

5. 若年者の消費者教育について

・現状に対する見方

⇒これまでも成人年齢に達するときまでに必要な教育について考えても良かったはず(未成年者の契約取消を知っている未成年者はどれだけいるのか?)。

⇒但し、このような契機を活かして、消費者教育の充実につなげていけることは良い

・これまでとの違い 高校卒業時まで⇒高校までの教育内容が問われる

【検討すべき論点】

・現行学習指導要領や検定済教科書を見る限り、書かれている内容をしっかり習得できていれば、充分ではないか。

⇒つまり,上記が身につけていないという問題。

⇒なぜ、身につかないのか

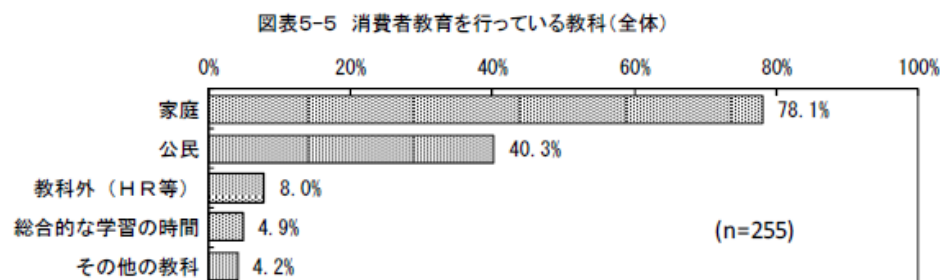
⇒時間数と内容・・・

【高等学校の現状例】

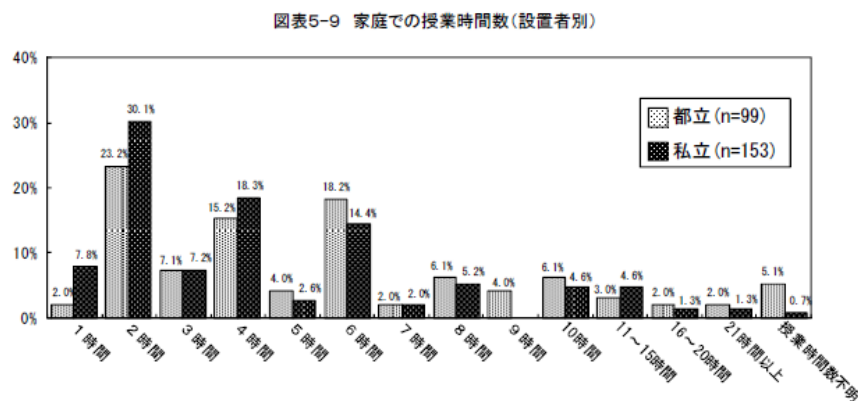
①2012年度 東京都「消費者教育に関する実施状況調査」の高校教員データから

(https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/chousa/chousa_etc/shouhisyakyouiku_joukyouchousa.html 2016.3.30)

