

消費者市民育成小委員会の進捗状況

課題 1 実践事例と対応させた消費者市民社会概念研究・普及

1. 現状

消費者教育の推進に関する法律（以下、「推進法」という。）において、消費者教育には「消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む」としている。消費者教育の推進に関する基本的な方針（以下、「基本方針」という。）においても、「消費者市民社会の形成に寄与する消費者を育む消費者教育とは、被害に遭わない消費者、合理的意思決定ができる自立した消費者にとどまらず、社会の一員として、よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与する消費者を育成する教育を意味する」としている。

消費者市民社会とは、「消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会」と定義される。また、社会は、消費者・生活者とそれらを取り巻く集団や組織によって構成されることから、消費者市民社会も、個々の消費者・生活者である消費者市民と、行政機関、学校などの教育機関、NPOや消費者団体、事業者・事業者団体などが構成員といえる。消費者市民社会の概念はこれからの消費者教育の重要論点であることから、基本方針にあるように、その意義と実践活動とを有機的に結びつけ、モデル事業の実践や、先進的な取組をしている地域や団体を核にした、概念普及のための方策の研究が必要である。

消費者市民育成や消費者市民社会の概念は新しいため、そもそもどのような取組を行えばいいのかわからないとの声も寄せられている。実際に現時点では、これらを明示的に位置づけた消費者教育の事例は少ないが、明示的に位置づけられていないとしても、これらの観点から改めて整理することで、有効な実践プログラムとなり得る事例も見出され始めている。

消費者市民社会の概念を知識として理解するだけでなく、自らの行動に結びつけられる実践的な能力を育むために、これらの具体的な取組事例情報を共有し、その情報を地域の実情に応じて加工して、取り組むことが有効と考えられる。

2. 論点整理と提言

2. 1 論点

このような消費者教育の現状から、当小委員会では、これまでに全国各地域で行われている数多くの消費者教育の実践事例の中から、消費者市民育成と消費者市民社会の形成に有効な実践プログラムを作成するため、次のような論点を検討した。

【論点1】消費者市民社会の形成に向けた普及プログラムとするために、収集事例をどのような観点から抽出し整理すべきか。

消費者市民社会の形成を考える上では、これらの消費者市民と各セクターの相互の関係性に着目しながら社会構造全体を俯瞰して捉え、公正かつ持続可能な社会形成に向けて、それぞれが責任を果たしつつ、積極的に連携・協働するプロセスが重要となる。これまで、地域においてイメージマップをベースとして、ライフステージ毎にさまざまな消費者教育が行なわれてきているが、改めて消費者市民育成と消費者市民社会の形成を焦点に据えた実践事例の調査、収集、整理が必要となる。

消費者教育の実践事例の抽出において検討の対象としたのは、以下の175事例である。

- ◆『地方公共団体における消費者教育の事例集』（消費者庁、平成25年6月作成）の掲載事例…73事例
- ◆消費者教育ポータルサイト掲載の教材（消費者庁）から「消費者市民社会」の項目のうち「消費者の参画・協働」に該当する事例…64事例
- ◆『地域における消費者教育実践のヒント集』（文部科学省消費者教育推進委員会、平成26年作成）掲載事例…5事例
- ◆消費者教育推進会議（本会議・小委員会）において、委員・事務局から提供資料された実践事例…33事例

また消費者教育事例の抽出の観点は、対象者のライフステージ、実施目的、活動内容、場所、推進主体・協力体制、活動の工夫、成果などを確認しつつ、一事例毎に検討を行った。

これをもとに、消費者市民育成と消費者市民社会の形成に有効と思われる実践事例から別添資料の通り、事例プログラムシートを作成することを検討した。

【論点2】実践事例を普及プログラムとしてより有効に活用するためにはどのようにすべきか。

実践事例を普及プログラムとして有効に活用するためには、当該事例の本質的な部分と付随的な部分を明示していく必要があるのではないかと。また可変の部分、すなわちアレンジという観点からは、さまざまな方法が考えられるのではないかと。などが検討された。

2.2 提言

論点ごとに小委員会での議論および他の小委員会の議論を踏まえ、以下のとおり提言をまとめる。

【論点1】について

各事例を抽出するにあたっては、各消費者教育事例の根幹である狙いと期待され

る成果などの本質的要素は変えないこと、一方で応用といった視点、さらには、プログラムの中で不変とすべき部分と可変可能な部分とを見極めたうえで、その構成要素である対象者と推進主体、連携相手、実施場所、教育内容の切り口、教育の手法、教材などに分解して抽出することを提言する。

また、消費者市民社会概念を普及するための有効なプログラムとするために、以下のような観点で実践事例を抽出し、普及プログラム例として整理したものを文末に添付している。

※プログラム例の「選定の観点」欄に、(1) 選定の観点①消費者市民育成、②担い手育成、③連携・協働を示し、「アプローチ・手法」欄には、それぞれ(2) テーマ設定からのアプローチ、(3) 手法として述べた内容を可能な限り記載することとしている。

(1) 選定の観点

実践事例が、①消費者市民育成、②担い手育成、③多様な主体の連携・協働のいずれかまたは複数を目的としたプログラムとなっているかを選定の観点として分類をした。

① 消費者市民育成

よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与する消費者市民の育成の観点である。

消費者教育は、基本方針の記載に沿って、

- ・被害に遭わない消費者の育成
- ・合理的意思決定ができる自立した消費者の育成
- ・社会の一員として、よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与する消費者の育成

の3つに大別することができる。

まず、1つ目は、被害に遭わない消費者の育成であり、自らの消費生活において消費者被害・トラブルの未然防止ができる消費者である。2つ目は、自らの消費生活において消費がもつ社会的な影響力を理解し、合理的意思決定ができる自立した消費者の育成である。3つ目は、社会の一員として、よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与する消費者の育成である。

これまで行なわれてきた消費者教育には、消費者市民の育成を意識せず、消費生活に関するさまざまな知識・理解の普及を目的に実施されてきたものや、またこれらの3つが混在した形で実施された教育も少なくない。

しかし、消費者市民社会の形成の視点からは、3つ目の社会の一員として、よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与する消費者の育成を強く意図した消費者教育が求められる。つまり、自らの消費生活に対する興味・関心、知識・理解、実生活での問題解決能力もつといった消費者個人の生活の範囲を超えて、よりよい社会の構築に向けて周囲や他者に働きかけ、ともに行動し、連携する力を育てる教育である。

この教育において育成されるべき能力は「消費が持つ影響力を自覚した判断能力」「持続可能な消費など公正かつ持続可能な社会の実現を实践する力」「課題解決に向けて主体的に参画・協働する力」である。消費者市民育成のためには、この判断力・実践力・参画力を育むことを目的とした消費者教育プログラムが有効といえる。

② 地域の担い手育成

地域課題・社会課題解決に向けた地域の担い手の育成の観点である。

消費者市民社会の形成に向けて、育成が急がれるのは、それぞれの地域にあって地域の消費者市民とともに行動する担い手の育成である。

地域の担い手とは、一消費者市民であることはもとより、地域の消費者市民の育成をサポートし、消費者市民のリーダーとして、地域課題や社会課題の解決に向けて消費者市民の参画を促し、協働して取り組む中心的存在である。現在、「消費生活サポーター」「くらしの安全サポーター」「消費生活推進員」「地域消費者リーダー」「消費生活マスター」「啓発員」「消費者リーダー」などの名称のもと、地域ごとにその育成が行なわれている。

地域の担い手の育成のための消費者教育は、消費生活に関する幅広い知識・理解にとどまらず、社会課題や地域課題に対する強い問題意識を持ち、その解決に向けて他のセクターや消費者市民とのコーディネートする力、リーダーシップを発揮できる力を身につける教育であることが期待される。また消費者市民を対象として新たな担い手を育成する教育と、既に担い手である人材を対象とし更なるスキルアップ開発を行うプログラムが求められる。

多くの消費者市民を継続的に育成していく活動と地域の担い手を確実に育成していく活動を同時並行で推進することは、消費者市民社会の形成に向けた近道といえる。

③ 多様なセクター間での連携・協働

多様なセクターの連携・協働による地域に根差した消費者教育の観点である。地域の消費者教育においては、これまでに地域毎にさまざまなセクターや地域の担い手といった主体が連携・協働し、消費者教育が推進されてきた。次ページの表は、今回確認した実践事例の中に見られる企画者、推進者、協力者などをセクター別に示したものである。

消費者教育においては各セクターやそこで働く人材が持てる知識や情報・ノウハウ、人材・設備などを有効に活用している事例も少なくない。中には、学校教育、社会教育、NPO、企業などが協力しあって、地域の課題を「見える化」し、その課題解決にむけて消費者を参画させながら活動を進めているところもある。こうした連携のプラットフォームは、地域の消費者教育推進の基盤としてだけでなく、地域における連携・協働の基盤ともなりうる。このような連携・協働のネットワークを継続的に支援していく取り組みも重要といえる。

官	学	民	産
行政関係	学校教育 社会教育関係	民間	事業者関係
消費者庁および都道府 県・市町村の消費者行政 所管組織 消費生活センター（職 員・消費生活相談員） 保健所・保健施設（保健 師・栄養管理士） 警察署・社会福祉協議会 地域包括支援センター および、その職員など	教育委員会 幼稚園・保育園・小学 校・中学校・高校・大 学・大学院・特別支援 学校 図書館・公民館、およ び、その教員・職員な ど	NPO法人・消費者団体・ 消費生活サークル・大学サ ークル・生活協同組合・ 地域自治会・医療機関 青年会議所・子ども会 その他グループ・チーム、 および、その職員 専門家(弁護士・大学教 授・各種アドバイザー・コ ンサルタントなど) 学校長OB・民生委員など	事業者団体 一般企業（社会貢 献・CSR担当組織） および、その職員・ 社員など

（２）テーマ設定からのアプローチの観点

消費者教育のテーマ設定からのアプローチの観点である。

これまで行われてきた消費者教育には、商品の安全教育、契約トラブルの防止策、情報社会のルールといったカテゴリー毎に関連する知識・情報などの付与する教育が少なくない。これに対し、消費者市民育成や消費者市民社会の形成を意図した教育は、地域や社会課題解決に向けて、自らの実践のみならず、他者への働きかけを促す強い動機づけ行なう教育が求められる。

その観点からの有効と思われるアプローチとして、「身近な消費生活からのアプローチ」「身近な地域課題からのアプローチ」「消費生活・消費者問題全般からのアプローチ」の3つが挙げられる（教育プログラムだけでなく、テキスト・教材も同様）。

【身近な消費生活からのアプローチ】

対象者にとって身近な消費財や商品の購買選択行動を切り口として、それらの背景にある問題（地球環境や社会課題など）を掘り下げ、それらの課題を解決するための行動を考察する

【身近な地域課題からのアプローチ】

対象者にとって身近な地域の課題を切り口として、それらの課題を解決するために必要な活動を考察する

【消費生活・消費者問題全般からのアプローチ】

消費生活や消費者問題について、幅広く体系的に学び、その中から自分が（あるいは他者ととともに）何を実践すべきかを考察する

実際の消費者教育においては、対象者の発達段階や問題意識レベルに応じて、上記の切り口の選択が検討されることが望ましい。

(3) 手法の観点

判断力・実践力・参画力を育てる学習方法の観点である。

観点④のプログラムのアプローチ方法ともに、併せて着目すべき点は学習手法である。

考えうる手法としては、

- ・座学
- ・体験による学習
- ・コミュニケーションによる学習

などが挙げられる。

【座学】

講義や講演といった座学も対象者に一定の知識・スキルなどを効率的に付与することには有効であるが、受講後の対象者の行動変容を期待する教育としていくためには、受講者自身が自らの問題意識に基づき行動し、周囲の他者とのコミュニケーションを通じて、課題解決の方策を探るプロセスをプログラムに組み込むことが必要である。

【体験による学習】

問題意識を高めるためにも、事実・実態を把握するプロセスは重要である。教室における実験や屋外に出かけていく実地見学、アンケート調査、ヒアリング調査などを通じて、事実を正確に知ること、それらの事実や実態を自分事として体感する体験による学習手法は有効である。

【コミュニケーションによる学習】

問題の本質を掘り下げ、課題解決を導きだすプロセスにおいては、他者とのコミュニケーションの中で検討を進めるワークショップの方法が有効であり、グループディスカッション、ブレインストーミングやロールプレイングなども有効である。最近では、ワールド・カフェの手法も注目されている。

これらの学習手法は、対象者のレベル、活動の場面、活動の形態に合わせて選択するとともに、教材やツールと組み合わせ、更に効果的な学習が進められることが期待される。

以上、消費者市民の育成と消費者市民社会の形成に寄与する実践事例の抽出の観点を提示した。

【論点2】について

実践事例を普及プログラムとして有効活用するためには、次の内容をさらに検討することを提言する。

プログラムを構成している要素には、

- ◇どのような人たちを対象とするのか
- ◇どのような背景のもと、何を狙いに、どのような成果を求めて実施するのか
- ◇どのような協力者がいるのか
- ◇どのような内容をどのような展開で組み立てるのか
(テーマ・アプローチ方法・手法など)
- ◇どのようなタイミングで実施するのか、単独実施か複数回実施するのか
- ◇どのような「場」「場所」で実施するのか
- ◇どのようなツールを用いて実施するのか

などがあり、これらの要素を組み合わせることで、様々な応用展開が可能になる。

例えば、対象者を変えて実施することも考えられる。この場合は対象者の問題意識レベルに合わせて、その他の要素をアレンジすることが求められる。或は、それぞれの地域の実情に合わせて、掘り下げるテーマを変更することも可能である。

普及プログラムとしての有効活用については、推進会議後にさらなる検討の予定である。

3. 今後の展開

○論点1に関して、消費者市民社会の形成に向けて、今後も継続的に事例を収集し、それを活用しやすい形に加工したプログラム案として各地に普及していく。その際、消費者教育ポータルサイトに取組事例として掲載できるように、ポータルサイトの改修も進めていくことが有効である。

○論点2に関して、ここで示した実践例に基づくプログラム案を参考に、各地域の実情に応じて活性化基金の先駆的プログラム¹を活用してモデル的に実践し、その結果を広く共有していくことが期待される。

¹地方消費者行政活性化基金のうちの「国と地方のコラボレーションによる先駆的プログラム」の中の「消費者教育の推進（地域での推進体制強化及び事業者のコンプライアンス意識の確立等）」の中で示す政策テーマを踏まえ、地方公共団体独自の企画により先駆的事業を実施し、その事業展開後に成果・課題等をまとめた報告書を消費者庁が取りまとめ・公表し全国的な波及・展開を目指すこととしている。

政策テーマとして「体系だった消費者教育の展開・・・イメージマップを踏まえ、連携等を目的とする教材作成、講座実施」が掲げられている。

課題2 イメージマップのバージョンアップについて

1. 現状

「消費者教育の体系イメージマップ」（以下、イメージマップという。）は、消費者教育の重点領域をタテ軸に、幼児期から高齢期までのライフステージ各時期をヨコ軸に配置し、その交わったボックスに教育内容(学習目標)を記したマトリックス状の一覧表であり、多様な消費者教育の担い手が、その教育内容について共通認識を持つための道具となることを目指したものである。

具体的には学校、地域、職域等で、様々な主体が取り組んでいる消費者教育の実践例や、環境教育、食育、金融経済教育などの消費生活に関連する様々な教育の実践例を当てはめてみることで、その地域で消費者教育が充実している領域、まだ力を入れなければいけない領域などが見えてくる。こうして様々な主体の連携協働による、体系的、一体的な消費者教育の実現が可能となると考えられる。

実際に、イメージマップの公表（平成25年1月）後、自県の消費者教育の全体像をイメージマップに位置づけて整理し、それに基づいて県の消費者教育推進計画を立案した例がある。また、高等学校の家庭科、公民科、情報科において実施された消費者教育の実践事例をイメージマップに合わせて整理した県教育委員会の例などもあり、既に実践の場で活用され始めている。

2. 論点整理と提言

2.1 論点

このような現状認識をもとに、当小委員会では、消費者教育の推進に向けたイメージマップの果たす役割の重要性に鑑み、そのバージョンアップについて次のような論点を検討した。

【論点1】 推進法における考え方も踏まえ、イメージマップの対象領域における「消費者市民社会の構築」の位置付けを見直すべきではないか。

まず、現状のイメージマップにおける「消費者市民社会の構築」の全体目標の記述がイメージマップの活用ガイドの記述と整合性が取れていないのではないか、またイメージマップには「消費者市民社会の構築」と他の重点領域を並列で記載しているが、本来これらは並列の関係ではなく、そのことが現状のイメージマップではわかりにくいため、それらの関係性を整理する必要があるのではないか検討された。

