

仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画を策定しました

このたび、令和8年度から12年度を計画期間とする「仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画」を策定しました。「消費者が安全に安心して暮らせる社会」「消費者市民社会」の実現を目指し、消費生活に関する施策を総合的かつ計画的に推進します。

● 計画の構成

施策の柱を次の5つにまとめ、すべての柱に共通して、多様な主体との連携を推進します。
学校における消費者教育は、特に柱ⅡとⅢに位置付けています。

I 消費生活の安全・安心の確保

市民が安心して生活できるよう、消費生活における安全を確保するための取り組みを推進します。

II ライフステージや消費者の多様な特性に応じた消費者教育・啓発の充実

ライフステージに応じた体系的かつ継続的な消費者教育・啓発を行うとともに、多様な人々にも配慮した包摂性のある社会づくりに向けた取り組みを推進します。

III 持続可能な社会づくりのためのライフスタイルの推進

環境に配慮したライフスタイル・ビジネススタイルを推進する取り組みを進め、持続可能な社会を目指します。

IV 消費者被害の防止及び救済

消費者被害の未然防止・拡大防止及び救済のため、さまざまな媒体を活用した情報提供を行うとともに、トラブルにあった際に、あらゆる人がすぐに相談できるよう、消費生活センターの認知度向上と機能向上に努めます。

V 見守り等の配慮を要する消費者(高齢者等)への対応

高齢者や認知症・障害等により判断力が低下する傾向にある人など、見守り等の配慮を要する消費者の支援を行うため、見守りネットワークづくりを推進します。

多様な主体との連携の推進

● 「消費者教育」とは

消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育のことです。右図のとおり、学校ですでに取り組みされている学習内容の多くが消費者教育に関連しています。ぜひ日ごろの取り組みに「これも消費者教育だ」という視点を取り入れてみましょう。

消費者教育と関連した教育



他にも、安全教育等さまざまな切り口があり、それぞれが相互に関連しています。

具体的な取り組みとして、

- ◆ 発達段階や希望テーマに応じた消費者教育出前講座
- ◆ 消費者教育ウェブ教材「伊達学園」
- ◆ リーフレットを活用した授業の実践
- ◆ 教員対象研修会・消費者教育連絡会議での情報共有

などを施策として掲載しています！

学校教育現場などと連携しながら、効果的な消費者教育の取り組みを推進していきます。

ご協力よろしくお願いいたします！



ついに「伊達学園」のスマホ版がリリース！

契約やネットトラブル、お金の使い方など、生活に役立つ知識をゲーム感覚で学べる消費者教育ウェブ教材「伊達学園」が、スマホ版でさらに便利になりました。すぐろくやクイズで、消費者力をスキルアップ！授業だけでなく家庭学習にもぴったりです。スマホで簡単アクセス、スキマ時間に楽しく学習できます。



伊達学園はこちら

編集・発行 仙台市消費生活センター

〒980-8555 仙台市青葉区一番町四丁目 11-1

141ビル(三越定禅寺通り館)5階

電話：022-268-7040 FAX：022-268-8309

講師を派遣します！ 「消費者教育出前講座」

仙台市消費生活センターでは、小・中学生や高校生等に向け、消費者教育に関する出前講座を行っています。講師謝礼は不要です。

講師

弁護士、司法書士、J-FLEC講師、e-ネットキャラバン講師、消費生活相談員 など

テーマ

- ・ 契約の基礎知識 ・ 金銭・金融教育
- ・ インターネットトラブルの被害にあわないために
- ・ 悪質商法の被害にあわないために

申込方法

実施希望日の2か月前までにFAXまたは申込フォームから



▲申込フォーム

目次

- ◆ 中学校家庭科部会で体験！模擬授業で学ぶ消費者教育
- ◆ 授業で使える！マンガで学ぶ消費者教育
- ◆ 授業における消費者教育のポイント～教科横断的な学習をめざして～
- ◆ 仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画を策定しました
- ◆ ついに「伊達学園」のスマホ版がリリース！
- ◆ 講師を派遣します！「消費者教育出前講座」



