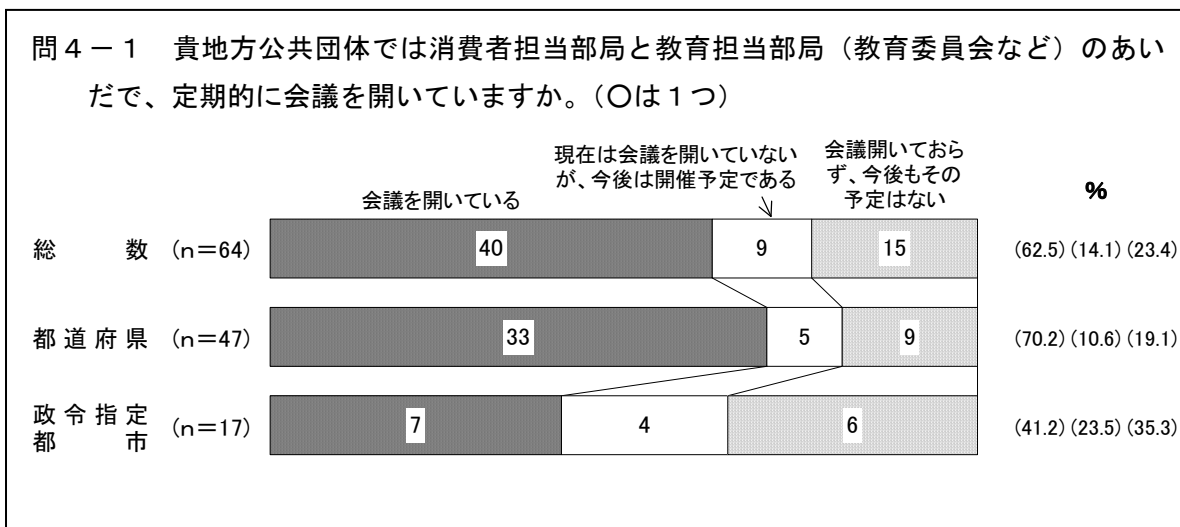


消費者教育における連携・協力を推進する仕組みに関するアンケート結果

消費者担当部局と教育担当部局との連携・協力の現状を知るために、(1) 定期的な会議開催の有無、(2) 会議の開始年度、(3) 会議の頻度、(4) 最近の主な議題、(5) 成果の有無とその内容について聞いた。各質問の回答は、以下の通りである。

(1) 定期的な会議開催の有無



定期的に「会議を開いている」が40団体（62.5%）、「現在は会議を開いていないが、今後は開催予定である」が9団体（14.1%）、「会議を開いておらず、今後もその予定はない」が15団体（23.4%）であった。

都道府県・政令指定都市別では、「会議を開いている」割合は都道府県の方が高かった。

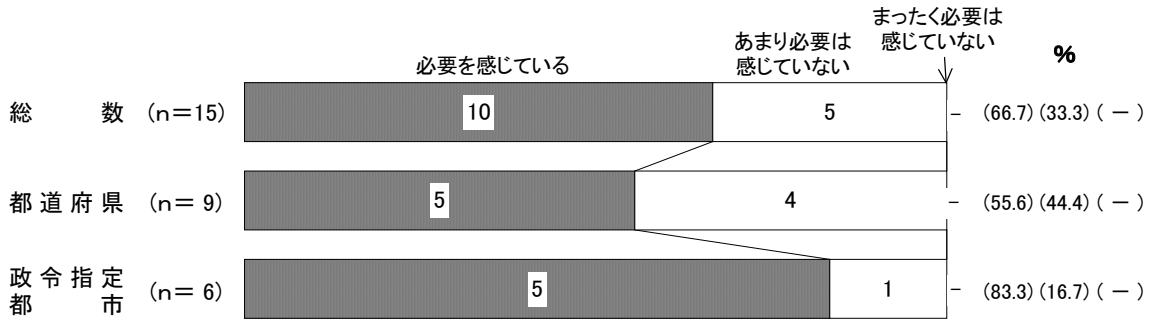
「会議を開いておらず、今後もその予定はない」と回答した15地方公共団体に、このような会議の開催の必要性を聞いたところ、「必要を感じている」と回答したのが10団体、「あまり必要を感じていない」と回答したのが5団体であった。（問 4-1-1）

次いで、「必要を感じている」と回答した10団体に、会議を開かない理由を聞いたところ、8団体が「会議で何を議論するかについて、両部局で認識に差がある」と答えた。（問 4-1-2）

