

2 消費者教育推進のための基礎調査の結果

本市では、令和元年9月に「消費者教育に関する取組状況等の調査（以下「取組調査」という。）」を行い、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、市内の教育保育施設や地域包括支援センター等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	29カ所
幼稚園	16カ所
認定こども園	8カ所
市立小学校	24カ所
市立中学校	18カ所
高等学校・高等専門学校	12カ所
特別支援学校	3カ所
地域包括支援センター	
・社会福祉協議会	12カ所
計	122カ所

【参考】前回調査対象	
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 令和元年9月～10月

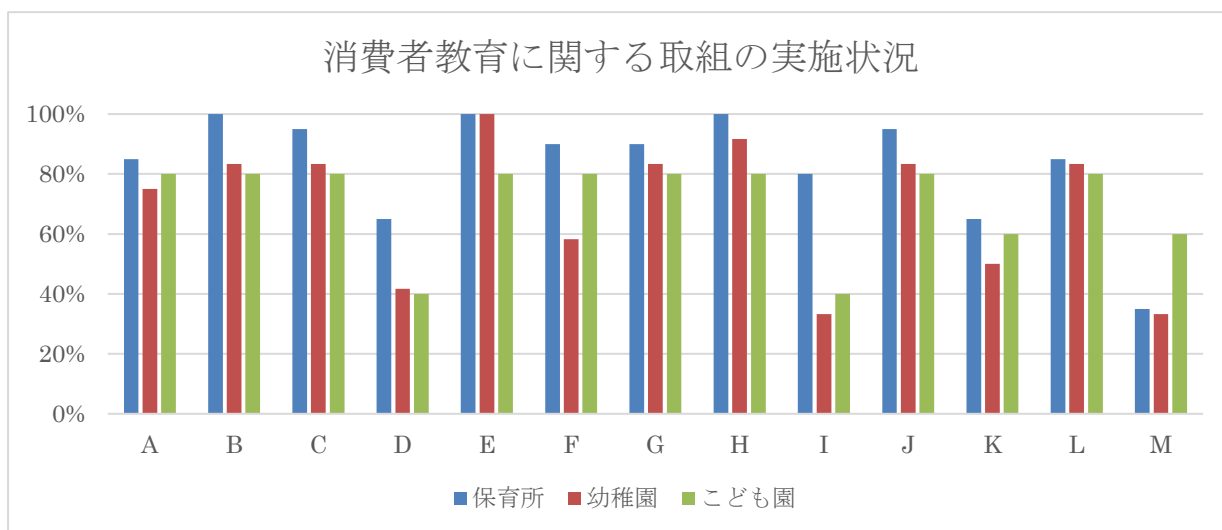
⑤有効回収率

保育所	20カ所	69.0%
幼稚園	12カ所	75.0%
認定こども園	5カ所	62.5%
市立小学校	24カ所	100.0%
市立中学校	17カ所	94.4%
高等学校・高等専門学校	10カ所	83.3%
特別支援学校	3カ所	100.0%
地域包括支援センター		
・社会福祉協議会	9カ所	75.0%
計	100カ所	82.0%

【参考】前回有効回収率		
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%

ア. 保育所・幼稚園・認定こども園

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様々な取り組みを行っていることがわかりました。（複数回答可）



