

消費者教育についての教育現場アンケート調査 報告書

令和4年6月
株式会社コスモブレイン

目 次

I. 幼稚園・保育所対象アンケート	1
1. 調査の概要	2
1. 1 調査の目的	2
1. 2 調査の方法	2
1. 3 回答状況	2
1. 4 設問構成	2
2. 教育・保育の取り組みについて	3
2. 1 幼児期の消費者教育で特に気を使っていること	3
2. 2 何歳時ごろに重点的に教育を行う必要があるか	3
2. 3 消費者教育推進にあたっての課題	4
2. 4 各種団体・企業・行政等の出前講座の利用状況	4
2. 5 出前講座を知ったきっかけ	5
2. 6 園外と連携した取り組みの感想	5
2. 7 出前講座等の取り組みを利用しなかった理由	6
2. 8 消費者教育推進にあたって必要なこと	6
2. 9 活用しやすい・効果があると思われる教材	7
2. 10 希望する教材のテーマ	7
2. 11 保育士・教諭に必要な消費者教育に関する情報・知識	8
2. 12 自由意見	9
 II. 小学校・中学校・高等学校対象アンケート	 12
1. 調査の概要	13
1. 1 調査の目的	13
1. 2 調査の方法	13
1. 3 回答状況	13
1. 4 設問構成	13
2. 消費者教育の取り組みについて	14
2. 1 消費者教育を実施している教科	14
2. 2 授業内容と重点を置いていること	15
2. 3 重点的に教育を行う必要がある学年	17
2. 4 各種団体・企業・行政等の出前講座の利用状況	18
2. 5 出前講座を知ったきっかけ	19
2. 6 学校外と連携した取り組みの感想	20
2. 7 出前講座等の取り組みを利用しなかった理由	21
2. 8 消費者教育推進にあたっての課題	22
2. 9 消費者教育推進にあたって必要なこと	23
2. 10 活用しやすい・効果があると思われる教材	24
2. 11 児童・生徒に身に付けさせたい領域	25

3. 消費者教育の推進について	26
3. 1 教職員に必要な消費者教育に関する情報・知識	26
3. 2 教職員の学習機会への参加意向	27
3. 3 学習機会へ参加しやすくなる工夫	28
3. 4 成年年齢到達時までに得ておくべき知識	29
3. 5 自由意見	31
 Ⅲ. 専門学校・高等専門学校・短期大学・大学対象アンケート調査結果...	32
1. 調査の概要	33
1. 1 調査の目的	33
1. 2 調査の方法	33
1. 3 回答状況	33
1. 4 設問構成	33
2. 消費者教育の取組について	34
2. 1 学生に対する啓発・情報提供	34
2. 2 担当職員に対する研修の実施状況	34
2. 3 担当職員に必要な消費者教育に関する情報・知識	35
2. 4 担当職員の学習機会への参加意向	35
2. 5 学習機会へ参加しやすくなる工夫	36
2. 6 消費者問題対応で連携している機関	36
2. 7 各種団体・企業・行政等の出前講座の利用状況	37
2. 8 出前講座を知ったきっかけ	37
2. 9 学校外と連携した取り組みの感想	38
2. 10 出前講座等の取り組みを利用しなかった理由	38
2. 11 消費者教育推進にあたっての課題	39
2. 12 今後、重点的に取り組みたいこと	39
3. 学生の消費者トラブルについて	40
3. 1 学生の消費者トラブルの事例の有無	40
3. 2 学生の消費者トラブルへの対応方法	40
3. 3 学生の消費者トラブルの内容	41
3. 4 成年年齢到達時までに得ておくべき知識	41
3. 5 自由意見	42

I．幼稚園・保育所対象アンケート

1. 調査の概要

1. 1 調査の目的

松江市消費者教育推進計画の策定にあたり、教育現場（幼稚園、保育所等）での消費者教育の現状と課題等を把握し、計画策定の基礎資料とするため実施した。

1. 2 調査の方法

調査対象	調査期間	調査方法
市内の幼稚園・保育所等 ※特別支援学校含む 106 施設	令和 4 年 4 月 15 日～ 令和 4 年 5 月 10 日	専用配布物ボックスによる 配布・郵送回収

1. 3 回答状況

配布数	有効回収数	有効回収率
106	82	77.4%

※令和 4 年 5 月末までの回収票を反映

1. 4 設問構成

アンケート調査の設問は以下のとおり。

【アンケート調査設問内容】

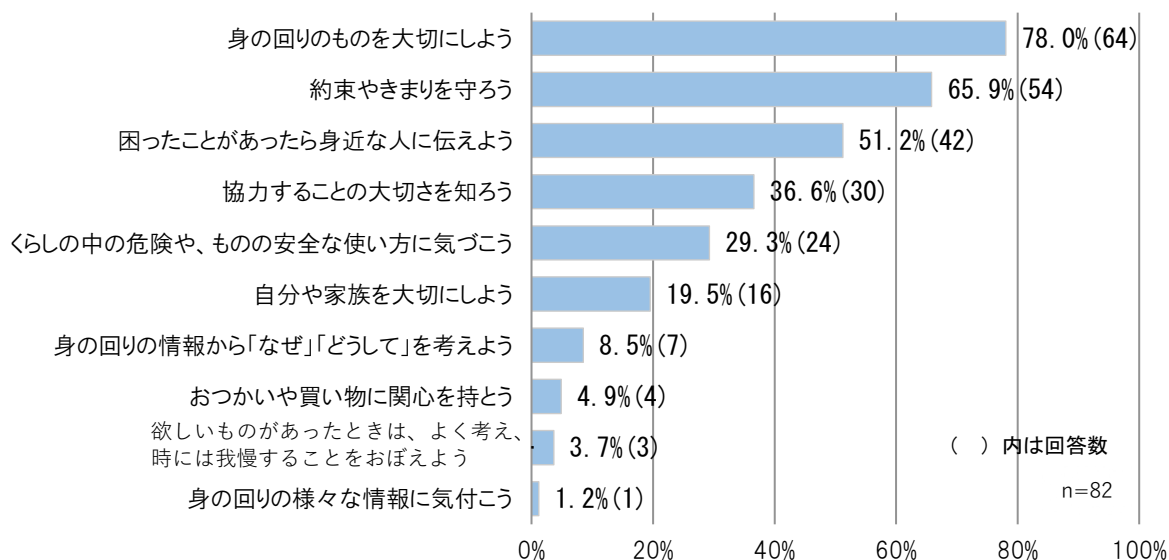
項目	調査内容
1. 貴施設における教育・保育の取組についてお伺いします	問 1 幼児期の消費者教育で特に気を使っていること
	問 2 何歳時ごろに重点的に教育を行う必要があるか
	問 3 消費者教育推進にあたっての課題
	問 4 各種団体・企業・行政等の出前講座の利用状況
	問 5 出前講座を知ったきっかけ
	問 6 園外と連携した取り組みの感想
	問 7 出前講座等の取り組みを利用しなかった理由
	問 8 消費者教育推進にあたって必要なこと
	問 9 活用しやすい・効果があると思われる教材
	問 10 希望する教材のテーマ
	問 11 保育士・教諭に必要な消費者教育に関する情報・知識
	問 12 自由意見

2. 教育・保育の取り組みについて

2. 1 幼児期の消費者教育で特に気を使っていること

問 1 以下の項目は、幼児期の消費者教育といわれる内容ですが、所や園の活動の中で、特に気を使っているのはどれですか。(〇は3つまで)

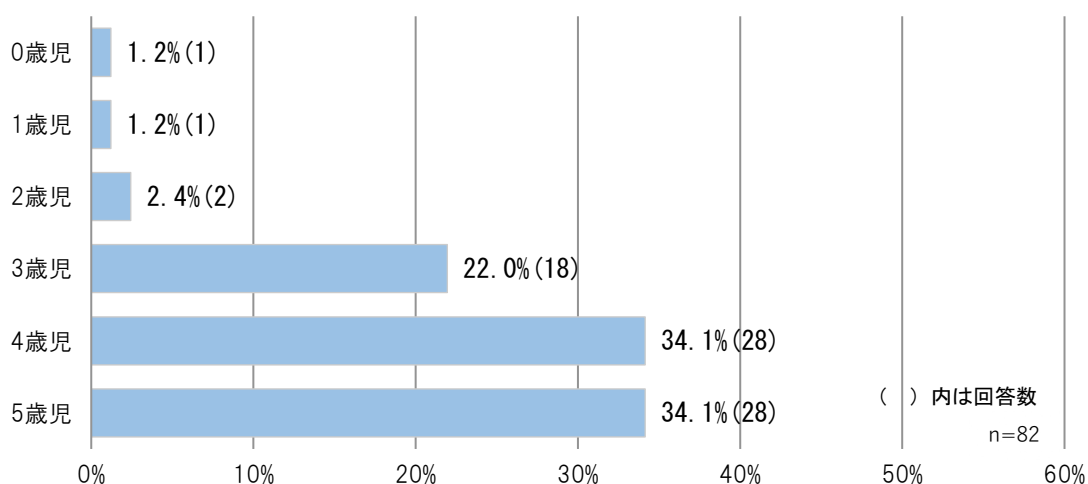
- 「身の回りのものを大切に使う」が最も多く 78.0%、次いで「約束や決まりを守る」が 65.9%、「困ったことがあったら身近な人に伝える」が 51.2%であった。



2. 2 何歳時ごろに重点的に教育を行う必要があるか

問 2 「問 1」のような内容を幼児期に身に付けていくためには、その基礎的な部分の教育（指導）を何歳児ごろに重点を置いて行う必要があると思いますか。(〇は3つまで)

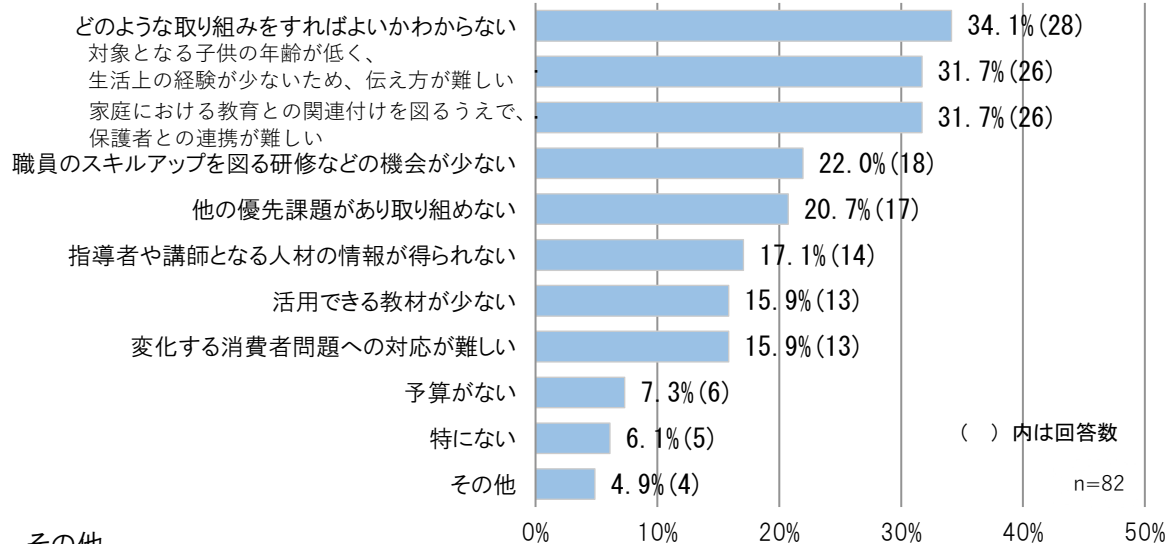
- 「4 歳児」「5 歳児」との回答が同数で最も多く 34.1%、次いで「3 歳児」が 22.0%であった。



2. 3 消費者教育推進にあたっての課題

問3 消費者教育を推進するにあたって、課題となっていることを教えてください。
(○は3つまで)

- 「どのような取り組みをすればよいかわからない」が最も多く 34.1%、次いで「対象となる子供の年齢が低く、生活上の経験が少ないため、伝え方が難しい」「家庭における教育との関連付けを図るうえで、保護者との連携が難しい」がそれぞれ 31.7%であった。教育対象が小さな子どもであるという特性からの課題が多く挙げられた。



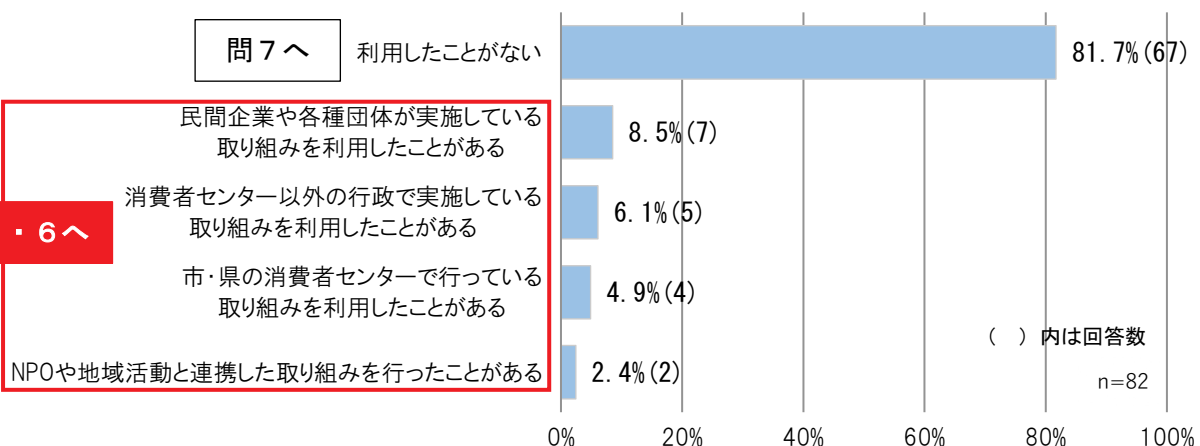
その他

- ・職員の意識の温度差がある
- ・職員が消費者教育と幼稚園教育の結びつけが十分に出来ていない
- ・消費者教育といわれる内容のことは活動の中で行っているが、それが消費者教育という意識ではなかった為、まずは知るところからはじめたいです。
- ・幼児期に育てたい内容においては低年齢の頃から少しずつ身に付くように指導しているところである

2. 4 各種団体・企業・行政等の出前講座の利用状況

問4 「問1」のような取り組みを行うにあたって、過去5年間で各種団体、企業、市、県、国等で行っている取り組み（出前講座・講師派遣・施設見学等）を利用しましたか。
(○はいくつでも)

- 「利用したことがない」が最も多く 81.7%を占めた。「なんらかの取り組みを利用したことがある」のは14施設であり、「民間企業・各種団体の取り組み」が最も多く 8.5%であった。



問7へ

利用したことがない

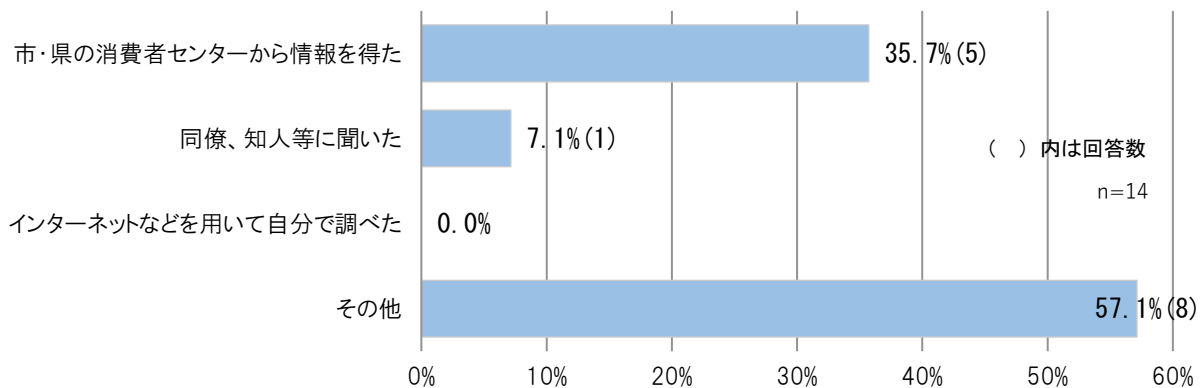
問5・6へ

2. 5 出前講座を知ったきっかけ

〈問4で「取り組みを利用したことがある」を選択した施設にお伺いします。〉

問5 取り組みの主体や内容をどの様なきっかけで知りましたか。(〇はいくつでも)

●「市・県の消費者センターから情報を得た」施設が35.7%であり、それ以外の媒体、手段で知った施設の割合の方が高かった。



その他

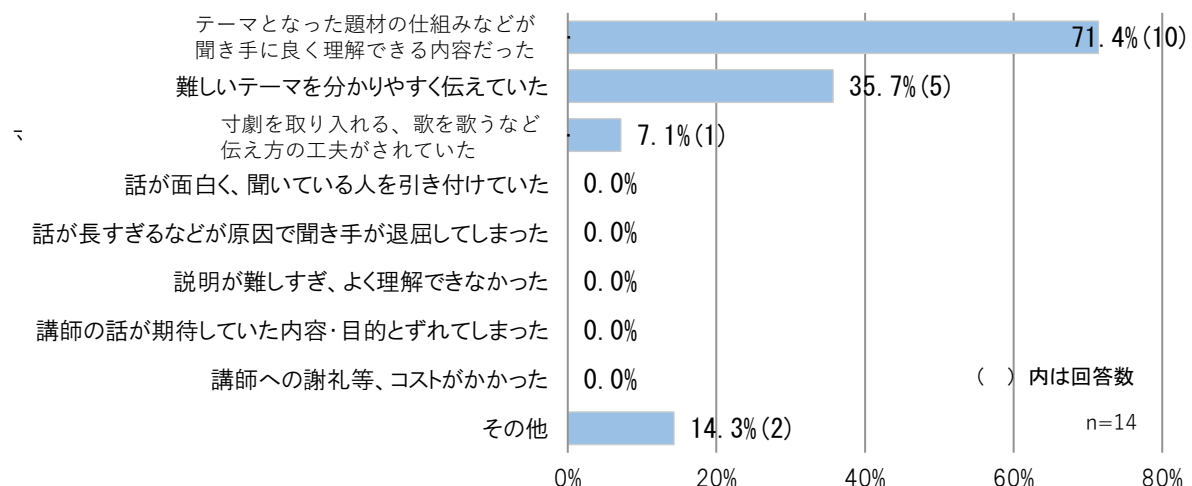
- ・行政からの案内
- ・郵送できた
- ・案内文書の送付
- ・県の指導
- ・市から情報を得た
- ・保護者からの希望
- ・依頼を受け、島大生が作成した教材を活用した

2. 6 園外と連携した取り組みの感想

〈問4で「取り組みを利用したことがある」を選択した施設にお伺いします。〉

問6 園外と連携した取り組み等の感想を教えてください。(〇はいくつでも)

●「テーマとなった題材の仕組みなどが聞き手に良く理解できる内容だった」が71.4%と最も高かった。次いで「難しいテーマ分かりやすく伝えていた」が35.7%と、わかりやすく、理解しやすい内容であったとの評価であった。



その他

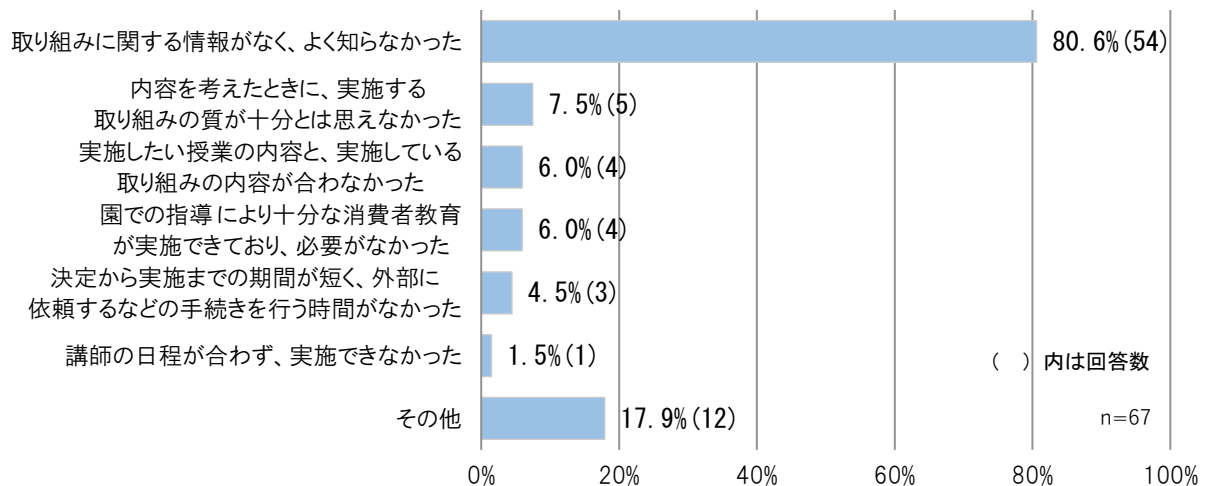
- ・楽しく学べる教材ではあったが、初めての取り組みだった為、改善しながらさらに良い教材となるよう改善などは必要だと思った
- ・エコバッグづくりで子どもが楽しみながら取り組むことが出来た

