

2 フィンランドにおける消費者教育

2.1 フィンランドにおける消費者教育の方向性

フィンランドにおける消費者教育の方針は、北欧閣僚評議会において策定された「消費者教育戦略文書」に基づき、消費者政策の方針は、「2008～2011年度消費者政策プログラムに関する政府基本方針」に基づいている。いずれも政府の基本方針は、以下に示す「消費者教育－OECD消費者政策委員会の政策推奨」（以下OECDガイドライン）やEUの消費者市民ネットワークの活動及び北欧閣僚評議会の策定した消費者教育戦略文書等の理念を踏襲しているものとなっている。

○OECDガイドライン

経済協力開発機構（OECD）では、2008年10月、OECD消費者政策委員会、国連環境プログラム（UNEP）、持続可能な消費の教育に関する国連マラケシュ・タスクフォース（UN MTF）の合同会議を開催し、消費者教育における主要問題が検討された。同会議において優良な取組の定義が試みられ、各国の優良な取組を含めた国別調査報告書が発表された。

また、「消費者教育－OECD消費者政策委員会の政策推奨」¹⁷が2009年に発表された。その中では、「消費者教育の目的や戦略の定義づけ」、「教育プログラムの検証」、「教育の有効性の事後評価」等の不備が指摘されるとともに、学校における消費者教育の意義や教員の教育技術習得の必要性等の他、成人への教育機会の提供の必要性が言及されている。さらには多くの加盟国で国内の組織間の協力・調整が不足している点が指摘されている。

○EU：消費者市民ネットワーク（Consumer Citizenship Network）

2002年4月ノルウェーにおいて、消費者教育、環境教育、市民教育を融合した消費者市民教育の発展をテーマとした最初の国際会議「消費者教育と教員養成：消費者市民教育の発展（Consumer education and teacher training: developing consumer citizenship）」が開催された。同会議は欧州委員会の支援を受けたもので、市民教育の発展という観点から、ヨーロッパ諸国における教員養成における協力を深めることを目的としたものである。（参加国は、英国、ポルトガル、リトアニア、エストニア、アイスランド、スウェーデン、ノルウェー）

2003年5月、第2回の国際会議がリスボンで開催され、2003年10月にノルウェーを拠点として、消費者市民教育のネットワーク組織である「消費者市民ネットワーク（CCN）」が設立された。

消費者市民ネットワーク（CCN）は、欧州委員会、ノルウェー政府（教育・研究省、子供・家族問題省）の支援を受けた、消費者教育に関するネットワーク組織である。

¹⁷ <http://www.oecd.org/dataoecd/32/61/44110333.pdf>

2003年から2009年の期間、37カ国、123機関をメンバーとして活動を展開し、消費者市民教育に関するガイドラインの策定、国際会議の開催、教員養成セミナーの開催、消費者市民教育の教材開発などを行った。活動は責任ある生活に関する教育と研究のパートナーシップ（Partnership for Education and Research about Responsible Living (PERL)）¹⁸に引き継がれている。

消費者市民ネットワークにおいて、消費者市民は「倫理的、社会的、経済的及び環境的配慮に基づいて選択を行う個人」と定義されており、消費者市民教育とは、家族、国及び地球的レベルで消費を通じて能動的に社会に貢献する市民を教育することであると考えられている。¹⁹

消費者市民ネットワークでは、持続可能な消費一般を推進することを基本目的として、2008年、「ヒア・アンド・ナウ (Here and Now)」推奨書、及び持続可能な消費のための教育ガイドラインを作成している。テーマや問題には、家計や、個人消費者、生活の質、ライフスタイル、資源、経済、消費と環境などが含まれる。

また、CCNは、現在、北欧閣僚評議会における消費者教育の目標の一つとして掲げられている「持続可能な消費」に関連する情報提供等を行っており、例えば、国連持続可能な開発のための教育の10年（UN DESD）の背景情報や、持続可能な開発の推進にふさわしい教育方法論の概説等を提供している。なお、北欧・エストニアの2009年版消費者目標には、CCNプロジェクトの推奨書、ガイドライン、資料、特に2008年の「ヒア・アンド・ナウ」推奨書が盛り込まれている。