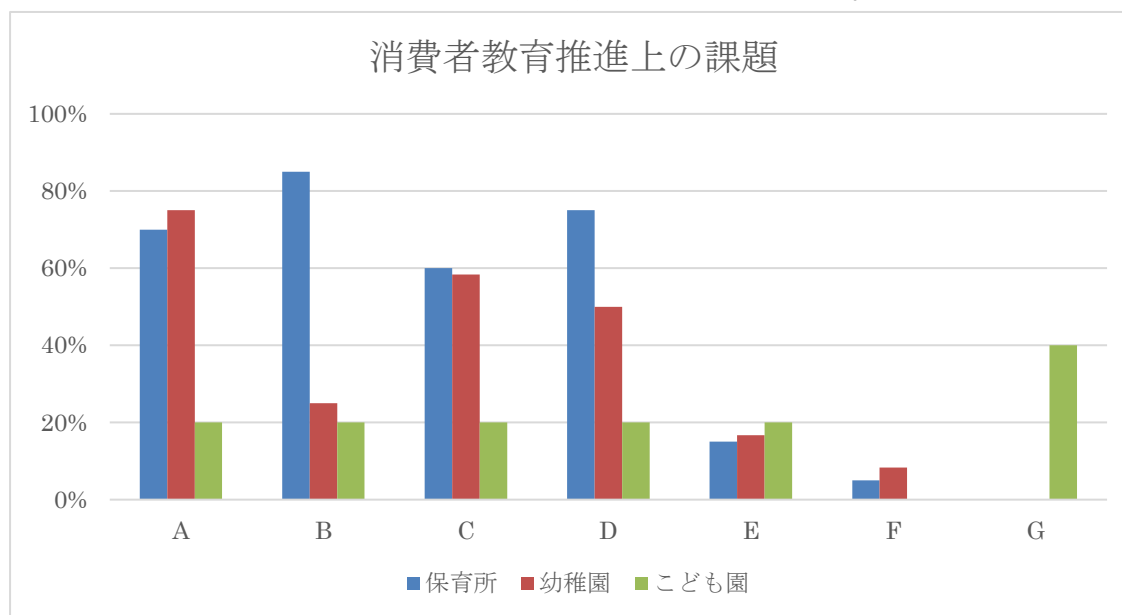
《グラフ対応表》

項目	保育所	幼稚園	こども園	前計画での調査結果	
				保育所	幼稚園
A おつかいや買い物に関心を持とう	85.0%	75.0%	80.0%	80.0%	70.6%
B 身の回りのものを大切にしよう	100.0%	83.3%	80.0%	100.0%	58.8%
C 協力することの大切さを知ろう	95.0%	83.3%	80.0%	80.0%	76.5%
D 地域・家庭でのエコ活動に積極的に参加しよう	65.0%	41.7%	40.0%	-	-
E モノを丁寧に扱おう	100.0%	100.0%	80.0%	90.0%	58.8%
F 暮らしの中の危険や、ものの安全な使い方に気付こう	90.0%	58.3%	80.0%	85.0%	58.8%
G 困ったことがあったら身近な人に伝えよう	90.0%	83.3%	80.0%	90.0%	64.7%
H 約束やきまりを守ろう	100.0%	91.7%	80.0%	100.0%	76.5%
I 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	80.0%	33.3%	40.0%	60.0%	41.2%
J あわてないで行動しよう	95.0%	83.3%	80.0%	75.0%	88.2%
K 身の回りのさまざまな情報に気付こう	65.0%	50.0%	60.0%	40.0%	35.3%
L 自分や家族を大切にしよう	85.0%	83.3%	80.0%	80.0%	64.7%
M 身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	35.0%	33.3%	60.0%	50.0%	35.3%

実際に行っている内容としては、「買い物ごっこ」「お店屋さんごっこ」などのごっこあそびや廃材あそびなどがあります。これらは「環境学習」、「食育指導」や「防災訓練」の身近な生活の要素を取り入れた社会性を育むことにつながるものが多いという結果が得られました。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。

前計画の調査結果と比較すると、多くの項目において実施している施設の割合が増加しています。「モノを丁寧に扱おう」については、保育所、幼稚園ともすべての施設において取り組んでいます。特に幼稚園においては前回調査より 41.2%増加しており、各施設において積極的に取り組んでいることが伺えます。