2. 7 出前講座等の取り組みを利用しなかった理由

〈問4で「利用したことがない」を選択した施設にお伺いします。〉

問7 取り組み等を利用しなかった理由を選んでください。(〇は3つまで)

- 「取り組みに関する情報がなく、よく知らなかった」が80.6%とほとんどの施設が取り組みを把握していなかったことを理由にあげていた。



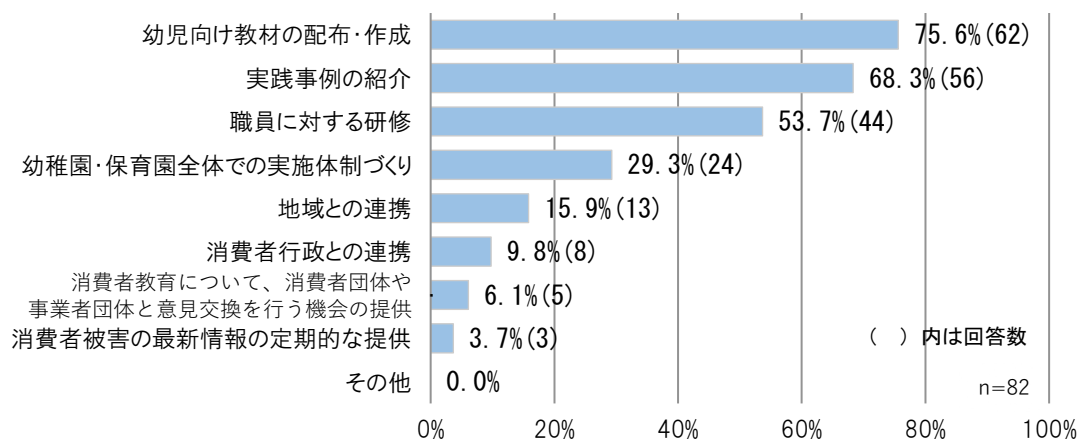
その他

- ・コロナ禍で感染予防のため外部との接触を控えていた、コロナ禍で優先すべきことが他にあった。
- ・日々の保育に追われて手が出せない ・外部の方に依頼するという考えがなかった
- ・消費者教育として意識した取組ではないが、消費者教育につながる取組となっている内容はあった。
- ・ほかの内容で研修を実施した ・0・1歳児の園なので利用しなかった 等

2. 8 消費者教育推進にあたって必要なこと

問8 幼稚園・保育所において消費者教育を推進するために必要だと思うことを教えてください。(〇はいくつでも)

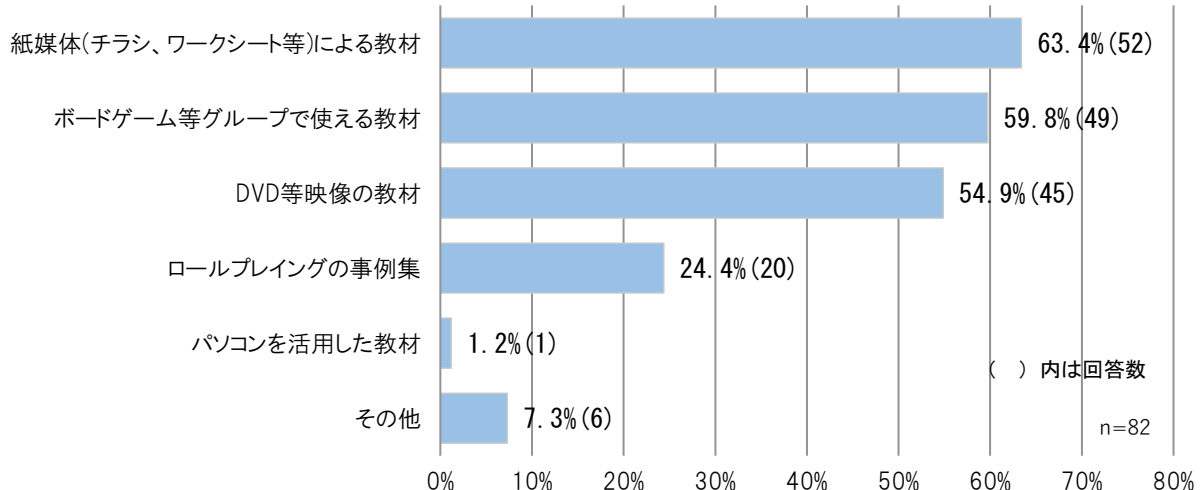
- 「幼児向けの教材の配布・作成」が最も多く75.6%、次いで「実践事例の紹介」が68.3%、「職員に対する研修」が53.7%と高かった。



2. 9 活用しやすい・効果があると思われる教材

問9 保育時間等で活用しやすい又は効果があると思われる教材を選んでください。(〇は3つまで)

●「紙媒体による教材」が最も多く63.4%、次いで「ボードゲーム等グループで使える教材」が59.8%、「DVD等映像の教材」が54.9%と高かった。



その他

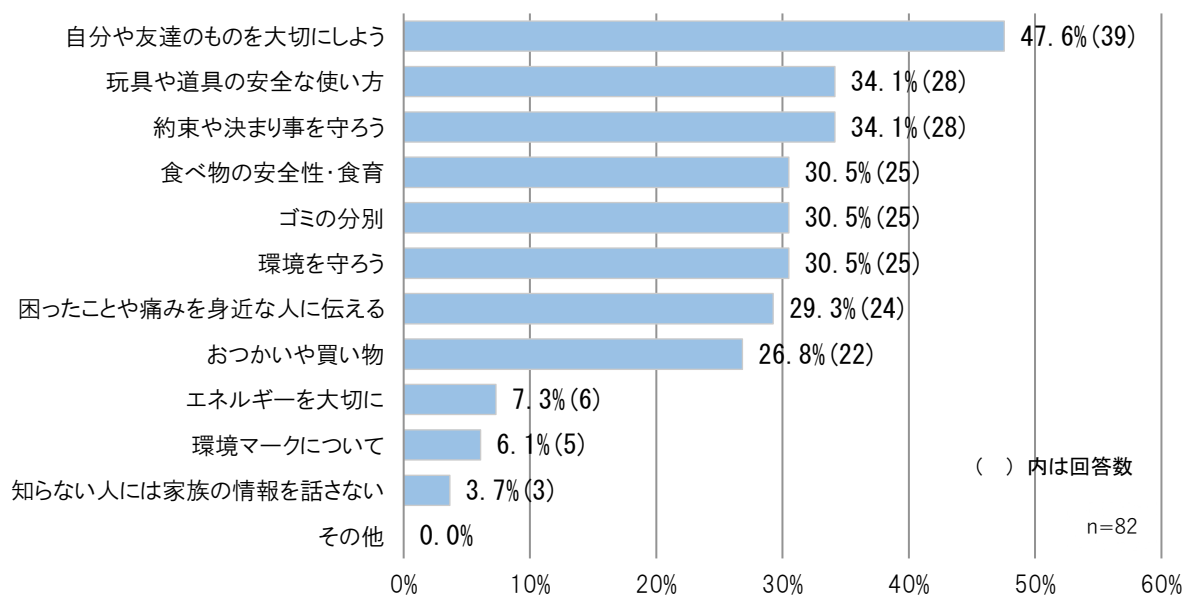
- ・絵本や紙芝居
- ・大型絵本のような教材
- ・パネルシアター
- ・実際の買い物体験やお店屋さんごっこなど、遊びや実体験の中での活動

2. 10 希望する教材のテーマ

問10 消費者問題に関する教材で、希望するテーマを選んでください。(〇は3つまで)

●「自分や友達のことを大切にしよう」が最も多く47.6%、次いで「玩具や道具の安全な使い方」「約束や決まり事を守ろう」がそれぞれ34.1%であった。

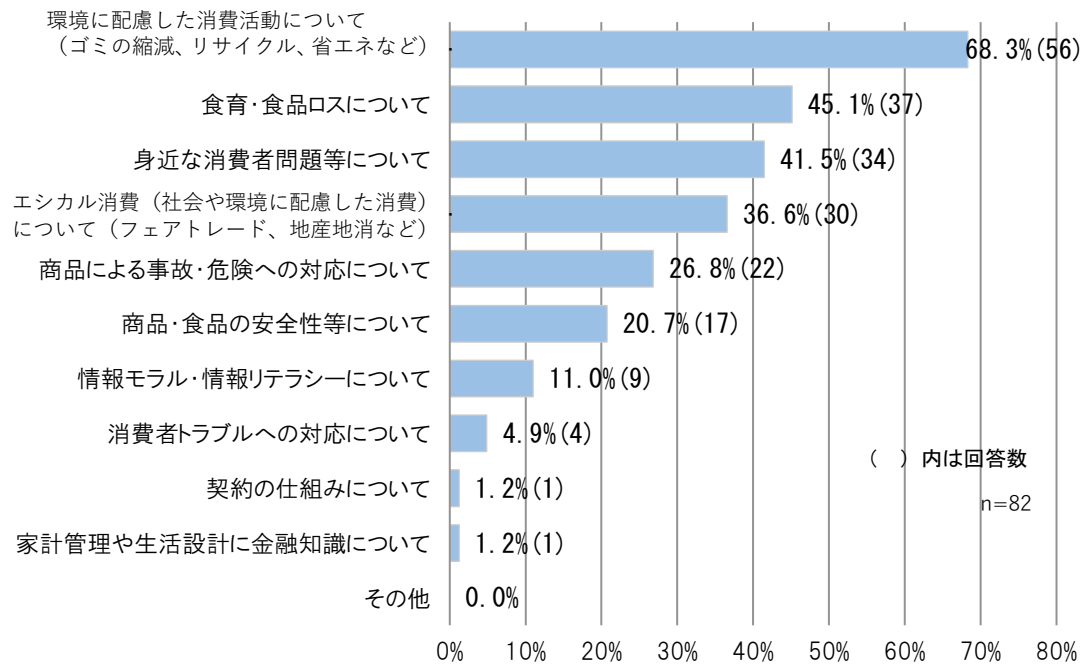
●他にも「食べ物の安全性・食育」「ごみの分別」「環境を守ろう」「困ったことや痛みを身近な人に伝える」「おつかいや買い物」も高く、幼児に理解しやすい身近な問題をテーマにした教材の回答が多かった。



2. 11 保育士・教諭に必要な消費者教育に関する情報・知識

問 11 消費者教育に関する保育士・教諭向けに必要な知識や情報は何か。(〇は3つまで)

- 「環境に配慮した消費活動について」が最も多く 68.3%、次いで「食育・食品ロスについて」が 45.1%、「身近な消費者問題等について」が 41.5%と高かった。
- 「契約の仕組み」や「金融知識」についてなど、幼児期に触れることのない分野の情報・知識の回答は少なかった。



2. 12 自由意見

問 12 消費者行政についてご意見等がありましたら、自由にお書きください。

保育所からの意見

- ・消費者教育の内容を知り、普段の保育の中に取り組んでいることが沢山ある事を知った。消費者教育という言葉が職員、保護者にまだまだ浸透していないように思う。まずは職員が学び、子どもや保護者に伝えていかなければならないと感じている。
- ・恥ずかしながら松江市が消費者教育推進計画を推進していることを知りませんでした。携帯電話の使用が低年齢化していて、ゲーム機を通してインターネットにつながる時代となり、よくわからないままにお金にまつわることでトラブルに巻き込まれていることを耳にします。消費者教育の体系イメージマップを見ると幼児期は基本的なことが書いてあります。「消費者教育」という観点で、子どもにとって一番身近な親や教育機関が意識して子どもに働きかけていくことが大切だと考えます。虐待や食育のように目に見えるよう発信していただくと意識して子どもに働きかける家庭が増えるのではと考えます。
- ・消費者教育と聞くと難しい印象を持ちますが、資料1を参考に見させて頂くと、日々の保育で大切に取り組んでいる内容でありました。幼児期に必要な指導・教育をより一層自園で取り組んでいくために、消費者問題に関する子供向け教材を頂く事が出来れば十分に活用させて頂きたいと思います。（10項目ごとに分かれている内容、紙芝居、DVD、絵本など）
- ・今回、教育現場アンケート調査の記入は、消費者教育を振り返るよい機会となりました。消費者教育と言われると、少々身構えてしまいましたが、乳児（幼児）のころからの丁寧な保育を積み重ねていくことが、すべての基盤になっているのだと改めて感じました。人として長いスパンで捉え、切れ目のない消費者教育を重ねていくことが出来るよう行政からも定期的なサポートは欠かせないと思います。『消費者教育の体系イメージマップ』は、とてもわかりやすく、いい資料でありがたかったです。行政には、その時代、社会に応じて様々な知識と適切な行動がとれる実践的な参考となる、身近に感じる取組例を紹介していただきたいと思います。その中から自所に合ったものを保育に活かすことで、より良い消費者教育に繋げていきたいと考えております。
- ・消費者行政が幅広い年齢を対象とし、場合によっては関心のない方にも知識や興味を持たせなければならない困難性を感じます。実際に幼児期においては、まだ消費という概念を持たない年齢にどこまでの事が出来るか？と疑問を持たざるを得ない状況があります。近年はストアのレジにおいて、現金で支払う人とスマホやカード決済の人の割合が大幅に変化しています。私はそれを感じますが、子ども達にとっては、それが当たり前と思っているでしょう。また先の見えないこの時代においては更に消費者教育の大切さは増すでしょう。例えば、国連のSDGsにおいても消費者教育に大きく関わる項目があることは、それを反映してるように思えます。逆に言えば、対応する範囲の広さのために、視点がぼやけていると言えます。無理なこととは十分に認識しながら、あえて言えば窓口を絞るチャレンジも必要ではと思います。例えば、松江市の消費者行政では食に力を入れていると言えるようなシフトはとれないもののでしょうか？

- ・保育園において消費者教育を進めていきたいと考えている。
- ・消費者教育推進計画、よく知らない（知らなかった）が実情です。今回送っていただいた資料をよく読みました（目を通しました）。今後、目を向けていきたいと思いました。職員間で研修を受ける機会をもち共有する。そして保護者にも伝えていく事が出来たらと思います。
- ・該当年齢が低いため、あれもこれも伝える事は難しいと考えます。日頃の①物を大切にしよう②困ったことがあれば伝えるようにしよう③食の安全など、機会をとらえて子どもたちには伝えるようにしています。小さい時からの積み重ねはとても大切ですので、いろいろな機会に年齢にあった伝え方で今後もやっていこうと思います。
- ・当園は0・1・2歳児の未満児保育園のため、特別な取り組みは行っておりません。
- ・消費者教育は、工夫をすればいろいろな場面で出来ると思った。又、しっかり自立した大人になる為にも小さい頃からの教育が大切だと感じた。
- ・幼児期から経験を通して、身近に考えたり、理解を深めたりすることは必要なことかもしれないと改めて感じました。保育の中にもできる事を取り入れて意識できるようにしたい。
- ・ネット社会の情報量の多さ、キャッシュレス化など、現代の消費者教育を考えていく必要を感じるが園として若い保育士にどのように消費者教育の目的を伝え、実践していくか模索している。また研修会等に参加し考えていきたい。

幼稚園からの意見

- ・昨年度、初めて消費者教育の研修会に参加しました。幼稚園で消費者教育を進めるのは難しいのではないかと考えていましたが、研修会で話を聴かせていただき、日頃、遊びで行っている「おみせやさんごっこ」も消費者教育に該当したり、身の回りのものを大切にすることや困ったことがあった時に周りの人に伝えることも当てはまると知り、特別なことをしなくても普段の保育の中に消費者教育につながる事が沢山あることが分かりました。研修を受けたことで、それ以来、自分の中に消費者教育の視点を持つようになりました。
- ・昨年度、初めて消費者教育の研修に参加し、消費者教育がどういうものか、幼児教育とのつながりが少しわかった。幼稚園の教員全体では、まだ消費者教育について知らない教員が多いと思う。研修の内容を園全体には伝えたが、自ら研修に出る方が学びも大きいと思うので研修の機会を引き続き持って欲しい。
- ・消費者教育推進にあたっては、家庭との連携がとても重要と考えます。現代のような物や情報が溢れ、断捨離がもてはやされる時代においては、物を大切にすることは非常に難しいと感じています。だからこそ、消費者教育は必要だと思いますが、園や学校での学びを家庭につなげたり、家庭でこころがけておられることを教えてもらったりする為のきっかけづくりをしていただけるとありがたいです。
- ・消費者教育の体系イメージマップは、全体像が見えて、とても参考になりました。本校は、

聞こえにくさのある子ども達が通ってきます。生活の中にあるたくさんの情報を知り、取捨選択して自分で生きていく為に日々の保育・学習を積み重ねています。それが消費者教育にもつながっていると思います。

こども園からの意見

- ・消費者庁のHPは、最近確認しています。豆まき時やヤフーニュースの吸水樹脂ボールの事件から消費者庁を知りました。子どもにまつわる安全安心の注意喚起もあり、とても参考になりました。
- ・小さいうちから消費者教育というものをするのだなと初めて知りました。食べ物の安全性に関することに興味があります。
- ・以前、消費者教育に関する研修を受けた際、とても参考になり印象に残っています。園でも活かそうと思いますが、ノウハウや教材など分からないことも多くなかなか実践できないのが現実です。ただ、子ども達にとっても今後とても大切な内容だと思うので研修などを通して、多くの職員が意識していけると良いと思います。

幼保園からの意見

- ・以前、消費者教育研修を受講し「幼児期の消費者教育の取組み」について関心を持ちました。機会があれば、今後、出前講座・保護者向けの研修など計画していきたいと思います。

Ⅱ．小学校・中学校・高等学校対象アンケート

1. 調査の概要

1. 1 調査の目的

松江市消費者教育推進計画の策定にあたり、教育現場（小学校、中学校、高等学校）での消費者教育の現状と課題等を把握し、計画策定の基礎資料とするため実施した。

1. 2 調査の方法

調査対象	調査期間	調査方法
市内小学校 40校 市内中学校 24校 市内高等学校 18校 ※特別支援学校含む	令和4年4月15日～ 令和4年5月10日	専用配布物ボックスによる 配布・郵送回収 高等学校は郵送配布・郵送回収

1. 3 回答状況

教育施設	配布数	有効回収数	有効回収率
小学校	40	32	80.0%
中学校	24	19	79.2%
高等学校	18	13	72.2%

※令和4年5月末までの回収票を反映

1. 4 設問構成

アンケート調査の設問は以下のとおり。

【アンケート調査設問内容】

項目	調査内容
1. 貴校における消費者教育の取組についてお伺いします	問1 消費者教育を実施している教科
	問2 授業内容と重点を置いていること
	問3 重点的に教育を行う必要がある学年
	問4 各種団体・企業・行政等の出前講座の利用状況
	問5 出前講座を知ったきっかけ
	問6 学校外と連携した取り組みの感想
	問7 出前講座等の取り組みを利用しなかった理由
	問8 消費者教育推進にあたっての課題
	問9 消費者教育推進にあたって必要なこと
	問10 活用しやすい・効果があると思われる教材
	問11 身に付けさせたい領域
2. 消費者教育の推進についてお伺いします。	問12 教職員に必要な消費者教育に関する情報・知識
	問13 教職員の学習機会への参加意向
	問14 学習機会へ参加しやすくなる工夫
	問15 成年年齢到達時までに得ておくべき知識
	問16 自由意見

