

## 第3章 消費者教育推進のための基本的な方向

### 1. 体系的推進のための取組の方向

#### (1) 消費者教育で育むべき力

消費者教育の範囲は広く、消費生活のあらゆる領域に関連しますが、その対象領域を次のとおり4つに分類し、それぞれの領域で育むべき力（目標）を示します。

#### ア 消費者市民社会\*の構築に関する領域

- (ア) 自らの消費が環境、経済、社会及び文化等の幅広い分野において、他者に影響を及ぼし得るものであることを理解し、適切な商品やサービスを選択できる力
- (イ) 持続可能な社会の必要性に気付き、その実現に向けて多くの人々と協力して取り組むことができる力
- (ウ) 消費者が、個々の消費者の特性や消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、主体的に社会参画することの重要性を理解し、他者と協働して消費生活に関連する諸課題の解決のために行動できる力

#### イ 商品等やサービスの安全に関する領域

- (ア) 商品等やサービスの情報収集に努め、内在する危険を予見し、安全性に関する表示等を確認し、危険を回避できる力
- (イ) 商品等やサービスによる事故・危害が生じた際に、事業者に対して補償や改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力

#### ウ 生活の管理と契約に関する領域

- (ア) 適切な情報収集と選択による、将来を見通した意思決定に基づき、自らの生活の管理と健全な家計運営をすることができる力
- (イ) 契約締結による権利や義務を明確に理解でき、違法・不公正な取引や勧誘に気付き、トラブルの回避や事業者等に対して補償、改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力

\*用語説明を40pに掲載

## エ 情報とメディアに関する領域

- (ア) 高度情報化社会における情報や通信技術の重要性を理解し、情報の収集・発信により消費生活の向上に役立てることができる力
- (イ) 情報、メディアを批判的に吟味して適切な行動をとるとともに、個人情報管理や知的財産保護等、様々な情報を読み解く力を身に付け、活用できる力

### (2) ライフステージに応じた体系的な消費者教育の実施

消費者教育は幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行われなければなりません。このため、学校、地域、家庭、職域等のライフステージに応じた様々な教育の場を活用して、効果的な消費者教育を行うとともに、それぞれのライフステージにおける消費者教育のイメージや、取り組むべき消費者教育の意義や目標を理解・共有できるよう、国が示した「消費者教育の体系イメージマップ」なども参考にしながら、対象領域ごと、発達段階ごとの学習目標を整理し、生涯を通じた切れ目のない学びの機会を提供していきます。

### (3) 消費者の特性に対する配慮

消費者の特性として、消費者の年齢、性別、障害の有無のほか、消費生活に関する知識の量、就業の状態等、居住形態、時間的余裕の有無、情報通信機器の利用可能な状況等が考えられますが、その特性に配慮し、対象に応じた方法や内容を工夫しながら、効果的な消費者教育を推進します。

## 2. 多様な主体と連携した消費者教育の推進

### (1) 消費者行政部門と学校教育部門の緊密な連携・協働

消費者教育を効果的に推進するために、今後とも消費者行政部門と学校教育部門との間で意見交換を行い、児童・生徒に関する消費生活情報を共有する等、緊密な連携を図ります。

また、教職員の研修等の場において、消費者行政部門と学校教育部門が連携し、消費者教育に関する研修会を開催することで、消費者教育の普及や担い手育成に

取り組みます。

## **(2) 市町村との連携・協働**

消費者の生活に密着した存在であり、幅広く住民生活に関わる市町村が消費者教育に取り組むことにより、地域の特性にあった細やかな消費者教育の機会を提供することが期待されます。

県では、広域的な観点から市町村と情報共有や連携を図りながら、消費者教育を推進します。また、県内全域における消費者教育の水準を確保するために、市町村の消費生活相談員\*・職員に対する研修、情報提供や必要な助言等を行い、市町村の取組を支援します。

## **(3) 消費者団体、事業者・事業者団体等との連携**

様々な機会を捉えて消費者教育を実施する環境を作るためには、多様な立場の担い手の協力が期待されることから、消費者団体や事業者・事業者団体等の自主性を尊重しつつ、活動を支援し、相互の連携と情報共有の仕組みづくりに努めます。

\*用語説明を40 p に掲載