

# シンポジウム

# 広がれ，消費者市民教育！

～消費者教育推進法が成立して，

教育現場はどう変わる？～

## 報告集

日時 2012年5月26日（土）午後1時～午後4時30分

場所 弁護士会館2階 講堂クレオBC

主催 日本弁護士連合会・東京弁護士会・第一東京弁護士会・第二東京弁護士会

後援 文部科学省・公益財団法人消費者教育支援センター・日本消費者教育学会

# シンポジウム

## 広がれ，消費者市民教育！

～消費者教育推進法が成立して，教育現場はどう変わる？～

日時 2012年5月26日（土）午後1時～午後4時30分

場所 弁護士会館2階 講堂クレオBC

司会 靄岡 寿治 日弁連消費者問題対策委員会委員

中村美智子 シンポジウム実行委員会委員

### ◆開会の挨拶◆

池本誠司 日弁連消費者問題対策委員会委員長

### ◆趣旨説明◆

鎌田健司 同委員会委員

### ◆資料説明◆

岸田和俊 同委員会委員

### 【講演】

- 1 今，なぜ消費者教育推進法か？～今後の展望と課題  
西村隆男 氏 横浜国立大学教授
- 2 消費者委員会からみた推進法  
河上正二 氏 東京大学大学院教授・内閣府消費者委員会委員長
- 3 消費者教育推進法と消費者市民社会  
島田 広 日弁連消費者問題対策委員会副委員長

### 【事例報告】

- 1 高等学校『家庭』における消費者教育  
荒井きよみ氏（東京都立忍岡高等学校主任教諭）
- 2 エコチケットを使った循環型エコ活動  
菊次哲也氏（埼玉県・川口市立戸塚南小学校教諭）

3 平成23年度 消費者教育フェスタ in ぎふ

伊藤智裕氏（岐阜県・岐阜大学大学院教育学研究科（教職大学院）  
岐阜市立長良東小学校在籍）

～休憩～

【パネルディスカッション】

＜消費者市民教育に期待すること＞

コーディネーター 武田香織（弁護士）

- ・ 東 珠実 氏 相山女学園大学教授
- ・ 山根香織 氏 主婦連合会会長
- ・ 島田 広 弁護士

◆総括・閉会挨拶◆

中村新造 日弁連消費者問題対策委員会委員

(鶴岡) それでは定刻になりましたので、日本弁護士連合会消費者教育シンポジウム「広がれ、消費者市民教育！～消費者教育推進法が成立して、教育現場はどう変わる？～」を開会いたします。

はじめに今回のシンポジウムの主催者であります日本弁護士連合会より、消費者問題対策委員会の池本誠司委員長からご挨拶をさせていただきます。

## ◆開会の挨拶◆

(池本) こんにちは。先ほどこの会場へ入る前に、日比谷公園を少し歩いたのですが、本当に緑がきれいで、すがすがしい日和です。その日和の良い土曜日の午後の貴重な時間、皆様方にお集まりいただき本当にありがとうございます。

今日のこのシンポジウムは、日弁連と東京三弁護士会の共催で準備を進めてまいりました。日弁連の消費者問題対策委員会は、各地で消費者被害の救済に取り組む弁護士が集まっていますから、その被害を救済し、防止するための法制度の提言に取り組んでいるのですが、被害が発生してから救済・防止という後追いだけではだめで、消費者自身がきちんと社会を見据えて、安心・安全な社会を自ら作っていく、自ら考え行動する消費者市民を育成しなければいけないという問題意識で「消費者教育部会」という担当部会でこれまで議論してまいりました。消費者教育推進法の制定を求める意見書というのを2009年にも発表しまして、今日の資料の中にも綴じ込んでありますが、2011年にも同じように意見書を重ねて発表し、各政党にも働きかけをしております。

そういった取組みが功を奏したのか、皆さんもご承知のとおり、今国会で、消費者教育推進法というものが、議員立法の形で実現しようとしております。その意味では、我が国の消費者教育の推進が大きな分岐点になる年だろうと思います。

