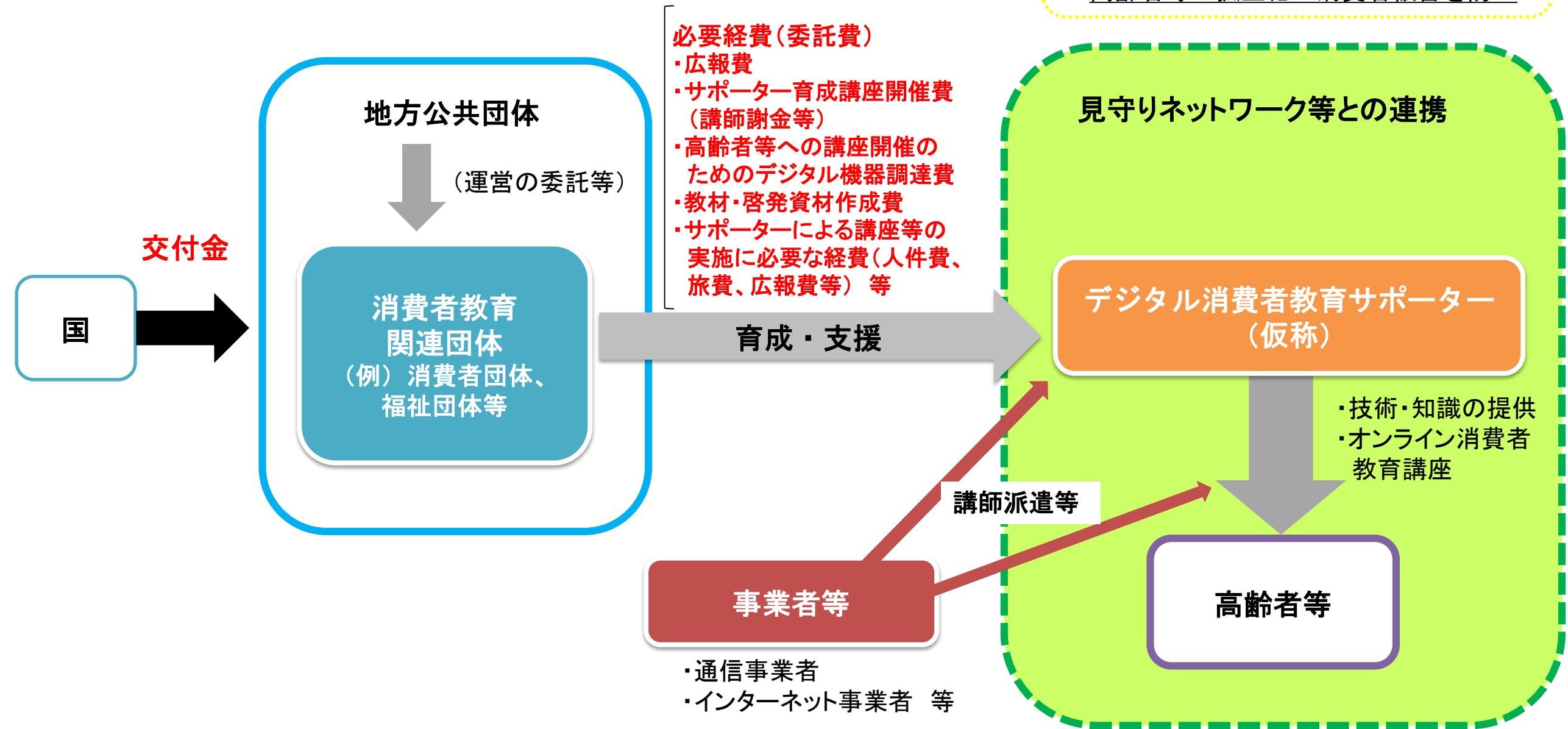
○デジタル化に対応した消費者教育・啓発活動に関する取組の事業イメージ

- ・デジタル機器・サービスに不慣れな高齢者等を対象に、地方公共団体の事業により、最低限の技術や知識(トラブル回避のための知識含む)を身に付ける機会を提供する。
- ・見守りネットワーク等の地域の高齢者等を支援する枠組みと連携した、デジタル消費者教育センター(仮称)育成及び高齢者等向けオンライン消費者教育講座等の実施に必要な経費(人件費、旅費、広報費、借料、デジタル機器調達費、教材開発費等)を支援。

