

平成28年度「消費者教育に関する取組状況調査」 調査結果の概要について

文部科学省生涯学習政策局
男女共同参画学習課



消費者教育に関する取組状況調査の概要

<調査目的>

平成24年12月、消費者教育推進法が施行、平成25年6月には本法律を受けて「消費者教育の推進に関する基本的な方針」が閣議決定された。国全体として、消費者教育に関する施策を推進することが一層求められている。

このような状況を受け、消費者教育をめぐる最近の状況も踏まえた課題を把握するため、調査を実施する。また先進的な事例を収集することで、習得した知識が具体的な行動に結びつくような消費者教育の内容の基礎資料とする。

(※これまで平成22年度、平成25年度に実施)

<調査の概要> ※調査時点：平成28年6月1日

(1)教育委員会調査

●調査対象

全国都道府県教育委員会及び市町村教育委員会

●主な調査内容

- ・消費者関連部局等との連携について
- ・社会教育関連の取組について
- ・学校教育関連の取組について
- ・今後の取組・課題について

●回答数

	配布数	回収数	回収率
都道府県教育委員会	47件	45件	95.7%
政令指定都市教育委員会	20件	18件	90.0%
市区町村教育委員会	1,717件	1,103件	64.2%
合計	1,784件	1,166件	65.3%

(2)大学等調査

●調査対象

全国の国公立の大学・短期大学・高等専門学校

●主な調査内容

- ・学生・教職員に対する消費者問題に関する啓発・情報提供について
- ・大学等において実施している消費者教育の取組について
- ・他機関との連携状況
- ・今後の取組・課題について

●回答数

	配布数	回収数	回収率
大学	782件	634件	81.1%
短期大学	343件	230件	67.1%
高等専門学校	57件	44件	77.2%
合計	1,182件	908件	76.7%

(3)事例調査

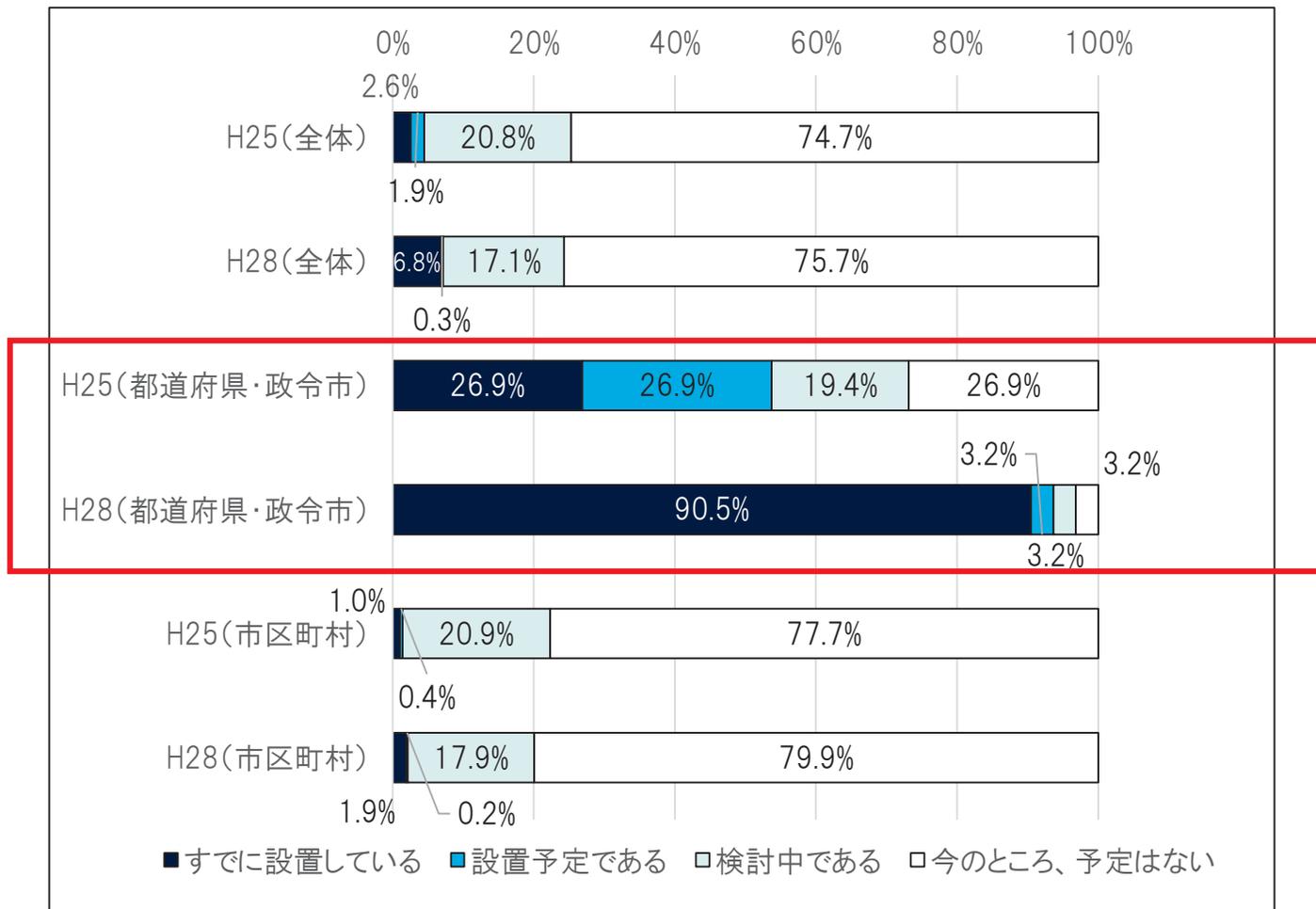
アンケートに回答した教育委員会、大学に対し、消費者教育に関する積極的な取組を行っている事例について、ヒアリング調査を実施し、取組の詳細について把握。

