

第1章 計画策定の基本的事項

1 計画策定の背景と目的

(1) 計画策定の背景

■消費者の安全確保への取組

人は誰も、様々な製品やサービスなどを購入して生活を営む消費者です。消費者の安全を確保することは、まちづくりの重要な目的です。

消費者を取り巻く環境は時代とともに大きく変化し、大量生産・大量消費の時代を迎え、様々な消費者トラブルが大きな社会問題となりました。本市では、平成21年5月に国や鳥取県の動きに合わせ、消費生活相談員を配置した「消費生活相談窓口」を設けるとともに、平成22年2月に「鳥取市消費者行政基本方針」を策定し、消費者の安全確保に向けた取組を進めてまいりました。

しかしながら、近年、消費者を取り巻く社会環境は、少子高齢化の進行、情報化の進展による消費生活のグローバル化、デジタル化の進展など、これまでにない変化を見せています。デジタル化の進展により、社会がより豊かで便利になる一方で、デジタル取引が増加し、インターネット通販やSNS関連の消費者トラブルが増加しています。また、令和4年4月から、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられたことにより、これを契機とした若年者層の消費者トラブルの増加も懸念されるなど、消費者を取り巻く環境は大きく変化しています。

本市でも、消費者安全法の改正に伴い、平成28年4月に相談窓口を「鳥取市消費生活センター」として整備し、より一層市民に寄り添いながら、様々な消費相談に対応しています。そして、消費者の安全を確保するためには、消費者トラブルに巻き込まれないよう、消費に関する知識を身に付けて互いに行動することができる消費者を育てることが必要であると考え、未然防止のための広報や啓発活動に取り組んでいます。

■公正で持続可能な社会の形成の必要性

消費生活のグローバル化や大量生産、大量消費の中で、消費者一人ひとりの消費行動が社会経済の情勢や地球環境に大きな影響を与えています。より良い豊かなまちづくりのためには、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である、消費者市民社会を構築することが必要と考えます。

消費者市民社会の構築に向けた取組として、地域の活性化や雇用等を含む人や社会・環境に配慮した消費行動である「エシカル（倫理的）消費」への関心が高まっています。例えば、自然環境を意識したエコマーク付き商品やLED電球の購入、地域活性を意識した地産地消の取組、障がい者が携わる安全・安心で質の高い商品の購入、レジ袋の有料化や食品ロス削減への取組など、こうした社会的課題に配慮した消費行動がすでに始まっており、自らの消費行動がまちづくりに与える影響は大きいと考えます。鳥取県や本市でもその意義の周知に向け、関連のシンポジウムや各種啓発事業を行っています。

また、平成 27 年 9 月、国連持続可能な開発サミットにおいて「持続可能な開発目標（SDGs）」を中核とする「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」が採択されました。この SDGs の 12 番目の目標に「持続可能な生産消費形態を確保する」ことが掲げられており、持続可能な経済社会の形成に向けて消費者の行動が欠かせなくなっています。我が国においても平成 28 年 5 月に総理大臣を本部長とした「持続可能な開発目標（SDGs）推進本部」が設置され、SDGs 実施指針を決定し、目標達成に向けた施策を推進しています。消費者政策については、消費者の安全確保に関する施策を始め、安心・安全で豊かに暮らすことができる社会を実現するための施策がこの取組の中に位置付けられています。

本市においても、誰にも公正でこれからも持続できる社会を作り発展させることでより良い豊かなまちづくりにつなげるため、自分の消費行動が、社会全体に現在及び将来の世代にわたって影響を与えるものであることを認識して行動できる、自立した消費者を育てることが必要と考えます。

■国の動向

国では、平成 24 年 12 月に「消費者教育の推進に関する法律」（以降、「推進法」という。）が施行され、消費者教育を総合的かつ一体的に推進することで国民の消費生活の安定及び向上に寄与することを目的として、国においては消費者教育の推進に関する総合的な施策の策定実施を責務とし、地方公共団体には国の施策を踏まえて消費者教育推進計画を策定することを努力義務に定めています。

また、平成 25 年 6 月に「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（以降「基本の方針」という。）が閣議決定され、消費者教育の推進の意義及び基本的な方向、推進の内容、関連する他の消費者政策との連携に関する事項を定めるとともに、都道府県消費者教育推進計画及び市町村消費者教育推進計画の基本となるものとして、推進法第 9 条に基づき消費者教育に関する基本的な方針が示されました。

この基本方針は、国や地方公共団体の施策の指針となるだけでなく、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教職員、消費生活相談員、地域福祉関係者、その他の幅広い消費者教育の担い手の指針となっています。

さらに、平成 27 年 3 月には消費者を取り巻く環境の変化や新たな課題等に適切に対応し、消費者政策をさらに推進していくための「消費者基本計画」が閣議決定され、目指すべき姿として「消費者市民社会」の必要性が揚げられています。

