

【参考表4】高齢期の消費者教育の体系（行動目標、学習内容、家族や地域の見守りの中の消費者教育）

●消費者教育の理念：主体的、社会的な消費行動がとれる「自立した消費者」をめざして

目標① 自ら進んで必要な知識を習得し、必要な情報を収集する等、自らの消費生活を豊かにするため、自主的かつ合理的に行動できる消費者の育成

目標② 消費行動を通じて、持続可能な社会の実現に貢献できる消費者の育成

消費者教育の体系化の軸	消費基本行動		安全確保		商品情報の理解		選 択		被害救済		環境及び社会的影響の理解												
	①消費者問題	②家計経営	③契約	①商品の安全	②情報リスク対応	①表示・マーク情報	②知的財産権	①ニーズに合った選択	②環境に配慮した選択	①製品事故	②契約トラブル	①環境	②ネットの社会的影響	③非常時の消費行動									
ライフステージ	①消費生活に関連する社会経済の動向や消費者問題についての情報を収集するとともに、豊かな消費生活の実現及び消費者被害の未然防止に向けて、行政や事業者から自らの意見の発信等を行うことにより、自ら対応したり、協力して必要な取り組みができる。	②家計に深い市場経済などの動向について把握するとともに、自らの家計を適切に管理し、合理的な生活設計やお金の使い方ができる。大震災など非常時に備えた準備や対応に、平素から検討し、取り組むことができる。	③契約の意味・内容や契約上の権利と義務を理解し、契約を誠実に履行できる。安心して契約・取引ができる社会を目指し、協力して必要な取り組みができる。	①商品の安全性に関する情報を確認し、生命・健康への影響に配慮して、商品を選択・利用できる。安全に暮らせる社会を目指し、消費者の安全を確保するために協力して取り組むことができる。	②個人情報適切に管理し、自他の権利や利益に配慮して情報通信を適切に活用できる。	①品質や価格、環境に関する表示・マーク、事業者から提供される商品情報について理解し、購入・使用・廃棄の各段階で活用できる。情報通信の利便性を広く日常生活の中で理解し、商品情報の収集に協力して活用できる。	②知的財産権に配慮して、他人の創作物などを利用できる。	①商品・サービスの購入に当たっては、自己の必要性を満たすために、適切に判断し、合理的な選択ができる。	②商品の購入段階において、環境や社会への影響を考慮することができる。	①商品による事故・危害にあったときに、消費者自身が被害の回復を図るよう適切な対応ができる。	②契約トラブルがあったときに、消費者自身が被害の回復を図るよう適切な対応ができる。	①商品による事故・危害にあったときに、被害の回復を図るよう適切な対応ができる。	②契約・取引で心配や不安があるときに、身近な人に相談したり、高齢者支援のための制度や組織を利用できる。	①商品の使用・廃棄段階に関わり、環境への影響に配慮して、適切に活用できる。	②心身の状況に応じて、自他の権利や利益に配慮して情報通信を適切に活用できる。	③非常時において冷静な消費行動がとれるよう、心身の状況に応じた準備をしておくことができる。							
高齢期の行動目標	①心身の状況に応じて、消費生活や健康に生活するための情報を収集し、対応策をとることができる。	②自らの年金や資産の状況を把握して、家計運営に活かすことができる。	③契約する際に、契約の内容をよく確認した上で契約することができる。	①心身の状況に応じて、安全な商品を選べる。	②心身の状況に応じて、個人情報を守り、情報通信を適切に活用できる。	①自分の周囲の商品について、品質、安全、環境に関する新たなマークや表示等に関心を持ち、商品の選択に活用することができる。	②これまでの経験・知恵を知的財産として活かすことができる。	①自己の判断・選択での不安に備えて、身近な人の協力が得られるようにしておくことができる。	②環境に関する新たなマークや表示に関心を持ち、商品の選択に活用することができる。	①商品による事故・危害を、身近な人に相談できる。	②契約・取引で心配や不安があるときに、身近な人に相談したり、高齢者支援のための制度や組織を利用できる。	①商品の使用・廃棄段階に関わり、環境への影響に配慮して、適切に活用できる。	②心身の状況に応じて、自他の権利や利益に配慮して情報通信を適切に活用できる。	③非常時において冷静な消費行動がとれるよう、心身の状況に応じた準備をしておくことができる。	④環境保全に関する生活上の知恵や工夫を次世代に伝えることができる。								