また消費者市民社会の構築における目標の記述がわかりにくく、実践に落

としにくいので、各目標の文言を再整理する必要があるのではないかが検討された。

【論点2】他の消費生活に関する教育との関係・連携についても、イメージマップに併せて整理し、明示するべきではないか。

消費者教育は幅広い分野にわたるが、イメージマップにおいては重点領域のみが示されている。安全教育、環境教育、食育、金融経済教育など他の分野と消費者市民社会の構築との関連を示す必要がないかが検討された。

【論点3】成人期において、ライフステージにとどまらず、他の切り口（例えば、習熟レベル）の観点からの再整理の可能性はないか。

イメージマップにおいてはライフステージと重点領域ごとに目標を示しているが、消費者教育を推進していくためには、他の切り口での整理も必要になるのではないかが検討された。

【論点4】幼児期から高齢期において、学習指導要領との対応関係も示す必要があるのではないか。

既に学校関係でもイメージマップは利用され始めているが、学習指導要領等との対応関係が示されることでより活用しやすくなるとの意見が学校関係者から出されている。

【論点5】消費者市民社会の構築に向けては、消費者の行動にとどまらず、幅広い主体まで検討の必要があるのではないか。

イメージマップにおいては消費者市民社会の構築について、消費者の行動に焦点をあて記述しているが、消費者教育の担い手の観点、さらには消費者市民社会の構成員である政府や事業者、あるいは消費者団体・NPOとともに連携・協働し実践するという観点からの検討が行われた。

以下、論点ごとの小委員会での議論および他の小委員会の議論を踏まえ、以下のとおり提言をまとめる。

2. 2 提言

【論点 1】について

(1) 「消費者市民社会の構築」領域について、全体目標の標記を、以下のとおり、修正することを提言する。

「消費がもつ影響力の理解」⇒「消費が持つ影響力を自覚した判断能力」

「持続可能な消費の実践」⇒「持続可能な消費など公正かつ持続可能な社会の実現を実践する力」

「消費者の参画・協働」⇒「課題解決に向けて主体的に参画・協働する力」

これはイメージマップを使う人のわかりやすさを目的に、従来の発達段階に応じた目標設定の良さを活かしながら、他の重点領域の記載との整合性および基本方針やイメージマップのガイド（「消費者教育の体系イメージマップ～消費者カステップアップのために～」平成 25 年 1 月）の文言との整合性をはかったものである。

(2) 「消費者市民社会の構築」と他の重点領域との関係性を整理することを提言する。

イメージマップの「消費者市民社会の構築」は他の重点領域と関わりなく存在するのではなく、むしろ他の領域のなかで実践されるべきものでもあることから、これらの関係性が見える形でイメージマップを整理したものを示すことを提言する。

【論点 2】について

イメージマップに示している以外の消費生活に関する教育についても消費者市民社会構築との関係で整理することを提言する。

現在、イメージマップに示している領域はあくまでも重点領域であるが、消費者教育は本来これらにとどまらず幅広い領域にまたがるものである。そこで環境教育・金融経済教育・食育・法教育などと消費者市民社会との関係・連携についても、イメージマップに併せて整理する必要がある。推進会議後に具体的な検討を開始する予定である。

【論点3】について

イメージマップについて、ライフステージ毎の「解説編」を提言する。仮に、名称を「ライフステージ別消費者市民育成ガイド～イメージマップ解説編～」としている。

これは、学校や地域での消費者教育の担い手がイメージマップをより活用できるようにするため、消費者市民社会の構築分野に焦点を当てつつ、ライフステージの特性に合わせた解説としている。現在、解説編は以下の分類のもとに委員私案として作成しているが(別添参照)、当小委員会の「実践事例と対応させた消費者市民教育概念の研究・普及」の成果および他の小委員会での成果を踏まえ、イメージマップにおける消費者教育の目標について、ライフステージ以外の切り口を検討することを提言する。

イメージマップはライフステージごとに具体的な消費者教育の目標を示しているが、さらに消費者教育を促進するためには、さらに他の切り口、たとえば習熟別で示すことも有効であると考え。第6回消費者教育推進会議後に検討を予定している。

<ライフステージ別消費者市民育成ガイド～イメージマップ解説編～>

- ・若者(⇒島田委員)
- ・成人期(⇒島田委員)
- ・高齢期(⇒島田委員)

【論点4】について

「ライフステージ別消費者市民育成ガイド～イメージマップ解説編～」の幼児期から高校生期についても作成することを提言する。

<ライフステージ別消費者市民育成ガイド～イメージマップ解説編～>

- ・幼児期(⇒向山委員)
- ・小学生期(⇒向山委員)
- ・中学生期(⇒小谷野委員)
- ・高校生期(⇒大杉委員)

3. 今後の展開

以上の提言の実現、さらに消費者市民社会の構築を進めるために、今後、以下の点を検討する必要がある。

○論点②に関して、他の消費生活に関する教育(金融経済教育、環境教育、食育、安全教育等)との関係については、イメージマップとのかかわりを整理するため、地域連携推進小委員会ではなく、本小委員会における検討が必要ではないか。

○論点③に関して、ライフステージ毎のイメージマップ解説編について、現在の私案を小委員としての完成させるためには、習熟レベルの観点からの再整理も含め検討する。

○論点④に関して、文部科学省を始め関係省庁の意見を聞くことに加えて積極的な関与が期待されるのではないか。

○論点⑤に関し、現在のイメージマップにおける消費者市民社会の構築については、消費者の行動に焦点をあてて明示しているが、もとより消費者市民社会の構築は政府、事業者等幅広い主体の連携・協働のもとになされるべきものである。

また、ISO26000(組織の社会的責任の手引き)には、「消費者課題」のなかに「教育及び意識向上」が明記されているように、事業者がCSRとして主体的に消費者教育に取り組む例もみられることから、事業者におけるイメージマップの活用、あるいは事業者や消費者団体、その他NPOなどにおける消費者市民社会の構築に焦点を当てて整理することなども考えられるのではないか。

消費者市民育成プログラム (1)

プログラム名	エコチケット(環境通貨)を使った循環型エコ活動	アプローチ手法	身近な消費生活から体験学習
選定の観点	①消費者市民育成	対象	小学生
育成する能力	持続可能な消費など公正かつ持続可能な社会の実現に向けて実践する力/課題解決に向けて主体的に参画・協働する力	形態場所	授業「総合的な学習の時間」・ 課外学習 小学校
企画主体	埼玉県川口市立戸塚南小学校	推進者協力者	—
特長	ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ・エコチケットを利用したエコマーケットの活動を通じて、児童たちが主体的に行動し、問題解決することを通じて、消費者・事業者それぞれが環境保護において果たすべき役割を理解する。 	
	実施内容 独自の工夫	<ul style="list-style-type: none"> ・学校全体でエコスクールとしての活動に取り組む中、日常的な環境活動と総合の学習とを有機的につなげた取り組み。 ・そのひとつのツールとして、エコチケットという環境通貨を発行。通貨単位はエコ。エコ活動をすると児童はエコチケットが手に入る仕組み。(例:古紙回収日に持参すると1エコ、カブトムシ用の落ち葉持参で1エコ)エコチケットは、学期毎に1回エコマーケットを実施していて、ここで環境通貨を使用できる(例:苗5エコ、カブトムシの幼虫3エコ)また、エコ銀行を設置し、20エコ以上持っている児童は預金通帳に入れてもらっている。預金通帳は環境委員会の児童がパソコンで管理。通帳のパスワードは「ぼく、わたしのエコ宣言!」。 ・最初は教師側からのよびかけでエコマーケットを開催していたが、児童が自分たちのアイデアでお店をつくり、会社をつくり、エコマーケットを開くようになった。 ・毎年秋の戸塚南小祭りでは、「子ども店長」「子ども社長」を募集するとともに、資金が必要なら、エコ銀行から貸出すことを案内したところ、企画会議でいろいろなアイデアが生まれた。活動を通して「チェンジメーカー」(平和、貧困、環境等の問題をビジネスにつなげ、課題解決する人)になろうと呼びかけている。 	
	成果課題	<ul style="list-style-type: none"> ・エコチケットを沢山手に入れた児童は自分たちがやったことが仕事になって多くの人に喜んでもらったことに手ごたえを感じていた。 ・これらの取り組みを通じて児童らの自主性、協働する力が高まり、東日本大震災の時は、被災地にランドセルを贈るという呼びかけを自ら実施。 	
今後の展開	<ul style="list-style-type: none"> ・環境教育の一環としてエコ活動に取り組んでいる学校は少なくない。身近な環境問題から出発して、社会的課題を考え、その解決を目指して活動するよう促すことは、消費者市民の育成につながりうる。 		
参考情報	日本弁護士連合会主催「消費者教育シンポジウム」(2012年5月26日) 報告集 http://www.nichibenren.or.jp/library/ja/committee/list/data/shiyouhisyaevent120526_0.pdf		

消費者市民育成プログラム (2)

プログラム名	「ごみとすみよい暮らし」	アプローチ 手法	身近な消費生活から グループワークほか				
選定の観点	①消費者市民育成	対象	小学校4年生				
育成する力	消費が持つ影響力を自覚した判断能力	形態 場所	授業「社会科」 小学校				
企画主体	消費者教育フェスタ in 千葉 (文部科学省 生涯学習政策局)	推進者 協力者	千葉市教育委員会				
活動の特長	ポイント	千葉市の焼却ごみ1/3削減を実現するために、一市民として協力するという気持ちをもつことができる。					
	実施内容 独自の工夫	<table border="1"> <thead> <tr> <th>学習活動と内容</th> <th>教師の指導と支援</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <p>1 本時の学習問題を知る。</p> <p>私たちが千葉市のごみ減量に協力する方法を考え、紹介し合おう。</p> <ul style="list-style-type: none"> ごみ減量の方法を考え、ノートに書く。 <p>2 グループごとに、ごみ減量に協力する方法を紹介する。聞き手は、ワークシートに考えを書き、意見を交流する。</p> <p>【記入内容例】</p> <ol style="list-style-type: none"> 自分の生活を改善し取り組みたい やりたいけど…難しい あまり意味がないのではないか さらにこんな努力はできないかなど <p>3 学習のまとめをする。</p> <p>協力できる方法はたくさんある。一人一人が進んで協力することがごみ減量につながる。</p> </td> <td> <p>◆評価</p> <p>○千葉市が焼却ごみ1/3削減を始めた経緯について確認し、ごみ削減の必要感をもてるようにする。</p> <ul style="list-style-type: none"> 自分の考えたごみ減量の方法とその意義(よさ)を絵や図等を使ってノートに書かせる。 <p>○全員が削減方法の意義や方法を正しく理解しやすくするために電子黒板に説明の資料や写真などを表示する。</p> <p>○その方法は、本当に自分たちが実現可能で、ごみ削減に意味のある取り組みなのか考えられるように助言する。</p> <ul style="list-style-type: none"> 友達の考えた方法を自分の考えた方法と比較して、意見を述べさせるようにする。 <p>◆千葉市の焼却ごみ1/3削減を実現するために、一市民として協力するという気持ちをもっている。 (ワークシート、発表)</p> </td> </tr> </tbody> </table>	学習活動と内容	教師の指導と支援	<p>1 本時の学習問題を知る。</p> <p>私たちが千葉市のごみ減量に協力する方法を考え、紹介し合おう。</p> <ul style="list-style-type: none"> ごみ減量の方法を考え、ノートに書く。 <p>2 グループごとに、ごみ減量に協力する方法を紹介する。聞き手は、ワークシートに考えを書き、意見を交流する。</p> <p>【記入内容例】</p> <ol style="list-style-type: none"> 自分の生活を改善し取り組みたい やりたいけど…難しい あまり意味がないのではないか さらにこんな努力はできないかなど <p>3 学習のまとめをする。</p> <p>協力できる方法はたくさんある。一人一人が進んで協力することがごみ減量につながる。</p>	<p>◆評価</p> <p>○千葉市が焼却ごみ1/3削減を始めた経緯について確認し、ごみ削減の必要感をもてるようにする。</p> <ul style="list-style-type: none"> 自分の考えたごみ減量の方法とその意義(よさ)を絵や図等を使ってノートに書かせる。 <p>○全員が削減方法の意義や方法を正しく理解しやすくするために電子黒板に説明の資料や写真などを表示する。</p> <p>○その方法は、本当に自分たちが実現可能で、ごみ削減に意味のある取り組みなのか考えられるように助言する。</p> <ul style="list-style-type: none"> 友達の考えた方法を自分の考えた方法と比較して、意見を述べさせるようにする。 <p>◆千葉市の焼却ごみ1/3削減を実現するために、一市民として協力するという気持ちをもっている。 (ワークシート、発表)</p>	
	学習活動と内容	教師の指導と支援					
<p>1 本時の学習問題を知る。</p> <p>私たちが千葉市のごみ減量に協力する方法を考え、紹介し合おう。</p> <ul style="list-style-type: none"> ごみ減量の方法を考え、ノートに書く。 <p>2 グループごとに、ごみ減量に協力する方法を紹介する。聞き手は、ワークシートに考えを書き、意見を交流する。</p> <p>【記入内容例】</p> <ol style="list-style-type: none"> 自分の生活を改善し取り組みたい やりたいけど…難しい あまり意味がないのではないか さらにこんな努力はできないかなど <p>3 学習のまとめをする。</p> <p>協力できる方法はたくさんある。一人一人が進んで協力することがごみ減量につながる。</p>	<p>◆評価</p> <p>○千葉市が焼却ごみ1/3削減を始めた経緯について確認し、ごみ削減の必要感をもてるようにする。</p> <ul style="list-style-type: none"> 自分の考えたごみ減量の方法とその意義(よさ)を絵や図等を使ってノートに書かせる。 <p>○全員が削減方法の意義や方法を正しく理解しやすくするために電子黒板に説明の資料や写真などを表示する。</p> <p>○その方法は、本当に自分たちが実現可能で、ごみ削減に意味のある取り組みなのか考えられるように助言する。</p> <ul style="list-style-type: none"> 友達の考えた方法を自分の考えた方法と比較して、意見を述べさせるようにする。 <p>◆千葉市の焼却ごみ1/3削減を実現するために、一市民として協力するという気持ちをもっている。 (ワークシート、発表)</p>						
実施効果 (成果)	<ul style="list-style-type: none"> 単元の指導計画に「清掃工場見学」を入れ、問題意識を高めている。 千葉市を現状と自分たちの生活を結びつけている。 実際の生活に生かす方法が児童から提案された。 倫理感まで意識した感想が得られた。 <p><児童の感想></p> <ul style="list-style-type: none"> 教室でのごみも減らさないといけない。自由帳を破って捨てることは、もうしない。 トレーを集めているのは知っていた。お母さんが時々「忘れちゃった!」と言うことがある。だから、駅や公園にごみ箱があったらいいという考えがいいと思ったけど、約束を守らないとトレーじゃないごみを捨てる人がいるからダメかもと思った。 						
今後の活用	・上記の学習指導案、指導計画の活用により、他校でも実施可能。						
参考情報	「平成25年度 消費者教育フェスタ in 千葉」資料 P10 「消費者教育推進のための調査研究事業(文部科学省 初等中等教育局)」委託事業『消費者教育研究』No163 掲載予定						

消費者市民育成プログラム (3)

