

平成18年度
内閣府請負事業

消費者教育ポータルサイトに関する調査研究
報告書

平成19年3月

みずほ情報総研株式会社

はしがき

本書は、平成 18 年度にみずほ情報総研株式会社が内閣府より事業を請け負い、「消費者教育ポータルサイト調査研究」として実施した報告書である。

平成 17 年 4 月に閣議決定された「消費者基本計画」を受けて、消費者のライフステージに応じた実践的な教育目標が検討・整理された。この教育目標を達成するためには、消費者教育用教材の充実とそれを広く活用するための仕組みが必要である。その仕組みには様々なものが考えられるが、その中で、消費者教育ポータルサイトは重要な仕組みであり、ポータルサイト構築の際には、教材利用者のニーズに基づいた機能と使い勝手が十分である必要がある。

本事業は、消費者教育ポータルサイトのあり方についてアンケート調査、先駆的事例調査を行い、その結果を踏まえて有識者による研究会において基本方針案をとりまとめ、結果をまとめたものである。

最後に、委員各位並びに協力いただいた関係諸機関の方々に改めて御礼申し上げる次第である。

平成 19 年 3 月 みずほ情報総研株式会社

目次

ページ

はしがき	1
1．調査研究の目的	4
2．研究会による検討	5
2．1 研究会の設置	5
2．2 検討内容	6
2．3 研究会の検討事項等	6
2．4 事務局及び調査担当	7
3．調査研究の内容	8
3．1 調査項目	8
3．2 具体的な調査内容	8
3．3 調査手順	9
4．調査研究の結果	10
4．1 教材利用者側の現状とニーズの把握	10
4．2 教材作成者側の現状とニーズの把握	19
4．3 アンケート回答者からの個別意見	29
4．4 国内の教育関連ポータルサイトに関する先駆的事例	31
4．5 基本方針案の策定	43
5．基本方針案	48
あとがき	56
資料 - 1 「消費者教育の体系シート」 ライフステージに応じた領域別目標	58
資料 - 2 研究会議事要旨	60
資料 - 3 アンケート調査票と結果	77
資料 - 4 既存ホームページの機能と教材掲載状況	148

1. 調査研究の目的

社会で自立した消費者であるためには、消費者としての役割を認識し、自ら主体的にかつ自己責任の下で判断し、選択し、行動する必要がある。そのためには、消費者教育に係る行政機関や諸団体等が協力して消費者教育を取り巻く環境を整備し、消費者がいつでも容易に必要な知識を収集し、習得できるようにする必要がある。

消費者教育を実践していく上で、消費生活や消費者問題をわかりやすく解説した消費者教育用教材は重要な役割を果たす。しかし、こうした教材は、各種の行政機関、消費者団体、事業者団体、法曹団体等においてある程度作成されているものの、いろいろな所に散在しており、消費者教育の現場に十分には届いていない。

これらの教材が広く活用されるためには、消費者教育の講師等がその消費者教育の分野に応じて必要な教材を簡易に検索することができる「消費者教育ポータルサイト」を構築する必要がある。

このため、本事業において、各調査研究を通して既存のポータルサイトの実態等を把握し、「消費者教育ポータルサイト」に掲載するコンテンツの掲載基準、分類基準、掲載内容、検索方法、更新要領等を示す基本方針案を策定することとする。

なお、本調査における消費者教育の分野は、「消費者教育の体系シート ライフステージに応じた領域別目標」(消費者教育体系化のための調査研究, (財)消費者教育支援センター(2006))で定義された「安全」、「契約・取引」、「情報」、「環境」の4分野とする(資料-1)。

2. 研究会による検討

2.1 研究会の設置

消費者教育やポータルサイト構築に知見のある以下の者により構成された。

委員名（敬称略）		所 属	備 考
座長	近藤 恵	山梨大学 教育人間科学部 助教授	山梨大学と山梨県の連携事業（小中高校の家庭科授業指導案を県内各学校から収集、デ-タベ-ス化、各教員が自由に使えるようにする協議会）に参加している。
委員	秋山 淳子	神奈川県 県民部消費生活課普及推進班 主幹	教材を作成している行政機関の立場で参加。
委員	榎本 聡	国立教育政策研究所教育研究情報センター 研究員 独立行政法人メディア教育開発センター 客員助教授	先駆的なポータルサイト作成・運営に関与している。
委員	大森 節子	C・キッズ・ネットワーク 代表	地域で活動、子供から大人までの幅広い消費者教育講座実施や教材作成の実績が豊富である。
委員	多田 浩之	みずほ情報総研株式会社 情報・コミュニケーション部 シニアマネージャー	消費者リスクコミュニケーションに関する調査研究の実績があり、先進的教育コンテンツ・ポータルサイト及びデジタルライブラリに関する知見を持っている。
委員	中谷 ゆう子	明星学園高等学校 生活科 教諭	学校現場で消費者教育を実践している。

（五十音順）

また、以下の省庁と関連機関がオブザーバーとして参加した。

オブザーバー	内閣官房
	内閣府 大臣官房企画調整課 国民生活局消費者企画課
	金融庁
	総務省
	法務省
	文部科学省
	厚生労働省
	農林水産省
	経済産業省
	環境省
	独立行政法人国民生活センター
	金融広報中央委員会

2.2 検討内容

消費者教育用教材に関する調査結果を基に、コンテンツの掲載基準、分類基準、掲載内容、検索方法、更新要領等を内容とする消費者教育ポータルサイトの基本方針案を策定する。

2.3 研究会の検討事項等

研究会の議事要旨を資料 - 2 に示す。

(1) 第1回研究会

日時：2006年11月13日(月)17:00～19:00

場所：みずほ情報総研(株) (東京都千代田区)

検討事項等：

「消費者教育ポータルサイトに関する調査研究」事業内容の説明

国内の教育関連ポータルサイトに関する先駆的事例

消費者教育ポータルサイトについての教材利用者側と教材作成者側の現状とニーズに関する調査

(2) 第2回研究会

日時：2006年12月27日(水)14:00～16:00

場所：みずほ情報総研(株) (東京都千代田区)

検討事項等：

検討するポータルサイトのイメージ

国内の関連ポータルサイト等に関する先駆的事例調査

消費者教育ポータルサイトについての教材利用者側と教材作成者側の現状とニーズに関する調査

基本方針案の検討

ポータルサイト報告書素案について

(3) 第3回研究会

日時：2007年2月8日(木)10:00～12:00

場所：みずほ情報総研(株) (東京都千代田区)

検討事項等：

第2回研究会での議論を踏まえた課題について

基本方針案の説明

今後のスケジュール

(4) 第4回研究会

日時：2007年3月1日(木)19:00～21:00

場所：みずほ情報総研(株) (東京都千代田区)

検討事項等：

基本方針案の確認

今後のスケジュール

2.4 事務局及び調査担当

事務局及び調査は、みずほ情報総研株式会社 の以下の者が担当した。

主担当	氏名	所属	役職
	廣崎 淳	環境・資源エネルギー部	部長
	本田 和英	環境・資源エネルギー部 環境リスクチーム	チーフコンサルタント
	山田 博資	環境・資源エネルギー部 環境リスクチーム	チーフコンサルタント
	生田 奈緒子	環境・資源エネルギー部 環境リスクチーム	リサーチアナリスト
	伊藤 泰三	環境・資源エネルギー部	ソリューションセールスマネージャ

3. 調査研究の内容

3.1 調査項目

ポータルサイトの構成要素は、利用者、データ作成者（提供者）、サイトの運用が主なものと考えられるが、それらのあり方を検討する場合、次の3つの具体的調査が必要となる。

利用者

データ作成者(提供者)

サイトの運用

これらを消費者教育に関する具体的な調査項目にいかえれば、

調査1：教材利用者側の現状とニーズ

調査2：教材作成者側の現状とニーズ

調査3：国内の教育関連ポータルサイトに関する先駆的事例となる。さらにポータルサイトの事業化を展望すれば、

調査4：ポータルサイト構築に関する基本方針案の作成が本調査の内容となる。

3.2 具体的な調査内容

(1)教材利用者側の現状とニーズ

アンケート調査を実施し、教材利用者の現状把握とニーズの抽出を行った。具体的には、実施している消費者教育の概要について
利用している教材の内容について
教材や実践例を探す方法について
などである。

また、アンケート対象者は、消費者教育の実施実績がある機関、団体である。

(2)教材作成者側の現状とニーズ

アンケート調査を実施し、教材作成者の現状把握とニーズの抽出を行った。具体的には、作成している消費者教育の概要について
作成した教材の内容について
他のサイトによる教材の紹介について
などである。なお、このアンケートは、(1)の調査と同時に行っている。

また、アンケート対象者は、消費者教育用教材の作成実績がある。または、活動の内容から消費者教育用教材の作成実績があると考えられた機関・団体である。

(3)国内の教育関連ポータルサイトに関する先駆的事例

国内の先駆的なポータルサイトの現状及びその利用のされ方を、教育関連のサイトを中心に実施した。調査の視点は、次のとおりである。

一般的なポータルサイトが有する機能について、現行のポータルサイトの機能の特徴、長所、短所を整理する。

実際に運用されている教育関連サイトの中で、先駆的なサイトを選定して、その機能を前項の整理に基づき明らかにする。

消費者教育用教材のポータルサイトの保有すべき機能について、アンケート調査の結果を踏まえて検討する。

(4)基本方針案の策定

ポータルサイトの構築に向けて、十分に参考となるべき基本方針案を策定する。基本方針案の内容は、以下のとおりである。

方針案の基本的な考え方

利用対象者

教材や情報の対象領域

提供する情報

- ・教材自体
- ・法律・行政情報
- ・情報の入手情報
- ・コミュニケーション情報

など。

教材などの登録・審査の方法

サイトの運営やメンテナンス、広報

3.3 調査手順

上記した調査内容を図 3.1 に示す手順にしたがって実施した。

消費者教育ポータルサイトに関する調査研究 < 調査の進め方 >

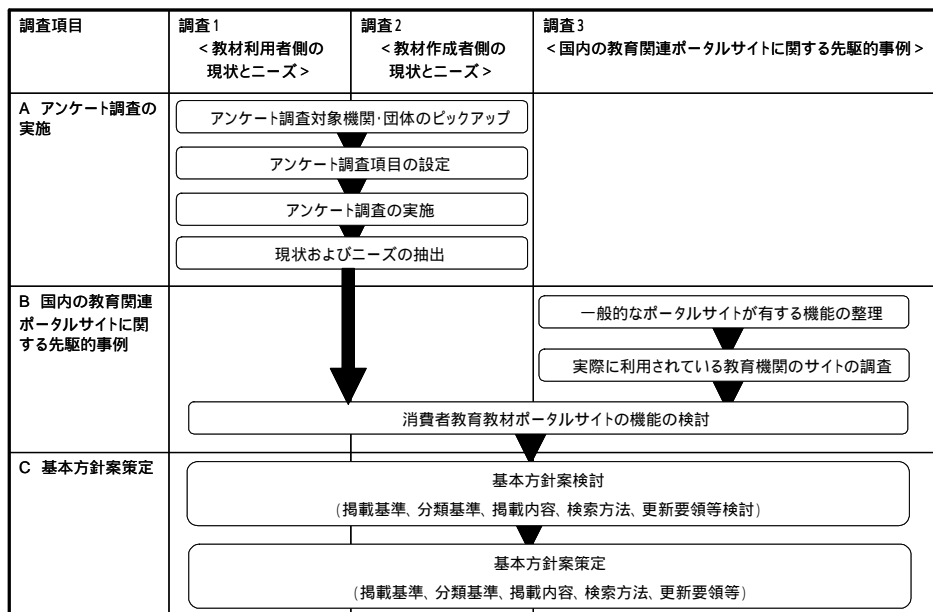


図 3.1 消費者教育ポータルサイトに関する調査手順

4. 調査研究の結果

4.1 教材利用者側の現状とニーズの把握

(1) アンケートの概要

アンケートは、

- ・どのような人が、どのような人を対象として、どのような時(場)に、どのようなものを、どのような方法で、入手・利用しているか。(教材入手・利用の現状)
- ・教材の入手・利用に関して、どのようなニーズがあるのか。(教材入手・利用のニーズ)などについて実施した(詳細は資料-3を参照)。

このアンケートは、教材を利用し、消費者教育を実施している機関・団体・個人に依頼した。

全回答数は235件であり、その内訳は表4.1.1のとおりである。

表4.1.1 アンケート回答者の内訳

回答者の属性		回答者数
学校		70
	幼稚園・保育園	0
	小学校	4
	中学校	11
	高等学校	25
	大学	30
行政		116
	消費生活センター	66
	消費者行政担当課	26
	教育担当課・教育委員会等	20
	消費者関連の専門機関	4
企業		7
	民間企業	5
	社団、財団、業界団体	2
専門家		21
	法曹団体(弁護士会、司法書士等)	21
その他の団体・機関		15
	NPO・NGO, 消費者団体, 任意団体	15
その他		6
	その他	6
合計		235

(2) アンケート結果の要約

以下にアンケートの内容にしたがってその要約を示す。

教育の実施の現状

a. 利用分野 (図 4.1.1)

- ・ 契約取引の分野の教材が最も多く利用されている (43%)。次いで情報 24%、安全 16%、環境 15%の順になっている。
- ・ 契約・取引の分野が多い傾向は、最近実施した分野に絞ると特に顕著に見られた (72%)。

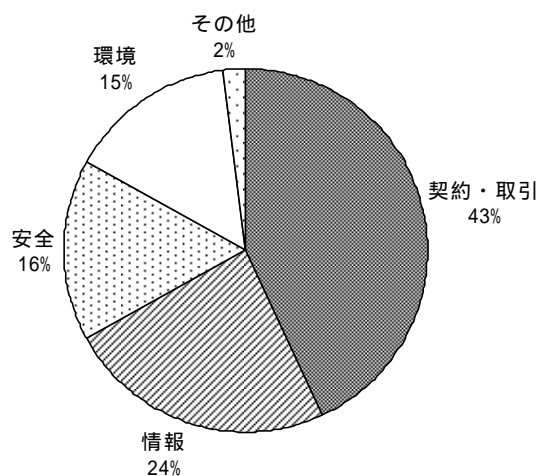


図 4.1.1 利用分野 (n=488)

b. 教育の対象者 (図 4.1.2)

- ・ 利用者の約半数が児童・生徒・学生を対象として消費者教育を実践している (51%)。
- ・ 社会人、高齢者もそれぞれ約 25%程度の割合で対象となっており、幅広い年齢層にわたって消費者教育が実践されている。

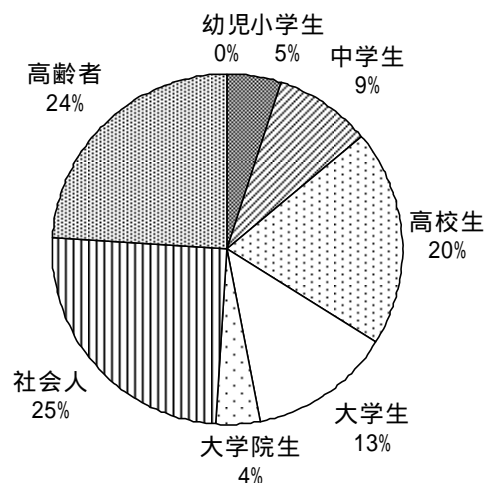


図 4.1.2 教育の対象者 (n=495)

c. 対象者の職業 (図 4.1.3)