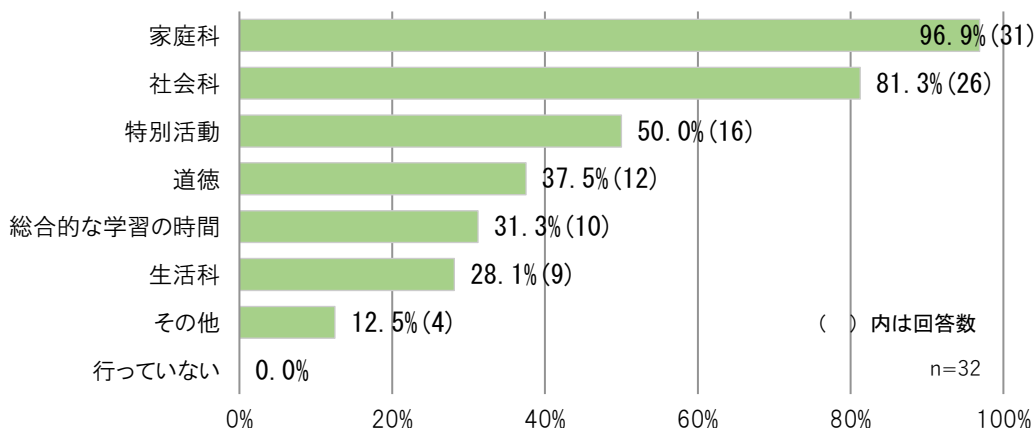
2. 消費者教育の取り組みについて

2. 1 消費者教育を実施している教科

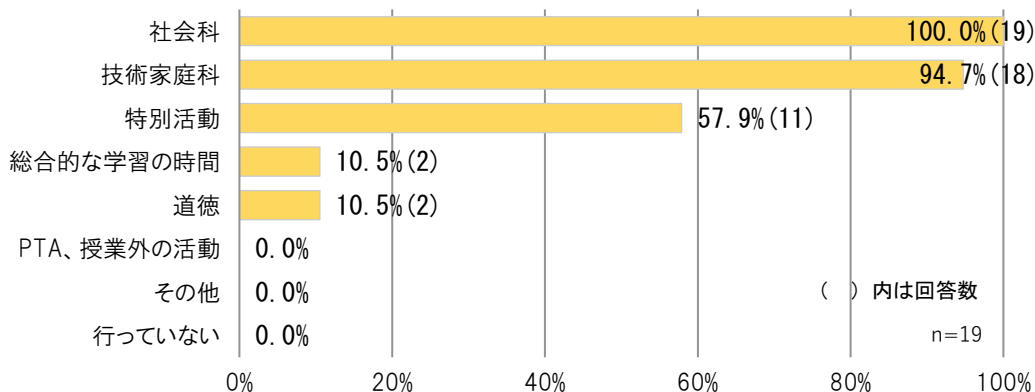
問 1 消費者教育は学習指導要領にもとづき、実施されていることと思います。消費者教育の関連分野の指導も含め、どのような教科等で行っているかあてはまるもの全てを選んでください。(〇はいくつでも)

●小学校・中学校・高等学校とも「家庭科」「社会科（地歴公民科）」で実施している学校がほとんどであった。

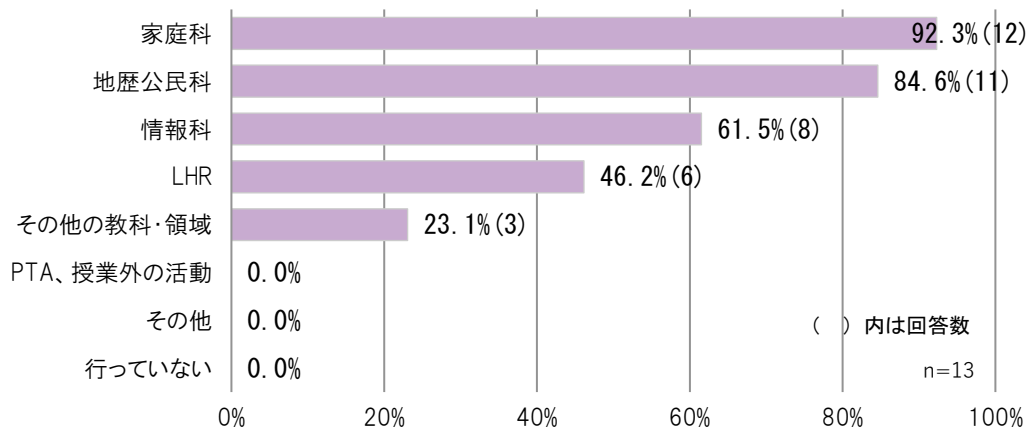
小 学 校



中 学 校



高 等 学 校

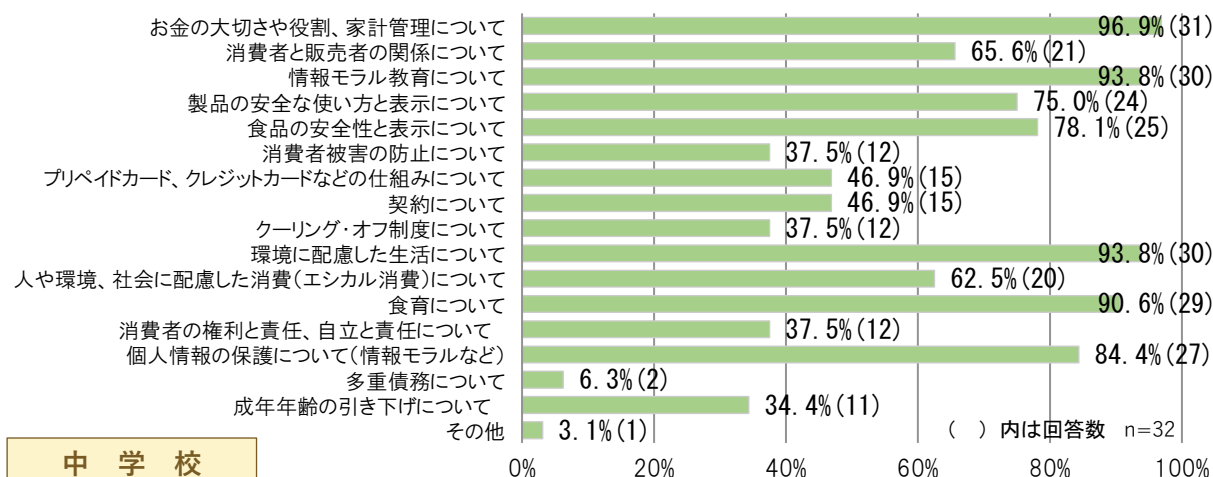


2. 2 授業内容と重点を置いていること

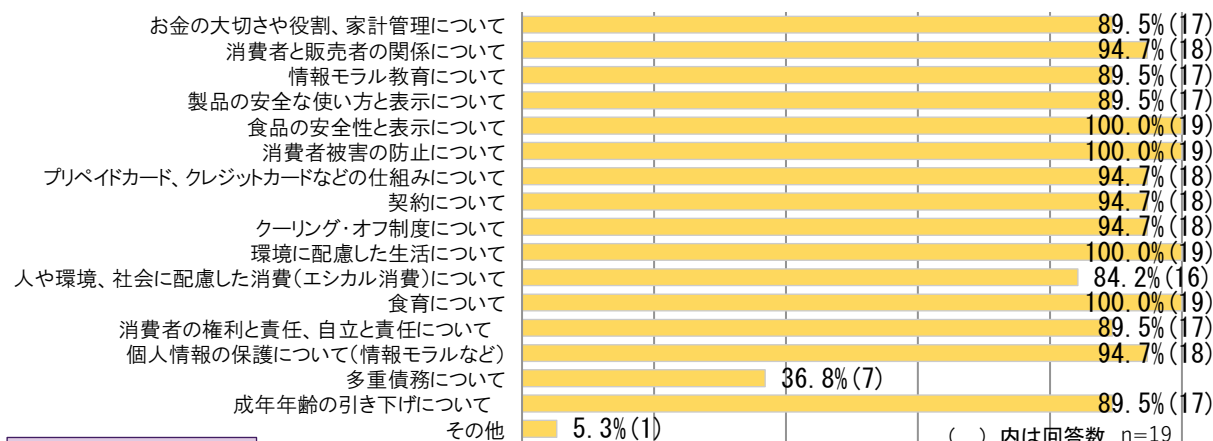
問2-1 貴校で実施している消費者教育に関する授業の内容について、あてはまるものを全て選んでください。(○はいくつでも)

- 小学校では「お金の大切さ」「情報モラル」「環境へ配慮した生活」「食育」が90%を超えている。一方で、児童がまだ触れる可能性の低い分野である「消費者被害の防止」「クレジットカードの仕組み」「契約」「クーリング・オフ制度」などは実施してる学校の割合が低い。
- 中学校では「多重債務について」以外のすべての内容について、多くの学校が実施している。
- 高等学校では小学校では低かった分野である「消費者被害の防止」「クレジットカードの仕組み」「契約」「クーリング・オフ制度」について、全ての学校で実施している。

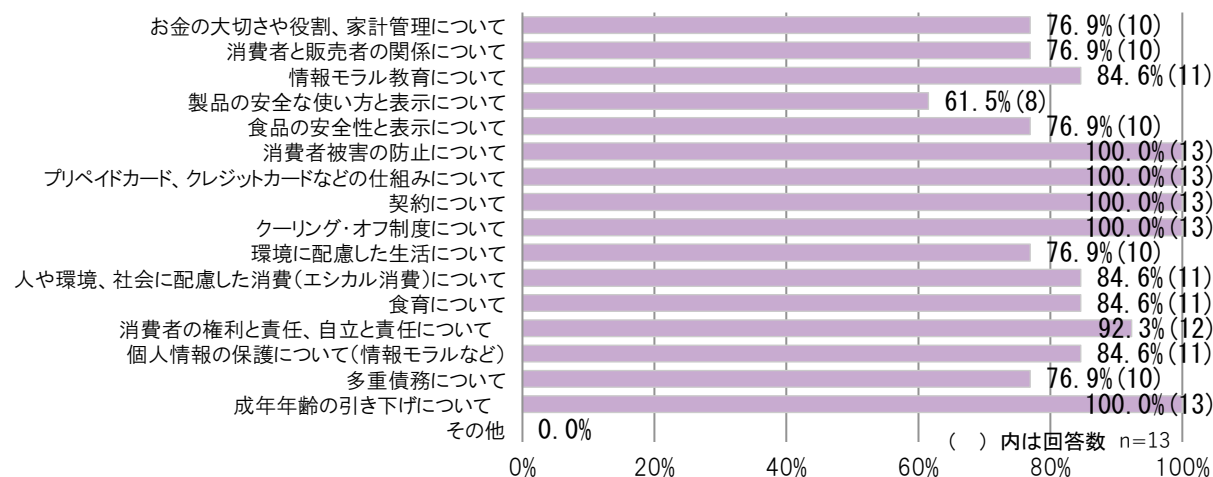
小 学 校



中 学 校



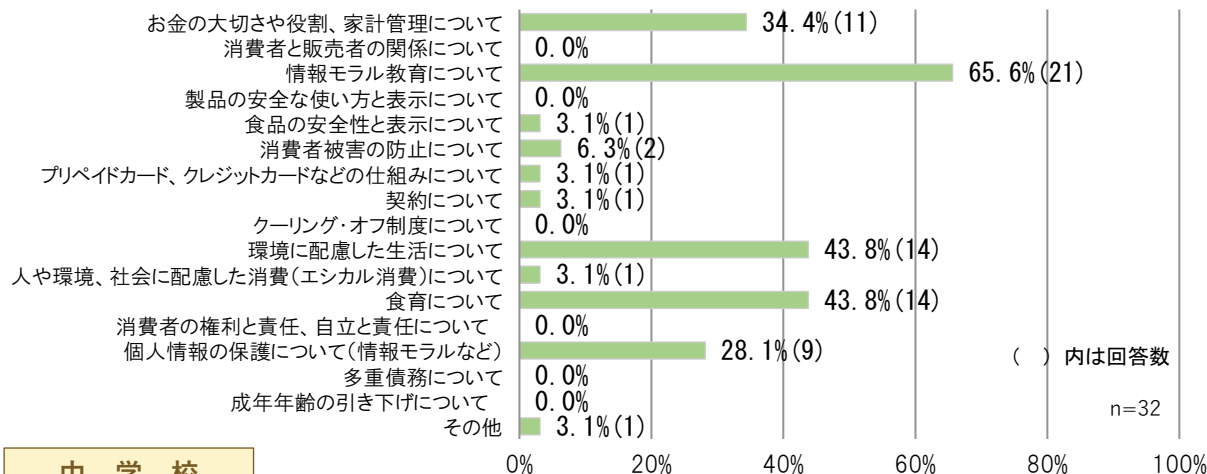
高 等 学 校



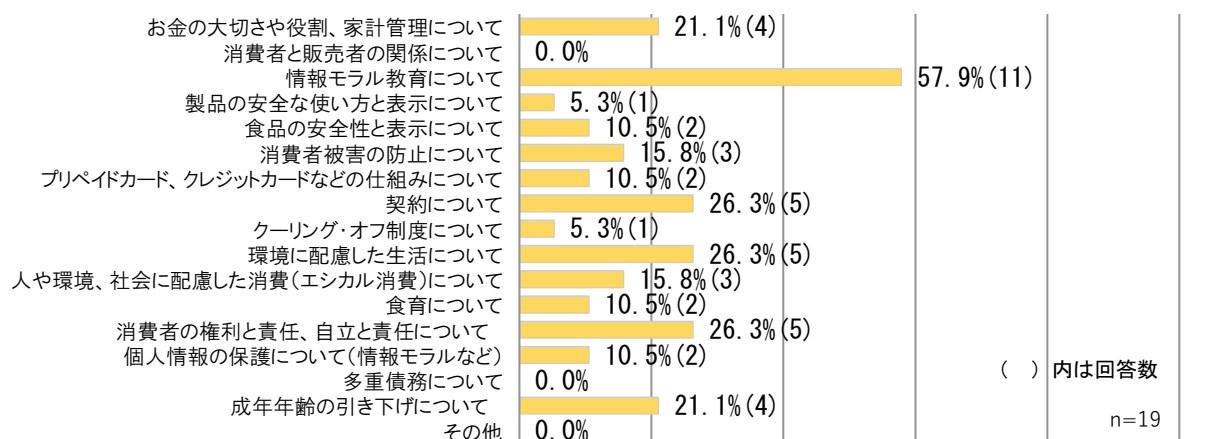
問2-2 貴校で実施している消費者教育に関する授業の内容について、どの内容を特に重点を置いて行う必要があると思いますか。(〇は3つまで)

- 小学校・中学校・高等学校、共通して「情報モラル教育」は高くなっており、小学校・中学校では最も重点が置かれている。
- 高等学校では、成年年齢が18歳に引き下げられ、3年生が在学中に成年になることから「成年年齢の引き下げ」について最も重点が置かれている。

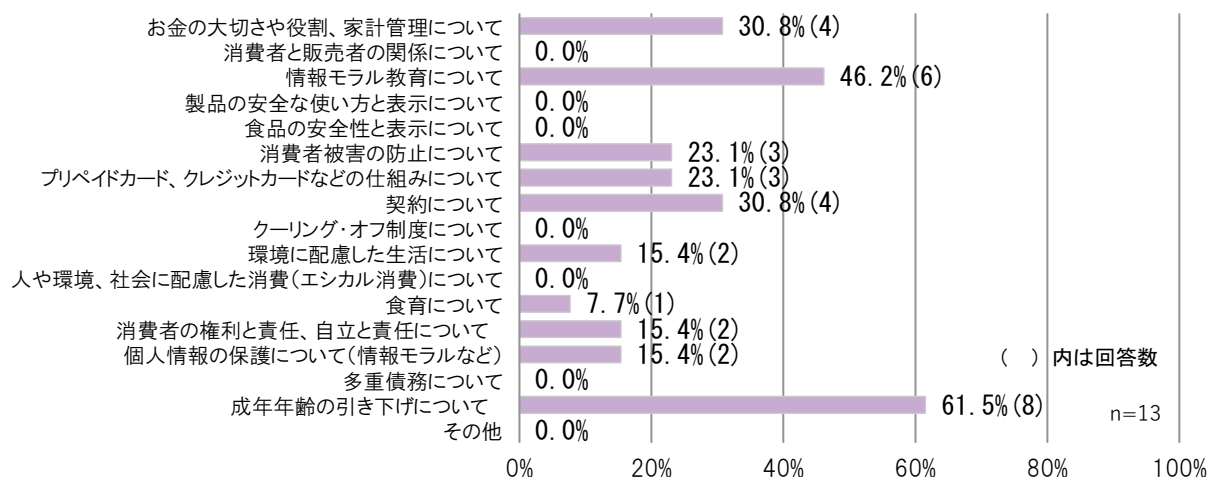
小 学 校



中 学 校



高 等 学 校

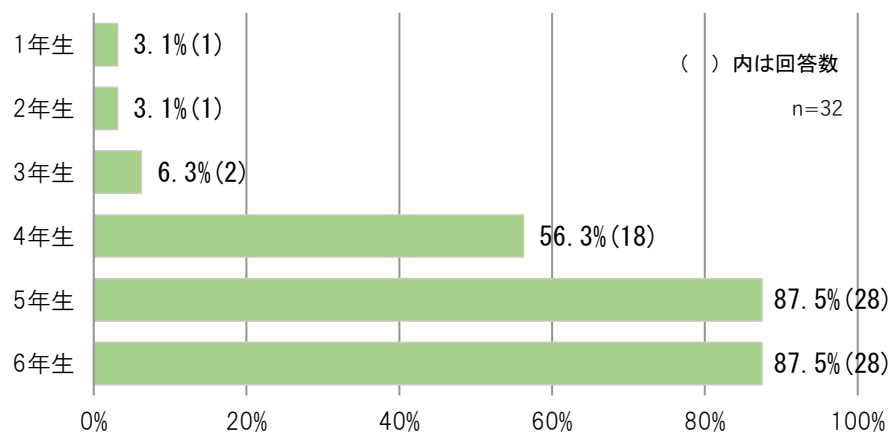


2. 3 重点的に教育を行う必要がある学年

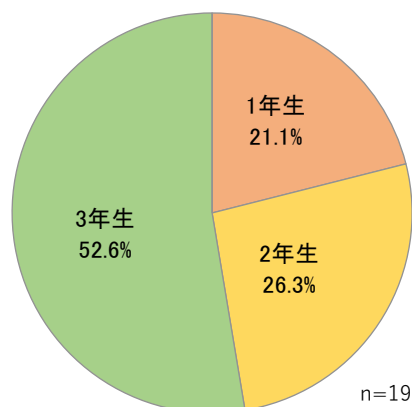
問3 「問2」のような内容を身に付けていくためには、どの学年に最も重点を置いて行う必要があると思いますか。(小学校：○は3つまで 中学・高校：○は1つだけ)

●小学校では「5年生」「6年生」が最も高く87.5%、中学校では「3年生」が最も高く52.6%、高等学校では「2年生」が最も高く46.2%であった。

小 学 校

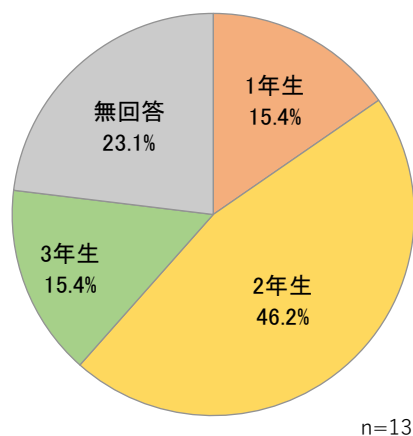


中 学 校



選択肢	回答数	構成比
1年生	4	21.1%
2年生	5	26.3%
3年生	10	52.6%
無回答	0	0.0%
合 計	19	

高 等 学 校



選択肢	回答数	構成比
1年生	2	15.4%
2年生	6	46.2%
3年生	2	15.4%
無回答	3	23.1%
合 計	13	

2. 4 各種団体・企業・行政等の出前講座の利用状況

問4 消費者教育を実施するにあたって、過去5年間で各種団体、企業、市、県、国等で行っている出前授業等を利用しましたか。(〇はいくつでも)

●「利用したことがない」との回答は、小学校では62.5%、中学校では94.7%、高等学校では30.8%であった。

●高等学校では69.2%の学校が「市・県の消費者センターで行っている取り組み」を実施している。

小 学 校

問5・6へ

民間企業や各種団体を実施している
取り組みを利用したことがある

18.8% (6)

NPOや地域活動と連携した
取り組みを行ったことがある

3.1% (1)

市・県の消費者センターで行っている
取り組みを利用したことがある

3.1% (1)

消費者センター以外の行政で実施している
取り組みを利用したことがある

21.9% (7)

