

若年層を中心とした消費者教育の 効果的な推進に関する提言(案)

平成28年6月
消費者委員会

はじめに

消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階で行われるべきものであるが、特に若年層は消費者問題に係る知識や社会経験の乏しさから消費者問題に係る犯罪の加害者になることもあり、また、成年年齢が引き下げられた場合には、高校生であっても契約責任を負うことが考えられることなどから、**若年層の消費者教育はより重要になる。**

第1 若年層の消費者を対象とした消費者教育の現状

1 国における取組

消費者庁

消費者教育推進会議、消費者教育ポータルサイト 等

文部科学省

連携・協働による消費者教育推進事業、学習指導要領における消費者教育 等

2 地方公共団体における取組

消費者教育推進地域協議会、都道府県消費者教育推進計画等、コーディネーター 等

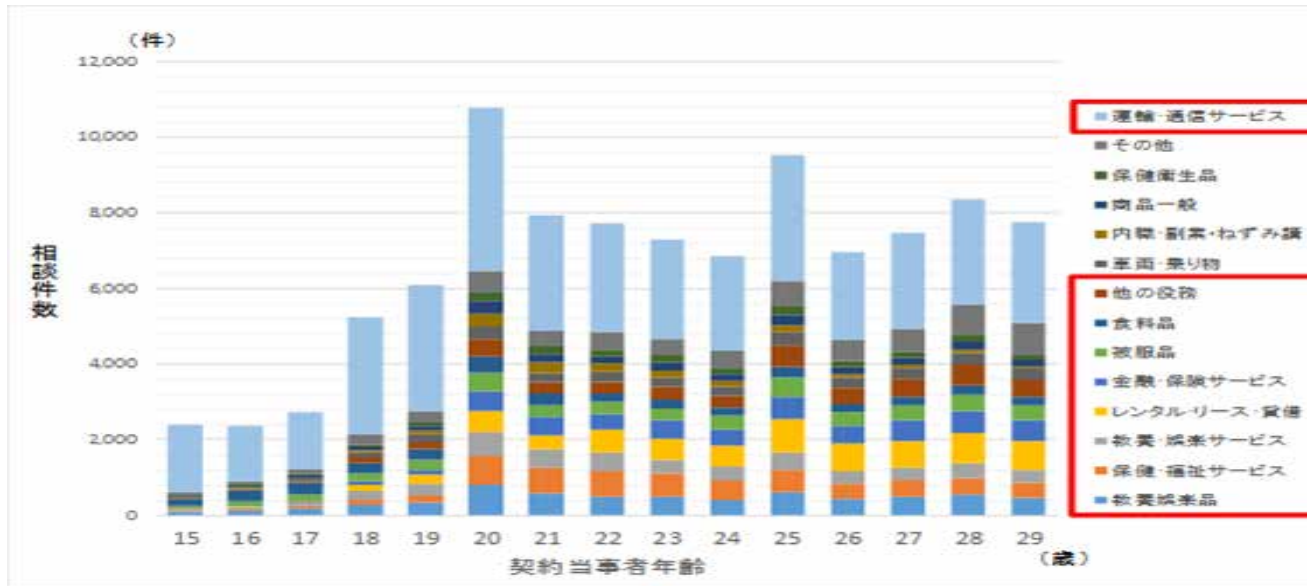
3 関係団体等における取組

消費者団体や事業者団体による学校等の場での消費者教育 等

第2 若年層を対象とした消費者教育の取組事例

1 若年層の消費者における消費者問題の状況

PIO-NET(全国消費生活情報ネットワークシステム)に登録された相談データによると、**18歳や20歳といった就職や大学入学等による環境変化、成年年齢に達する時に相談件数が増加する傾向**が認められる。



金融・保険サービス（ローン関係）、保健・福祉サービス（エステの契約関係）の増加率が高い。

2 若年層の消費者教育の取組

相談員・NPO等による出前授業、ロールプレイング等の生徒参加型授業、高校の選択科目での詳細な教育、企業の専門的知識を活かした特別支援学校の取組、大学の教育課程や入学時オリエンテーションの活用