これらの消費者教育に関する取組を行う上で、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》

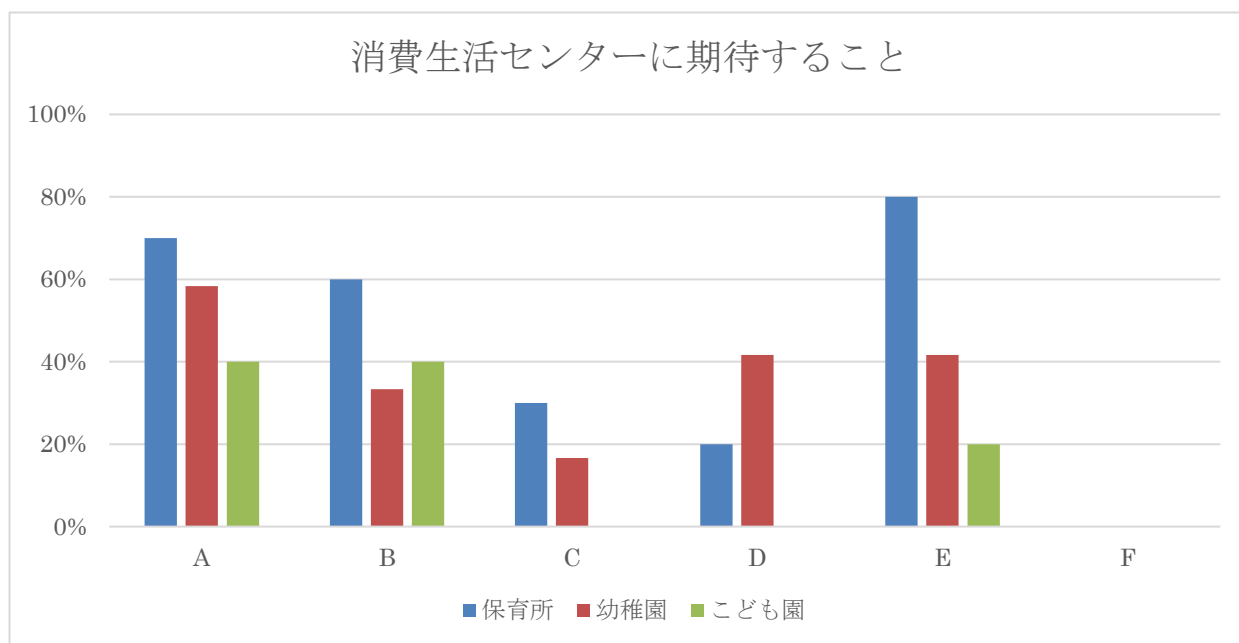
項 目	保育所	幼稚園	こども園	前計画での調査結果	保育所	幼稚園
					保育所	幼稚園
A 対象となる子供の年齢が低く、生活上の経験が少ないため、伝え方が難しい	70.0%	75.0%	20.0%		45.0%	52.9%
B 家庭における教育との関連付けを図る上で、保護者との連携が難しい	85.0%	25.0%	20.0%		30.0%	35.3%
C 対象年齢に合った教材の情報が不足している	60.0%	58.3%	20.0%		40.0%	41.2%
D 教育推進上有効な「プログラム」の情報が不足している	75.0%	50.0%	20.0%		20.0%	11.8%
E 取組を行う上で内部の「人材」が不足している	15.0%	16.7%	20.0%		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	5.0%	8.3%	0.0%	10.0%	5.9%	
G その他	0.0%	0.0%	40.0%	0.0%	0.0%	

保育所では、「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」「教育推進上有効なプログラムの情報が不足している」、幼稚園では「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」「対象年齢に合った教材の情報が不足している」が高い割合で課題として捉えられていました。

しかし、他の要因についても比較的高い割合で課題として捉えられていることから、個々の施設の実情に応じ、様々な要因が課題となっていることが考えられます。

前計画の調査結果と比較すると、各施設が抱える課題は増加傾向にあります。特に、「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」「教育推進上有効なプログラムの情報が不足している」については、著しく増加しています。指導者側への講座の実施や情報提供などにより、課題の解決に取り組む必要があると考えられます。

保育所・幼稚園・認定こども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》

項目	保育所	幼稚園	こども園	前計画での調査結果	保育所	幼稚園
					保育所	幼稚園
A 対象年齢に合った「教材」の提供（情報提供を含む）	70.0%	58.3%	40.0%		50.0%	94.1%
B 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）	60.0%	33.3%	40.0%		35.0%	52.9%
C （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	30.0%	16.7%	0.0%		20.0%	5.9%
D 消費生活相談員による出前講座の実施	20.0%	41.7%	0.0%		15.0%	17.6%
E 保護者に対する情報の提供	80.0%	41.7%	20.0%		55.0%	76.5%
F その他	0.0%	0.0%	0.0%		0.0%	5.9%

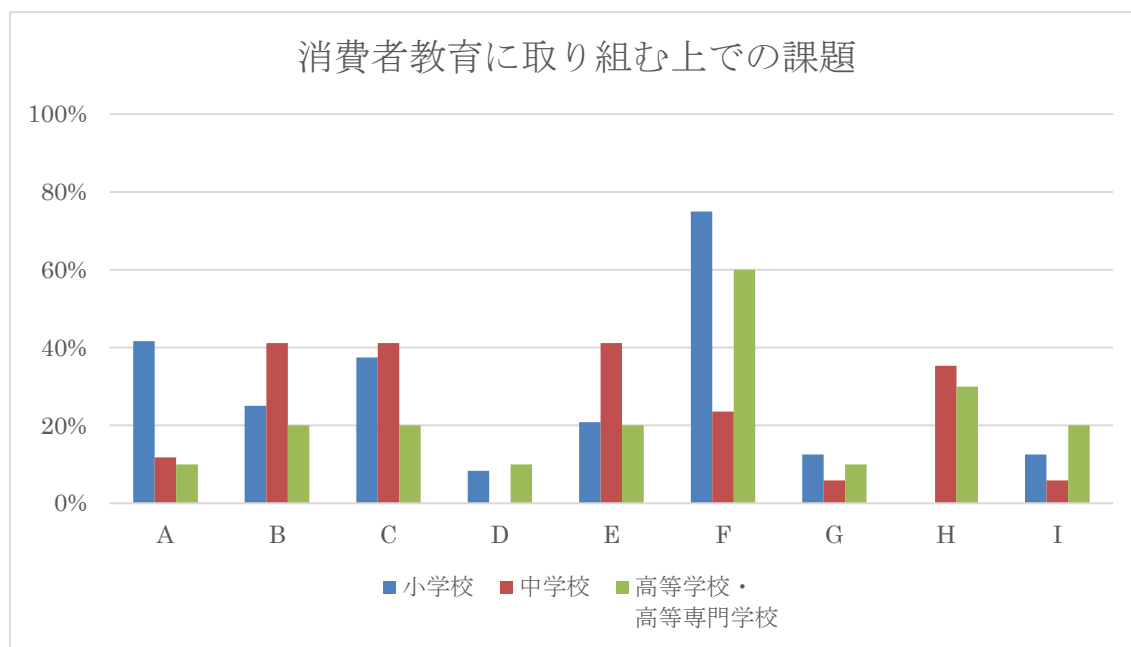
「対象年齢に合った教材の提供（情報提供を含む）」が保育所、幼稚園、こども園とも高い割合で求められています。