▲仙台市中学校教育研究会 技術・家庭科部会 研修会の様子

選ぶ眼、決める力

第27号

2026.3月

中学校家庭科部会で体験！ 模擬授業から学ぶ消費者教育

スマホやネット通販、ゲーム課金、キャッシュレス決済などを発端とした、身近な消費者トラブルは年々複雑化しています。こうした課題にどう向き合うか、授業に活かすヒントを学ぶため、昨年9月、仙台市立七北田中学校で中学校技術・家庭科部会の先生方を対象に研修会を開催しました。

【概要】

- ・ テーマ：消費者教育の推進 ～模擬授業から学ぶ消費者教育の事例～
- ・ 日時：令和7年9月11日(木)
- ・ 場所：仙台市立七北田中学校
- ・ 参加者：約30名(仙台市中学校教育研究会 技術・家庭科部会)

【内容】

キャッシュレス決済の種類や注意点を学んだ後、定期購入やチケット転売トラブルを題材に寸劇と動画を取り入れた模擬授業を実施しました。グループワークでは「10年後の支払方法」をテーマに授業を行う想定で意見交換し、未成年者取消制度も確認しました。最後に出前講座や消費者教育ウェブ教材「伊達学園」を紹介し、授業に活かせるヒントを共有しました。

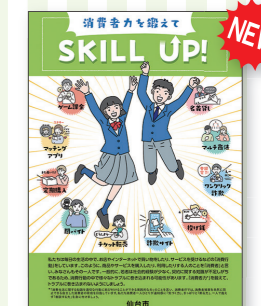


▲先生方にトラブル事例の寸劇を行っていただきました。小道具を使った先生方の演技は圧巻でした。

授業で使える！マンガで学ぶ消費者教育

中学生向け電子パンフレット「消費者力を鍛えて SKILL UP！」を公開しました。契約の基礎知識やお金の使い方、若者に多いトラブル事例をマンガやイラストでわかりやすく解説。授業や家庭学習にぴったりです。

電子パンフレットはこちら



授業における消費者教育のポイント

～教科横断的な学習をめざして～

横浜国立大学教授 松葉口 玲子



1. 求められる教科横断的な消費者教育

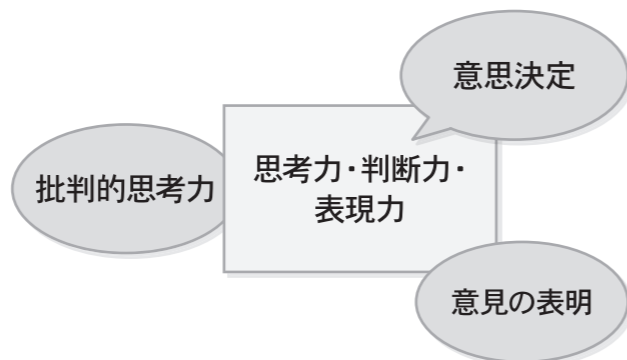
皆さんご存じの通り、現行学習指導要領では消費者教育が重視されています。しかし消費者教育というと、家庭科や社会科でやるものという印象を持つ人が多いのではないのでしょうか。確かにたとえば家庭科では小学校から高校に至るまで、「A 家族・家庭生活」「B 衣食住の生活」とともに、消費者教育そのものともいえる「C 消費生活・環境」が位置づいています。ここで重要なのは、AやBとも関連付けて指導することが推奨されている点です。消費生活や環境に関することはさまざまなことと「つなげる」ことができますし、逆に既存の学習内容も、これからは消費者生活や環境に「つなげる」ことが必要な時代になってきたということです。このことは家庭科のなかだけの話ではなく、教科横断的な学習の必要性と可能性を示唆しています。現代の複雑な社会状況のなかで真に「生きる力」を育むためにも、既存の教科学習の内容を身近な消費課題につなげることによって学びの動機づけをし、主体的に取り組めるようになることが期待できるのです。

