

学校における消費者教育の充実に向けて

平成 28 年 4 月 28 日

消費者教育推進会議

1. はじめに

平成 26 年 11 月に文部科学大臣から中央教育審議会に対し、初等中等教育課程の基準等の在り方について諮問がなされ、現在、中央教育審議会において、次期学習指導要領に関する議論が進められています。

学校における消費者教育については、既に、平成 20 年及び平成 21 年に改訂された小・中・高等学校の学習指導要領（現行学習指導要領）に基づき、社会科、公民科、家庭科、技術・家庭科などの教科書において、消費生活、消費者保護等に関する記述が充実し、その教育が実施されています。また、消費者を取り巻く環境は大きく変化し続け、平成 24 年 12 月に施行された消費者教育の推進に関する法律（平成 24 年法律第 61 号。以下「消費者教育推進法」という。）では、消費者教育の視野が、将来に向けた社会の在り方へも拡大しています。こうした状況の中で、次期学習指導要領に関する議論の開始も契機としながら、消費者教育推進法の趣旨を踏まえ、学校における消費者教育の一層の充実を図っていくことが必要です。このため、消費者教育推進会議として、今後の学校における消費者教育の充実に向けて検討を行いました。

（1）消費者をめぐる状況

消費者を取り巻く環境は、高齢化の進展、高度情報通信社会の進展、消費生活におけるグローバル化の進展など、大きく変化しており、それに伴って、消費者問題や消費者被害の内容等も変化してきています。

全国の消費生活センター等に寄せられた消費生活相談は、高齢者を当事者とするものが全体の 3 割弱を占めています。小学生、中学生、高校生、大学生等未成年者の相談は、割合は高くないものの、近年はインターネットを利用したアダルト情報サイトやオンラインゲーム等のデジタルコンテンツなどについてのトラブルに関する相談件数が上位に上がっています。

今後、インターネット機器利用の低年齢化などにより、消費者問題が更に児童・生徒・学生へ広がるおそれもあります。

さらに、地球温暖化のような環境問題や経済社会の生み出す様々な問題が、産業活動のみならず消費活動によるところも大きいとの認識が広がっており、消費者自身が、環境や被災地の復興、開発途上国の労働者の生活改善等の社会的課題に配慮した商品・サービスを選択して消費することへの関心も高まっています。

(2) 消費者教育の現状

社会の変化に伴い変容する消費者問題に対応し、安全・安心で豊かな生活を築くためには、消費者被害を防止し、消費生活の安定・向上を図るための施策のみならず、消費者自身が消費生活に関する知識を習得し、これを適切な行動に結び付けることができるよう、実践的な能力を育む消費者教育が不可欠です。

消費者教育は、消費者教育を総合的・一体的に推進することを目的とした消費者教育推進法を踏まえて推進することが重要です。

この消費者教育推進法は、他の消費者関連施策と同じく、平成16年に盛り込まれた消費者基本法¹の基本理念である、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することが重要であるとの認識に立ち、消費者教育を総合的・一体的に推進することを国及び地方公共団体の責務としています。さらに消費者教育推進法において消費者教育は、「消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（消費者が主体的に消費者市民社会²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。）及びこれに準ずる啓発活動」と定義されました。これは、消費者教育推進法によって、消費者教育の内

¹ 消費者基本法（昭和43年法律第78号）（抄）
（基本理念）

第2条 消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策（以下「消費者政策」という。）の推進は、国民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、消費者の安全が確保され、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、消費者に対し、必要な情報及び教育の機会が提供され、消費者の意見が消費者政策に反映され、並びに消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されることが消費者の権利であることを尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行わなければならない。
（啓発活動及び教育の推進）

第17条 国は、消費者の自立を支援するため、消費生活に関する知識の普及及び情報の提供等消費者に対する啓発活動を推進するとともに、消費者が生涯にわたって消費生活について学習する機会があまねく求められている状況にかんがみ、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を講ずるものとする。

² 消費者教育推進法第2条において、消費者市民社会は、「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う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をいう。」とされている。