1. 教育委員会調査について

I. 消費者行政部局、消費者団体、企業等との連携状況について

(1) 消費者教育推進地域協議会の設置状況

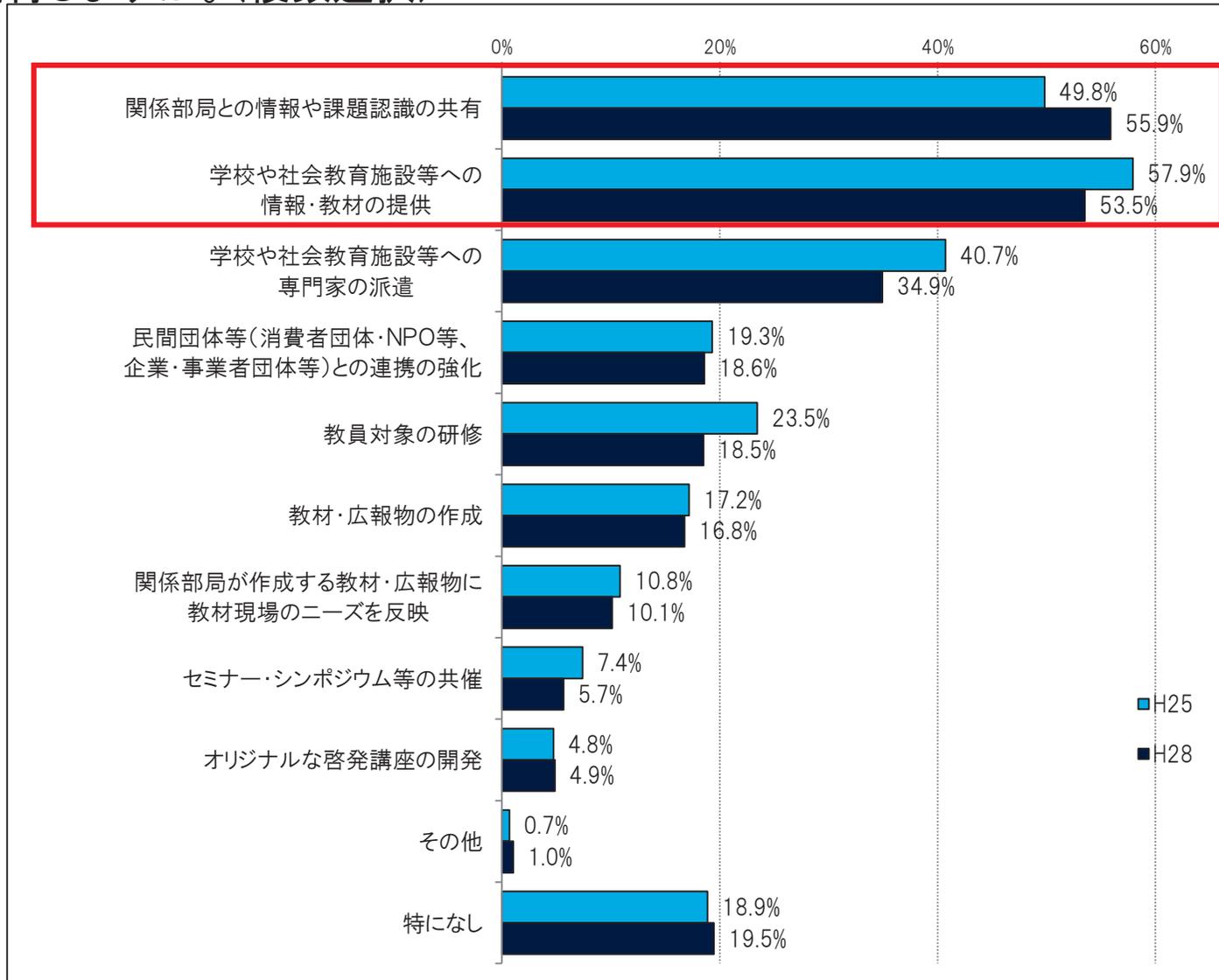
問 消費者教育推進地域協議会について、設置していますか。



平成28年度の特徴は、**都道府県・政令市の「既に設置している（90.5%）」**が平成25年度（26.9%）に比べ、**3.4倍に増加している。**

(2) 地域協議会等に期待する役割

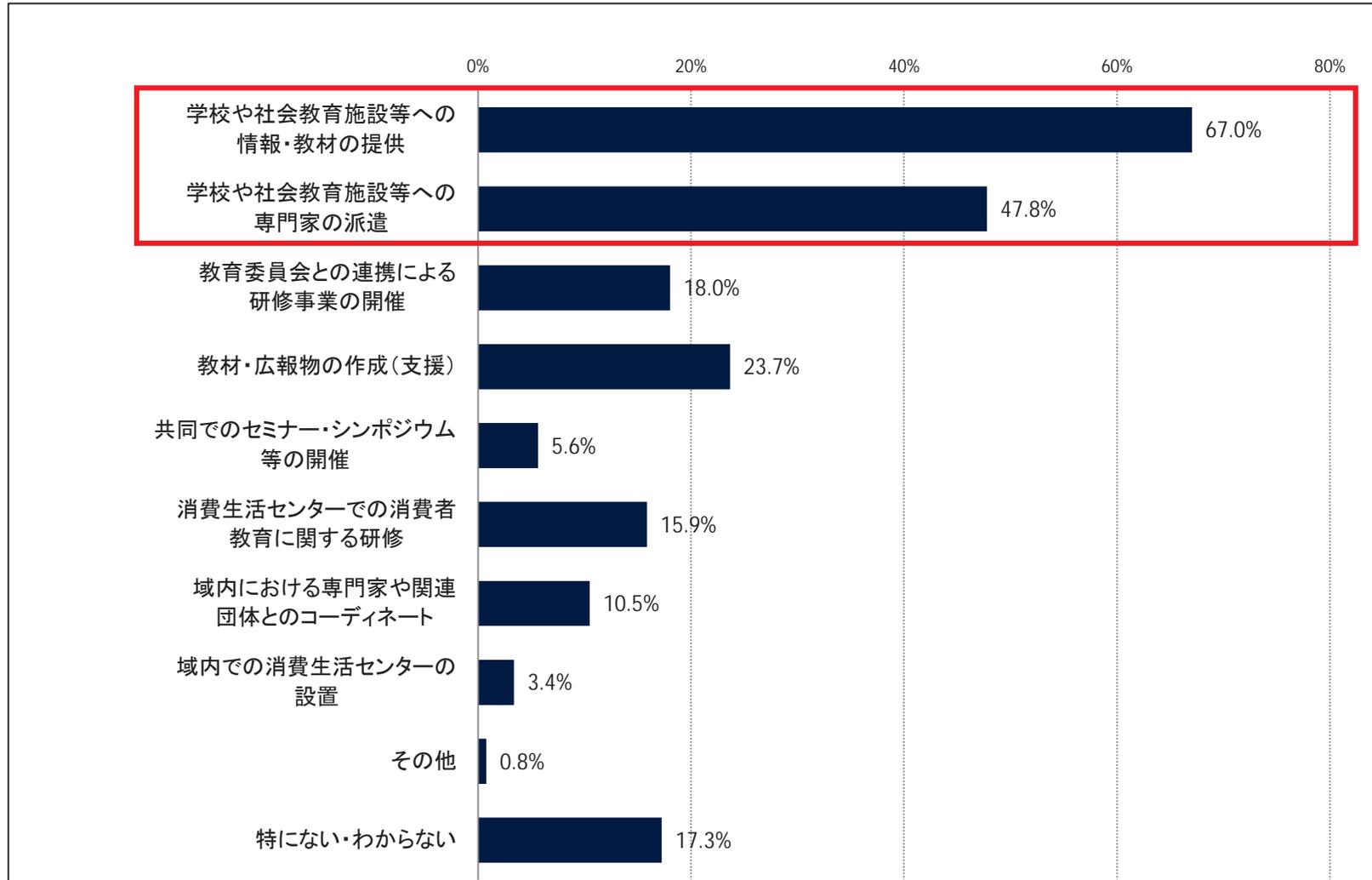
問 連絡協議会や、法律に基づく「地域協議会」に対して、どのような役割を期待しますか。(複数選択)



「関係部局との情報や課題認識の共有 (55.9%)」が最も多く、次いで「学校や社会教育施設等への情報・教材の提供 (53.5%)」が多くなっている。

(3) 消費生活センターに期待する役割

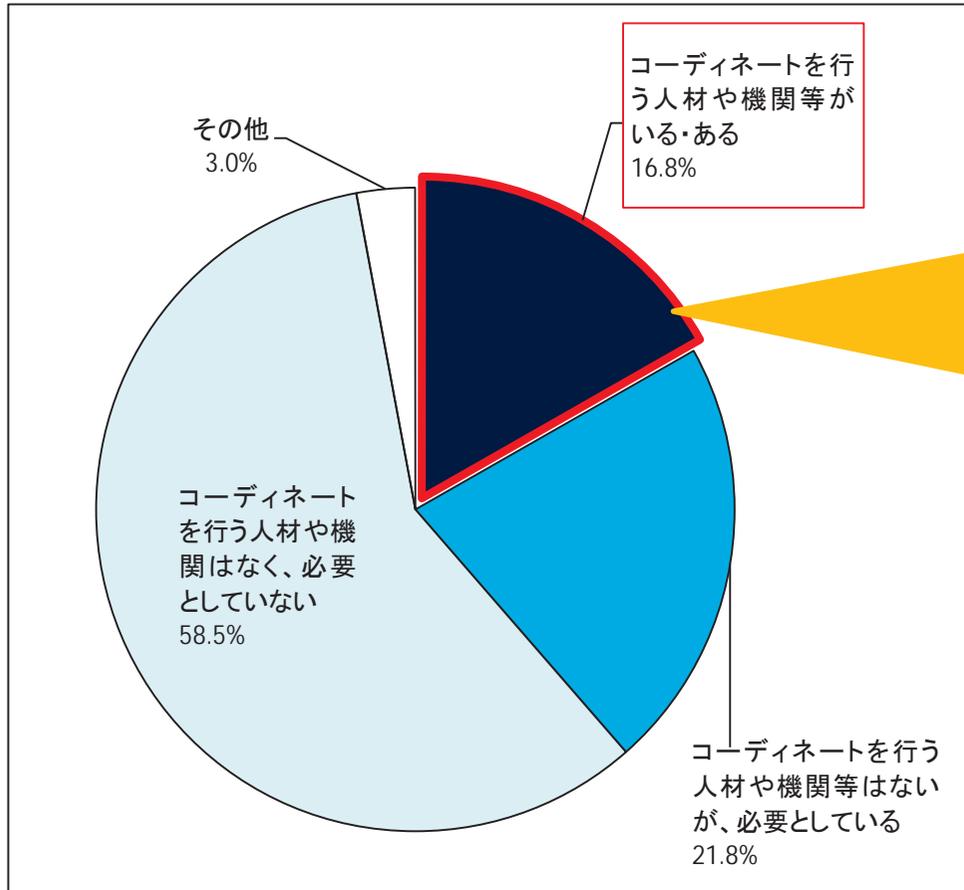
問 消費者教育を推進する上で、消費生活センターに期待する役割や内容について教えてください。(複数選択)



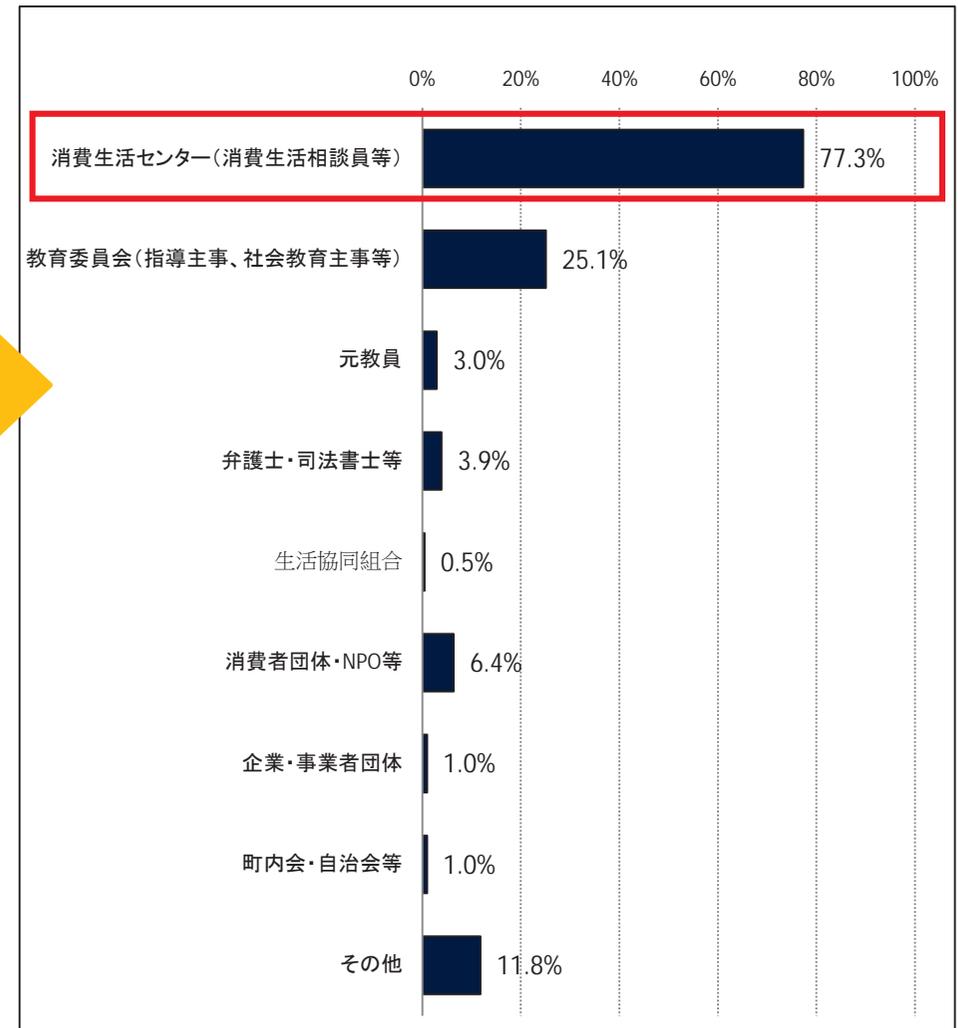
「学校や社会教育施設等への情報・教材の提供(67%)」が最も多く、次いで「学校や社会教育施設等への専門家の派遣(47.8%)」が多くなっている。

(4) コーディネートを行う人材・機関

問 消費者教育の推進に向けて、学校、消費者団体、事業者・事業者団体、大学等と連携するためのコーディネートを行う人材や機関等はいますか(ありますか)。



問 コーディネートを行う人材・機関についてご回答ください。

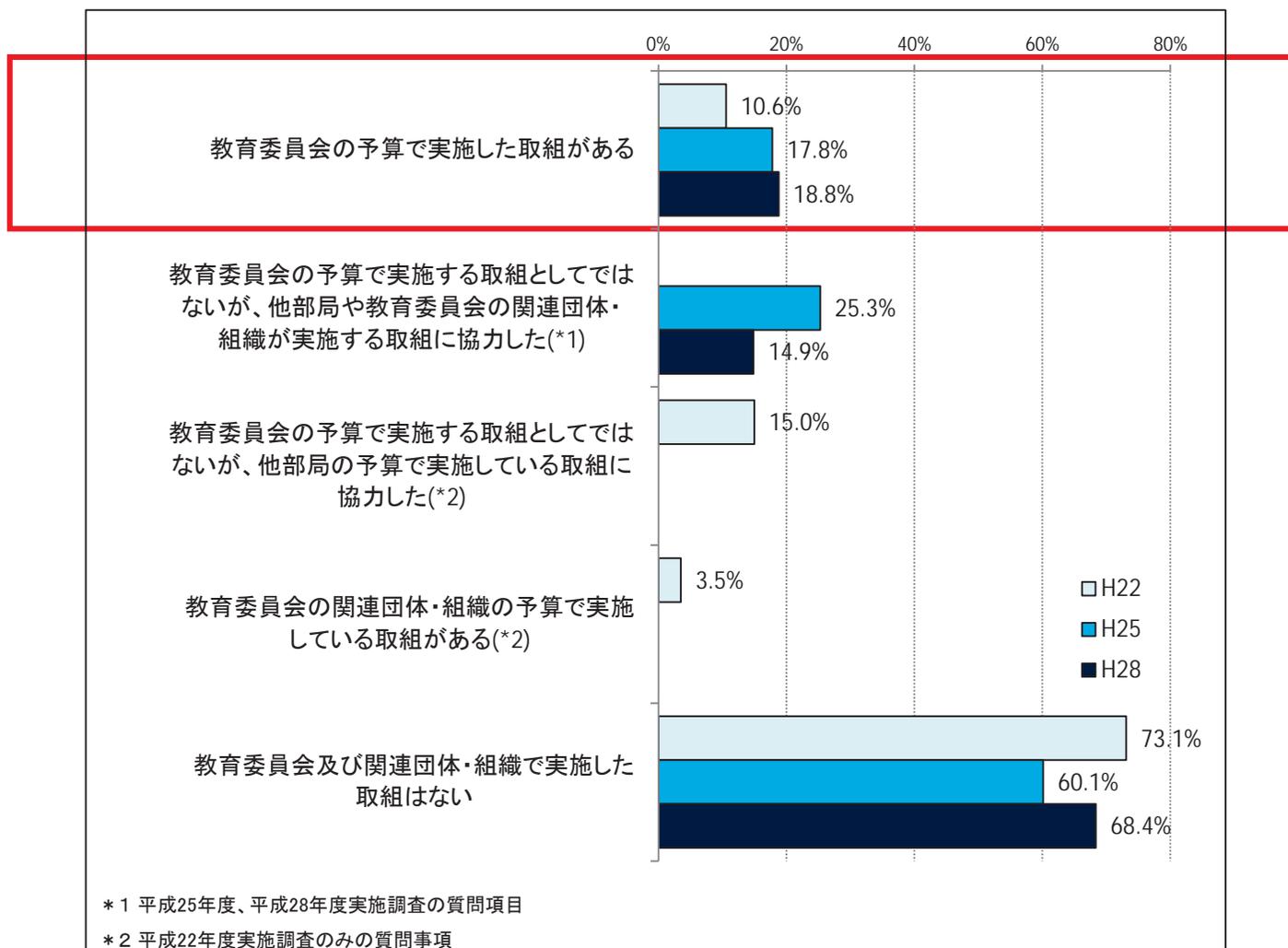


「コーディネートを行う人材や機関等がある・ある」は16.8%であり、その人材・機関としては、「消費生活センター(消費生活相談員)(77.3%)」が多くなっている。

