

2 大学・短期大学・高等専門学校における取組状況調査

2.1 回答数

表 1 回答数（大学等）

校種	配布数	回収数	回収率
大学	784 校	672 校	86%
短期大学	398 校	317 校	80%
高等専門学校	60 校	49 校	82%
校種未回答	—	1 校	—
合計	1242 校	1039 校	84%

表 2 回答数（設置者別）

設置者	配布数	回収数	回収率
国立	137 校	126 校	92%
公立	104 校	85 校	82%
私立	1001 校	827 校	83%
設置者未回答	—	1 校	—
合計	1242 校	1039 校	84%

※ 校種・設置者未回答の 1 校については、校種・設置者・規模別集計の集計対象から除外した。

2.2 大学規模分類

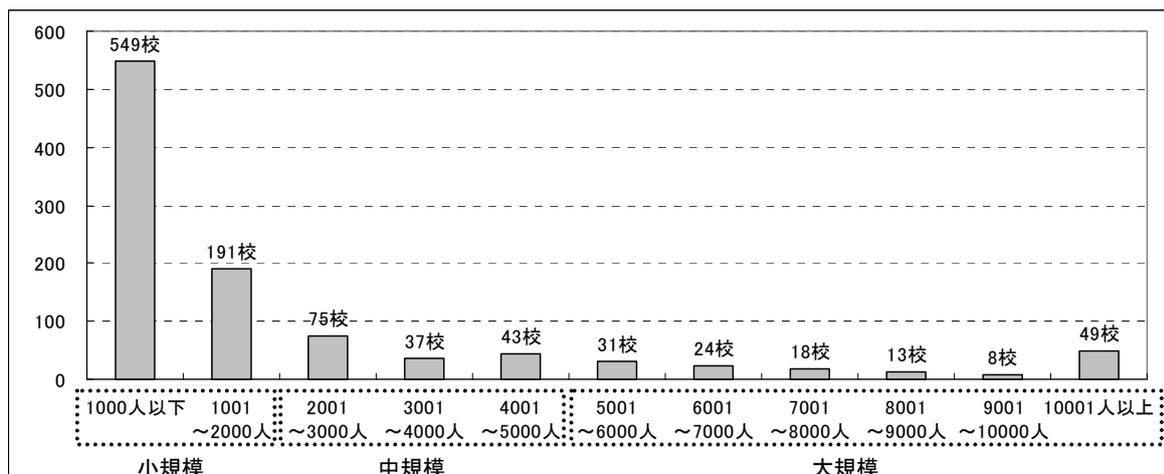


図 1 大学等規模別校数

調査結果について、大学等の規模（学生実員数）別の集計を行うため、学校基本調査（2010年度）に基づき学生数「2000人以下」を小規模、「2001人～5000人」を中規模、「5001人以上」を大規模として分類した。

表 3 規模別・校種別／設置者別校数

校種/設置者	小規模	中規模	大規模
大学	377 校	152 校	143 校
短期大学	314 校	3 校	0 校
高等専門学校	49 校	0 校	0 校
国立	63 校	24 校	39 校
公立	69 校	11 校	5 校
私立	608 校	120 校	99 校
合計	740 校	155 校	143 校

表 4 校種別・設置者別校数

校種	国立	公立	私立
大学	82 校	79 校	511 校
短期大学	0 校	3 校	314 校
高等専門学校	44 校	3 校	2 校

2. 3 単純集計項目

表 5 単純集計項目（大学等）

調査項目	設問	分類
(1) 学生生活支援・消費者問題全般	Q1 学生生活支援における課題	複数選択
	Q2 学生生活支援における対策・対応	複数選択
	Q3 消費者問題に関する課題	複数選択
(2) 学生・教職員に対する消費者問題に関する啓発・情報提供	Q4 学生に対する啓発・情報提供	複数選択
	Q5 学生に対する啓発・情報提供の内容	複数選択
	Q6 学生に対する 啓発・情報提供の具体的取組内容	自由記述
	Q7 教職員に対する啓発・情報提供	複数選択
	Q8 教職員に対する啓発・情報提供の方法	複数選択
	Q9 教職員に対する啓発・情報提供の内容	複数選択
	Q10 教職員に対する 啓発・情報提供の具体的取組内容	自由記述
(3) 学生相談体制等	Q11 消費者問題の相談窓口	複数選択
	Q12 相談対応を行う教職員に対する研修	単一選択
	Q13 消費者問題に関する相談内容	複数選択
	Q14 消費者問題に関する相談内容	自由記述
(4) 授業・ゼミにおける消費者教育の実施	Q15 講義及びゼミにおける消費者問題に関する教育事例	単一選択
	Q16 消費者問題に関する講義及びゼミの受講対象者	複数選択
	Q17 消費者問題に関する講義及びゼミの選択・必修の別	単一選択
	Q18 該当したキーワード	複数選択
(5) 他機関との連携状況	Q19 学外機関との連携	複数選択
	Q20 消費生活センターとの連携内容	複数選択
	Q21 消費生活センター以外の連携先との具体的取組内容	自由記述
(6) 今後の取組・課題について	Q22 消費者教育について特記すべき取組	自由記述
	Q23 今後の重点的な取組	複数選択
	Q24 消費者教育の推進における課題	複数選択
	Q25 消費者教育の推進における国への期待	複数選択

2. 4 単純集計結果

(1) 学生生活支援・消費者問題全般

Q1 学生生活支援における課題

学生生活の支援において特に課題であると考えているものについてあてはまるものを最大で5つまで選択ください。(複数選択)

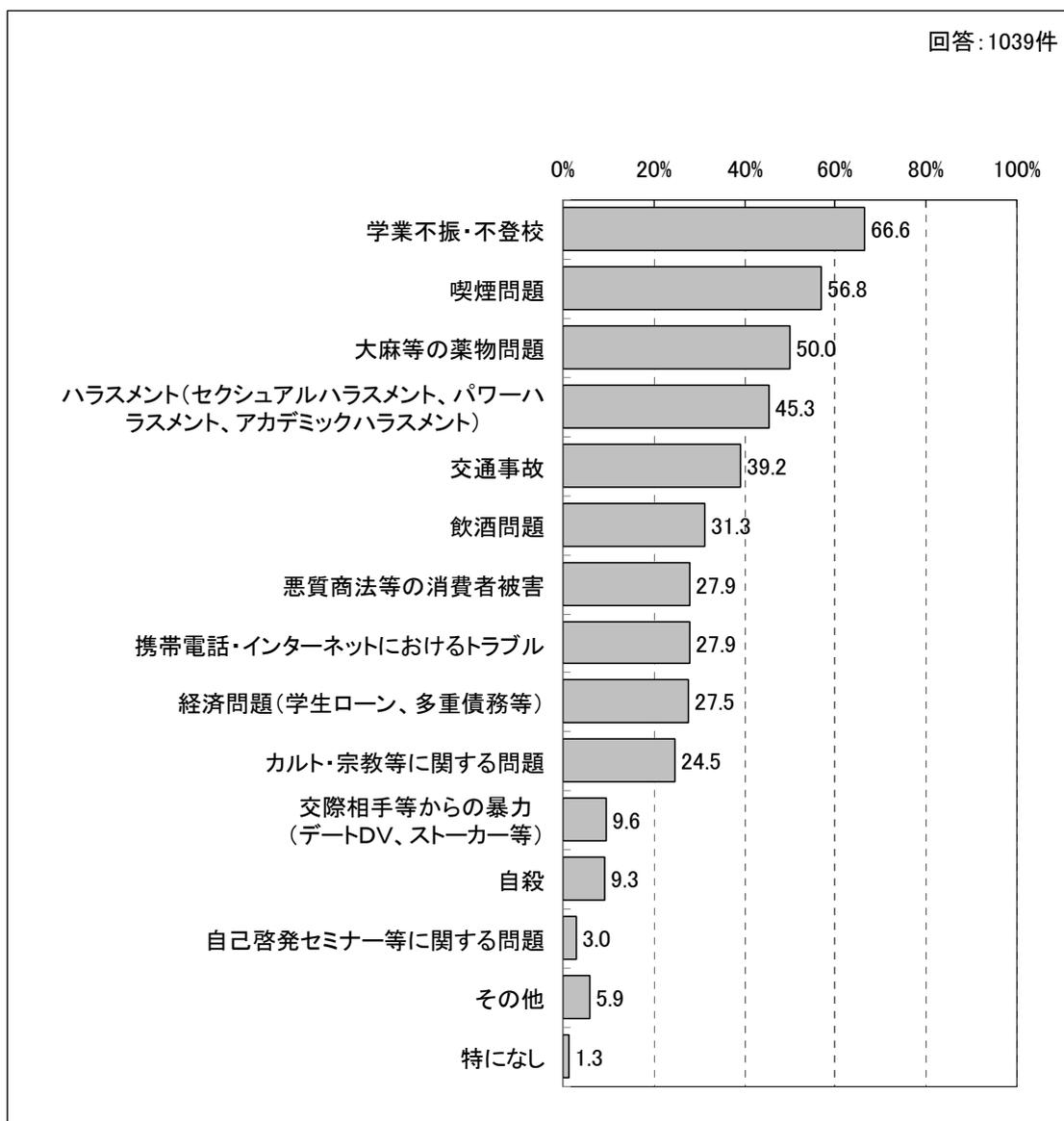


図 2 学生生活支援における課題

学生生活の支援について特に課題として考えられているものは、「学業不振・不登校」が最も多く 66.6%であった。次いで、「喫煙問題 (56.8%)」、「大麻等の薬物問題 (50.0%)」、「ハラスメント (45.3%)」が課題として多くあげられた。「悪質商法等の消費者被害」は 27.9%で 7 番目の課題としてあげられた。

「その他 (5.9%)」の回答としては、「発達障害等を持つ学生への対応」、「奨学金」、「メンタルヘルスケア」等があげられた。

国立において「飲酒問題 (61.9%)」、私立において「喫煙問題 (62.6%)」が特に多い。

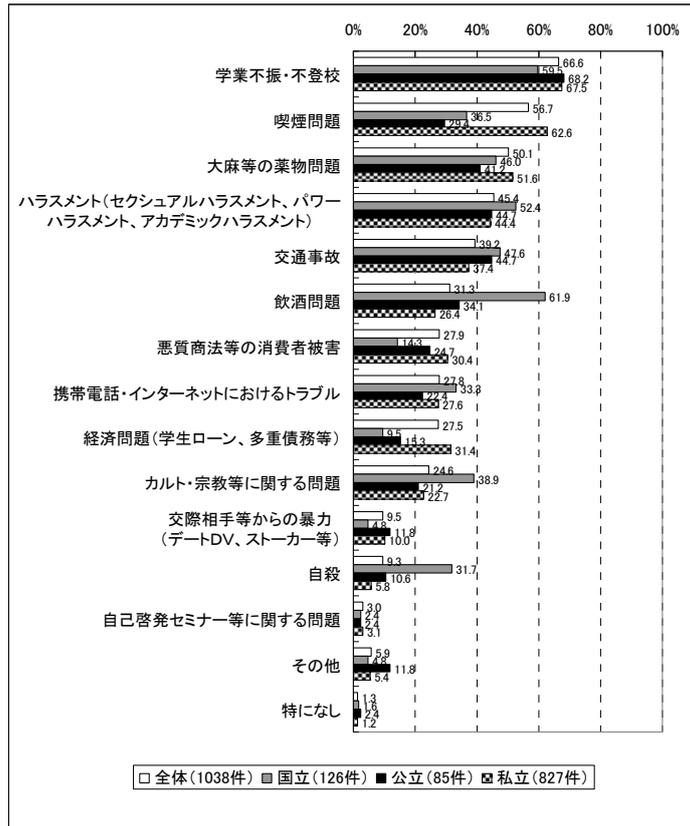


図 3 学生生活支援における課題（設置者別）

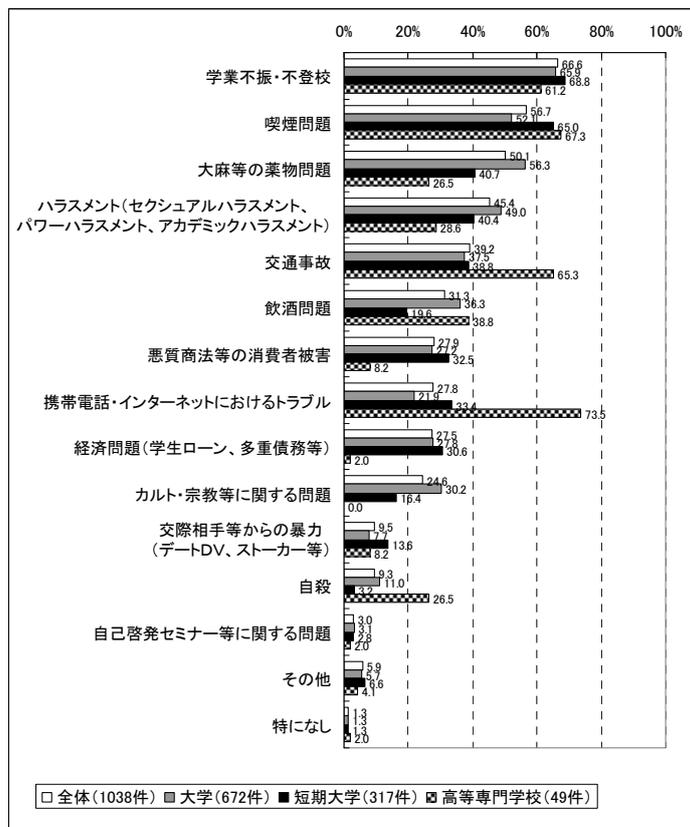


図 4 学生生活支援における課題（校種別）

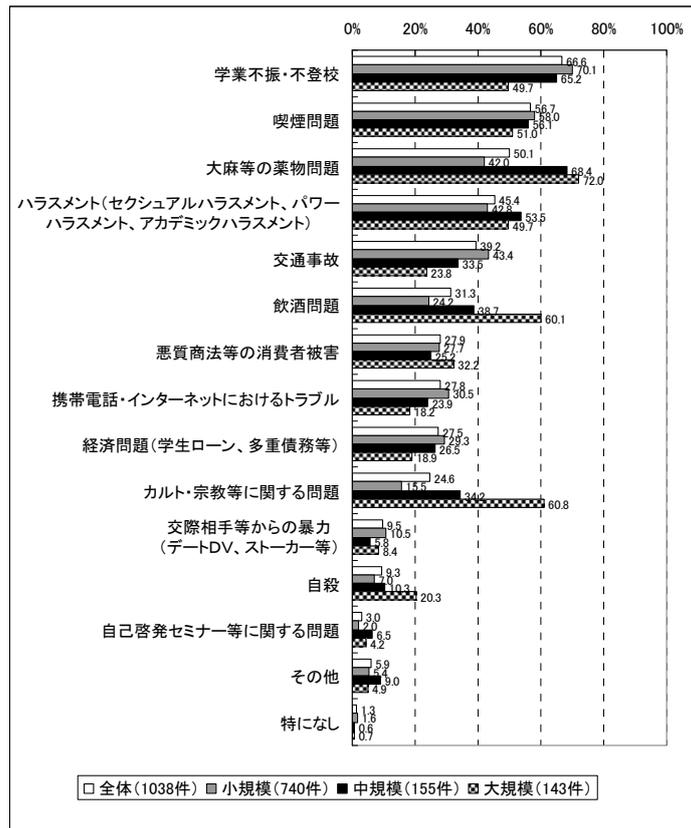


図 5 学生生活支援における課題（規模別）

Q2 学生生活支援における対策・対応

学生生活の支援における対策・対応として特に重点的に取り組まれていることについてあてはまるものを最大で3つまで選択ください。(複数選択)

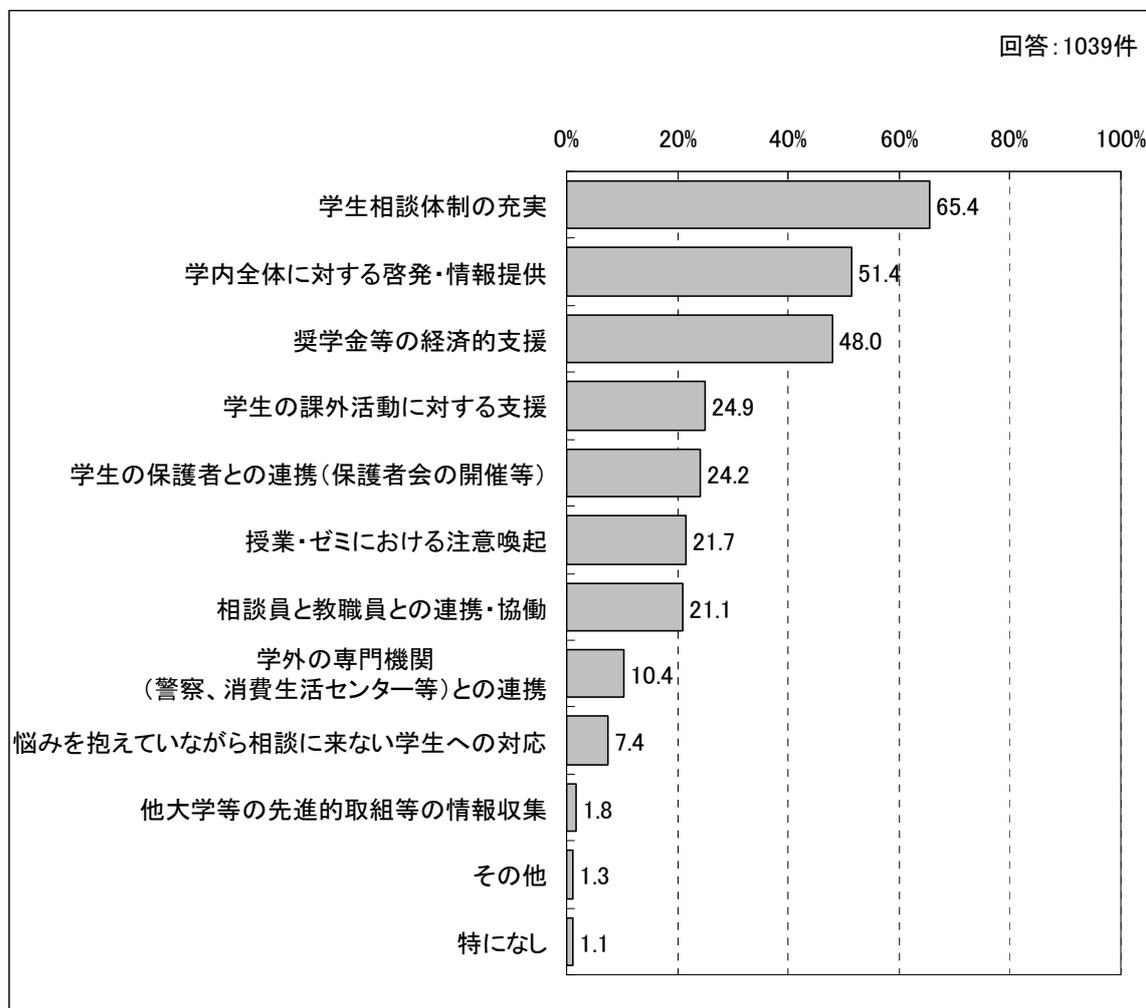


図 6 学生生活支援における対策・対応

学生生活の支援における対策・対応として特に重点的に取り組んでいることとしては、「学生相談体制の充実」が最も多く 65.4%であった。次いで、「学内全体に対する啓発・情報提供 (51.4%)」、「奨学金等の経済的支援 (48.0%)」が取組として多くあげられた。

「その他 (1.3%)」の回答としては、「担任制度を導入し、相談に対応」、「学生生活全般の指導」、「欠席数の多い学生への注意喚起」等があげられた。

国立及び高等専門学校において「学生の課外活動に対する支援」が他の設置者及び校種と比較して多い。

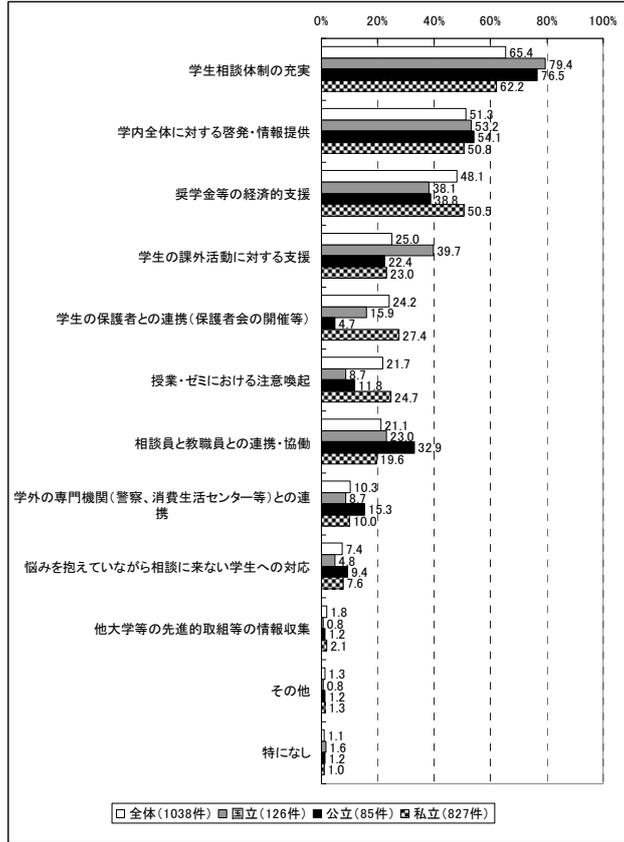


図 7 学生生活支援における対策・対応（設置者別）

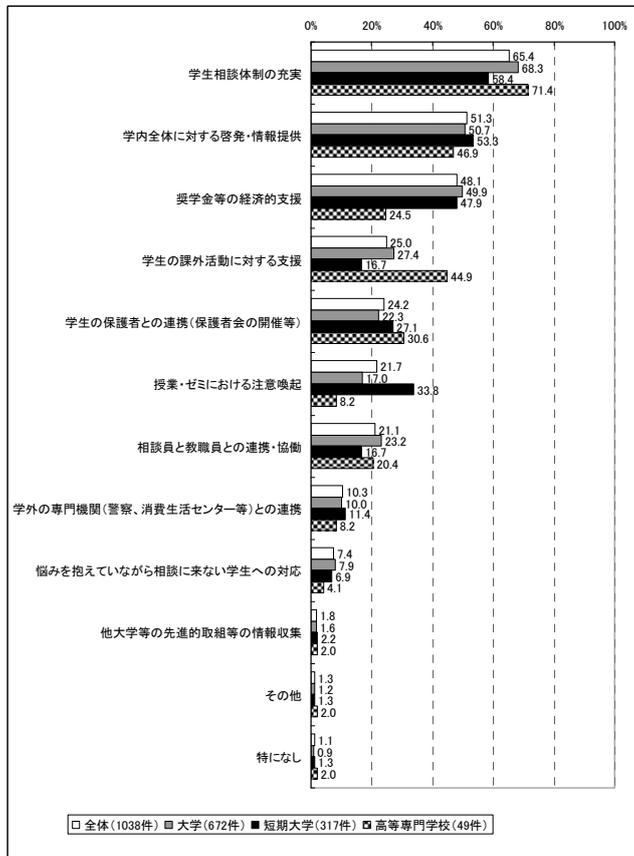


図 8 学生生活支援における対策・対応（校種別）

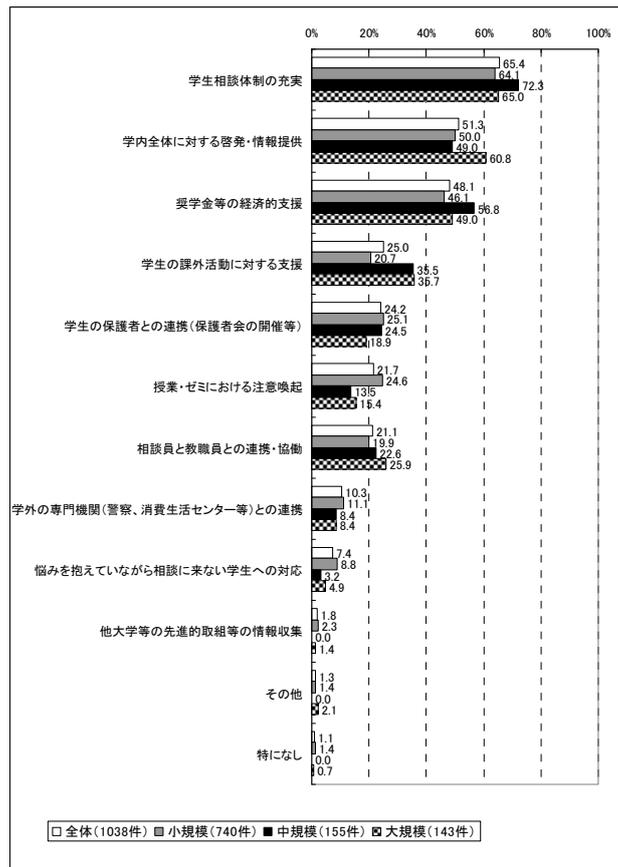


図 9 学生生活支援における対策・対応（規模別）

Q3 消費者問題に関する課題

学生生活における消費者問題に関して、特に課題であると考えているものについてあてはまるものを最大で5つまで選択ください。(複数選択)

