

消費者教育の現状と課題

横浜国立大学教授 西村隆男

消費者委員会が消費者教育を取り上げる意義

政府の消費者教育政策に関するウォッチ機能

消費者基本計画における消費者教育政策の実施検証機能

消費者問題の解決に向けた事業者規制や被害救済のための権利保障により、安心安全社会を実現すると同時に、自らも学習し被害や事故の未然防止につとめ、社会的に発信する役割を担う必要がある。そのための環境の整備は重要な国や自治体の責務である。(消費者基本法、消費者安全法、附帯決議)

参議院附帯決議

2009.5.28

消費者教育の推進については、消費者庁が司令塔機能を果たし、消費者基本法の基本理念及び消費者基本計画の基本的方向の下、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため、多様な視点から物事を捉える能力を身につけ、自主的かつ合理的な行動をすることができるよう、消費者庁と文部科学省が連携を図り、学校教育及び社会教育における施策を始めとしたあらゆる機会を活用しながら、財政措置を含め、全国におけるなお一層の推進体制の強化を図るとともに、消費者教育を担う人材の育成のための措置を講ずること。また、消費者教育に関する法制の整備についての検討を行うこと。

消費者教育発展の系譜

- 1966 国民生活審議会答申
- 1968 消費者保護基本法
- 1970 国民生活センター設置
- 1980 日本消費者教育学会設立
- 1986 学校における消費者教育について(国生審要望書)
- 1989 学習指導要領改訂(生きる力、生活科・総合学習、
高校家庭科男女共修)
- 1990 消費者教育支援センター設立
- 2004 消費者基本法(消費者教育を受ける権利)
- 2006 新教育基本法
- 2008・09 学習指導要領改訂
消費者庁・消費者委員会設置
OECD消費者教育政策勧告

消費者教育推進における問題点

学校教育

- 授業配当時間の不足
- 教員の多忙による研修機会の不足
- 適切な教材や指導法の不足
- 教科間の連携の困難さ

地域教育

- 学習対象の広がりの難しさ
- 成人層を対象とする啓発の難しさ
- 情報の届きにくい人へ情報提供手法開発の難しさ

共通の問題

- 経済環境の変化の速さ(ネットマネーetc.)
- 法令の頻繁な改正

消費者教育施策の現況(基本計画による)

内閣府の消費者教育施策(2005-09)

消費者教育の体系化
ポータルサイトの整備
高齢者見守り
出前講座・専門家育成
海外調査

消費者庁の消費者教育政策(2010)

消費者教育推進会議
ポータルサイトの拡充
先進的教育手法の検討
消費者庁・文科省等関係部局の連携
事業者・NPO等多様な連携の場の創設

文科省の消費者教育施策(2010)

消費者教育推進委員会
国内外調査
効果検証(大学生・中高年調査)
消費者教育中央説明会
消費者教育指導者養成講座

学校教育・社会教育における消費者教育の指針作成



[お問い合わせ](#)
[このポータルサイトについて](#)
[サイトマップ](#)
[文字を大きくする](#)
[文字を標準にする](#)



- 教材の検索
- 取り組みについての紹介
- ゲーム等コーナー
- イラスト集
- DVDコーナー

[トップページ](#) > 教材検索

教材を検索する

消費者教育教材の検索を行います。
 キーワードを入力、またはカテゴリを選択して「検索」ボタンをクリックしてください。
 検索条件に当てはまる消費者教育教材の一覧が表示されます。

キーワード: DVDを検索する

カ
テ
ゴ
リ

領域

- 安全
- 契約・取引
- 情報
- 環境

分野

- | | |
|---------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 製品安全 | <input type="checkbox"/> 法教育 |
| <input type="checkbox"/> 食品安全 | <input type="checkbox"/> 情報教育 |
| <input type="checkbox"/> その他の安全 | <input type="checkbox"/> 環境教育 |
| <input type="checkbox"/> 悪質商法 | <input type="checkbox"/> 食育 |
| <input type="checkbox"/> 金融教育 | <input type="checkbox"/> その他 |

ライフステージ

- 幼児期
- 児童期
- 少年期
- 成人期
- 成人期(高齢期)

対象者

- | | |
|---------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 小学校入学前 | <input type="checkbox"/> 大学生 |
| <input type="checkbox"/> 小学校低学年 | <input type="checkbox"/> 一般 |
| <input type="checkbox"/> 小学校高学年 | <input type="checkbox"/> 高齢者 |
| <input type="checkbox"/> 中学生 | <input type="checkbox"/> その他 |
| <input type="checkbox"/> 高校生 | |

DVDを検索する

「領域」から教材を探す

- » 安全
- » 契約・取引
- » 情報
- » 環境

「ライフステージ」から教材を探す

- » 幼児期
- » 児童期
- » 少年期
- » 成人期
- » 成人期(高齢期)