Ⅱ. 社会教育関連の取組について

(1) 実施、協力した取組の有無

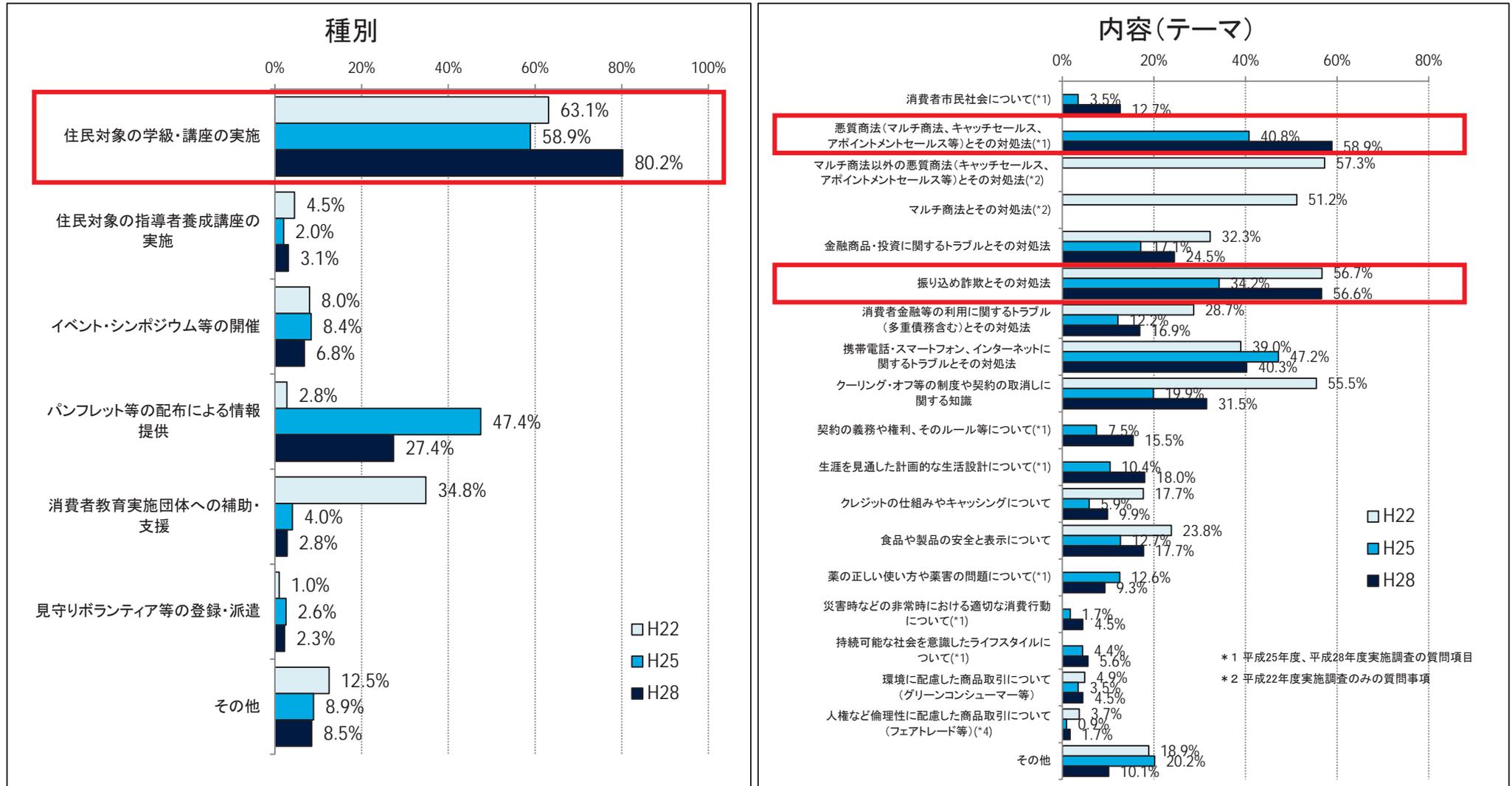
問 貴教育委員会において、平成28年度に実施した(実施予定を含む)消費者教育関連の取組はありますか。(複数選択)



「教育委員会の予算で実施した取組がある」と答えた自治体の割合は18.8%で、平成22年度の調査以来増加傾向にある

(2) 実施・協力した取組の種別及び内容

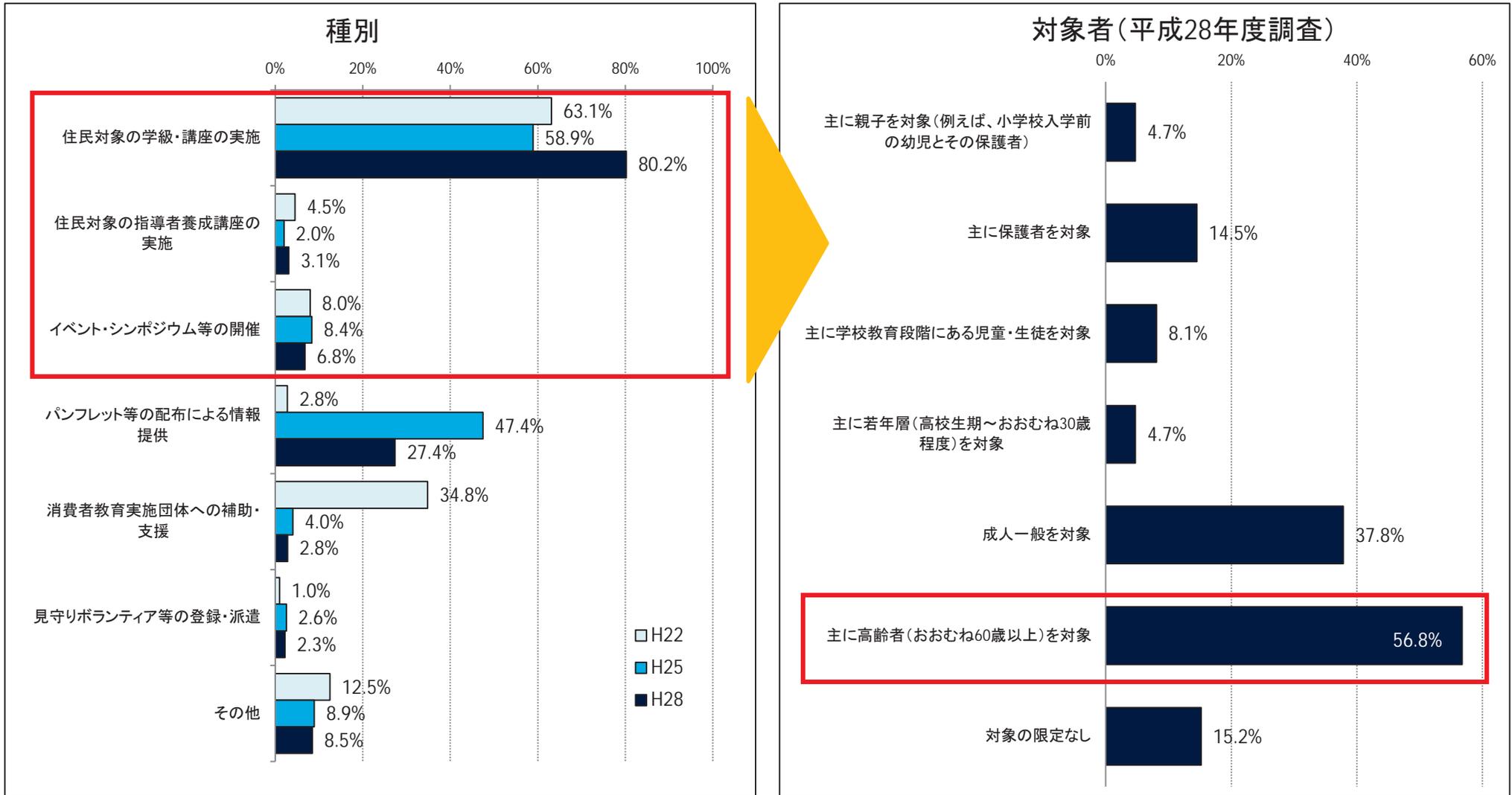
問 貴教育委員会が実施・協力した消費者教育関連の取組について、あてはまるものすべて選択してください。(複数選択)



種別では「住民対象の学級・講座の実施(80.2%)」が最も多く、内容では「悪質商法とその対処法(58.9%)」「振り込め詐欺とその対処法(56.6%)」など消費者被害に関するものが多い。

(3) 学級・講座、イベント等の対象者

問 「住民対象の学級・講座の実施」「住民対象の指導者養成講座の実施」「イベント・シンポジウム等の開催」における代表的・特徴的な取組について、具体的にご回答をお願いします。(複数選択)

