

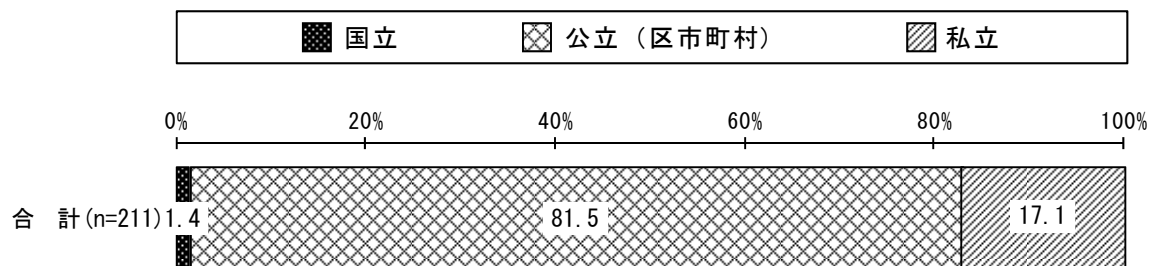
Ⅱ - 3 調査結果のまとめ<小学校>

1. 回答校の属性

○回答校の設置者は、「公立（区市町村）」（81.5%）が最も多くなっている。（図表3-1）

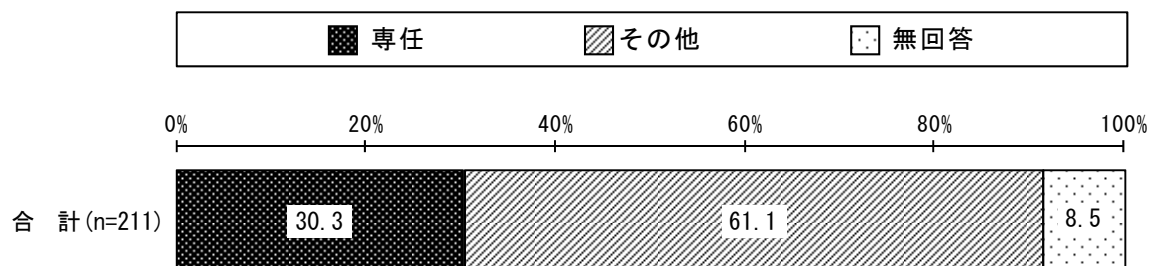
○家庭科教員が「専任」の小学校は約3割となっている。（図表3-2）

図表3-1 設置者



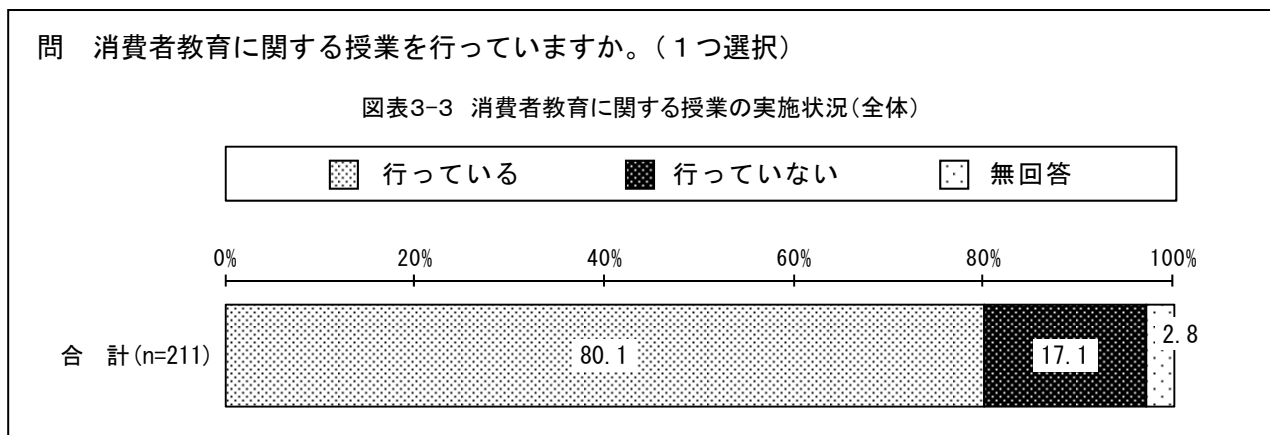
(注)国立(n=3)については、回答数が少ないため、グラフや表は作成するがコメントはしない。

図表3-2 家庭科教員の専任状況



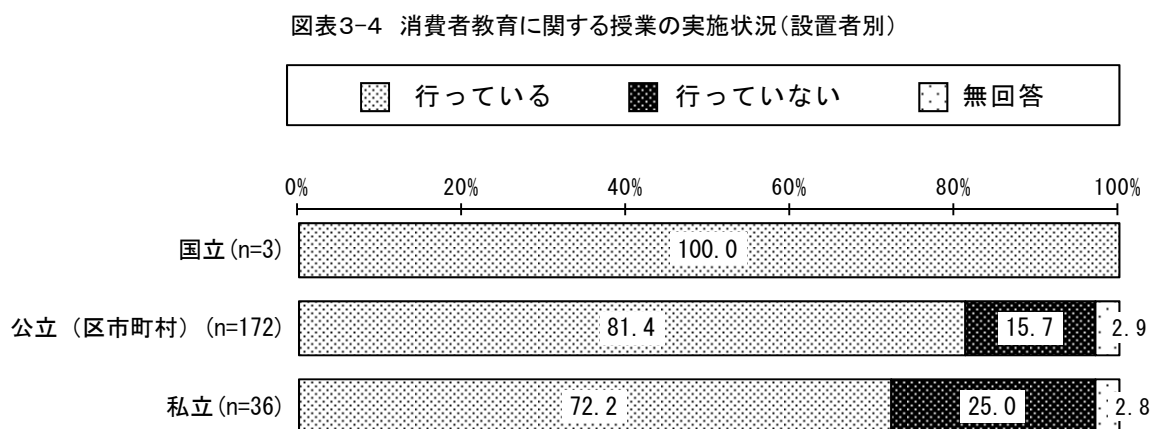
2. 児童に対する消費者教育の実施状況等

2-1. 消費者教育に関する授業の実施状況



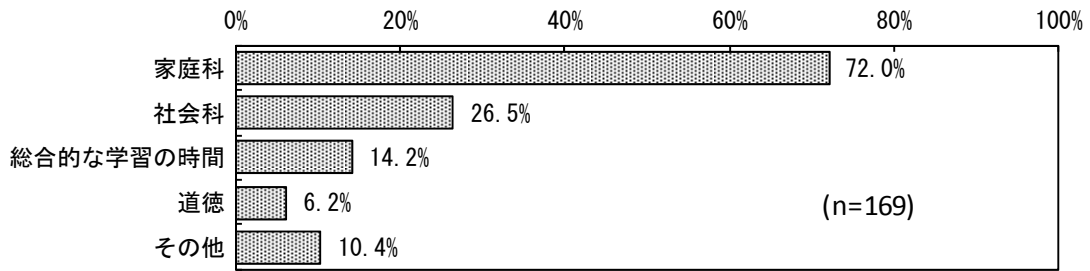
消費者教育に関する授業の実施状況について尋ねたところ、「行っている」(80.1%)、「行っていない」(17.1%)となっている。(図表3-3)

