

2 消費者教育推進のための基礎調査の結果

(1) 学校等の教育団体への調査

本市では、平成26年9月に「消費者教育に関する取組状況等の学校等への調査（以下「取組調査」という。）」を行い、学校等の教育団体での消費者教育の実態や、今後消費者教育を進めるために必要となることなどについて、市内の保育所・幼稚園、小・中・高等学校に対しアンケート調査を行いました。

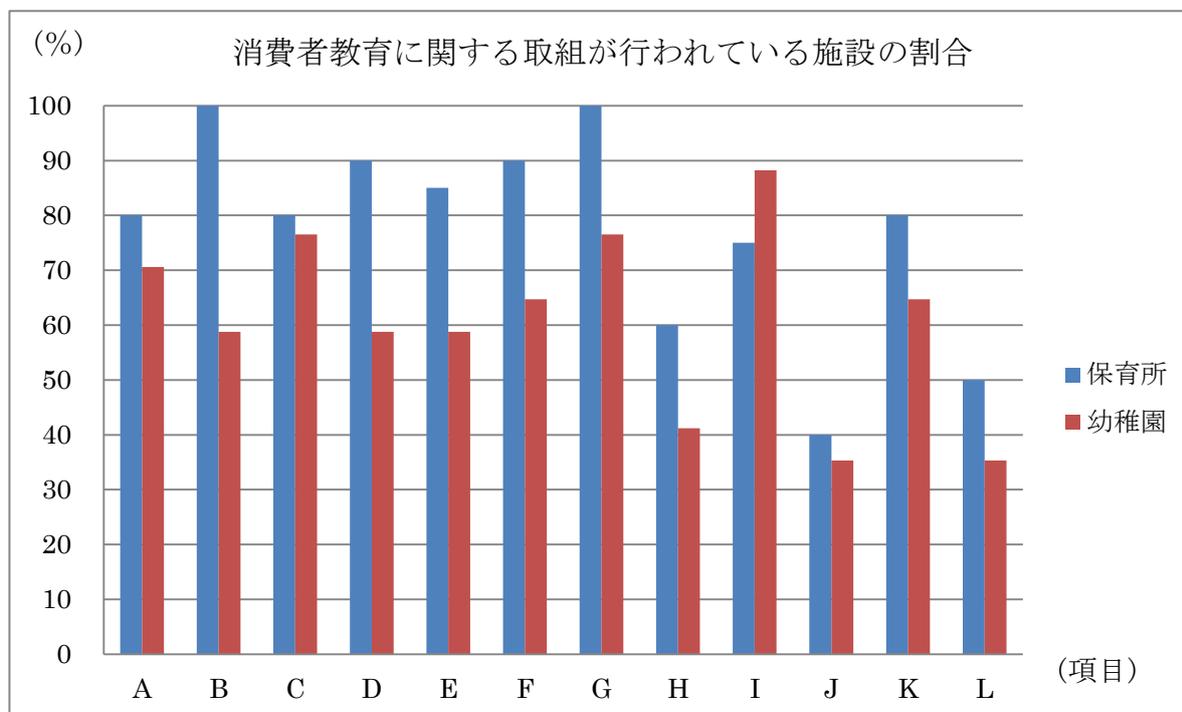
【取組調査の概要】

①調査の目的	推進法に基づき、今後の消費者教育を体系的・効果的に推進するための方針等を検討する基礎資料とする。		
②調査項目	消費者教育に関する意識・現状・ニーズ把握		
③調査対象	保育所	31カ所	
	幼稚園	25カ所	
	市立小学校	24カ所	
	市立中学校	18カ所	
	高等学校	11カ所	
			計 109カ所
④調査期間	平成26年9月～10月		
⑤有効回収率	保育所	20カ所	64.5%
	幼稚園	17カ所	68.0%
	市立小学校	24カ所	100.0%
	市立中学校	18カ所	100.0%
	高等学校	9カ所	81.8%
			計 88カ所 80.7%

主な調査結果

ア. 保育所・幼稚園

取組調査において、消費者教育に関する取組の現状を伺ったところ、消費者教育に該当する各項目をテーマにした教育が行われていることが見て取れました。(複数回答可)



