

第3章 消費者教育の推進の基本的な方向や推進する内容

1 体系的推進のための取組の方向

消費者教育を体系的に推進するためには、消費者が、すべてのライフステージを通じて、消費生活の特徴的な場面（以下「対象領域」という。）において、必要となる消費者としての諸能力を発展させることができるよう、断片的でなく、かつ重複のない、系統的な教育を受ける機会を提供することが必要です。

そのため、国においては、消費者教育推進のための体系的プログラム研究会を開催し、検討成果の一つとして、「消費者教育の体系イメージマップ」（以下「イメージマップ」という。）を示しています。

消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて、体系的に行う必要があります。イメージマップを活用することによって、消費者及び消費者教育の推進に従事する者が取り組むべき消費者教育の意義や目標を理解し、対象領域ごと、発達段階ごとの学習目標を整理でき、全体像の「見える化」を図ることができます。

[消費者教育の体系イメージマップ ～消費者カステップアップのために～]

	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期			Ver.1.0
					特に若者	成人一般	特に高齢者	
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	おつかいや買い物に関心を持つ	消費をめぐる物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	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考え、責任を身に付けよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を配慮して行動しよう	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響に配慮することの大切さを伝えよう	
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、他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、持続可能な生活を実践しよう	持続可能な社会を目指して、ライフスタイルを考えよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを探そう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践しよう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝えよう	
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協働し取り組むことの重要性を理解しよう	消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう	地域や職場で協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくらう	支え合いながら協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくらう	
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、物を安全に使う平がかりを知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手段を知り、使おう	安全で危険の少ないくらしと消費社会を目指すことの大切さを知ろう	安全で危険の少ないくらし方をすすめる習慣を付けよう	安全で危険の少ないくらしと消費社会をつくらう	安全で危険の少ないくらしの大切さを伝えよう	
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	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しやすい社会をつくらう	支え合いながらトラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう	
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知り、考えよう	商品を選択し購入するときに、契約とそのルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう	適切な意思決定に基づいて行動しよう 契約とそのルールを活用して理解しよう	契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう	契約とそのルールを理解し、くらしに活かそう	契約トラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝えよう	
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 お小遣いを考えて使おう	消費生活に関する情報の収集と発信の技術を身に付けよう	主体的に生活設計を立ててみよう 生涯を見通した生活経済の管理や計画を考えよう	生涯を見通した計画的なくらしを目指して、生活設計・管理を実践しよう	経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的なくらしをしよう	生活環境の変化に対応し支え合いながら生活を管理しよう	
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知ろう	消費生活に関する情報の収集と発信の技術を身に付けよう	情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう	情報と情報技術を適切に利用する習慣を身に付けよう	情報と情報技術を適切に利用するくらしをしよう	支え合いながら情報と情報技術を適切に利用しよう	
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	著作権や発信した情報への責任を知ろう	望ましい情報社会のあり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を付けよう	トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくらう	支え合いながら、トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくらう	
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	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを知ろう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会との関係を理解しよう	消費生活情報を主体的に吟味する習慣を付けよう	消費生活情報を主体的に吟味して行動しよう	支え合いながら消費生活情報を上手に取り入れよう	

(注) 参考資料として別途「A4版」を添付しています。

(1) 消費者教育の対象領域の分類と育むべき目標

イメージマップでは、消費者教育の対象領域を次のとおり4つに分類し、それぞれの領域で育むべき力（目標）を示しています。

消費者市民社会の構築に関する領域	ア 自らの消費が社会の環境、経済、社会及び文化等の幅広い分野において、他者に影響を及ぼし得るものであることを理解し、適切な商品やサービスを選択できる力 イ 持続可能な社会の必要性に気づき、その実現に向けて多くの人々と協力して取り組むことができる力 ウ 消費者が、個々の消費者の特性や消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、主体的に社会参画することの重要性を理解し、他者と協働して消費生活に関連する諸課題の解決のために行動できる力
商品等やサービスの安全に関する領域	ア 商品等やサービスの情報収集に努め、内在する危険を予見し、安全性に関する表示等を確認し、危険を回避できる力 イ 商品等やサービスによる事故・危害が生じた際に、事業者に対して補償や改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力
生活の管理と契約に関する領域	ア 適切な情報収集と選択による、将来を見通した意思決定に基づき、自らの生活の管理と健全な家計運営をすることができる力 イ 契約締結による権利や義務を明確に理解でき、違法・不公正な取引や勧誘に気づき、トラブルの回避や事業者等に対して補償、改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力
情報とメディアに関する領域	ア 高度情報化社会における情報や通信技術の重要性を理解し、情報の収集・発信により消費生活の向上に役立てることができる力 イ 情報、メディアを批判的に吟味して適切な行動をとるとともに、個人情報管理や知的財産保護等、様々な情報を読み解く力を身に付け、活用できる力