- 新型コロナウイルス感染症拡大によるデジタル化の一層の加速
- 対面での消費者教育機会の減少



デジタル化に対応した消費者教育を地域の見守り活動等と連携して推進することにより、高齢者等の孤立化・消費者被害を防止



自立した消費者として、意見がきちんと相手に伝わるように、「意見を伝える」ときには次の3つのポイントを参考にしてみてください。

Point 1

ひと呼吸、置こう！

怒りに任せた発言は逆効果。
ひと呼吸おいて冷静に。従業員も同じ
「人」として、お互いに尊重し合う
ことが大切です。



Point 2

言いたいこと、要求したいことを 「明確に」、そして「理由」を 丁寧に伝えましょう！

返品したいのか、解約したいのか、またその
理由を明確に、丁寧に伝えることが重要です。



Point 3

事業者の説明も聞きましょう！

上手なコミュニケーションが解決への糸口に。
一方的に主張するだけでなく、事業者の説明も
聞きましょう。



従業員、事業者も頑張っています。
意見の伝え方には留意しましょう。

※行き過ぎた言動をとると、場合によっては犯罪として処罰されることもあります。

【事例①】強要罪に問われた例

アルバイト従業員の接客態度に因縁をつけ、「土下座して謝れ。」などと怒鳴りつけ、店員に土下座して謝罪をさせたとして、強要罪で有罪に。

【事例②】恐喝罪に問われた例

店長の接客態度に因縁をつけ、長時間にわたり店長等に抗議をし、これを良い機会として脅迫をして、物品を要求し、恐喝罪で有罪に。

「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。

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

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
地球	地産地消 被災地產品
動物福祉、エシカルファッショ	

○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

今後の方策

- エシカル消費に関連する各種イベントへの積極的な参画、支援（啓発ツール（チラシ、ポスター、動画）の提供・貸与等）
- エシカル消費に関する教材の教育機関等への普及
- エシカル消費の普及啓発モデルの検討・実施により、エシカル消費の考え方や行動を広げる

各種イベントへの参画

百貨店でのイベントに出展



特設サイトでの情報発信



消費者庁が実施している「エシカル消費」のイベント

こども霞が関見学デー

小・中学生を対象に、ワークショップ「世界を変える“スーパー”ヒーローになる方法～自分にも、世界にもいいお買い物の仕方を学ぼう！～」を開催



学校でも活用できる教材の作成・公開

エシカル消費の考え方や社会的課題の解決につながる買物の仕方について学習する子供向けワークショップの内容を小学校の授業等で活用できるようアレンジした指導者向け解説書や動画等を作成し、消費者庁ウェブサイトで公開



持続可能な開発目標(SDGs)の推進

「エシカル消費」は、2015年9月に国連で採択された持続可能な開発目標(SDGs)のゴール12「つくる責任 つかう責任」などに関連する取組として推進している。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



○「エシカル消費」の普及に向けた取組

エシカル消費特設サイトによる情報発信

より多くの消費者に対しエシカル消費を知ってもらい、身近なことから取り組んでいただけるよう情報発信を充実・強化することで認知拡大を図る。

また、各主体における取組とその背景等を発信することで消費者のエシカル消費への機運の醸成を図る。

※身近=①地方 ②すでに取り組んでいること③取り組まれているが認知されていないエシカル消費を発掘し発信する。

エコ、リサイクル、食品ロス、エシカルファッショ、フェアトレード、寄付付き、地産地消、伝統品、被災地産品、オーガニック、ユニバーサル、ダイバーシティ（障がい者支援）等