○ 北欧閣僚評議会における消費者政策²⁰

北欧諸国（デンマーク、フィンランド、アイスランド、ノルウェー、スウェーデン）は、様々な政策分野で協力体制がとられている。消費者政策における北欧間の協力体制は1950年代に構築されており、1980年に消費者政策協力プログラムが策定された。²¹

消費者政策や消費者教育に関しては、北欧閣僚評議会などを通じても協力が進められており、1995年に「北欧諸国における消費者教育：学校での消費者教育の目標」という学校教育における行動計画を策定し、2000年にはその改訂版として「北欧諸国における消費者教育」が取りまとめられている。

さらに2010年、その改訂版として北欧閣僚評議会が「消費者コンピテンスの指導－消費者教育戦略（消費者教育の目標及び内容の提案）」（※添付資料に日本語訳を収録）を作成、公開した。当該文書はOECDの「消費者教育－OECD消費者政策委員会の政策推奨」を踏襲して作成されており、消費者問題・課題の拡大に伴う消費者教

¹⁸ <http://www.perlprojects.org/>

¹⁹ <https://www.hihm.no/content/download/4916/43166/file/4%20guidelines.pdf>

²⁰ Nordic Council of Ministers (Norden)HP :

http://www.norden.org/en/publications/publications/2009-588?set_language=en

²¹ <http://formin.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=37628&contentlan=2&culture=en-US>

育の目標として、「持続可能な消費」と「メディアおよび技術リテラシー」の2つの統合的なテーマが掲げられている。

「持続可能な消費」の目標は、学習者に日常生活の中での消費の重要性を認識させ、将来の生活環境を守るために責任ある市民を育成することである。持続可能な消費とは、自然の作用、生物多様性・天然資源の保全と維持の原則に調和するとともに、様々な文化や価値観と調和するものである。

「メディアおよび技術リテラシー」の目標は、社会におけるメディアと技術の役割と重要性について、学習者の理解とより幅広い認識を深めることである。メディアリテラシーとはメディアを利用して読解し、資料等を作成する能力であるが、メディア文化理解や、自主的かつ批判的思考能力が含まれる。技術リテラシーには、技術の恩恵を理解し、自らの必要に最も対応する技術を選択する能力とともに、批判的な態度で使用・選択できる能力が含まれる。

表 3 北欧消費者教育戦略文書に掲げられた消費者教育の2つのテーマ及び目標

テーマ	学習目標
持続可能な消費	<p>学習者は、彼らの選択が及ぼす長期的影響を評価し、持続可能な開発への貢献に努める。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 持続可能な開発の環境的、経済的、社会的、文化的側面を認識し、4つの側面のすべてを同時に考慮することが、持続可能な開発の維持にとって不可欠であることを理解する。 ● 自然的、社会的、経済的、文化的環境における変化を、先見性、体系的思考、製品ライフサイクルの意識から測定、評価、分析できる。
メディアおよび技術リテラシー	<p>学習者は技術とメディアを選択、使用、批判的に評価し、新しいイノベーションに批判的かつ責任を持ってアプローチし、持続可能な開発および一般的福祉を支援する製品やサービスのみを採用する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 消費者の技術およびメディアへの依存性を理解し、それらがライフスタイル、社会、環境に及ぼす影響を批判的に評価することができる。 ● メディアに影響を及ぼす経済的および社会的要因、通信チャンネルとメディアが機能する方法を認識する。 ● メディアのさまざまな形態を解釈し、メディアや新しいデジタル・ソリューションに含まれる商業的働きかけや新しいマーケティング技術を認識する。 ● 消費者が使用できる技術上の選択肢について正当な見解を形成する。 ● 消費者の選択の自由を検証し、オープンソースのソフトウェアを活用し、技術やメディアのコストを理解することができる。 ● ソフトウェアのユーザーインターフェース、通信面、プログラム実

	<p>行/適応性といったコンピューター・ソフトウェアの基本的特徴を知っている。</p> <ul style="list-style-type: none"> 著作権問題などの消費者の権利と責任を知り、オンライン上で責任ある安全な態度で行動することを知る。
--	--

また、消費者コンピテンスは、消費者が日常生活の中で遭遇するあらゆる状況进行处理するのに必要とされる能力、習慣、知識、態度のすべてと結びついていることが示されている。

