

### 3. 消費者教育の総合的推進の方向性

本事業では、消費者政策が取り組むべき消費者の育成や自立支援のあり方を総合的に検討するため、消費者にとって特に重要な分野として「安全」「契約・取引」「情報」「環境」という4つの学習領域を取り上げ、ライフステージに応じて形成が期待される各領域における消費者の態度や能力（「～できる」と表現した）を設定した。そのうえで、消費者教育の現状とともに、求められる学習の内容・機会・方法・人材育成等の課題を明らかにしてきた。

これらの点を踏まえた消費者教育の総合的推進の方向性として、以下の3点が指摘できる。

- ◇ <推進策1> 教材・プログラムの充実と開発方法の深化
- ◇ <推進策2> 学習支援者（教育の担い手）への支援の充実
- ◇ <推進策3> 組織と人材のコーディネート強化と充実

更に、これらの推進策を含めて消費者教育を総合的に推進するための方策も検討される必要がある。以下に総合的推進の方向性についての提案を示す。

#### 3.1 消費者教育の推進のための方策

##### <推進策1> 教材・プログラムの充実と開発方法の深化

既存の消費者教育に関連する教材を年齢層や領域別に概観すると、既に充足している部分はある一方、不足している年齢層、領域もある。充足している部分には、教材を活用するための推進方策、不足している部分には教材作成そのものを推進する方策が各々必要となる。

また、全年齢層を通じて、学習支援者がどのような場面でどのように使えば効果的に学習できるのかを教示するプログラムが不足しているため、容易に学習を実行に移しにくいという課題がある。プログラムには、指導内容に加えて、使用する教材・素材や支援の際の留意点等を含めることで、実際の場面で活用されやすいという利点がある。

##### ● 年齢層の特徴に対応した教材の作成

現在、幼児に対して消費者教育を行うという意識は一般的に低く、既存の教材は十分整備されていない状況にある。幼児期は遊びを通じて様々なことを学ぶ時期であるため、生活のあらゆる場面で消費者としての教育を行う可能性がある。そのため、遊びの場や生活場面において使用できる教材を作成することで、幼児に対する教育機会は格段に増加することが期待できる。教材を作成する際には、言葉のみでは学習が難しいという幼

児の特性に留意し、視覚的、かつ体験的な教材とすることが重要である点、等を留意する必要がある。

児童期や少年期に対する消費者教育はその重要性が認識されつつあり、領域によっては、各種機関や企業において教材が作成されている。しかし、それが実際に消費者教育を実施している学校や地域社会、および児童や少年の必要性に十分合致していない可能性がある。児童期、少年期の教材については、既存教材の活用方法を含めて検討し、教材をプログラムとともに深化させる必要がある。

一方、成人期においては、すでに消費者教育の教材が作成・提供されているが、学齢期のようにまとまった時間を学習に割くことが難しい消費者が多いことが推察される。また、既存の教材配布のみでは、本当に必要な人に教材が届いていないという課題もある。そのため、成人期への消費者教育普及については、自治体の催しや学校や企業におけるオリエンテーション等の一部を利用して普及できるような、短時間で使える教材の開発を推進することが必要であると考えられる。

#### ● 生活の様々な場面で利用できる学習プログラムの構築

消費者教育を推進する人材（学習支援者）は、教員や教育の専門家のみでなく、施設等の職員や一般の成人（保護者等）も学習支援者となる可能性がある。そのため教材を作成するのみでなく、より多くの学習支援者がその教材を活用することが重要となる。そのためには、教材と、各教材がどのような場面でどのように使えば効果的であるかを示す学習プログラムが同時に活用できる状況にあることが望まれる。

たとえば幼児においては遊びの中で学ぶことが有効であると考えられるが、教材とともに一緒に遊ぶ成人が誰でも利用できるような学習プログラム（副読本等）を作成することが普及を促進すると期待できる。

児童期においても、学校や家庭、地域の場において、効果的な学習の場面や学習支援者を想定した学習プログラムを構築し、提供していくことが推進方策として重要と考えられる。体験型プログラムとしてキャンプ等を通じた学習方法の例をプログラムとして提示することもその一例である。

少年期においては、知識があったとしても、行動が伴わず消費者被害に遭う例もみられることから、知識のみでなく意識を高め、それを行動に移すことが重要である。そのため家庭や地域において様々な行動が、消費者意識・消費者行動について考える場面や機会になるような学習プログラムを提供することが必要であると考えられる。

成人期においては、多様な社会的属性・年齢層の消費者が混在することが特徴の一つである。そのため、多様性に対応した学習場面等を想定したプログラムが必要となる。情報を入手しにくい社会属性の消費者については、特に推進する必要があると考えられる。

#### ● 開発した教材やプログラムを共有化する仕組みづくり

自治体や省庁等の既存の消費者教育の事例によると、多様な教材やプログラムを開

発・実施している状況にあることがうかがえる。一部の地域や組織においては、工夫されたプログラムや様々な場面を活用して消費者教育が実施されている事例も把握できた。

しかし一方では、こうした教材やプログラムの存在や利用方法等が周知されていない、全国的に拡大していない状況も示唆された。

たとえば幼児期や児童期等においては、擬似的な買い物等を通じて契約・取引の内容を理解する、という学習内容が各地域独自に実施されている状況にある。こうした各地の事例を全国的な取り組みとして拡大するためには、事例を参考にしつつ、地域性を加味しながら独自のプログラムを作成するための汎用的な基礎素材を提供することが有効であると考えられる。

汎用的な基礎教材を共有化し、誰でも利用できる形態にするためには、インターネット等を活用することも有効であろう。たとえば、利用者が一定の利用条件の下、更新することができる等、自由度の高い仕組みを構築し、継続的に成長していく情報サイトが想定される。共有する情報としては、次のような内容が汎用的に活用できるものと考えられる。

<共有化が有効であると考えられる項目>

- ・ 消費者教育に関する教材、入手方法
- ・ 講義プログラム（学習内容、使用教材、学習の際の留意点等）
- ・ 体験型プログラムの事例集
- ・ 学校の授業への取り込み方の方法（事例集）と活用方法に関する情報
- ・ 学校等で指導可能な人材リスト

## <推進策2> 学習支援者（教育の担い手）への支援の充実

### ●教材・プログラム活用に向けた条件づくり

学習支援者（教育の担い手、時には学習者そのものであることもある）への支援を充実させる方法として、教育の担い手が、教材・プログラムを活用しやすい環境を作ることが不可欠である。

そのためには学習支援者が教材・プログラムを活用する際、効果的に情報収集できるような情報検索の水先案内があることが望ましい。たとえば、金融教育分野における金融広報中央委員会『金融学習ナビゲーター』はこれにあたる。検索の際に求められる指標としては、学習者のライフステージ（年齢）、学習目標、学習内容、学習機会、ツール等が考えられる。こうした指標を既存の消費者教育の教材・プログラムに、基盤的情報として付加すると同時に、新たな教材やプログラムへ付加することが教材・プログラム活用への便宜を図ることにつながる。また、消費者教育支援センターの「消費者教育教材資料表彰（行政対象、企業・業界団体対象）」「消費者教育実践表彰（学校対象）」等の情報も活用の参考となる。

学習支援者を適切に支援するためには、利用する教育の担い手等の要望を反映し、使いやすい指標を検討する仕組みを作る必要がある。そのためには、利用方法の改善、教材やプログラムへの意見や、「活用しやすい条件」、利用した際の利点と問題点等の評価や感想を集約し、結果を反映できるシステムを構築しておくことも重要である。こうした継続的な体制が教材・プログラム開発の深化とともに、学習支援者の支援につながるものと考えられる。

### ●教員研修の充実

学習支援者への支援の充実の中でも特に重要なことが、教員への支援、中でも教員研修の充実が不可欠である。幼児期では消費者教育の必要性の意識が他の教育と未分化であるため、教材やプログラムは不足しており、幼稚園教諭や保育士に対する消費者教育についての研修はほとんどない。しかし、幼児が使用する玩具等が、安全性等の条件よりもキャラクター等の表面的な条件のみで選択されている実態について、問題があると考え始めている幼稚園教諭や保育士が少なくない。幼児の生活の中で、消費に関わり問題と考えられるテーマを取り上げた研修の充実が望まれる。