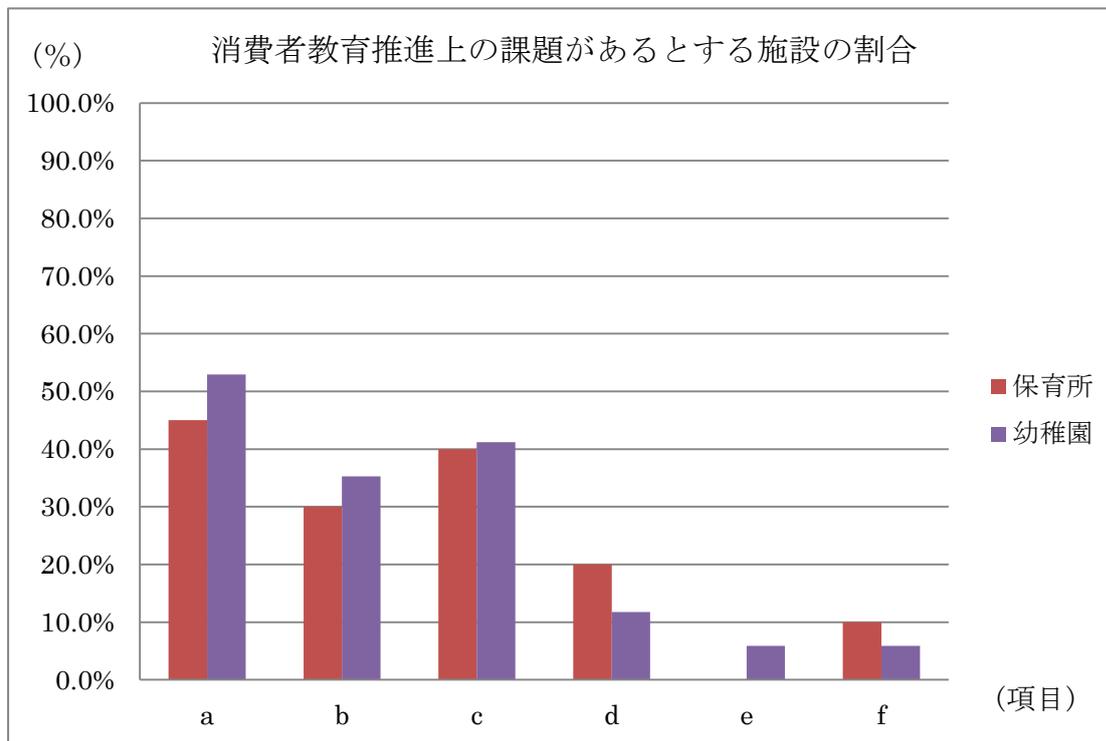
《グラフ対応表》

(%)

記号	項目	保育所	幼稚園
A	おつかいや買い物に関心を持つ	80.0	70.6
B	身の回りのものを大切にしよう	100.0	58.8
C	協力することの大切さを知ろう	80.0	76.5
D	モノを丁寧に扱おう	90.0	58.8
E	くらしの中の危険や、ものの安全な使い方に気づこう	85.0	58.8
F	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	90.0	64.7
G	約束やきまりを守ろう	100.0	76.5
H	欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	60.0	41.2
I	あわてないで行動しよう	75.0	88.2
J	身の回りのさまざまな情報に気付こう	40.0	35.3
K	自分や家族を大切にしよう	80.0	64.7
L	身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	50.0	35.3

実際に行っている授業の方法としては、「買い物ごっこ」「お店屋さんごっこ」をはじめ、社会性を育む遊びの要素を取り入れたものが多いという結果を得られました。幼児期の特徴に則した幅広い消費者教育が行われていることが伺えます。

これらの取組が消費者教育に関することと認識していただいた上で、更に「消費者教育推進上の課題」としてどのようなことが挙げられるかということをもったアンケートの結果は次のとおりです。（複数回答可）

