



情報とメディア

消費者を
取り巻く課題

本領域で
育むべき力

高度情報通信社会の進展により、アダルト情報サイト、インターネット通販、オンラインゲーム、SNS、ワンクリック請求などによる消費者被害やトラブルが増加しています。

- ・高度情報化社会における情報や通信技術の重要性を理解し、情報の収集・発信により消費生活の向上に役立てる力
- ・情報、メディアを批判的に吟味して適切な行動をとるとともに個人情報管理や知的財産保護等、様々な情報を読み解く力を身に付け、活用できる力

消費者教育の中核的な教科における授業

情報ネットワークを活用した商品の購入について考える

授業内容

インターネットのホテル予約サイト、お客様の声などから情報の判断の仕方について話し合う。

単元名	情報を生かすわたしたち
授業の流れ	商品には定価のあるもの(本など)、値段が変動するものがあることを話し合う。 インターネットのホテル予約サイトを実際に見て、インターネットで簡単に予約できることを知る。 「お客様の声」の最高評価と最低評価の内容を確認する。 消費者としてどのように情報を集め、合理的判断を下げばよいかを話し合う。
教材	テレビやインターネットなどのメディアの情報

情報を活用する際の留意点に関する学習



「消費者」の視点を持った授業

CM制作を通して思考力を養う

授業内容

発信者側の視点で情報を多角的・多面的に読み、CM制作を通して相手に正しく伝える技術を身に付ける。

授業の流れ (1時間)

CMの意図を考える
CMを鑑賞し、制作者の意図は何かを考えてワークシートに記入する。 情報の選択の仕方得意図的に情報を作り出せることを確認する。
CMの制作
動画編集ソフトを活用して写真とコメントと曲を組み合わせCMを制作する。 CMから受けた印象をワークシートに記入し、相手に伝える。

消費者教育のヒント

自ら事業者の視点に立ち広告を作ることに終わらず消費者の視点から振り返りを行うことで、CMの裏側にある意図を知り、思考力を養うことができる。著作権や情報発信者の責任、表示義務について学ぶ。



アレンジ

CM制作を宣伝文作り、パッケージ作りなどに変えることで、小・中学校の国語科や図画工作科、美術科でも実践できる。

地域の課題解決に向けた消費者教育

子供のインターネット利用を大人が支える

実践内容

実施体制	<p>【実施主体】・秋田県教育庁生涯学習課</p> <p>【協働】・子どもたちのインターネット利用について考える研究会、秋田県PTA連合会、各市町村教育委員会、民間企業</p>
家庭との連携	<ul style="list-style-type: none"> ・子供のインターネット利用の問題を家庭教育の課題の一つと捉える ・保護者や地域の大人が関心を持ち続けられるための継続的な教育啓発
主な取組	<ul style="list-style-type: none"> ・「ネットに少し詳しい」地域サポーターの養成 ネット利用の正しい知識を広め、相談に応じる人材を増やす ・学校やPTA等の要請に応じた出前講座の実施 子供を取り巻くネット環境の変化、健全利用のためのポイント等について講話 ・新聞社との協働による啓発 親子で学ぶネット利用啓発記事「うまもと学ぼう！ネット利用」を連載、掲載記事は県公式HPでも公開「うまもと学ぼう！」で検索)

消費者教育のヒント

子供のインターネット利用の問題を学校・家庭・地域全体の課題として設定している。

親が子供のインターネット利用について正しく理解する。

連携のポイント

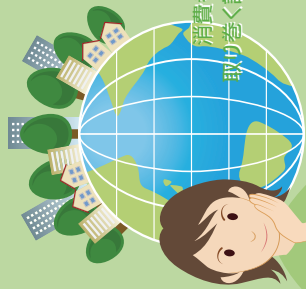
保護者の関心や意欲に応じた複数の取組を推進する。民間やPTA等との協働により、それぞれの強みを生かして得意分野を役割分担している。