2つの目標の下には、①家庭経営と参加、②消費者の権利と責任、③家計、④マーケティングと商業メディア、の4つ領域及び各々の学習目標と内容が示されている。

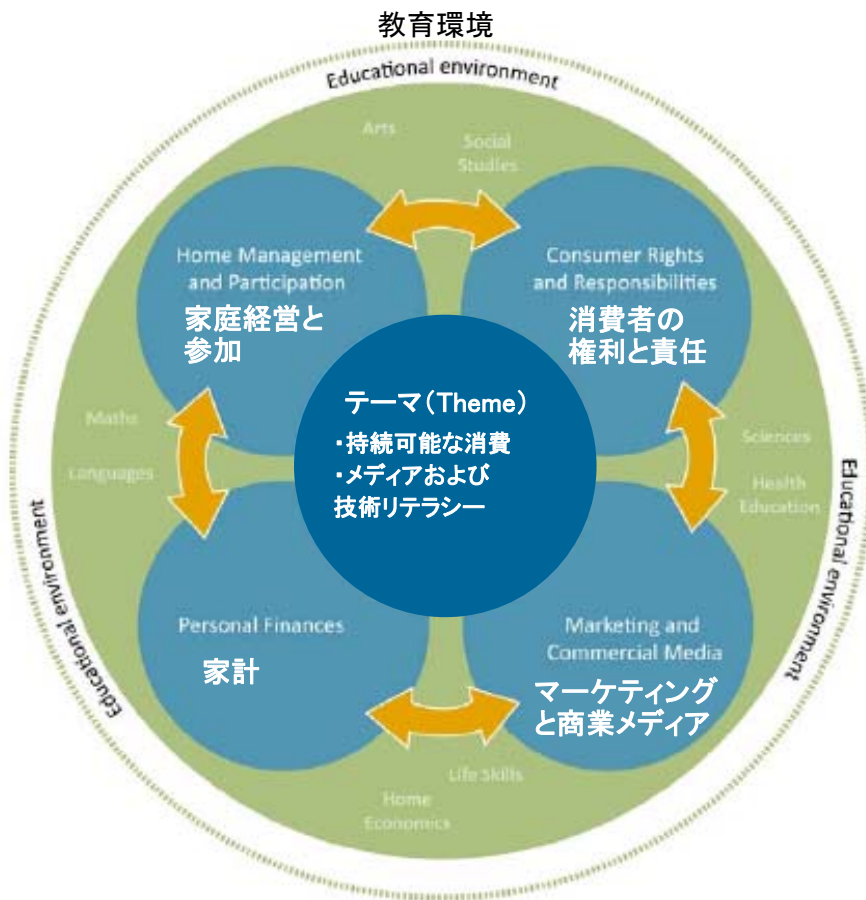


図 6 消費者教育のテーマとフィールドの統合²²

²² Teaching consumer competences - a strategy for consumer education, Nordic-Estonian Consumer Education Group (巻末に一部翻訳を掲載)
<http://www.kuluttajavirasto.fi/File/f314aa66-4add-44f0-b464-2f5ddc26c145/Teaching%20consumer%20competences%20-%20a%20strategy%20for%20consumer%20education.pdf>

表 4 消費者教育の4つの領域の学習目標と主な学習内容

テーマ	学習目標と主な内容
家庭経営と参加	<p>○学習目標：</p> <p>学習者は、資源の配分と意思決定を行い、責任を持って家庭環境の機能を維持する方法を学習する。学習者は、消費者世帯の社会的関係、時間管理、余暇、雑用といった要素の評価能力を習得する。学習者は、消費習慣が私たちの福利、作業能力、私たちの経済状況にどのように影響するかを評価することができる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 世帯の重要性を認識し、自分の選択や行動における肉体的、精神的な安全面を考慮することができる。 ● 消費選択の設計と管理、およびその根拠の評価における世帯の重要性を理解する。 ● 責任ある決定を行い、家計と作業プロセス、およびそれらに関する意思決定、すなわち食品の選択と準備、繊維製品や住居の手入れ、保存取扱い、輸送、時間管理、余暇、エネルギー消費を管理することができる。 ● 家事労働の価値を理解し、自分自身の世帯や地域環境の中で効率的に働くことができる。 ● 製品安全性ラベルや取扱説明書の使い方を知り、安全な製品やサービスを受ける権利を認識している。 ● 製品、サービス、情報ソースを評価し、意思決定の際には、自分自身の世帯に適合するかを批判的態度で評価できる。 <p>○主な学習内容：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 家計設計と日常生活の熟達 ● 日常生活上の選択における健康と安全性 ● 住宅メンテナンスと責任 ● 技術とメディアの選択および利用
消費者の権利と責任	<p>○学習目標：</p> <p>学習者は、商業市場において責任ある行動を取り、消費者取引に関連する権利を知る。学習者は、製品やサービスの安全性と品質を評価でき、取扱説明書や注意書きに従うことができる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 消費者取引、取引形態、契約上の義務、個人の権利の主な概念を知り、彼らの優位性の行使する方法を認識し、信頼できる情報源からそれらに関する情報を見つける。