問7へ

利用したことがない

() 内は回答数
62.5% (20)
n=32

0% 20% 40% 60% 80% 100%

中 学 校

問5・6へ

民間企業や各種団体を実施している
取り組みを利用したことがある

0.0%

NPOや地域活動と連携した
取り組みを行ったことがある

0.0%

市・県の消費者センターで行っている
取り組みを利用したことがある

5.3% (1)

消費者センター以外の行政で実施している
取り組みを利用したことがある

0.0%

問7へ

利用したことがない

() 内は回答数
94.7% (18)
n=19

0% 20% 40% 60% 80% 100%

高 等 学 校

問5・6へ

民間企業や各種団体を実施している
取り組みを利用したことがある

7.7% (1)

NPOや地域活動と連携した
取り組みを行ったことがある

0.0%

市・県の消費者センターで行っている
取り組みを利用したことがある

69.2% (9)

消費者センター以外の行政で実施している
取り組みを利用したことがある

0.0%

問7へ

利用したことがない

() 内は回答数
30.8% (4)
n=13

0% 20% 40% 60% 80% 100%

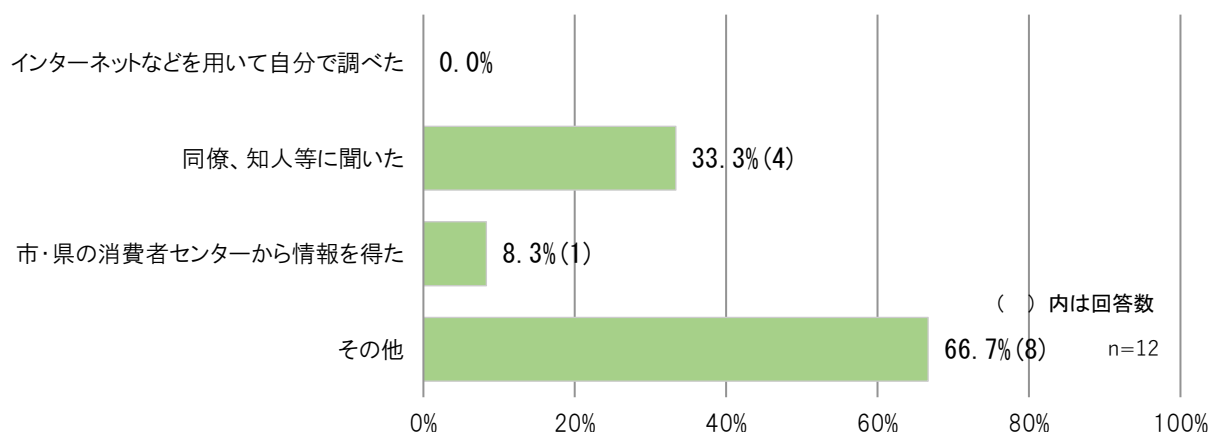
2. 5 出前講座を知ったきっかけ

〈問4で「取り組みを利用したことがある」を選択した学校にお伺いします。〉

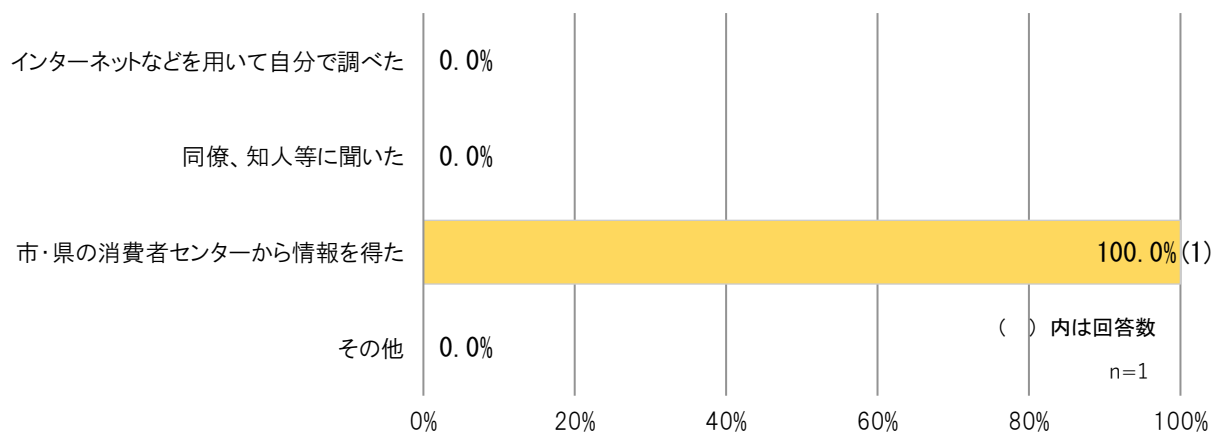
問5 取り組みを行っている各種団体、企業、市、県、国等やその内容をどの様なきっかけで知りましたか。(〇はいくつでも)

- 小学校では「市・県の消費者センターから情報を得た」のは8.3%とわずかであった。「その他」の回答が66.7%あったが、その内容は「回覧」「文書」「案内」や「過去に活用した」「以前から来てもらっている」などであり、どこから情報を得たかは不明であった。
- 中学校は「市・県の消費者センターから情報を得た」が1校であった。
- 高等学校は「市・県の消費者センターから情報を得た」が最も多く77.8%であった。

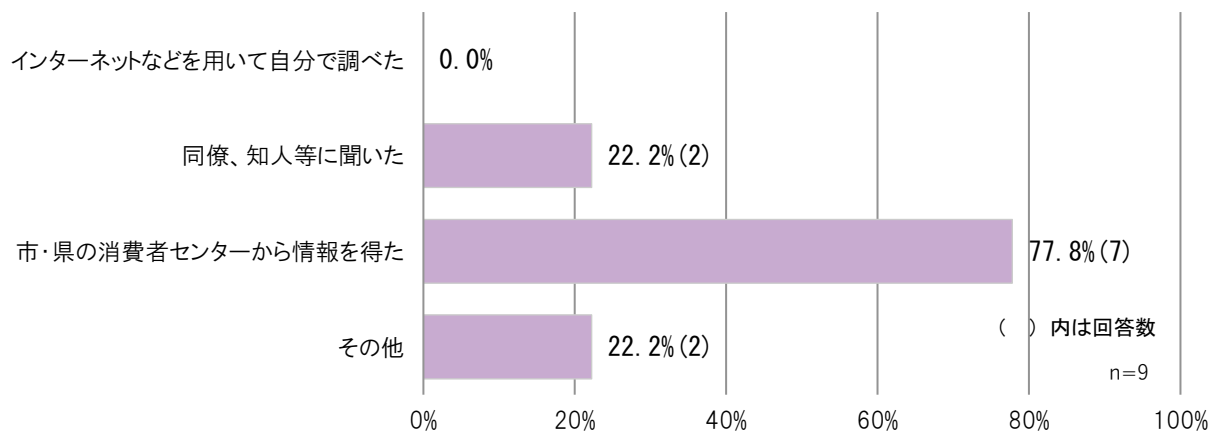
小 学 校



中 学 校



高 等 学 校



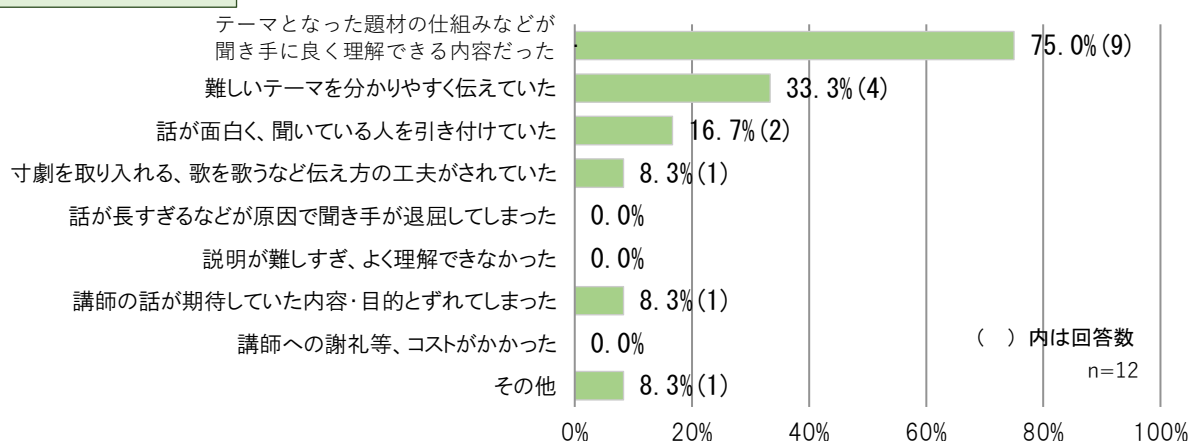
2. 6 学校外と連携した取り組みの感想

〈問4で「取り組みを利用したことがある」を選択した学校にお伺いします。〉

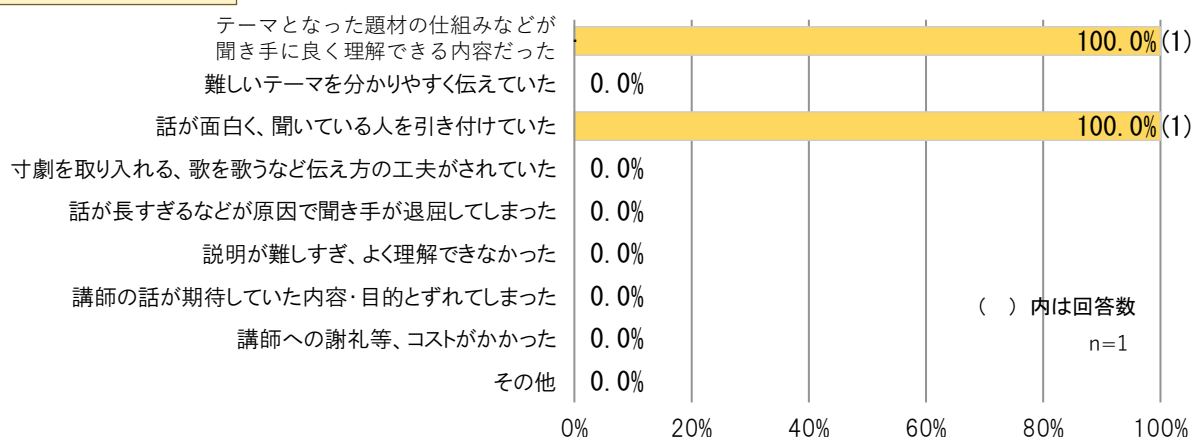
問6 学校外と連携した取り組み等の感想を教えてください。(〇はいくつでも)

- 中学校では「テーマとなった題材の仕組みなどが聞き手に良く理解できる内容だった」「話が面白く、聞いている人を引き付けていた」という回答であった。
- 小学校、高等学校ともに、「テーマとなった題材の仕組みなどが聞き手に良く理解できる内容だった」が最も高く、次いで「難しいテーマを分かりやすく伝えていた」ことが評価されている。

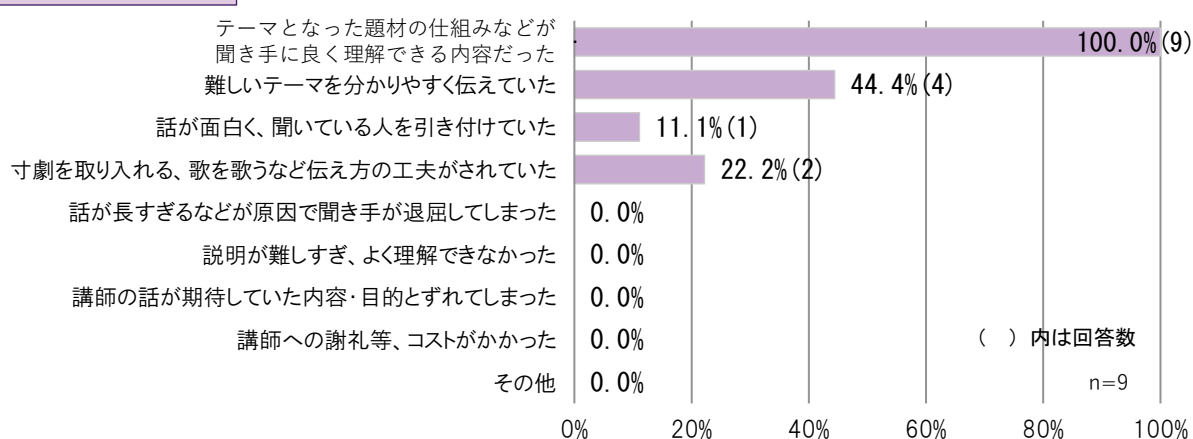
小 学 校



中 学 校



高 等 学 校



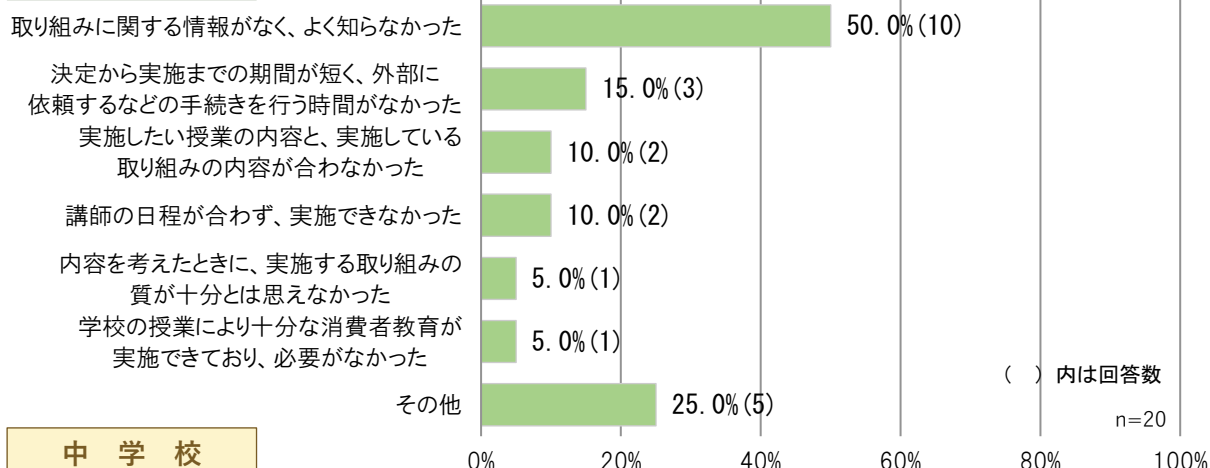
2. 7 出前講座等の取り組みを利用しなかった理由

〈問4で「利用したことがない」を選択した学校にお伺いします。〉

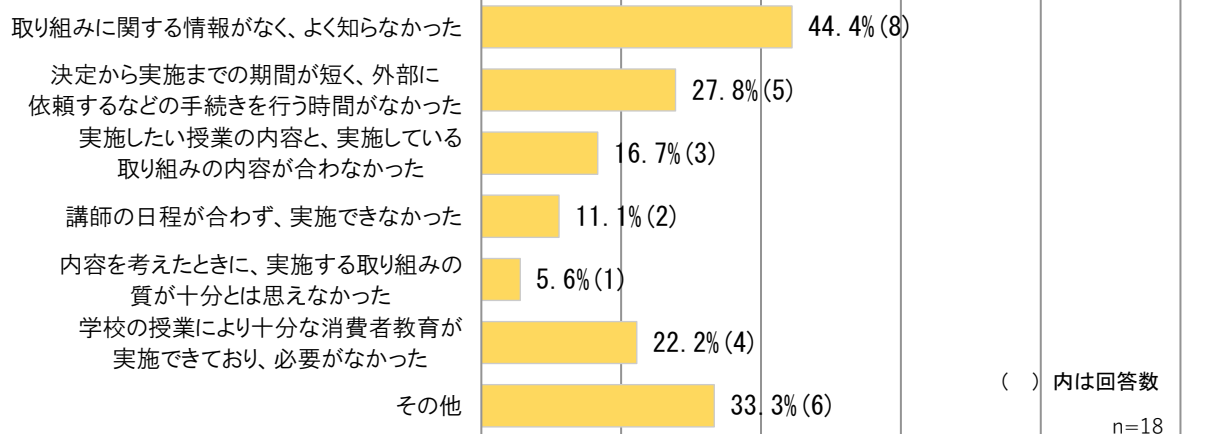
問7 取り組み等を利用しなかった理由を選んでください。(○は3つまで)

- 小学校、中学校では「取り組みに関する情報がなく、よく知らなかった」が最も高かった。
- 「その他」の内容については、小学校では「児童の実態とあっていない、対象の児童がいない」と、「コロナの影響で出来なかった」という回答であった。中学校では「時間が確保できなかった」という回答が多かった。
- 高等学校では、「授業の内容と取り組みの内容が合わなかった」が50%（2校）で、「取り組みに関する情報がなく、よく知らなかった」が25%（1校）であった。

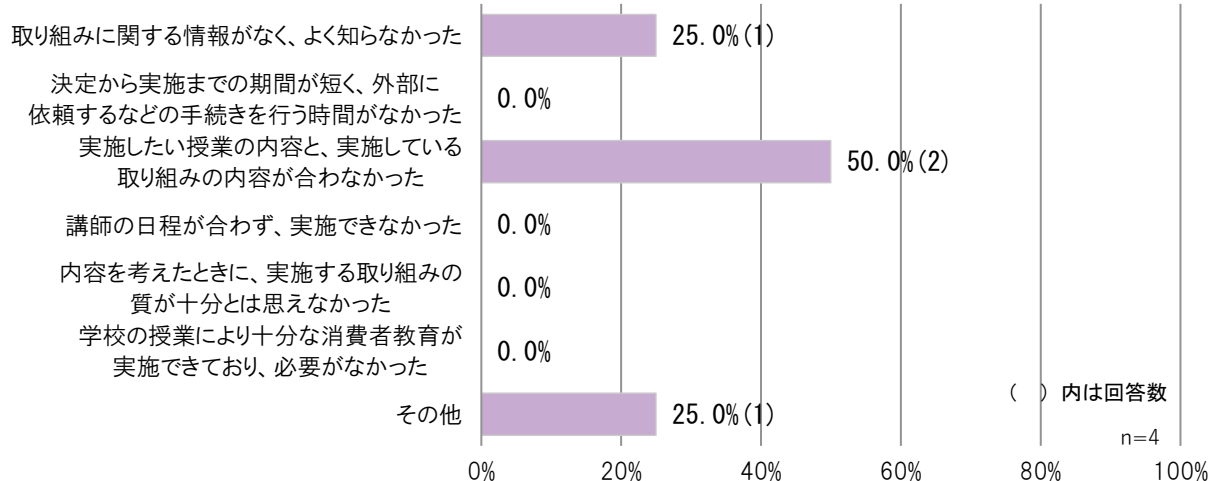
小 学 校



中 学 校



高 等 学 校



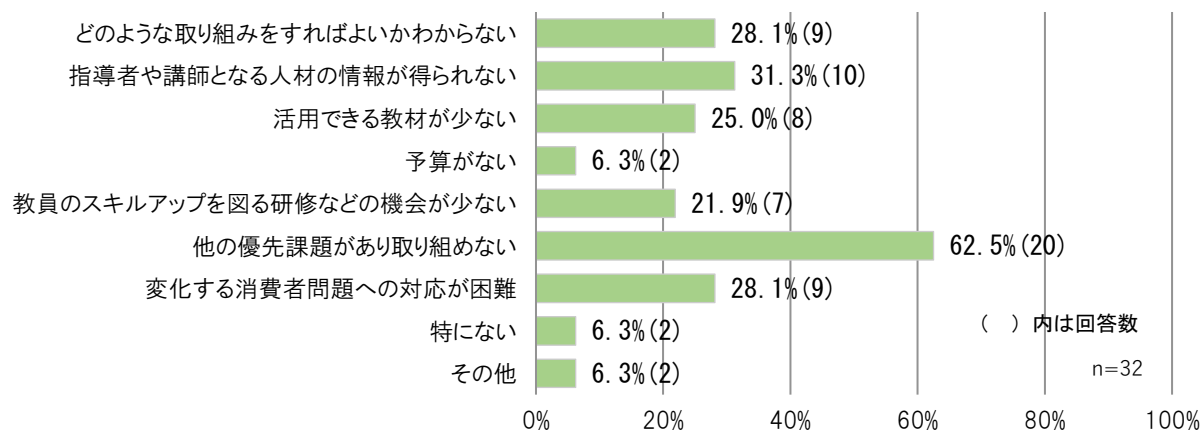
2. 8 消費者教育推進にあたっての課題

問8 消費者教育を推進するにあたって、課題となっていることを教えてください。

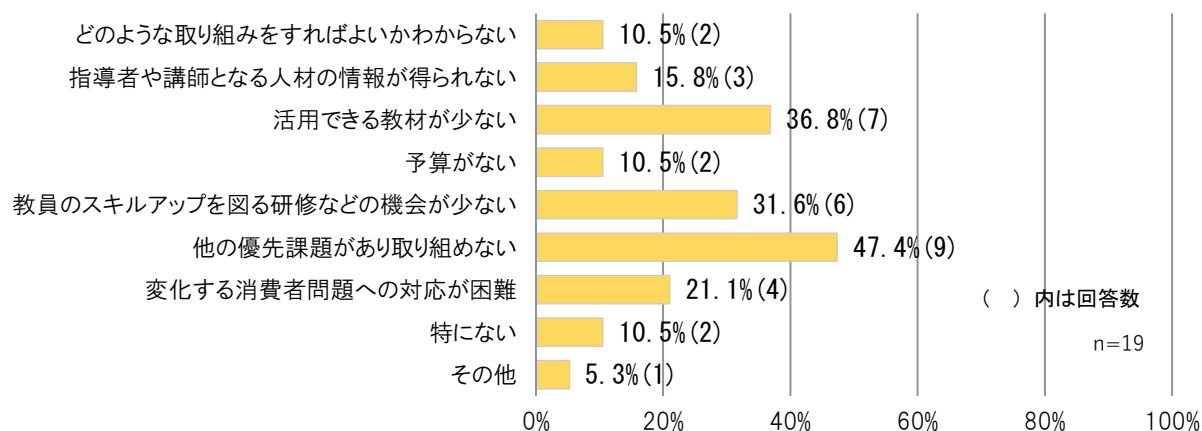
(〇は3つまで)