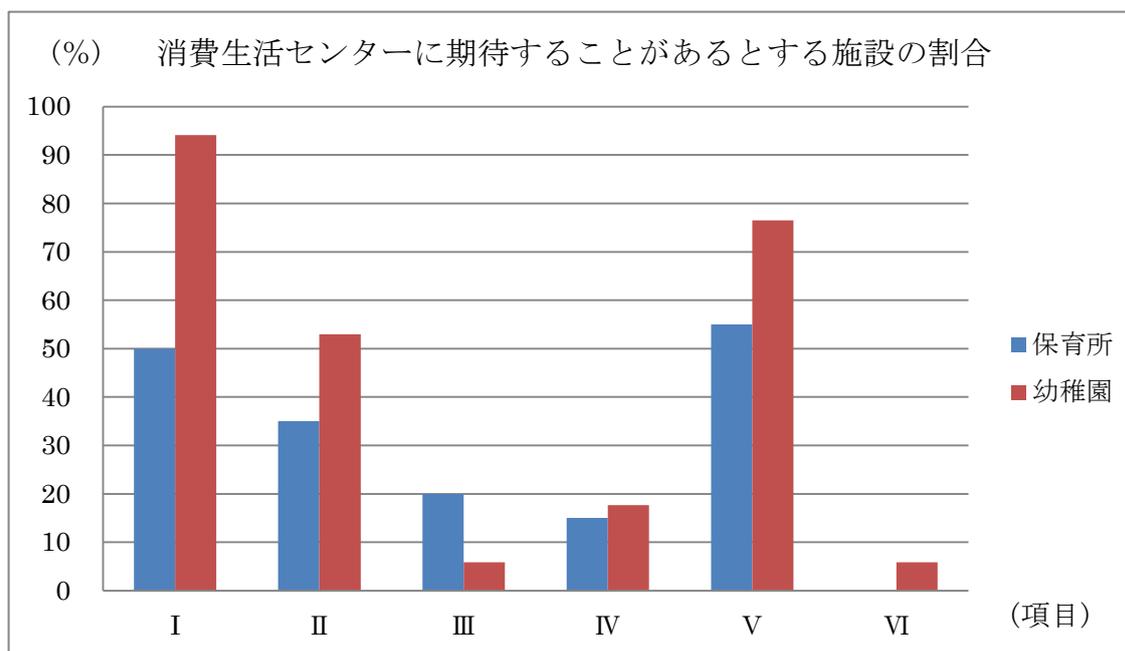


《グラフ対応表》

記号	項目	割合 (%)	
		保育所	幼稚園
a	対象となる子供の年齢が低く、生活上の経験が少ないため、伝え方が難しい	45.0	52.9
b	家庭における教育との関連付けを図る上で、保護者との連携が難しい	30.0	35.3
c	対象年齢に合った教材の情報が不足している	40.0	41.2
d	教育推進上有効な「プログラム」の情報が不足している	20.0	11.8
e	取組を行う上で内部の「人材」が不足している	0.0	5.9
f	外部の団体に講師の派遣をしてもらいたいが、その情報が不足している	10.0	5.9

保育所・幼稚園ともにaの「対象となる子供の年齢が低く、生活上の経験が少ないため、伝え方が難しい」が最も高い割合で課題として捉えられていました。またcの「対象年齢に合った教材の情報が不足している」も同様に課題としての意識が高く、両項目ともに指導の対象が人生経験の少ない幼児期であることが起因しているということが考えられます。

保育所・幼稚園に伺った消費生活センターに期待する役割は次のとおりです。
(複数回答可)



