

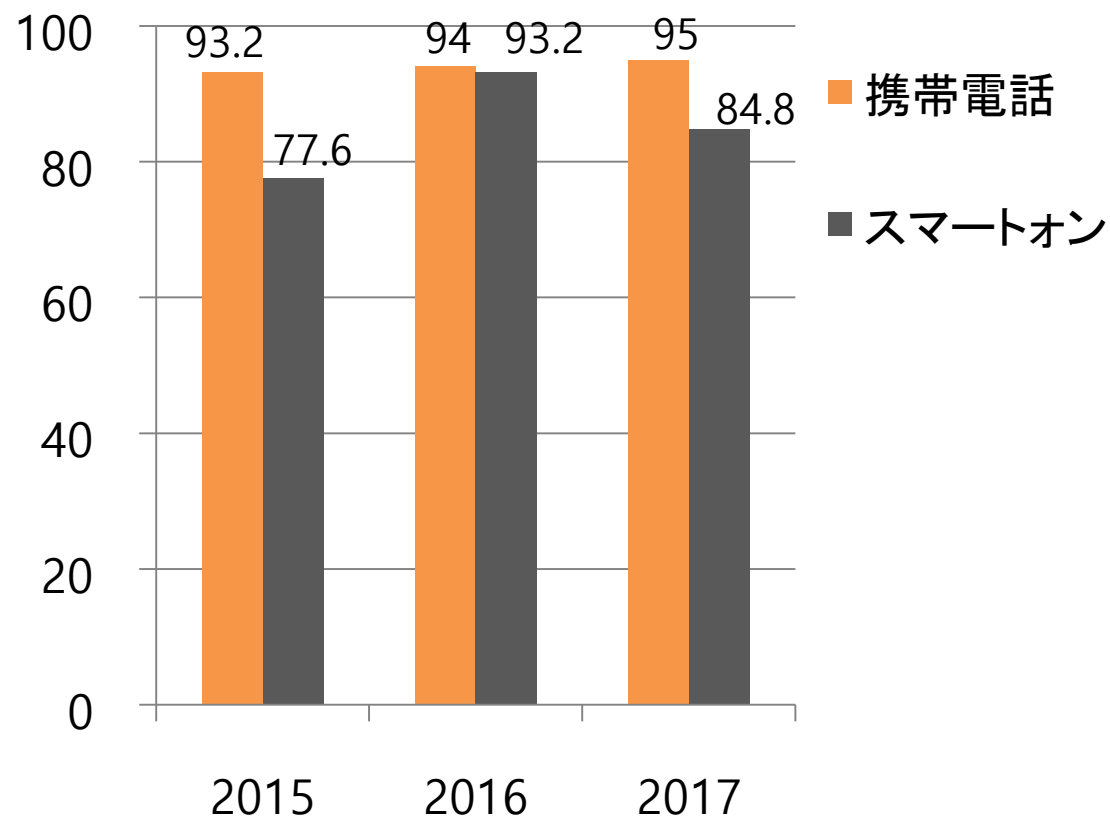
韓国の若年世代の 消費者教育



Korea Consumer Agency

LEE JINSOOK

デジタル時代の若年世代の消費行動 1



スマートフォン・携帯電話の保有率の推移

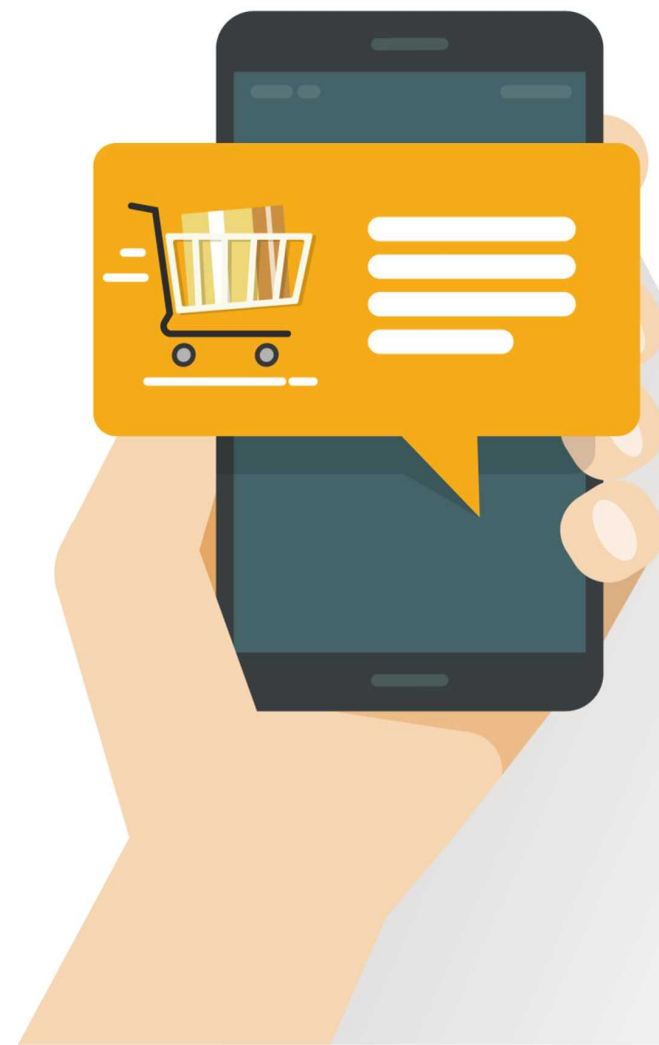
- 携帯電話 保有率 91% 以上,
スマートフォン 保有率 84.8%
- 中高校生 スマートフォン 保有率は
90% 以上
 - 目的: ゲーム(96.6%), 音楽(95.2%),
映画・TV(95.9%)

デジタル時代の若年世代の消費行動 2

ネットや モバイル中心の生活

全年齢の50%がネットショッピングを利用

20代の80%以上がネットショッピングを利用



デジタル時代の若年世代の消費行動3

高校生の消費行動

第一 ネットで中古取引が活発。被害も多い。

第二 流行の周期が短い。(中古取引と関連)