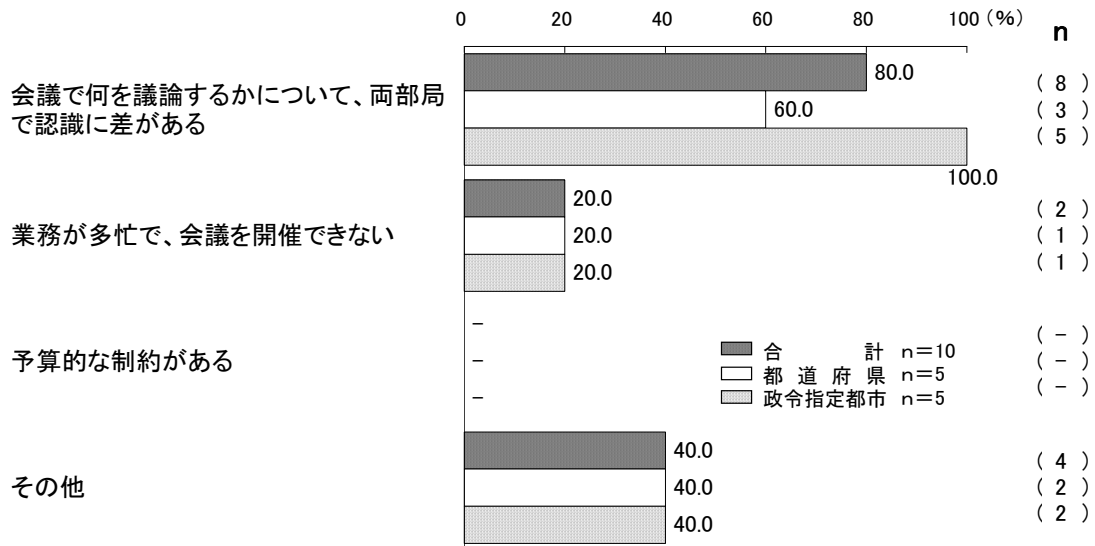
また、「あまり必要を感じていない」と回答した5団体にその理由を記載してもらったところ、「実質的な連携があるので会議開催の必要はない」と回答した地方公共団体が4団体、「連携が進まないため、消費生活センターとの連携や外部団体との連携により学校での消費者教育を進めている」との回答が1団体あった。

