

大学等及び社会教育における消費者教育の指針

平成23年3月

文 部 科 学 省
生涯学習政策局

大学等及び社会教育における消費者教育の指針

はじめに

消費者基本法第 2 条においては、消費者の権利として、必要な情報及び教育の機会が提供されることを掲げている。同法第 17 条においては、国は、学校、地域、家庭、職域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こと、地方公共団体は、国の施策に準じて、施策を講ずるよう努めることが規定されている。

平成 21 年の消費者庁関連 3 法の審議において、消費者安全法第 4 条に国及び地方公共団体の責務として「消費生活に関する教育活動」が位置付けられるとともに、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、全国におけるなお一層の推進体制の強化を図るとの附帯決議がなされた。

新しい消費者行政の在り方の議論の中で、消費生活に関する教育、すなわち「消費者教育」が注目された背景には、食の安全・安心という消費生活の最も基本的な事項に対する消費者の信頼を揺るがす事件や、高齢社会を迎えるに当たって高齢者の生活の基盤である資産を狙った悪質商法等、暮らしの土台そのものを揺るがす問題が生じていること、インターネットや携帯電話の普及により、若い世代におけるこれらのトラブルが急増していること等がある。これらの被害があらゆる世代を対象に発生していることから、教育の重要性が改めて認識されている。

本指針は、消費者被害の現状にどのように対処するかという観点だけでなく、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援するためにはどのような教育を推進すればよいかという観点から、消費者教育の基本的な方針を示すものである。特に、消費者被害が多発している「若者」と「高齢者」を主な対象とし、大学・短期大学・高等専門学校（以下「大学等」という。）及び社会教育における消費者教育の目的と戦略について明確にし、消費者教育の推進とその内容の充実に関する大学等及び社会教育の役割、効果的と考えられる教育の在り方等について取りまとめた。

本指針は、大学等の教職員、教育委員会、公民館、図書館等の社会教育施設関係者が消費者教育を推進する際の参考として示すものであるが、地方公共団体の消費生活センターや消費者担当部局、民間団体、消費者団体等がこれらの関係者と協働する際にも参考となると考える。各主体においては、本指針を参考に、それぞれの状況に応じた自主的かつ積極的な取組を着実に実践されることを期待する。

第 1 消費者教育に関する基本的な考え方

1 消費者教育の目的

消費者教育というと、「だまされないため」の教育を思い浮かべることが多い。悪質商法等の手口を紹介し、だまされないように注意喚起することが消費者教育だと考えている者も少なくない。

い。このような注意喚起の取組は、これまでも繰り返し行われてきた。確かに、消費者の権利を尊重し自立を支援するに当たって、注意喚起は重要である。しかし、悪質商法等の被害が後を絶たないことから、注意喚起の取組だけでは不十分であるとの指摘がなされている。

近年、経済のグローバル化、サービスの多様化や情報化の急速な進展等により、消費者を取り巻く環境は大きく変化している。電子マネーやインターネット上での取引の普及等、商品・サービスと現金のやりとりが主だった消費の形は変化しつつある。また、多種多様な商品・サービスに関する大量の情報の中から、自らに必要な情報を的確に理解し、取捨選択することが消費者に求められるようになった。

さらに、消費者のみではなく、生産する側も変化が求められている。企業の社会的責任の取組の浸透からも明らかなように、企業はもちろんのこと、商品・サービスの提供者側が消費者を重視するようになり、事業者と消費者との相互のかかわりも変わろうとしている。このような時代の消費者教育は、「だまされないため」だけでなく、個人の消費行動に影響を与えるライフスタイル、倫理観、スキル等にも着目した内容とする必要がある。

以上を踏まえ、本指針では消費者教育の目的を、以下の3点とする。

- ①消費者の権利を実現し、消費生活の安定と向上を図るため、消費に関する基礎的・基本的な知識及び技能を習得し、これらを活用して消費者被害等の危機を自ら回避する能力、将来を見通した生活設計を行う能力、及び、課題を解決する実践的な問題解決能力をはぐくむ。
- ②自己の利益だけを求めるのではなく、他者や社会とのかかわりにおいて意思決定し、よりよい社会を形成する主体として、経済活動に関して倫理観を持って責任ある行動をとれるようにする。
- ③消費を、持続可能な社会を実現するための重要な要素として認識し、持続可能な社会を目指してライフスタイルを工夫し、主体的に行動できるようにする。

2 消費者教育の目的を達成するための戦略

(1) 生涯学習としての取組

消費者教育は、小・中・高等学校において行えば十分というものではなく、子ども・若者から高齢者まで、生涯にわたっての教育が必要である。社会で生活していく限り消費と無縁ではいられず、生まれてから死ぬまで消費者であり続けることになる。そこで、生涯学習の一環として、消費者教育を学び続けることができる環境づくりが必要である。

生涯学習としての消費者教育の観点からは、各ライフステージに特有の課題があり、解決の方法もそれぞれに対応しなければならないことから、それぞれのライフステージに応じた内容・方法等により実施することが求められる。

(2) 学校、地域、家庭、職域その他との連携

消費者が生涯にわたって、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて、消費生活や消費者問題について学習できるよう、消費者教育を充実させていくことが必要である。

学校教育においては、児童生徒の発達段階に応じ、消費生活や消費者問題について指導がなさ

れているところであるが、加えて、家庭や地域社会との連携を図りながら、大学等を含めた学校教育及び社会教育において消費者教育をさらに推進することが必要である。

消費者教育の更なる推進のためには、地方公共団体の消費生活センターや消費者担当部局が有する人的・知的資源を活かすとともに、企業、地域で活動している民間団体、消費者団体等とも連携協働することが重要である。

（３）持続可能な社会づくりへの視点

現在、持続可能な開発のための教育として、地球的視野で考え、様々な課題を自らの問題として捉え、身近なところから取り組み、持続可能な社会づくりの担い手となるよう一人一人を育成する教育の取組が進められている。持続可能な環境、経済、社会、文化等を形成するには、各個人の消費が果たす役割は大きい。

また、消費は、持続可能な地域社会を形成する上でも重要である。地産地消は、地域で生産された農産物を地域で消費しようとする取組であるが、これは、環境に配慮するだけでなく、地域の経済、社会、食文化を持続可能とする取組でもある。

このような持続可能な社会づくりに向けた視点を取り入れた消費者教育を推進することが必要である。

第２ 大学等における消費者教育について

１ 大学等における消費者教育の現状

消費者被害については、20歳代が被害にあいやすいとの調査結果がある¹。全国の消費生活センター等に寄せられる相談のうち、契約当事者が18歳から22歳までの相談件数は、全体から見た割合は少ないものの、20歳になると相談件数が急増するという特徴がある²。悪質な業者が、20歳の誕生日の翌日を狙って取引を誘いかける事例や、就職活動に乗じて強引な契約をさせるといった事例等も報告されている³。また、大学生のほとんどが携帯電話を所有し、インターネットを利用している現状があるが、インターネット上のトラブル等は年々多くなっており、その内容も多岐に渡っている⁴。

¹ 内閣府「平成20年版国民生活白書」では、被害の有無とその他の条件などを統計的に分析したところ、年齢が20代の人やストレスを感じている人が被害にあいやすい傾向にあると指摘している。

² 平成21年度の契約当事者が18歳から22歳までの消費生活相談の件数（カッコ内は全体の割合）は、以下のとおりである（国民生活センター調べ）。18歳：5,114件（0.57%）、19歳：5,378件（0.60%）、20歳：12,133件（1.35%）、21歳：8,336件（0.92%）、22歳：9,350件（1.04%）

³ 大学生の就職活動が厳しいなか、「就職に役立つ」として、英会話教室やリクルート講座を大学生に強引に契約させるトラブルが増加している旨の国民生活センターの報道発表があった（平成21年11月）。就職説明会を装い大学生を呼び出し教室・講座の契約を迫り、断ると「決断力がない。このままでは就職できない」と告げるなど、就職活動中の大学生の不安につけ込む悪質なケースが多く見られている。

⁴ 内閣府「青少年のインターネット利用環境実態調査」（平成22年）によると、小学生では18.6%、中学生では45.7%、高校生では97.1%が自分専用の携帯電話を所有しており、中学生以上はほとんどがインターネットを利用している（中学生：97.0%、高校生 99.4%）。また、携帯電話やパソコンでインター

消費者問題に関する大学等の取組として、学内へのポスター等の掲示や入学時等におけるガイダンスは約7割以上の大学等が実施しているが、シンポジウム・セミナー等の開催は約1割程度にとどまっている⁵。一方、教職員を対象として消費者問題に関する啓発・情報提供を行っている大学等は少なく、特に何も行っていない大学等が約7割となっている。消費者問題に関する教育（講義、ゼミ等）について尋ねたところ、「回答する科目がない」とした大学等は約半数となっている⁶。

2 大学等の役割から見た消費者教育の必要性

民法は成年年齢を20歳と定めており、20歳から保護者の同意がなくても契約できるようになる。18歳から20歳にかけては、親元から離れて自立した生活をしたり、契約の主体となったりすることが多くなる時期である。また、社会との関連も深まり、経済活動範囲も広がるが、社会的経験が乏しいことから様々なトラブルに巻き込まれる可能性が大きくなる。