- ・ 学生が最も多く 29%、次いで無職、家事従事者、給与生活者、自営業者の順となっているが、それぞれあまり差はない。

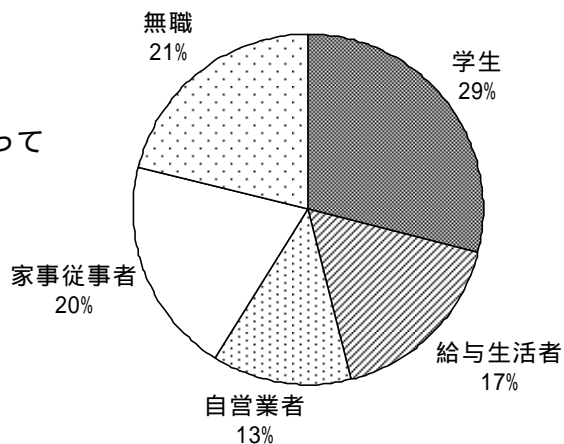


図 4.1.3 対象者の職業 (n=602)

d.教育の実施場所（図 4.1.4）

- ・学校で 39%、地域、行政でもそれぞれ 25%、22%となっている。

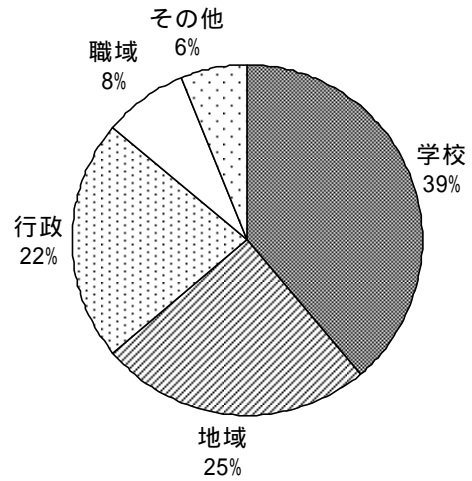


図 4.1.4 教育の実施場所（n=425）

e.教育の実施時期（図 4.1.5）

- ・現時点で実践している人が 76%を占め、1年前を含めると 87%になる。

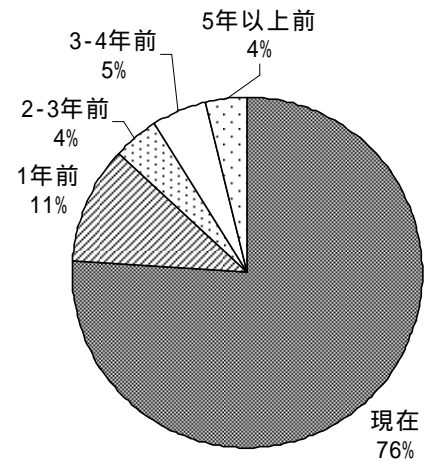


図 4.1.5 教育の実施時期（n=235）

f.教育の方法（図 4.1.6）

- ・講義型 63%、参加型（ロールプレイング、ゲーム、実験など）27%で両方で 90%を占める。

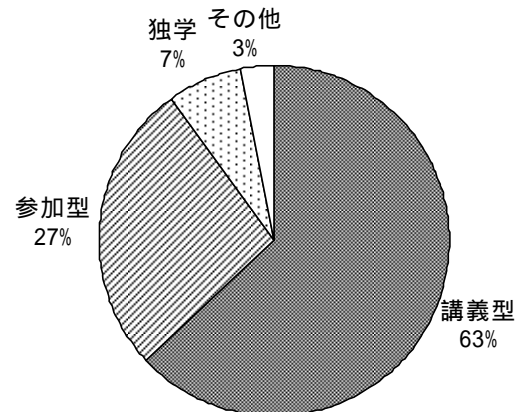


図 4.1.6 教育の方法（n=352）

g.教材利用者の保有資格（図 4.1.7）

・教員は 37.4%、消費生活相談員等は 36.2%と多く、次いで公務員 28.5%など、何らかの資格保有者がほとんどを占める。

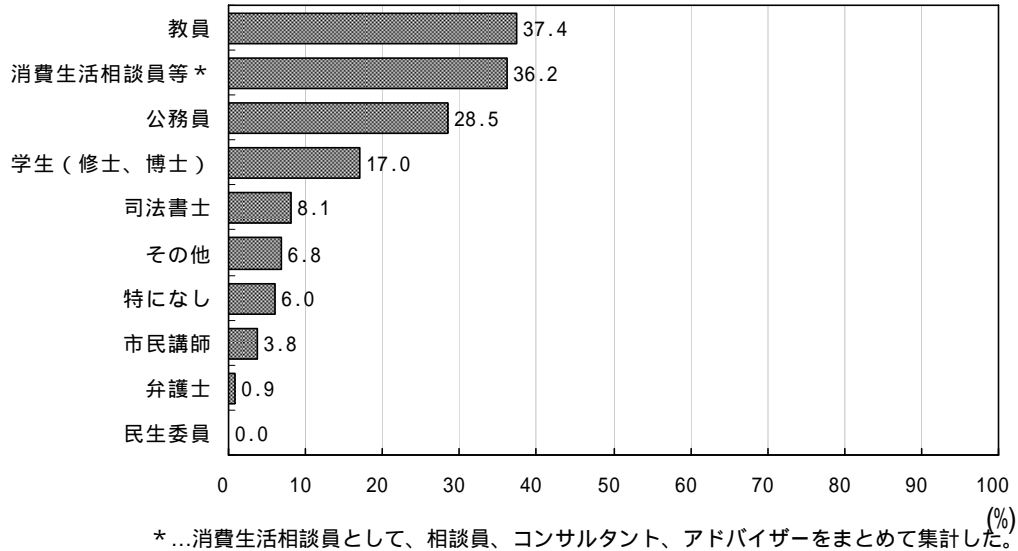


図 4.1.7 教材利用者の保有資格 (n=235)

教材の利用現状

a.現在利用している教材（図 4.1.8）

・プリント・パンフレットは、よく使われており、「たまに使う」までを含めると 98.7% 近くになる。
 ・ビデオ・DVD は 83.8%、教科書・書籍は 67.3%が利用されている。
 ・パソコンソフトは約半数の利用であった。

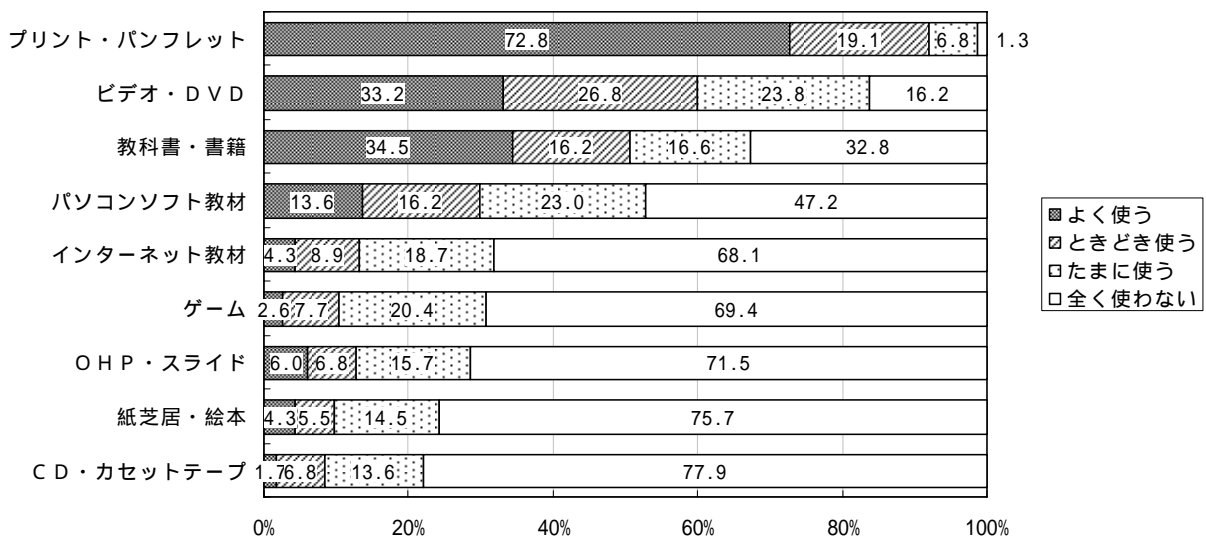


図 4.1.8 教材の使用頻度 (n=235)

b.教材の探し方（図 4.1.9）

- ・利用者が教材を探すときの行動は、本からが最も多く 38%、インターネットからが 29%、知人からが 16%であった。
- ・その他 17%の内訳については、自機関が保有する情報、消費者センター等への問い合わせなどである。

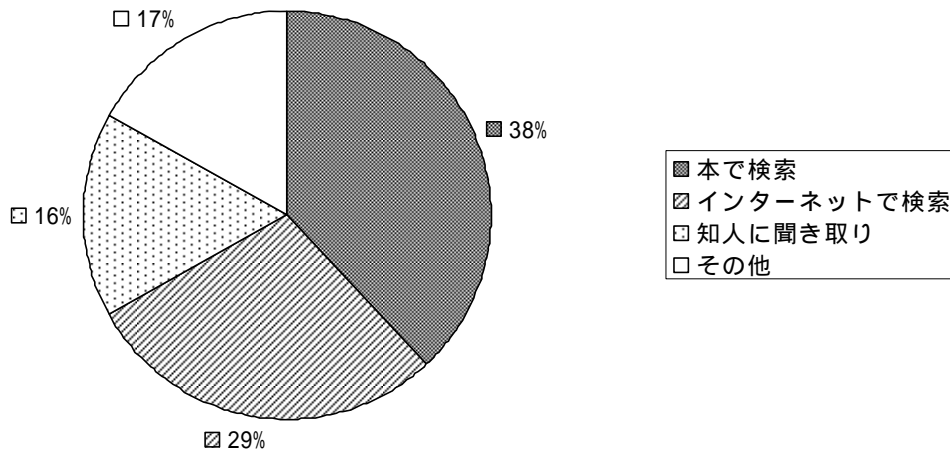


図 4.1.9 教材の探し方 (n=235)

c.ホームページの利用（図 4.1.10）

- ・インターネットを通じて教材を収集する場合、行政のホームページを利用することが最も多く 33%、次いで企業が 14%となっている。
- ・しかし、インターネットそのものを利用していないという回答（入手なし）が 36%あった。
- ・なお、教材自体の入手ではなく、素材の入手として行政のホームページが 44%で利用されている。

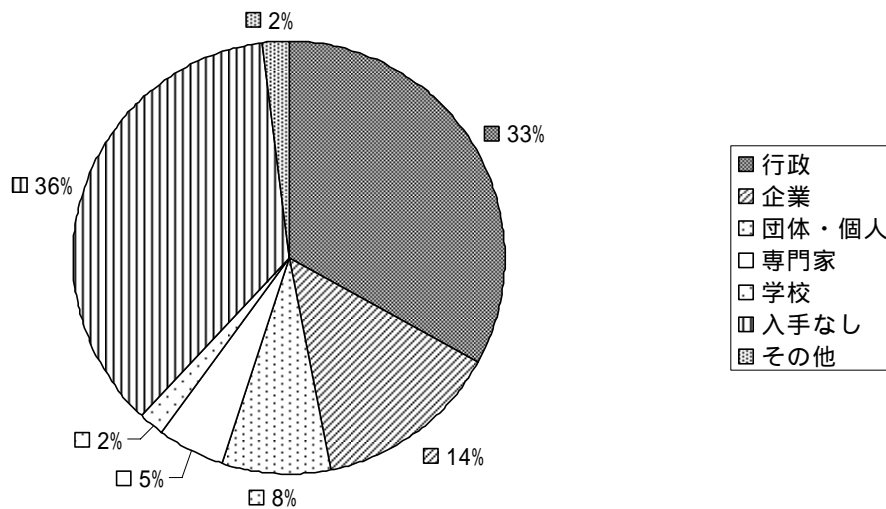


図 4.1.10 教材入手のためのホームページの利用 (n=321)

d.教材の著作権（図 4.1.11）

- ・インターネットで入手した教材の著作権について、教材の再利用、再配布の「許可不必要」が 30%あり、「許可必要」が 21%であった。したがって、利用、配布可能な教材は 51%を占めている。
- ・しかし、再利用、再配布が可能かどうかわからないと回答されたものも 28%ある。

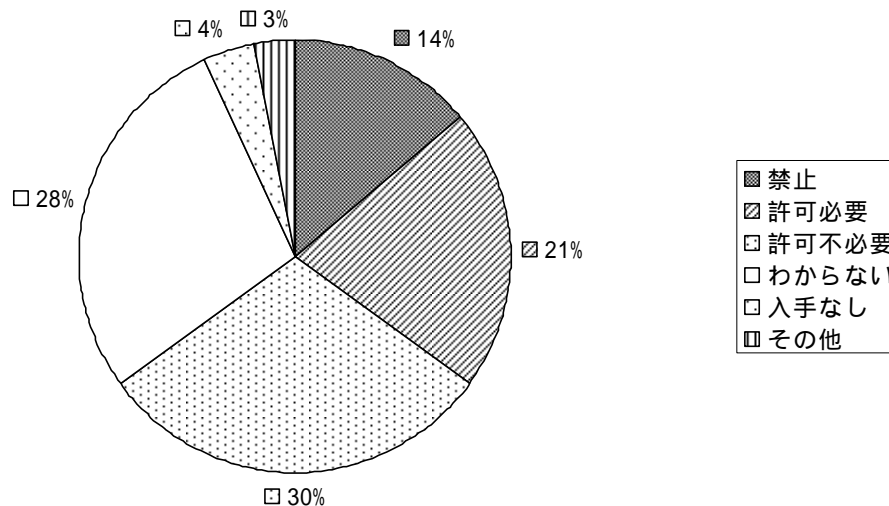


図 4.1.11 インターネットによる教材の著作権 (n=235)

ポータルサイトへの要望

a.教材の掲載基準（図 4.1.12）

- ・ポータルサイトに掲載される教材の基準として必要なものとして、作成者名、内容の概要、作成時期、価格、作成者連絡先、対象分野、対象者、活用事例をいずれも 50%以上が考えている。
- ・第三者の認証についても 30.2%が必要としている。
- ・しかし、利用者の評価については、あまり重視されていない。また、その他として、著作権の扱い等が挙げられていた。

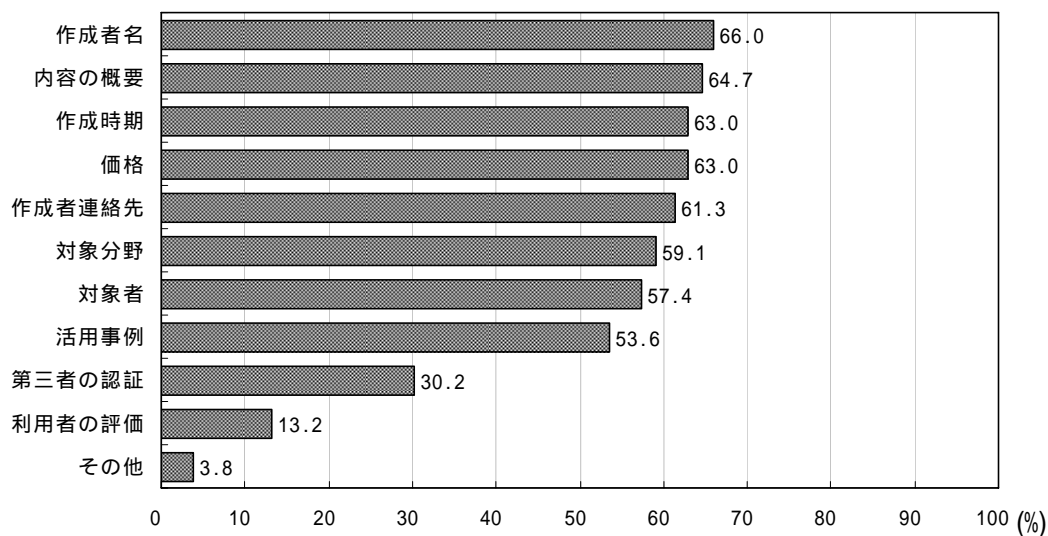


図 4.1.12 教材の掲載基準 (n=235)

b.教材の分類基準（図 4.1.13）

- ・対象分野による分野が 84.3%、対象者による分類が 68.9%と圧倒的に多くなっている。
- ・また、教材の価格による分類（有償・無償）が有用とする人が 48.9%を占める。