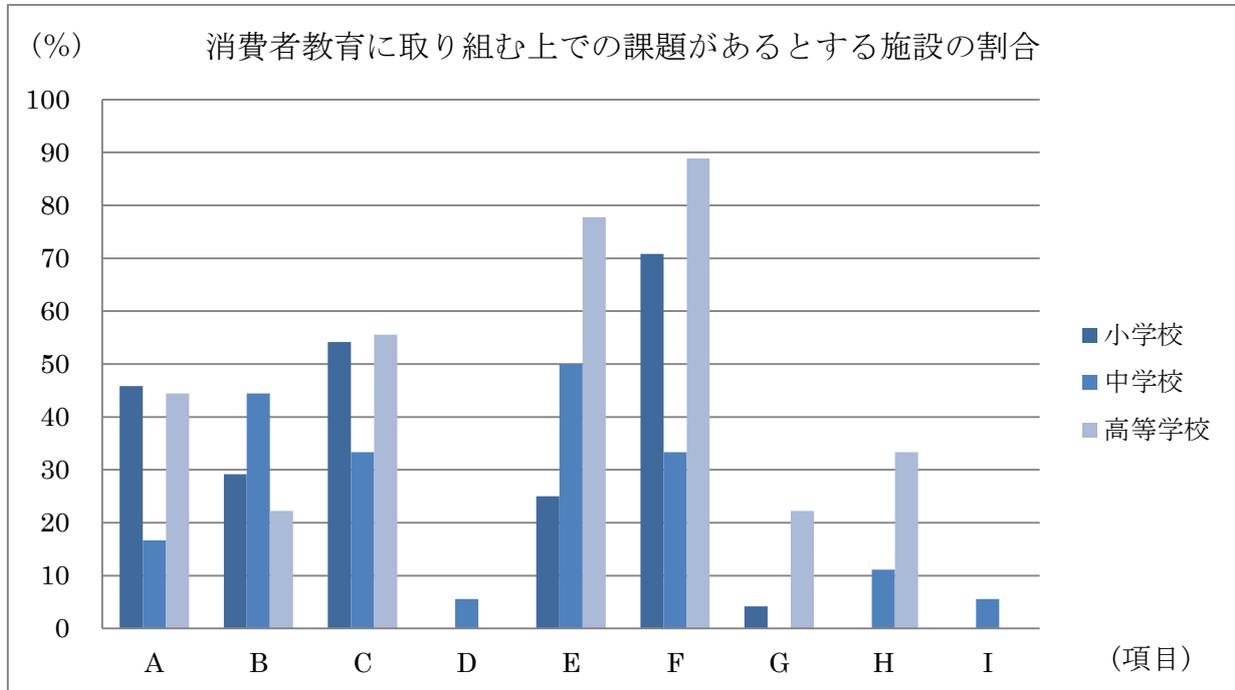
《グラフ対応表》

記号	項目	保育所 (%)	幼稚園 (%)
I	対象年齢に合った「教材」の提供 (情報提供を含む)	50.0	94.1
II	自ら取り組む上で有効な「教育プログラム」の提供 (情報提供を含む)	35.0	52.9
III	(専門家や消費者団体等) 派遣を依頼できる外部講師に関する情報の提供	20.0	5.9
IV	消費生活相談員による出前講座の実施	15.0	17.6
V	保護者に対する情報の提供	55.0	76.5
VI	その他	0.0	5.9

先ほどの「消費者教育推進上の課題」で挙げられた内容を、消費生活センターが補うことを求められていることが読み取れます。また、Iの「対象年齢に合った『教材』の提供」やVの「保護者に対する情報の提供」が保育所・幼稚園ともに50%以上となり、強く求められていることが分かります。

イ. 小・中・高等学校

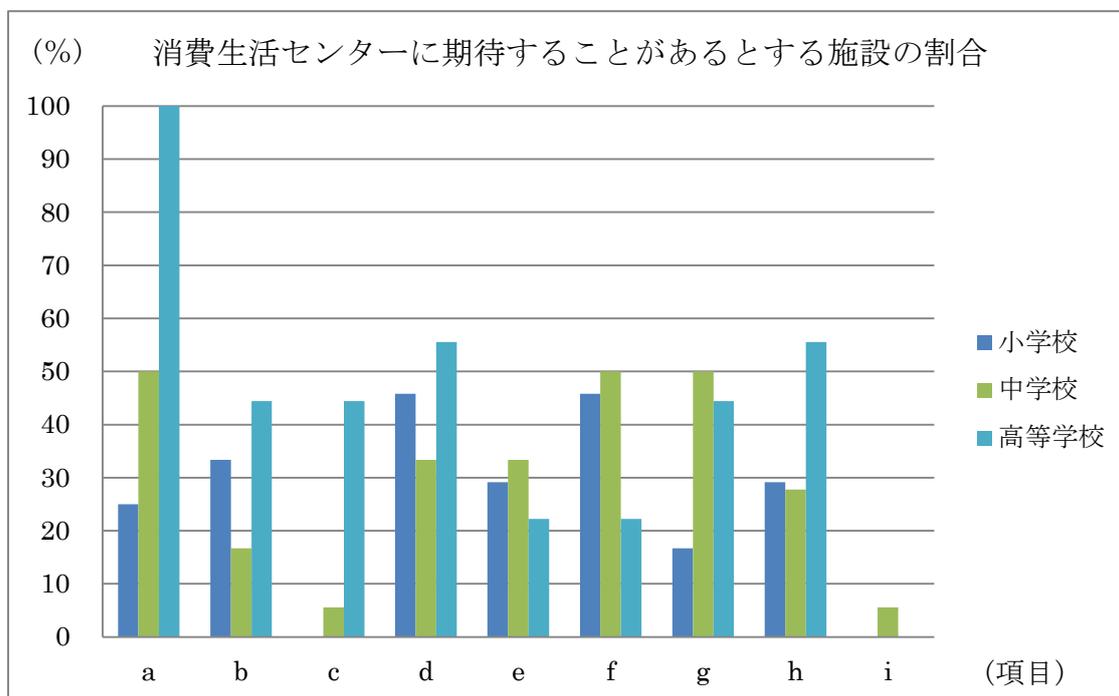
取組調査において、小・中・高等学校にはそれぞれの現状を伺った後に、3つの同じ質問をしました。1つ目の「消費者教育に取り組む上での課題」についての結果は次のとおりです。(複数回答可)