児童期・少年期の消費者教育の担い手である教員への研修の充実も不可欠である。小学校・中学校・高等学校の教員を対象とした教員研修の例として、「教員を対象とした消費者教育講座」（国民生活センター主催・消費者教育支援センター後援）等があるが、対象教員の分類等は現時点では未だ少ないのが実態である。消費者教育はライフステージごとに必要とされる目標があることから、小、中、高校別のきめ細やかな教員研修も用意されるのが望ましい。現在、教育センター等で教科毎に実施されている教員研修の中に消費者教育を有効に組み込むことも考えられる。教員研修には都道府県の消費生活担当課や消費生活センター主催で実施されているものがある。消費生活相談員等の専門家が研修を担当することで、最新の消費者の実態を踏まえた教員研修の充実がはかれる。

教員研修の充実のためには、単に、消費者のための知識を講義するにとどまらず、教育方法についての内容が不可欠であろう。現時点では、教員が、一般対象の消費者教育講座に自主的に参加し、その内容を当該教員が工夫して教科に組み込む形となっている。個人の独自の努力によるところが大きいと、消費者教育に熱心な教員のみが、「点」で実施する消費者教育段階である。また教科関連の学会の中にある教員の自主的研究会や、研究発表会によって、「線」の消費者教育もわずかに行われている。これを一般化するためには「消費者教育教員研修の体系化」を推進することが重要である。

### <推進策3> 組織と人材のコーディネートの充実と強化

多様な学習の要求を抱えた消費者に対する学習支援のためには、学校や企業等の各種の組織・機関あるいは地域に散在している人的資源や情報等を発掘し、消費者教育に活用することができる教育的資源（教材化・プログラム化・学習事例の蓄積・学習支援の

専門家の育成等)として再開発することが必要である。そうすることによって、消費者が利用しやすい学習機会をとらえ、適切な学習支援者を迎え、効果的な教材やプログラム等実施する等して、具体的な消費者の学習の要求に応えられる消費者教育の場をコーディネートすることが可能になる。組織と人材のコーディネートの強化と充実のために、以下では、組織・機関および消費者関連の専門家としての相互連携の可能性を、消費者教育の総合的推進の方向性として示したい。

## ● 地域・企業・学校を結ぶコーディネート機能の必要性

消費者に必要とされる豊富な知識や経験を有している人材は、現在社会の多様な場に点在している。たとえば、具体的な商品・サービスの品質・流通・販売の現状等の的確な知識を備えているのは企業の職員であり、学習者の特性を捉えたうえで効果的な教育方法を展開できる教育の専門家は学校の教員である。また、消費者の権利や契約等の問題であれば、弁護士等法律関係の専門家が専門知識を有している。さらに、各種のボランティアやNPOで活動するメンバーは、生活の必要に応えたきめ細かな知識と対応の工夫の経験がある。このように、学校・企業・地域等の組織や機関には、潜在的に担い手が存在することが明らかである。

地域の消費生活センターや社会教育施設等が、地域の組織や機関を連携し、それらの人材を活用し、事業として消費者教育を有効に展開している例は少なくない。単一の学校や消費者団体、企業間が人材派遣等に取り組むことは、各関係者に調整する労力を多く必要とすることを考えると、地域のレベルで各組織等が連携する仕組みを充実することが有効であると考えられる。そのため企業や組織等には、消費者の雇用者あるいは商品・サービスの提供者として、「自立する消費者」を支援するという社会的責任意識を高める仕組み等を持つも求められる。

また、複数の組織や機関が連携する際、核となる組織を確立することができれば、活動の継続性等が担保できることも期待できる。同組織においては、消費者教育に関する様々な知見(教材やプログラム、事例等)を蓄積するとともに、担い手となる人材の登録を推進し、要望に応じて講師派遣を行うことが想定される。さらには蓄積された知見を活用して、消費者の学習相談に応じる等の機能を有することも考えられる。

## ● 人と組織が相互に関連し合う消費者教育の支援体制

消費者教育の総合的推進が必要なのは、消費者の誰もが、いつでも、どこでも、必要なときに必要な内容の学習を行うことができる環境を整備するためである。換言すれば、誰にも消費者教育を受ける機会(権利)を保障することである。前項で述べた組織・機関の連携を主とした消費者教育の推進は、いわば公式的な場における消費者教育の総合的推進のため不可欠な体制であろう。

しかし消費者教育は、幼児期や高齢期等の場合に典型的であるように、家庭や近所といった非公式な場においても重要である。現状でも、消費者学習の機会を幅広くとらえれば、各年齢層(ライフステージ)の消費者が営んでいる具体的な生活という場面では、

実に多様な役割の人々、あるいは多様な組織に属する人々が、実際に消費者学習支援者の役割を担っている。例えば、幼児期の消費者には家庭における親がもっとも影響力のある学習支援者であろうし、児童期の消費者には学校における教員による消費者教育がもっとも期待されると同時に、地域で身の回りの買物をする場面では、地域の大人や友人・仲間の影響も極めて大きいだろう。

このように、各年齢層（ライフステージ）の消費者が学習を続けるためには、消費者教育を担う人材の多様性や、学習の場の多様性が必要である。そのため、消費者教育の学習者や学習支援者は、ある学習の場では教える者となり他の場では教えられる者になる等、相互に入れ替わりうる互換の関係になることが望まれる。学校や消費者団体等の講義において消費者教育を受けた消費者が、他の場面で支援者になる可能性を拡大することで、消費者教育の普及を促進するだろう。そのためには消費者教育において人と組織が相互に関連し合う消費者教育の支援体制を充実することが重要である。

また、個人の相互支援を促進するためには、個人の活動に頼るだけでなく、企業や組織等を消費者教育に巻き込む働きかけをする仕組みが必要である。たとえば消費者教育へ協力した社員の優遇措置等の導入を提唱することも考えられる。そのためには、国などが企業に対して、消費者の雇用者として「自立する消費者」を育成するという社会的責任意識を高まるために働きかけることも有効であろう。

### 3.2 消費者教育の総合的な推進にむけて

消費者教育の体系化は、消費者基本法のもとでの新たな消費者教育の姿を消費者（国民）にわかりやすく示し、透明性の高い消費者行政のモデルとして、自立した消費者の育成・支援を推進する核となるものである。

#### ● 消費者自らの役割意識の啓発に向けた国民的な合意形成

消費者教育の重要性については、消費者基本法のもと、消費者基本計画には盛り込まれているものの、一般の国民による合意形成は必ずしも広く普及されていない。消費者問題への関心は、部分的、時期的に拡がりつつあるものの、情報授受以上に、知る・考える・行動するという自立した消費者の育成支援－消費者教育の必要性の認識は深くないのが実態であろう。

現代社会の変化に対応した新しい消費者教育が、消費者の質の高い消費生活を実現し、最終的には消費者が信頼できる市場経済社会を実現することになると考えられる。消費者教育を人々の多様な学習の中で明確に位置づけるためには、消費者自らがその必要性や実効性を認識する必要があるのではないか。更には、信頼できる社会の実現のためには、消費者自らが参画して初めてそれが実現できるとの認識を共有する、合意形成が必要であり、そのための機運を高めることが不可欠である。