また、特に保育所において「保護者に対する情報の提供」を求める施設が多く、「消費者教育推進上の課題」で多く挙げられた「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」に通じる内容であると考えられます。

前計画での調査結果と比較すると、保育所ではすべての項目について増加の傾向にあり、特に「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）」「保護者に対する情報の提供」が高い割合で求められています。各施設と協力して消費者教育に資する取り組みに努める必要があります。

イ. 小学校・中学校・高等学校・高等専門学校

取組調査において、小学校・中学校・高等学校・高等専門学校にはそれぞれの消費者教育に関する取組現状を伺った後に、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》

項 目	小学校	中学校	高等学校・高等専門学校	前計画での調査結果	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%
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%				

小学校と高等学校・高等専門学校においては、「他授業との関係で時間が確保できない」が高い割合で課題として捉えられています。

中学校では、「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」「活用できる教材が少ない」「教員向けの研修の機会が不足している」が同じ割合で課題として捉えられています。

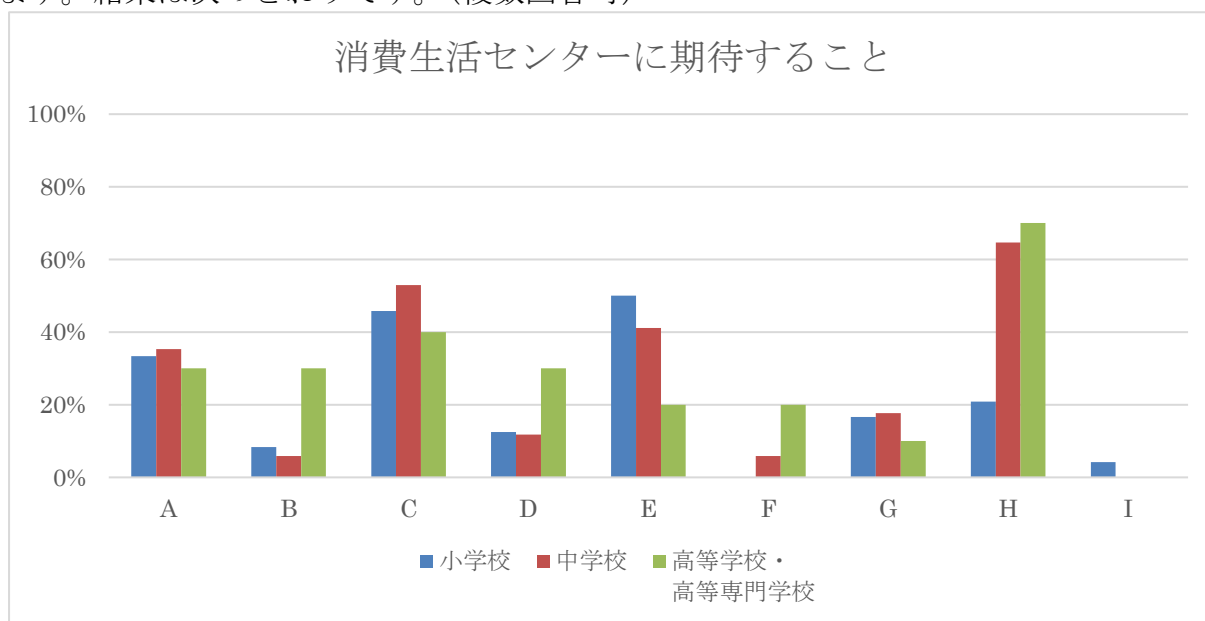
「その他」では、消費者教育を継続的に取り組むことなどが挙げられていました。

他にも課題として捉えている項目があり、それぞれの施設の実情に応じ、課題が分散していることが考えられます。

前計画での調査結果と比較すると、高等学校において「具体的な取組方法」「活用できる教材」「教員向けの研修の機会」について、大きな改善がみられます。出前講座の開催や啓発キャンペーンへの参加協力など、継続した取り組みが重要と考えます。

