

ふじのくに消費教育あり方報告書(概要版)

富国徳の理想郷
「ふじのくに」づくり

徳のある人材の育成
豊かさの実現
自立の実現

【本県の取組の流れ】 <基本理念>

■静岡県総合計画

○消費教育の推進

- ・環境に配慮し、モノを大切に生活等、社会的価値行動ができる消費者を育成する。
- ・幼児期から高齢期まで、消費者の年齢や生活環境に応じたカリキュラムに基づく消費教育と学習機会を提供する。

■静岡県消費者行政推進基本計画

③消費教育の推進

- ・学校、地域、家庭、職域その他の様々な場で消費教育の充実を図ります。
- ・「ふじのくに消費教育研究会」を設置し、今後の本県の消費教育の方向性や具体的な手法等について研究を行います。

■ふじのくに消費教育研究会

【座長】 相山女学園大学 東 教授

【構成団体】 県弁護士会、県司法書士会、法テラス静岡地方事務所、消費者教育支援センター、県消費者団体連盟、県労働者福祉協議会、県経営者協会、県金融広報委員会、県教育委員会(学校教育課・社会教育課)、県民生活課

【ふじのくに消費教育研究会報告書】

※報告書の考え方を「消費者教育推進計画」に反映させていただきます。

○静岡県における消費教育の推進に向けて【提案】

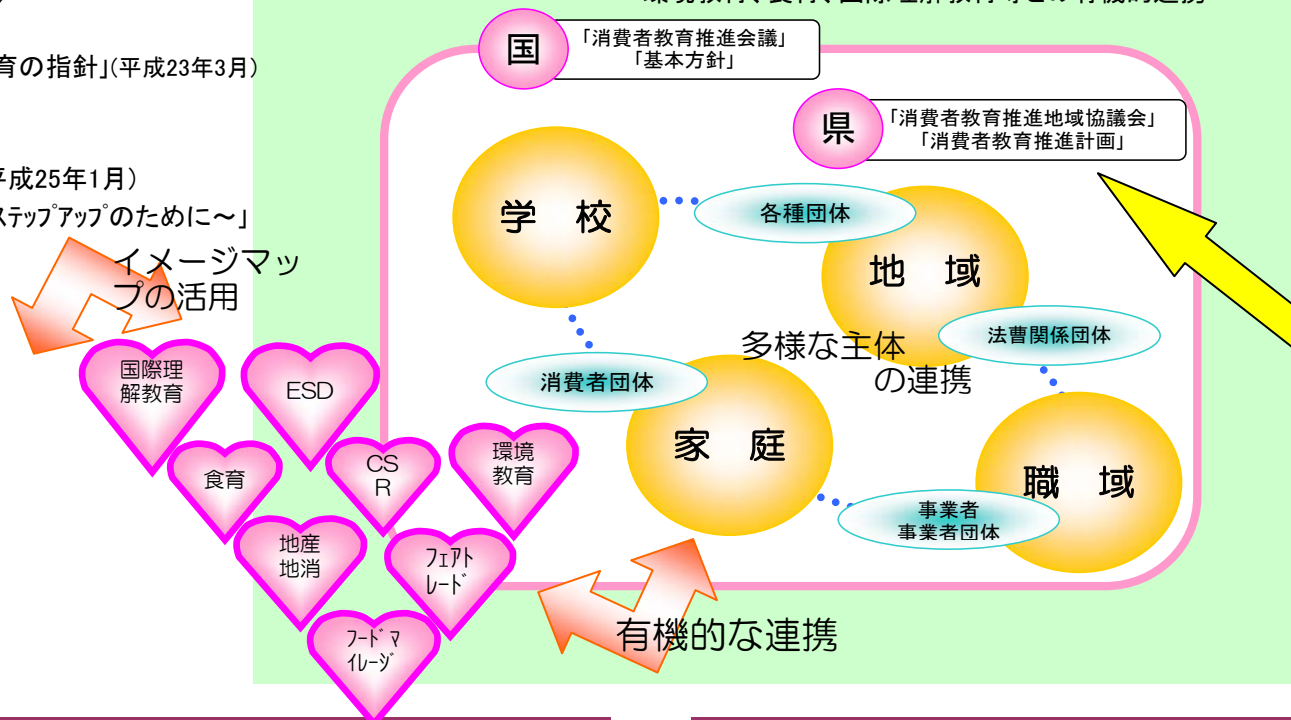
《国の目標》 + 《本県特有の目標》→「命を守る危機管理、〇ものづくり県・静岡県」

消費者教育推進法

○基本理念

- ・消費生活に関する知識を修得し、適切な行動に結びつける実践的能力の育成
 - ・主体的に消費者市民社会の形成に参画し、発展に寄与できるよう積極的に支援
- <体系的推進>
- ・幼児期から高齢期までの段階特性に配慮
 - ・場(学校、地域、家庭、職域)の特性に対応
 - ・多様な主体間の連携
- <効果的推進>

- ・消費者市民社会の形成に関し、多角的な情報を提供
- ・非常時(災害)の合理的行動のための知識・理解
- ・環境教育、食育、国際理解教育等との有機的連携



～時代の潮流等～

<国際社会の動き>

- 1992年 国連環境開発会議(リオデジャネイロ)、アジェンダ21の採択
- 1999年 国連、消費者保護ガイドラインを改訂、持続可能な消費
- 2002年 持続可能な開発に関する世界首脳会議
- 2005年 国連持続可能な発展のための10年
- 2012年 国連持続可能な開発会議

