

小・中・高校における消費者教育の実施状況について

1 調査の目的

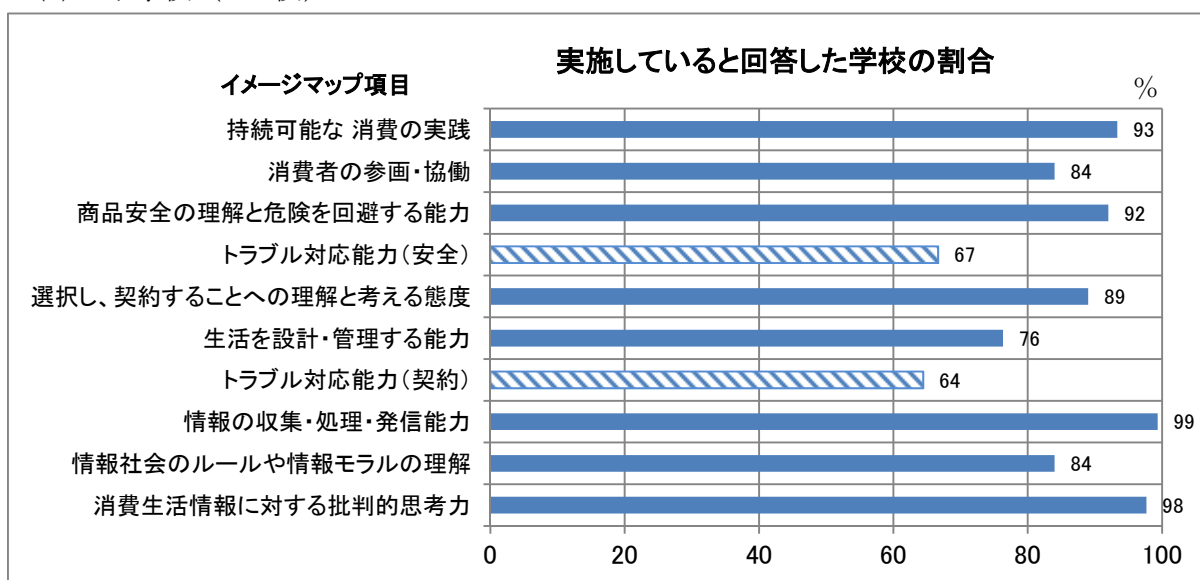
県内の小・中・高校における消費者教育の実施状況を把握し、今後の学校教育へ反映させるため、調査を実施。

2 実施対象・時期

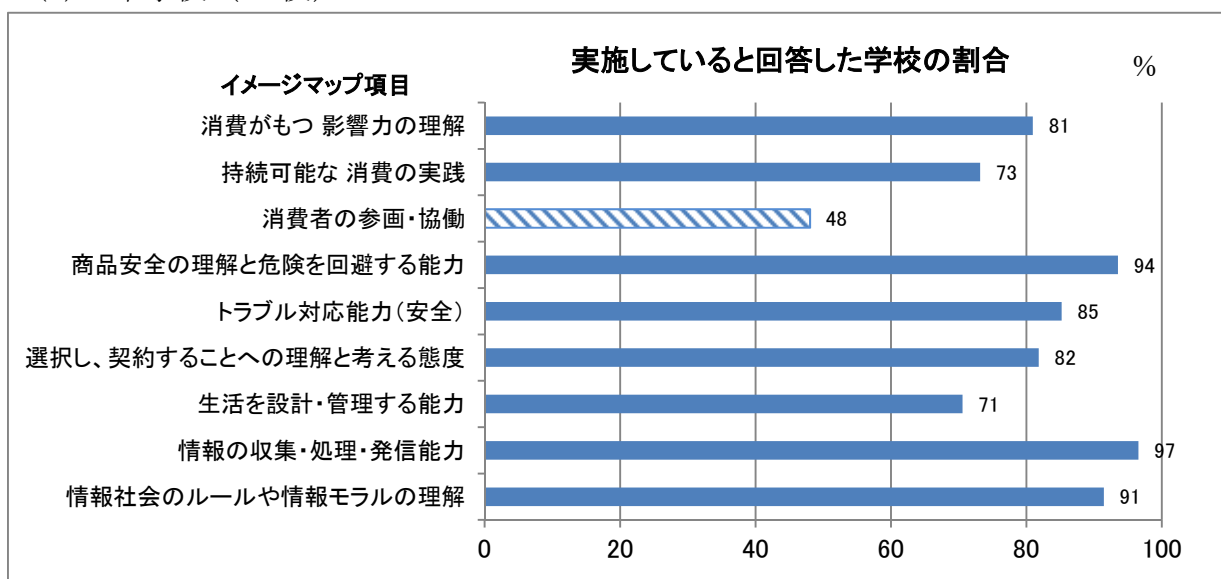
- (1) アンケート回収数 小学校 150 校、中学校 77 校、高校 76 校
- (2) 調査時期 平成 25 年 10 月