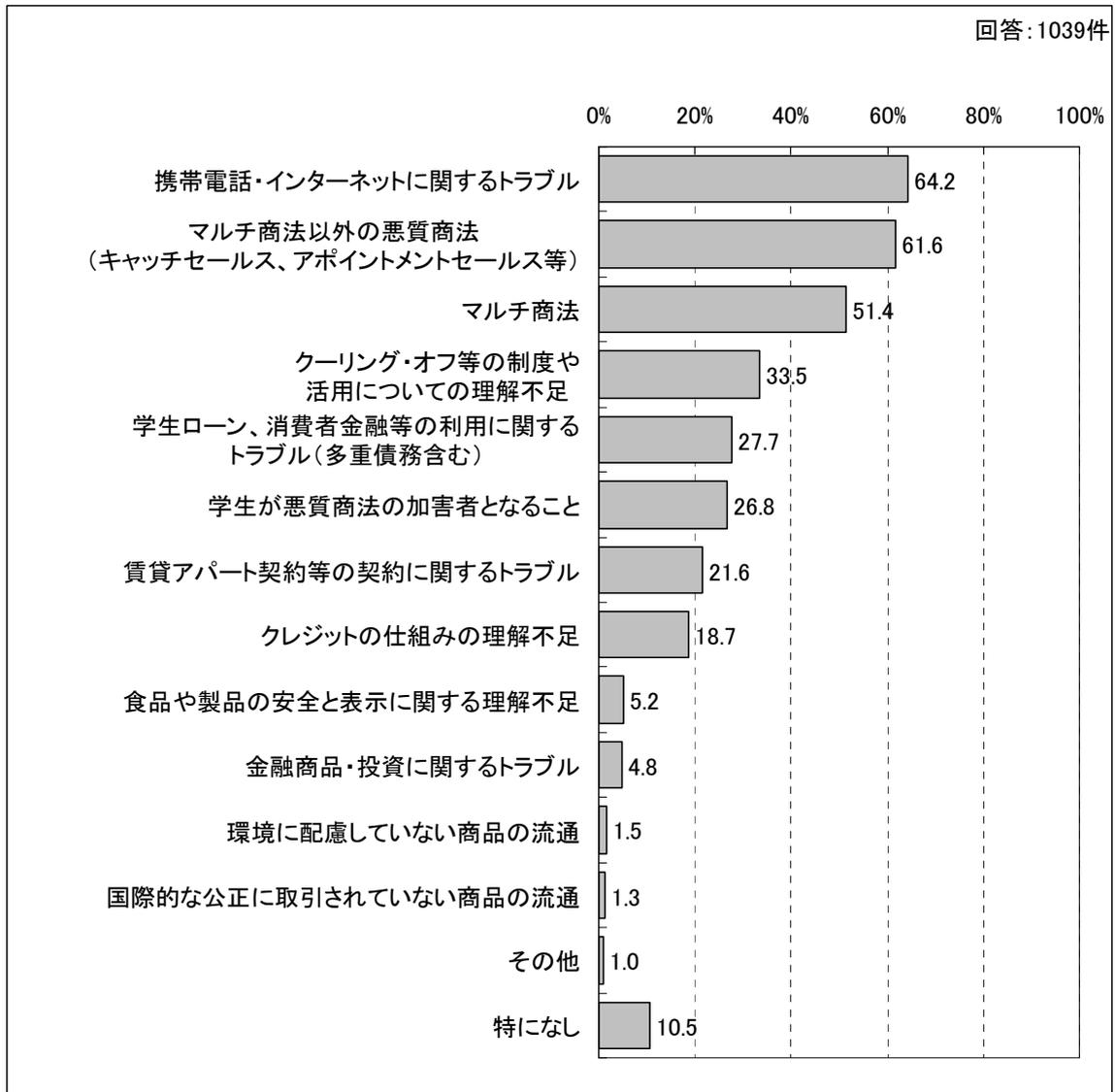


図 10 消費者問題に関する課題

学生生活における消費者問題に関して、特に課題であると考えていることとしては、「携帯電話・インターネットに関するトラブル」が最も多く 64.2%であった。次いで、「マルチ商法以外の悪質商法 (61.6%)」、「マルチ商法 (51.4%)」があげられた。一方で、「学生が悪質商法の加害者となること」についても 26.8%が課題と考えている。

「その他 (1.0%)」の回答としては、「架空請求・不当請求」、「道徳・モラルに関する善悪の判断についての理解不足」、「カルト系団体における勧誘」等があげられた。

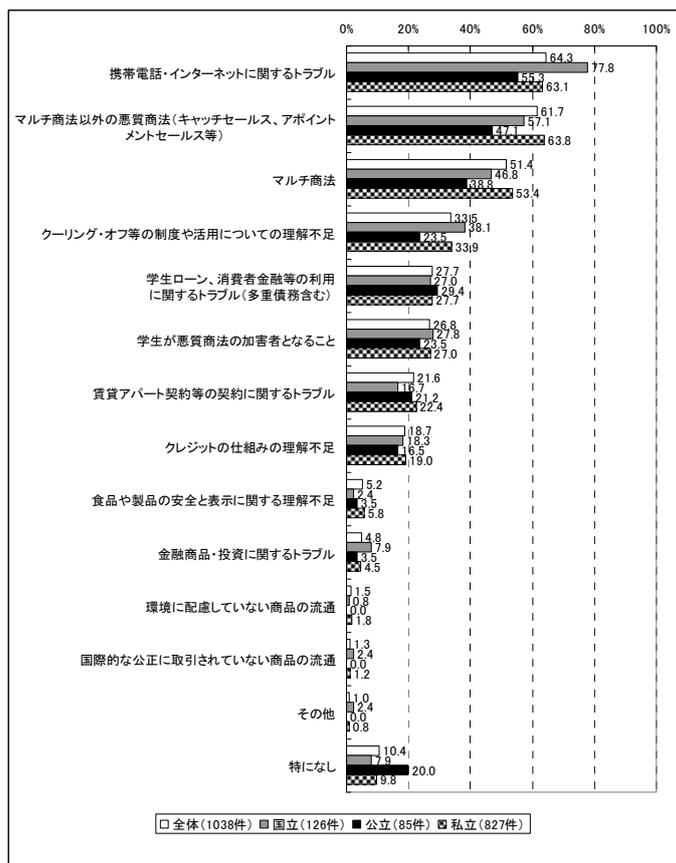


図 1 1 消費者問題に関する課題 (設置者別)

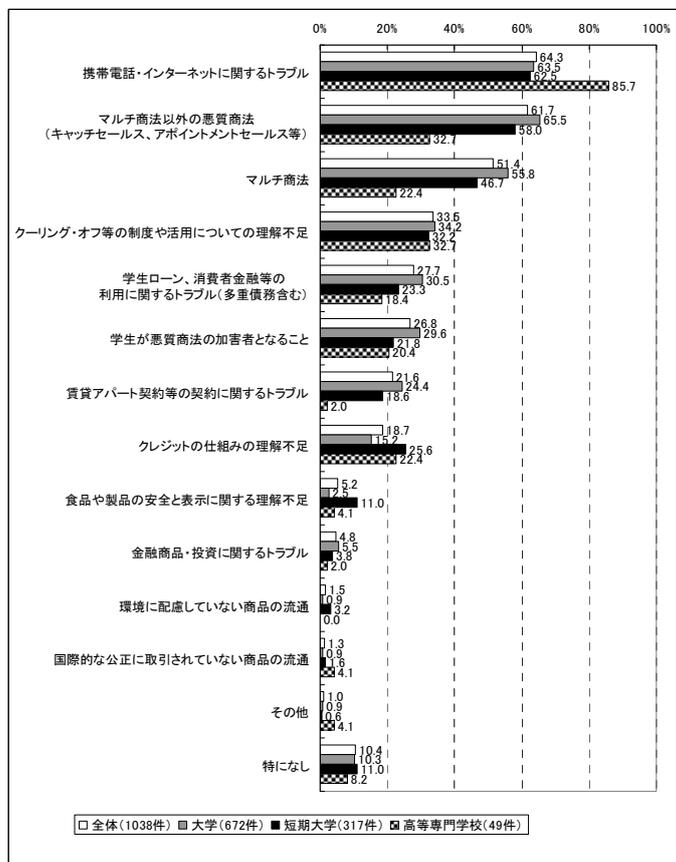


図 1 2 消費者問題に関する課題 (校種別)

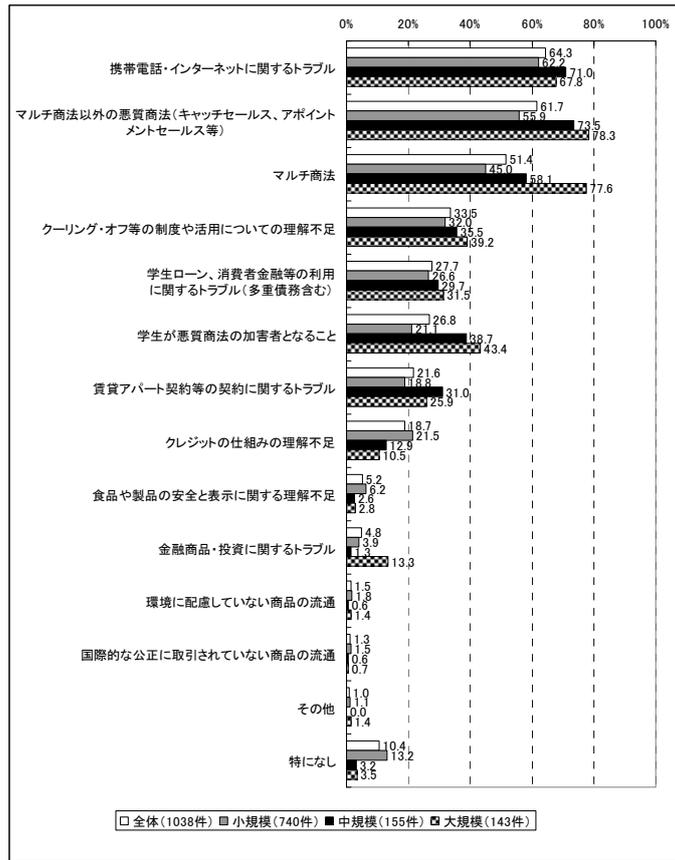


図 1 3 消費者問題に関する課題 (規模別)

(2) 学生・教職員に対する消費者問題に関する啓発・情報提供

Q4 学生に対する啓発・情報提供

消費者問題について学生に対してどのような啓発・情報提供を行っていますか。あてはまるものをすべて選択ください。(複数選択)

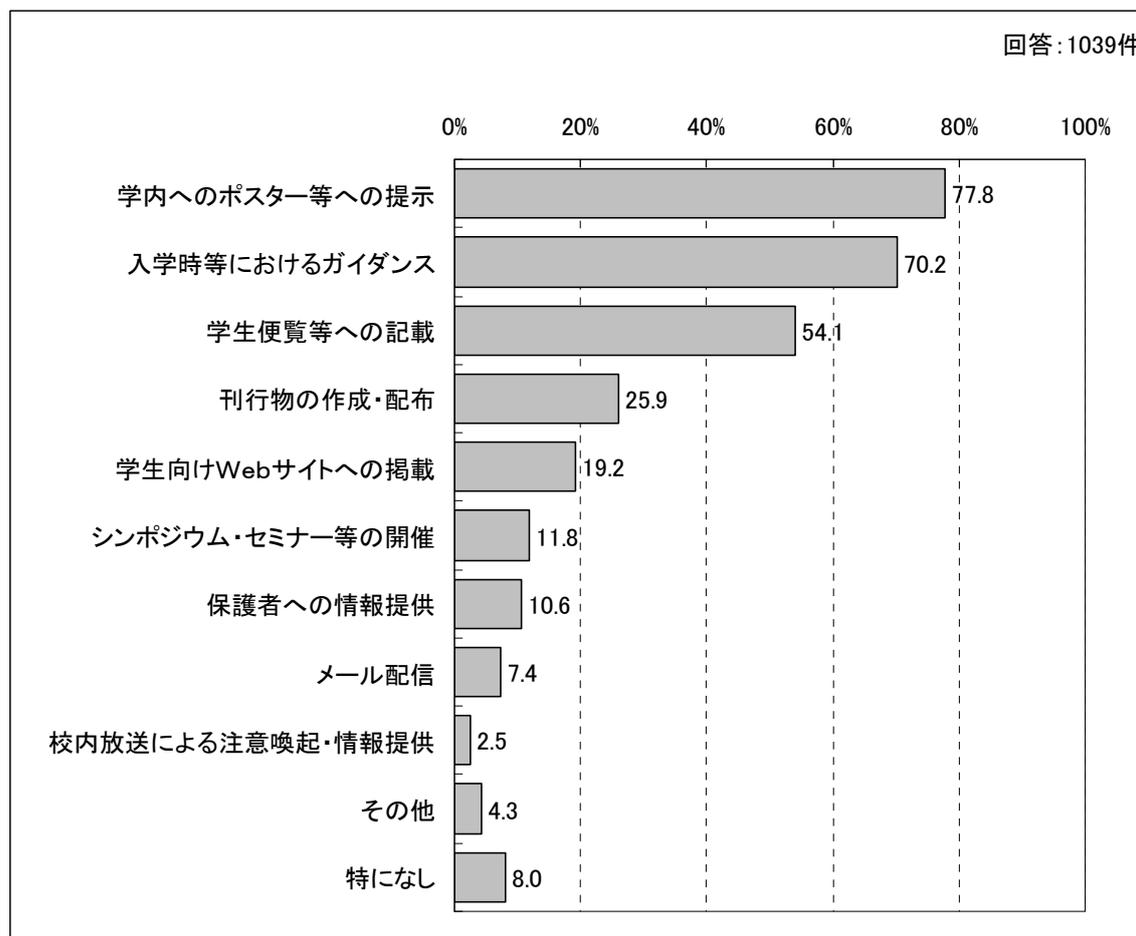


図 1 4 学生に対する啓発・情報提供

消費者問題について学生に対して行っている啓発・情報提供としては、「学内へのポスター等の掲示」が最も多く 77.8%であった。次いで、「入学時等におけるガイダンス (70.2%)」、「学生便覧等への記載 (54.1%)」があげられた。

「その他 (4.3%)」の回答としては、「授業で啓発、情報提供」、「外部講師による学生対象の消費生活安全教室の実施」、「クラスミーティングでの話し合いや注意喚起」等があげられた。

多くの項目で学校規模が大きいほど、学生に対する啓発・情報提供として選択されている割合が高い。

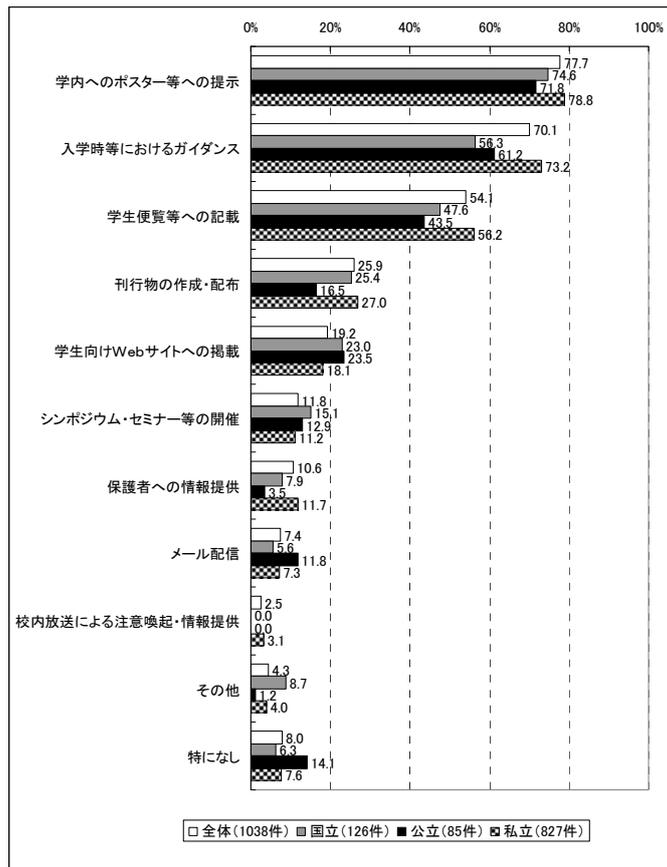


図 15 学生に対する啓発・情報提供（設置者別）

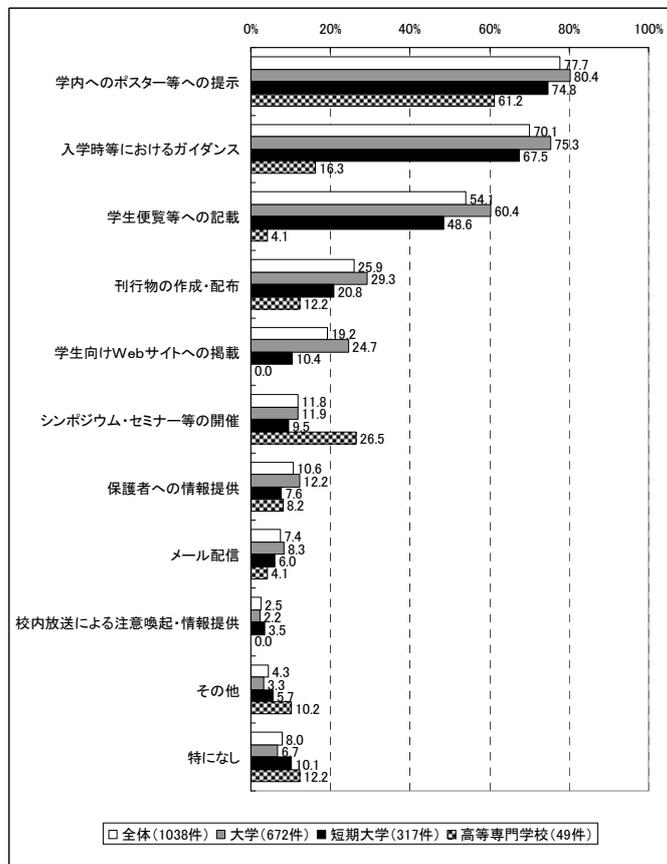


図 16 学生に対する啓発・情報提供（校種別）

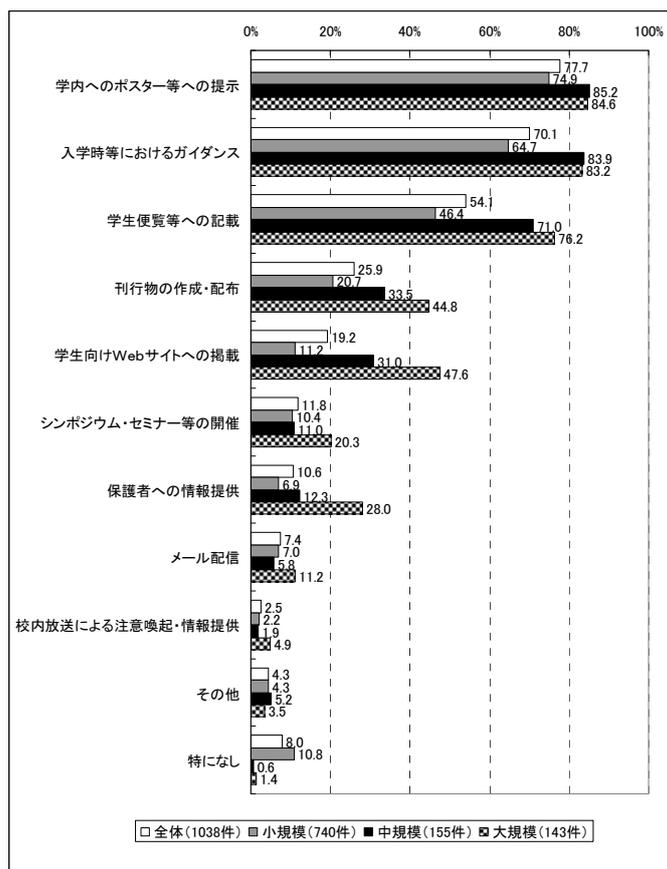


図 17 学生に対する啓発・情報提供（規模別）

Q5 学生に対する啓発・情報提供の内容

【Q4で「特になし」以外を選択した場合のみ回答】

消費者問題について学生に対してどのような内容の啓発・情報提供を行っていますか。
あてはまるものをすべて選択ください。(複数選択)

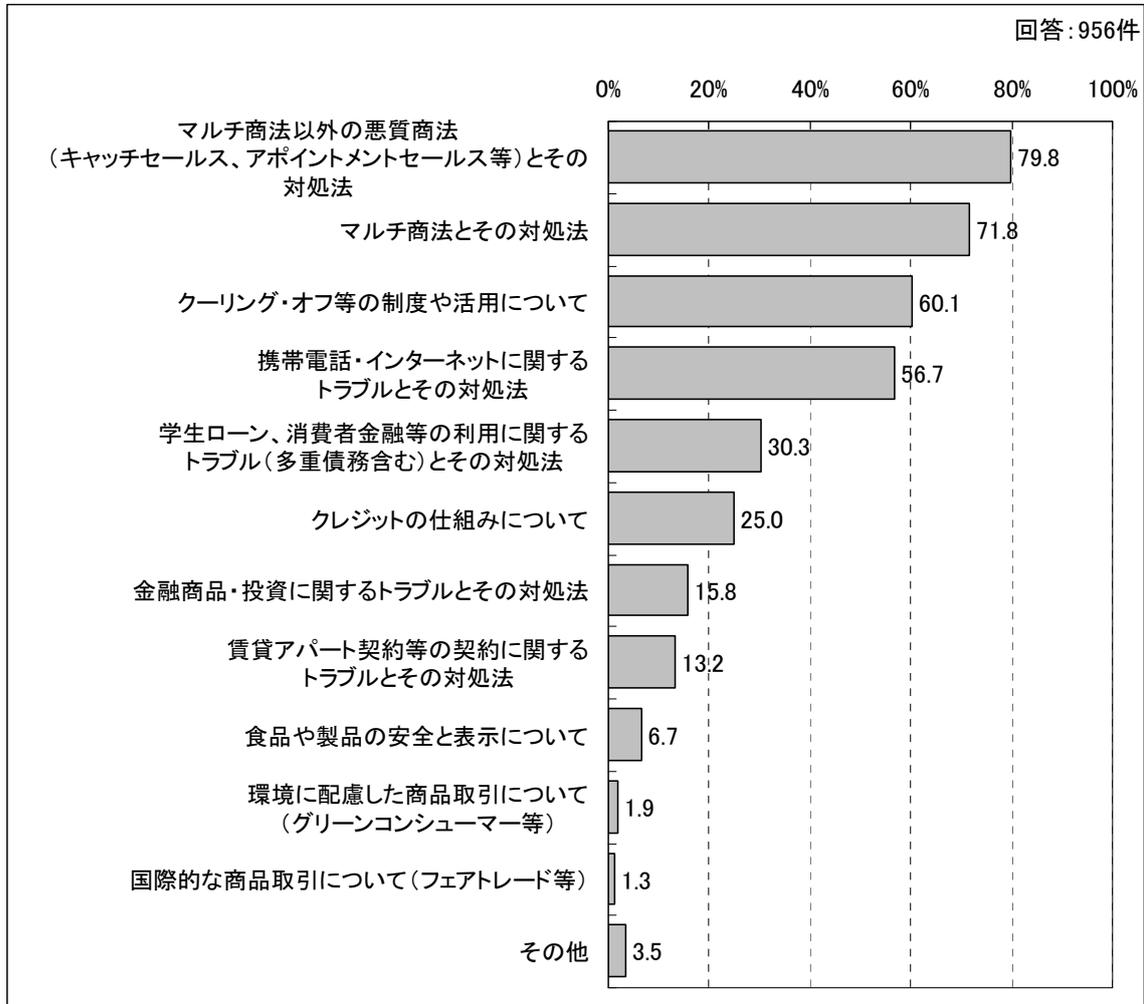


図 18 学生に対する啓発・情報提供の内容

消費者問題について学生に対して行っている啓発・情報提供の内容としては、「マルチ商法以外の悪質商法とその対処法 (79.8%)」、「マルチ商法とその対処法 (71.8%)」が約7~8割の大学等で扱われており最も多い。次いで、「クーリング・オフ等の制度や活用について (60.1%)」、「携帯電話・インターネットに関するトラブルとその対処法 (56.7%)」が啓発・情報提供の内容としてあげられた。