<国内の動き>

- 消費者基本法の基本理念
- 消費者市民社会への転換(平成20年版国民生活白書)
- 消費者庁の設置(平成21年9月)と消費者基本計画
- 文部科学省「大学等及び社会教育における消費者教育の指針」(平成23年3月)
- 消費者教育推進のための課題と方向(平成24年4月)
- 消費者教育推進法施行(平成24年12月)
- 消費者教育推進のための体系的プログラム研究会(平成25年1月)
- ・報告書「消費者教育の体系的イメージマップ～消費者力ステップアップのために～」

<イメージマップ>

各領域の目標	幼児期	小学校期	中学校期	高校前期	高校後期	成人期	高齢期
消費者意識の醸成	消費者意識の醸成	消費者意識の醸成	消費者意識の醸成	消費者意識の醸成	消費者意識の醸成	消費者意識の醸成	消費者意識の醸成
消費者知識の習得	消費者知識の習得	消費者知識の習得	消費者知識の習得	消費者知識の習得	消費者知識の習得	消費者知識の習得	消費者知識の習得
消費者実践力の育成	消費者実践力の育成	消費者実践力の育成	消費者実践力の育成	消費者実践力の育成	消費者実践力の育成	消費者実践力の育成	消費者実践力の育成
消費者意識の醸成	消費者意識の醸成	消費者意識の醸成	消費者意識の醸成	消費者意識の醸成	消費者意識の醸成	消費者意識の醸成	消費者意識の醸成
消費者知識の習得	消費者知識の習得	消費者知識の習得	消費者知識の習得	消費者知識の習得	消費者知識の習得	消費者知識の習得	消費者知識の習得
消費者実践力の育成	消費者実践力の育成	消費者実践力の育成	消費者実践力の育成	消費者実践力の育成	消費者実践力の育成	消費者実践力の育成	消費者実践力の育成
消費者意識の醸成	消費者意識の醸成	消費者意識の醸成	消費者意識の醸成	消費者意識の醸成	消費者意識の醸成	消費者意識の醸成	消費者意識の醸成
消費者知識の習得	消費者知識の習得	消費者知識の習得	消費者知識の習得	消費者知識の習得	消費者知識の習得	消費者知識の習得	消費者知識の習得
消費者実践力の育成	消費者実践力の育成	消費者実践力の育成	消費者実践力の育成	消費者実践力の育成	消費者実践力の育成	消費者実践力の育成	消費者実践力の育成

研究会での議論

現状

○静岡県では、総合計画で「消費教育」という言葉を使用しているが、推進法では「消費者教育」である。

○消費者行政部局では、消費者被害防止に重点が置かれており、学校・企業等への出前講座や、県民向けの消費生活講座が実施されている。

○県庁各課では、関連分野の教育が推進されている。

○学校教育では、学習指導要領に基づき、主に家庭科、社会科において消費教育を指導している。社会教育では、青少年向けや公民館の事業で、消費教育の要素を含んだ事業を実施している。

○研究会構成団体では、それぞれに消費教育の取組を行っている。

- ・発達段階別では、小中高校生期、成人期及び高齢者に対する取組に比べ、幼児期及び大学生期は薄い。
- ・重点領域別では、法施行後間もないためか、「消費者市民社会の構築」に直接関連した取組が少ない。

○事業者は、自社製品、顧客を中心とした消費教育を行っており、実施していない理由に、消費教育に関する情報、人材及び時間の不足を挙げている。

○大学では、消費者被害防止、金銭管理に関する消費教育の意向が高く、時間及び人材の不足を挙げている。

提案

【推進の方向性】

○めざす消費者像

- ・社会的価値行動ができる消費者

○体系化における本県独自の目標設定

- ・国の体系イメージマップに準拠し、本件独自の目標として「モノの使い方を理解し、大切にすることを育む」、「災害時に適切な消費行動をとれる力」を追加

【多様な主体での取組・連携】

○地域の消費教育の情報拠点として県民生活センターに期待

- ・消費教育の二ーズ把握、実施主体と客体双方に積極的に情報提供を行い、情報共有

○学校

- ・専門的、実践的知識を有する地域の人材や情報へのアプローチ方法、ネットワーク作りについて検討する
- ・計画的な研修に向けた体制づくり

○大学

- ・実態調査に基づき、大学の教養教育に静岡県としてできる内容を明らかにし、積極的な支援を行う

○地域

- ・担い手層を厚くするため、推進法第13条に示された専門職等を担い手として明確に位置付け、既存の高齢者の見守りネットワーク等を活用しながら展開する
- ・社会教育委員会、社会教育主事が研修等により消費教育の理解を深め、担い手(講座企画者)になるよう教育委員会社会教育課と県民生活課が相互に連携

○事業者

- ・事業者がもつ消費教育の資源を学校や地域に情報提供し、活用を促進する仕組みを作ることも有効
- ・消費教育の場としては、労働福祉団体等による従業員教育がさらに展開されることを期待

【国の施策との整合性】

- ・県計画では、「消費者教育」を使用する

消費者市民社会の構築