

消費生活基本計画で推進してきた消費者教育について

(注 1)		区分	本市が取り組む消費者教育の視点		現在の取組例
① 幼児期 (就学前までの段階)		未就学児	家庭教育	○ 保護者が主体（家庭，保育園・幼稚園など，子育ての範囲） ○ 親から子への価値観の伝播，親世代の意識改革を促す取組	食育等の講座等 家庭教育支援等 年長児向け消費者教育教材
② 児童期 (就学から小学校卒業までの段階)		小学生	学校教育	〔教育委員会〕 ○ 消費者教育，生き方探究教育，食育等の推進 〔関係局〕 ○ 教育委員会との連携（注 2） ○ 関係局は教材作成等で学校の消費者教育を支援	小学校高学年向け DVD 小学校出前板さん教室 夏休み親子計量教室 くらしの達人標語 計量の図画・作文展 中学生向け冊子 ほか
③ 少年期 (中学校入学から高等学校卒業程度までの段階)		中学生			
④ 成人期 (高等学校卒業以降の大学生や社会人等の段階)		高校生		○ 教育機関との連携	各種啓発パンフレット
		大学生		○ 消費者団体，事業者団体との連携（講座等事業の共催含む。）	出前講座 大学における消費者講座 各種の講座・教室
		社会人（保護者）	生涯学習	○ 被害防止を基本とした啓発，消費者教育の推進 ○ 行動する消費者の育成	ターゲット教育（対策重点化教育） (くらしのみはりたい) (京・くらしのサポーター)
		高齢者		(見守りのネットワークづくり)	

注 1 消費者教育体系化のための調査研究報告書（財団法人 消費者教育支援センター 平成 18 年 3 月）の区分
注 2 消費者行政と教育行政との連携強化のため，平成 21 年 4 月に関係課で構成する京都市消費者教育連絡協議会を設置した。

