

消費者教育 実践事例集

学校や地域での消費者教育の 実践・取組の推進に向けて

中川 壮一 Nakagawa Soichi 消費者庁消費者教育推進課 政策企画専門官

はじめに

本誌の「消費者教育実践事例集」(以下、実践事例集)は、2013年10月号から連載を開始し、2025年3月号で連載第130回を迎え、10年以上にわたり100を超える実践事例が取り上げられています。

本稿では、学校や地域といった教育現場でどのような消費者教育の実践・取組がされているのかを確認し、「消費者教育推進法」(以下、推進法)や「消費者教育の推進に関する基本的な方針」(以下、基本方針)を踏まえ、国や地方公共団体の消費者行政の施策、特に消費者庁において、どのような消費者教育に係る施策を進めていこうとしているのかについて、取り上げたいと思います。

消費者教育の実践事例から分かること

国民生活センターが、各地で取り組まれている消費者教育の実践事例を収集し、情報提供する背景には、2012年12月に施行された「推進法」があります。

推進法の第18条では、「国、地方公共団体及び国民生活センターは、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われている消費者教育に関する先進的な取組に関する情報その他の消費者教育に関する情報について、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮しつつ、これを収集し、及び提供するよう努めなければならない」とされています。

消費者教育の実践は、消費生活に関わる広範な内容を扱い、取組の主体や対象、使用される教材や手法も様々で、各地の実践者による独自の

工夫や地域性もみられます。「実践事例集」は、消費者教育の担当となった行政職員や消費生活相談員等の担い手の皆さんが、学校や地域で出前講座を実施したり、学校向けの消費者教育教材を作成したり、子どもや保護者向けの講座を企画するといった際に、実践のヒントを得ることができると思います。

実践事例集で扱われている内容を見ると、消費者教育の取組にいくつか特徴があることが分かります。

<特徴1>多様な主体・担い手

実践者の所属からも分かるように、消費者教育の主体・担い手としては、学校や大学の教育関係者のほか、各地の消費者行政や消費生活センターの職員や相談員、さらに、消費者教育に携わる関係団体、事業者団体、弁護士や金融、福祉、医療関連の専門家もみられます。

<特徴2>多彩なトピック・手法

授業や講座では、消費者教育の今日的な課題が取り上げられていますが、キーワードとして、子ども(子育て世代)や児童、生徒、学生、障がい者(特別支援学校等)といった対象者の特性に応じた活動に焦点を当てたものがあります。実践の課題(テーマ、題材)としては、買い物や契約、成年年齢引下げ、消費者被害やトラブル・事故の防止、不当表示広告、食品ロスやエシカル消費、SDGsや消費者市民社会といった消費生活に関わる多彩なトピックスが扱われています。

また、実践をとおして、「生きる力」「批判的思考力」「意思決定」「断り方」「情報モラル」「社会参加」といった育成したい能力や行動に着目した報告もあり、ゲームやロールプレイング、自主研究、疑似体験や教材開発といった学習者の活動

を促す手法も採用されており、消費者教育の実践の特徴となっていると思われます。

<特徴3> 関係機関による連携・協働

学校での教科間(家庭科と公民科等)や専門家との連携による授業(出前講座)のほか、大学や行政(消費生活センター)、地元企業等と連携・協働(コラボ)を図ることで、より実践的な取組にしようという試みがみられます。

今後の消費者教育の推進の基本的な方向

消費者教育の充実・強化に向け、消費者を取り巻く現状と課題を踏まえ、「基本方針」(令和5年3月28日閣議決定)が定められています*1。

基本方針は、国や地方公共団体の施策の指針であるだけでなく、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教職員、消費生活相談員、その他の幅広い消費者教育の担い手の指針でもあります。

今期(2023年度から2029年度までの7年間)の基本方針では、次の4つの基本的視点を提示しています。

1. 「教えられる」だけでなく、消費者による自ら及び相互に「学ぶ」「考える」「行動する」ことを促進
2. 多様な消費者の特性を踏まえたきめ細やかな対応(特に若年者、高齢者等)
3. デジタル化への対応
4. 消費者市民社会の一員としての行動を促進