■県の動向

鳥取県では、推進法及び基本方針の趣旨を踏まえ、県内の実情や県民の意識・ニーズをとらえ、消費者教育を総合的かつ一体的に推進するため、「鳥取県消費者教育推進計画」を、平成 28 年 3 月（令和 6 年 3 月改定）に策定しました。その中で、消費者教育の推進に当たっては、次の 4 点を重点的に取り組む内容として設定しています。

- ＜重点項目 1＞ 家庭・職域・地域における消費者教育に対する支援
- ＜重点項目 2＞ 要配慮者の消費者トラブルの未然防止に向けた地域の見守り活動の支援
- ＜重点項目 3＞ デジタル化に対応した消費者教育の推進
- ＜重点項目 4＞ 思いやり消費（エシカル消費）の実践に向けた消費者教育の推進

(2) 計画策定の目的

本市では、消費者である市民誰もが安全な消費生活を送ることができるための「消費者の安全確保」と、誰にとっても公正で持続可能な社会である「消費者市民社会の構築」を目指し、国や県の動向を踏まえ、平成 30 年 3 月に「鳥取市消費者教育推進計画」を策定しました。これに基づき、消費者としての学びの場を積極的に作り、誰もが消費者として自立し、活躍できるより良い豊かなまちづくりを市民と協働で進めることを目指します。

2 消費者教育の定義

(1) 「消費者教育」とは

「消費者教育」とは、消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動をいう。（推進法 第 2 条）

誰もがどこにいても生涯を通じて消費者教育の機会が得られることが重要だと考えます。また、消費者の年代や特性に合わせて体系的に学ぶことが効果的と考えます。消費者庁の消費者教育推進のための体系的プログラム研究会において「消費者教育の体系イメージマップ」がまとめられ、各年代と「消費者市民社会の構築」「商品等の安全」「生活の管理と契約」「情報とメディア」といった 4 つの領域でそれぞれ学ぶポイントが体系的に示されています。

図－1 「消費者教育の体系イメージマップ」

※巻末（参考資料）に再掲しています。

	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期		
					物に前者	成人一般	物に後前者
各期の特徴	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期
重点領域							
消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解	おつかいや買物に関心をもち、消費をめぐると金銭の流れを考えよう	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期
	持続可能な消費の実践	身の回りのものを大切にしよう	自分の生活と身近な環境とのかわりに気づき、物の使い方を工夫しよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう
	消費者の参画・協働	協力することの大切さを知ろう	身近な消費者問題に目を向けよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	くらしの中の危険や、ものの安全な使い方に気づこう	危険を回避し、物を安全に使う手を知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手を知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手を知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手を知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手を知ろう
	トラブル対応能力	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう
生活の管理と契約	選択し、契約することへの理解と考える態度	約束やきまりを守ろう	物の選び方、買い方を考え適切に購入しよう	約束やきまりの大切さを伝えよう	約束やきまりの大切さを伝えよう	約束やきまりの大切さを伝えよう	約束やきまりの大切さを伝えよう
	生活を設計・管理する能力	欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な買い方を考えよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な買い方を考えよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な買い方を考えよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な買い方を考えよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な買い方を考えよう
情報とメディア	情報の収集・処理・発信能力	身の回りのさまざまな情報に気づこう	消費に関する情報の集め方や活用方法を考えよう	消費に関する情報の集め方や活用方法を考えよう	消費に関する情報の集め方や活用方法を考えよう	消費に関する情報の集め方や活用方法を考えよう	消費に関する情報の集め方や活用方法を考えよう
	情報社会のルールや情報モラルの理解	自分や家族を大切にしよう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを守ろう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを守ろう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを守ろう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを守ろう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを守ろう
	消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう

※本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体系的に組み立て、理解を進めやすいように整理したものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。

(2)「消費者市民社会」とは

「消費者市民社会」とは、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をいう。 （推進法 第2条）

自然環境、エネルギー・資源や食糧などの問題、人権や文化、思想などに関わる問題、雇用や活性化、災害復興など地域の関わる問題など、様々な問題が私たちを取り巻いています。より良く豊かな社会をつくるためには、消費者が消費を個人的な目的を満たすだけのものと考えず、社会、経済、環境等に消費が与える影響を考え、公正で持続可能なより良い社会をつくるという意識を持って、選択や行動することが強く求められています。

(3)「エシカル（倫理的）消費」とは

（エシカル（倫理的）消費とは）

地域の活性化や雇用なども含む、人や社会・環境に配慮した消費行動

（消費者基本計画より）

消費者庁が平成27年5月に設置した「倫理的消費調査研究会」の中で、エシカル消費とは「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ながら消費活動を行うこと」としています。そして、消費者・事業者・行政それぞれのエシカル消費の取組が、「消費者と事業者の協働により Win-Win の関係が作られることが経済の活性化につながる」とや、「持続可能な社会の実現、地域の活性化などの様々な社会的な課題の解決につながる」となどのことが、行政がエシカル消費を推進する意義と必要性であるとしています。

