

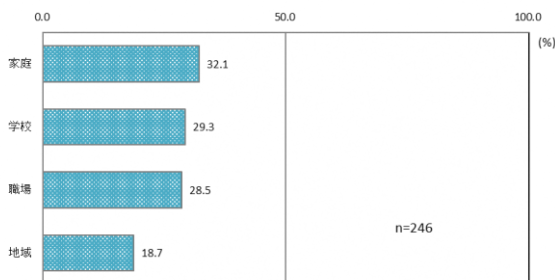
⑨自分の消費行動が世の中に与える影響について(エシカル消費・SDGsを含む)

全体では「家庭」(32.1%)が最も割合が高く、次いで「学校」(29.3%)、「職場」(28.5%)となっている。

教育機関調査で、この内容を授業で扱っているのは「中学校」(70.8%)で最も割合が高く、次いで、「特別支援学校」(60.0%)となっている。

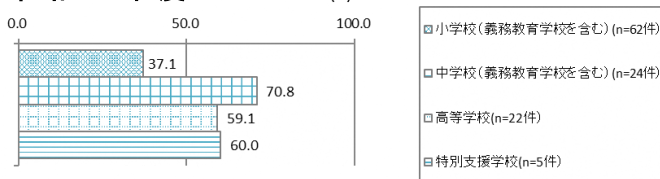
前回調査(30年度)と比較すると、「小学校」、「中学校」、「高等学校」で大幅に増加している。

【全体】

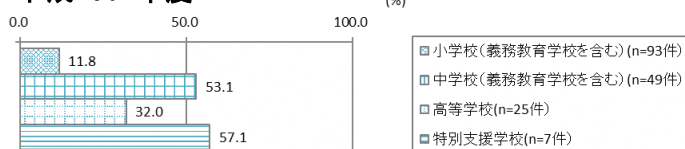


【教育機関調査: 消費者教育に関する授業で扱う内容】

令和5年度



平成30年度

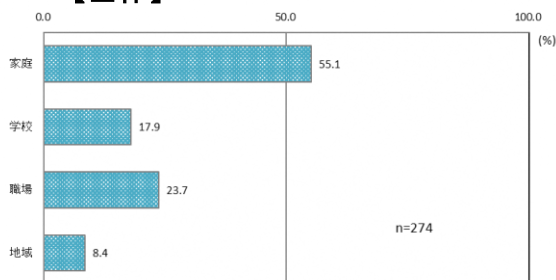


⑩クレジットカードのしくみについて

全体では「家庭」(55.1%)が最も割合が高く、次いで「職場」(23.7%)となっている。教育機関調査で、この内容を授業で扱っているのは「中学校」(91.7%)で最も割合が高く、次いで「高等学校」(81.8%)となっている。

