

Ⅲ 消費者教育に関するアンケート調査

1 アンケート調査の方法

(1) 調査目的

北九州市における消費者教育推進のため、幼児期～成人期における各ライフステージ毎に、消費者教育や消費者問題の現状や課題、意識やニーズ等について調査を行いました。

(2) 調査対象

ライフステージ	各期の特徴（消費者教育の体系イメージマップ…P64による）	調査対象	発送数 (件)	回答数 (件)	回収率 (%)
幼児期	様々な気付きの体験を通じて、家族や身の回りの物事に興味をもち、それを取り入れる時期	保育所・保育園	144	108	75.0
		幼稚園・こども園	101	73	72.3
小学生期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期	公立小学校…132 私立小学校…3 市立特別支援学校…7	142	84	59.2
中学生期	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期	公立中学校…64 私立中学校…8 市立特別支援学校…7	79	54	68.4
高校生期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	公立高校…22 私立高校…16 市立特別支援学校…8	46	37	80.4
成人期	特に若者は、生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期	市政モニター	149	136	91.3
	成人一般は、精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期	中堅民生委員・児童委員（2期目の委員）研修会参加者	67	67	100.0
合計			728	559	76.8

(3) 調査方法 回答者無記名方式。会議・庁内メール・FAX・郵送等で配布し回収しました。

(4) 調査時期 平成28年6月～12月に実施しました。

(5) 調査内容 消費者教育や消費者問題の現状や課題、意識やニーズ等です。設問項目や選択肢は、消費者庁の「消費者教育の体系イメージマップ（平成25年1月）」や「福岡県消費生活に関する県民意識調査報告書（平成26年2月）」も参考にして設定しました。

(6) 回答率 76.8%（559件／728件）でした。

(7) アンケート結果を読む際の留意点

- ① 図表の比率（%）は、小数点以下第2位を四捨五入して算出しており、合計が、100%にならない場合があります。
- ② 「いくつでも選択可能」な場合や「3つまで選択」の場合などの回答数（1人の回答者が複数の選択肢を選んで良い設問）では、比率の合計が100%を超える場合があります。
- ③ 無回答についても比率を示しています。これは、小学校・中学校・高校について特別支援学校も同様の設問としたため、答えられなかったことが大きな要因になっていると考えられます。
- ④ 集計は、調査対象毎に行いましたが、発達段階による比較がしやすいように、保育所保育指針と幼稚園教育要領がある「保育所・保育園と幼稚園・こども園」、学習指導要領がある「小学校と中学校と高校」、一般成人である「市政モニターと民生委員」をまとめて表示しました。
- ⑤ 各問いの設問項目の表現は、趣旨は同じでも発達段階に応じて、例えば小学校・中学校・高校などそれぞれ見合った内容に表現を変えている項目があります。まとめて集計している関係上、アンケート結果で記載の設問内容は、趣旨が変わらないように配慮して表現しています。
- ⑥ 市政モニターについては、性別・年齢別・居住区別の集計を行っており、併せて掲載しています。

2 保育所・保育園、幼稚園・こども園

ともに幼児期であり、「保育所・保育園」は保育所保育指針、「幼稚園」は幼稚園教育要領、「認定こども園」は幼保連携型認定こども園教育・保育要領に基づいて、年齢に応じた保育や教育が行われています。また、3歳以上については主体的な遊びを中心とした教育内容に関して、保育所・保育園、幼稚園、認定こども園は整合性を図ることとされています。

いずれにせよ、幼児期に「消費者教育」という言葉は馴染みがないこと、幼児が主体となって消費行動をすること自体が少ないことなどから、回答に苦慮したようです。

ことに、保育所保育指針では、「保育を必要とする乳幼児に対して、家庭や地域社会と連携を図り、保育所における環境を通して、乳幼児の最善の利益を考慮した福祉を増進することなど」が基本原理ですから、3歳未満までは、仮に活動が消費者教育の根本と類するものであっても、関係者がこれは「消費者教育」だと意識して結びつけるには無理があるようです。



「消費者庁イラスト集」より

消費者教育の体系イメージマップ（P64）では、幼児期の特徴として「様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期」としています。

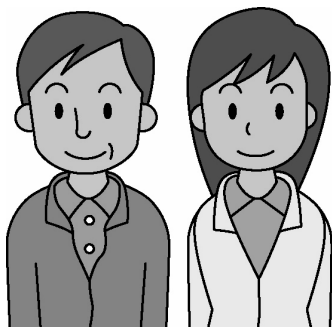
アンケートでも、設問の、「日常活動の中で特に気を配っていること」、「幼児期に身に付けさせたい内容」への意見として、「全て、所や園の活動と同様であり、取り立てて『消費者教育』というのではなく、日頃の保育や教育の中で自然と行われている」というのが実情のようです。

新しい保育所保育指針、幼保連携型認定こども園教育・保育要領、幼稚園教育要領では、「幼児期の終わりまでに育ってほしい姿」が明確化されました。それは、「健康な心と体」、「自立心」、「協同性」、「道徳性・規範意識の芽生え」、「社会生活との関わり」、「思考力の芽生え」、「自然との関わり・生命尊重」、「数量や図形、標識や文字などへの関心・感覚」、「言葉による伝え合い」、「豊かな感性と表現」とされています。アンケートの回答にもありますが、こうしたいわゆる「生きる力」の基本を身に付けていくことがこの時期に求められています。



「消費者庁イラスト集」より

また、乳幼児期は製品事故や食品事故なども多く、被害防止のために保護者に対する注意喚起が必要です。乳幼児期の事故については、6か月未満児、～1歳3か月未満児、～2歳未満児、2歳児、3歳児、4歳児、5歳児といった発達段階に応じて保護者が必要な知識を持ち子どもの生命の安全を守ることが重要です。また、幼児期以降の消費者教育に繋がっていくような子育ての知識やポイントを知らせていくことが必要になってきます。



「消費者庁イラスト集」より

幼児期から、こうした力を身に付けていく基本は、保育所・保育園、幼稚園・認定こども園のみに求めるのではなく、家庭教育の中でしっかりと行われていくことが大切です。

以下アンケートは、「保育所・保育園」と「幼稚園・こども園」の個別に実施し集計しましたが、多少の数値の違いはあるものの、回答の傾向に大きな違いはありませんでしたので、合計して表示しています。

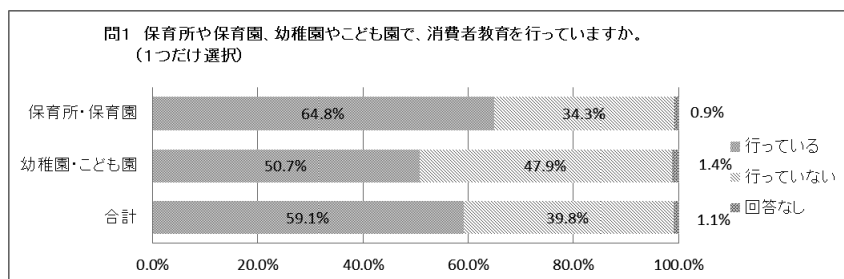
問1 保育所や保育園、幼稚園やこども園で、消費者教育を行っていますか。(1つだけ選択)

全体では、「行っている」(59.1%)が「行っていない」(39.8%)を、約20ポイント上回っています。また、「お店屋さんごっこ」、「特に取り立てて行っていない」、「『消費者教育』と意識しては行っていない」、「日頃の子どもたちとの会話の中で」といった意見もありました。

【図表Ⅲ-1：消費者教育実施の有無】

質問項目	保育所・保育園		幼稚園・こども園		合計	
	回答数	割合%	回答数	割合%	回答数	割合%
1 行っている	70	64.8%	37	50.7%	107	59.1%
2 行っていない	37	34.3%	35	47.9%	72	39.8%
3 回答なし	1	0.9%	1	1.4%	2	1.1%
計	108	100.0%	73	100.0%	181	100.0%

【図表Ⅲ-2：消費者教育実施の有無】



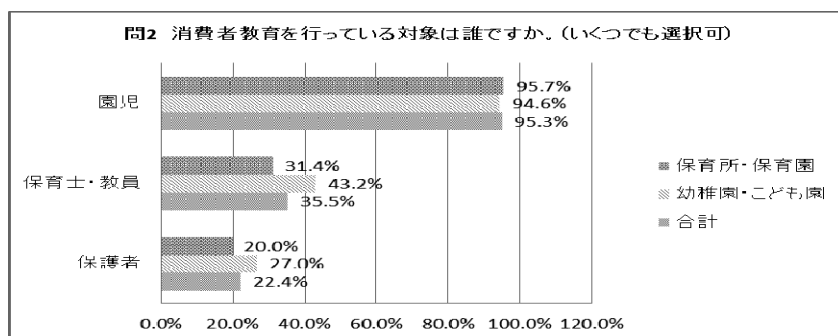
問2 消費者教育を行っている対象は誰ですか。(いくつでも選択可)

全体では、「園児」(95.3%)、「保育士・教員」(35.5%)、「保護者」(22.4%)となっています。

【図表Ⅲ-3：消費者教育の対象】

質問項目	保育所・保育園		幼稚園・こども園		合計	
	回答数	割合%	回答数	割合%	回答数	割合%
1 園児	67	95.7%	35	94.6%	102	95.3%
2 保護者	14	20.0%	10	27.0%	24	22.4%
3 保育士・教員	22	31.4%	16	43.2%	38	35.5%
計	103	147.1%	61	164.9%	164	153.3%

【図表Ⅲ-4：消費者教育の対象】



問3 以下の項目は、幼児期の消費者教育といわれる内容ですが、所や園の活動の中で、特に気を配っているのはどれですか。(3つまで選択可)

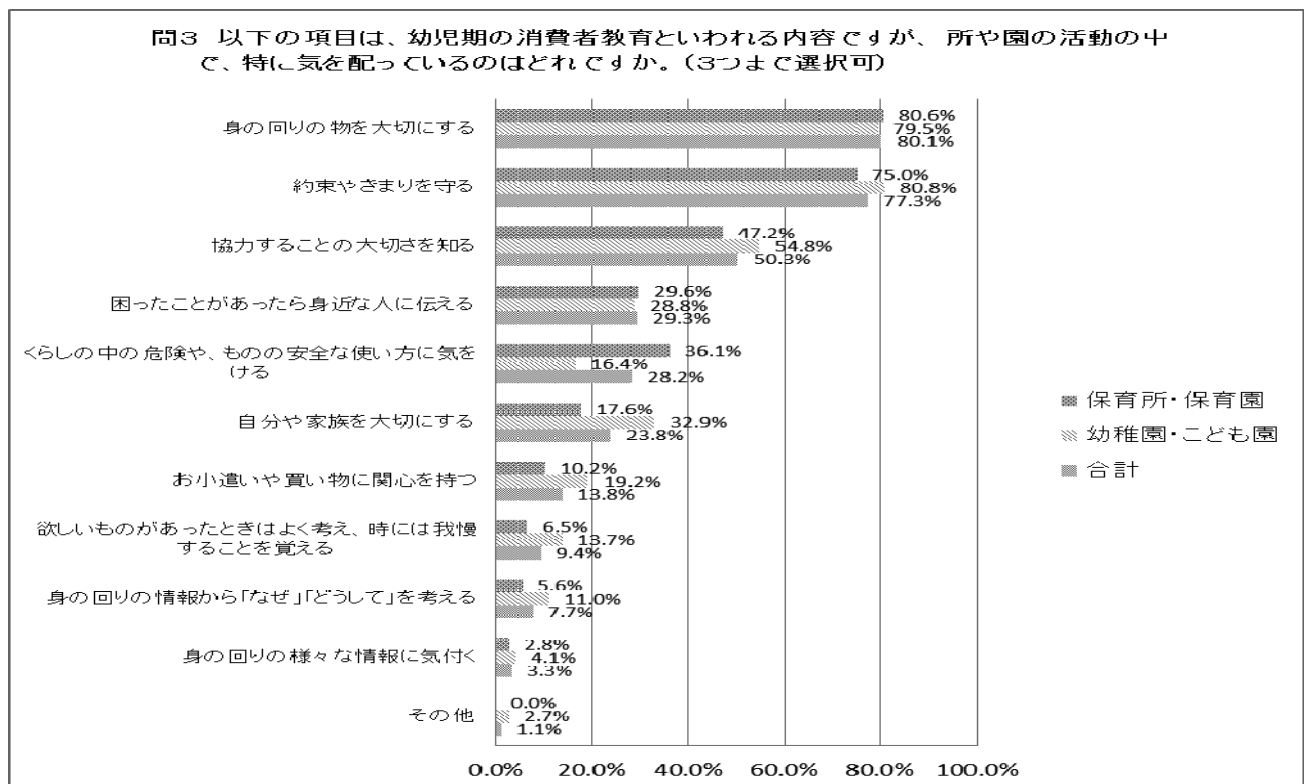
全体では、「身の回りの物を大切にする」(80.1%)、「約束やきまりを守る」(77.3%)、「協力することの大切さを知る」(50.3%)の順となっています。