	<ul style="list-style-type: none"> ● 安全な製品やサービスを受ける権利があることを認識し、製品安全性を評価することができ、それらの安全に責任を負う。規制、契約、信用の重要性を、社会と市場の福利にとって必須の条件として理解する。消費者権利に影響を与えるオンライン技術の発展を形成するインターネットガバナンスの基本的概念を理解する。 ● 社会的プロセスへの積極的参加を目的とする、公共デジタル技術およびサービスの基本的機能を理解し、活用する。 <p>○主な学習内容：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 消費者法制度 ● 貿易および取引の形態 ● 社会的に持続可能かつ責任ある消費 ● 消費者支援の実施先 ● オンライン市場
家計	<p>○学習目標</p> <p>学習者は資源を適切に利用し、個人の財政を管理する。学習者は、彼らの個人的な財政状況に対処し、責任を負う。そして、消費と経済の関連を全体として理解する。学習者は、ミクロおよびマクロ経済についての情報を、さまざまな情報源から取得、評価、利用する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 国家経済と一般世帯の財政状況の間関係を認識する。 ● 自分自身の財政状況に責任を持ち、何が収入と支出を構成するのかを理解し、自分の世帯における金銭のフローを計画、管理することができる。 ● 財政難が生じた場合、どこでどのように支援が得られるかを理解し、知る。 ● デジタル技術やメディアを使用する際の経済的要因を認識する。 ● 世帯の必要性に基づいて価格と質を比較できる。 <p>○主な学習内容：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 財務管理の原則 ● 一般世帯における金銭のフロー ● 個人の財政に関する規制 ● 財政難

マーケティングと商業メディア	<p>学習者は、商業的働きかけの方法とツールを識別する。学習者は、メディアの利用者、そして作り手として、企業と消費者間の相互作用に批判的かつ責任ある態度で参加する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 広告の目的を理解し、通信チャネルやメディアにおける商業的メッセージを解釈、識別、分析、批判的に評価することができる。 ● マーケティングと販売手法の違いを区別するための、十分な批判的思考能力を開発する。 ● 商業メディア環境における自分の役割を意識し、デジタルおよび商業メディアを責任を持って使用方法を知っている。 ● メディアの利用時に、自分自身や他者の個人情報やプライバシーを守るための十分な能力を開発する。 ● ライフスタイル、ジェンダー、年齢、社会的役割、理想が、メディア環境によってどのような影響を受けるかの理解に必要な能力を開発する。 <p>○主な学習内容：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 個人的、社会的レベルでのマーケティングとメディアの影響 ● 企業による消費者コミュニケーションの方法と戦略 ● マーケティングおよび広告の基本的ルール ● 社会的に持続可能な消費とマーケティング ● 消費者技術とメディア環境
----------------	---

資料：Teaching consumer competences - a strategy for consumer education, Nordic-Estonian Consumer Education Group

2.2 フィンランドにおける消費者教育の取組状況

フィンランドで消費者教育の概念が生まれたのは、教育制度の中では家庭科の授業が導入された1890年であると考えられる。1960年代、基礎教育課程で男女全員に家庭科が必修となった。

消費者教育を担っているのは、国家レベルでは学校教育や生涯学習を所管する教育文化省や国家教育委員会の他、消費者行政を管轄する経済雇用省（消費者庁を管轄）などである。フィンランドにおいて消費者教育は、通常子どもを対象とする概念であり、成人に対しては生涯学習の一環として「消費者啓発」という用語が用いられている。