成年と未成年が混在する大学等においては、消費者の権利と責任が大きく変化することも踏まえ、学生のもつ様々な側面に応じ、大学等として積極的に消費者教育に取り組むことが求められる。

(1) 学生への生活支援

大学等は、社会的経験の浅い学生が、安心して充実した学生生活を送るための支援を行う役割を担っている。大学等は、これまでも学習面での支援にとどまらず、学生のニーズに対応するため、多様な学生の相談に応じ、生活面での支援を行ってきた。しかし、悪質商法等の被害や契約等のトラブルにあう学生は少なくなく、学生からの相談に対応するほかにも、学生に対する各種の消費生活や消費者問題に関する情報や知識の提供機会を拡大していくことが求められる。

(2) 自立した消費者及び職業人の育成

大学全入時代（大学進学希望者の9割5分以上が大学に進学）においては、大学等において、社会で通用する能力、知識、価値観等を学生に確実に身に付けさせることが重要となっており、自立した社会人としての消費者、また、職業人としての生産者・サービス提供者の育成が大学等に求められている。

ネットを使っている青少年の約4割が何らかのインターネット上のトラブル等の経験を有している。

⁵ 文部科学省委託調査「消費者教育に関する取組状況調査」（平成22年）によると、全国の国公私立大学・短期大学（部）・高等専門学校のうち、消費者問題に学生に対する啓発・情報提供として、「学内へのポスター等への掲示」は77.8%と最も多く、次いで、「入学時等におけるガイダンス」（70.2%）、「学生便覧等への記載」（54.1%）となっており、「学生向けWebサイトへの掲載」（19.2%）や「シンポジウム・セミナー等の開催」（11.8%）は2割に満たない。教職員に対する消費者問題に関する啓発・情報提供としては、「生活指導・学生相談にかかわる教職員を対象に実施」（16.2%）、「全専任教員を対象に実施」（10.6%）と低くなっており、「特になし」と回答した学校が約7割（71.8%）となっている。

⁶ 文部科学省委託調査「消費者教育に関する取組状況調査」（平成22年）によると、講義（公開講座含む）及びゼミにおける消費者問題に関する教育について聞いたところ、496大学等から926件の回答があった。そのうちの約8割（83.0%）が選択科目で、必修科目は14.5%となっている。一方、「回答する科目はない」と回答した大学は約半数（52.2%）となっている。

各大学等が取組を進めるに当たっては、消費者基本法の趣旨に鑑み、消費生活に関して必要な情報の収集、適切な意思決定や消費行動、意見を表明し行動できる消費者の育成等の観点を取り入れることが重要である。職業生活に関しても同様に、生産者・サービス提供者としての、社会的責任を意識し、倫理観をもって行動できるなどの観点を取り入れることが大切である。

なお、平成 22 年に大学設置基準及び短期大学設置基準が改正され、すべての大学・短期大学において、教育課程の内外を通じて社会的・職業的自立に向けた指導等に取り組むための体制を整えることとなったが、この体制に基づく取組との連携を図っていくことも考えられる。

(3) 消費生活に係る専門的人材の育成

複雑化・多様化する消費者被害について、消費者と事業者の間の情報の「質」と「量」や交渉力等の格差等から、消費者と事業者との関係が対等となることは難しく、個々の消費者が自らの力のみでは被害の回復を図ることには限界がある。このため、地方公共団体等における相談窓口も含む消費者行政の体制の整備と人材の強化等が課題となっている。

また、学校教育において、消費者教育の内容の充実が図られていることから、教職課程等において消費者教育の担い手となる教員、指導者の育成も急務である。さらに、行政、学校のみならず、民間団体や消費者団体の関係者、また、事業者（企業等）の消費者担当等の専門的な人材も注目されている。

今後、消費生活に係る専門的人材については、どのようなニーズがあり、どのような人材が求められているかを検討し、大学等においては、それに対応するプログラムの充実が期待される。

(4) 生涯学習拠点としての地域貢献

大学等は、地域の関係団体等とも連携した地域貢献の活動など、地域の「知の拠点」としての役割も担っている。学術研究機関として、人文・社会科学・自然科学の知を集積し、消費者の視点に立った社会を実現する研究活動の核となり、多様な知的資源を活かし、地域貢献として、生涯にわたる継続した学習を提供することが望まれる。

また、地方公共団体の消費生活センターや消費者担当部局等と連携し、地域における消費者教育の総合的、継続的な学習機会を提供する拠点としての役割を果たすことも考えられる。

(5) 大学組織の危機管理

マルチ商法等の消費者被害は、学生が被害者になるだけでなく加害者になることもあり、ゼミやサークルといった学生のネットワークを介し、被害が急速に拡大することがある。マルチ商法は学生の安易な消費者金融の利用にもつながる。このような問題については、被害・加害の当事者への対応のみならず、大学等としての組織的な対応が不可欠であり、消費者教育の推進に加え、大学組織の危機管理体制の構築が必要である。また、学生が当事者となった犯罪等が生じた場合についても、このような危機管理体制の整備は有効と考えられる。

なお、危機管理に当たっては、地方公共団体の消費生活センターや消費者担当部局、警察等との日常的な連携が重要である。

3 大学等における消費者教育の取組の方向性

(1) 大学等における消費者教育の内容及び方法

ア 啓発・相談

消費者としての権利を実現するためには、消費者被害を未然に防止することが重要である。そのためには、消費生活や消費者問題に関する啓発は、学生のみならず、教員、職員に対しても実施することが求められる。

学生に対しては、なるべく早い段階、例えば、入学時のガイダンス等で、契約に関するトラブルやその対処法についての啓発を行うことが考えられる。また、就職にかかわる消費者トラブルが多いことから、就職セミナー等の機会にも、これらの消費者トラブルやその対処法についての啓発を行うことが考えられる。さらに、学生向けのポータルやウェブサイト等において、常時、最新の情報等を掲載すること等も考えられる。

実施に際しては、地方公共団体の消費生活センターや消費者担当部局、警察、弁護士会、司法書士会、民間団体、消費者団体等、消費者の権利の擁護等を実践している機関と連携して、より実践的な内容となるよう工夫することが望ましい。

さらに、学生の生活支援を行う担当部局等において、消費者問題についての相談等に対して適切な対応ができるよう、地方公共団体の消費生活センターや消費者担当部局等との連携を図るとともに、教職員の啓発・研修等の実施が求められる。

イ 教育・研究

大学等における教育・研究内容については、その自主性・自律性に基づいて大学自らが決定するものであり、学生に対する消費者教育については、アの啓発・相談の取組が中心に行われてきた。しかし、これまでの記述に見られるように、消費者の権利を実現し、消費生活の安定と向上を図るため、消費者教育の目的である、消費者被害等の危機回避能力、将来を見通した生活設計能力、実践的な問題解決能力、倫理観、ライフスタイルの見直しを図る主体性等の育成を目指し、各大学等において消費生活に関する一層の理解増進に努めることが望ましい。また、自立した消費者として責任をもって行動し、社会の発展のために積極的に関与できる人材を育成する観点からの取組も求められる。

各大学等においては、消費生活に関する教育について、各大学等の個性・特色や学問分野、自主的に定める教育課程を踏まえつつ、消費者教育の方針を明確にし、教職員の共通理解を図った上で、学生一人一人の状況に留意しつつ、全学で体系的・総合的に消費者教育を展開することが期待される。国においても、そのような大学等の多様な取組を促進することが重要である。

ウ 地域貢献

各大学等の個性・特色や学問分野を十分に発揮して、地域に貢献することが重要であり、消費者教育については、地方公共団体の消費生活センターや消費者担当部局等と連携し、学生と地域住民を対象としたセミナーや公開講座の実施等が考えられる。

エ サークル・自主活動

消費生活にかかわる学生のサークル・自主活動の紹介等による啓発や支援が考えられる。連携先としては、大学生協同組合、学生団体、他大学、企業、民間団体、消費者団体等が考えられる。

(2) 大学等における消費者教育の留意事項

ア 組織全体による総合的な取組

大学等における消費者教育は、例えば消費者被害やトラブルの防止にとどまるものではなく、消費者として責任をもって行動できる人材を育成するところに主眼を置くものであるとすることが考えられる。

このことから、大学等においては、学内・学外の教育資源を最大限活用し、大学等の総合力を発揮して、総合的に取り組むことが有効と考えられる。

イ キャリア教育の一環としての推進

今後職業に就き、商品やサービスを生産・提供する側になり得る学生に対し、企業活動における社会的責任や消費者との多様なかかわりについて考える視点を培うことは、ますます重要となる。

「働くこと」を広くとらえれば、人が果たす多様な役割の中で、「自分の力を発揮して社会(あるいはそれを構成する個人や集団)に貢献すること」と考えることができ、それには、家庭生活の中での役割や、地域の中で市民として社会参加する役割等も含まれている。

消費者教育は、将来を見通した生活設計を行う能力等をはぐくむだけでなく、社会とのつながり、社会に参加することの意義等までも含むものであることに鑑み、キャリア教育においても、その趣旨を踏まえた教育が望まれる。