今日のこのシンポジウムは、文部科学省、消費者教育支援センター、そして日本消費者教育学会からも後援をいただきました。本日の参加者も様々な分野の方がお集まりいただいたというふうに聞いております。今日のこのシンポジウムでの議論をさらに起爆剤として、我が国の消費者教育の推進が大きく転換できるように、そういう意気込みで今日の議論を進めていただきたいというふうに思います。

今日のシンポジウムの副題に、「消費者教育推進法が成立して、教育現場はどう変わる？」という副題を付けてありますが、教育現場をどう変えるかというぐらいの意気込みで議論に参加していただきたいと思います。よろしく申し上げます。

(鶴岡) ありがとうございます。遅ればせながら、本日の司会進行は、日弁連

消費者問題対策委員会委員の蘆岡と

(中村美) 第二東京弁護士会消費者問題対策委員会幹事の中村が務めさせていただきます。

(蘆岡) よろしくお願ひいたします。

なお、慣例によりまして、本シンポジウムの講演者の方につきましては、すべて「さん付け」で呼ばさせていただきますので、あらかじめご了承くださいと思います。

(中村美) 続きまして、私たちが今回のシンポジウムを開催することになった経緯、シンポジウムの趣旨などについて、日弁連消費者問題対策委員会の鎌田健司委員より説明させていただきます。

## ◆趣旨説明◆

(鎌田) それでは私のほうから本日のシンポジウムの趣旨について説明をさせていただきます。

2005年4月、消費者利益の擁護増進に関する重要課題に政府全体として計画的・一体的に取り組むに当たっての基本的方針としまして、2005年度から2009年度までの5年間を対象とした消費者基本計画が定められました。消費者基本計画は、基本政策の中の1つとして、消費者の自立のための基盤整備が掲げられ、その課題の1つとして消費者教育を受けられる機会の充実が明記されました。さらに、その具体的施策として内閣府、文部科学省の連携の強化、消費生活センターと教育委員会との連携強化、出前講座実施の専門家育成、消費者教育の基盤整備、消費者教育の体系化の5項目が提起をされました。

こうした国レベルの動きを踏まえ、日弁連は、2006年12月に正にこの会場において、シンポジウム「みんなにとどけ消費者教育～消費者教育を受ける権利の実現に向けて～」を開催いたしました。このシンポにおいて私が基調報告を行い、今後の消費者教育に対する提言といたしまして、以下の事項を提言いたしました。

1つ目が、学校において消費者教育を受けられる機会の充実として、消費者教育の体系化とこれに基づく消費者教育の推進。

2つ目が、消費者教育の内容の充実として、教材の迅速な開発・提供と体験型学習の充実。

3つ目が、消費者教育の担い手の強化として、教員養成課程及び教員研修における消費者教育と消費者教育の専門家の育成・派遣。

4つ目が、消費者教育に取り組む関係団体の連携強化といたしまして、消費者教

育ネットワークの構築，関係諸機関による消費者教育連絡協議会の設置。

そして5つ目が，消費者教育推進法の制定でした。

1つ目から4つ目までについては，まだまだ十分とはいえませんが，この5年間で少しずつ進んできたように思われます。しかしながら，最後の消費者教育推進法の制定だけは，なかなか実現せずにおりました。実は，日弁連がこのシンポジウム開催を企画した時点では，いよいよ消費者教育推進法が制定されるとの情報を伝え聞き，これはぜひとも法制定にあわせてシンポジウムを開催しようということで，このシンポジウムは企画されました。

残念ながらその後の国会情勢等もあり，本日までに消費者教育推進法は制定されませんでした。既に法案はつくられ，もう一步というところまで来ております。

法律を制定したからといって全てがよくなるわけではありませんが，7年前に消費者基本計画が閣議決定をされただけで変化が見られましたので，法律の制定はさらなる推進につながるものと期待しております。

この消費者教育推進法の内容については，そこに盛り込まれた消費者市民教育の考え方をめぐり，様々な議論もあります。この消費者市民教育の考え方は，3年前の2009年11月に和歌山で開催されました日弁連第52回人権擁護大会のテーマの1つでありました「安全で公正な社会の実現を消費者の力で実現しよう～消費者市民社会の確立をめざして」において，日弁連が打ち出したものですが，まだまだ皆様の理解を得られているとは言い難い状況でございます。