「その他 (3.5%)」の回答としては、「相談窓口の連絡先紹介」、「靈感商法に関するもの」、「カルト・宗教に関すること」等があげられた。

国立において特に他の校種と比較して「携帯電話・インターネットに関するトラブルとその対処法 (69.5%)」が多い。

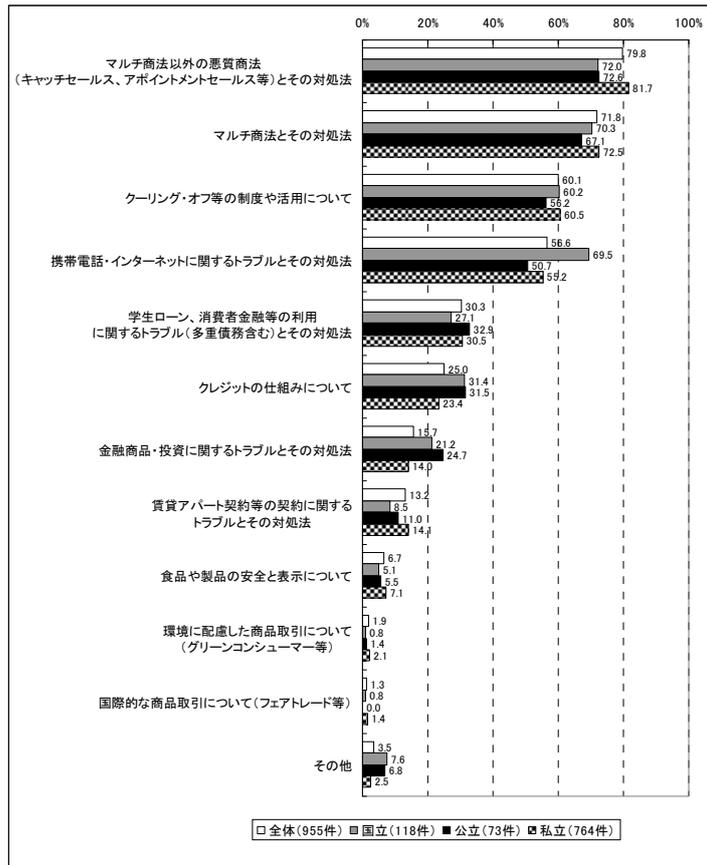


図 19 学生に対する啓発・情報提供の内容 (設置者別)

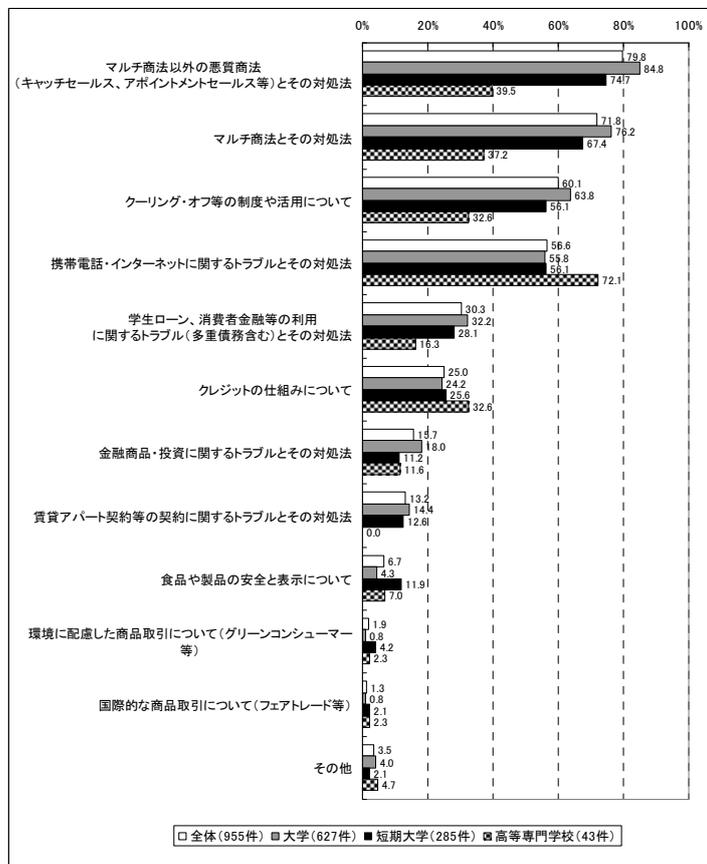


図 20 学生に対する啓発・情報提供の内容 (校種別)

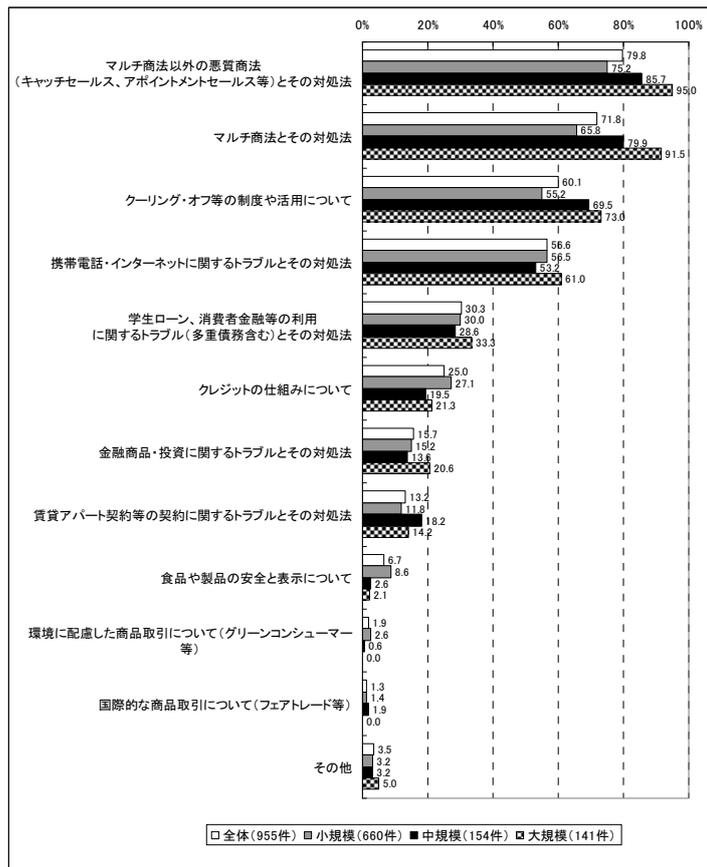


図 2 1 学生に対する啓発・情報提供の内容(規模別)

Q6 学生に対する 啓発・情報提供の具体的取組内容

【Q4で「特になし」以外を選択した場合のみ回答】

学生に対する消費者問題に関する啓発・情報提供について、具体的な取組内容を回答ください。(自由記述)

学生に対する消費者問題に関する啓発・情報提供の具体的取組内容として主に以下の取組があげられた。

- ① オリエンテーションやガイダンスにおける啓発
 - ・ 毎年、入学の際のオリエンテーション実施時に「消費者センター」より講師を招き、様々な消費者問題に関しての講習を実施（岩手大学、他 43 校）
 - ・ 入学時及び進級時のガイダンスにおいてパンフレット等を配布（宮城教育大学、他 39 校）
 - ・ 新入生オリエンテーション時に金融庁作成の「はじめての金融ガイド」を配布、もしくは専門家によるガイダンス等を実施（福井大学、他 5 校）
 - ・ 新入生ガイダンス資料として、学生生活全般の情報を作成・配付（電気通信大学、他 57 校）
 - ・ 新入生を対象に、市役所の「出前講座」を利用して実施（秋田県立大学、他 5 校）
 - ・ （財）日本消費者協会制作のDVDを毎年新入生の生活ガイダンスで上映（関西外国語大学短期大学部）
- ② 外部講師や外部機関との連携による啓発
 - ・ 地元警察より担当部署の講師を招いて安全講習会を実施（千葉大学、他 31 校）
 - ・ 消費者問題に関する講演会を実施（高知短期大学、他 4 校）
 - ・ 弁護士による消費者教育に関する講演会を実施（千葉商科大学、他 1 校）
 - ・ 学外講師による消費者教育に関する講演会を実施（福岡教育大学、他 9 校）
 - ・ 県消費生活課による消費者被害防止セミナー（出前講座）を実施（会津大学短期大学部 他 3 校）
- ③ ポスター・チラシ・冊子・WEB 等による啓発
 - ・ 情報冊子の設置およびポスター等の掲示（北見工業大学、他多数）
 - ・ 消費生活センター等のポスター掲示、チラシの配付（福島大学、他 29 校）
 - ・ 警察が作成した啓発チラシの配付（茨城大学、他 5 校）
 - ・ 関係機関からの啓発用ポスター、リーフレット等を学生掲示板に掲出・配架
 - ・ 全学生へ配付する「学生生活の手引き」に注意文を掲載（東京医科歯科大学、他 43 校）
 - ・ 学生手帳への掲載（上越教育大学、他 12 校）
 - ・ ホームページで悪質商法等への注意を喚起（一橋大学、他 29 校）
 - ・ ライブラリにDVDを設置（公立ほこだて未来大学、他 3 校）

Q7 教職員に対する啓発・情報提供

教職員に対する消費者問題に関する啓発・情報提供を行っていますか。あてはまるものをすべて選択ください。(複数選択)

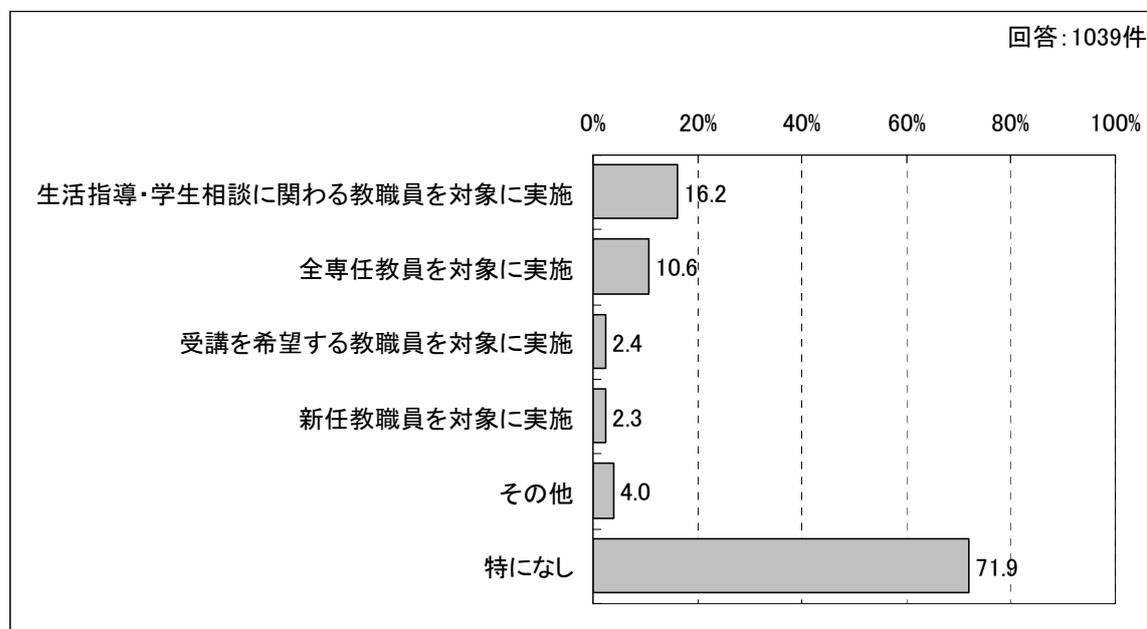


図 2 2 教職員に対する啓発・情報提供

教職員に対する消費者問題に関する啓発・情報提供の方法については約 7 割の大学等において特に行われていない (71.9%)。何らかの取組を行っている大学等においては「生活指導・学生相談に関わる教職員を対象に実施 (16.2%)」が最も多く、約 1 割の大学等では「全専任教員を対象に実施 (10.6%)」されている。

「その他 (4.0%)」の回答としては、「問題が起こった時に情報を提供」、「担任制をとっているため、担任への指導マニュアルに情報を掲載」、「事例毎に注意を喚起」、「教員より情報が入り次第、その都度、全専任教員を対象にメールにて通知」等があげられた。

私立大学において他の校種と比較して特に「生活指導・学生相談に関わる教職員を対象に実施 (17.9%)」が多い。

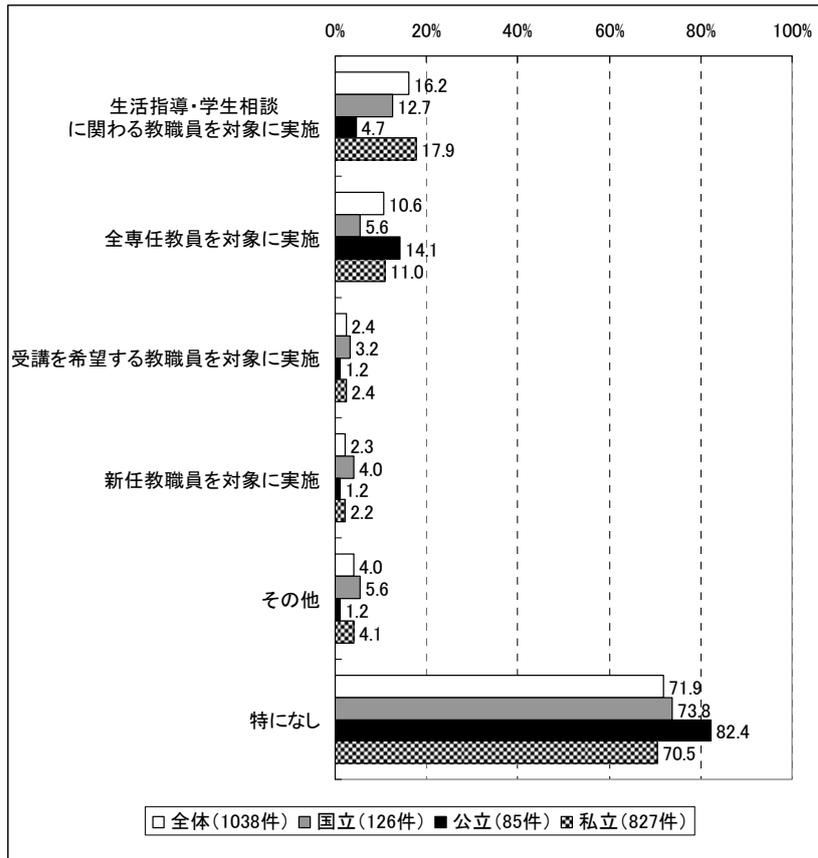


図 2 3 教職員に対する啓発・情報提供（設置者別）

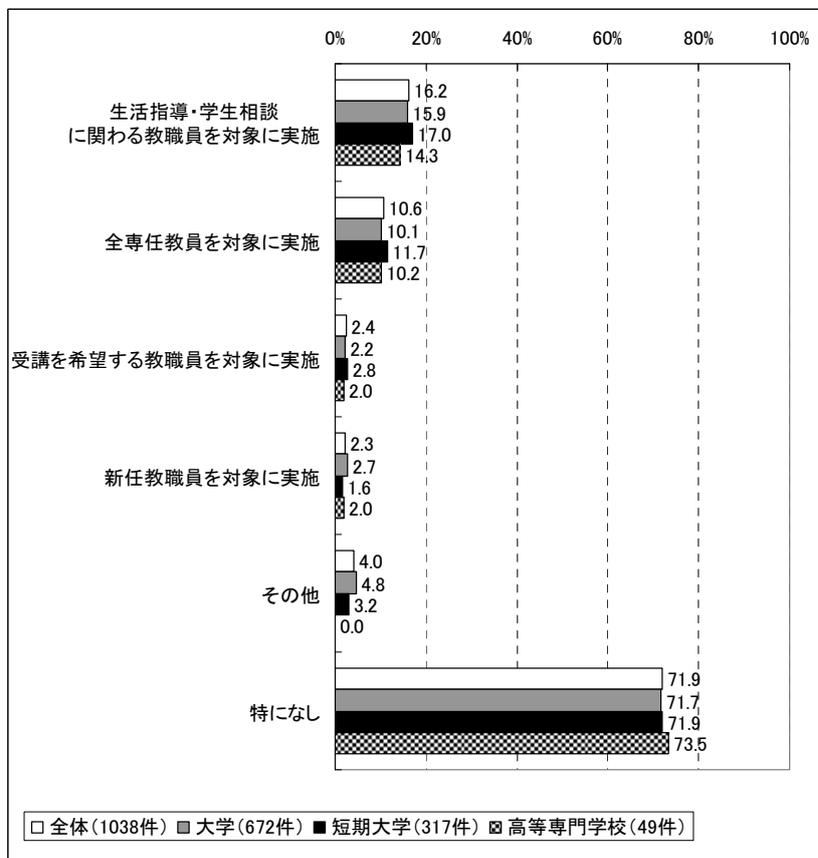


図 2 4 教職員に対する啓発・情報提供（校種別）

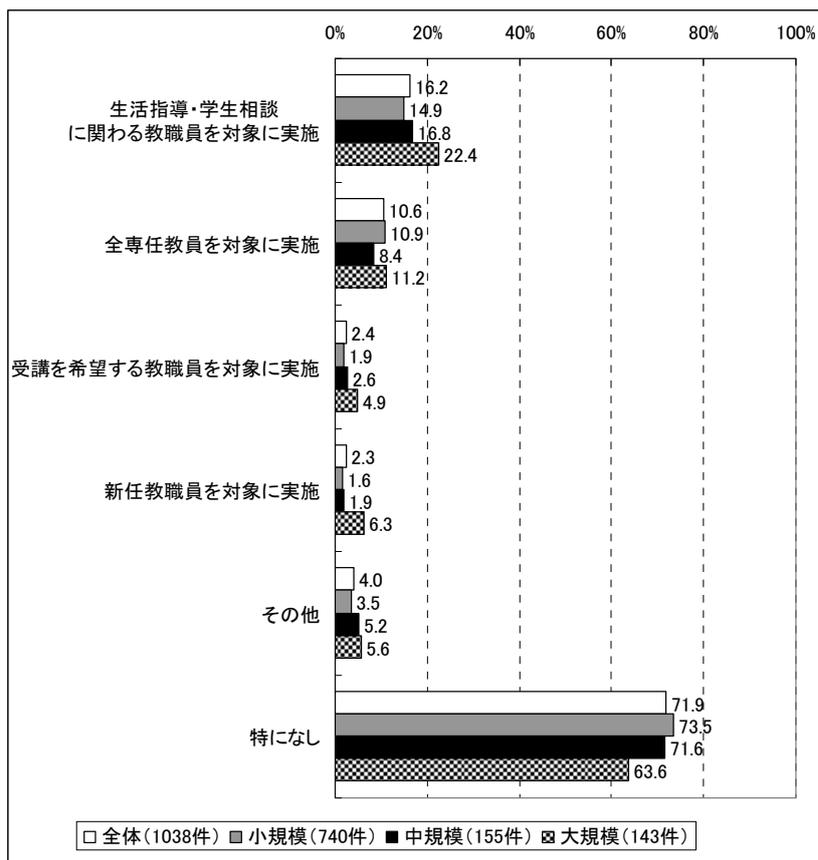


図 25 教職員に対する啓発・情報提供（規模別）

Q8 教職員に対する啓発・情報提供の方法

【Q7で「特になし」以外を選択した場合のみ回答】

教職員に対する消費者問題に関する啓発・情報提供の方法について、あてはまるものをすべて選択ください。（複数選択）

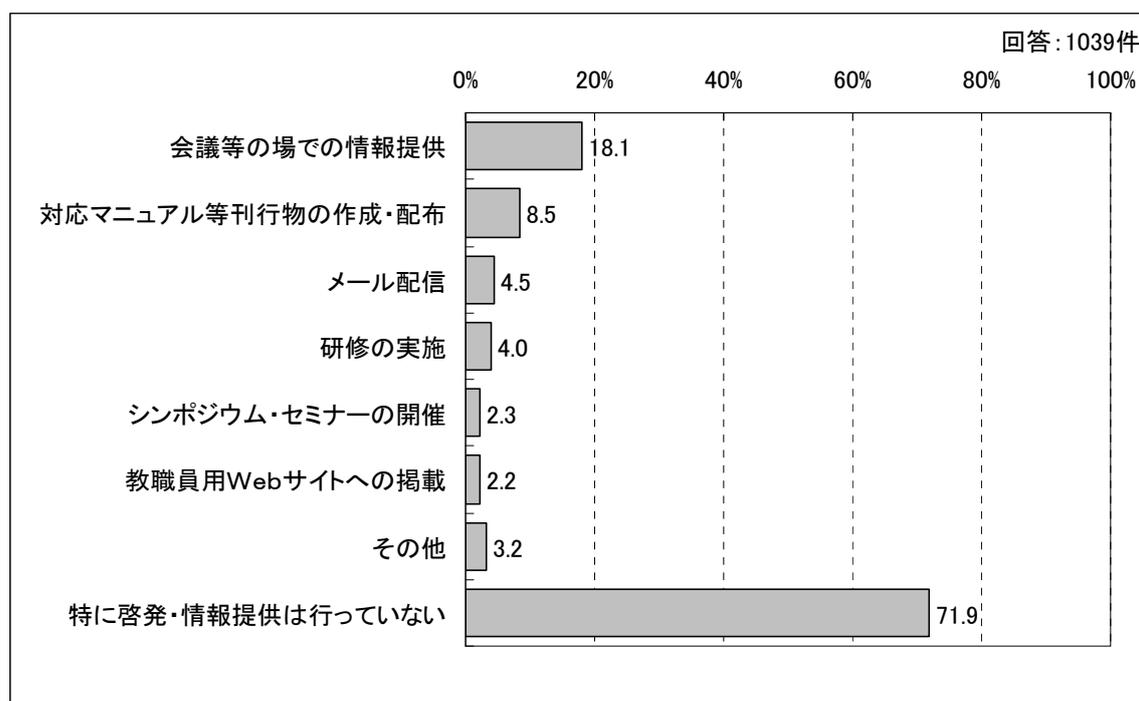


図 26 教職員に対する啓発・情報提供の方法

消費者問題に関する教職員に対する啓発・情報提供の方法については、約 2 割の大学等において「会議等での情報共有（18.1%）」が行われている。また、約 1 割の大学等において「対応マニュアル等刊行物の作成・配布（8.5%）」が行われている。