一方、中学校では、特に「学校外活動との連携ができていない」が増加しております。成年年齢の引き下げへの対応など、中学生期での消費者教育も重要であることから、学校外において関わる人に対しても消費者教育の必要性や重要性を周知していく必要があります。より多くの市民に対して浸透していくよう、情報発信や啓発活動など様々な取り組みを実施していく必要があります。

2つ目は、それぞれの施設において「消費生活センターに期待すること」を伺っています。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・高等専門学校	前計画での調査結果	小学校	中学校	高等学校
					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	33.3%	35.3%	30.0%		25.0%	50.0%	100.0%
B 教員に対する研修	8.3%	5.9%	30.0%		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	45.8%	52.9%	40.0%		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）	12.5%	11.8%	30.0%		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	50.0%	41.2%	20.0%		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	0.0%	5.9%	20.0%		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%	17.6%	10.0%		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	20.8%	64.7%	70.0%	29.2%	27.8%	55.6%	
I その他	4.2%	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%	0.0%	

ほぼ半数の小学校で「消費生活相談員による外部講師としての授業への派遣」「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」を求めています。

また、中学校と高等学校・高等専門学校では、「消費者トラブルに関する最新情報の提供」が最も多く、特に高等学校・高等専門学校では7割が求めていることが分かりました。

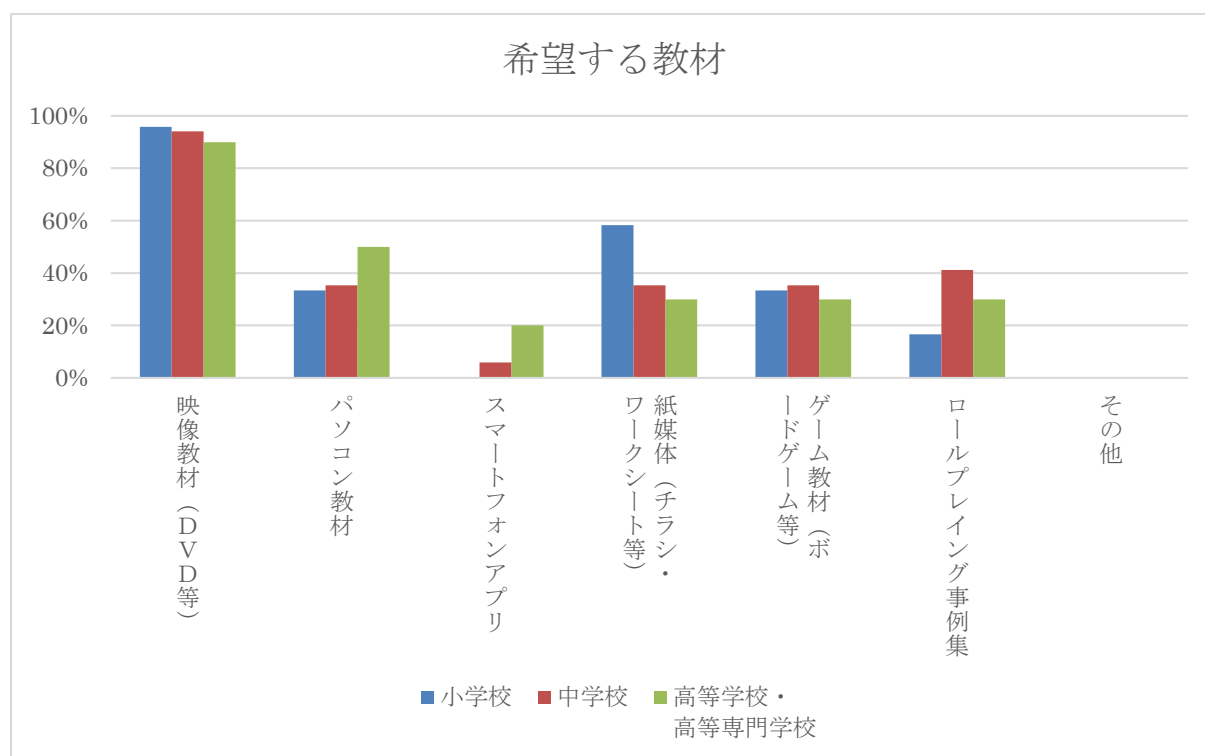
前計画での調査結果と比較すると、小学校においては「教員に対する研修」「専門家団体や消費者団体等、派遣を依頼できる外部講師に関する情報提供（消費生活相談員を除く）」「学校における消費者教育に関して、消費者団体や事業者等と意見交換を行う機会の提供」は大きく減少している一方、「消費生活相談員による外部講師としての授業への派遣」が大きく増加しています。