本日お越しの皆様の中にも，消費者教育の必要性はわかるが，消費者市民教育というのは一体何か，本当に必要なのかといった方々も大勢おられると思います。本日のシンポジウムにおいては，消費者教育推進法制定があと一步のところまで来ている現状において，推進法制定により何が変わるのか，あるいは変えていけるのか。そして，推進法の法案に盛り込まれた消費者市民教育の考え方がいかなるものか。それによって，どのような教育が実践されるべきかについて，会場の皆様にもぜひお考えいただきたいと考えております。

長時間のシンポジウムとなりますが，どうぞよろしく申し上げます。

(中村美) ありがとうございます。

それでは，本日お手元に配付させていただいた資料について，日弁連消費者問題対策委員会の岸田和俊委員よりご説明させていただきます。

(岸田) それでは皆様，お手元に資料集をご用意ください。まず，ページをめくっていただきまして，目次を見ていただけたらと思います。資料1から資料4につきましては，本日の講演，報告者からの提供資料となっております。資料5，6は，パネルディスカッションのパネリストからの提供資料です。

このうち資料 2, 3, 4, 5 につきましては、パワーポイントの資料となっておりますので、前方のスクリーンに見えにくい事項等がありましたら、資料集を参照していただけたらと思います。

資料 7 以降は、日弁連の宣言・意見書などを掲載したものとなっています。

目次をめくっていただきまして、目次の 2 ページ目ですが、資料 17 から資料 22 につきましては、学習指導要領の解説の中から消費者教育に関連する部分を抜粋したものとなっています。

資料 23 は、2010 年に、ノルウェーで消費者市民教育に取り組んでおられるビクトリア・トーレセン博士が来日された際にトーレセン氏の講演会を行った際の報告書となっております。

資料 24 は、消費者教育推進法の法案の概要です。

参考資料 1, 2 となっていますのは、「消費者情報」という雑誌から抜粋したもので、本日のパネリストの東さんや島田さんのインタビューなどが掲載されています。

今回の資料集は、予算の限り内容を詰め込みましたので、文字が小さくて読みにくいところがあるかと思いますが、現在の消費者教育の到達点や今後の課題などがわかるものを目指して作成しましたので、本シンポジウム以降もご活用いただけたら大変喜びます。以上です。

(鶴岡) ありがとうございます。

それでは、シンポジウム前半の講演に入りたいと思います。最初は、消費者教育推進法の立法に向けて尽力されております日本消費者教育学会会長で、横浜国立大学教育人間科学部教授の西村隆男さんから、「今、なぜ消費者教育推進法か？～今後の展望と課題」という演題でご講演いただきます。

それでは、西村さん、よろしくお願いいたします。

## 【講演】

### 1 「今、なぜ消費者教育推進法か？～今後の展望と課題」

(西村) ただいまご紹介いただきました横浜国大の西村でございます。よろしくお願いいたします。

今司会の方もおっしゃられているように、消費者教育推進法があと一步というところまでできております。おそらく今日この日に推進法が成立していることが理想であったわけでございますけれども、最後の詰めのところまで止まっています。もともと自民党さんが考えられて、それを政権交代があって、民主党さんに引き継いで大変精力的にご議論いただいて、4年がかりでこの消費者教育推進法というのが議員

立法で成立するという段階にきております。それは大変私にとりましても感慨深いものでございます。今年の3月15日には、公明党を含めた三党の間で実務者合意というのができて、そのときの概要が今日御用意いただいた資料の中にも用意されているわけでございます。

この消費者市民社会という部分について、若干の懸念や議論があるようでございまして、そこで直近のお話では、何とか法文そのものを変えずにいくのであろうというふうなお話も伺ってはいますが、国会の会期末が近づいているということもある中で、どういうふうな動きになるか、必ずしも楽観はできないということがございます。