容について、その視野が消費者市民社会の形成への参画に広がったと解釈できます。

この背景には、消費者行政推進基本計画（平成20年6月27日閣議決定）において、消費者市民社会が定義³されたこと、平成21年11月には、OECD消費者政策委員会（Committee on Consumer Policy:CCP）が消費者教育に関して政策提言を取りまとめた際に、持続可能な消費を重要課題として位置付けるなど、国際的にも持続可能な消費の実現に向けた取組の重要性が示されたこと、更には、東日本大震災の経験から、非常時、緊急時こそ、単に自己の利益のみに終始した消費行動を取るのではなく、他者への配慮や社会的な影響にも高い関心を持ち行動すべきことがより強く求められることが明らかになったこと等があります。

消費者市民社会の形成への参画に視野が広がった消費者教育については、消費者教育推進法第19条の規定に基づく「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（平成25年6月28日閣議決定）において、消費者教育として必要な内容、効果的な方法、教育の担い手育成の在り方が明示されました。この「消費者教育の推進に関する基本的な方針」に基づき、幼児期から高齢期までの生涯を通じて、それぞれの時期に応じ、また、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場で総合的・一体的に消費者教育が推進されるよう、様々な取組が始まっています。

（3）学校における消費者教育の現状

従来、学校において消費者教育は、社会科や家庭科等を中心に必要な指導が行われてきました。さらに平成18年に改正された教育基本法（平成18年法律第120号）においては、教育の目標として、自主及び自立の精神を養うとともに、職業及び生活との関連を重視することや、主体的に社会の形成に参画し、その発展に寄与する態度を養うことが規定されました。この教育基本法の規定を踏まえ、平成20年及び平成21年に改訂された小・中・高等学校の学習指導要領（現行学習指導要領）においては、社会科、公民科、家庭科、技術・家庭科などを中心に、消費者教育の内容が充実しています。

この現行学習指導要領に基づいた教科書は、例えば高等学校家庭科のように、食と環境、リユース、リサイクル、家計管理、消費者としての意思決定、消費

³ 消費者行政推進基本計画（平成20年6月27日閣議決定）（抄）

「消費者市民社会」とは、個人が、消費者としての役割において、社会倫理問題、多様性、世界情勢、将来世代の状況等を考慮することによって、社会の発展と改善に積極的に参加する社会を意味しており、生活者や消費者が主役となる社会そのものと考えられる。

者の権利と責任、契約、フェアトレードなど非常に多様な場面における事例を網羅しているものも見られるなど、消費者教育の内容が生活のあらゆる場面で生涯にわたり活用できることを示しています。

2. 学校における消費者教育の充実に向けて

消費者教育は、消費生活に関する知識を一方向的に与えるだけではなく、その知識を日常生活の中で適切な行動に結び付けることができる実践的な能力を育むことを目指して行われるものです。

また、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ことの重要性について、理解及び関心を深める教育でもあります。

学校教育は、知識を伝達するのみならず、学ぶことと社会とのつながりをより意識した教育を行い、子供たちがそうした教育のプロセスを通じて、基礎的な知識・技能を習得するとともに、実社会や実生活の中でそれらを活用しながら、自ら課題を発見し、その解決に向けて主体的・協働的に探究し、学びの成果等を生活に還元し、より良い実践のために生かしていけるような力の育成、つまり、「どのように社会・世界と関わり、より良い人生を送るか」を考える力の育成を目指すものと考えます。

「生きる力」の基本を実践的に身に付ける消費者教育は、学校教育で一層の充実が図られることが期待されます。

したがって、学校教育における消費者教育は、知識・技能を身に付け、それらを活用して課題を解決するため実践的な能力を育むといった観点で、各教科等における取組を捉え直したり、教科横断的に身に付けていく力を相互に関連付けたりすることにより、より充実させることができます。