B クーリング・オフできる商品やサービス

訪問販売と電話勧誘販売により、特定商取引法の政令で指定された商品58種類、権利3種類、役務21種類を契約した時は、クーリング・オフができます。

商品

1. ★動物及び植物の加工品でいわゆる「健康食品」等と呼ばれているもの(医薬品を除く)
2. みそ、しょうゆその他の調味料
3. 犬、猫、熱帯魚等観賞用動物
4. 盆栽、鉢植えの草花等観賞用植物(切り花、切り枝、種苗を除く)
5. 障子、雨戸、門簾等建具
6. 手編み毛糸、手芸糸
7. ★不織布、★織物(幅13cm以上)
8. 真珠、貴石、半貴石
9. 金、銀、白金等貴金属
10. 家庭用石油タンク、その部品及び付属品
11. 太陽光発電装置その他の発電装置
12. ベンチ、ドライバー等作業工具、電気ドリル、電気のかぎり等電動工具
13. 家庭用ミシン、手編み機械
14. ぜんまい式タイマー、家庭用ばね式指示はかり、血圧計
15. 時計
16. 望遠鏡、双眼鏡、生物顕微鏡
17. 写真機械器具
18. 映画機械器具、映画用フィルム(8mm用のみ)
19. 複写機、ワードプロセッサ
20. 乗用車ヘルメット等安全帽子、繊維製避難はしご、避難ロープ、消火器、消火器用消火薬剤
21. 火災警報器、ガス漏れ警報器、防犯警報器その他の警報装置
22. はさみ、ナイフ、包丁等利器、のみ、かんな、のかぎり等工匠具
23. ラジオ受信機、テレビジョン受信機、電気冷蔵庫、エアコンディショナーその他の家庭用電気機械器具、照明器具、漏電遮断器、電圧調整器
24. 電話機、インターホン、ファクシミリ装置、携帯用非常無線装置、アマチュア無線用機器
25. 超音波を用いたねずみ等の有害動物駆除装置
26. 電子式卓上計算機、電子計算機とその部品、付属品
27. 乗用自動車及び自動二輪車(原動機付自転車を含む)とその部品、付属品
28. 自転車とその部品、付属品
29. ショッピングカート、歩行補助車
30. れんが、かわら、コンクリートブロック、屋根用パネル、壁用パネル等建築用パネル
31. 眼鏡とその部品、付属品、補聴器

EUのポータルサイト



Teacher's Corner



[Consumer Education](#)



[Sustainable Consumption](#)

Exercise your rights. Be informed . Act responsibly!



[Consumer rights](#)



[Services \(energy, transport, communication...\)](#)



[Product safety](#)



[Sustainable Consumption](#)

Primary education lesson plan

This series of activities are primarily designed for KS2, but could be adapted for KS1. The content focuses on consumers in the market place and food labelling and advertising.

Content: FOOD (Labels and advertising) 食べ物(ラベル表示・広告)

Concepts: Consumers in the market place, advertising and packaging, consequences of consumer action.

Skills: Seeking information, thinking critically, decision making.

【スキル】情報活用、批判的思考、
意思決定

Attitudes: Critical awareness, responsibility

This series of activities focuses on consumers in the market place and food labelling and advertising. Children are asked to explore the types of food on sale, food labels and packaging. Session is 1 hour but potentially could be extended over further sessions by allowing more time for children to work on their own adverts with more elaborate art work, music, etc.

Theme and content is more suitable for Year 2 although elements of the lesson could be adapted to Year 1.

The aims of these activities are: 学習活動とねらい

To investigate the types of food

1. products available
2. To explore what information might be found on a food label
3. To explore the ways in which food products might be promoted/advertised
4. To explore which foods are healthy and why

Learning Outcomes: 学習の成果

As a result of the activities the pupils will be able to:

Identify a range of different types of food products

Describe the types of food which are healthy and those which are less healthy

Understand a range of consumer information found on food labels

Discuss how and why food products are advertised

ワークシート(記入用紙)

Worksheet 1

Packaging information record sheet

Type of Food	Examples of information on label.
Tin of beans 	What it is, how much it weighs, how long it lasts after opening before it becomes unsafe to eat, etc.
Bag of Rice 	The brand or who makes it, . cooking instructions
Fresh fruit and vegetables 	No packaging (paper bag?) and no instructions – so what do the children think they should do with them?
Frozen Peas 	Instructions for de frosting and cooking, weight, etc.
Pizza 	Name of pizza, producer, cooking times for microwave and oven, etc

消費者市民教育としての消費者教育 (OECD消費者教育合同会議2008)