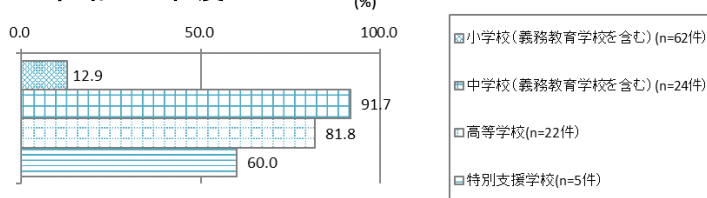
前回調査(30年度)と比較すると、全ての教育機関で増加している。

【全体】

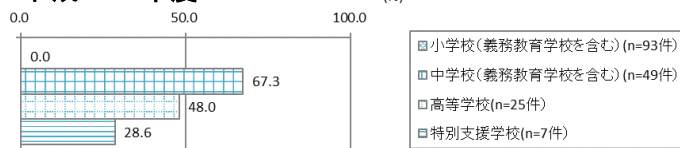


【教育機関調査: 消費者教育に関する授業で扱う内容】

令和5年度



平成30年度



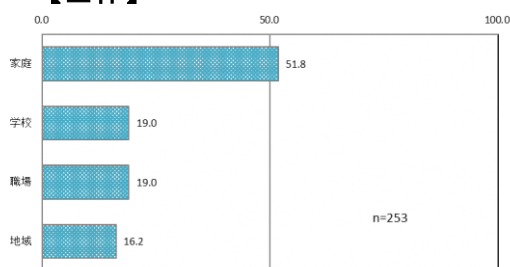
⑪通信販売のしくみと注意点

全体では「家庭」(51.8%)が最も割合が高く、次いで「学校」(19.0%)、「職場」(19.0%)となっている。

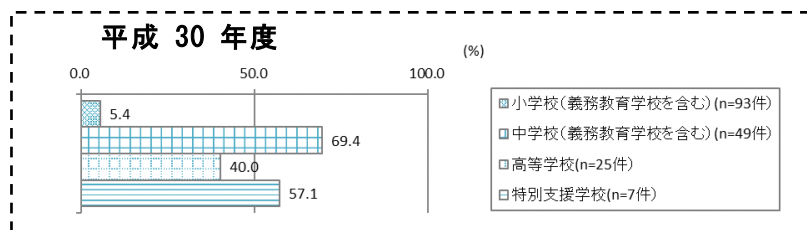
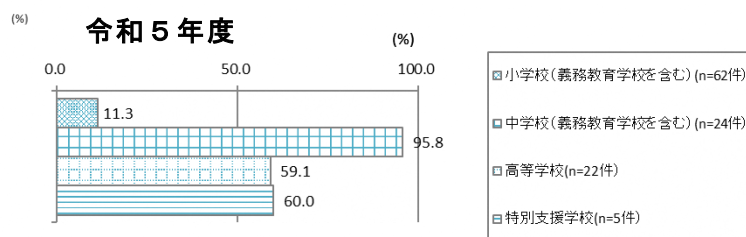
教育機関調査で、この内容を授業で扱っているのは「中学校」(95.8%)で最も割合が高く、次いで「特別支援学校」(60.0%)、「高等学校」(59.1%)となっている。

前回調査(30年度)と比較すると、全ての教育機関で増加している。

【全体】



【教育機関調査: 消費者教育に関する授業で扱う内容】

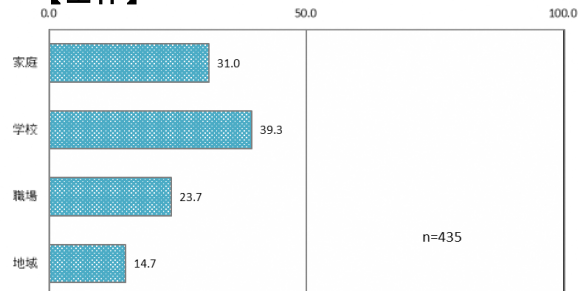


⑫クーリング・オフに関すること

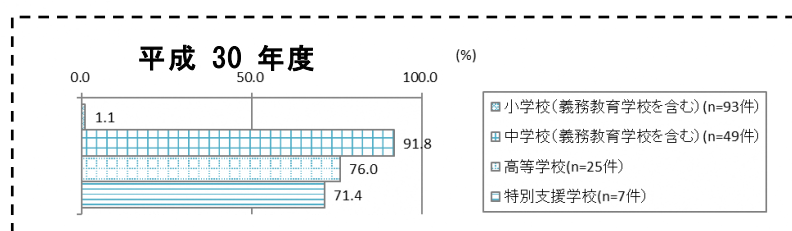
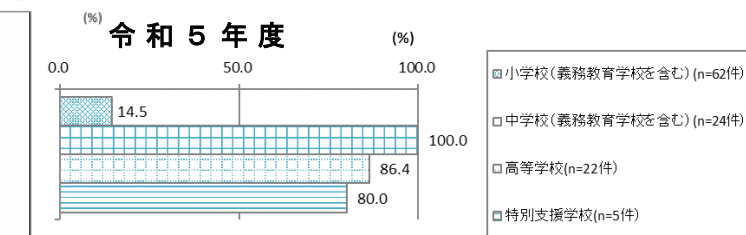
全体では「学校」(39.3%)が最も割合が高く、次いで「家庭」(31.0%)となっている。教育機関調査で、この内容を授業で扱っているのは「中学校」(100.0%)で最も割合が高く、次いで「高等学校」(86.4%)となっている。