## ● 効果的な消費者教育推進に向けた基盤的情報整備

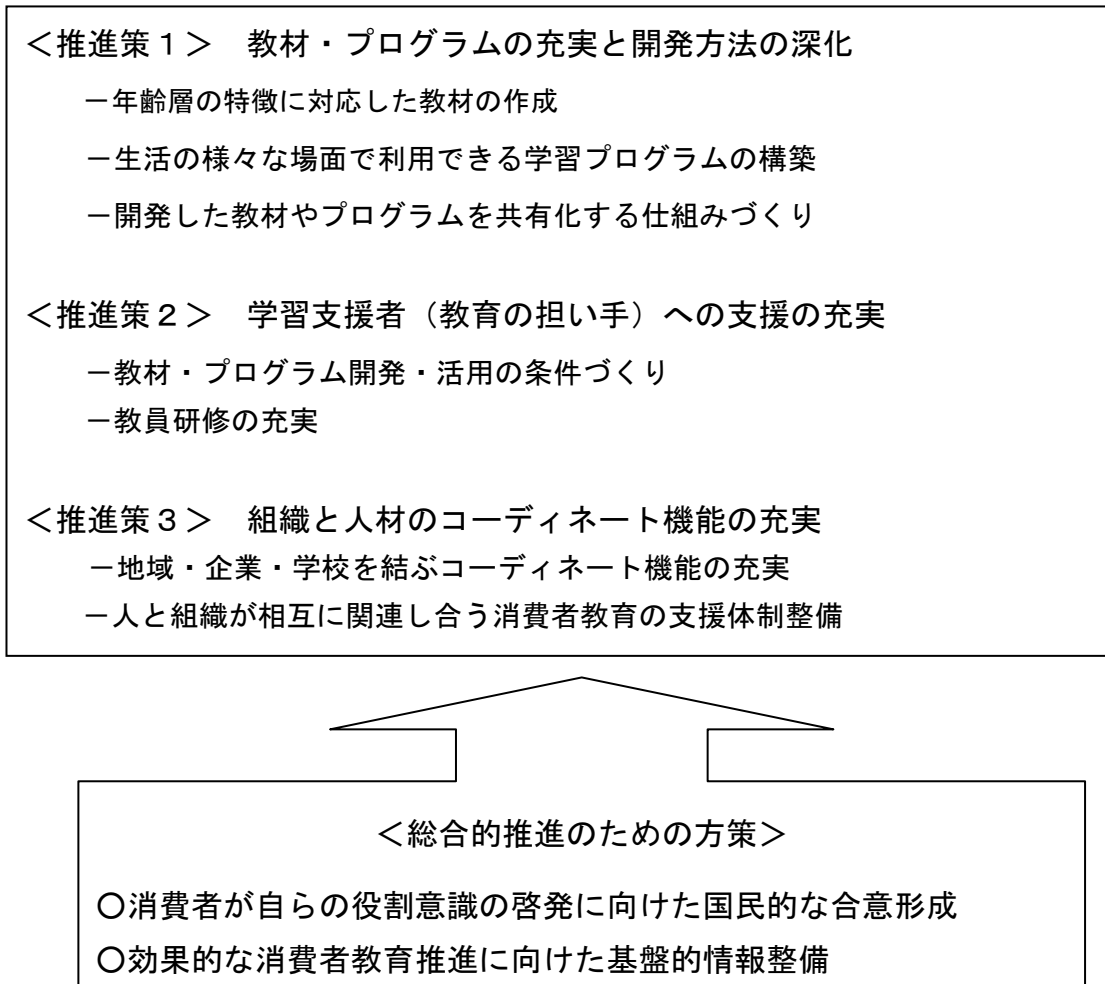
消費者教育行政の課題は、消費者自身の現状を把握した上で設定される。従来、消費者の現状については、主として、事業展開・マーケティングのために企業によって調査されてきた。公的には家計調査や社会生活基本調査による消費支出等費用面や、社会生活等の生活時間や余暇行動面についてのデータに限られ、消費者としての行動や能力を示す基盤的情報としては、国民生活センターによる消費者相談件数等に限られていた。近年、金融広報中央委員会「子どものくらしとお金に関する調査」や日本消費者協会「消費生活能力検定試験」等にみられるように、消費者の視点、公的な視点で、消費者の行動や能力の現状把握が進みつつあり、消費者についての基盤的情報整備が進んでいる。効果的な消費者教育にむけての課題設定のためには、全般的な消費者の知識・認識・行動レベルの現状把握を進める必要がある。

また、学習支援者が学習者にとって効果的であったと判断する教材・プログラムの実践事例を蓄積することも、必要である（基盤的情報の蓄積）。そのような情報の蓄積は、消費者教育の効果を明らかにする上でも重要と考えられる。教材やプログラムの効果を把握することは、将来的に開発すべき教材・プログラムの質の向上にとりきわめて重要である。

さらに、基本計画の1つとして実施されるべき消費者教育を実効的に推進するために、消費者教育の実践現場からの課題をこれまで以上に積極的に受け止める仕組みを検討する必要もある。

消費者教育は、今、新しい局面に入り、透明性の高い新しい消費者行政として展開しつつある。理念、目標を明確に設定し、教材・プログラムの充実と開発、教育者支援、コーディネート機能の拡充等により、消費者教育の有機的な組み合わせ、連携によってより一層の総合的な推進が図られることを期待するものである。

図表 3-1 消費者教育の総合的推進の方向性（まとめ）



<本編 Ⅱ部>



## 4. 文献調査

### 4.1.1 既存調査の分析

#### (1) 関係省庁調査

現在、各省庁において実施している消費者教育関連事業について、「消費者基本計画の検証・評価・監視」(平成18年7月26日 消費者政策会議決定)、「ハンドブック消費者2005」(内閣府国民生活局消費者企画課)、各省庁のホームページ等の資料等に基づいて事業内容を整理した。

[注：消費者政策会議について]

消費者政策会議は、消費者基本法に基づき消費者基本計画の案を作成するほか、消費者政策の推進に関する基本的事項の企画に関して審議にあたるもの。また、消費者政策の実施を推進するとともに、その状況を検証し、評価し、監視することとされている。

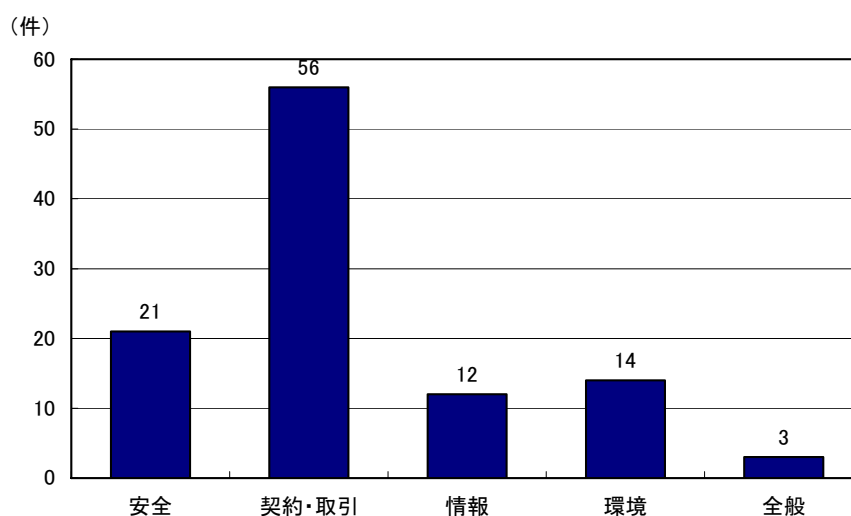
調査結果については、消費者教育体系シートを作成するため、同シートで定義している領域別、及びライフステージを分類した。その他、利用者層、学習場面(学習者、学習支援者、学習の場)を事業内容から分類した。(資料編参照)

調査結果の概要を図表4-1～4-7に示す。

#### 1) 領域別内容分析

関連省庁における消費者関連の事業を領域別にまとめると、契約・取引分野の事業が56件で他の領域と比較すると最も多い。一方、情報や環境に関する内容に関連する消費者教育事業は少数に留まっている。

図表 4-1 関連省庁における消費者教育関連事業の領域別事業数(領域間の重複あり)



各省庁調査における結果の概要と内容を以下の図表4-2～4-7に整理・分類した。(図表

4-1 では、内容に重複がある場合は複数領域に数を加算している。また、図表 4-2～4-5 では事業目的で集約しているため、図表 4-1 の事業数と異なる。）

図表 4-2～4-5 については、内容分類するとともに、政策の緊急性に着目して整理した。内容分類については、当該領域に関する一般的な内容か、特定の内容か、という点を分類した。また、政策の緊急性としては、「消費者基本計画の検証・評価・監視」（平成 18 年 7 月 26 日 消費者政策会議決定）資料に記載されている内容を現在重点を置いている課題であると考え、抜粋したものである。

### ①安全

安全分野については、一般的な食品の安全や製品安全の教育の他、薬物、自動車、マンション等の安全についての意識啓発や情報提供が行われている。安全に関しては総じて基本的・一般的な知識の普及を目的として、継続的に実施されている事業が多い。