「その他（3.2%）」の回答としては、「学外の研修会への参加」、「学生向けセミナーへの同席」等があげられた。

私立大学において「会議等での情報共有（18.1%）」が他の校種と比較して多い。

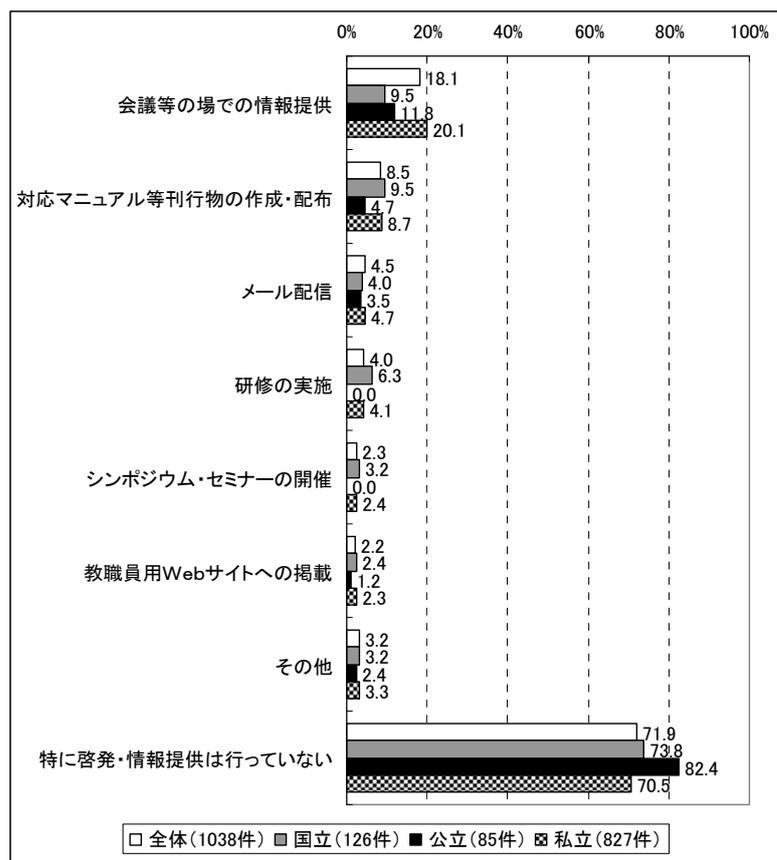


図 2 7 教職員に対する啓発・情報提供の方法（設置者別）

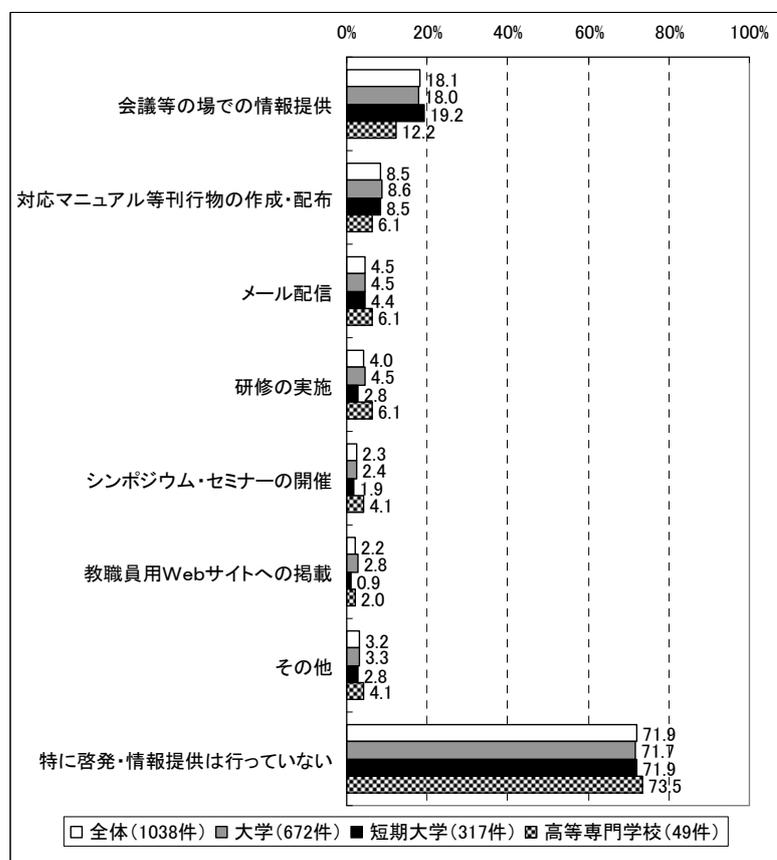


図 2 8 教職員に対する啓発・情報提供の方法（校種別）

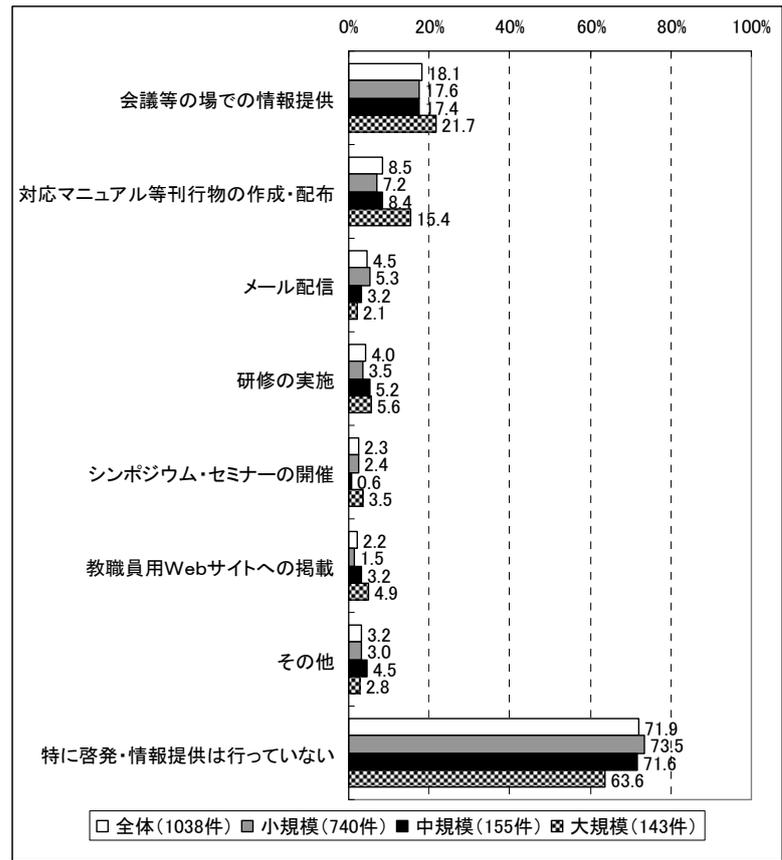


図 2 9 教職員に対する啓発・情報提供の方法（規模別）

Q9 教職員に対する啓発・情報提供の内容

【Q7で「特になし」以外を選択した場合のみ回答】

教職員に対する消費者問題に関する啓発・情報提供の内容について、あてはまるものをすべて選択ください。(複数選択)

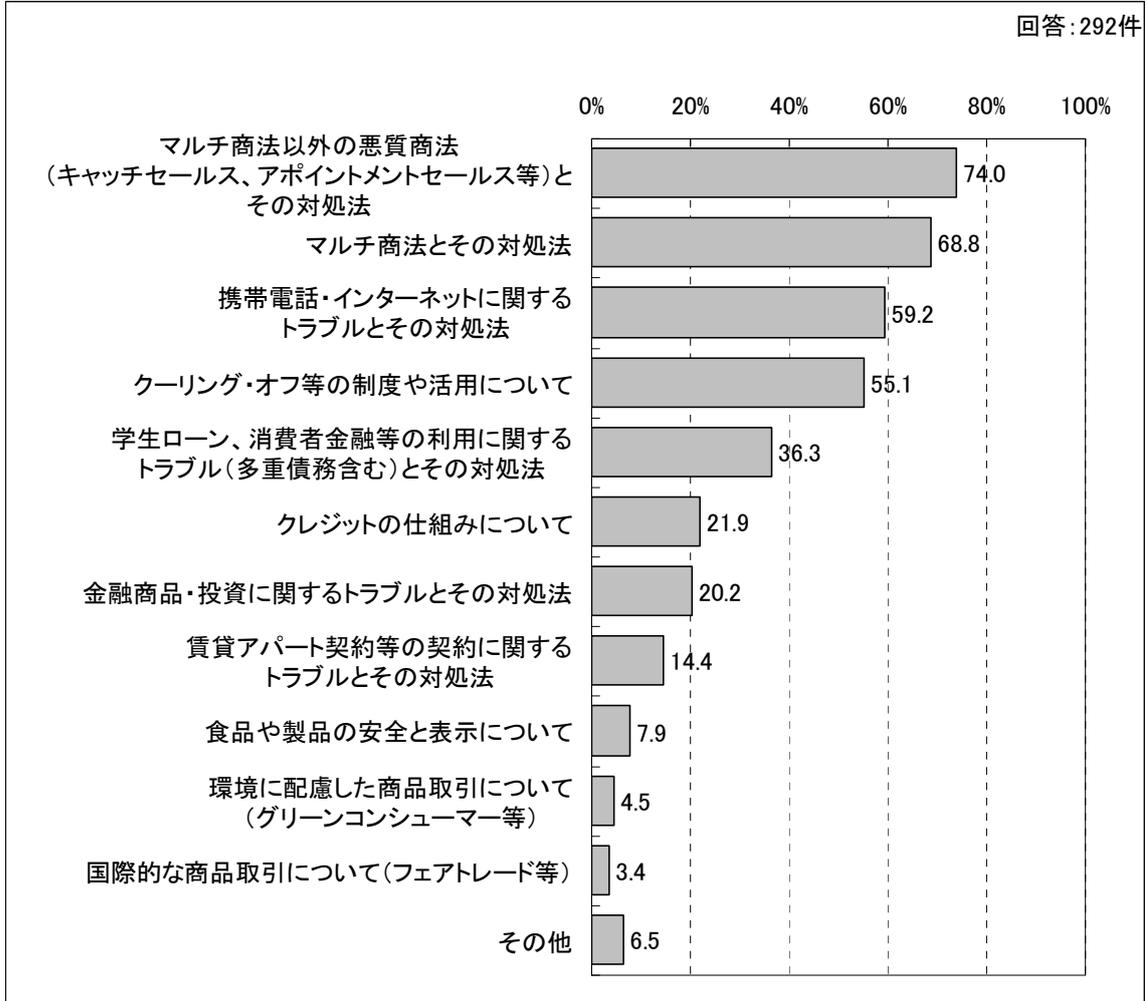


図 30 教職員に対する啓発・情報提供の内容

教職員に対する啓発・情報提供の内容としては、「マルチ商法以外の悪質商法とその対処法 (74.0%)」、「マルチ商法とその対処法 (68.8%)」が約7~8割の大学等において扱われており、最も多い。次いで、「携帯電話・インターネットに関するトラブルとその対処法 (59.2%)」、「クーリングオフ等の制度や活用について (55.1%)」が啓発・情報提供の内容としてあげられた。

「その他 (6.5%)」の回答としては、「消費者相談室等の連絡先」、「架空請求等への対応」、「カルト宗教団体の勧誘について」等があげられた。

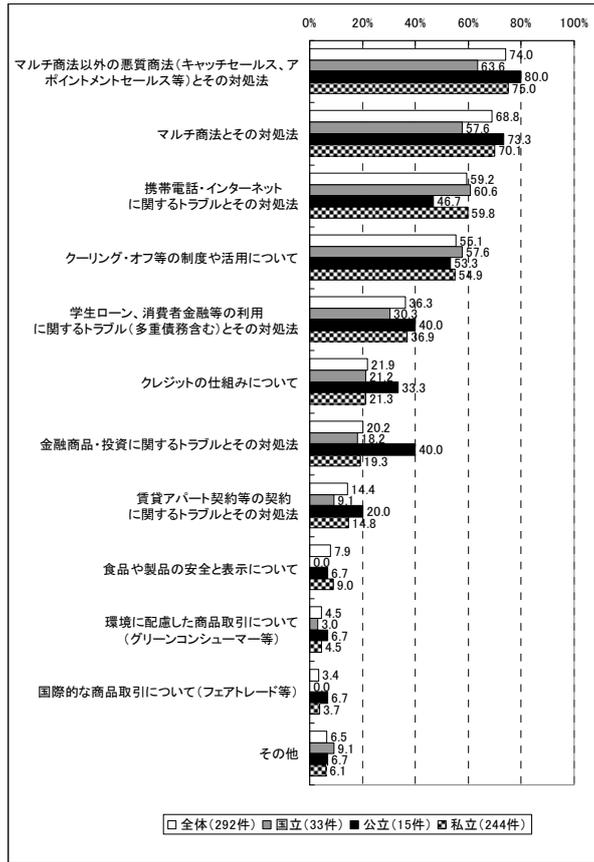


図 3 1 教職員に対する啓発・情報提供の内容(設置者別)

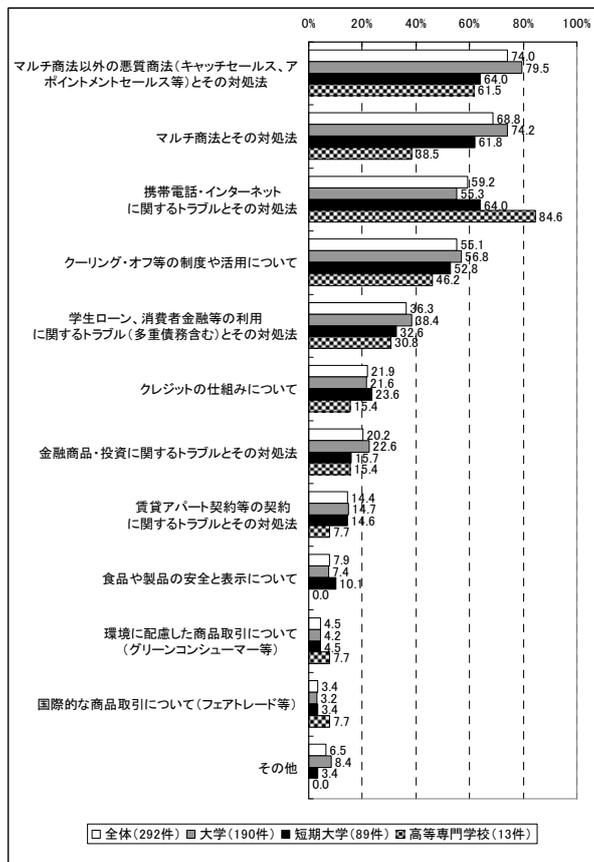


図 3 2 教職員に対する啓発・情報提供の内容(校種別)

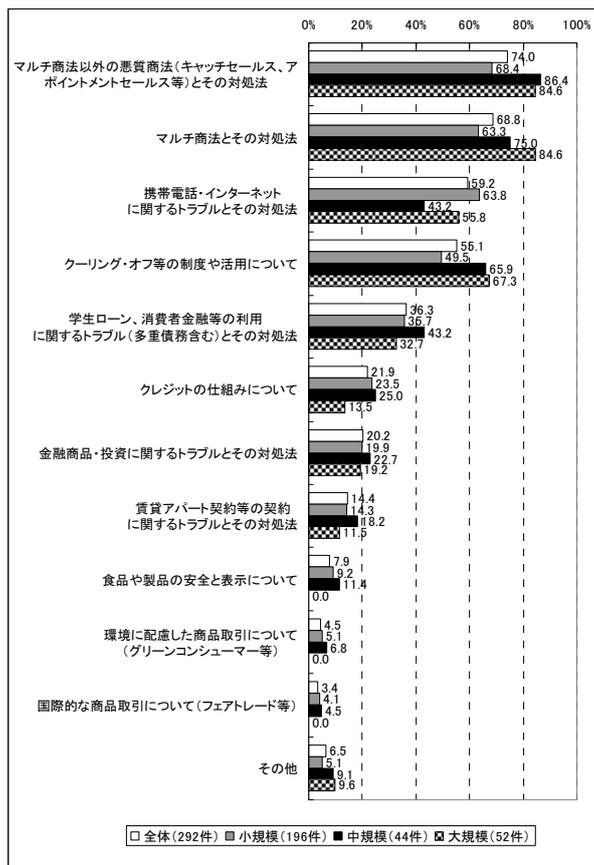


図 3 3 教職員に対する啓発・情報提供の内容(規模別)

Q10 教職員に対する 啓発・情報提供の具体的取組内容

【Q7で「特になし」以外を選択した場合のみ回答】

教職員に対する消費者問題に関する啓発・情報提供について、具体的な取組内容を回答ください。(自由記述)

- ① 教授会・会議等における情報共有
 - ・ 問題が生じたときに教授会で注意を喚起 (日本医療科学大学、他 5 校)
 - ・ 毎週行われる教職員集会等で情報提供を実施 (山形大学、他 40 校)
 - ・ 生活指導教員から、会議等の場で、学生向けに配布したパンフレットを教職員にも配布し、啓発、情報提供を実施 (静岡英和学院大学短期大学部他 1 校)
- ② 対応マニュアル等の作成・配布
 - ・ 対応マニュアル等を作成して、教職員にも配布 (三重大学、他 3 校)
 - ・ 学生相談マニュアルをHPに掲載 (電気通信大学、他 1 校)
 - ・ 学生対応マニュアルの配布等 (筑波大学、他 2 校)
 - ・ 国民生活センター発行の「くらしの豆知識」を配布 (東日本国際大学、他 1 校)
- ③ 必要に応じて啓発・情報提供を実施
 - ・ 被害が出た場合、メール配信で情報提供し注意を喚起 (足利工業大学、他 4 校)
 - ・ 警察・関係機関等からの情報などを学内メール及び各種会議等を利用して情報提供すると共に、必要に応じて関係資料等の配布を行い啓発を実施 (札幌市立大学、他 9 校)
 - ・ 情報提供があり次第、全教職員に一斉メールを発信 (佐賀女子短期大学)
- ④ 学生向けの啓発を同時に教職員対象にも実施
 - ・ 毎年1度、全学生及び教職員向けに消費者啓発講座を実施 (盛岡大学、他 10 校)
 - ・ 年2回県と警察署に依頼する学生向けの講義を一緒に受講 (大月短期大学)
 - ・ 新入生ガイダンス資料と同一のものを配付 (東北女子大学、他 10 校)
- ⑤ その他
 - ・ 全教職員を対象とした研修会の実施 (山口大学、他 2 校)
 - ・ 研修会等に参加した教職員が必要に応じて、研修の内容を全体に発表 (東京理科大学、他 3 校)
 - ・ 教職員用 Web サイトへの掲載 (松本歯科大学)

(3) 学生相談体制等

Q11 消費者問題の相談窓口

学生からの消費者問題についての相談は、どのような窓口において対応していますか。
あてはまるものをすべて選択ください。(複数選択)

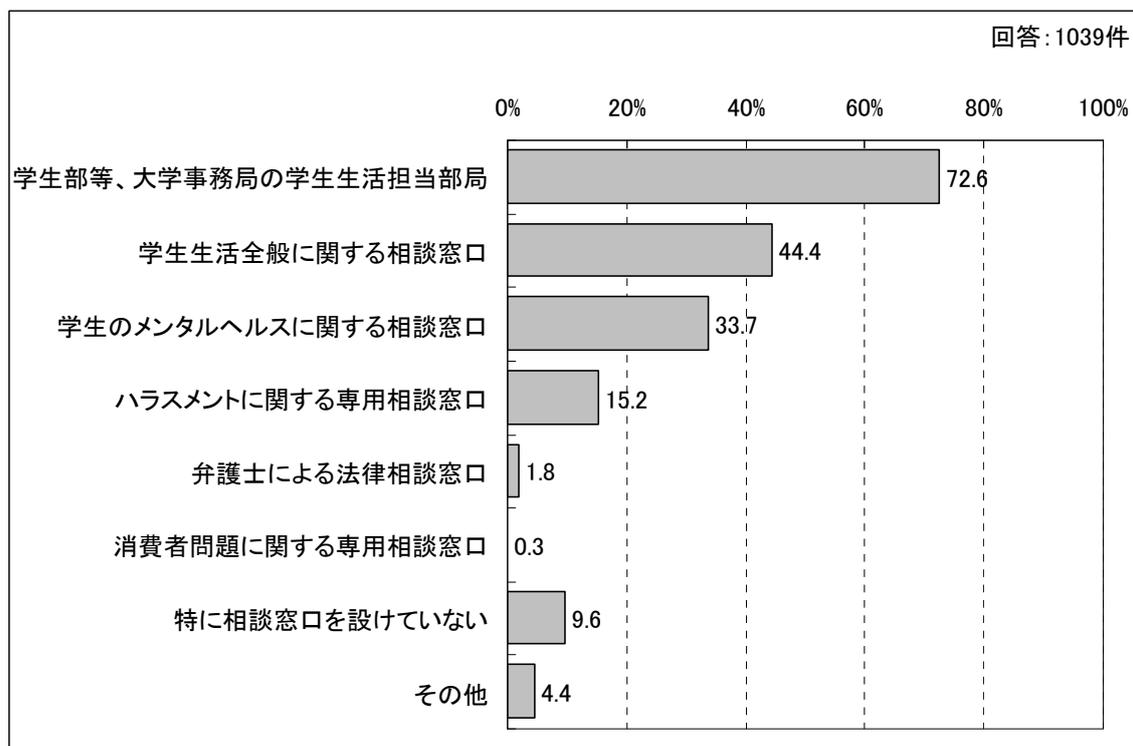


図 3 4 消費者問題の相談窓口

学生からの消費者問題についての相談は、約 7 割の大学等では「学生部等、大学事務局の学生生活担当部局 (72.6%)」において相談を受け付けている。次いで、「学生生活全般に関する相談窓口 (44.4%)」、「学生のメンタルヘルスに関する相談窓口 (33.7%)」が多い。「特に相談窓口を設けていない (9.6%)」大学等は約 1 割であった。

「その他 (4.4%)」の回答としては、「法律担当の教員が場合により相談に対応」、「担当教員が窓口となって対応」、「クラス担任等の教員への相談」、「学生相談室」等があげられた。

高等専門学校においては、相談窓口を設けていない場合が多い。

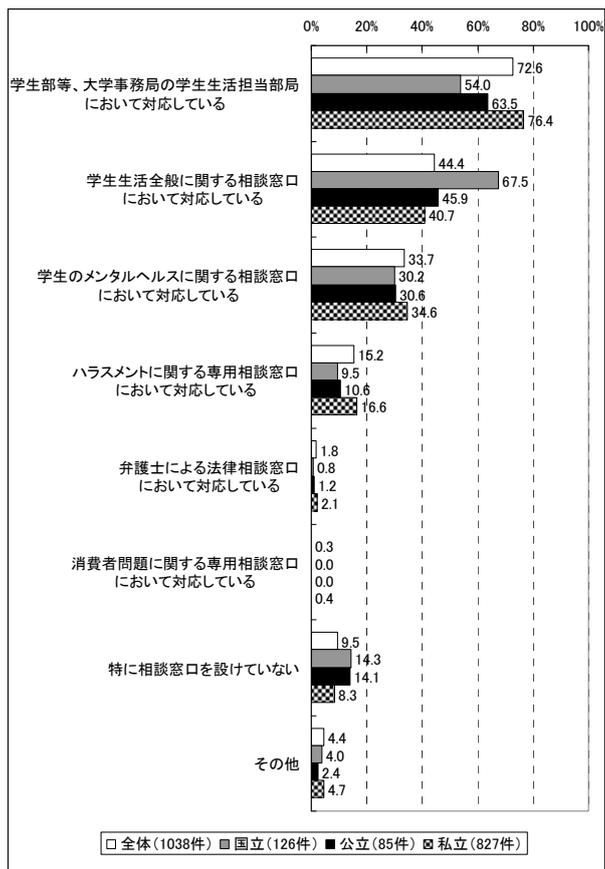


図 3 5 消費者問題の相談窓口（設置者別）

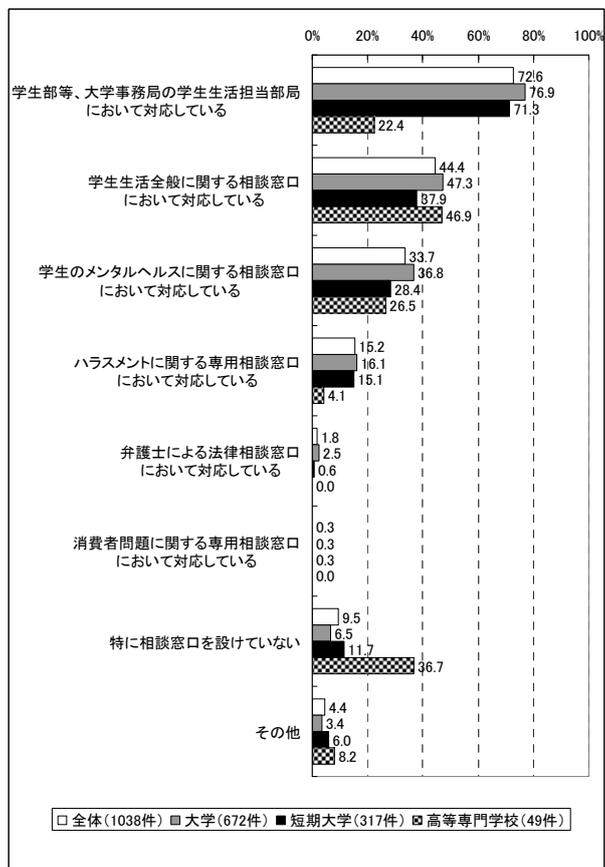


図 3 6 消費者問題の相談窓口（校種別）

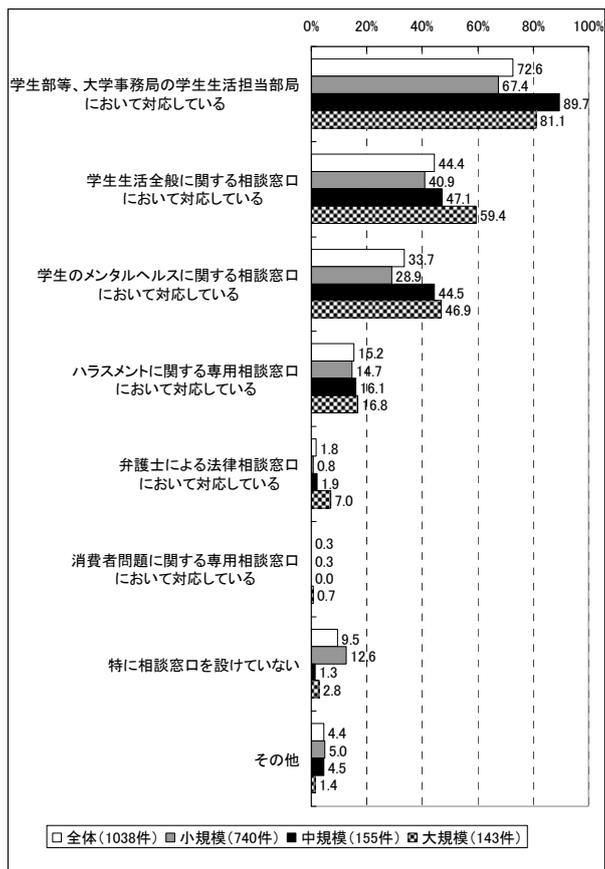


図 3 7 消費者問題の相談窓口（規模別）

Q12 相談対応を行う教職員に対する研修

【Q11で「特に相談窓口を設けていない」以外を選択した場合のみ回答】

学生からの消費者問題に関する相談窓口において対応を行う教職員に対して消費者問題についての研修を実施していますか。(1つ選択)