【参考】成人期の行動目標	①消費生活に関連する社会経済の動向や消費者問題についての情報を収集するとともに、その前提となる社会経済の仕組みを理解する。	②家計の支払い能力や貯蓄や保険、クレジット（ローン）を適切に活用することができる。	③契約の意味と基本的なルールや法律・制度等（契約当事者としての権利と義務等）を理解し、契約の内容を十分確認した上で契約することができる。	①日常生活や社会生活の中で利用する商品の品質、安全、環境に関する情報を集めることにより、安全な商品を選べる。	②個人情報などの流出による被害や社会的責任を自覚し、自他の個人情報などを適切に管理することができる。	①日常生活や社会生活の中で利用する商品の品質、安全、環境に関するマークや表示等に関心を持ち、その意味を理解できる。	②知的財産権を尊重し、購入することにより正規商品の提供者を支持し、不正商品市場から排除する取り組みに協力できる。	①自己の必要性や所得、商品の品質を考慮し、選択肢の費用と効果を検討し、商品やサービスを選択することができる。	②日常生活や社会生活の中で利用する商品の環境に関するマークや表示を理解し、環境に配慮した商品を選ぶことができる。	①商品の欠陥等や事故・危害があったときに、被害救済の制度・機関を活用できる。	②契約・取引のトラブルが生じたときに、消費生活のための法律・制度を活用したり、相談機関への相談、事業者との交渉など、自ら解決に向けた対応ができる。	①日常生活や社会生活の中で利用する物の社会への影響をプラス面・マイナス面の双方から理解し、自他の権利や利益に配慮して、情報通信を適切に活用できる。	②情報通信の活用による社会への影響をプラス面・マイナス面の双方から理解し、自他の権利や利益に配慮して、情報通信を適切に活用できる。	③非常時において、消費生活を含め社会的な秩序を守るための行動について、後継し準備をすることができる。	④安心して情報通信が利用できるように、社会に働きかけていくことができる。								
高齢期の学習内容	消費者の権利・責任の理解、契約の基礎知識、家計を取り巻く市場経済や社会構造の理解	消費者の意見発信による事業者の消費者志向経営促進、三者（消費者・事業者・行政）の情報・意見交換	高齢者の食生活支援制度の活用	成年後見制度	年金制度、介護保険制度、公的医療制度	非常時における、心身の状況に応じた消費生活の確保策の検討	ATMの使い方	遺言書	消費者の権利・責任の理解、契約の基礎知識、家計を取り巻く市場経済や社会構造の理解	家電製品など身の回りの生活用品の正しい使い方	個人情報の流出に注意した、情報機器の安全な活用	商品知識	ネットショッピングにおける商品情報の読み方	高齢者が悪質商法にかかりやすい心理	介護サービスの選択	高齢者が生活に合った商品（ユニバーサルデザイン等）の選択	適切な相談窓口への問い合わせ（生活情報センターなど）	トラブルへの対処方法（クーリング・オフ制度など）	高齢者福祉専門相談窓口、あんしんすこやかセンター	適切な廃棄方法、リサイクル方法、無理のないエコライフ	非常時における、支援者及び緊急連絡手段の確保の検討	ネットの社会的影響に配慮した情報通信機器の適切な活用	非常時における初動動作、正確な情報に基づく冷静な消費行動（パニックの防止）
高齢者を家族や地域で見守るためのヒント	高齢者に頻繁に発生している消費者問題について、高齢者に直接口頭で丁寧に伝え、注意を促す。	年金等の家計収支と家計支出の現状を把握するよう習慣をつける。	契約する際に、内容の分からないものについては、契約約款がないか確認する。	契約について信用できる身近な人の協力が得られるよう、相談体制を構築する。	高齢者の心身の状況に応じて、高齢者の生活を守る制度として成年後見制度などの制度があることを伝える。	使用手順や留意点に関するチェックリストを作成・活用する。	相談者や支援者の連絡先を記載した見守りマップを作成する。	電気製品について無理な使い方をしているときは、正しい使い方を説明する。また、長期に使用している場合は、必要に応じて、使用中の中止を勧める。	ホームヘルス機器など身近な商品に付されるマークに注視する習慣を身につける。	高齢者の知恵を、消費生活に特化した形で、情報機器の操作を学ぶ。	アナログ情報の中から必要な消費者情報を入手・活用する方法を学ぶ。	商品選択において、家族や周囲の支援者などに相談できる体制を常に整えておく。	悪質商法の手法を具体的に理解する。（ロールプレイによる疑似体験、ビデオの視聴）	高齢者本人が気付かずに消費者被害の実態を理解し、普段の会話から、被害の発生を感じたときには適切な相談窓口に相談する。	一人ひとりが身につけてきた物を大切にしようとするライフスタイルを次世代へ伝えようとする意欲を育む。子や孫世代に伝承するよう機会をつくる。	非常時における初動動作の確認や、緊急連絡先の指示等、非常時に冷静な行動が取れるよう準備をしておく。							

参考資料：『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）、『教員・講師のための消費者教育ティーチングガイド』（平成20年3月発行、制作：財団法人消費者教育支援センター / 著作：内閣府国民生活局）

注：表中の四角の枠の色について □（桃色）は高度情報通信社会の進展に関連する項目 / □（黄緑色）は環境の保全に関連する項目 / □（オレンジ色）は知的財産権の保護に関する項目を示す。