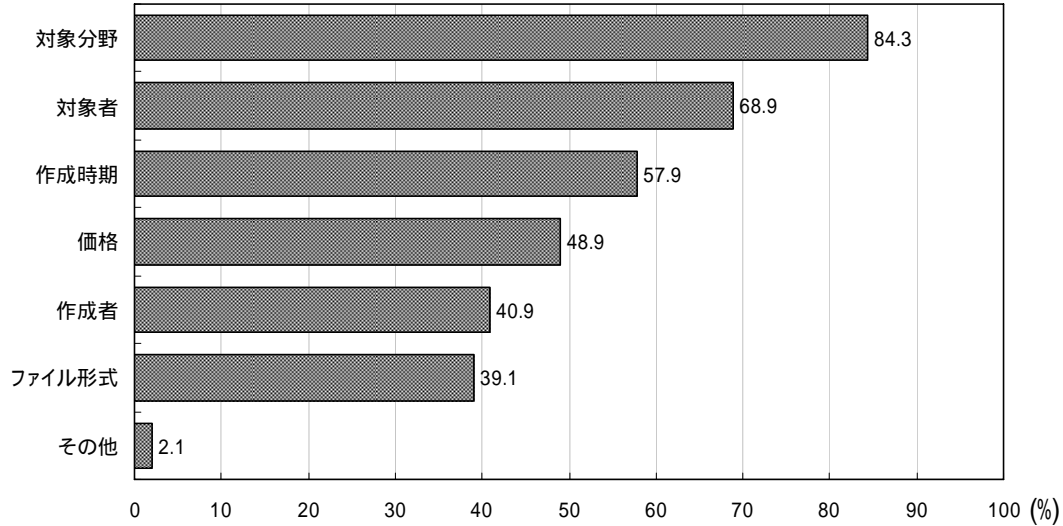


図 4.1.13 教材の分類基準 (n=235)

c.ポータルサイトの掲載内容（図 4.1.14）

- ・「教材ダウンロード」ページが 87.2%で 1 位になり、「教材リンク」ページが 71.1%となっている。
- ・「教材検索」ページは 66.8%、「教え方マニュアル」、「教育実践例」もそれぞれ 60%以上を占める。教材の入手のみならず、教方マニュアルや教育実践例のような使い方の情報にも関心が強い。
- ・「利用者・作成者掲示板」や「カウンター」などのコミュニケーション関連については、それほど強い要望は見られない。

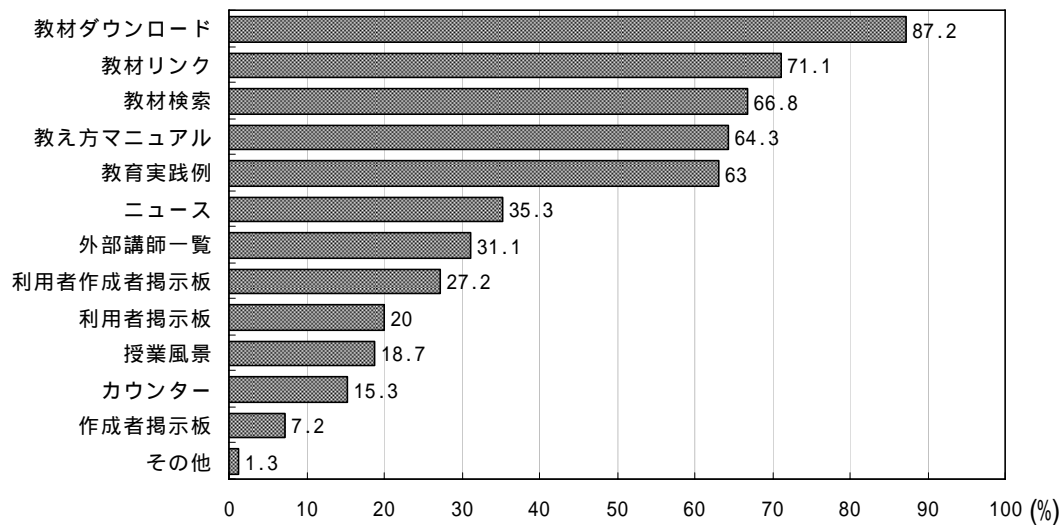


図 4.1.14 ポータルサイトの掲載内容 (n=235)

d.教材の検索方法（図 4.1.15）

- ・教材の対象「分野」による検索を重視する人が、「どちらかといえば重視する」を含めれば96.2%に及ぶ。
- ・2番目として、教材の「わかりやすさ」を重視する人が92.8%を超え、「種類」、「対象者」、「価格」も重視されている。
- ・「人気ランキング」、「評価コメント」は、重視する人が少なく、あまり利用されそうもない。

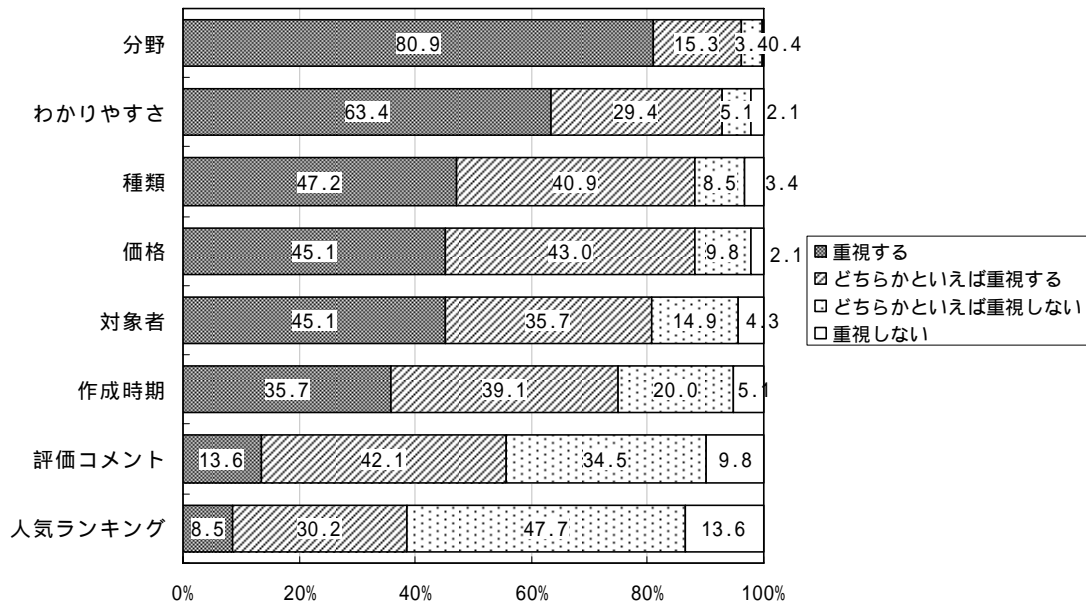


図 4.1.15 教材の検索方法 (n=235)

e.教材の使用頻度（図 4.1.16）

- ・使用頻度は、「月に数回」が29%を占めたが、57%は「年に数回」の使用に留まっている。

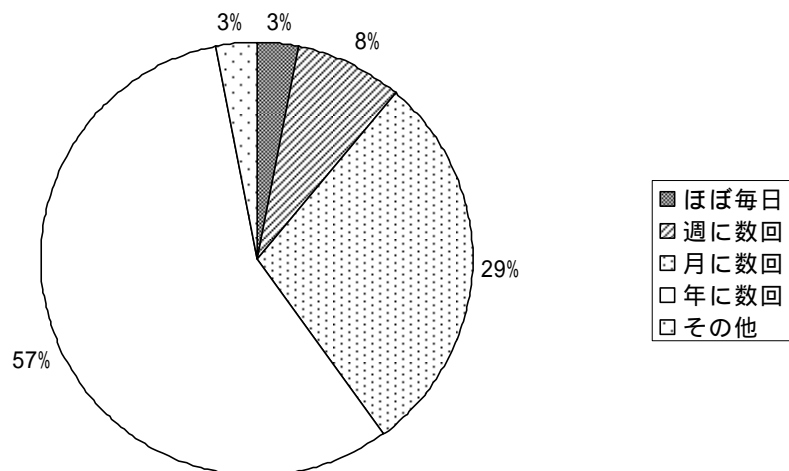


図 4.1.16 教材の使用頻度 (n=235)

f. ポータルサイトの利用意向 (図 4.1.17)

- ・ポータルサイトが構築された場合、「ぜひ利用したい」が 61%を占め、「どちらかといえば利用したい」を含めると 95%となる。
- ・なお、利用したくない、または利用できないと答えた 5%(12人)の理由は、図 4.1.18 のとおりである。

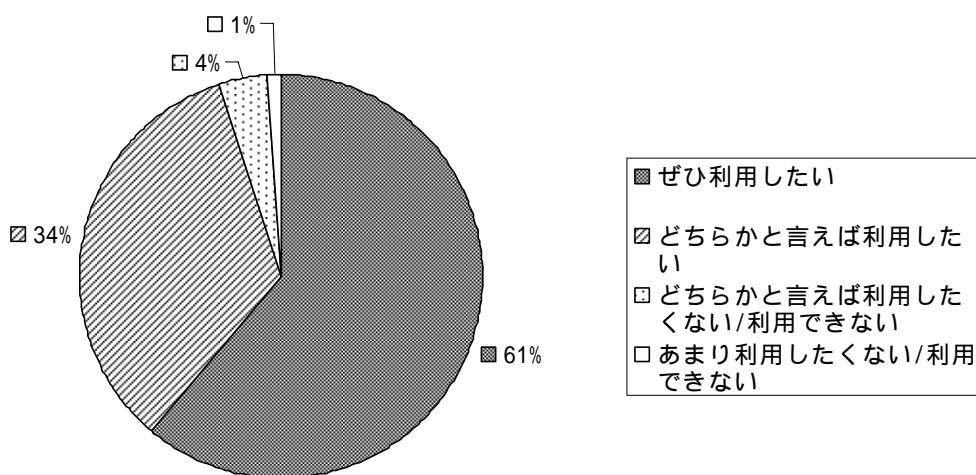


図 4.1.17 ポータルサイトの利用意向 (n=235)

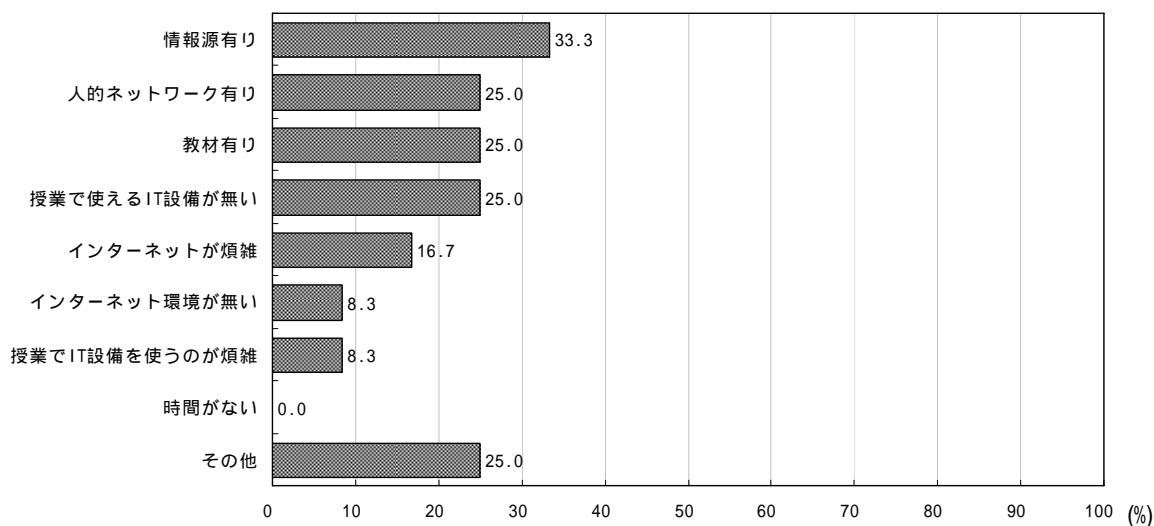


図 4.1.18 「利用したくない/利用できない」理由 (n=12)

4.2 教材作成者側の現状とニーズの把握

(1) アンケートの概要

アンケートは、

- ・どのような人が、どのような人を対象として、どのようなものを作成しているか。(教材作成の現状)
 - ・利用を促すために、どのようなことをしているのか。(教材普及策の現状)
 - ・教材の利用促進に関して、どのようなニーズがあるか。(教材普及策へのニーズ)
- などについて実施した(詳細は資料-3を参照)。

このアンケートは、教材を作成している機関・団体・個人に依頼した。全回答数は122件であり、その内訳は表4.2.1のとおりである。

表4.2.1 アンケート回答者の内訳

回答者の属性		回答者数
学校		3
	幼稚園・保育園	0
	小学校	0
	中学校	0
	高等学校	0
	大学	3
行政		59
	消費生活センター	27
	消費者行政担当課	25
	教育担当課・教育委員会等	7
	消費者関連の専門機関	0
企業		38
	民間企業	14
	社団、財団、業界団体	24
専門家		11
	法曹団体(弁護士会、司法書士等)	11
その他の団体・機関		9
	NPO・NGO, 消費者団体, 任意団体	9
その他		2
	その他	2
合計		122

(2) アンケート結果の要約

以下にアンケートの内容にしたがってその要約を示す。

教材作成の現状

a. 作成分野 (図 4.2.1)

- ・ 契約・取引の分野の教材が最も多く作成されている (46%)。
- ・ 次いで、情報 18%、安全 15%、環境 13% の順になっている。
- ・ 契約・取引の分野が多い傾向は、最近実施したものに限定すると特に顕著にみられた (63%)。

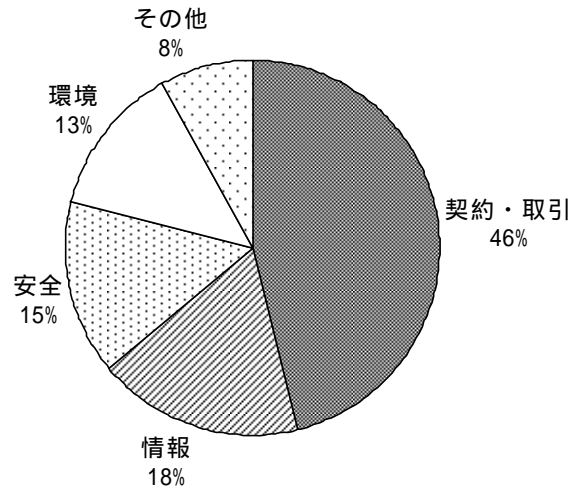


図 4.2.1 作成分野 (n=196)

b. 教育の対象者 (図 4.2.2)

- ・ 作成の対象は半数以上が学生である (58%)。
- ・ 社会人、高齢者もそれぞれ 23%、19% を占めており、幅広い年齢層にわたって教材作成が行われている。

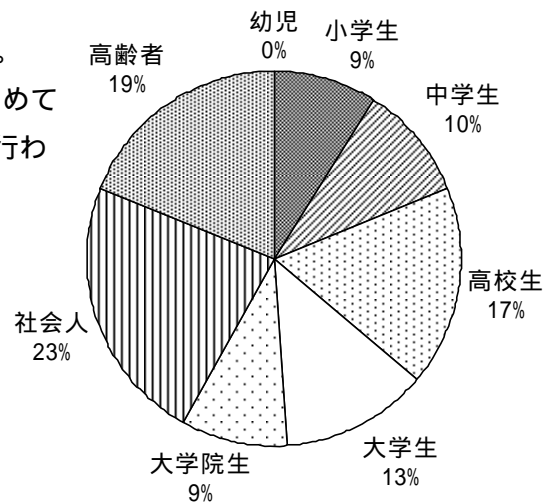


図 4.2.2 教育の対象者 (n=341)

c. 対象者の職業 (図 4.2.3)

- ・ 学生を対象にしたものが 25% で最も多く、次いで家事従事者、無職、給与生活者、自営業者の順になっている。

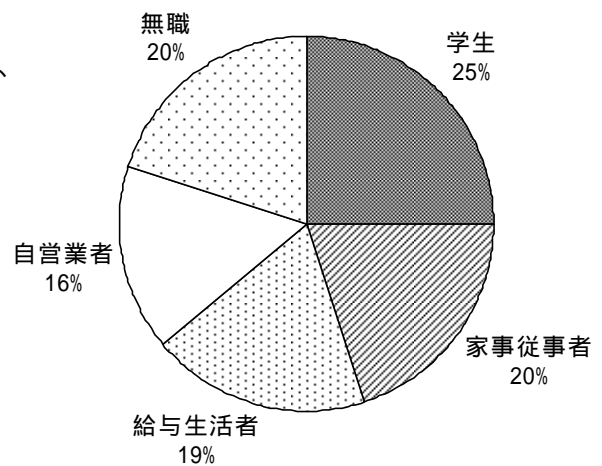


図 4.2.3 対象者の職業 (n=361)

d.教育の想定実施場所（図 4.2.4）

- ・作成者が想定している実施場所は、学校で 33%、地域 29%、行政 20%などとなっている。
- ・実際の実施場所（図 4.1.4）と比較してみると、学校では少なく、職域では多く想定されている。