また、「こうしたことを日頃の保育の中では配慮しています」、「『消費者教育』の視点ではなく、日常的な遊びや生活の中で買い物ごっこを楽しんだり遊びを楽しくするために、友達と力や考えを出し合ったりして遊ぶなどの体験を積み重ねていきます」、「3つ選択するのは難しいです。なぜなら、丸を3つ以上つけた項目は全て幼稚園教育の基礎と重なるものでそれ以外はなかなか幼稚園では難しいので、各家庭で家庭毎の価値観で行っていくことが必要だと思われます」などの意見もありました。

【図表Ⅲ-5：特に気を配っている消費者教育といわれる内容】

質問項目	保育所・保育園		幼稚園・こども園		合計	
	回答数	割合%	回答数	割合%	回答数	割合%
1 お小遣いや買い物に関心を持つ	11	10.2%	14	19.2%	25	13.8%
2 身の回りの物を大切にする	87	80.6%	58	79.5%	145	80.1%
3 協力することの大切さを知る	51	47.2%	40	54.8%	91	50.3%
4 暮らしの中の危険や、ものの安全な使い方に気をける	39	36.1%	12	16.4%	51	28.2%
5 困ったことがあったら身近な人に伝える	32	29.6%	21	28.8%	53	29.3%
6 約束やきまりを守る	81	75.0%	59	80.8%	140	77.3%
7 欲しいものがあったときはよく考え、時には我慢することを覚える	7	6.5%	10	13.7%	17	9.4%
8 身の回りの様々な情報に気付く	3	2.8%	3	4.1%	6	3.3%
9 自分や家族を大切にする	19	17.6%	24	32.9%	43	23.8%
10 身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考える	6	5.6%	8	11.0%	14	7.7%
11 その他	0	0.0%	2	2.7%	2	1.1%
計	336	311.1%	251	343.8%	587	324.3%

【図表Ⅲ-6：特に気を配っている消費者教育といわれる内容】



問4 「問3の項目」の内容を、幼児期に身に付けていくためには、その基礎的な部分の教育（指導）を、何歳児ごろに重点を置いて行う必要があると思いますか。（2つまで回答）

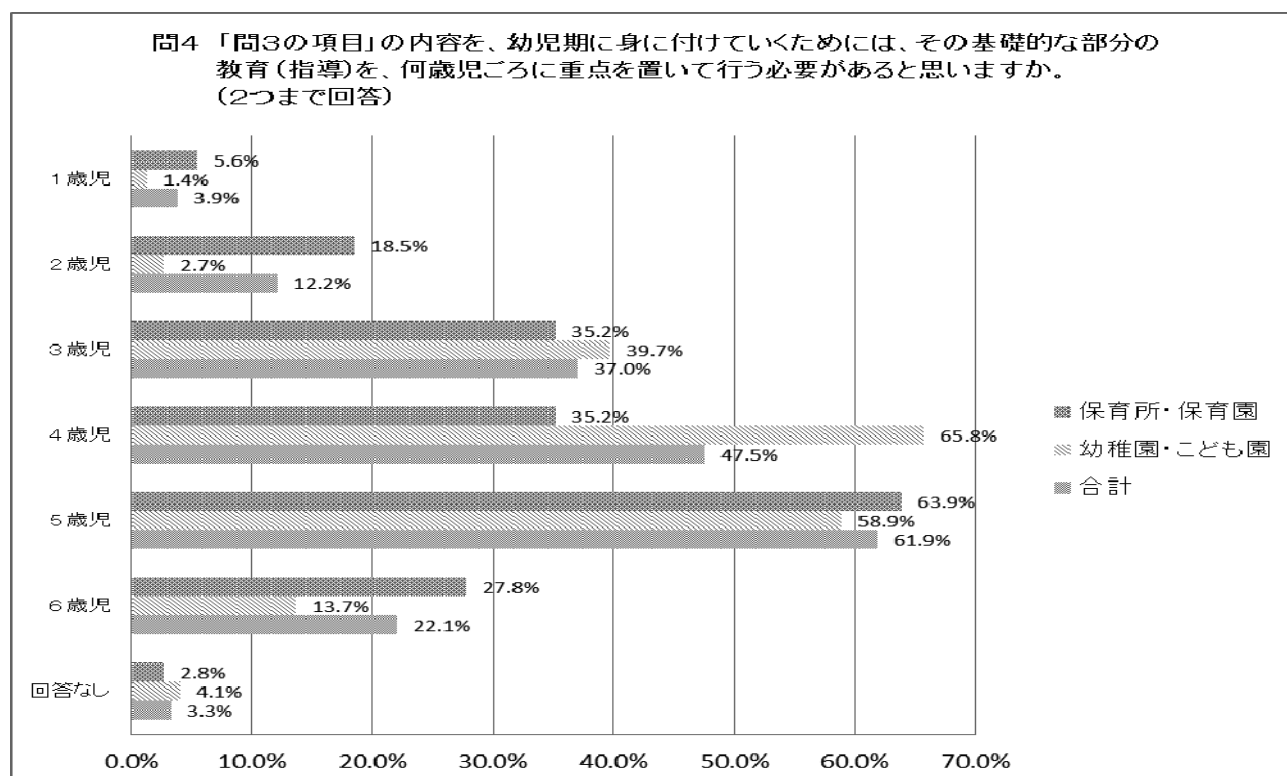
全体では、「5歳児」（61.9%）が最も多く、次いで「4歳児」（47.5%）、「3歳児」（37.0%）の順となっており、年齢が高くなるにつれて重点が置かれていることが分かります。なお「6歳児」については、小学校就学年齢との関係で数値が低くなっているものと考えられます。

また、「年齢にあった指導が必要である」、「幼児期に身に付けるためには、既に2歳児、3歳児での基礎が必要です。幼稚園だけではできず、家庭との連携が必須だと思います。つまり生まれてから母（又はそれに代わる人）との信頼関係が基盤ですので4、5歳児から教育したものがどれ位身に付くのかは、幼稚園入園前のお家での関わり方次第だと思います」、「身の回りの物を大切に作る、遊んだら片付ける、楽器類や玩具を大事にする、約束や決まりを守るというように、社会生活のルールを教える考えさせる。自分勝手に欲しいものをねだるのでなく、よく考えて買い物をする」などの意見もありました。

【図表Ⅲ-7：基礎的な教育を重点を置いて行う必要があると思う年齢】

質問項目	保育所・保育園		幼稚園・こども園		合計	
	回答数	割合%	回答数	割合%	回答数	割合%
1 1歳児	6	5.6%	1	1.4%	7	3.9%
2 2歳児	20	18.5%	2	2.7%	22	12.2%
3 3歳児	38	35.2%	29	39.7%	67	37.0%
4 4歳児	38	35.2%	48	65.8%	86	47.5%
5 5歳児	69	63.9%	43	58.9%	112	61.9%
6 6歳児	30	27.8%	10	13.7%	40	22.1%
7 回答なし	3	2.8%	3	4.1%	6	3.3%
計	204	188.9%	136	186.3%	340	187.8%

【図表Ⅲ-8：基礎的な教育を重点を置いて行う必要があると思う年齢】

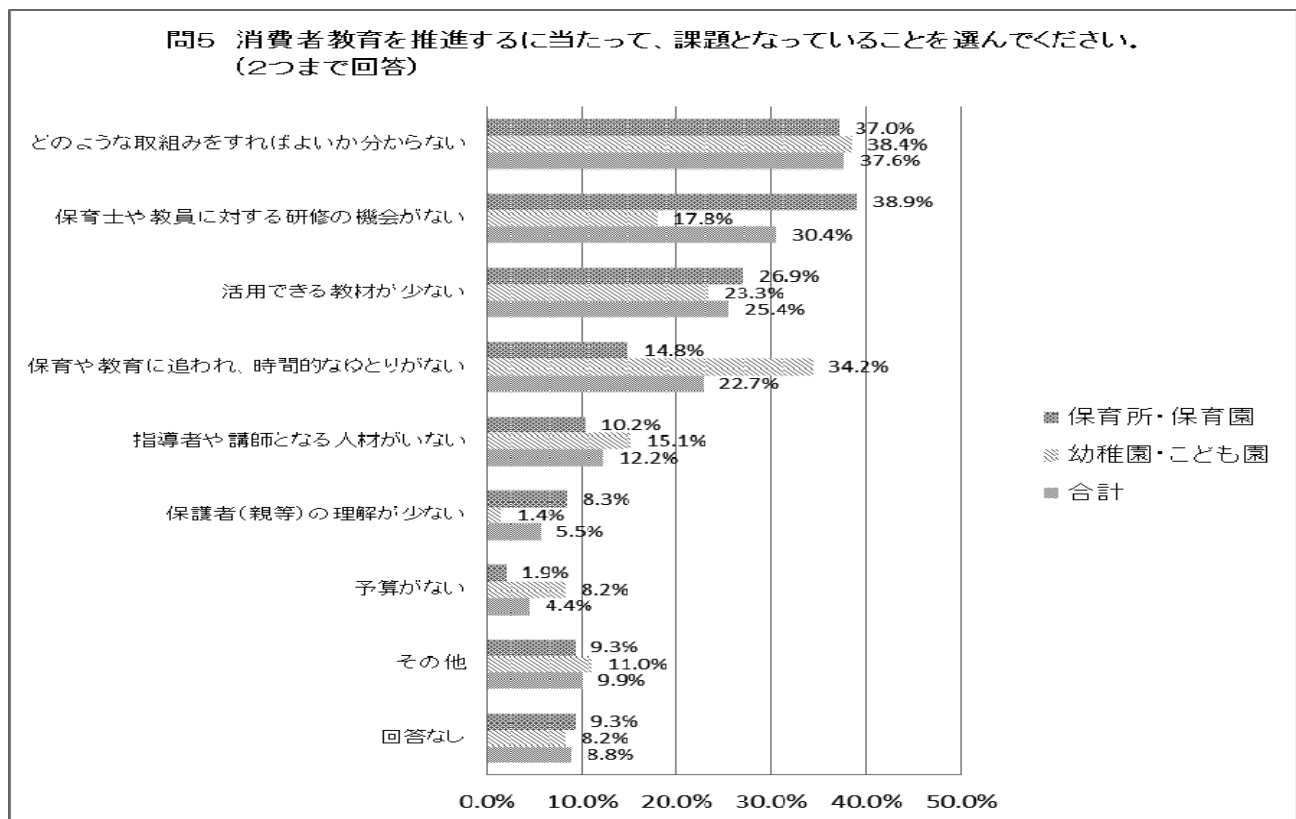


問5 消費者教育を推進するに当たって、課題となっていることを選んでください。(2つまで回答)

全体では、「どのような取り組みをすればよいか分からない」(37.6%)、「保育士や教員に対する研修の機会がない」(30.4%)、「活用できる教材が少ない」(25.4%)、「保育や教育に追われ、時間的なゆとりがない」(22.7%)の順でした。

「その他」(9.9%)は、「『消費者教育』という言葉の選択は、乳幼児教育に合っているのか検討が必要では」、「消費者教育という言葉は初めて知った」、「既にやっていることでも、それが『消費者教育』とは意識されていない」、「保育士一人ひとりが消費者教育を推進しようとする意識を高く持ち実践しているか、個人の認識の差がある」、「改めて行っていないが、日常の保育の中で場面に応じて伝えている」、「お買い物ごっこなど、遊びを通してしているが、それ以上の必要性を感じていない」、「日常保育の中で、お店屋さんごっこを行ったり、物の大切さを絵本(もったいないばあさん)等を通して知らせたりしている」、「保育をする上で『消費者教育』としての意識はあまりないと思います」、「課題は特にありません」、「保育や教育に追われ、時間的なゆとりがない→一番の課題です。指導内容が多すぎて教育課程に組み込む余地がない」、「お小遣いや買い物等については、家庭でしか出来ない教育だと思うので、保護者教育が必要だと思われます。が、なかなか講師も見つかりにくく、実現できていません」、「普段の生活の中で伝えられる範囲の内容しかできないのでどの程度の内容を求めているのしょうか…」、「県の環境関係より派遣させていただいています。年に3回は実施したいのですが」、「日常の保育の中で行っているので特にありません」、「大がかりな事をしていないので特に、問題を感じていない。『もったいないね』の行動中心です」などでした。