消費者教育の担い手育成に着手している例等、食品安全に関して多様な担い手が必要であるとの認識を有していることが想定される。

図表 4-2 関係省庁における消費者教育関連事業の概要

事業目的（同一の事業目的の事業名は集約）	内容分類		3) 政策会議	担当省庁
	1) 一般	2) 特定		
1) 学校健康教育の充実：薬物乱用防止		○		文部科学省
2) 食中毒の予防、食品衛生の考え方の普及	○			厚生労働省
3) 国民の健康の保持増進	○			厚生労働省
4) 消費者教育の担い手育成	○		●	農林水産省
5) 食の安全の普及啓発	○			農林水産省
6) 消費者の知識・意識の向上（製品安全等）	○			経済産業省
7) 自動車の安全意識、リコールに関する意識啓発、情報提供		○		国土交通省
8) マンションの耐震性に関する意識啓発、情報提供		○	●	国土交通省

1) 一般：一般的な消費者教育／2) 特定：特定の制度に関する消費者教育／

3) 政策会議：「消費者基本計画の検証・評価・監視」平成 18 年 7 月 26 日 消費者政策会議決定（H18 年度重点的に実施している政策として抜粋）

資料：関係省庁調査等より作成

上記のうち、多様な人材の活用の点で特徴のある事業の内容を以下に紹介する。（資料編参照）

### ■多様な組織の人材の活用した活動の例

- 5) 消費者教育の担い手育成：食料品消費モニターOBのうち、希望する者に対し、「食の安全」等に関する情報提供を行うとともに、食品の生産・流通・加工についての理解を深めてもらうこと等を目的とした現地研修会を開催した。（平成 17 年度事業）

②契約・取引

契約・取引分野の消費者教育関連事業を 図表 4-3 に示す。契約・取引分野の消費者教育は事業数が多くかつ実施内容やその手法の多様性がある。現在課題とされている複数組織の連携による学習機会の増加等に関して、参考になる事業を一部紹介する。

図表 4-3 関係省庁における消費者教育関連事業（契約・取引分野）

事業目的（同一の事業目的の事業名は集約）	内容分類		3) 政策 会議	担当省庁
	1) 一般	2) 特定		
1) 高齢者消費者トラブルに対する消費者教育の推進		○	●	内閣府
2) 経済教育の実践的な普及、推進	○		●	内閣府
3) 消費者問題出前講座	○			内閣府
4) 「独占禁止法」、「景品表示法」に関する意識啓発・ 情報提供		○		公正取引委員会
5) 競争政策の普及	○			公正取引委員会
6) 消費者モニター制度、消費者取引適正化推進員制度	○			公正取引委員会
7) 悪質商法による消費者被害の未然・拡大防止		○		警察庁
8) 学校における金融経済教育の推進	○			金融庁
9) 学校教育における指導者の育成	○			金融庁
10) 一般社会人向け金融経済教育の推進	○		●	金融庁
11) 一般社会人向けの情報発信	○		●	金融庁
12) 金融に関する相談事例の公表	○		●	金融庁
13) 預金保険制度の周知		○	●	金融庁
14) 金融商品販売法の周知		○		金融庁
15) 「成年後見制度」に関する情報提供		○		法務省
16) 法教育の普及	○			法務省
17) 消費者トラブル・被害の防止	○		●	文部科学省
18) 消費者トラブル・被害の未然防止	○			厚生労働省
19) 若年層の悪質商法等に対する意識啓発		○	●	経済産業省
20) 高齢者の消費者トラブルに対する意識啓発		○	●	経済産業省
21) 指導書等の普及	○		●	経済産業省
22) 金融教育関連情報の体系的な整理と情報提供	○			金融広報中央委員会
23) 金融知識の増進、金融教育に対する興味関心の喚起 (情報提供、映像資料提供)	○			金融広報中央委員会
24) 資産保護、金融商品、生活設計等に関する情報の提供	○			金融広報中央委員会
25) 金融教育の市民への通信教育の実施	○			金融広報中央委員会
26) 中・高校生への金融教育教材の提供と作文、小論文 コンクールの実施	○			金融広報中央委員会
27) 学校教育、家庭における金融教育の推進	○			金融広報中央委員会
28) 消費者問題に関する情報提供を通じた消費者の主体的な行動の支援	○		●	国民生活センター

- 1) 一般：一般的な消費者教育／2)特定：特定の制度に関する消費者教育／
- 3) 政策会議：「消費者基本計画の検証・評価・監視」平成 18 年 7 月 26 日 消費者政策会議決定（H18 年度重点的に実施している政策として抜粋）

資料：関係省庁調査等より作成

上記のうち、多様な人材の活用、他機関との連携等の点で特徴のある事業の内容を以下に示す。（全調査結果は資料編参照）

#### ■多様な組織の人材の活用した活動の例

- 1) 高齢者消費者トラブルに対する消費者教育の推進：高齢福祉関係団体、都道府県・市区町村等に「見守りガイドブック」、「講師用マニュアル（指導書）」を配布し、高齢福祉団体の協力を仰ぐ。（内閣府）
- 6) 消費者取引適正化推進員制度：消費者モニター経験者等の中から選考された 20 歳以上の一般消費者を消費者取引適正化推進員として委嘱している（平成 17 年度以降、全国 200 人程度）。同推進員は、調査・情報収集（広告物の収集、店頭表示の調査、価格調査等）、一般消費者への普及・啓発、意見聴取等（各種懇談会への参加等）を行っている。（公正取引委員会）
- 7) 悪質商法による消費者被害の未然・拡大防止：各都道府県警察が実施主体となり、地域における町内会、老人会等の各種会合において、講演、ビデオ放映及び寸劇を実施するほか、インターネットのホームページ利用やミニ広報誌、パンフレットの作成・配布等による積極的な広報啓発活動を行っている。（警察庁）
- 20) 指導書等の普及：消費者相談員や介護ヘルパー、民生委員等を対象に、啓発対象者に興味をもって聞いてもらうための方法等、身近な高齢者を見守る際に参考となる啓発手法をまとめた資料(教材)を作成している。（経済産業省）

#### ■学校教育への支援

- 2) 経済教育の実践的な普及、推進：中学校向け教材案「牛井屋経営シミュレーション」及びモデル教材「牛井屋経営シミュレーション ○×家、牛井屋を開店する。」を製作し、同教材を用いてモデル事業を実践。（内閣府）
- 8) 学校における金融経済教育の推進、9)学校教育における指導者の育成：中学生・高校生向け副教材「わたしたちの生活と金融の働き」を配布している。また同副教材に対応する「教師の手引き」を作成し、全国の中学校、高等学校に配布している。（金融庁）
- 26) 中・高校生への金融教育教材の提供と作文、小論文コンクールの実施、27)学校教育、家庭における金融教育の推進：幼稚園から高等学校までを対象とする各種教材・指導書や実践事例集の配布、金融教育の体系を整理した「金融教育プログラム」の公表を行っている。また、学校における金融教育等の研究・実践を推進する研究校や研究グループを委嘱し、サポートしている。さらに、こうした学校を中心に金融教育公開授業（全国リレー講座）を行い、作文・小論文コンクールを実施している。（金融広報中央委員会）

■地域のイベント等を活用している事例

- 27) 消費者問題に関する情報提供：成人式に向けて若者編「世にも恐ろしいケータイトラブル」を作成し、全国の消費者行政担当課、地方消費生活センター等、高齢者編は全国の高齢者福祉行政担当課、若者編は全国の広報行政担当課を通じて、全国の高齢者講座や成人式参加者へ配布した。(国民生活センター)

③情報

情報分野の消費者教育関連事業を 図表 4-4 に示す。情報分野では、多様化する情報通信サービスに係わる特定の犯罪等に対する防止対策に、重点的に取り組まれている。特定の犯罪に対する未然防止策は対処療法的な取組みになる傾向がある。

図表 4-4 関係省庁における消費者教育関連事業（情報分野）

事業目的（同一の事業目的の事業名は集約）	内容分類		3) 政策 会議	担当省庁
	1) 一般	2) 特定		
1) 知的財産権の保護に関する啓発	○			警察庁
2) フィッシングの危険性に関する情報提供		○	●	警察庁
3) 建物部品の防犯性能表示に関する情報提供		○	●	警察庁
4) インターネットの危険性に関する情報提供	○		●	警察庁
5) 高度化、多様化している電気通信サービスに係る被害防止	○			総務省
6) 電気通信サービスに関する消費者問題対応の普及、啓発	○			総務省
7) 電波環境保護に関する意識啓発	○			総務省
8) 消費者への情報提供手段の多様化	○			総務省
9) 放送に関わる権利についての意識啓発		○		総務省
10) 新しい時代に対応した著作権教育の展開	○			文部科学省