《グラフ対応表》

記号	項目	小学校 (%)	中学校 (%)	高等学校 (%)
A	具体的な取組方法が分からない	45.8	16.7	44.4
B	講師として活用できる人材や派遣を受けられる機関・団体の情報が不足している	29.2	44.4	22.2
C	活用できる教材が少ない	54.2	33.3	55.6
D	予算が不足している	0.0	5.6	0.0
E	教員向けの研修の機会が不足している	25.0	50.0	77.8
F	他授業との関係で時間が確保できない	70.8	33.3	88.9
G	保護者との連携ができていない	4.2	0.0	22.2
H	学校外活動との連携ができていない	0.0	11.1	33.3
I	その他	0.0	5.6	0.0

小・中・高等学校ともにC、E、Fの項目に課題を抱えているという意識が伺えました。それを踏まえて、「消費生活センターに期待すること」を伺った結果は次のとおりです。(複数回答可)



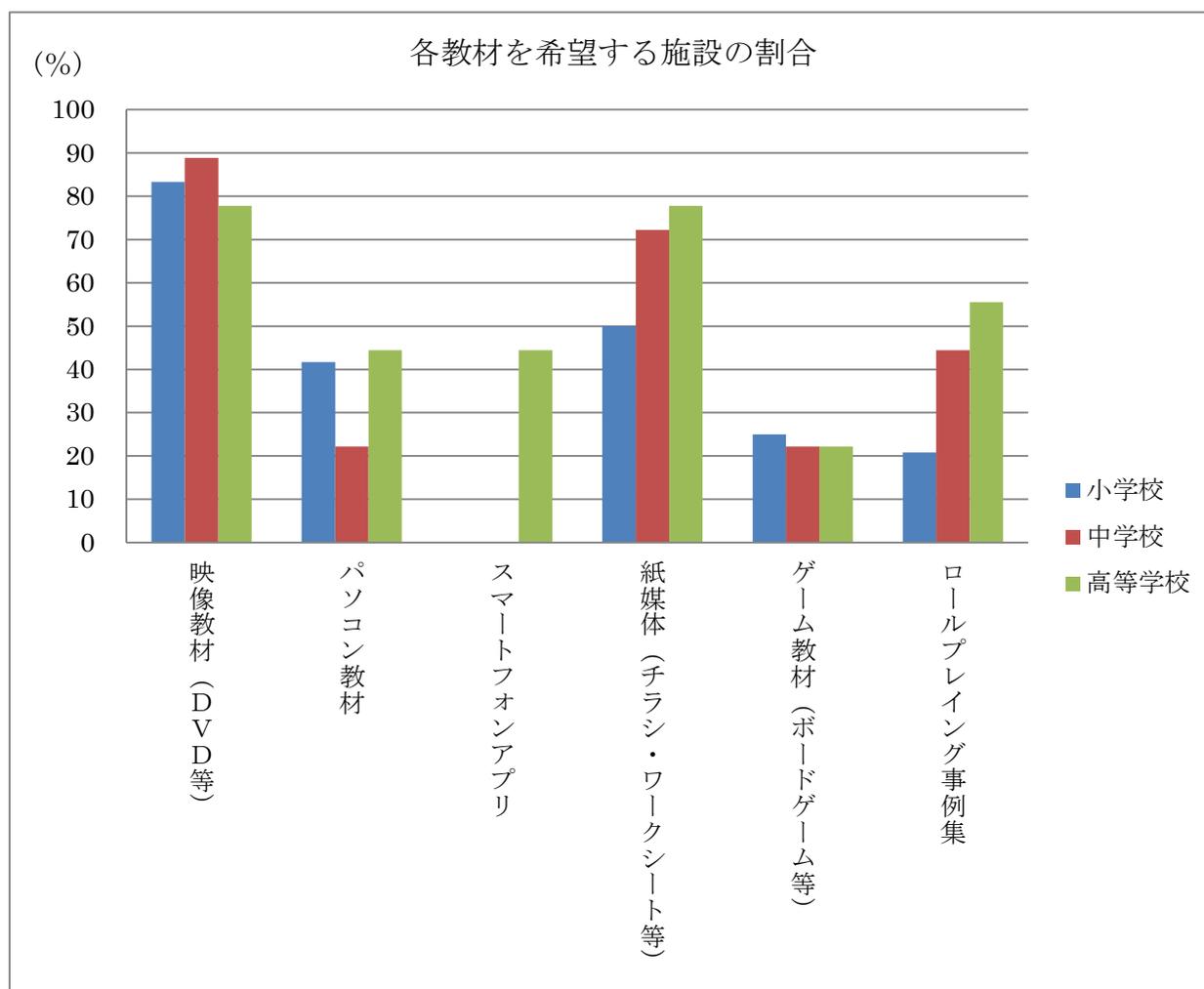
《グラフ対応表》

記号	項目	小学校 (%)	中学校 (%)	高等学校 (%)
a	他自治体における実践事例の情報提供	25.0%	50.0%	100.0%
b	教員に対する研修	33.3%	16.7%	44.4%
c	消費生活相談員による外部講師としての授業への派遣	0.0%	5.6%	44.4%
d	専門家団体や消費者団体等、派遣を依頼できる外部講師に関する情報提供(消費生活相談員を除く)	45.8%	33.3%	55.6%
e	自ら実施するにあたり有効な「教育プログラム」に関する情報の提供	29.2%	33.3%	22.2%
f	学校における消費者教育に関して、消費者団体や事業者等と意見交換を行う機会の提供	45.8%	50.0%	22.2%
g	関係団体(法律専門家・消費者団体・事業者団体等)と学校との「橋渡し(コーディネート)」	16.7%	50.0%	44.4%
h	消費者トラブルに関する最新情報の提供	29.2%	27.8%	55.6%