3 学校における消費者教育の実施状況

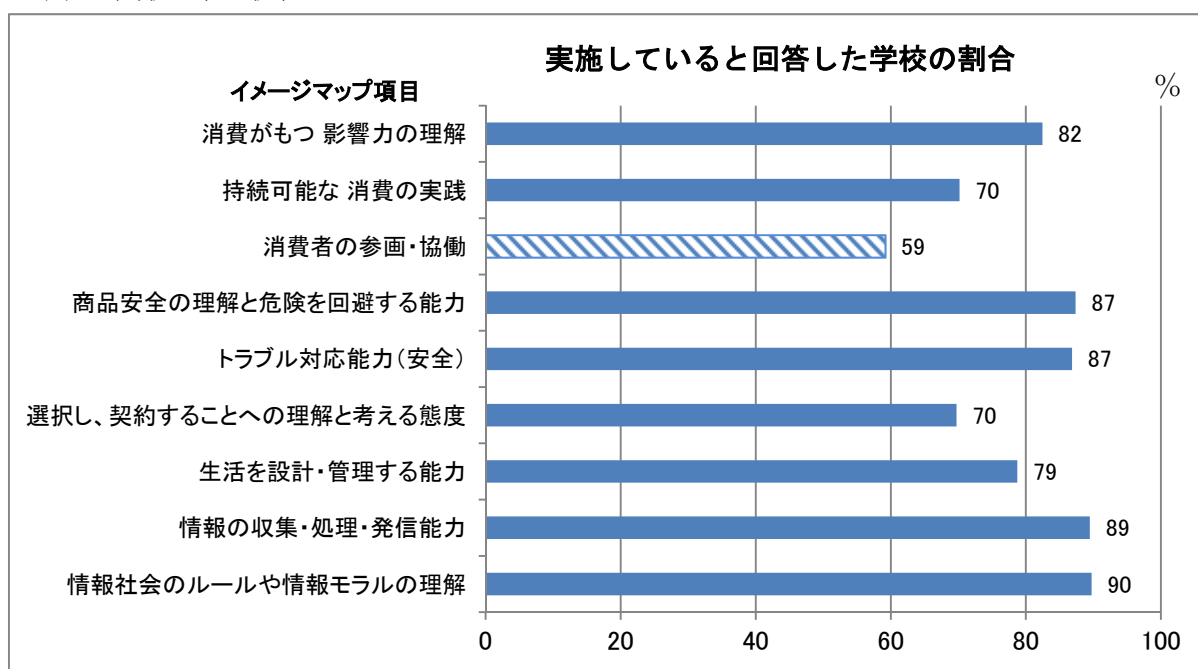
(1) 小学校（150 校）



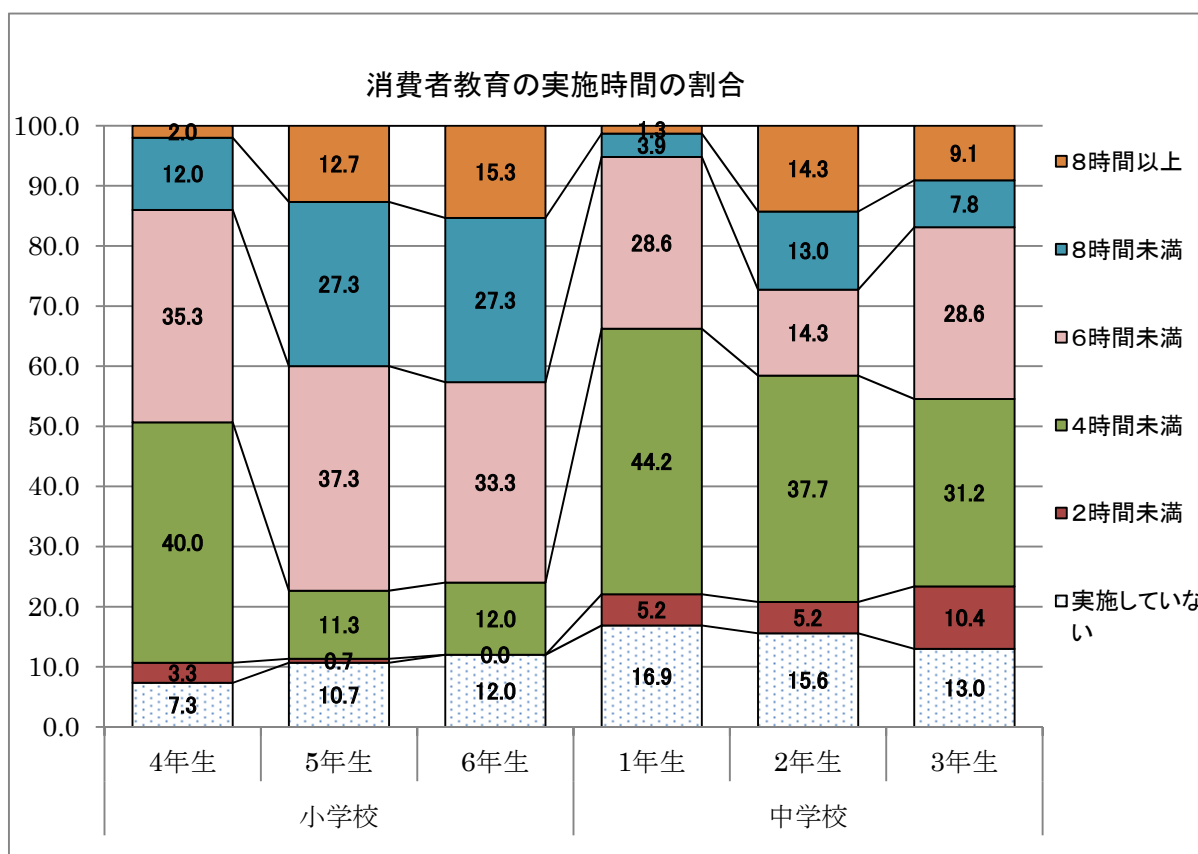
(2) 中学校（77 校）



(3) 高校（76校）



4 小中学校における学年別消費者教育の時間数（家庭科のみ）



○「実施していない」と回答していても、小学校4～6年の間、あるいは中学校1年～3年の間のいずれかで実施している。

○高校の家庭科は、学科（普通科・職業科・総合学科等）によって単位数が異なり単純な比較ができないため掲載していない。

小学校における消費者教育の実施状況(実施していると回答した校数とその割合)