1) 一般：一般的な消費者教育/2)特定：特定の制度に関する消費者教育/

3) 政策会議：「消費者基本計画の検証・評価・監視」平成 18 年 7 月 26 日 消費者政策会議決定（H18 年度重点的に実施している政策として抜粋）

資料：関係省庁調査等より作成

上記のうち、多様な人材の活用、他機関との連携等の点で特徴のある事業の内容を以下に紹介する。(資料編参照)

■複数事業者・団体等が連携した取組み

- 5) 高度化、多様化している電気通信サービスに係る被害防止：総務省、文部科学省は関連機関等と共同で事業者団体等を主体とした「e-ネットキャラバン運営協議会」を結成し、主に保護者及び教職員向けにインターネットの安心・安全利用に向けた啓発を行うガイダンスのキャラバン実施。1年間に 1,000 講座を目標。平成 17 年度の関東地域及び東海地域での試行結果を基に、平成 18 年度から 3 年間、

全国規模で本格実施。インターネットがもたらす恩恵の他、ウイルス、迷惑メール、個人情報漏洩、架空請求詐欺等のトラブル等に関する注意喚起・情報提供を行う。

■学校教育との連携・支援

9) 新しい時代に対応した著作権教育の展開：インターネット時代の情報社会に主体的に対応できるよう、著作権に関する知識の習得や意識を高め、理解を深めてもらうことを目的とした事業。児童生徒が楽しみながら著作権を学べる学習ソフトや著作権に関する Q&A データベース「著作権なるほど質問箱」の開発・提供、著作権教育研究協力校による指導方法等の研究開発、全国の中学3年生全員への著作権について分かりやすく解説した漫画教材の配付等。

④環境

環境教育活動は、市民教育分野の中でも、先駆的に実施されている。そのため、取組内容も自主的行動の支援や自主的活動の表彰等市民を巻き込んだ活動が数多く実践されている。また、企業や事業者団体等と連携した活動が活発に実施されているのが特徴的であるといえる。

図表 4-5 関係省庁における消費者教育関連事業（環境分野）

事業目的（同一の事業目的の事業名は集約）	内容分類		3) 政策会議	担当省庁
	1) 一般	2) 特定		
1) 環境に配慮した消費行動を促すための意識啓発	○		●	内閣府
2) 環境教育・環境保全活動の推進	○	○	●	環境省
3) 環境教育の指導者育成	○		●	環境省
4) 環境教育・環境保全に関する消費者、事業者を含めた意識啓発	○		●	環境省
5) 環境教育・環境保全活動（環境アクション）の推進	○		●	環境省
6) 環境保全活動の推進<環境>	○			環境省
7) 環境教育・環境保全に関する意識啓発<環境>	○		●	環境省

1) 一般：一般的な消費者教育/2)特定：特定の制度に関する消費者教育/

3) 政策会議：「消費者基本計画の検証・評価・監視」平成 18 年 7 月 26 日 消費者政策会議決定（H18 年度重点的に実施している政策として抜粋）

資料：関係省庁調査等より作成

上記のうち、多様な人材の活用、他機関との連携等の点で特徴のある事業の内容を以下に紹介する。（資料編参照）

■消費者、企業・事業者団体を巻き込んだ活動

5) 環境教育・環境保全活動（環境アクション）の推進：平成7年度から「こどもエコクラブ」事業を通じて、地域における子どもたちの自主的な環境学習や実践活動

を支援している。2人以上の子どもと、活動を支える1人以上の大人で構成される自然観察、リサイクル活動等の自注的な活動に対するアドバイスや講師派遣等の支援を行う。平成8年度から「こどもエコクラブパートナーシッププログラム」として、全国の企業・事業者団体等が同事業への参加・協力している。

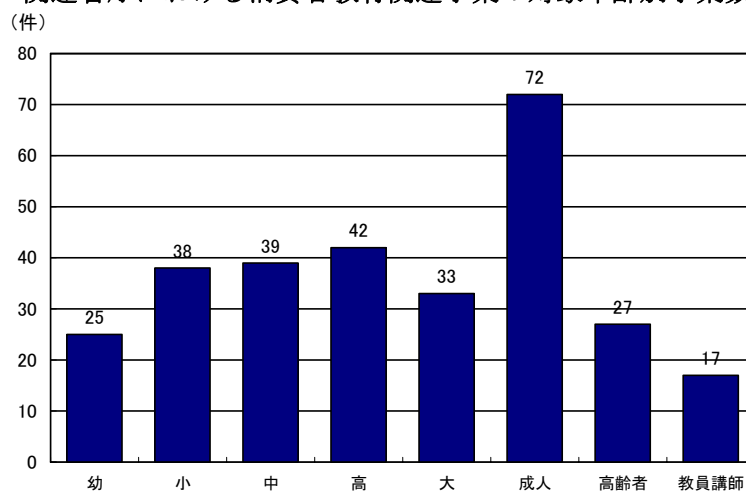
■優良事例の紹介、表彰

- 2) 環境教育・環境保全活動の推進：家庭において環境保全に関する取組等を行う家庭（世帯）を「エコファミリー」、その家庭の代表者を「我が家の環境大臣」として登録し支援をする。ホームページ上で、環境に配慮した消費行動のポイントの紹介や各家庭から寄せられたアイディアの掲載等を行っている。また環境に配慮した生活のポイントをまとめた教材や情報誌を作成し、我が家の環境大臣事業登録者へ配付。（環境省）

2) 対象年齢別の取組み

関連省庁における消費者関連の事業を対象年齢別にまとめると、成人を対象とした事業72件で最も多い。一方、小・中・高校生等若年層を対象とした教育も成人の半数程度の事業数であるが、実施されている。近年、重点的に実施されている高齢者を対象とした事業は、成人一般と比較すると半数未満に留まっている。

