

3 韓国における消費者教育

3. 1 韓国における消費者教育の方向性

韓国における消費者教育は、2007年に施行された消費者基本法に基づき、推進されている。消費者基本法においては、消費者の基本的権利として、第4条に、「合理的な消費生活のために必要な教育を受ける権利」が規定されており、第14条に、消費者の能力向上に関する国及び地方公共団体の責務が規定されている。

表 7 消費者基本法（抜粋）⁴³

第4条（消費者の基本的権利）

消費者は以下の基本的権利を持つ。

- 1.物品または用役(以下 "物品等"という)による生命・身体または財産に対する危害から保護を受ける権利
- 2.物品等を選択する際に必要な知識及び情報の提供を受ける権利
- 3.物品等を使う際取引相手・購入場所・価格及び取引条件などを自由に選択する権利
- 4.消費生活に影響を与える国家及び地方自治体の政策と事業者の事業活動などに対して意見を反映させる権利
- 5.物品等の使用によって被った被害に対して迅速・公正な手続きによって適切な補償を受ける権利
- 6.合理的な消費生活のために必要な教育を受ける権利
- 7.消費者自らの権益を増進するために団体を組織し、活動する権利
- 8.安全で快適な消費生活環境で消費する権利

<略>

第14条（消費者の能力向上）

- ①国家及び地方自治体は消費者の正しい権利行使を導いて、物品等に係わる判断能力を高め、消費者が自分の選択に責任を負うことができる消費生活に必要な教育をしなければならない。
- ②国家及び地方自治体は経済及び社会の発展に伴う消費者の能力向上のためのプログラムを開発しなければならない。
- ③国家及び地方自治体は消費者教育と学校教育・生涯教育を連携して教育的効果を高めるための施策を樹立・施行しなければならない。
- ④国家及び地方自治体は消費者の能力を効果的に向上させるため、「放送法」による放送事業を行うことができる。
- ⑤第1項の規定による消費者教育の方法などに関して必要な事項は大統領令で定める。

⁴³ 細川幸一「韓国の消費者政策の概要」2008年

<http://www.ac.cyberhome.ne.jp/%7Econsumer/Korea%20Consumer%20Policy%202008%203%2022.pdf>

3. 2 韓国における消費者教育の取組状況

○学校教育における消費者教育の位置づけ⁴⁴

韓国の義務教育において、消費者教育は単一科目としてではなく複数科目の中に部分的に含まれている。

国は、小・中・高等学校の教育課程について、「総論」「各論」を告示し、各論の解説書を作成する。総論は、市・道の教育庁の運営方式について書いたもので、各論は、各教科について、性格、目標、内容体系、学年別内容、学習計画、評価基準等を書いている。

総論には、社会的要求にこたえるとして、35の主題が明記されていたが、「2009年改訂教育課程」において新たな主題が追加され、38の主題になった。（※が追加された主題）

表 8 「2009年改訂教育課程」総論における主題

民主市民教育、人性教育、環境教育、経済教育、エネルギー教育、勤労精神要請教育、保健教育、安全教育、性教育、 消費者教育 、進路教育、統一教育、韓国のアイデンティティ教育、国際理解教育、海洋教育、情報化及び情報倫理教育、清廉反不敗教育、水保護教育、持続可能発展教育、男女平等教育、障害者への理解教育、人権教育、安全災害対策教育、高齢化社会対策教育、余暇の活用教育、護国報勲教育、孝道敬老伝統倫理教育、児童青少年保護教育、多文化教育、文化芸術教育、農業・農村への理解教育、知的財産権教育、メディア教育、ディベート教育、論述教育、韓国文化史教育※、漢字教育※、グリーン教育※

消費者教育は、小学校では「実科」、中学校では「技術・家庭」、高等学校では「社会」「経済」「法と社会」「地理」「生活経済」で扱われている。

2009年の改訂により、従来であれば、小学校の5、6年生で「実科」は68時間となっていたが、改定後は、「実科」と「科学」が同じ「教科群」となり、5～6年生の「学年群」で340時間教えることとなった。前と後では時間数は同じだが、学校の裁量で教科群のうち20%の範囲で、授業時間を増減することができ、自由に編成できるようになった。

