

消費者教育の体系的推進について

平成19年6月26日
国民生活審議会
消費者政策部会

1. 消費者教育をめぐる状況

平成16年に改正された消費者基本法では、消費者政策の基本理念として、消費者の権利の尊重とともに、消費者が自主的かつ合理的に行動できるよう消費者の自立を支援することを掲げている。これを受け、消費者教育について、国及び地方公共団体は「学校、地域、家庭、職域その他様々な場を通じて消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を講ずる」と規定された。

従来より、消費者教育の重要性は各方面から指摘され、国民生活審議会からも消費者教育に関する意見が提出されてきた。その後は、学習指導要領への反映などにより、一定の成果が見られるものの、必ずしも十分な成果があがっていないのではないかとの指摘がある。

その背景としては、規制改革や高度情報通信社会の進展等の中で、商品やサービスが多様化したことにより、消費者トラブルも一層、複雑化・多様化し、学校教育の場など既存の機会だけでは十分な対応が困難になっていることがあげられる。同時に、国民の間でも、消費者が生涯にわたってどのような内容を学ぶべきかについて必ずしも認識が共有されていなかったことがあげられる。さらに、悪質商法や多重債務問題などへの重要な解決策として、消費者教育への期待がより一層高まっている事情もあると考えられる。

2. 消費者教育推進上の課題

消費者教育とは、基本的には、消費生活に関して自ら進んで必要な情報や知識を収集・修得し、自主的かつ合理的に行動できる消費者を育成することである。このような消費者教育を効果的に推進する観点から、内閣府及び関係省庁においては、消費者が身につけるべき目標を、安全、契約・取引、情報、環境という領域ごと、及び幼児期、児童期（小学生）、少年期（中学・高校生）、成人期（高齢期含む）という学習者のライフステージごとに設定する体系化の取組みが行われてきたところである。

今後は、上記の体系化の中で設定された教育目標を達成するための具体的な取組みの強化が重要である。こうした観点から見た場合、現状では、以下の課題が存在していると考えられる。

(1) ライフステージに応じた課題

- ① 幼児期については、汎用性のある適切な教材や、それを利用する学習プログラムを充実する必要がある。
- ② 児童期については、小学校を活動の場の中心としつつ、地域社会、行政、事業者、消費者団体等が連携して学習を支援するため、情報提供を効果的に行う場を構築することが必要である。
- ③ 少年期については、生徒と社会が連携する仕組みを充実すること（コーディネート機能の充実）が必要である。
- ④ 成人期については、さまざまな立場の成人が必要な情報を取得・共有・活用し、相互に支援しあう体制が必要である。

(2) 消費者教育の手段や基盤の整備

消費者教育を効果的に推進するに当たっては、消費者教育を行う際に必要な教材などの手段や情報の集約・発信などの基盤について明確に認識し、整備していくことが重要な課題である。

(3) 消費者教育における各主体の取組みとコーディネート機能の強化

行政、消費者、事業者、消費者団体などの各主体が、自らの果たすべき役割を明確に認識しつつ、各主体間の連携・協力を図りながら消費者教育を積極的に推進していくことが重要である。また、各主体間の連携・協力を進めるためのコーディネート機能の強化が課題である。

3. 消費者教育の体系的な推進のための方策

(1) ライフステージに対応した推進方策

各ライフステージに対応した推進方策としては、以下のものが重要である。

- ① 幼児期
 - ・領域横断的で汎用的な教材の作成と普及
 - ・効果的な学習の機会を対象とした学習プログラムの構築
 - ・身近な教育の担い手である保護者・地域内人材を巻き込む仕組みづくり
 - ・幼稚園の教諭や保育所の保育士を中心とした消費者教育の担い手への支援の充実
- ② 児童期
 - ・教材の作成者と利用者の情報交換が可能となるような双方向型情報提供のためのウェブサイトの構築
 - ・教員が児童期の消費者教育の重要性を再認識するための情報提供の場の充実

- ・学校現場の需要に柔軟に対応できるような教材や学習プログラムなどに関する情報提供の場の充実
- ・多様な人材を活用する仕組みの充実

③ 少年期

- ・事業者や消費者団体等の消費者教育に関する専門家と学校の連携による教育の担い手の多様化の促進
- ・様々な分野の知見の集約と学習プログラムや教材の集積を兼ね備えたコーディネート場の充実
- ・知識を行動につなげるための効果的な学習機会（家庭や地域において消費者意識・消費者行動を考える「場」や「時間」）の構築

④ 成人期

- ・成人の多様性や加齢等に伴う主体の変化に応じた消費者教育の展開
- ・消費者と消費者教育を実施する主体間の相互支援とコーディネートの仕組みの充実
- ・職域をはじめ地域や家庭など様々な場における消費者教育の強化

(2) 消費者教育の手段や基盤の整備

消費者教育の手段や基盤の整備に当たっては、以下の「教育の担い手」、「教材」、「情報の集約・発信」の三つを柱として位置づけ、相互を密接に関連させつつ、消費者基本計画に沿って施策を推進することが重要である。

① 教育の担い手

学校、地域、家庭、職域その他のさまざまな場での消費者教育の担い手を確保するため、その育成のための学習プログラムを策定し、それに沿って講師の育成を行うことや、消費者教育の方法等を内容とする教員への研修の充実を図ること。

② 教材

関係省庁や地方公共団体等において必要な連携を図り、幼児期・児童期・少年期・成人期といったライフステージの特徴に対応した効果的な教材を効率的に作成し、実際に消費者教育が行われる現場に幅広く普及させるよう努めること。また、教材の提供に当たっては、教材がどのような場面でどのように利用されれば効果的であるかを示す工夫を行うこと。

③ 情報の集約・発信

教育の担い手やコーディネート機能を担う主体にとって、必要な教材やその他の消費者教育に関する情報が容易に入手可能になるポータルサイトを整備すること。

(3) 各主体の取組みとコーディネート機能の強化

消費者教育を推進するに当たっては、行政、消費者、事業者、NPOなどの各主体が、以下に沿って自らの役割を積極的に果たすとともに、行政が中心となって各主体間の連携・協力を支援するためのコーディネート機能を強化するための仕組みづくりが重要である。

①行政

行政においては、従来以上に消費者教育が積極的に実施されるよう、学習指導要領の見直しについて検討を行うとともに、各ライフステージに対応した教材の作成、ポータルサイトの整備、教育の担い手を育成するための学習プログラムの策定など、消費者教育実施のための手段や基盤の整備を行うことが重要である。また、教育行政を行う部門と消費者政策を担う部門の間において必要な連携を図るなど、行政内部の連携を強化するとともに、消費者教育に携わる様々な主体間の連携・協力を支援するためのコーディネート機能を強化するための仕組みづくりに取り組む必要がある。

②消費者

消費者においては、消費者基本法の趣旨を理解し、自ら消費者教育を積極的に受けるとともに、消費者教育の担い手としての役割も有することを自覚し、積極的に取り組んでいくことが望まれる。

③事業者

事業者・事業者団体においては、自らも消費者教育の担い手であると認識し、商品やサービス等に関する情報提供にとどまらず、教材の作成や講師派遣などを通じ、消費者教育に貢献することが求められる。また、消費者団体や消費者教育に取り組む各種団体などに対し、積極的な支援を行うことも期待される。

④NPOなど

消費者団体をはじめとする消費者教育に取り組むNPOなどにおいては、引き続き、消費者教育の担い手として様々な活動を自主的に進めていくとともに、団体独自の観点から、消費者教育実施のための基盤整備に貢献することが望まれる。