

# 若年者向け消費者教育教材の普及促進

消費者庁消費者教育推進課  
令和2年5月

# 若年者への消費者教育の推進

成年年齢の引下げを見据え（※）、若年者の消費者被害の防止・救済のため、また自立した消費者の育成のため、**若年者への実践的な消費者教育の推進**は喫緊の課題

※成年年齢を引き下げる民法の改正は、平成30年6月13日可決、同月20日公布（令和4年4月施行予定）

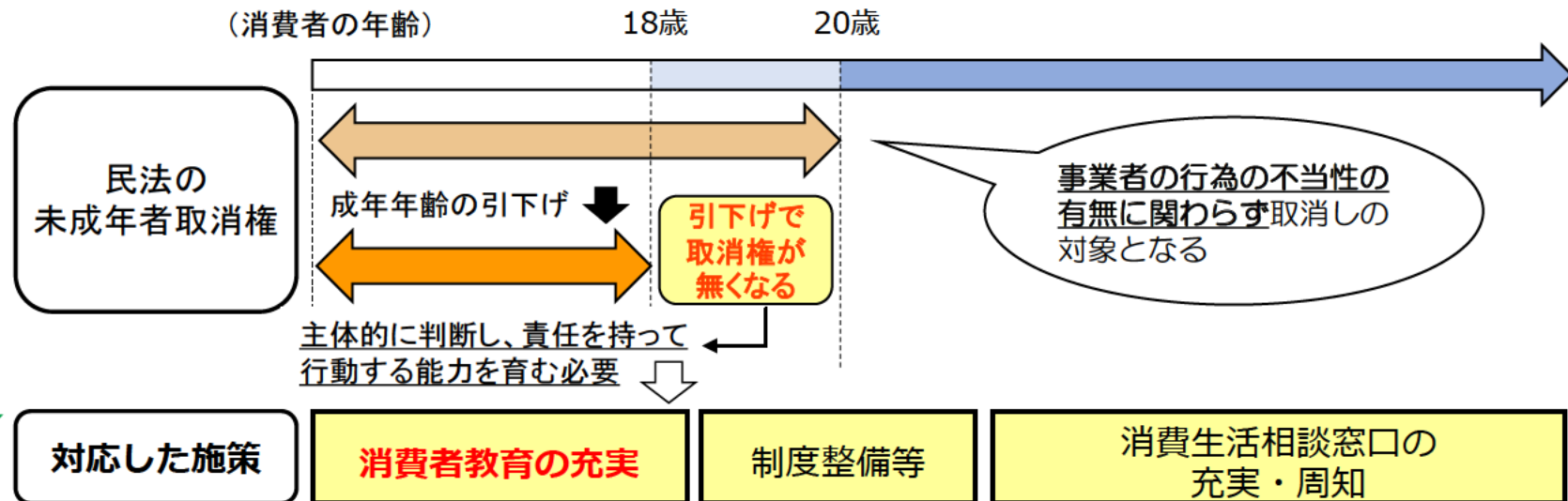
佐々木さやか君

（平成30年3月5日参議院・予算委員会）

この成年年齢の引下げに当たっては、若者がその年齢でしっかりと自立するという、それだけの環境整備、これが重要だと思っております。（中略）学生の皆さんとか若い皆さんとお話をしても、もう本当に自分が社会に出て大丈夫だろうか、こういう不安を抱いている方もいらっしゃる、こういう印象を他方で私は受けております。例えば消費者被害とか、そういったことも心配をされるわけでありましてけれども、**消費者教育を充実**をしたり、**いろいろな制度の整備**も必要だろと思うております。

内閣総理大臣（安倍晋三君）

成年年齢の引下げに係る民法改正法案に関しては、現在、今国会への提出を目指し、所要の進めを進めているところであります。政府としても、委員御指摘の**消費者被害を防止する施策など**、**成年年齢の引下げに向けた環境整備**については、**改正法案の成立後も引き続き政府一体となって取り組む必要があるもの**と認識をしています。



## 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」

（平成30年3月20日 変更の閣議決定）

## 「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」

（平成30年2月20日 若年者への消費者教育の推進に関する  
4省庁関係局長連絡会議決定）

社会経済情勢等を踏まえて重点的に取り組むことが求められる喫緊の課題として、若年者への消費者教育を「当面の重点事項」に位置付け

関係省庁（消費者庁、文部科学省、法務省、金融庁）が緊密に連携し、**2018年度から2020年度までを集中強化期間**として、取組を推進

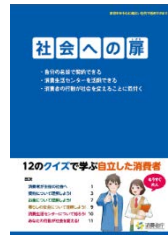
# 「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」

(平成30年2月20日 若年者への消費者教育の推進に関する4省庁関係局長連絡会議決定)

関係省庁(消費者庁、文部科学省、法務省、金融庁)が緊密に連携し、2018年度から2020年度までを集中強化期間として、実践的な消費者教育の実施を推進するため、以下の取組を推進