プログラム名	「じょうずに使おう 物やお金 ～買い物の仕方を考えよう～」	アプロ-チ 手法	身近な消費生活から 電子黒板																	
選定の観点	①消費者市民育成	対象	小学校5年生																	
育成する力	消費が持つ影響力を自覚した判断能力	形態 場所	授業「家庭科」 小学校																	
企画主体	消費者教育フェスタ in 千葉 (文部科学省 生涯学習政策局)	推進者 協力者	千葉市教育委員会																	
活動の特長	ポイント ハムの品質や量、価格などの情報を活用し、目的に合ったハムの選び方や買い方について考えたり、自分なりに工夫したりすることができる。	◆評価																		
	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <th colspan="2">学習活動と内容</th> <th colspan="2">教師の指導と支援</th> </tr> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> 1 本時の学習問題を知る。 <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">買い物の仕方を考えよう</div> 2 電子黒板で「やまとくんのお買い物」を見て、買い物のポイントを考え、買い物前に確認することがあるということに気付く。 3 3つのハムのうち、どのハムを買うかを考える。 </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> ○前時の課題の中から、食品の選び方を学ぶことを確認する。 ○買い物に行くときには、どんな目的で、何をどれくらい買うか確認することが必要であることに気付かせる。 ○3種類のハムA、B、Cについて確認し、1つ選ばせる。 ○ワークシートに、選んだ商品のシールを貼り、選んだ理由を記入させ、自分なりの物の選び方や買い方を確認させる。 ○3つのハムそれぞれの選んだ理由を電子黒板やホワイトボードに掲示して考えを共有し、選び方や購入の仕方を確認し、商品にはそれぞれ長所と短所があることに気付かせる。 ◆ハムの品質や量、価格などの情報を活用し、目的に合ったハムの選び方や買い方について考えたり工夫したりしている。 〈ワークシート〉 </td> </tr> <tr> <td style="width: 25%; text-align: center;">ハム</td> <td style="width: 25%; text-align: center;">A</td> <td style="width: 25%; text-align: center;">B</td> <td style="width: 25%; text-align: center;">C</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">賞味 期限</td> <td style="text-align: center;">明日</td> <td style="text-align: center;">2週間後</td> <td style="text-align: center;">2週間後</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">量 包装 価格</td> <td style="text-align: center;">4枚ずつ 3パック がテープ で止まっ ている (50円 引)</td> <td style="text-align: center;">4枚ずつ 3パック テープで 止まって いる</td> <td style="text-align: center;">12枚が 一つにな った大き いパック</td> </tr> </table>	学習活動と内容		教師の指導と支援		1 本時の学習問題を知る。 <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">買い物の仕方を考えよう</div> 2 電子黒板で「やまとくんのお買い物」を見て、買い物のポイントを考え、買い物前に確認することがあるということに気付く。 3 3つのハムのうち、どのハムを買うかを考える。	○前時の課題の中から、食品の選び方を学ぶことを確認する。 ○買い物に行くときには、どんな目的で、何をどれくらい買うか確認することが必要であることに気付かせる。 ○3種類のハムA、B、Cについて確認し、1つ選ばせる。 ○ワークシートに、選んだ商品のシールを貼り、選んだ理由を記入させ、自分なりの物の選び方や買い方を確認させる。 ○3つのハムそれぞれの選んだ理由を電子黒板やホワイトボードに掲示して考えを共有し、選び方や購入の仕方を確認し、商品にはそれぞれ長所と短所があることに気付かせる。 ◆ハムの品質や量、価格などの情報を活用し、目的に合ったハムの選び方や買い方について考えたり工夫したりしている。 〈ワークシート〉	ハム	A	B	C	賞味 期限	明日	2週間後	2週間後	量 包装 価格	4枚ずつ 3パック がテープ で止まっ ている (50円 引)	4枚ずつ 3パック テープで 止まって いる	12枚が 一つにな った大き いパック	
	学習活動と内容		教師の指導と支援																	
1 本時の学習問題を知る。 <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">買い物の仕方を考えよう</div> 2 電子黒板で「やまとくんのお買い物」を見て、買い物のポイントを考え、買い物前に確認することがあるということに気付く。 3 3つのハムのうち、どのハムを買うかを考える。	○前時の課題の中から、食品の選び方を学ぶことを確認する。 ○買い物に行くときには、どんな目的で、何をどれくらい買うか確認することが必要であることに気付かせる。 ○3種類のハムA、B、Cについて確認し、1つ選ばせる。 ○ワークシートに、選んだ商品のシールを貼り、選んだ理由を記入させ、自分なりの物の選び方や買い方を確認させる。 ○3つのハムそれぞれの選んだ理由を電子黒板やホワイトボードに掲示して考えを共有し、選び方や購入の仕方を確認し、商品にはそれぞれ長所と短所があることに気付かせる。 ◆ハムの品質や量、価格などの情報を活用し、目的に合ったハムの選び方や買い方について考えたり工夫したりしている。 〈ワークシート〉																			
ハム	A	B	C																	
賞味 期限	明日	2週間後	2週間後																	
量 包装 価格	4枚ずつ 3パック がテープ で止まっ ている (50円 引)	4枚ずつ 3パック テープで 止まって いる	12枚が 一つにな った大き いパック																	
・情報を収集し、複数のハム(商品)のメリット、デメリットを整理し周りの児童と情報の共有、検討することで最善と思われるハム(解決策)を選べる。	実施効果(成果) ・話し合う活動を通じて、必要な情報を集め適切に物を選択できた。 <児童の感想> ・A・B・Cのハムのそれぞれの良い所と悪い所が友達の発表などでよくわかった。「ゴミが少なくなる」など、私が思いつかない地球のことまで考えている人がいて「あー、そうなんだ」と改めて感じた。なので、品物を選ぶときは、いろいろなことを考えて選んだほうがよい。 ・パッケージの絵や写真で選んでいたけど、裏も見なきゃいけないことが分かった。裏にはいろんなことが書いてある。選ぶには、目的がはっきりしないとどれを選ぶか分からないと思った。																			

	<p>今後の活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ・上記の学習指導案、教材等の活用により、他校でも実施可能。 ・実物食品写真データ、電子黒板用「やまとくんのお買い物」は配布可能
	<p>参考情報</p> <p>「平成 25 年度 消費者教育フェスタ in 千葉」資料 P12 「消費者教育推進のための調査研究事業(文部科学省 初等中等教育局)」委託事業 『消費者教育研究』No163 掲載予定</p>
今後の活用	<p>・上記の学習指導案、指導計画の活用により、他校でも実施可能。</p>
参考情報	<p>「平成 25 年度 消費者教育フェスタ in 千葉」資料 P10 「消費者教育推進のための調査研究事業(文部科学省 初等中等教育局)」委託事業 『消費者教育研究』No163 掲載予定</p>

消費者市民育成プログラム (4)

プログラム名	商品の選択と購入	アプローチ 手法	身近な消費生活から 調査、ロールプレイほか			
選定の観点	①消費者市民育成	対象	中学校 1年生			
育成する能力	消費が持つ影響力を自覚した判断能力	形態 場所	授業「技術・家庭科(家庭分野)」 中学校			
企画主体	消費者教育フェスタ in 千葉 (文部科学省 生涯学習政策局)	推進者 協力者	千葉市教育委員会			
特 長	ポイント	商品の選択、購入に必要な情報について理解し、それを収集、整理し、適切な商品の選択、購入について考えることができる。				
	実施内容	◆評価				
	独自の工夫	<table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">学 習 活 動 と 内 容</th> <th style="width: 50%;">教 師 の 指 導 と 支 援</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> 1 お年玉で買いたい商品、ベスト5について知る。 2 広告の大きき表現や言葉は、何を意味しているのか考える。 <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin: 5px 0;">商品を購入するときに、どのような情報を収集するとよいのだろうか。</div> 3 電子辞書を選択する際の視点を考える。 4 3種類の電子辞書について、必要な情報を集め整理する。 5 集めた情報を活用し、1つの電子辞書を選択し、その理由を発表しあう。 6 本時の学習でわかったことをノートにまとめ、発表する。 <div style="border: 1px dashed black; padding: 2px; margin: 5px 0;">商品を購入するときは、多くの情報の中から適切な情報を収集・整理し、活用していくとよいことがわかったか。</div> </td> <td> ○関心を高めるため、事前の調査から生徒の買いたい商品を調べておく。 ○広告を活用し、どんなことに気をつけるか気づかせる。 ◆商品購入の目的に合った選択の視点を理解している。 (学習ノート・発表) ◆商品購入に必要な情報を収集、整理している。 (学習ノート) ◆収集・整理した情報を活用し、必要なものの選択、購入及び活用について考え工夫している。(ノート・発表) ○表示やマークも商品選択・購入に役立つ情報であることを知らせる。 </td> </tr> </tbody> </table>	学 習 活 動 と 内 容	教 師 の 指 導 と 支 援	1 お年玉で買いたい商品、ベスト5について知る。 2 広告の大きき表現や言葉は、何を意味しているのか考える。 <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin: 5px 0;">商品を購入するときに、どのような情報を収集するとよいのだろうか。</div> 3 電子辞書を選択する際の視点を考える。 4 3種類の電子辞書について、必要な情報を集め整理する。 5 集めた情報を活用し、1つの電子辞書を選択し、その理由を発表しあう。 6 本時の学習でわかったことをノートにまとめ、発表する。 <div style="border: 1px dashed black; padding: 2px; margin: 5px 0;">商品を購入するときは、多くの情報の中から適切な情報を収集・整理し、活用していくとよいことがわかったか。</div>	○関心を高めるため、事前の調査から生徒の買いたい商品を調べておく。 ○広告を活用し、どんなことに気をつけるか気づかせる。 ◆商品購入の目的に合った選択の視点を理解している。 (学習ノート・発表) ◆商品購入に必要な情報を収集、整理している。 (学習ノート) ◆収集・整理した情報を活用し、必要なものの選択、購入及び活用について考え工夫している。(ノート・発表) ○表示やマークも商品選択・購入に役立つ情報であることを知らせる。
学 習 活 動 と 内 容	教 師 の 指 導 と 支 援					
1 お年玉で買いたい商品、ベスト5について知る。 2 広告の大きき表現や言葉は、何を意味しているのか考える。 <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin: 5px 0;">商品を購入するときに、どのような情報を収集するとよいのだろうか。</div> 3 電子辞書を選択する際の視点を考える。 4 3種類の電子辞書について、必要な情報を集め整理する。 5 集めた情報を活用し、1つの電子辞書を選択し、その理由を発表しあう。 6 本時の学習でわかったことをノートにまとめ、発表する。 <div style="border: 1px dashed black; padding: 2px; margin: 5px 0;">商品を購入するときは、多くの情報の中から適切な情報を収集・整理し、活用していくとよいことがわかったか。</div>	○関心を高めるため、事前の調査から生徒の買いたい商品を調べておく。 ○広告を活用し、どんなことに気をつけるか気づかせる。 ◆商品購入の目的に合った選択の視点を理解している。 (学習ノート・発表) ◆商品購入に必要な情報を収集、整理している。 (学習ノート) ◆収集・整理した情報を活用し、必要なものの選択、購入及び活用について考え工夫している。(ノート・発表) ○表示やマークも商品選択・購入に役立つ情報であることを知らせる。					
成果課題	広告の宣伝文句に惑わされず、自分にとって本当に必要な物やよい商品を見極めた。 <hr/> <生徒の感想> ・チラシの「△%off」や「今だけ?!」などの大きき言葉を目にすると、つい買いたくなってしまいます。でも、本当に自分の生活に必要なのか考えて商品を買うことが大切だとわかりました。これから、きちんと商品の情報を集め、自分の中で選択基準をつくり、優先順位を考えて自分に合ったものを買いたいです。 ・この前テレビを観ていたら、いろいろな機能がついている高い商品があった。少ない機能でも、自分がよく使う機能だけでも、充分生活できると言っていた。何のために買うのか、考えていけばよい。今まで、いろいろな機能がついていたほうが良いと思ったけど、そう思わない人もいることが分かった。					
今後の活用	<ul style="list-style-type: none"> ・上記の学習指導案、教材等の活動により、他校でも実施可能。 					

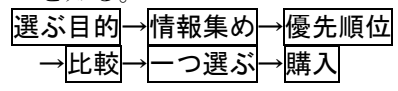
参考情報

「平成 25 年度 消費者教育フェスタ in 千葉」資料 P11

「消費者教育推進のための調査研究事業(文部科学省初等中等教育局)」委託事業

『消費者教育研究』No163 掲載予定

消費者市民育成プログラム (5)

プログラム名	「商品選択に関する意思決定」		アプローチ 対象	身近な消費生活から 中学生		
選定の観点	①消費者市民育成		手法	グループワークほか		
育成する能力	消費が持つ影響力を自覚した判断能力/持続可能な消費など公正かつ持続可能な社会の実現に向けて実践する力		形態 場所	授業「技術・家庭科(家庭分野)」 中学校		
企画主体	全日本中学校技術・家庭科研究大会		推進者 協力者	千葉県教育研究会家庭科部会		
特 長	ポイント	意思決定の方法を用い、物資・サービスの選択、購入及び活用について必要な情報を収集・整理・決定することができる。				
	実施内容 独自の工夫		時配	学 習 活 動	教師の指導と支援	資料・評価
		課題把握	5	・失敗した買い物例とその理由を話し合い、課題をつかむ。 買い物名人になるためには、どのようなことを考えて選べばよいだろうか。	・後悔や失敗の少ない買い物の仕方を学ぶことに気付かせる	学習ノート
		追究する	20	・1回目の買い物をし、買うまでに考えたことをノートに書く。 <品目> ①「筆箱」8商品 ②「チョコレート」8商品 ③「オレンジジュース」8商品 ・商品を選び、買うまでに考えたことを発表し、意思決定の流れを知る。 	・購入目的については、小学校既習事項なので教師が示す。 ・自分で購入した経験のある商品を用意する。 ・1つの品目を取り上げて、生徒の考えたことを意思決定の流れに位置づけて、流れがあることに気づかせる。	学習ノート 商品サンプル 意思決定の流れの 黒板掲示
		深める	20	・2回目の買物体験をし、意思決定の流れに沿って、考えたことをノートに書く	・生徒の選んだ経緯が意思決定の流れのどこに位置するか確認する。	買い物の時の意思決定の手順がわかる。【知・理】
		まとめる	5	・今日の授業で分かったことや、新たな課題をノートに書き、発表する。	・意思決定に沿った買い物をすることで、適切な買い物ができることに気付かせる。	必要な情報を収集・整理・決定することができる。【技】
成果 課題	<p>・必要な情報を集めることで、それぞれの(商品の)メリットやデメリットを見つけ、情報を整理しながら選ぶことで、自分が欲しいものを的確に見つけることができた。</p> <p><生徒の感想> ・ジュースやチョコレートは、あまり考えることもなく買っていた。どんな小さなものでもどうしたらよいか考えることが大事だ。「考える」の中にも意思決定の順番がある。 ・自分が将来地球温暖化によって倒れたら嫌だからお店の人に積極的に話を聞いて商品を選ぶと自分の将来につながる。</p>					
今後の活用	・上記の学習指導案、教材等の活用により、他校でも実施可能。					
参考情報	『消費者教育研究』No161 P3~6 ・「全日本中学校技術・家庭科研究大会収録」に掲載					

消費者市民育成プログラム (6)

プログラム名	「消費者の権利と責任を考えた消費者の在り方」		アプローチ 手法	身近な消費生活から ロールプレイほか		
選定の観点	①消費者市民育成		対象	中学生		
育成する能力	消費が持つ影響力を自覚した判断能力 / 持続可能な消費など公正かつ持続可能な社会の実現に向けて実践する力		形態 場所	授業「技術・家庭科(家庭分野)」 中学校		
企画主体	全日本中学校技術・家庭科研究大会		推進者 協力者	千葉県教育研究会家庭科部会		
活動の特長	ポイント	消費者の権利と責任を考えた意思決定を行い、これからの自分の消費生活の在り方を改善しようとする事ができる。				
	実施内容 独自の工夫		時配	学習活動	教師の指導と支援	資料●評価(方法)
		課題つかむ	5	<ul style="list-style-type: none"> 消費者の声で改良された商品を見て、行動することの大切さを確認し、課題をつかむ。 	<ul style="list-style-type: none"> 消費者が責任を果たすことで社会や環境を変えていく力になることを知らせる。 	改良された商品の映像
		追究する	25	<ul style="list-style-type: none"> 《Tシャツ》の購入を考える場面 4つのTシャツの中から、個人の視点で一番よいTシャツを選び、理由をまとめる。 班の中で選んだ理由を発表し合い、メリット、デメリットをまとめる。 代表生徒は、Tシャツを選んだ理由を説明し、意見や質問を受ける。 	<ul style="list-style-type: none"> 代表生徒にシナリオを演じさせる。 Tシャツ購入の意思決定をさせ、選んだ理由とメリット、デメリットをノートにまとめさせる。 発表をまとめ、黒板に貼らせる。 	学習ノート 発表用紙
		深める	15	<ul style="list-style-type: none"> 4つのTシャツについて、社会の視点で見ると、どんなメリットとデメリットがあるのか、班で話し合い、ノートにまとめる。 社会の視点で商品を見て、気づいたことを発表する。 	<ul style="list-style-type: none"> ノートの資料を活用しながら、個人の視点から社会の視点へ考えを広げさせる。 商品を買うときに、個人の視点だけでなく、社会や環境を意識していくことは消費者の責任であり、それが良い社会につながることを伝える。 	学習ノート 消費者の権利と責任について理解している。【知・理】(ノート・発表)
	まとめる	5	<ul style="list-style-type: none"> 消費者の責任を果たしていくために、これから心掛けたことをノートにまとめ発表する。 	<ul style="list-style-type: none"> 消費者の責任との関係で、Tシャツに限らず、これからどのような消費を心掛けたいか、自分の消費の在り方を発表させる。 	消費者の権利と責任について理解している。【知・理】(ノート・発表)	
成果課題	<ul style="list-style-type: none"> T シャツを「個人の視点」で選んだあと、「社会の視点」でメリット、デメリットがあるか話し合うことで、これまで学んだ児童労働、衣服の組成表示、環境への配慮等の学習と関連させて考えることができた。 生徒は「価格を見るのも大事だが、なぜ安いかを考え、安全性や環境への配慮も考えることが大事だと思う。問題があれば、意見を企業に伝えて、新たな被害がでないようにする」と消費者として責任ある行動を考えるようになった。 					
今後の展開	<ul style="list-style-type: none"> 上記の学習指導案、教材等の活用により、他校でも実施可能。 					
参考情報	『消費者教育研究』No161 P3～6 「全日本中学校技術・家庭科研究大会収録」に掲載					

消費者市民育成プログラム (7)