また、今後の学校教育においては、子供たちの主体的な学びを引き出し、資質・能力を育むことを目的とした「アクティブ・ラーニング」の視点からの学習・指導方法の改善と、校長のリーダーシップの下、教科等を超えた「カリキュラム・マネジメント」を連動させた学校経営の展開が求められていますが、その中で消費者教育をどのように捉えていくかが重要となります。

さらに、現行学習指導要領には、「持続可能な社会の構築」の観点が盛り込まれていますが、持続可能な社会の構築のために消費者が果たすべき役割を考え、具体的に行動する力を育む消費者教育は、こうした現行学習指導要領の趣旨にもよく合致していると考えられます。

これを踏まえ、学校における消費者教育を充実させるための方策について提案します。

(1) 消費者教育の機会の確保について

先に見たように、社会科、公民科、家庭科、技術・家庭科など、消費に関する知識・技能を学ぶ教科において、学習指導要領及び教科書における消費者教育の内容は着実に充実してきています。現在、次期学習指導要領について検討している中央教育審議会では、高等学校において、国家及び社会の責任ある形成者となるための教養と行動規範や、主体的に社会に参画し自立して社会生活を営むために必要な力を、実践的に身に付けるための新科目（「公共」（仮称））を創設することが議論されています。

一方で、実際に消費者教育が十分に行われているかという観点から考えた場合、地方公共団体が消費者教育推進計画策定に際し実施しているアンケート結果等では、一年間で消費者教育に割かれている時間が5時間未満とされているところもあることから、日々変化する社会環境の変化や消費者問題を考慮した実践的な消費者教育の視点からみると不十分であるとの意見もあります。

消費者教育は、社会的な価値や目的を考慮しつつ、数多くの情報から、必要な情報や課題を発見し、その解決に向けた技能・知識、思考力や判断力の育成を目指すものであり、家庭科や社会科などの特定の教科・科目を通じて行われる必要は必ずしもありません。様々な教科・科目を通じて行うことや、教科横断的に相互を関連付けて行うことが可能と考えます。

例えば、小学校の生活科・総合的学習の時間や社会科の時間で、身近な商店へ出向いて買い物をする場面では、値段や産地等の異なる商品を比較する中で、物の選び方を学ぶだけでなく、消費とは購買行動（消費行動）を通じた消費者としての意思表示であることを学ぶことができます。中学校では、商品の店舗での購入とインターネットでの購入の違いについて考えることで、情報の適切な入手方法について考えることができます。また、直接高齢者と触れ合う場面では、自らが高齢者へ情報提供等を行うことで社会の一員としての役割を果たすことについて学ぶことができます。

さらに、中学校の社会科公民的分野において、「消費者の自立の支援なども含めた消費者行政」を学ぶ際、技術・家庭科の家庭分野の「身近な消費生活と環境」で学んだことを結び付け、自らの一つ一つの行動が環境に配慮したものであるのか、消費者の責任を果たしているのかを考えることができます。

この他、銀行へ出向いて金融の仕組みを実際に体験してみる場面で、自分のラ

イフプランを考えたり、金利について計算してみたりするなどの学習活動を取り入れる、社会科地理的分野の時間や英語の時間で、フェアトレードに関する内容を取り扱う、道徳の授業でエシカル消費⁴（倫理的消費）について考える、情報に関する授業で消費生活関連の情報を利用したり SNS 等で自ら発信したりする場合に注意すべきことについて考える、特別活動で環境問題や国際問題について考えるなど、生徒の発達段階に応じ、学校教育の様々な場面において多様な切り口で消費者教育へのアプローチが可能です。

消費者教育はこのように様々な科目で取組が可能です。学校全体として取り組み、各学年、各科目の取組を集約して校内で情報共有することができれば、より一層効果的で効率的な消費者教育が可能になると考えられます。

それらに加え、消費者教育の授業を保護者参加の形態で実施することで、保護者へ気付きを与えることも可能です。

既に地域において実践されている授業展開方法を、地域の消費者教育の拠点としての役割が期待される消費生活センターや教育委員会が事例として収集し、提供する仕組みも効果的と考えられます。