社会的責任消費の考え方

+

持続可能消費とパーソナルファイナンスの関連付け

+

メディアリテラシーの取り込み



消費から学ぶ市民としての生き方、あり方

消費者教育OECD勧告 2009.10.15

現状認識

全体的戦略の欠如

教育の質向上の必要

消費者教育の機会の不足

他の教育分野と統合の可能性

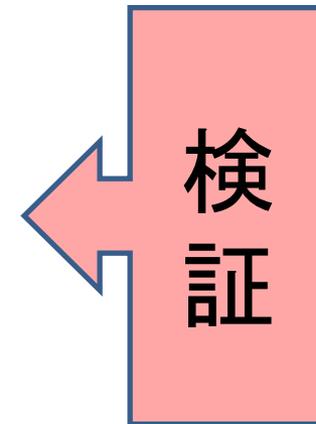
消費者問題を学ぶモチベーションを高める必要

消費者教育促進のリソース不足

消費者教育OECD勧告 2009.10.15 (続)

戦略

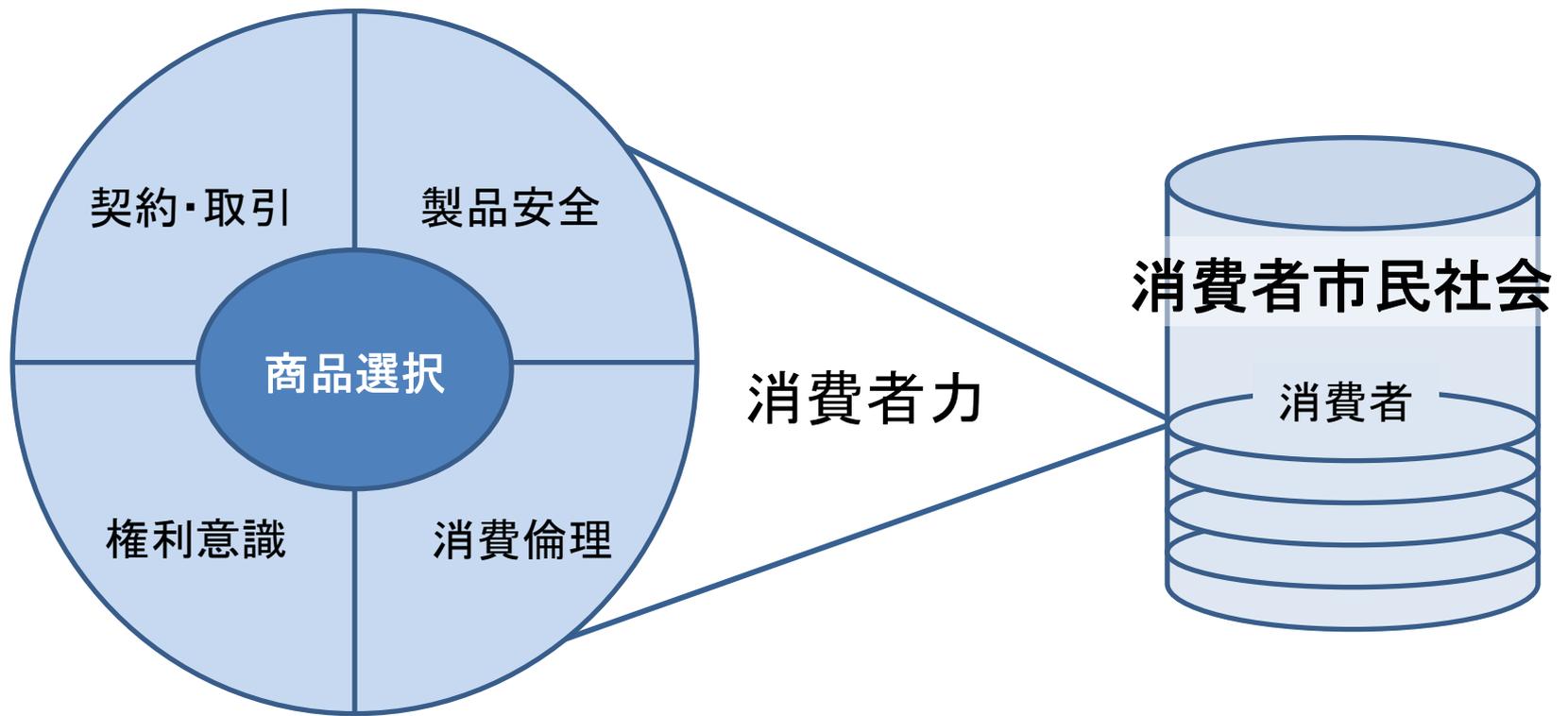
学校カリキュラムの強化(教員訓練
プログラム、リソース開発を含む)
インフォーマル教育の充実(オンライ
ン、オフラインのリソース)
ターゲティング教育の推進(子ども、
高齢者、障害者等)



- ・ポータルサイト、ゲーム、SNS、ブログetc.の活用
- ・関係者(ステークホルダー)間の協力と調整の改善

課題1 消費者教育推進法(仮称)立法化の検討
(本格的な消費者教育の展開のために)
学会要望書、日弁連要望書等

課題2 消費者市民教育への転換の検討
小手先の被害防止の知識普及は限界
被害にあわない、加害者を生み出さない、
社会に生きる個人のあり方



認識する⇒理解する⇒行動する



参加(社会的関与)する