第3 社会教育における消費者教育

1 高齢者を対象とした社会教育における消費者教育の現状

警察庁の統計によると、振り込め詐欺等については、60歳以上の高齢者の被害が多く、中でも女性の割合が高くなっている。全国の消費生活センター等に寄せられた60歳以上の相談も増加傾向にある⁷。

高齢者は3つの大きな不安「お金」「健康」「孤独」をもっていると言われており、高齢者をタ

⁷ 警察庁の統計によると、いわゆる「オレオレ詐欺(恐喝)」の被害者は65歳以上の女性が67%となっている(平成22年)。国民生活センター「消費生活年報2010」によると、全国の消費生活センターに寄せられた相談のうち、60歳以上の相談は2000年度には相談の16.4%であったが、2009年度には26.3%を占める程となった。過去3年の推移をみると、「株」に関する相談が急増しているが、これは、電話勧誘による未公開株の購入に関する相談が多く、60歳代から70歳代が多くなっている。平均既支払金額は約450万円と、被害金額も大きくなっている。

ーゲットにした訪問販売や電話勧誘販売等の被害や苦情が、全国の消費生活センター等に数多く寄せられている。「話し相手がいない」等の寂しさから消費者被害にあうことも少なくなく、被害を「被害」と認識しにくいことや、被害にあってもプライド等からその事実を他人に言いにくいなどの傾向があると言われている。

公民館等の社会教育施設においては、これまでも高齢者等を対象とする学習や、その成果を活用する活動を展開してきている。しかし、消費者教育について取り組んでいるところは少なく、また、教育委員会の中でも、社会教育における消費者教育の優先度は高くはない状況である⁸。

高齢者への対応としては、消費者行政を中心に高齢者の家族や周囲の人に対して情報提供を行うなどの啓発活動が推進されてきた。高齢者の見守り活動は、主に民生委員や訪問介護業者等が担い手となっている。

2 社会教育の役割から見た消費者教育の必要性

公民館、図書館をはじめとする社会教育施設は、地域の人々に最も身近な学習や交流の場としてこれまでも大きな役割を担ってきた。社会教育は、地域が抱える様々な教育課題への対応や社会の要請が高い分野の学習の機会の提供だけでなく、地域の学習拠点づくり等、以下のような役割を担っており、社会教育行政において積極的に消費者教育に取り組むことが求められる。

地方公共団体によっては、消費者教育は消費生活センターや消費者担当部局の担当者が取り組むべき問題で、社会教育の担当者は直接関係がないという認識も一部にはあるようである。消費生活センターや消費者担当部局は悪質商法等の被害防止等を主眼においた啓発の取組が中心となっているが、社会教育では継続的な学習活動を取り入れるなどの取組が考えられることから、たとえ、消費者担当部局等が地域の消費者に対する啓発活動を積極的に推進していたとしても、社会教育として取り組むことが重要である。今後は、地方公共団体の消費生活センターや消費者担当部局、民間団体、消費者団体等と連携し、社会教育の観点からも、積極的に消費者教育に取り組むことが求められる。

(1) 自立した消費者の育成

教育基本法第3条は、「国民一人一人が、自己の人格を磨き、豊かな人生を送ることができるよう、その生涯にわたって、あらゆる機会に、あらゆる場所において学習することができ、その成果を適切に生かすことのできる社会の実現が図られなければならない」と規定している。

消費生活に関して必要な情報を収集し、適切な意思決定や消費行動をとり、意見を表明し行動できる消費者を育成することは、学校教育だけで足りるものではなく、成人の学習として、社会教育においても推進することが求められる。

⁸ 文部科学省委託調査「消費者教育に関する取組状況調査」（平成22年）によると、消費者教育に関連した取組を教育委員会の予算で実施しているのはそれぞれ約1割となっている。教育委員会において、消費者教育に関して、今後、特に重点的に行いたいと考えている取組については、都道府県及び政令指定都市の約7割（66.7%）が、「学校における消費者教育の充実」を挙げており、次いで、「学校教職員への研修」（28.8%）となっている。「社会教育施設における消費者教育の充実」は10.6%となっている。

(2) 地域社会（コミュニティ）の基盤強化

地域社会における課題に対し、地域住民の力を統合して解決していくなど、自立した地域社会の形成が重要とされており、地方公共団体等においては、各個人の学習の支援だけでなく、地域社会の基盤強化につながる地域全体の教育力を向上する役割が社会教育として求められている。

消費者被害や消費者問題は、まさに地域が抱える課題であり、地域ニーズを把握し、地域の実情に精通した地域住民への学習機会を設け、学習者が習得した成果を地域社会へ還元することにより、課題の解決を図ることが可能となる。自立した地域社会を形成する役割として、社会教育における取組が求められる。

3 社会教育における消費者教育の取組の方向性

(1) 社会教育における消費者教育の内容及び方法

ア 消費者教育の担い手の養成

高齢者を「社会の弱者」としてとらえるのではなく、消費生活に係る地域活動の担い手として積極的に位置付け、高齢者自身が消費生活に関する知識を習得することに加え、地域社会において地域の人々がお互いを見守るという観点からも、訪問や声かけ、出前講座等による啓発を行うことが可能である。このような地域住民の活動が地域のつながりを形成し、地域社会（コミュニティ）の活性化に資することにつながる。

例えば、消費生活に係る連続講座を企画した際に、学習しただけで終わらせるのではなく、講座修了者による組織的な自主活動を支援し、出前講座の講師等の活動を開始するようになるなど、住民一人一人が学習した成果を地域社会のために活かす仕組みづくりが考えられる。これにより、住民の地域社会への貢献や地域社会づくりへの意識を高めることも可能となる。

この学習成果の社会還元の仕組みづくりは、新規に取り組むほか、既存の地縁団体、グループ等、地域活動を行っている団体と連携して実施することが考えられる。例えば、消費生活にかかわる活動を行う女性団体等の社会教育関係団体と連携し、連続講座等の企画を行い、講座修了後は当該団体への任意の参加を提示することなどが考えられる。

また、養成した担い手が、その後も継続的に活動できるように、活動の場の提供等を行うなどの支援をすることも重要である。

担い手の養成に際しては、地方公共団体の消費生活センターや消費者担当部局、民間団体、消費者団体等と連携し、これらの機関・団体が有する人的・知的資源を活かすことが不可欠である。

イ 総合的、継続的な学習機会の提供

学習意欲の高い高齢者を対象とし、地方公共団体において、高齢者大学等の名称により、総合的なテーマで継続的な学習機会の提供がなされている。これらの総合的、継続的な学習では、高齢者の生活の質を高めるための教育がなされていることから、消費者問題においても単なる啓発にとどまらず、消費生活や持続可能な社会づくりを踏まえた学習が考えられる。

これらの学習機会の提供は、高齢者の仲間づくりや社会参画の促進のために実施されることもあるが、消費者にかかわる課題等、地域の身近な課題を解決することについて取り上げ

ることもある。しかし、消費者問題に関しては、身近なテーマであるにもかかわらず、参加者が集まりにくいという問題も抱えており、より多くの学習機会を作る観点から、参加者の興味・関心を引きつける他の活動と組み合わせたり、各種の学習会や集まりに組み込むなどの工夫が必要となる。

また、これらの学習機会の提供を、地域の大学等と連携して、大学等のキャンパスにおいて実施することも考えられる。大学等と連携する利点は、教育研究機関の有する資源を活用し、より専門性の高い内容が可能となることだけでなく、大学等のキャンパスという学習環境により、学習者の意欲が高まることが考えられることである。

連携先としては、地方公共団体の消費生活センターや消費者担当部局、民間団体、消費者団体、企業、大学等が考えられる。

社会教育に関する専門的・技術的な助言・指導に当たる社会教育主事においては、消費者教育に関し、社会教育施設等が、地方公共団体の消費生活センターや消費者担当部局、民間団体、大学等と連携するためのコーディネーターの役割を担うことが期待される。社会教育主事講習においても、消費者教育に関する内容を充実させていくことが望まれる。

ウ アウトリーチによる学習機会の提供

70歳代後半の高齢者は、外出の頻度が低くなる傾向がある⁹。これらの高齢者については、社会教育施設に出向いてもらう従来型の学習機会の提供だけでなく、高齢者のところに出向き、双方向のコミュニケーションをとる「アウトリーチ」の手法が有効である。「アウトリーチ」とは、「手を伸ばす、差し伸べる」という意味で、単に知識や情報を発信するのではなく、双方向的な対話を通じて、ニーズを共有するとともに、信頼関係を築き支援を行うことである。戸別訪問はもちろんのこと、町内会や介護予防教室等、地域の高齢者が集まる場所に出向いていき、地方公共団体の消費生活センターや消費者担当部局、民間団体、消費者団体等の協力を得て、高齢者を対象とした悪質商法や困ったときの対処法等を啓発することが考えられる。

また、社会教育担当部局が地方公共団体の消費生活センターや消費者担当部局、福祉部局等と協働し、民生委員や配食サービスを行う民間団体等、日頃から高齢者の戸別訪問を行っている支援者に対して研修を実施し、これらの支援者に高齢者への啓発を依頼すること等も考えられる。例えば、リーフレット等を配布する際に、機械的に各戸に投げ込むよりも、信頼している支援者から、説明を添えて手渡しされる方が内容を読んでもらえる確率は高くなる。これらの支援者への研修は、支援者自身の消費者教育の機会にもなる。