今を生きる子供たちが、生活に関わる様々な知識や的確な判断力を身に付けることは、自らの行動が社会に影響を与えることを自覚すること、環境に配慮した消費の選択や日常の消費生活における省資源・省エネルギー等環境に配慮した行動をすること、持続可能な消費を実践すること、地域社会の一員として活動することにもなり、ひいてはより良い市場とより良い社会の実現に積極的に参画していくことにつながり、未来を切り拓いていくための大きな原動力となります。

さらに、環境教育、食育、国際理解教育、法教育、金融経済教育、情報教育など様々な課題の教育についても、生活全般や消費者の視点を通じて消費者教育と重なる部分が多く、各教科・科目の中で工夫することで、消費者教育に位置付けることが可能です。

このように、学校の授業その他の教育活動において適切かつ体系的な消費者教育の機会を確保することは、国民の消費生活の安定及び向上において重要な役割を担うこととなります。

（２）教員の消費者教育指導力向上のための教育・研修について

様々な教科・科目において、消費者教育を効果的・効率的に実践するためには、教員の指導力の向上が不可欠です。学校教育において、教職員に、消費者教育の推進役としての役割が期待されることについては、消費者基本計画（平成 27 年

⁴ 地域の活性化や雇用なども含む、人や社会・環境に配慮した消費行動。

3月24日閣議決定)の中でも明記されています。そこで、①大学教養課程及び教職課程、②初任者研修、10年経験者研修、免許更新時研修、その他の時期の独立行政法人教員研修センター及び都道府県教育委員会による研修、長期社会体験研修、③地域における教育研究や各校主体の研究会など、教員の養成・研修のあらゆる機会に、時代の変化に応じて変化する社会的課題、消費者問題等に対応した消費者教育の授業を行う必要があります。

① 大学における教養教育及び教職課程

大学教育においては、先に述べたとおり、消費者教育が、「生きる力」を育むものであることから、教職課程を履修する学生のみならず、全ての大学生を対象とした教養教育等の消費者教育を充実させることも重要です。例えば、関係法令、歴史から消費者問題の現状、対処法、生活設計、更には地域社会や地球規模の課題といった生活科学について教育する場合に、高等学校段階までの消費者教育を更に発展させ、総合的・一体的に学び、実践することが考えられます。

その上で、教職課程においては、教科横断的な視野と知見を持って教育活動を展開する指導力を身に付けるとともに、実践的な能力を身に付ける必要があります。そのためには、学校現場や教職を体験する機会の充実だけでなく、インターンなどの履修経験を通じ、地域の消費生活センターの窓口業務を体験することも有効と考えられます。

② 教員研修

初任者研修について、初任者研修実施状況(平成25年度)の調査結果によれば、校内研修で消費者教育を扱っている教育委員会の割合が20%程度、校外研修においては同割合が10%未満となっており、その他の研修項目に比べ著しく低くなっています。校内研修における研修時間の確保や実践面を重視し、校外研修先に消費生活センターを加えることも考えられます。

10年経験者研修について、10年経験者研修実施状況(平成25年度)の調査結果によれば、消費者教育は、各地方公共団体において校外研修の必須項目又は選択項目の研修と位置付けられている内容の一つとなっており、選択項目として実施している教育委員会は30%程度となっていますが、必須としている教育委員会は、5%未満です。消費生活センターでの研修を校外研修に取り入れるなど、教員自身が消費者問題・トラブルの現状・解決について経験したことを児童・生徒に伝え、児童・生徒の「生きる力」を育むことが考えられます。

教員免許更新時に実施される免許状更新講習については、現在、大学等におい

て開講されている講習のうち、消費者教育を取り扱うものはごくわずかとなっています。そこで、消費者教育講習を大学の講座や e ラーニング等の座学による消費者教育の貴重な機会と位置付け、多くの大学等で開講する必要があります。また、教職大学院においても、実践研究などの演習科目の中に、新たに消費者教育の内容を取り入れて開講することなどが考えられます。