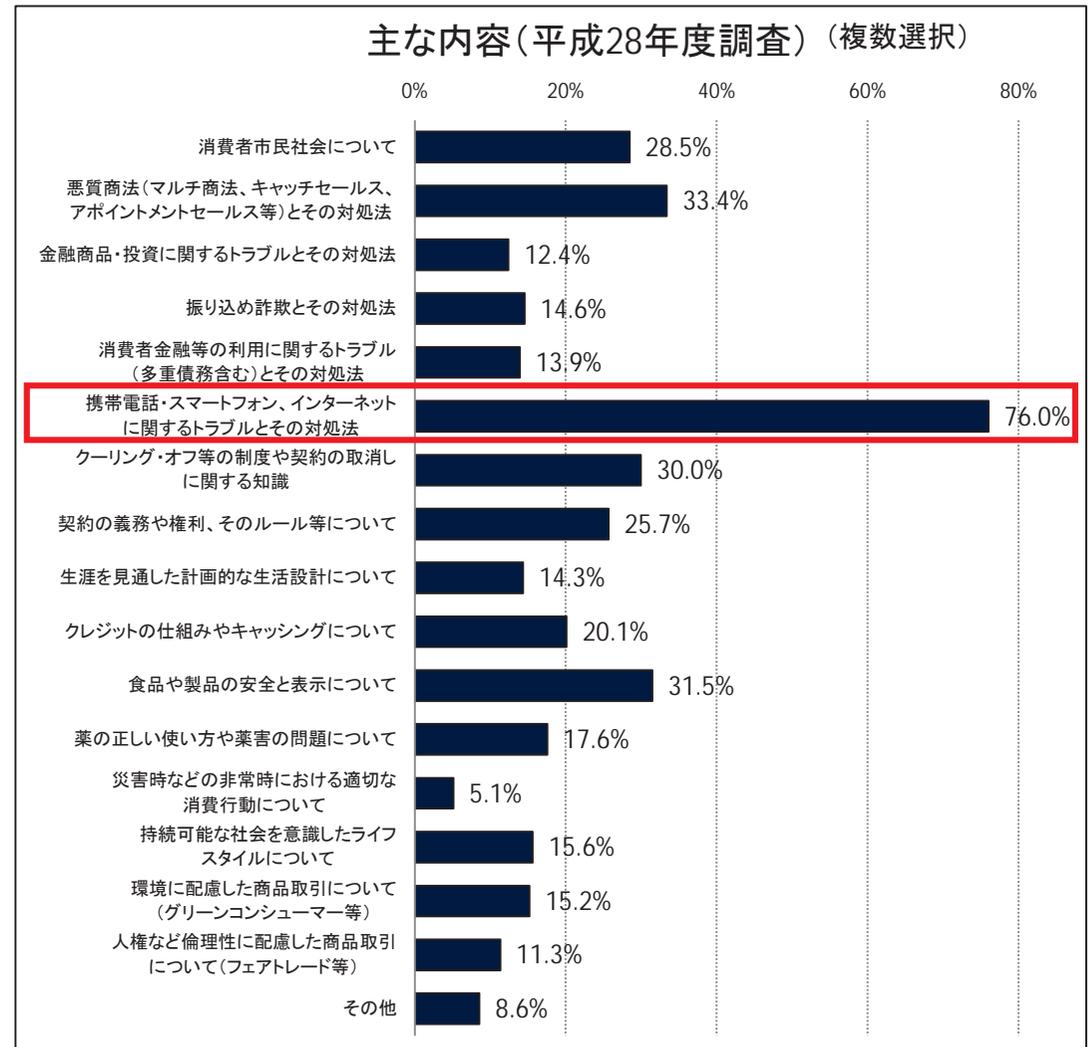
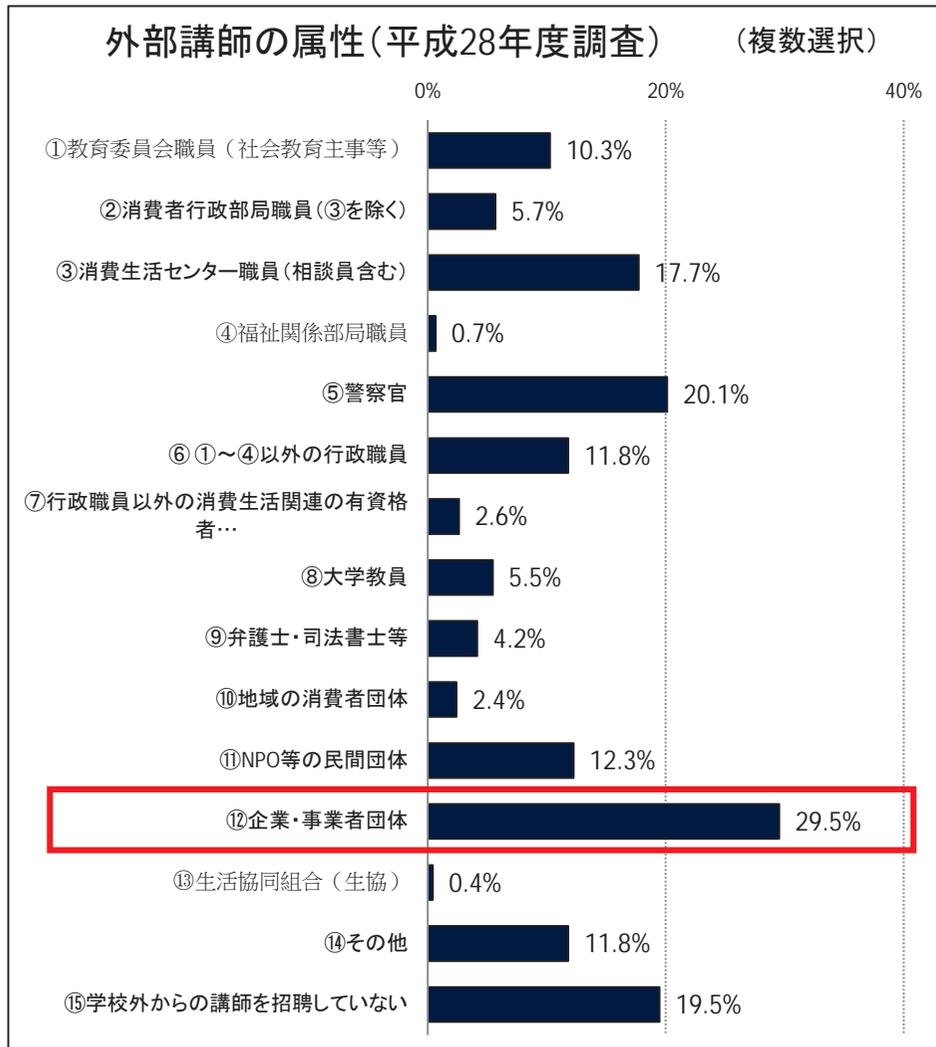


「住民対象の学級・講座の実施」「住民対象の指導者養成講座の実施」「イベント・シンポジウム等の開催」においては、「**主に高齢者(おおむね60歳以上)を対象(56.8%)**」とするものが多い。

Ⅲ. 学校教育関連の取組について

(1) 実施した代表的・特徴的な取組（外部講師の属性、主な内容）

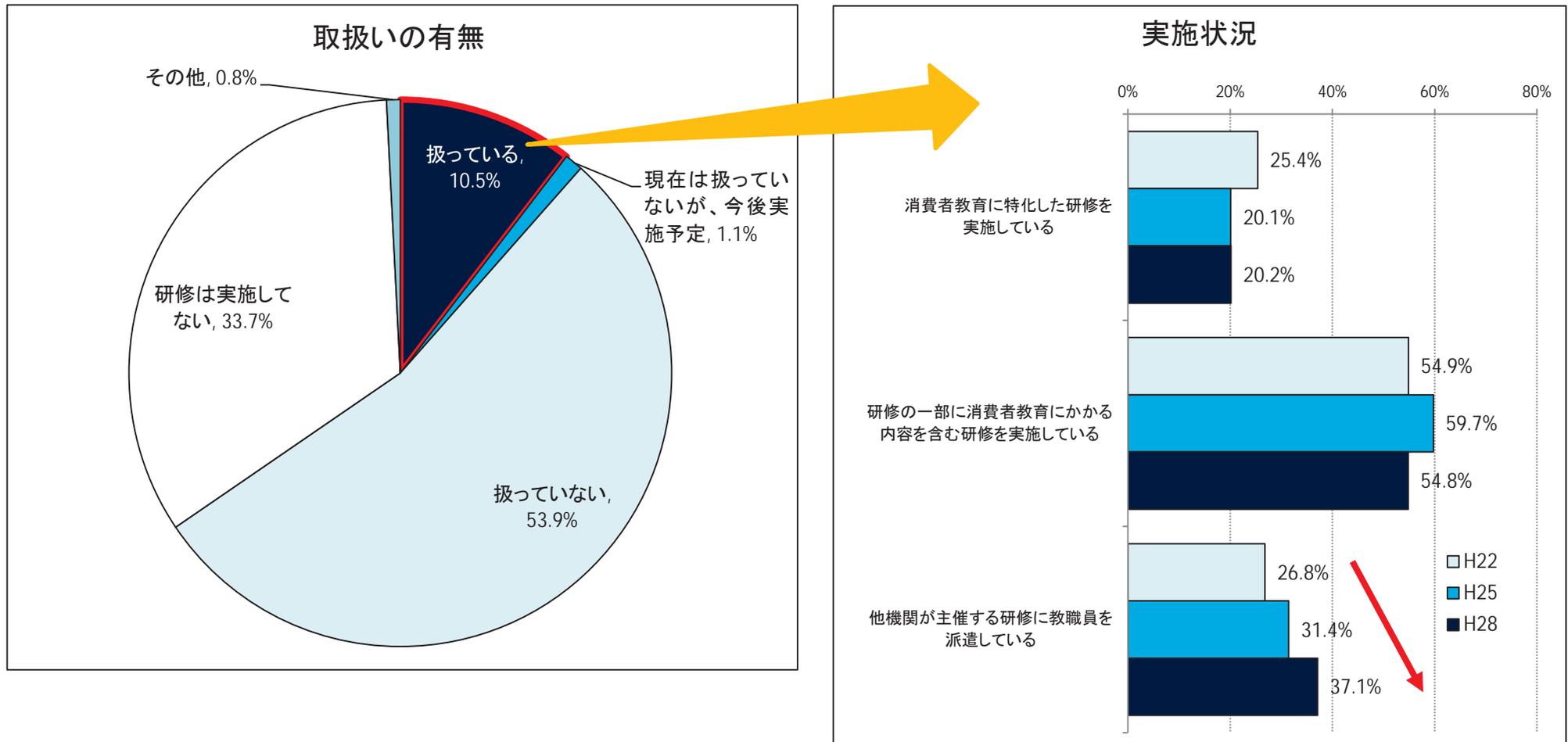
問 学校において実施している消費者教育関連の取組について教えてください。（複数選択）



外部講師の属性は、「**企業・事業者団体(29.5%)**」が最も多い。
 また、消費者教育として扱った主な内容は、「**携帯電話・スマートフォン、インターネットに関するトラブルとその対処方法(76.0%)**」が最も多く、7割を超えている。

(2) 教職員研修における取扱いの状況

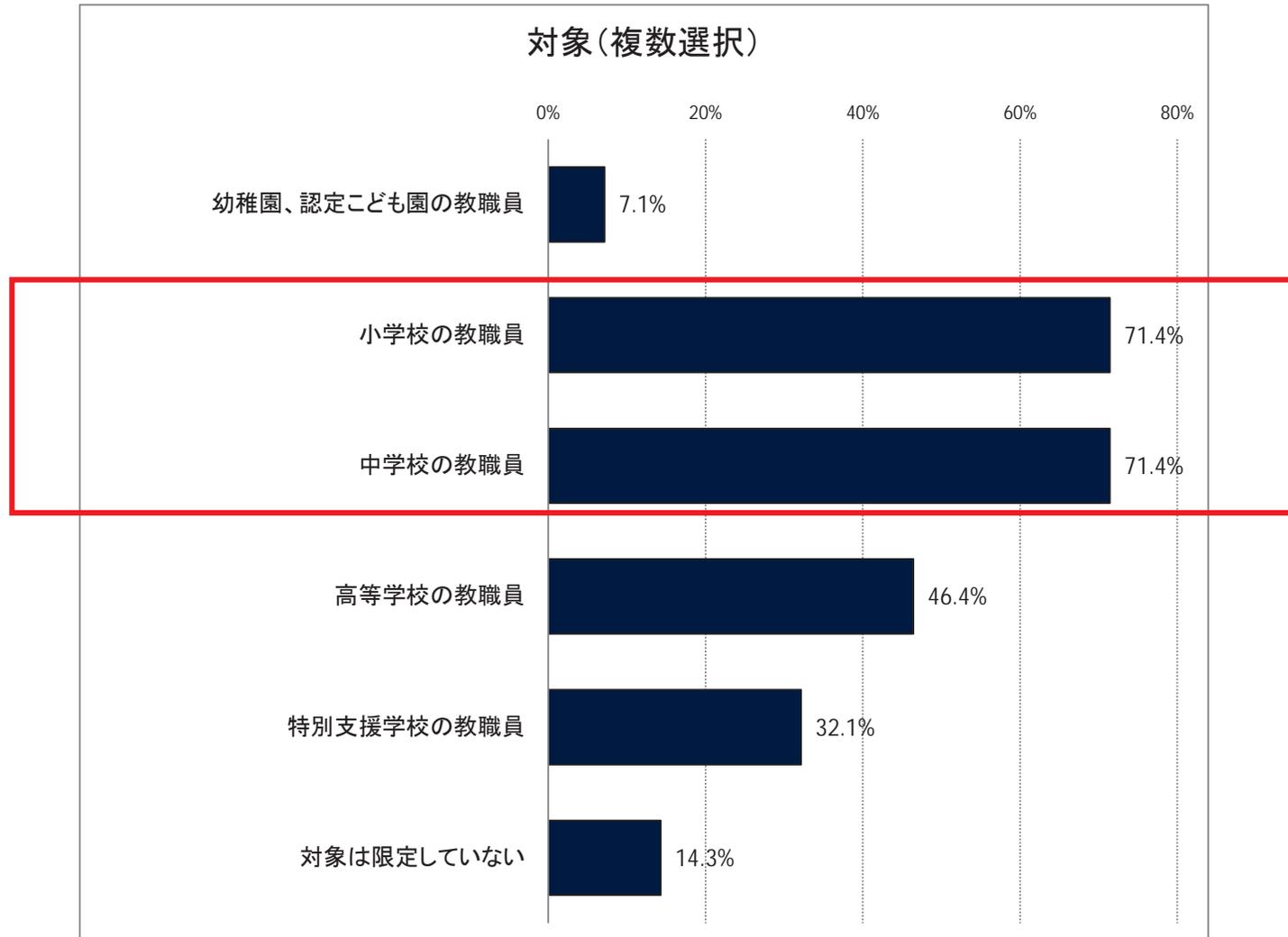
問 貴教育委員会が平成28年度に実施した(実施予定を含む)教職員対象の研修において、消費者教育に関する内容を扱っていますか。(他機関が主催する研修への教職員の派遣も含む)