重点領域 (イメージマップ項目)		アンケート内容	実施 校数	実施 割合(%)
消費の 持つ 意義	消費がもつ 影響 力の理解	—	—	
	持続可能な消費 の実践	環境配慮製品の存在に気づき、表示マークの特徴などについて理解 する	138	93.3
		消費生活と環境との関連性を理解し、商品の適切な使用、廃棄する習 慣を身につける	133	
		省エネに配慮した商品の使用、ごみの分別、水の使い方など、日常生 活において環境に配慮する習慣を身につける	149	
	消費者の参画・ 協働	地域で行われている様々な環境活動内容に興味を持つ	133	84.0
		身の回りで取り組まれている環境保全活動のうち、興味のある分野に参 加する習慣を身につける。	119	
商品等 の 安全	商品安全の理解 と危険を回避す る能力	製品には正しい使用方法があることや、正しい使い方をしなければ危 険であることを理解する。	140	92.0
		商品の安全性に興味を持つ	135	
		安全や品質を示すマーク(SGマークなど)、食品表示等の存在に興味 を持つ	139	
	トラブル対応能力 (安全)	生活においてトラブルに遭遇した場合、身近な人に相談する習慣を身 に付ける	116	66.7
		安全性に問題がある商品を購入摂取した場合に、対象商品や身体の 状況などを説明する力を身に付ける	84	
生活 の 管理 と 契約	選択し、契約する ことへの理解と考 える態度	身の回りの商品を買う時に必要なものと、必ずしも必要ではないが欲し いものを分別する意識を持つ	136	89.0
		必要性や欲求の度合いに応じて商品を探し、価格や品質を考えて選 択する習慣を身に付ける(又は保護者に確認相談する習慣を身に付け る)	129	
		社会にルールがあることを理解し、生活に身近なマナーを守る習慣を 身に付ける	149	
		1ヵ月の小遣いの額など、家族との間の約束を守る習慣を身に付ける	120	
	生活を設計・管 理する能力	欲しいもの、必要なものの価格を把握し、購入のための計画を立てる習 慣を身に付ける	125	76.3
		欲しいもの、必要なものが、なぜ欲しいのか、なぜ必要なのかを家族に 説明する習慣を身に付ける。	104	
	トラブル対応能力 (契約)	商品の購入の際には、購入方法、価格や効果を意識する	114	64.4
		商品の購入の際に購入方法、価格や効果について不明な点、不審な 点があった場合には身近な人に相談する習慣を身につける	88	
		購入した商品について不明な点、不審な点があった場合、身近な人に 相談する習慣を身につける	88	
情報 と メディア	情報の収集・処 理・発信能力	情報通信機器(パソコン、携帯等)を活用した情報通信の存在に興味を もち、情報集方法の基礎知識を理解する	149	99.3
	情報社会のルール や情報モラルの 理解	インターネット上で他人を誹謗中傷しないなど、利用上で必要な道徳理 念を理解する	126	84.0
		個人情報の基礎知識や保管の仕方、情報発信提供の基本的ルールに ついて意識を持つ		
		インターネット上に自分や身近な人の個人情報公開してはいけないこ とを理解する		
		著作物の利用や取り扱い上の注意点などについて意識を持つ		
	消費生活情報に 対する批判的思 考力	身近な人の助けを受けながら、情報通信機器を活用して、知らないこと を調べられる技能を身につける	144	97.7
		インターネット上には様々な信憑性を持つ情報が混在していることを理 解する	149	

中学校における消費者教育の実施状況(実施していると回答した校数とその割合)