○学校教育における消費者教育の位置づけ

フィンランドの基礎教育における消費者教育の目標は、①すべての生徒が消費者教育に関する知識と実践的能力を習得すること、②生徒が積極的な消費者となること、③自分の知識を消費者保護に応用できること、とされている。²³

フィンランドでは、基礎教育から上級中等学校までナショナルコアカリキュラムによって教育内容が定められているが、消費者教育は、個別の教科ではなく教科横断的なテーマとしてさまざまな教科の中に含まれている。

表 5 コアカリキュラムで定められた各科目の時間数（基礎教育）

科目	グレード									計	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
国語	14 ^{(*)2}		14 ^{(*)2}			14 ^{(*)2}				42	
外国語(A)	----- 8					8				16	
外国語(B)	-----								6	6	
数学	6		12			14				32	
環境学習	環境と自然学習									31	
生物/地理	9				3		7				
物理/化学					2		7				
健康教育							3				
宗教又は倫理学	6					5				11	
歴史/社会科	-----					3		7		10	
音楽					4-		3-			56	
芸術	芸術・技術・体育				4-		4-				
技術	26 ^{(*)3}				4-		7-				
体育					8-		10-				
家庭科	-----							3		3	
教育指導・就職指導	-----								2	2	
選択科目										(13)	13
最低限の授業時間	19	19	23	23	24	24	30	30	30	222	
任意の外国語(A)	-----					(6)		(6)		(12)	

----- = 通常のカリキュラムではこの主題にはこのグレードでは触れない。

() = 付加的な科目

*1=1週間あたりの時間数 *2=複数グレードでの合計時間 *3=複数科目での合計時間

基礎教育課程においては社会科や家庭科、芸術などの科目において消費者教育が取り扱われている（表 5 太枠）。社会科には社会参加・市民としての行動、国家経済・経済学、家庭科には法制度を含む商取引や家計の予算管理などの実践的な消費者行動やスキル、芸術科目にはメディア教育等の内容が含まれる。1990年代には7年生の家庭科の授業の中に「家族と消費者教育」という個別の消費者教育の時間があったが、より低学年の時期から消費者教育が必要であると考えられたため、個別科目は廃止さ

²³ 総合学校ヒアリング

れ、教科横断的な教育テーマとして、低学年のうちから関連する科目の中で学ぶこととされた。

基礎教育課程には、①人間としての成長、②文化的アイデンティティ、③メディア技術とコミュニケーション、④市民参加、⑤環境、福祉、持続可能な将来への責任、⑥安全と交通、⑦人間と技術、などの科目横断的な教育テーマがある。このうち、「メディア技術とコミュニケーション」、「市民参加」、「持続可能な将来への責任」などに消費者教育に関連する内容が含まれる。

上級中等学校のコアカリキュラムにおいては、科目横断的な教育テーマとして「積極的な社会参加と起業家精神」や「安全でよい生活」、「持続的な発展」、「技術と社会」、「コミュニケーションとメディア活用能力」など、「消費者コンピテンスの指導－消費者教育戦略：消費者教育の目標及び内容の提案」（添付資料）の「持続可能な消費」、「メディアおよび技術的リテラシー」と類似の項目が含まれている。

表 6 コアカリキュラム（基礎教育）＜消費者教育関連部分抜粋＞

●社会科 (Social studies) 【Grades7-9 (日本の中学1～3年生に相当)】

○目的 (Objectives)

- ・ 生徒は、社会の責任ある消費者及び社会の一員としての能力を発達させることを学ぶ。

○内容 (Core Contents)

- ・ 安全な市民生活のために：司法制度、個人の権利と義務、法的責任
- ・ 経済活動について：消費者及び経済人としての個人収支及び世帯収支

○最終評価基準 (Final assessment criteria for a grade of 8)

- ・ メディアの情報、統計および図表的表示を批判的に解釈することができる
- ・ 社会の問題に関する自分の考えの正当性を説明することができる
- ・ 社会・経済活動と関係する倫理的問題を理解することができる

●家庭科 (Home Economics) 【Grades7-9 (日本の中学1～3年生に相当)】

○目的 (Objectives)

- ・ 生徒は、消費に関する問題を知り、思慮深く信頼できる消費者の役割を学ぶ。

○内容 (Core Contents)