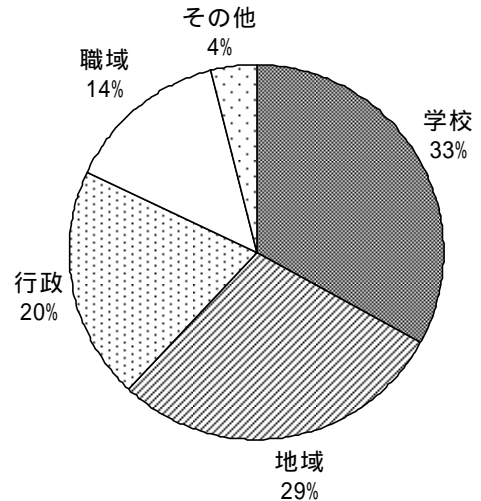


図 4.2.4 教育の想定実施場所 (n=266)

e.作成時期（図 4.2.5）

- ・現時点で作成している人が 46%、1 年前が 33%で両方で 79%を占める。

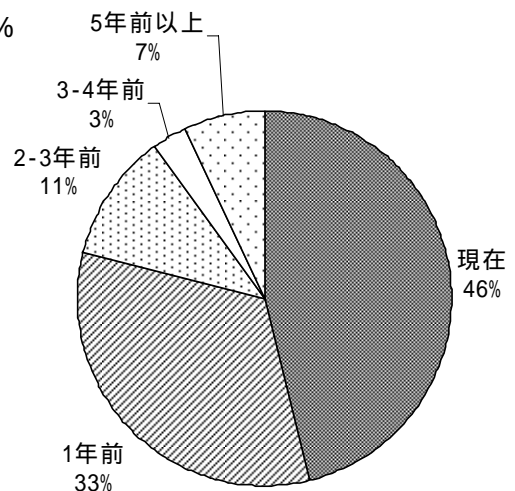


図 4.2.5 作成時期 (n=122)

f.教育の方法（図 4.2.6）

- ・講義型の教材作成が 57%と最も多く、次いで独学 18%、参加型 17%となっている。
- ・実際に行われている方法は独学が 7%であるので（図 4.1.6）教材の作成はかなり多くなっている。

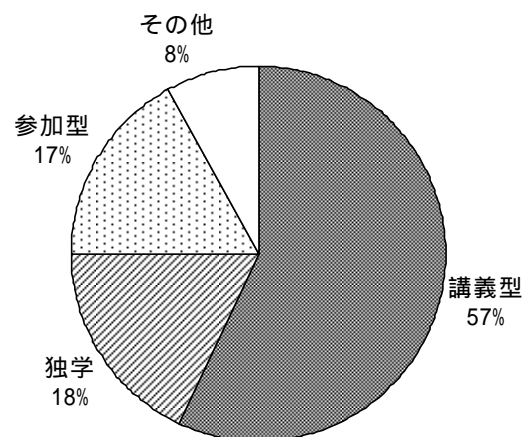


図 4.2.6 教育の方法 (n=177)

教材作成の現状

a.教材の種類別作成頻度（図 4.2.7）

- ・プリント・パンフレットは教材作成者の 97.6% が作成している。
- ・教科書・書籍、ビデオ・DVD の作成は、ともに約 3 割に留まり、次いでパソコンソフト教材 26.3% となっている。
- ・作成頻度は不定期に作る場合が、定期的にするよりかなり多くなっている。

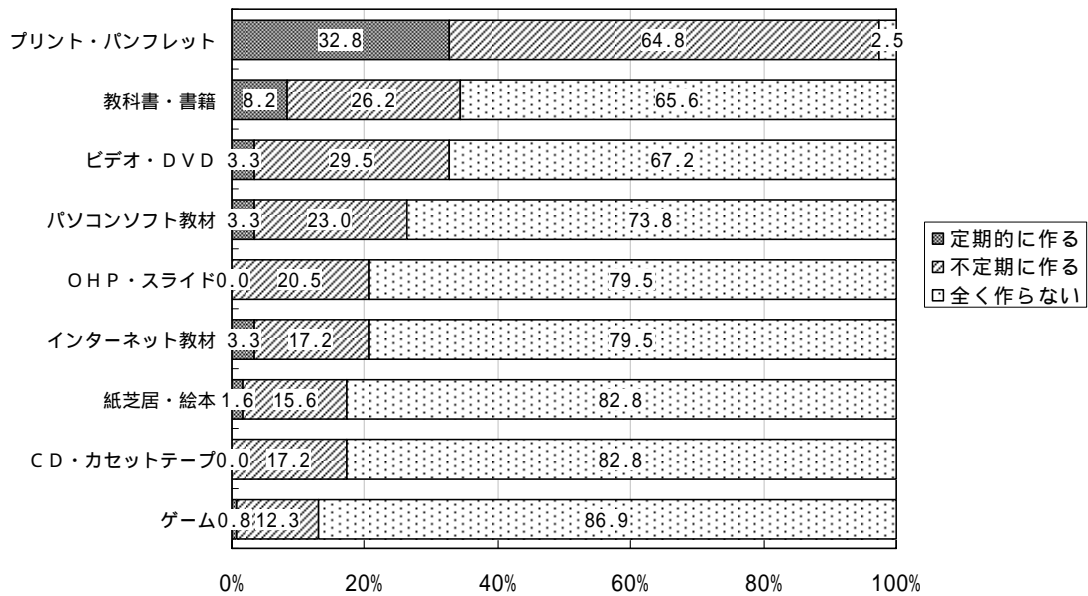


図 4.2.7 教材の種類別作成頻度 (n=122)

b.教材の普及方法（図 4.2.8）

- ・作成者が教材を広めるとき、最も多い行動としては、「メール・チラシで広報」45% である。「インターネットで広報」は 26% となっている。
- ・「その他」は 24% であるが、その内容をみると、教材を直接配布する、自機関のみで使用（広報の対象外）などであった。

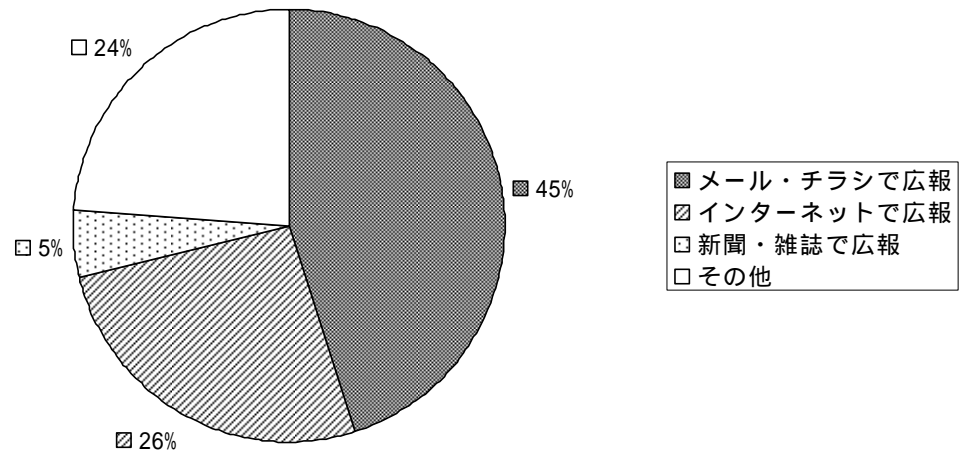


図 4.2.8 教材の普及方法 (n=122)

c. インターネットの利用 (図 4.2.9)

- ・教材の普及を行うときには、自機関のホームページを利用するが 36%、行政が 18% と多い。
- ・しかし、インターネットを利用しないという回答が 33%もある。
- ・なお、教材の広告の掲載に関しても図 4.2.9 の構成比は大きく変化していない。

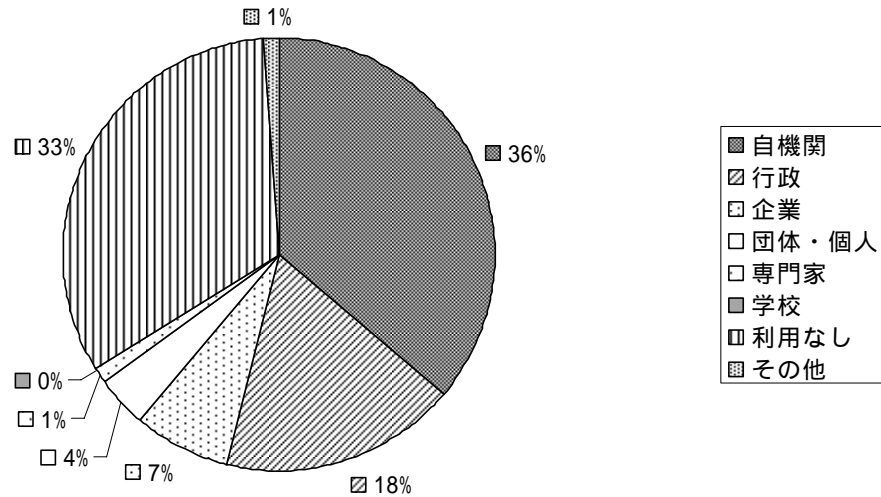


図 4.2.9 インターネットの利用 (n=141)

d. 著作権等 (図 4.2.10)

- ・教材をインターネットに掲載したとき、再利用、再配布を「禁止」していることが 25%ある。
- ・「許可必要」、「許可不必要」はそれぞれ 18%、10%であるが、「わからない」ものも 37%あった。

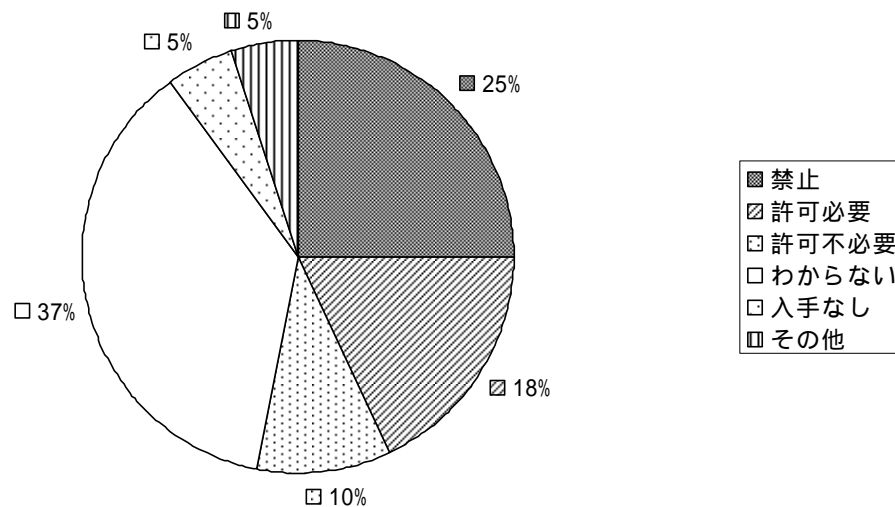


図 4.2.10 著作権等 (n=122)

ポータルサイトへの要望

a.教材の掲載基準（図 4.2.11）

- ・ 作成者名、内容の概要、作成者連絡先、対象者、対象分野、作成時期、価格はいずれも 50%以上、活用事例も 43.4%と高い。
- ・ 第三者認証や利用者の評価は、あまり重視されていない。また、その他として責任の減免規定があげられている。

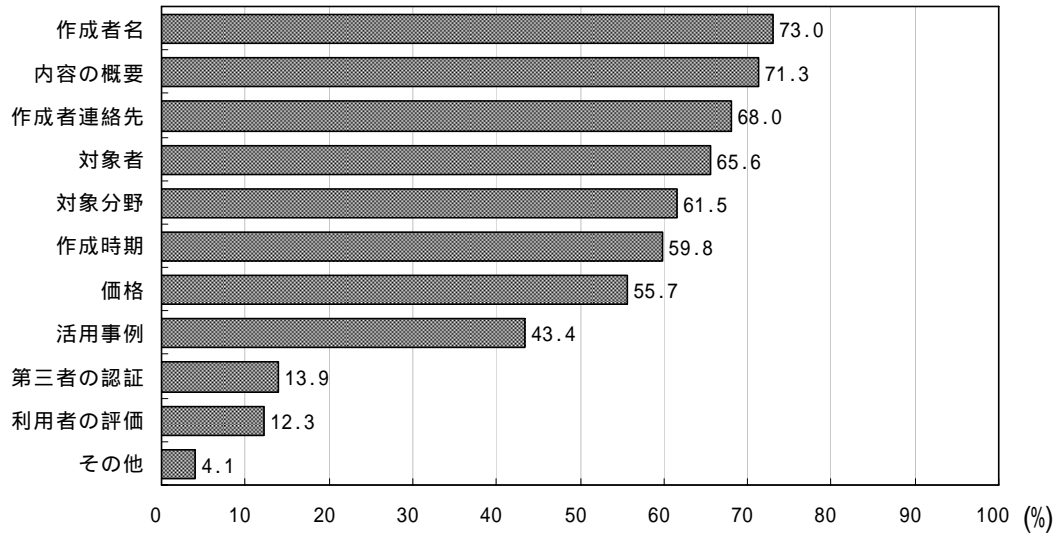


図 4.2.11 教材の掲載基準 (n=122)

b.教材の分類基準（図 4.2.12）

- ・ 対象分野が 83.6%、対象者が 78.7%と圧倒的に多い。
- ・ 価格は 33.6%でそれほど多くない。

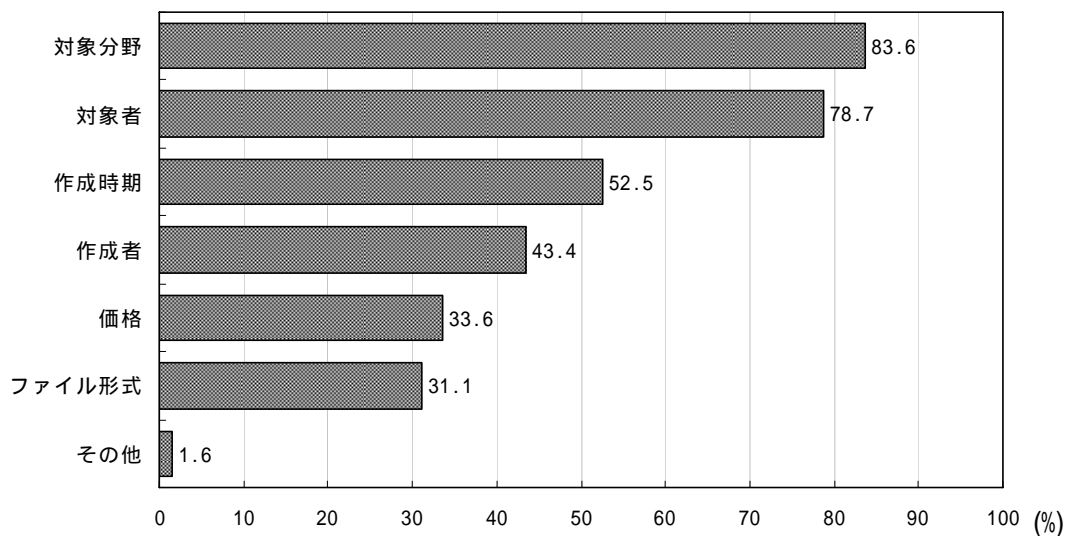


図 4.2.12 教材の分類基準 (n=122)

c. ポータルサイトの掲載内容 (図 4.2.13)

- ・「教材ダウンロード」が 82.0% で最も多く、次いで教材検索 77.9%、「教材リンク」63.9% となっている。「教え方マニュアル」、「教育実践例」も 50% 以上になっている。
- ・掲示板やカウンターなどのコミュニケーション機能については、いずれも 20% 前後でそれほど強い要望はみられなかった。

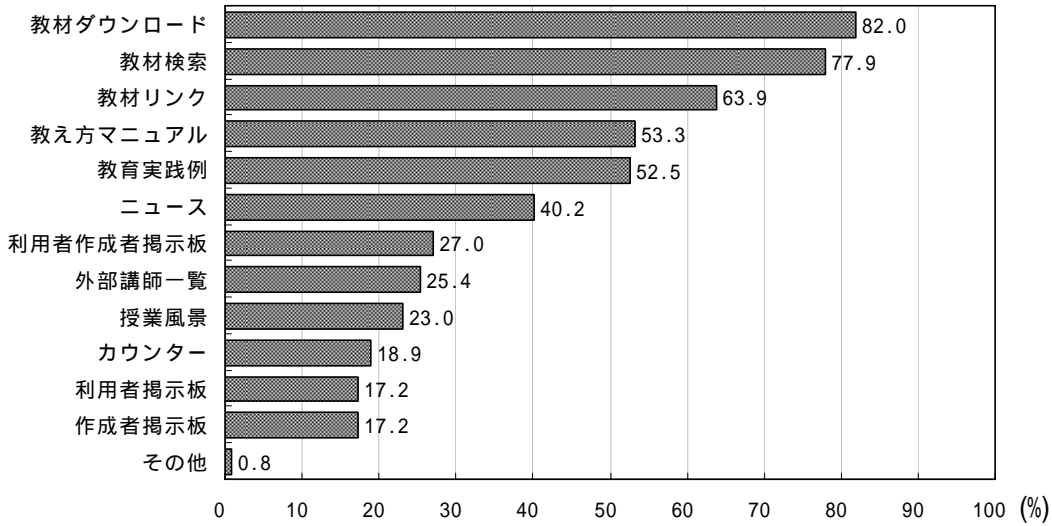


図 4.2.13 ポータルサイトの掲載内容 (n=122)

d. 教材の検索方法 (図 4.2.14)