重点領域 (イメージマップ項目)		アンケートの内容	実施 校数	実施 割合 (%)
消費の 持つ 意義	消費がもつ 影 響力の理解	環境に配慮した商品の分類や表示マークの特徴をしり、その商品が環境に対してどのような効果や影響を及ぼしているかを理解する	74	81.0
		日用品を提供する企業の環境への取り組みについて知り、環境に配慮した商品について理解する	61	
		消費生活と環境との関係性や商品の適切な使用・廃棄方法を身につけるとともに、それが環境に対してどのような影響を及ぼすかを理解する	71	
		省エネに配慮した商品の使用やごみの分別など日常生活での環境に配慮した習慣を身につける	76	
		循環型社会を形成するために必要な3R(リデュース、リユース、リサイクル)の原則を理解する	72	
		ライフサイクルアセスメントの考え方を理解する	20	
	持続可能な 消 費の実践	企業の社会的責任や環境問題に関する情報を収集あるいは体験し、取組内容の必要性を理解する	57	73.2
		地域の環境問題に関する社会的な取り組みの必要性について理解する	58	
		環境問題に関する講座や環境に関するボランティア活動などにおいて、環境問題に対する社会的な取り組みの必要性を理解し、次世代へのつながりの重要性を理解する	54	
	消費者の参画・ 協働	興味ある分野の活動に参加する習慣を身につける	37	48.1
商品等 の 安全	商品安全の理 解と危険を回避 する能力	製品の正しい使用方法やマーク等を無視した誤った利用は危険であることを理解する	71	93.5
		製品に付与された安全マーク(SG マークなど)や警告マークの意味や特徴などについて理解する	74	
		食品表示(JASマーク)や、アレルギー物資などに関する正しい知識を理解する	77	
		食品の安全について興味・関心を持つ	77	
		防災製品など、安全を守るための様々な製品の存在をしり、使い方を身につける	61	
	トラブル対応能 力	安全に問題がある製品や食品等に接した場合、身近な人に相談する習慣を身につける	63	85.2
		製品の安全に関する相談機関やPLセンターなどの存在や役割を理解する	68	
		安全に問題がある製品や食品等に接した場合、クレームを出すことができることを理解する	67	
		製品の安全を確保するための取り組みや法制度(製造物責任等)について興味を持つ	67	
		法律や制度が遵守されない場合は、被害が発生することを理解する	63	
生活 の 管理と 契約	選択し、契約す ることへの理解 と考える態度	身の回りの商品を買う時に必要なものと、必ずしも必要でないが欲しいものを分別する習慣を身につける	67	81.8
		身の回りの商品について、必要性や付加価値などの費用対効果を検討する習慣を身につける	53	
		必要性や欲求の度合いに応じて商品を探し、価格や品質の関係を考える習慣を身につける	67	
		契約・取引でトラブルにあったときや不安を感じた際、身近な人に相談できる習慣を身につける	72	
		契約・取引でトラブルの際、相談する機関が存在することを理解する	56	
	生活を設計・管 理する能力	お金について、計画的な使い道を考えて使用する習慣を身につける	64	70.6
		生活設計をしっかりと立て、預貯金やローンを適切に活用することの大切さを理解する	48	
		生活上のリスクを知るとともに、保険の活用を理解する	28	
		株式などの金融商品について、特徴やリスクとリターンについて理解する	46	
		契約の意味や基本的な法律(消費者契約法等)について理解する	70	
		お金の役割や契約、カード・金利など、現代社会における金融経済の仕組みの基礎を理解する	70	
情報 と メディア	情報の収集・処 理・発信能力	情報通信の利便性ととともに、危険性を理解する	77	96.5
		情報通信等を通じて、個人や組織の情報発信や意思疎通を図ることができることを理解し、その技能を身につける	71	
		インターネットを利用する際の最低限知っておくべきルールやマナーを身につける	75	
	情報社会の ルールや情報 モラルの理解	自分の個人情報を守る意識を身につける	77	91.4
		インターネットを利用する際の自他の権利などの法律や制度等を理解する	72	
		知的財産権について、基礎的な概念を理解する	70	
		インターネット等の情報通信を利用する際に知的財産権に関する注意点を理解する	70	
		インターネット上のコピーの法的規制や、偽ブランド品の違法性など、生活の中の知的財産権について考える習慣を身につける	63	

高校における消費者教育の実施状況(実施していると回答した校数とその割合)