【図表Ⅲ-9：消費者教育を推進するにあたっての課題】



【図表Ⅲ-10：消費者教育を推進するにあたっての課題】

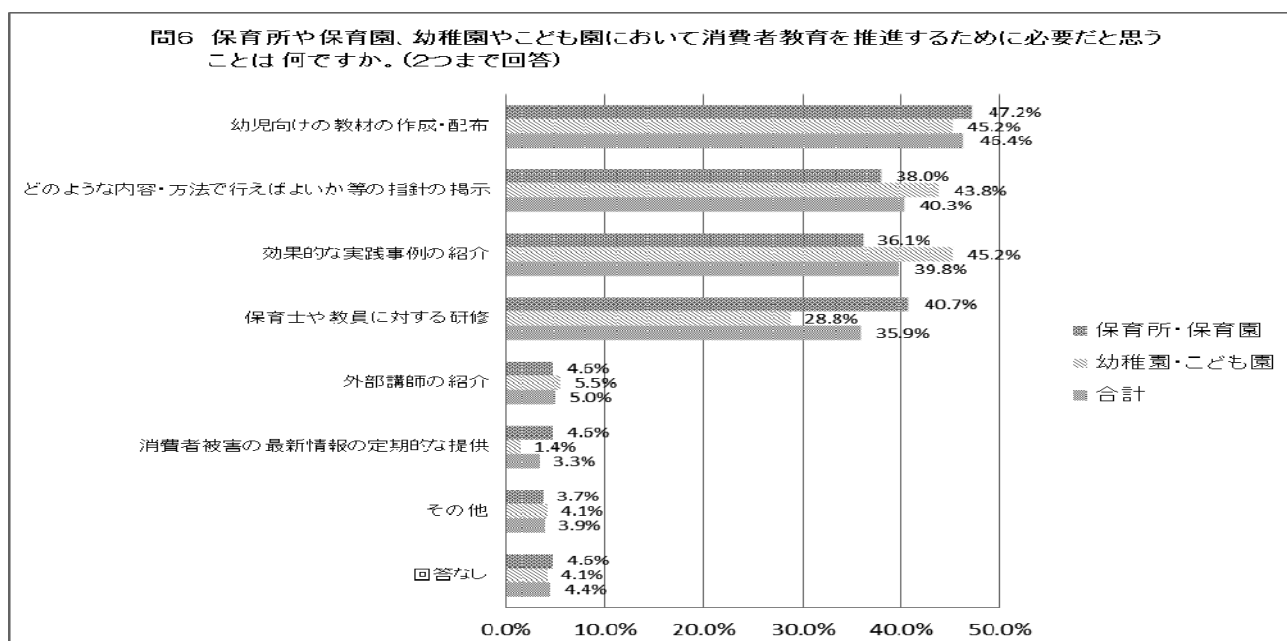
質問項目	保育所・保育園		幼稚園・こども園		合計	
	回答数	割合%	回答数	割合%	回答数	割合%
1 どのような取組みをすればよいか分からない	40	37.0%	28	38.4%	68	37.6%
2 指導者や講師となる人材がない	11	10.2%	11	15.1%	22	12.2%
3 活用できる教材が少ない	29	26.9%	17	23.3%	46	25.4%
4 予算がない	2	1.9%	6	8.2%	8	4.4%
5 保育や教育に追われ、時間的なゆとりがない	16	14.8%	25	34.2%	41	22.7%
6 保育士や教員に対する研修の機会がない	42	38.9%	13	17.8%	55	30.4%
7 保護者（親等）の理解が少ない	9	8.3%	1	1.4%	10	5.5%
8 その他	10	9.3%	8	11.0%	18	9.9%
9 回答なし	10	9.3%	6	8.2%	16	8.8%
計	169	156.5%	115	157.5%	284	156.9%

問6 保育所や保育園、幼稚園やこども園において消費者教育を推進するために必要だと思うことは何ですか。（2つまで回答）

全体では、「幼児向けの教材の作成・配布」（46.4%）、「どのような内容・方法で行えば良いか等の指針の掲示」（40.3%）、「効果的な実践事例の紹介」（39.8%）、「保育士や教員に対する研修」（35.9%）の順でいずれも高い数値を示しました。

「その他」（3.9%）は、「『消費者教育』の前提となる概念としての社会性を身に付けてからの方が効果的と思う」、「専門チームによる保育園児、または保育士向けの巡回指導（交通安全教室のような）」、「家庭教育学級等で取り入れることができればそれから少しずつ広がっていけると思う」、「お買い物のごっこ遊びを通して、園児に教育している」、「子どもたちへ、丁寧に繰り返し分かりやすく伝えていくこと。教師、保護者は勿論のこと、子どもたち自身に成果を確認させること」、「教育者に常識的価値観があれば特に幼稚園では必要ないと思われる」、「教員の考え方や子どもへの伝え方を話し合い、大切に使いましようね。感謝しましようね。を念頭に子どもと関わる」などでした。

【図表Ⅲ-11：消費者教育を推進するために必要だと思うこと】



【図表Ⅲ-12：消費者教育を推進するために必要だと思うこと】

質問事項	保育所・保育園		幼稚園・こども園		合計	
	回答数	割合%	回答数	割合%	回答数	割合%
1 どのような内容・方法で行えばよいか等の指針の掲示	41	38.0%	32	43.8%	73	40.3%
2 効果的な実践事例の紹介	39	36.1%	33	45.2%	72	39.8%
3 消費者被害の最新情報の定期的な提供	5	4.6%	1	1.4%	6	3.3%
4 幼児向けの教材の作成・配布	51	47.2%	33	45.2%	84	46.4%
5 保育士や教員に対する研修	44	40.7%	21	28.8%	65	35.9%
6 外部講師の紹介	5	4.6%	4	5.5%	9	5.0%
7 その他	4	3.7%	3	4.1%	7	3.9%
8 回答なし	5	4.6%	3	4.1%	8	4.4%
計	194	179.6%	130	178.1%	324	179.0%

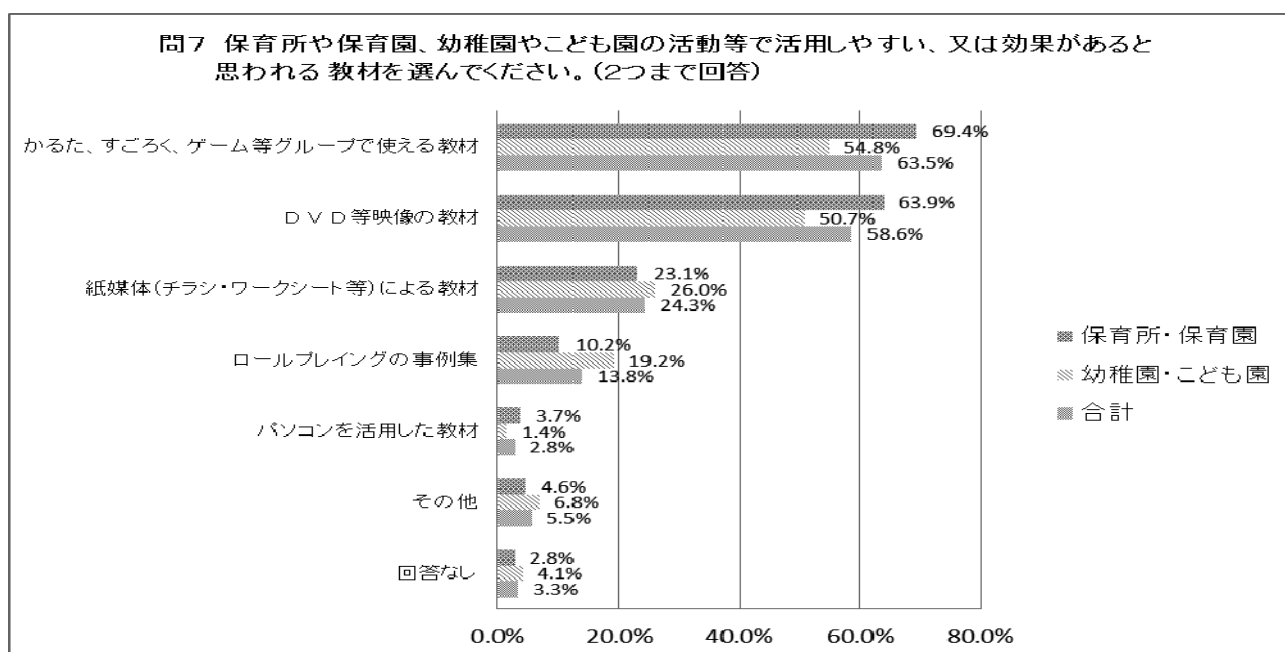
問7 保育所や保育園、幼稚園やこども園の活動等で活用しやすい、又は効果があると思われる教材を選んでください。（2つまで回答）

全体では、「かるた、すごろく、ゲーム等グループで使える教材」（63.5%）、「DVD等映像の教材」（58.6%）、「紙媒体（チラシ・ワークシート等）による教材」（24.3%）の順となっています。「その他」（5.5%）は、「絵本や紙芝居などの視覚的な教材」、「体験を通して」、「日常生活の中で使用し登場する全てのもの、ひと」、「絵本や紙芝居などやキャラクター（イメージ）の人形」、「実際に経験することが望ましいです。例えば水の浄化、節電すると？」などとなっています。

【図表Ⅲ-13：活用しやすい又は効果があると思われる教材】

質問項目	保育所・保育園		幼稚園・こども園		合計	
	回答数	割合%	回答数	割合%	回答数	割合%
1 DVD等映像の教材	69	63.9%	37	50.7%	106	58.6%
2 パソコンを活用した教材	4	3.7%	1	1.4%	5	2.8%
3 紙媒体（チラシ・ワークシート等）による教材	25	23.1%	19	26.0%	44	24.3%
4 かるた、すごろく、ゲーム等グループで使える教材	75	69.4%	40	54.8%	115	63.5%
5 ロールプレイングの事例集	11	10.2%	14	19.2%	25	13.8%
6 その他	5	4.6%	5	6.8%	10	5.5%
7 回答なし	3	2.8%	3	4.1%	6	3.3%
計	192	177.8%	119	163.0%	311	171.8%

【図表Ⅲ-14：活用しやすい又は効果があると思われる教材】



問8 消費者教育に関する保育士・教職員向けに必要な知識や情報は何か。(2つまで回答)

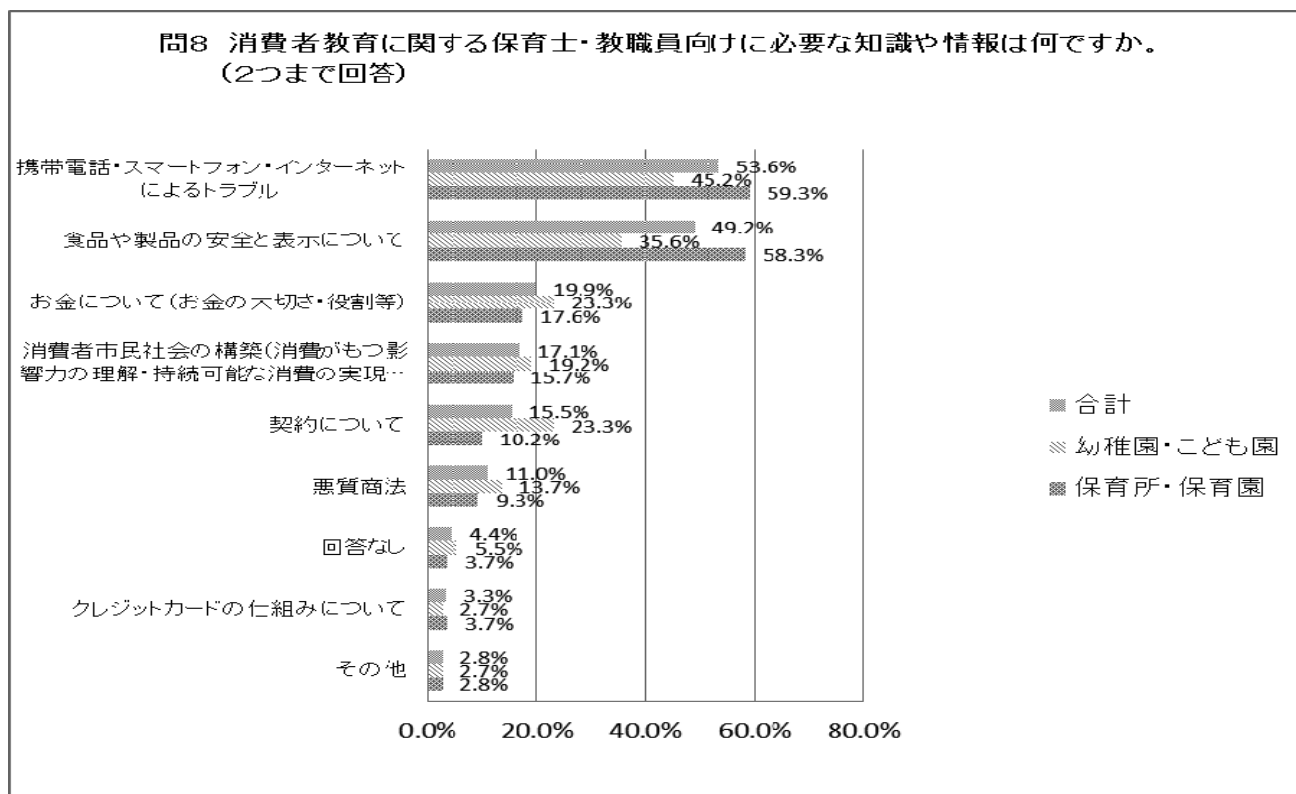
全体では、「携帯電話・スマートフォン・インターネットによるトラブル」(53.6%)、「食品や製品の安全と表示について」(49.2%)が突出しており、次いで「お金について(お金の大切さ・役割等)」(19.9%)の順となっています。

「その他」(2.8%)は、「消費者教育についての情報」、「エコ教育」、「保育士や教職員が保護者への指導として必要な情報としたら『1』と『4』だと思いますが、消費者としての必要な知識ならば全部必要だと思います」、「一般常識」などです。