- ・ 消費者と、変化する社会における金銭の使い方の計画
- ・ 消費者と、変化する社会における消費者の責任や社会に与える影響
- ・ 消費者と、変化する社会における製品やサービスの使用
- ・ 消費の社会環境への影響を配慮した、自身の金銭の使用計画

○最終評価基準 (Final assessment criteria for a grade of 8)

- ・ 異なる複数の出所からの家政上の情報を探し、利用することや、一般的な製

品や表示を説明できること、および異なるタイプの情報の信頼度を量る方法を知る

- ・ 一般的にどのように家計支出が構成されるかを知り、自分の金銭を使用する計画を作る方法を知る
- ・ 消費者が社会に影響を与える出来事や消費者の責任について知る

●芸術 (Visual Arts) 【Grades1-9】

○目的 (Objectives)

- ・ 生徒は、芸術と視覚的コミュニケーションの中で使用される表現の素材、技術、ツールおよび方法を知る
- ・ 視覚的なコミュニケーションの道具や仮想世界と現実の違いを学ぶ。
- ・ 生徒は、自ら及び他者の視覚的な表現を評価することを学ぶ。
- ・ 生徒は、視覚的なコミュニケーションの技術を知り、メディアで自らの考えを示すために視覚的なコミュニケーションのツールを使用することを学ぶ。

○内容 (Core Contents)

- ・ メディアにおける映像や画像の使用目的を検討する;プレゼンテーションの構造・内容分析
- ・ 表現の手段や広告のチャンネル
- ・ 映画やテレビのプログラムに関する分析
- ・ 仕事や情報獲得、経験のための電子通信技術の利用

○最終評価基準 (Final assessment criteria for a grade of 8)

- ・ イメージを構築する手段、および芸術とメディアの主要原材料および技術を使用する方法を知る。
- ・ 仕事や情報獲得の目的に最も適切な材料やツールを選ぶ方法を知る。

○生涯学習 (成人教育) の取組状況²⁴

フィンランドでは 2008 年に生涯学習が法制化され、生涯学習推進のためのコンソーシアムが結成された。また、欧州では生涯学習の均質化と標準化を目指しており、欧州大学連盟で「生涯学習に関する欧州大学憲章」が策定された他、生涯学習支援プロジェクト「SIRUS²⁵」が実施されている。

成人向けの消費者教育は、職業教育機関、研究者向け講座、大学において消費者学として行われている。また、国家教育委員会が所管する国民学校や地方公共団体の成人教育センターなどで実施されている任意の成人教育がある。成人教育では、文化やスポーツ、手工芸、家庭科に関連する講座が多数存在し、その中に消費者教育に関連する内容の講座が含まれている。

²⁴ 総合学校ヒアリング

²⁵ <http://www.sirus-project.eu/>

高齢者向けには、特に情報・コミュニケーションスキルに関する教育に重点が置かれており、インターネットバンキングの使用方法など日常で使用する ICT 利用への支援が行われている。

なお、消費者教育において学校と周辺社会が協力することは奨励されているが、国家教育委員会と消費者庁が共同でガイダンスを作成し、学校と社会との協力が営利活動と結びつかないよう留意事項が示されている²⁶。

○消費者教育の教材

フィンランドには、学校教育における教科書の検定機関は存在しない。民間出版社から出版される教科書が大多数を占め、一部、特別支援教育等の教科書が国家教育委員会から出版されている。

2008年に消費者庁が実施した、教科書における消費者教育に関する記述の調査では、消費者教育についての内容は総じて少ない結果であった。個別の内容では、消費者権利や契約締結などの項目は特に取扱いが少なく、環境やメディアに関連する内容は、比較的取り扱いが多い傾向にあった。²⁷

近年、国家教育委員会や雇用経済省、消費者庁などの公的機関が電子教材を提供する例も増えている。例えば、授業で活用できるクイズなどゲーム形式の電子教材（中学生対象）や、消費者ローン企業の融資内容²⁸などを書き込む教材を提供している。消費者庁や雇用経済省のほか、消費者連合等において、紙媒体の教材の他、電子教材を多数作成している。（主な電子教材の例を巻末に示す。）

また、国営放送 YLE が、消費者問題に関する番組「クニングス・クルッタヤ（fi: Kuningaskuluttaja²⁹）」を制作しており、放映から一定期間、ウェブ上でも国営放送のポータルサイトで公開されている（<http://areena.yle.fi/>）。