- 小学校、中学校、高等学校、共通して「他の優先課題があり取り組めない」との回答が多く、小学校、中学校では最も回答が多かった課題であった。
- 中学校、高等学校では「活用できる教材が少ない」ことも課題となっている。
- 小学校では、「どのような取り組みをすればよいかわからない」こと、「指導者や講師となる人材の情報が得られない」など、消費者教育に関する情報が不足していることも課題となっている。

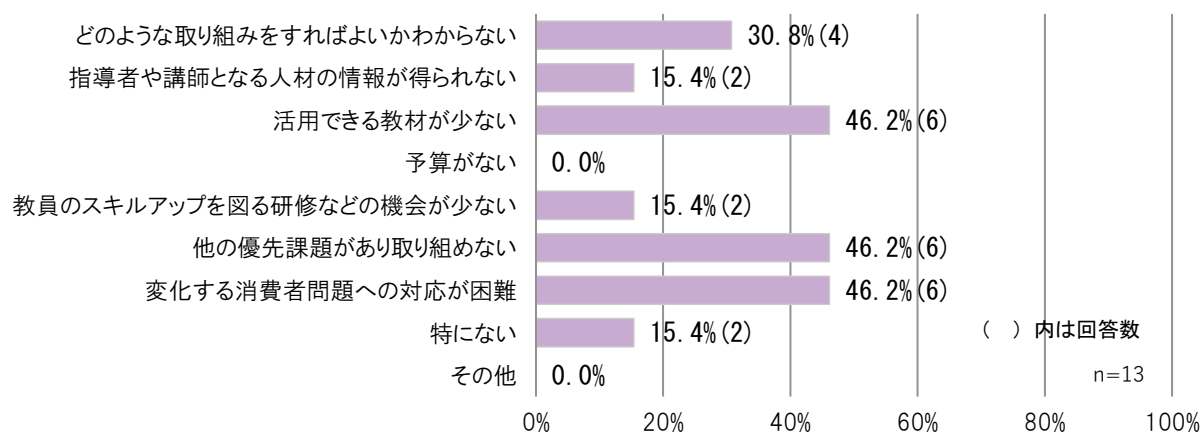
小 学 校



中 学 校



高 等 学 校

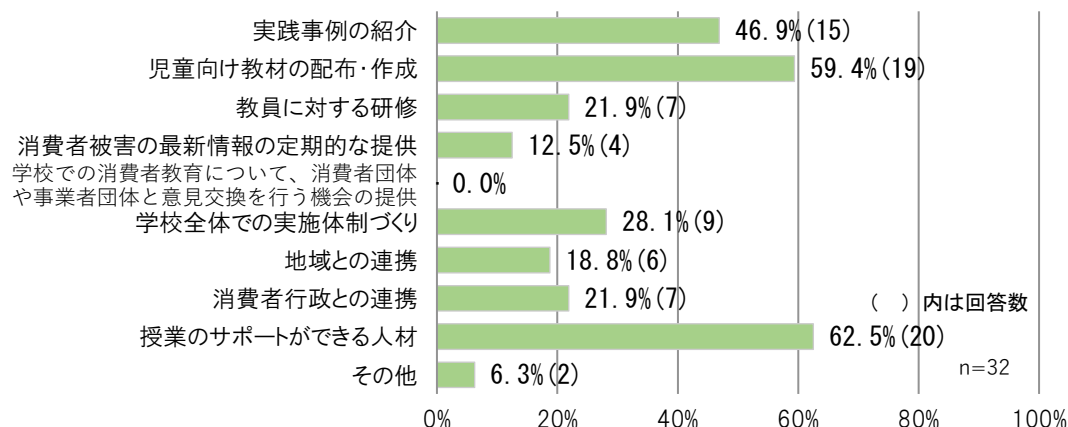


2. 9 消費者教育推進にあたって必要なこと

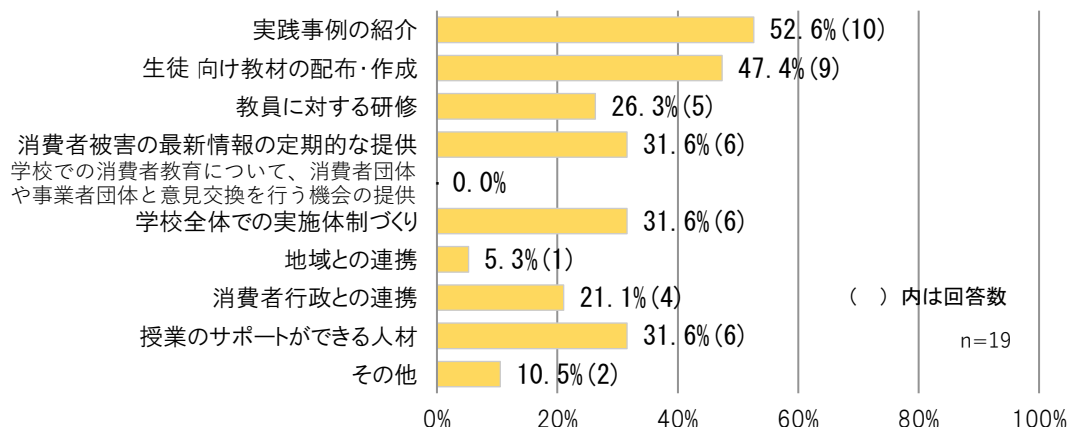
問9 学校において消費者教育を推進するために必要だと思うことを教えてください。
(〇はいくつでも)

- 小学校、中学校、高等学校、共通して「実践事例の紹介」が必要との回答が多い。
- 小学校では他に「サポートが出来る人材」「教材の配布・作成」が、中学校では「教材の配布・作成」が、高等学校では「サポートができる人材」「消費者被害の最新情報の定期的な提供」の回答が多くなっている。

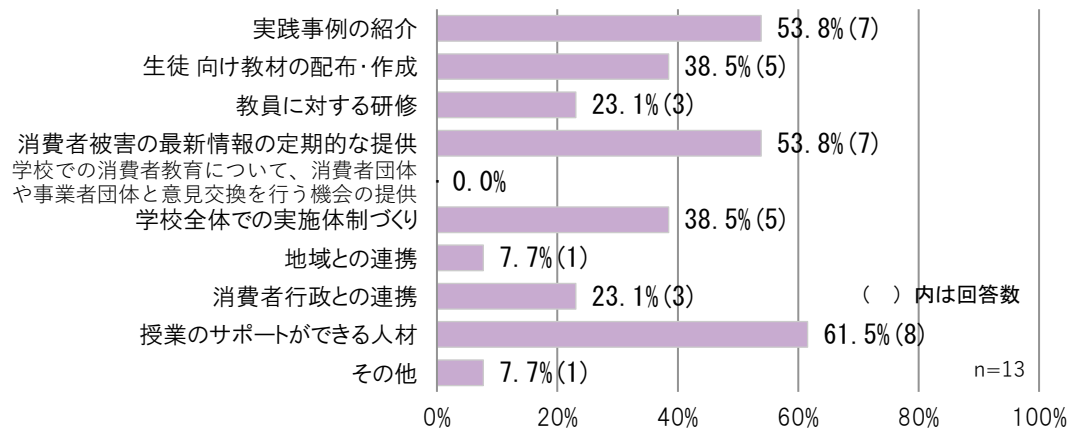
小 学 校



中 学 校



高 等 学 校



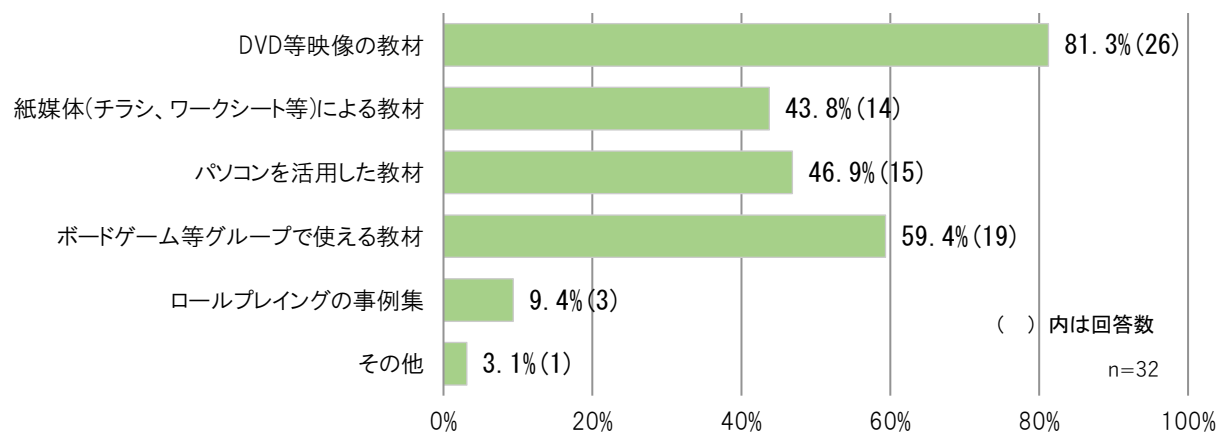
2. 10 活用しやすい・効果があると思われる教材

問 10 授業等で活用しやすい又は効果があると思われる教材を選んでください。

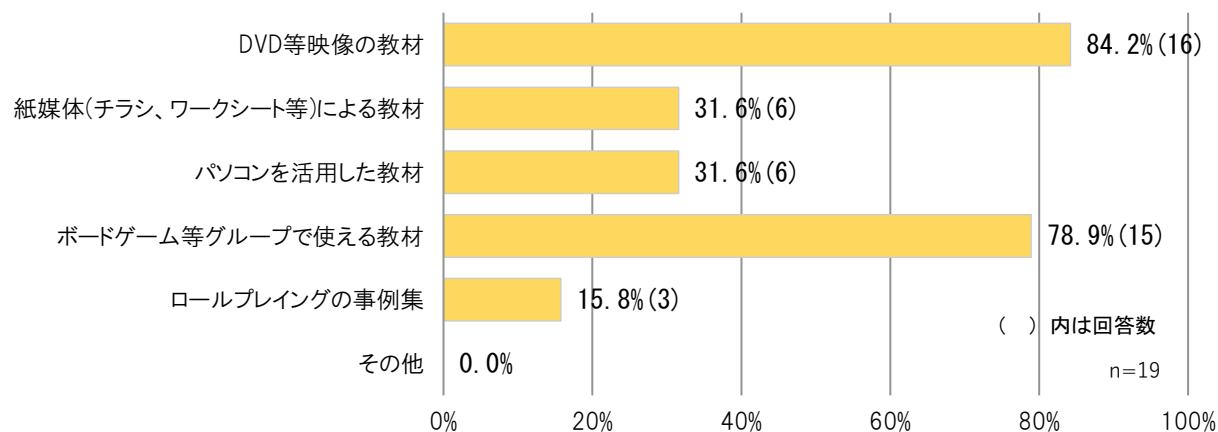
(○は3つまで)

●小学校、中学校、高等学校ともに「DVD等映像の教材」が最も多く、次いで「ボードゲーム等グループで使える教材」の回答が多かった。

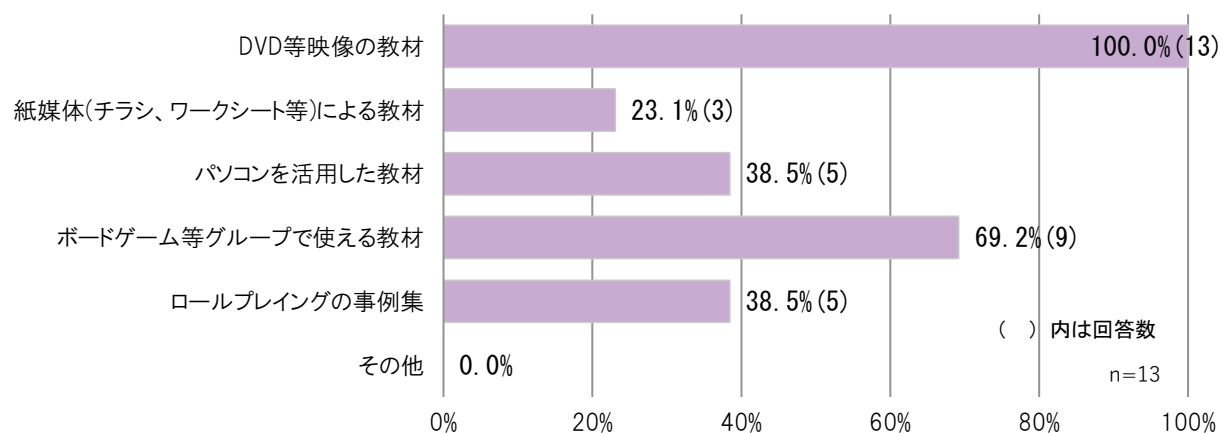
小 学 校



中 学 校



高 等 学 校

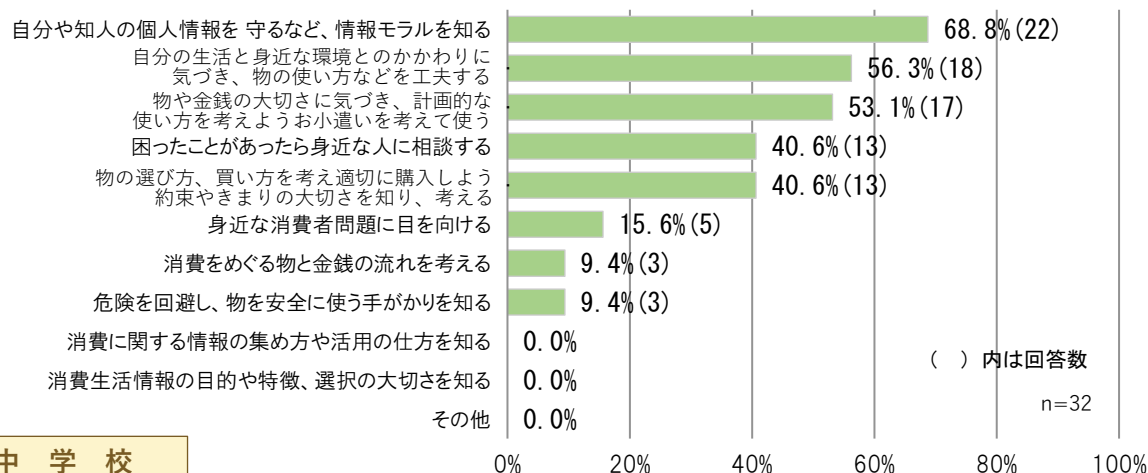


2. 11 児童・生徒に身に付けさせたい領域

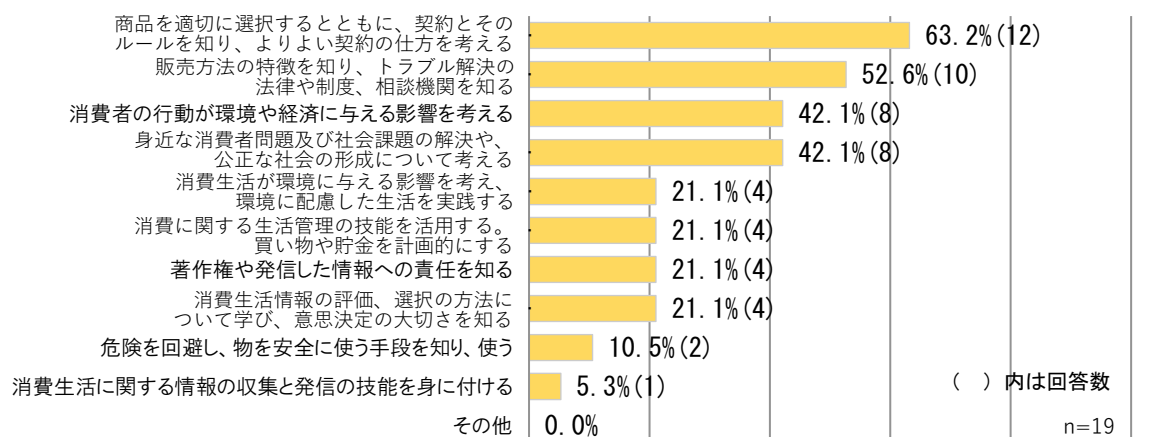
問 11 小学生期・中学生期・高校生期の重点領域について、消費者教育のなかで特にどの領域を身に付けさせたいですか。あてはまるものを選んでください。(○は3つまで)

- 小学校では「情報モラルを知る」が最も高く、次いで「物の使い方などの工夫をする」となった。
- 中学校では「よりよい契約の仕方を考える」が最も高く、次いで「トラブル解決の法律や制度、相談機関を知る」となった。
- 高等学校では「トラブル解決の法律や制度、相談機関を知る」が最も高く、次いで「情報モラル、セキュリティについて考える」となった。

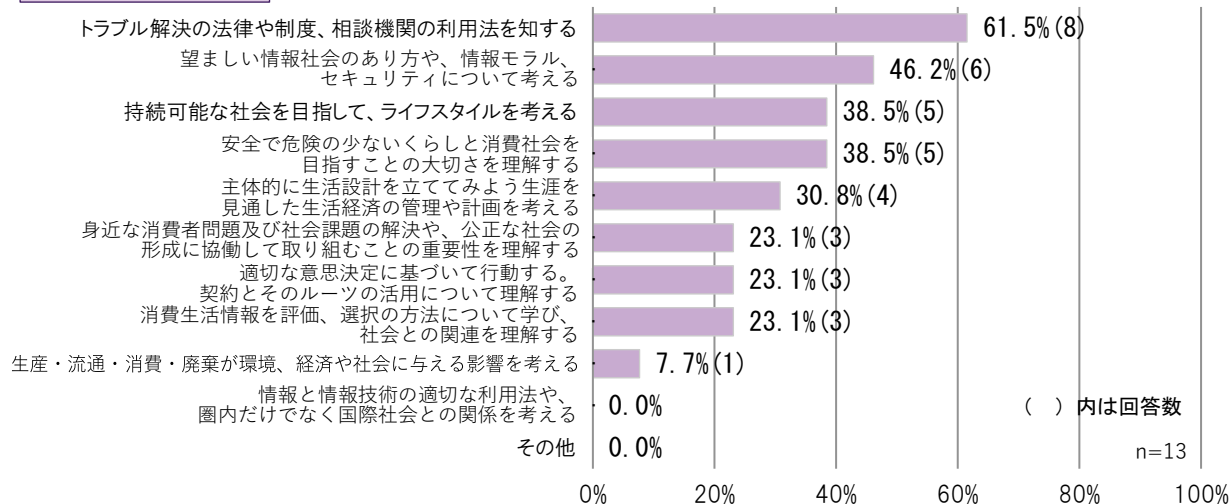
小 学 校



中 学 校



高 等 学 校



3. 消費者教育の推進について

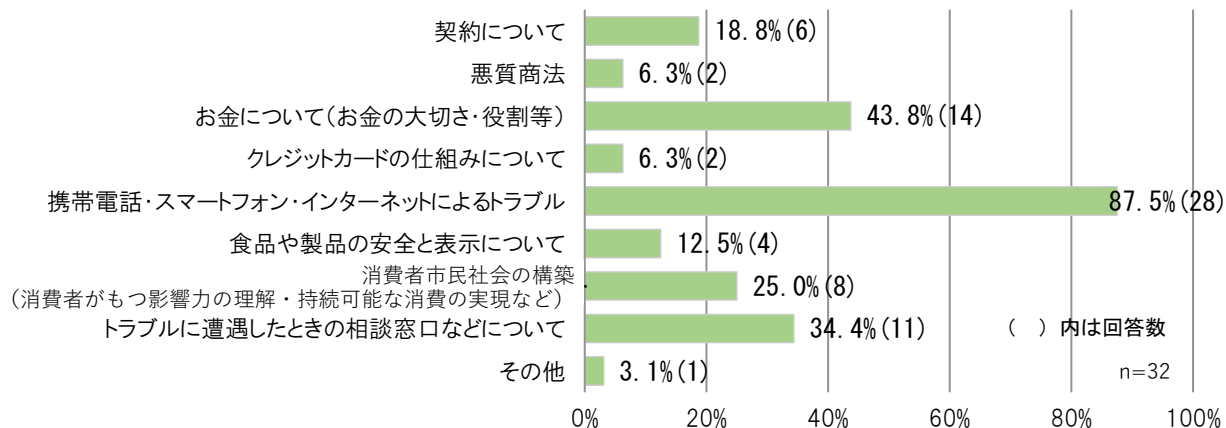
3. 1 教職員に必要な消費者教育に関する情報・知識

問 12 教職員向けに必要な、消費者教育に関する情報や知識は何ですか。(○は3つまで)