プログラム	背景への眼差しを育てる消費者教育「エシカル・ファッション」を事例として	アプローチ 手法	身近な消費生活から 映像視聴・製作・ワークショップ
選定の観点	①消費者市民育成	対象	高校生
育成する能力	消費の持つ影響力を自覚した判断能力/持続可能な消費など公正かつ持続可能な社会の実現に向けて実践する力	形態 場所	授業「家庭総合」 高校
企画主体	お茶の水女子大学附属高等学校	推進者 協力者	—
特 長	ポイント	<p>・衣服が、企画からどのように手元に届くのかを実際に体験することを通じて、身の周りの物の持つ「背景」への眼差しを育て、消費行動における「選択」についての考えを深める。併せて、衣服製作技術の習得と健康、管理、表示に関する知識のみならず、衣生活全体への関心を高め、グローバルな視点から消費を捉える視点を育む。</p>	
	実施内容 独自の工夫	<p>(授業の流れ) (「家庭総合」の授業の全体の流れ)</p> <p>・「着る」ということについて、映画の視聴後(2時間)、衣服取り巻く環境、健康・素材を学習(2時間)、しわプリーツスカートの製作(6時間)、カタログの製作(2時間)、ファッションショー・衣服の管理(2時間)を実施したあとに、以下の授業を実施。</p> <p>・生徒が作成したファッションカタログ『お茶高ガールズコレクション』から、実際に購入したい服を班で相談して選び、その「背景」について考える。「背景」を考えた衣生分野の消費行動として、「エシカル・ファッション」があることにつなげる。</p> <p>ワークⅠ「購入したい服を選ぼう」</p> <p>・生徒の衣服選択の理由である「背景」を整理。</p> <p>・最も人気のあったスカートの値段を材料費、人件費など原価率の解説を加えて、適正価格について考える。</p> <p>・以上から、商品の選択の背景には、「背景」という要素があることに気づかせる。</p> <p>ワークⅡ「エシカル・ファッションのロゴマークの意味を考えてみよう」</p> <p>・エシカル・ファッションつけられている6つのロゴマークを見ながら、具体的にどのようなことかを考え、エシカル・ファッションが社会的に大きな意味をもつ概念であることを気づかせる。</p> <p>・GDPの57%は個人消費であり、一人ひとりがどのような考えを持って消費行動をとるのが世界経済に大きな影響力を持つことを考え、ファッションだけでなく、自分がとれるエシカルな行動はどのようなことかを考察。</p>	
	成果課題	<p>・生徒が布選びから関わったプリーツスカート用いて消費行動までを考えることにより日常の事柄として取り組むことができたと評価。実際に自らフェアトレードファッションショーに赴いたとの報告する生徒や、フェアトレードチョコレートをプレゼントしてくれる生徒がいるなど、自分のこととして消化している様子がうかがえた。</p>	
今後の活用	授業実践として、他校でも応用可能である。さらに、ワークⅡについては、成人一般向けのワークショップとしても実施できる。		
参考情報	『消費者教育研究』No. 155 7～9頁		

消費者市民育成プログラム (8)

プログラム名	消費が持つ影響力を理解し、 実際に行動を起こそう 「チョコレートから見えるもの」	アプローチ 手法	身近な消費生活から (社会課題) グループワークほか
選定の観点	①消費者市民育成	対象	高校生
育成する能力	消費が持つ影響力を自覚した判断能力 /課題解決に向けて主体的に参画・協 力する力	形態 場所	授業「家庭基礎」 高校
企画主体	埼玉県立大宮光陵高等学校	推進者 協力者	—
特 長	ポイント	倫理・社会・経済・環境面を考慮して商品選択を行なう消費者市民としての能力と、 消費者として適切な意思決定に基づいて行動できる力を身につける。	
	実施内容 独自の 工夫	<ul style="list-style-type: none"> ・高校生にとって身近な食品であるチョコレートを切り口に学習を展開する流れ。 【1時間目】 チョコレートから見えるもの (気づく) ・チョコレートの原材料と生産・消費について学んだのち、<u>児童労働の実態をDVD</u> で実感、フェアトレード商品について理解する(クイズや試食など) 【2時間目】 おいしいチョコレートの真実 (考える) ・特定非営利活動法人 ACE が開発した教材を用いて、グループワークを実施。ガ ーナと日本の家族の生活を疑似体験し、児童労働の現実を考える 【3・4時間目】 消費者の権利と責任 (実行する) ・消費者に権利と責任について学習をした後、グループワークにより児童労働の ない世界を作るために自分たちでできることを考え、その後、グループ毎に発表 して考えを共有。具体的に行動に移す取り組みとしてクラスで案を 1~2つにまと め、実際に行動に移す。 ・行動の事例として、「<u>フェアトレード商品を買う</u>」「<u>新聞への投書</u>」「<u>近隣のコンビニ にフェアトレード商品を置いて欲しいとのお願いの手紙を書く</u>」「<u>フェアトレードの チョコレートを作って欲しいと、チョコレート製造会社に手紙を送る</u>」など。 	
	成果 課題	<ul style="list-style-type: none"> ・生徒からは、「自分たちが行動することで、世界を変えていくことができる」との希望をも った」「これから自分にできることをやっていきたい。消費者の責任を果たしたい」など の感想が寄せられた。 ・生徒が出した手紙に対して、企業から返信があり、その内容を共有。児童労働につい て考え活動している会社の姿勢を知るとともに、だからこそ消費者が声を上げて行動 に移すことの重要性を生徒たちがあらためて理解。 	
今後の展開	<ul style="list-style-type: none"> ・DVD や教材の活用により、他校でも実施可能。さらに、授業としてではなく、成人向け の講座としても応用可能。 ・家庭科だけでなく、公民科や情報科など他教科と連携して取り組むことで印象深く・ 効率的な理解が可能。 		
参考情報	『消費者教育研究』No.162 P.6~9		

消費者市民育成プログラム (9)

プログラム名	ひょうごの『消費者市民社会』を 大学生が創造するワークショップ	アプロ-チ 手法	消費生活・消費者問題全般から ワークショップほか
選定の観点	①消費者市民育成	対象	大学生
育成する能力	課題解決に向けて主体的に参画・協働 する力	形態 場所	イベント(公開講座) 公共施設・大学等
企画主体	生活協同組合連合会大学生協阪神事 業連合会・兵庫県・ひょうご消費三者会 議(行政と団体の連携)	推進者 協力者	—
活 動 の 特 長	ポイント	消費者市民社会実現のために大学生として何ができるか、どのように行動していくか、 適切な行動に結びつけるための実践力を身につける。	
	実施内容 独自の 工夫	<p>・平成 25 年 5 月に神戸で 161 名が参加して開催、その後、県下数箇所で大学生が主 体となって小規模ながら同様の内容で開催されている(※)。</p> <p>①基調講演 消費者市民社会の構築に関する講演</p> <p>②ワークショップ</p> <p>・ファシリテーターのリードのもと、7.8 名のグループ毎にテーマに沿って討議、発表</p> <p>テーマ「消費者として自立するために大学生として何をすべきか」</p> <p>セッション 1 各グループ内で自己紹介「一番心に残る買い物は？」</p> <p>セッション 2 基調講演の感想「発見したことは？」</p> <p>セッション 3 消費者が自立し行動できるような社会にするにはどんなことが必要か (付箋に記入し、模造紙に貼る)</p> <p>セッション 4 模造紙に貼った課題を実現するために、私に必要な「私の〇〇力」 を発見する</p> <p>セッション 5 各グループの発見したキーワードの発表</p> <p>まとめ</p> <p>各テーブルとも、白熱した議論が繰り広げられ、最後に、「消費者市民社会の実現に 必要な力」を 3 つにまとめて発表。</p> <p>※5月に神戸市で開催された際は、県と大学生協職員とが中心で企画し、大学生も関わ って実行したが、その後、県内複数個所で開催されたワークショップでは、<u>大学生が 実行委員会を立ち上げ、テーマや進行方法の決定から運営まで実施している。</u></p>	
	成果 課題	<p>・各グループの発表の中には、「行動力」「判断力」などをはじめ、自ら考えて動く「考動 (こうどう)力」や、コミュニティー力とコミュニケーション力をあわせ持った「コミュ力」な ど、若者ならではの斬新な意見も数多く出された。</p>	
今後の展開	<p>・ファシリテーター役のモデル的なシナリオも含めたプログラムを併せて公表することで 各地でも実践が可能</p>		
参考情報	<p>兵庫県ホームページ http://web.pref.hyogo.lg.jp/kf13/workshop.html</p>		

消費者市民育成プログラム (10)

プログラム名	企業の社会貢献活動(CSR)と連携した「消費者教室」	アプローチ手法	身近な消費生活からクイズ、ダンス、映像等	身近な地域課題から
選定の観点	①消費者市民育成+③連携・協働	対象	小学生	成人(企業人)
育成する能力	消費者が持つ影響力を自覚した判断能力/持続可能な消費など公正かつ持続可能な社会の実現に向けて実践する力	形態場所	授業、講習会 幼稚園・小学校、商業施設等	
企画主体	品川区	推進者協力者	しながわCSR推進協議会	
特長	ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ・「区民(企業)と区との協働で『私たちのまち』品川区をつくる」というテーマで企業のネットワーク構築。 ・企業の社会貢献活動として、地域住民に出前講座の形態で消費者教室を開催 		
	実施内容	<ul style="list-style-type: none"> ・しながわCSR推進協議会・・・区役所含め区内の46事業所で構成、区長が会長。地域において社会貢献活動するための受け皿を求める企業の声を受け平成22年に結成。区のホームページ、区報などで情報発信。地域清掃活動や防災活動を協働。会員企業と区が連携して消費者教室・出前講座を実施。 ・企業の社会貢献活動を所管の総務課が調整役となり、事案ごとに所管課につなぐ。出前講座についても、総務課から教育委員会や保育課など所管課につなぎ調整。かかる経費は、当該企業が社会貢献活動として負担。 		
	独自の工夫	<ul style="list-style-type: none"> ・講座実施例 「エレベーター・エスカレーターの正しい乗り方教室」 保育園・幼稚園・マンションの集会所・流通店舗を会場として、映像視聴、クイズ、ダンスなどの手法による。平成24年度＝区立幼稚園11園で開催約700人参加。 「インターネットの安全な利用方法や知恵を学ぶ授業」 区立小学校での市民科で、企業と教育委員会が協働して作成した教材活用。平成24年度＝小学校27校51クラスで実施、1541人参加。 「自然から得られる資源の大切さを伝える環境プログラム」 区立小学校の社会科の出前授業。平成24年度=2校2クラス、約70人参加。 		
成果課題	<ul style="list-style-type: none"> ・保護者や学校教員から好評。 ・企業側も、若手社員が参加することにより、若手職員の教育プログラムとして活用できるとして好評。 			
今後の展開	<ul style="list-style-type: none"> ・企業からの提案で高齢者向けセミナーや幼児を持つ保護者向けセミナーなどの企画も検討。 ・企業が社会的貢献活動を行うべく地元行政などに相談する際に、調整役となる窓口の存在が有効。他地域でも、企業の社会的貢献活動を消費者市民社会の形成に役立てられるように、調整役を明示することができるとよい。 ・企業による消費者教室は、生活密着の知識・技能を身に付けるプログラムとして、また、企業の中での社員教育のプログラムとしても、他地域でも実施可能性が高い。 			
参考情報	http://www.city.shinagawa.tokyo.jp/hp/menu000017000/hpg000016993.htm			

プログラム名	市民性を育む教育と学力 「高齢社会と私」	アプローチ 対象	身近な地域課題から 体験学習・調査
選定の観点	①消費者市民育成＋③連携・協働	手法	高校生
育成する能力	課題解決に向けて主体的に参画・協働する力	形態 場所	授業「家庭総合」 高校
企画主体	福井大学教育地域科学部 福井県立高校(鯖江市郊外)	推進者 協力者	—
活動の特長	ポイント	市民性を獲得する学びをつくるために ・身近な生活の課題と地域や社会の問題とのつながりを実感し、社会的解決への視野を広げる学習の構造をつくる ・子供が新しい発見や知恵を共有できるような協働の学びを組織する ・批判的思考力や意思決定力を鍛える学習の道筋をつくる	
	実施内容 独自の工夫	<ul style="list-style-type: none"> ・「高齢社会と私」というテーマで、①高齢者の生活と文化を理解する(7時間)、②高齢社会と福祉についての課題に気づく学習(7時間)、③私たちの町の事例研究として個人やグループによる調査研究と提案発表(6時間)で構成。 ・①②では、 高齢者の心と体の変化の体験として、装具をつける日常生活を体験 身近な高齢者に若い頃の事柄について各自聞き取り調査の実施 スウェーデンの高齢者福祉のビデオの視聴 地元の福祉の現状についての資料の確認 地元の作業療法士やホームヘルパーをゲストに招き、現場の仕事についても話を聞くなどを実施 ・③では、地元在住の2人の高齢者を想定し、その相談を受けるという授業で、生徒たちでテーマを設定し、実際に地域に出て現状を把握し、そこから問題の解決案を練るという授業。 4～5人がグループになって、一人暮らしの高齢者の問題を解決するために町に出かける(在宅福祉の調査、施設福祉の調査などで、調査先は在宅介護福祉センターやデイケアセンター・市役所の福祉課など、公共交通の利便性調査に駅に出かけることもあり) 	
	成果課題	<ul style="list-style-type: none"> ・「高齢者を支える」ということについて、授業前は評論家的コメントが多かったが、授業後は、行動的、問題解決的な意見が増加。 ・調査に出かける行動の中から、さまざまな新しいアイデアがでてきた。 	
今後の展開	身近な高齢者や地域の福祉施設等でヒアリングするなどし、高齢社会を考えるという手法は広く応用できる。		
参考情報	日本弁護士連合会主催「消費者教育シンポジウム」(2010年4月10日) 報告書		

プログラム名	テキスト「社会をつなぐあなたの消費」の作成	アプローチ 対象	消費生活・消費者問題全般から テキスト
選定の観点	①消費者市民育成+③連携・協働	手法	高校生
育成する能力	消費者が持つ影響力を自覚した判断能力/持続可能な消費など公正かつ持続可能な社会の実現に向けて実践する力	活動形態 活動場所	テキスト配布・出前授業 高校
企画主体	特定非営利活動法人消費者センター沖縄(沖縄県県民公募事業)	推進者 協力者	琉球大学教育学部教授 (株)琉球新報開発社 消費生活相談員・高校教員
活動の特長	活動のポイント	社会をつくる消費者市民、自立した消費者の育成	
	実施内容 独自の工夫	<p>★目次と主な内容＝ポイントは1章と7章</p> <p><u>1. 私たちはみんな消費者</u></p> <p>①意思決定スキルは生活を変える・・・個人的意思決定</p> <p>②意思決定スキルは世界を変える・・・消費者市民としての意思決定 「自分の消費生活の改善だけでなく、地球規模での発展や未来のことを考えて、積極的に社会の発展や改善に関わるのできる消費者を、消費者市民といいます。」</p> <p>○買い物でよりよい社会をつくる。</p> <p>2. 商品・サービスを選ぶ(携帯電話を例として)</p> <p>3. 販売形態を選ぶ(通信販売との比較)</p> <p>4. 支払い手段を選ぶ(クレジット契約)</p> <p>5. 消費者と商品やサービスをつなぐ広告・表示</p> <p>6. 消費生活センターの紹介、若者に多い相談事例の紹介など。</p> <p><u>7. 社会をつくる消費者市民プロジェクト</u></p> <p>消費者の権利・責任</p> <p>「消費者市民プロジェクト学習は、社会全体の消費生活に関する課題について批判的に調べ、発表し、討論し、交渉し、課題解決の方策を探る学習です。」</p> <p>「大量消費に伴う大量廃棄の問題、生活費が不十分な貧困の問題、国民年金や医療保険を払えない人々の増加、それらの課題の多くは、各人の個人的な努力だけではなく、社会システムの変革を伴うので、すぐに解決できるわけではありません。しかし、<u>社会を形成する消費者・市民として、どうすればよりよい社会が形成されるのかを、みんなで考えることが重要です。</u>」</p>	
	成果課題	<p>★県内全高校生(59校、44,466冊)に配布。</p> <p>★各地区で教師説明会を行い普及。家庭科の授業で、当該テキストを用いて消費生活講座を実施。教師と消費生活相談員が協働で90～100分の授業を実施した事例もある。</p>	
今後の展開	相談内容等の掲載情報を一部修正(補充)することで、他県でも活用可能		
参考情報	http://www.pref.okinawa.jp/site/kankyoo/kemminseikatsu_center/1120.html		

消費者市民育成プログラム (13)