マイ
エシカル消費
ページ

自分ごととしてエシカル消費に取組やすくなるための個人情報を発信

- ・有識者のエシカル消費に対するエッセイ 他
- ・4つの大別整理と統一感をもたせた各ページ

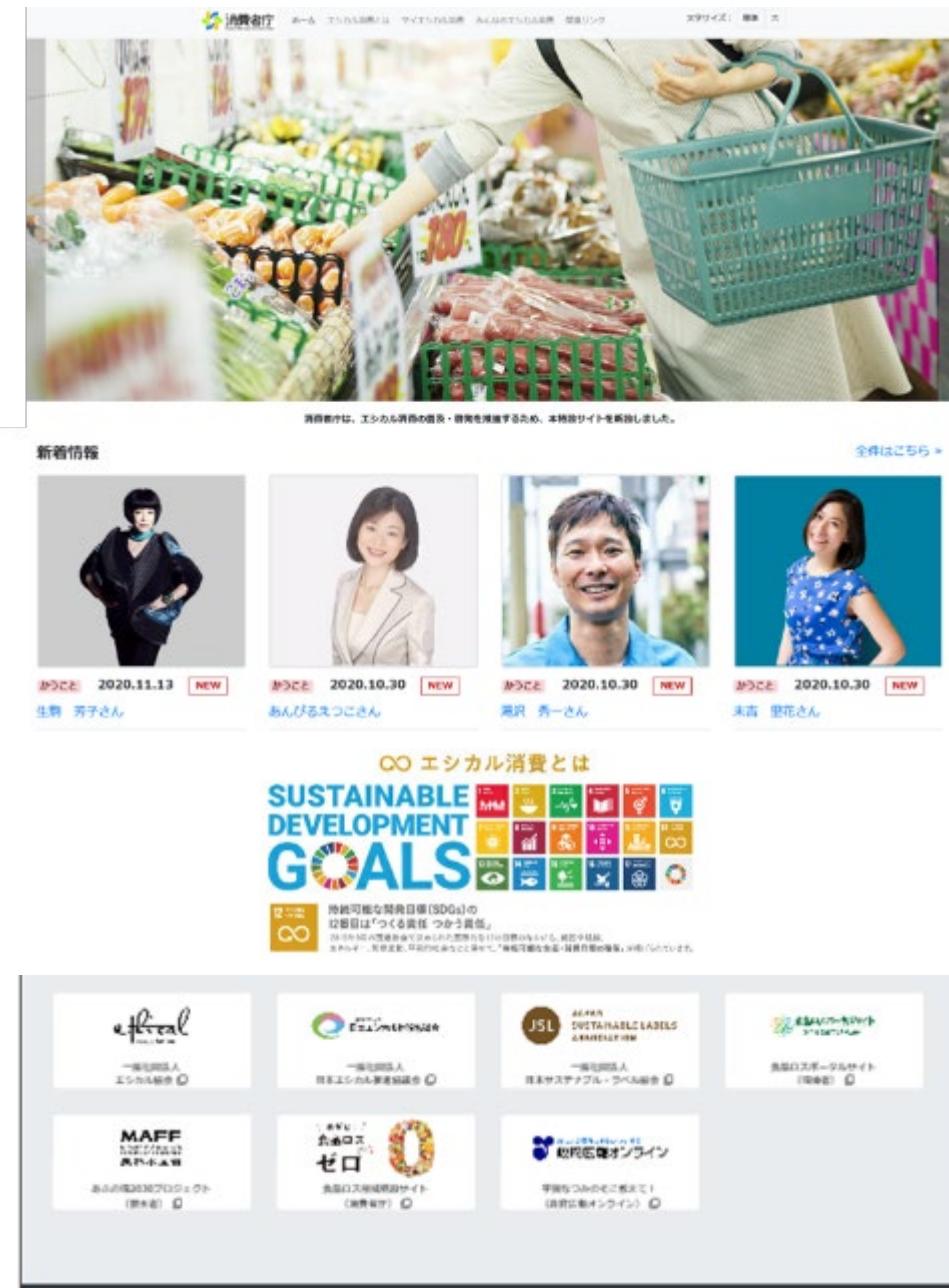
みんなの
エシカル消費
ページ

全国の地方公共団体・事業者の取組を発信

- ・申請フォームより応募
- ・実施済イベント 他

今後の取組

- ・各種団体や有識者に改めて協力を依頼し、有識者や著名人の身近なエシカル消費の取組を紹介・掲載していく。
- ・エシカル消費のイベント等を通して、取組の先駆者や積極的な企業を発掘していく。
- ・個人、企業の取組についても積極的に収集する。
(最終的にSDGsにつながる取組でもよいが、エシカル消費を軸とする)