- ・検索する場合、教材の対象「分野」を重視する人(「どちらかといえば重視する」を含む)は、98.4%に及ぶ。次いで「わかりやすさ」をあげる人が 88.5%、「対象者」、「種類」も 87.7% を占める。
- ・「人気ランキング」や「評価コメント」は少ないが、それでも 40% 以上の支持はある。

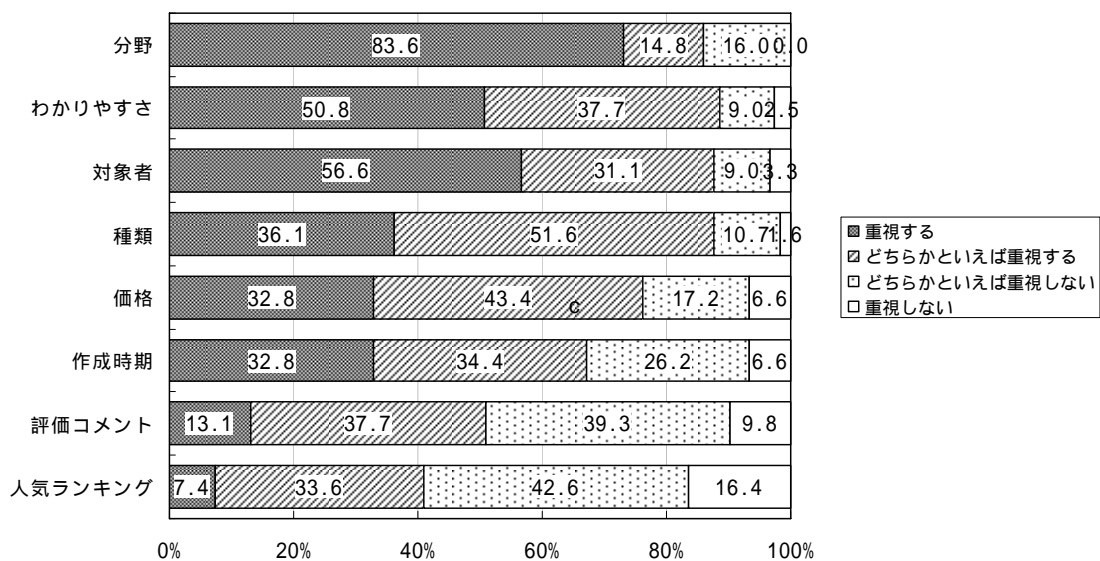


図 4.2.14 教材の検索方法 (n=122)

e.教材の作成・更新頻度（図 4.2.15）

- ・教材の作成や更新は、年に数回のペースがほとんどである（86%）。しかし、月に数回以上のペースの場合も 14%ある。

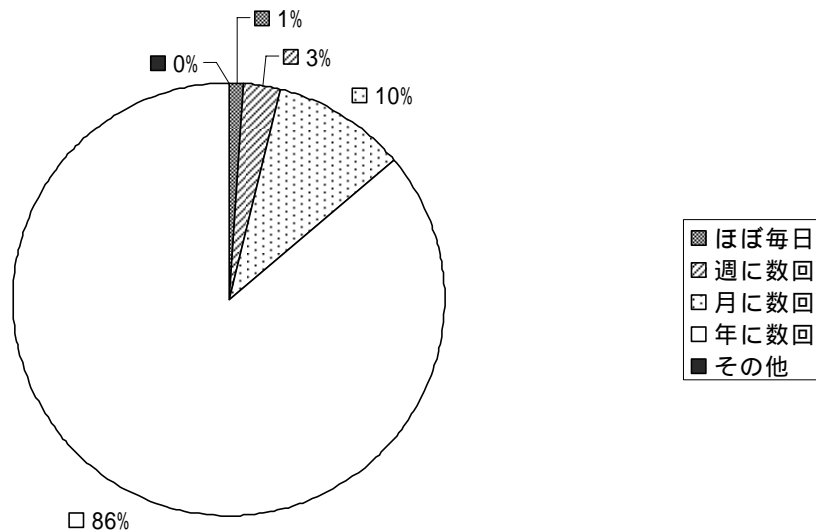


図 4.2.15 教材の作成・更新頻度（n=92）

f.ポータルサイトへの協力意向（図 4.2.16）

- ・ポータルサイトへの教材の提供について、「どちらかといえば協力したい」が 57%で最も多く、「ぜひ協力したい」16%を含めると協力に前向きな人が 73%となる。
- ・ちなみに、「協力したくない/協力できない」と答えた人は 27%（33 人）で、その理由は図 4.2.17 のとおりである。

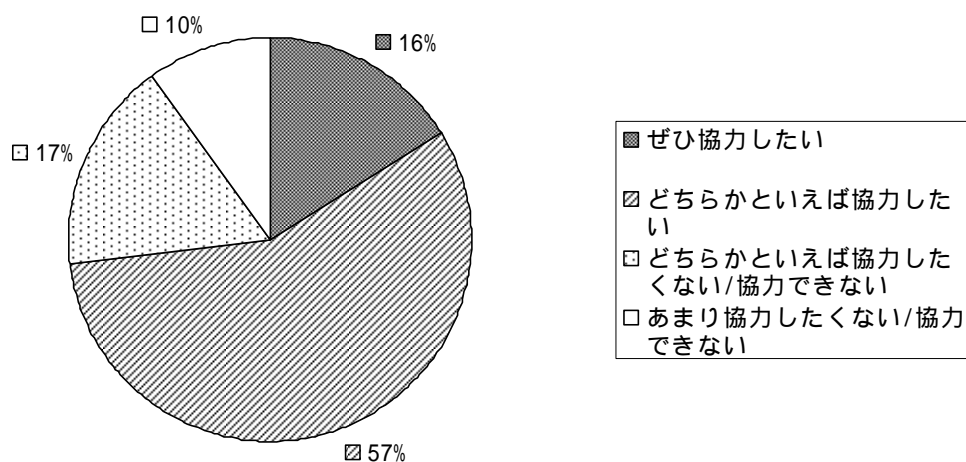


図 4.2.16 ポータルサイトへの協力意向（教材提供）（n=122）

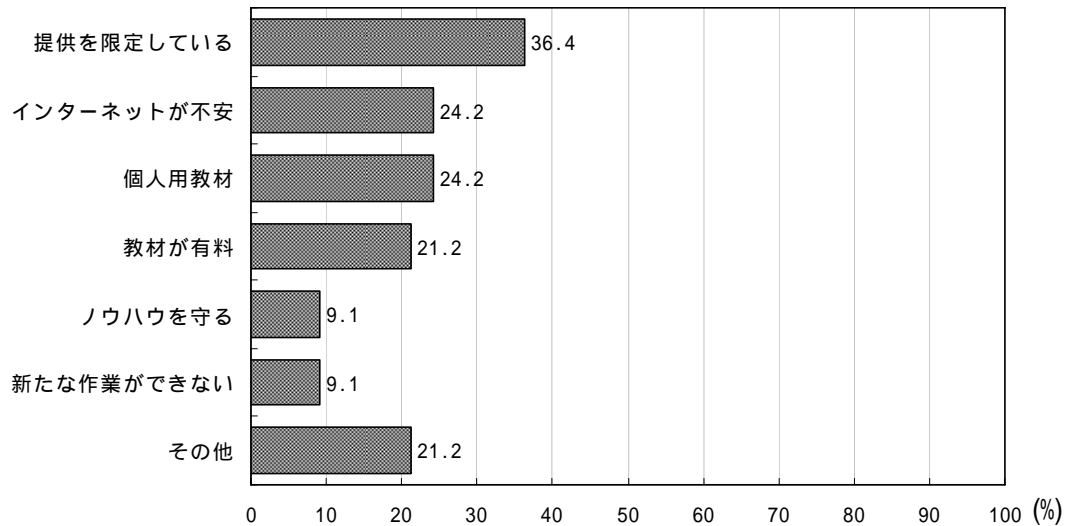


図 4.2.17 「協力したくない/協力できない」とする理由 (n=33)

g. 関連情報の協力意向 (図 4.2.18)

- ・教材に関連する諸情報の提供について、協力の意向が「どちらかといえば協力したい」とするものが 56% と多く、「ぜひ協力したい」23% を含めると前向きな人が 79.0% となる。
- ・ちなみに、「協力したくない/協力できない」と答えた人は 21% (26 人) で、その理由は図 4.2.19 のとおりである。

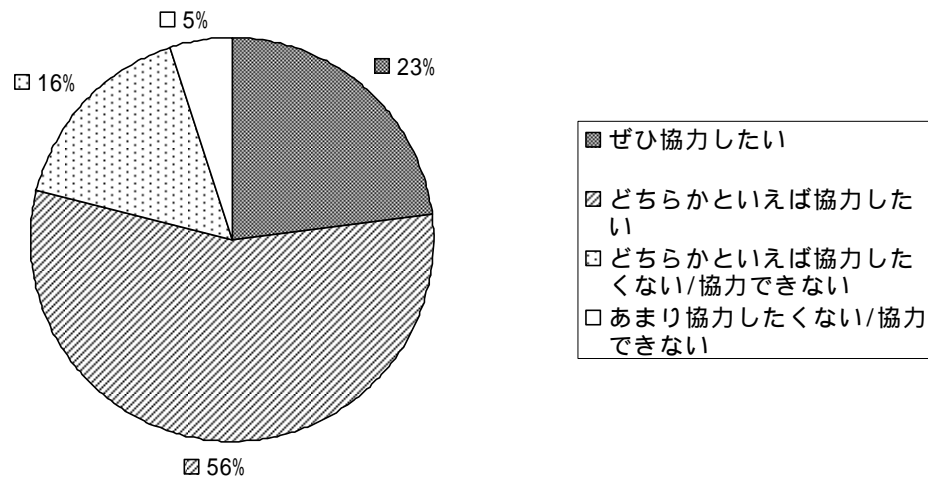


図 4.2.18 関連情報の提供意向 (n=122)

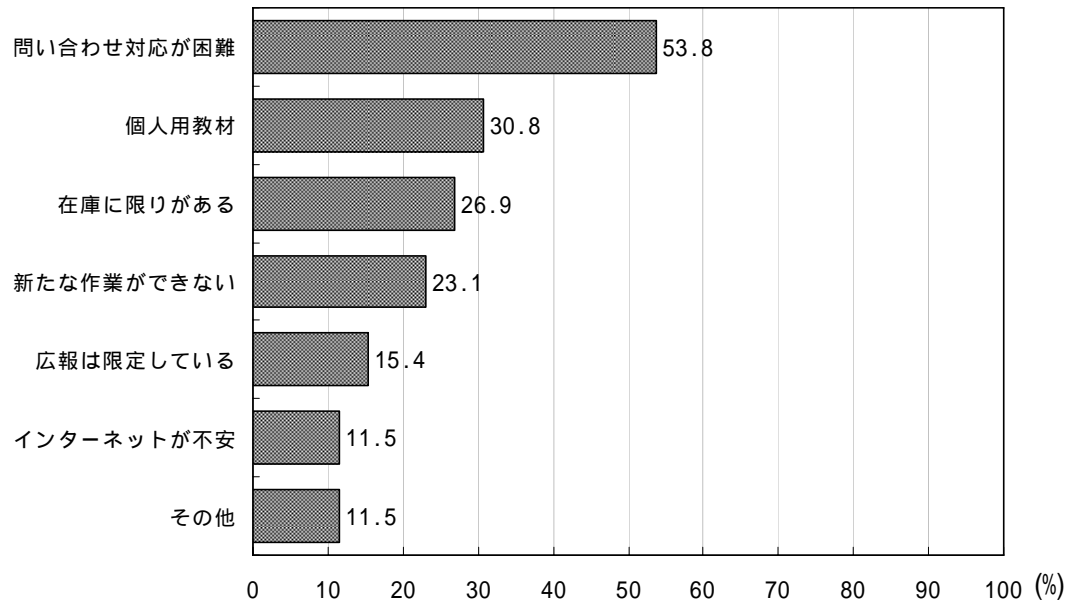


図 4.2.19 「協力したくない/協力できない」とする理由 (n=26)

4.3 アンケート回答者からの個別意見

アンケート調査において、広く消費者教育の教材・教材普及策について尋ねたところ（フリーアンサー）次のような意見が回答者から寄せられた。

(1)ポータルサイトについて

コンテンツ掲載機能

- ・著作権フリーが普及の要だと思う。
- ・教材は無料で提供を望む。
- ・消費者問題の基本をまとめた教材と、対象を絞り短期的に更新された最新の情報を盛り込んだ教材を、セットで利用できるスタイルが良い。

検索機能

- ・一般的な見地からで良いので、分野別初級、中級、上級消費者教育用教材があると便利である。

コミュニケーション機能

- ・利用者からの意見と作成者の意図とのコミュニケーションの場があれば、教材改訂や改良普及にもつながると思う。
- ・法改正を自分で全てチェックするのは難しいため、サイトに登録しておけば、関連する法改正についてのメールが随時送られてくるというシステムがあると助かる。

外部講師掲載機能

- ・司法書士等法律実務家の活用についても広報できないか。
- ・外部講師を依頼した場合の、その講師の依頼者からの評価が知りたい。

(2)教材について

ビデオ

- ・消費者教育については、すべての領域(分野)で関連付けて取り組む内容で多様な教材が必要である。
- ・情報は日々新しくなるので、高価なビデオなどは、購入しても作成時期によって数年で使いにくくなり、少ない予算の中で購入しづらい。短くても、ダウンロードして見せることができるような動画の教材などがあれば良い。

パンフレット

- ・教材となりうる小冊子を作成して小・中学校に無料で配布した。2万部作成し、発送残を追加送付やそれ以外でも利用しているので、無くなれば次回の作成は費用・効果の面で要検討という状況である。

障害者向け教材

- ・障害のある人の消費者被害をも想定した教材を作ることが必要である。対象としては、本人・親・支援職員などである。このジャンルも必ず意識してもらいたい。

(3)消費者教育行政について

省庁間の連携

- ・パンフレット類だけでも、消費者教育支援センター、国セン、全相協、経済産業省、内閣府等いろいろな所で作成、配付されており、こちらから見るとそれぞれ勝手に作成、配付しているように感じるので、どこかで全体を交通整理して欲しい。

企業との連携

- ・ポータルサイトに併せて行政、企業、教諭がそれぞれの地域で定期的に意見交換を行える場を内閣府のリーダーシップで設けて欲しい。

地方自治体との連携

- ・地方自治体の消費者啓発予算は毎年削減されています。教材作成にあたっては、低廉な価格で入手できるようにして欲しい。よい教材でも高価格だと購入できない。

4.4 国内の教育関連ポータルサイトに関する先駆的事例

(1)ポータルサイトの一般的機能

ポータルサイトが有する機能を分類すると、コンテンツ保有機能、リンク機能、検索機能、コミュニケーション機能がある。これらの機能の説明とサイトの運用に当たって考慮すべき課題等は表4.4.1のとおりである。

表4.4.1 ポータルサイトの一般的機能

機能分類	具体的な機能	課題案
a コンテンツ保有機能	コンテンツをサイト上に持っているため、他のサイトの管理に依存しない。	自らコンテンツを作成・保有・更新する必要がある。
b リンク機能	外部サイトへのリンクで、サイト上にコンテンツを置かなくても良い。	リンク先のアドレスに変更があるとリンク先が見られなくなる。
c 検索機能	ユーザーに対して選択肢を提示し、コンテンツまで誘導する。ユーザーは簡単に必要なコンテンツまでたどり着くことができる。	ユーザーにとって、必要な検索条件を用意し、画面や検索結果を見やすくする必要がある。
	ユーザーが検索したいキーワードを入力してコンテンツ情報を抽出する。ユーザーは自由な観点で検索することができる。	的確な検索結果となるようコンテンツに適切なキーワードを付ける必要がある。
d コミュニケーション機能	ユーザーとサイトの主催者との双方向の対話を行うことができるため、双方向の対話ができユーザーのニーズやシーズ ¹ を吸上げる事ができる。	サイトの主催者がユーザーからの問合せに適宜対応する必要がある。
	ユーザー間でのコミュニケーションツールとして利用できる。	ユーザー間でトラブルが発生しないように監視する必要がある。