○消費者相談

消費者相談事業は、1978年から地方自治体において開始され、1992年にすべての地方公共団体で実施が義務付けられた。しかし、消費者相談事業の実施方法や内容については、各自治体の裁量が大きかったため、自治体間でのサービスの質や利用格差が問題となり、2004年に政府プログラム、国会の委員会、予算文書で消費者相談業務の改善についての検討が開始された。その結果、2008年に消費者相談法が国会で

²⁶ “Cooperation between schools and businesses including marketing and sponsorship”:

[http://www.kuluttajavirasto.fi/File/0999b19f-4db7-4f40-8034-102969be9337/Cooperation+between+scho](http://www.kuluttajavirasto.fi/File/0999b19f-4db7-4f40-8034-102969be9337/Cooperation+between+schools+and+businesses+including+marketing+and+sponsorship.pdf)
[ols+and+businesses+including+marketing+and+sponsorship.pdf](http://www.kuluttajavirasto.fi/File/0999b19f-4db7-4f40-8034-102969be9337/Cooperation+between+scho)

²⁷ 消費者庁ヒアリング

²⁸ 携帯電話の操作だけでローンが借りられるピカヴィッピ（Pikavippi）というサービスが問題視されている。

²⁹ <http://kuningaskuluttaja.yle.fi/>

承認され、消費者相談事業は 2009 年 5 月 1 日付で全国の地方公共団体から国に移管された。³⁰

消費者相談は、消費者庁のウェブサイトで一元的に情報提供等のサービスを行い、消費者庁が監督しており、窓口は全国の地方登録局に置かれている。現在、フィンランドには 33 箇所の相談窓口があり、77 名の消費者アドバイザーがいる。

地方登録局では、事業者と消費者の取引の円滑化のため、消費者庁の作成した資料に従いさまざまなテーマで企業の担当者を対象とした講習や、自営業者グループなどを対象に講習を行っている。ただし、消費者教育・啓発活動は地方登録局において義務づけられた業務ではなく、任意で行われている。³¹

消費者問題に関連するその他の団体には、フィンランド消費者連合（Consumers' Association of Finland）³²やマルッタ協会（Martha Organization）³³、4H 連合（Finnish 4H Federation）³⁴、フィンランド事業者連合（Federation of Finnish Enterprises）³⁵などがある。

各団体では、相談事業の他、資料の作成、プログラムの開催、政策への働きかけなどを行っている。

○消費者教育関係のネットワーク

消費者教育関係のネットワークの一つに、国会家政サポートリングが存在する。同組織は国会議員を委員長とし、大学、国家教育委員会、消費者庁、家政科教諭連合、高等専門学校などから家政学の専門家が国会に集まる任意のネットワークである。家政学に関する時事問題や課題を政権に提示することを目的として結成されており、2010 年 5 月には「家政教育の重要性に関する立場表明」等を発出している。³⁶

<参考> 消費者教育に関連する具体的な取組等

○ヘルシンキ大学（教員養成学科における取組及び専門家の見解）

³⁰ 消費者庁「海外主要国における消費者政策体制等に係る総合的調査報告書」平成 22 年 3 月 19 日、WIP ジャパン株式会社

HP (<http://www.caa.go.jp/planning/houkoku21/honbun1.html>)

³¹ 地方登録局ヒアリング

³² <http://www.kuluttajaliitto.fi/inenglish>

³³ http://www.martat.fi/in_english/

³⁴ http://www.4h.fi/in_english/

³⁵ <http://www.yrittajat.fi/en-GB/>

³⁶ http://www.oph.fi/download/124357_Tukirengas_Kannanotto_05052010.pdf

ヘルシンキ大学家政学教諭養成学科の内容には、履修領域として①栄養および食の選択、②消費関連項目、③環境とテクノロジー、④家族と環境の4つがある。

一般的にフィンランドで教育が成功している理由の一つには、教員が修士課程を修了するなど、現場で指導する際に十分な知識と能力を持ち、指導上のスキルも豊富に身につけていることがあるのではないかと、という見解もある。³⁷