アレンジ

被害防止といった観点のみではなく、防災や高齢者の見守りなどの地域課題の解決にメディアを活用すること、メディアの持つ長所・短所を理解できる。



インターネットセキュリティPRキャラクター「うまもと」平成26年、全県の小・中学生4,654名の応募の中から、秋田県立山王中学校の柴田陽子さんの原案が採用され誕生しました。「うまくとまもろ」を併せてほしい」という願いが込められています。



「消費者市民社会」の構築

消費者を
取り巻く課題

地球環境、エネルギー・資源問題を含めて、消費をめぐる社会問題が山積している中で、消費者が、単なる商品やサービスの受け手としてではなく、消費を個人の欲求を満たすもののみ捉えず、社会、経済、環境等に消費が与える影響を考慮した選択や行動によって公正で持続可能な発展に貢献することが強く求められています。

本領域で
育むべき力

- ・ 環境、経済、社会、文化などの幅広い分野において、自らの消費が他者に影響を及ぼし得るものであることを理解し、適切な商品やサービスを選択できる力
- ・ 持続可能な社会の必要性に気付き、その実現に向けて多くのの人々と協力して取り組むことができる力
- ・ 消費者が、個々の消費者の特性や消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、主体的に社会参画することの重要性を理解し、他者と協働して消費生活に関連する諸課題の解決のために行動できる力

消費者教育の中核的な教科における授業

ESDの視点で食材の購入について考える

授業内容

日本の食生活と環境問題等の関連性について考え、日々の実践につながるようにESDの視点から食材購入の在り方考える。

単元名	持続可能な社会を目指したライフスタイルの工夫
第1次	日本の食生活と環境問題等の関連性について考える ・ 日本では食料の多くを輸入に頼っていることから、食料輸送による環境負荷などと関連があることを理解する。 ・ 自分たちができることを考える。
第2次	買い物ゲームを行う。 消費の背景等（生産地や価格等）について理解する。 環境保全・社会貢献につながる商品を知り、持続可能な食材の購入の在り方考える。 ポケットカードを作成する。 地球サミットで行われたスリーチを視聴して、ライフスタイルを変革することの必要性について考える。

生徒が作成した
ポケットカードの例



「消費者」の視点を持った授業

身近な商品を通してグローバルな視点を育てる

授業内容

実物の商品を見ることが、教科書を読むことで、フェアトレードについて知り、社会の一員として何ができるとかを考え、話し合う。

消費者教育のヒント

英文の読解で終わらず、それを題材に自分の問題として考える。商品の実物を見せることで、遠い国のことではなく身近な問題であることに気付く。

④ アレンジ

教科の学習から、文化祭などで調べたことを発表したり、販売することとで広がりが持てる。



国際フェアトレード
認証ラベル

フェアトレードは中学校の社会科(地理的分野)や技術・家庭科(家庭分野)の学習でも関連する題材のため、各教科で学習内容を確認すると効果的である。

地域の課題解決に向けた消費者教育

「地域循環エネルギー学習」で持続可能な地域づくりを目指す

活動内容

④ 消費者教育のヒント
地域課題を発見し、その解決のために間伐材を薪として利用し、エネルギーの地産地消へとつなげている。1回の学びにとまらず、学びを重ねる社会を変革する力になっている。

④ 連携のポイント

多様な人々との対話の場に工夫がある。
新たに始めるのではなく、今あるものを繋ぎ・補い合う。
④ アレンジ
里山・里海の保全に課題を抱える地域との情報交換と連携



新割り体験

既にある活動に「消費者」の視点を

既存の取組を生かした実践事例

地域では公民館、PTA、NPO等が主体となって環境や食育、まちづくり等の様々な活動が行われています。新たに消費者教育に取り組む以外にも、こうした「既存の取組」を活用することが有効です。

金銭教育研修会の実施

北海道小樽市立銭函小学校 父母と先生の会



取組の内容

「銭函小学校父母と先生の会」は地域と連携した子供の健全育成の取組を目的とし、「銭小PTAまつり」などを長年に渡って実施しています。また、本会の活動方針に「親子で取り組む」を上げていることもあり、研修会では、消費者教育や食育を取り上げました。