上記の2つの質問から見ると、現在も連携が進んでいない地方公共団体は11団体であると考えられる。

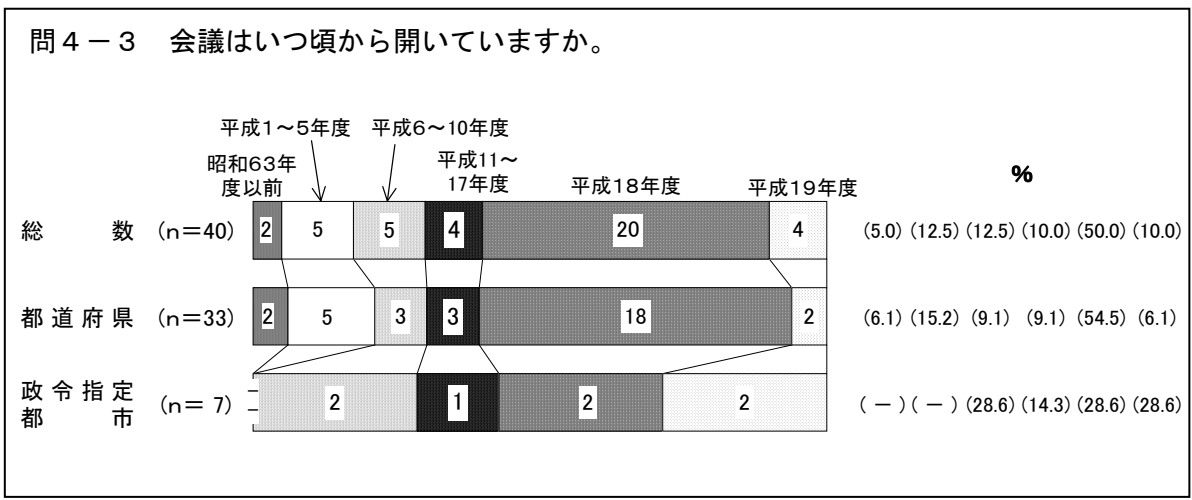
問 4-1-1 会議開催の必要性について



問 4-1-2 会議を開催しない理由について



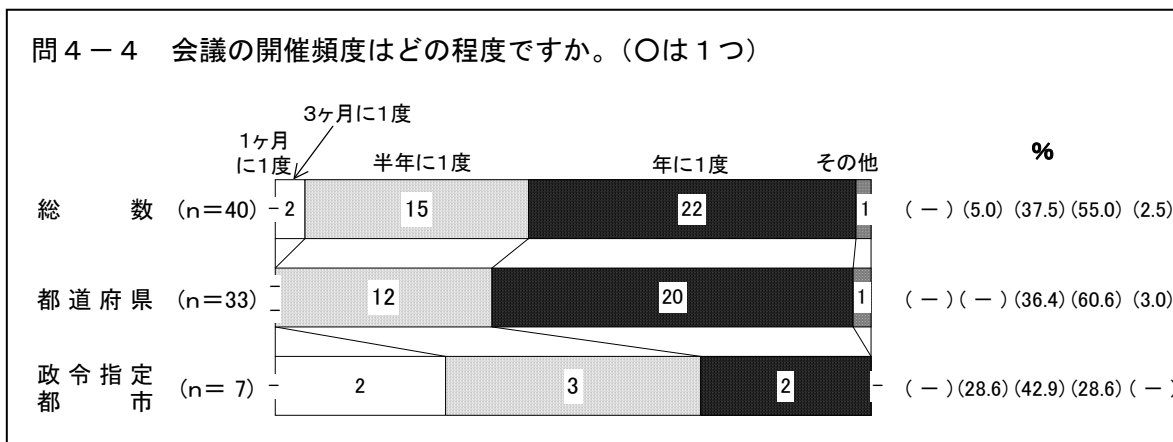
(2) 会議の開始年度



会議を開催している40の地方公共団体のうち、平成18~19年度に開始したと回答した地方公共団体が24団体(60.0%)であった。一方、平成10年以前から会議を開催している地方公共団体も12団体(30.0%)あった。

平成18年3月に内閣府と文部科学省の連名で、都道府県と政令指定都市に、消費者担当部局と教育担当部局の連絡協議会の設置を要請する文書が出されたことが、連携のきっかけの大きな要因となったと考えられる。