先ごろ、コンプガチャという、いきなりおかしな話をして恐縮でございますけれども、ソーシャルゲームという皆様にはあまり馴染みはないかもしれませんが、携帯で遊ぶゲームで、最近では電車に乗ってもサラリーマンの方が、何か電車の中で携帯やスマホを見ていると思えば、ゲームをやっている方が大変多いわけですね。そういう光景を目にされた方も多いと思うんですけれども、そういうオンラインでゲームをやるという人口は3,000万人とか4,000万人とか言われているわけですね。そういう中で中学生、あるいは高校生、こういった方々もその中にのめり込んでいて、新聞報道にもありましたように、累積した数字だと思いますが、親のクレジットカードから400万円をそのゲームに使ってしまったというような話があったわけでありまして。あるいは国民生活センターへの苦情相談というところでも、3,500件にのぼる今年のこういったオンラインゲームに関する相談が寄せられているというデータもございます。

私自身もやりませんから、正確なところは掴み所がない部分がありますが、ほとんどが参加する段階では無料なんです。無料ということにつられて中に入っていくって、その後、しばらくは遊んでいるんでしょうけれども、そののめり込む中で様々な有力なアイテム等を手に入れる中で、そこで課金システム、お金がかかってくる。そういうものが300円、500円ぐらいであったり、数百円のものも度重なってくる。その身に付けて、あるいは着飾って闘いに挑んだり、あるいはその素敵さを競い合ったりもするようなゲームでございます。

それに現を抜かしていくわけですが、私もどうもおかしいなと思うわけですが、結局最初のところは、たかだか1,000円ぐらいのお金の決済、ネットバンク上の決済にどうしてもクレジットカードが必要になってくる。親御さんからクレジットカードの番号を聞き取る。1,000円ぐらいならいいと思ってそれを認めてしまうと、1回登録されることで、どうやらあとは自身が登録したIDでゲームがずっと続けられる。そういう中であって、プレーヤー、参加者のモチベーションをより高めるよ



うな様々な工夫がされているようでして、このレアアイテムというやつを取るためには、いわゆるガチャガチャに似たようなシステム、玩具店にあるようなガチャガチャって回すやつですね。そういったものを遊ぶ要素が中に組み込まれて、当たり外れがある。それを当てるためにまた何度も何度もそれをトライするという極めて射幸心を煽るということで、消費者庁長官が、これは景表法に違反するというカード合わせの部分について問題点を指摘したということで、大手の2社をはじめ今月末にはこういうゲームをやめるというかなり早い対応が取られたというふうに思います。

しかし、これで全部が解決だとは思いません。結局、またその二番煎じ、三番煎じを狙ったビジネスが次々に生まれてくるであろうと。今やこのオンラインゲームの市場というのは、2兆円市場と言われているんですね。こういったところに次々に子どもたちが巻き込まれていく。また、出会い系サイトを出すまでもなく、様々なインターネットショッピング、こういったものも子どもたちが今巻き込まれてきている。

つまり、申し上げたいのは、やはりネットというものが広範に普及した。Windows95以降、パソコンが家庭に入ってきた。そして、今や携帯電話は、内閣府の調査によりますと、小学生で3割、中学生で5割、高校生で9割8分の所持率ということになっております。ただし、これは2011年の調査ということになっていまして、昨年の大震災以降、さらにその所持率は、子どもの安全・安心確保のために高くなっているというふうに言われています。

そういう中で、いとも簡単に携帯から遊べたり、携帯から物が買えたりというようなこと。見えないお金の扱い方ということも、きちんと教えていく必要があるという、大きな時代の変換期が現在あるんだということをやはり改めて私たちは認識する必要があると思います。

消費者教育というのは、思考力を鍛えて、消費生活において、自らの意思による意思決定を下す、そういうことのできる能力を磨くものと考えます。それを第三者の手によって楽しませられたり、お金や支払のことを意識の外に追いやられて、ゲームにのめり込まされていく。これは消費者の自立とは真逆の方向だというふうに思います。

カタログショッピング、あるいはテレビショッピング、これに代表されるいわゆる通信販売、これも最近の報道では、今やカタログやテレビによるものは、約3割、インターネット商品の時代であると。その中でもひととき伸びが大きいのは、モバイルによる商品だというふうに報道されています。

