

学校における消費者教育の充実に向けて

(平成28年4月 消費者教育推進会議 提案)

- 高齢化、高度情報通信社会、グローバル化の進展
- 社会的課題に配慮した商品・サービスの選択への関心の高まり
- 消費者市民社会の形成への参画に消費者教育の視野が拡大

次期学習指導要領に関する議論の開始も契機として、学校における消費者教育の一層の充実を図る必要

消費者教育に割かれている時間は不十分

- 学習指導要領における内容は着実に充実
- 一方、実践的な観点からは不十分

機会(時間)
の確保

- 教科横断的な取組
 - ➔ 家庭科や社会科などにとどまらず様々な教科・科目を通じ、教科横断的に関連付けて実施
- 学校全体としての取組
 - ➔ 各学年、各科目の取組を集約し校内で情報共有
- 授業展開方法の収集・提供
 - ➔ 消費生活センターや教育委員会が事例収集、提供

教員の指導力の向上が不可欠

- 様々な教科・科目における、消費者教育の効果的・効率的な実践
- そのためには、教員の指導力向上が不可欠

教員の
教育・研修

- 教員の養成・研修のあらゆる機会を利用
 - ➔ 大学の教養課程及び教職課程、教員研修で実施
- 実践的な能力を身に付ける
 - ➔ 消費生活センター等での業務体験も有効

変化する消費者問題等への対応

- 社会情勢の変化に応じて刻々と変化する消費者問題
- 対応には教員の指導力向上だけでは限界

外部人材
の活用

- 他の外部講師へ手法を伝達する仕組みの構築
 - ➔ 国民生活センター等での研修を地域で伝達
- 情報交換や先進的な事例の共有
 - ➔ 近隣の消費者行政担当部局、消費生活センター
- 学校のニーズに応じた授業
 - ➔ 教育委員会、消費者行政担当部局、消費生活センターとの連携・調整