その一つとしてお金やものを大切に扱う意識を高めるため「おこづかい帳をつけよう!」と題して実技講習会を実施し、子供と親が、共にお金やものの使い方・お金やものの付き合い方を考える会としました。

消費者教育のヒント

親子で一緒におこづかい帳をつけてみることでお金と物との付き合い方を実践的に学ぶ。

田南小学校コラボ・スクールにおける伝統野菜の栽培

秋田県大仙市立太田南小学校



取組の内容

学校支援地域本部として取り組んでいる「太田南小学校コラボ・スクール」では学校と保護者、地域住民、関係機関等がコラボ(連携・協働)しながら、地域とともに子供を育てるコラボ学習やコラボ活動を推進しています。消費者教育に関する取組としては、地元スーパーのバックヤードを見学し、商品の管理や販売の方法について学んだり、その道の達人を講師に招き、1年間を通じて地元の伝統野菜「曲がりネギ」の栽培を体験したりして、自然を相手に野菜を栽培することの難しさや、生産者の苦労等についても学ぶ機会となりました。

消費者教育のヒント

伝統野菜の栽培体験から、地域農業の発展や生産者の視点に立った考え方を学ぶことができる。

民館がつなぐ地域協育ネットを生かした地元特産品づくり

山口県長門市中央公民館



取組の内容

公民館がつなぐ「地域協育ネット」は、既存の学校支援ネットワークと公民館がもっているネットワークをつなげることににより、地域総がかりで子供を育てることに取り組んでいます。

子供の土曜日の居場所づくりとして実施している「わくわく土曜塾」では、消費者教育に関する取組として地元の水産高校で高校生の指導を受けながら、代表的な産業である「仙崎かまぼこ作り」を体験しました。体験を通じてかまぼこの原料となるスケトウダラから海の世界について学んだり、食の安全・安心についても学ぶ機会となっています。

さらには、まぐろ解体体験、くじら料理教室へとつなげ、食の楽しさ、大切さを伝えていきます。

消費者教育のヒント

地元の産業を知り、体験することで食の安全・安心について学ぶ機会となる。

消費者教育の推進に関する法律(平成24年法律第61号)

この法律は、消費者教育を総合的・一体的に推進することを旨として、平成24年12月に施行された。この法律の大きな意義の一つは、消費者教育を消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育と定義することで、これまでの消費者基本法の基本理念を踏襲しつつ、「消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む」とし、消費者教育の対象として、消費者市民社会の形成への参画に視野を広げたことにある。

「持続可能な社会」とは

「持続可能な」の理念が提唱されたのは国連の環境と開発に関する世界委員会(1987年)の最終報告書「我々の未来」(ブルントラント報告)の同報告で「持続可能な開発」とは「将来の世代のニーズを満たしつつ、現在の世代のニーズをも満足させるような開発」とされた。平成18年4月

ESD

Education for Sustainable Developmentの略で、「持続可能な開発のための教育」を意味する。環境、貧困、人権、平和、開発といった現代社会の課題を自らの課題としてとらえ、身近なところから取り組むことにより、それら課題の解決につながる新たな価値観や行動を生み出すことを目指す。さらに持続可能な社会を創造していくことを目指す学習や活動をいう。

リボリング払い

クレジットカードや消費者金融により利用代金を支払う方法で、毎月定額または残高の定率を支払う方法。リボ払いともいう。利用金額を分割して支払うため、月々の返済負担が小さく済むというメリットもあるが、一方で残高がなかなか減らないというデメリットもある。毎月返済額を低めに抑えた場合には、借金をしている意識が薄れ、知らず知らずのうちに借入を増やしがちにもなる。したがって、利用する際には、金銭管理をしっかり行うことが必要である。

