

# 消費者教育の講師育成に関する実態調査

「消費者教育の講師育成に関する実態調査報告書」

平成 19 年 3 月

株式会社 三菱総合研究所

## はじめに

近年、消費者トラブルは増加の一途をたどっている。また、その内容も多様な形態に拡大しており、消費者を取り巻く環境は大きく変化している。消費生活センターの相談員や行政職員が消費者問題に関する啓発講座等を実施しているが、マンパワーにも限りがあり、継続的な情報提供は困難である。消費者教育の講師を育成している自治体はごく一部であり、その方法や内容、人材（講師）の活動状況などもバラつきがあることが指摘されている。すなわち、現在の多種多様化した消費者問題に対応した消費者教育の担い手である講師が不足していると言えよう。

平成 17 年 4 月に策定された消費者基本計画においては、消費者教育の担い手の強化および機会の拡充の具体的施策として、「国民生活センターおよび消費生活センターにおける消費者問題講座修了者が学校や社会教育施設等で専門家として消費者教育を実施できるよう、その育成プログラムを策定する。（策定方針について平成 19 年度までに一定の結論を得る）」および「消費者教育の専門家を育成するための研修を実施する。（実施方針について平成 19 年度までに一定の結論を得る）」を挙げている。

本事業では、大阪教育大学の鈴木真由子助教授を座長として「消費者教育の講師育成に関する研究会」を設置し、実態調査に基づいて消費者教育の講師・消費者リーダー育成の現状と問題点を整理し、次年度以降、育成プログラムを検討する上での提言をとりまとめた。

本調査がわが国における消費者教育の講師・リーダー育成の充実の一助となれば幸いである。

平成 19 年 3 月 株式会社 三菱総合研究所

## 消費者教育の講師育成に関する実態調査 目次

調査の概要と提言	2
1. 消費者教育の講師育成に関する実態調査に関する文献調査	7
1.1. 調査方法	7
1.2. 消費者教育講師育成の現状	7
1.3. 文献調査のまとめ	12
2. 消費者教育の講師育成に関する実態（アンケート調査結果）	13
2.1. 都道府県レベル	13
2.2. 市区レベル	32
2.3. 町村レベル	51
2.4. 消費者団体	67
2.5. アンケート調査のまとめ	88
3. 消費者教育の講師育成に関する実態（ヒアリング調査結果）	89
3.1. ヒアリング調査の考え方	89
3.2. ヒアリング対象・項目	90
3.3. ヒアリング結果	91
3.4. ヒアリング調査のまとめ	96
4. 消費者教育の講師育成に関する実態に対する考察	97
4.1. 講師・リーダー像について	97
4.2. 講師・リーダー育成に関する課題	100
4.3. 課題解決のために	102
委員等名簿及び研究会検討スケジュール	106