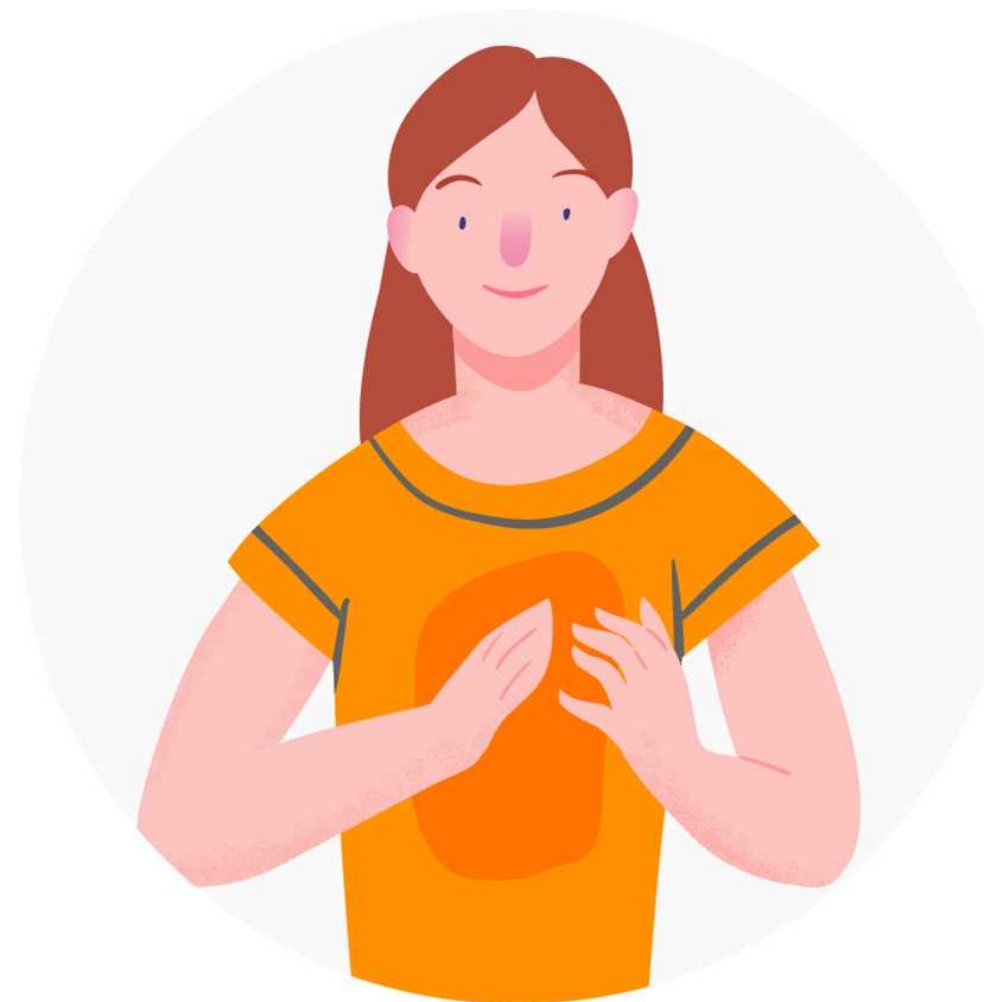
第三 価格が高くて気に入ったら満足。

* 以前は安くて品質がいいのが人気



若年世代の消費者保護

- 韓国の民法改正と成年年齢引き下げ
20歳→19歳(2013)
- 世界の流れと社会経済的な現実を反映
- 18歳への引き下げの論議は継続中
→ 未成年 消費者教育の強化



成年年齢引き下げ後の消費者教育

- 高校 3年生と 大学 1年生（未成年が混在）
- 改正の前後で消費者相談件数の差はない

（分野）ネット教育、スマートフォン、ファッション

[年齢別 消費者相談件数]

	2012	2016	2017	2018
10-19歳	3,338件	2,008件	2,738件	2,408件
20-29歳	80,244件	63,219件	101,031件	90,551件
全年齢	812,934件	779,330件	795,878件	792,414件

韓国の消費者教育の現況1

1. 学校中心の消費者教育

消費者教育のモデル校の支援(韓国消費者院)

- 小学校4校、中学校6校(2018、支援した学校数)
- 運営支援前後の変化 (20~60%)