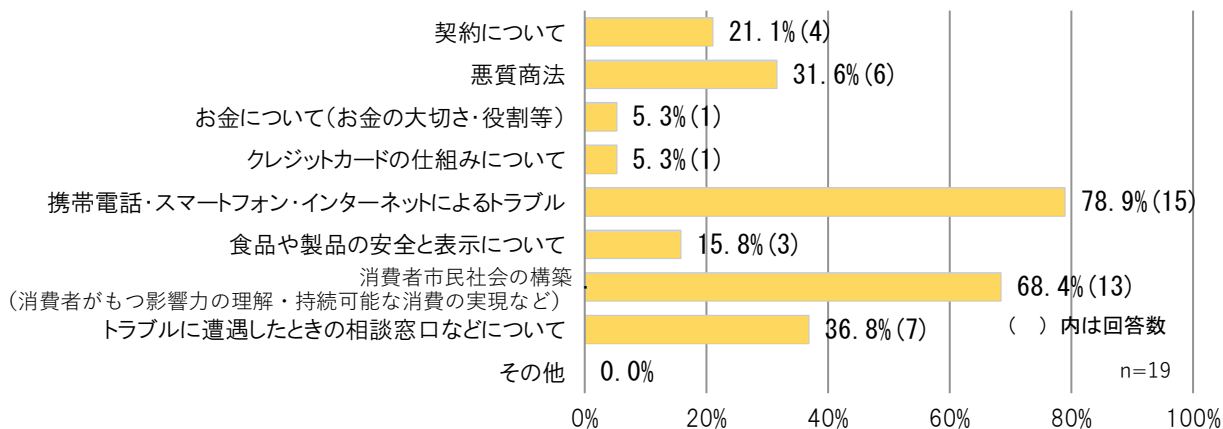
●小学校・中学校・高等学校、共通して「携帯電話・スマートフォン・インターネットによるトラブル」が最も高い。

●小学校は他にも「お金について」「相談窓口について」が高くなっており、中学校・高等学校では「消費者市民社会の構築」「相談窓口について」が高くなっている。

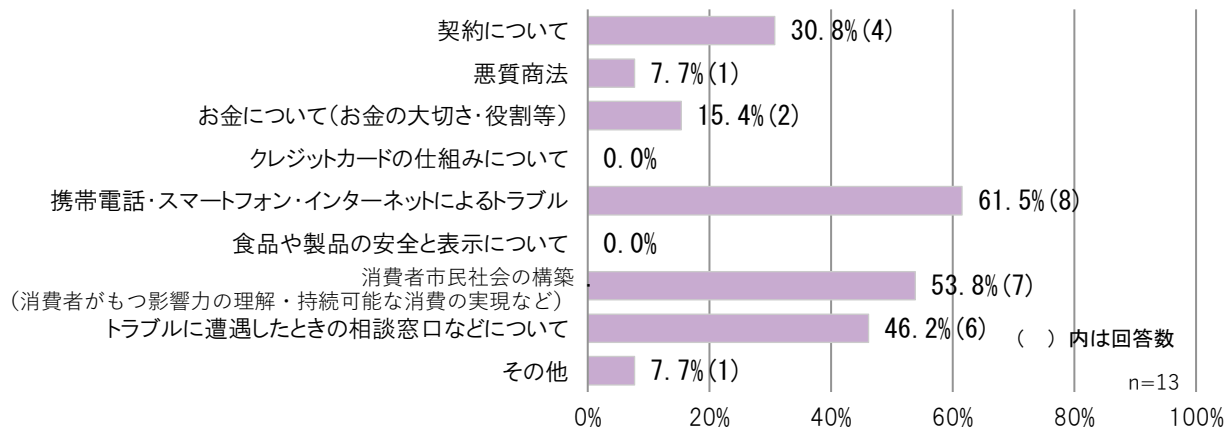
小 学 校



中 学 校



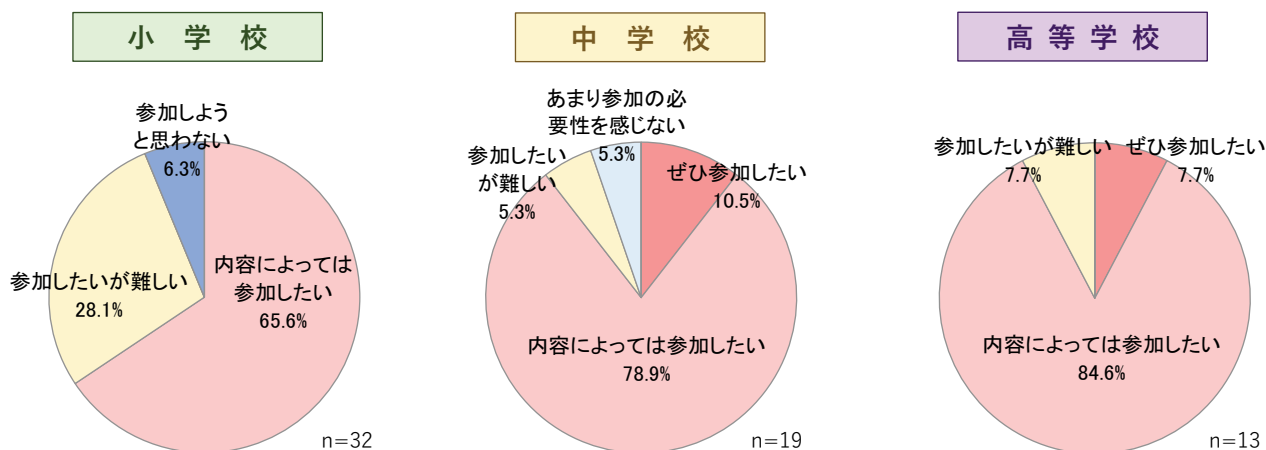
高 等 学 校



3. 2 教職員の学習機会への参加意向

問 13 消費者教育について、教員の学習機会があれば参加したいですか。(○は1つだけ)

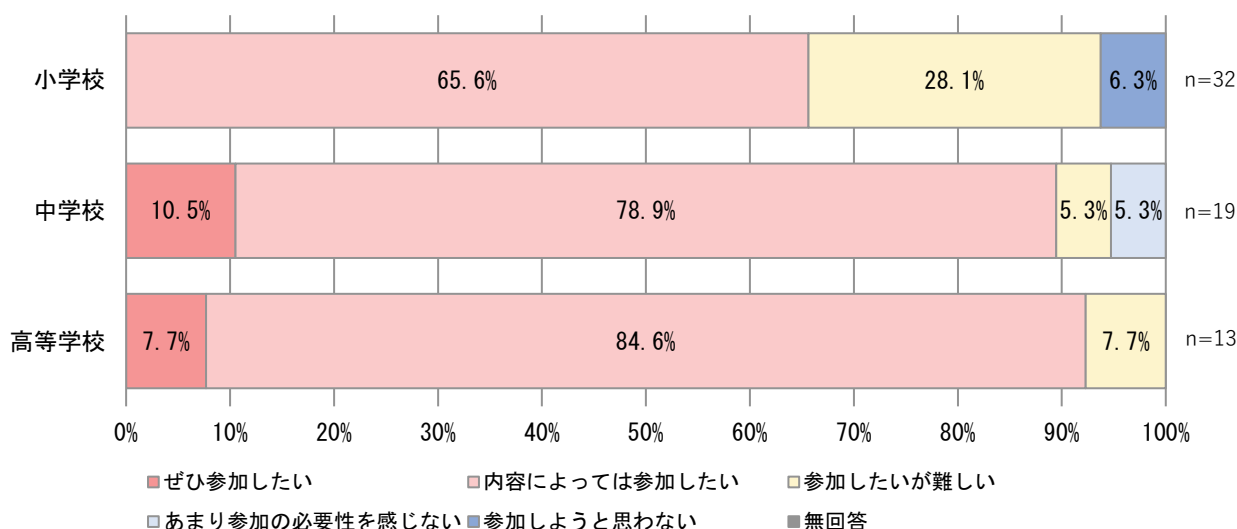
- 高等学校では参加の意向あり（ぜひ参加したい・内容によって参加したい）との回答が 92.3%、中学校では 89.4%と消費者教育に対する教員の学習が必要だとする意識が高い。
- 一方で小学校では参加の意向ありとの回答が 65.6%と中学校、高等学校より低くなっている。また、「参加しようと思わない」との回答も 6.3%あった。



選択肢	回答数	構成比
ぜひ参加したい	0	0.0%
内容によっては参加したい	21	65.6%
参加したいが難しい	9	28.1%
あまり参加の必要性を感じない	0	0.0%
参加しようと思わない	2	6.3%
無回答	0	0.0%
合 計	32	

選択肢	回答数	構成比
ぜひ参加したい	2	10.5%
内容によっては参加したい	15	78.9%
参加したいが難しい	1	5.3%
あまり参加の必要性を感じない	1	5.3%
参加しようと思わない	0	0.0%
無回答	0	0.0%
合 計	19	

選択肢	回答数	構成比
ぜひ参加したい	1	7.7%
内容によっては参加したい	11	84.6%
参加したいが難しい	1	7.7%
あまり参加の必要性を感じない	0	0.0%
参加しようと思わない	0	0.0%
無回答	0	0.0%
合 計	13	

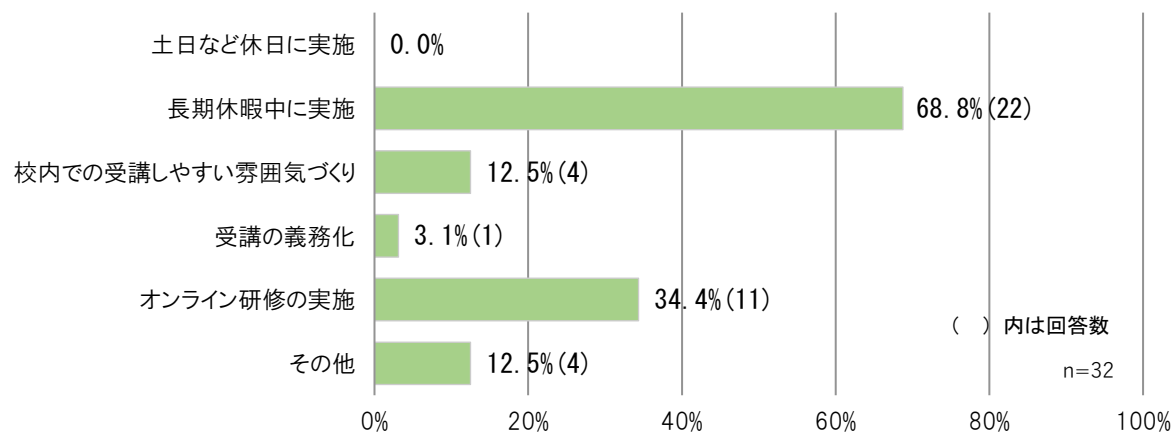


3. 3 学習機会へ参加しやすくなる工夫

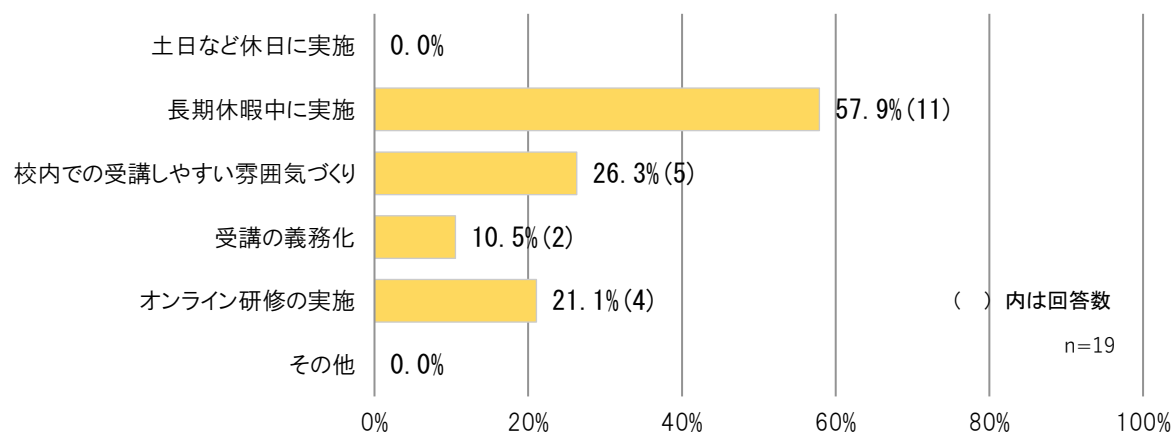
問 14 どのような工夫があると参加しやすいと思いますか。(〇はいくつでも)

- 小学校・中学校・高等学校、共通して「長期休暇中に実施」との回答が多かった。
- 小学校・高等学校は他にも「オンライン研修の実施」が高くなっており、中学校では「校内での受講しやすい雰囲気づくり」が高くなっている。

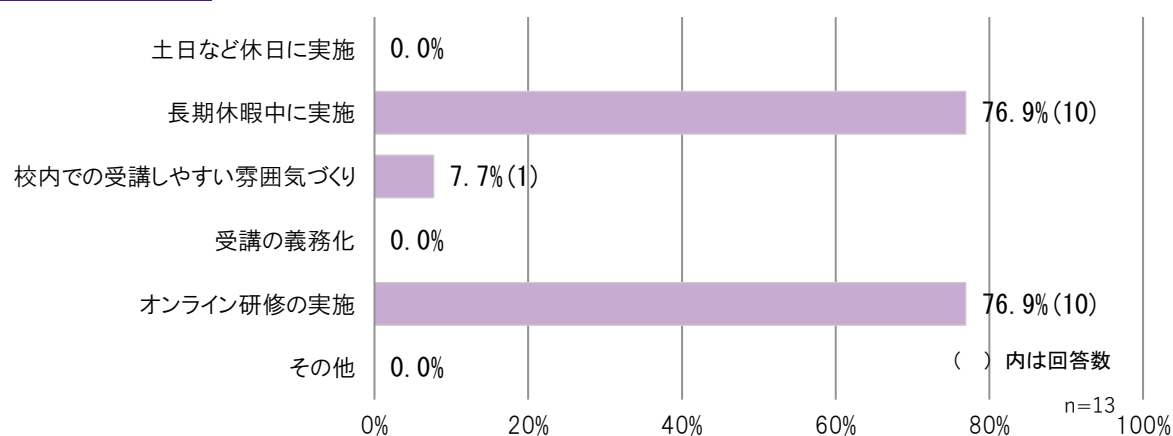
小 学 校



中 学 校



高 等 学 校



3. 4 成年年齢到達時までに得おくべき知識

問 15 令和4年（2022年）4月から成年年齢が18歳に引き下げられましたが、小学校・中学校・高等学校の期間に生徒が学んでおくべきことや身につけておかなければならないことなど、どういったことが必要だと思いますか。自由にお書きください。

小 学 校

- ・成年年齢18歳に達した時、何が変わり、どんな責任を負うこととなるのか学ぶ必要がある。
- ・“成人＝18歳”になった時、いろいろなことにおいて自己責任が発生してくるということ。
- ・成人としての立場や義務、権利について。よりよい消費者としての行動等について。
- ・18歳からできること、すべきこと（権利・義務）を具体的に知識として身につけるために今の年齢で必要なことを学んだり経験したりしておくことが重要。
- ・契約など責任のあることも18歳からできてしまうので、その重要性和怖さを知り学ぶ必要性を感じてほしいと思っています。
- ・年齢に合った正しい知識を得ること。
- ・成人したときに起こる変化、責任について。
- ・まずは、18歳以下に引き下げられたことを周知させること。それに伴ったトラブルの危険性を学ばせておく必要がある。
- ・クレカ等の金銭感覚や消費の流れ。悪徳商法について。
- ・クレジットカードの利用や、大きな金額の買い物の契約、甘い誘い言葉にのらないこと。
- ・現金以外のお金について、あまり理解のないまま大切に使用していないような気がします。ゲームの課金（クレジット）やポイントなど、こどもたちには身近なところから、その大切さを伝える必要があると思います。
- ・現金を扱ったことのある児童が非常に少ないという実態をうけて指導する必要があると感じています。目で見えるお金について、まずは実感を伴って大切に計画的に使えるようになるスキルを家庭と連携して学ばせることが大切だと思っています。
- ・金融関係の契約を結ぶ時に、起こりうるリスクについて知って、自分の責任を考えたり、それを回避したり、対応したりする方法を学んでいくこと。
- ・情報化社会の中で、正しい情報モラルを身につけ、だまされことなく正しい判断ができるための知識。
- ・メディア（SNS）についての正しい理解、情報モラル。困った時に相談できる相手に相談する。声をあげてもよいということを知っておくこと。
- ・情報モラル、スマートフォンやゲームなどの通信と情報について。
- ・お金やインターネット、情報に関する知識。
- ・成人年齢の引き下げによる契約のトラブルが予想されている。小学校から正しい知識を身につけること、一人で決めずに相談することが自身を守ることにつながるということ、こういうことを学ぶことが重要であると考えます。
- ・物品を購入する際には売買契約が発生するので、買い物の仕組みを理解し、適切に処理する力をつけておくことが必要である。（5年生の学習内容）
- ・消費生活について主体的に関わろうとする力の素地を育んでいきたい。まずは関心を持つこと。そして自身の消費行動に対して、できるだけ多くの視点を獲得することが大切だと思います。
- ・消費者としての意識、気を付ける点。
- ・あいさつ、ふるまい、礼儀など日常的にすることの指導が必要。
- ・自分の考えを持つ習慣。政治の役割と組織。収入と支出の仕組み。
- ・判断力の育成。自分で判断できない時の対応。
- ・18才までの見通しはキャリア教育。禁煙教育。

中 学 校

- ・ 18歳になるにあたっての必要な知識・技術の確実な定着は意識を持たせることが必要を考える。
- ・ 18歳でできるようになること、してはいけないこと。20歳でできるようになることなど、分かりやすく伝えておくことよい。
- ・ 成年年齢が引き下げられたことで、何が変わり、成人までに何ができるようにならなければいけないか、きちんとした知識を身につける必要がある。
- ・ 18歳に引き下がったことで、どんな責任が生じるのか。
- ・ 主権者としての意識を高めること。
- ・ 自分にとって本当に必要なものは何か、見極める力。
- ・ 契約・消費者トラブル・消費者が持つ影響力の理解、持続可能な消費の実現。
- ・ 契約をめぐる問題、権利・義務、責任など。
- ・ 契約、支払いなどの仕組みの理解。消費者として大切にしたいことを考える力。
- ・ 必要な契約について、選択する力、支払い方法等。
- ・ 商品等、サービスの安全について。生活の管理と契約について。情報とメディアについて。持続可能な消費について等学び、自分で適切な行動が取れることが必要である。
- ・ 安全、安心して食品や製品を購入するため、表示の見方、読み取り方を学習しておくと思いいます。
- ・ 消費者トラブルを未然に防いだり、解決したりする方法と金銭管理の方法や工夫について。

