

日本の消費者教育 ーデジタル化に向けて

2021.3.16

消費者庁新未来創造戦略本部国際シンポジウム

坂本有芳

鳴門教育大学大学院 学校教育研究科

消費者庁新未来創造戦略本部客員主任研究官

Yuka SAKAMOTO

Naruto University of Education

消費者教育の体系とライフステージ別主な担い手

重点領域	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	特に高齢者
消費者市民 社会の構築	消費がもつ影響力の理解 持続可能な消費の実践 消費者の参画・協働	家庭	学校	大学	職域	地域		
商品等の 安全	商品安全の理解と危険を回避 する能力 トラブル対応能力							
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 生活を設計・管理する能力							
情報と メディア	情報の収集・処理・発信能力 消費生活情報に対する批判的 思考力 情報社会のルールや情報モラ ルの理解							

日本の学校における消費者教育の内容

	家庭科	社会科
小学校	<ul style="list-style-type: none"> 物や金銭の大切さと買物（1947～） 買物の仕組み（売買契約の基礎）、消費者の役割（2020～） 	<ul style="list-style-type: none"> 販売の仕事の工夫 社会生活の法やきまり
中学校	<ul style="list-style-type: none"> 購入方法や支払い方法の特徴 計画的な金銭管理の必要性 売買契約の仕組み、消費者被害の背景とその対応 物資・サービスの選択に必要な情報を活用した購入 消費者の基本的な権利と責任についての理解 環境に配慮した消費生活の工夫と実践 	<ul style="list-style-type: none"> 契約の重要性やそれを守ることの意義及び個人の責任 身近な消費生活を中心とした経済活動の意義 現代の生産や金融などの仕組みや働き 国や地方公共団体の役割
高等学校	<ul style="list-style-type: none"> 生涯を見通した生活における経済の管理や計画 キャッシュレス社会が家計に与える利便性と問題点 生活情報の活用による意思決定 消費者の権利と責任を自覚した行動 消費者問題や消費者の自立と支援 契約の重要性や消費者保護の仕組み 持続可能な消費生活の実践 	<ul style="list-style-type: none"> 市場機構の機能と限界，市場の問題点 個人や企業の経済活動における役割と責任 経済成長や景気変動と国民福祉の向上 政府の役割と財政，租税，金融 日本の雇用，労働，社会保障

日本の学校における消費者教育の内容

教科外での実施

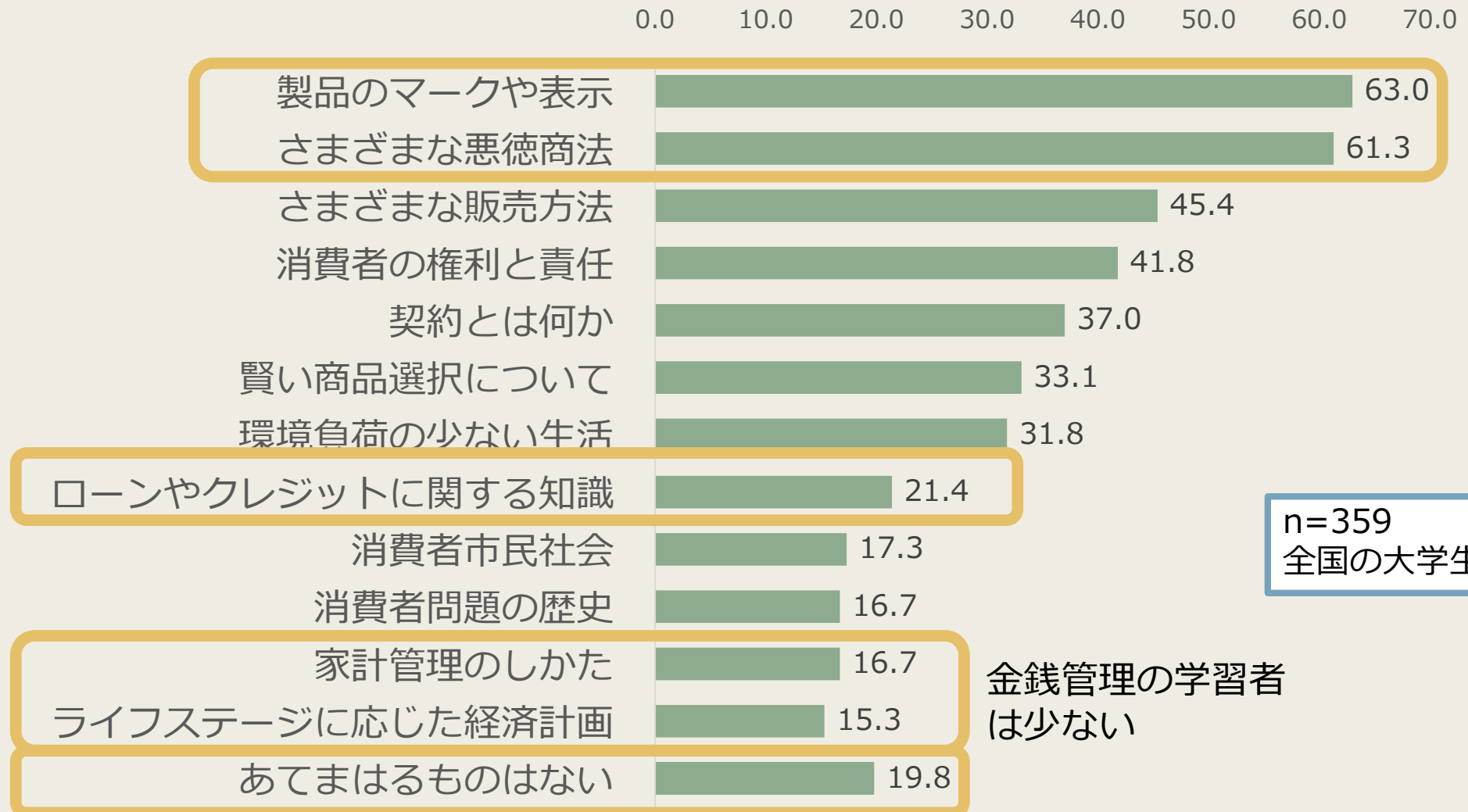
- 総合的な学習の時間等を利用した学習
 - 人権教育
 - キャリア教育
 - 防災教育
 - SDGs
 - 環境学習 など
 - 特別活動
 - 文化祭などの行事
 - クラブ・部活動 等
- ➔ 熱心な学校で先進的な取組がみられる。