サステナブルファッショント設ページ



サステナブルファッショント設ページ
習慣のすすめ

18のヒント

皆さまの取組や工夫の紹介

「サステナブルファッショント」に向けた消費者行動 18のヒント ～服を買う時から始まるサステナブルファッショント習慣のすすめ～



○「エシカル消費」の普及に向けた取組

学校でも活用できる教材の作成・公開

子供向け啓発動画

消費者庁が実施している子供向けワークショップの前半部分（環境問題や貧困、児童労働等の世界が抱える課題と、その課題解決につながる買物の仕方についての学習）を内容とする啓発用動画「**よりよい買物の仕方を考えよう～エシカル消費ってなあに？～**」を作成し、消費者庁ウェブサイトに公開。



DVD

►チャプター (DVD版)

- | | | |
|------------------------------------------|------------------------------------|------------------------------|
| 1. エシカル消費とは？ | 4. 热帯雨林とそこに生きる動物を守る
(RSPOの解説) | 7. 地球の資源、環境を守る
(エコマークの解説) |
| 2. 働く人たちの生活と環境を守る
(国際フェアトレード認証ラベルの解説) | 5. 水産資源や環境を守る
(MSC「海のエコラベル」の解説) | 8. チャレンジマップにトライ！ |
| 3. 森と森に住む動物を守る
(FSCの解説) | 6. 大量生産、大量消費、
大量廃棄の生活を見直す | 9. おさらい |



エシカル消費につながる身近な商品や認証ラベルを記入

指導者向け解説書

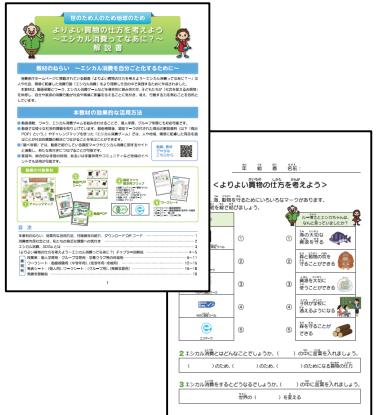
認証ラベルの付された商品の解説資料

子供向けワークショップの内容を小学校の授業や学童クラブ等の地域での活動でも活用できるようにアレンジした学習用教材として、**指導者向け解説書**及び**認証ラベルの付された商品の解説資料**を作成し、消費者庁ウェブサイトに公開。



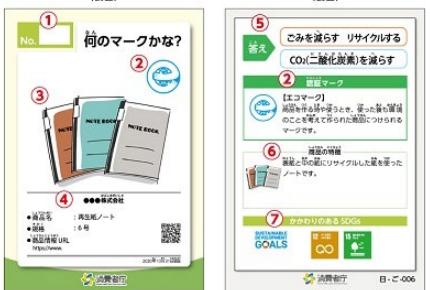
指導者向け解説書

- ①エシカル消費やSDGsの概要
- ②子供向け啓発動画の解説
- ③授業での展開例
- ④発展学習のポイント等を整理。



認証ラベルの付された商品の解説資料

- ①商品の画像・規格
- ②認証ラベルの解説
- ③エシカル消費やSDGsとの関連性等の情報を集約（約80商品）。



(イメージ)