## 高等学校等における消費者教育の推進

- ・ 学習指導要領の徹底
- ・ 消費者教育教材の開発、手法の高度化  
実践的な能力を身に付ける教材「**社会への扉**」を活用した授業の実施の推進等
- ・ 実務経験者の学校教育現場での活用  
消費者教育コーディネーターの育成・配置等による実務経験者の活用の推進
- ・ 教員の養成・研修  
「若年者の消費者教育分科会」による検討と取りまとめを受けた消費者教育推進会議における審議を踏まえ、**教員による消費者教育の指導力向上のための取組**を推進



## 大学等における消費者教育の推進

- ・ 大学等と消費生活センターとの連携支援・出前講座の実施
- ・ 大学における講義実施等を通じた正しい金融知識の普及

2020年度までには、

- ・ 全ての都道府県の全高校で「**社会への扉**」を活用した**授業**が実施されること
- ・ 全都道府県に**消費者教育コーディネーター**が配置されることを目指す

- 教職課程における消費者教育の内容の充実
- 有機的に連携した継続的な体制の構築
- 現職教員に対する講習、研修における講座の開設数の増加及び内容の充実
- 外部人材等の活用及び育成

## その他

全ての都道府県等において、**消費者教育推進計画・消費者教育推進地域協議会**の策定・設置を目指す 等

## 2018年度における「社会への扉」の活用実績

消費者教育教材活用校/域内の高等学校等数	都道府県の数
90%以上	2
80%以上～90%未満	2
70%以上～80%未満	2
60%以上～70%未満	6
50%以上～60%未満	6
50%未満	28
合計(注)	46

(注)東京都について、2018年度においては、消費者教育教材活用校の取りまとめを行っていないため、不明である。

### 学校種別における活用実績

【単位：都道府県の数】

消費者教育教材活用校/域内の高等学校等数	国公立 高等学校等	私立 高等学校等	特別支援学校	高等専門学校
90%以上	8	1	2	12
80%以上～90%未満	4	3	3	—
70%以上～80%未満	1	2	1	—
60%以上～70%未満	4	—	2	—
50%以上～60%未満	7	2	1	3
50%未満	22	38	37	25
合計(注1)	46	46	46	40(注2)

(注1)東京都について、2018年度においては、消費者教育教材活用校の取りまとめを行っていないため、不明である。

(注2)6県については、高等専門学校がないため集計対象としていない。

# ○ 若年者の消費者教育分科会取りまとめ(消費者教育教材の在り方) 令和元年7月取りまとめ

## 【議題①】

消費者教育教材の提供方法及び効果的な周知

## 【議題②】

消費者庁による小中向け消費者教育教材作成の必要性

## 課題①提供方法

学校現場では、紙媒体の教材の需要が高いものの・・・  
 ・他の地方公共団体にまで必要冊数を提供してもよいと回答した教材は少ない(消費者庁調べで213教材中7教材)。  
 ・ウェブサイトからダウンロードして印刷する教材は、費用面で活用しづらい。

広く学校の授業での活用を想定しなければ、実際の活用にはつながらない

## 加工可能な教材など多様な教材の開発

- ① 単ページ教材の開発  
→冊子としないことで、必要枚数の印刷と配布が容易に。
- ② 加工可能な教材の開発  
→教員や外部講師が加工可能にすることで、幅広い活用を期待。  
⇒①②を踏まえ、消費者庁では、「社会への扉」について、パワーポイント版を作成。

(例)消費者庁作成教材「社会への扉」  
パワーポイント版  
(注2)



## 課題②周知方法

## 【消費者教育ポータルサイト(注1)】

・教材等の掲載状況が悪い(掲載教材割合は約16%(消費者庁調べで213教材中34教材))。  
 ・消費者教育ポータルサイトを利用して教材を検索しているアクセス数が少ない(経由300件 対 非経由約300万件)。

(例)「社会への扉」(注2)

実際にリンクしたアクセス数 300件



消費者教育ポータルサイトは見直しが必要

## 消費者教育ポータルサイトの全面的な見直し

見直しに当たって以下の点に重点を置いたサイトに移行すべき。

- ① 消費者教育の実践例の発信  
→多種多様な消費者教育教材を活用した実践例の発信  
→外部講師による出前講座の実践例の発信
- ② 消費者問題の解説や消費者教育の素材に係る情報発信  
→日々変化する消費者問題や幅広い社会的課題について、消費者教育目線での解説と情報発信
- ③ 利用者目線に立ったウェブサイトの構成  
→学校種別、科目別に実践例等を閲覧可能に。閲覧履歴の表示。閲覧履歴から推測される教材や実践例の表示。一定の頻度での更新や適切な情報量の掲載

消費者教育教材  
「消費者センスを身につけよう」の改定

消費者ホットラインの番号変更など形式面の修正を行った。  
 改定版は消費者庁ウェブサイトで公表済み  
 (注3)

(注1) <https://www.kportal.caa.go.jp/index.php>(注2) [https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_education/public\\_awareness/teaching\\_material/material\\_010/](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/teaching_material/material_010/)(注3) [https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_education/public\\_awareness/teaching\\_material/material\\_004/pdf/material\\_004\\_190322\\_0002.pdf](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/teaching_material/material_004/pdf/material_004_190322_0002.pdf)



# 地域における消費者教育の推進体制（イメージ）

地域ごとに、多様な担い手が連携して、様々な機会を捉えて、消費者教育を実施