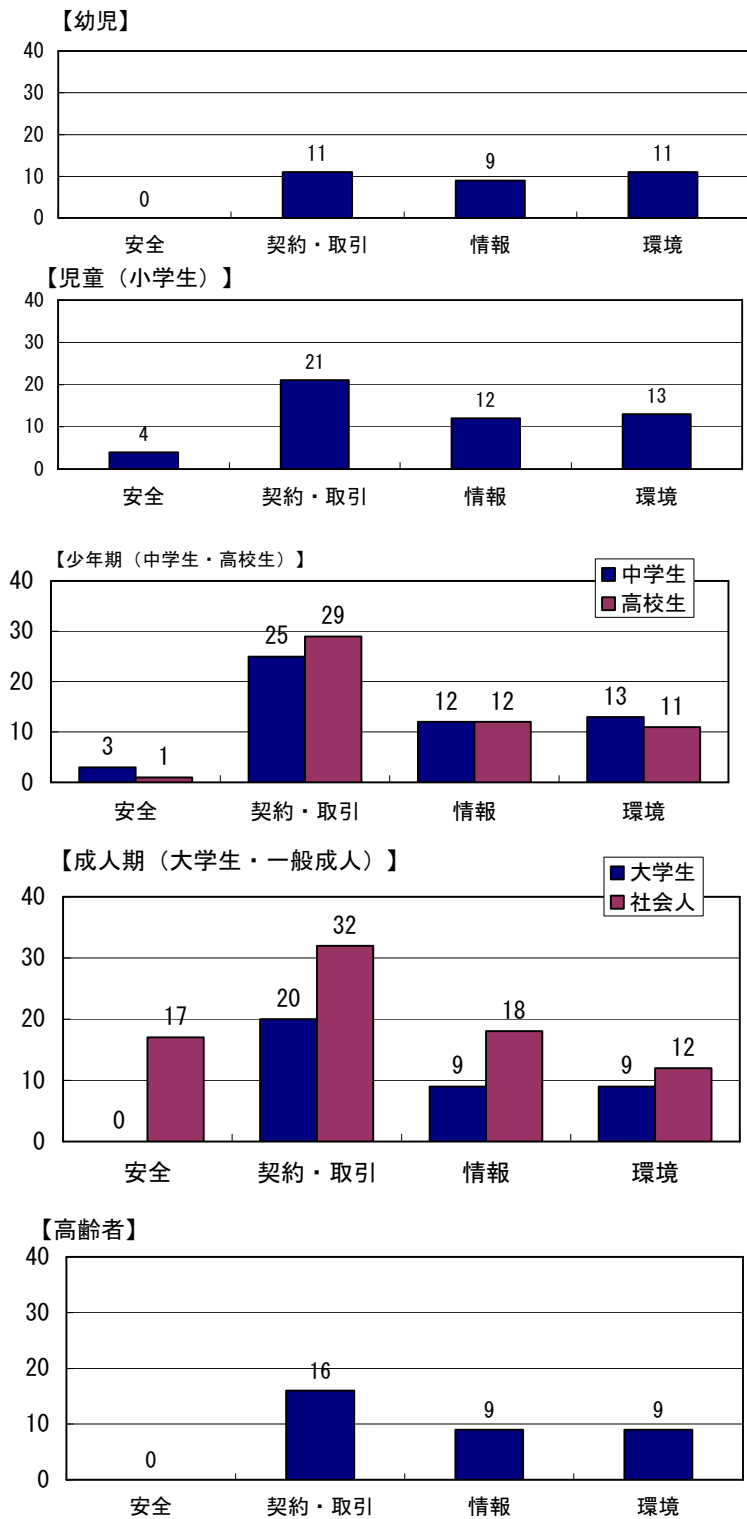
図表 4-6 関連省庁における消費者教育関連事業の対象年齢別事業数（重複あり）



関連省庁における消費者関連の事業を領域別・対象年齢毎に整理した。（図表 4-7 参照）  
 幼児、高齢者、教員講師を対象とした事業は全体数としては少ない。特に安全分野においては、Webによる情報提供等が実施されているが、絶対数は少ない。

少年期を対象とした事業では契約・取引分野で特に消費者トラブル等の注意喚起等の内容が多い。

図表 4-7 関連省庁における消費者教育関連事業の対象年齢別事業数（重複あり）



## (2) 自治体調査

平成 17 年度調査の「消費者教育体系化のための調査研究報告書」作成の自治体調査等を補完する目的で自治体調査を実施した。同体系シートの「安全」、「情報」、「環境」部分に関する調査を行うため、消費者関連部局のみでなく、各都道府県及び政令指定都市の次の部局を対象に資料請求を行い、送付された資料を下記の調査項目に従って整理した。(資料編参照)

### 1) 調査方法

具体的な資料請求先部局及び調査項目を次のとおり。

[資料請求先部局]

- ・製品安全・食品安全担当部局
- ・情報担当部局
- ・環境担当部局

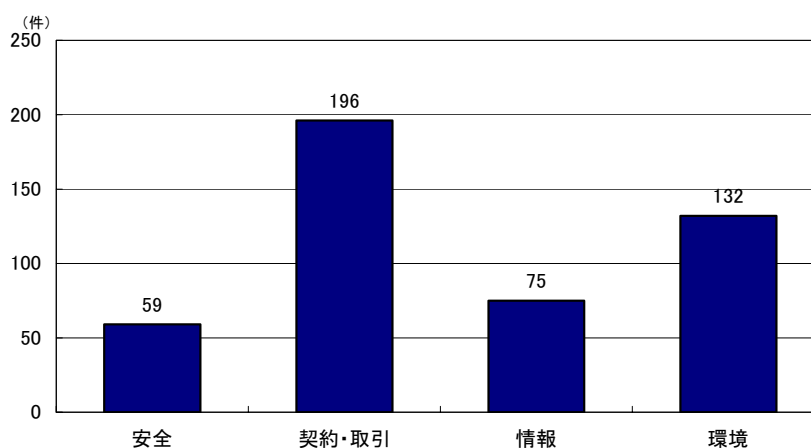
[調査項目]

- ・事業(資料)名称、概要、対象者、媒体、領域

### 2) 領域別、ライフステージ別の取組に整理

関連省庁における消費者関連の事業を領域別にまとめると、契約・取引分野の事業が 196 件で他の領域と比較すると最も多い。特に安全分野に関する取組が少ないことが特徴的である。

図表 4-8 自治体における消費者教育関連事業の領域別事業数(重複あり)



以下に、自治体の取組において、「汎用性の高い教材」及び「特徴的な教材」について一部を紹介する。

## ■安全

### ○汎用性の高い教材の例

自治体名	神奈川県
教材名	これだけは知っておきたい食の安全と食品表示
内容	○「食の安全とは何か」、「食の安全を保障するシステムの整備」、「各食品表示制度の内容について」、「便利帳（資料）」等の内容が盛り込まれている。 ○特に食品表示については、JAS法及び食品衛生法、健康増進法による表示基準等について、具体的に示されている。また便利帳（資料）において、食品に関するマークが一覧でまとめられている。
参考になる点	①「食」をテーマにして、基礎知識から表示方法、具体的なマークに関する説明が詳細にまとめられている点が参考になる。

### ○特徴的な教材の例

自治体名	奈良県
教材名	くらしの通信講座
内容	○消費者問題の基礎知識やSマーク、PSEマーク等についての理解度チェックシートを作成している。通信講座形式になっており、セミナー等に行くのが難しい社会人でも自宅で学べるようになっている。
参考になる点	○問題が幅広く、基礎知識から具体的なマークの識別まで、重要な点が網羅されている点が参考になる。通信講座という形式で、セミナー等に行くのが難しい子育て中の主婦や社会人を対象にしている点も参考になると考えられる。

## ■契約・取引

### ○汎用性の高い教材の例

自治体名	石川県
教材名	中高生のための消費生活ハンドブック
内容	○「消費者の権利」、「契約と消費者トラブル」、「消費生活に関する相談・情報の窓口」等の内容に加えて、環境に関する事項が1章設けられており、リサイクルの問題や「グリーンコンシューマー」といった概念の紹介が行われている。 ○契約のトラブル事例としては特に「アポイントメント商法」、「キャッチセールス」、「マルチ商法」、「継続的サービスのトラブル（英会話等）」が取り上げられている。
参考になる点	○中高生向けの教材としてバランスが取れており、標準的な教材として想定できる。また、契約・取引の内容に加えて、環境に関する内容を最低限盛り込んでいる点で複数の分野に跨って作成された教材例として参考になる。

### ○汎用性の高い教材の例

自治体名	徳島県
教材名	かしこい消費者になろう！
内容	○中学校の技術・家庭科において用いることを想定した契約・取引分野のワークシートが用意されており、グループ研修等でも利用できる。 ○ワークシートによる学習を支援する消費者問題に関する補足資料がついており、教職員がワークシートを授業において利用する際に合わせて利用可能である。

参考になる点	○中学校の技術・家庭科に特化した形で作成されており、教職員と双方向のやりとりの中で学習が可能となるようにワークシート形式となっている点特徴的である。各ライフステージの科目ごとに典型的な消費者教育の授業例を把握するためにも参考となる。
--------	--

○特徴的な教材の例

自治体名	名古屋市
教材名	ライフガードブック
内容	○契約という概念の概要、クーリングオフ、クレジットカードについての概説が紹介されている。 ○さまざまな悪質な商法に関する事例紹介や、体験談形式の注意点に関する説明がされている。
参考になる点	○自立した消費者という趣旨を「ライフガード」という教材名でうまく表しており、消費者問題という言葉に近づき難さを感じる人にも手にとってもらい易い体裁をしている点で参考となる。また全体のレイアウト等においても非常に分かり易く、内容だけでなくデザイン等の形式の重要性を特徴的に示している。

○特徴的な教材の例

自治体名	大阪市
教材名	あなたをねらう！悪質商法(点字版)
内容	○点検商法、架空請求等の悪質な事例が簡潔に紹介されている。 ○クーリングオフ、通信販売の返品特約による返品等についての概要が説明されている。
参考になる点	○同様の内容のリーフレットを点字翻訳しており、障害を持つ方向けの教材として特徴的である。代表的な教材に関しては、適宜点字メディア、音声メディア等でも提供を行う等の障害を持つ人に対する施策の参考となる。

## ■情報

### ○汎用性の高い教材の例

自治体名	岡山県(岡山県情報教育センター)
教材名	情報モラルとセキュリティ
内容	○インターネットを利用する際のルールやマナーが小学生向け、中学生向け、家庭向け、教職員向けに分けて紹介されている。 ○学校教育において指導者が遵守すべき著作権の問題や、許諾申請の方法等について説明がされている。 ○学校教員向けの情報セキュリティに関する注意事項がまとめられている。
参考になる点	○情報教育は教育対象者だけでなく、特に高齢の教職員等に対する教育も重要となっており、教育者及び教育対象者向けの情報提供及び教材提供として参考となる。