そのほか、独立行政法人教員研修センター主催の研修や都道府県教育委員会における研修に消費者教育を取り入れることも考えられ、また、教員の長期社会体験研修を利用して消費生活センターへ派遣することや民間企業へ派遣することも考えられます。消費生活センターや民間企業への派遣により、教員自身の視野の拡大、対人能力の向上等に大きな効果を挙げられると考えられます。

また、今日では、教育の現場でアクティブ・ラーニングの視点からの指導方法の改善が促進されています。消費者教育では、自らの考えを伝えたり、異なる考え方を共有したり、またプレゼンテーション能力を高めるための小グループのディスカッションやロールプレイングやワークショップなどの多種多様な実践方法が蓄積されています。

なお、上述した①大学における消費者教育及び②教員に対する研修においては、(3)に示す消費生活相談員、消費者団体、事業者・事業者団体を含めた外部講師の活用が不可欠です。

このように、様々な機会を通じて教員に研修を実施することにより、教員自身も「生きる力」を育むとともに学校教育における消費者教育の重要性を認識することになります。それにより、地域における教育研究において、消費者教育を取り上げることも多くなり、その研究成果を他校に波及させることで学校における消費者教育が充実するものと考えます。

(3) 外部人材の活用について

教員の消費者教育指導力の向上は不可欠と考えますが、一方で、消費者教育の担い手の確保のためには、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」でも示したとおり、消費生活に関する専門家を活用することも有効と考えられます。学校における消費者教育において、社会情勢の変化に応じて刻々と変化する消費者問題等にも対応するためには、消費生活センターにおいて若者から高齢者までのあらゆる年代の消費者問題に対応している消費生活相談員、法教育に関し出前講座を行う弁護士や司法書士、消費者問題に取り組む消費者団体、商品やサービスを提供する観点から消費者と接する事業者・事業者団体などの外部人材の

活用が考えられます。

先述したアンケート調査では、①活用できる教材がない、②どのような取組をすれば良いか分からない、③指導者や講師となる外部人材の情報が得られない、④他の優先事項がある、といった意見が多く見られます。

また、現在、多くの地域で消費者行政担当職員等による校長会、教科別研究会、学校への働き掛けによって消費生活相談員による授業が実施されているケースは見られますが、一方で、教員の関心度合いが高ければ授業が可能であるが教員異動によって授業ができなくなるといったケースや、学校と外部講師との事前調整不足により学校のニーズと合わない授業が行われたため、その後につながる、他の優先課題や他の年間行事で新たに消費者教育の授業を組み込むのは困難、といったケースも見られます。

教材や取組については、地方公共団体や事業者団体等が作成した教材や各地の先進事例について、一元化して管理すべく消費者庁のホームページに消費者教育ポータルサイト (<http://www.caa.go.jp/kportal/index.php>) を開設しています。検索機能を利用した積極的な活用が望まれますが、消費者教育ポータルサイトそのものも、教員が学習指導要領に沿った授業準備を可能とするため、学習指導要領と消費者教育教材・実践事例を結び付けた情報提供を行うよう改善する必要があります。第一期消費者教育推進会議の取りまとめ（平成 27 年 3 月）では、消費者市民社会に関して消費者教育の担い手向けナビゲーションを作成しましたが、これを更に充実させ、事例を増やしていく必要があります。

外部講師の活用は、日々の相談事例を年齢やケース別に分類し、問題点を的確に把握する消費生活相談員等が授業の導入部分において実践的な授業を行うことで、「消費者問題は高齢者、又は自分とは遠い世界の問題」と捉えがちな児童・生徒に身近で現実的な問題として体感してもらう効果があります。