教職員対象の研修において消費者教育に関する内容を「扱っている」教育委員会は1割程度。「他機関が主催する研修に教職員を派遣している(37.1%)」が増加傾向である。

(2) 教職員研修における取扱いの状況

問 消費者教育に特化した研修の実施内容について伺います。(「消費者教育に特化した研修を実施している」と回答したものについて)(複数選択)

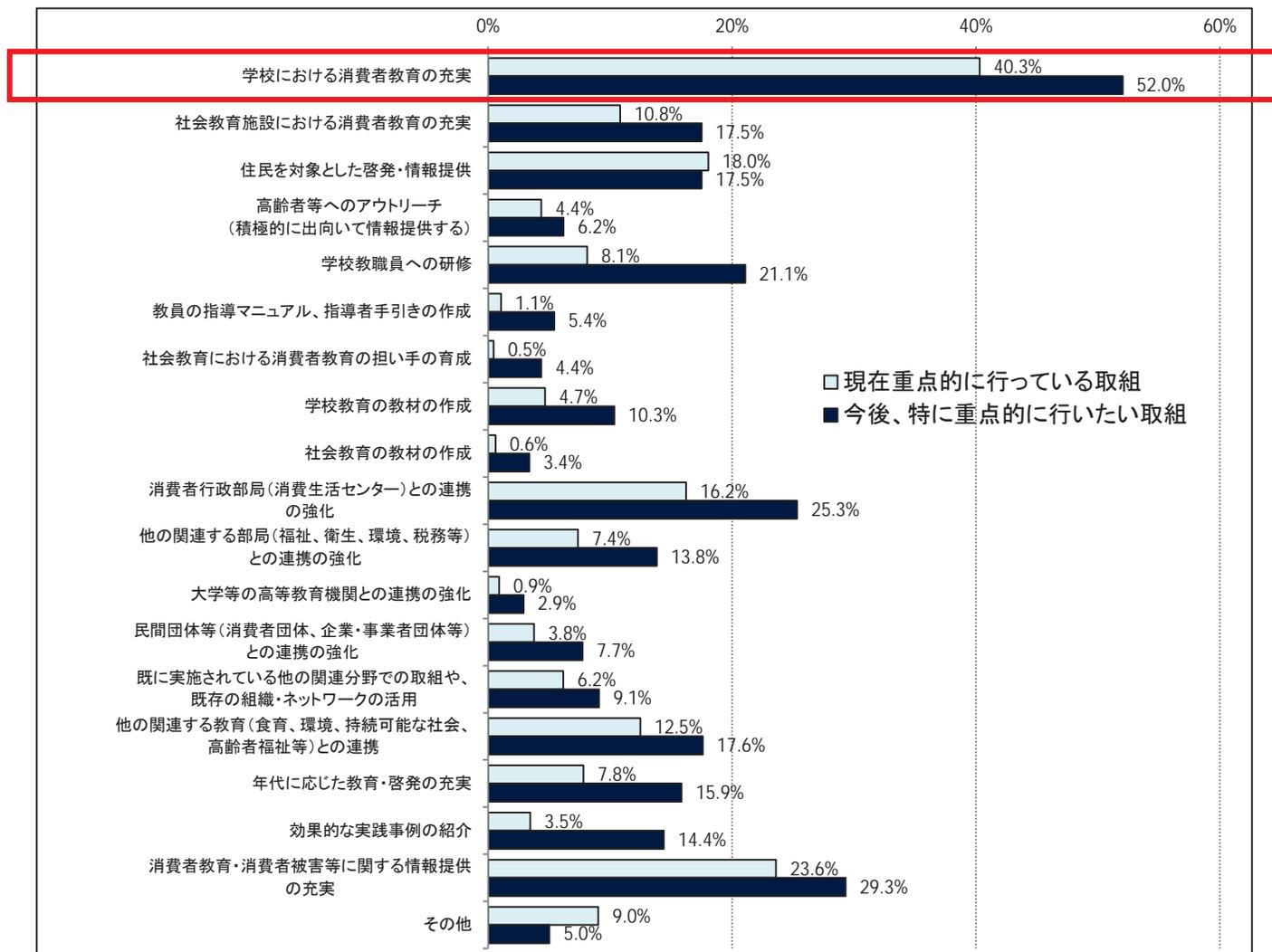


消費者教育に特化した教職員研修について、その対象は「**小学校の教職員(71.4%)**」「**中学校の教職員(71.4%)**」が多くなっている。

IV. 「消費者教育推進法」等を踏まえた、今後の対応について

(1) 現在、重点的に行っている取組と今後、特に重点的に行いたい取組

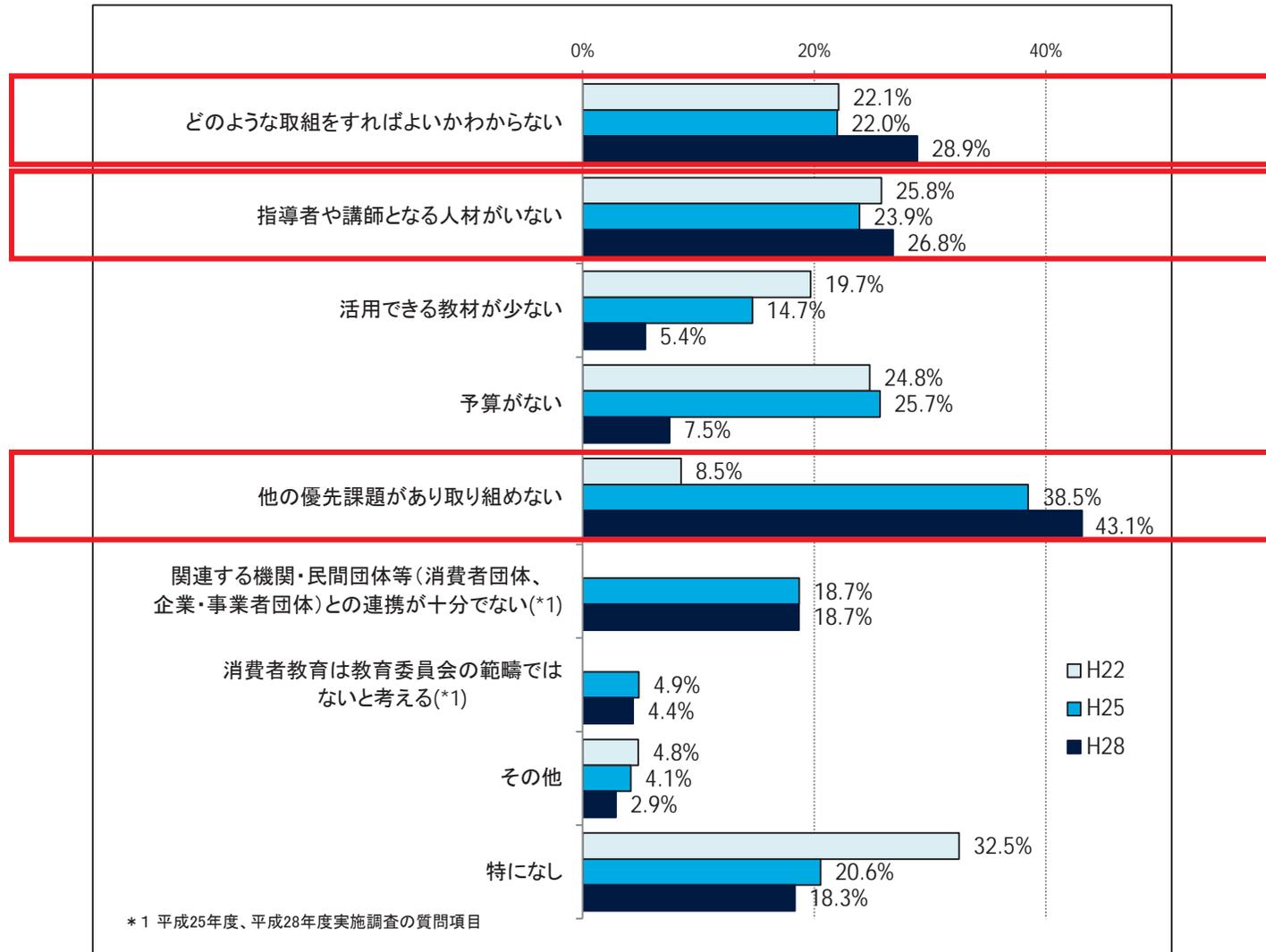
問 現在、重点的に行っている取組と今後、特に重点的に行いたい取組について教えてください。(複数選択)



現在重点的に行っている取組、今後、重点的に行いたい取組ともに「**学校における消費者教育の充実(52.0%)**」が最も多くなっている。

(2) 消費者教育の推進における課題

問 貴教育委員会において、消費者教育を推進するにあたって、課題と考えていることについて教えてください。(複数選択)



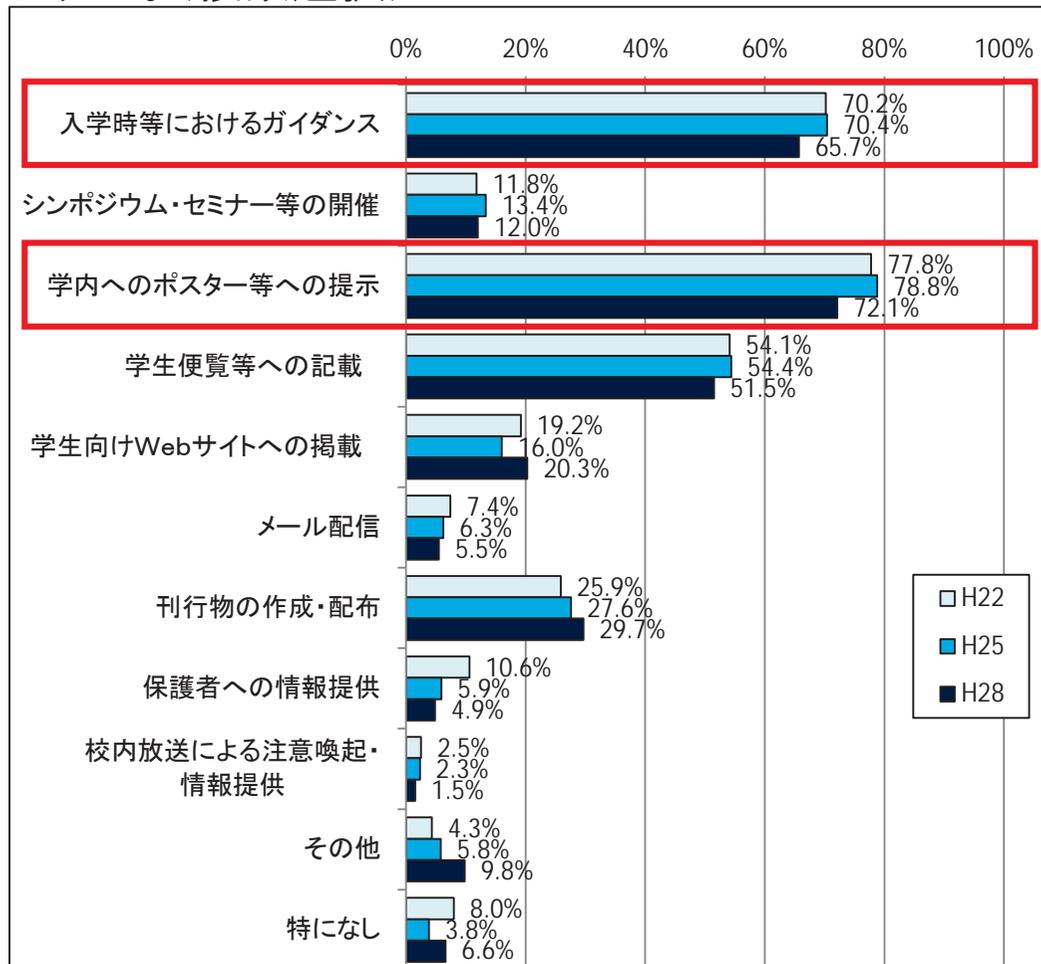
「他の優先課題があり、取り組めない(43.1%)」が最も多く、次いで「どのような取組をすればよいかわからない(28.9%)」、「指導者や講師となる人材がない(26.8%)」となっている。