2. 自由学期制の支援

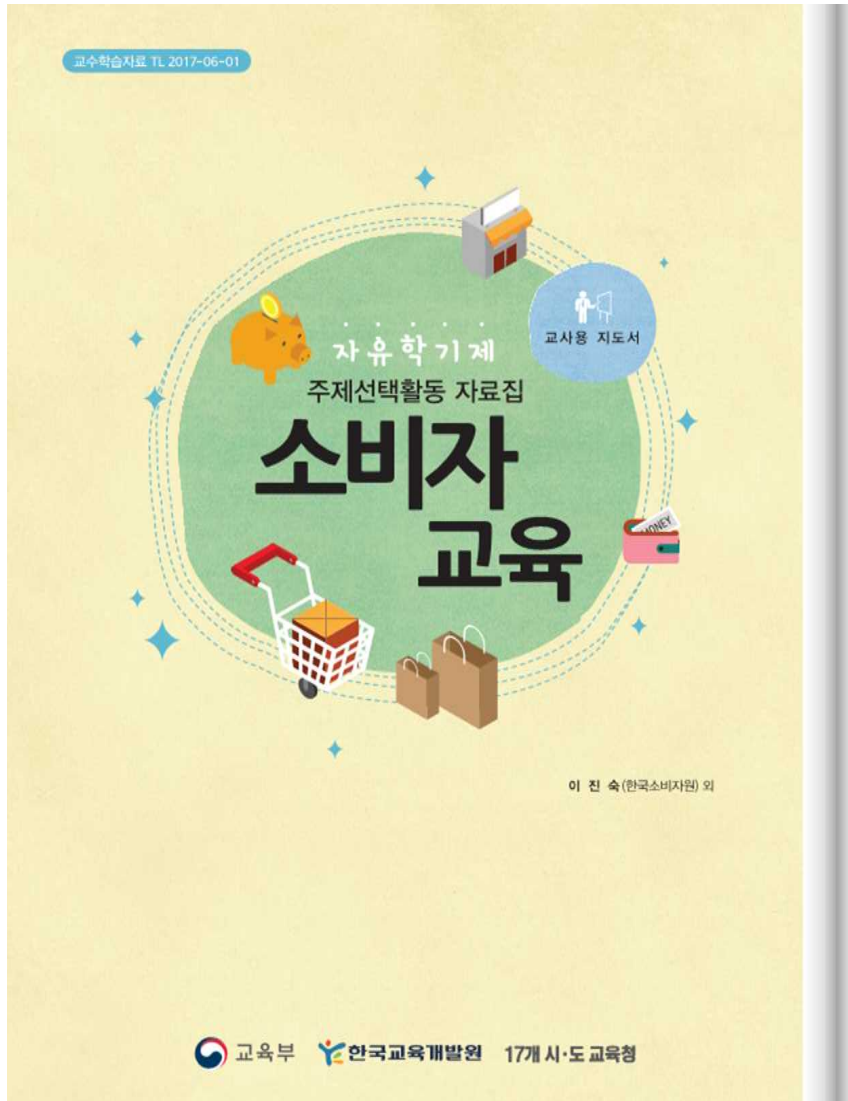
- 消費者教育 教科書 普及



消費者教育 モデル校



消費者教育 自由学期制



01	우리는 왜 선택을 해야 할까요?	08
	생각 열기	10
	생각 키우기	11
	함께 하기	13
	실천 하기	16
02	스마트 컨슈머(Smart Consumer)가 되어 볼까요?	18
	생각 열기	20
	생각 키우기①	21
	생각 키우기②	22
	함께 하기	24
	실천 하기	27
03	비합리적인 소비자가 되어 볼까요?	28
	생각 열기	30
	생각 키우기①	32
	생각 키우기②	33
	함께 하기	34
	실천 하기	38
04	상품표시, 무엇일까요?	40
	생각 열기	42
	생각 키우기	43
	함께 하기	45
	실천 하기	47
05	광고!! 알아볼까요?	50
	생각 열기	52
	생각 키우기	53
	함께 하기	56
	실천 하기	58
06	소비자는 안전한가요?	
	(1)제품안전	62
	생각 열기	64
	생각 키우기	66
	함께 하기	69
	실천 하기	71

07	소비자는 안전한가요?	
	(2)식품라벨과 영양성분 읽기	76
	생각 열기	78
	생각 키우기	80
	함께 하기	82
	실천 하기	85
08	소비자는 안전한가요? (3)생활안전	88
	생각 열기	90
	생각 키우기	91
	함께 하기	94
	실천 하기	97
09	소비자피해가 무엇인가요?	100
	생각 열기	102
	생각 키우기	104
	함께 하기	105