i	その他	0.0%	5.6%	0.0%

15 ページの「取り組む上での課題」に対する回答Aの「具体的な取組方法が分からない」に対応して、aの「他自治体による実践事例の情報提供」が中学校で50%、高等学校で100%の要望がありました。また、Bの「講師として活用できる人材や派遣を受けられる機関・団体が不足している」に対応する、dの「専門家団体や消費者団体等、派遣を依頼できる外部講師に関する情報提供」も、小・中・高等学校でそれぞれ高い割合で期待している事が分かりました。

どの項目も比較的高い期待があることが伺えますが、小・中・高等学校でそれぞれ求められている内容が異なるということが見て取れました。

また、課題を伺った際のCの「活用できる教材が少ない」に関連して、希望する教材は何かを伺った結果は次のとおりです。（複数回答可）



《グラフ対応表》

項目	(%)		
	小学校	中学校	高等学校
映像教材(DVD等)	83.3	88.9	77.8
パソコン教材	41.7	22.2	44.4
スマートフォンアプリ	0.0	0.0	44.4
紙媒体(チラシ・ワークシート等)	50.0	72.2	77.8
ゲーム教材(ボードゲーム等)	25.0	22.2	22.2
ロールプレイング事例集	20.8	44.4	55.6

小・中・高等学校ともに「映像教材」、「紙媒体」に高い需要があることが読み取れます。「ロールプレイング事例集」に関して、小学校から高等学校に進むにつれて需要が増加するのは、年齢が上がるほど理解力が増すためと考えられます。また高等学校ではスマートフォンアプリを教材として求める声がありました。

学校等における消費者教育の推進

保育所・幼稚園においては、消費者教育にちなんだ教育が行われていますが、対象年齢の低さ故に伝え方が難しいという状況があります。

学校における消費者教育は、小・中・高等学校の各教科で、児童・生徒の発達段階に応じて、買い物の仕方、契約の基礎や悪質商法の手口、情報通信ネットワークの活用など、学習指導要領に基づき推進されることが必要です。