高 等 学 校

- ・ 18歳になって、出来ること出来ないこと。契約について。消費者問題（事例や解決方法）。
- ・ 成人になった時の責任や義務、契約については早くから身に着けたい事項と考える。また、本校では生活経験の少ない生徒が多いため、お金や社会の仕組みについて学ぶ必要がある。
- ・ 成年として求められる責任。持続可能な社会をつくる暮らしの担い手となるための準備。
- ・ トラブルに対しての対応。18歳に引き下げられた事による様々なリスクを知る。
- ・ 消費者教育機関の内容について、引き下げによるメリット、デメリットをしっかりと理解させ、具体的にどんな事が起きてしまうのか理解させておきたい。
- ・ 契約、消費者としての責任、未成年者取消権の有無による若者を取り巻く環境問題。身近に感じられるトラブル、その他対策。
- ・ トラブルにならないような基本的な知識。トラブル発生時の相談機関の周知。
- ・ クレジットカードについて学ぶ必要があり、現代社会や家庭科で取り上げて説明するが本当に身についているか不安です。
- ・ お金（お給料の使い方）。
- ・ たくさんの情報の中から、必要な情報を整理する力、批判的思考力、エシカル消費について考える。
- ・ 消費を通じての社会との関わり方。

3. 5 自由意見

問 16 消費者行政についてご意見等がありましたら、自由にお書きください。

小学校

- ・子供の学習だけでは限界がある。親への啓発の場があるといいが、そういう場を設定しても参加してほしい親が参加しない現実があり難しさを感じている。
- ・NHK の教材で十分だと思う。
- ・今後も、子供に直接働きかけたり、子供たち自身が、消費者行動に関わることができるような仕組づくりを期待しています。

中学校

- ・生徒は自分事として学校で学ぶ機会がありますが、18歳になる子をもつ保護者は未成年者取消権が行使できなくなることを、どれだけ理解しているのか気になります。(保護者への啓発)
- ・社会科、家庭科、それぞれ別に扱っており、お互いの内容をわかっていないと思います。総合的な学習の時間で扱うのが時間的にゆとりがあるし、多くの教員をまきこんで取り組めると思います。そういうやり方をアピールしてほしい。
- ・本校では、1人1台タブレットを保有していますので、生徒向けの教材として配信があると授業で活用しやすいです。

高等学校

- ・契約、消費者としての責任、未成年者取消権の有無による若者を取り巻く環境問題。身近に感じられるトラブル、その他対策。
- ・たくさんの情報の中から、必要な情報を整理する力、批判的思考力、エシカル消費について考える

Ⅲ. 専門学校・高等専門学校・ 短期大学・大学対象アンケート調査結果

1. 調査の概要

1. 1 調査の目的

松江市消費者教育推進計画の策定にあたり、教育現場（大学、専修学校）での消費者教育の現状と課題等を把握し、計画策定の基礎資料とするため実施した。

1. 2 調査の方法

調査対象	調査期間	調査方法
市内大学・短期大学 3校 市内専修学校 10校 ※特別支援学校含む	令和4年4月15日～ 令和4年5月10日	郵送配布・郵送回収

1. 3 回答状況

配布数	有効回収数	有効回収率
13	8	61.5%

※令和4年5月末までの回収票を反映

1. 4 設問構成

アンケート調査の設問は以下のとおり。

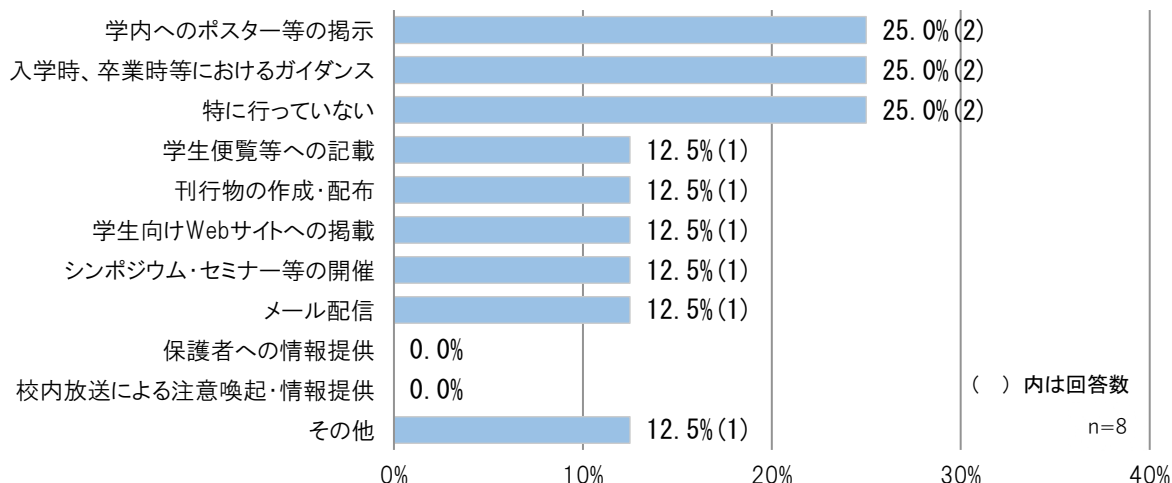
項目	調査内容
1. 貴校における消費者教育の取組についてお伺いします	問1 学生に対する啓発・情報提供
	問2 担当職員に対する研修の実施状況
	問3 担当職員に必要な消費者教育に関する情報・知識
	問4 担当職員の学習機会への参加意向
	問5 学習機会へ参加しやすくなる工夫
	問6 消費者問題対応で連携している機関
	問7 各種団体・企業・行政等の出前講座の利用状況
	問8 出前講座を知ったきっかけ
	問9 学校外と連携した取り組みの感想
	問10 出前講座等の取り組みを利用しなかった理由
	問11 消費者教育推進にあたっての課題
	問12 今後、重点的に取り組みたいこと
2. 学生の消費者トラブルについてお伺いします。	問13 学生の消費者トラブルの事例の有無
	問14 学生の消費者トラブルへの対応方法
	問15 学生の消費者トラブルの内容
	問16 成年年齢到達時までに得ておくべき知識
	問17 自由意見

2. 消費者教育の取組について

2. 1 学生に対する啓発・情報提供

問1 消費者問題について、学生に対してどのような啓発・情報提供等を行っていますか？
(○はいくつでも)

- 啓発・情報提供の手法については、「ポスター等の掲示」「入学、卒業時のガイダンス」が25.0% (2校)、「学生便覧」「刊行物」「webサイト」「セミナー等」「メール配信」が12.5% (1校)であった。
- 「特に行っていない」学校が25.0% (2校)あった。



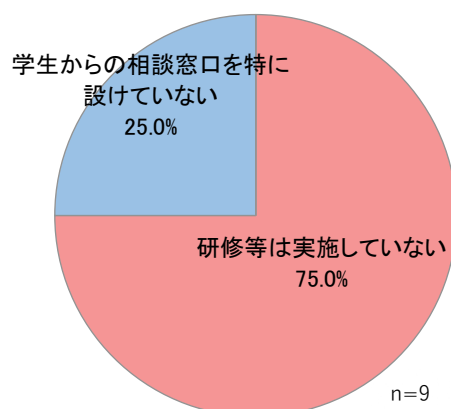
その他

・授業

2. 2 担当職員に対する研修の実施状況

問2 相談窓口等において学生への対応を行う職員に対して、消費者問題に関する研修等を実施していますか？(○は1つだけ)

- 「研修等を実施していない」学校が75.0% (6校)で最も多く、「学生からの相談窓口を特に設けていない」が25.0% (2校)であった。
- 研修等を実施している学校はゼロであった。



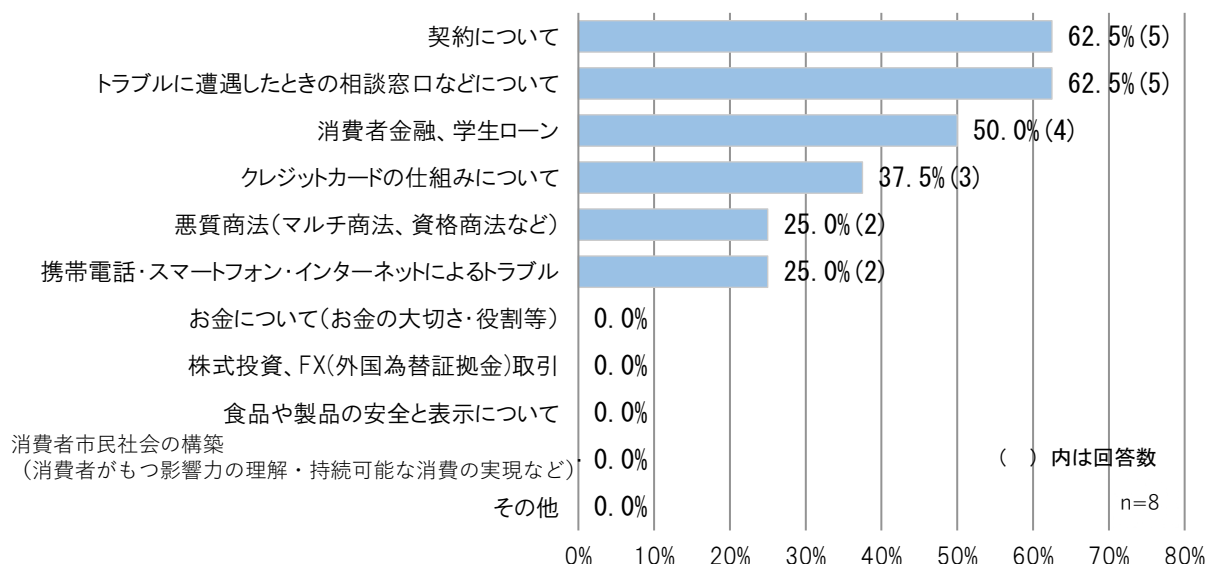
選択肢	回答数	構成比
定期的な研修等を実施している	0	0.0%
必要に応じて研修等を実施している	0	0.0%
研修等を実施していない	6	75.0%
学生からの相談窓口を特に設けていない	2	25.0%
その他	0	0.0%
無回答	0	0.0%
合 計	8	

2. 3 担当職員に必要な消費者教育に関する情報・知識

問3 相談窓口等の職員向けに必要な、消費者教育に関する情報や知識は何ですか。

(○は3つまで)

- 「契約について」と「相談窓口などについて」が最も多く、ともに 62.5% (5 校)、次いで「消費者金融・学生ローンについて」が 50.0% (4 校) であった。

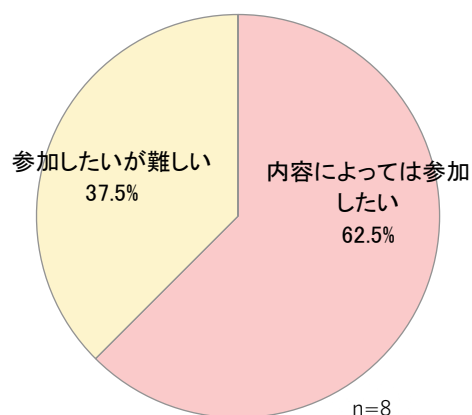


2. 4 担当職員の学習機会への参加意向

問4 消費者教育について、相談窓口等の職員の学習機会があれば参加したいですか。

(○は1つだけ)

- 「内容によっては参加したい」学校が 62.5% (5 校)、「参加したいが難しい」学校が 37.5% (3 校) であった。

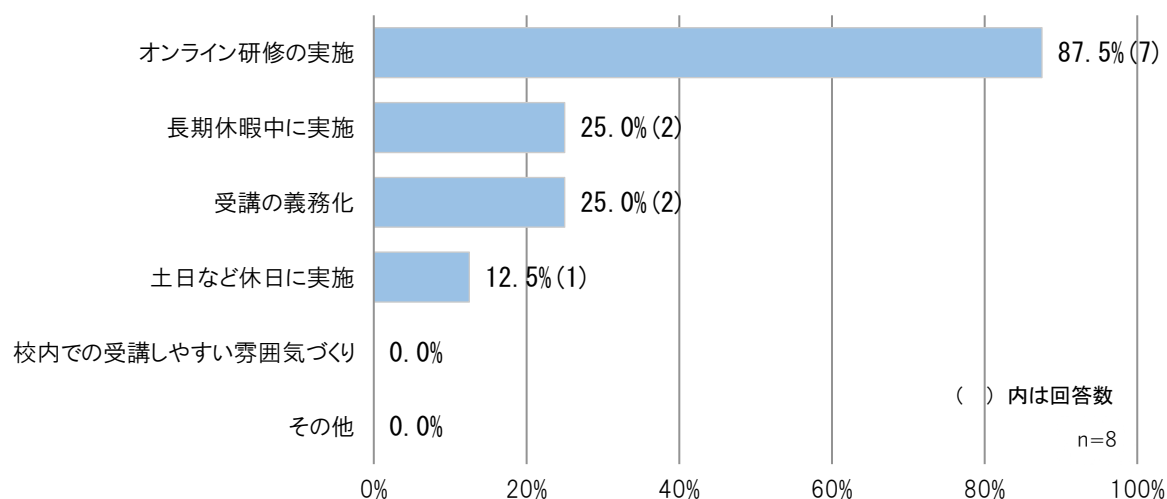


選択肢	回答数	構成比
ぜひ参加したい	0	0.0%
内容によっては参加したい	5	62.5%
参加したいが難しい	3	37.5%
あまり参加の必要性を感じない	0	0.0%
参加しようと思わない	0	0.0%
無回答	0	0.0%
合 計	8	

2. 5 学習機会へ参加しやすくなる工夫

問5 どのような工夫があると参加しやすいと思いますか。(〇はいくつでも)

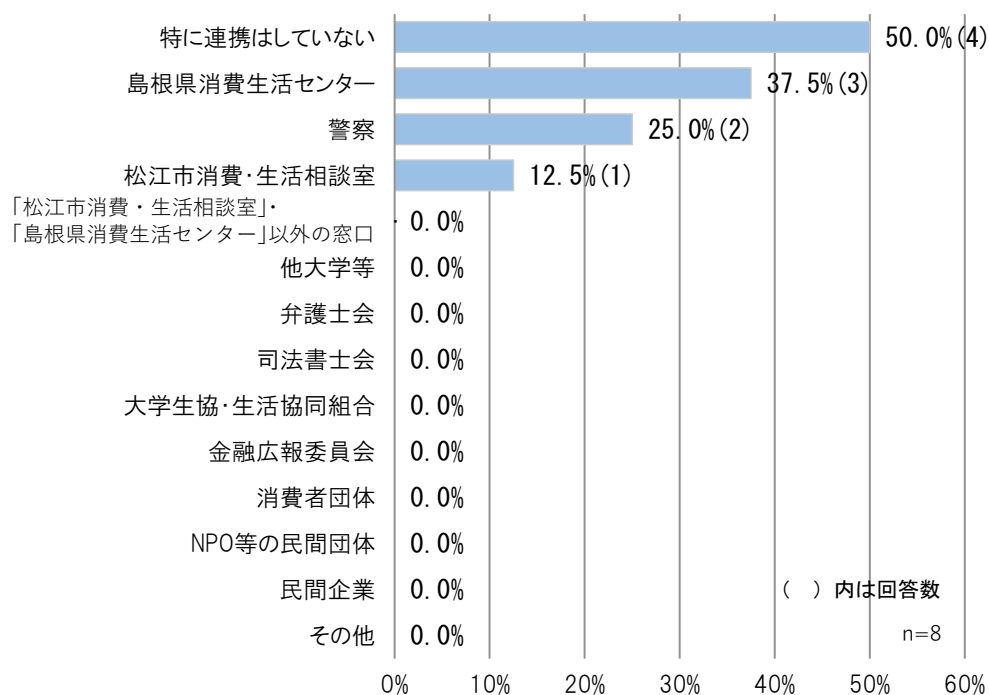
- 「オンライン研修の実施」が最も多く 87.5% (7 校) が回答している。次いで「長期休暇中に実施」と「受講の義務化」が 25.0% (2 校) であった。



2. 6 消費者問題対応で連携している機関

問6 学生の消費者問題に関する対応について、どのような機関と連携をしていますか？(〇はいくつでも)

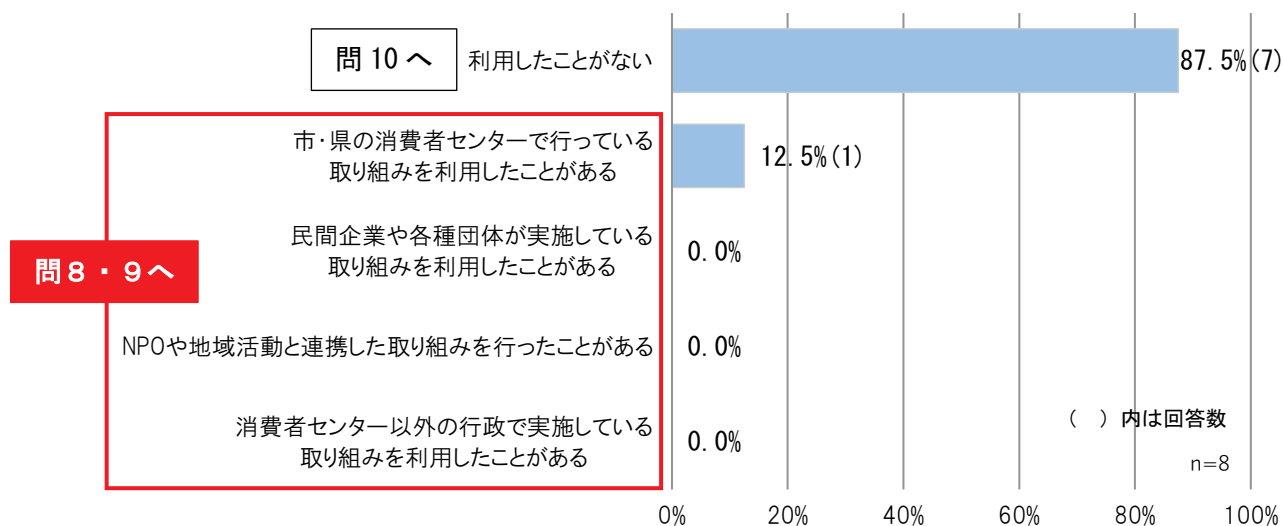
- 「特に連携していない」学校が 50.0% (4 校) であった。
- 連携先では「島根県消費生活センター」が 37.5% (3 校)、「警察」が 25.0% (2 校)、「松江市消費・生活相談室」が 12.5% (1 校) であった。



2. 7 各種団体・企業・行政等の出前講座の利用状況

問7 消費者教育を実施するにあたって、過去5年間で各種団体、企業、市、県、国等で行っている出前授業等を利用しましたか。(○はいくつでも)

- 「利用したことがない」学校が87.5% (7校)で、「市・県の消費センターで行っている取り組みを利用したことがある」学校は12.5% (1校)であった。

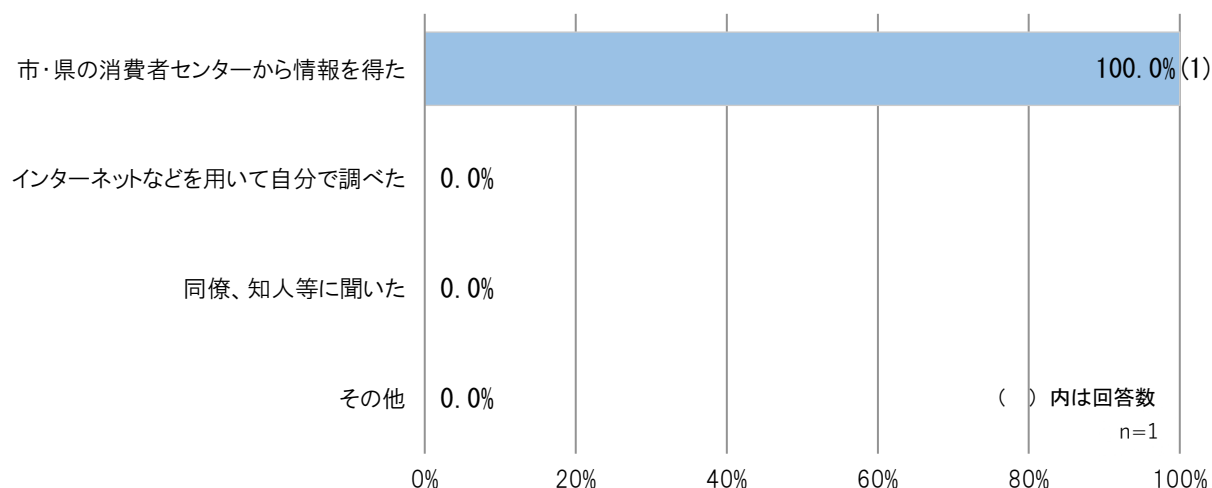


2. 8 出前講座を知ったきっかけ

〈問7で「取り組みを利用したことがある」を選択した学校にお伺いします。〉

問8 取り組みを行っている各種団体、企業、市、県、国等やその内容をどの様なきっかけで知りましたか。(○はいくつでも)