### <汎用性の高い教材を作成している自治体>

自治体名	長崎県(長崎県教育センター)
教材名	① 情報モラル・マナー指導教材
内容	○小学校用、中学校用、高校用に分かれており、マナー、個人情報、掲示板におけるトラブル、アダルトサイト、出会い系サイト等のトラブル、著作権保護、等についての内容を含む学生用、教員指導用の教材が用意されている。 ○インターネット依存症の問題やウィルス対策の問題等も扱われている。
参考になる点	○トラブル事例や著作権の問題等消費者教育の情報分野における問題が中心的に扱われており、小学校、中学校、高校を網羅する形で作成されているために汎用性が高く参考となる。

## ■環境

### ○汎用性の高い教材の例

自治体名	埼玉県
教材名	ストップ！温暖化ノート
内容	○小学生対象の「温暖化」の知識を深めるイラストつき解説書。①地球温暖化とは？②二酸化炭素が増えているわけ③二酸化炭素を減らす為には？④家族でどれだけ減らせるか。⑤結果記入欄があり、知識から温暖化防止の具体的方法の実践まで導入している。
参考になる点	○CO2削減に資する行動が実行できたかを家族ぐるみでチェックするリストや、削減できたCO2排出量を計算できるシートが付いており、環境省が進めている「我が家の環境大臣」と内容が似ていることから、どの自治体においても適用可能性が高いと思われる。

### ○汎用性の高い教材の例

自治体名	愛知県
教材名	暮らしの中の3R 実践マニュアル
内容	○社会人対象の「廃棄物の排出抑制方法」について知識を深める教材。生活の中で取り組める具体的事項を「買うとき」、「使うとき」、「不用になったとき」の3つの段階に分けて説明している。
参考になる点	○愛知県（名古屋市）は容器包装リサイクル法に早くから対応しており、廃棄物排出抑制に関する市民への啓発活動実績が多い点や、教材としての完成度が高い点等が、他自治体で取組を横展開する際の参考になるとと思われる。

### ○特徴的な教材の例

自治体名	千葉県
教材名	①ごんごんみーら ②リサイクルマーチでいこう！
内容	①リサイクルや、環境について意識を高める目的の幼児用リサイクル教育図書。「ゴンゴンみーら」というキャラクターをメインにした絵本であり、廃棄物の発生量を減らすことの大切さについて、幼い子どもでも分かるように表現している。 ②リサイクルや、環境について意識を高める事を目的とした小学校低学年用リサイクル教育図書。ごみ捨てに対して対立する二人の小学生がリサイクル運動をきっかけにそれぞれ成長するストーリーを描いた絵本で、親しみやすい内容となっている。
参考になる点	○幼児や小学生向けの教材が充実しており、教材の完成度も非常に高い。教材の作成経緯、配布方法、教育現場での教材活用方法等についてヒアリングを実施する価値があると思われる。

### ○特徴的な教材の例

自治体名	熊本県
教材名	①くまもとエコファミリーノート ②くまもと県民情報誌「コラ ためんなる」
内容	①日常生活で実践できる環境行動（省エネ、ごみの削減等）を「よくできている」、「まあまあできている」、「できていない」の3段階でチェックし、家庭のエコライフ度を評価するための教材。 ②隔月刊で県民に無料で配布される情報誌で、毎回様々なテーマを扱っている。テーマの中に「3Rでごみを出さない暮らし」や「環境に優しい暮らしを！」等があり、環境に配慮した消費者行動の具体例を説明している。
参考になる点	○教材①は、配布するだけでなく、各家庭が「くまもとエコファミリー」に登録し、自己評価したエコライフ度についてコンテスト等を行っている。また、教材②については、県民情報誌として広く配布されている点、教材としての完成度が高い点等が参考になるとと思われる。

以下に、自治体における講座等の取組を紹介する。講師として、企業等を含めた幅広い人材を活用している点が参考になるとと思われることから、多様な講師により実施されているプログラムの例を以下に示す。

■千葉県消費者大学の取り組み（H17年度のプログラムの一部）

コース名	テーマ	講師所属
基礎講座	贈与と相続の基礎知識	千葉県税理士協会
暮らしと安全	暮らしの防犯対策	松下電工(株)CS部
	我が家の防災対策・大丈夫	
	身近な危険～知っていますか、意外と多い身の周りの危険 あなたにあった損害保険～知っておきたい知識と上手な使い方	(社)日本損害保険協会生活サービス部企画グループ
暮らしに役立つ情報	最近の広告事情～広告・表示の上手な見方	(社)日本広告審査機構
	中古車の選び方	(社)自動車公正取引協議会
	知っておきたい薬の知識～あなたは間違っていますか？市販薬の選び方、使い方	薬事アドバイザー
	これからの葬儀を考える	消費コンサルタント

■名古屋市消費者問題セミナーの例（H17年度のプログラムの一部）

テーマ	講師所属
消費者被害防止ネットワークについて考える	椋山女学園大学教授
食と安全（1）食品添加物とBSE問題	藤田保健衛生大学 名誉教授
食と安全（2）健康食品の効果と問題点	
これだけは注意したい「金融商品の選び方」	ファイナンシャルプランナー
郵政民営化について	日本郵政公社東海支社
テレビでは教えてくれない「食品表示のうそ？ホント！」	消費者問題研究所
「食の台所」現場体験	名古屋市中中央卸売市場
預金保険制度と金融取引	全国銀行協会
カード社会をどう生きる！？	消費者金融連絡会
医療事故と消費者被害	弁護士

■東京都消費生活総合センターの講座（H17年度のプログラムの一部）

分野	テーマ	講師所属
概論	消費者教育の理念と実際	川村学園女子大学教授
金融教育	子どものための金銭教育	金融広報中央委員会
契約	契約トラブルと契約の基礎知識	弁護士
ローン・クレジット	ローン・クレジットと多重債務	消費生活評論家
悪質商法	若者の悪質商法被害 その現状と対策	弁護士
生活設計	保険のかけすぎを見極めろ 生命保険と社会保障の超ノウハウ！	トータルライフコンサルタント
情報	テレビ情報からメディアリテラシーを考える	テレビ朝日社会部記者
悪質商法	子どもとケータイ	三菱総合研究所研究員
食	食の安全・安心を考える	主婦連合会参与
環境	環境にやさしい消費生活	川村学園女子大学教授
消費者教育	授業に役立つ消費者教育	東村山市立秋津東小学校
	授業に役立つ金融教育	消費者教育支援センター
	授業に役立つ契約学習	日本大学商学部
実験実習	繊維の基礎知識	東京都消費生活総合センター技術担当職員
	ミネラルウォーターを考える	
	ダイエット飲料に使われる新甘味料について考える	

#### 4.1.2 シンポジウム等による意見収集状況

##### (1) 開催概要

本調査の調査検討経過を報告し、広く消費者教育に携わる関係各者からのご意見、御提案を聴取するため、シンポジウム「消費者教育の体系化と推進について」を開催した。

- 開催日時：2007年2月12日（月） 13：30～16：30
- 開催場所：東京都文京区 東京大学本郷キャンパス内 小柴ホール
- 来場者：一般来場者76人（関係者7名含む）
- 来場者の属性：（アンケート回答者からの回答）

属性	人数
会社員	18人
公務員	12人
大学・院生	6人
大学・公的機関	4人
消費者団体職員	3人
無職	2人
その他	13人
無回答	1人
回答者計	59人

##### (2) 議事概要

- 講演「平成17年度調査の概要と平成18年度の検討経緯」  
円谷 峻（研究会座長） 明治大学大学院法務研究科 教授
- 消費者教育・実践事例紹介「大学落語研究会による消費者教育出前講座」
- 講演「分科会における検討内容」  
幼児期分科会主査：尾島 恭子 金沢大学教育学部 助教授  
児童期分科会主査：猪瀬 武則 弘前大学教育学部 教授  
少年期分科会主査：西村 隆男 横浜国立大学教育人間科学部 教授  
成人期分科会主査：東 珠実 相山女学園大学現代マネジメント学部 教授
- パネル討論・会場意見交換 「消費者教育の来るべき将来像」  
コーディネータ 円谷 峻（研究会座長） 明治大学大学院法務研究科教授  
パネリスト 東 珠実（研究会委員） 相山女学園大学現代マネジメント学部教授  
猪瀬 武則（研究会委員） 弘前大学教育学部教授  
尾島 恭子（研究会委員） 金沢大学教育学部助教授  
小寺 方之（社） 消費者関連専門家会議（ACAP） 理事・啓発委員  
（株）資生堂 お客さまセンター お客さま相談室室長  
葛西 光子（社） 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会  
常任理事・事業委員長  
西村 隆男（研究会委員） 横浜国立大学教育人間科学部教授  
御船 美智子（研究会委員） お茶の水女子大学生生活科学部教授  
安田 憲司（研究会委員）（独）国民生活センター教育研修部

