

資料4

消費生活総合センターにおける 消費者教育の事例

1 はじめに

当センターの「年齢階層等に応じた消費者教育」の取組について、その一部を御紹介します。



クリーリング・オフマン

2 これまでの消費者教育の取組 (年齢階層等に応じた教材作成、講座の開催等)

- ①くらしの達人事業（消費者標語の募集）
- ②消費生活学習すごろくのインターネット配信
- ③小学生向け消費者教育DVDの市内全小学校への配布
- ④中学生向け消費者教育冊子の市内全中学校への配布
- ⑤大学における消費者教育講座の開講
- ⑥落語で学ぶ消費者問題

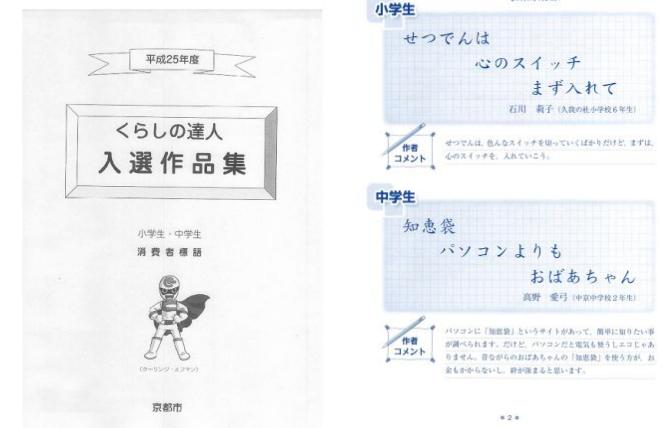
【小学生・中学生対象】

①暮らしの達人事業（消費者標語の募集）

重点領域	消費者市民社会の構築、生活の管理と契約、情報とメディア
年齢階層	小学生期、中学生期
場	学校、家庭

- 義務教育期の学校及び家庭における消費者教育の一環として、子どもたちが消費生活に関心を持ち、自ら考え、行動する契機となるよう、小中学生から消費生活に関する標語を平成12年度から毎年募集しています。
- 作品募集、審査など教育委員会と連携している事業です。
- 各学校等を通じて2,000を超える作品の応募があります。

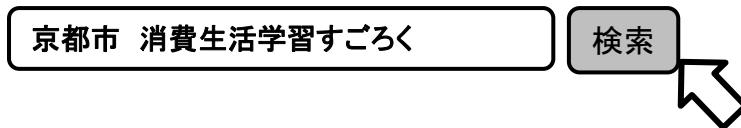
●平成25年度応募数 3,247点



②消費生活学習すごろくのインターネット配信

重点領域	消費者市民社会の構築、商品の安全等、生活の管理と契約、情報とメディア
年齢階層	小学生期、中学生期、成人（一般）
場	家庭

- 小・中学生とその家族が対象です。
- 消費生活に関する様々な問題について、御家庭で楽しみながら学習できる消費生活学習すごろくをインターネット上で配信しています。



③小学生向け消費者教育DVDの市内全小学校への配布 「クーリング☆オフマンと学ぼう！ かしこい消費者になるために」

重点領域	生活の管理と契約
年齢階層	小学生期
場	学校

- 平成21年度作成
- 小学校家庭科の授業等で活用していただけるよう、京都市内の全小学校に配布しました。
- 「物や金銭の大切さに気付き、計画的な使い方を考える」「身近な物の選び方、買い方を考え、適切に購入できる」などについて学んでいただく内容となっています。
- メインキャラクターに「クーリング・オフマン」を採用しました。



④中学生向け消費者教育冊子の市内全中学校への配布

「あなたはだいじょうぶ！？～お金と生活「契約」から考えよう～」

重点領域	生活の管理と契約、情報とメディア
年齢階層	中学生期
場	学校

○中学校の家庭科・社会科の授業の補助教材として活用いただけるよう、毎年、新中学一年生を対象に市内全中学校へ配布しています。

○スマートフォンでのトラブル事例や契約についてなど、身近なところから消費生活について学んでいただけるような内容となっています。

○平成19年度「消費者教育教材資料表彰（行政編）優秀賞」（公益財団法人消費者教育支援センター主催）を受賞しました。



【大学生対象】

⑤大学における消費者教育講座の開講

重点領域	生活の管理と契約、情報とメディア
年齢階層	成人(特に若者)
場	学校

- 同志社大学及び公益財団法人大学コンソーシアム京都との協働により、平成22年度から開講しています。
- 公益財団法人大学コンソーシアム京都が実施している「単位互換制度」を活用しています。
- 大学教授や消費者団体関係者、本市消費生活総合センター長などによる消費者政策の展開や課題、消費者被害、企業の消費者問題への対応などの講義を実施しています。

【高齢者と見守り活動をする方対象】

⑥落語で学ぶ消費者問題

重点領域	生活の管理と契約
年齢階層	成人(一般、特に高齢者)
場	地域

- 平成24年度から開催しています。
- 悪質商法をはじめとする消費者問題について、高齢者にとって親しみやすい落語を用いて分かりやすくお伝えする講座です。
- 難しい話だけでなく、笑いもあり、また、本市の消費生活専門相談員から最近のトラブル事例等の話を直接聞けるということもあり、毎回大変好評です。



3 新たな消費者教育の取組

①年長児(保育園児・幼稚園児)向け消費者教育教材の作成

重点領域	生活の管理と契約
年齢階層	幼児期
場	学校、家庭

- 平成25年度に作成
- 年長児に活用していただくため、京都市内の全保育園(所)及び幼稚園に配布する予定です。
- 「約束やきまりをまもる」、「欲しいものがあったときはよく考え、時には我慢する」、「困ったことがあったら身近な人に相談する」などについて学んでいただくための大形絵本です。
- 家庭でも楽しく学んでいただけるよう、ワークブックを作成しました。
- 児童福祉関係局や教育委員会と連携して作成しました。

②「京都コンシューマーフェスティバル2013 ～消費者力ステップアップのために～」の開催

重点領域	消費者市民社会の構築、商品の安全等、生活の管理と契約、情報とメディア
年齢階層	全ての年齢階層
場	地域、家庭

- 市民一人一人の消費者力の向上を図ることを目的として、平成25年11月に実施しました。
- 消費生活に関する情報提供、消費者団体等による自主的な取組の紹介、あらゆる年齢階層に応じたブース出展・ステージイベントを探り入れた参加型イベントとしました。
- ラジオの公開生放送に、本市消費生活総合センター長と京都府消費生活安全センター長が出演し、消費者教育の必要性についての訴えかけを行いました。
- 参加者からは、「子どもにもわかりやすかった」「とても役に立つ」「子どものうちから消費者教育をやってほしい」などの御意見をいただきました。



4 その他の取組

- 消費生活専門相談員による出前講座
- 区民まつりにおける消費者啓発
- 消費者川柳の募集
- 消費者啓発ポスター作品展開催
- 消費者力パワーアップセミナーの開催
- 市民料理教室
- 健康食品等の送りつけ商法110番
- 動く消費者講座の実施
- 消費者問題学習会の開催
- 消費者団体懇談会の開催
- 消費生活総合センター案内広告等
- 消費生活情報誌「マイシティライフ」(年2回発行)の全戸回覧
- 京・くらしの安心安全情報(隔月発行)による情報の発信
- 市民しんぶん区版挟み込み広告による情報提供
- 京都市PTAしんぶんへの広告掲載
- 情報メール便の配信
- 啓発物品・啓発パンフレットの作成
- 消費生活に関する図書、視聴覚教材の貸出し　など



5月は消費者月間です。