(2)既存の教育および消費生活関連のサイトの調査

調査方法

表4.4.1で整理された機能分類について、実際に利用されている既存の教育および消費生活関連のサイトがどのような具体的な機能を有しているかを調査した。

調査の対象は、政府および関連機関のサイト、全国の消費生活センター、各都道府県の教育委員会のもとで教員の研修や教材作成などの教育振興事業を行っている教育センター、事業者団体のサイトである。

方法としては、それぞれのウェブサイトを開覧し、保有する機能と教材の掲載内容をチェックした。チェックした項目は、教材の種類別有無と機能別の有無であり、詳細を表4.4.2に示す。

¹提供可能な新技術・材料・サービス。

表 4.4.2 関連サイトの調査項目

調査項目		内容
教材の有無	紙・情報誌・リーフレット等	各種の印刷物
	HTML(消費者教育情報の掲載)	サイトの本文に、教育情報が記述されたり、画像が掲載されたりして、読み物となっている。(教育センターについては、消費者教育だけに限定せず。)
	動画(ビデオ)	ウェブ上で動画を再生したり、ダウンロードして再生することができる。(ビデオ販売や貸出しの情報がある。)
	音声・CD	ウェブ上で音声を再生したり、ダウンロードして再生することができる。(CD 販売や貸出しの情報がある。)
	ゲーム	ウェブ上で遊ぶことのできるゲームがある。
	eラーニング	ウェブ上で、テキストを読んだり問題に回答したりして、段階的に勉強を進めることができる教材がある。
	ソフト教材	ダウンロードして利用できる教材ソフトウェアがある。ワードやパワーポイント等を含む。
	各種データベース	特別な目的で構築されたデータベースを利用できる。
	指導案	指導案がある。
	指導案の形態	ダウンロードして利用できる。または、閲覧のみ。
	相談事例	消費生活センターへの相談事例、教育センターへの相談事例が掲載されている。
機能	検索機能	コンテンツを検索することができる。
	コミュニケーション機能	掲示板などのコミュニケーション機能が設けられている。
	最新情報	最新情報(更新情報を除く)が掲載されている。
	リンク機能	他のサイトへのリンクが用意されている。

一方、とくに先駆的サイトと考えられるものについて、サイトの目的と保有する機能、運用方法についてインタビュー調査を行った。

調査結果

調査結果の詳細を資料 - 4 に示す。この結果に基づき、サイトの運用主体別にそれぞれの特徴をまとめると表 4.4.3 のとおりである。

表 4.4.3 サイトの運用主体別特徴

		機能			
		コンテンツ保有	リンク	検索	コミュニケーション
政府関連機関および消費生活関連機関・団体		・知るぽると	・NICER ・IT 統計ポータルサイト	・知るぽると ・NICER	・NICER
教育委員会 / 教育センター		・熊本県	・佐賀県	・熊本県 ・佐賀県 等	・熊本県
消費生活センター					
事業者団体等					
一般的特徴	長所	自ら作成したコンテンツを掲載することで、信頼性を確保することができる。	リンク情報を整理し、検索可能にすることで、他機関が作成したコンテンツを活用できる。	対象者別にイラストを利用してわかりやすくナビゲーションしている。	利用者が限定されているため安心して利用することができる。
	課題等	適切なコンテンツを十分用意する必要がある。	・信頼性の判断は利用者の判断に委ねることになる。 ・信頼性を確保するために専門の担当者を置く必要がある。	適切なナビゲーションができるよう、十分検討する必要がある。	利用者が限定される。

【凡例】

- ：とても充実した機能を有している
- ：機能を有している
- ：機能を有していない、または有しているが限定的である

表 4.4.3 から次のようなことが考えられる。

a. 政府および消費生活関連機関・団体

- ・全機能をとおして充実したサイトとなっている。
- ・教育情報ナショナルセンター（NICER）、金融広報中央委員会（知るぽると）はコンテンツの多様性、機能性の点でとても充実している。

b. 教育センター

- ・自治体内の登録校、その所属する人が利用することが前提となっている。
- ・教材の種類が多く、自治体によっては検索やコミュニケーションなどの機能が充実したものがある。

c. 消費生活センター

- ・中心となるコンテンツは、パンフレットのような印刷物を中心とした教材や相談事例であった。
- ・検索機能やコミュニケーション機能を持っていないサイトが多い。

d. 事業者団体等

- ・一部の事業者団体のサイトの内容は、消費者教育につながるものもある。全体としては教材コンテンツは少なく、機能も限られている。

一方、先駆的事例のインタビュー調査は、以下のサイトについて行った。

- ・教育情報ナショナルセンター（NICER）（国立教育政策研究所教育研究情報センター）
- ・知るぽると（金融広報中央委員会）
- ・熊本県教育情報システム（熊本県教育委員会）
- ・IT 統計ポータルサイト（（財）日本情報処理開発協会）
- ・全国津々浦々！自己研修資料（佐賀県教育センター）

調査内容は、表 4.4.1 で整理した機能の具体的内容に、サイトの運用方法を加えたものである（表 4.4.4）。

表 4.4.4 インタビュー調査項目

	質問項目	説明	
目的	目的	ポータルサイトのねらい	
	対象者	子ども、保護者、教員、県民、国民…	
	利用方法	利用者がウェブ上で閲覧し、学習する 教授を行う人がダウンロードして印刷、配布…	
機能	a コンテンツ保有機能	掲載内容	掲載している教材、内容
		掲載基準	自作、他機関作…
		審査方法	担当者個人が判断、委員会で判断…
		著作権の取扱	利用制限あり、なし…
	b リンク機能	掲載内容	掲載している教材、内容
		掲載基準	自作、他機関作…
		審査方法	担当者個人が判断、委員会で判断…
		著作権の取扱	利用制限あり、なし…
	c 検索機能	検索方法	ナビゲーション機能、キーワード検索…
		分類基準	年齢別、学習指導要領、キーワードからの抽出…
	d コミュニケーション機能	ツールの種類	掲示板、投票、テレビ会議…
		利用制限	登録したユーザーに限定、制限なし
運用	運用体制	運用に関わる人数、時間等…	
	更新頻度	毎日、毎週、毎月…	
	利用の把握	アクセスログ集計、担当者によるウェブ調査…	
課題	今後の目標や課題	今後の目標や課題	

インタビュー調査の結果を表 4.4.4 の調査項目にしたがって整理したものが表 4.4.5～表 4.4.9 である。

表 4.4.5 教育情報ナショナルセンター(NICER)(国立教育政策研究所教育研究情報センター)

	具体的な質問項目	回答	
目的	目的	インターネット上にある日本の教育・学習に関する情報を収集・整理して、検索できるようにする。教育に ICT を活用することを主眼としている。	
	対象者	<ul style="list-style-type: none"> 小学生から成人までの、自ら学ぶ人および教える人。 学校教育（教える）に重点。 	
	利用方法	<ul style="list-style-type: none"> リンク情報が中心。 インターネット上にある日本の教育・学習に関する情報を、図書目録カードのように付けたカタログ(LOM: Learning Object Metadata、学習オブジェクトメタデータ²)を検索。 学習者や教育関係者を ICT から支援。 	
機能	a コンテンツ保有機能	掲載内容	<ul style="list-style-type: none"> 教材、実践事例や指導案など。実践事例は、文部科学省の教材作成事業での成果の報告を利用。 その他、教育関連ニュース、GIS を利用した日本地図マッピング機能など。
		掲載基準	(文部科学省の事業や NICER の企画で作成したものなので)
		審査方法	実践事例は、研修のグループリーダーがチェック。
		著作権の取扱	著作権は作成者に帰属。
	b リンク機能	掲載内容	<ul style="list-style-type: none"> 学習情報のカタログを国際標準の LOM 形式で保有している。つまり教材へのリンクを検索できるようなもので、教材そのものの多くは各作成機関のサイトに保有されている。 NICER 固有のコンテンツを含めて約 27 万件。 公的機関が作成した教材が中心。
		掲載基準	明らかに教材とはいえないもの(販売広告、誹謗中傷等)を除き、広く掲載。
		審査方法	<ul style="list-style-type: none"> 担当者がインターネット上にある教材を調査し、登録。 「推薦・意見等」のコーナーから、個人による掲載推薦を受け付けて、内容を担当者が確認し、登録の可否を判断。
		著作権の取扱	<ul style="list-style-type: none"> 著作権は作成者に帰属。 リンク先の利用条件に従う。
	c 検索機能	検索方法	<ul style="list-style-type: none"> 対象者別の入り口。 学年、教科、学習指導要領の項目、教科書の目次。 キーワード検索。 他に、教科以外の視点からの検索。
		分類基準	情報の種類、想定利用者、教育分野、対象年齢、メディアの形式、価格、提供方法、利用許諾、作成日、等。
	d コミュニケーション機能	ツールの種類	<ul style="list-style-type: none"> 推薦・意見等の受付。 特定の学校同士の掲示板のような交流学习システム。
		利用制限	<ul style="list-style-type: none"> 推薦・意見等は制限なし。 実践事例の登録は、登録ユーザーのみ。 交流学习システムは、登録ユーザー、学校のみ。
運用	運用体制	実際の入力業務のアルバイト 3 名、サーバー担当者（企業への外注 2 名）、NICER 担当職員 2 名の約 7 名	
	更新頻度	年間 2 万件の情報を登録。	
	利用の把握	・アクセスログ	
課題	今後の目標や課題	<ul style="list-style-type: none"> 教材販売企業の登録情報で、対象者が広すぎるなど不適切なものをチェックしたい。 登録審査で、教員を退職した方に見ていただくような手続の設定。 	

²教材、素材、作品などの教育用コンテンツに付随させる、どの学年のどの教科で利用できるものか、あるいはどんな内容で、誰がいつ作成したものなのか、などといったコンテンツを説明する情報。これによってウェブでの検索性を高めることができる。IEEE や ISO などの国際標準化団体によって国際規格として記述内容の標準化が進んでいる。日本では、教育ナショナルセンターが中心となって日本での LOM の標準化作業を進めている。

表 4.4.6 知るぽると（金融広報中央委員会）

	具体的な質問項目	回答	
目的	目的	金融経済情報の提供、金融経済学習の支援	
	対象者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 一般個人。 ・ 金融の初心者・中級者。 ・ 年齢層は、キッズ層(幼稚園・小学生)、ヤング層(中・高校生、若手社会人)、一般社会人。教育関係者(学校関係、地域のリーダー) 	
	利用方法	<ul style="list-style-type: none"> ・ 暮らしに身近な金融に関する知識について、網羅的にアクセス可能なサイト。 ・ ポータルサイト(ハブ機能)として、外部サイト(リンク)および相談窓口を紹介。 	
機能	a コンテンツ保有機能	掲載内容	自作(外部への執筆、監修依頼分を含む)が大半。
		掲載基準	情報量が豊富であること。オリジナリティが高いこと。
		審査方法	学校における授業の実践事例集については、ワーキンググループを作って審査。ワーキンググループは、文部科学省担当者や大学教授、教育委員会関係者、消費者教育関係者などから広く組成。
		著作権の取扱	著作権は金融広報中央委員会に属する。引用・転載の申し出があるごとに、金融広報中央委員会が判断。
	b リンク機能	掲載内容	自作が大半
		掲載基準	自作が大半
		審査方法	自作が大半
		著作権の取扱	自作が大半
	c 検索機能	検索方法	・ サイト内キーワード検索機能
		分類基準	<ul style="list-style-type: none"> ・ 情報分類別の入り口 ・ 対象者別の入り口
	d コミュニケーション機能	ツールの種類	<ul style="list-style-type: none"> ・ 利用者からの照会をメールで受付、個別に回答。 ・ 人気ランキング、掲示板等は設けていない
		利用制限	広く知ってもらうことが目的なので、利用制限を設けていない
	運用	運用体制	<ul style="list-style-type: none"> ・ サイト全体の管理・運用、HTML化・コンテンツ掲載等担当者：3名 ・ コンテンツ制作担当者：約10名
更新頻度		法改正等あれば、更新。What's new? ペースで約10件/月	
利用の把握		<ul style="list-style-type: none"> ・ アクセスログ ・ ブログ等をチェック 	
課題	今後の目標や課題	<ul style="list-style-type: none"> コンテンツを更新したい コンテンツを充実したい 陳腐化の発見手段 	

表 4.4.7 熊本県教育委員会 熊本県教育情報システム

	具体的な質問項目	回答	
目的	目的	熊本県民に対する教育情報の提供、県内の登録校に対する ICT 利用支援	
	対象者	<ul style="list-style-type: none"> 熊本県民（学校教育から生涯学習まで）。 熊本県内の利用登録学校。（県立高校が中心。公立中学 67%、公立小学校 48%。私立校は 20 校。） 	
	利用方法	<ul style="list-style-type: none"> 熊本県内の利用登録校関係者(子ども、先生、保護者)が、本システムを利用して、ICT を教育に活用する。 	
機能	a コンテンツ保有機能	掲載内容	<ul style="list-style-type: none"> 自作(他社への執筆、監修依頼分を含む)が大半。 指導案(年間約 100 件の研修で作成されるもの)、画像集。
		掲載基準	自作が大半
		審査方法	教育委員会で予算作成、企画、外注している。
		著作権の取扱	著作権は著作者に属する。
	b リンク機能	掲載内容	<ul style="list-style-type: none"> 利用対象者別に、リンク集を用意。 公的機関を中心に、民間企業も有。
		掲載基準	<ul style="list-style-type: none"> 担当者が判断。
		審査方法	<ul style="list-style-type: none"> 担当者が判断。
		著作権の取扱	リンク先に従う。
	c 検索機能	検索方法	<ul style="list-style-type: none"> 子ども、保護者、先生で入り口を分けている。 サイト内キーワード検索機能
		分類基準	<ul style="list-style-type: none"> 対象者別の入り口 情報分類別の入り口
	d コミュニケーション機能	ツールの種類	<ul style="list-style-type: none"> 先生用の、集合研修を補完する機能を持った掲示板やテレビ会議。 子ども用の交流ボード(インターネット上で自由に描ける模造紙のようなもの)。 校長ブログ。等
		利用制限	<ul style="list-style-type: none"> 利用登録校の関係者のみ。 ブログへのコメントは自由としていたため、開設後に混乱があり 2 ヶ月停止していたが、再開後は保護者などの関係者の書き込みが中心となった。
	運用	運用体制	毎日の更新は嘱託職員 1 名。
更新頻度		各学校のホームページは、20 件/日。	
利用の把握		<ul style="list-style-type: none"> アクセスログ 	
課題	今後の目標や課題	<ul style="list-style-type: none"> 保護者向け(保護者が子どもに教育を行うため、および、保護者自身の学習のため)のコンテンツを充実してほしいという要望がある。 目的別に設置されてきた掲示板機能の統合。 ブログを運用する予定。 	

表 4.4.8 (財)日本情報処理開発協会 IT 統計ポータルサイト

具体的な質問項目		回答	
目的	目的	web 上で公表された ICT 関連の調査や統計の所在情報を収集・整理し、検索できるようにする。	
	対象者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経済産業省、公的機関等で統計を扱う担当者。 ・ 会員企業。 	
	利用方法	<ul style="list-style-type: none"> ・ キーワードによって統計の所在情報を検索し、検索結果として得られたリンク先を参照する。 ・ 利用登録をした機関・企業は、過去の参照履歴やブックマーク機能を利用することができる。 	
機能	a コンテンツ保有機能	掲載内容	・ 統計の所在情報(リンク)。自作のコンテンツはなし。
		掲載基準	(リンク機能に記載)
		審査方法	(リンク機能に記載)
		著作権の取扱	(リンク機能に記載)
	b リンク機能	掲載内容	・ 統計の所在情報(リンク)。
		掲載基準	<ul style="list-style-type: none"> ・ 調査結果を掲載する調査会社・機関を別途審査・認定する。 ・ 統計に詳しい専門担当者が判断。
		審査方法	<ul style="list-style-type: none"> ・ 審査によって信頼できる調査会社・機関を認定した上で、情報の掲載申請を受け付けている。 ・ 統計に詳しい専門担当者がニュース等をチェックし、必要と判断すれば登録する。
		著作権の取扱	著作権は著作者に属する。
	c 検索機能	検索方法	<ul style="list-style-type: none"> ・ フリーキーワード検索。 ・ 登録情報に関連付けられたキーワードのうち、上位 32 位までを表示し、選択できるようにしている。
		分類基準	<ul style="list-style-type: none"> ・ キーワードを対象業界、調査項目、その他で分類・整理している。 ・ 検索結果を的確にするため、キーワードを整理している。
d コミュニケーション機能	ツールの種類	・ 無し。	
	利用制限	・ 無し。	
運用	運用体制	専門担当者 1 名。保守は外部担当者が随時対応。	
	更新頻度	3 日に 1 回程度。	
	利用の把握	アクセスログ	
課題	今後の目標や課題	・ 不要な情報の淘汰システム	