(2) 社会教育における消費者教育の留意事項

ア 学習意欲の向上に向けた動機付け及び学習方法の工夫

学習意欲を高めるとともに、学習した内容を定着させるためには、学習内容をより分かり

⁹ 内閣府「高齢者の地域におけるライフスタイルに関する調査結果」(平成21年)によると、外出している頻度について、60歳代は約7割が「ほぼ毎日」と回答しているのに対し、75歳から79歳では53.8%、80歳以上では37.3%と、年齢層が高くなるほど「ほぼ毎日」が低くなっている。

やすく、より強く印象に残るように学習者に提示し、理解を深めることが重要である。

そのためには、受動的な講義主体の学習よりも、クイズ形式、替え歌、ロールプレイング等、参加型の学習の中に「遊び」の要素を取り入れたり、実際に起きた身近な事例等を取り上げたりすることにより、学習者の関心を高め、学習内容の定着を図ることができる。

また、学習した内容を別の者に伝えるような仕組みを取り入れることで、学習者の参加態度が変化し、修了後に学習内容を復習するなどが考えられ、その定着が見込まれる。

イ 男女の生活実態、意識等の違いに配慮したきめ細かな消費者教育の推進

全国の消費生活センターに寄せられた消費生活相談については、男女別や年齢別の分析が行われ、消費者問題によっては男女差が大きく出ている。振り込め詐欺等については、特に高齢女性の被害の割合が高い。一人暮らしの高齢者は、圧倒的に女性が多く、相対的貧困率¹⁰は女性の高齢単身世帯で高いが、一方で、男性の高齢単身世帯では、家族のネットワークが弱いことに加え、家族以外との交流も希薄で、話し相手や相談相手がないなど、地域で孤立しやすい状況にある¹¹。

高齢期における生活状況は、若い時期からの働き方や家族関係、能力開発、生活習慣等の蓄積に負う面が大きく、これまでの人生における社会的経験や知識を活かし、男女差にも配慮したきめ細かな消費者教育を推進することが重要である。

¹⁰相対的貧困率は、等価世帯所得が全人口の中央値の50%未満である人の割合。内閣府「生活困難を抱える男女に関する検討会」による厚生労働省「国民生活基礎調査」（平成19年）の特別集計によると、ほとんどの年齢層において男性に比べて女性の方が相対的貧困率が高く、その差は高齢期になるとさらに広がっている。

¹¹内閣府「高齢男女の自立した生活に関する調査」（平成20年）によると、単身世帯の55～64歳男性は、ふだん話したり連絡をとっている相手として「別居の息子」「別居の娘」を挙げる割合が他の世帯、年齢に比べ少ない。「ふだんから話し相手や相談相手がいる」は、男性より女性に多く、「ふだんから話し相手や相談相手がない」は、単身世帯の男性の4人に1人が感じている。

平成22年4月15日
生涯学習政策局長決定

「消費者教育推進委員会」設置要綱

1. 趣旨

消費者教育に関しては、学校教育では中学校の技術・家庭科や高等学校の家庭科等で行われており、社会教育では公民館等の社会教育施設で学習機会の提供が行われているが、その効果が十分ではないという指摘がある。

このため、学校教育及び社会教育における消費者教育の在り方について検討を行うとともに、大学及び社会教育において消費者教育を行う際の教育指針を作成するため、消費者教育推進委員会を設置する。

2. 実施事項

- (1) 消費者教育の在り方について検討
- (2) 大学及び社会教育において消費者教育を行う際の教育指針を作成
- (3) 消費者教育の試行的実施による効果検証
- (4) その他

3. 実施方法

- (1) 本委員会は別紙の消費者教育に関する有識者等で構成し、2に掲げる事項について検討を行うものとする。なお、必要に応じて、委員会委員以外の者の協力を得ることができるものとする。
- (2) 消費者教育推進事業を推進するにあたって、具体的な事項を検討するために、本委員会の下に部会等を設置することができる。

4. 設置期間

平成22年4月15日から平成23年3月31日までとする。

5. 庶務

委員会の庶務は、生涯学習政策局男女共同参画学習課において処理する。

(別紙)

消費者教育推進委員会委員

【消費者教育推進委員会】

阿南 久	全国消費者団体連絡会事務局長
※ 上村 協子	東京家政学院大学家政学部長
齋藤 伸郎	消費者庁参事官
富岡 秀夫	財団法人消費者教育支援センター専務理事
◎ 西村 隆男	横浜国立大学教育人間科学部教授
※ 萩原なつ子	立教大学大学院 21 世紀社会デザイン研究科教授
矢野 由美	東京大学本部統括長

【大学部会】

※ 上村 協子	東京家政学院大学大学院人間生活研究科教授・家政学部長
小玉 亮子	お茶の水女子大学大学院人間文化創成科学研究科准教授
重田 諭吉	横浜市立大学副学長
中川 壮一	財団法人消費者教育支援センター主任研究員
佐藤 一宏	立教大学学生部学生生活課長
宮下 幸一	桜美林大学副学長

【社会教育部会】

阿南 久	全国消費者団体連絡会事務局長
石渡戸真由美	社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 事業委員会副委員長
柿野 成美	財団法人消費者教育支援センター主任研究員
須黒真寿美	社団法人全国消費生活相談員協会消費生活専門相談員
夏目 智子	全国地域婦人団体連合協議会事務局長
※ 萩原なつ子	立教大学大学院 21 世紀社会デザイン研究科教授

(オブザーバー)

樋口 雅夫	国立教育政策研究所教育課程調査官
望月 昌代	国立教育政策研究所教育課程調査官

◎委員長 ※部会長

大学等における消費者教育の取組事例

平成 23 年 3 月 30 日

文部科学省生涯学習政策局

目 次

【啓発・相談】

明治大学（学生相談室による啓発及び法律相談）

宇都宮短期大学（夏休み前の啓発講座）

【初年次教育】

筑波大学（消費生活センターの出前講座を取り入れた授業）

東北大学（外部講師を活用した学生相談所による授業）

【教養教育】

北見工業大学（教養教育（法学）の授業科目）

京都産業大学（eラーニングによる教養教育）

【教員養成】

北海道教育大学（消費生活センターにおける講義・実験を含む必修科目）

三重大学（替え歌、カルタ作成等の能動的要素を加えた授業）

【自然科学系】

京都大学（農学部における関連科目）

滋賀医科大学（医学部医学科・看護学科における関連科目）

【専門教育】

横浜国立大学（ワークショップを活用した大学院教育）

新潟大学（外部講師を活用した金融に係る最新情報の提供）

岐阜大学（消費者及び職業人の育成を目指した授業）

名古屋文理大学（地域資源を活用したゼミ及びカフェ運営）

静岡大学（教育学部消費生活科学専攻（総合科学教育課程）の設置）

明治学院大学（法学部消費情報環境法学科の設置）

金城学院大学（人間生活学研究科消費者科学専攻の設置）

東京家政学院大学（家政学部現代家政学科消費者教育コースの設置）

【キャリア教育】

奈良女子大学（キャリア教育科目としての実施）

京都工芸繊維大学（キャリア教育科目の中で実施）

【地域貢献】

鳥取大学・鳥取環境大学・鳥取短期大学・米子工業高等専門学校

（鳥取県消費生活センターとの連携による公開講座）

岩手大学（地域の課題解決に向けた研究指導）

【サークル・自主活動】

埼玉大学・跡見学園女子大学・芝浦工業大学・淑徳大学・十文字学園女子大学

・大東文化大学・東洋大学・埼玉県立大学

（埼玉県内の大学が協力した不当表示広告調査）

桜美林大学（学生主催による消費者フェスタの開催）

学校名	明治大学		
分類	啓発・相談	取組	学生相談室による啓発及び法律相談
本事例の関係者			
学生支援事務室 学生相談事務室			
取組の概要			
<p>学生相談室のウェブサイトにおいて、悪質商法やクーリングオフ制度の情報を掲載しているほか、学生向けのポータルサイトにおいても適宜情報提供を行っている。</p> <p>新入生に対しては、オリエンテーション時に消費生活センター等について案内を行うほか、新入生に配布する学生便覧にも、消費者問題について1ページ程度記載している。</p> <p>学内における悪質な勧誘による被害を減らすために、注意喚起を行う構内放送を行っている。放送の結果、不審な勧誘に関する報告が増えており、一定の効果はあると考えている。</p> <p>学生相談室では、これまでに受けた相談等について、「一人暮らし」、「ワンクリック詐欺」、「ライフスタイル」等テーマ別に冊子を作成し、学生に配布している。また、各キャンパスにおいて1月に1回、本学出身の弁護士が学生の法律相談に対応している。</p> <p>都内の6つの私立大学（慶応大学、中央大学、法政大学、明治大学、立教大学、早稲田大学）のネットワークがあり、学生相談室の担当者と定期的に会合を持ち、情報交換を行っている。同じような規模の総合大学なので、消費者被害等についても似たような傾向があり、他大学の情報を参考に取組を行っている。</p>			