また、2009年の改訂により、従来の「裁量活動」と「特別活動」を統合し、「創意的な体験活動」が新設された。

⁴⁴ 教育科学技術部ヒアリング

表 9 「2009年改訂教育課程」における授業時数（初等学校・中学校）

学 校		初等学校			中学校
学 年 群		1～2	3～4	5～6	1～3
教 科 群	国 語	448	408	408	442
	社会／道徳	「正しい生活」 128	272	272	510 (歴史を含む)
	科学／実科	「賢い生活」 192	204	340	646
	数 学	256	272	272	374
	体 育	「楽しい生活」 384	204	204	272
	芸術（音楽／美術）		272	272	272
	英 語	—	136	204	340
	選 択	—	—	—	204
	創意的な体験活動	272	204	204	306
年間授業時数		1,680	1,972	2,176	3,366

表注 1：各学年群の授業時数は、年間 34 週を基準として、2 年間（中学校は 3 年間）の基準授業時数である。年間授業時数は、最少授業時数である。

表注 2：1 回の授業時間は、初等学校 40 分，中学校 45 分が原則である。

資料：「教育課程総論（教育科学技術部）」に基づいて作成

表 10 「2009年改訂教育課程」における授業時数（高等学校）

表 3：「2009年改訂教育課程」における単位数（高等学校）

教科領域	教科群	必修履修単位		選択履修単位
		教科群	教科領域	
基 礎	国 語	15 (10)	45 (30)	生徒の適性と進路を考慮して編成
	数 学	15 (10)		
	英 語	15 (10)		
探 求	社会 (歴史／道徳を含む)	15 (10)	35 (20)	
	科 学	15 (10)		
体育・芸術	体 育	10 (5)	20 (10)	
	芸術（音楽／美術）	10 (5)		
生活・教養	技術・家政／第 2 外国語／ 漢文／教養	16 (12)	16 (12)	
小 計		116 (72)		
創意的な体験活動				24
総履修単位数				204

表注 1：1 単位は 50 分を基準とし、17 回履修する。

表注 2：1 回の授業時間は 50 分が原則である。

表注 3：必修履修単位の教科群及び教科領域の単位数は、最少履修単位数である。

表注 4：必修履修単位数の（ ）内の数字は、職業高校など、教育課程編成・運営の裁量権が認められた学校が履修することを勧奨する。

資料：「教育課程総論（教育科学技術部）」に基づいて作成

○教科書

韓国の教科書は以下の 3 つに分かれており、多様な教科書を目的に、国定教科書から検定教科書の転換が教科別に進められている。⁴⁵

国定教科書＝政府(教育科学技術部)が直接開発して審議する。

検定教科書＝出版社からの申請を受け、教科用図書審議会などが検定業務を行う。

認定教科書＝出版社からの申請を受け、地方の教育所管庁の教育委員会に設置される「認定図書審議会」が認定業務を行う。

⁴⁵ 教育科学技術部報道資料（2010年1月12日）

表 11 消費者教育の各科目への反映状況⁴⁶

学校種別 (学年)	科目	内容
小学校 (6年生)	必修科目 実科	○生活資源と消費 ・生活資源の利用と管理 ・生活時間とおこづかいの活用
中学校 (1年生)	技術・家庭	○青少年の生活 ・青少年の消費生活
高等学校 (1年生)	技術・家庭	○家庭生活文化 ・家族と消費生活文化 ・衣食住生活文化
高等学校	選択科目 韓国地理	○生活と消費の空間 ・産業構造変化による生産と消費空間の変化
	法社会	○社会的な生活と法 ・消費者被害の類型、消費者の権利、消費者被害の救済
	生活経済	○家計と消費生活 ・家計の消費活動 ・消費生活に有用な実践的知識 ・所得、消費、貯蓄計画設計 ・名目概念と実質的概念 ・消費者権利と保護

○公正取引委員会の取組⁴⁷

公正取引委員会は、消費者教育に対する方向性や政策の立案を行っており、具体的な施策は、地方公共団体や消費者団体、韓国消費者院が行っている。消費者教育については、消費者被害を防止し、消費者被害が生じたときに適切に対処できるようにすることが「消費者教育」とされる。教育科学技術部との連携はあまりない。