【図表Ⅲ-15：保育士・教職員向けに必要な知識や情報】

質問項目	保育所・保育園		幼稚園・こども園		合計	
	回答数	割合%	回答数	割合%	回答数	割合%
1 契約について	11	10.2%	17	23.3%	28	15.5%
2 悪質商法	10	9.3%	10	13.7%	20	11.0%
3 お金について(お金の大切さ・役割等)	19	17.6%	17	23.3%	36	19.9%
4 携帯電話・スマートフォン・インターネットによるトラブル	64	59.3%	33	45.2%	97	53.6%
5 クレジットカードの仕組みについて	4	3.7%	2	2.7%	6	3.3%
6 食品や製品の安全と表示について	63	58.3%	26	35.6%	89	49.2%
7 消費者市民社会の構築(消費がもつ影響力の理解・持続可能な消費の実現など)	17	15.7%	14	19.2%	31	17.1%
8 その他	3	2.8%	2	2.7%	5	2.8%
9 回答なし	4	3.7%	4	5.5%	8	4.4%
計	195	180.6%	125	171.2%	320	176.8%

【図表Ⅲ-16：保育士・教職員向けに必要な知識や情報】



問9 その他、消費者教育・啓発について、ご意見等ありましたらご記入ください。

【保育所・保育園】

- 乳幼児期になんでも教えようとするのは危険では。
- 保育所の子どもたちに向けての「教育」がピンときませんが、生きる力を身に付けていく場所が保育所ですので、回答しづらいアンケートでした。お役に立てずに申し訳ありません。
- 「消費者教育」とはどのようなものか乳幼児期の子どもたちには適切な言葉が見つからなかった。物を大事にする、人を大事にする、危険な場所や物を知る、約束やきまりを守るなどは、乳幼児期の教育保育として大事なことと思い、その心や態度が育つように保育はしているが、それが消費者教育という意識はない。
- 保育園では消費者教育をするという意識では取り組んでいません。しかし、お店屋さんごっこや公共交通機関の利用を通してお金について自然と学んでいるようです。
- 改めて「消費者教育」として捉えるとともに日頃から家庭と保育園の生活の中で培われていくものと思い、子どもたちと常に考える機会を持ちたいです。
- 当園は乳児保育園なので、子どもたちに行える教育も限られてしまっていますが、身の回りのものを大切にすること、協力することの大切さ、くらしの中の危険や安全な物の使い方等は知らせていくことができるので、気を付けて知らせていきたいと感じました。
- 社会の一人として育っていくために年齢は何歳からではなく0歳からでも出来ることをしています。
- 園児が0歳～2歳と小さいので、保育の中ではお買い物ごっこや夏まつりなどでチケットや紙のコインと交換して物をもらう（買う）体験や、散歩に行ってお店で大根など野菜を保育士が買う体験（お金を払うことやその際のやりとり、品物を選ぶことも）を見せたりしています。
- 巡回して専門的に伝えて頂けると、よりありがたいです。
- 幼児・小学生の万引きについてどのような教育をしたらよいか方法が知りたいです（心の部分もあり難しい点も多いと思いますが）。
- 子どもへの消費者教育の取り組み方法が分からない。
- 消費者教室についてどのような取り組みをしているのか実践事例があれば参考にしたいです。

- 保育士に対する研修の場があればと思います。
- 幼児期にお金の大切さをどの程度まで理解させたら良いのだろうかと思うところがあります。その辺りの指導で何か参考になる教材がありましたらお願いしたいです。
- 「消費者教育」は保育所に縁がないと思っていましたが、アンケートを記入しながら考えたら概念が覆りました。できることをこれからしていきたいと思います。

【幼稚園・こども園】

- 幼児期は社会性が育つ大事な時期で様々な経験（遊び）が小学校以降の教育の素地になっていると思います。たとえばお店屋さんごっこ等では物のやり取り、金銭感覚、言葉「いらっしゃいませ」「ありがとう」などいわゆる消費者教育につながる学びがいっぱいあります。このように「幼児教育においても学んでいる」ということを理解してもらい、啓発していくことが必要だと考えます。
- 幼児期の教育は、科目にしばられたものでなく日々の活動生活の中で物やお金の価値、人間同士のかわりを伝えていくので、各保育者がそれを理解し、実践しているので、特に必要なものはなく一般的感性と教材作りが出来れば良いと考えています。
- 当園は毎年子どもバザーを実施し、子どもが現金を使いお買い物ごっこをするので、その時にお金の大切さや、物を大切に作る心や、買い物で困っている年少さんを年長児がフォローする光景がよく見受けられます。
- 幼児に対しての「消費者教育」というのはあまり意味がないと思われます。勿論、物を大事に使う等は、日常的に指導しますが、子どもたち（6歳以下）は、基本的に「消費者」とは呼べないと思います。むしろ小さな子どもを持つ「親」たちに教育をほどこすべきだと考えます。子どもたちは親から物を買って与えてもらう立場ですので幼稚園での「消費者教育」は成立しないと思います。
- 保育士・教員に対して消費者教育を行っていないので、今後はぜひ取り入れてみたいと思います。
- 無駄なものを買わない、各家庭でも節電する、食料品の品物の提示をはっきりする。
- 具体的事例の紹介などを、資料としてまとめて頂ければと思います。
- アンケートのきちんとした回答になっていないような気がしますが、意識をもって、物の大切さを人に対する関わり、思いへと導いています。物を大切に出来る子は自分も他者も大切にできることはもちろん、それは人生を豊かにする、そして、お金に対しても言えると考えています。

3 小学校・中学校・高校

小学校・中学校・高校では、学習指導要領に消費者教育が授業として位置づけられています。

アンケート結果は、学齢が進むにつれて、消費者教育に関する状況や課題等がどのように変化していくのかを比較するために、小学校・中学校・高校をまとめて掲載しています。

なお、特別支援学校については、小学校・中学校・高校のアンケートを使用したため、各学校の集計に含まれています。しかしながら、特別支援学校で指導に当たっている教師の皆様には、障がいの種類や程度も多様な子どもたちを教育する中で、アンケートは答えにくい質問となり、回答には苦慮されたようです。

学校教育においては、幼児、児童及び生徒の「生きる力」を育むことを目指し、生涯にわたり学習する基盤が培われるよう、基礎的な知識及び技能を習得させるとともに、これらを活用して課題を解決するために必要な思考力、判断力、表現力等の能力を育み、主体的に学習に取り組む態度を養うことを理念としています。

また、平成18年に改正された教育基本法（平成18年法律第120号）においては、教育の目標として、「自主及び自律の精神を養うとともに、職業及び生活との関連を重視することや、主体的に社会の形成に参画し、その発展に寄与する態度を養うこと」が規定されました。

これらを踏まえ、平成20年及び21年に改訂された小・中・高校の学習指導要領においては、社会科、公民科、家庭科、技術・家庭科などを中心に消費者教育に関する教育内容が充実されました。

さらに、新学習指導要領では、例えば、小学校家庭科において、物や金銭の大切さに気付き、計画的な使い方を考えることや、身近な物の選び方、買い方を考え、適切に購入できること、などを指導することとしています。

中学校では、社会科（公民的分野）において、金融の仕組みや働き、消費者の自立の支援なども含めた消費者行政を指導するほか、技術・家庭科（家庭分野）において、自分や家族の消費生活に関心を持ち、消費者の基本的な権利と責任について理解させることや、販売方法の特徴について知り、生活に必要な物資・サービスの適切な選択、購入及び活用ができることなどを指導することとしています。

高校では、公民科において、消費者に関する問題を指導するほか、家庭科において、消費生活の現状と課題や消費者の権利と責任、消費生活と生涯を見通した経済の計画、契約、消費者信用及びそれらをめぐる問題や消費者の自立と支援などを指導することとしています。

また、特別支援学校では、障がいのある子どもたちが自立し、社会参加するために必要な力を培うため、子ども一人ひとりの教育的ニーズを把握し、その可能性を最大限に伸ばし、生活や学習上の困難を改善または克服するため、適切な指導及び必要な支援を行なっています。

このように、学校においては、教育活動の全体を通じて、幼児、児童及び生徒の発達の段階に応じた消費者教育を推進することとしています。

なお、アンケート結果からは、「他の優先課題があり取り組めない」、「活用できる教材が少ない」などが課題として挙げられ、「児童・生徒向けの教材の作成・配布」、「効果的な実践事例の紹介」、「携帯電話・スマートフォン・インターネットによるトラブル」などに関する情報や教材の必要性が高いことが分かりました。これは、「福岡県消費生活に関する県民意識調査報告書（平成26年2月）」とほぼ同様の傾向を示しています。

問1 消費者教育に関する授業を行っている教科を教えてください。(いくつでも回答)

各学校の1位と2位は、小学校では、「家庭科」(72.6%)、「社会科」(61.9%)、中学校では、「技術・家庭科」(90.7%)、「社会科」(77.8%)、高校では、「家庭科」(78.4%)、「公民科」(54.1%)の順となっており、この2教科で大半を占めています。

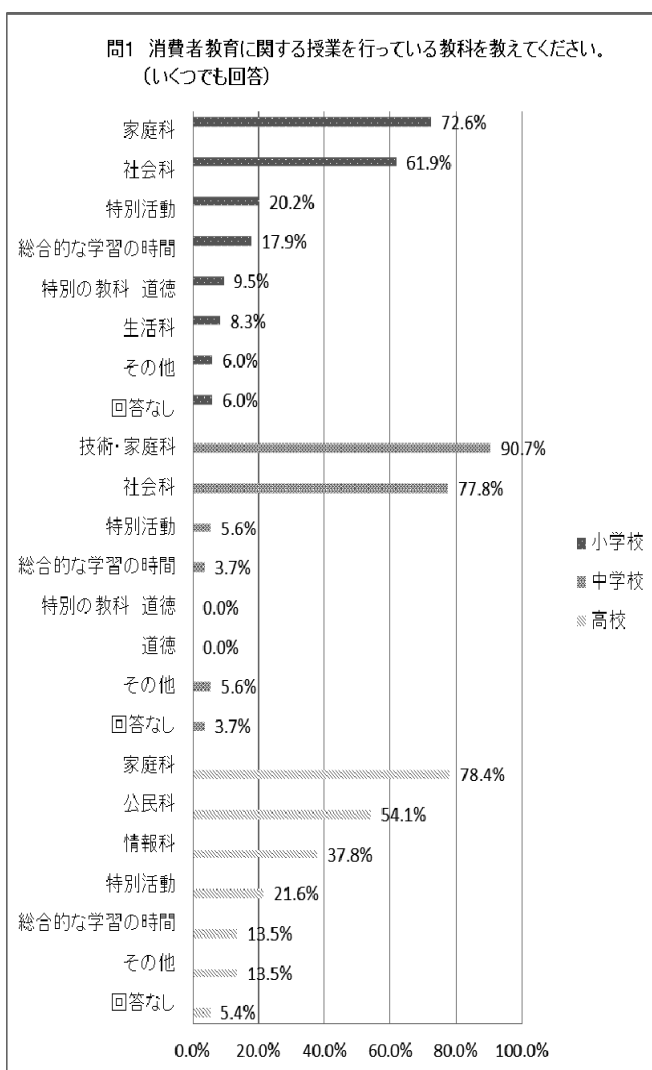
そのほかで比率が高い教科は、小学校では「特別活動」(20.2%)や「総合的な学習の時間」(17.9%)、高校では、普通高校や商業高校・工業高校などの実業高校があり、「情報科」(37.8%)が3位のほか、「特別活動」(21.6%)、「総合的な学習の時間」(13.5%)、「その他」(13.5%)と多様な教科の中で取り組まれています。

また、「その他」の内容は、小学校では、「特別支援の自立活動」、「規範意識育成」、「お店紹介」、「学級指導」、「情報の時間」などとなっています。中学校では記述がなく、高校では、「生活単元学習」、「進路に関する学習(社会生活学習)」、「商業科」、「若年者啓発出前講座」などとなっています。

【図表Ⅲ-17：授業を行っている教科】

質問項目	小学校		中学校		高校	
	回答数	割合%	回答数	割合%	回答数	割合%
1 社会科	52	61.9%				
2 生活科	7	8.3%				
3 家庭科	61	72.6%				
4 特別の教科 道徳	8	9.5%				
5 総合的な学習の時間	15	17.9%				
6 特別活動	17	20.2%				
7 その他	5	6.0%				
8 回答なし	5	6.0%				
計	170	202.4%				
1 社会科			42	77.8%		
2 技術・家庭科			49	90.7%		
3 特別の教科 道徳			0	0.0%		
4 総合的な学習の時間			2	3.7%		
5 道徳			0	0.0%		
6 特別活動			3	5.6%		
7 その他			3	5.6%		
8 回答なし			2	3.7%		
計			101	187.0%		
1 公民科					20	54.1%
2 家庭科					29	78.4%
3 情報科					14	37.8%
4 総合的な学習の時間					5	13.5%
5 特別活動					8	21.6%
6 その他					5	13.5%
7 回答なし					2	5.4%
計					83	224.3%

【図表Ⅲ-18：授業を行っている教科】



問2 消費者教育に関する授業を行っている学年を教えてください。（いくつでも回答）

小学校では、「5年生」(84.5%)、「6年生」(77.4%)と高学年で多く授業が行われています。次いで「3年生」(31.0%)、「4年生」(22.6%)の順で、「1年生」と「2年生」の割合は1桁台となっています。