学校等に対する消費者教育の支援

保育所・幼稚園においては効果的な指導が出来るよう遊びの要素を含んだ教材の提供や、保護者への情報提供も求められています。

学校等における消費者教育が効果的に実施できるよう、授業で活用できる教材の提供、教員のスキルアップを図る研修や消費者教育講座の実施など、支援を行っていく必要があります。

(2) 本市の消費者教育に関する取組状況

本市が実施する環境教育、食育、国際理解教育、人権教育、防災教育など消費生に関連する教育は目的、内容、対象範囲はそれぞれ異なりますが、消費者市民社会の構築など国の基本方針における消費生活の対象領域の多くと重なっています。本市ではそれら各教育に関する取組を実施していきます。

平成23年度から平成26年度までに市が実施してきた消費者教育の関連事業は次のとおりです。

環境教育			
関連性	環境に対する知識や考え方のほか、社会の多様性や将来に対する責任、資源やエネルギーの有限性など、自ら考え、自ら行動する人づくりを推進する点が、生産・流通・消費・廃棄の社会経済システムの理解や環境とのバランスを考えた日常の消費生活や事業活動等へ結び付く。		
該当事業	<ul style="list-style-type: none"> ・アースキッズチャレンジの実施 ・ぬまづエコ活動コンテストの開催 ・夏休み親子エコ教室の開催 ・夏休み親子水生生物観察会の開催 ・ぬまづ環境市民大学の開催 ・消費生活展等での環境に関する取り組みの展示 ・エコチャレンジ CHECK を実施 ・省エネ推進ネットワークぬまづによる省エネ事業の運営 	担当課	環境政策課
	<ul style="list-style-type: none"> ・消費生活展でのごみ処理・ごみリサイクルに関する展示 ・すまいるしょっぷの認定 ・環境市民大学及び夏休みごみ処理施設見学会の実施 ・ごみの現状やリサイクルに関しての出前講座の実施 ・ゴミの分別に関する説明会の実施 		ごみ対策推進課
	<ul style="list-style-type: none"> ・消費生活展での下水道普及のための啓発活動 ・沼津市の水道について理解を深めるための出前講座の実施 		水道総務課
	<ul style="list-style-type: none"> ・健康と環境というテーマで1年次に90分×15回の講義を実施 		看護専門学校
	<ul style="list-style-type: none"> ・エコに関するテーマでのくらしのセミナー開催 ・夏休み親子消費者教室でエコグッズの作成 		市民相談センター
食育			
関連性	マナーや作法の習得、伝統的な食文化の伝承、食品ロスの削減や地産地消の推進といった取組は、持続可能な社会の形成を目指す消費者教育の課題でもある。また、栄養バランス等の観点から適切な食生活を選択すること、食品の安全性に関する知識と理解を深めること等は、栄養成分表示を含めた食品表示の適切な理解を始め、食の大切さを重んじる心や食における危険を回避する能力を育む消費者教育と密接な関係がある。		
該当事業	<ul style="list-style-type: none"> ・栄養バランスのよい食生活の習得のためのクッキング講座を開催 	担当課	健康づくり課
	<ul style="list-style-type: none"> ・公立保育所での主任栄養士による食育講座を開催 ・クッキング保育の実施 ・子育て支援センターでの栄養相談を開催 		子育て支援課