また、公正取引委員会では、消費者相談センターを所管している。地方公共団体、民間団体の相談員をネットワーク化し、全国統一の電話番号により、最も近い相談センターにかかるシステムを構築している。⁴⁸

○韓国消費者院の取組⁴⁹

韓国消費者院は、消費者の権利を保護しつつ消費生活の合理化を図りながら国民経済の健全な発展に寄与することを目的とし、①消費者関連制度及び政策研究、②試験検査及び調査分析、③情報収集・提供及び国際協力、④消費者教育・広報及び放送事業、⑤消費者の苦情処理及び被害救済等を主な事業としている。

韓国消費者院の消費者教育に関連する主な業務は、教材開発や人材育成、普及啓発である。

⁴⁶ 教育科学技術部教育課程企画課からのヒアリング時提供資料「2007年改訂教育課程の消費者教育現況分析」(2010/9/8)

⁴⁷ 韓国消費者院ヒアリング

⁴⁸ 公正取引委員会ヒアリング

⁴⁹ 韓国消費者院ヒアリング

教材開発としては、小学生、青少年向け、高齢者向けなどの消費者教育の標準教材を開発し、地方公共団体、消費者団体、学校への配布を行っている。多文化家庭（国際結婚による家庭）に関しては、英語、中国語、ベトナム語版の教材も作成している。

また、人材育成としては、消費者教育の専門家のための標準教材を作成し、政府・地方公共団体・企業・民間団体の消費者教育担当者を対象に研修を行い、講師を養成している。主な教育内容は、消費者法、制度、相談及び被害者補償実務等である。全国の地方公共団体、消費者団体、学校、企業から消費者教育実施の依頼があれば、消費者院から講師を派遣している。

その他、大学教授、学校教員、公務員、消費者団体の講師、企業担当で構成される消費者教育の講師の人材バンクを運営している。登録されている人数は 169 人のうち 70 人が大学教授となっている。⁵⁰

また、後述するように、消費者教育に関するモデル校事業を実施している。

学校教育を所管する教育科学技術部との連携については、教育科学審議委員会に韓国消費者院が委員として参画し、消費者教育に関する提案をしても、ほとんど反映されたことはなく、教育科学技術部と共通認識を持って消費者教育を推進しているとは言いがたい⁵¹。

○消費者団体の取組

韓国で活動している消費者団体としては、消費者団体協議会に所属する団体（消費者連盟、韓国 YWCA 連合会、グリーン消費者連盟、韓国婦人会、大韓主婦クラブ連合会、消費者市民団体、全国主婦教室中央会、消費生活研究院、韓国 YMCA 全国連盟等）等が中心になっている。消費者団体の活動者の大半は女性となっている。

消費者団体は、公正取引委員会から委託を受け、相談に応じているほか、消費者教育における講師派遣などを実施している。

<参考> 消費者教育に関連する具体的な取組等

○消費者院の取組（若年層に対する取組）

消費者院では 2006～2007 年度に小学校低学年、高学年、中学生向けに「正しい消費生活」という教材を開発した。

また、小・中学生を対象にした見学プログラム（映像、消費者相談室）を用意している。小・中学生が土曜日の授業時間外に消費者教育を行うよう提案、要請しているが、現在の韓国の教育は入試に重点を置いており実施は十分とは言えない。

高校 3 年生は受験後、大学入学までの期間に消費者院の講師が学校を訪問し、消費者教育を行っている。各地域の教育庁から依頼を受け年間 50～60 回実施している。

⁵⁰ 韓国消費者院 HP

⁵¹ 韓国消費者院ヒアリング

1 回につき 2 時間で内容は若者が被害にあいやすい品目を扱っている。⁵²

若者に対しては、地方公共団体や消費者団体においても消費者教育を実施しており、大学生に対する消費者教育については、重点事項はクレジットカードの使い方、マルチ商法、インターネット商法等の被害に対する教育である。⁵³

その他、消費者院が無料で資料提供等の協力を行っているテレビ番組（「危機脱出ナンバーワン」、「消費者告発」（いずれもKBS））があり、国民に対する啓発となっている。⁵⁴