重点領域 (イメージマップ項目)		アンケート内容	実施 校数	実施 割合 (%)
消費の 持つ 意義	消費がもつ影 響力の理解	環境に配慮した商品の分類や表示マークの特徴をしり、その商品が環境に対してどのような効果や影響を及ぼしているかを理解する	67	82.5
		日用品を提供する企業の環境への取り組みについて知り、環境に配慮した商品について理解する	60	
		消費生活と環境との関係性や商品の適切な使用・廃棄方法を身につけるとともに、それが環境に対してどのような影響を及ぼすかを理解する	72	
		省エネに配慮した商品の使用やごみの分別など日常生活での環境に配慮した習慣を身につける	70	
		循環型社会を形成するために必要な3R(リデュース、リユース、リサイクル)の原則を理解する	72	
		ライフサイクルアセスメントの考え方を理解する	35	
	持続可能な消 費の実践	企業の社会的責任や環境問題に関する情報を収集あるいは体験し、取組内容の必要性を理解する	57	70.2
		地域の環境問題に関する社会的な取り組みの必要性について理解する	54	
		環境問題に関する講座や環境に関するボランティア活動などにおいて、環境問題に対する社会的な取り組みの必要性を理解し、次世代へのつながりの重要性を理解する	49	
	消費者の参画・ 協働	興味ある分野の活動に参加する習慣を身につける	45	59.2
商品等 の 安全	商品安全の理 解と危険を回避 する能力	製品の正しい使用方法やマーク等を見逃した誤った利用は危険であることを理解する	67	87.4
		製品に付与された安全マーク(SG マークなど)や警告マークの意味や特徴などについて理解する	66	
		食品表示(JASマーク)や、アレルギー物質などに関する正しい知識を理解する	73	
		食品の安全について興味・関心を持つ	74	
		防災製品など、安全を守るための様々な製品の存在をしり、使い方を身につける	52	
	トラブル対応能 力	安全に問題がある製品や食品等に接した場合、身近な人に相談する習慣を身につける	58	86.8
		製品の安全に関する相談機関やPLセンターなどの存在や役割を理解する	69	
		安全に問題がある製品や食品等に接した場合、クレームを出すことができることを理解する	64	
		製品の安全を確保するための取り組みや法制度(製造物責任等)について興味を持つ	71	
		法律や制度が遵守されない場合は、被害が発生することを理解する	68	
生活 の 管理 と 契約	選択し、契約す ることへの理解 と考える態度	身の回りの商品を買う時に必要なものと、必ずしも必要でないが欲しいものを分別する習慣を身につける	56	69.7
		身の回りの商品について、必要性や付加価値などの費用対効果を検討する習慣を身につける	40	
		必要性や欲求の度合いに応じて商品を探し、価格や品質の関係を考える習慣を身につける	58	
		契約・取引でトラブルにあったときや不安を感じた際、身近な人に相談できる習慣を身につける	72	
		契約・取引でトラブルの際、相談する機関が存在することを理解する	39	
	生活を設計・管 理する能力	お金について、計画的な使い道を考えて使用する習慣を身につける	65	78.7
		生活設計をしっかりと立て、預貯金やローンを適切に活用することの大切さを理解する	61	
		生活上のリスクを知るとともに、保険の活用を理解する	49	
		株式などの金融商品について、特徴やリスクとリターンについて理解する	36	
		契約の意味や基本的な法律(消費者契約法等)について理解する	73	
		お金の役割や契約、カード・金利など、現代社会における金融経済の仕組みの基礎を理解する	75	
情報 と メディア	情報の収集・処 理・発信能力	情報通信の利便性ととともに、危険性を理解する	71	89.5
		情報通信等を通じて、個人や組織の情報発信や意思疎通を図ることができることを理解し、その技能を身につける	65	
		インターネットを利用する際の最低限知っておくべきルールやマナーを身につける	68	
	情報社会の ルールや情報 モラルの理解	自分の個人情報を守る意識を身につける	71	89.7
		インターネットを利用する際の自他の権利などの法律や制度等を理解する	65	
		知的財産権について、基礎的な概念を理解する	70	
		インターネット等の情報通信を利用する際に知的財産権に関する注意点を理解する	68	
		インターネット上のコピーの法的規制や、偽ブランド品の違法性など、生活の中の知的財産権について考える習慣を身につける	67	