学校名	宇都宮短期大学		
分類	啓発・相談	取組	夏休み前の啓発講座
本事例の関係者			
担当教員（生活経済）			
取組の概要			
<p>長期にわたる夏季休暇中は、学生の生活をとりまく危険性はとりわけ大きくなる。そこで、本学では、夏休み中の学生生活の注意喚起のために毎年「夏休み前生活安全講話」を実施している。この講話は、学生が遭遇する可能性の高い犯罪や交通事故の安全教育、消費者教育を内容としたもので、毎年、夏休み直前に全学生を対象に行っているものである。</p> <p>なかでも消費者教育については、学生が狙われやすい悪質商法（キャッチセールス、アポイントメントセールス、マルチ商法、架空請求等）について説明するとともに、ドラマ仕立てのDVDを利用して実際の場面を紹介することで、学生が悪質商法についての知識を得られるようにしている。また、被害にあった場合の対応策（クーリングオフ）についても具体的に説明することで学生自身が夏休み中の悪質商法の被害を未然に防げるようにしている。</p> <p>その他、消費者教育に関する取り組みでは、4月の入学時・進級時に配布する冊子「学生生活」に学生生活に関する項目の一つとして掲載、悪質商法への注意喚起を促している。</p> <p>また、授業科目「生活科学」の中においても、自立した消費者の育成を目指して、一連の消費者教育を実施している。</p>			

学校名	筑波大学		
分類	初年次	取組	消費生活センターの出前講座を取り入れた授業
本事例の関係者			
担当教員（クラス担任） 学生部学生生活課 つくば市消費生活センター 社団法人全国消費生活相談員協会 独立行政法人国民生活センター			
取組の概要			
<p>授業科目名は「フレッシュマン・セミナー」。全学群1年生を対象とした必修科目（1単位）。10コマのうち1コマを学生部学生生活課が担当し、学生生活を安全に過ごすための講座としている。</p> <p>授業では、前半は学生生活課により防犯、飲酒、宗教勧誘等について注意喚起し、後半の約30分は、つくば市消費生活センター相談員による「消費者力をつけよう」と題した講演となっている。</p> <p>当授業は、(独)国民生活センターが(社)全国消費生活相談員協会に委託している「消費者問題出前講座」として依頼しており、消費生活センター相談員の講師料及び交通費は、大学では負担していない。</p>			

学校名	東北大学		
分類	初年次	取組	外部講師を活用した学生相談所による授業
本事例の関係者			
担当教員（心理学） 学生相談所 宮城県金融広報委員会			
取組の概要			
<p>授業科目名は「学生生活概論」。全学部1年生を対象とした選択科目（2単位）。学生相談所により、学生が大学生活で直面する様々な危機的問題・トラブルに対処あるいは予防するための知識を学習することを目的としている。</p> <p>学生相談所では、学業、将来の進路、人間関係、性格、心の健康など、学生生活上のさまざまな悩みに関して相談に応じている。</p> <p>本科目は、学生相談所のスタッフが講師となり、学生相談（カウンセリング）の経験に基づいた講義を行う。内容としては、①学生相談の役割、②学生の消費者被害とその心理的メカニズム、③カルト宗教、④ドラッグ（大麻等）、⑤コミュニケーションスキル、⑥ハラスメント、⑦ストレスの管理方法、⑧ライフ・キャリアデザインを含む。</p> <p>14コマのうち1コマを、宮城県金融広報委員会から講師を招き、「かしこい消費者になるために」というテーマで、悪質商法、マルチ商法、契約トラブル、携帯、ネットのトラブル等について講義を行っている。</p>			

学校名	北見工業大学		
分類	教養教育	取組	教養教育（法学）の授業科目
本事例の関係者			
担当教員（基礎法学、政治学）			
取組の概要			
<p>授業科目名は「法学入門」。全学部1年生を対象とした選択科目（2単位）。学生は、「哲学入門」「倫理学入門」「経済学入門」「法学入門」の4科目から、前期に1科目、後期に1科目履修しなければならない。</p> <p>本科目では、身の回りの出来事を事例に、法的な問題を解説し、法を知り使いこなす力（リーガル・リテラシー）と法的なものの方（リーガル・マインド）を身に付けることを目指す。</p> <p>全15回の授業内容は以下のとおり。</p> <p>①法とは何か、②悪質商法と法、③消費生活と法、④アルバイトと法、⑤就職と法、⑥結婚・離婚と法、⑦男女平等と法、⑧交通事故と法、⑨ドラッグ・売買春と法、⑩少年事件と法、⑪犯罪と法、⑫修復的司法、⑬人の誕生と法、⑭人の死と法、⑮まとめ（法とは何か再論）</p>			

学校名	京都産業大学		
分類	教養教育	取組	eラーニングによる教養教育
本事例の関係者			
担当教員（民法）			
取組の概要			
<p>授業科目名は「消費者取引と大学生」。全学部1年生を対象とした選択科目（2単位）。</p> <p>本科目では、社会生活における法的取引を支える諸制度について、制度の概要を、それを支える法的原理・価値判断にまでさかのぼって説明を行うことで、社会人として身に付けるべき法的基礎知識を修得することを目指す。その際、学生にとっても他人事とは言えない悪質商法を1つの切り口とし、自分自身が被害を避けるための適切な措置をとり、あるいは他人に助言を与えたりすることができるようになることも目的とする。</p> <p>本科目は、フルeラーニング科目で、教員による講義はすべてインターネット上のLMS（Learning Management System: 学習管理システム）を通じたビデオ配信によって行われ、課題の提出やそれに対するフィードバックもすべてインターネットによって行われる。</p> <p>内容としては、①契約制度（成立要件、効力否定要件）、②民事裁判・執行の手続きの流れ、③とりわけ大学生に被害の多い消費者取引の類型とそれに対する法的な保護手当を取り上げる。</p>			

学校名	北海道教育大学		
分類	教員養成	取組	消費生活センターにおける講義・実験を含む必修科目
本事例の関係者			
担当教員（家庭科教育、生活経営） 北海道立消費生活センター			
取組の概要			
<p>授業科目名は「消費生活経済論」。教育学部札幌校総合学習開発専攻の2、3年生を対象とした必修科目（2単位）。</p> <p>本科目では、国民経済と家計、消費生活についての基礎的事項及び現代的課題を学ぶことを通じ、学校教育における消費生活の学習について理解を深めることを目標としている。</p> <p>本科目は授業の4時間を北海道立消費生活センターの協力を得て実践しており、学生は、色料抽出実験・清涼飲料水の成分実験を通じ、商品の外観や表示などから適切な食品の選択することや、界面活性剤の性質実験によるドライクリーニング溶剤と水洗いの比較により、洗剤の種類 of 適切な選択をすることについて学ぶことができる。さらに、商品テスト室及び展示の見学、また実際の消費生活相談に触れることにより、消費生活問題をより身近にとらえることができる。</p> <p>これらのことにより、消費者として責任ある行動を身に付けさせるとともに、消費者教育を担う教員の養成を目指している。</p>			

学校名	三重大学		
分類	教員養成	取組	替え歌、カルタ作成等の能動的要素を加えた授業
本事例の関係者			
担当教員（家庭科教育） 三重県消費生活センター			
取組の概要			
<p>授業科目名は「消費者教育論」。教育学部学校教育教員養成課程家政教育コース（選択科目）の1年生及び生涯教育課程消費生活科学コース（必修科目）の1年生を対象とした科目（2単位）。</p> <p>本科目では、現代の消費生活や消費者問題に関する理解を深め、自立した消費者とは何かを考える。また、消費者教育の重要性を認識し、その基本的な知識を習得する。</p> <p>授業では、①現代の消費生活と課題、②消費者の権利と責任、③消費者教育の意義と必要性、④消費者教育の理念、内容、方法、⑤行政・学校・企業における消費者教育、⑥消費者教育と環境教育、⑦若者と消費者トラブル等を扱っている。</p> <p>なお、「⑤行政・学校・企業における消費者教育」のコマでは、三重県消費生活センターを見学、行政担当者からの講義を受ける。</p> <p>また、全15コマのうち4コマを、替え歌、消費者カルタの作成のための調べ学習を行うこととしている。これまでに作成した消費者カルタを、三重県消費生活センターに提供し、啓発教材として配布する予定となっている。</p>			

学校名	京都大学		
分類	自然科学	取組	農学部における関連科目
本事例の関係者			
担当教員（農業組織経営学ほか）			
取組の概要			
<p>授業科目名は「食・農学倫理」。農学部の3年生を対象とした選択科目（2単位）。</p> <p>食品や農業の分野において、食品安全をはじめとする社会事件が頻発するとともに、環境問題への対応も必要となっており、これらの領域における高い倫理の構築が求められている。また、食品や農業の分野の技術者・専門家集団が、高度な専門性、自己規制、公共善を有する専門職業として確立されることが求められており、そのためのプロフェッショナル・コードの構築とその修得が必要となっている。本科目では、農学部学生を対象にこれらについて解説する。6名の教員が授業を担当し、取り扱う課題は以下のとおり。</p> <p>①食にかかわる技術者のモラルとプロフェッション、②企業と責任、③倫理理論の基礎知識、④技術者と責任（道徳的自立、法への態度）、⑤安全への取組、⑥企業組織のなかの技術者－責任と権利－、⑦内部告発、⑧農業倫理・農業者倫理、⑨環境倫理、⑩情報倫理、⑪実験倫理、⑫多国籍企業／フェアトレード</p>			