### (3) パネル討論の議題

パネル討論の議題は次の2点について議論された。

- ①教材・プログラムの必要性和共有化
- ②派遣講師等の充実について

議論の要旨は次のとおりである。

#### ①教材・プログラムの必要性和共有化

- ・一般成人向けの教材、プログラムの問題は様々な所に散在しており、その中から良い教材を探すのが難しい。既に着手されているが、一元管理できるWebサイト等の構築が望まれる。
- ・教材は、数多く作成されているが、活用されていない。どのように活用されているのかの検証や「共有化」する仕組みが重要である。また、生活の様々な場面の中で教材に接する機会を設けるのも重要である。
- ・プログラムについては手法も重要であり、模擬体験ソフト等を用いた体験型プログラムが有効であると思う。教員に対して、自分が教わったことのない方法で教える文化を浸透する必要がある。
- ・幼児期を対象としては、教材・プログラムがないのが課題である。
- ・教材・プログラムについては共有化できる部分は単純化して、応用ができるようにする必要がある。
- ・消費者教育がなぜ必要なのか、どのようなことが重要なのかの視点を共有化する必要がある。
- ・消費者教育には、被害に遭った消費者を救う部分と、消費者が商品・サービスを上手く活用して豊かな生活を送ってもらうための2種類の教育が必要であろう。

#### ②派遣講師等の充実について

- ・全ての成人に教育が行き渡るようにするためには、専門家が直接、教育するのではなく、専門家が市民講師を育て、市民講師が地域で派遣講師として活動することが必要。
- ・経済教育等の問題には、人生経験が豊富な高齢人材が活用されている。
- ・高齢者に対する教育については、同じ年齢層の講師が適切である場合もある。
- ・自立するのみでなく、支援する、支援される立場の消費者を育てる必要がある、という議論があったが、講師ではなく、見守りや声かけができるような立場の人を育てる必要があるのではないか。講師の中でも力量に差がある。
- ・派遣講師と講習を受ける人の間に意識の差がある。どのような話に需要があって、どのように教える必要があるか、ということ蓄積し、効果的に派遣する仕組みが必要ではないか。
- ・消費者教育が上から下に教えるという姿勢ではなく、消費者として知りたいこと、個別の需要を把握し共有化することも必要ではないか。

#### (4) 来場者アンケート

当日、会場にて来場者から意見収集（アンケート調査）を行い、内閣府の消費者教育推進方策に関する意見を収集した（自由記入方式）。以下にその一部を抜粋する。

##### ○消費者への普及促進を望む

- ・消費者に対する PR が不足しているように感じる。
- ・新聞やテレビ、ラジオ等の公共広告を使った啓発をもっとすべき。特に若者、高齢者への普及には、テレビ、ラジオが有効ではないか。
- ・検討経緯の公表は非常に良い。（消費者行政について）広報活動していくことも一つの教育機会の場合ではないか。

##### ○関係者への普及促進を望む

- ・学校現場にも消費者教育が求められていることを普及・啓発して欲しい。学校では教員対象の消費者教育研修へも参加しにくいのが現状である。
- ・学校における消費者教育（学習指導要領）の充実に向けて働きかけを一層強化して欲しい。

##### ○個別ライフステージについて

- ・（幼児・児童）親の意識改革が重要である。まず親と一緒にカリキュラムの内容の意見を交換をするところから始めなければ親の理解は得られないだろう。
- ・（児童）小学生からの金銭教育、消費者教育をしっかりと考えて欲しい。消費者一人ひとりに届きにくい現実を知って欲しい。
- ・（成人）経済的に自立した層は自己責任でトラブル解決できるが、貧困層や低所得層、弱者層はきめ細かな援助が必要であるため具体策を検討していくべき。

##### ○今後の消費者教育の検討に際して

- ・消費者問題に対する国民の知識意識の実態をとらえて、どのような教育（教材、プログラム等）が必要かを考えていくべきである。4つの領域に限定せず、横断的な生活知識教育を行うべきである。
- ・消費者教育は伝わるだけでは意味がない。消費者自身が自立するためにも地域を含めたコミュニケーション（人間としての基本的な部分）が重要である。

#### (5) 事前アンケート

シンポジウムの申込み時に申込み者から意見収集を行い、消費者教育推進方策に関する意見を収集した（アンケート調査、自由記入方式）。以下にその一部を抜粋して紹介する。

### ■教材・プログラムについて

- 消費者教育を学校以外（地域や団体主催で）で実施しても、集まる人はいつも同じ人でなかなか広い層に浸透させることが難しい。ニーズや目的にあった対象、時期（タイミング）をとらえて、効率よくすすめていけるような手法の開発が必要だと思う。【消費者団体】
- 消費者教育の担い手が必要と思って出した啓発情報が果たしてどれだけ教員や学生に届いているのか、それを検証するための方策にどのようなものがあるのか、あるいは実際に実施している機関等があったらご紹介いただければと期待している。【消費者団体】

### ■連携・コーディネートについて

- 現在でも学校教育、とりわけ金銭教育、環境教育について、全国各地に実践しているグループ、個人はたくさんいる。これらをネットワークし、一定のレベルに保ちながら地域の教育力として活用していく必要がある。中でも企業の社員もネットワーク化しながら展開することが有効ではないか。【消費者団体】
- 消費者教育の望ましい方向性として、行政がコーディネートし、消費者団体・事業者団体と共同で取り組む必要があると考えるが、消費者団体との連携のあり方実効性確保のための方策等についても論じて欲しい。【消費者団体】
- 消費者教育については、現段階では行政を含む各機関が相互に緊密な連携もなく行われている。上記の「パネル討論に期待する内容」の諸問題はどれもが消費者教育の充実・拡充のために欠かせない。とすると大風呂敷だが21世紀における国民生活重視の理念実現のためには「国民生活省」（少なくとも「庁」）の構想を視野に入れた論議の必要性を感じている。「消費者教育の体系化」の実効性を保障するためのバックグラウンドの整備が求められているように思う。【消費者団体職員】

### ■領域・ライフステージ

- 環境問題に対する消費者教育について関心を持っている。特に、大量生産、大量消費、大量廃棄の経済構造から脱却するための方策について情報を得たい。【大学生】
- 消費者の自覚というか最低身につけるべき「契約」の知識を学んでいないのではと思う。年齢に応じた社会性を養う教育の体系化が必要ではないか。契約の成立についての基本的考え方がわかってくれば架空請求・不当請求への対応がある程度できるのではないかと考える。教員自身に社会性のない存在がいるとすればこれこそ問題であり、教員への消費者教育の必要性を感じる事例もある。小学校からの年齢に応じた消費者教育（特に金銭教育、契約の基本）をお願いしたい。【消費者団体職員】
- 学校における消費者教育の充実が最重要課題だと思う。しかし、現状は家庭科での授業がほとんどで不十分である。多岐の内容にわたる消費者教育を総合学習や公民科等の教科で行う必要がある。体系化をはかり、文部科学省への申し入れを強めていくべきである。【所属不明】
- 消費者教育→生涯教育がキーワードの一つなのではないかと思う。その点から学校・社会人・定年後のそれぞれの機関でどのようなことが求められていくのか？それが明確と

なると「消費者教育の体系シート」と重ね合わせて具体的にどのような施策を実行していけばよいか判ってくるのではないか。【消費教育学会員】

- 消費者教育というと、消費者はどうしても敷居の高いものと思ってしまうのか。「自立した消費者」を目指すということと生活に身近なものと意識できるような内容でも各年代や目線にあわせて場合によっては「くだけた」内容にしていかなければ、受け入れにくいように思う。【所属不明】

以上