電子マネーが非常に普及してきているというところも大きいと思います。昨年の

決済額は、電子マネーで2兆円。2年前に比べると倍増であるというふうな報道もごさいます。

この消費者教育推進法が期待されるというところは、その辺にもあるのではないかという気がいたします。推進法は、その基本理念の第一に、消費生活に関する知識を習得し、これを適切な行動に結びつけることができる実践的能力が育まれることということを第一にあげています。要するに、消費生活能力を高めるためには、学び、これが肝心であるということでもあります。

そして第2には、消費者が消費者市民社会を構成する一員として、主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援すること。このように挙げているわけです。現在は、まだ法案の段階でございます。つまり、自分たち、私たちが自らの生活を安全かつ安心に、そしてより豊かな生活を実現化していくということ。そのためには、確かな消費生活知識を持って判断、行動できるようにする。同時に、その判断が社会的に及ぼす影響、こういったものにも配慮して、消費者として責任ある消費を心がけられるような能力を育てようとするものであります。

特に、この後半部分のいわゆる消費者市民社会と言われるもの、社会への参加意識というのは、消費者教育の分野でも重要性を以前から指摘されてきたところであり、特に、消費者教育の先進国であるヨーロッパ、あるいは欧米の趨勢を見極めれば、それは明らかで、環境に配慮した消費行動はもちろんのこと、被災地への復興支援、あるいは目を世界に広げれば、開発途上国への支援なども視野に入れた地球市民としての行動が求められるということでもあります。

私は現在勤務する大学の生協の理事長ということをやっていますが、この4月から学生グループのtable for twoという取組みがございます。世界的な活動でございまして、この学生グループが生協に働きかけをいたしまして、ある特定のメニューに対して20円を上乗せするわけですね。その上乗せをした20円が、アフリカの国に送られるわけです。そして、学校給食を支援したいということでありまして、現在この活動に参加する大学、あるいは社員食堂、大学食堂や社員食堂が今急増していると言われております。私の横浜国大では、ロコモコ丼というご存じの方もいらっしゃると思いますが、ハンバーグの上に目玉焼きをのっけて、アボガドを添えているようなものなんですけれども、それを399円で売るようになりまして、ぜひ食べに来ていただきたいと思いますが、そういう取組みなども、まさに消費者市民としての1つの活動だろうというふうに思います。

今回、この推進法で狙っているところは、特に学校教育という部分も大きいものがあります。これはこの資料の中に、「国民生活」に載せたものも印刷していただい

ていますが、そこにも書きましたが、消費者教育の重要性というのは50年ぐらい前から言われてきたんだけど、なかなか浸透してこなかった。これはやはりそれを押す大きな力が必要だということでもあります。今回の法制化にやはり期待するところは、この中にやはり文部科学省、あるいは消費者庁、こういったところが手を取り合って、特に学校教育、あるいは社会教育、こういった部分で幅広く展開できることが不可欠と考えているからです。特に、消費者教育推進会議でも報告書でも書いていますが、学校にコーディネーターを置く、あるいは消費者教育推進教師を置くといったような形で、具体的な戦略を展開していくためには、やはりベースとなる法律が必要だということで、現在、議員立法で進んでいるわけです。

以上、時間の関係で詳細は印刷物を見ていただければと思いますが、今後関係者ばかりでなく、多くの国民1人ひとりの方が、消費者としての自立を目指した、よりよく生きられる社会を作っていくための礎として、推進法を実現させるように尽力し、またそれが成立後に具現化していくことに我々が力を合わせていく必要があるだろうと思います。

私からは以上です。御清聴ありがとうございました。

(中村美) 続きまして、内閣府消費者委員会委員長で、東京大学大学院法学政治学研究科教授の河上正二さんから、「消費者委員会からみた推進法」という演題でご講演いただきます。河上さん、お願いいたします。

