

専修学校における消費者教育取組状況調査報告書の概要について

1 調査概要

1 調査目的

平成24年12月、消費者教育推進法が施行、平成25年6月には本法律を受けて「消費者教育の推進に関する基本的な方針」が閣議決定され、平成30年3月には、消費生活を取り巻く環境の変化等を踏まえ、改訂されるなど、国全体として、消費者教育に関する施策を推進することが一層求められている。

このような状況を受け、消費者教育をめぐる最近の状況も踏まえた課題を把握するとともに、成年年齢引下げの議論も踏まえ、専修学校における消費者教育を推進するために有効な方策を検討するため、調査を実施した。

2 調査対象

専修学校（高等課程及び専門課程）：全国の国公私立の専修学校のうち、高等課程及び専門課程のいずれかまたは両方を持つもの

3 回収数

図表1 回収数（校種別）

設置者	回収数	配布数	回収率
国立	2校	3校	66.7%
公立	132校	151校	87.4%
私立	1,797校	2,542校	70.7%
合計	1,931校	2,696校	71.6%

図表2 回収数（設置分野別）

設置分野(複数回答)	回収数
工業分野	231校
農業分野	40校
医療分野	733校
衛生分野	310校
教育・社会福祉分野	239校
商業実務分野	332校
服飾・家政分野	99校
文化・教養分野	364校

図表3 回収数（設置課程別）

設置課程	回収数
専門課程のみ	1,682校
高等課程のみ	86校
専門課程・高等課程	163校
合計	1,931校

4 専修学校規模分類

図表3 専修学校規模別校数（校種別）

	30人以下	31-50人以下	51-100人以下	101-200人以下	201-300人以下	301-400人以下	401-500人以下	501-600人以下	601-700人以下	701-900人以下	900人以上
国公立	3校	12校	38校	61校	14校	3校	1校	1校	0校	1校	0校
私立	137校	130校	294校	545校	275校	148校	94校	59校	46校	35校	34校

2 調査結果

1 学生・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

①学生に対して行っている啓発・情報提供

最も多い啓発・情報提供の方法は、「校内へのポスター等の提示」で 48.1%であった。次いで、「ホームルームでの説明(30.5%)」「入学時等におけるガイダンス(28.4%)」に取り組む学校が多くなっている。

課程別にみると、高等課程のみを設置する学校においては、「ホームルームでの説明(44.2%)」に取り組む学校の割合が最も高い。

②学生に対して行っている啓発・情報提供の内容

学生に対して啓発・情報提供を行っている学校において、啓発・情報提供の内容として特に多いのは「悪質商法とその対処法(70.2%)」「危険ドラッグの危険性や被害について(66.0%)」であった。

③教職員に対して行っている啓発・情報提供

教職員に対する啓発・情報提供の実施状況として、全体の約 7 割の学校は「特になし」と回答している。

④学生からの相談を対応している窓口

学生からの相談を対応している窓口について、「特に相談窓口を設けていない」は 48.5%であり、半数近くの学校では特に相談窓口が設定されていない。

窓口での対応について、最も多いのは「学生生活全般に関する相談窓口において対応している」で 31.3%であった。「消費者トラブルに関する専用相談窓口」で対応している学校は 0.9%にとどまった。

また、学校規模が大きいほど、「特に相談窓口を設けていない」は低くなっており、相談窓口を設けて対応する学校が多くなる特徴が見られる。

課程別にみると、専門課程のみを設置している学校と比べ、高等課程のみを持つ学校では「特に相談窓口を設けていない」と回答する学校の割合が高い(専門課程のみ:46.7%、高等課程のみ:62.8%)。

2 消費者教育関連の取組状況

①啓発・情報提供や相談窓口以外で、学生に対して行っている取組

啓発・情報提供や相談窓口以外で、学生に対して行っている取組では、「行っていない」が 71.2%であり、「授業において教育を行っている」は 23.9%、「消費者教育関連をテーマとしている学生のサークル・自主活動を支援している」は 0.2%にとどまった。