消費者教育に関する実施状況を設置者別にみると、「行っている」割合は、公立(区市町村)(81.4%)が私立(72.2%)より9.2ポイント高くなっている。(図表3-4)

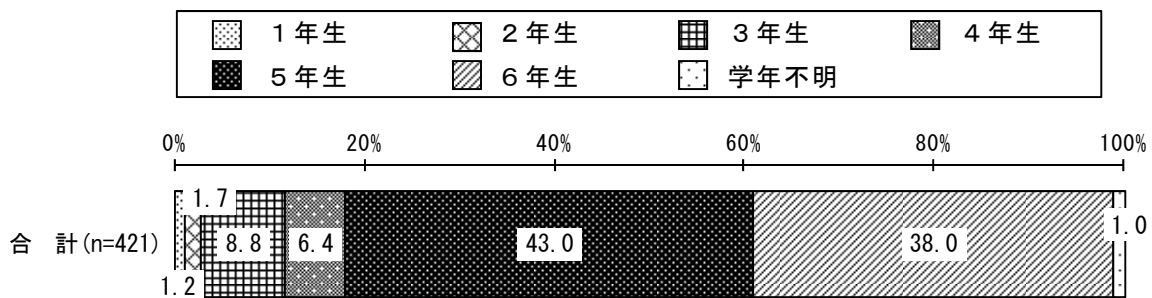


問 消費者教育に関する授業の教科、学年、時間数を教えてください。(複数回答可)

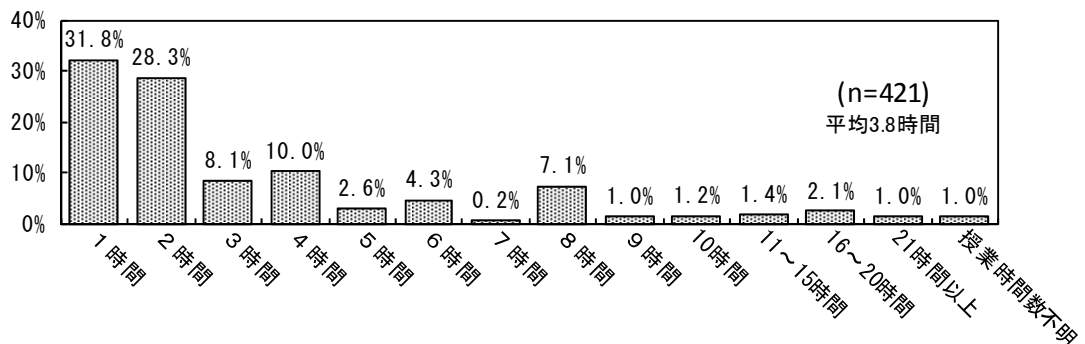
図表3-5 消費者教育を行っている教科(全体)



図表3-6 消費者教育の授業を行っている学年(全体)



図表3-7 消費者教育の授業時間数(全体)



消費者教育に関する授業を「行っている」と回答した小学校に、その教科、学年及び時間数について尋ねた。

教科は「家庭科」(72.0%)が最も多く、以下「社会科」(26.5%)、「総合的な学習の時間」(14.2%)と続いている。(図表3-5)

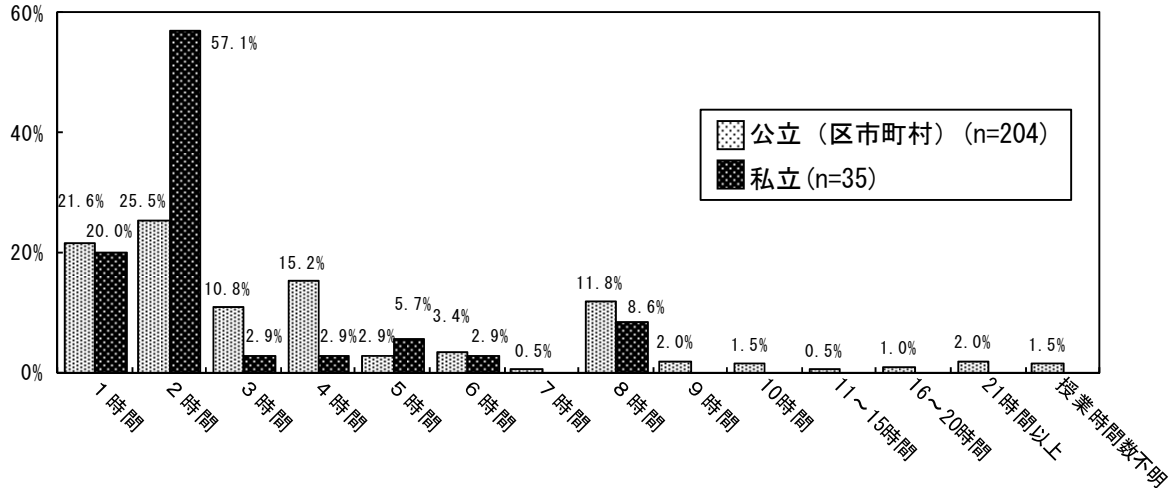
学年は、「5年生」(43.0%)が最も多く、以下「6年生」(38.0%)、「3年生」(8.8%)と続いている。(図表3-6)

授業時間数は、「1時間」(31.8%)が最も多く、以下「2時間」(28.3%)、「4時間」(10.0%)と続いている。平均時間は3.8時間となっている。(図表3-7)

Ⅱ-3 調査結果のまとめ<小学校>

消費者教育を家庭科の授業で行っていると回答した小学校の授業時間数を設置者別にみると、公立（区市町村）では「2時間」（25.5%）、「1時間」（21.6%）が多く、以下「4時間」（15.2%）、「8時間」（11.8%）と続いている。一方、私立では「2時間」（57.1%）が最も多く、以下「1時間」（20.0%）と続いている。（図表3-8）

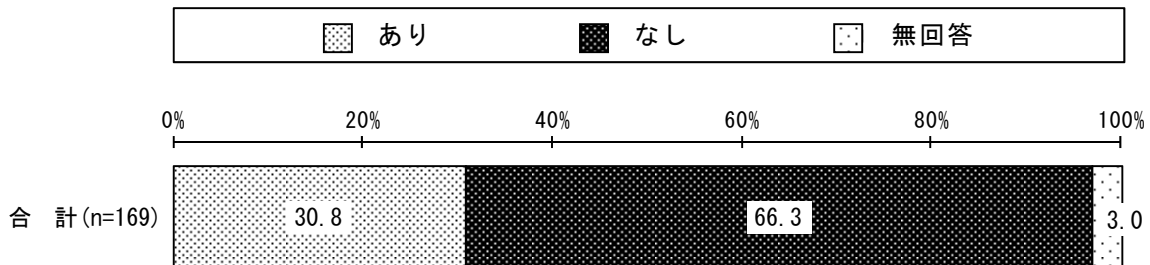
図表3-8 家庭科での授業時間数(設置者別)