今後の取組

本教材の更なる充実化を図っていくとともに、若年者、保護者世代、高齢者等、各層に応じた効果的な普及啓発を実施する。 22

エシカル消費のリーフレット

表面

【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？



裏面

「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。



世界を変えるための17の目標
SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



エシカル消費のポスター

- ① エシカル消費とは？
- ② 人・社会への配慮
- ③ 地域への配慮
- ④ 環境への配慮
- ⑤ みんなで支え合う社会へ

1 エシカル消費とは？

エシカル^{*}消費とは、地域の活性化や雇用などを含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動のことです。

私たち一人一人が、日々のお買物を通して、社会的課題に気付き、その課題の解決のために、自分は何ができるのかを考えてみると、これが、エシカル消費の第一歩です。

※ エシカル = 倫理的な・道徳的な



消費者庁

4 環境への配慮

「地球」というスケールで社会を考えると、私たちが多様な動植物と共に存していることや多くのエネルギー資源、原材料、食料品などを海外から輸入していることに気付かされます。大量生産・大量消費・大量廃棄の暮らしによって、地球温暖化や海洋汚染などが発生し、生態系が破壊され、エネルギー資源が減少し、異常気象による農作物への被害などが深刻化しています。

日々の暮らしの中で、「もったいない」と思うことは何ですか？

地球環境の現状や問題を「自分には関係ない遠い話」と見過ごさずではなく、より良い未来に向かって、一歩を踏み出しましょう。



- ・エコ商品を選ぶ
- ・お買物のときにレジ袋の代わりにマイバッグを使う
- ・資源保護の認証がある商品やCO2(二酸化炭素)削減の工夫をしている商品を購入する
- ・マイボトルを利用する
- ・食品ロス^{*}を減らす *まだ食べられるのに廃棄される食品のこと
- ・電球を省エネLEDに交換する
- ・地域のルールに沿ったゴミの分別を徹底する
- など

消費者庁

エシカル消費のパンフレット

「みんなの未来にエシカル消費」(A5版10ページ) (2020年11月)



エシカル消費は今までと何が違う?

今だけ → 未来・長期
みんなの未来を考えること

- ・エコ商品
- ・リサイクル商品
- ・食品ロス削減
- ・ESG投資
- ・エシカルファッション

ここだけ → 地域・世界
自分の周りの地域や世界を考えること

- ・フェアトレード商品
- ・寄付付きの商品
- ・地産地消・伝統品
- ・被災地産品
- ・オーガニック商品

自分だけ → みんなに優しい社会
様々な立場の人々が社会の一員として参加・活躍できる社会

- ・ユニバーサルデザイン
- ・ダイバーシティ (障がい者支援等)
- ・生物多様性

この具体例は必ずしも1つの分野のみに当たるとは限りません

あなたの消費が世界の未来を変える!

ESG投資
地産地消 伝統品
フェアトレード商品
被災地産品
ユニバーサルデザイン
ダイバーシティ
食品ロス削減

エシカル消費への意識

エシカル消費に関する言葉の認知状況(複数回答)

その認知度は高い順に「エコ」「ロハス」「フェアトレード」「エシカル消費」の認知度は12.2%にとどまるが、2016年度調査と比べると2倍以上に上昇している。

言葉	2019年度調査 (N=2803)	2016年度調査 (N=2500)
エコ	72.6	50.9
ロハス	34.8	22.5
フェアトレード	27.3	23.2
サステナビリティ	16.2	10.0
地産地消	12.2	6.0
エシカル消費	8.8	4.4
知っているものはない	19.2	41.9

出典: 消費者庁
「エシカル消費(循環的消費)に関する
消費者意識調査」
調査期間: 2020年2月10日~25日
調査方法: インターネット調査
調査対象: 全層の15~65歳男女
登録サンプル数: 2,803

エシカル消費につながる商品・サービスの購入意向

全体では「今後も購入したい」「今後は購入したい」の計が81.2%に上る。性別では「購入したことがある」の計、「今後購入したい」の計が共に女性が男性を上回り、女性の積極的な姿勢が目立つ。

性別	今後も購入したい	今後は購入したい	これまで購入したことがある	これまで購入していない
全体 (N=2,803)	35.5	4.2	45.7	14.6
男性 (N=1,412)	27.5	5.4	49.0	19.1
女性 (N=1,391)	43.5	3.1	43.4	10.0