学校名	滋賀医科大学		
分類	自然科学	取組	医学部医学科・看護学科における関連科目
本事例の関係者			
担当教員（法学）			
取組の概要			
<p>授業科目名は「法学」。医学科、看護学科の2年生を対象とした選択科目（2単位）。</p> <p>現代社会における様々な法律問題について、特に財産・取引や家族生活といった私法の分野を中心に、身近な素材例にして考える。ごく初歩的な法律知識の習得も目標とするが、それよりも、法律の世界でのものの考え方や問題解決の仕方を理解してもらうことや、法律の世界の全般の見取り図（どのような問題がどのような法律で扱われるか等）を頭に描けるようになることに重点をおく。その際に、情報社会や生命倫理といった現代的課題について、現行の法制度や法的思考方法が有する限界を確認することが重要と考える。扱うテーマは、社会生活にとって身近であり、また、医療従事者としても触れる機会が多いであろう民法等の分野が中心となる。この中で、不法行為や商法・消費者法、契約としての医療等について扱う。</p>			

学校名	横浜国立大学		
分類	専門教育	取組	ワークショップを活用した大学院教育
本事例の関係者			
担当教員（消費者教育） 日本消費者教育学会			
取組の概要			
<p>授業科目名は「消費者教育演習」。教育学研究科における専門演習（2単位）。市場の中における消費者として主体的に行動できるようになるための能力開発についてワークショップ等を通じて理解を深めることを目的としている。</p> <p>具体的には、消費者教育に関する概論を学んだ後に、ワークショップとして日本消費者教育学会の学生セミナーへの参加を義務付けている。これは国民生活センター等を会場として行われるもので、消費者問題、消費者法、消費生活に関する専門家（大学教員、弁護士、司法書士、消費者関連企業等）らによる基本講義に続いて、消費者教育関連の教材作成や消費者教育に関わる諸課題をテーマにしてグループ討議、およびアウトプットの作成を行うもので、アドバイザーとして参加大学の教員を各グループに配置している。専門分野の異なる他大学学生との交流も議論の幅が広がり効果を上げている。</p> <p>演習の総括としてレポートを課し、自らの消費者能力の向上や消費者教育の課題について論述させている。</p>			

学校名	新潟大学		
分類	専門教育	取組	外部講師を活用した金融に係る最新情報の提供
本事例の関係者			
担当教員（生活科学一般（生活経営学））		全国銀行協会	
日本銀行新潟支店		日本損害保険協会	
新潟県庁		投資信託協会	
取組の概要			
<p>授業科目名は「生活と経済」。教育学部生活科学課程の2年生を対象とした必修科目（2単位）。</p> <p>本科目では、暮らしに関する身近なテーマを題材に、生活を取り巻く金融や消費経済について学習する。具体的には、ローン・クレジット、金利と返済方法、多重債務や確定拠出年金、投資信託といった金融商品などである。</p> <p>金融や消費経済に関して基本的事項を学んだ上で、県内外から外部講師を招聘し、専門家の立場から最新の金融・消費経済について話をしていただく機会を設けている。過去5年の実績例としては、日銀新潟支店「学校における金融教育」、新潟県庁「データでみる新潟県」、全国銀行協会「銀行のディスクロージャー誌の見方」、日本損害保険協会「損害保険の基礎知識」や投資信託協会「投資信託の基礎知識」等である。</p>			

学校名	岐阜大学		
分類	専門教育	取組	消費者及び職業人の育成を目指した授業
本事例の関係者			
担当教員（経済学）			
取組の概要			
<p>授業科目名は「消費経済論」。地域科学部の3年生を対象とした選択科目（2単位）。</p> <p>3つの経済主体（家計、企業、行政）は、財とサービスの需要と供給、その循環を通じて関連しているが、「消費」の局面では家計のすべてが最終消費と結びついている。この家計の消費は、我々の生活の中身・実態をなすもので、「心豊かな生活の実現」と「持続的に発展する社会」の両立を保障する消費経済について深く論ずる(考え、行動できる力をつける)ことは、消費者および職業人の育成として極めて重要である。</p> <p>本科目は、消費経済の現状と課題について衣食住等の観点から取り上げるとともに、家計調査年報を読んで考えることや、①消費者金融・闇金、②消費経済と労働（不安定就業やリストラ、うつ病等）、③消費経済とジェンダー（男女共同参画社会）、④消費経済と資源・エネルギー（循環・廃棄）も取り上げる。</p>			

学校名	名古屋文理大学		
分類	専門教育	取組	地域資源を活用したゼミ及びカフェ運営
本事例の関係者			
担当教員（国際経済学） 愛知県内のフェアトレードショップ、カフェ 独立行政法人日本貿易振興機構アジア経済研究所 名古屋税関			
取組の概要			
<p>健康生活学部フードビジネス学科の2年生以上を対象とした専門演習（4単位）。食品と貿易、国際経済との関連から、平成21年度、22年度はフェアトレードをテーマとして取り上げている。</p> <p>文献購読のほか、学外研修として、①フェアトレード・コーヒーを扱っている「珈琲倶楽部」（愛知県尾張旭市）の店舗及び焙煎工房、②フェアトレードショップ「風's」（名古屋市）、③名古屋税関本関（名古屋市）、④独立行政法人日本貿易振興機構アジア経済研究所（千葉市）、④浜松市及び名古屋市のフェアトレードショップ（South Wind（田原飲料）、フェアビーンズ）を訪問し研修を実施。</p> <p>学園祭では、ゼミ展示として、「フェアトレード・カフェ」を運営。企画、資材調達、原価計算、展示パネル・配布物の作成等を学生が担当した。また、「名古屋文理ブレンド・フェアトレード・スペシャル」というブレンド豆を作り、学園祭等で販売した。</p>			

学校名	静岡大学		
分類	専門教育	取組	教育学部消費生活科学専攻(総合科学教育課程)の設置
本事例の関係者			
学長 教育学部長 担当教員			
取組の概要			
<p>消費生活科学専攻は、消費者問題に対応できるスペシャリストを養成するために、平成10年度に設置された。1年次には必修科目「消費生活科学基礎演習」の中で、日本消費者教育学会が主催する「消費者教育学生セミナー」に全員参加し、2年次には選択科目「消費者科学演習」において、消費者関連資格の受験対策を行い、3年次には必修科目「消費生活実習」の中で、消費生活センターなどでインターンシップを行っている。専攻の実績として、これまでに消費生活アドバイザーの学生合格者8名、消費生活専門相談員学生合格者10名を出している。また専攻内に大学公認の消費者問題に取り組む学生サークルがあり、静岡市消費生活審議会の傍聴や静岡市消費生活フェアへの出展、全国消費者フォーラムでの発表、地元の消費者団体である消費者問題ネットワークしずおかの支援によって、東京等で行われる消費者問題関係のセミナーやシンポジウムへの参加や調査活動も行っている。</p> <p>卒業後の進路としては、地元自治体の公務員や金融機関、運輸業、製造業、中学校・高等学校教員など、多岐にわたる業種へ就職している。近年では、地元自治体において、当専攻出身者が消費者行政部局に配属される場合が増えている。</p>			

学校名	明治学院大学		
分類	専門教育	取組	法学部消費情報環境法学科の設置
本事例の関係者			
学長 法学部長 消費情報環境法学科主任 担当教員			
取組の概要			
<p>消費者の権利や義務を理解するための「消費者法」、消費者と向きあっている企業の活動に関する法を理解するための「企業活動法」、消費者や企業がそこで活動する環境を保護するための法や政策を理解するための「環境法」、この3つの法群を「現代」の「法」という視点から把握する。それぞれの法群を学ぶことで、社会の変化を敏感にとらえ、バランスのとれた判断力が養うことが可能となる。本学科では、ノートパソコンを積極的に活用し、情報化時代にふさわしい情報活用能力を身に付けることも目的としている。</p> <p>卒業生の進路としては、金融、保険、商社・流通など、多岐にわたる業種へ就職している。また、コンピュータ技術と環境の科学的メカニズムに関する知識と理解を備えていることから、従来は理系の進路と考えられていたIT関連、化学、薬品などの分野への就職率も高まっている。法科大学院に進んで裁判官・弁護士・検察官などの法律専門家を目指す卒業生もいる。</p>			

学校名	金城学院大学		
分類	専門教育	取組	人間生活学研究科消費者科学専攻の設置
本事例の関係者			
学長 人間生活学研究科長 担当教員			
取組の概要			
<p>消費者科学専攻では、消費者をめぐる諸問題を理論的に解明するとともに、消費者関連の政策・行政・教育などのあり方を考えつつ、課題を解決し、さらに消費者の立場・視点から企業に科学的に提言できる人材を養成することを目的としている。</p> <p>消費者科学専攻のカリキュラムは、①消費者教育・消費者政策論の分野（消費者法学、生活経営学、生活経済学、家庭科教育、情報科学などの領域を含む）と、②生活一般の分野（健康栄養科学、生活薬科学、被服環境学、住環境学などの領域を含む）から構成されている。</p> <p>卒業後は、大学教員、研究所研究員などの研究職をはじめ、中・高家庭科教員（専修免許状取得可）、地方公共団体職員として採用され、また、金融関係や製造業など一般企業において消費生活アドバイザーの資格をいかした部署に配属されている。</p>			