2. 大学等調査について

I. 学生・教職員に対する消費者問題に関する啓発・情報提供について

(1) 学生に対する啓発・情報提供

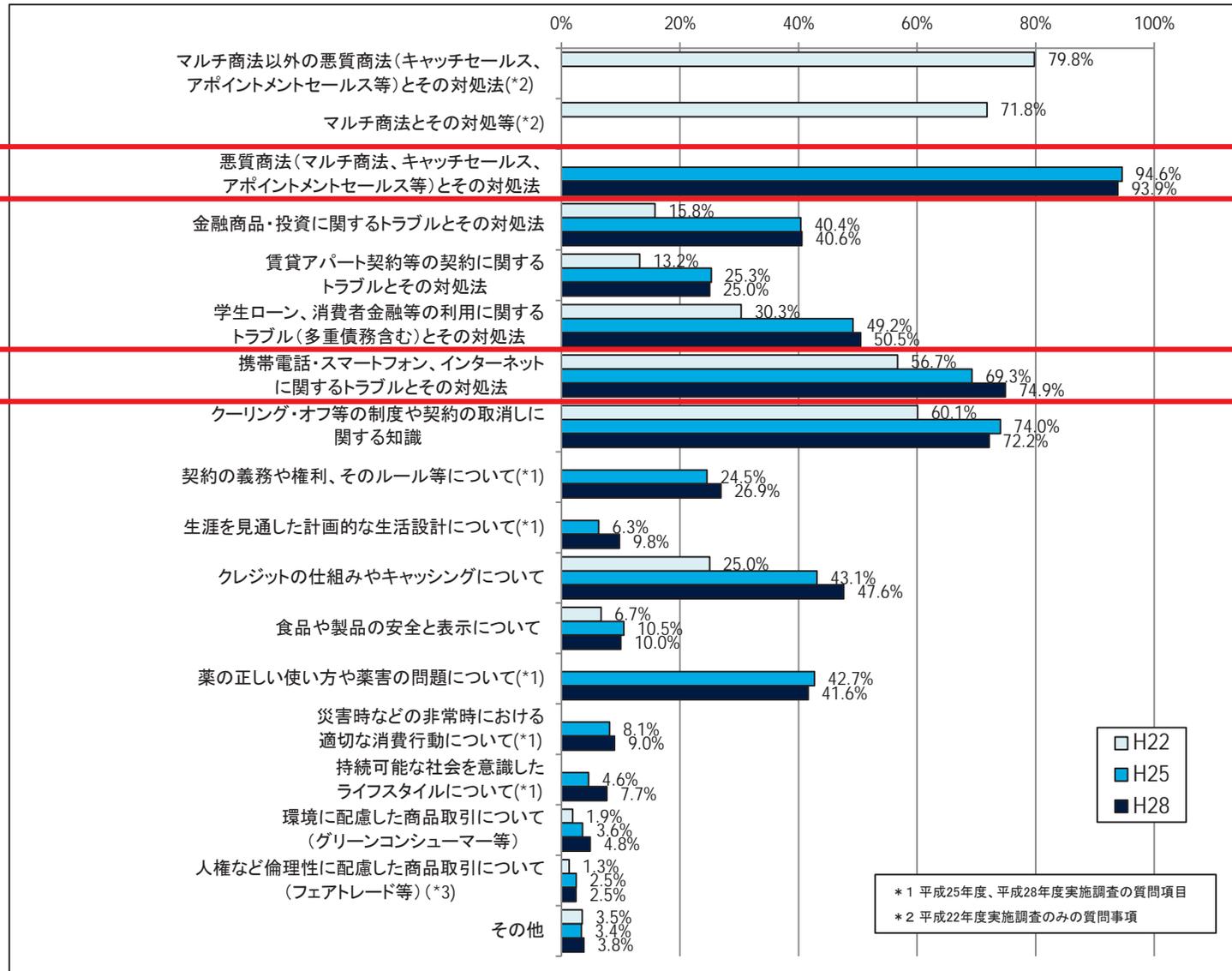
問 消費者問題について、学生に対してどのような方法で啓発・情報提供を行っていますか。(複数選択)



学生に対する啓発・情報提供の方法としては「**学内へのポスター等への提示（72.1%）**」が最も多く、次いで「**入学時におけるガイダンス（65.7%）**」が多くなっている。

(2) 学生に対する啓発・情報提供の内容

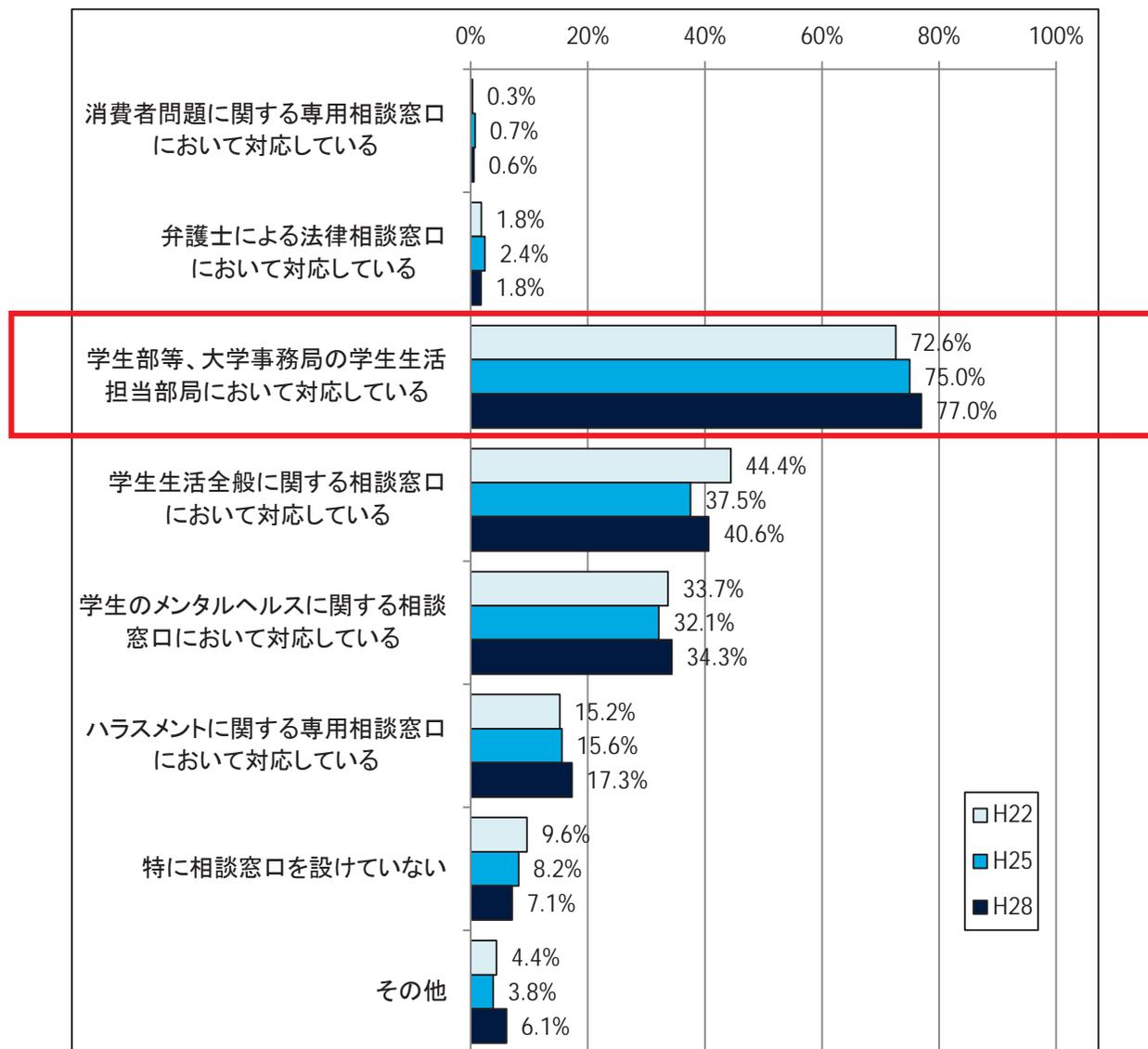
問 消費者問題について、学生に対してどのような内容の啓発・情報提供を行っていますか。(複数選択)



「悪質商法とその対処法(93.9%)」が最も多く、次いで「携帯電話・スマートフォン、インターネットに関するトラブルとその対処法(74.9%)」が多くなっている。

(3) 学生に対する消費者問題の相談窓口

問 学生からの消費者問題についての相談は、どのような窓口で対応していますか。(複数選択)