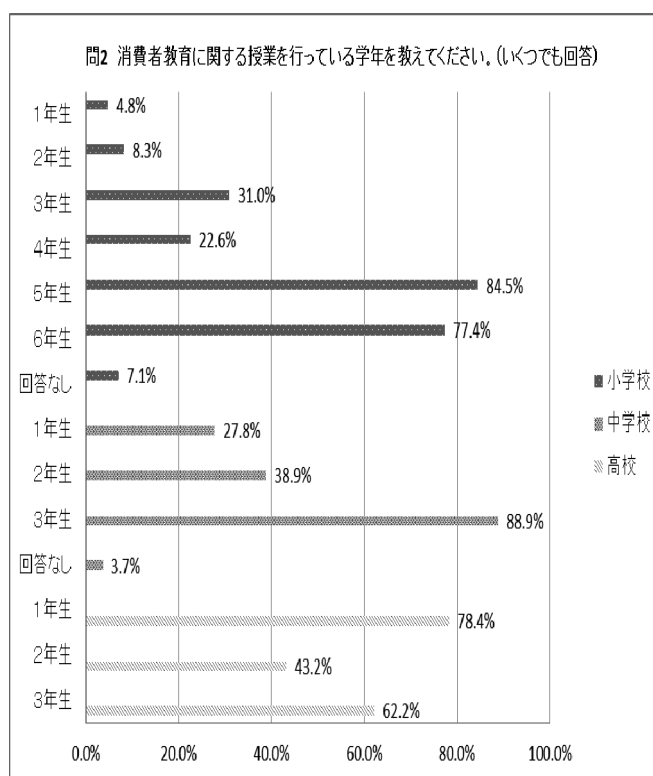
中学校では、「3年生」(88.9%)が突出して高く、義務教育の最終学年として必要な知識の学習という状況の表れだと考えられます。次いで「2年生」(38.9%)、「1年生」(27.8%)の順となっています。

高校では、「1年生」(78.4%)、「3年生」(62.2%)、「2年生」(43.2%)の順となっています。また、中高一貫校では、「グループ別での実施」や「1年生は普通科、3年生は工業科」、「1年生は情報科、2年生は家庭科、3年生は公民科」と学年毎に科目を変えるといった状況も見られます。

【図表Ⅲ-19：授業を行っている学年】

質問項目	小学校		中学校		高校	
	回答数	割合%	回答数	割合%	回答数	割合%
1 1年生	4	4.8%				
2 2年生	7	8.3%				
3 3年生	26	31.0%				
4 4年生	19	22.6%				
5 5年生	71	84.5%				
6 6年生	65	77.4%				
8 回答なし	6	7.1%				
計	198	235.7%				
1 1年生			15	27.8%		
2 2年生			21	38.9%		
3 3年生			48	88.9%		
4 回答なし			2	3.7%		
計			86	159.3%		
1 1年生					29	78.4%
2 2年生					16	43.2%
3 3年生					23	62.2%
計					68	183.8%

【図表Ⅲ-20：授業を行っている学年】



問3 消費者教育に関する授業の内容を教えてください。（いくつでも回答）

全体のベスト3は、「情報とメディア（情報社会のルールやモラルなど）」(74.9%)、「金銭管理や経済知識」(64.6%)、「消費者被害防止（悪質商法その他の対処法）」(52.6%)の順で、いずれも高い数値を示しています。

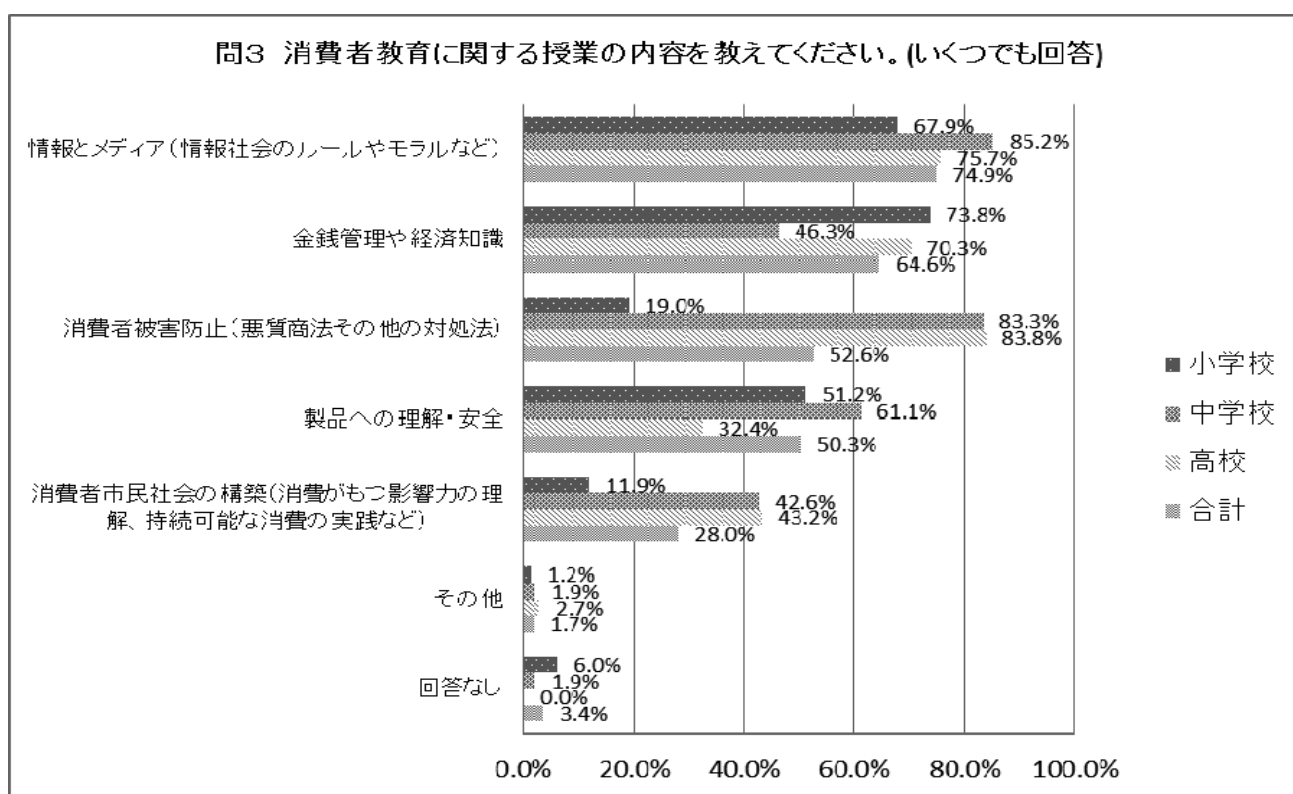
また、「消費者被害防止（悪質商法その他の対処法）」は、小学校(19.0%)に比べ、中学校(83.3%)、高校(83.8%)は非常に高い数値となっています。

こうした状況は、学齢が上がるにつれて、スマートフォン等の情報通信機器の所有率が急激に上がり、それに伴う情報モラルの問題や、ゲーム等の課金による多額請求、ワンクリック詐欺等への早急かつ現実的な対応が必要になっていることからではないかと考えられます。

また、「消費者市民社会の構築（消費がもつ影響力の理解、持続可能な消費の実践など）」は、小学校（11.9%）に比べ、中学校（42.6%）、高校（43.2%）と学齢が上がるにつれて比率が高くなっています。

「その他」は、小学校では「買い物学習」、中学校では「消費者の権利・責任・法律」、「賞味期限の見方」、高校では「携帯電話による金銭の問題」などでした。

【図表Ⅲ-21：消費者教育に関する授業の内容】



【図表Ⅲ-22：消費者教育に関する授業の内容】

質問項目	小学校		中学校		高校		合計	
	回答数	割合%	回答数	割合%	回答数	割合%	回答数	割合%
1 消費者被害防止(悪質商法その他の対処法)	16	19.0%	45	83.3%	31	83.8%	92	52.6%
2 金銭管理や経済知識	62	73.8%	25	46.3%	26	70.3%	113	64.6%
3 製品への理解・安全	43	51.2%	33	61.1%	12	32.4%	88	50.3%
4 情報とメディア(情報社会のルールやモラルなど)	57	67.9%	46	85.2%	28	75.7%	131	74.9%
5 消費者市民社会の構築(消費がもつ影響力の理解、持続可能な消費の実践など)	10	11.9%	23	42.6%	16	43.2%	49	28.0%
6 その他	1	1.2%	1	1.9%	1	2.7%	3	1.7%
7 回答なし	5	6.0%	1	1.9%	0	0.0%	6	3.4%
計	194	231.0%	174	322.2%	83	224.3%	451	257.7%

問4 教科書以外に使用した教材はありますか。(いずれかを回答)

全体では、「ない」(74.3%)が、「ある」(25.1%)を大きく上回っています。また、「ある」と答えた割合は、小学校(10.7%)、中学校(27.8%)、高校(54.1%)と学齢が上がるにつれて高くなっています。

小学校では、特に、「ない」(88.1%)が、「ある」(10.7%)を大きく上回っています。「ある」と答えた具体的な教材は、「人権教育教材集新版いのち」、「新版いのち4～6年用」、「よいこの社会科」、「税金に関する資料」、「生活単元学習資料」、「NPO 法人の方が持ち込まれたパワーポイント資料」、「DVD」等となっています。

中学校では、「ない」(72.2%)と「ある」(27.8%)の割合の差は、小学校より若干小さくなっています。「ある」と答えた具体的な教材は、「消費者庁のホームページに載っていた事例」、「消費生活センターや市からの広報物」、「家計管理マイスターシール」、「悪質商法対策ゲーム」、「クレジットカードなどの使い方のパンフレット」、「消費者教育ポータルサイト」、「新聞」、「ビデオ」、「技術・家庭科のワークブック」、「消費生活センター等のDVD」となっています。

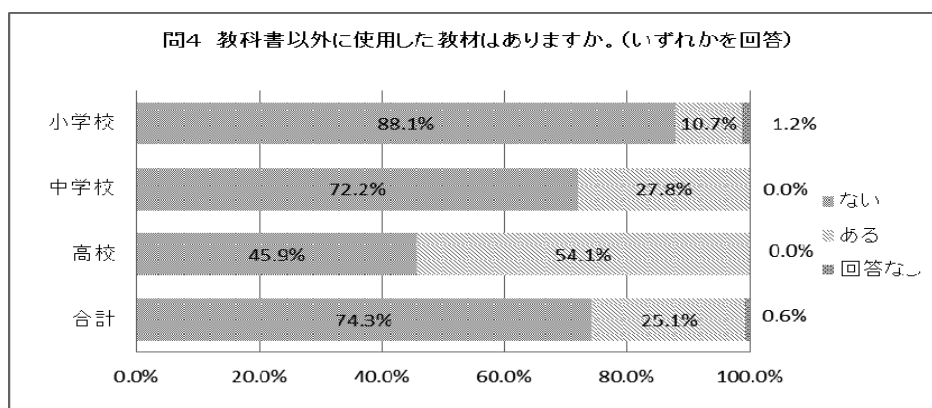
高校では初めて、「ある」(54.1%)が「ない」(45.9%)を上回っています。「ある」と答えた具体的な教材は、「消費者庁や消費生活センター制作のDVD(『あなたがもし消費者トラブルにあったら』『悪質商法・振り込め詐欺』等)」、「外部講師持参や福岡県消費生活センター作成等のパンフレット類」、「見てわかる社会生活ガイドシアーズ金銭学習」、「副教材・ポイント整理 情報モラル」、「新聞記事」、「パワーポイントデータ」、「全国銀行協会の生活設計・マネープランゲーム」、「家庭科、公民科の資料集」などでした。

これらのことから、低学齢ほど教科書以外に使用できる教材が少ないことがわかります。

【図表Ⅲ-23：教科書以外に使用した教材の有無】

質問事項	小学校		中学校		高校		合計	
	回答数	割合%	回答数	割合%	回答数	割合%	回答数	割合%
1 ある→ (具体的に:)	9	10.7%	15	27.8%	20	54.1%	44	25.1%
2 ない	74	88.1%	39	72.2%	17	45.9%	130	74.3%
3 回答なし	1	1.2%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.6%
計	84	100.0%	54	100.0%	37	100.0%	175	100.0%

【図表Ⅲ-24：教科書以外に使用した教材の有無】



問5 外部講師による授業を行いましたか。(いずれかを回答)

全体では、「行っていない」(70.9%)が、「行った」(29.1%)を大きく上回っています。また、「行った」と答えた割合は、高校(54.1%)、小学校(28.6%)、中学校(13.0%)の順でした。

「行った」と答えた具体的な内容は、小学校では、「NPO 法人子どもとメディア」による講演（例えば、「子どもとメディア」、「情報とメディア」、「ネットモラルとルール」、「ネットトラブル」、「ケータイ・スマホの危険」など。）、「税務署による税金教室（この中で悪質商法も含めて）」などでした。

中学校では、「ネット被害」、「情報とメディア」、「子どもとメディア」、「情報社会のルールやモラル」「携帯安全教室（ネットトラブル防止等）」、「いじめ防止インターネット使用教室」、「暴力団排除教室」、などでした。