## 2 「消費者委員会からみた推進法」

(河上) こんにちは。消費者委員会からみたというふうに言われたんですけども、消費者委員会から見ても何も思い浮かばないので、私の個人的な感想で申し訳ございません。「消費者主権」ということが語られて随分久しくて、今では、社会の中でいわば主体となって行動するような人間像というか、「消費者」像が想定され、その選択的行動を通じて環境とか、あるいは持続的な社会というものにある程度一定の責任を果たしていることを期待される「消費者市民」といったような言葉も聞かれるようになって、今回の「消費者市民教育」という、大きな動きが生まれてきているというふうに認識しております。消費者委員会としても、消費者に対する啓発とかそういう活動が非常に重要な課題であるということは十分認識しております。どういう形で今後力になれるかということは、委員の中でも議論しているところであります。

ただ、まだ今の段階では委員会としてはまとまった見解は出来ていないので、今日の議論なども伺いながら具体的に考えていきたいと思っております。

消費者生活における教育の重要さや、消費者啓発の充実をはかるということにつ

いては、基本的には誰しも異論がないところではないかというふうに思います。ただ、これまでどういうふうな方法論でそれをやっていくかということが、はっきりしなかったということにして、学校教育とか、それから家庭教育、社会教育といったような様々な局面で消費生活に関するいわば知恵の伝達ということが推進されることは、基本的に望ましいと思います。

消費者教育における実践的な課題はたくさんあって、誰が・何を・どの段階で・どういう媒体を使いながらやっていくかという、1つひとつが話題になり得ます。それから「誰が」というところでも、担い手となる人は実はあまりいないものですから、その担い手をどうやって育てていくかといったようなことも重要な課題となっているところでもあります。

具体的には、学校の教師であったり、あるいは消費生活相談をやっているような方、あるいは福祉関係者、あるいは子どもとの関係では両親というようなものも担い手にならないといけないわけですが、その担い手を育てることがこれまた重要な課題になるだろうと思います。それから何をというところでは、教材をどんなふうに工夫して作っていけばいいか。それぞれの発達段階に応じた内容にしていく必要があります。消費者問題というのは生ものでして、それぞれの時代によって問題として現れてくるものが違うということがございますから、その時代変化に対応して、内容を日々更新していかないと、意味がないというようなこともありますから、大変難しい課題だろうというふうに思います。

また、必要なことは、各人が市場において危険を内包した商品とかサービスというものや、不当な勧誘行為から自らの財産を守るという、そういう自身の身体や財産を守るための知恵を育むということではありますが、これは、そんなに特別なことではない。加えて、本当に望ましい商品サービスを選択する力を手に入れるということでもありまして、これらはいずれも生きていく上で人間にとっては、必要な力です。何も消費者教育などという特別な看板を立てなくても、まさに教育そのものでそれをやっていかないといけないことです。本来の今の教育の中でそうした課題について十分やられていなかったとすると、そのほうが、むしろ問題なんだろうという気がします。

まわりの人間について考えると、必要なことは、やはりまず人間の弱さ、それぞれのレベルで持っている弱点、小さい子ども、若者、年寄り、それぞれの段階で弱点を持ちますから、そうした弱点を前提にして、等身大の人を見据えて、自立支援とそして見守りというものを増やしていくということなんだろうと思います。

ただ、昨今言われている消費者市民社会の云々という話になると、もう一歩前を考えているようで、どちらかという批判的な意識を持って行政であるとか、社会

であるとかに意見を述べて、マーケットをよりよいものにしていくために、公共圏で主体的に活動するようなそういうちょっと高級な「市民」というのが目指されているということのようでもあります。

東日本の大震災の後、気づかされたことですが、自分のことだけでなく、まわりの人間のこと、あるいは弱い立場にある人に対する「思いやり」とか、「互助の精神」といったようなものを持った、より成熟した社会の構成メンバーとしての人間の役割自体が、今日の動きの本当の背景ではないかというふうに考えている次第です。