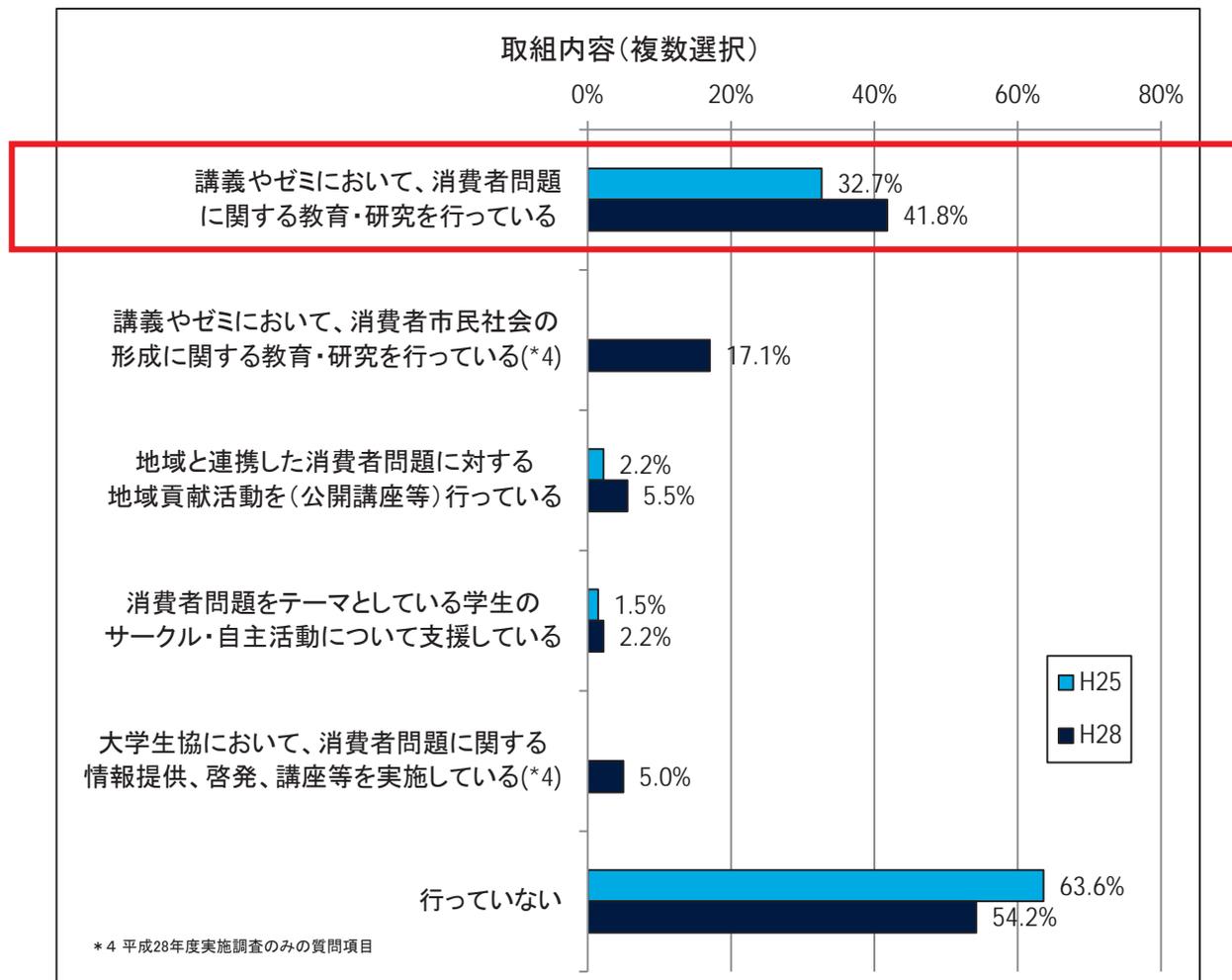


学生からの相談については、「学生部等、大学事務局の学生生活担当部局において対応している(77.0%)」割合が高い。

Ⅱ. 大学等において実施している消費者教育関連の取組について

(1) 相談窓口以外の取組内容

問 啓発・情報提供や相談窓口のほかに、学生への消費者教育について行っている取組について教えてください。(複数選択)



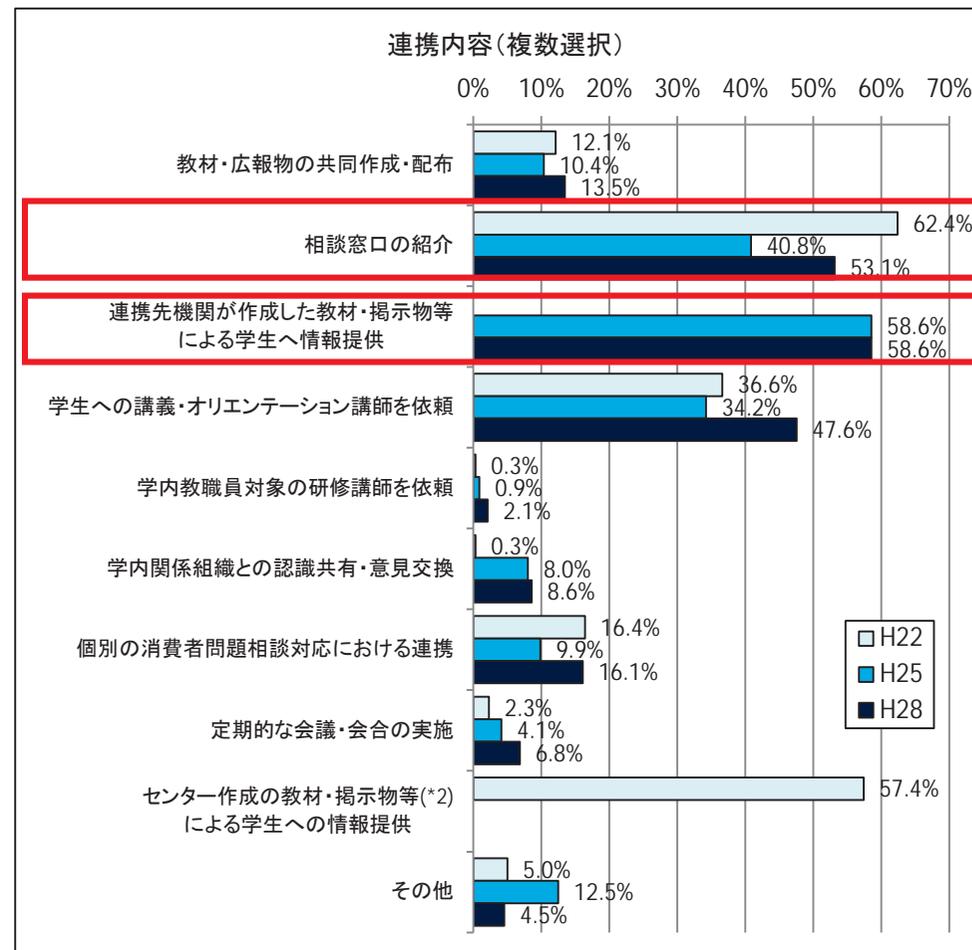
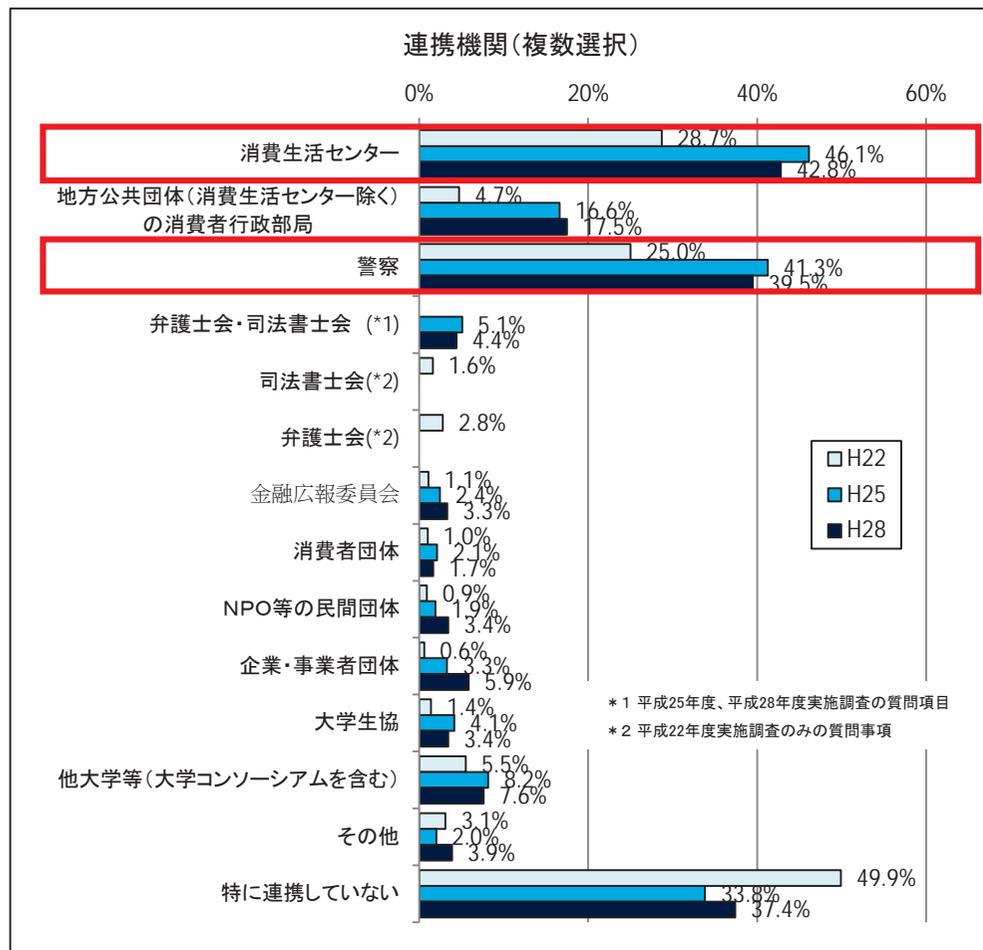
啓発・情報提供や相談対応以外の取組としては、「**講義やゼミにおいて、消費者問題に関する教育・研究を行っている(41.8%)**」が最も多くなっている。

Ⅲ. 他機関との連携状況について

(1) 他機関との連携

問 学生の消費者問題に関する対応において、どのような機関と連携していますか。(複数選択)

問 学生の消費者問題に関する対応において、他の機関とどのような連携を行っていますか。(複数選択)

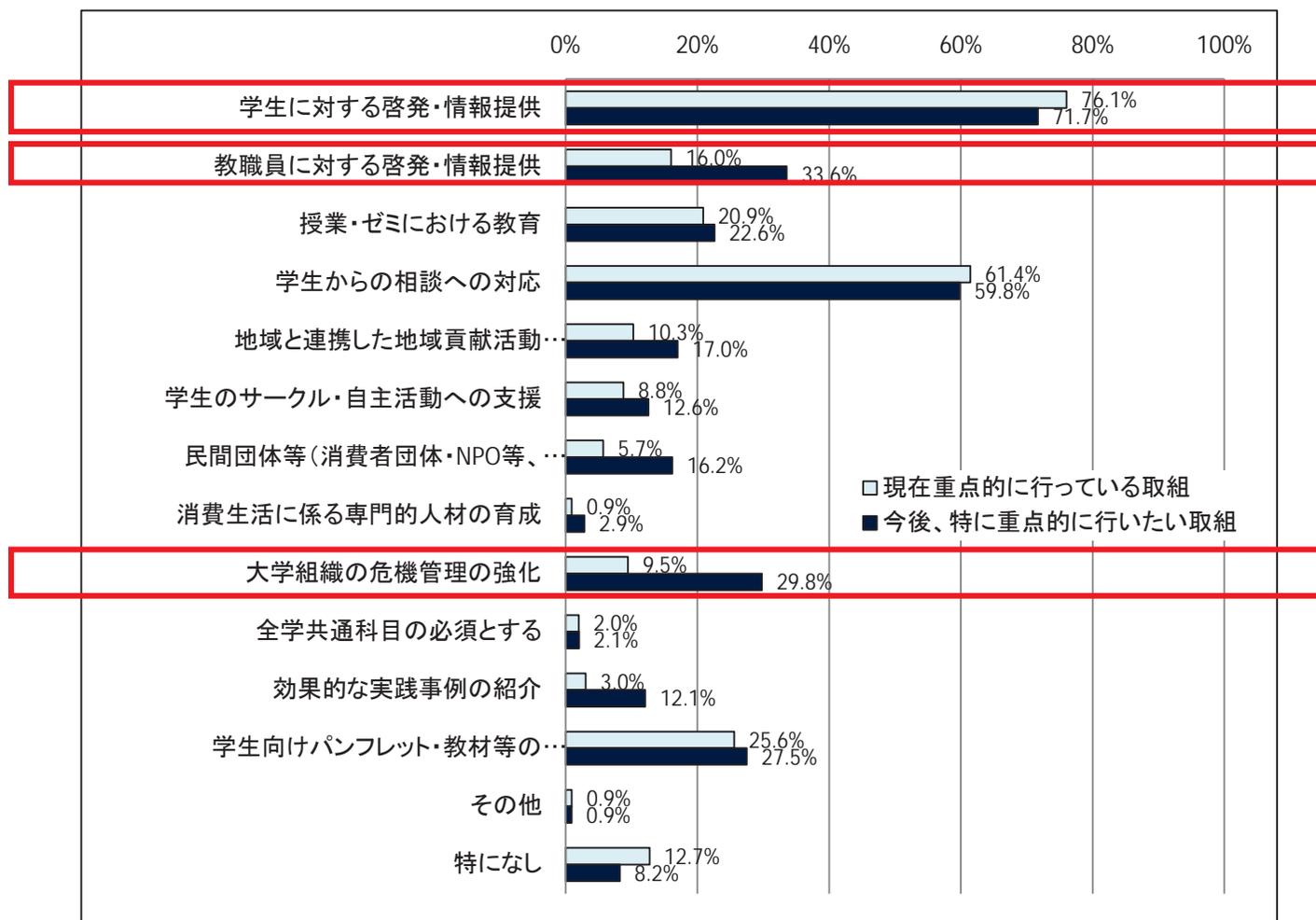


消費者問題における連携機関については「消費生活センター(42.8%)」が最も多く、次いで「警察(39.5%)」が多い。
その連携内容としては「連携先機関が作成した教材・掲示物等による学生への情報提供(58.6%)」「相談窓口の紹介(53.1%)」が多くなっている。