中学校においては、「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」「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）」が大きく減少している一方、「消費生活相談員による外部講師としての授業への派遣」「消費者トラブルに関する最新情報の提供」が大きく増加しています。

高等学校・高等専門学校においては、「他自治体における実践事例の情報提供」「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）」「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）」については大きく減少していますが、「消費者トラブルに関する最新情報の提供」については増加しています。

小学校と中学校において増加した「消費生活相談員による外部講師としての授業への派遣」については、小学生向けとしては放課後児童クラブを中心に開催していることや、中学校ではほとんど開催できていないことが要因と考えられます。効果的・効率的な出前講座の周知・開催に努めるとともに、前の設問にある「他授業との関係で時間が確保できない」と関連した調整が必要と考えられます。また、中学校と高等学校・高等専門学校において増加した、「消費者トラブルに関する最新情報の提供」については、最新情報を掲載したチラシやパンフレットを送付したり、即時性のあるSNSやホームページ等を活用し、最新情報の提供に努めてまいります。

課題を伺った際の「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・高等専門学校	前 計 画 で の 調 査 結 果	小学校	中学校	高等学校
					映像教材 (DVD等)	83.3%	88.9%
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%				
その他	0.0%	0.0%	0.0%				

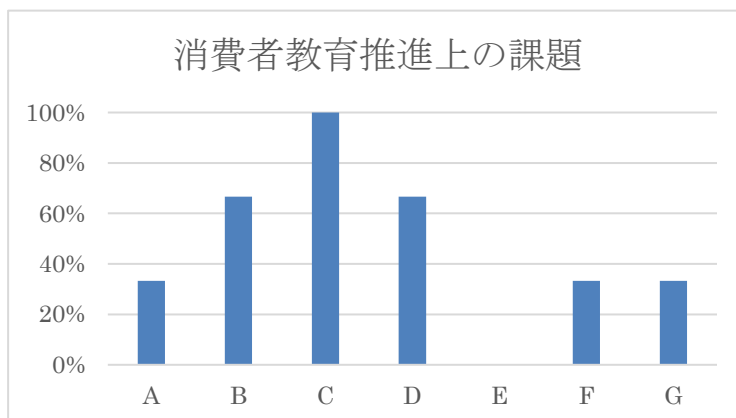
小学校・中学校・高等学校・高等専門学校ともに「映像教材 (DVD等)」に9割以上の高い需要があることが読み取れます。

また、小学校では「紙媒体 (チラシ・ワークシート等)」、高等学校・高等専門学校では「パソコン教材」での需要が高いことが分かります。

前計画での調査結果と比較すると、「紙媒体 (チラシ・ワークシート等)」については小学校では増加していますが、中学校と高等学校・高等専門学校では大きく減少しています。また、高等学校・高等専門学校では、「スマートフォンアプリ」「ロールプレイング事例集」の減少も顕著です。「映像教材 (DVD等)」はすべての施設で増加していることから、活用についての検討が必要と考えられます。消費生活センターで行っているDVD貸し出しについて、引き続き周知に努めてまいります。

ウ. 特別支援学校

特別支援学校において、「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）

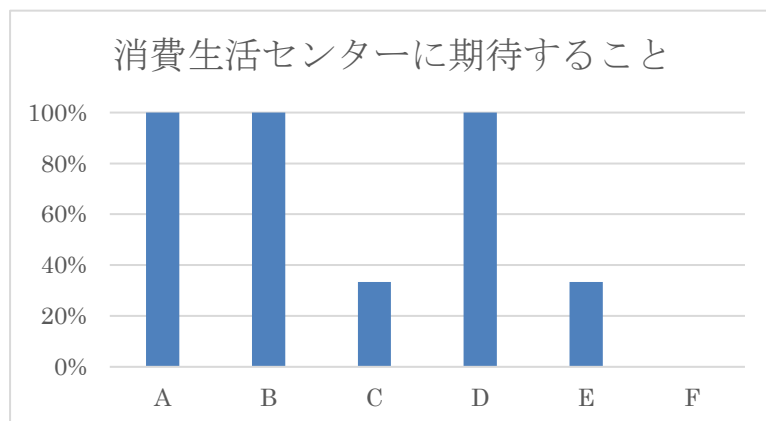


《グラフ対応表》

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	33.3%
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	66.7%
C	対象年齢に合った教材の情報が不足している	100.0%
D	教育推進上有効な「プログラム」の情報が不足している	66.7%
E	取組を行う上で内部の「人材」が不足している	0.0%
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	33.3%
G	その他	33.3%