表 4.4.9 佐賀県教育センター 全国津々浦々！自己研修資料

	具体的な質問項目	回答	
目的	目的	・ 先生が授業で使いやすい教材を提供する。	
	対象者	・ 学校現場の先生	
	利用方法	・ 授業で使用する。 ・ 授業のヒントにする。 ・ 研修に使用する。	
機能	a コンテンツ保有機能	掲載内容	・ 自作教材
		掲載基準	・ 自作のため特になし
		審査方法	・ 自作のため特になし
		著作権の取扱	・ 著作権は著作者に属する。
	b リンク機能	掲載内容	・ 他機関の教材
		掲載基準	・ 教育センターの担当者が判断。
		審査方法	・ 教育センターの担当者が判断。
		著作権の取扱	・ 著作権は著作者に属する。リンク先の取り扱いに従う。
	c 検索機能	検索方法	・ 現場先生が使いやすいよう、教科ごとに入り口作成。 ・ 人気のあるのは小学校の算数、国語、小中高の道徳
		分類基準	・ 小、中、高、特別支援の入り口 ・ 教科ごとの入り口
	d コミュニケーション機能	ツールの種類	・ 保有していない
		利用制限	・ 保有していない
運用	運用体制	・ 教材の掲載を審査する教科担当者：約 50 名 ・ 教材をリンクするために他機関等へ申請手続きする人員：約 15 名 ・ HTML の管理、編集をする人員：2 名 ・ 毎年 1 回マルチメディアコンテストを開催し、教材を募っている。年 10 件程度応募がある。	
	更新頻度	・ 教材の追加は、1 年に 1 回(先生が教材を発表する頻度) ・ リンク切れ、教材推薦等の対応は随時。 ・ アクセス数はトップページで月 30,000 件、教材ページは全教科あわせて 15,000 件。 ・ 教材の追加にあたり、年 10,000 件が集まってくる。実際に追加されるのはそのうち 1,500 件程度。	
	利用の把握	・ 学校内会議、教育センター内の講座で、意見交換。	
課題	今後の目標や課題	・ 教材数が多くなってきたので、どうやって検索、表示するかが課題である。 ・ 全職員で新規開拓をして教材を収集してゆく。	

先駆的事例調査の結果を踏まえた基本方針案の方向性の検討

調査結果を検討した結果、基本方針案の策定に向けては以下の方向性が適当であると考えられた。

a.目的

1) 目的

- ・ ヒアリング先に共通していたのは、明確な目的を持ち、それに特化したホームページを構築していたことである。その意味で、消費者教育ポータルサイトの目的は、内閣府の推進する消費者政策の理念である、「消費者の自立にむけた支援」のための総合的な窓口を目指すべきと考えられた。
- ・ また、消費者教育の分野は、問題が多岐にわたるとともに、学問体系としても整理が始まったところと言える。その中でポータルサイトは、「消費者教育の担い手(人材)の育成」、「消費者教育の教材の普及」についても消費者教育の推進の役割を持つと考えられる。

2) 対象者

- ・ 金融広報中央委員会のように広く一般市民を対象にするか、NICERのように先生(教諭)等特定の人に重点を置くか、が課題であると考えられた。
- ・ 消費者教育の担い手(人材)は、学校、行政、地域、職域、家庭等に、広く点在していると考えられる。また、正しい知識を身につけ、的確な判断ができる人は、潜在的に消費者教育の担い手であると考えられる。
- ・ そこで、広く一般市民を対象とすると共に、消費者教育を実践する人・機関、消費者教育用教材を作成する人・機関にとって使いやすいホームページにすることも必要であると考えられた。

3) 利用方法

- ・ 金融広報中央委員会では、「教える」と「学ぶ」が対になっており、同じページで扱われていた。NICERでは、教材の「検索」が多角的に行えるようになっていた。
- ・ 消費者教育ポータルサイトでは、訪問した人が誰でも消費者教育に関する学習ができるページと、消費者教育の初級から中級、上級の教師・講師が、レベルや、必要に応じて適当な教材・素材に辿り着けるような検索ページの両方が必要と考えられた。

b.機能

1) コンテンツ保有機能

- ・ 金融広報中央委員会では、自身が企画・製作した教材をコンテンツの中心としており、広く一般の人に向けて、公正・中立な立場で、信頼できる情報を提供することで、サイト利用者自らが学んでいくことを想定している。また、サイトの利用者が「教える」ことを想定した教材および指導書の提供も行っている。

- ・ NICER では、企画・製作した教材は全体の一部であった。熊本県教育情報システムでは、登録校関係者に限って、独自に企画・製作したコンテンツを提供していた。
- ・ 消費者教育ポータルサイトでは、利用者にとって使いやすいものとなるように、できるだけコンテンツを掲載するとともに、内閣府が自ら作成した消費者教育に関する教材をはじめ、信頼できる情報を提供することが、重要であると考えられた。

2) リンク保有機能

- ・ NICER では、インターネット上にある様々な機関・個人の作成した教材を一元的に整理し、リンクを提供することで利用者に幅広い選択肢を提供していた。利用者は、学習指導要領に応じて、必要な教材を検索することができるようにしていた。
- ・ IT 統計ポータルサイトでも、インターネット上にある統計を審査し、整理されたリンクを利用者に提供していた。
- ・ 消費者教育ポータルサイトでは、扱う情報が消費者の被害や社会問題に直結していることから、信頼性の担保が重要であると考えられる。公的機関を中心として、広く教材・情報を集めるとともに、リンクを提供する際には、審査基準を設け管理していくことが必要と考えられる。

3) 検索機能

- ・ NICER および金融広報中央委員会では、対象者別に視覚的に充実させた情報検索機能をもっていた。
- ・ 金融広報中央委員会のホームページでは、一般の検索エンジン(google、Yahoo 等)から入場する、トップページを通らない訪問者が、ホームページ全体のどこを閲覧しているかわかるような画面デザインにしている。
- ・ NICER および金融広報中央委員会では、自由なキーワードによる検索は、補助的な検索機能として用意されていた。
- ・ IT 統計ポータルサイトでは、内容に多く関連する順にキーワードをランキングし、トップページに表示することで、利用者がそのキーワードを選択して検索できるようにしている。
- ・ 消費者教育ポータルサイトでは、対象者のニーズに応じて、検索機能を設計すると共に、自由なキーワードによる検索は、補助的な検索機能として位置づけるのが適切と考えられた。

4) コミュニケーション機能

- ・ ホームページ上で、作成者である教員同士がコミュニケーションできるような掲示板等の機能は、NICER および熊本県教育情報システムでは、利用者を登録校関係者に限定して用意している。
- ・ NICER では、一般の人からの教材掲載の推薦を受け付けている。
- ・ 消費者教育ポータルサイトでは、利用者や作成者でコミュニケーションを行い双方向での情報交換ができることが望まれる。しかし、双方向の情報交換では、悪意の

ある発言について出来る限り少なくする仕組みと共に、管理者が削除できるようホームページの管理利用規定を設けることが重要であると考えられた。

c.運用

- ・ NICER では、リンク先が内容を更新することで、教材が更新されていた。また、リンク先が存在するかどうかの確認を行っていた。
- ・ 金融広報中央委員会では、法改正等が行われることにより、コンテンツが陳腐化してしまうのをチェックすることが、大変な点として挙げていた。
- ・ 消費者教育ポータルサイトでも、コンテンツやリンクの内容を一定の期間ごとに更新するように努めること、あるいは、それが自動的に行われるような仕組みを構築することが重要であると考えられた。

d.課題

- ・ 金融広報中央委員会では、都道府県金融広報委員会と連携をとりながら、地域において金融広報アドバイザー(約 500 人)を委嘱し、情報発信と普及活動を、相乗的に駆動していた。
- ・ 消費者教育においても、地域の拠点として消費生活センター、教育センターと連携をとりながら、多くの団体・機関とネットワーク化を推進する必要があると考えられた。

4.5 基本方針案の策定

(1) 基本的考え方

ポータルサイトの性格を対象者の範囲と情報提供内容によって分類すると図 4.5.1 のようになる。理想的には全てを十分に包含するサイトが望まれるが、投入する予算、人手が莫大にならざるを得ない。したがって、現実的には分類のそれぞれを包含するものの、その対象領域については、優先順位をつけて絞っていく必要がある。

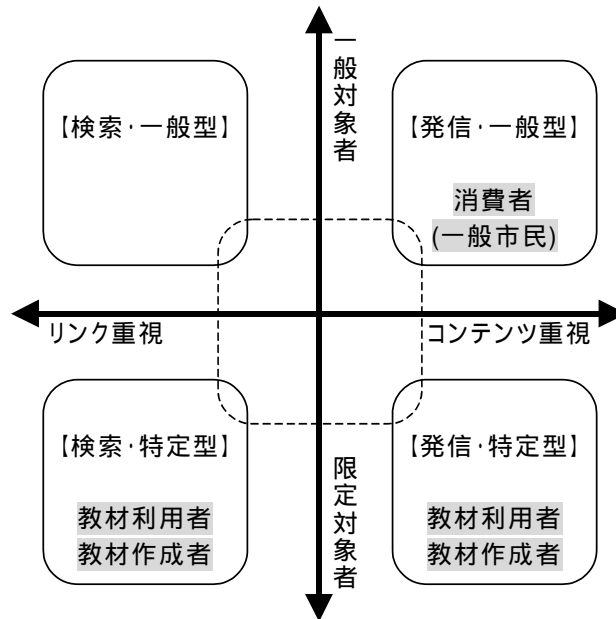


図 4.5.1 ポータルサイトの分類

ポータルサイトの目的等の基本的考え方を主として先駆的事例調査に基づきまとめると次のようになる。

目的

- ・ 消費者教育に関するあらゆる情報の入り口となり、消費者の自立に向けた支援のための窓口となることを目的とする。
- ・ 消費者教育の推進のために、「消費者教育の担い手(人材)の育成」、「消費者教育の教材の普及」を意図したホームページを作成する。

対象者

- ・ 消費者(一般市民)、教材利用者、教材作成者を対象とする。

利用方法

- ・ 消費者(一般市民)が、消費者教育に関して「学ぶ」ことができる。
- ・ 教材利用者、教材作成者が、「教える」ことを目的に、レベル(初級、中級、上級)に応じて、必要な教材・情報にたどり着くような検索ができる。

(2)望まれる機能

アンケート調査による方針案

教材利用者、教材作成者のニーズは、アンケート調査によって把握された。以下にサイトの機能別要望をまとめた。

a. コンテンツ保有機能

- ・ 教材利用者が最も強く要望したのが、教材のダウンロードページであった。特に、アンケートに寄せられた意見では、無料で自由に使える教材を望む声が寄せられていた。
- ・ 一方で、掲載する教材については、半数以上の方が、作成者名、作成者連絡先、対象者、対象分野、作成時期、内容の概要、価格の表示を求めている。これは、信頼できる確かな教材を、簡単に探したい、という希望の現われであると考えられる。

b. リンク保有機能

- ・ 教材のダウンロードに次いで、利用者が望んでいたのが、教材のリンク情報であった。消費者教育の教材は、多くの分野にまたがっているため、信頼できるリンク情報への確に誘導する設計が必要不可欠であると考えられる。
- ・ 教材作成者アンケートでポータルサイトへの協力意思を聞いたところ、2割から3割程度の方が協力できないと答えていた。他省庁、他機関の教材へたどり着く仕組みを作る上で、厚い協力関係を築く必要があると思われる。
- ・ 自由回答には、教材への要望として、著作権フリー、無料、といったキーワードが見られた。一方で、法改正等により教材の質が担保されているかどうかを気にする声も見られた。ポータルサイトで扱うリンク情報も、広く利用しやすい教材を収集

するとともに、教材の質が保たれていることを信頼性の指標にする必要があると考えられた。

c. 検索機能

- ・ どのような条件・キーワードを重視しているかを尋ねた。最も重視しているのは、対象分野であることがわかった。第2位は、教材のわかりやすさであった。
- ・ 有用な教材の分類で、最も有用であるのは、対象分野による分類であった。第2位は、対象者であった。

d. コミュニケーション機能

- ・ ホームページ上で、利用者・作成者がコミュニケーションできるような機能のニーズを尋ねたが、要望は3割弱に留まった。しかし、作成者・利用者を結びつける協議会等は開催してほしいという要望が寄せられていた。

e. 更新頻度

- ・ 教材の更新頻度については、1年周期が最も多かった。ポータルサイトの更新では、法改正等による見直しもあるため、1年に数回を基本としながら、更新するのが妥当であると考えられた。

サイトの機能に関する方針案

アンケート調査、および先駆的事例調査結果を検討して、機能別に望まれるあり方、ならびに運用方法についてまとめると次のとおりである。

a. コンテンツ保有機能

1) 掲載内容

- ・ 内閣府のコンテンツを中心とし、ダウンロードして利用できる教材・情報を充実させる。
- ・ 内閣府のコンテンツとして、学習ページ、教材ダウンロードページ、検索ページを整備することが優先事項と考えられた。
- ・ 教材利用者は、教材の使い方(教育実践例、教え方マニュアル)の要望が強かった。また、外部講師一覧、教材ニュースなども、地域での講師派遣や、作成者の情報収集といった用途に有用であると考えられる。これらは、運用しながら充実すべき事項と考えられた。

2) 掲載基準

- ・ 内閣府のコンテンツとして、信頼性を確保するため、教材作成者名、作成者連絡先、対象者、対象分野、作成時期、内容の概要、価格等を表示することが重要であると考えられた。

3) 審査方法

- ・ 掲載する教材の審査にあたっては、内閣府が行うが、掲載の判断が難しいときは教

材登録審査相談員を設置して、相談しながら掲載の可否を判断するものとする。

4) 著作権の取り扱い

- ・ 内閣府のコンテンツの利用にあたっては、ポータルサイトの管理利用規定を定める。

b. リンク機能

1) 掲載内容

- ・ 教材の数が少なくても、信頼性の高い教材・情報を紹介できるようにする。省庁、都道府県、消費生活センター、教育センター等へのリンクを中心とし、民間からも広く教材を募る。
- ・ 外部へのリンクとしては、教材のあるホームページへのリンクと、消費者教育の特定分野について学ぶことができるホームページへのリンク、の双方を中心とする。

2) 掲載基準

- ・ コンテンツ保有機能に同じ

3) 審査方法

- ・ コンテンツ保有機能に同じ

4) 著作権の取り扱い

- ・ リンク先の規定に従うこととする。

c. 検索機能

1) 検索方法

- ・ 対象分野と教材の使いやすさを検索条件として、教材や情報のコンテンツ・リンクを検索できるようにする。

2) 分類基準

- ・ 対象分野と対象者による分類で教材を整理し、教材や情報のコンテンツ・リンクへ誘導できるようにする。

d. コミュニケーション機能

1) ツールの種類

- ・ 教材の評価コメント、掲示板、教材の人気ランキング・カウンター、等がコミュニケーションツールとして考えられた。教材利用者は重視しない傾向にあったが、消費者教育の初級者や一般市民には、重要であると考えられた。

2) 利用制限

- ・ 掲示板や評価コメント等、利用者からの書き込みを許すホームページについては、悪意の書き込み等がないよう、利用者を登録制にする等の規定を作り、管理利用規定に定めることが妥当と考えられた。

e. 運用

1) 運用体制

- ・ 内閣府が中心となり、情報の収集、コンテンツの品質管理を実施していく。

2) 更新頻度

- ・ ポータルサイトの更新は、1年に数回の更新を基本とし、法改正等による見直しもある場合はその都度更新するのが妥当であると考えられた。

3) 利用の把握

- ・ アクセスログによる定期的なモニタリングと、外部ブログによる非定期的なモニタリングをする。

f. 課題

1) 今後の目標や課題

- ・ 関連省庁・機関・団体が教材等を作成したときに、内閣府に情報が届けられるような仕組みを構築する。
- ・ 消費生活センター、教育センターによる地域との連携、民間団体・組織との人材ネットワーク構築を併せて推進する。

