

消費者教育に関する OECD 消費者政策委員会の政策提言について（概要）（2009年11月）

（1）消費者教育の目的と戦略、結果の評価手法（現状認識）

- ・大半の加盟国において、消費者教育の目的と戦略が明確に定義されていない。その結果として、実施されている消費者教育関連施策が一貫性を欠く現状となっており、相乗効果が十分発揮されていない。
- ・消費者教育のプログラムはしばしば試験（examination）が行われずに実施されており、政策の意図が不明確になっている。
- ・効果的な評価手法がない等の理由により、ほとんどの国で消費者教育の有効性に関する事後評価（ex post evaluation）が行われていない。

（2）消費者教育に対する最も適切なアプローチの選択（提言）

- ・学校は子どもに消費者問題を教え、子どもが重要なスキルを身につける貴重な機会を提供する。その場を十分に生かすには教師が消費者問題に精通し、教育向上の資源を十分に使えることが重要である。
- ・そのためには、教師が効果的に教育技術（teaching technique）を身につけられるよう支援することが重要であり、教師を教えるインストラクターの研修にも力を入れるべきである。また、教員の研修プログラムに消費者教育を盛り込むに際しては、全体的な研修ニーズ、優先度を考慮し進めることが必要で、多過ぎるものであってはならない。
- ・大人への消費者教育は同様に重要である。その必要性は社会に属する集団によって異なる。大人に対する教育機会の多くは家庭や地域など非公式な場となることが多いが、十分な機会の提供が必要である。
- ・特定の消費者問題や特定層の消費者（被害に遭いやすい消費者等）を対象にした消費者教育は一般的な方法であるが、こうした手法が効果を持つか否かは、対象となる消費者に適切に到達できるかどうかや、効果的な教育を行えるかどうかによる。
- ・消費者に対し消費者教育の重要性と教材等リソースの利用可能性を効果的に共有すべきである。

(3) 関係者間の協力・調整の改善

・消費者教育は、多くの国で様々な主体(国、自治体、市民団体等)によって提供され、啓発が行われている。また、多くの国では、調整機関が設置され、消費者教育における政府とその他関係者の協働を促す取組も行われている。しかし、国内においても国際間でも、多様な関係者の協力・協調が十分でなく、更なる改善の余地が残されている。

備考:本政策提言は、OECD 消費者政策委員会がまとめた「Policy Recommendations of the OECD'S Committee」であり、OECD 理事会がまとめる「OECD Recommendation」と区別するため、「政策提言」とした。

注:この概要は、消費者庁企画課において作成したものです。正確な記述等は以下の原文(英文)を参照ください。

OECD. (2009). *CONSUMER EDUCATION Policy Recommendations of the OECD'S Committee on Consumer Policy*. [DSTI/CP(2009)5/FINAL]

(OECD ウェブサイトへのリンク)

http://www.oecd.org/document/2/0,3343,en_2649_34267_44110274_1_1_1_1,00.html