高校では、「行った」(54.1%)が「行っていない」(45.9%)を唯一上回り、半数以上が外部講師による授業を行っていることが分かりました。

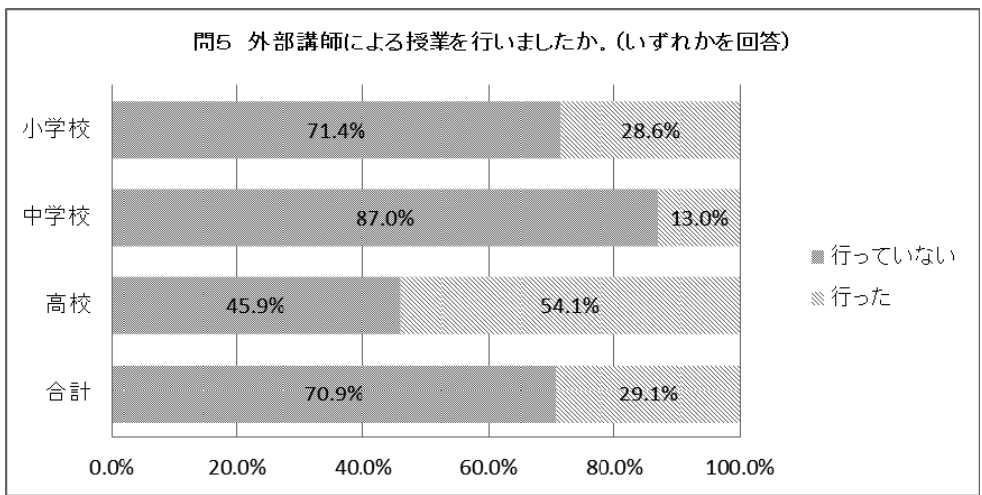
具体的には、「警察署員」、「司法書士会」、「NTT」、「銀行員」、「NPO 法人子どもメディア」、「消費生活専門相談員（北九州市立消費生活センター）」などによる「悪質商法と対処法」、「金銭管理や経済知識・生活設計」、「金銭学習」、「規範教育」、「消費者講座」、「情報社会のモラルやマナー」などの講話や出前講座などでした。

こうした状況から、外部講師による授業では、小学校・中学校は、「情報モラルやマナー、ネットトラブル」に関するものが大半を占め、高校では、「情報も含めて、金銭管理や経済知識、生活設計、悪質商法とその対処法」など消費活動全般に広がりが見られます。

【図表Ⅲ-25：外部講師による授業の有無】

質問項目	小学校		中学校		高校		合計	
	回答数	割合%	回答数	割合%	回答数	割合%	回答数	割合%
1 行った → (具体的に:	24	28.6%	7	13.0%	20	54.1%	51	29.1%
2 行っていない	60	71.4%	47	87.0%	17	45.9%	124	70.9%
計	84	100.0%	54	100.0%	37	100.0%	175	100.0%

【図表Ⅲ-26：外部講師による授業の有無】



問6 消費者教育を推進するに当たって、課題となっていることを選んでください。（2つまで回答）

全体で突出しているのは、「他の優先課題があり取り組めない」（48.6%）、「活用できる教材が少ない」（39.4%）、であり、これはどの学齢でも同様でした。

また、「どのような取り組みをすればよいか分からない」、「指導者や講師となる人材が少ない」は、小学校で3割近くの高い数値となっていますが、中学校、高校と学齢が高くなるにつれて、その割合は低くなっています。このことから、学齢の低い段階では、児童・生徒の理解できる範囲が狭く、どのように取り組めば効果的なのかということに苦慮している状況が伺われます。

小学校では、「他の優先課題があり取り組めない」（53.6%）、「活用できる教材が少ない」（44.0%）、「どのような取り組みをすればよいか分からない」（28.6%）、「指導者や講師となる人材が少ない」（26.2%）の順となっています。

「その他」（4.8%）は、「学力向上、体力向上の取り組みなどに比べるとどうしても後回しにされてしまいがち」、「スタンダードカリキュラムにない」、「生活に生きる学習のため小学部1年生から6年生までの積み重ねが必要」などでした。

中学校では、「活用できる教材が少ない」（38.9%）、「他の優先課題があり取り組めない」（35.2%）、「教員のスキルアップを図る研修等の機会がない」（16.7%）、「予算がない」（14.8%）の順となっています。

「その他」（14.8%）は、「教科指導、〇〇教育ということが多々あり、年間教育活動として取り込みにくい」、「教育課程での時間が決まっているので深く考えられない」、「多くの時間を使うことができないので深く学習はできていない」、「授業以外で行う時間がとれない」といった時間に関する課題が多いようです。

また、「社会の変化への対応」、「時代の流れについていけない」、「犯罪、SNSと常に進化していく為、教材を作るのが大変」など、内容や教材についても苦慮しているようです。

さらに、特別支援学校からは「知的障害（重度、軽度）の生徒にまず教えなければならないこととは何か教えてほしい」といった学校現場の現実的な声が聞かれました。一方、「授業で取り扱いやすいし、特に感じている課題はない」といった意見もありました。

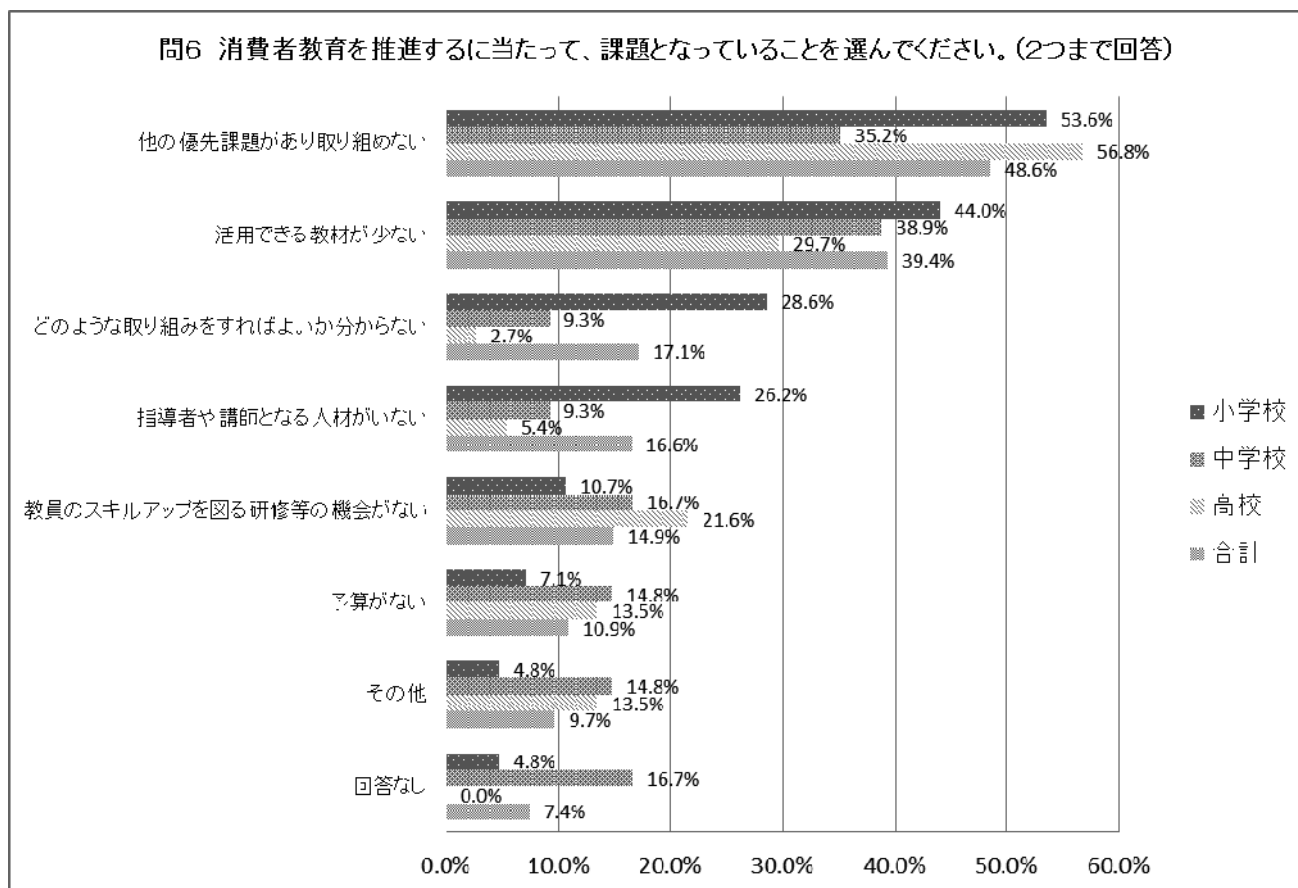
【図表Ⅲ-27：消費者教育推進の課題】

質問項目	小学校		中学校		高校		合計	
	回答数	割合%	回答数	割合%	回答数	割合%	回答数	割合%
1 どのような取り組みをすればよいか分からない	24	28.6%	5	9.3%	1	2.7%	30	17.1%
2 指導者や講師となる人材が少ない	22	26.2%	5	9.3%	2	5.4%	29	16.6%
3 活用できる教材が少ない	37	44.0%	21	38.9%	11	29.7%	69	39.4%
4 予算がない	6	7.1%	8	14.8%	5	13.5%	19	10.9%
5 他の優先課題があり取り組めない	45	53.6%	19	35.2%	21	56.8%	85	48.6%
6 教員のスキルアップを図る研修等の機会がない	9	10.7%	9	16.7%	8	21.6%	26	14.9%
7 その他	4	4.8%	8	14.8%	5	13.5%	17	9.7%
8 回答なし	4	4.8%	9	16.7%	0	0.0%	13	7.4%
計	151	179.8%	84	155.6%	52	140.5%	287	164.0%

高校では、「他の優先課題があり取り組めない」(56.8%)、「活用できる教材が少ない」(29.7%)、「教員のスキルアップを図る研修等の機会がない」(21.6%)、「予算がない」(13.5%)の順となっています。

「その他」(13.5%)は、「2単位(週に2時間)の授業で様々な分野を取り扱っており、授業時間を充分確保することが難しい」、「単位数減により時間不足(家庭科)」、「学校全体で消費者教育を推進する体制づくりが難しいため、一部を対象に実施している」、「時間数は多く取れないが、必ず行っている」など、時間の確保に関するものでした。

【図表Ⅲ-28：消費者教育推進の課題】

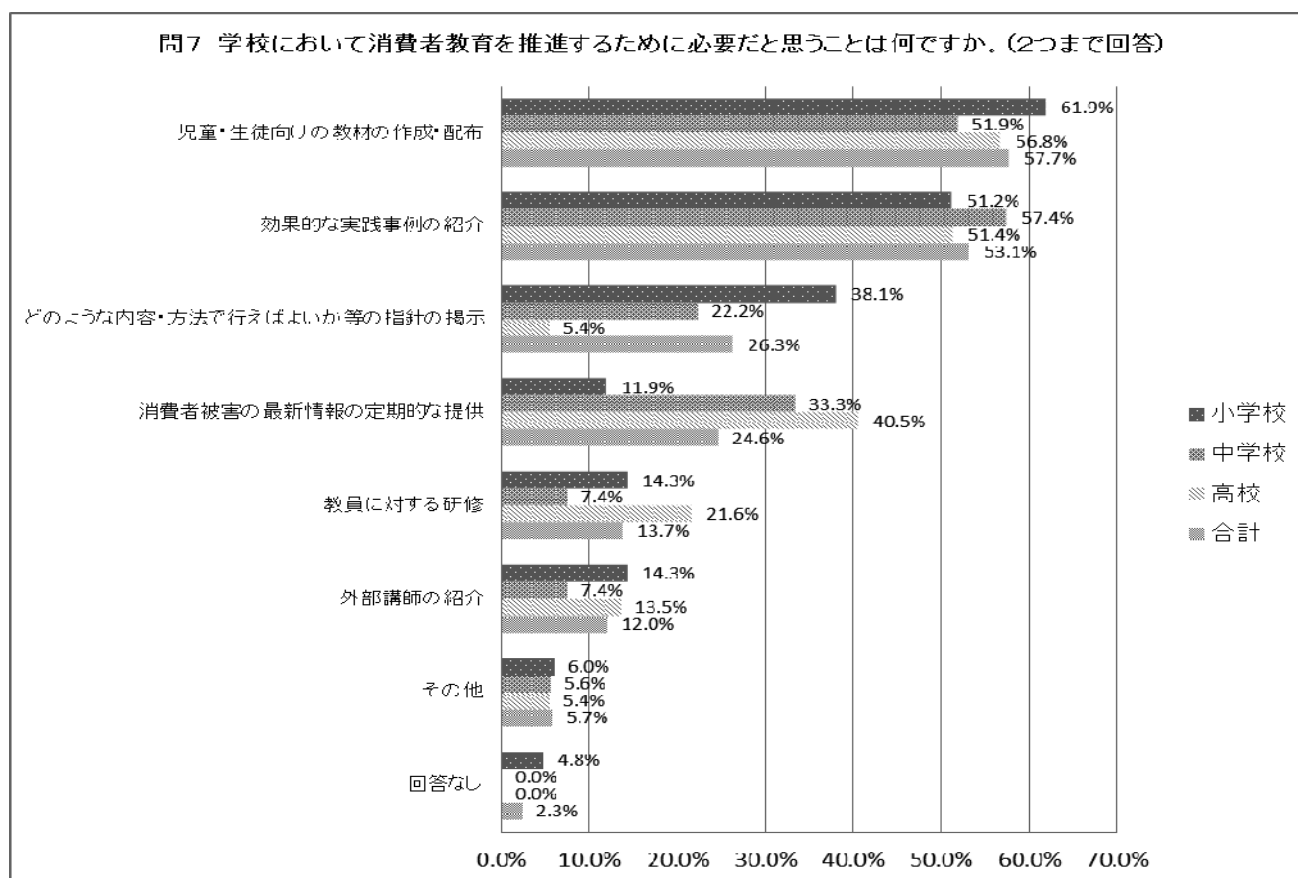


問7 学校において消費者教育を推進するために必要だと思うことは何ですか。(2つまで回答)