前回調査(30年度)と比較すると、全ての教育機関で増加している。

【全体】



【教育機関調査: 消費者教育に関する授業で扱う内容】

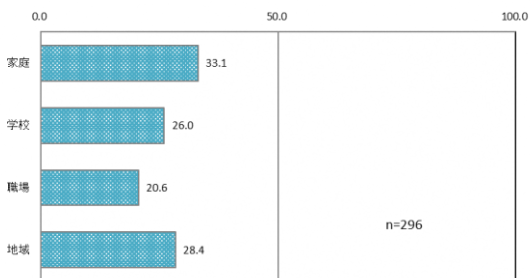


⑬消費生活トラブルへの対処法や相談について

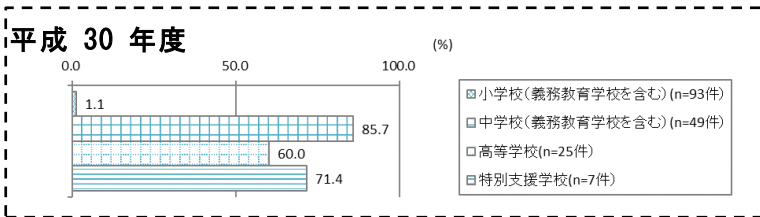
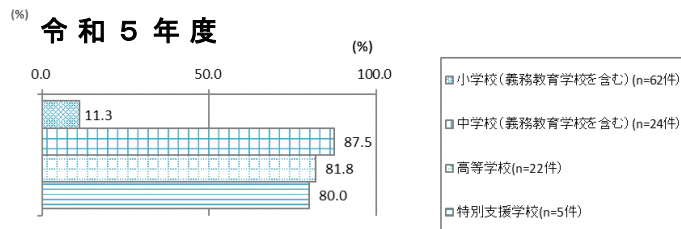
全体では「家庭」(33.1%)が最も割合が高く、次いで「地域」(28.4%)となっている。
 教育機関調査で、この内容を授業で扱っているのは「中学校」(87.5%)で最も割合が高く、次いで「高等学校」(81.8%)、「特別支援学校」(80.0%)となっている。

前回調査(30年度)と比較すると、全ての教育機関で増加している。

【全体】



【教育機関調査: 消費者教育に関する授業で扱う内容】

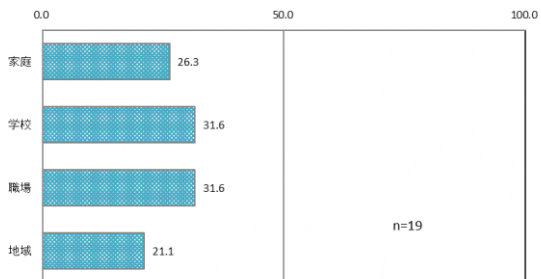


⑭上記以外

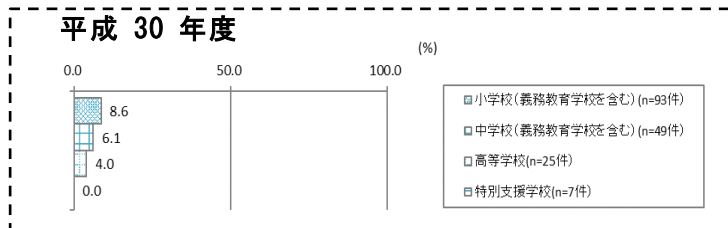
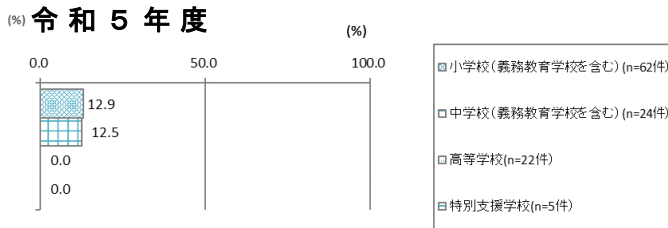
全体では「学校」(31.6%)、「職場」(31.6%)が最も割合が高く、次いで「家庭」(26.3%)となっている。

教育機関調査で、この内容を授業で扱っているのは、いずれの教育機関も僅かである。前回調査(30年度)と比較すると、「小学校」、「中学校」で増加している。

【全体】



【教育機関調査: 消費者教育に関する授業で扱う内容】



(4)どの時期に、どのような消費者教育が必要か

【問 19】

①物や金銭の計画的な使い方

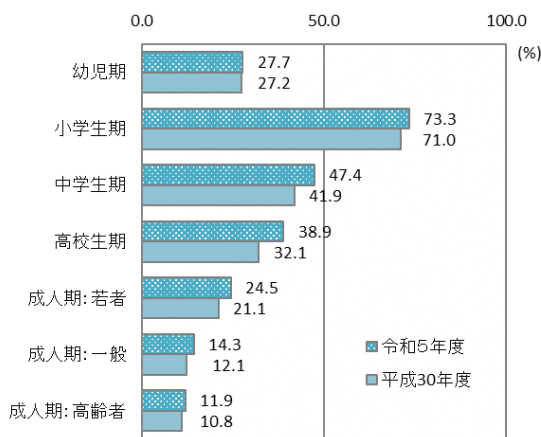
全体では「小学生期」(73.3%)が最も割合が高く、その他の時期では5割を下回っている。