2-2. 教科書以外に使用した教材の有無（消費者教育に関する授業を行っている小学校に質問）

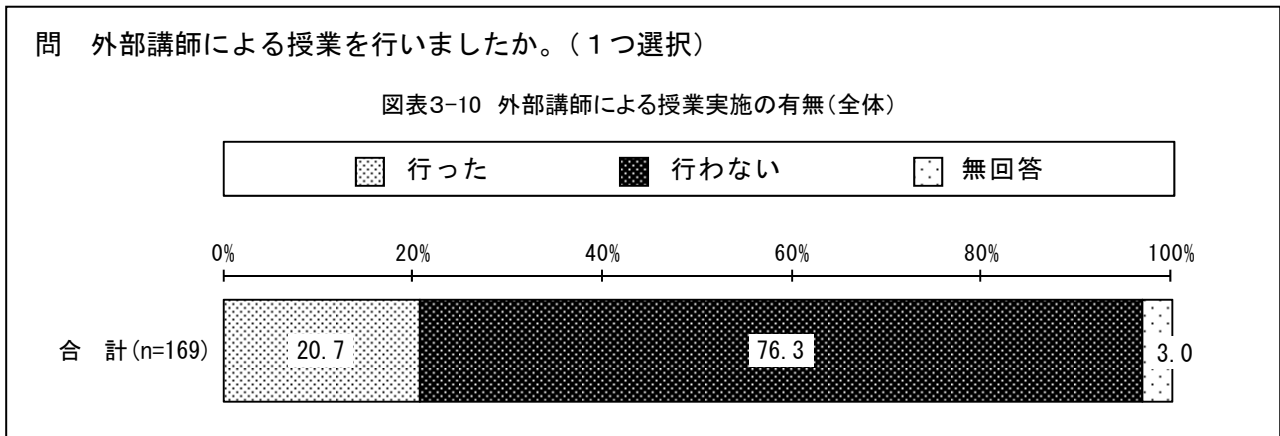
問 教科書以外に使用した教材はありますか。（1つ選択）

図表3-9 教科書以外に使用した教材の有無(全体)



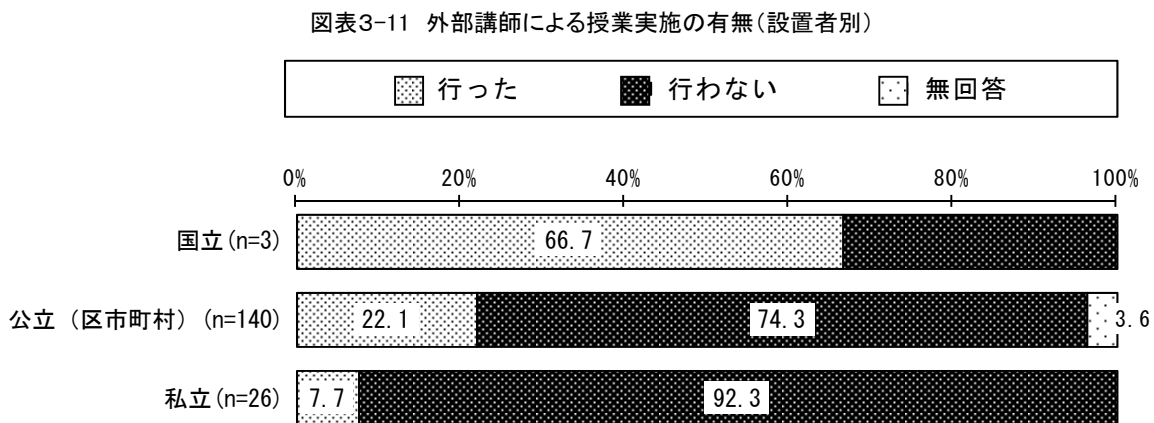
消費者教育に関する授業を行っている小学校に、教科書以外に使用した教材の有無について尋ねたところ、「あり」（30.8%）、「なし」（66.3%）となっている。（図表3-9）

2-3. 外部講師による授業実施の有無（消費者教育に関する授業を行っている小学校に質問）



消費者教育に関する授業を行っている小学校に、外部講師による授業の有無について尋ねたところ、「行った」(20.7%)、「行わない」(76.3%)となっている。(図表3-10)

設置者別にみると、「行った」割合は、公立(区市町村)(22.1%)が私立(7.7%)より14.4ポイント高くなっている。(図表3-11)



2-4. 授業を行った外部講師の所属

(消費者教育に関する授業で外部講師による授業を実施した小学校に質問)

問 授業を行った外部講師の所属を選んでください。(複数回答可)

図表3-12 授業を行った外部講師の所属(全体)

合計	警察	消費生活センター(消費生活部局)職員	教育委員会職員(社会教育指導主事等)	金融広報委員会	その他
35件 100.0%	6件 17.1%	3件 8.6%	1件 2.9%	1件 2.9%	27件 77.1%

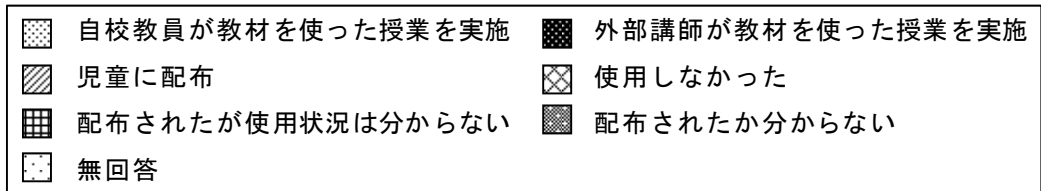
外部講師による消費者教育に関する授業を行ったことがある小学校に、外部講師の所属について尋ねたところ、「警察」(6件)が最も多くなっている。「その他」には「税務署の職員」(5件)、「携帯電話会社等通信会社の職員」(4件)、「金融機関関係者」(3件)等の内容が挙げられている。(図表3-12)

3. 金融経済教育教材『お金ってなあに?』について

3-1. 平成23年度における『お金ってなあに?』の使用方法

問 平成23年度における、『お金ってなあに?』の使用方法を選んでください。(1つ選択)

図表3-13 平成23年度における『お金ってなあに?』の使用方法(全体)



図表3-14 配布した学年(全体)

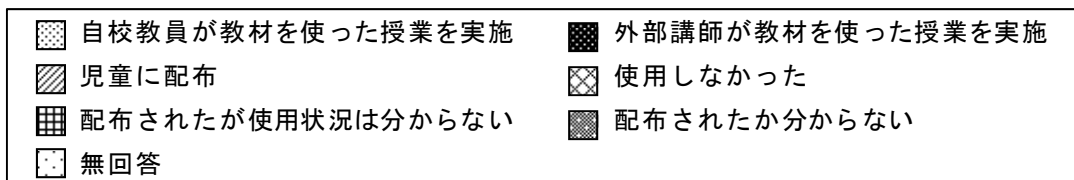
合計	3年生	4年生	5年生	6年生	無回答
128件	112件	2件	3件	5件	8件
100.0	87.5	1.6	2.3	3.9	6.3