消費者教育が行われている科目のうち、家政科教諭は「科目教諭（注：単科あるいは数科目を教える教諭）」、社会科教諭は「クラス教諭（注：一般的に全教科を担当）」として養成されている。基礎教育の9年間のうち、1～4年生（場合によっては1～6年生）をクラス教諭一人でそのクラスの授業を行う例が多い。クラス教諭となる教師は教育学修士であり、科目教諭はその専門分野の修士号を取得し、教職課程を修了している。³⁸

教科横断テーマの観点からは、これは生徒を熟知する一人の教員が他の科目と関連づけながら指導できるという点で、教科横断的な消費者教育において効果的であると見る意見もある。³⁹

現在フィンランドでは大学等において教員研修の機会が提供されている。教育文化省は研修実施機関に対して教員研修に係る経費の一部を助成している⁴⁰。さらに2009年から教育文化省に諮問委員会が設置され教師の継続教育に関する動向調査や職能開発プロジェクトの準備や、雇用者に対する教員の継続教育の義務化に関する法案準備が進められている⁴¹。

国家教育委員会では、現場教員への支援として教員の研修機会を設け、一定の教材の提供、インターネットによるベストプラクティスについての情報提供を行っている。

⁴²

2.3 小括

フィンランドの消費者教育は、北欧閣僚評議会を中心に策定・改訂されてきた1995年の「北欧諸国における消費者教育：学校での消費者教育の目標」、2000年の「北欧諸国における消費者教育」、2010年の北欧閣僚評議会による「消費者コンピテンスの

³⁷ ヘルシンキ大学ヒアリング

³⁸ 国家教育委員会 HP (http://www.oph.fi/english/education/teachers/teachers_in_general_education) (<http://www.oph.fi/english/education/teachers/>) 教育学修士を取得するクラス教諭は通常5年、専門教科の修士と教員課程を取得する科目教諭は5～6年要するとされる。

³⁹ ヘルシンキ大学ヒアリング

⁴⁰ 教育文化省 HP :

http://www.minedu.fi/OPM/Tiedotteet/2009/04/opettajien_taydennyskoulutus.html?lang=fi

⁴¹ 教育文化省 HP : <http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2009/liitteet/tr16.pdf?lang=fi>

⁴² 国家教育委員会ヒアリング

指導－消費者教育戦略：消費者教育の目標及び内容の提案（以下、「北欧消費者教育戦略」と記す。）」等の考え方に基づいている。

これらの背景として、ヨーロッパ諸国で議論されてきた消費者教育、環境教育、市民教育を融合した「消費者市民教育」という考え方がある。消費者市民とは、消費者市民ネットワークにおいて、「倫理的、社会的、経済的及び環境的配慮に基づいて選択を行う個人」と定義されており、消費者市民教育とは「家族、国及び地球的レベルで消費を通じて能動的に貢献する市民を教育すること」であると考えられている。

北欧消費者教育戦略では、消費者教育の目標は「持続可能な消費」と「メディアおよび技術リテラシー」の2つの統合的テーマが掲げられている。「持続可能な消費」の目標は、学習者に日常生活の中での消費の重要性を認識させ、将来の生活環境を守るために責任ある市民を育成することであり、「メディアおよび技術リテラシー」の目標は、社会におけるメディアと技術の役割と重要性について、学習者の理解とより幅広い認識を高めることである。

このような消費者教育の理念は、フィンランドの学校教育におけるコアカリキュラムに反映されており、教育現場を通じて児童生徒に教育されている。例えば、基礎教育課程のコアカリキュラムには、「メディア技術とコミュニケーション」、「市民参加」、「環境、福祉、持続可能な将来への責任」、「人間と技術」などが横断的なテーマとして取り上げられ、上級中等学校においても「持続的な発展」、「技術と社会」、「コミュニケーションとメディア活用能力」などがコアカリキュラムに含まれている。この中では、消費者の権利のみでなく、消費者の市民としての責任が同時に取り上げられており、メディアや技術の活用のみでなく、批判的な思考を含めた要素も盛り込まれている。また、成人に対しても、生涯学習が成人教育センター等で多様なプログラムが提供されており、学びたい人が学びたいときに学ぶ環境が整備されている。

フィンランドにおける消費者教育は、「市民教育」という理念をベースに、環境教育や倫理教育等が含まれており、その理念が「コアカリキュラム」に教育目標として組み込まれ、消費者教育の基盤となっている。