a. 家庭科では78%で消費者教育を実施

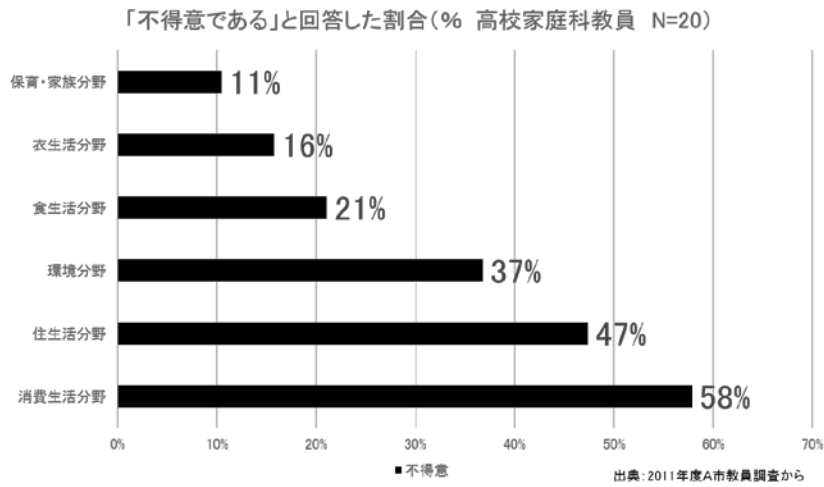


b. 授業時間数は2時間が最も多い。4時間以下は56% (全国では2単位科目である「家庭基礎」77%(2015年度))。

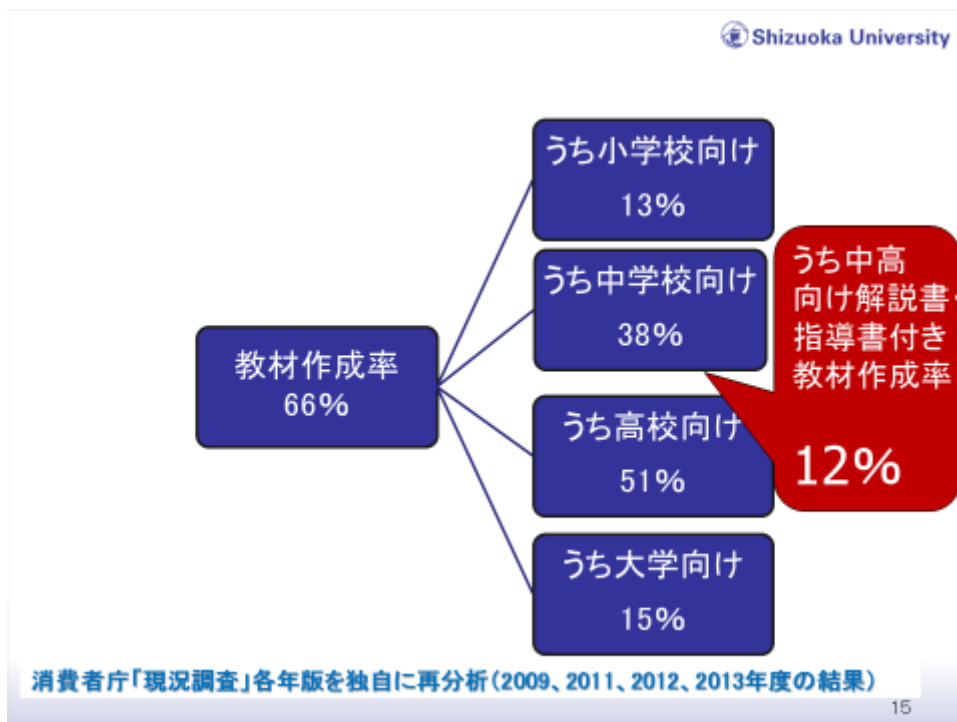


②2011 年度 A 市教員調査（色川研究室）から

a 消費生活領域が相対的に不得意



③都道府県庁が作成した副教材のうち、指導書までついていたのは、1 割程度



【具体的方策の提案】

①授業がしっかり行われるための方策

⇒時間数の確保

⇒教員の意識を高める（自信を持って教えられる得意な教員を増やす）

⇒悉皆教員研修の充実（初任者研修、十年研修、教員免許更新講習の必修領域等）

⇒免許外教員に対する研修の充実（必ず消費者教育部分を入れる）

⇒大学の教員養成課程における科目の充実（免許必修科目と専攻必修科目）

⇒外部講師の利用

⇒外部講師を導入するためのハンドブックの準備

⇒「消費者教育コーディネーター」が関わることによる現場教員の負担軽減

②副教材の充実

⇒各地方公共団体で作成された副教材のうち、非常に有用なものについては、国が買い取って全国に配布する。配布の仕方も重要（「適切な教材がない」という回答も多い）。

③消費者教育の体系イメージマップを学習指導要領と連動させるとともに、どこを優先的に教えるべきか、ガイドラインも示す必要性

⇒全部は教えられないので、その場合にどこを優先的に教えるべきか

④学校における消費者教育の全国調査を実施する

⇒地方ではいくつか実施されているのが、国レベルでは、内閣府が2001年に実施したものだけではないか？

6. おわりに

・現状は、消費者庁設置や消費者教育推進法の制定等により、歴史的にも例がないほど消費者教育を推進する流れが出てきており、とりわけ学校に対する消費者教育施策が推進されているが、まだ入り口にあると考えている。

・消費者教育の推進には、量も質も必要である。

・若年者の消費者教育に問われていることは、まず第1に、学習指導要領や教科書等に書かれていることをしっかり教えられる状況にすること

・「箱物行政」ではなく、事後の普及も考慮した堅実で持続的な取り組みを。

⇒イベントをやって終了、副教材を作成して終了ではなく、その後の取り組みこそ重要（こういう取り組みこそ、「先駆的事業」として評価すべきではないか）

⇒例えば、副教材を利用してもらえるように講習会等を開き、実際に利用して下さった先生の授業を参観させていただき、先生のご意見、生徒の感想などを伺って、学習指導案の作成や次の改訂に活かしていくこと。

・消費者教育の推進には、行政と関係機関だけでなく、事業者、消費者団体、消費者という全てのアクターが有機的に結びつき、推進していくという自覚と実践が必要。