全体では、「児童・生徒向けの教材の作成・配布」(57.7%)、「効果的な実践事例の紹介」(53.1%)が高い数値を示し、学齢を問わず同様の傾向となっており、教材や実践事例提供の必要性が高いことが分かります。

小学校では、「児童向けの教材の作成・配布」(61.9%)、「効果的な実践事例の紹介」(51.2%)、「どのような内容・方法で行えばよいか等の指針の掲示」(38.1%)の順となっています。「その他」(6.0%)は、「時間的確保」、「スタンダードカリキュラム内の位置づけ」、「消費者教育とまではいなくても買い物学習に必要なことをきちんと学習に位置づけ、選ぶ。支払いなど子どもたちにお金を支払って物を買うことを学ばせる」などでした。

【図表Ⅲ-29：消費者教育推進に必要なと思うこと】



中学校では、「効果的な実践事例の紹介」(57.4%)、「生徒向けの教材の作成・配布」(51.9%)、「消費者被害の最新情報の定期的な提供」(33.3%)の順となっています。「その他」(5.6%)は、「教材研究の時間確保」、「授業の中でしっかり指導をしていくことが重要であるため、教員の授業力を向上させていく」などでした。

高校では、「生徒向けの教材の作成・配布」(56.8%)、「効果的な実践事例の紹介」(51.4%)、「消費者被害の最新情報の定期的な提供」(40.5%)の順となっています。「その他」(5.4%)は、「学級内での組織・体制づくり」、「3年間の教科を超えてのカリキュラム」、「消費者教育＝キャリア教育＝ライフプランを考える」などでした。

【図表Ⅲ-30：消費者教育推進に必要なと思うこと】

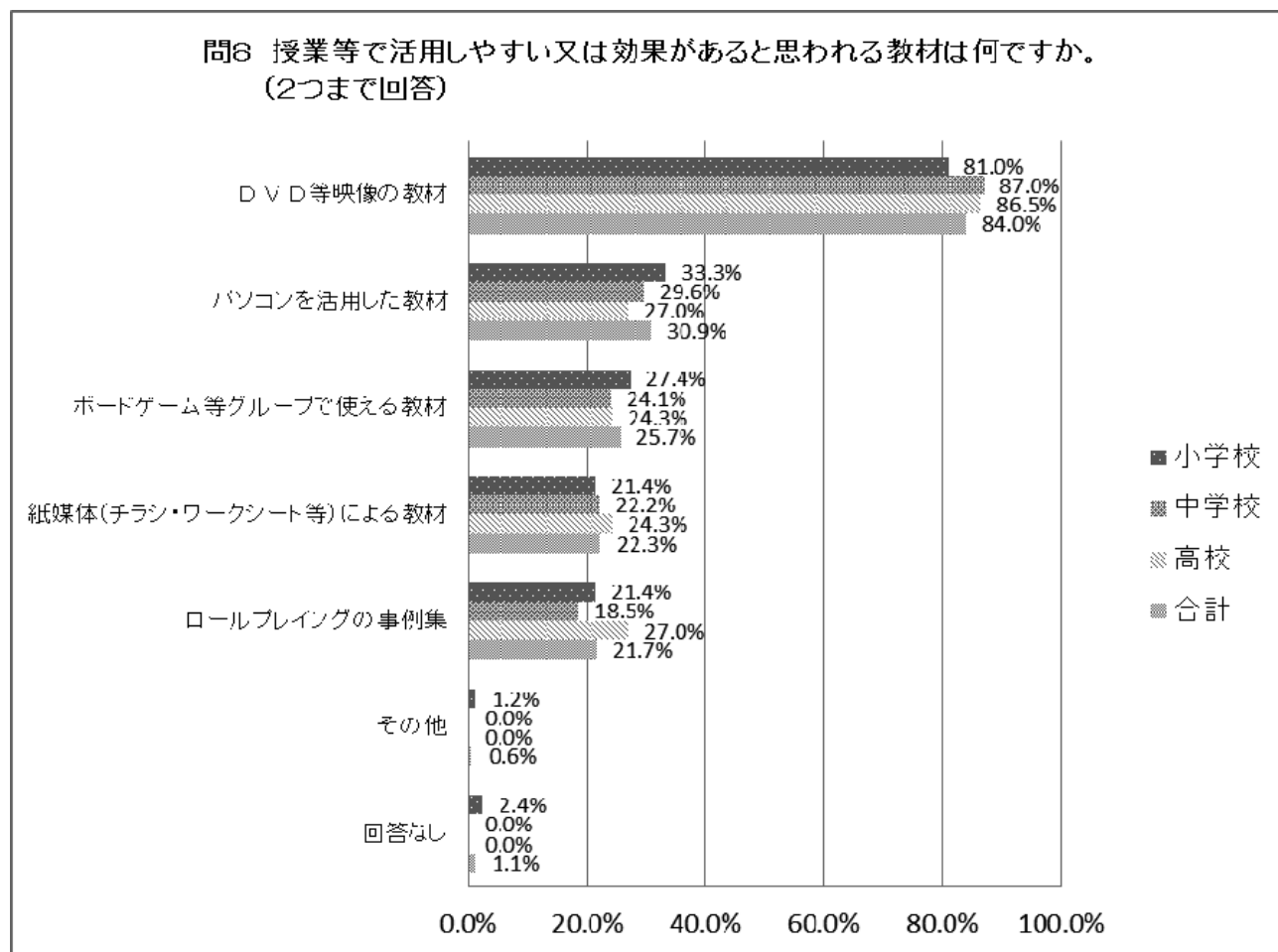
質問項目	小学校		中学校		高校		合計	
	回答数	割合%	回答数	割合%	回答数	割合%	回答数	割合%
1 どのような内容・方法で行えばよいか等の指針の掲示	32	38.1%	12	22.2%	2	5.4%	46	26.3%
2 効果的な実践事例の紹介	43	51.2%	31	57.4%	19	51.4%	93	53.1%
3 消費者被害の最新情報の定期的な提供	10	11.9%	18	33.3%	15	40.5%	43	24.6%
4 児童・生徒向けの教材の作成・配布	52	61.9%	28	51.9%	21	56.8%	101	57.7%
5 教員に対する研修	12	14.3%	4	7.4%	8	21.6%	24	13.7%
6 外部講師の紹介	12	14.3%	4	7.4%	5	13.5%	21	12.0%
7 その他	5	6.0%	3	5.6%	2	5.4%	10	5.7%
8 回答なし	4	4.8%	0	0.0%	0	0.0%	4	2.3%
計	170	202.4%	88	163.0%	70	189.2%	328	187.4%

問8 授業等で活用しやすい又は効果があると思われる教材は何ですか。(2つまで回答)

全体では、「DVD等映像の教材」(84.0%)がいずれの年齢でも突出して高い数値を示し、次に「パソコンを活用した教材」(30.9%)の順となっています。このことから、視聴覚に訴える教材が最も活用しやすく効果があるとの意見が大半であることが分かります。

「その他」(0.6%)は、小学校で、「学習後、近くのお店へ行き、実践をすること」でした。

【図表Ⅲ-31：活用しやすい又は効果があると思われる教材】



【図表Ⅲ-32：活用しやすい又は効果があると思われる教材】

質問項目	小学校		中学校		高校		合計	
	回答数	割合%	回答数	割合%	回答数	割合%	回答数	割合%
1 DVD等映像の教材	68	81.0%	47	87.0%	32	86.5%	147	84.0%
2 パソコンを活用した教材	28	33.3%	16	29.6%	10	27.0%	54	30.9%
3 紙媒体(チラシ・ワークシート等)による教材	18	21.4%	12	22.2%	9	24.3%	39	22.3%
4 ボードゲーム等グループで使える教材	23	27.4%	13	24.1%	9	24.3%	45	25.7%
5 ロールプレイングの事例集	18	21.4%	10	18.5%	10	27.0%	38	21.7%
6 その他	1	1.2%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.6%
7 回答なし	2	2.4%	0	0.0%	0	0.0%	2	1.1%
計	158	188.1%	51	94.4%	38	102.7%	247	141.1%

問9 教職員向けに必要な、消費者教育に関する情報や知識は何ですか。(2つまで回答)

全体では、「携帯電話・スマートフォン・インターネットによるトラブル」(72.0%)が、いずれの学齢でも1位で、学齢が上がるにつれて約10ポイントずつ増加しています。

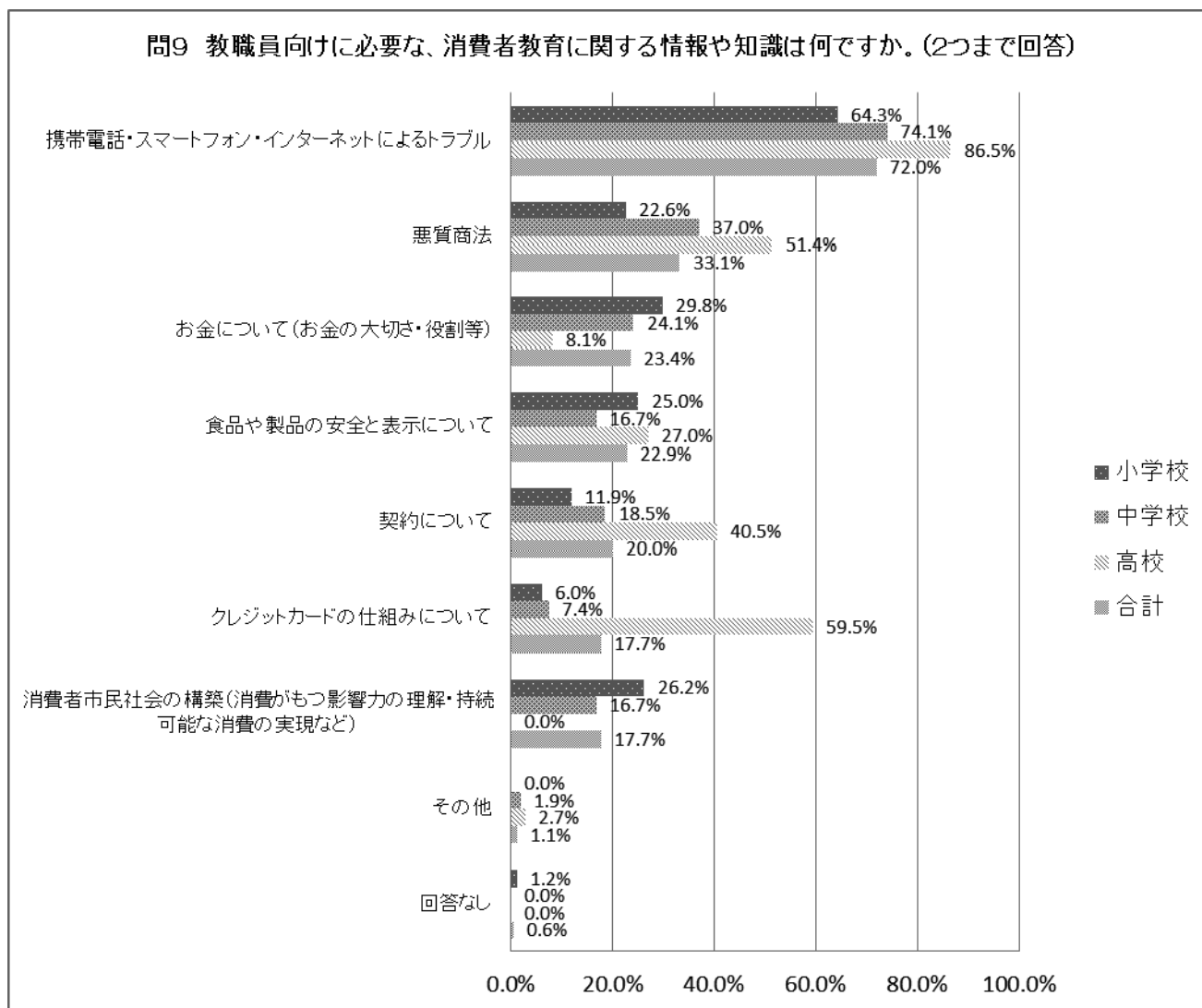
次は、「悪質商法」(33.1%)ですが、これも学齢が上がるにつれて約15ポイントずつ増加しています。

また、「お金について(お金の大切さ・役割等)」(23.4%)や「消費者市民社会の構築(消費がもつ影響力の理解・持続可能な消費の実現など)」(17.7%)などの基本的な事項は、学齢が上がるにつれて減少しています。

さらに、高校では、「消費者信用(クレジットカード、ローンの仕組み等)」(59.5%)や「契約・クーリングオフ制度について」(40.5%)など、高校生期になると消費活動も盛んになり、詐欺や消費者トラブルにも遭いやすくなる現状から、これらに対応したテーマの教材が望まれていると考えられます。