(2) 消費者の特性に応じた配慮

消費者教育を効果的に進めるために、消費者の年齢、性別、障害の有無など、消費者の特性に応じた配慮をしなければなりません。また、消費者被害も年齢層ごとに特徴がありますので、それを踏まえた対策も必要です。

特に若年層

学校教育段階で契約に関する基本的な考え方や契約に伴う責任、消費者市民社会の形成に参画することの重要性などについて理解させ、社会において、消費者として、主体的に判断し、責任を持って行動できるような能力の育成を図る必要があります。

特に高齢者層

高齢者といっても、年齢に幅があり、生活状況も様々です。高齢者の中には、加齢による判断力の低下や、地域社会とのつながりの希薄化による情報不足などの問題を抱える場合があるため、高齢者に対する取組だけではなく、高齢者を支える地域のネットワークに

対する消費者教育・啓発を含めた取組の推進など、より一層配慮しなければなりません。

その他

若年層、高齢者層以外にも、身体障害、知的障害、精神障害、発達障害等の障害のある消費者に対し、障害の特性に応じた適切な方法による情報の提供その他の必要な施策を講じることや、定住外国人に対する自立を支援するための消費者教育の機会を提供することも必要となります。

(3) 場の特性に応じた方法

消費者教育は、学校、地域、家庭、職域等の様々な場の特性に配慮して行う必要があります。

例えば、工場等の見学や体験を通して身に付ける方法や、インターネット等を用いた通信講座などの方法も場の特性に応じたものとして考えることができます。また、学校において擬似的な企業経営等の授業を実施する場合、経済や流通の仕組み等の学習過程の中に講師等として地域住民が参画することにより、地域全体への消費者教育の浸透が期待できます。このような取組は、消費者と生産者（事業者）との間に、どのようなギャップが存在するか体験し、消費者だけでなく生産者（事業者）の立場も知る機会となり、「自立した消費者」、「主体的で責任のある行動ができる消費者」を育成するために効果的と考えられます。

2 様々な場における消費者教育・啓発

(1) 学校等

幼稚園、保育所、認定こども園

幼稚園教育要領や保育所保育指針では、「身近な物を大切にする。」ことが掲げられています。幼稚園、保育所、認定こども園においては、例えば、お金や物を大切に扱うことについての意識を身に付けさせていくことなどによって、発達段階ごとに日常生活の中での実践的な能力を育み、消費生活について正しい知識を持つための契機とすることができます。

小・中・高等学校、特別支援学校

学校教育においては、平成20年及び21年に改訂された小・中・高等学校の学習指導要領において社会科、公民科、家庭科、技術・家庭科などを中心に消費者教育に関する教育内容の充実が図られています。

今後は、各教科において充実した消費者教育が行われるよう努める必要があり、優れた教材の開発や教員の指導力向上、消費生活や消費者教育について専門的知識を有する外部人材の活用、消費生活センターなどの関係機関との連携の促進などの取組の推進が求められます。

また、学習過程においては、児童・生徒が主体的・能動的に学ぶことができる機会を提供することを目指す必要があります。例えば、ワークショップ形式により児童・生徒が主体的に参加できる授業の工夫が挙げられます。

大学、専門学校等

大学、専門学校等においては、各大学、専門学校等の判断で、消費者教育を実施することになります。大学、専門学校等に通う若者の消費者トラブルでは、インターネット上の取引等の「ウェブサイト関連」の消費者被害を受けるケースが多く見受けられます。そのため、大学、専門学校等と連携し、消費生活相談員等による出前講座の開催や、県消費生活センターのホームページにおける注意喚起情報の充実など、効果的な情報提供、啓発を実施する必要があります。