平成23年度における『お金ってなあに?』の使用方法について尋ねたところ、「児童に配布」(60.7%)が最も多くなっている。(図表3-13)

「児童に配布」と回答した小学校に配布した学年を尋ねたところ、教材配布時に同封した依頼文に対象学年として記した「3年生」(112件)が最も多くなっている。(図表3-14)

設置者別にみると、公立(区市町村)では、「児童に配布」(65.7%)が最も多く、以下「配布されたが使用状況は分からない」(19.2%)と続いている。私立では「児童に配布」(38.9%)が最も多く、以下「配布されたが使用状況は分からない」(22.2%)、「使用しなかった」(19.4%)と続いている。(図表3-15)

図表3-15 平成23年度における『お金ってなあに?』の使用方法(設置者別)

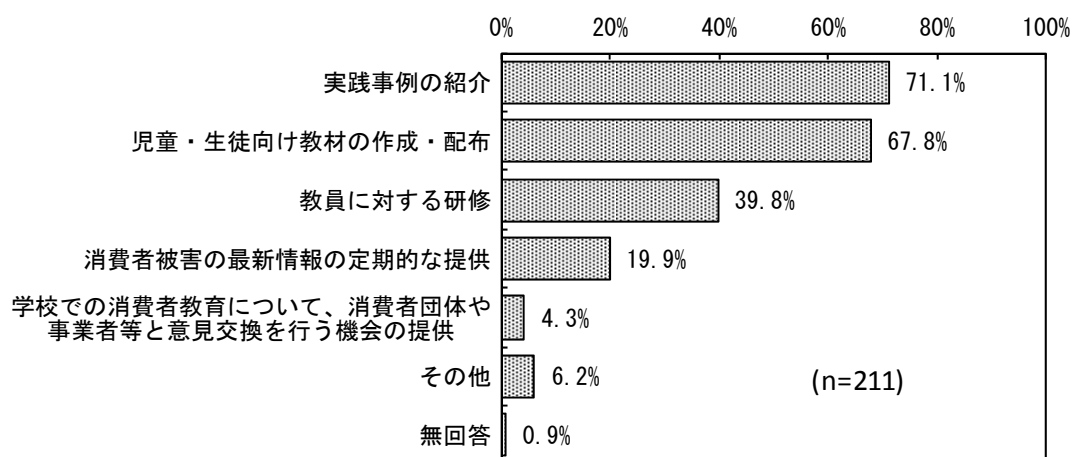


4. 今後の取組・課題・行政への希望等について

4-1. 学校において消費者教育を推進するために必要なこと

問 学校において消費者教育を推進するために必要だと思うことを選んでください。
(3つまで選択可)

図表3-16 学校において消費者教育を推進するために必要なこと(全体)



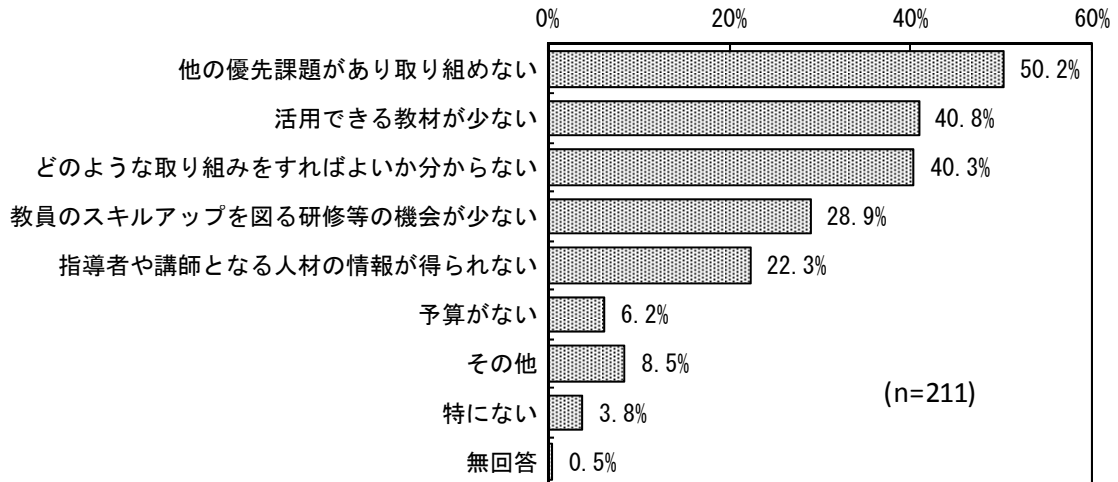
学校において消費者教育を推進するために必要だと思うことを尋ねたところ、「実践事例の紹介」(71.1%)が最も多く、以下「児童・生徒向け教材の作成・配布」(67.8%)、「教員に対する研修」(39.8%)と続いている。(図表3-16)

II-3 調査結果のまとめ<小学校>

4-2. 消費者教育を推進するに当たっての課題

問 消費者教育を推進するに当たって、課題となっていることを選んでください。
(3つまで選択可)

図表3-17 消費者教育を推進するに当たっての課題(全体)



消費者教育を推進するに当たっての課題について尋ねたところ、「他の優先課題があり取り組めない」(50.2%)が最も多く、以下「活用できる教材が少ない」(40.8%)、「どのような取り組みをすればよいか分からない」(40.3%)と続いている。(図表3-17)

設置者別にみると、「他の優先課題があり取り組めない」割合は、私立(61.1%)が公立(区市町村)(47.7%)より13.4ポイント高くなっている。「指導者や講師となる人材の情報が得られない」は公立(区市町村)(25.6%)が私立(5.6%)より20.0ポイント高くなっている。(図表3-18)

図表3-18 消費者教育を推進するに当たっての課題(設置者別)

設置者別	合計	複数回答/(%)								
		他の優先課題があり取り組めない	活用できる教材が少ない	どのような取り組みをすればよいか分からない	教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない	指導者や講師となる人材の情報が得られない	予算がない	その他	特にない	無回答
合計	211	50.2	40.8	40.3	28.9	22.3	6.2	8.5	3.8	0.5
国立	3	66.7	-	-	-	33.3	-	33.3	-	-
公立(区市町村)	172	47.7	40.1	43.0	31.4	25.6	6.4	8.7	3.5	0.6
私立	36	61.1	47.2	30.6	19.4	5.6	5.6	5.6	5.6	-