該当事業	<ul style="list-style-type: none"> ・毎月の給食献立表への地産地消、旬の食べ物等の掲載 ・食物アレルギー児の献立作成会議を開催 	担当課	子育て支援課
	<ul style="list-style-type: none"> ・食に関するテーマでのくらしのセミナーを開催 ・夏休み親子消費者教室にて食品を使った実験を実施 		市民相談センター
国際理解教育			
関連性	<p>国際理解教育は社会経済の国際化の進展に合わせ、海外の文化や外国の人々との接点を理解させ、地球規模の社会問題(環境や資源など)を考えさせることなどを狙いとしている。これは内外の社会情勢及び地球環境に与える影響を自覚するという点で、消費者市民社会の形成に向けた教育と深く関係しており、消費者教育の重要な要素である。</p>		
該当事業	<ul style="list-style-type: none"> ・国際交流フェアを毎年開催 	担当課	市民協働課
法教育			
関連性	<p>自立した消費生活を営むためには、消費活動の前提となる身近な法律である司法の基本的な考え方(契約自由の原則、私的自治の原則など)を理解する必要がある。この点で、法教育は、選択肢、契約することの理解と考える態度を身に付け、消費者契約の適正化を目指す消費者教育と整合する。</p>		
該当事業	<ul style="list-style-type: none"> ・出前講座で契約に関する知識を伝える 	担当課	市民相談センター
金融経済教育			
関連性	<p>個人向けの新しい金融商品やサービスが増え、消費者の選択肢が広がっている一方で、利殖商法などの悪質商法によるトラブルも増加している。金融商品や金融リテラシーを学ぶことは、こうした悪質商法に対応できる能力を身に付けるとともに、自立した消費生活を営む上で、必要不可欠であり、消費者教育の重要な要素である。</p>		
該当事業	<ul style="list-style-type: none"> ・金融に関するテーマでくらしのセミナーを開催 ・金融に関するテーマで親子教室を開催 	担当課	市民相談センター
人権教育			
関連性	<p>高齢者の悪質商法被害、アパート等への入居拒否、虐待など高齢者への人権侵害への対応が求められている。また、発展途上国などにおいて、不法な児童労働や強制労働を排除し、公正な取引を実践する貿易の仕組み(フェアトレード)が広がりつつある。このような人権問題に対し、子供から高齢者まで性別にかかわらず個人が尊重され平等で豊かに暮らせることを目指す人権教育は、消費者市民社会の構築に必要な要素である。</p>		
該当事業	<ul style="list-style-type: none"> ・人権セミナーを開催 	担当課	市民協働課
	<ul style="list-style-type: none"> ・6月1日の人権擁護委員の日及び12月の人権週間に啓発と相談を実施 		市民相談センター

動物愛護			
関連性	犬猫の育て方や習性等の知識を学ぶことで、動物による人の命や財産への侵害、生活環境の保全上の支障を防止することになり、よりよい社会の発展に積極的に関与する消費者市民社会の考え方と合致する。		
該当事業	(一社)静岡県動物保護協会が主催する動物愛護教室の開催に協力	担当課	環境政策課
ものづくり・技能継承			
関連性	消費者が、確かな目で本物を見極めてモノを大切にすることにより、心豊かなよりよいライフスタイルを築くとともに、事業者は「ものづくり」において、消費者にいかに良い使いわれ方をするかを第一に考え、人々の暮らしや生き方の質の向上を意識して活動することで、経済や産業の活力向上にもつながる。モノの使い方を理解することや、モノを大切にすることを育むことは、豊かな消費生活の向上につながる。		
該当事業	・ロボット工作教室などの各種工作教育の開催	担当課	商工振興課
情報リテラシー教育			
関連性	商品や音楽、画像・動画の配信、電子書籍、ゲームなどネットを通じた様々なサービスが充実する一方で、商品トラブルや高額請求などの問題も多発している。また、ツイッターやフェイスブック、LINEなどの利用者が急増しており、インターネット上のトラブルに遭う可能性が高まっていることから、情報や通信技術の重要性を理解し、インターネット上のトラブルに対応できる能力を習得することは、消費生活の向上につながる。		
該当事業	・行政書士を講師として招き、インターネットに関する講演会を実施	担当課	看護専門学校
防災教育			
関連性	推進法では、「消費者教育は、災害その他非常事態においても消費者が合理的に行動することが出来るよう、非常の事態における消費生活に関する知識と理解を深めることを旨として行わなければならない」とされている。防災教育により、平常時における防災意識を高めることは、非常時における、適切な消費者行動がとれる消費者の育成につながる。		
該当事業	・出前講座で災害への備えについて解説	担当課	危機管理課
	・地震防災強化月間、防災とボランティア週間での防災グッズを展示		市民協働課
	・外国人のための防災講座を開催		

このように本市では、消費者教育に該当する事業が行われていますが、現状ではこれらの事業が消費者教育の一環として、認識を得られないまま行われている状況と言えます。

課 題

本市が実施する各事業と消費者教育との関連付け

各事業が消費者教育との関連について、十分な整理が出来ていないことや、他部署でどのような取組が行われているかという情報が不足しています。今後、より一層の連携を強める上での予算や場の確保等、横の連携を強化していく必要があります。