(2) 地域社会

地域

地域においては、既に県消費生活センターが県民向けに消費生活に係る情報提供のほか、消費生活相談員等による悪質商法の事例紹介やその対処法に関する知識を身に付けるための「消費者啓発講座」などを開催し、消費者教育・啓発を実施し、効果を上げています。そのため、これまでの取組を強化するとともに、市町村や消費者団体、関係団体等と連携しながら、地域単位で消費者教育・啓発を実践できる担い手の育成や、高齢者の見守りなどの既存の地域ネットワークに対する消費者教育の研修会を実施することにより、各地域で消費者教育・啓発の実践を完結できる体制の構築を図る必要があります。そのために、公民館や図書館などの社会教育施設を活用することも効果的です。

家庭

消費者教育を推進していくに当たり、直接消費者に伝える方法と、家庭を通じて間接的に伝える方法が考えられます。学校や地域、職場など、それぞれの場で学んだ内容を家庭に伝え、共にそれを実践していくことが重要です。

また、間接的な方法として、毎日の生活の中で、便利な電気機器やファッショングッズも、ちょっとした不注意や誤った使い方、製品の素材、構造などが原因で生命に関わるような事故につながる場合があります。そのようなリスクを減らすため、それぞれが身の回りのリスクの存在を認識することも重要です。

特に小さな子供を持つ家庭では、様々な気付きの体験を通じて、子供に家族や身の回りの物事に関心を持たせ、暮らしの中の危険や、ものの安全な使い方に気付かせる必要があります。また、子供は周りの大人から見ると思いがけない行動や反応をすることがあり、その結果として様々な「不慮の事故」に巻き込まれることが少なくありません。そのため、子育て世代や子育て支援団体等に対する情報発信や普及啓発などを通じ、学習の機会や情報を提供することも求められます。

(3) 職域

就職して社会に出ると同時に、主体的な消費行動を行うことが求められます。しかし、学校教育の中で得た知識と、社会に出てから必要となる知識が一致しない場合があることから、事業者による従業員に対する消費者教育が求められます。また、事業者は、お客様相談室などを通して直接的、間接的に消費者の声を聴いています。その声を事業者自らの顧客満足度の向上に活かすことにより、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画できるような、情報提供や商品やサービスの開発、提供が期待されます。このように、消費

者教育に取り組むことは、事業者の社会的責任（CSR）の観点からも有意義です。

3 関係機関との連携・協働

消費者教育の推進を図るためには、地域の消費者の生活に密着した存在であり、幅広く住民生活に関わる行政を担う市町村が、その地域特性に合った消費者教育の内容や手法の充実を図ることにより、消費者一人一人に対して隙間なく消費者教育の機会を提供することが必要です。県においては、広域的な観点から、市町村の取組を支援し、あるいは、市町村間での格差を埋めることにより、消費者に提供される消費者教育の水準を確保することが必要となります。

しかしながら、消費者教育の分野は幅広く、行政の取組だけでは、効果的かつ効率的に実施することはできません。そのため、県や市町村といった行政の取組だけではなく、消費者教育に携わる多様な主体との連携が必要です。

（1）消費者行政と教育行政の連携

消費者教育を、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に実施するためには、消費者行政分野と教育行政分野の連携が必要です。県はもとより、身近な立場で消費者教育を推進する市町村においても、消費者行政担当課室と、教育委員会が緊密に連絡を取り合い、共同事業を実施するなど連携を図る必要があります。

また、福祉、衛生、住宅、環境、産業、税務等、消費生活に関わる消費者行政課室以外の行政の各機関が情報共有しながら、施策を推進することも必要です。

（2）県（消費者行政・教育行政）と消費者団体、事業者団体等との連携

地域において、様々な機会を捉えて消費者教育を実施する環境を作るためには、多様な立場の担い手の育成が必要です。このためには、行政だけでは限界があり、消費者団体や事業者団体、事業者等との連携による取組が必要となります。

（3）他の消費生活に関係する教育と消費者教育の連携

「環境教育」、「食育」、「国際理解教育」、「法教育」、「金融経済教育」などは、消費者の自立を支援し、また、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消費者教育と重なる部分も少なくありません。

そのため、行政においては、消費者行政担当課室とこれら関連課室が連携して実施、展開等することにより、効果的・効率的に教育を推進する必要があります。

（4）災害時における消費行動についての情報提供と関係機関との連携

非常時・緊急時の消費行動の在り方について考えるきっかけとなる情報を提供していく必要があります。行政においては、防災担当課室などが中心となって取り組んでいる「自宅の安全対策」や、「緊急情報の取得方法」、「非常持出品として用意したいもの」などの周知の中に消費者教育の内容が含まれています。消費者行政課室においては、生活教養講座など住民に対する啓発の中で非常時・緊急時に備えた商品の購入の在り方などを伝える必要があります。その他、教育行政、福祉行政など住民の生活に密接に関係する課室が実施する取組においても非常時、災害時の消費行動の在り方を考えるきっかけとなる情報を発