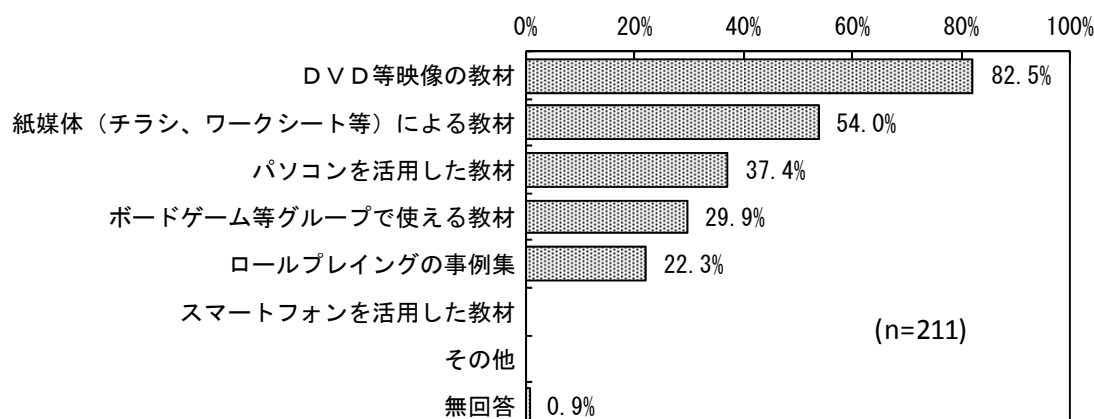
は最も割合が高い項目

5. 消費者教育用の教材について

5-1. 授業等で活用しやすい又は効果があると思われる教材

問 授業等で活用しやすい又は効果があると思われる教材を選んでください。(3つまで選択可)

図表3-19 授業等で活用しやすい又は効果があると思われる教材(全体)

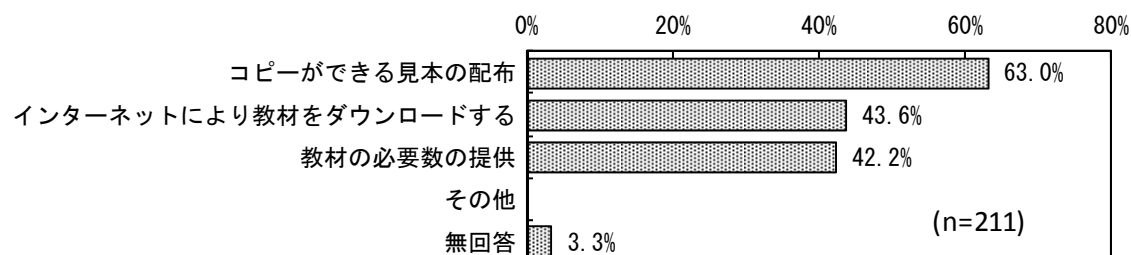


授業等で活用しやすい又は効果があると思われる教材について尋ねたところ、「DVD等映像の教材」(82.5%)が最も多く、以下「紙媒体(チラシ、ワークシート等)による教材」(54.0%)と続いている。(図表3-19)

5-2. 紙媒体の場合、活用できる提供方法

問 紙媒体の場合、活用できる提供方法を選んでください。(複数選択可)

図表3-20 紙媒体の場合、活用できる提供方法(全体)



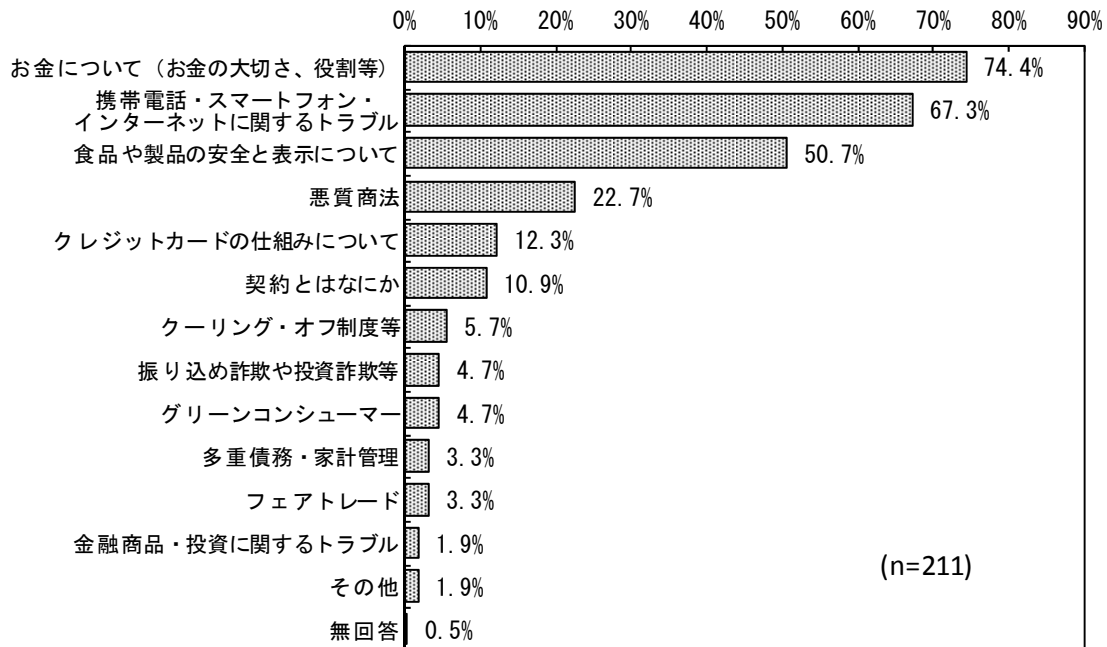
消費者教育用の教材が紙媒体の場合、活用できる提供方法について尋ねたところ、「コピーができる見本の配布」(63.0%)が最も多く、以下「インターネットにより教材をダウンロードする」(43.6%)、「教材の必要数の提供」(42.2%)と続いている。(図表3-20)

II-3 調査結果のまとめ<小学校>

5-3. 消費者問題に関する教材で希望するテーマ

問 消費者問題に関する教材で、希望するテーマを選んでください。（3つまで選択可）

図表3-21 消費者問題に関する教材で希望するテーマ(全体)



消費者問題に関する教材で、希望するテーマについて尋ねたところ、「お金について (お金の大切さ、役割等)」(74.4%) が最も多く、以下「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル」(67.3%)、「食品や製品の安全と表示について」(50.7%) と続いている。(図表3-21)

設置者別にみると、公立(区市町村)では「お金について (お金の大切さ、役割等)」(75.6%)、私立では「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル」(72.2%) が最も多くなっている。(図表3-22)

図表3-22 消費者問題に関する教材で希望するテーマ(設置者別)

設置者別	合計	複数回答 / (%)							
		さへお金について (お金の大切さ、役割等)	携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル	食品や製品の安全と表示について	悪質商法	クレジットカードの仕組みについて	契約とはなにか	クーリング・オフ制度等	振り込み詐欺や投資詐欺等
合計	211	74.4	67.3	50.7	22.7	12.3	10.9	5.7	4.7
国立	3	100.0	66.7	-	33.3	-	66.7	-	-
公立(区市町村)	172	75.6	66.3	50.6	21.5	14.0	11.0	5.8	5.2
私立	36	66.7	72.2	55.6	27.8	5.6	5.6	5.6	2.8