消費者支援功労者表彰について

消費者支援活動に顕著な功績のあった個人及び団体を表彰する制度

表彰の種類

内閣総理大臣表彰

極めて顕著な功績があった個人・団体（表彰状及び副賞）

令和3年度：5件（個人3、団体2）

内閣府特命担当大臣表彰

特に顕著な功績があった個人・団体（表彰状及び副賞）

令和3年度：13件（個人10、団体3）

ベスト消費者サポーター章

顕著な功績があった個人・団体（書状及び記念品）

令和3年度：34件（個人29、団体5）

表彰式

- 毎年5月の「消費者月間」事業の一環として実施
- 平成23年度の内閣総理大臣表彰の創設以降、官邸で開催（総理表彰及び大臣表彰の授与、平成24年度、平成27年度は総理出席）
※ ベスト消費者サポーター章は、都道府県が実施する消費者月間イベント等にて授与
- 令和2年度は新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえ、中止

(参考)令和3年度選定会議委員

今井 純子	日本放送協会解説委員
瀬戸 和宏	弁護士
田口 義明	名古屋経済大学名誉教授
早瀬 昇	日本NPOセンター顧問
矢吹 香月	消費者教育コーディネーター[平成27年度総理表彰]

(敬称略、五十音順)

昭和60年度 経済企画庁長官による表彰開始

平成13年度 中央省庁再編に伴い、内閣府特命担当大臣による表彰開始

平成23年度 消費者庁設立に伴い、新たなスキームによる表彰開始

- 内閣総理大臣表彰、ベスト消費者サポーター章の創設
- 個人に加え、団体も表彰対象に

○積極的な推薦を
○調書は添付資料を付けるなどできるだけ詳細な情報に

表彰式までの流れ(令和3年度)

1. 推薦依頼

地方公共団体、関係省庁、国民生活センター等に候補者の推薦を依頼

2. 推薦

72件
(個人58、団体14)

3. 事前審査

選定会議委員が候補者を事前審査

4. 選定会議

被表彰者等案を作成

5. 被表彰者決定

内示(4月14日)
公表(4月28日)

6. 表彰式

官邸にて、内閣総理大臣、内閣府特命担当大臣より授与

(参考)令和3年度被表彰者一覧

※ベスト消費者サポート一章を除く

個人

(総理表彰3件、大臣表彰10件)

氏名	職業・役職
朝見 行弘(あさみ ゆきひろ)	久留米大学法学部教授 特定非営利活動法人消費者支援機構福岡理事長
野村 裕子(のむら ゆうこ)	士別地区広域消費生活センター消費生活相談員
細川 幸一(ほそかわ こういち)	日本女子大学家政学部教授
唐木 英明(からき ひであき)	公益財団法人食の安全・安心財団理事長
楠富 紀代美(くすとみ きよみ)	元長崎県消費生活相談員
小塚 諭(こづか さとし)	至学館大学健康科学部栄養科学科長
坂本 有芳(さかもと ゆか)	鳴門教育大学大学院学校教育研究科准教授
佐藤 久志(さとう ひさし)	医師(福島県立医科大学医学部放射線腫瘍学講座講師)
七五三 久美子(しめ くみこ)	前板野町消費生活相談所所長
富岡 秀夫(とみおか ひでお)	公益財団法人消費者教育支援センター顧問
永田 康子(ながた やすこ)	熊谷市消費生活センター消費生活相談員
長谷川 かよ子(はせがわ かよこ)	特定非営利活動法人消費生活ネットワーク新潟前理事長
山本 和彦(やまもと かずひこ)	一橋大学法学研究科教授

団体

(総理表彰2件、大臣表彰3件)

名称
岡山大学法友会
生活協同組合くまもと
いわて生活協同組合
地方独立行政法人大阪府立病院機構 大阪急性期・総合医療センター
特定非営利活動法人なら消費者ねっと

