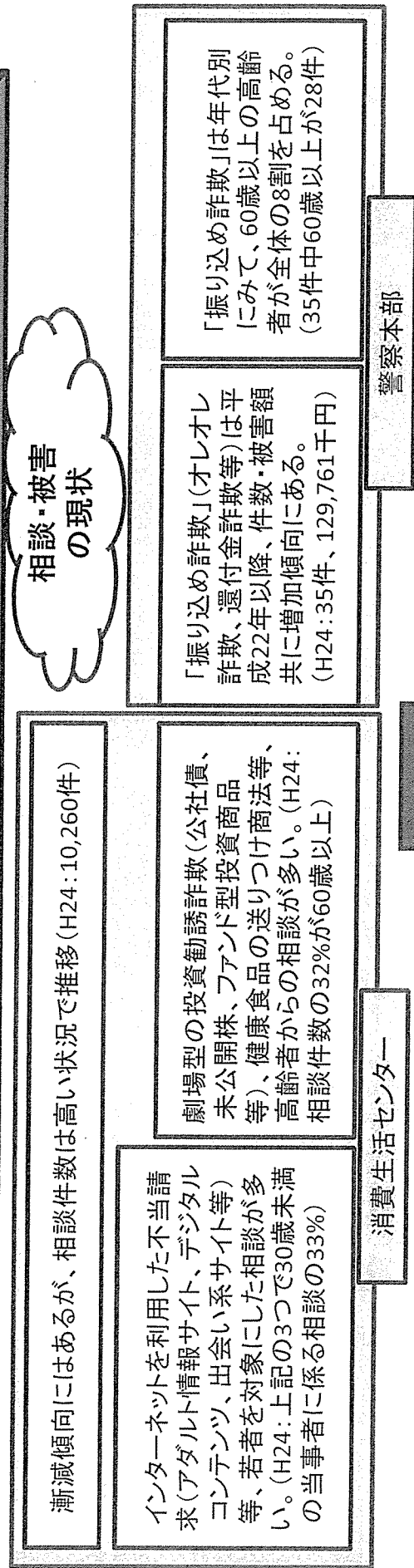


本県消費者教育の推進に向けた施策の展開について



消費者教育は、幼児期から高齢期までの生涯を通じて、それぞれの時期に応じ、また、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において推進する必要がある。

現状

- 東京都の平成24年度調査に拠ると、消費者教育に関する授業の実施率は、小学校で8割、中学校で9割、高等学校で9割弱となっているが、授業時間数は、1～2時間が小学校で6割、中学校で4割、高等学校で5割を占めている。
- 文部科学省の平成22年度調査に拠ると、大学等における消費者教育は情報提供が中心で、ポスター掲示や入学時等のガイダンスが7割超である。
- 東京都の平成24年度調査に拠ると、従業員に対する消費者教育を実施している割合は1割程度に過ぎず、取組は十分でない状況。

課題

- 平成20年及び21年に改訂された小・中・高等学校の学習指導要領においては、社会科、公民科、家庭科等を中心に消費者教育に関する教育内容が充実されたが、学校間、担当教諭間で指導内容に差異(濃淡)があるのではないか。
- 県内の小・中・高等学校、大学及び企業においてどの程度消費者教育が行われているのか等が不明。
- 県民の消費者問題に関する関心度や消費者教育に関する意識が不明。

県内の状況を調査・分析したうえで計画等に基づき施策を推進