プログラム名	県内の高校及び大学と連携した「不当表示広告調査」	アプローチ手法	身近な消費生活から 実地調査
選定の観点	①消費者市民育成+③連携・協働	対象	高校生・大学生
育成する能力	課題解決に向けて主体的に参画協働する力	形態 場所	授業・家庭学習・報告会
企画主体	埼玉県	推進者 協力者	学校・消費者団体
特 長	ポイント	不当表示監視の強化と消費者被害の防止に向けた調査活動	
	実施内容 独自の工夫	<ul style="list-style-type: none"> ・県による景品表示法の概要と不当表示の事例についてのガイダンスを受けた後、週刊誌・ファッション誌、新聞紙上掲載広告、新聞折り込みチラシ、フリーペーパー、インターネット販売の広告、メールマガジン等の媒体を調査対象とし、高校生・大学生が「不当表示ではないか」と考える広告を収集、県に報告する。 ・調査結果をもとに景品表示法に抵触するおそれのある広告について事業者への是正・指導を実施。薬事法や健康増進法など他の法令に抵触するおそれのある広告については、関係部門と連携し必要な指導等を実施。広告及び商品等の事業者団体への表示の適正化を要望し、県民に結果について情報提供して不当表示への注意喚起を促す。 ・調査後、調査を行った学生、生徒や学校教員、消費者団体等を対象に、報告会を実施、調査報告と意見交換、体験学習、DVD上映など行う。 ・平成24年度の実績 県内8大学、県立高校3校で実施、参加者241人(大学生62人、高校生179人)。 不当表示と思われるとして報告があった件数は358件、うち239件に景品表示法違反あり。 	
	成果課題	<ul style="list-style-type: none"> ・調査結果に基づき不当表示広告について文書注意した事業者は40事業者。 ・調査に参加した学生の感想。 「こんなにたくさん不当表示が身近にあることを知り驚いた」「調査をきっかけに注意して広告を見るようになった」「有名な会社や商品にまで不当表示があり驚いた」「家族や友人をはじめ周囲の消費者に対し呼びかけや注意を図っていきたい」など 	
今後の展開	県が企画して実際に事業者指導までつなげることで、調査に関わった人々の参画意識が高まり、消費者市民育成の意義がある。既に調査活動を実施する他県でも、指導までつなげられるように活動することで消費者市民の育成が期待される		
参考情報			

消費者市民育成プログラム (14)

プログラム名	大学と消費生活センターとの連携による 公開講座	アプローチ 手法	消費生活・消費者問題全般から
選定の観点	②担い手育成	対象	成人一般
育成する能力	課題解決に向けて主体的に参画協働する力	形態 場所	授業・講座 県内4大学
企画主体	鳥取県消費生活センター	推進者 協力者	消費生活相談員、NPO法人、 弁護士、大学教授等
活動の特長	ポイント	自らの身を守り、安全・安心な生活を送るための学びの場を提供し、啓発や見守りの担い手を育成	
	実施内容 独自の工夫	<ul style="list-style-type: none"> ・従来の出前講座などによる一般的な啓発だけではなく、ある程度の専門知識を持った県民を育成し、その方々を通じてさらに広く注意喚起や啓発を行うことにより消費者教育の輪を広げていくことも目的とする。県の生涯学習の一環として取り組んでいるとっとり県民カレッジ事業の連携講座にもなっている。 ・県内4つの大学に委託しカリキュラムに組み込んだ14回または15回の講義を公開講座として実施。内容は、県で定めた実施要項に基づいて、委託先の大学等高等教育機関が計画。消費生活全般に必要な知識として、県内の消費生活相談状況と相談体制、消費者を守る法律など。 ・全講座のうち10講座以上受講者のうち希望者を「地域消費生活サポーター」に認定、ボランティア的に啓発や見守り活動を実施。 	
	成果 課題	<ul style="list-style-type: none"> ・平成17年から実施、県民の受講者は累計2079人。サポーター認定数は250人以上。 ・新たな受講生の掘り起しと、育成後の継続的支援が課題。 ・県でサポーターを育成し、市町村で活用するよう役割分担を明確にする方策を検討中。 	
今後の展開	・地元の高等教育機関と連携した公開講座の手法は各地でも実践可能。		
参考情報	http://www.pref.tottori.lg.jp/155165.htm		

プログラム名	わたしたちの暮らしはすべて世界につながっている～商品の一生を知ろう～	アプローチ 手法	身近な消費生活から ワークショップ
選定の観点	②担い手育成	対象	成人一般
育成する能力	消費が持つ影響力を自覚した判断能力 / 持続可能な消費など公正かつ持続可能な社会の実現に向けて実践する力	形態 場所	講座 全国の学校や公民館等
企画主体	(公社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会(NACS)	推進者 協力者	NACS 環境委員会(消費生活アドバイザー、消費生活コンサルタント)
特 長	ポイント	① 倫理・社会・経済・環境面を考慮して商品選択を行なう消費者市民としての能力と、消費者として適切な意思決定に基づいて行動できる力を身につける。 ② 商品を提供する企業が持続可能な消費に関わる情報提供が必要であることを伝える	
	実施内容 独自の工夫	① 考え方 ・商品を作る過程が見えなくなっている現在において、資源の採取時、使用や廃棄時の環境負荷がどのようになされているか、また、働く人々の安全や健康や正当な対価は守られているかなどに関わる情報を知ることの必要性があること。 ・消費者には人と環境によい商品を選ぶ責任があり、企業には人と環境によい商品を作る責任とそれを消費者に知らせる責任があること。 ② 事例として取り上げる商品 身近な商品(コーヒー、携帯電話、薄型テレビ、紙おむつ、明かり)を取り上げて商品の生産や原材料に関わる情報の提供 ③ 利用するもの 環境委員会が作成したハンドブックを活用(現在、Web において PDF で提供) ④ 対象者 消費生活アドバイザーや消費生活コンサルタントなど消費者教育の担い手を通じた消費者教育 ⑤ 学ぶ形式 ワークショップ形式を採用 【参考:2012年7月10日川崎市での実施例】 ① 川崎市の消費生活モニターを対象にワークショップ形式で実施。 ② 商品はコーヒーと携帯電話の2品目のうち、グループごとにどちらかを選択。 ③ グループ内での意見交換。 ・グループで、商品の一生の中で、どこで・どんな風に、地球環境に影響があるか?を意見交換し、書きだす作業を行う。 ・各グループで作成した「商品の一生」を貼り出し、『商品の一生の中で、どこに一番負荷があるのか?』を、グループごとに意見を発表し、他のグループとの質疑応答。 ④ ファシリテータによる「商品の一生」をテーマにミニ講演を行う。 ⑤ 最後に、各自「ふりかえりシート」に『私がこれからお買い物をするときに実行しようと決めたこと』などを記入し、一人一言ずつ発表する。	

	実施効果 (成果)	<p>商品にはどれも一生があること、それまで無意識におこなっていた日々の商品選択が製品や事業者へ投票であり社会につながっていることに気付き、今後の商品選択に生かしたい、との意見が多く出る。消費者センターモニター向けの第1回講座として毎年使っていただくなど、大変好評。</p>
	今後の活用	<p>消費者市民の視点を消費者センター等が普及していく際のツールとして、ワークショップやハンドブックを活用してもらえよう働きかけていく。</p>
	参考情報	<p>教材は、現在、NACS 環境委員会 Web において PDF で無償提供 http://www.nacs.ne.jp/~ecology/</p>

消費者市民育成プログラム (16)

プログラム例	消費生活学級連絡協議会による啓発活動	アプローチ 手法	身近な地域課題から
選定の観点	②担い手育成+③連携・協働	対象	成人一般
育成する能力	持続可能な消費など公正かつ持続可能な社会の形成に向けて実践する力/課題解決に向けて主体的に参画・協働する力	形態 場所	学習会・イベント 地域毎に公民館など
企画主体	倉敷市	推進者 協力者	消費生活学級連絡会
特 長	ポイント	消費知識の向上、商品選択のための知識を学習、地域の活動に主体的に参画	
	実施内容 独自の工夫	<ul style="list-style-type: none"> 消費生活学級連絡協議会は、昭和49年に小学校区を単位に設置された消費生活学校で組織され、平成25年度は48学級で構成。 学習・研修会、手作り石鹸などの実習、マイバックや地産地消などの普及啓発活動等を企画し、積極的に自主活動に取り組むとともに、地域で開催されるイベントへの参加や婦人会・環境団体と連携し活動している。 毎年秋に市内大型ショッピングセンターで『くらしと消費生活展』開催。各地域の活動成果を発表。啓発グッズ、パネル、手作り作品等の展示、リサイクル手作り体験コーナー設置、手作り作品の販売も実施。25年度はリサイクル着物でファッションショーも開催。 街頭で、「岡山県統一ノーレジ袋デー」のマイバッグ持参の呼びかけ活動、「児島湖流域清掃大作戦」の参加、市の各種協議会に委員として参加し地域住民の代表として意見を述べる等、主体的に活動している。 地域毎に、当該地域内の講座の実施を受託している。 	
	効果 課題	<ul style="list-style-type: none"> 各小学校区を基盤として、消費者市民社会形成に向けた担い手として活動している。 各学級長は、複数の役職を兼ねるなど、地域の消費者リーダー的な存在の者が多いが、高齢化が進み、徐々に新旧交代が必要となっている。 	
今後の展開	「消費者市民社会の形成に参画、寄与する消費者」という概念は、このような歴史の長い活動の中に既に存在していることを、当事者が自覚できるような形で、運営することが期待される。		
参考情報			

消費者市民育成プログラム (17)

プログラム	生活困窮者支援のための ライフスキルアップ研修会	アプロ-チ 手法	地域の身近な課題から ワークショップ(ワールドカフェ)
選定の観点	②担い手育成+③連携・協働	対象	成人一般
育成する能力	課題解決に向けて主体的に参画・協働 する力	形態 場所	公開講座 公共施設
企画主体	消費者教育NPO法人 お金の学校くまもと	推進者 協力者	—
特 長	ポイント	・生活者(生活困窮者)の視点に立った相談体制の構築と問題解決に向けた支援の在り方を考える	
	実施内容	<ul style="list-style-type: none"> ・生活困窮者支援は、相談者の生活状況や価値観・ニーズに気づき、それを受け入れ、問題解決への支援をする場であり、支援者には高いライフスキルが求められることから、「生活困窮者支援のためのライフスキルアップ研修会」として、以下のプログラムで開催。 ・チームで支援に取り組んでいる「チームおせっかい」のメンバーから、相談・支援、ケース会議や必要なツール探しなど、それぞれの立場でどのように問題解決支援に関わっているか、現場の様子を生の声で話してもらう。 	
	独自の工夫	<p>第一部 トークライブ「ちょっとおせっかいな町、玉東」 玉東町「チームおせっかい」のみなさん (玉東町職員・消費生活相談員・社会福祉協議会職員・弁護士・司法書士・臨床心理士など)</p> <p>第二部 講話「生活困窮者自立支援法について」</p> <p>第三部 ワークショップ「ワールドカフェ」 第1部のパネラーを囲んで井戸端会議のように経験談や情報を交換</p>	
	成果課題	<p>成果：多重債務や生活困窮というテーマを提示したことにより、多種・異業種の参加者が集まった。また、モデルケースを紹介し、その後にワールドカフェを実施したことにより、問題解決の手法や連携する相手への気づきになり、情報を交換・共有することができた。</p> <p>課題：このような取り組みに成果があることがわかったが、実施する機会が非常に少ない。研修会を実施できるために、多方面からの理解者・協力者を求める必要がある。</p>	
今後の展開	消費者行政とともに、福祉行政など柔軟に連携する体制・機会を増やしていく。		
参考情報	「消費者教育NPO法人 お金の学校くまもと」ホームページ http://www1.bbq.jp/okane-gakko-kuma/index.html		

消費者市民育成プログラム (18)

プログラム名	神戸コンシューマースクール	アプローチ 手法	消費生活・消費者問題全般から ケーススタディー・課題研究・ 演習等
選定の観点	②担い手育成+③連携・協働	対象	成人一般
育成する能力	課題解決に向けて主体的に参画・協働 する力(市民を啓発する力)	形態 場所	講座 消費者教育センター他
企画主体	神戸市	推進者 協力者	大学、事業者、生協、行政等より 講師招聘
特 長	ポイント	実務経験のある者を対象とし、消費者問題の専門家(消費生活マスター)を養成	
	実施内容 独自の 工夫	<ul style="list-style-type: none"> ・約7か月間全25日程度(1単位 2 時間で54単位)の講座を実施。 ・募集対象は消費生活専門相談員、消費生活アドバイザー、消費生活コンサルタントのいずれかの資格取得者または消費生活相談員、企業のお客様相談室でおおむね3年以上の実務経験のある者。 ・具体的な内容(平成25年度募集記事より引用) <ul style="list-style-type: none"> ・新たな消費者問題を把まえ、その対処法を広く市民に啓発していく能力を身につけます。 ・大学、企業、生協、行政などから講師を招き、法律、経営・経済、環境、食料、心理学などの消費生活に関連する幅広い分野について学習します。 ・授業の特徴としては、先端的な事例を題材に、ケーススタディーを中心とした授業を進め、学生には実践的な能力を身につけます。講師と学生が議論しながら、新しい消費者問題の掘り起こしを行い、消費者と企業の両方から解決策を探るというアプローチを目指します。 ・ゼミナールでは、少人数授業で実践力・応用力を養います。担当教員から、レポート作成が課題として出されます。 ・消費者教育のための演習や実習があります。 ・見学会は平日に実施する予定です。 ・最終日に研究発表会を予定しています。 	
	成果 課題	<ul style="list-style-type: none"> ・修了者(4期で116人)は、高齢者見守りを主眼とする出前講座、中学生向けケータイ講座などの市民向けの啓発、ライフステージに応じた消費者教育用ハンドブックの作成、消費生活相談員の研修指導などを実施。 ・修了生からは、消費者市民社会実現のため、自らの消費行動を通じ社会変革をする学びの場(社会の発信の場)であってほしいとの提案がなされている。 	
今後の展開	<ul style="list-style-type: none"> ・担い手養成講座の実例として、他地域で新規に実施する際の参考となる。 ・消費生活マスターの高い資質の有効活用策まで提示できれば、他地域でも広く活動の展開が可能となる。 		
参考情報	http://www.city.kobe.lg.jp/life/livelihood/lifestyle/kcs/		

プログラム名	障がい者の暮らしを守るためのネットワーク構築事業	アプローチ 手法	消費生活・消費者問題全般から 資料作成
選定の観点	③連携・協働	対象	地域における各種活動主体
育成する能力	課題解決に向けて主体的に参画・協働する力	形態 場所	
企画主体	特定非営利活動法人消費生活相談員の会 さが	推進者 協力者	障がい者福祉関係機関
特 長	ポイント	障がい者の消費者被害の掘り起こしと早期発見を図り、被害救済につなげ、さらに未然に防止することを目的として、同会が積極的に福祉等関係団体に働きかけて、ネットワーク構築を図る	
	実施内容	<p>①活動の背景</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2010年から2012年にかけて、県内の消費生活相談件数は15%程度減少したが、同時期に障がい者に係る相談件数は約1.7倍となっている。 ・2011年度に「高齢者の消費者トラブル対応ガイドブック」を作成、2012年度には、被害防止を目的として、福祉部門・金融機関窓口との連携強化のために「高齢者の暮らしを守るネットワーク事業」を実施した。 ・消費生活相談では、被害回復はできても、その後の被害防止は困難なため、障がい者の消費者被害防止のためのネットワークの構築が必要。 <p>②ネットワーク構築活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ・同会会員が障がい者支援の専門家による障がい者福祉についての講義を受講。 ・県内消費生活センター・相談窓口で受けた相談とその対応をまとめた「障がい者等の消費者トラブルガイドブック」を作成し、障がい者福祉関係機関等(障害者のための総合相談窓口、自立支援協議会、障害者虐待防止センター、指定一般相談支援事業所、障害者就業支援センター、精神保健福祉相談窓口等約40団体)を訪問し、被害の実態、被害への対応を説明し、情報交換と今後の連携強化について協議。 ・障がい者の支援者を対象とした消費者問題啓発講座を実施。 ・県内の消費生活相談窓口だけでは解決が困難な事例を「ケース会議」で検討。障がい者福祉関係機関担当者との情報交換。 ・関係部署に参加を呼びかけ成果の報告を行う「振り返りの会」を実施。 	
	独自の工夫	<ul style="list-style-type: none"> ・具体的な消費者被害情報を共有し、問題解決を図るための連携の場を作ることができた。 ・障がい者の消費者トラブルの実態を、福祉機関等の専門家だけでなく、障がい者に日々接する支援者にも知ってもらい、皆で障がい者を支援する仕組みをつくる必要がある。互いに学び合う双方向の関係を作り継続していく必要もある。 	
成果課題			
今後の展開	支援のためのネットワーク構築に向けたきっかけ作りの活動例として、「資料を作成」⇒「その内容を伝達」⇒「相互に学習会」などの流れが参考になる。		
参考情報			