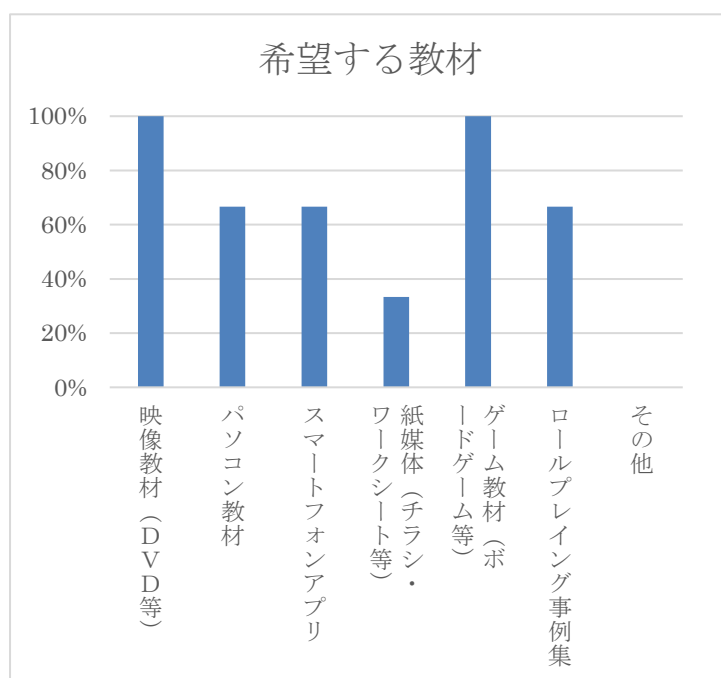
特別支援学校では、「対象年齢に合った教材の情報が不足している」について、すべての施設において課題として捉えています。乳幼児から高等部まで幅広いクラスがある施設もあり、対応する教材の情報も多く必要になってくることが考えられます。

また、「消費生活センターに期待すること」「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》

A	「教材」の提供（情報提供を含む）	100.0%
B	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）	100.0%
C	（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	33.3%
D	消費生活相談員による出前講座の実施	100.0%
E	保護者に対する情報の提供	33.3%
F	その他	0.0%



《グラフ対応表》

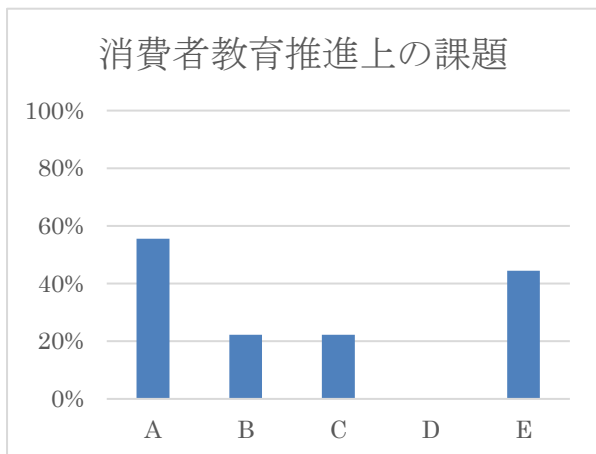
映像教材（DVD等）	100.0%
パソコン教材	66.7%
スマートフォンアプリ	66.7%
紙媒体（チラシ・ワークシート等）	33.3%
ゲーム教材（ボードゲーム等）	100.0%
ロールプレイング事例集	66.7%
その他	0.0%

消費生活センターには、取り組む上での課題にも関連して「教材の提供」や、「自ら取り組む上で有効な教育プログラムの提供」「消費生活相談員による出前講座の実施」について、すべての施設において求められています。