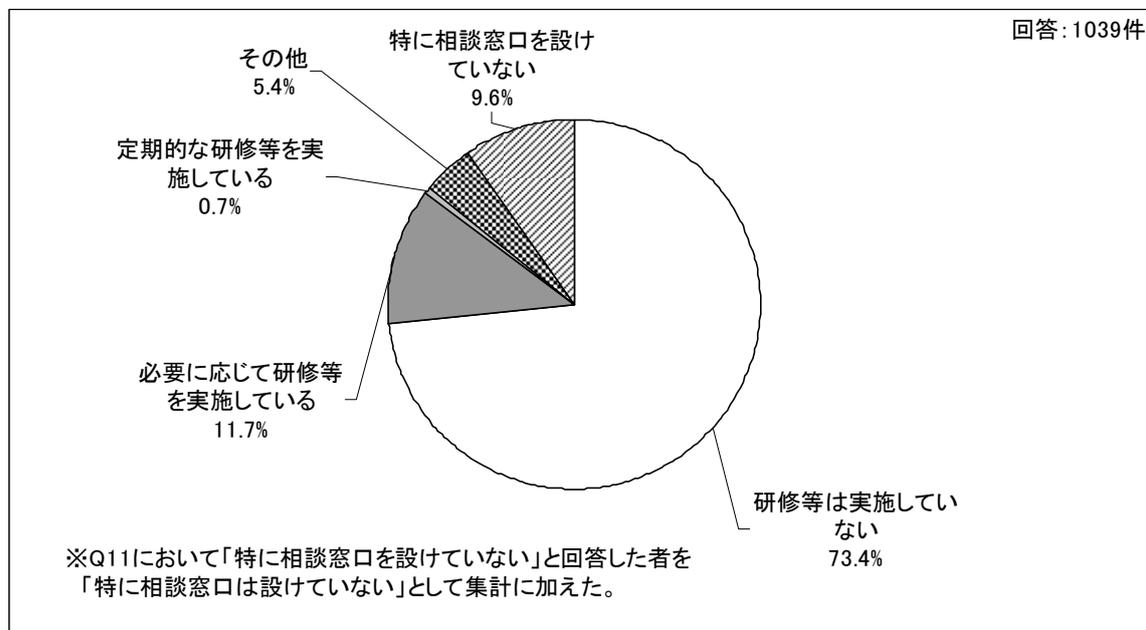


図 38 相談対応を行う教職員に対する研修

学生からの消費者問題に関する相談窓口において対応を行う教職員に対して約 7 割の大学等においては「研修等は実施していない (73.4%)」。「必要に応じて研修等を実施している (11.7%)」大学等は約 1 割であった。

「その他 (5.4%)」の回答としては、「日本学生支援機構が主催する『全国学生指導研修会』など学外で開催される研修会に参加」、「必要に応じて外部の研修に参加」、「警察などで必要に応じて情報を入手するとともに、その対策等について指導を依頼」等があげられた。

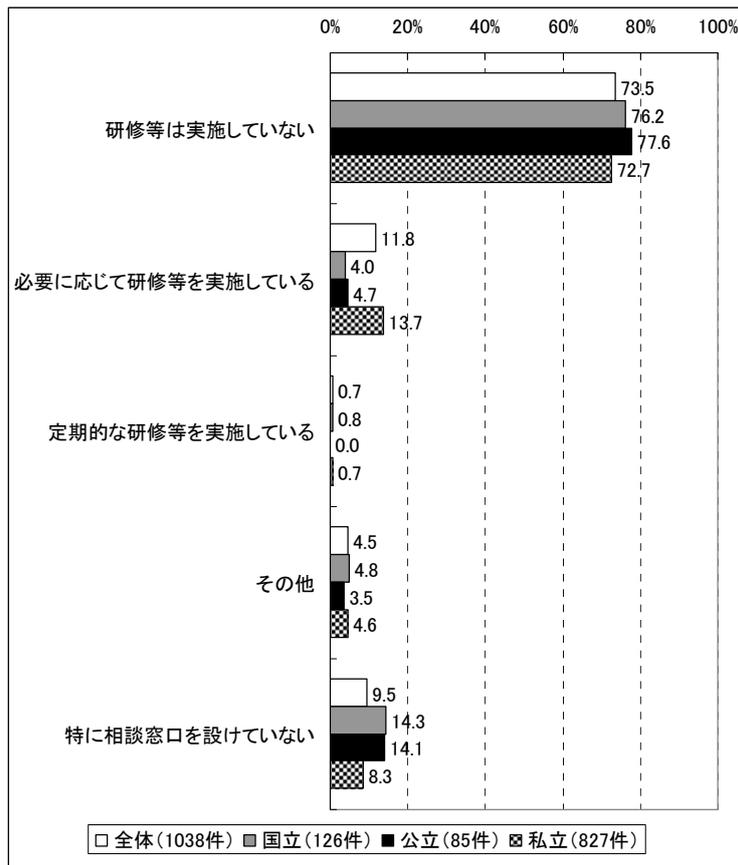


図 39 相談対応を行う教職員に対する研修（設置者別）

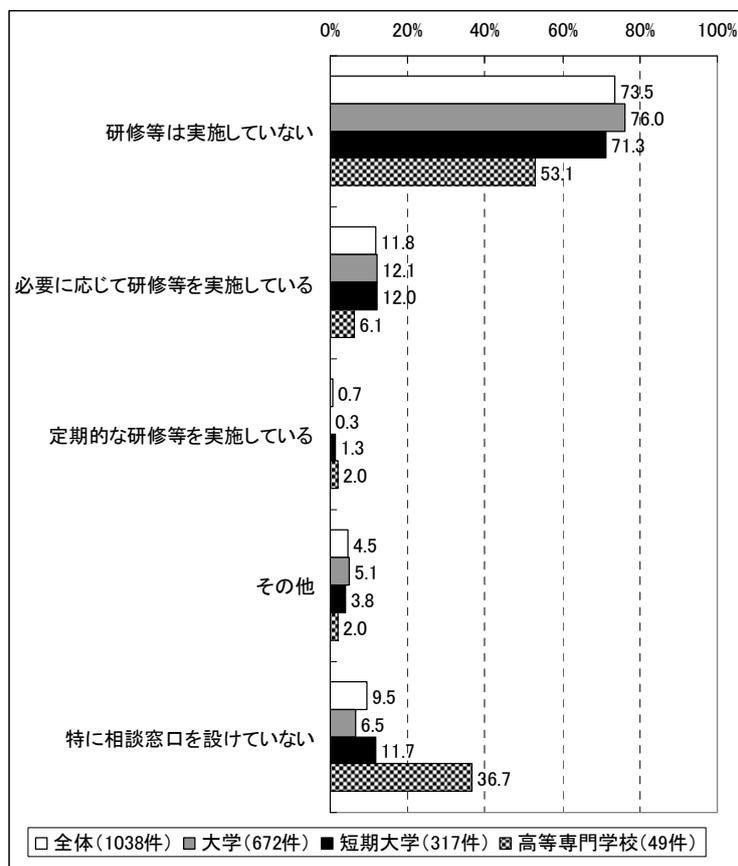


図 40 相談対応を行う教職員に対する研修（校種別）

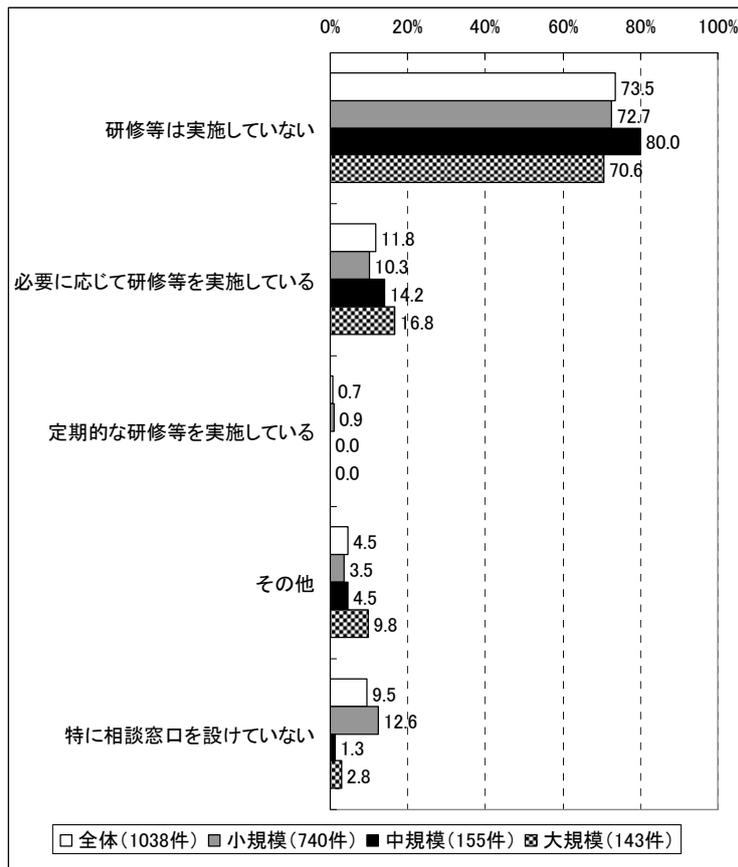


図 4 1 相談対応を行う教職員に対する研修（規模別）

Q13 消費者問題に関する相談内容

【Q11 で「特に相談窓口を設けていない」以外を選択した場合のみ回答】

相談窓口において、平成21年度中に具体的にどのような消費者問題に関する相談がありましたか。あてはまるものをすべて選択ください。(複数選択)

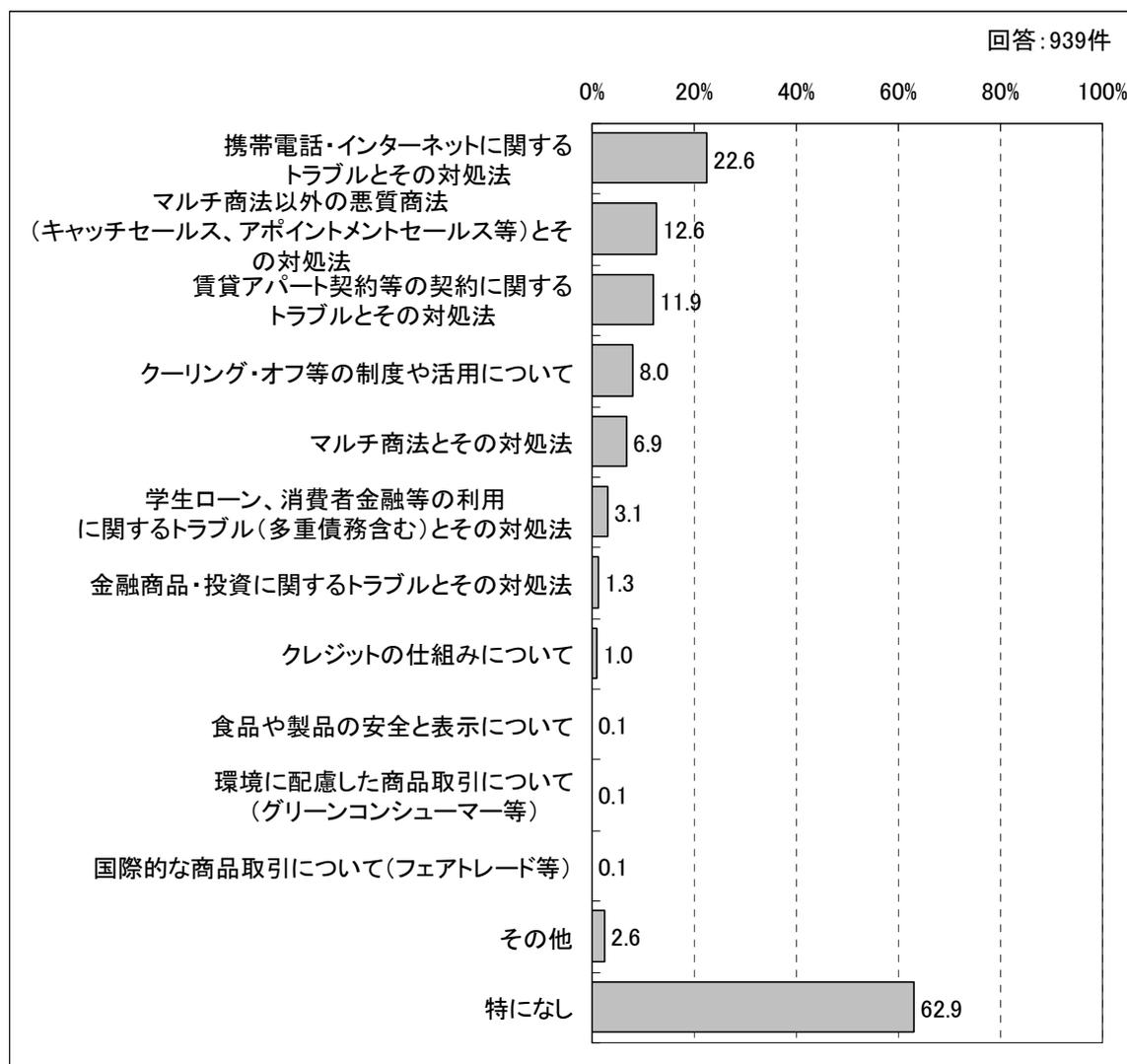


図 4 2 消費者問題に関する相談内容

相談窓口において、平成21年度中に寄せられた消費者問題に関する相談としては、「携帯電話・インターネットに関するトラブルとその対処法 (22.6%)」、が最も多く、次いで「マルチ商法以外の悪質商法とその対処法 (12.6%)」、「賃貸アパート契約等の契約に関するトラブルとその対処法 (11.9%)」がそれぞれ約1割程度であった。

「その他 (2.6%)」の回答としては、「不当請求、金銭トラブルなど」、「クレジット等代金未払いによるトラブル」、「高額教材の売買に関するトラブル」、「セミナー商法」等があげられた。多くの相談内容について「大規模・大学」において相談を受けている場合が多い。

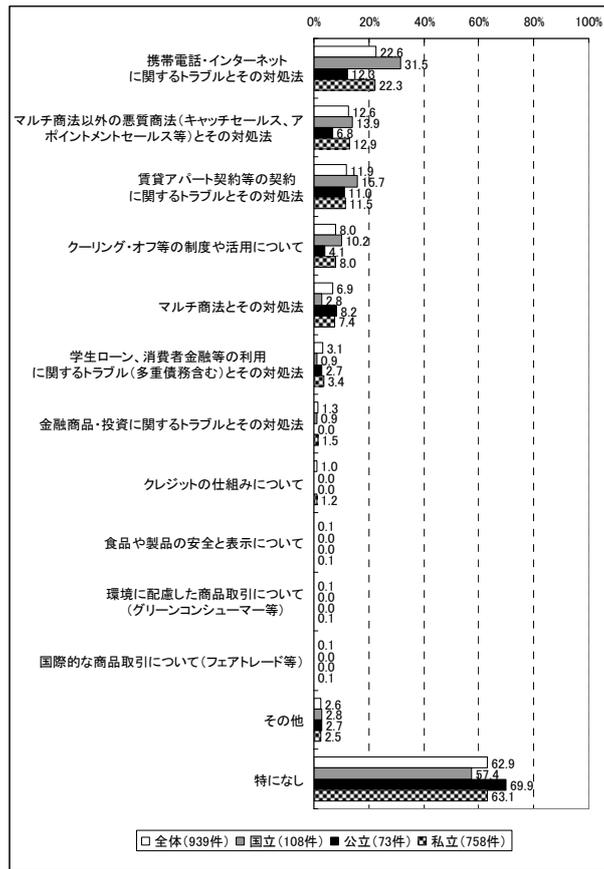


図 4 3 消費者問題に関する相談内容 (設置者別)

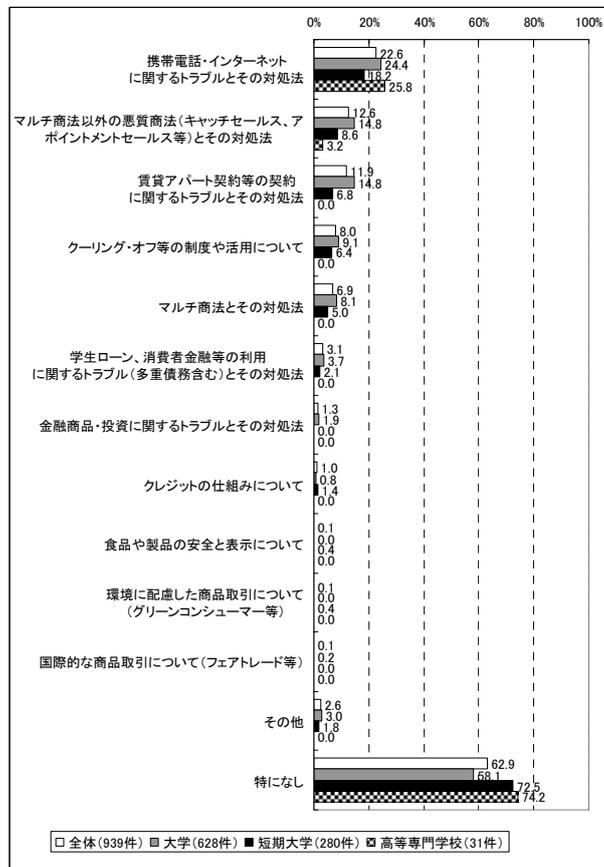


図 4 4 消費者問題に関する相談内容 (校種別)

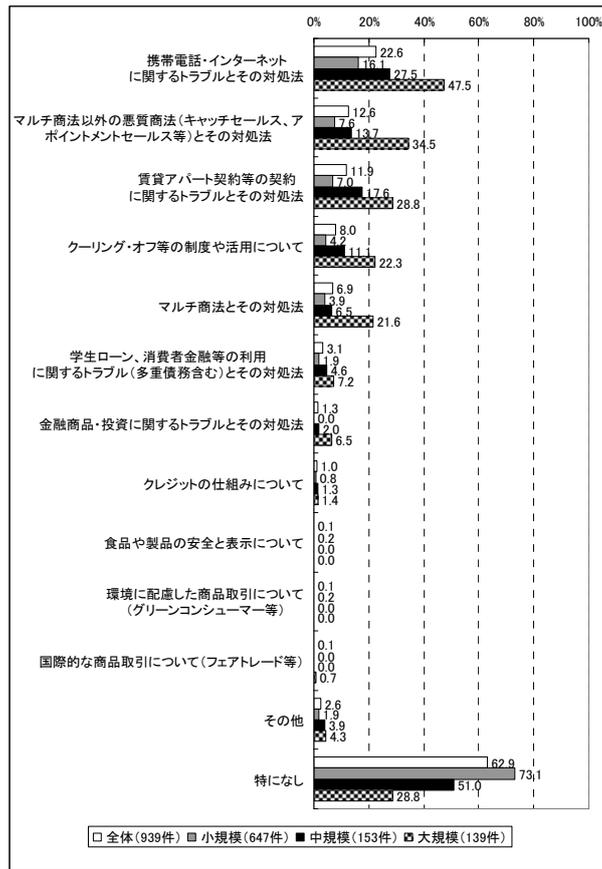


図 4 5 消費者問題に関する相談内容 (規模別)

Q14 消費者問題に関する相談内容

【Q11で「特に相談窓口を設けていない」以外を選択した場合のみ回答】

相談窓口に寄せられた消費者問題に関する相談内容について差し支えない範囲で具体的に例示ください。(自由記述)

- ① 架空請求・携帯サイト等
 - ・ 有料サイト (11校)
 - ・ アダルトサイト (9校)
 - ・ 動画サイト (1校)
 - ・ 出会い系サイト (6校)
- ② クレジット・消費者金融
 - ・ 先輩によるクレジットカード作成強要 (1校)
 - ・ クレジットカードの返済 (3校)
 - ・ リボ払い (1校)
 - ・ 消費者金融口座の名義貸し (1校)
- ③ マルチ商法
 - ・ 卒業生(複数)からの勧誘 (1校)
 - ・ 友人からの勧誘 (4校)
 - ・ 加害者になったケース (1校)
- ④ キャッチセールス
 - ・ 高額なアクセサリー (1校)
 - ・ クーリング・オフ制度 (16校)
 - ・ 読者モデルとして高額な宣伝費を要求 (2校)
 - ・ 英語教材 (5校)
- ⑤ 賃貸契約
 - ・ 賃貸契約書の不備 (1校)
 - ・ 退去時の原状回復費用等 (12校)
 - ・ 賃貸アパート契約時、契約終了時の諸費用 (3校)
 - ・ 学生が夜間に騒ぎ、強制退室となった際の保証金 (1校)
- ⑥ 新聞の購読契約
 - ・ 強引な購読契約 (7校)
 - ・ 契約の解除 (4校)

(4) 授業・ゼミにおける消費者教育の実施

Q15 講義及びゼミにおける消費者問題に関する教育事例

講義（公開講座含む）及びゼミにおける消費者問題に関する教育の具体的な実施事例について回答頂いた。回答する事例の抽出方法は以下の方法とした。

- ・ 下記に示すキーワードごとに平成22年度のシラバス等を検索し、講義名・文中にキーワードの語句が含まれる科目を抽出する。
【キーワード群A】 消費者、悪質商法（または、悪徳商法）、消費生活、生活スキル、ライフスキル、多重債務、金融教育
【キーワード群B】 フェアトレード（または、公正取引）、持続可能な社会、環境教育
- ・ 抽出された科目の中から特に「消費者教育」への関連性の高い科目について、最大3科目を選択する。
- ・ 選択した3科目について下記の項目について詳細を回答頂いた。
科目名、開設学部・学科名、担当教員の専門分野、学外の関係機関・団体との連携、概要（自由記述）、受講対象者（複数選択）、選択・必修の別（1つ選択）、該当したキーワード（複数選択）

494の大学等から合計で921件の実践事例を回答頂いた。

Q16 消費者問題に関する講義及びゼミの受講対象者（複数選択）

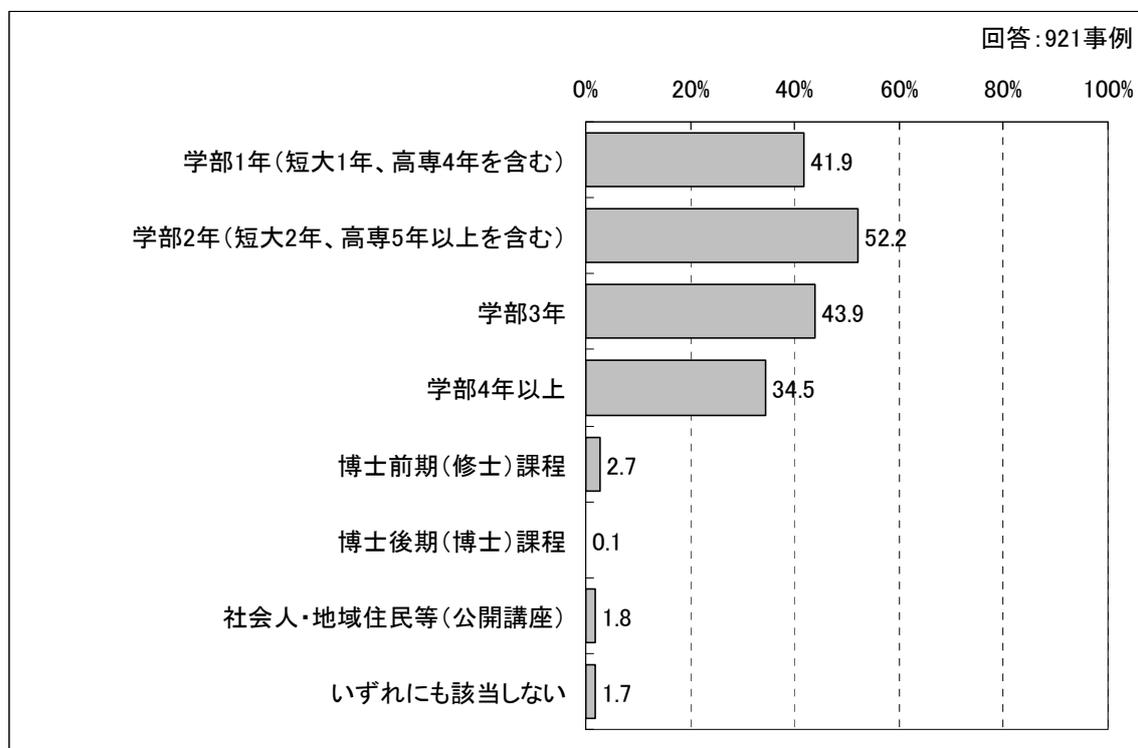


図 4 6 消費者問題に関する講義及びゼミの受講対象者

講義（公開講座含む）及びゼミにおける消費者問題に関する教育の受講対象者は、「学部 2 年（短大 2 年、高専 5 年以上を含む）（52.2%）」が最も多く、次いで「学部 3 年（43.9%）」であった。