オンラインゲーム

パソコンやスマートフォン、タブレット端末、ゲーム専用機器などから、インターネットを経由して、他のコンピュータとデータを交換しながらゲームを進めるコンピュータゲームの形態。オンライン上複数の人が同時に参加し、交流しながらゲームを進めることができたり、最初に購入対価を支払うのではなく、月額料金やプレイ内容に応じて課金されることが多いことが特徴である。こうしたゲームでは、様々なトラブルや危険性も増えている。

フェアトレード

国際貿易における一層の平等性を追求する、対話や透明性や尊敬に基づく取引パートナーシップであり、特に南半球の社会から取り残された生産者や労働者へのより良い取引条件の提供や権利の保護によって持続的な発展に貢献するもの。代表的な商品に、チョコレートやコーヒーなどがある。

SNS

SNSは、ソーシャルネットワーク・キングサービス(Social Networking Service)の略で、登録された利用者が交流できるWebサイトの会員制サービスのこと。友人同士や、同じ趣味を持つ人同士が集まったり、近隣地域の住民が集まったりと、ある程度閉ざされた世界にすることで、密接な利用者間のコミュニケーションを可能にしている。一方でアカウントの不正利用や、知り合い同士の空間であるという安心感を利用した詐欺やウイルス配布の被害に遭うなどの事例が発生しているため、注意が必要である。

「消費者市民社会」の定義(第2条第2項)

この法律において「消費者市民社会」とは、消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会をいう。

に開議決定された第3次環境基本計画では、「持続可能な社会とは「健全で恵み豊かな環境が地球規模から身近な地域までにわたって保全されるとともに、それらを通じて国民一人一人が幸せを実感できる生活を享受でき、将来世代にも継承することができる社会」と定義されている。

このイメージマップは消費者庁において、消費者教育のライフステージごとに消費者教育の目標をまとめ、平成25年1月に公表されたものです。

Table with 10 rows (成人期, 特に関心者, 高校生期, 中学生期, 小学生期, 幼児期) and 10 columns (重点領域, 長期の特徴, 消費者の理解, 消費の実践, 消費者の参画・協働, 商品安全の理解と危険を回避する能力, トラブル対応能力, 選択し、契約する考えの態度, 生活設計・管理する能力, 情報の収集・処理・発信能力, 情報社会のルールと情報モラルの理解, 消費生活情報に対する批判的思考力). Each cell contains specific educational goals for that age group and domain.

小学校 文部科学省平成20年3月告示 (平成23年度から実施)
(社会科) ・地域の社会生活を営む上で大切な法やきまりについて扱う
(家庭科) ・物や金銭の大切さに気付く、計画的な使い方を考えること
・身近な物の選び方、買い方を考え、適切に購入できること
・自分の生活と身近な環境とのかかわりに気付く、物の使い方を工夫できること

(特別の教科 道徳) 平成27年3月告示 平成30年度から実施)
・節度を守り節制に心掛けること
・法やきまりの意義を理解した上で進んでそれらを守り、自他の権利を大切にし、義務を果たすこと

中学校 文部科学省平成20年3月告示 (平成24年度から実施)
(社会科(公民的分野))
・社会生活における物事の決定の仕方、きまりの意義、法の意義
・契約の重要性やそれを守ることの意義及び個人の責任などに気付かせること
・金融などの仕組みや働き(家計の貯蓄の循環、直接金融・間接金融等)
・消費者の自立の支援なども含めた消費者行政

(技術・家庭科(家庭分野))
・自分や家族の消費生活に関心をもち、消費者の基本的な権利と責任について理解すること
(消費者基本法、消費生活センター、クーリング・オフ制度等)
・販売方法の特徴について知り、生活に必要な物質・サービスの適切な選択、購入及び活用ができること

環境に配慮した消費生活について工夫し、実践できること
(特別の教科 道徳) 平成27年3月告示 平成31年度から実施)
・節度を守り節制に心掛け、安全で調和のある生活をする事
・法やきまりの意義を理解し、それらを進んで守るとともに、そのよよい在り方について考え、自他の権利を大切にし、義務を果たして、規律ある安定した社会の実現に努めること