前回調査(30年度)と比較すると、全ての項目で増加している。

教育機関調査では、「小学校」(90.8%)が最も割合が高く、次いで「特別支援学校」(83.3%)となっている。また、「高等学校」(50.0%)も5割を超え、比較的高い割合となっている。

前回調査(30年度)と比較すると、「高等学校」は30.0ポイント、「小学校」は5.8ポイント増加している。

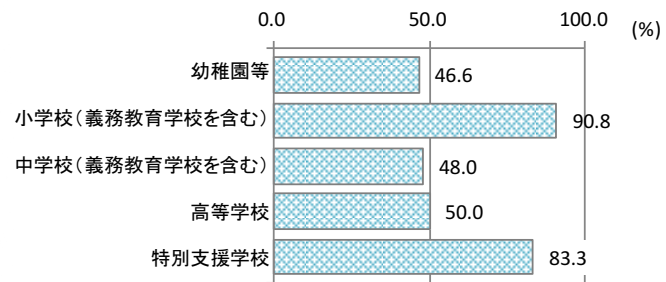
【全体】



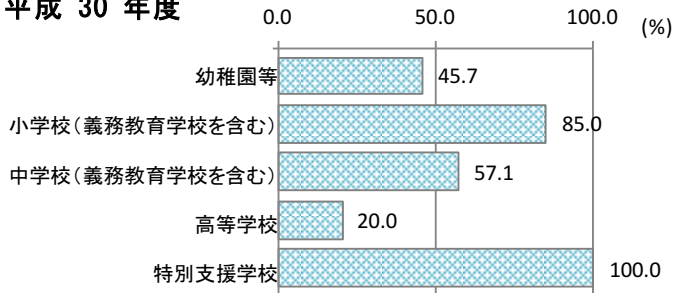
【教育機関調査:消費者教育に関して重要だと思う内容】

※幼稚園等では「買い物の意味やお金の使い方」

令和5年度



平成30年度



②インターネット(スマートフォンや携帯電話含む)の注意点

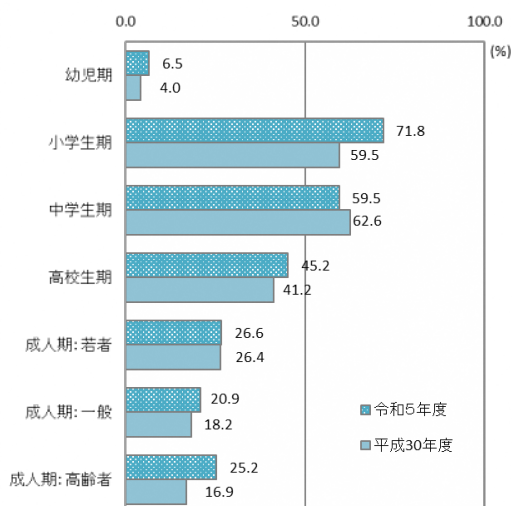
全体では「小学生期」(71.8%)が最も割合が高く、次いで「中学生期」(59.5%)となっている。

前回調査(30年度)と比較すると、「小学生期」で10ポイント以上増加している。

教育機関調査では、中学校を除く全ての教育機関で7割を超えた。

前回調査(30年度)と比較すると、「高等学校」、「特別支援学校」で増加している。

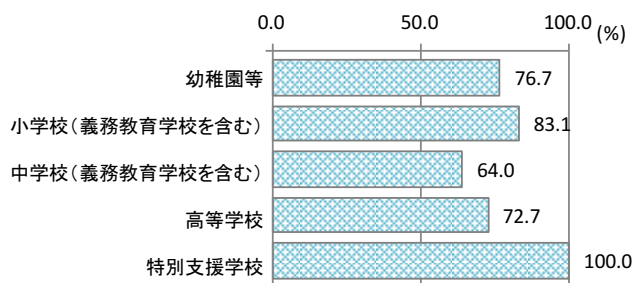
【全体】



【教育機関調査:消費者教育に関して重要だと思う内容】

※幼稚園等では「情報通信機器との付き合い方(テレビ、ゲーム、スマートフォンなど)」

令和5年度



平成30年度