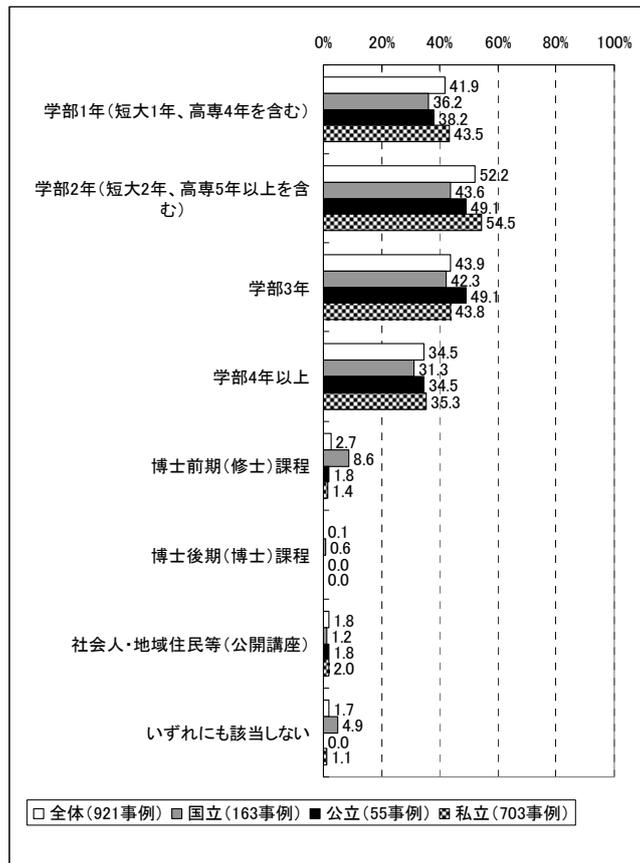


図 4 7 消費者問題に関する講義及びゼミの受講対象者 (設置者別)

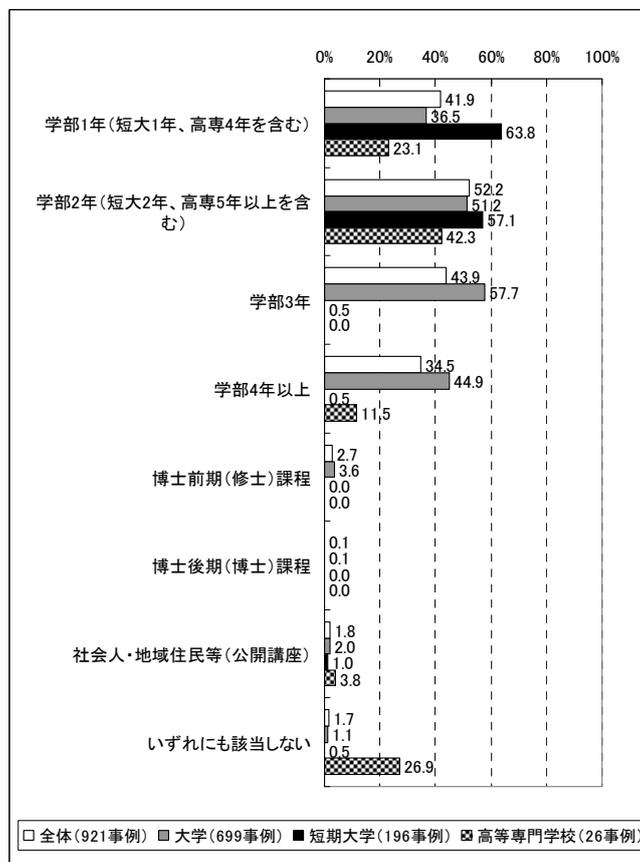


図 4 8 消費者問題に関する講義及びゼミの受講対象者 (校種別)

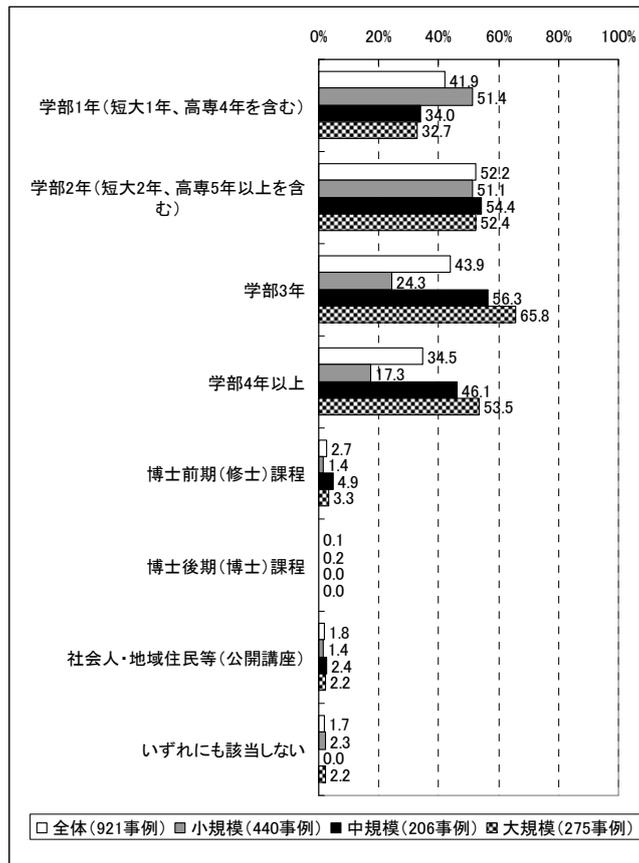


図 4 9 消費者問題に関する講義及びゼミの受講対象者（規模別）

Q17 消費者問題に関する講義及びゼミの選択・必修の別（1つ選択）

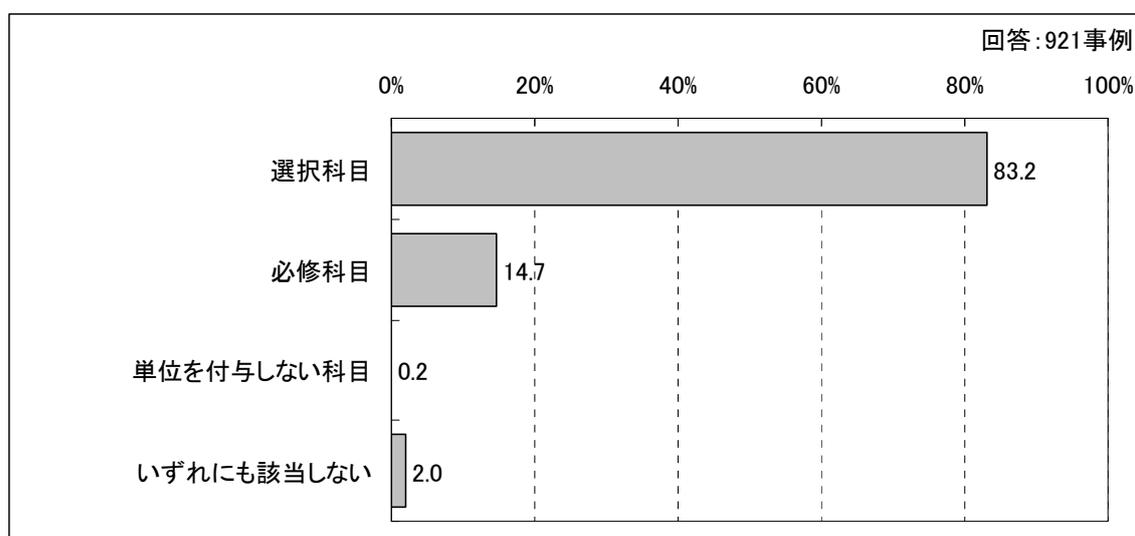


図 50 消費者問題に関する講義及びゼミの選択・必修の別

講義（公開講座含む）及びゼミにおける消費者問題に関する教育における選択・必修の別は、「選択科目（83.2%）」が最も多く、次いで「必修科目（14.7%）」であった。

「いずれにも該当しない（2.0%）」としては、「新入生オリエンテーション」、「公開講座」等があげられた。

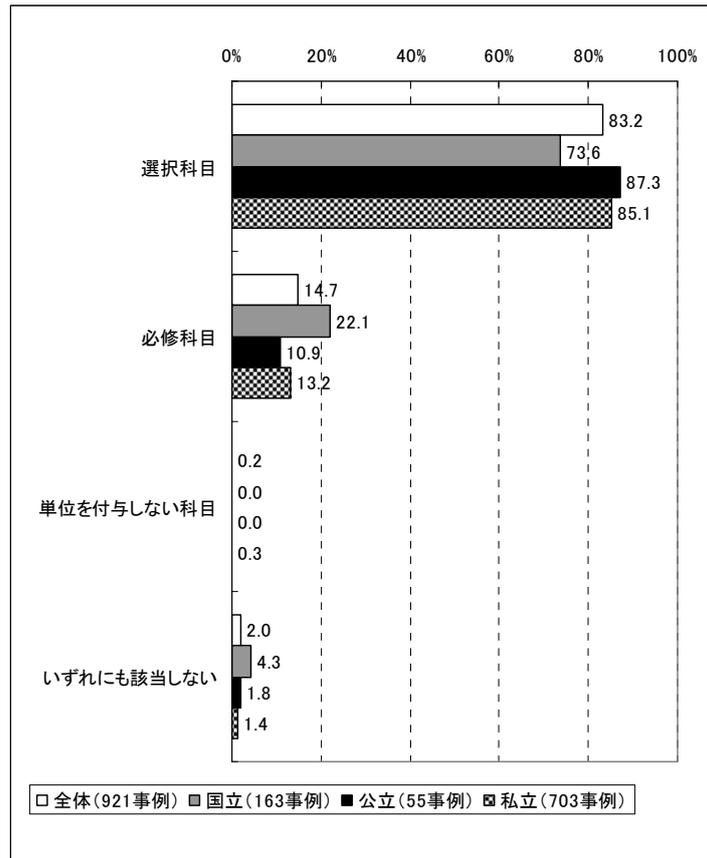


図 5 1 消費者問題に関する講義及びゼミの選択・必修の別 (設置者別)

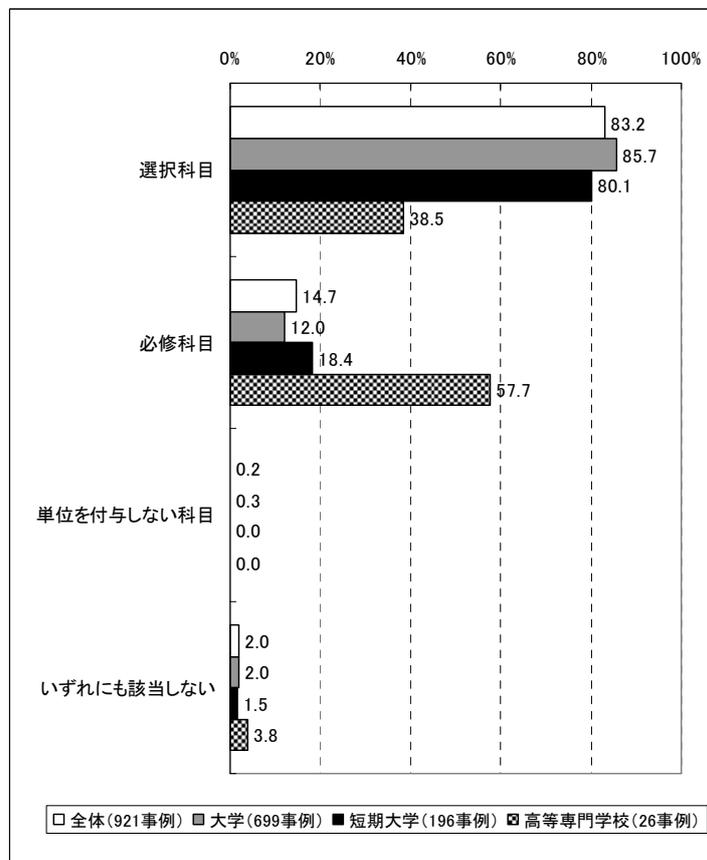


図 5 2 消費者問題に関する講義及びゼミの選択・必修の別 (校種別)

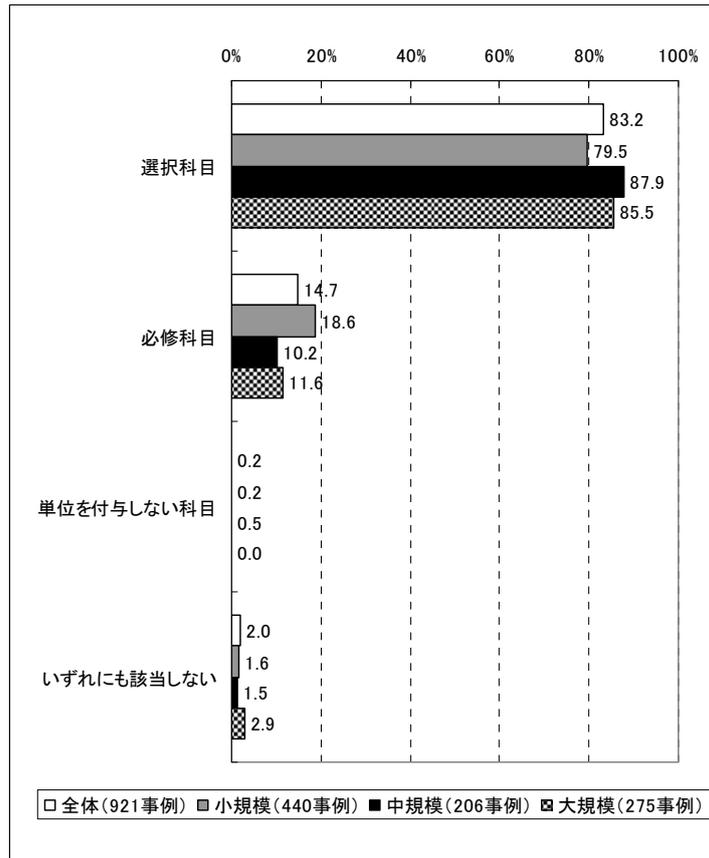


図 5 3 消費者問題に関する講義及びゼミの選択・必修の別（規模別）

Q18 該当したキーワード（複数選択）

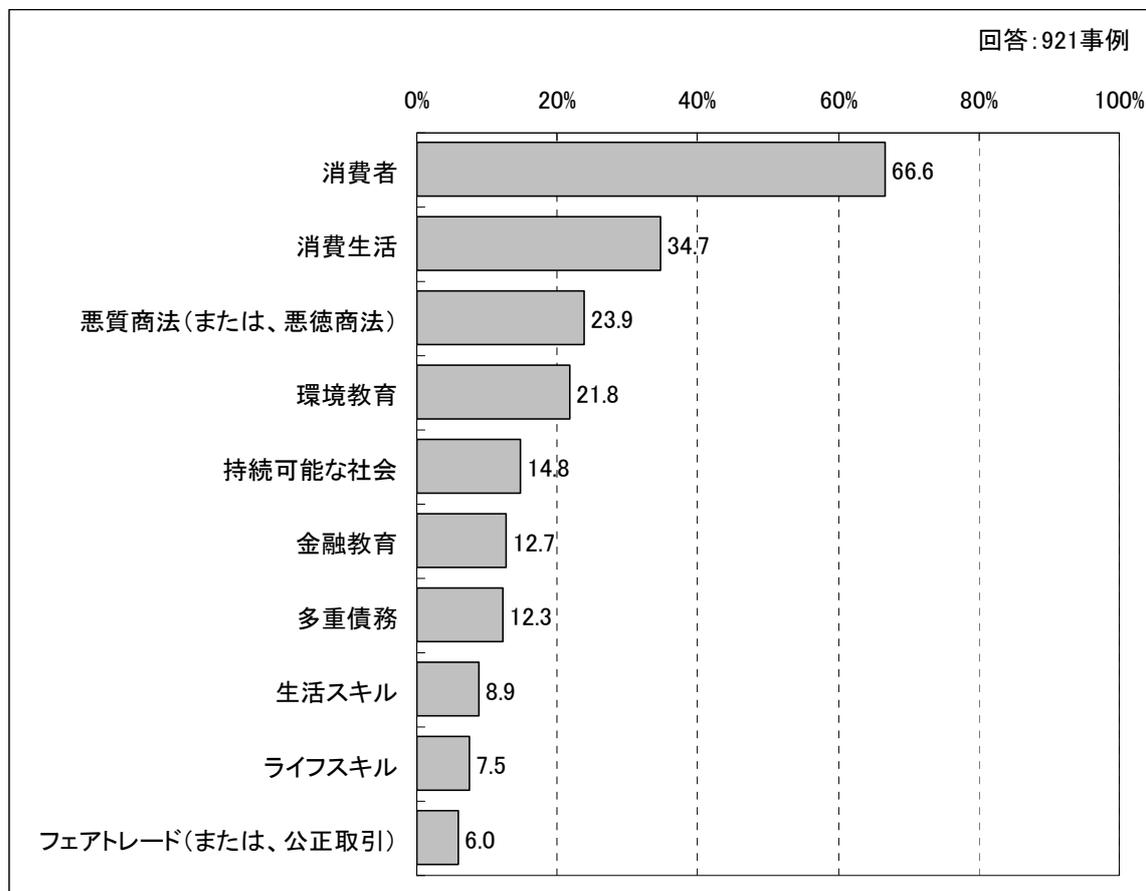


図 5 4 該当したキーワード

講義（公開講座含む）及びゼミにおける消費者問題に関する教育の実施事例について該当したキーワードは、「消費者（66.6%）」が最も多く、次いで、「消費生活（34.7%）」、「悪質商法（または悪徳商法）（23.9%）」が多かった。

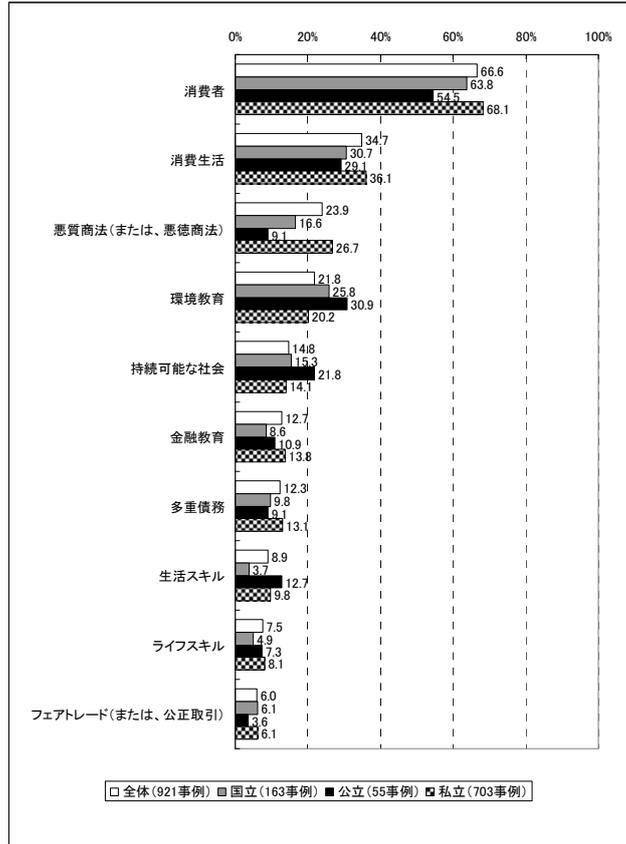


図 5 5 該当したキーワード (設置者別)

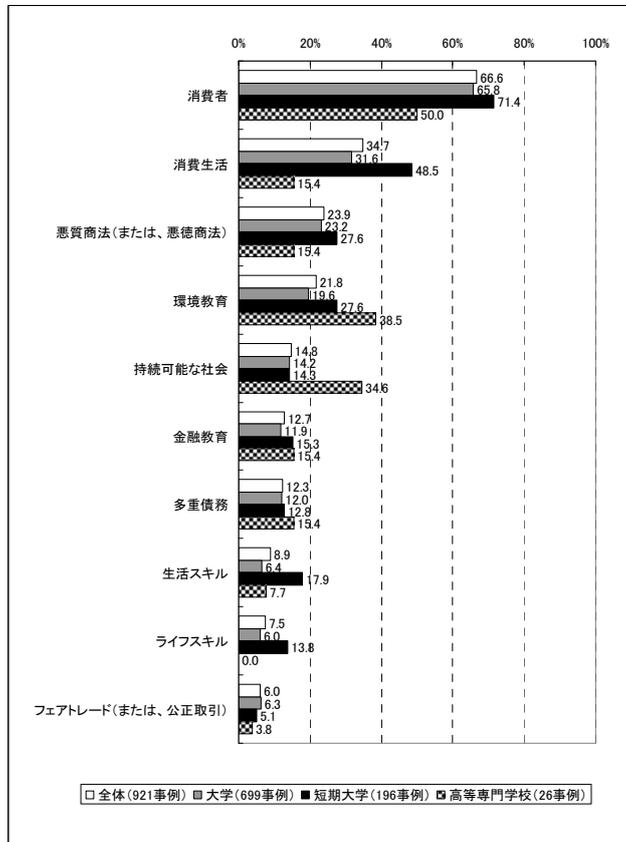


図 5 6 該当したキーワード (校種別)

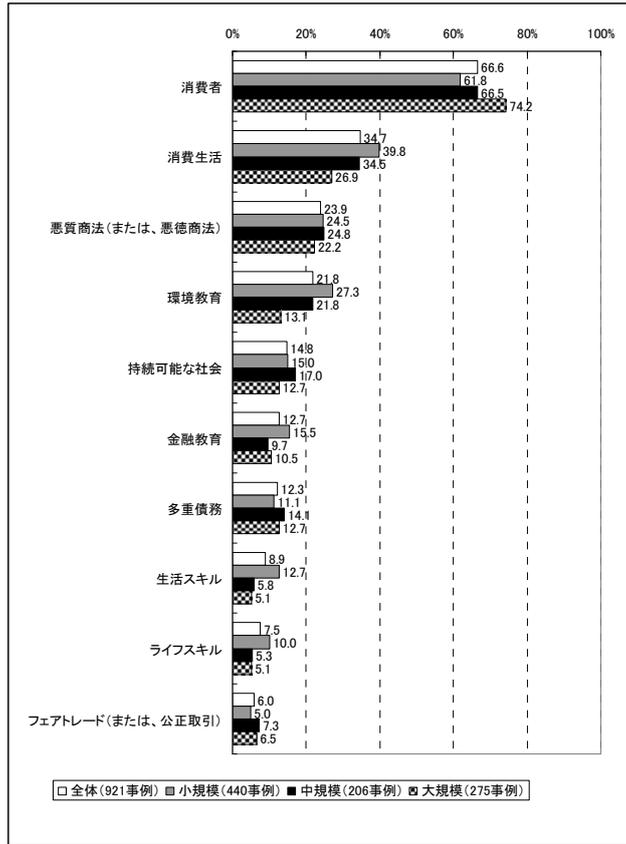


図 5.7 該当したキーワード (規模別)

(5) 他機関との連携状況

Q19 学外機関との連携

学生の消費者問題に対する対応において、どのような機関と連携をしていますか。あてはまるものをすべて選択ください。(複数選択)