高等学校 文部科学省平成21年3月告示 (平成25年度入学生から実施)
(公民科)
・法や規範の意義及び役割
・消費者に関する問題(消費者基本法、消費者契約法、多重債務問題、製品事故等)
・金融制度や資金の流れ、金融環境の変化(金融市場の意義や役割、金融商品の多様化等)
(家庭科)
・消費生活の現状と課題や消費者の権利と責任(消費構造の変化、消費行動の多様化等)
・消費生活と生涯を見通した経済的計画(貯蓄や保険などの資金計画等)
・契約、消費者信用及びそれらをめぐる問題(クレジットカードの適切な利用、多重債務問題等)

消費者問題や消費者の自立と支援
・持続可能な社会を目指したライフスタイルの確立(自らの消費行動によって環境負荷を低減させ、進んで地球環境保全に貢献できるライフスタイルの実践)

注:横文字は学習指導要領解説の記述

連携・協働による消費者教育推進事業

28年度予算額 16,636千円 (11,636千円)

【消費者教育に係る法律、計画等】

- ・「消費者基本法」及び「消費者基本計画」に基づき、国として「学校、地域、家庭、職業その他の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」必要がある。(消費者基本法第17条)
- ・「消費者教育推進法」においても、基本理念として「消費者教育を推進する多様な主体の連携の確保による効果的な実施」が定められている。また、都道府県・市町村においては、消費者教育推進計画の策定、消費者教育推進地域協議会の設置が努力義務として規定。(消費者教育推進法第3条、第10条、第20条)
- ・推進法を受けて閣議決定された「消費者教育の推進に関する基本的な方針」においては、地域の多様な主体間のネットワーク化を図ること、相互の連携と情報共有の仕組みを作ることの必要性が明記。

【現状と課題】～消費者教育取組状況調査(25年度文部科学省委託調査)から～

- ・教育委員会と消費者担当部局との連絡協議会の設置状況(都道府県・政令市:50.7%、市町村:5.6%)
- ・連絡協議会の課題「取組報告に終わる」(18.6%)、「形式的」(20.0%)
→教育委員会において、消費者教育の実施意識が低く、消費者担当部局との連携も意識されていない。

- ・社会教育では、これまでで公民館等で現代的・地域課題に関し、地域住民への教育・学習支援を行ってきている。
→地域の教育を推進する上で有効な力を有する社会教育が消費者教育の推進に生かされていない。

地域における消費者教育が一層推進されるよう、教育行政を含む連携・協働体制づくりを支援

【事業内容】

文部科学省

消費者教育推進委員会の設置

委託調査研究の審査及び評価、地域における消費者教育を推進する際の教育行政分野での取組方策等の検討を行う。

消費者教育アドバイザーの組織化・派遣

全国の社会教育等における消費者教育の先駆的実践者を、文部科学省が委嘱し、地方自治体等の求めに応じて派遣する。具体的には、委託先への助言のほか、消費者教育推進体制が立ち上がった地域を対象に、推進する上での個別の課題に関して指導・助言を行う。

消費者教育連携・協働推進全国協議会の開催

文部科学省、委託先等からの成果報告及び地域課題の共有や人的交流が行われる場として、全国協議会を中央及び地方で開催する。

地域

連携・協働による消費者教育推進のための実証的調査研究

自主的な消費者教育の推進体制づくりが困難な地域を想定し、効果的な教育体制を実証する。調査研究の実施体制として、地域の教育委員会や関係機関等で実行委員会を組織する。その上で、社会教育の仕組みや取組を活用し、連携・協働により消費者教育を実施する。

↑
連携・協働による消費者教育推進体制の姿を提示

地域・教育機関等における消費者教育取組状況調査の実施【新規】

新たな「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の策定に向けた調査

効果的な連携・協働による消費者教育推進体制を全国に構築し、消費者の学習機会を確保