外部人材の活用

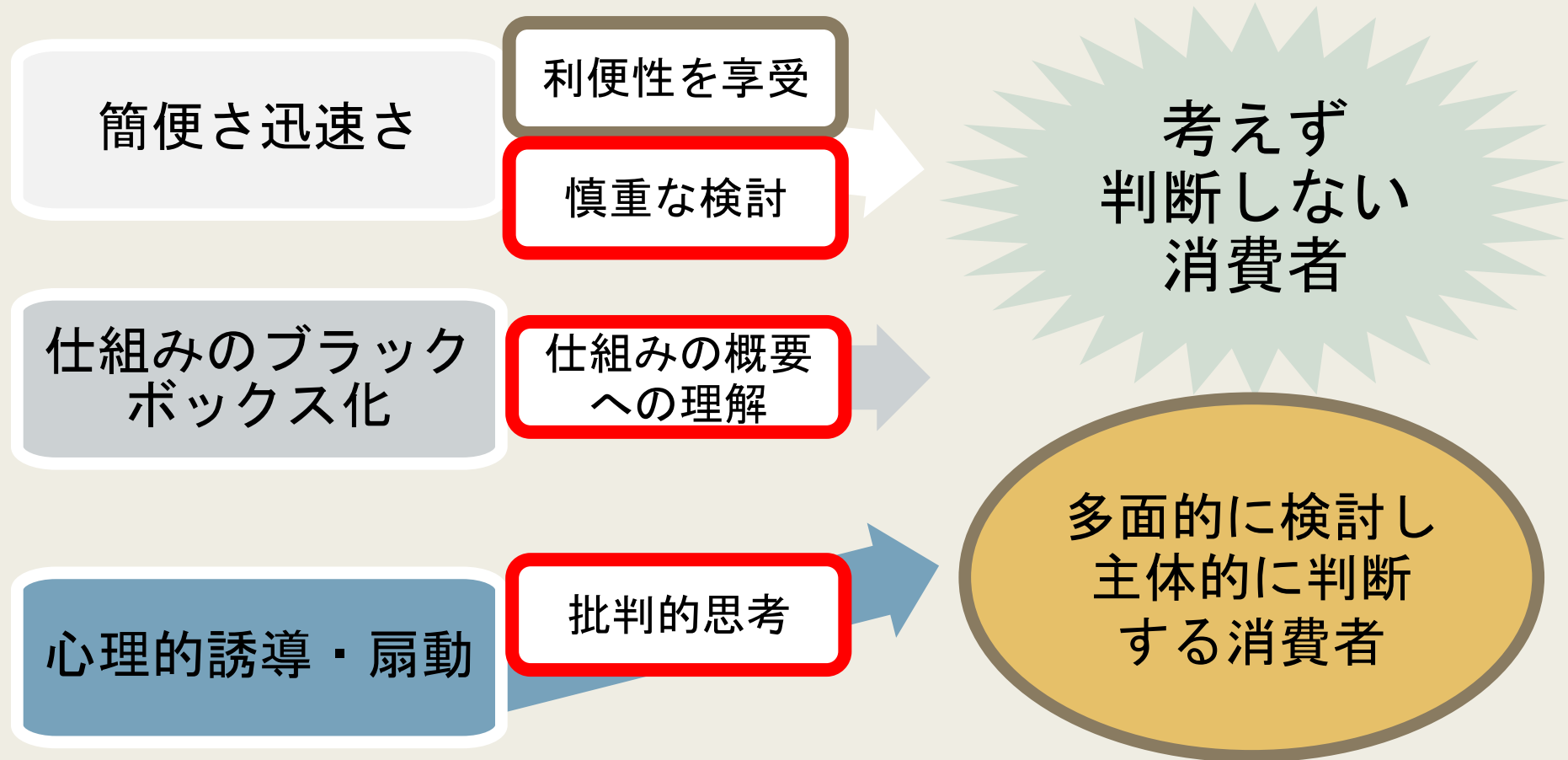
- 事業者、地域の専門家などによる様々な出前授業
 - ネットトラブル
 - 薬物の危険
 - 歯科衛生
 - 環境教育
 - 消費者教育
 - 進路指導 など
- ➔ 18歳成人を目前に、消費者教育の出前授業が各地で実施されている。

高校までに受けた消費者教育—大学生への調査から

表示や悪徳商法は6割以上が学習、「ない」が約2割



デジタル化に対応した消費者教育の課題



「考えない」「自分で決めない」方向に誘導される消費者。

「考える」「自分で決める」力を育む教育を。