「5分で喋れ」と言われているので、これ以上喋ることはないのですが、ただ、最後に、一言申し上げます。足を引っ張るつもりは全くないのですが、消費者教育という言葉、私何度も聞いても、何か違和感があって、この違和感というのはどこから来るんだろうと思いつつ、今日来ながら考えてしまいました。やっぱりこういうシンポジウムだから、「頑張りましょう」という趣旨のことを喋ったほうがいいんだろうなと思いつつ来たんですけど、消費者教育推進というふうに言われて、どうしても違和感がある。その違和感がどこから来るのかなと思ったら、結局、消費者というのは弱くて、愚かで、市場における耐性に欠ける、攻撃に弱い、そういう耐性に欠ける、そういう劣った消費者に対して、一定の知恵を授けて、そして強く理性的で合理的選択ができるようになれという、そういう上から何かを教え込んでいくような教育という姿をどうも想像してしまう。一定方向に向けて国家が国民を教育するということに対するある種の違和感や警戒感というのが、いつも私にあって、教育勅語でもないですけども、「消費者市民かくあれ」というような教育を上からやるというのが、本当にいいのかなという感じがしたのが原因だと気付きました。

もう1つは、日弁連の意見書の中でも書かれていることですが、過度の自己責任というものを強調しすぎることに対する危険というものも気にしておく必要があるということです。

おそらく消費者教育の推進ということの真の狙いは、寧ろ自由な個人が主体的な学習をしていくことを支援することではないかと思うわけでもあります。われわれの経験とか文化を伝え、そして個人に社会人としての成長を促していくということは、本来の教育の姿であり目標でもある。それは殊更、消費者市民社会に向けた消費者教育というふうにして語られることにどの程度意味があるかということは、むしろやるべきことの核となるものをきちんと見定めておかないと、問題も含むということでもあります。国が教育に口出しをして上手くいったことは、あまりありません。それだけに、教えるべき内容や手段が非常に大切になります。

私としては、いっそのこと、「消費者学習支援法」という名前にしたらどうでしょうかという感じがしておりますけれども、いずれにしても、消費者に対して、ある程度自分の身を守るためにそれを身に付けてもらって、周りの人間と力を合わせてそういう人たちを少しでも被害がないように、少しでも利益になるように、そして結果として社会が全体としてよくなっていくために、力を合わせて啓発活動をしていくということについては、全く異存のないところでありまして、ぜひいい形で立法が出来上がるといいなというふうに思います。

先ほどの西村先生の話聞きながら、そうだ、そうだと思って、もうそれ以上は私も話すことはないなと思いながらここに立ったものですから、少しつまらないことも喋ってしまいました。以上です。どうもありがとうございました。

(靄岡) ありがとうございました。

続きまして、消費者教育推進法では消費者市民社会という言葉が明記されることになっておりますが、この消費者市民社会の概念や目指すべき社会につきまして、日弁連消費者問題対策委員会の島田広さんより、「消費者市民社会とは」という演題でご講演いただきます。パワーポイントを使った講演をすることになっておりますが、資料集で言いますと、11 ページ以下ということになりますので、後ろのほうの席の方でモニターが見にくいという方におかれましては、資料集の 11 ページ以下をご覧くださいながら見ていただければと思います。

### 3 消費者教育推進法と消費者市民社会

(島田) ただいま御紹介に預かりました日弁連の消費者問題対策委員会副委員長の島田でございます。今日は「消費者教育推進法と消費者市民社会」ということでお話をさせていただきます。パワーポイントを使いますので、ちょっと準備します。

まず私、消費者問題対策委員会の副委員長という形で消費者教育推進会議にも、また西村先生、山根香織さん、皆さんと御一緒にさせていただいていろいろ議論してまいりました。そういった議論もありまして、また消費者教育推進法の動き、「ぜひとも消費者教育推進法を」ということで日弁連として奮闘してきた、そういう立場の人間であります。

2009 年に北欧のノルウェー、フィンランド、それから 2010 年にスペイン等に教育視察を行いまして、このヨーロッパの消費者教育のあり方、非常にいいなと思って、ぜひともこういった消費者市民社会を日本でも、ということで考えてきたわけです。

今日は、その消費者市民社会という考え方がどういうものなのか、少し皆さんと一緒に考えていき、また、その消費者推進法というものがどういう形でそれに繋が

っていくのかということをお話できればと思っております。よろしくお願いいたします。

まず、消費者市民社会というものは何かということでもあります。さて、皆さん、この方をご存じない方はこの会場にいらっしゃる方の中ではないのではないかと思います。言わずと知れた「ハーバード大学白熱教室」で有名なマイケル・サンデル教授ですね。この方がこういうビデオを作っています。「Citizens or Consumers」、市民か消費者か。そのビデオの中にこんな画像があります。左が合衆国憲法のパネル、そして右側がいわゆる個人主義を象徴したようなものですね。つまり、左は市民、それから右側が消費者というものを象徴したものとして画像で示されているわけです。