エシカル消費には、「地元産品を購入する（地産地消）」、「食べ残しを減らす」など日常的に既に実践している消費行動が多く含まれています。「エシカル消費の分類イメージ」は普段の消費行動を分類し、エシカル消費の取組内容をわかりやすく示しています。

図ー2「エシカル消費の分類イメージ」

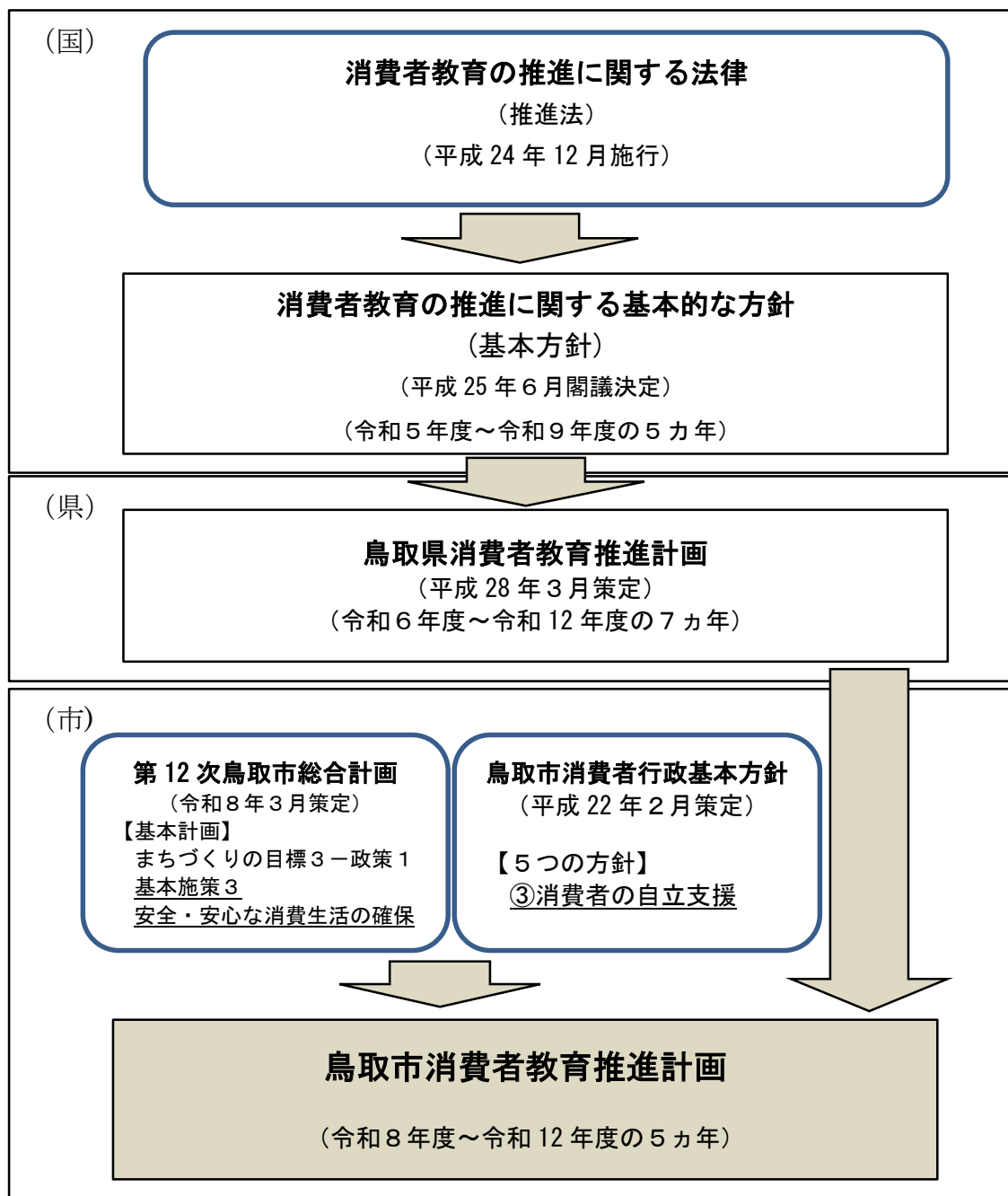
（鳥取県消費生活センター「エシカル消費啓発テキスト 今まで知らなかった大切なことば エシカル」より）



3 計画の位置づけ

推進法第10条第1項に基づき、国の基本方針及び「鳥取県消費者教育推進計画」（以下「県推進計画」という。）を踏まえ、本市における消費者教育の推進に関する施策を策定します。

図 - 3 計画の位置づけ



4 計画期間

本計画の期間は令和 8 年度から令和 12 年度までの 5 カ年に設定します。

また、国の動向や県の取組の実施状況を踏まえ、必要に応じて計画の修正・見直しを行うものとします。