2. 「消費者」視点の教科横断で身に付ける「批判的思考力」

消費者教育で従来から重視されてきたものとして、「批判的(多面的)思考力」「意思決定」「意見の表明」がありますが、これは現行学習指導要領で重視されている「思考力」「判断力」「表現力」と重なります(図)。消費者として、さまざまな視点から吟味検討したうえで(批判的・多面的思考力)、購入するか否か意思決定し(判断力)、選んだものについての意見等を口コミで伝えたり188(消費者ホットライン)へ相談したりする(表現力)。こうした一連の行動を意識して繰り返すことによって消費者力を高めることはウェルビーイングにつながります。

特に「批判的(多面的)思考力」を身につけるうえで各教科の学びが重要となります。私たちが日常的に消費者として何かを購入する際、単に金額(数学)だけでなく、環境・持続可能性(理科・社会)、健康(体育・家庭)、産地や生産現場(社会)など、多様な観点から吟味することが重要だからです。

つまり、消費者教育を「〇〇教育」の一つとして新たにやるのではなく、従来の教科学習に「消費者(or消費者教育)の視点を意識することによって、各教科での学びと日常の消費場面とが結びつき、各教科で得た知識を実生活の問題解決に活用することで、学習の動機付けや活用力すなわち「生きる力」の向上に繋がるのです。そのように考えると、消費者教育は特別なものではなく、むしろすべての教科・時間に「消費者」の視点を入れることによって可能となることがわかるのではないのでしょうか。



3. まずはできそうなことから始めましょう!

読者の先生方のなかにはすでに実践されていらっしゃる方もいらっしゃると思いますが、教科連携の例として下記のようなものがあります。

- ・ 家庭科 × 社会科(公民)：消費者の権利と責任、契約の仕組み、キャッシュレス化(家庭科)と、経済の仕組みや法社会のあり方(社会科)を相互に補完
- ・ 家庭科 × 理科・図工：「環境」をテーマに、省エネ・省資源(家庭科)と、リサイクルの科学的理解(理科)や啓発ポスター作成(図工)を連動
- ・ 技術・家庭科 × 情報：ネットショッピングやSNSを通じた消費者被害の防止と情報リテラシー

その他さらにたとえば広告をテーマに下記のようなことも考えられます(家庭科×社会×国語×数学×図工×生活×総合)。STEAMを意識することもできるでしょう。

クーリング・オフ制度や契約について(家庭科)学び、関連する記事(社会)を読み解き、広告のキャッチコピーの背景(国語)や、割引率や利子計算(数学)を用いて、理想的な広告を作成する(図工)。その後、学校全体での発表会を行うことで、まちたんけん(生活)等で気づいた低学年生とともに町の活性化について考える(総合)

教科連携は、小学校に比べて中学高校ではなかなか難しいと思いますが、たとえば家庭科の時間に社会科の先生が登場すると新鮮で授業に活気がでるといった副産物もあるようです。まずは話しかけやすい先生と連携してみるのもいいでしょう。

4. 誰もが「消費者」であることの有効活用を

日本では誰もが「消費者」の側面をもっていますから、子どもたちだけでなく先生も保護者も地域の人たちも、消費者関連テーマで「つなぐ」ことができます。難しく考えず、「つないでみたい」ところから「つないでみる」ことがポイントといえるでしょう。

そして可能であれば、ESD(持続可能な開発のための教育)実践でよく利用されているESDカレンダーのように、年間を通じて各教科における「消費者視点(消費者教育)」を「可視化」してつなげる「消費者教育(消費者視点)カレンダー」的なものを作成し、総合的な学習の時間も含めた学校全体での実践をぜひとも展開してほしいと期待します。妄想は膨らむばかりですが、それができるのもさまざまな「ヒト・モノ・コト」をつなぐことのできる消費者教育だからなのです。



どんな広告〇〇
(総合・国語・図工etc.)