

消費者の成長過程や場、特性に合わせた適切な消費者教育の推進

場	家庭	小学校・中学校・高等学校	大学・専門学校等	地域	職域
場の特徴	<p>○幼児期から小学校・中学校・高等学校、そして成人期以降の幅広い世代が日常的に過ごす場</p> <p>○特に幼児期は家庭で過ごす時間が長く、保護者はしつけを通じて、子どもが自発的・主体的に行動・習慣を身に付けるよう社会性を育む時期</p>	<p>○小学校期は、学校という家庭から離れた集団の中で生活が増え、自身が関わるモノや人の範囲も広がりをみせ、徐々に社会の中での暮らしやルールを学んでいく時期</p> <p>○中学・高校期は、保護者（親）からの自立意識が芽生え、交友関係や生活・通学圏も拡大して社会との関わりも増え、また自らの意志で商品を購入することも多くなる時期</p>	<p>○精神的な自立も図られる時期であり、かつ、アルバイトにより収入を獲得している割合も多いなる時期</p> <p>○学生は、在学中に成人を迎え、卒業後は大半が実社会へと出ていく。</p>	<p>○成人期は、自身（あるいは配偶者）の所得による生活が営まれることから、少年期までとは異なる社会人としての義務と責任が求められる。自らの消費生活も、社会との関わりが大きくなり、扱うモノやサービスも少年期までと比較してもさらに広範囲となる時期である。</p> <p>○高齢期は、家庭や職場での役割や負担が軽減され、生きがいの探求など自分自身の生活を楽しむこともできる時期</p>	<p>○企業は、事業活動を通じ営利を得ることが最大の目的であるとともに、雇用の機会を創出するほか、製品やサービスを提供し、顧客である消費者に受け入れられることで社会貢献を行う場</p> <p>○従業員は、企業の構成員であり、社会貢献である事業活動を行う主体</p>
場に求められるもの	<p>○幼児期は、「模倣」の段階であり、親など身近な人の生活観の影響を最も大きく受ける。家庭でのしつけを中心とした消費者教育をはじめ、幼稚園等での教育等で、人格や生活習慣の基礎を身につけていくことが重要である。</p>	<p>○小学校教育では、体系化された指導内容の下で消費者教育を進め、児童は家庭で培われた基本的な生活習慣や態度の上に、学校において、生活に必要な基礎的な知識・技能を習得するとともに、社会生活に必要な規範意識を養うことが求められる。</p> <p>○中学・高校教育では、小学校期と比較して主体的に判断する力、自律的に生活する能力などが格段に求められる。また習得する知識・技能も深まる。個人的な視点からの意思決定のみならず、社会的な視点も含めた意思決定能力の育成が必要である。</p>	<p>○卒業前からアルバイトによる収入を通じ実社会とのつながりができ、また法的な責任が発生することから、社会人としての意識を涵養する教育や消費者としての知識を一層深める教育が求められる。</p>	<p>○成人期においては、社会人としての義務と責任が一層大きくなることから、生活環境の変化への適応とともに、生活資源の管理能力、生活の経営能力の向上が求められる。</p> <p>○高齢期になると、心身機能の低下に伴い、判断力・行動力・情報収集力の低下が見られるようになることから、このような状態を狙った消費者被害の防止に向けた教育・啓発が必要とされる。</p>	<p>○企業は、経済活動において消費者と接点をもっていることから、商品開発や販売、サービス提供において消費者の意見を取り入れ、フェアトレードや環境に配慮した商品づくり、エンカルコンシューマーの育成に結び付く取組など、消費者市民社会の形成に貢献する活動に積極的に取り組むことが期待される。</p> <p>○従業員は、日常生活では地域や家庭の一員であり、企業での消費者教育により自身が身につけた知識を地域や家庭に持ち帰ることで、知識や情報を広げる役割を果たすことが期待される。</p>
対象	幼児、児童、生徒、保護者	小学生、中学生、高校生、教職員	大学生・専門学生、教職員等	成人、高齢者	成人、定年退職者
必要とする消費者教育の内容	<ul style="list-style-type: none"> ●保護者自身が消費者教育の重要性を認識し、消費者としての意識の向上を図り、子どもとともに消費者教育に関する活動に主体的に参加できる仕組みづくり ●子育て支援施設における消費者の視点に立った教育・保育の推進 ●学校での消費者教育と並行して、保護者を含めた家庭教育の推進 ●保護者に対する情報リテラシーや情報機器に関する知識等の啓発による最新の消費行動について理解を深める学習の推進 ●親子のコミュニケーションにつながる教育内容の工夫、継続的な学習を促す仕掛けづくり 	<ul style="list-style-type: none"> ●教育委員会や家庭科部会との連携による教員への働きかけ、年間指導計画での消費者教育の体系的実施などの学校への指導・助言等 ●各学校の状況や体制等に合わせた教育方法とそのため支援の在り方の検討 ●教科の授業形式とは別の方法による消費者行政と教育行政が連携して取り組んでいく仕組みづくり ●消費者教育の授業における県消費生活センター作成のチラシやパンフレット、DVD教材の活用、それらに関する情報提供 ●携帯電話会社やネットサービス企業などの業界との連携による教育、学習会（講師派遣）の開催 	<ul style="list-style-type: none"> ●カリキュラムの自由の利きやすさを踏まえ、既存枠にとられない消費者教育メニューのカリキュラムによる実施検討に向けた働きかけ ●大学生協と連携した学生への啓発活動や社会人としての消費者意識を醸成するための大学生向けの啓発資料の作成 ●大学でのキャリア教育と重ねた、消費者と生産者の両方の視点での消費者教育の実施など、実社会において消費者市民社会を牽引する役割を担える人材の育成につながる取組 ●契約など経済的判断能力を早期に養い、経済的自立を促す教育内容の充実 	<ul style="list-style-type: none"> ●県民に対する各地域の消費者団体の活動の周知と団体に対する支援・育成 ●行政と消費者団体との適正な連携・協働、消費者のニーズにきめ細かく対応した消費者教育を展開する体制づくり ●要援護者に対する地域住民のほか、民生委員・児童委員、老人クラブ、社会福祉協議会などによる見守り活動 ●要援護者の周辺にいる介護・福祉関係者等への情報提供や消費者教育 ●消費生活協同組合と連携した、地域での消費者問題についての学習の場の充実や効果的に情報を伝達するための体制づくり ●消費者団体と連携した、自治会や婦人会、お茶会、サロンなどにおける気軽に参加可能な学習機会や情報交換の場の充実 ●県消費生活センターや市町村の消費生活センター、消費生活相談窓口の普及・啓発 	<ul style="list-style-type: none"> ●社員研修を活用した消費者教育、企業内研修・教育の充実 ●退職を控えた社員に対する研修の実施 ●社内報等を活用した従業員に対する日常的な注意喚起の実施 ●業界団体（企業）における消費者教育の担い手の育成、行政と連携した出前講座の開催をはじめ、自治体による消費者教育事業に対する支援や協賛・共催での実施など、消費者教育への主体的な関与 ●業界団体（企業）と自治体や消費者団体との連携促進による会員企業に対する消費者教育の実施機会の創出 ●商品開発や販売、サービス提供における消費者からの意見収集 ●フェアトレードや環境に配慮した商品づくり、エンカルコンシューマーの育成に結び付く取組、社会貢献活動の促進 ●業界団体における自治体や消費者団体との連携促進のための検討、業界団体による会員企業への消費者教育の周知・徹底