学校名	東京家政学院大学		
分類	専門教育	取組	家政学部現代家政学科消費者教育コースの設置
本事例の関係者			
学長 家政学部長 担当教員			
財団法人消費者教育支援センター			
取組の概要			
<p>平成 21 年度、家政学部現代家政学科に消費者教育コースを設置し、持続可能（サステイナブル）な社会の形成に向けて、消費者と生産者の新しい関係性を築く「生産消費者」（プロシューマー）教育に取り組んでいる。</p> <p>大学における消費者教育の体系化として生まれた生産消費者教育は、生産者（プロデューサー）と消費者（コンシューマー）をつなぐ新しい家政学の考え方を基に、協働・連携をキーワードに、①つくる側とつかう側の分離を超え、②ライフキャリア教育と重ねた生涯学習として、③地域と連携した食と農の教育を行い、教育研究成果を地域社会に還元することを特色としている。</p> <p>町田市や相模原市との連携を進めてきたが、現代家政学科が千代田三番町で教育を展開することを契機に、生活文化の継承の視点を加えて消費者教育のネットワークを広げている。</p> <p>なお、当大学では学長を中心に、大学全体で、財団法人消費者教育支援センターの協力を得て、産学官民連携の取組を行っている。</p>			

学校名	奈良女子大学		
分類	キャリア教育	取組	キャリア教育科目としての実施
本事例の関係者			
担当教員（近畿財務局奈良財務事務所長ほか）			
取組の概要			
<p>授業科目名は「キャリアデザイン・ゼミナールC（3）」。全学部の1～4年生を対象とした科目で、1単位を付与する（※卒業要件外）。</p> <p>当大学では、卒業後の就職や進学などの将来設計について、基礎知識や情報収集能力・構想力を身につけ、各自のプランづくりに早期から取り組むための科目群として、「現代社会と職業」「専門職論」「キャリアデザイン・ゼミナール」から構成される「キャリア教育科目群」を設定している。「キャリアデザイン・ゼミナール」では、多彩な開講科目を提供し、スキルの習得（文章表現力・英語力・プレゼンテーション・ITなど）や実地体験（コミュニケーション力・問題発見力・企画力などを習得）を通じ、自分ならではの実践力をつけることとしており、その中の1つで「金融」を取り上げている。</p> <p>授業では、近畿財務局奈良財務事務所から講師を招き、金融やその背景となる経済・財政についての基礎知識等、自立した個人として、また将来社会人として生活を営んでいく上で必要な、「判断し自己責任において意思決定できる能力（＝金融経済リテラシー）」を身に付け、充実させることを目標としている。</p>			

学校名	京都工芸繊維大学		
分類	キャリア教育	取組	キャリア教育科目の中で実施
本事例の関係者			
担当教員（キャリアサポートディビジョン長） 京都経営者協会会員の企業経営者 京都弁護士会会員の弁護士 他			
取組の概要			
<p>授業科目名は「KIT キャリア教育」。全学部の1年生を対象とした選択科目（1単位）。</p> <p>本学の教育目標である国際的に活躍できる高度専門技術者について、将来目指すべき人物像を学生個々人が形成できるように、また卒業後の進路をより明確にできるように、専門分野ごとの近年の動向を具体的な事例や経験を踏まえて伝達することを目的としている。</p> <p>具体的な内容は以下のとおり。</p> <p>①本学卒業生・修了生の就職状況、②就職情報企業によるガイダンス、③企業経営者による講演、④悪質商法対策にかかる講演、⑤メンタルヘルス関係の講演、⑥学外工場見学・1日インターンシップ。</p>			

学校名	鳥取大学・鳥取環境大学・鳥取短期大学・米子工業高等専門学校		
分類	地域貢献	取組	鳥取県消費生活センターとの連携による公開講座
本事例の関係者			
担当教員 鳥取県消費生活センター			
取組の概要			
<p>鳥取県消費生活センターの委託事業として、県内4校の高等教育機関において、「くらしの経済・法律講座」を実施している。全14～15コマを半期で実施し、単位を付与するだけでなく、学生以外の受講生も公募し、10コマ以上の受講者には修了証を交付する。一般受講生の申込み、問い合わせ対応は、鳥取県消費生活センターが行う。米子工業高等専門学校については、4年生の選択科目となっている。</p> <p>授業は、消費生活センター、弁護士、中国財務局鳥取財務事務所、鳥取税務署、日本銀行鳥取事務所、独立行政法人製品評価技術基盤機構、金融広報アドバイザー等によるオムニバス形式で実施されており、各大学等の教員が担当する授業も含まれる。</p> <p>鳥取大学、鳥取環境大学は県東部、鳥取短期大学は中部、米子工業高等専門学校は西部に位置し、この4校で実施することで、全地域の県民と、県内すべての高等教育機関を網羅することができている。学生と県民が一緒に受講することで双方に良い意味での緊張感がもたらされ、相乗効果を高めるだけでなく、大学等にとっては地域貢献の機会となっている。</p>			

学校名	岩手大学		
分類	地域貢献	取組	地域の課題解決に向けた研究指導
本事例の関係者			
担当教員（法学） 岩手大学地域連携推進センター 盛岡市		盛岡市消費生活センター 岩手県消費者信用生活協同組合 岩手弁護士会	
取組の概要			
<p>地域の要請を受け、地域連携推進センターがアレンジ、財政的補助を行い、学内の教員、学生と協働して研究を行う「地域課題解決プログラム」として、盛岡市から提案された多重債務問題について人文社会科学部法学・経済課程において研究指導を行った。</p> <p>盛岡市消費生活センターから講師を招き学生の関心を高め、盛岡市主催のシンポジウムへの参加、消費生活センター、岩手県消費者信用生活協同組合、岩手県弁護士会へのヒアリング調査等を実施した。</p> <p>また、当大学にて弁護士による無料法律相談会を開催し、学生の教育に資するため学生も同席した。さらに、広く市民に向けたシンポジウムを当大学と盛岡市の主催で実施した。</p> <p>平成20年度は、3名の学生が卒業研究として消費者問題を取り上げ、成果発表会において、研究報告を行い、成果を地域に還元した。</p>			

学校名	埼玉大学・跡見学園女子大学・芝浦工業大学・淑徳大学・十文字学園女子大学・大東文化大学・東洋大学・埼玉県立大学		
分類	自主活動	取組	埼玉県内の大学が協力した不当表示広告調査
本事例の関係者			
全国大学生生活協同組合連合会 各大学生生活協同組合学生委員 埼玉県県民生活部消費生活課			
取組の概要			
<p>埼玉県県民生活部では、3年前より「大学・高校との連携による不当表示広告調査」に取り組んでいる。本調査は、不当表示に対する監視を強化するため、大学等と連携し、若者の目線から調査を実施し、違反事業者には是正指導を行い、不当表示による消費者被害の防止を図ることを目的としている。</p> <p>今年度の調査は、県内8大学（埼玉大学、跡見学園女子大学、埼玉県立大学、芝浦工業大学、淑徳大学、十文字学園女子大学、大東文化大学、東洋大学）と県立高校3校において実施され、大学については、各大学生生活協同組合の学生委員または研究室に所属している学生により調査が行われた。</p> <p>参加した大学生は45名で、各大学から不当表示広告と思われるものとして報告があった件数は74件、うち63件に景品表示法違反の疑いがあった（違反被疑率は約85%）。</p> <p>埼玉県は報告会を開催し、学校・グループ単位での成績優秀者の表彰、知事より感謝状の贈呈があった。</p>			

学校名	桜美林大学		
分類	自主活動	取組	学生主催による消費者フェスタの開催
本事例の関係者			
桜美林大学生生活協同組合学生委員会 社団法人全国消費生活相談員協会			
取組の概要			
<p>平成22年度の文部科学省「消費者教育推進事業」における消費者教育の試行の一環として、生活協同組合学生委員会が中心となり、学生主催による「消費者フェスタ」を開催した。</p> <p>社団法人全国消費生活相談員協会からの講師による講演だけでなく、自分たちで寸劇やクイズを実施したいとの提案があり、学生による寸劇とクイズが実施された。トラブルに巻き込まれる消費者の失敗を寸劇で披露し、またクイズを出して学生たちに消費者問題への関心を向けさせておいてから専門の講師による講演が行われたことで、学生の関心は高かったようである。クイズでは、点数の高かった者に賞品が手渡されたが、これも学生らの発案による。</p> <p>学生に周知し、関心を持たせるために、ポスターやチラシが作成されたが、これらも主催学生たちが自ら作成した。講座当日の司会進行や運営（講座前後のBGMや照明等）についても学生が主体的に行ったことで、親しみやすいプログラムと内容になった。</p>			