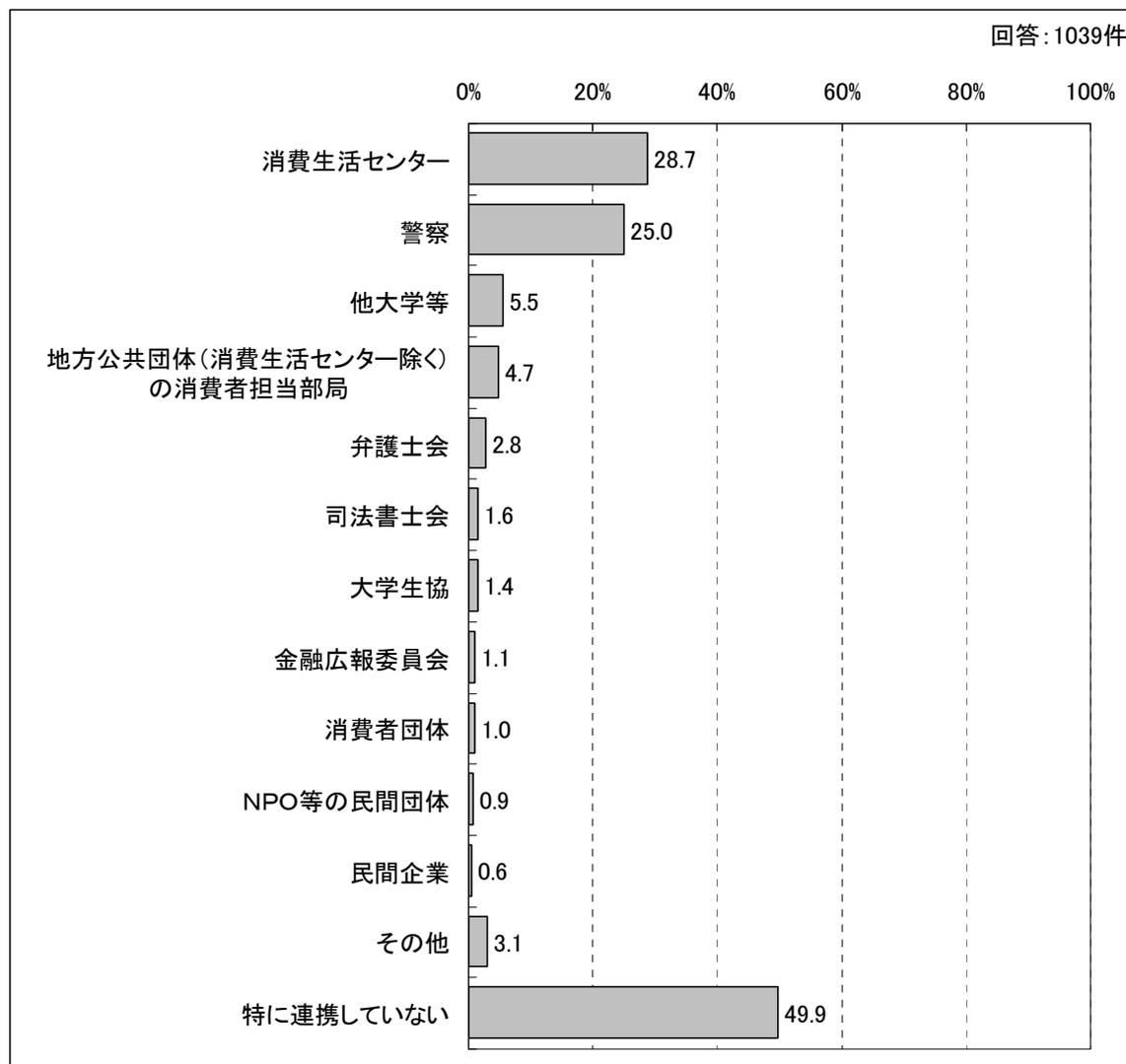


図 58 学外機関との連携

学生の消費者問題に対する対応における学外機関との連携について、約5割の大学等が「特に連携していない(49.9%)」。何らかの学外機関と連携している大学等においては、「消費生活センター(28.7%)」、「警察(25.0%)」が最も多い。

「消費者団体(1.0%)」の回答としては、「消費生活アドバイザー・コンサルタント協会」、「全国消費生活相談員協会」、「日本消費者協会」等があげられた。また、「その他(3.1%)」としては、「法学部教員による法律相談」、「国民生活センター」、「必要に応じて顧問弁護士に相談」があげられた。

規模別に見た場合、大規模の大学ほど、「消費生活センター」、「警察」と連携をしている。

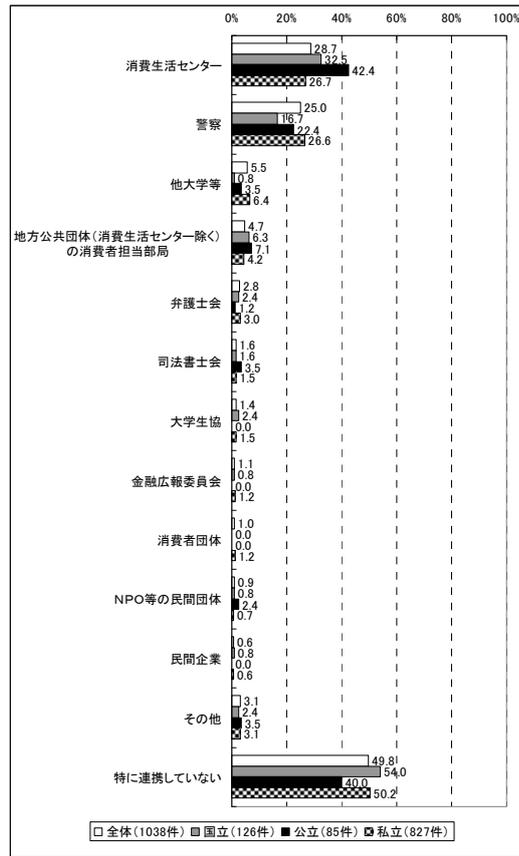


図 59 学外機関との連携（設置者別）

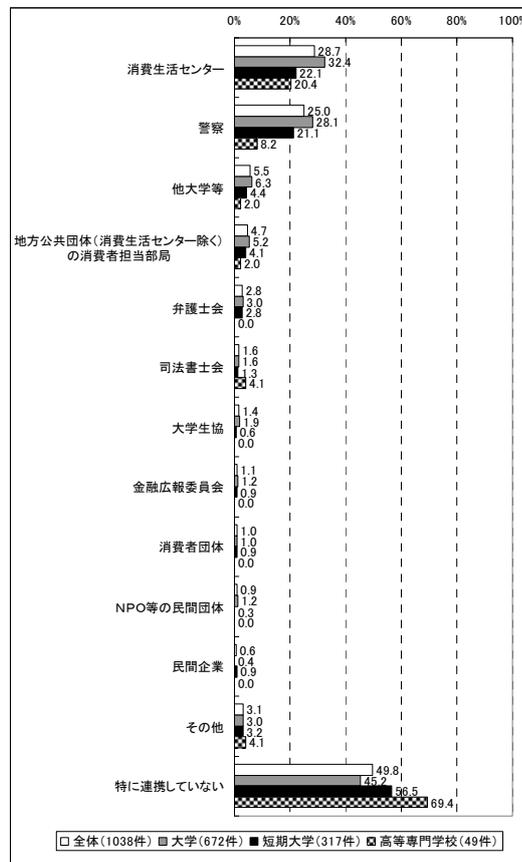


図 60 学外機関との連携（校種別）

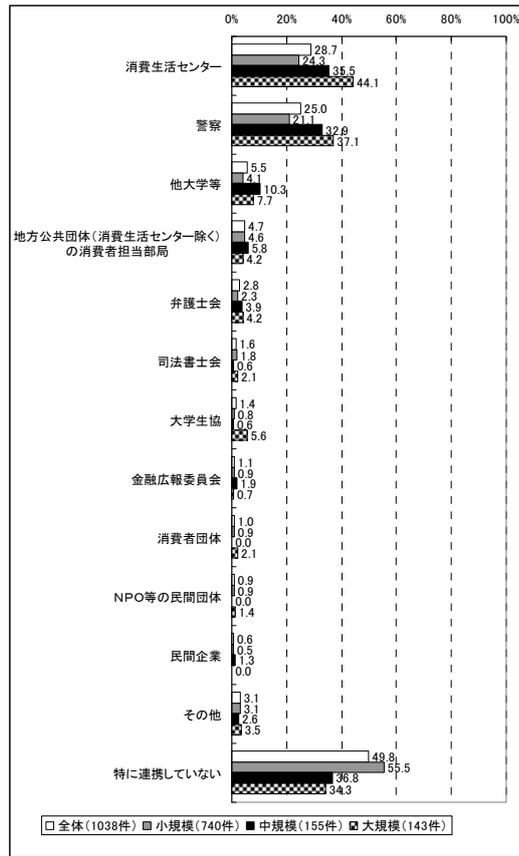


図 6 1 学外機関との連携（規模別）

Q20 消費生活センターとの連携内容

【Q19で「消費生活センター」を選択した場合のみ回答】

学生の消費者問題に対する対応において、地域の消費生活センターとどのような連携を行っていますか。あてはまるものをすべて選択ください。（複数選択）

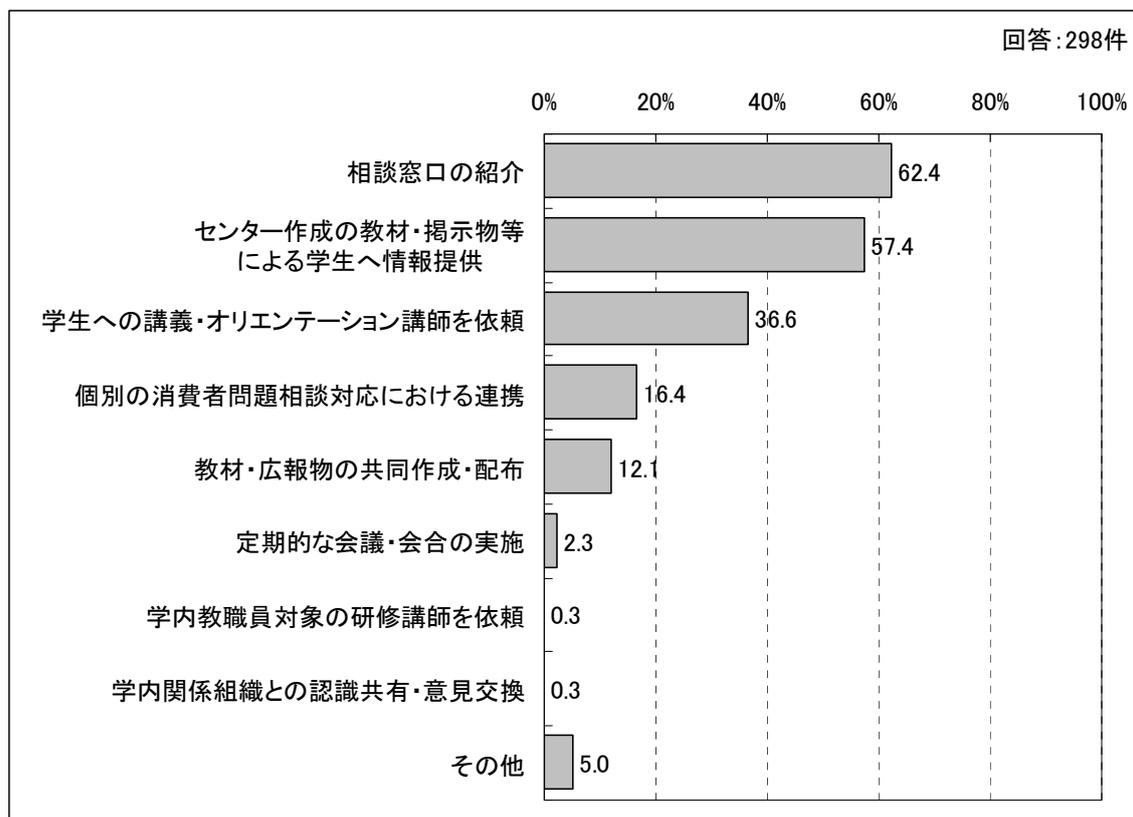


図 6 2 消費生活センターとの連携内容

学生の消費者問題に対する対応において消費生活センターと連携している大学等について、連携の内容としては「相談窓口の紹介（62.4%）」、「センター作成の教材・掲示物等による学生への情報提供（57.4%）」が多い。連携内容として「個別の消費者相談対応における連携（16.4%）」を行っている大学等は約2割であった。

「その他（5.0%）」としては、「大学祭において出展ブースを設けて啓発」、「学生たちの自発的活動のサポート、セミナー準備会への出席」、「学園祭での相談、啓発」等があげられた。

高等専門学校においては、特に「学生への講義・オリエンテーション講師を依頼（60.0%）」を連携内容として回答した割合が高い。

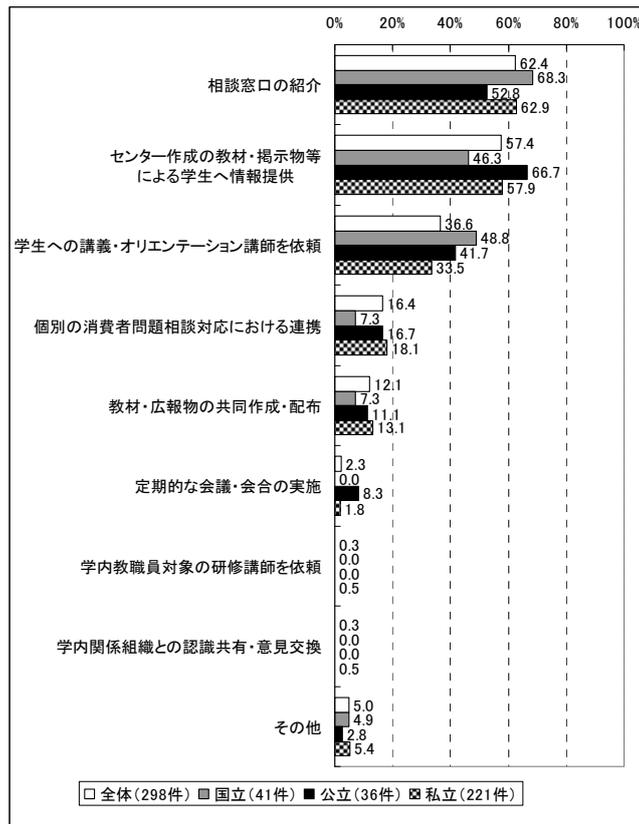


図 6 3 消費生活センターとの連携内容（設置者別）

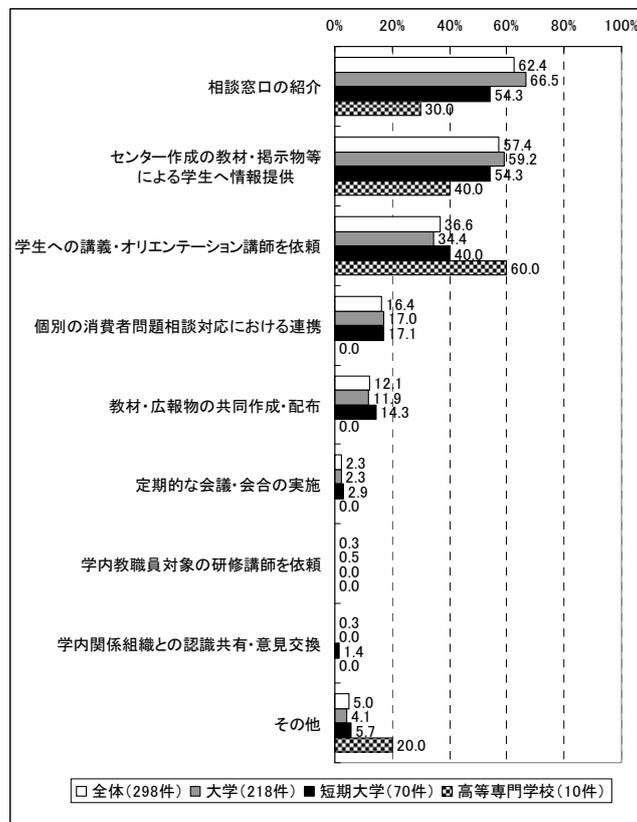


図 6 4 消費生活センターとの連携内容（校種別）

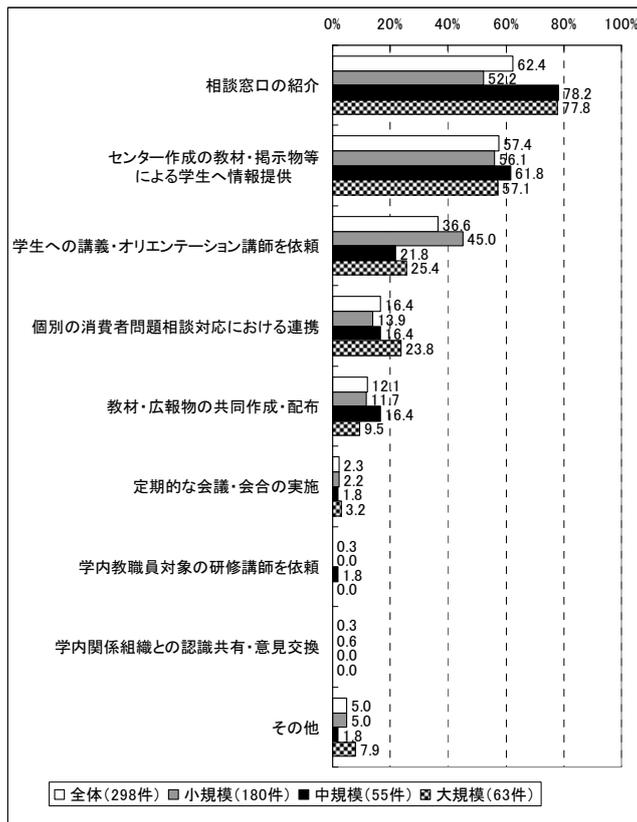


図 6 5 消費生活センターとの連携内容 (規模別)

Q21 消費生活センター以外の連携先との具体的取組内容

【Q19で「消費生活センター」「特に連携していない」以外を選択した場合のみ回答】
学生の消費者問題に対する対応において、他機関（消費生活センターを除く）との連携について、連携先機関及び取組の内容について具体的に回答ください。（自由記述）

- ① 金融広報委員会・金融広報アドバイザー
 - ・ 「消費者トラブルに遭わないために」として、金融広報アドバイザーを講師に「消費者教育出前講座」を実施（無料）。消費者トラブルが急増している中、自立した消費者となるために必要な知識や判断力を身に付け、被害を未然に防ぐことが目的（福島学院大学、他1校）
 - ・ 新入生全員を対象とした消費者教育講座の講師を依頼（東北工業大学）
 - ・ 金融広報アドバイザーによる連続15回の集中講義「クレジット等による多重債務など消費者被害未然防止」、「今どきの悪質商法あれこれ」他（札幌学院大学）
- ② 弁護士会・弁護士・司法書士
 - ・ 弁護士会が主催する消費者問題の連絡会に参加したり、同会より送付されるポスターやパンフレット（例：マルチ商法注意喚起）を掲示（京都大学、他2校）
 - ・ 司法書士会から司法書士を講師として派遣、悪質商法等、多重債務問題についての講義を受講（京都教育大学、他4校）
 - ・ 弁護士会が大学学生課と消費者被害に関する協議会を開催（京都工芸繊維大学、他2校）
- ③ 警察
 - ・ 安全情報関係資料の提供を受け、学内に掲示（東日本国際大学、他1校）
 - ・ 必要に応じ、警察署生活安全課と連絡を取り対応（茨城大学、他8校）
 - ・ 年度当初の生活安全講習（30分）で、全学生に注意・喚起。また、警察が提供するメールマガジンにより情報を取得（梅光学院大学）
 - ・ 地元警察署での少年補導員経験者を学生部職員に採用し、当該問題等に即時警察と連絡・相談できる体制を整備（くらしき作陽大学、他1校）
- ④ 他大学等
 - ・ 大学間連絡協議会等の会合の場を利用した情報交換（大阪樟蔭女子大学、他1校）
 - ・ 市内大学の「学生の安全を守るための大学間連絡会」及び県内大学の「学生厚生補導研究会」に加盟し、学生の防犯や生活関連諸問題について協議、情報交換するとともに、必要に応じ、地域、自治体及び警察との連携や働き掛けを実施（静岡英和学院大学短期大学部）
 - ・ 大学コンソーシアム内で情報交換を実施（サレジオ工業高等専門学校）
 - ・ 他大学との連携による懇談会を行い、消費者問題を含め学生生活全般に関する問題を共有し、対策を検討（帝塚山学院大学）

(6) 今後の取組・課題について

Q22 消費者教育について特記すべき取組

その他、消費者教育に関して特記すべき取組がありましたら、ご記入ください。開始年度や取組の具体的な内容について記述してください。

① 必修科目の設置

- ・平成20年度から全学1年生を対象に「アSEMBリー・アワー」という必修科目を設け、その中で消費者教育を含めた生活安全講座を実施（くらしき作陽大学、他1校）
- ・平成22年度より全学生対象に入学時に教養講座を必修科目として履修させているが、講座のなかで弁護士を講師として招き、消費者問題に対応（大妻女子大学、他1校）

② 学内の専門家の活用

- ・消費者問題を専攻する教員が、日本消費者協会、国民生活センターの研修等を通じ、約30年間にわたり（前職場も含めて）研究、研修、情報収集、交換等を継続実施。これを学内教育及び社会教育（生涯教育）等において還元（長野県短期大学）

③ 学生ボランティアとの連携

- ・警察の呼びかけに応じ、学生ボランティアが大学において、架空請求詐欺、不当請求詐欺の啓発ビラの配布（京都ノートルダム女子大学）
- ・学生ボランティアが不当表示・不完表示等の事案について、調査活動を行い、県の消費者行政に協力（大東文化大学）
- ・県から「くらしサポーター」としての認定を受け（学生が数名）消費者ネットの担い手として活動（徳島文理大学）

④ 食育等

- ・本学では、学生寮を有しており、平成15年頃より地産地消を心がけ、学生たちの食事を提供（聖徳大学、他1校）
- ・食品アレルギー等に関する問題に関しては、平成17年度から具体的内容を学生に示し、個々の学生が有する食品アレルギーに関する情報を保持（大阪大谷大学短期大学部）

Q23 今後の重点的な取組

貴学において、今後、特に重点的に行いたいと考えている取組について教えてください。（複数選択）

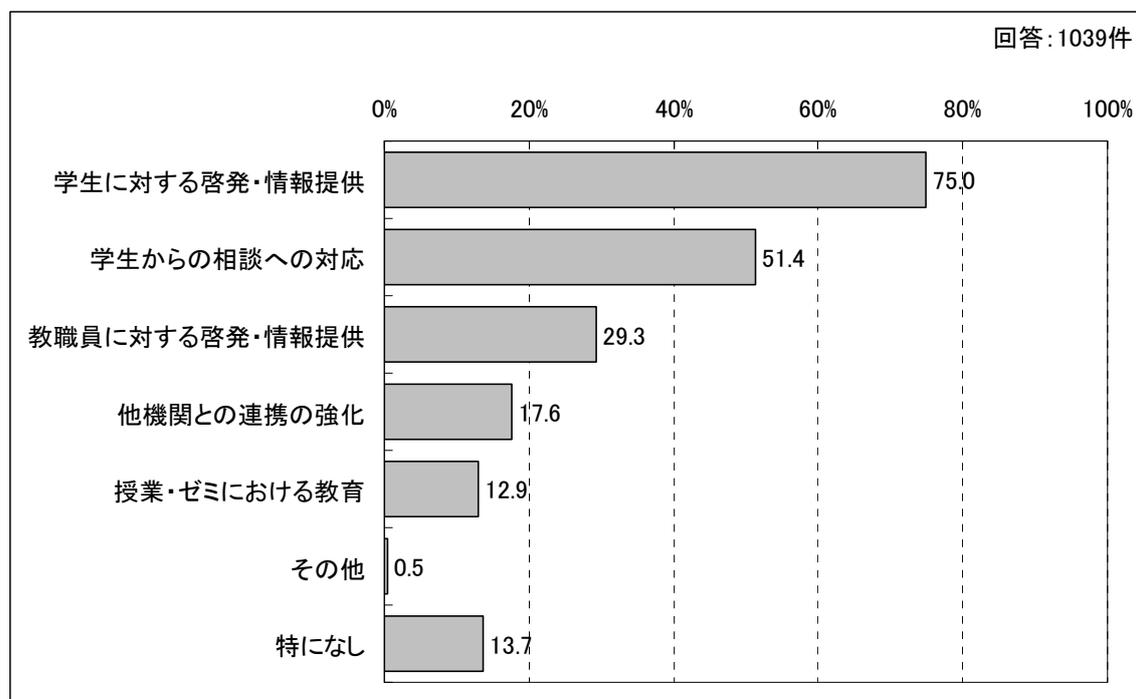


図 6 6 今後の重点的な取組

今後、特に重点的に行いたいと考えている取組としては、「学生に対する啓発・情報提供（75.0%）」が最も多く、7割を越えている。次いで「学生からの相談への対応（51.4%）」が重点的に行いたい取組としてあげられた。「授業・ゼミにおける教育（12.9%）」は約1割程度であった。

「その他（0.5%）」としては、「教職員に対しての消費者問題についての研修会」、「弁護士への具体的相談体制の検討」、「保護者に対する啓発・情報提供」等があげられた。