	실천 하기	108
10	소비자상담으로 소비자피해 해결 해봐요.	112
	생각 열기	114
	생각 키우기	115
	함께 하기	117
	실천 하기	120
11	인터넷 쇼핑!	
	우리도 잘할 수 있어요!	122
	생각 열기	124
	생각 키우기	130
	함께 하기	133
	실천 하기	135
12	문제해결! 스스로분쟁조정위원회!	136
	생각 열기	138
	생각 키우기	140
	함께 하기	145
	실천 하기	149

13	소비자 트렌드, 어떻게 읽을까요?	152
	생각 열기	154
	생각 키우기	155
	함께 하기	158
	실천 하기	161
14	소비자는 어떤 권리와 책임이 있을까요?	162
	생각 열기	164
	생각 키우기①	165
	생각 키우기②	167
	함께 하기	168
	실천 하기	170
15	어떻게 소비자주권을 지킬 수 있을까요?	174
	생각 열기	176
	생각 키우기	177
	함께 하기	178
	실천 하기	180
16	함께 GREEN 소비 세상 만들기	184
	생각 열기	186
	생각 키우기①	187
	생각 키우기②	188
	함께 하기①	189
	함께 하기②	190
	함께 하기③	191
	함께 하기④	192
	함께 하기⑤	193
	실천 하기	194
17	함께하는 세상, 공정 무역 & 로컬 소비	196
	생각 열기	198
	생각 키우기①	199
	생각 키우기②	200
	함께 하기①	201
	함께 하기②	202
	함께 하기③	203
	함께 하기④	204
	함께 하기⑤	205
	실천 하기	206