「その他」(1.1%)は、「多重債務の事例や状況等とその対策」となっています。

【図表Ⅲ-33：教職員向けに必要な情報や知識】



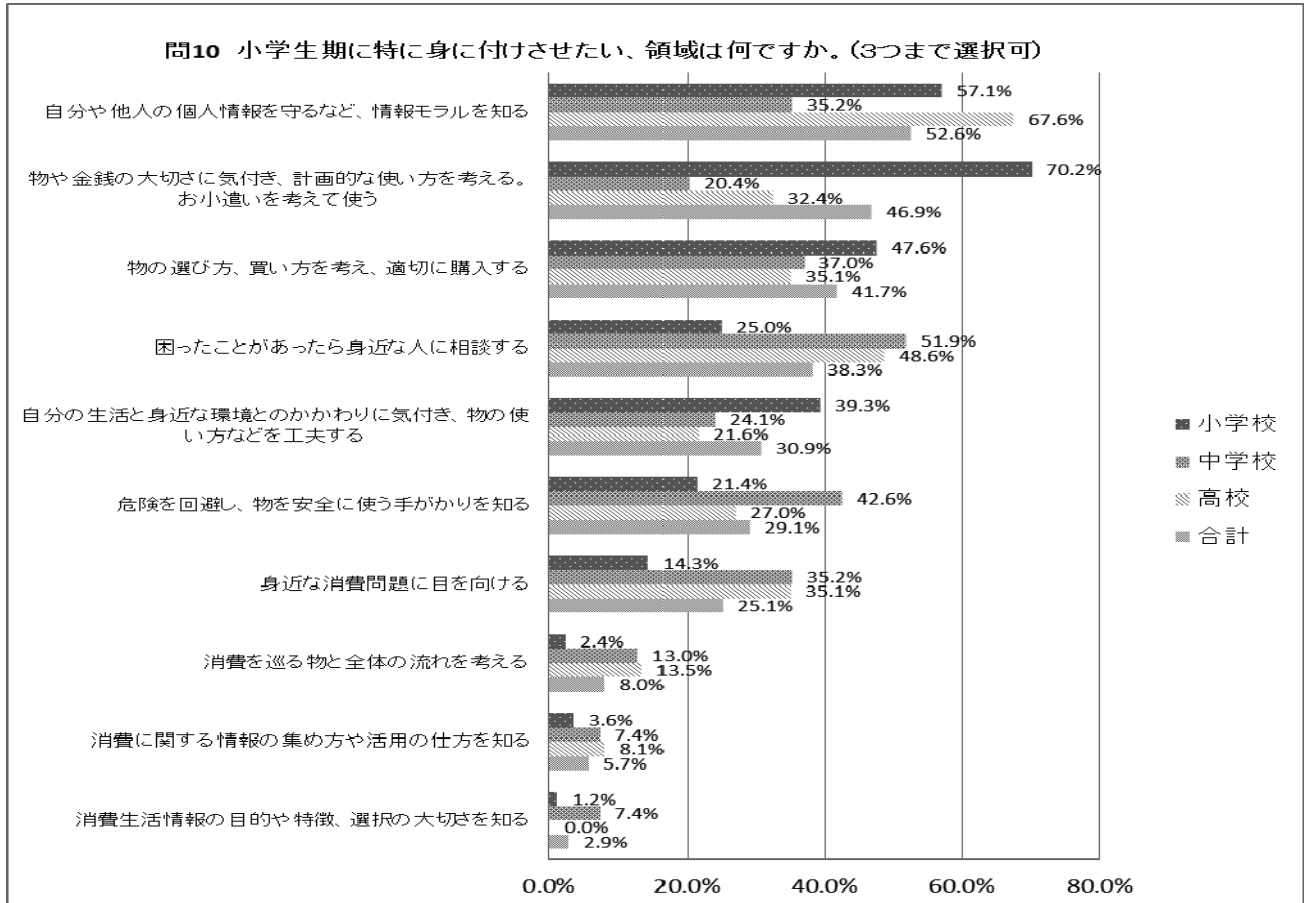
【図表Ⅲ-34：教職員向けに必要な情報や知識】

質問項目	小学校		中学校		高校		合計	
	回答数	割合%	回答数	割合%	回答数	割合%	回答数	割合%
1 契約について	10	11.9%	10	18.5%	15	40.5%	35	20.0%
2 悪質商法	19	22.6%	20	37.0%	19	51.4%	58	33.1%
3 お金について（お金の大切さ・役割等）	25	29.8%	13	24.1%	3	8.1%	41	23.4%
4 携帯電話・スマートフォン・インターネットによるトラブル	54	64.3%	40	74.1%	32	86.5%	126	72.0%
5 クレジットカードの仕組みについて	5	6.0%	4	7.4%	22	59.5%	31	17.7%
6 食品や製品の安全と表示について	21	25.0%	9	16.7%	10	27.0%	40	22.9%
7 消費者市民社会の構築（消費がもつ影響力の理解・持続可能な消費の実現など）	22	26.2%	9	16.7%	0	0.0%	31	17.7%
8 その他	0	0.0%	1	1.9%	1	2.7%	2	1.1%
9 回答なし	1	1.2%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.6%
計	157	186.9%	96	177.8%	87	235.1%	340	194.3%

問 10 小学生期・中学生期・高校生期に特に身に付けさせたい、領域は何ですか。（3つまで選択可）

全体では、「自分や他人の個人情報を守るなど、情報モラルを知る」(52.6%)、「物や金銭の大切さに気付き、計画的な使い方を考える。お小遣いを考えて使う」(46.9%)、「物の選び方、買い方を考え、適切に購入する」(41.7%)、「困ったことがあったら身近な人に相談する」(38.3%)と続いています。学齢が進むにつれてそれぞれの割合が特徴的に変化しています。

【図表Ⅲ-35：小学生期・中学生期・高校生期に特に身に付けさせたい領域】



小学校では、「物や金銭の大切さに気付き、計画的な使い方を考える。お小遣いを考えて使う」(70.2%)、「自分や他人の個人情報を守るなど、情報モラルを知る」(57.1%)、「物の選び方、買い方を考え、適切に購入する」(47.6%)の順となっています。

中学校では、「販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知る」(51.9%)、「危険を回避し、物を安全に使う手段を知り使う」(42.6%)、「商品を適切に選択するとともに、契約とそのルールを知り、よりよい契約の仕方を考える」(37.0%)の順となっています。

高校では、「望ましい消費社会のあり方や、情報モラル、セキュリティーについて考える」(67.6%)、「トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用方法を知る」(48.6%)、「身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に協働して取り組むことの重要性を理解する」(35.1%)、「適切な意思決定に基づいて行動する。契約とそのルールの活用について理解する」(35.1%)と続いています。

問10の「身に付けさせたい領域」と、問9の「教職員向けに必要な情報や知識」は表裏一体の関係性が見え、小学生期の基礎的な事項から高校生期へと発達段階が進むにつれて、具体的な消費活動に関する領域へと広がっていることが分かります。

【表Ⅲ-36：小学生期・中学生期・高校生期に特に身に付けさせたい領域…質問項目は小学校用】

質問項目	小学校		中学校		高校		合計	
	回答数	割合%	回答数	割合%	回答数	割合%	回答数	割合%
1 消費を巡る物と全体の流れを考える	2	2.4%	7	13.0%	5	13.5%	14	8.0%
2 自分の生活と身近な環境とのかかわりに気付き物の使い方などを工夫する	33	39.3%	13	24.1%	8	21.6%	54	30.9%
3 身近な消費問題に目を向ける	12	14.3%	19	35.2%	13	35.1%	44	25.1%
4 危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知る	18	21.4%	23	42.6%	10	27.0%	51	29.1%
5 困ったことがあったら、身近な人に相談する	21	25.0%	28	51.9%	18	48.6%	67	38.3%
6 物の選び方、買い方を考え、適切に購入する	40	47.6%	20	37.0%	13	35.1%	73	41.7%
7 物や金銭の大切さに気付き、計画的な使い方を考える。お小遣いを考えて使う	59	70.2%	11	20.4%	12	32.4%	82	46.9%
8 消費に関する情報の集め方や活用の仕方を知る	3	3.6%	4	7.4%	3	8.1%	10	5.7%
9 自分や他人の個人情報を守るなど、情報モラルを知る	48	57.1%	19	35.2%	25	67.6%	92	52.6%
10 消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知る	1	1.2%	4	7.4%	0	0.0%	5	2.9%
計	237	282.1%	148	274.1%	107	289.2%	492	281.1%

【表Ⅲ-37：中学生期・高校生期の設問項目】

中学校用	高校用
1 消費者の行動が環境や経済に与える影響を考える	1 生産・流通・消費・廃棄が、環境、経済や社会に与える影響を考える
2 消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践する	2 持続可能な社会を目指して、ライフスタイルを考える
3 身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考える	3 身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に協働して取り組むことの重要性を理解する
4 危険を回避し、物を安全に使う手段を知り使う	4 安全で危険の少ないくらしと消費社会を目指すことの大切さを理解する
5 販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知る	5 トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用方法を知る
6 商品を適切に選択するとともに、契約とそのルールを知り、よりよい契約の仕方を考える	6 適切な意思決定に基づいて行動する。契約とそのルールの活用について理解する
7 消費に関する生活管理の技能を活用する。買い物や貯金を計画的にする	7 主体的に生活設計を立ててみる。生涯を見通した生活経済の管理や計画を立てる
8 消費生活に関する情報の収集と発信の方法を身に付ける	8 情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考える
9 著作権や発信した情報への責任を知る	9 望ましい消費社会のあり方や、情報モラル、セキュリティーについて考える
10 消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを知る	10 消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを知る

問 11 その他、消費教育・啓発について、ご意見等ありましたらご記入ください。

【小学校】

- 教科書等のカリキュラムに位置付けなければ根付かない領域と思う。
- 小・中学校にはそれぞれ「北九州スタンダードカリキュラム」というものがあり、それぞれの学年がそれぞれの教科ごとにこまかく定められた時数で計画的に教育課程を進行している。
- 「消費者教育」といっても、枠が広すぎて扱いが難しい。発達段階に応じたカリキュラム等の研修があればと思う。
- 現在のところ社会科・家庭科の指導内容と関連を図りながら指導を行っている状況です。
- 消費者教育に特化した授業を行うに当たっては、何を、どのようにどの程度指導するのか等、学年の発達の段階を踏まえた具体的な指針があれば更に取り組みやすくなると考えられます。
- 北九州市の重要課題は学力向上と体力向上である。そのための授業時数を生み出すことの方が優先されるのです。
- 近年、〇〇教育、△△育という名のもとに様々なものが入ってきていて、正直困っている。どれも大切なのは分かるが、何でも学校に持ち込むべきものなのか再考していただきたい。
- 特別支援学校の小学部では、消費者という意識よりも買い物学習が中心になります。買いたい物を選ぶ、またお店の人とのやりとりなど生活に生きる学習に取り組んでいます。また、児童の実態に応じて金種を分ける。お金を数えるなどが必要な学習となってきます。
- ネットショッピングトラブル防止、お金の使い方等に関する概念についての啓発が必要である。
- 本校児童は、金銭によるトラブルが多い。友達におごったりおごってもらったりすることが当たり前のように行われている。そうすることがなぜいけないのか、もっとお金を大切に使うことの意義をきちんと教える教材があればよいのではないか。

【中学校】

- 子どもたちをとりまくネット環境や購買方法の変化によって、どのようなトラブルが増えているか興味深いです。
- なかなか十分な時間がとれないことと、教員の経験等、薄い知識でしか授業が展開できないという課題があります。
- 技術・家庭ではどの分野でも消費について取り扱えると思います。実践例などがあるとより指導しやすくなると思います。
- 将来、一番役に立つ学習であるにもかかわらず、日本の義務教育の中で重要視されていない。教員が学んできていないことなので手探りでやっている。その上、時代の流れの方が速く、ついて行けない。お金の使い方を小・中学校でしっかり学ばせるべきだと考えている。
- 授業を行っていて、TV番組を編集したもの、再現VTRなどが頭に残るようである。また、金利の計算などを実際に行うと、リボ払いやカードローンに対してよくないという気持ちが強くなった。
- 番組編集には時間もかかり、アダルトサイトを取り扱ったものが増えているので現状にそった見せやすいものがあるとありがたいです。

【高校】

- 高校生は社会経験が少ないので身近な問題としてとらえることが難しい。ロールプレイやDVDなどで理解しやすく、共感できるような配慮が必要だと常に考えている。大人になってからの方がほしい情報が多いと思うので社会人向けの消費者教育・啓発をもっとやる必要があると思う。
- 消費生活センターにあるリーフレット等を授業で活用させていただく事もあります。今後も活用したいと思います。DVD等の映像教材の無料配布などが以前はあり助かっていましたが、最近はないのでDVDの貸し出し等が簡単に出来ると良いと思います。
- 本校では卒業後、社会人となる生徒が多いため、このような消費者教育は大切だと思う。これからも卒業前の2月に実施したいと考えている。
- 悪質な商法などに被害に遭わないようにという観点から現在は指導を行っている。しかし、根本として消費者、物を消費する一人の人間としての意識を高める指導、教育が必要だと考える。