(3) 「基本方針案」の策定方法

上記(1)，(2)に示した調査の結論に基づいた「基本方針案」の内容の対応関係は以下のとおりである。

基本方針案の項目	内容
1.背景	ポータルサイトの必要性と目的
2.対象領域	「消費者教育の体系」における領域(資料-1)
3.利用対象者	基本的考え方の目的等
4.提供する情報	アンケート調査，先駆的事例調査におけるコンテンツ保有機能，リンク機能，検索機能，コミュニケーション機能に関する要望事項等
5.情報の検索方法	アンケート調査，先駆的事例調査におけるコンテンツ保有機能，リンク機能，検索機能に関する要望事項等
6.情報の入手	主として、コンテンツ保有機能，リンク機能に関する要望事項等
7.情報と要望等の収集	主として、コミュニケーション機能に関する要望事項等
8.提供情報の審査	主として、コンテンツ保有機能に関する要望事項等
9.運用について	先駆的事例調査における運用に関する実態及び課題
10.広報について	現在の教材利用者，教材作成者等

5. 基本方針案

これらの調査結果及び研究会での議論を踏まえて、本研究会としての基本方針案を以下に示す。

消費者教育ポータルサイト基本方針案

1. 背景

消費者が安全で安心できる消費生活を実現するため、消費者保護基本法が改正され、平成 16 年 6 月に消費者基本法が制定された。

消費者基本法には、消費者政策の基本理念として、「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立の支援」が規定されている。

同法を受け策定された「消費者基本計画」(平成 17 年 4 月 8 日閣議決定)では、消費者が、学校、地域、職場、家庭など様々な場所で、生涯を通じて消費者教育を受けられる機会の充実を図ることが必要とされている。

現在、消費者教育の教材は、さまざまな機関や消費者教育の専門家が作成しているが、学校において教諭や学校関係者、社会教育施設等で講師が消費者教育を実際に行おうとするときに、どのようなものが、どこにあるのかわからない、あるいは入手が困難であるという事情がある。その一方で、優れた教材の存在が知られていないために、活用されていないという傾向もある。

また、消費者教育の担い手や一般消費者は、緊要な消費者トラブルに対して、適切な対処方法、その根拠となる法令等について、常に新しい情報を入手できる仕組みが必要である。こうしたことから、消費者教育の基盤整備の一つとして、最新の情報を広く提供できるインターネットを活用した支援が有効であると考えられる。そこで、消費者教育の教材等を広く収集して整理し、消費者教育を行う者または受けようとする者が消費者教育の全領域にわたり、必要な教材を適切に検索・選択して、利用することのできるポータルサイトを構築することが必要であることから、消費者教育ポータルサイト基本方針案をまとめた。

2. 対象領域

消費者教育ポータルサイトが対象とする領域は、「消費者教育体系化のための調査研究(平成 17 年度調査)」において分類した、安全、契約・取引、情報 および 環境とする。また、発達段階別の教育内容についても体系化の観点を踏まえ、幼児期、児童期(小学生)、少年期(中学・高校生) および 成人期(高齢期を含む)、即ち全てのライフステージにおける教育内容を対象とする。

3. 利用対象者

現在、消費者教育の担い手は、学校、地域、職場等において教育を行う講師、教諭および専門家(消費生活専門相談員、消費生活アドバイザー、消費生活コンサルタント)等が中心であるが、今後高齢化や少子化が進んでいく社会の中で、消費者教育は地域や家庭に

において一層推進されることが求められる。したがって、講師、教諭、専門家のみならず、これまで消費者教育を専門に行ってはいないが、今後消費者教育を地域で実践していこうとする市民講師や地域の住民との関わりがある者（民生委員、ヘルパー、介護福祉士、社会教育施設の職員、町内会や自治会の役員）が、正しい知識、最新の情報を身に付け、日ごろの活動の中で、消費者教育の担い手を兼ねていくことが期待される。また、情報や環境など専門性の高い分野については、弁理士、NPO・NGO 団体、環境カウンセラー等の専門家が一般消費者はもとより消費者教育の担い手として期待される者への教育を行っていくことも望まれる。

そこで、消費者教育ポータルサイトの利用対象者としては、教諭や学校関係者から上記のような今後消費者教育の担い手として期待される者、さらには、個人で学習したい者まで広く想定する。

以上のことから消費者教育ポータルサイトの利用対象者は、以下のようになる。

消費者教育を担う講師や学校の教諭、専門家（消費生活専門相談員、消費生活アドバイザー、消費生活コンサルタント）等

消費者教育の教材等を作成している各種行政機関、消費者団体、事業者および事業者団体、法曹団体、地域の消費者教育の担当者

地域の住民との関わりがある者（民生委員、ヘルパー、介護福祉士、社会教育施設の職員、町内会や自治会の役員）や市民講師

消費者教育について正しい知識を学ぼうとする者

4．提供する情報

提供する教材等は、内閣府独自で作成する教材および、6．に示す団体等から教材自体とそれに関連する情報を収集・審査して提供するものとする。教材自体の提供が得られない場合や教材が有料なもの等は、提供先にリンクを貼ることにより教材自体の提供あるいは教材の入手方法が分かるものとする。

運用開始時点における消費者教育ポータルサイトでは、6．に示す団体等からの提供に基づき以下の情報を提供することとする。

教材自体とそれに関連する情報

消費者教育に関する基礎的な情報

利用者からの要望等の情報

消費者教育に関するイベント等の情報

(1) 教材自体とそれに関連する情報

教材自体とそれに関連する情報の種類

具体的な教材の提供情報としては、教材自体とそれに関連する情報がある。

消費者教育の教材は、教科書・小冊子・リーフレット等の印刷教材、ビデオ等の視聴覚教材、e-Learning や紙芝居・すごろく等の遊びながら学べる教材等、さまざまな形態で提供されている。消費者教育ポータルサイトにおいては、これらの教材を提供する際

に以下の点を配慮するものとする。

- a. 印刷教材は、パソコンの一般的なソフトウェアで閲覧できるとともに、利用者が自由に印刷できるものとする。
- b. 視聴覚教材は、可能な限りパソコン上の一般的なソフトウェアで閲覧できるものとする。権利処理の都合等により、Web上で公開できないものについては、教材の閲覧や入手の方法を提供する。
- c. デジタル教材は、パソコン上の一般的なソフトウェアで利用できるものとする。特別なソフトウェアを必要とする場合は、そのソフトウェアの入手方法を示す。

また、消費者教育ポータルサイトでは、利用者が教材を選ぶ際の参考となる情報として、以下の項目を中心とした教材関連情報を提供するものとする。

- a. 一般的な情報（タイトル、概要、キーワード等）
- b. 教育的な情報（情報の種類 [指導案、実践事例、事例集、用語集等]、想定利用者 [学習者、指導者、教材作成者等]、対象「幼児期、児童期、少年期、成人期等」等）
- c. 技術的な情報（提供場所 [URL]、電子媒体の種類 [ワードプロ文書形式、講義・講演（スライド）形式、動画（ビデオ）形式等]、ファイルサイズ、再生時間、動作条件等）
- d. 権利に関する情報（価格、著作権の帰属等）
- e. 制作年月日等に関する情報（制作年月日、公開年月日、有効期間等）

（２）消費者教育に関する基礎的な情報

消費者教育に係る法律や法改正に伴う社会システムの変化や新たに発生した問題等に迅速に対応するためには、それらの変化を十分に理解する必要がある。そのため、消費者教育ポータルサイトでは、法改正や法改正に基づく社会システムの変化についてわかりやすい情報提供を行う。

（３）利用者からの要望等の情報

利用者が教材を選ぶときの参考情報として、教材利用者から情報提供された、教材の利用情報（実践事例、教育効果、教材の評価など）を提供する。

（４）消費者教育に関するイベント等の情報

消費者教育に関連するシンポジウムやセミナーの開催案内等は主催者から告知されるが、関係者全体に広く伝わっていないことも想定され、教育機会が失われている可能性がある。そのため、主催者から提供されたイベント等の情報を掲載する。

５．情報の検索方法

利用対象者が利用目的に応じて教材自体や関連する情報を得ようとする時に、利用目的をキーワードとして検索ができるようにすることが必要である。また、学習目標に応じた

教材を探すためには、消費者教育の体系に基づく検索方法により情報が得られることが必要である。

したがって教材・情報の検索方法は、利用目的に応じたキーワード（対象者や対象領域や制作年月日等）による検索や消費者教育の体系に基づく検索ができるものとする。

6．情報の入手

消費者教育ポータルサイトに掲載する情報は、以下から入手するものとする。

内閣府、各種行政機関

地方公共団体、独立行政法人国民生活センター、消費生活センター

消費者団体、事業者及び事業者団体、法曹団体等

教材等の情報の入手については、内閣府が各種行政機関及び地方公共団体等に提供依頼をして行うものとする。また、当該団体等からの自発的な提供によるものとする。

7．情報と要望等の収集

利用者からの情報の収集は、他の利用者への参考とするために、教材等や利用した教材の教育効果等に関する意見、教材の紹介等に関する意見の書込みが行えるようにする。利用した教材の評価についても、利用者からの意見の書込みや教材の評価に関する簡易なアンケートに回答できるようにする。

消費者教育ポータルサイトの利用方法や運用方法を改善していくために、消費者教育ポータルサイトの利用者からの要望・意見等を広く収集する。

また、消費者教育に関連するシンポジウムやセミナーの主催者からの開催案内等の情報の提供を受け付ける。提供された情報の掲載については審査を行うものとする。

8．提供情報の審査

(1) 教材の審査

提供された教材等は、以下の基準に基づき審査を行い掲載するか判断する。また、掲載するか否かの判断が難しい場合には、消費者教育の専門家等で構成する教材登録審査相談員の判断を仰ぎ、掲載するか否かの判断をする。

教育資料であること（中立公平で普遍的なもので、商業性を意図しないもの）

必要事項が明示されていること（目標、対象、作成者、作成時期、有償/無償等）

内容・表現方法に教育的配慮がなされていること（宣伝・販売と思われる表現の禁止、記述の普遍性、差別表現の禁止、言葉の平易性、内容の整合性等）

(2) イベント等の情報の審査

イベント等の開催情報などは、以下の基準に基づき審査を行い掲載するか否かを判断する。

消費者教育に係る催しであること（中立公平で普遍的なもので、商業性を意図しないもの）

必要事項が明示されていること（目標、対象、主催者、開催日時、有償/無償等）

9．運用について

運用は、内閣府の管理のもとサイトの運営やメンテナンスを行う担当者、登録申請された教材等の審査の相談をする専門家（教材登録審査相談員）で行うものとする。

（１）サイトの運営やメンテナンスを行う担当者の役割

サイトの運営やメンテナンスを行う担当者は、以下の事項の役割を持つものとする。

- ・教材等の提供の受付及び掲載するコンテンツを収集する
- ・審査済みの教材等を体系化された領域とライフステージに基づき整理・公開する
- ・収集した教材等の改定や更新状況を確認し、適切に対応する
また、リンクの変更等についても、適切に対応する
- ・消費者教育に関する最新情報を収集して掲載する
- ・利用者から他の利用者に向けて、あるいはサイトの管理者に向けての情報提供（教材の実践事例や良い教材等の紹介等）や意見等の書込みにおける誹謗中傷等を監視し、不適切な書込みがあれば削除するとともに、適切に対応する
- ・サイトの利用度を把握し、必要に応じて消費者教育ポータルサイトの広報等の利用促進を行う
- ・教材作成者に対して、教材の提供を依頼する
- ・教材を利用して講義等を行った実践事例の提供を依頼する

（２）教材登録審査相談員の設置

教材登録審査相談員は、消費者教育の専門家等で構成する。担当者が審査基準に照らしても申請された教材等を掲載するか否かの判断が難しい場合には、教材登録審査相談員の判断を仰ぎ、掲載するか否かの判断を行う。

10．広報について

内閣府は、各省庁等と協力し、消費者教育ポータルサイトについて地方公共団体、独立行政法人国民生活センターや消費生活センター、消費者団体、事業者及び事業者団体、法曹団体等に広く広報する。

また、内閣府は広く一般消費者に対しても適切な広報を行う。

以上

ポータルサイトのイメージについて

【「消費者教育の体系」ページ】

消費者教育ポータルサイト

内閣府から
消費者とは
消費者教育とは
ポータルサイトとは
消費者基本法
消費者基本計画

更新情報・ニュース
2月1日 に関する 委員会が開催されました。
1月15日 県の教材を10件追加しました。
12月20日 「学ぶ」のコーナーの x x x を更新しました。
...

消費者教育の体系

教材を探す 学ぶ 教材を作る 参加する

消費者教育の理念:「自立した消費者」を目指して

	安全	契約・取引	情報	環境
幼児期	目標	目標	目標	目標
児童期	目標	目標	目標	目標
少年期	目標	目標	目標	目標
成人期 (高齢期)	目標	目標	目標	目標

ご意見・お問い合わせ
XXXX@YYYY.ZZ

【「教材を探す」ページ】*教材の検索結果は、【「教材の検索結果」ページ】に例を示す。

消費者教育ポータルサイト

内閣府から
消費者とは
消費者教育とは
ポータルサイトとは
消費者基本法
消費者基本計画

更新情報・ニュース
2月1日 に関する 委員会が開催されました。
1月15日 県の教材を10件追加しました。
12月20日 「学ぶ」のコーナーの x x x を更新しました。
...

消費者教育の体系

教材を探す 学ぶ 教材を作る 参加する

教材の検索

分野: 契約・取引 ▼
対象者: 成人期 ▼
作成年: 1999 ▼ ~ 2007 ▼

検索する

教材の評価

教材番号: 20089999
評価: ▼

応募する

ご意見・お問い合わせ
XXXX@YYYY.ZZ

【「学ぶ」ページ】

消費者教育ポータルサイト

内閣府から
消費者とは
消費者教育とは
ポータルサイトとは
消費者基本法
消費者基本計画

領域から
安全
契約・取引
情報
環境

ライフステージから
幼児期
児童期
少年期
成人期
(高齢期)

更新情報・ニュース

2月1日 _____に関する_____委員会が開催されました。

1月15日 _____県の教材を10件追加しました。

12月20日 「学ぶ」のコーナーのx x xを更新しました。

...

消費者教育の体系教材を探す学ぶ教材を作る参加する

我が国の消費者政策

1. 消費者問題の推移と消費者政策
2. 消費者政策の理念
3. 消費者基本法
4. 消費者政策の推進体制
5. 消費者基本計画の概要

消費者政策の具体的施策

1. 安全の確保
2. 選択の機会の確保
3. 必要な情報の提供
4. 消費者教育の推進
5. 消費者被害の救済
6. 経済社会の変化に応じた対応
7. 消費者団体の活動促進
8. 消費者支援関連事項

ご意見・お問い合わせ
XXXX@YYYY.ZZ

【「教材を作る」ページ】

消費者教育ポータルサイト

内閣府から
消費者とは
消費者教育とは
ポータルサイトとは
消費者基本法
消費者基本計画

領域から
安全
契約・取引
情報
環境

ライフステージから
幼児期
児童期
少年期
成人期
(高齢期)

更新情報・ニュース

2月1日 _____に関する_____委員会が開催されました。

1月15日 _____県の教材を10件追加しました。

12月20日 「学ぶ」のコーナーのx x xを更新しました。

...

消費者教育の体系教材を探す学ぶ教材を作る参加する

消費者教育の情報源

内閣府 金融庁 総務省 法務省 文部科学省 厚生労働省 農林水産省 経済産業省 環境省 警察庁 国土交通省 公正取引委員会 ...	独立行政法人 国民生活センター 消費生活センター 自治体 金融広報中央委員会 ...
---	---

ご意見・お問い合わせ
XXXX@YYYY.ZZ

あしがき

本報告書の結論である基本方針案は、消費者教育ポータルサイトの目的を明らかにし、保有すべき諸機能と運用方法に関する基本的考え方をとりまとめたものである。

いうまでもなく消費者教育の内容、重点は対象者と社会的諸情勢によって変化していくものである。したがって、ポータルサイトも一般論に限定した機能と運用では、十分な役割を果たしていくことはできない。教材提供者と教材利用者、およびポータルサイトの運用者が常に協力し十分な協議を行うネットワークによって、システムを改善していくことが望まれる。