韓国の消費者教育の現況2

高校 教科での消費者教育

1年(社会) 合理的な消費, 倫理的な消費(フェアトレード), 持続可能発展

-人口, 資源, 環境などに関連

2年, 3年(経済) 合理的な消費, 倫理的な消費, 企業の社会的責任

2年, 3年(法と政治) 消費者の権利と責任, 韓国消費者院,

消費者問題の解決と被害救済

(全学年家庭) 持続可能な消費生活, 消費行動, 消費心理

(家庭科) 購入と意思決定



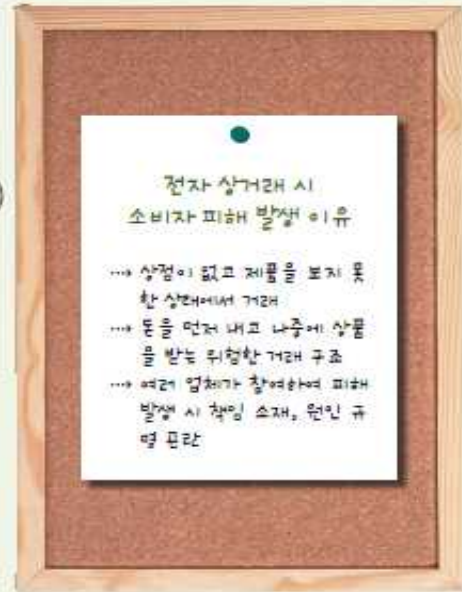
(家庭科) 消費生活と電子商取引

2

청소년의 소비 생활

※/※/※/※

- 청소년기의 소비 특성 및 소비 환경을 이해할 수 있다.
- 자신의 소비 생활 문제를 평가하고 해결할 수 있다.
- 건강한 소비 생활을 실천할 수 있다.



🔗 무엇을? 건강한 소비 생활을 실천할 수 있는 방법에는 어떤 것들이 있을까?

1 청소년의 소비 특성과 소비 환경

청소년기에 형성된 소비 습관과 행동은 성인이 되어서도 이어지게 된다. 청소년 소비자로서 어떤 가치관으로 어떤 소비 생활을 해야 하는지 알아보자.



청소년 소비자의 의미

우리나라에서는 20세 미만의 사람을 청소년이라고 하므로 청소년 소비자는 13~18세의 중·고등학생으로 규정할 수 있다.

청소년 소비자는 미래 사회의 소비문화를 주도해 나갈 주체로서, 청소년기에 형성되는 소비 습관과 소비 행동은 성인이 되어서도 그대로 이어진다. 따라서 이 시기에 소비에 대한 올바른 가치관·태도·행동을 형성하여, 바람직한 소비 생활을 할 수 있도록 노력해야 한다.

※ 생각 키움 | 바람직한 소비 행동

최근 스타들을 앞세워 청소년들의 풍조를 이끌어 내는 스타 마케팅이 행해지고 있는데, 이러한 마케팅에 취몰리지 않고 필요에 의한 합리적인 소비를 할 수 있는 판단력을 키워야 한다. 다음 사례와 같은 마케팅을 따라서 구매한 경험이 있다면 적어 보고, 구매 후 느낀 점을 써 보자.

한 트레이너에서 남자 주인공이 입고 나오는 운동복이 유행을 하면서, 무업체에서는 디자인 종류와 저차권 종류를 하고, 이 옷을 비싼 값에 판매하고 있다.

구매 물품	구매 후 만족도	만족한 또는 만족하지 못한 이유



(家庭科) 消費生活 問題解決・持続可能性

100
의
Bank
가

지속 가능한 소비 실천하기

마포지거나 낡은 물건으로 직물용품을 교체할 때에는 되도록 단색을 선택하여 수리용 소모품을 구입하지 않아 지속 가능한 소비를 실천할 수 있다. 예를 들어, 포크지나 우유병이나 비닐봉지 등 직물용품을 단색이나 밝은 기를 선택해도 사용하길 용이할 수 있고, 수리기도 용이할 수 있다.

비린 냄새를 없애기



낡은 가루,
세 가루 만들기



2 소비 생활 문제 해결



우리가 상품이나 서비스를 구매할 때 불편을 느끼거나 피해를 입는 경우가 있다. 소비자 문제의 종류를 알면 문제를 쉽고 현명하게 해결할 수 있도록 하자.

소비자 문제의 종류

우리가 상품이나 서비스에 대해 불만을 느끼거나 직접적인 피해를 입는 것을 소비자 문제라고 한다. 소비자 문제가 발생했을 때 적절히 으로 문제를 해결하고 피해에 대해 적절한 보상을 받을 것은 소비자의 당연한 권리이며 보람 있는 일이다. 소비자의 적극적인 대처로 인해 기업은 서로 양립한 경쟁을 하게 되고, 소비자는 소비 생활의 이익을 최대한 얻을 수 있게 되는 것이다.