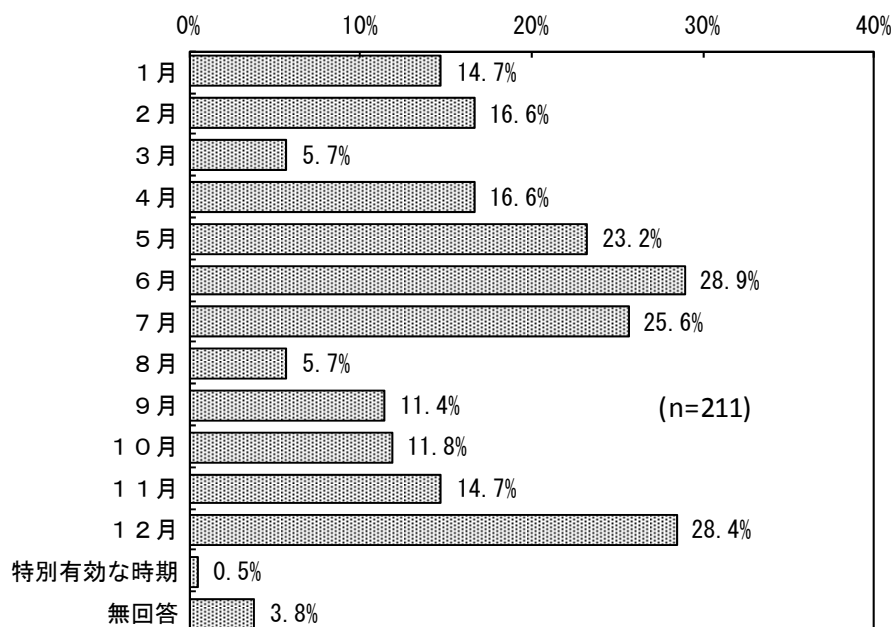
設置者別	合計	複数回答 / (%)					
		グリーンコンシューマー	多重債務・家計管理	フェアトレード	金融商品・投資に関するトラブル	その他	無回答
合計	211	4.7	3.3	3.3	1.9	1.9	0.5
国立	3	33.3	-	-	-	-	-
公立(区市町村)	172	4.7	2.3	2.3	2.3	2.3	0.6
私立	36	2.8	8.3	8.3	-	-	-

は最も割合が高い項目

5-4. 教材の活用を図りやすい提供時期

問 教材の活用を図りやすい提供時期を選んでください。(3つまで選択可)

図表3-23 教材の活用を図りやすい提供時期(全体)



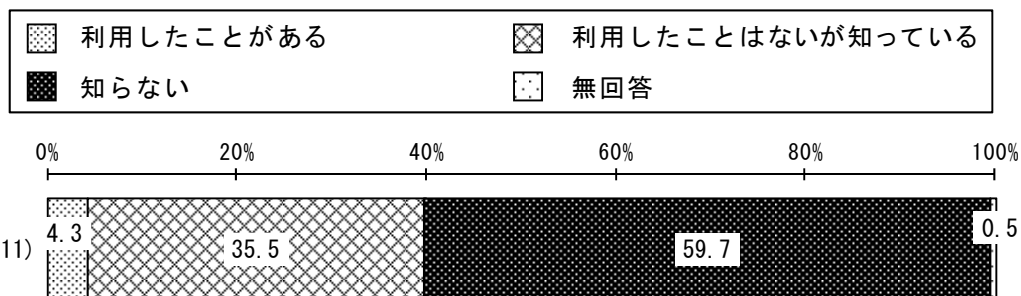
教材の活用を図りやすい提供時期について尋ねたところ、「6月」(28.9%)が最も多く、以下「12月」(28.4%)、「7月」(25.6%)と続いている。一方、「3月」、「8月」(各々5.7%)は少なくなっている。(図表3-23)

6. 消費者教育に関する講座、研修等について

6-1. 東京都消費生活総合センターの出前講座の認知状況

問 東京都消費生活総合センターの出前講座（消費者啓発員による講師派遣制度）を知っていますか。（1つ選択）

図表3-24 東京都消費生活総合センターの出前講座の認知状況(全体)

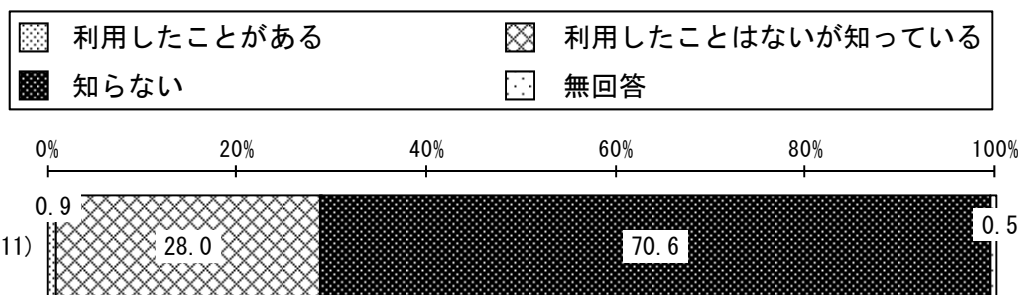


東京都消費生活総合センターの出前講座（消費者啓発員による講師派遣制度）の認知状況を尋ねたところ、「利用したことがある」（4.3%）、「利用したことはないが知っている」（35.5%）、「知らない」（59.7%）となっており、認知状況は約4割となっている。（図表3-24）

6-2. 東京都消費生活総合センターの出前寄席の認知状況

問 東京都消費生活総合センターの出前寄席（消費者啓発ボランティアグループが出向き、落語、漫才、コントで悪質商法の手口などを伝える事業）を知っていますか。（1つ選択）

図表3-25 東京都消費生活総合センターの出前寄席の認知状況(全体)