社会教育における消費者教育の取組事例

平成 2 3 年 3 月 3 0 日

文部科学省生涯学習政策局

目 次

【消費者教育の担い手養成】

杉並区（市民大学による啓発活動の担い手養成）

静岡県、静岡県地域女性団体連絡協議会（地域の女性団体を活用した啓発活動の実施）

世田谷区（地域住民を活用した啓発活動及び継続した自主学習活動の実施）

【総合的・継続的な学習機会の提供】

鳥取県（高等教育機関との連携による学習機会の提供）

【アウトリーチによる学習機会の提供】

福岡県福津市、NPO法人福岡食事サービスころっけ（配食サービスの戸別訪問による啓発活動）

福岡県、福岡ヤクルト販売株式会社等4社（企業の地域貢献活動としての啓発活動）

【その他】

香川県（市町教育委員会社会教育担当と連携した消費者教育）

自治体等	杉並区		
分類	担い手養成	取組	市民大学による啓発活動の担い手養成
本事例の関係者 （機関名・所属部署・肩書・氏名、等）			
杉並区立消費者センター、すぎなみ地域大学 消費生活サポーター グループ・スリーS			
取組の概要			
<p>杉並区では、すぎなみ地域大学を設置し、地域活動の担い手の養成講座（消費生活サポーター講座）を実施した。</p> <p>講座は約20回、毎週1回2時間、消費者被害を防止するための「基礎知識」と「教える技術」を学び、修了者は「消費生活サポーター」として、地域の高齢者等に対する啓発講座（出前講座）の講師や、消費者センターの講座企画・実施、啓発リーフレットの作成等に携わっている。生涯学習での学習成果をその後の社会貢献活動に活用する仕組みがあることが、継続的な学習活動の動機付けにもなっている。</p> <p>平成19年から21年までの3年間で、60人以上が消費生活サポーターとして登録され、平成21年度は計26回の出前講座の講師に延べ86人が従事した。</p> <p>また、「消費生活サポーター」が、講座終了後も自主的に学習するサークル「グループ・スリーS」を設立、継続した自主学習活動を行なっている。</p>			

自治体等	静岡県、静岡県地域女性団体連絡協議会		
分類	担い手養成	取組	地域の女性団体を活用した啓発活動の実施
本事例の関係者 （機関名・所属部署・肩書・氏名、等）			
静岡県 静岡県地域女性団体連絡協議会及び県内関連女性団体			
取組の概要			
<p>平成21年度に、静岡県地域女性団体連絡協議会（以下県女連）が、静岡県から「消費者被害防止啓発協働事業」を受託し、22年2月中旬から3月中旬の約1ヶ月間に、各地域の女性団体構成員が地域の高齢者の自宅や集会時に直接訪問してパンフレットを配付するという対面式で啓発を行なう活動を実施した。</p> <p>日常から地域に密着した活動を行なっている女性団体の会員の訪問活動により、約1ヶ月の間に計9,151人の高齢者宅を訪問等により、啓発資料を配付した。また、県女連の提案により訪問時にアンケート調査を実施、一対一の聞き取りにより、消費生活センター等への相談に現れない被害の実態が把握できた。</p> <p>平成22年度は、文部科学省の「消費者教育推進事業」における消費者教育の試行による効果検証を、県女連の構成団体である「はなみずきネットワーク清水」が中心となって実施し、会員自身が消費者啓発講座を受講した後、地域の高齢者を対象とした出前講座を実施した。事業終了後も、自発的に出前授業を継続し、地域での啓発活動に従事している。</p>			

自治体等	世田谷区		
分類	担い手養成	取組	地域住民を活用した啓発活動及び 継続した自主学習活動の実施
本事例の関係者 （機関名・所属部署・肩書・氏名、等）			
世田谷区生活文化部消費生活課 ひとえの会			
取組の概要			
<p>世田谷区消費生活課では、平成4年から「自立した消費者」の育成を図るために、総合的・体系的な学習の場として消費者カレッジを実施している。消費者カレッジでは講師を養成する講座を実施し、養成講座修了生の中から講座終了後も自主的に学習する「ひとえの会」を設立した。会員は、継続した自主学習活動を行ない、新しい知識の習得に努め、消費生活課の区民講師として登録している。</p> <p>出前講座は小・中・高等学校、大学、子育てサークル、町会、地域の学習会などに出向き、区民講師として区民の目線に立った情報をわかりやすく提供している。</p> <p>このような区と区民が協働して地域での消費者被害の拡大・未然防止を図る啓発活動が先駆的な取り組みとして各自治体や関係機関から評価されている。</p> <p>平成21年出前講座実施回数 83回 受講者 6,554名 区民講師登録 81名</p>			

自治体等	鳥取県		
分類	総合的・継続的な 学習機会の提供	取組	高等教育機関との連携による学習機会の提供
本事例の関係者 （機関名・所属部署・肩書・氏名、等）			
鳥取県消費生活センター 鳥取大学、鳥取環境大学、鳥取短期大学、米子工業高等専門学校			
取組の概要			
<p>鳥取県消費生活センターは、県内の4つの高等教育機関と連携し、「くらしの経済・法律講座」を開講している。</p> <p>講座は、全14～15回の専門的・体系的な消費者教育になっており、学生だけでなく、公開授業として、地域住民も受講することができる。当初から、若者の消費者被害の防止のための消費者教育講座という位置づけに加えて、地域住民を対象とした効果的な啓発講座として企画した事業であり、地域住民にとっては、高等教育機関で講義を受けられることが魅力となっている。1回の講義のみへの参加も可能であるが、参加者の多くが10回以上講義に出席している。また、地域住民が一緒に受講していることにより、学生の授業態度が改善されるという副次的な効果もあった。</p> <p>受講後、学習した知識をどう活かしてもらうかという課題はあるが、効果が期待できる取組のひとつであると考えられる。</p>			

自治体等	福岡県福津市、NPO 法人福間食事サービスころっけ		
分類	アウトリーチによる 学習機会の提供	取組	配食サービスの戸別訪問による啓発活動
本事例の関係者 （機関名・所属部署・肩書・氏名、等）			
福岡県福津市生活安全課 NPO 法人福間食事サービスころっけ			
取組の概要			
<p>福間食事サービスころっけは、福岡県福津市で、主に高齢者等へお弁当を作って届ける事業を行っている。ころっけは日々の配食活動を通して、地域の高齢者と接しており、状況に応じて地域の民生委員や福祉施設へ情報連絡等を行っている。</p> <p>平成22年度、文部科学省の消費者教育の試行による効果検証に参加し、NPO 法人職員、配達スタッフ等が啓発講座を受講し、日々配達している高齢者に対して、啓発資料を配布し注意喚起を行う活動を行った。</p> <p>日々接している NPO 法人職員、配達スタッフが訪問し啓発・情報提供を行うことで、公民館等で実施される啓発講座に参加できない高齢者等にも、情報伝達を行くことが出来、またこの取り組みを通して啓発活動を行う側の消費生活に関する意識も高まり地域への拡大が期待出来ることから、今後このような取り組みが他の地域にも広めることが望まれる。ころっけも今後、高齢者への啓発活動は続けたいと考えている。</p>			

自治体等	福岡県、福岡ヤクルト販売株式会社等 4 社		
分類	アウトリーチによる 学習機会の提供	取組	企業の地域貢献活動としての啓発活動
本事例の関係者 （機関名・所属部署・肩書・氏名、等）			
福岡県 福岡ヤクルト販売株式会社、久留米ヤクルト販売株式会社、北九州ヤクルト販売株式会社、中央福岡ヤクルト販売株式会社			
取組の概要			
<p>福岡県内のヤクルト販売会社各社では、従前から販売員が担当する地域の中での声かけなどの活動を行ってきたが、その一環として平成18年から「町の安全・安心サポート隊」と称して、販売員が配達の過程で把握できる高齢者や児童の情報を区役所に通報するなどの取組を行ってきた。</p> <p>この活動のひとつとして、福岡県消費生活センターからの依頼を受け、飲料等を定期購入している世帯を訪問する際に消費者啓発資料合計21,000部の配布を行った。企業がCSR活動の一環として消費者教育・啓発活動を実施している事例は多くあるが、こういったアウトリーチ型の啓発活動を実施している事例は少ない。しかし、地域に溶け込んだ活動を行っている企業は多く存在し、その活用は、今後の消費者教育の活性化のひとつの方向性であると考えられる。</p>			

自治体等	香川県		
分類	その他	取組	市町教育委員会社会教育担当と連携した消費者教育
本事例の関係者 （機関名・所属部署・肩書・氏名、等）			
香川県（消費生活センター） 香川県内の市町教育委員会社会教育主管課			
取組の概要			
<p>香川県消費生活センターでは、県内全域を対象として、生活設計情報教室「くらしのセミナー」「お年寄りのための消費者教室」等の啓発講座を実施している。平成21年度は219回の開催実績を持つ。</p> <p>地域住民を対象とした講座については、センターから、県内の各市町教育委員会の社会教育担当課等に連絡し、募集受付を行っている。講座の実施に係る費用は、会場費等を除き基本的に県が負担すること、各市町教育委員会等が独自に講師の人選・講座内容の企画を行うのは困難であることもあり、申込みは非常に多く、22年度は約270件の申請があり、講師の都合等から一部は断らざるを得なかったほど。県としても、市町教育委員会等と連携することで、地域住民に対する講座の実施機会を得ることができる。</p> <p>講座のテーマは40種類程度を企画・提示し、どのテーマの講座を希望するか申込時に申請してもらおう。テーマによっては、弁護士、警察など外部に講師を依頼する。これらの外部講師とは、長年の講座の実施を通じて協力を得る関係ができており、毎年円滑に講師を依頼している。</p>			