IV. 「推進法」等を踏まえた、今後の対応について

(1) 現在、重点的に行っている取組と今後、特に重点的に行いたい取組

問 現在、重点的に行っている取組と今後、特に重点的に行いたい取組について教えてください。(複数選択)

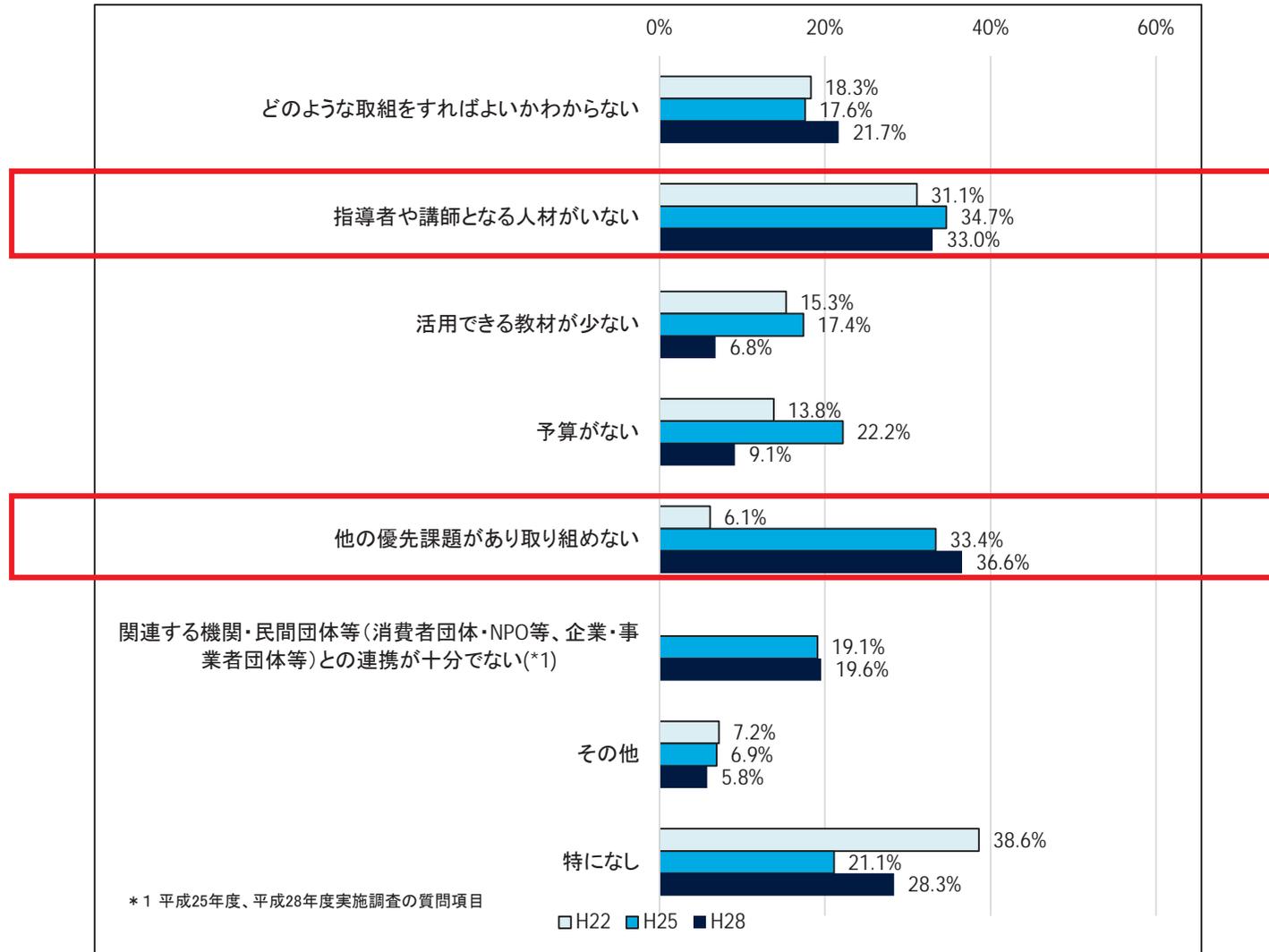


現在重点的に行っている取組、今後、重点的に行いたい取組ともに「**学生に対する啓発・情報提供**」が**71.7%**と最も多くなっている。

今後、特に重点的に行いたい取組の中では「**教職員に関する啓発・情報提供 (33.6%)**」「**大学組織の危機管理の強化 (29.8%)**」が現在、重点的に行っている取組との差が大きい。

(3) 消費者教育の推進における課題

問 貴学において、消費者教育を推進するにあたって、課題と考えていることについて教えてください。(複数選択)



「他の優先課題があり、取り組めない(36.6%)」が最も多く、次いで「指導者や講師となる人材がない(33.0%)」となっている。

3. 事例調査

(1) 自治体における取組事例

千葉県

- 暮らし安全推進課・教育委員会・学校の連携による金融・金銭教育研究校の取組
- 「STOP!電話de詐欺カクニダーはがき大作戦」の実施

【概要】

金融・金銭教育推進校(千葉県金融広報委員会)の指定を受けた小学校、高等学校において、主に総合的な学習の時間を活用し、金融教育・金銭教育を実施。

また、高齢者の被害が多い振り込め詐欺等撲滅に向け、小学生から祖父母等に向けて注意喚起のメッセージを書いたはがきを送付した。

【活動内容】

<金融・金銭教育研究校の取組>

- 千葉県立銚子商業高等学校の生徒が小学校に行き、金融教育に関する授業を実施。
- 同高校で11月には金融公開授業を実施。3年生による実践発表や外部講師による講演を実施。

<「STOP!電話de詐欺カクニダーはがき大作戦」>

- 敬老の日を中心とした9月に、県内の小学5年生全員を対象に実施。祖父母や知り合い、保護者等に対して振り込め詐欺等に関する注意喚起のメッセージを書いたはがきを送付。

【実施ポイント】

<金融・金銭教育研究校の取組>

- 授業を行った高校生にとっては、自身の理解が深まり、より深い学びとなった。また、小学生、高校生が打ち解けるなど、双方にとって効果的であった。

<「STOP!電話de詐欺カクニダーはがき大作戦」>

- 学校の教育活動に大きな負担をかけないように配慮し、朝の会や帰りの会などの時間を活用してはがきを作成することを提案。

神戸市

- 神戸コンシューマー・スクール(KCS)における「消費生活マスター」の養成

【概要】

消費者問題が多様化・複雑化する中、消費者問題解決のための専門家を養成するため、「神戸コンシューマー・スクール」を平成21年9月に立ち上げ。平成25年度までの養成期間で134名が修了。

修了生は「消費生活マスター」の認定を受け、市と連携して様々な啓発活動に従事。

【活動内容】

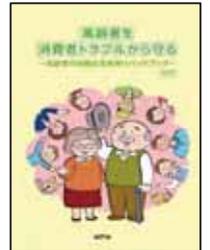
- 小中学校、高校、大学、企業、婦人会等への出前講義(出張トーク)
- 神戸市婦人団体協議会の機関紙への記事掲載
- 高齢者向け冊子の監修や消費者啓発に関するショートムービー集等の教材作成
- イベントへの参加・啓発
- 重要テーマごとの研究活動と研究成果の市民への提供

【実施ポイント】

- コンシューマー・スクールでは、少人数のゼミナール形式での講義により、講師と学生が議論しあうことで実践能力の育成につながった。(各年30名程度の受講)
- 学校での出前授業においては、児童生徒にアンケートを実施。
- 小中学校での授業に関するノウハウを修得するため、小中学校での講座を経験したマスターから経験談を伝えるキャリアアップ講習会を開催。



イベント参加(食育フェア)



高齢者向け啓発資料

(2) 大学等における取組

横浜国立大学

■ 「140(いい支援)プロジェクト」から考える消費者市民社会

【概要】

ゼミ生にネパール出身の学生がいたことから、ネパールで起きた大地震への支援を消費者教育の切り口から実施したことをきっかけに、消費者教育に関するワークショップやシンポジウムを開催。

【活動内容】

- ネパール大地震への支援として、ネパールで製造された文房具等の仕入れ、販売を実施。売上金の寄付と学生へのフェアトレードへの関心を高めることを目的として実施。
- 全学教養科目において、同プロジェクトを題材としたワークショップを2回開催。2回目のワークショップでは消費者教育に関する4団体を招き、同プロジェクトの活動も含め発表・意見交換。
- 活動の集大成として、シンポジウム「買い物から世界を変えよう！」を開催。消費者教育関連団体を招き、自分たちの消費行動でできることについて、参加型パネルディスカッションを実施。

【実施ポイント】

- 取組について授業で紹介することにより、生徒の関心を高めることが出来た。また、大学生が活動に取り組んでいるという点でも、自分たちに身近な出来事であると学生たちに認識してもらった効果があった。
- 学生たちに身近な若い人に刺激を与え、啓発していきたいという思いから、情報発信手段としてインターネットやSNSを積極的に活用した。
- アクティブ・ラーニングの手法を取り入れたプロジェクト型学習によって活動を行ったことで、消費者市民社会に求められる「個人的な消費行動から、社会的な消費行動につなげる」行動を実際に学生たちが行うことが出来る。

鳥取大学

■ 鳥取県消費生活センターとの連携による「くらしの経済・法律講座」

【概要】

2005年より、鳥取県消費生活センター及び鳥取大学をはじめとする県内高等教育機関4校の連携により、学生と県民が受講できる消費者教育講座を提供(平成28年度で12年目)。

鳥取大学では、全学共通教育に位置づけられるとともに、一般の地域住民も受講を可能としている。

【活動内容】

- 連続15回の講義を行う。消費者被害を受けやすい、入学間もない生徒にいち早く教育を受けてもらいたいとの配慮から、講座は全学共通教育とし、所属学部関係なく主に1、2年生が受講することとなっている。
- 地域住民の講座参加を認めており、講座修了者には修了証を発行。市民受講生の中心は60～70歳代、その多くがリピーターである。
- 県内の大学教員、消費生活専門相談員、弁護士、社労士、ファイナンシャルプランナー、公務員等の講師によるオムニバス方式の授業。

【実施ポイント】

- 毎年の講座のテーマと講師は、担当教授らと消費生活センター担当者との話し合いで決定。最新かつ話題性のあるテーマを設定し、現場感に溢れた講師を選定するよう工夫。
- 講師の選定においては、消費者被害にも多分に地域性がみられること、消費者被害に遭った受講者が継続的に相談関係を維持できること等から、基本的に県民から選んでいる。
- 毎回の講義終了後、質疑応答の時間を設定。市民と講師との間で積極的な質問・意見のやり取りが展開されることで、学生にとっても刺激的な機会となっており、講座活性化に向けた重要な時間帯になっている。
- 市民にとっては、大学という非日常の空間で授業を受けることや、修了後に修了証が発行されることなどの点も一つの魅力となっている。