信することが必要です。

なお、災害時においては、緊急性・必要性の高い生活関連物資に関する情報や被災者支援情報などを提供し、消費者が正しい情報を受け取り、消費者としての適切な行動をとるきっかけとする必要があります。その際、行政だけではなく、消費者団体や専門士業団体、事業者など各主体が発信する情報との連携も重要です。

4 消費者教育・啓発の人材（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

国では教科横断的なカリキュラム開発や教材開発、教員研修などについて調査研究を実施し、その成果を幅広く提供することにより、消費者教育の改善・充実に努めています。研修の実施主体である県教育委員会等においては、職務内容、経験等に応じた研修の充実に図ることが期待されており、教職員自らが各学校で消費者教育を実践できるよう支援することが必要です。

なお、学校における人材育成においては、県消費生活センターや県教育委員会、関係団体だけではなく、市町村及び市町村教育委員会と連携することにより、効果的かつ効率的な取組の推進を図ることも求められます。

（２）消費者団体・NPO等の地域人材

消費者教育の範囲は幅広く、生活のあらゆる領域に関わります。消費者が知識の習得だけでなく、実践的な能力を身に付けるためには、消費生活に関する知識等を持つ多様な主体（消費者行政、教育委員会、消費者団体、事業者・事業者団体、専門士業団体（弁護士、司法書士等の専門家）、NPO等の様々な関係者）と連携して取り組むことが必要です。

多様な主体が相互に連携し、高齢・福祉施設や保護者会、学校、幼稚園などへ赴き、地域住民に対する消費者教育を実践することによって、消費者教育を受ける機会の拡大が期待できます。また、消費生活の分野に限らず、既に幅広い分野にまたがって地域貢献を果たしている人材なども消費者教育の担い手として期待できます。

その他、高齢者の見守りなど、既存の地域のネットワークに対する消費者教育の研修会等を実施し、啓発活動の支援等を行うことも有効です。

5 教材等の充実（地域・学校等で活用できる教材等の充実）

消費者教育を充実させるためには、多彩な教材等が必要です。しかし、学校単位、市町村単位で検討し、作成することは難しく、国の機関や地方公共団体、消費者団体、事業者・事業者団体、NPOなど、様々な主体により作成される多様な教材等を、学校や地域で有効活用することを促すことが必要です。

消費者庁では、消費者教育の基盤整備として、消費者教育に関する様々な情報を提供するサイト（消費者教育ポータルサイト）を整備し、消費者教育の実践に取り組む関係省庁、地方公共団体、消費生活センター、消費者団体、事業者団体、事業者、法曹団体、個人などが提供した教材を掲載しており、消費者教育を実践するために有効なツールとなっています。

[消費者教育ポータルサイト] <http://www.caa.go.jp/kportal/index.php>

消費者教育ポータルサイト - Windows Internet Explorer

http://www.caa.go.jp/kportal/index.php

消費生活に関する教育のヒントが満載!

消費者教育ポータルサイト

当サイトについて | 情報検索 | 消費者教育関連情報 | 情報募集 | お問い合わせ

消費者教育の情報検索

フリーワード検索

条件絞り込みで探す | 領域ごとに探す | ライフステージごとに探す

利用者の立場から探す

学校で教える方はこちら | 地域で教える方はこちら | 自学される方はこちら

消費者教育関連情報

新着情報 | トピックス

2014年1月14日
教材に追加しました。
・マネートラブルにかつ!
高校卒業以上の方を主な対象として想定しています。商品・契約・金融等について、4コマ漫画を各ページに用い、見開き1ページで解説した教材です。(神奈川県)
教材に追加しました。
・指導用解説書「消費者教育サポートブック」
中学生用教材STEP UP及び高校生用教材JUMP UPの指導用解説書です。(神奈川県)
取組に追加しました。
・外国語圏民向け消費生活相談窓口案内リーフレット
外国語圏民向け、外国語(英語、中国語、韓国・朝鮮語、スペイン語、ポルトガル語)による、消費生活相談窓口案内リーフレットです。(神奈川県)

2014年1月8日
教材に追加しました。