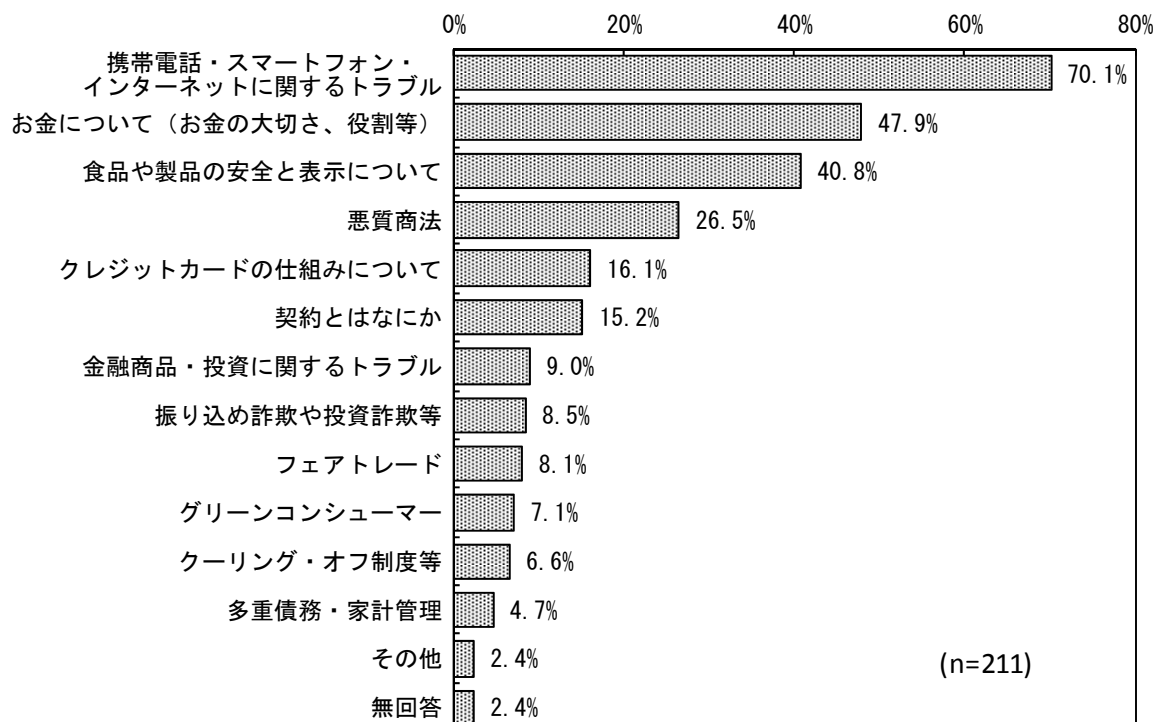


東京都消費生活総合センターの出前寄席（消費者啓発ボランティアグループが出向き、落語、漫才、コントで悪質商法の手口などを伝える事業）の認知状況を尋ねたところ、「利用したことがある」（0.9%）、「利用したことはないが知っている」（28.0%）、「知らない」（70.6%）となっており、認知状況は3割未満となっている。（図表3-25）

6-3. 消費者問題に関する教職員向け講座において希望するテーマ

問 消費者問題に関する教職員向け講座において、希望するテーマを選んでください。
(3つまで選択可)

図表3-26 消費者問題に関する教職員向け講座において希望するテーマ(全体)



消費者問題に関する職員向け講座において、希望するテーマについて尋ねたところ、「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル」(70.1%)が最も多く、以下「お金について(お金の大切さ、役割等)」(47.9%)、「食品や製品の安全と表示について」(40.8%)、「悪質商法」(26.5%)と続いている。(図表3-26)

II-3 調査結果のまとめ<小学校>

設置者別にみると、公立（区市町村）、私立ともに「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル」が最も多くなっている。公立（区市町村）は私立より教職員向け講座に希望するテーマを挙げている割合が高い傾向がみられ、「クレジットカードの仕組みについて」（15.8 ポイント差）、「お金について（お金の大切さ、役割等）」（10.5 ポイント差）は私立より 10 ポイント以上高くなっている。一方、私立は「食品や製品の安全と表示について」（17.2 ポイント差）、「フェアトレード」（13.6 ポイント差）、「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル」（12.6 ポイント差）が公立より 10 ポイント以上高くなっている。（図表 3-27）

図表3-27 消費者問題に関する教職員向け講座において希望するテーマ(全体)

		複数回答 / (%)								
		合計	携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル	お金について（お金の大切さ、役割等）	食品や製品の安全と表示について	悪質商法	クレジットカードの仕組みについて	契約とはなにか	金融商品・投資に関するトラブル	振り込み詐欺や投資詐欺等
合計		211	70.1	47.9	40.8	26.5	16.1	15.2	9.0	8.5
設置者別	国立	3	66.7	66.7	-	33.3	33.3	66.7	-	-
	公立（区市町村）	172	68.0	49.4	38.4	27.9	18.6	15.1	9.9	9.9
	私立	36	80.6	38.9	55.6	19.4	2.8	11.1	5.6	2.8

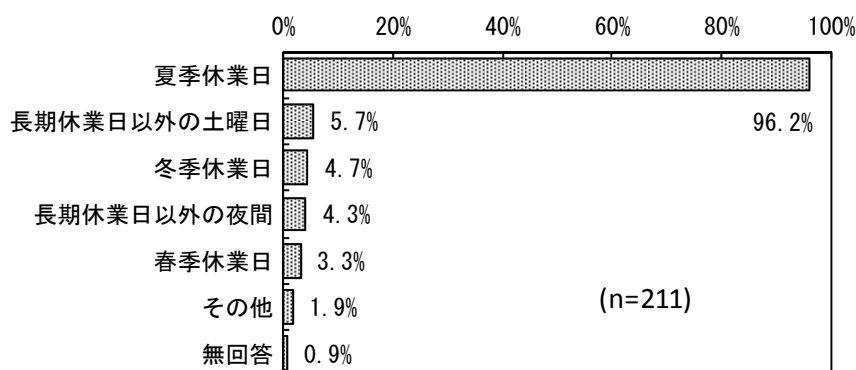
		合計	フェアトレード	グリーンコンシューマー	クリーニング・オフ制度等	多重債務・家計管理	その他	無回答
合計		211	8.1	7.1	6.6	4.7	2.4	2.4
設置者別	国立	3	-	-	-	-	33.3	-
	公立（区市町村）	172	5.8	7.6	6.4	4.1	2.3	2.9
	私立	36	19.4	5.6	8.3	8.3	-	-

は最も割合が高い項目

6-4. 教職員が講座に参加しやすい時期

問 教職員が、講座に参加しやすい時期を選んでください。(2つまで選択可)

図表3-28 教職員が講座に参加しやすい時期(全体)



教職員が講座に参加しやすい時期について尋ねたところ、「夏季休業日」(96.2%)が最も多くなっている。(図表3-28)

設置者別にみると、公立(区市町村)、私立ともに「夏季休業日」が最も多くなっているが、私立は「長期休業日以外の土曜日」(22.2%)も多くなっている。(図表3-29)

図表3-29 教職員が講座に参加しやすい時期(設置者別)

設置者別	合計	複数回答 / (%)						
		夏季休業日	長期休業日以外の土曜日	冬季休業日	長期休業日以外の夜間	春季休業日	その他	無回答
合計	211	96.2	5.7	4.7	4.3	3.3	1.9	0.9
国立	3	100.0	-	33.3	-	33.3	-	-
公立(区市町村)	172	97.1	2.3	5.2	2.3	1.2	2.3	1.2
私立	36	91.7	22.2	-	13.9	11.1	-	-