- 「市・県の消費センターから情報を得た」との回答であった。

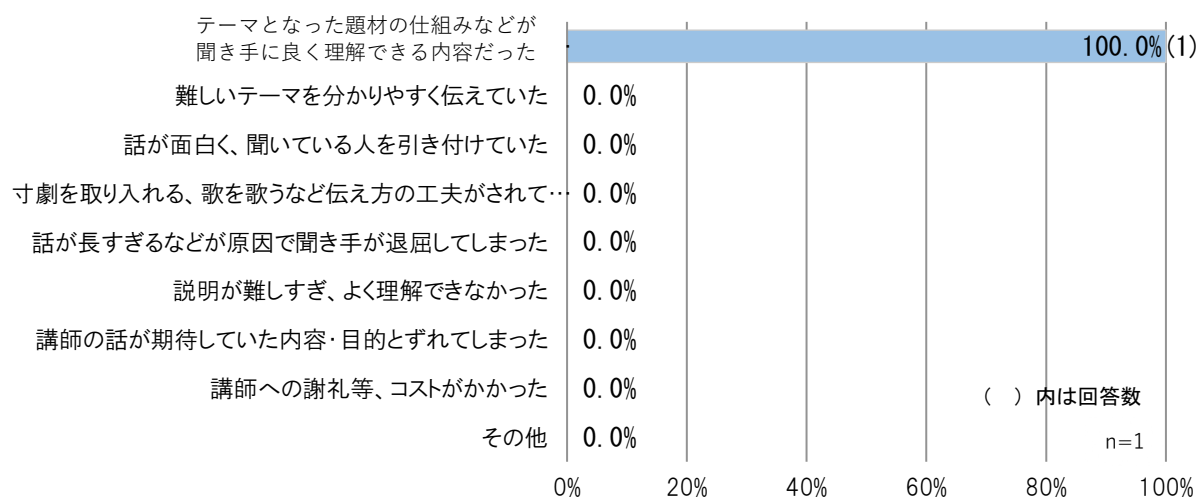


2. 9 学校外と連携した取り組みの感想

〈問7で「取り組みを利用したことがある」を選択した学校にお伺いします。〉

問9 学校外と連携した取り組み等の感想を教えてください。(〇はいくつでも)

●「テーマとなった題材の仕組みなどが聞き手に良く理解できる内容だった」との回答であった。

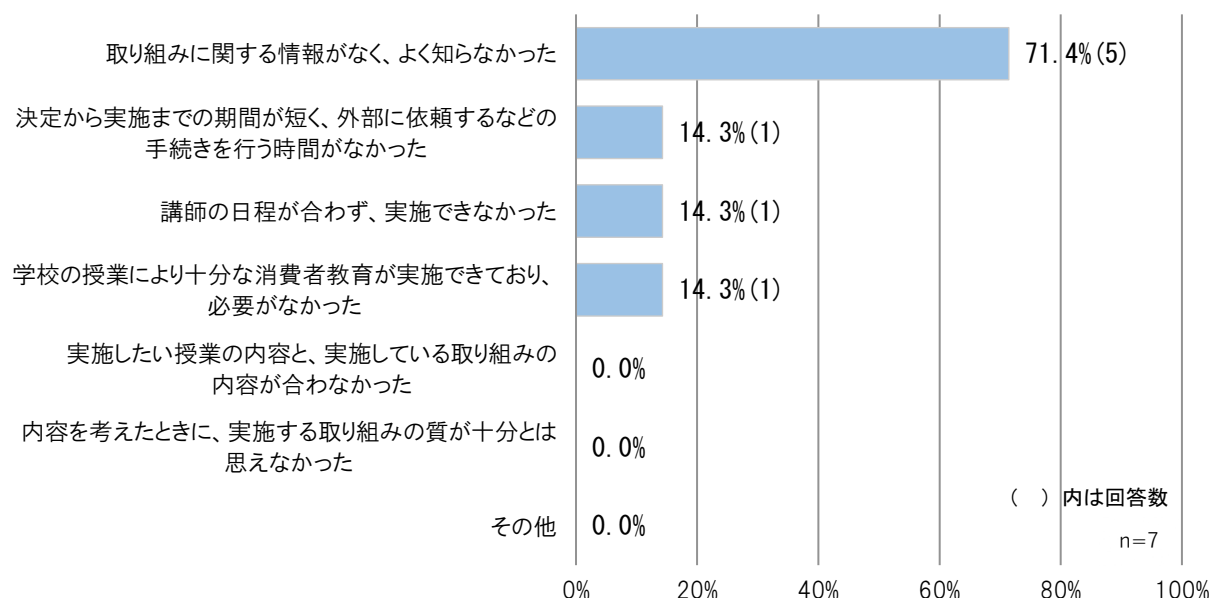


2. 10 出前講座等の取り組みを利用しなかった理由

〈問7で「利用したことがない」を選択した学校にお伺いします。〉

問10 取り組み等を利用しなかった理由を選んでください。(〇は3つまで)

●「取り組みに関する情報がなく、知らなかった」学校が最も多く71.4% (5校) であった。

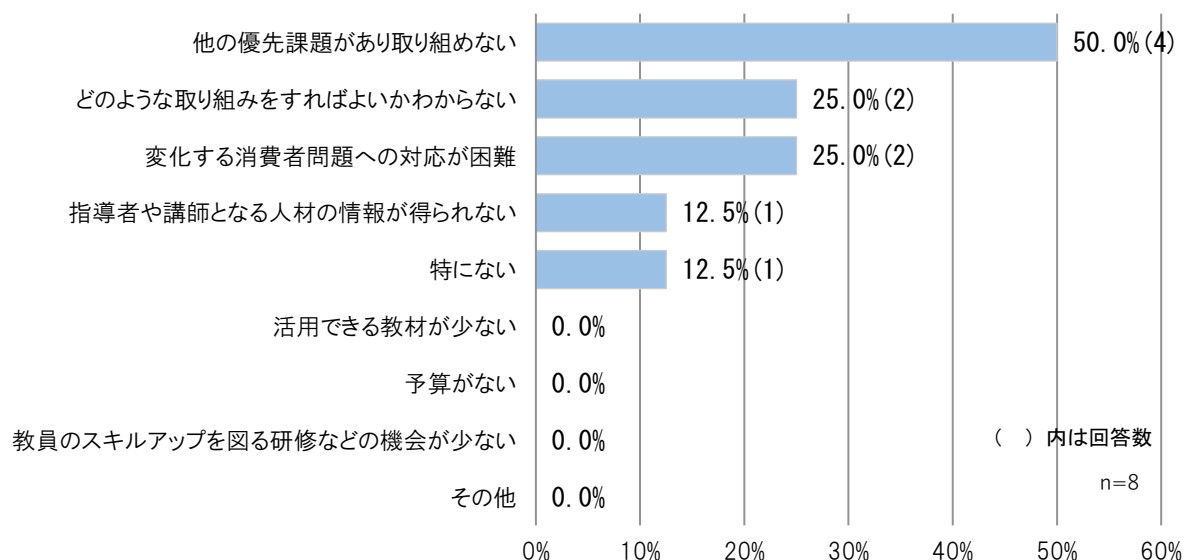


2. 11 消費者教育推進にあたっての課題

問 11 消費者教育を推進するにあたって、課題となっていることを教えてください。

(○は3つまで)

- 「他の優先課題があり取り組めない」学校が 50.0% (4 校) あった。次いで、「どのような取り組みをすればよいかわからない」、「変化する消費者問題への対応が困難」な学校がともに 25.0% (2 校) であった。

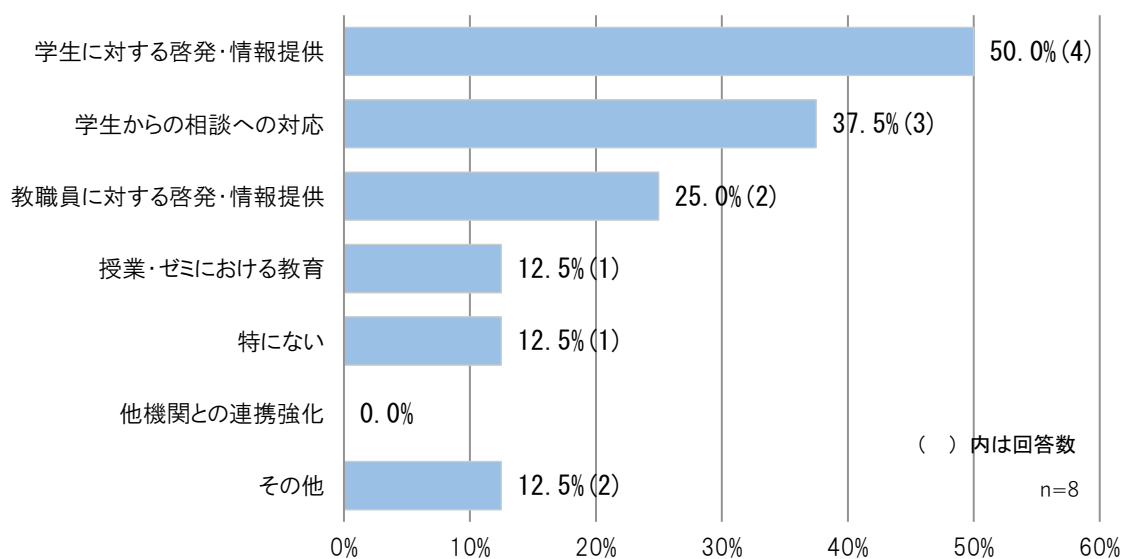


2. 12 今後、重点的に取り組みたいこと

問 12 今後、特に重点的に行いたいと考えている取り組みについて教えてください。

(○はいくつでも)

- 「学生に対する啓発・情報提供」が最も多く 50.0% (4 校)、次いで「学生からの相談への対応」が 37.5% (3 校)、「教職員に対する啓発・情報提供」が 25.0% (2 校) であった。



その他

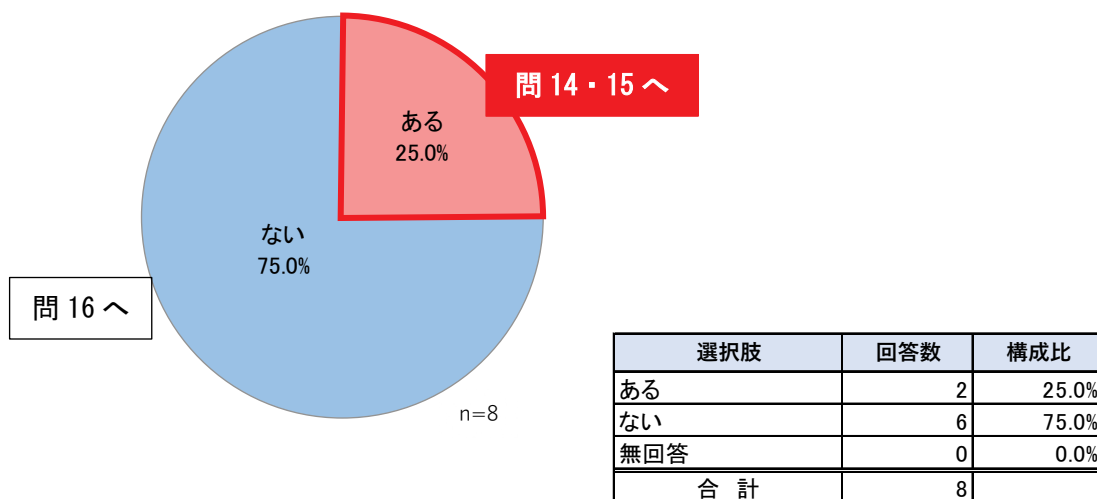
・検討中

3. 学生の消費者トラブルについて

3. 1 学生の消費者トラブルの事例の有無

問 13 学生が消費者トラブルに遭遇した事例を見聞きしたことがありますか？
(○は1つだけ)

●「ある」との回答が 25.0% (2 校) であった。

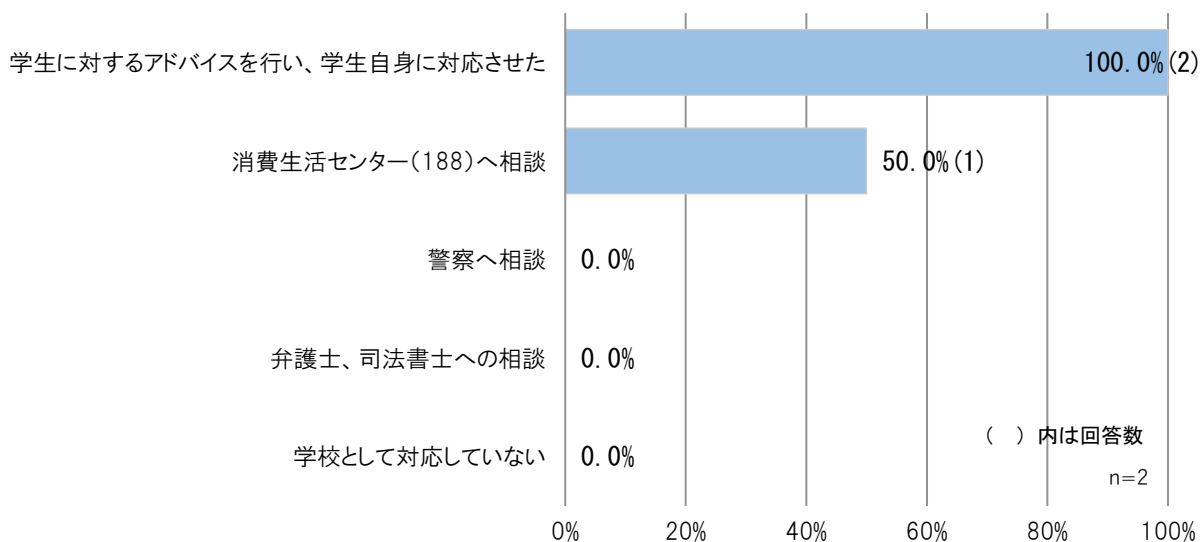


3. 2 学生の消費者トラブルへの対応方法

〈問 13 で「ある」と答えた学校にお伺いします。〉

問 14 学生の遭遇した消費者トラブルに対し、どのように対応しましたか？(○はいくつでも)

●「学生に対するアドバイスを行い、学生自身に対応させた」学校が 100% (2 校)、「消費生活センターへ相談」した学校が 50% (1 校) であった。



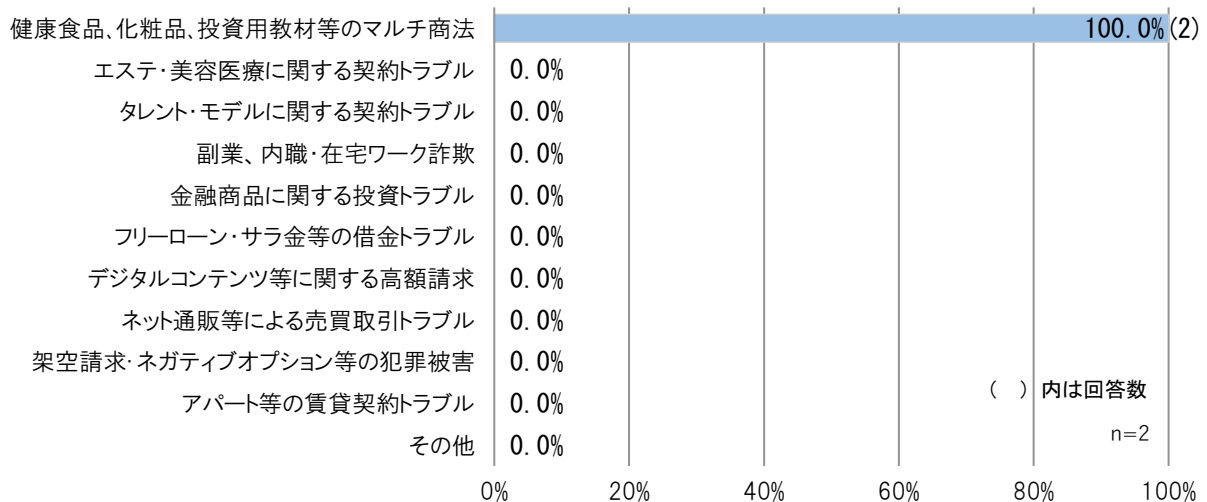
3. 3 学生の消費者トラブルの内容

〈問 13 で「ある」と答えた学校にお伺いします。〉

問 15 そのトラブルはどのような内容でしたか？（○はいくつでも）

●「健康食品、化粧品、投資用教材等のマルチ商法」が 100%（2 校）であった。

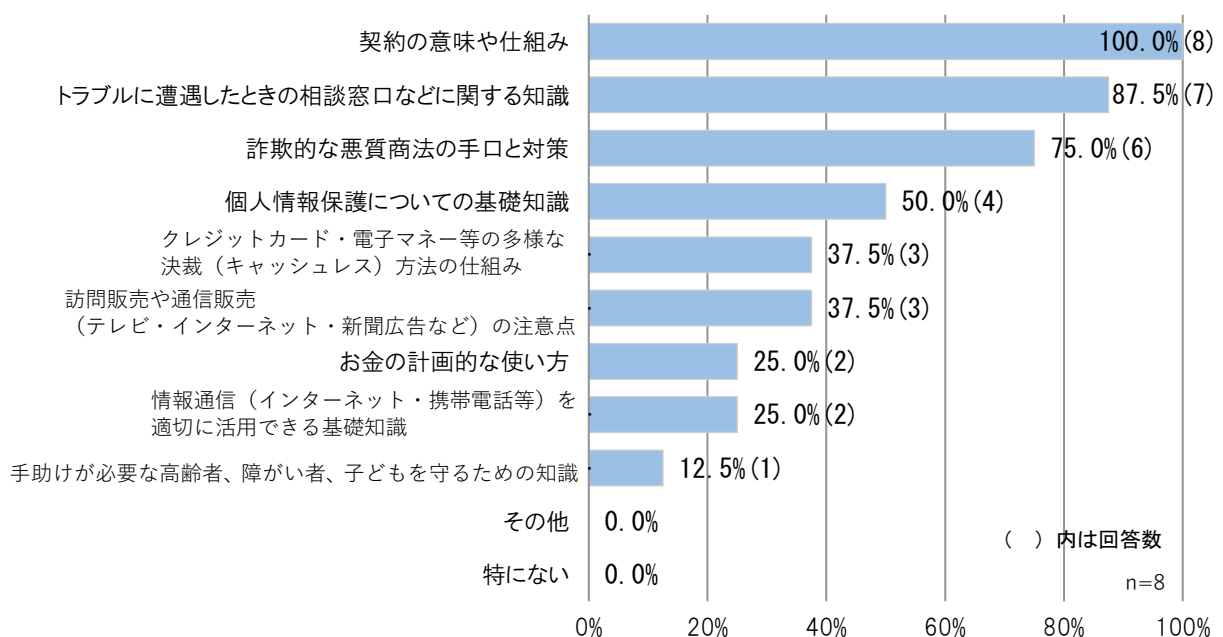
※その他は、内容を未記入



3. 4 成年年齢到達時までに得ておくべき知識

問 16 令和 4 年（2022 年）4 月から成年年齢が 18 歳に引き下げられましたが、成年年齢である 18 歳到達時点でどのような消費生活に関する知識を得ておくべきだと思いますか。（○はいくつでも）

●「契約の意味や仕組み」は全ての学校が回答をしている（100%・8 校）。次いで「トラブルに遭遇した時の相談窓口に関する知識」が 87.5%（7 校）、「詐欺的な悪質商法の手口と対策」が 75.0%（6 校）であった。



3. 5 自由意見

問 17 消費者行政についてご意見等がありましたら、自由にお書きください。

自由意見なし