「学生に対する啓発・情報提供」、「学生からの相談への対応」については、大学規模が大きい程、重点的な取組として認識されている。

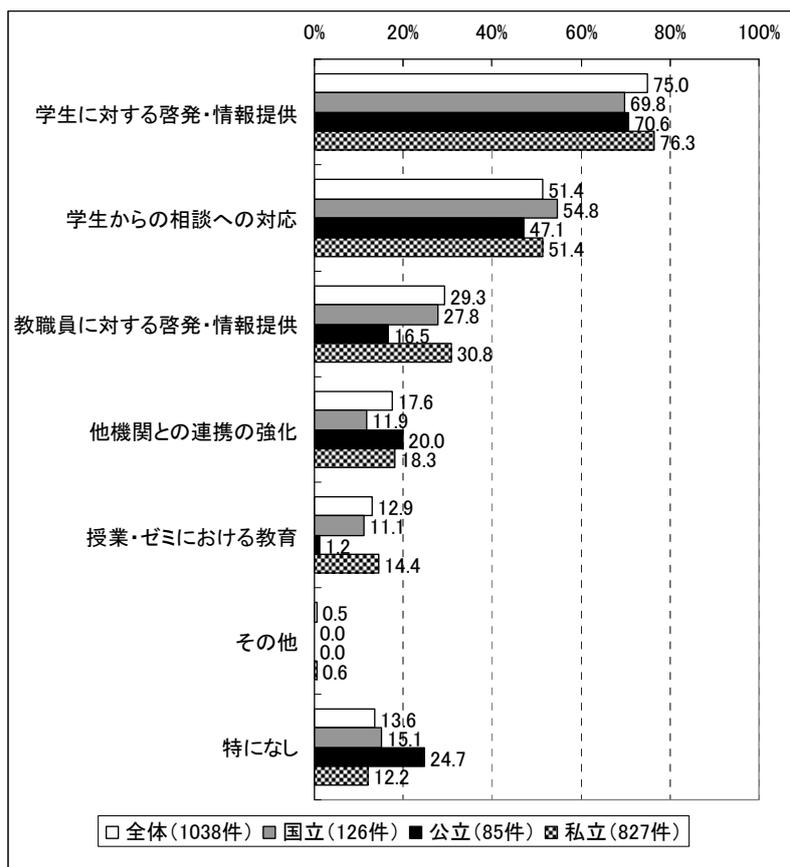


図 6 7 今後の重点的な取組（設置者別）

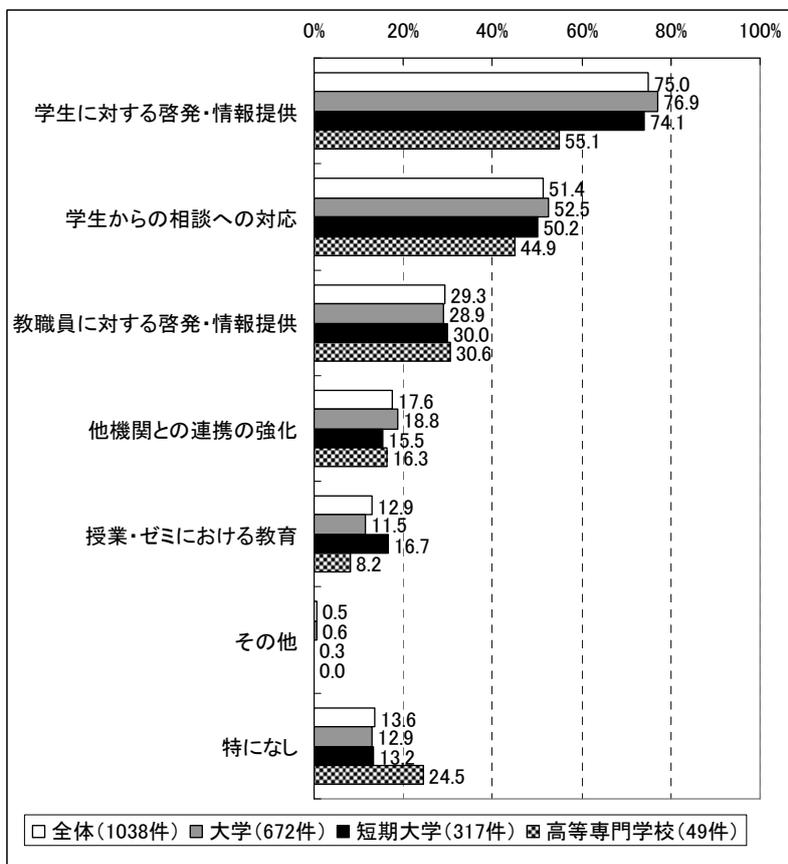


図 6 8 今後の重点的な取組（校種別）

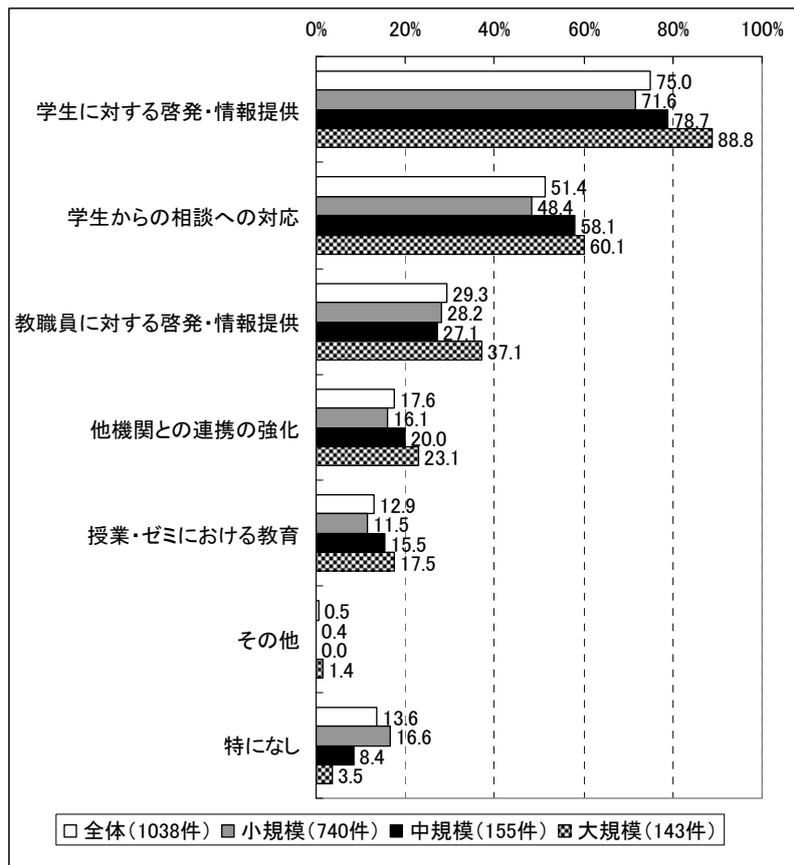


図 6 9 今後の重点的な取組（規模別）

Q24 消費者教育の推進における課題

貴学において、今後、消費者教育を推進するにあたって、課題となることについて教えてください。(複数選択)

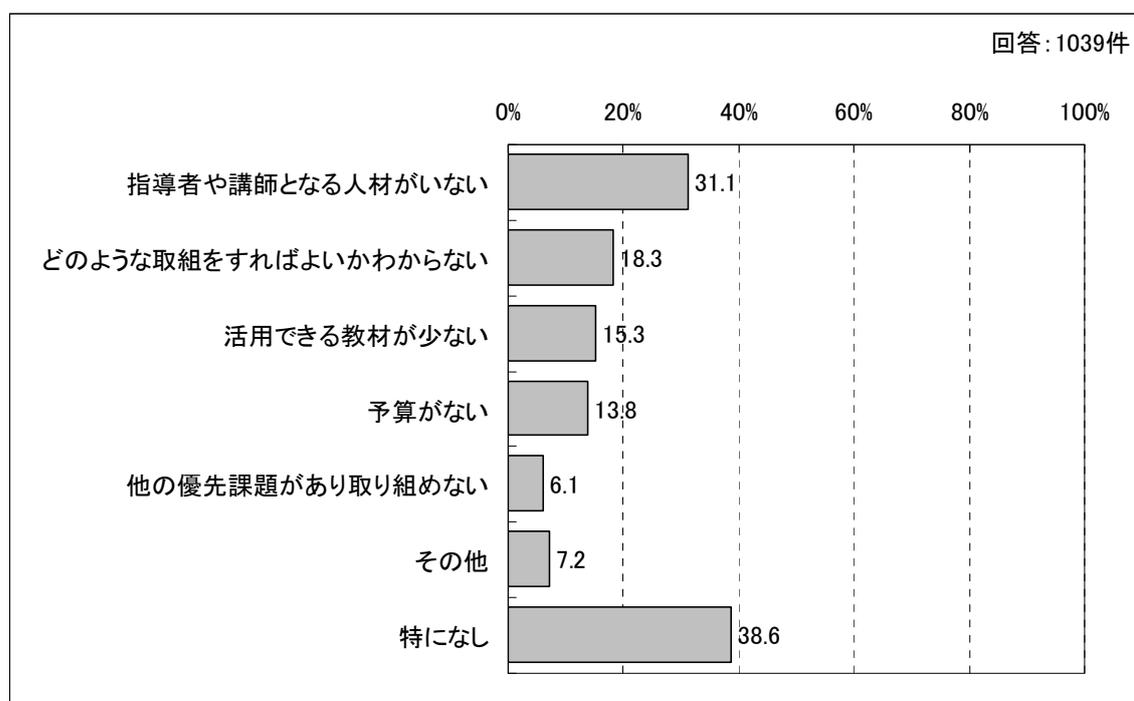


図 70 消費者教育の推進における課題

消費者教育を推進するにあたって、課題となることとして、約 3 割が「指導者や講師となる人材がない (31.1%)」と回答した。次いで、「どのような取組をすればよいかわからない (18.3%)」、「活用できる教材が少ない (15.3%)」が多かった。また、課題となることについて「特になし (38.6%)」と回答した大学等が約 4 割であった。

「他の優先課題があり取り組めない (6.1%)」における優先課題としては、「薬物乱用防止」、「全般的な学生生活マナー指導」、「学生の生活指導等を最優先課題としており、消費者教育には積極的に取り組む時間が不足」、「キャリア支援、発達障害に関する啓発」等があげられた。また、「その他 (7.2%)」としては、「講演会等への学生の参加数の増加を希望」、「効果的な実践事例なし」、「外国人向けの消費者教育」等があげられた。

大規模大学において「予算がない (30.3%)」と回答した大学が相対的に多い。

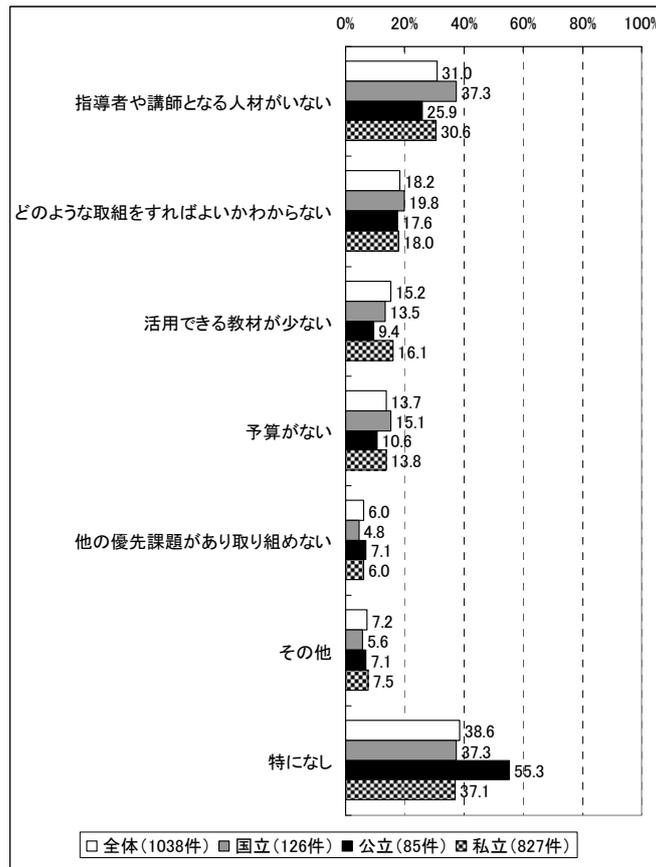


図 7 1 消費者教育の推進における課題（設置者別）

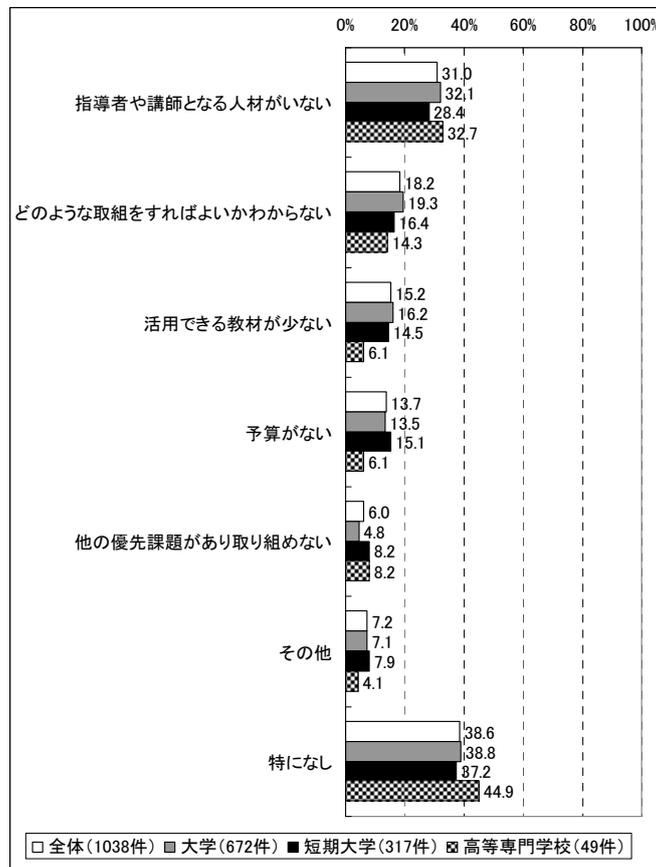


図 7 2 消費者教育の推進における課題（校種別）

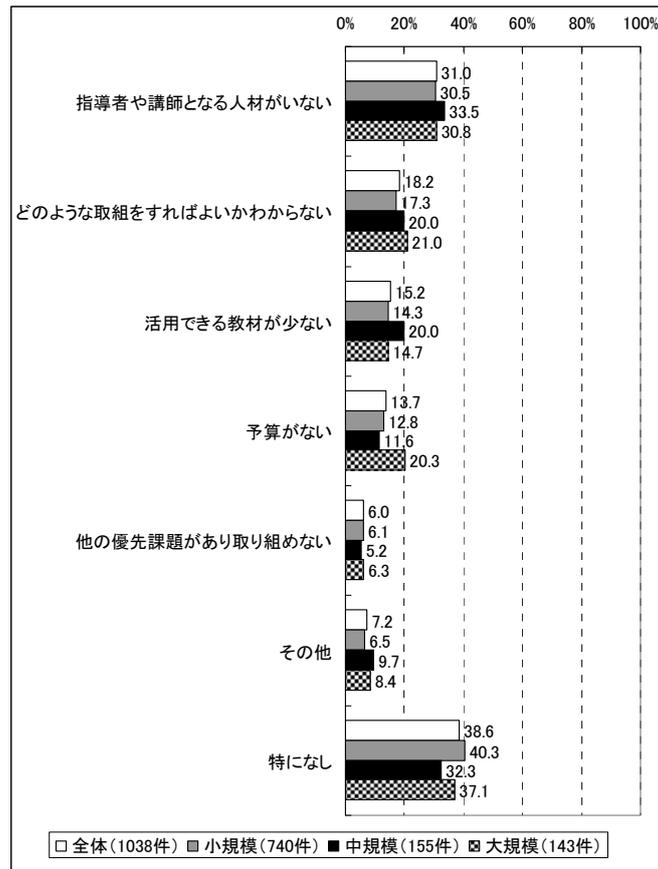


図 7 3 消費者教育の推進における課題（規模別）

Q25 消費者教育の推進における国への期待

貴学に消費者教育推進のために、国に期待することを教えてください。(複数選択)

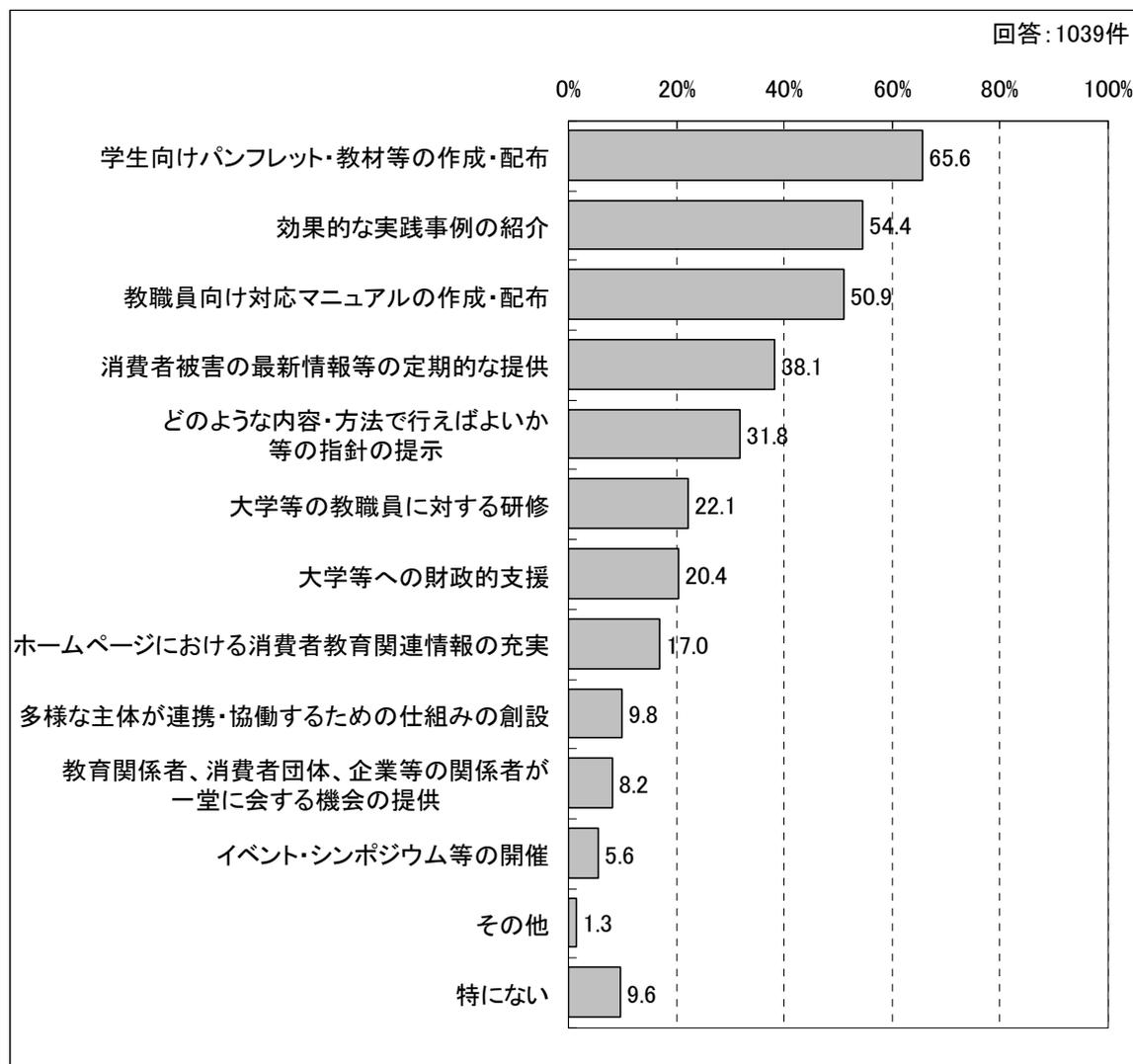


図 7 4 消費者教育の推進における国への期待

消費者教育推進のために、国に期待することとしては、「学生向けのパンフレット・教材等の作成・配布 (65.6%)」が最も多い。次に、「効果的な実践事例の紹介 (54.4%)」、「教職員向け対応マニュアルの作成・配布 (50.9%)」が 5 割を超えている。一方で「教育関係者、消費者団体、企業等の関係者が一堂に会する機会の提供 (8.2%)」、「多様な主体が連携・協働するための仕組みの創設 (9.8%)」といった連携に関する期待は相対的に約 1 割と多くない。

「その他 (1.3%)」としては、「被害状況などの情報提供」、「専門知識を有する研修会講師の国責による派遣」、「英語版パンフレットの作成・配布」等があげられた。

設置者別、校種別、規模別にみた場合には大きな差は見られない。

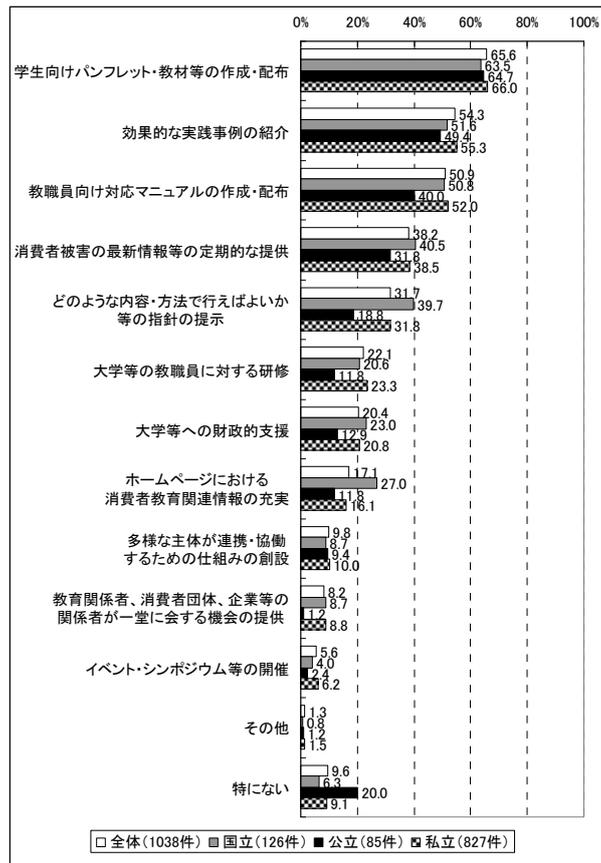


図 7 5 消費者教育の推進における国への期待（設置者別）

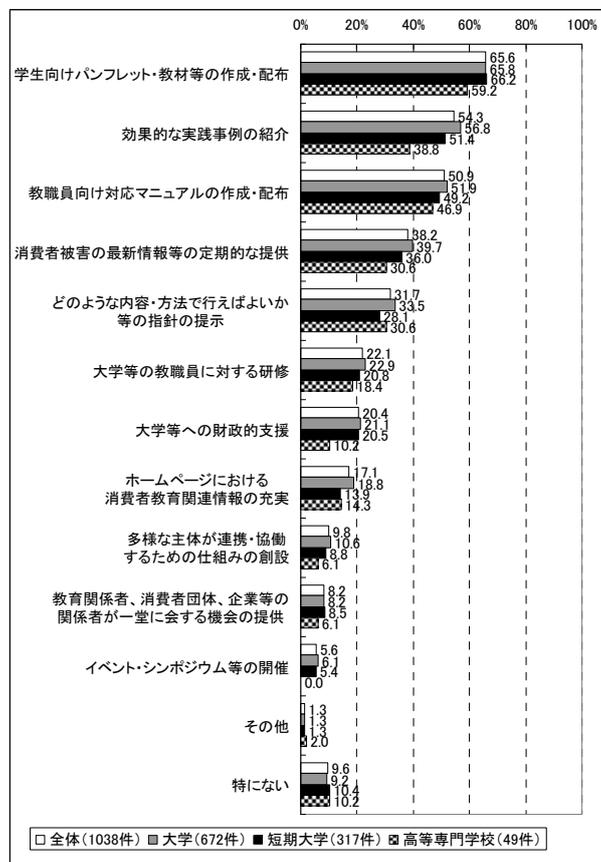


図 7 6 消費者教育の推進における国への期待（校種別）

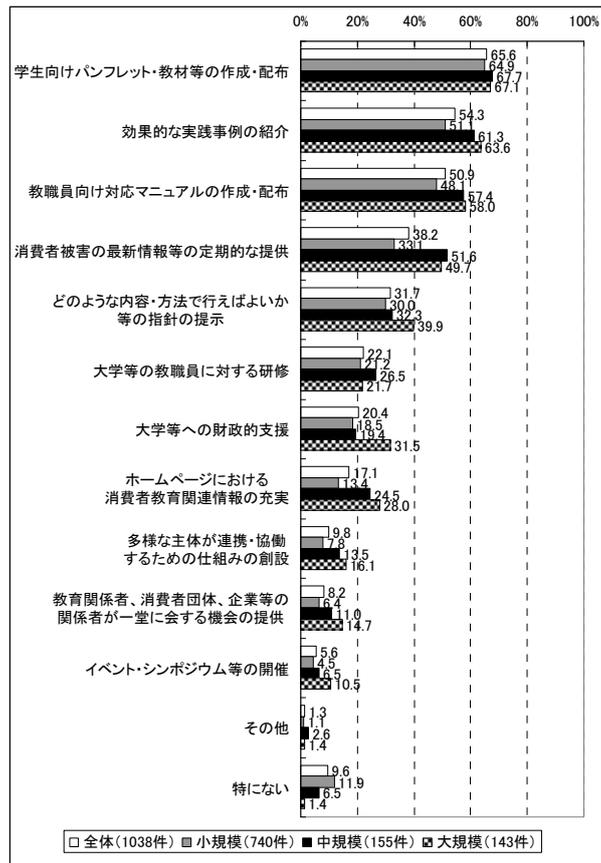


図 7 7 消費者教育の推進における国への期待（規模別）