■ 内閣総理大臣表彰

■ 内閣府特命担当大臣表彰

令和3年度 消費者支援功労者表彰受賞者の声

●個人 (五十音順・敬称略)



久留米大学法学部教授 朝見 行弘



消費者支援功労者表彰の受賞を機に、これまでの歩みを振り返ってみました。

私にとって、消費者問題への出発点は米国の製造物責任研究にあり、そこから始まって欧州の製造物責任、そして我が国における製造物責任法の立法化へと歩みを進めてきました。

最近では、製造物責任をめぐる議論も少なくなったようにも感じますが、その一方において、デジタル・プラットフォームを通じて製造者や販売者の分からぬ製品が販売され、欠陥事故が引き起こされるなど、製造物責任法の立法当時には想定していなかったような事例が散見されるようになってきました。

今こそ、原点に立ち返り、現代の社会に合った製造物責任法の改正を議論すべきであるように思われてなりません。それが、私にとって消費者問題の終着点なのかもしれません。

土別地区広域消費生活センター消費生活相談員 野村 裕子

この度は、名誉ある賞をいただき大変光栄です。1981年から相談業務と啓発・消費者教育は一体との考え方の下、相談内容を反映した事業を住民や団体に途絶えることなく提供してきたことが評価されたものと思っています。

中でも、2009年度の国の活性化交付金により、消費者協会や学校・企業など多様な主体と連携し「消費者被害防止ネットワーク」

(270団体)、学校における消費者教育授業(2019年度48時限)の推進に向けた「消費者教育プログラム」や「副読本」の作成、「寸劇による出前講座」など、消費者教育を基本とした多くの事業に取り組むことができました。

喫緊の課題は、来年4月からの成年年齢引下げの対応です。昨年度改訂版として発行した「くらしのノート」(2,000部)を副読本として小中高生の消費者教育授業を実施する予定です。今後も多様な関係者への働き掛けと継続的な取組により、消費生活センターを拠点とした消費者教育の体制構築に努力したいと考えています。



日本女子大学家政学部教授 細川 幸一



この度、表彰を受け光栄に思います。近年、消費者の権利実現に加え、消費者の責任が問われ、SDGs、エシカル消費などが主張されています。この分野や、消費者の安全確保の根幹であるPL法制における研究・教育が評価されたようで、大変うれしく思います。

私が教壇に立っている日本女子大学は消費者運動の先駆者を輩出しています。1916年(大正5年)に日本女子大学家政科を卒業後、女性運動、消費者運動に携わり、戦後、主婦連合会を設立し、参議院議員を三期務めた奥むめおさんです。

平和や社会の公平を希求し、「台所の声を政治に」を実践した奥むめおさん、その後、主婦連の舵取りを引き継いだ高田ユリさん、清水鳩子さんなど消費者運動の先駆者がともし続けた灯りを絶やしてはなりません。

微力ではありますが引き続き研究・教育に励んでいきたいと思います。

●団体 (五十音順・敬称略)



岡山大学法友会

この度は大変名誉な表彰をいただきありがとうございました。岡山県消費生活センターさんを始め活動を支えてくださった皆様のおかげだと心から感謝しています。

岡山大学法友会は、岡山大学法学部の学生で構成される学生団体です。法教育・消費者教育活動のほか、勉強会の開催、他大学との交流といった活動をしています。消費者教育では、岡山県消費者啓発セミナー・ボランティア講師として中学校や高校に出向き、社会科の授業の一環として中高校生に対して授業を提供してきました。毎回の授業では私たちが中高校生から学ぶことばかりで、まだまだ未熟な点が多くありますが、この度の栄えある表彰を励みに、今後もより分かりやすく、質の高い授業を地域に提供できるよう、会員一同、一層努力してまいります。



生活協同組合くまもと



栄えある表彰を賜りましたことは、大きな悦びであり、会員、事務局を代表し厚く御礼申し上げます。二十年に渡り、サイバー犯罪に関し消費者の安全・安心を確保するための啓蒙活動を、行政・治安・学術等各機関と事業者が、それぞれの強みを生かし連携し推進して参りました。

