

大学等及び社会教育における消費者教育の指針（概要）

消費者教育推進委員会（平成23年3月30日決定、平成30年7月10日改訂）

改訂の経緯

<法律等>

- 消費者教育の推進に関する法律（平成24年12月）
 - ・「消費者市民社会」の概念
- 消費者教育の推進に関する基本的な方針（平成25年6月閣議決定、平成30年3月変更）
 - ・当面の重点事項
 - 若年者への消費者教育
 - 消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育の推進
 - 高度情報通信ネットワーク社会の発展に対応した消費者教育の推進

<社会情勢の変化等>

- 民法の成年年齢の引下げ（平成34年度より施行）
- SDGs（持続可能な開発目標）、ESD（持続可能な開発のための教育）
- エシカル消費の重要性の認識の高まり
- グローバル化
- 高度情報通信ネットワーク社会
- 高齢化社会の進展 等

大学等及び社会教育における消費者教育の指針

1 消費者教育に関する基本的な考え方

<消費者教育の目的>

- ① 消費者の権利の実現、消費生活の安定と向上を図るため、消費に関する基礎的・基本的な知識及び技能を習得・活用し、以下の能力を育む。
 - 消費生活に関する幅広い視点を持った意思決定能力、批判的思考力に基づいた判断力
 - 事業者及び商品を選択する能力
 - 消費者被害等の危機を自ら回避する能力
 - 将来を見通した生活設計を行う能力
 - 課題を解決する実践的な問題解決能力
- ② 消費者市民社会の形成者として、経済活動に関して倫理観を持って責任ある行動をとれるようにする。
- ③ 日々の消費行動は、持続可能な社会を実現するための基本的な行為であることを認識し、新しいライフスタイルを主体的に選択し、創造できるようにする。

<消費者教育の目的を達成するための戦略>

- (1) 生涯学習としての取組
 - 幼児期から高齢期までの生涯にわたる消費者教育の必要性
 - 消費者の特性（年齢・性別・障害の有無等）に応じた内容・方法による実施
- (2) 学校、地域、家庭、職場その他との連携
 - 多様な場における消費者教育に加え、相互の連携・協働による取組の充実が重要
- (3) 持続可能な社会づくりへの視点
 - SDGsやESDを踏まえた、一人一人が持続可能な社会づくりの担い手となるよう育成する取組が一層重要

2 大学等における消費者教育について

<大学等における消費者教育の必要性と役割>

- (1) 学生への生活支援
- (2) 自立した消費者及び職業人の育成
- (3) 消費生活に係る専門的人材の育成
- (4) 生涯学習拠点としての地域貢献
- (5) 組織の危機管理

<大学等における消費者教育の取組の方向性>

- (1) 大学等における消費者教育の内容及び方法
 - (ア) 啓発・相談
 - 成年年齢引下げを踏まえた、入学生への事前説明会や入学時のガイダンス等、早期の段階での啓発
 - 消費者団体、消費生活センター、弁護士等外部人材との連携
 - 学内の相談先に加え、地域の消費生活センター、消費者ホットライン（188）の紹介等のフォロー体制の周知
 - 短時間で学習できる動画教材の活用
 - メールやSNS等を活用した効果的な情報提供
 - (イ) 教育・研究
 - 特に教員養成課程における消費者教育の充実に向け、関係主体による連携・協働の下での検討
 - 様々な分野の教育へ「消費者の視点」を取り入れることによる自立した消費者及び職業人の育成
 - (ウ) 地域貢献
 - 地域の消費生活センターや消費者行政部局等との連携・協働による、地域住民等対象のセミナーや公開講座等の実施
 - (エ) サークル・自主活動
 - 消費生活に関わる学生のサークル・自主活動等の紹介等による啓発や支援
- (2) 大学等における消費者教育の留意事項
 - (ア) 組織全体による総合的な取組
 - (イ) キャリア教育の一環としての推進

3 社会教育における消費者教育について

<社会教育における消費者教育の必要性と役割>

- (1) 自立した消費者の育成
- (2) 地域社会（コミュニティ）の基盤強化

<社会教育における消費者教育の取組の方向性>

- (1) 社会教育における消費者教育の内容及び方法
 - (ア) 消費者教育の担い手育成
 - 地域における消費者教育のリーダーの養成に向けた、地域の消費生活センターや民間団体、消費者団体等との連携、それらが有する人的・知的資源の活用
 - 地域において育成した消費者教育のリーダーの活用の場の提供等による循環
 - (イ) 総合的、継続的な学習機会の提供
 - 多様な学習機会の提供のため、他の活動との組合せや活動の「消費者教育の視点」からの見直し
 - (ウ) アウトリーチによる学習機会の提供
 - 社会教育施設等に出向くことが困難な学習者に対する、戸別訪問や町内会等への訪問による啓発
 - 保護者向けの子育てサロンやPTA研修会等の機会の活用、企業や事業所等への出前講座の実施等
- (2) 社会教育における消費者教育の留意事項
 - (ア) 学習意欲の向上に向けた動機付け及び学習方法の工夫
 - (イ) 性別や年齢層、障害の有無等による生活実態や意識等の違いにも配慮したきめ細かな消費者教育の推進

※下線部分は改訂により充実した箇所