プログラム名	軽度の知的障害者のための 金銭管理支援プログラムの実践	アプロ-チ 手法	身近な消費生活から 替え歌、断り方ロールプレイ
選定の観点	③連携・協働	対象	軽度の知的障害者と支援者
育成する能力	支援者:多様性を尊重しつつ課題解決 に向けて行動する力	形態 場所	講座の実施 学校・公民館等
企画主体	多重債務者問題からみた社会福祉の あり方研究会(おたふくけん)	推進者 協力者	特別支援学校、障害者就業・ 生活支援センター等
特 長	ポイント	専門知識や技術を共有しながら、軽度の知的障害がある本人や家族、支援者を対象にしたお金に関する講座を実施する。	
	実施内容	<p>多重債務者問題からみた社会福祉のあり方研究会（以下、略称の「おたふくけん」）は、障害者の生活や就労に携わる支援員の他、ファイナンシャルプランナーや家庭科の高校教員、障害者福祉や消費者教育を専門にする大学教員と学生が主なメンバーである。知的障害のある本人と家族が生活の質を高め、豊かな生活が送れることを目指して、家計管理支援プログラムを中心とした消費者教育を各専門家の知識と経験を踏まえて実施してきた。</p> <p>「おたふくけん」は2004年から、借金を抱えることで生じる生活問題を、生活保護やホームレス問題といった貧困や低所得者福祉等の社会福祉との関わりで検討と実践を重ねてきた。しかし、情報が届きづらい「要支援消費者」（消費生活を送る上で家族や支援者の見守りが日常的に必要な消費者）を前提とした支援の必要性を共有するに至り、2008年に知的障害者に家計管理支援をしている専門家をメンバーに迎え、今日までに60回以上の研究会と35回以上の講座を実施している。身近な携帯電話や買物を通して消費生活を振り返り、家計管理の大切さを学ぶことを目指した講座は、次の通りである。</p>	
	独自の工夫	<p>① 「勉強しよう お金のこと」(対象:ご本人/家族と支援者) 事前に実施するアンケートや「たしかめプリント」、替え歌、事後アンケートなどを用いて、おこづかいや生活全体の収支といったお金の管理、金銭感覚をもつこと、お金のトラブルの防止などについて学習する。</p> <p>② 「これだけは知っておこう！」(対象:ご本人) 消費者トラブルの未然防止をメインとした短時間の講座。お金の価値や電子マネー、携帯電話をきっかけにした消費者問題を知り、断る練習や相談する大切さを学習する。進行例として、お金の価値を考える⇒家計の費目をあげる⇒電子マネーを知る⇒携帯電話とそれを契機とした消費者トラブルの紹介、「断り方」の練習⇒トラブル防止の替え歌を歌う⇒相談相手を確認する、がある。</p> <p>③ 「めざせ!かっこいいおとな」セミナー (対象:ご本人) 関連団体であるライフマネー研究会が考案した「かっこいいおとなになるための7か条」を通して、お金とうまく付き合う考え方を学習する。具体的な予算を立て、費目の印刷されたシールを貼るなどして楽しく封筒管理術を学ぶ。</p>	
成果 課題	<p>日常におこづかいや生活費としてお金を使う軽度の知的障害者の特性にあった授業や講座が求められている。身近な携帯電話等を契機にした話題提供や、封筒管理を学ぶ作業は、当事者からの関心が高い。家族と支援者を向けの講座もあわせて実施することで、当事者がお金のお話をしやすい環境が整い、問題の解決と未然防止につながり、「豊かな」生活への第一歩になることが期待される。</p>		

今後の活用	紹介した講座について、下記の「参考情報」を参考にして、各地でも実践することが考えられる。
参考情報	http://www.otafukuken.org/index.html 報告書 「上手に使うって豊かな暮らし—知的障害者の金銭管理支援のために—」

幼児期

(担当: 向山行雄)

1 幼児期の特徴と配慮事項

- ・イメージマップでは「様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心を持ち、それを取り入れる時期」と記載している。
- ・本イメージマップでの幼児期を、幼稚園の年少組に入園する3歳～終了する6歳までの時期ととらえる。
- ・保育所保育指針では、各年齢の特徴を次のように示している。

おおむね4歳	仲間とのつながりが強くなる中で、けんかも増えてくる。その一方で、決まりの大切さに気づき、守ろうとするようになる。
おおむね5歳	自分なりに考えて判断したり、批判する力が生まれ、けんかを自分たちで解決しようとするなど、お互いに相手を許したり、異なる思いや考えを認めたりといった社会生活に必要な基本的な力を身に付けていく。
おおむね6歳	様々な知識や経験を生かし、創意工夫を重ね、遊びを発展させる。思考力や認識力も高まり、自然現象や社会事象、文字などへの興味関心も深まっていく。

- ・幼児期の消費生活は、保護者の育児方針や家庭環境などによって異なる。また、都市部や都市近郊、農山漁村、島嶼などに居住し、その消費生活は居住地域の実態に応じて多様である。そのため、それぞれの地域に応じた消費者教育を展開する必要がある。
- ・その一方で、情報社会の急激な進展により、幼児期においても、以前より全国的に共通した消費行動をとる傾向が強まっている点にも留意する必要がある。

2 イメージマップにおける幼児期に関する領域の目標

消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解	おこづかいや買い物に関心を持とう
	持続可能な消費の実践	身の回りの物を大切にしよう
	消費者の参画・協働	協力することの大切さを知ろう
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	くらしの中の危険や、ものの安全な使い方気づこう
	トラブル対応能力	困ったことがあったら身近な人に伝えよう

契約 生活の 管理と	選択し、契約することへの理解と考える態度	約束やきまりを守ろう
	生活を設計・管理する能力	欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう
情報と メディア	情報の収集・処理・発信能力	身の回りの様々な情報に気づこう
	情報社会のルールやモラルの理解	自分や家族を大切にしよう
	消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう。

3 保育所保育指針・幼稚園教育要領の関連項目

・幼児期における消費者教育を進めるには、幼稚園教育要領の示す「幼稚園教育の基本」を踏まえる必要がある。「幼児は安定した情緒の下で自己を十分に発揮することにより発達に必要な体験を得ていくものであることを考慮して、幼児の主体的な活動を促し、幼児期にふさわしい生活が展開されるようにすること。」

・同様に、保育所保育指針に示す「保育の原理（1）保育の目標」を踏まえる必要がある。「保育所は、子どもが生涯にわたる人間形成にとって極めて重要な時期に、その生活時間の大半を過ごす場である。このため、保育所の保育は、子どもが現在を最も良く生き、望ましい未来をつくり出す力の基礎を培うために、次の目標を目指して行われなければならない。[以下略]」

ここでは、幼稚園教育要領や保育所保育指針に準拠して消費者教育を推進する。その際、次の目標や内容に留意する。

幼稚園教育要領「健康」の（8）の項目「幼稚園における生活の仕方を知り、自分たちで生活の場を整えながら見通しを持って行動する」、「人間関係」（11）の項目「友達と楽しく生活する中できまりの大切さに気づき、守ろうとする」、（13）「高齢者をはじめ地域の人々などに自分の生活に関係の深いいろいろな人に親しみをもつ」、「環境」（10）の項目「生活に関係の深い情報や施設などに興味や関心をもつ」に基づき、教材や学習活動などを児童や地域の実態に応じて工夫する。

保育所保育指針「教育にかかわるねらい及び内容」の「健康」の内容②の「保育所における生活の仕方を知り、自分たちで生活の場を整えながら見通しを持って行動する」、「人間関係」の内容⑪「友達と楽しく生活する中で決まりの大切さに気づき、守ろうとする」⑬高齢者を始め地域の人々など自分の生活に関

係の深いいろいろな人に親しみを持つ」、⑭「外国人など、自分とは異なる文化を持った人に親しみを持つ」、「環境」の内容⑫「近隣の生活に興味や関心を持ち、保育所内外の行事などに喜んで参加する」に基づき、教材や学習活動などを児童や地域の実態に応じて工夫する。

4 活用しうる教育の場や手段

- ・ 幼稚園において、幼稚園教育要領に明示された学習内容を消費者教育の観点から実践する。
- ・ 保育所において、保育所保育指針に明示された学習内容を消費者教育の観点から実践する。
- ・ 幼稚園における教育課程外の活動及び保育所における保育の内容外活動として、家庭（保護者）や地域との連携によって各種行事を開催する。

5 協力が考えられる主体

- ・ 地域にある個人商店、コンビニやスーパーマーケット、飲食店などの企業
- ・ 町内会、商店会、高齢者クラブ、ライオンズクラブ、ロータリークラブ
- ・ 市役所、税務署、図書館、消費生活センターなどの行政機関
- ・ 地元他幼稚園、他保育所、小学校、中学校、特別支援学校、専門学校、高等学校、大学
- ・ 社会福祉協議会、ボランティアセンター、各種障害者団体
- ・ 近隣交番、消防署、駅事務所、バス営業所、防犯協会、消防団

6 考えられる消費者教育例

- ・ 幼稚園での「近所のお店屋さんでの買い物と買う人の願い」
- ・ 小学校と連携した「お店屋さんごっこ」
- ・ 収穫した野菜での「野菜サラダづくり」
- ・ 全園あげての「〇〇デパート」
- ・ 近所の交番や駅に届ける「七夕かざり」
- ・ 絵本の読み聞かせでの「かしこい買い物の基礎づくり」
- ・ 町にあるクリスマスの飾りの見学

7 進めるための仕組み

- ・ 消費者教育カリキュラムの策定
- ・ 消費者教育実践事例集の発行
- ・ 消費者教育実践園の表彰と賞金の授与
- ・ 2020年全面実施？の新幼稚園教育要領への提言

ライフステージ別消費者市民育成ガイド～イメージマップ解説編～

- ・各研究実践団体での消費者教育の実践での奨励
- ・消費者庁が奨励する消費者教育研究推進園の指定
- ・PTA向けの消費者教育『親子体験プログラム』ハンドブック配布
- ・幼稚園や保育所での体験学習への各種講師の派遣システムの構築

小学生期

(担当: 向山行雄)

1 小学生期の特徴と配慮事項

- ・イメージマップでは「主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期」と記載している。
- ・小学生期は、6歳～12歳までの6か年に及び心身の成長が著しいため、低学年、中学年、高学年などに区分し、児童の発達や学校での学修に応じて特徴を捉える必要がある。
- ・全国の小学生は、都市部や都市近郊、農山漁村、島嶼などに居住し、その消費生活は居住地の実態に応じて多様である。そのため、それぞれの地域に応じた消費者教育を展開する必要がある。
- ・その一方で、情報社会の急激な進展により、以前より全国的に共通した消費行動をとる傾向が強まっている点にも留意する必要がある。

2 イメージマップにおける小学生期に関する領域の目標

消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解	消費をめぐる金銭の流れを考えよう
	持続可能な消費の実践	自分の生活と身近な環境とのかかわりに気づき、物の使い方などを工夫しよう
	消費者の参画・協働	身近な消費者問題に目を向けよう
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知ろう
	トラブル対応能力	困ったことがあったら身近な人に相談しよう
生活の管理と契約	選択し、契約することへの理解と考える態度	物の選び方、買い方を考え適切に購入しよう 約束や決まりの大切さを知り、考えよう
	生活を設計・管理する能力	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう お小遣いを考えて使おう
ア 情報とメディア	情報の収集・処理・発信能力	消費に関する情報の集め方や活用の仕方を知ろう
	情報社会のルールやモラルの理解	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを知ろう

	消費生活情報に対する批判的思考力	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう
--	------------------	-------------------------

3 関連する教科と学習指導要領の関連項目

・小学校における消費者教育を進めるには、以下の教育課程の方針を踏まえる必要がある。「学校の教育活動を進めるに当たっては、各学校において、児童に生きる力を育むことを目指し、創意工夫を生かした特色ある教育活動を展開する中で、基礎的・基本的な知識及び技能を確実に習得させ、これらを活用して課題を解決するために必要な思考力・判断力・表現力その他の能力を育むとともに、主体的に学習に取り組む態度を養い、個性を生かす教育の充実に努めなければならない」

ここでは、幼児期での経験などをもとに小学校学習指導要領に準拠して消費者教育を推進する。その際、各教科・領域の次の目標に留意する。

低学年期は、第1学年・第2学年生活科目標（3）の項目「身近な人々、社会及び自然とのかかわりを深めることを通して、自分のよさや可能性に気づき、意欲と自信をもって生活できるようにする」及び第1学年・第2学年道徳の内容（1）の項目「健康や安全に気を付け、物や金銭を大切にし、身の回りを整え、わがままをしないで、規則正しい生活をする」に基づき、教材や学習活動などを児童や地域の実態に応じて工夫する。

中学年期は、第3学年・第4学年社会科目標（1）の項目「地域の産業や消費生活の様子、人々の健康な生活や良好な生活環境及び安全を守るための諸活動について理解できるようにし、地域社会の一員としての自覚をもつようにする」及び第3学年・第4学年道徳の内容（1）「自分でできることは自分でやり、よく考えて行動し、節度のある生活をする」に基づき、教材や学習活動などを児童や地域の実態に応じて工夫する。

高学年期は、第5学年社会科目標（2）「我が国の産業の様子、産業と国民生活との関連について理解できるようにし、我が国の産業の発展や社会の情報化の進展に関心をもつようにする」第6学年社会科目標（2）「日常生活における政治の働きと我が国の政治の考え方及び我が国と関係の深い国の生活や国際社会における我が国の役割を理解できるようにし、平和を願う日本人として世界の国々の人々とともに生きていくことが大切であることを自覚できるようにする」第5学年・第6学年家庭科内容D（1）「物や金銭の使い方と買い物について、次の事項を指導する。ア物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えること イ身近な物の選び方、買い方を考え、適切に購入できること」及び第5学年・第6学年道徳の内容（1）「生活習慣の大切さを知り、自分の生活を見直し、節度を守り節制に心掛ける」に基づき、教材や学習活動などを児童や

地域の実態に応じて工夫する。

4 活用しうる教育の場や手段

(1) 教科外で活用しうる教育の場や手段

- ・学校の教科や領域において、学習指導要領に明示された学習内容を消費者教育の観点から実践する。
- ・学校の「総合的な学習の時間」において、「児童の興味、関心に基づく課題についての学習活動」「地域の人々の暮らし」など「地域や学校の特色に応じた課題についての学習活動」を行う。
- ・学校の特別活動における「学校行事」(5)の「勤労生産・奉仕的行事」の内容「勤労の尊さや生産の喜びを体得するとともに、ボランティア活動などの社会奉仕の精神を養う体験が得られるような活動を行うこと」に基づき、児童や地域の実態に応じて教材や学習活動を工夫する。

(2) 学校外で活用しうる教育の場や手段

- ・教育課程外の活動として、保護者や地域との連携によって各種行事を開催する。

5 協力が考えられる主体

- ・地域にある個人商店、コンビニやスーパーマーケット、飲食店などの企業
- ・町内会、商店会、高齢者クラブ、ライオンズクラブ ロータリークラブ
- ・市役所、税務署、図書館、消費生活センターなどの行政機関
- ・地元幼稚園、保育所、他小学校、中学校、特別支援学校、専門学校、大学
- ・社会福祉協議会、ボランティアセンター 各種障害者団体
- ・近隣交番、消防署、駅事務所、バス営業所、防犯協会、消防団

6 考えられる消費者教育例

(1) 教科ごとまたは教科間の連携による取組

- ・第3学年社会科での「近所のお店屋さんの工夫と消費者の願い」
- ・第5学年社会科での「自動車生産と国民生活との関連」
- ・家庭科での「我が家の買い物と賢い消費者」

(2) 教科外での取組

- ・全校あげての「〇〇デパート」
- ・総合的な学習での「町の名産 小松菜の生産のひみつ」
- ・道徳での「野口英世の伝記を読んで節度ある生活を考えよう」
- ・特別支援学級での「町での買い物体験とカレーライスづくり」

(3) 学校外の実組

- ・幼稚園と連携した「お店屋さんごっこ」

7 進めるための仕組み

- ・消費者教育カリキュラムの策定
- ・消費者教育実践事例集の発行
- ・消費者教育実践校の表彰と賞金の授与
- ・2020年全面実施の新学習指導要領への提言（2014年から2015年ころ）
- ・各研究実践団体での消費者教育の実践での奨励
- ・消費者庁が奨励する消費者教育研究推進校の指定
- ・放課後クラブ、学童クラブなどでの消費者教育体験教室の開催
- ・PTA向けの消費者教育『親子体験プログラム』ハンドブック配布
- ・学校での体験学習への各種講師の派遣システムの構築

中学生期

(担当:小谷野茂美)

1 中学生期と特徴と配慮事項

- ・イメージマップでは「行動範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期」と記載している。
- ・中学生期は、多感な思春期の入り口という不安定な心情と小学生期の学習を基礎に主体的な学びを体得する時期であり、個の特性と集団の凝集性を生かした指導が求められる。
- ・主体的な思考の深まりや行動範囲の広がりは、消費者としての自覚を促し、消費者としての権利や責任についての理解や具体的な消費行動を学ぶにふさわしい時期である。そのため、中学生期においては、消費者教育の基礎的な理論を踏まえ、実践する力を育むことが重要である。