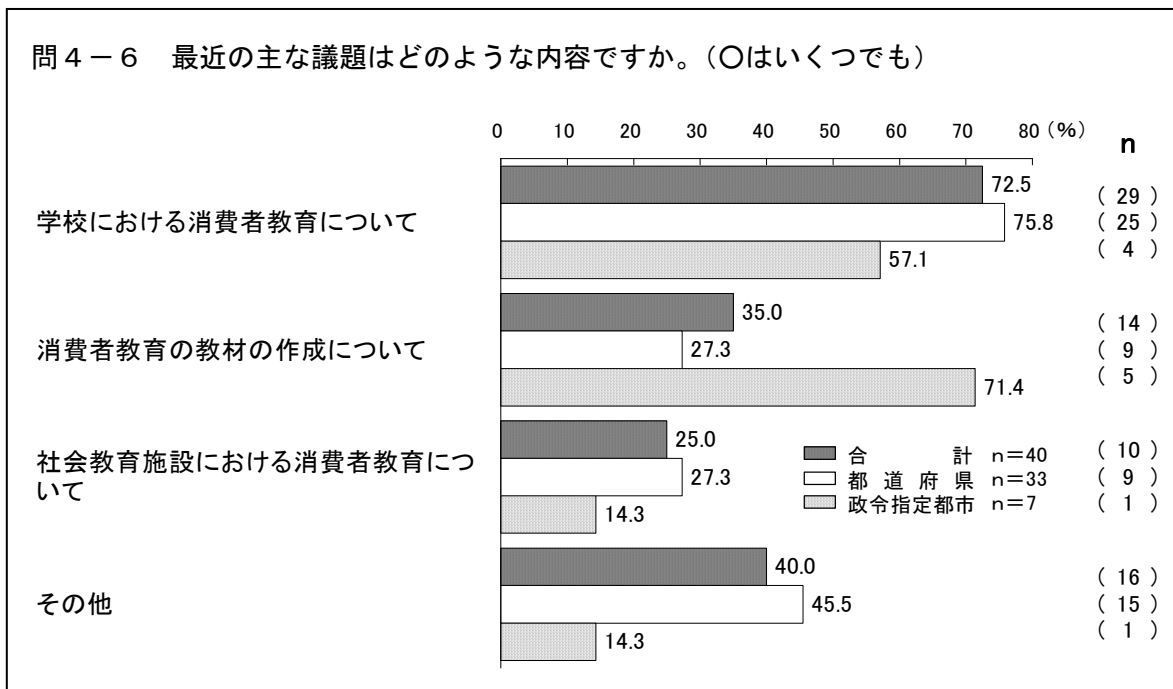
(3) 会議の頻度



会議の頻度は、「3ヶ月に1度」が2団体(5.0%、いずれも政令指定都市)、「半年に1度」が15団体(37.5%)、「年に1度」が22団体(55.0%)であった。

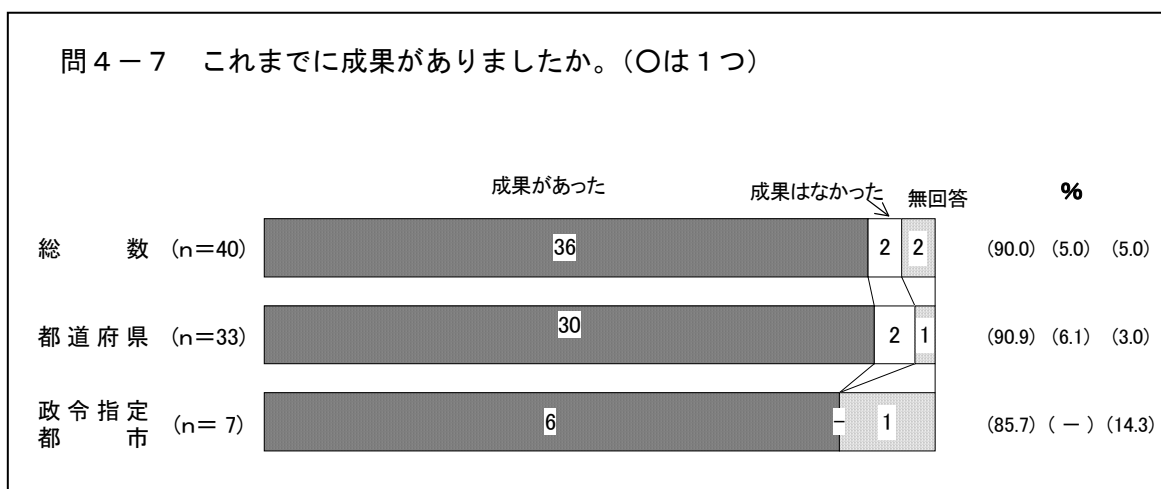
「年に1度」程度の開催では情報交換が中心となり、会議だけでは具体的な成果に結びつくのが難しいのではないかと想定される。

(4) 最近の主な議題



「学校における消費者教育について」が29団体(72.5%)、「消費者教育の教材の作成について」が14団体(35.0%)、「社会教育施設における消費者教育について」が10団体(25.0%)であった。「その他」の主なものは「相談状況やトラブルの実態」が8団体(20.0%)である。

(5) 成果の有無とその内容



「成果があった」と回答したのは40団体中36団体(90.0%)と多かったが、成果の内容を見ると、「現状把握と課題の共通認識が得られた」や「学校教育における消費者教育の必要性の認識が高まり、連携することができた」といった取組みにおける初期の段階と思われる回答が13団体(32.5%)であった。

具体的な成果が得られたとして記載された主な内容は、以下の通りである。

- ・ 小中学校の指導主事等研究協議会において、消費生活センター作成のリーフレット「若者をねらう悪質商法」を配布し、担当指導主事にリーフレットの活用等を依頼できた。
- ・ 教育局と連携し、教職員消費生活セミナーのカリキュラム等を見直した。また、当セミナーの開催通知を教育担当課と消費者担当課との連名とした。
- ・ 学校等に消費生活情報メールを発信することにより、タイムリーな情報を児童・生徒に提供できるようになった。
- ・ 教員に対する消費生活講座の開催が増えた。
- ・ 平成18年度から高校2年生全員にリーフレット配布。平成19年度中学生向けリーフレットを作成し、中学2年生全員に配布。
- ・ 新規採用教職員研修への消費者講座の組入れ。

一方、「成果はなかった」と回答した2団体のうち1団体から「教育担当部局内の所管がタテ割りで分かれており、消費者教育を総括して推進する立場の部署がない。そのため、消費生活部門から、それぞれの課へのお願いになってしまいがちである。」との意見が寄せられた。

(6) 今後の課題について

今後の課題について自由記述を求めたところ、29 の地方公共団体から回答があった。その回答を分類すると、最も多い回答が「成果につなげるための具体的な推進方策が課題である」という旨の意見で 13 団体から寄せられた。次いで「教育担当部局や教育現場の消費者教育への理解を深める必要がある」という旨の意見が 8 団体であった。

具体的な記述は以下の通りである。

- ・ 被害事例の紹介や、注意喚起的な内容だけでなく、消費者として求められている力を身につけていくための消費者教育を行っていくにはどのような連携があれば実践可能か。
- ・ 教材の有効利用のための周知方法。
- ・ 連携の難しさは感じるが、今後も取組みを続けていく。教育担当部局における推進者の設置を国から求めてはどうかと思う。
- ・ 学校現場での消費者教育に対する意識がまだまだ低く、連携した消費者教育を強力に行う必要があると考える。
- ・ 学校の年間カリキュラムを踏まえた適時適切な情報提供、学年別など対象別の教材、外部講師等の情報提供。
- ・ 厳しい財政状況下の予算の確保。