○消費者教育モデル校事業について

韓国消費者院では、1999 年から毎年、全国の小学校・中学校・高等学校から 3 校ずつを選び消費者教育に関するモデル校を運営している。モデル校の指定は基本的には 2 年（特殊な場合は 3 年）であり、終了時点で報告書を消費者院に提出し、公表をすることになっている。このモデル校事業は 2010 年時点で 25 校において実施している。

○仁川堂下小学校（モデル校）での消費者教育⁵⁵

消費者教育の仁川市教育庁指定のモデル校である仁川堂下小学校⁵⁶は、独自に経済教育プログラム（表 12）を開発し、合理的な消費生活活動を向上させるための消費者教育を 2010 年から実践している。同校では消費者教育の学習指導案を充実させるため、韓国消費者院が推奨した 4 大領域をもとに 8 つのテーマに細分化した。

⁵² 韓国消費者院ヒアリング

⁵³ 公正取引委員会ヒアリング

⁵⁴ 韓国消費者院ヒアリング

⁵⁵ 堂下小学校ヒアリング

⁵⁶ 1 学年 8～11 クラスあり、1 クラスの生徒数は 30～33 名である。各クラスに担任教員がおり、3～6 年の専科は 9 人の教員が担当している。

表 12 消費者教育モデル校（堂下小学校）で実施したプログラム

時間	韓国消費者院が推奨した消費者教育の学習指導案の4大領域	モデル事業で実施した8つのテーマ
1	1. 市場と消費者の理解	1) 市場経済と消費者の役割
2		
3		2) お金の管理
4		
5	2. 合理的な消費	3) 広告と消費者情報
6		
7		4) 購買意思決定と使用法
8		
9		
10	3. 消費者問題の解決と予防	5) 消費者の権利と責任
11		
12		6) 消費者安全
13		
14	4. 望ましい消費文化形成	7) 生活様式と消費均衡
15		
16		8) 持続可能な消費文化
17		

モデル事業の目的は「学年ごとの経済教育運営を通して、実際の生活で合理的な消費活動をするため」である。低学年では遊びを通しての経済活動、中学年は実体験を通じた経済活動、高学年はメディア媒体を用いた経済活動を通じて合理的な消費生活態度を養うことを目標とした。

堂下小学校では、裁量活動時間の2時間のうち1時間について今回のモデル事業である消費者教育を充て、全学年全クラスにおいて実施した。授業の実施内容について、テーマの基本案等は、教員の有志による企画委員会が検討し、作成した教育プログラムに示したが、具体的な進め方は担任教員の裁量に任すこととした。

学年によっては他の科目との連携を図って実施している。例えば4年生の1学期の社会科や5年生の社会や実科において、経済活動を扱うので、学期初めにどの科目に統合して裁量活動の授業を行うかを検討して実施した。

同校では、2010年の消費教育関連行事として、グリーン消費生活日記、グリーン消費家族新聞展示会、リサイクル商品作り、グリーンマイレージ優秀施賞等を行った。

消費者教育の教材は現場と生活が一体化することが求められるため、教員間で議論し作成し、実践的で体系化させた提案で評価を受けた。

また、学生、教員、保護者らを対象に昨年1、2学期に1回ずつ計2回、アンケートを実施した。それによると消費者教育を受けた後、生徒たちの態度に、非常に前向きな変化があった。具体的には、①おこづかい帳を作るようになった、②ビンを捨てていたが、リサイクルするようになった（どこに持っていけばよいかわかるようになった）、③物を大切にしようという考え方になった、などである。

