

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～

本「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～」は、「消費者教育の体系イメージマップ～消費者カスステップアップのために～」(平成25年1月)(以下「イメージマップ」)が更に活用されるよう、本小委員会の委員がそれぞれの専門分野をもとに執筆したものである。

イメージマップのライフステージ(幼児期、小学生期、中学生期、高校生期、成人期(特に若者)、成人一般、成人期(特に高齢者))ごとに記載している。

幼児期から高校生までの学校関係については、1. 各期の特徴と配慮事項、2. イメージマップにおける領域の目標、3. 学習指導要領等の関連項目、4. 活用しうる教育の場や手段、5. 協力が考えられる主体、6. 考えられる消費者教育例、7. 進めるための仕組み、となっており、特に、学習指導要領等との関連付けを明示した。

また、成人期については、1. 各期の特徴と配慮事項、2. イメージマップにおける領域の目標、3. 活用しうる教育の場や手段、4. 協力が考えられる主体、5. 考えられる消費者教育例、6. 進めるための仕組み、となっており、2. イメージマップにおける領域の目標において「消費者市民社会の構築」分野を更に詳しく説明することとした。

本小委員会取りまとめの他の資料とともに消費者教育推進の参考としていただきたい。

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、幼稚園については、幼稚園の年少組に入園する満3歳から5歳までの時期と捉える。
- ・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。

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つ
	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に気づこう
	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実施するには、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。」なお、消費者教育を実施する際には、幼児期の教育の特性や幼児の発達の段階を踏まえることに留意すること。

・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基づいて、消費者教育を実施する。その際、次の目標や内容に留意する。

幼稚園教育要領「人間関係」内容（11）の「友達と楽しく生活する中できまりの大切さに気付き、守ろうとする」、「環境」内容（10）の「生活に関係の深い情報や施設などに興味や関心をもつ」などに基づき、活動などを幼児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付き、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見守り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内容を消費者教育の観点を用意しつつ実践する。
- ・ 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。
- ・ 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、コンビニエンスストア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、認定こども園、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
- ・ P T A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、中学年期、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

会の構築	消費者市民社	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
安全	商品等の	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
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実施するには、以下の教育課程編成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基づき、消費者教育を実施する。その際、例えば、次の各教科等の目標や内容に留意する。

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内容を消費者教育の観点に留意しつつ実践する。
- ・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、コンビニエンスストア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、認定こども園、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
- ・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、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

構築	消費者市民社会の	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
全	商品等の安	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
と契約	生活の管理	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	情報と	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の理解	著作権や発信した情報への責任を知ろう
		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し、実施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。

<p>[社会科(公民的分野)]</p> <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
<p>[技術・家庭科 (技術分野)]</p> <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。
<p>[技術・家庭科 (家庭分野)]</p> <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もち、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]

- ・内容 4主として集団や社会とのかかわりに関すること。
- (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。
- (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。
- (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。

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されており、各教科における指導内容を、「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 各自治体が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
- ・教科間の連携等具体的な指導方法の工夫

(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 契約とそのルールを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－管理価格・非価格競争－」
- ・(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－電子契約法－」

○「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	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の理解	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣をつけよう
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