2 イメージマップにおける中学生期に関する領域の目標

消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう
	持続可能な消費の実践	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう
	消費者の参画・協働	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会形成について考えよう
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	危険を回避し、物を安全に使う手段を知り、使おう
	トラブル対応能力	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう
生活の管理と契約	選択し、契約することへの理解と考える態度	商品を適切に選択するとともに、契約とそのルールを知り、よりよい契約の仕方を知ろう
	生活を設計・管理する能力	消費に関する生活管理の技能を活用しよう 買い物や貯蓄を計画的にしよう
メディア	情報の収集・処理・発信能力	消費生活に関する情報の収集と発信の技術を身に付けよう
	情報社会のルールやモラル	著作権や発信した情報への責任を知ろう

	ルの理解	
	消費生活情報に対する批判的思考力	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを知ろう

3 関連する教科と学習指導要領の関連項目

消費者教育は、その指導内容に関連が深い教科である社会科や技術・家庭科を中心に進められることが多いが、道徳、特別活動との関連や総合的な学習の時間での実践など、学校としての教育課程を編成することが重要である。

上記「2 イメージマップにおける中学生期に関する領域の目標」に記された具体的な目標（～を知ろう、～考えよう・・・）は、関連する教科等の学習指導要領を踏まえて指導するものであり、関連する学習指導要領の項目を以下に示す。

[社会科(公民的分野)]
<ul style="list-style-type: none"> ・内容 (1) 私たちと現代社会 <ul style="list-style-type: none"> イ 現代社会をとらえる見方や考え方 ・内容 (2) 私たちと経済 <ul style="list-style-type: none"> ア 市場の動きと経済 イ 国民の生活と政府の役割
[技術・家庭科 (技術分野)]
<ul style="list-style-type: none"> ・内容 D 情報に関する技術 <ul style="list-style-type: none"> (1) 情報ネットワークと情報モラルについて <ul style="list-style-type: none"> イ 情報通信ネットワークにおける基本的な情報利用の仕組みを知ること。 ウ 著作権や発信した情報に対する責任を知り、情報モラルについて考えること。 エ 情報に関する技術の適切な評価・活用について考えること。
[技術・家庭科 (家庭分野)]
<ul style="list-style-type: none"> ・内容 D 身近な消費生活と環境 <ul style="list-style-type: none"> (1) 家庭生活と消費について <ul style="list-style-type: none"> ア 自分や家族の消費生活について関心を持ち、消費者の基本的な権利と責任について理解すること。 イ 販売方法の特徴について知り、生活に必要な物資・サービスの適切な選択、購入及び活用ができること。 (2) 家庭生活と環境について <ul style="list-style-type: none"> ア 自分や家族の消費生活が環境に与える影響について考え、環境に配慮した消費生活について工夫し、実践できること。

[道徳]
<p>・内容 4主として集団や社会とのかかわりに関すること。</p> <p>(1) 法やきまりの意義を理解し、遵守するとともに、自他の権利を重んじ義務を確実に果たして、社会の秩序と規律を高めるようにする。</p> <p>(2) 公德心及び社会連帯の自覚を深め、よりよい社会の実現に努める。</p> <p>(4) 自己が属する様々な集団の意義について理解を深め、役割と責任を自覚し集団生活の向上に努める。</p>
[特別活動]
<p>・内容 (2) 適応と成長及び健康安全</p> <p>ウ 社会の一員として自覚と責任</p>

4 他の活用しうる教育の場や手段

(1) 教科外で活用しうる教育や手段

上記3に示した「道徳」や「特別活動」の内容を指導するに当たっては、生徒の発達段階を考慮し、学校・家庭・地域の実情を踏まえることとしている。また、計画的・発展的な指導がなされるよう配慮することも求められている。

また、「総合的な学習の時間」の配慮事項には、教科等の枠を超えた横断的・総合的な学習、探求的な学習、生徒の興味・関心に基づく学習など創意工夫を生かした教育活動を行うことと記されており、各教科で培った消費者教育の基礎を踏まえて「道徳」や「特別活動」の指導に生かしたり、「総合的な学習の時間」に教科横断的な取り組みとして消費者教育を実践したりすることも可能である。

各学校で教育課程を編成する際には、教科等に充てる授業時数が定められており、消費者教育単独で授業時数を確保することは難しい現状から、各学校の教育課程の編成に当たっては、消費者教育に関する各教科、道徳、総合的な学習の時間、特別活動等の位置づけを明確にしたクロスカリキュラム等を作成することも重要な視点である。

(2) 学校外で活用しうる教育の場や手段

- ① 各自治体を実施する社会教育としての中学生向け消費者教育講座
- ② 消費生活センター等の中学生向け消費者教育講座
- ③ 金融庁、税務署等の関連団体の消費者教育講座
- ④ 中学生が属する地域（町内等）による消費者教育講座
- ⑤ 保護者会等が実施する保護者と中学生向け消費者教育講座

5 協力が考えられる主体

- ・ 国民生活センター、消費者センター、各市町村の消費者行政担当等
- ・ 金融庁、税務署等の消費者教育担当等
- ・ 学校が属する地域の公的施設（市役所、税務署、警察署、図書館、児童館等）
- ・ 公的な協議会やボランティア団体（社会福祉協議会等）
- ・ 公的な職業者（弁護士、司法書士、社会教育主事等）
- ・ 学校に属する保護者会及びその支援者等
- ・ 地域の自治会、商店会等

6 考えられる消費者教育の事例

（1） 教科及び教科間連携による取り組み

- ・ 社会科（公民的分野）
「消費生活における法律を知ろう」「消費者の権利と義務について考えよう」
「商品の流通から市場経済を考えよう」と「生産・流通・消費の仕組みを知ろう」
- ・ 技術・家庭科（技術分野）
「よりよい情報の活用の仕方を学ぼう」「情報における光と影を知ろう」
「情報モラルを確立しよう」「著作権とは何か」「情報発信の責任とは」
- ・ 技術・家庭科（家庭分野）
「消費者と権利と義務について考えよう」「賢い消費者になるために・・・」
「商品の選択・購入の方法を知ろう」「いろいろな商法を学ぼう」
「消費生活と環境について考えよう」「自分の消費生活と社会」

（2） 教科外の取り組み

- ・ 総合的な学習の時間（社会科、技術・家庭科との教科間連携含む）
「流通の仕組みや販売方法を知り、賢い自分商店を作ろう」
「環境にやさしい生活をしよう」「消費生活作り」
- ・ 特別活動（生徒会活動）
「携帯電話・スマートフォン・インターネット 賢く使おうキャンペーン」
「世界の子どもと連帯しよう」「世界の食料と子どもたち」

（3） 学校外の取り組み

- ・ 児童館、子供会、PTA等の活動
「生活の無駄をなくそう（不用品からものづくり）」
「手作りおもちゃで遊ぼう」「夏祭り・・・世界の子どもと連帯しよう」
- ・ 消費生活センター等見学・体験

「消費者保護の実際を知ろう」「悪質商法に注意しよう」

「あなたはグリーンコンシューマー！」「商品実験してみよう」

- ・各自治体等消費者教育関係部署による消費者教育講座
- ・消費者教育週間

7 進めるための仕組み

(1) 学校教育関係

- ・消費者教育に関する教育課程の編成
- ・教科、教科連携等具体的な消費者教育の推進

(2) 各教育委員会、消費者センター等公的な学校支援関係

- ・消費者教育関係指導実践の手引き及び事例集等の作成・配布
- ・消費者教育担当教員の指導及び研修の実施
- ・学校における消費者教育実践のための人材バンクの作成・提案
- ・消費者教育研究校、研究団体等への支援
- ・消費者教育実践校、実践団体の発表会等の実施
- ・各学校での体験等学習への準備・支援

(3) 関係諸団体、地域、保護者会活動等

- ・消費者教育体験活動の場の提供
- ・「子どもの活動見守り隊」の活動
- ・地域講演会の実施「子どもの消費実態を把握して・・・」
- ・地産地消や協働共助等の広報活動

高校生期

(担当:大杉昭英)

1 高校生期の特徴と配慮事項

- ・イメージマップでは「生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期」と記載している。
- ・高校生の時期は、一般に、人生をどう生きたらよいか、自己とはどのような存在なのか、社会にどのようにかかわっていけばよいかなど、人間や社会について問いをもつ時期にある。
- ・社会倫理に関わる内容を学ぶ時期であることから、消費が社会に与える影響や社会を構成する一員としての責任や倫理観、価値観の形成を支援するための適切な教材開発と学習指導の工夫が必要となる。
- ・高校段階では中学校での学習を踏まえ、生活設計や家計の管理に関する専門的知識や消費生活に関する経済の専門的知識を習得させるとともに、それを活用して実生活で役立たせたり、公正で持続可能な社会の構築や社会参画について考察させたりすることが大切となるが、社会経験が乏しいためできるだけ具体的な生活にかかわる諸課題を教材化し学習を行うことが必要となる。
- ・多くの高校生が日常的にインターネットやソーシャルメディアなど情報機器を利用している現状を踏まえ、消費に関わる情報活用、情報モラルについて適切な教材開発と学習指導の工夫が必要となる。

2 イメージマップにおける高校生に関する領域の目標

消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済や社会に与える影響を考えよう
	持続可能な消費の実践	持続可能な社会を目指して、ライフスタイルを考えよう
	消費者の参画・協働	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会形成に協働して取り組むことの重要性を理解しよう
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	安全で危険の少ないくらしと消費生活を目指すことの大切さを理解しよう
	トラブル対応能力	トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法を知ろう

生活の管理と契約	選択し、契約することへの理解と考える態度	適切な意思決定に基づいて行動しよう 契約とそのルールの活用について理解しよう
	生活を設計・管理する能力	主体的に生活設計を立ててみよう 生涯を見通した生活経済の管理や計画を考えよう
情報とメディア	情報の収集・処理・発信能力	情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく、国際社会との関係を考えよう
	情報社会のルールやモラルの理解	望ましい情報社会のあり方、情報モラル、セキュリティについて考えよう
	消費生活情報に対する批判的思考力	消費生活情報を評価、選択の方法について学び、社会との関連を理解しよう

3 関連する教科と学習指導要領との関係

高校の消費者教育に関わる教科等の学習

- ・「公民」の各科目
(持続可能な社会の形成, 消費者保護, 経済, 情報等の学習内容)
- ・「家庭」の各科目
(消費生活, 生活設計, 消費行動と意思決定, 消費者の権利と責任, 持続可能な社会を目指したライフスタイル等の学習内容)
- ・「情報」の各科目
(情報とメディアの特徴, 情報モラル, 情報社会における法と個人の責任等の学習内容)
- ・「商業」の各科目
(消費者の行動, 消費者の意思決定の過程, 売買契約, 消費者保護等の学習内容)

教科別消費者教育 (公民の部分のみ)

領域/科目	高等学校公民
消費が持つ影響力の理解	・消費と貯蓄が企業の生産と投資と密接に関連していることを理解させる。
持続可能な消費の実践	・現役世代が物的な豊かさを求めることが、将来世代に過度な負荷を与えることにつながりかねないことを理解させる。 ・現役世代の幸福と将来世代の幸福の調和をどのように図っていくべきか

	考察させる。
消費者の参画・協働	<ul style="list-style-type: none"> 個人が社会を構成する一員として、経済活動において役割を担い、また法的責任のみならず社会的責任を担っていることを考察させる。 環境保全について個人は法的、社会的に責任ある行動が求められていることを理解させる。
商品安全の理解と危険を回避する能力	<ul style="list-style-type: none"> 家計、企業、政府間の情報格差という情報の非対称性の観点から消費者保護について理解させる。 高金利問題、多重債務問題などについて消費者としての権利や責任について考察させる。
トラブル対応能力	<ul style="list-style-type: none"> 不完全な意思表示に基づいて行われる場合には契約が無効になったり、これを取り消したりすることができることを理解させる。
選択し、契約することへの理解と考える態度	<ul style="list-style-type: none"> 生産された財やサービスをいかに消費するかという経済的選択の問題を解決しなければならないことを理解させる。 契約が複数の意思表示の合致によって成立する法律行為であり、契約により生ずる様々な責任について理解させる。
生活を設計・管理する能力	<ul style="list-style-type: none"> 生産された財やサービスについて、希少性の制約の下では、何かを選択すると何かをあきらめなければならない事実に着目させ、費用と便益との比較を通して理解させる。
情報の収集・処理・発信能力	<ul style="list-style-type: none"> 主体的に情報を選択・発信することのできる能力を身に付けさせる。
情報社会のルールや情報モラルの理解	<ul style="list-style-type: none"> 情報社会の特質、及びその進展がもたらす人間や社会に対する影響について考えさせ、情報モラルを身に付けさせる。 情報機器の利用にかかわるモラルの問題について理解させる。
消費生活情報に対する批判的思考力	

4 他の活用しうる教育の場や手段

(1) 教科外で活用しうる教育の場や手段

- ・「特別活動」の学校行事での実践
 - 文化的行事や旅行・集団的宿泊的行事での実践的な消費活動)
- ・ネット環境
 - 授業におけるパソコン利用や日常生活におけるスマートフォン等の利用者が多いので、それらを用いて消費者教育を行うためのコンテンツが必要。

(2) 学校外で活用しうる教育の場や手段

- ・シティズンシップ教育やサービ斯拉ーニングの発想を取り入れ地域の諸行事に参加し活動する高校も少なからずある。

5 協力が考えられる主体

- ・消費生活センター
- ・消費者教育委員会を設ける弁護士会
- ・消費者教育を出前授業で行う司法書士会
- ・社会教育主事等

6 考えられる消費者教育

(1) 教科ごとまたは教科間の連携による取組

○「公民」の各科目（現代社会）

- ・(経済)：「価格の働きー管理価格・非価格競争ー」
- ・(消費者保護)：「自立した消費者への道」
- ・(情報)：「情報とプライバシーをどう調整したらよいか」
- ・(持続可能な社会の形成)：「ゴミの分別・回収の負担」

○「家庭」の各科目（家庭総合）

- ・(消費生活)：「社会の変化と消費生活」
- ・(生活設計)：「ライフステージと経済計画」
- ・(消費行動と意思決定)：「自分の欲しい物について意思決定のプロセスに従って考えよう」
- ・(消費者の権利と責任)：「消費者保護から自立支援へ」
- ・(持続可能な社会を目指したライフスタイル)：「グリーンコンシューマーを目指す」

○「情報」の各科目（社会と情報）

- ・(情報とメディアの特徴)：「わたしたちを取り巻く情報」
- ・(情報モラル)：「情報化の影響と課題」
- ・(情報社会における法と個人の責任)：「さまざまな法律ー電子契約法ー」

○「商業」の各科目（マーケティング，経済活動と法）

- ・(消費者の行動)：「消費者による問題解決行動としての購買」
- ・(消費者の意思決定の過程)：「消費・使用と購買後の評価」
- ・(売買契約)：「取引と契約」
- ・(消費者保護)：「販売方法の多様化と消費者の保護」

(2) 教科外の実組

- ・消費生活センターと連携した消費者教育の授業展開
- ・弁護士会と連携した消費者教育の授業展開
- ・司法書士会と連携した消費者教育の授業展開
- ・授業で学んだ消費者教育に対する感想や提言などについて作文を募集する
(作文コンクール受賞者の表彰式の開催、小論文を募集する)

(3) 学校外の実組

- ・消費者教育に関わる論文及び教材コンクールと表彰
(教員を対象に消費者教育に関わる論文を募集し表彰する、教員を対象に消費者教育に関する指導計画や開発した教材を募集し表彰する)

7 進めるための仕組み

- ・協力が考えられる主体・講師のリストアップと、学校への斡旋窓口の設定
- ・教育委員会（設置者）への周知・連携
- ・校長会などの機会を通じて校長（実施機関の長）への周知・理解
- ・地域の自治会や商店街との連携

成人期（特に若者）

（担当：島田 広）

1 若者（高校生期後～20歳代）の特徴と配慮事項

- ・ イメージマップでは「生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期」と記載している。
- ・ 多くの若者が、高校期までの家庭や学校とのつながりの深い環境から抜け出し、自立した生活をはじめめる時期。この時期に培ったライフスタイルや価値観がその後の消費行動に大きな影響を与える重要な時期。
- ・ 消費生活に関する知識や経験が乏しくかつ消費者としての価値観が未熟で、消費者被害にも実感がもちにくいため、単なる知識教育や啓発のみでは具体的行動に結びつくような効果が得にくい。
- ・ 大学等の高等教育機関に所属する場合を除いては、集団で消費者教育を受ける機会がほとんどない上に、消費関連情報を報じる新聞やテレビ等のマスメディアによる情報も伝わりにくく、インターネットやソーシャルメディア、友人からの情報など情報源が限られている場合が多いため、教育の普及には様々な工夫が必要となる。
- ・ 一方で、若者期は、個人としての自立や今後の人生の歩み方について模索する時期であり、自らのアイデンティの確立と人間的成長を求めて、様々な欲求を強く感じる時期でもある。そうした関心や欲求に即した内容は、受け入れられる可能性が高い。
- ・ また、近年、特に東日本大震災後、ボランティア活動に参加する若者が増加するなど、社会に貢献したいという意識は若者の中で今まで以上に高まっており、そうした関心に即した消費者教育も求められている。