授業に家族で参加する内容（家族新聞の作成、バザーへの参加、エコ商品マーク収集、家族旅行、グリーン通帳の開設等）が含まれていたことにより家庭においても消

費者意識が醸成されたことが推察できる。⁵⁷

授業では、映像、写真等の媒体を活用することもある。韓国では教育用のテレビ番組があるのでこの2つの内容を積極的に活用しているクラスもある。⁵⁸

○堂下小学校の取組の例：アナパダ運動／オークション

アナパダとは、節約して（アツキョスゴ）、分け合って（ナヌオスゴ）、交換して（パックオスゴ）、再利用する（タシスゴ）の頭文字である。アナパダを実践するために、物々交換オークションを開いた。内容は生徒たちが不要なものや、交換したいものを競売に出し、他の生徒たちが買えるようにするものである。購入価格の10%からオークションを開始し、競売で得た金額の10%は手数料の名目で集めることとした。集まったお金の使い道についても、生徒たちが話し合っただけでなく、貧しい人などに学校から寄付をした。このようにオークションを通して、理論ではない実体験をすれば、大人になったときの経済観念にプラスになると考えている。品物は1～2万ウォン（約700～800円）相当で、取引額は1～2千ウォン（約70～80円）程。需要と供給の原理を知ることができる、重要な実績教育だと考える。⁵⁹

○消費者連盟の取組⁶⁰

消費者教育の対象は高齢者、主婦などであり、講義の回数等は消費者団体の対応可能な力量によって配分されており、派遣回数は年間300回を超える。

近年、クレジットカード関連教育が増え、今年で7年目、全国で年間150回実施している。また、事例を挙げながら理論よりも実質的な内容を教育している。

消費者教育は分野によって手法が異なり、例えば消費者被害予防に関しては消費者連盟の職員たちが講師となり、GMO（遺伝子組み換え作物）については専門家を講師として招聘した。また、若年層にインターネット被害が多いため、ソウル市から支援金を受け、全国のインターネット商法の全てをモニタリングする事業なども実施している。

団体が大きくなり、政府から教育費支援（実費）等を受けているが、純粋なNGOボランティア組織のため、これまで給与が支払われたことはない。韓国では被害者が躊躇せず、電話で被害救済を受けようとする傾向がある。その際、消費者連盟などの民間団体では、被害者の立場で積極的に解決を模索している。⁶¹

⁵⁷ 堂下小学校ヒアリング

⁵⁸ 堂下小学校ヒアリング

⁵⁹ 堂下小学校ヒアリング

⁶⁰ 韓国消費者院ヒアリング

⁶¹ 消費者連盟ヒアリング

○建国大学の取組⁶²

建国大学は経済系の大学なので、マーケティングや経済学等の観点から消費者の問題を扱っている。ソウル大学等は生活科学の中に消費者学科があり、各大学の特色に応じた取組がなされている。国からの支援や、指針の提示等はない。

建国大学においては、消費者問題を専攻する学生の就職率が高い。主に企業（金融、流通）に就職しており、数は少ないが消費者団体に就職する者もいる。経済と家庭科の教員にもなれるが、学生の人気はない。試験科目ではないので、家庭科の授業時間数が減っている上、教員になるには競争率が高いことが考えられる。

大学として全学で消費者教育に取り組んでいるという例はないが、消費者団体が国から資金を得て、大学生たちの消費者運動（グリーンコンシューマー運動）のサークル活動を支援している。

3. 3 小括

韓国においては、消費者教育の定義や目標は必ずしも明確となっておらず、公正取引委員会や韓国消費者院等の消費者担当部局と教育科学技術部の間での国レベルの連携は緊密には行われていないようであった。一方、消費者教育モデル校の現場での取り組みにおいては、消費者担当部局の方針と教育科学技術部が示す教育課程を関連づけて、より効果的な実践がなされていることが見て取れた。

韓国では、現在、大統領が持続可能な成長のため「グリーン成長」を国家政策として大きく打ち出し、大統領の直属機構としてグリーン成長委員会を設置し検討を行っている。「2009年改訂教育課程」の総論においても、「グリーン教育」が新たな主題として加えられている。また、経済成長も重視されており、「2009年改訂教育課程」において、高等学校の社会の教科群に「経済」という科目が新たに加わっている。経済教育においては、今年度から、青少年の経済観念・経済意識を養うもので、未来を生きていく力として、お金についての正しい概念、株への投資、家庭・地域・国家の経済などを扱っている。

これまでのところ、経済教育やグリーン教育は、消費者教育とは別のものとして取り扱われていたが、グリーン教育と経済教育については教育科学技術部においてモデル校を実施し検討を進めることとなっており、特にグリーン教育については、来年度からモデル校が実施される予定である。消費者教育においては、経済問題、環境問題は重要な要素となるため、今後の動向が注目される。

⁶² 建国大学ヒアリング