今後、コロナ禍による社会変革に伴いICT化が更に進む中で、サイバー犯罪の増加が懸念されることから、本協議会の枠組みを活用した消費者に対するタイムリーな情報発信、情報共有を行うなど、更に活動を強化し被害の抑止に努めてまいります。

消費者教育推進大使について

◎「消費者教育推進大使一覧」のページから
各地の大天使紹介をご覧いただけます

消費者教育推進大使とは

多くの地方公共団体で、公認マスコットキャラクターが活躍しています。そして、このうち31のマスコットキャラクターが「消費者教育推進大使」として、例えば消費者被害防止のためのキャンペーンやエシカル消費の普及など消費者教育・啓発の取組を身近なものに感じてもらうために、一役買ってくれています。

⇒「推進大使一覧」のページをご覧ください。

申請手続について

毎年、各地方公共団体向けに申請のお知らせを行い、
年度毎に申請又は更新を受け付けています。

年度途中でも随時、申請を受け付けています。

各地のマスコットキャラクターのご応募をお待ちしております!!

◎ 詳細は「地方公共団体公認マスコットキャラクターへの消費者教育推進大使の委嘱について」、「申請書」のページをご覧ください。

誰がなれるの？

消費者教育の推進及び消費者市民社会※注の概念の普及に関する活動を担う、地方公共団体公認マスコットキャラクターに対し、消費者庁長官から「消費者教育推進大使」を委嘱しています。

消費者教育推進大使と一緒に地域の活動を盛り上げるとともに、活躍の場が広がるよう、消費者庁でも取組を進めています。



消費者ホットライン188 イメージ
キャラクター イヤヤン

消費者教育推進大使はこんなところで活躍中です!!

- ・消費者月間「周知動画」への参加
(消費者庁WEBサイトにて紹介)
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2021/movie_002.html
- ・各地の消費生活展などのイベント
- ・消費生活センターが発行する各種啓発パンフレット等の印刷物

平成26年度から開始し、今年度で8年目となりました。各地域で活躍する仲間をさらに増やしていきたいと思います。

令和3年度は、31の地方公共団体公認マスコットキャラクターに対して委嘱しています。

※注 消費者市民社会は、「消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代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ものであることを自覚して、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」と定義されています（「消費者教育の推進に関する法律」第2条第2項）。

○ 消費者教育推進大使

「消費者教育推進大使」（令和3年度）

令和3年4月1日現在

	名 称	地方公共団体		名 称	地方公共団体
1	しゅっせだいみょういえやす 出世大名家康くん	浜松市	17	しろうくま	札幌市
2	いっしょうけんめい 一生犬鳴！イヌナキン！	大阪府泉佐野市	18	みとちゃん	茨城県水戸市
3	すだちくん	徳島県	19	てるみ～にや	川崎市
4	クウとかいな	滋賀県草津市	20	はあすちゃん	山口県岩国市
5	ふくタン、こうタン、はばタン	兵庫県	21	ちよるる	山口県
6	コアラのハッピー	名古屋市	22	れんか 蓮花ちゃん	奈良県葛城市
7	まなりくん	大阪府藤井寺市	23	はーとん	埼玉県鳩山町
8	もずやん	大阪府	24	ケロちゃん	山形県
9	くらっしー	埼玉県	25	カパル	埼玉県志木市
10	はぎ 萩にゃん	山口県萩市	26	はしほう	和歌山県橋本市
11	まもりん、みもりん	北九州市	27	かいけつ！ハナミン	静岡市
12	きち ニャン吉	神奈川県	28	かめん シラオ仮面	埼玉県白岡市
13	チ一坊	東京都調布市	29	たしカメるさん	北海道室蘭市
14	パオくんとクマゲラくん	北海道幕別町	30	モモちん	北海道遠別町
15	こまどりのPiPi	愛媛県	31	キッくん	東京都千代田区
16	テルミちゃん	青森県	—	—	—

令和3年度
新規認定



たしカメるさん
(室蘭市)



モモちん
(遠別町)



キッくん
(千代田区)