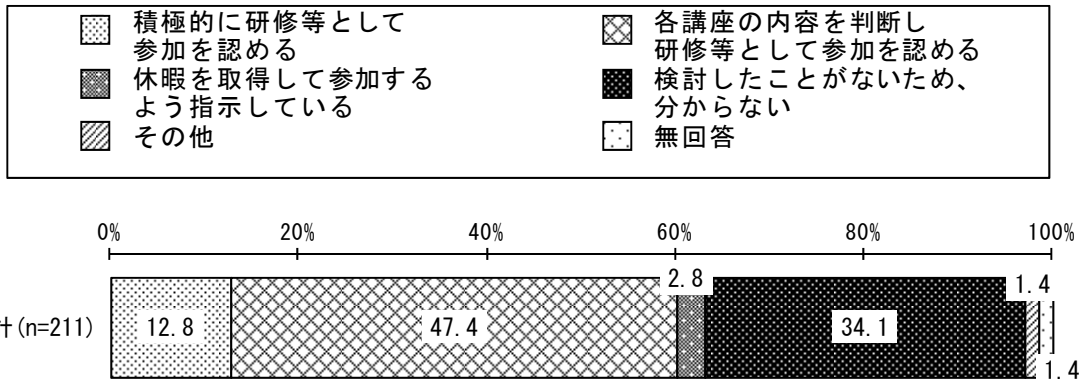
は最も割合が高い項目

II-3 調査結果のまとめ<小学校>

6-5. 東京都消費生活総合センターで行っている夏休みの教員向け講座の参加の取扱状況

問 東京都消費生活総合センターでは、夏休みに教員向けの講座を行っていますが、貴校の参加の取扱状況を選んでください。(1つ選択)

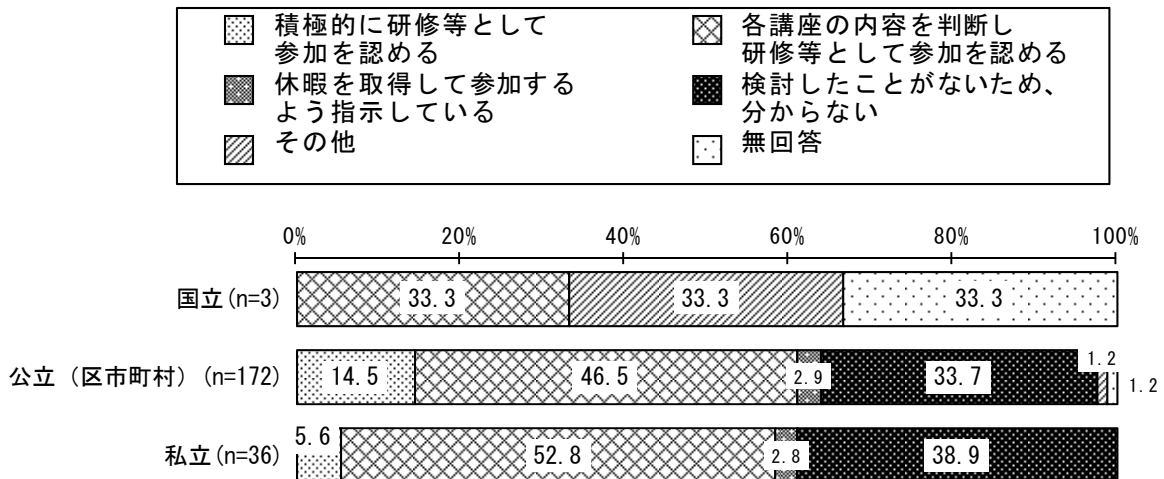
図表3-30 東京都消費生活総合センターで行っている夏休みの教員向け講座の参加の取扱状況(全体)



東京都消費生活総合センターでは、夏休みに教員向けの講座を行っており、その講座に参加する場合の取扱状況について尋ねたところ、「各講座の内容を判断し研修等として参加を認める」(47.4%)が最も多く、以下「検討したことがないため、分からない」(34.1%)と続いている。(図表3-30)

設置者別にみると、「積極的に研修等として参加を認める」割合は公立(区市町村)(14.5%)が私立(5.6%)より8.9ポイント高くなっている。(図表3-31)

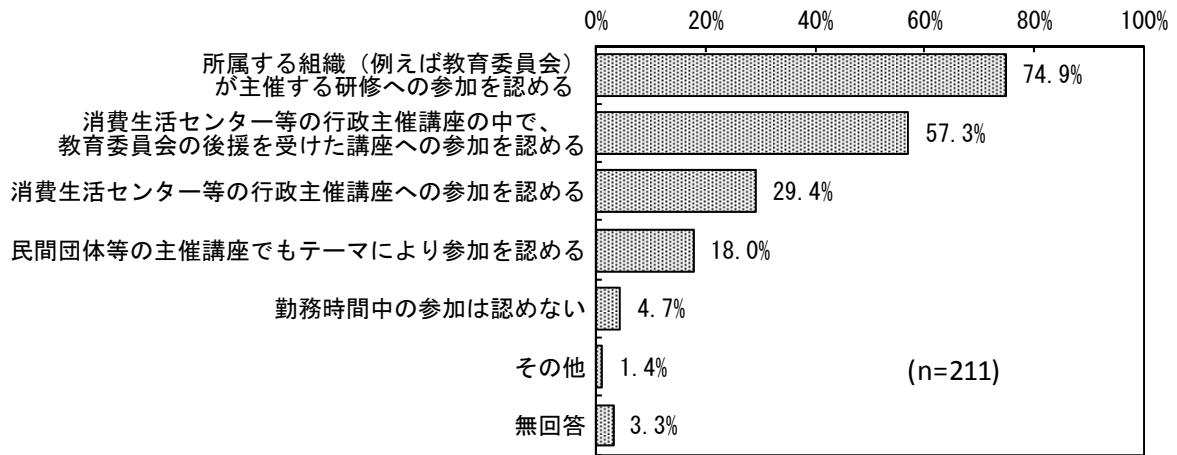
図表3-31 東京都消費生活総合センターで行っている夏休みの教員向け講座の参加の取扱状況(設置者別)



6-6. 今後、消費者問題に関する研修（講座）参加を教員が希望する場合の対応

問 今後、消費者問題に関する研修（講座）参加を教員が希望する場合の対応を選んでください。
（複数選択可）

図表3-32 今後、消費者問題に関する研修（講座）参加を教員が希望する場合の対応（全体）



今後、消費者問題に関する研修（講座）参加を教員が希望した場合の対応について尋ねたところ、「所属する組織（例えば教育委員会）が主催する研修へ参加を認める」（74.9%）が最も多く、以下「消費生活センター等の行政主催講座の中で、教育委員会の後援を受けた講座への参加を認める」（57.3%）と続いている。（図表3-32）

設置者別にみると、公立（区市町村）は「所属する組織（例えば教育委員会）が主催する研修への参加を認める」（82.6%）、私立は「民間団体等の主催講座でもテーマにより参加を認める」（52.8%）が最も多くなっている。（図表3-33）

図表3-33 今後、消費者問題に関する研修（講座）参加を教員が希望する場合の対応（設置者別）

設置者別	合計	複数回答 / (%)							
		加を認める	所属する組織が主催する研修への参加を認める	後援を受けた講座への参加を認める	消費生活センター等の行政主催講座への参加を認める	消費生活センター等の行政主催講座への参加を認める	民間団体等の主催講座でも	勤務時間中の参加は認めない	その他
合計	211	74.9	57.3	29.4	18.0	4.7	1.4	3.3	
国立	3	66.7	33.3	33.3	33.3	-	-	33.3	
公立（区市町村）	172	82.6	63.4	26.7	10.5	2.9	1.7	2.9	
私立	36	38.9	30.6	41.7	52.8	13.9	-	2.8	

は最も割合が高い項目