また、活用する教材については、「映像教材（DVD等）」「ゲーム教材（ボードゲーム等）」がすべての施設で求められています。

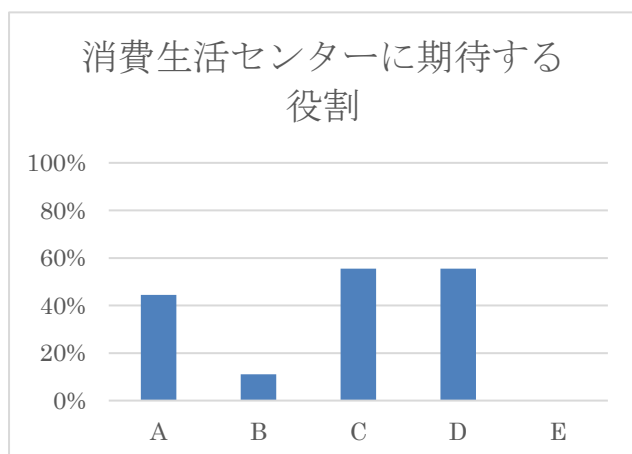
エ. 地域包括支援センター・社会福祉協議会

高齢者等が利用する地域包括支援センターや社会福祉協議会において、「消費者教育推進上の課題」「消費生活センターに期待すること」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》

A	具体的な取組方法が分からない	55.6%
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	22.2%
C	活用できる教材が少ない	22.2%
D	予算が不足している	0.0%
E	その他	44.4%



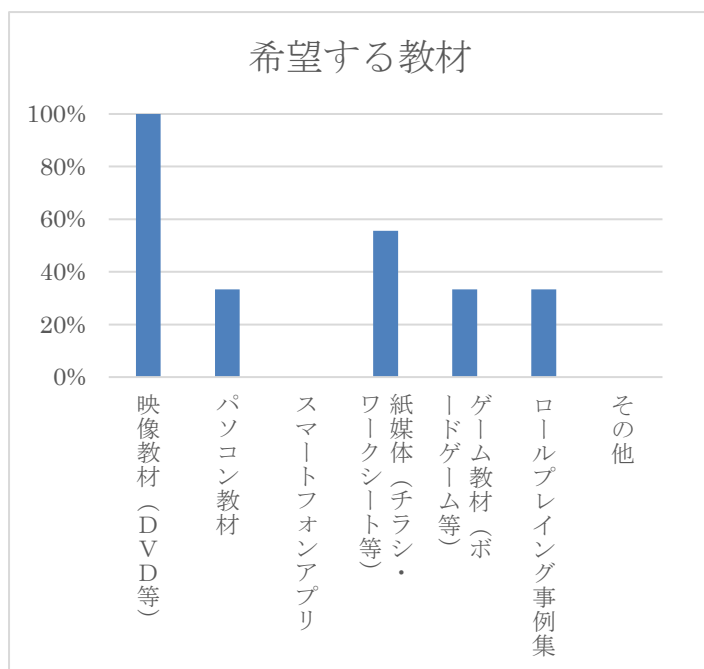
《グラフ対応表》

A	他自治体における実践事例の情報提供	44.4%
B	職員に対する研修	11.1%
C	関係団体（法律専門家・消費者団体・事業者団体等）と施設との「橋渡し（コーディネート）」	55.6%
D	消費者トラブルに関する最新情報の提供	55.6%
E	その他	0.0%

消費者教育推進上の課題としては、「具体的な取組方法が分からない」が最も多くなっています。「その他」では、時間的な余裕がないことや、自治会毎の関心度のばらつきなどがありました。

また、消費生活センターには、「関係団体（法律専門家・消費者団体・事業者団体等）と施設との橋渡し（コーディネート）」「消費者トラブルに関する最新情報の提供」を半数以上の施設が求めています。

また、「希望する教材」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》

映像教材 (DVD等)	100.0%
パソコン教材	33.3%
スマートフォンアプリ	0.0%
紙媒体 (チラシ・ワークシート等)	55.6%
ゲーム教材 (ボードゲーム等)	33.3%
ロールプレイング事例集	33.3%
その他	0.0%

希望する教材は「映像教材 (DVD等)」についてすべての施設で希望しており、これは今回の調査全体においても最も多い結果となりました。多くの施設において再生する環境が整備されており、効率的・効果的に活用できる教材と考えられます。

課題

学校等における消費者教育の推進

保育所・幼稚園・認定こども園においては、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。

学校等における消費者教育は、時間の確保の難しさや情報・教材の不足などもありますが、関係機関が協力・工夫して取り組み、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・認定こども園においては、効果的な指導が出来るような年齢に合った教材の提供や、保護者への情報提供も求められています。

また、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等の提供、消費者教育講座の実施や消費者トラブルに関する最新情報の提供など、支援を行っていく必要があります。

地域包括支援センター等との連携

多くの高齢者が利用する施設では、利用者からのトラブル情報が多くありますが、対処や取組方法などの情報は不足しています。情報共有を密にし、協力してトラブル防止に向けた取組を推進する必要があります。