1つ目の自ら学び行動する消費者としては、自ら考え、担い手になり、相互に学び合う能動的な活動として、例えば、大学生等が主体となって、周囲の若年者や高齢者等への啓発活動を実施する取組が期待されています。

2つ目の消費者の多様な特性に応じたアプローチとしては、成年年齢引下げを踏まえ、若年者向けの消費者教育の充実を図ってきた学校以

外にも、大学や職域(事業者の新人研修等)での取組が重要となっています。また、高齢者や障がい者の支援者に対する働き掛けや、在留外国人等への自立支援の機会も必要となっています。

3つ目の、デジタル化への対応としては、デジタル機器やデジタルサービスの利用に不慣れな消費者に向けた支援や、デジタルサービスの仕組みやリスクの理解、生成AI等の新たな課題への対応など、情報提供の手法もブラッシュアップが求められています。

4つ目の消費者市民社会の構築に関しては、社会的課題を自分事として捉え、課題解決に向けた行動につなげることができるよう、多角的な視点の情報提供が必要となっています。不確かな情報に基づく行動や、従業員等への行き過ぎた言動等も社会的な問題となっており、持続可能な社会の実現につなげる意識、エシカル消費の基本的な考え方や具体的な行動例などの情報提供・啓発活動も引き続き必要です。

基本方針に基づく施策の取組状況や課題については、「消費者教育推進会議」(現在第6期)において、関係省庁や関係機関からの報告や委員との意見交換を引き続き行い、取りまとめる予定です。

消費者庁における消費者教育推進の取組

消費者庁では、職域における消費者教育の推進・充実を図るため、2022年度に新人・若手従業員向けの研修プログラム、2023年度に壮年・退職期向けの研修プログラムを開発し、従業員向け研修への講師派遣を実施しています*2。さらに、従業員研修で導入するための効果的な活用方法をまとめた「従業員向け研修実施マニュアル」(図1)や、地域の企業や事業者団体等への働き掛けの参考となるモデル研修の実施事例等を掲載した「活用マニュアル」を公表しています。

*1 消費者庁「消費者教育の推進に関する基本的な方針」(基本方針)

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/consumer_education/basic_policy

*2 消費者庁「事業者における従業員向け消費者教育の推進」

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/teaching_material/business_education

また、「消費者力」の育成・強化に係るVR動画を活用した体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」を開発(2024年4月公表)しています(図2)*3。臨場感のあるVR動画で消費者トラブルを疑似体験してもらうため、地方公共団体等にVR機器の貸出や紙製ゴーグルの提供を行うなどの取組を行っています。

さらに、連携・協働した体制作りに関しては、多様な関係者や場をつなぐ重要な役割として、「消費者教育コーディネーター」の配置(2024年度、全都道府県・政令市で配置済)を進めており、国民生活センターで開催する研修講座とも連携を図って「消費者教育コーディネーター会議」を開催し、コーディネーターの取組報告や地域で直面する課題の共有を図っています*4。

消費者教育の実践に役立つ教材や取組事例等の情報収集・発信については、消費者庁で「消費者教育ポータルサイト」(図3)*5を構築・運営しています。消費者庁が作成した教材資料のほか、関係省庁や地方公共団体、関係団体等が作成し

た教材等も登録・発信が可能です。

おわりに

各地の取組や教材資料・実践事例集は、貴重な情報である一方、法制度の改正や相談情報の変化に応じて更新、バージョンアップが必要です。引き続き、関係機関との連携・協働により、消費者教育を推進していきたいと思いをします。

図2 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」啓発ポスター



図1 従業員向け研修実施マニュアル



図3 消費者教育ポータルサイトトップページ



*3 消費者庁「体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」」特設サイト <https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/>
 *4 消費者庁「消費者教育コーディネーター会議」
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/consumer_education/coordinator_conference
 *5 消費者庁「消費者教育ポータルサイト」
<https://www.kportal.caa.go.jp/>