「授業において教育を行っている」割合は、高等課程のみ設置する学校で 36.0%であり、全体に比べ高い傾向にある。

②授業における消費者教育の実施状況(学校全体での状況)

「授業において教育を行っている」と答えた学校について、授業における消費者教育の講座数は、1 講座の学校が 49.5%と、全体の半数を占める。受講対象者は、「1年」が最も多く 68.8%で、次いで「2年(58.4%)」「3年(22.8%)」であった。

また、消費者教育に関する授業を行っている学校のうち 8 割が、「必修科目」として授業を行っている。

授業について、該当するキーワードとして特に多いのは「悪質商法(or 悪徳商法)(48.6%)」「消費者(48.4%)」「消費生活(46.2%)」であった。

また、分野別にみると、他の分野に比べ、服飾・家政分野では「フェアトレード(or 公正取引)(44.7%)」、衛生分野では「消費者志向経営(34.4%)」が高くなっている。

3 他機関との連携状況

①消費生活センターと連携して実施している取組

消費生活センターと連携した取組について、全体の7割が実施していない状況にある。
実施している取組では、「広報物等で消費生活センターの情報を提供(14.7%)」で最も高く、「学校への情報・教材の提供(9.8%)」、「学校への専門家の派遣(7.3%)」となっており、地域別にみてもこの傾向は変わらない。

②消費者教育推進のために、消費生活センターに期待する役割や内容

消費生活センターに期待する役割や内容として、最も高いのは「学校への情報・教材の提供」で55.8%であった。次いで、「学校への専門家の派遣(28.4%)」「教材・広報物の作成(支援)(17.1%)」となっている。

③成年年齢引下げに伴い、特に必要だと思われる対応

成年年齢引下げに伴い、特に必要だと思われる対応は、上位から「入学時等におけるガイダンス等での啓発の充実(59.1%)」「学内へのポスター等の掲示(56.7%)」「保護者への情報提供(34.4%)」であった。
「特に取り組む必要はない」は6.5%にとどまり、9割以上の学校が、何かしら対応が必要だと回答している。

④学生の消費者トラブル対応のために、連携している学外機関

連携している学外機関について、「特に連携していない」が67.7%で、7割近くの学校は、学生の消費者トラブル対応のための学外連携機関がない。

⑤学生の消費者トラブル対応のために、他機関と連携していること

学生の消費者トラブル対応のため他機関と連携していることとして、最も多いのは「相談窓口の紹介」で38.5%であった。次いで、「学生への授業・オリエンテーションに講師を依頼(35.7%)」「連携先機関が作成した教材・提示物等による学生への情報提供(34.3%)」となっている。

⑥1年以内に他機関から受け取った情報・資料

他の機関から受け取ったことがある情報・資料として、最も多いのは「消費者トラブルへの注意喚起を呼びかける広報物(ポスター、パンフレット等)」で58.1%であった。「他の機関が作成した教材(10.7%)」「相談窓口の紹介(10.4%)」をはじめ、他の情報・資料についてはそれぞれ1割程度にとどまり、「受け取っていない」が33.1%となっている。

4 今後の対応

①「現在重点的に行っている取組」及び「今後、特に重点的に行いたいと考えている取組」

現在重点的に行っている取組として多いのは、上位から「学生に対する啓発・情報提供(43.2%)」「学生からの相談への対応(29.2%)」「教職員に対する啓発・情報提供(18.1%)」であった。

今後、特に重点的に行いたい取組としては、「学生に対する啓発・情報提供」が最も高く64.7%であった。次いで「教職員に対する啓発・情報提供(39.2%)」「学生からの相談への対応(36.8%)」となっている。

また、「現在重点的に行っている取組」と、「今後特に重点的に行いたいと考えている取組」を比較したところ、多くの項目で、「今後特に重点的に行いたい」がより高い結果となった。

②消費者教育を推進するに当たっての課題

消費者教育を推進するに当たっての課題として、最も高いのは「他の優先課題があり取り組めない」で36.7%であった。次いで、「指導者や講師となる人材がない(27.9%)」「どのような取組をすればよいかかわからない(24.1%)」となっている。