

現状把握 ・課題設定

若年者は、消費者契約等の知識や経験が不足しており、消費者ホットライン(188)の認知も低い傾向にある。

若年者の消費者被害の防止等のためには、実践的な消費者教育(低年齢層、若年成人も含むライフステージに応じた教育)の推進が必要。

A 若年者向け教材「社会への扉」等を活用した実践的な授業の実施率の増加が必要。

B 教員の指導力向上等のための取組(教員研修の実施や活用しやすい教材等の開発)が不十分。

C 学校や地域での実践的な消費者教育を促進する消費者コーディネーターの配置・育成が不十分。

インプット

予算額:
3,400万円の内数(令和2年度予算)、1,900万円の内数(令和元年度予算)

「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」の推進

消費者教育推進会議(分科会を含む)での検討

○「若年者分科会」での提言

・外部人材の活用等
・教員研修等の充実等

・多様な教材の開発
・消費者教育ポータルサイトの見直しを含めた利便性の向上

○「地域連携分科会」での提言

・地方公共団体のコーディネーター機能強化の支援

・消費者教育コーディネーターの意見交換の場の創出等(※600万円の内数)

アクティビティ

A

①「社会への扉」等を活用した実践的な消費者教育の実施に向け、地方公共団体(教育委員会含む)に協力依頼・活用希望者等への教材の提供
・特別支援学校向け支援ツールの開発

B

②教員の指導力向上に向けた支援
・文部科学省との連携による通知の発出(免許状更新講習での講座開設等)
・実践事例等の発信

C

③ポータルサイト等での情報発信の強化
・実践事例等の発信

C

④地方公共団体の消費者教育コーディネーターの配置・育成に対する働き掛け
・地方消費者行政強化交付金の活用促進

⑤

消費者教育推進会議(分科会)での、地方公共団体のコーディネーター機能強化に向けた方策の検討

アウトプット

①-1、②全国の高校等での「社会への扉」等を活用した授業の実施率

①-2、②中学校、特別支援学校向け教育プログラムの開発・発信

③抜本的見直し後のポータルサイトの利用件数

④-1 消費者教育コーディネーター会議の開催

④-2 消費者教育コーディネーター配置済の地方公共団体

⑤消費者教育推進計画策定済の地方公共団体数

アウトカム

【短期】

①実践的な授業の増加
・実施率の低い地域、特別支援学校等での実施率の向上

②教員の指導力向上

③コーディネーターを配置した地方公共団体におけるコーディネーター機能の強化
・実務経験者の学校への派遣の増加
・各種団体と連携した取組の増加

【中期】

①若年者の知識の定着・188の認知度の向上

②学校での消費者教育の授業・取組の充実

③地方公共団体のコーディネーターによる学校、地域、家庭と連携した取組の増加(連携の増加、広域連携など)

【長期】

①消費者被害に遭わない、自ら考えて行動できる自立した若年者の育成(増加)

②地域におけるライフステージに応じた消費者教育の強化

インパクト

若年者をはじめ全世代にわたる消費者被害の防止・減少の実現(消費者市民社会の実現)