若者期には自ら商品・サービスを自ら選択する機会が大幅に増える時期であり、この時期に自らの選択の影響について考える習慣を身につけ、持続可能な消費の実践を自らのライフスタイルに組み込み、社会問題の解決や公正な社会の形成に向けた行動に取り組むことは、個々の若者における消費者市民としての成長、ひいては社会全体における消費者市民社会の構築にとって、きわめて重要である。

しかし、この重要な時期に、若者の消費者市民としての成長を支援する機会が乏しいのが実情であり、今後、大学関係者等の関係者の協力を得つつ、若者への働きかけを強めることがきわめて重要である。

2 イメージマップにおける若者に関する領域の目標

○消費者市民社会の構築

消費がもつ影響力の理解	生産・流通・消費・廃棄が環境，経済，社会に与える影響を考える習慣を身につけよう
-------------	---

ここでは、高校生期までに培った、生産・流通・消費・廃棄が環境，経済，社会に与える影響についての理解を生かして、日常的に、自分が手にしようとしている商品やサービスが生産・流通・消費・廃棄の過程を通じて環境、経済、社会にどのような影響を与えるのかに関心を持ち、自ら主体的に必要な情報を集めて考え、消費者としての選択に生かす習慣を身につけることを目標にしている。

持続可能な消費の実践	持続可能な社会を目指したライフスタイルを探そう
------------	-------------------------

ここでは、持続可能な社会を目指す上で、自らのライフスタイルを工夫することの必要性を自覚し、様々な模索を重ねつつ、自分なりのライフスタイルを確立することを目標にしている。

消費者の参画・協働	消費者問題その他の社会問題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう
-----------	---

ここでは、高校生期までに培った消費者問題その他の社会問題の解決における消費者の役割や公正な社会の形成に取り組むことの重要性に対する理解を生かして、若者期に広げられる活動領域の中で、実際に消費者としての行動に取り組むことを目標にしている。

○その他の領域

商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	安全で危険の少ないくらし方をする習慣をつけよう
	トラブル対応能力	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣をつけよう
契約生活の管理と	選択し、契約することへの理解と考える態度	契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する習慣をつけよう
	生活を設計・管理する能力	生涯を見通した計画的なくらしを目指して、生活設計・管理を実践しよう
データ情報とメディア	情報の収集・処理・発信能力	情報と情報技術を適切に利用する習慣を身に付けよう
	情報社会のルールやモラル	情報社会のルールや情報モラルを守る習

	ルの理解	慣をつけよう
	消費生活情報に対する批判的思考力	消費生活情報を主体的に吟味する習慣をつけよう

3 活用しうる教育の場や手段

(1) 大学等の高等教育機関

- ・新入生ガイダンスで消費者被害防止の啓発を行う大学が増えている。
- ・一部の大学では消費生活センターや事業者と連携した消費者問題に関連する講座や、専門分野に関連して消費者問題を扱う講座を実施している。
- ・一部の大学にはフェアトレードを含む消費者問題や環境問題、持続可能な社会作り（ESD）を扱うサークルがある¹。
- ・多くの学生が消費行動を共にする場として学園祭がある大学も多い。
- ・大学生協等の消費者団体に触れる機会のある大学も多い。

(2) ネット環境

- ・パソコンやスマートフォン等の利用者が多く、ソーシャルメディアの利用率も高い。

(3) 地域

- ・地域でのイベントは家族向けや高齢者向けが多く、若者が地域で活動する機会は少ないのが実情だが、若者が参加するイベントの工夫がなされている地域もある。

(4) 事業者等

- ・就職活動や実際の仕事を通して初めて事業者の活動を詳細に知る機会をもつ若者も多く、事業者の環境への取り組み等の情報に触れて消費についての考え方を深める機会になる場合もある。

4 協力が考えられる主体

- ・大学等の高等教育機関関係者
- ・消費生活センター
- ・消費者問題や環境問題、持続可能な社会作りに関連する大学サークル
- ・学園祭関係者
- ・大学生協等の消費者団体
- ・社会教育主事等
- ・事業者

¹ フェアトレード学生ネットワーク（FTSN） <http://www.ftsnjapan.com>

5 考えられる消費者教育

(1) イベント形式の消費者教育

- ・入学ガイダンス等における入学時の消費者教育の強化
- ・大学と大学生協、消費生活センターが協力した消費者イベントの開催
- ・大学祭等の学内イベントにおける持続可能な消費の実践

(2) サークル形式の消費者教育

- ・フェアトレードを含む消費者問題や環境問題，持続可能な社会作りを扱うサークルの育成・支援
- ・学内や周辺地域の消費環境改善に取り組む学生協議会組織の育成・支援

(3) 講義形式の消費者教育

- ・消費生活センターと連携した実践的消費者教育
- ・キャリア教育の中で持続可能な社会の形成に関する事業者と消費者それぞれの社会的責任について考える授業
- ・お金と時間の使い方を変える生活全体のマネジメントの視点からの消費者教育

(4) インターネットを通じた消費者教育

- ・若者向けのインターネットやスマートフォンアプリ等を利用した消費者市民教育教材の開発
- ・若者自身がソーシャルメディア等で消費者市民的活動に関する情報を交流する活動の支援（ホームページ，ブログ，ソーシャルメディアページ等の懸賞等）

6 進めるための仕組み

- ・地域ごとの活用しうる教育の場や手段、協力が考えられる主体のリストアップ
- ・協力が考えられる主体の連携・協議の場（消費者教育推進地域協議会またはその作業部会等）
- ・協力が考えられる主体をつなぐサポーター

成人一般

(担当: 島田 広)

1 成人一般の特徴と配慮事項

- ・ イメージマップでは「精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働して取り組む時期」と記載している。
- ・ 地域住民として、親として、あるいは職業人として等、様々な場面で社会の担い手の中心的存在として活躍する時期であり、消費者市民としての行動の実践が求められるが、一方で、社会や消費者問題への考え方や関わり方にはばらつきが大きく、まとまった教育の場も存在しない。様々な場面に応じた消費者教育の取組が必要となる時期といえる。

・ 【地域】

ゴミの分別、エコバッグの持参、リサイクルなど身近な環境のための取組は多くの地域で取り組まれており、高齢者の消費者被害等の防止のための見守り活動に地域ぐるみで取り組む地域もあり、消費者フェスティバル（消費生活展）等の消費に関する地域行事や環境フェスティバルなどの環境に関する地域行事のある地域もある。こうした取組が、消費のあり方を見直すとともに消費者の参画・協働の重要性について認識を深める一定の契機となっている。消費生活センター等が取り組むいわゆる消費生活サポーター、消費者リーダー等の養成の取組も活発に行われており、消費者被害の防止のための寸劇や講師活動などに取り組む例も多いが、養成したサポーターやリーダー等の活用に課題を抱える地域もある。

・ 【家庭】

消費者が消費に関する情報に触れる機会は、マスメディアやインターネットを通じて商品やサービスに関する情報に触れること、店舗等で商品やサービスに関する情報に触れることにほぼ限定されており、消費に関する学習を家庭でまとまって受ける機会は少ない現状にある。一方で、子どもがいる家庭では、親が子どもの消費生活に関する教育を行うとともに、子どもの学校での学習等に合わせて親子で消費について学び考える機会もある。

・ 【職場】

消費者教育に関する取組はきわめて乏しい状況にあるが、消費者教育が目標とする適切な意思決定の能力や、重点領域とされる、持続可能な消費と生産に関する理解、安全の理解と危険回避、契約への理解と考える態度、トラブル対応能力、情報の収集・処理・発信能力や情報モラル、批判的思考力などは、いずれも職業人としての能力開発と重なる部分が多い。したがって、こうした職業能力を消費者として日常の消費生活に生かすことの重要性に対

する気づきのきっかけを与えるとともに、職業人としての能力開発と必ずしも重ならない分野について、どう消費者教育の機会を作るか、という視点から考えることが有用である。

- ・ 環境、経済、社会にとってよい商品やサービスの提供を望む消費者が増える中で、事業者の活動の中に、環境や人権に配慮した活動、地域経済や地域の抱える問題の解決に貢献する活動、消費者の声を事業活動に反映する活動など、様々な消費者市民的活動に対応する事業者の活動は増えていることや、地域でのエコ活動の広がり、フェアトレードの社会的認知度の向上、インターネットやソーシャルメディアなど消費者が情報を収集したり意見を発信したりする手段が増えていることから、消費者の消費者市民的な活動への参加参画・協働の機会は広がっている。また、東日本大震災を機に、節電や地産地消といった社会や環境を考えた身近な取組を行う消費者が増えており²、こうした取組に対する関心は高まっている。こうした機会を、地域、家庭、職場での消費者教育にいかにも有効に活用していくか、創造的な取組が求められているといえる。

成人一般期は、30歳代から64歳までときわめて長期間にわたり、消費者市民社会の構築の中心的役割を果たすことが期待される時期である。それぞれの消費者が様々な場で消費者市民社会の構築につながる活動を実践し、その情報を交流し学びあうことが期待される。一方で、個々の消費者の特性及び消費生活のあり方はきわめて多様であり、こうした多様性を尊重しつつ³、それぞれの特性及び消費生活のあり方に合わせて、消費者自らが主体的に学べる環境の整備が必要である。

2 イメージマップにおける成人一般に関する領域の目標

○消費者市民社会の構築

消費がもつ影響力の理解	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響に配慮して行動しよう
-------------	--------------------------------------

ここでは、若者期に培った、生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考える習慣を生かし、生活環境の変化に応じてそれをさらに発展させながら実践することを目標にしている。

² 国民生活センター第40回消費生活動向調査によれば、「自分の消費行動次第で、将来の社会や地球環境をよくすることができる」と意識して行動することについて「震災後にするようになった」と答えた消費者が33.3パーセントに上っている。

³ 消費者教育推進法第2条第2項

持続可能な消費の実践	持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践しよう
------------	---------------------------

ここでは、若者期に確立した持続可能な社会を目指したライフスタイルを生かし、生活環境の変化に応じてそれをさらに発展させながら実践することを目標にしている。

消費者の参画・協働	地域や職場で協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会を作ろう
-----------	---------------------------------------

ここでは、若者期までに培った、消費者問題その他の社会問題の解決における消費者の役割や公正な社会の形成に取り組む実践の経験を生かし、生活環境の変化に対応しつつ、実践を続けることを目標にしている。

○その他の領域

商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	安全で危険の少ないくらしと消費生活をつくろう
	トラブル対応能力	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しやすい社会をつくろう
契約 生活の管理と	選択し、契約することへの理解と考える態度	契約とそのルールのを理解し、くらしに活かそう
	生活を設計・管理する能力	経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的なくらしをしよう
情報とメディア	情報の収集・処理・発信能力	情報と情報技術を適切に利用するくらしをしよう
	情報社会のルールやモラルの理解	トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくろう
	消費生活情報に対する批判的思考力	消費生活情報を主体的に評価して行動しよう

3 活用しうる教育の場や手段

【地域】

- (1) 消費生活センター等の行う消費者問題の講座
- (2) 地域活動

【家庭】

- (1) 消費生活センター等の行う消費者問題の講座
- (2) ネット環境

(3) 報道機関の活動

【職場】

(1) 職場の講習会

4 協力が考えられる主体

- ・消費生活センター
- ・社会教育主事等
- ・報道機関
- ・事業者

5 考えられる消費者教育

【地域】

- (1) イベント形式の消費者教育
- (2) 重層的な情報提供

【家庭】

- (1) 楽しみながらできる消費者市民的活動の追求
- (2) 「親子で学び、行動する」活動の促進

【職場】

6 進めるための仕組み

- ・地域ごとの活用しうる教育の場や手段、協力が考えられる主体のリストアップ
- ・協力が考えられる主体の連携・協議の場（消費者教育推進地域協議会またはその作業部会等）
- ・協力が考えられる主体をつなぐサポーター

成人期（特に高齢者）

（担当：島田 広）

1 高齢者（65歳以上）の特徴と配慮事項

- ・ イメージマップでは「周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に生かす時期」と記載している。
- ・ 情報収集力・判断力・行動力の低下にともない、生活の維持管理や、社会変化への対応について地域の幅広いネットワークによる支援が必要となる高齢者も多いが、地域に根付いた消費生活文化を次世代に伝える能力を有する高齢者もあり、その積極的な活躍の場を設ける等、一人一人に応じた消費者教育を展開することで、社会全体の消費生活をより持続可能なものにする事が期待できる⁴。
- ・ 消費者教育関連の講座に積極的に参加し、さらには地域で見守り等の活動にも取り組む高齢者がおり、こうした高齢者の力を生かすことは、地域社会の中で消費者市民社会を構築する上で極めて重要である。
- ・ 他方で、そうした活動には参加せず、消費者問題関連の情報を自らの力では得られない消費者もいるため、特に後者に消費者教育を届ける上では様々な工夫が必要となる。

今後の高齢化社会の進行の中で、地域において積極的に活動できる高齢者の能力を生かすことが重要であり、高齢者を単に「被害者」あるいは「被害者予備軍」とだけみるのではなく、高齢者を励ましつつ、その活力を高め、生かし、ともに消費者市民社会を作る社会の重要な一員として受け入れ、「伝え合い」「支え合い」の輪を地域に広げることが大切である。その際、高齢者同士の伝え合い、支え合いのみならず、より若い世代との交流を重視して取り組むことや、消費者被害の問題のみならず、高齢者が楽しみや生きがいとできるような生き生きした活動と結びつけて消費者問題を扱うことが、有効と考えられる。

また、消費者被害の問題を扱う際にも、高齢者個々人に必要な情報や知識を提供し注意を呼びかけるのみならず、高齢者を含め社会全体で消費者被害の撲滅を目指す、という観点から高齢者の主体的な参画を促すことが大切である。

⁴ 2012年4月6日に消費者教育推進会議（消費者教育推進法制定以前のもの）がとりまとめた「消費者教育推進のための課題と方向」

2 イメージマップにおける高齢者に関する領域の目標

○消費者市民社会の構築

消費が持つ影響力の理解	消費者の行動が環境，経済，社会に与える影響に配慮することの大切さを伝え合おう
-------------	--

ここでは、成人期において身につけた、生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響への配慮を、様々な機会を通じて、高齢者同士、あるいは高齢者からより若い世代へ伝えることを目標としている。

持続可能な消費の実践	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝え合おう
------------	-----------------------------

ここでは、成人期において身につけた持続可能な社会に役立つライフスタイルを、高齢者同士、あるいは高齢者からより若い世代へ伝えることを目標としている。

消費者の参画・協働	支え合いながら協働して消費者問題その他の社会問題を解決し、公正な社会を作ろう
-----------	--

ここでは、それぞれのおかれた状況や培った能力を生かし、支え合いながら、地域の消費者問題その他の社会問題を解決し、公正な社会を作るために取り組むことを目標としている。

○その他の領域

商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	安全で危険の少ない暮らしの大切さを伝え合おう
	トラブル対応能力	支え合いながらトラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう
契約生活の管理と	選択し、契約することへの理解と考える態度	契約トラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝え合おう
	生活を設計・管理する能力	生活環境の変化に対応し支え合いながら生活を管理しよう
情報とメディア	情報の収集・処理・発信能力	支え合いながら情報と情報技術を適切に利用しよう
	情報社会のルールやモラルの理解	支え合いながらトラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくろう
	消費生活情報に対する批判的思考力	支え合いながら消費生活情報を上手に取り入れよう

3 活用しうる教育の場や手段

- (1) 消費生活センター等の行う消費者問題の講座
- (2) 地域活動
- (3) 見守り活動
- (4) 福祉・医療関係者の活動
- (5) 報道機関の活動
- (6) 金融機関その他の事業者の活動

4 協力が考えられる主体

- ・消費生活センター
- ・福祉関係者
- ・社会教育主事等
- ・福祉・医療関係者
- ・金融機関
- ・警察
- ・報道機関
- ・事業者

5 考えられる消費者教育

- (1) 高齢者が生き生き活動できる消費者教育活動
- (2) 多様な主体が連携した見守り活動
- (3) 重層的な情報提供網の構築

6 進めるための仕組み

- ・地域ごとの活用しうる教育の場や手段、協力が考えられる主体のリストアップ
- ・協力が考えられる主体の連携・協議の場（消費者教育推進地域協議会またはその作業部会等）
- ・協力が考えられる主体をつなぐサポーター