また、外部講師を招くことは、生徒一人一人が、様々な機会・出会いを通じて、「見て」、「聞いて」、「読んで」自ら調べ、「学ぶ」ことで「気付く」こととなります。さらに、その「気づき」を自分自身の消費生活に生かすとともに、生徒自身が「見せて」、「話して」、「書いて」周囲に伝えることにより実践的な「生きる力」を育み、更に消費者教育を広げることにつながります。ただし、消費生活相談員を始めとする外部講師は教育の専門家ではないことに注意する必要があります。成人向けの講座の経験があっても、小学生から高校生まで発達段階の異なる児童・生徒の興味を引きつけることは容易でないことに留意し、外部講師に対しては、学校で外部講師を活用して消費者教育を行っている事例を基にしたワークショップ形式の研修を、独立行政法人国民生活センター等で行うなどして、指導方法を具体的に身に付けるとともに、学校教育が体系的・組織的に実施されていることなどについて理解を深める必要があります。また、外部講師に広がり

を持たせることを考え、独立行政法人国民生活センター⁵等で研修を受けた外部講師が地域において自身以外の外部講師へ手法を伝達する仕組みの構築が不可欠です。外部人材が不足している地域については、ICTを活用した講座の実施も考えられます。

特に、数多くの課題に関する教育を実施する学校で効率的に消費者教育を進めていくためには、他の課題教育との結節点を見出すとともに⁶に、授業時間の一部を利用した授業の展開方法の工夫も必要です。様々な地域で様々な年齢を対象に作成されている教材の活用方法、様々な実践事例の紹介・意見交換を組み合わせた研修が効果的です。研修のみならず、近隣の消費者行政担当部局（又は消費生活センター）同士における情報交換や先進的な事例の共有も不可欠です。

このように、外部講師となる人材に対する研修も大切ですが、実際に学校のニーズに応じた授業を展開するためには、対象となる学校・教員との事前連絡・調整はもちろんのこと、教育委員会と消費者行政担当部局（または消費生活センター）との連携・調整が重要です。この連携・調整を充実させることにより、学校教育における消費者教育は効率的かつ効果的に進みます。消費者行政担当部局（又は消費生活センター）には、外部講師となる様々な候補者、有用な教材、対応可能な課題の情報が蓄積されています。これらの情報を教育委員会と消費者行政担当部局で共有し、教育委員会経由で各学校へ伝達することで、効率的な消費者教育の授業展開が可能となります。

5 消費者教育推進法（抄）

（地域における消費者教育の推進）

第13条 国、地方公共団体及び独立行政法人国民生活センター（以下この章において

「国民生活センター」という。）は、地域において、高齢者、障害者等に対する消費者教育が適切に行われるようにするため、民生委員法（昭和23年法律第198号）に定める民生委員、社会福祉法（昭和26年法律第45号）に定める社会福祉主事、介護福祉士その他の高齢者、障害者等が地域において日常生活を営むために必要な支援を行うものに対し、研修の機会の確保、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

2 国、地方公共団体及び国民生活センターは公民館その他の社会教育施設等において消費生活センター等の収集した情報の活用による実例を通じた消費者教育が行われるよう、必要な措置を講じなければならない。

（人材の育成等）

第16条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、消費者安全法第11条に規定する相談員その他の消費者の利益の擁護又は増進を図るための活動を行う者に対し、消費者教育に関する専門的知識を習得するための研修の実施その他その資質の向上のために必要な措置を講じなければならない。

⁶ 例えば、持続可能な消費（環境教育）、食品表示の理解や食品ロス（食育）、フェアトレード（国際理解教育）が考えられる。

3. おわりに

このように、学校における消費者教育に関わる全ての消費者教育の担い手に対する適切な教育・研修の充実こそが、学校における消費者教育の充実そのものといえます。

先に述べたとおり、消費者教育は、学校全体計画への取り込みを始めとして、様々な教科において授業を行うことが可能です。消費者教育は、児童・生徒に身近な消費生活や消費者問題、生活課題を通じて実際の生き生きとした社会に触れる機会を提供することにより、自らの生活を守る力を身に付け、地域における地産地消の取組に参加するなどし、公正で持続可能な社会の実現について学ぶ中で、実践的な「生きる力」を育むことができる教育であると考えます。

以上の観点より、今後、学校教育における消費者教育の一層の充実を図ることが望まれます。