第3 若年層の消費者教育に関する調査

1 学校における消費者教育に関するヒアリング

大学・大学院生にこれまでに受けてきた消費者教育、印象に残っている授業内容等につきヒアリングを実施

- 「消費者教育」という言葉は具体的なイメージがつかみにくい
- 大きな消費者問題があった際にそれを取り扱った授業はよく覚えている
- クーリング・オフという言葉を知った記憶から家族と相談してトラブルに対応できた
- 生活に関するマークやサイトの利用規約が分かる教育が受けたい
- 高額被害でないと消費生活センターに相談してはいけないという印象
- 消費生活センターに相談しようと検索したら多数表示されてどこに相談してよいか分からなかった

2 ヒアリング結果(まとめ)

- (1) 小学校等からの**反復・継続的消費者教育**が重要。学校卒業後も大学や職場等様々な場で教育を。
- (2) インターネットの適切な利用等、**児童生徒の発達段階に応じた情報モラル教育**の充実。大学入学や就職等を踏まえ**高校卒業までに貸借等の契約の基礎知識、クレジットカードの仕組み**を教える。
- (3) 生徒に身近な事案、社会的関心の高いもの等は**生徒が興味をもって聞ける**ことが期待できる。
- (4) **消費者被害に遭った時の相談先や相談先の利用方法**を知っていることが重要。「188」や消費生活センターでの相談内容を盛り込む。

第4 コーディネーターの活用による学校における消費者教育の充実

消費者教育を効率的・適切に行うためには**消費者教育を担う多様な関係者との連携等が望まれる**。消費者教育専門の**コーディネーターによる関係者間の連携促進によって学校教育における消費者教育の一層の充実を図る**ことが考えられる。

取組例：「岡山県消費者教育コーディネーター」「千葉県柏市消費者教育相談員」

第5 提言

- 学習指導要領改訂の際、消費者教育を学校教育に取り入れ(平成元年)
- 消費者教育推進法制定(平成24年)
- 消費者教育に関する全国レベルの調査は平成19年度国民生活選好度調査を最後に行われていない

- 就職や進学などで生活環境が大きく変わる18歳頃を境に必要な知識も変化
- 若年層自身を知りたいことは多岐にわたる

1 消費者教育に関する実態調査の実施

消費者庁は、文部科学省等の関係行政機関と調整の上、これまでの消費者教育の取組により若年層の知識等にどのように変化が見られるか等について実態を把握し、今後の消費者教育の推進に生かしていくべきである。

実態調査を行うに当たっては、可能な限り以下の点について留意すること。

・消費者問題等に関する知識をどの程度身につけているかだけでなく、知識に基づき取った行動内容の把握

・これまで消費者教育として行ってきた方策がどのような効果を上げているか明らかにすること

2 若年層の消費活動や消費者問題を踏まえた消費者教育の実施

消費者庁及び文部科学省は関係行政機関と調整の上、18歳前後の消費者が直面する消費者問題の実態やニーズに応じた消費者教育を実施すべきである。

第5 提言

- 出前授業の担い手や関連教材に関する教職員への情報提供が不十分
- 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」ではコーディネーターを消費者市民社会形成の推進役としての重要な役割を果たす者と位置付け
- コーディネーターを設置している地方公共団体は限定的

3 コーディネーターの設置・活動の促進

- (1) 消費者庁は、コーディネーターの設置が促進され、その活動を充実させるため、必要な支援を行うこと
具体的な支援としては、以下のものが考えられる
 - ・消費生活相談員、NPO法人等で消費者教育に携わっていた者等の幅広い分野から人材を求め、必要な研修を実施すること
 - ・コーディネーターの育成に有用な教材を作成・配布すること
 - ・コーディネーターが活動していく上で参考となる事例集の作成・配布、コーディネーターが交流できるような機会を設けること
- (2) 消費者庁及び文部科学省は、コーディネーターが消費者行政担当部局だけでなく、学校又は教育委員会とも意思の疎通が容易に図れるよう取り組むべきである。
- (3) 消費者庁は、地方公共団体がコーディネーターの役割を十分に理解し、コーディネーターが継続的に活動できるよう、地方公共団体内の役職としての位置付けを明確にするよう取り組むべきである。