소비자 문제의 종류

- 잘못된 정보 전달로 인한 문제
- 상품의 단점 등에 관한 문제
- 소비자 서비스 관련 문제
- 표시 표시에 관한 문제
- 상품의 재질 등에 관한 문제
- 불량 유제품 관련 문제
- 전자 상거래 관련 문제



学校の消費者教育の現実

- 教科 全教育課程を通じる体系的な教育が必要
- 受験である暗記式(中学, 高校)に陥りやすい
- 家庭科では実習時間の確保がありむずかしい
- (小学校) 消費者教育のモデル校 申請多い
 - 望ましい 教育が成る



中学・高校の消費者教育

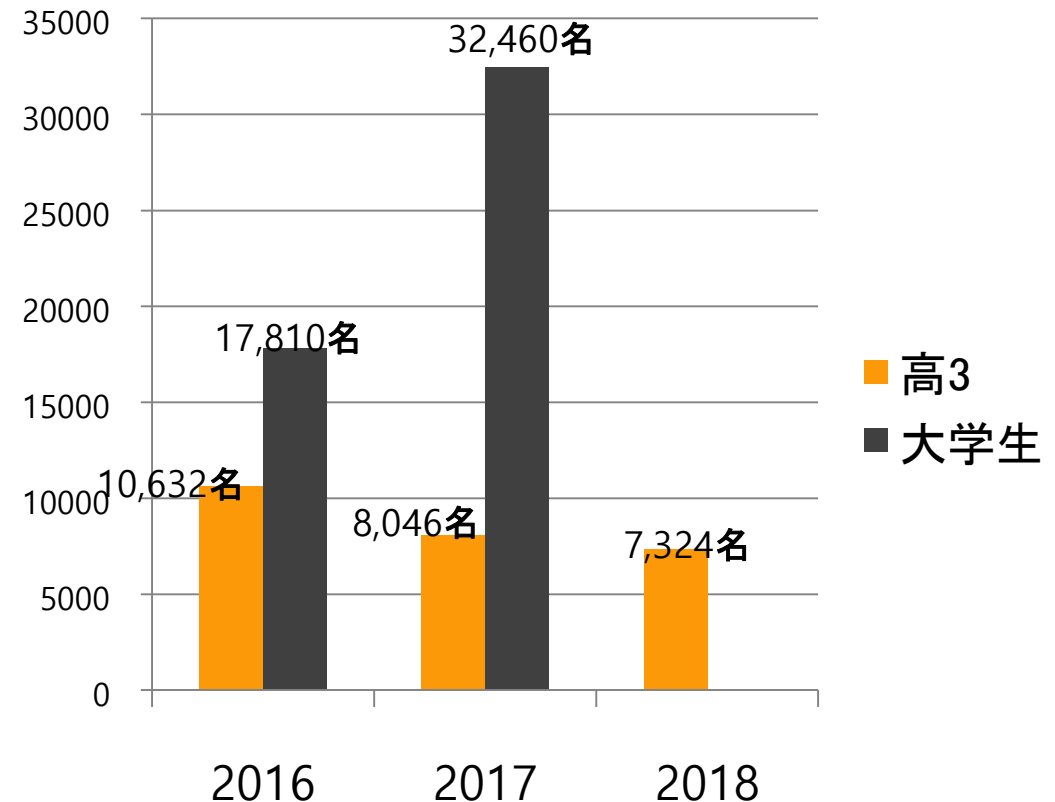
(中学校)

消費者教育 モデル校, 自由学期制

– 3か校→10か校, 厳格なフィードバック

(高校) 成年になる大事な時期

[受験後と新学期の大学生 消費者教育]



持続可能な社会と消費者教育1

- K-SDGS ビジョン：すべての人を包容する持続可能な国家
 - 持続可能な消費・生産, 健康で幸福な生活, 地球規模での強化
- 『2019 大韓民国トレンド』 “必ず環境”は消費生活の核心

持続可能な社会と消費者教育2

- 2018 消費者力量指標における20代の力量

消費者市民力量（消費者責任→消費者市民社会）

– 取引力量 69.2点 〉 市民力量 64.7点

* 2010(61.5点) → 2014(64.0点) → 2018(65.5点)

- 消費者力量指標: 2010から4年ごとに調査(20歳以上)
- (財務)設計管理 (取引)情報理解と活用、購入と意思決定、問題解決
(市民)権利主張、責任受容力量 → 知識・態度・実践を測定



持続可能な社会と消費者教育3

- 消費者教育の効果 (2014 →2018)
 - 消費者教育を受けた経験のあるグループ(75.4点)とないグループ(65.3点)
 - 知識力量は高い。態度・実践力量は低め。
 - 態度・実践のための消費者教育が必要



結論

- 若年世代 人生自体＝デジタル世代に合わせた教育が必要
 - 個人情報的重要性→不足する問題意識,
無意識な同意, 権利行使の意思の欠如
 - 消費者責任による態度変化と実践教育が必要