サンデルさんのお話は、この消費者性というものが今の市民性に大きな影響を与えているというお話でした。つまり、市民というものが、消費者と非常に対立するものとして捉えられている。そういった中身なんです。しかし、「本当にそうなんだろうか？」ということをお話を、私たちは聞きたいわけです。「サンデルさん、まだまだ甘いね。」ということをお話をぜひとも今日皆さんと一緒に言えるようになればというのが、今日のこのシンポジウムの1つの眼目というところであります。

さて、じゃあ消費者市民というのは実際何なのかということ、言葉で考えると非常に難しいわけですが、いくつか参考となるような行動で考えてみたいというふうに思うわけです。

例えば、これは消費者市民の定義としてCCNという国際団体で定義づけられる定義です。「消費者市民とは倫理的、社会的、経済的及び環境的配慮に基づいて選択を行う個人」というふうになっておまして、「消費者市民は家族、国および地球的レベルで思いやりと責任をもって行動することによって、公正で持続可能な発展を保つことに積極的に貢献する。」と、こういうふうになっているわけです。

非常に難しい定義で、堅い言葉なので、私も大阪などで講演をいたしまして、おばちゃんに「何じゃ、それ？」という顔をされているんですけども、少し噛み砕いて、行動を通じて、どういった行動がこの消費者市民の行動といえるのかということでご紹介をしたいと思います。

結構よくやられていることですよ。1つは、例えば、「ものを買うときにはフードマイレージと環境負荷を考えて買いましょね。」というようなこと。結構学校でもやられております。そして、フェアトレード、これも皆さんご存じかと思いますが、チョコレートとかコーヒーとか、子どもたちの身の回りには結構強制労働とか、不公正な取引によって作られている、買われているものが多い。こういったことを考えていこう、みたいな活動ですね。

それから、地産地消を意識して買うということ。私もよくインターネットで本を買うということをやっていたんですね。よく買っていて、出てきた当時は非常に便利だなというふうに思っていました。ところが、一時期、あの会社がアメリカにみんなお金持っていっちゃって、日本には税金払っていないということが、報道されたことがあるんですね。それを見て「アッ」と思ったわけです。そうか、僕たちがお金を払うということは、お金を落とすということなんだということですね。そういう意味で地産地消というのは、健康にいいフードマイレージがいいというところだけではなくて、地域にお金を落とすしていく。地域を自分たちのお金で活性化していく。そういった意味があるということに気づかされるわけです。

そして、これは日本ではあまりありませんけれども、ヨーロッパでは既に預金の使用目的というものを限定した預金というのがあります。例えば環境関係の企業に投資するとか、そういったような形で、自分たちのお金を預けるときにもお金の使い方というものを考えていく。そういったような商品の選び方ができるようになっている。これも、非常に消費者市民的だと思うんです。

あるいは、商品やサービスに問題を感じたときに、業者や行政に改善を求める、こういうことですね。

私が北欧に視察に参りましたときに、北欧の消費者オンブズという組織がございます。これは国民センターに近いようなものですが、消費者の苦情を一手に引き受ける。そういう組織ですね。その組織の人たちが胸を張って言っていたことが印象深かったんですね。「私たちは国の機関の中で一番国民に信頼を受けている機関なんですよ。」ということ胸を張っておっしゃったわけです。すごいなと思いました。ぜひとも日本の消費者庁にそうなっていただきたいということを強くその当時、消費者庁がちょうどできる頃だったものですから、思ったのを記憶しております。

そういった形で、被害を受けたときに泣き寝入りをしない。そして、自分たちが問題だと感じた業者については、苦情を言い、行政にも情報を伝えていく。そういったような消費者市民がいることによって、この消費者行政も活性化して、ますます信頼が高まっていくという非常にいい循環が生まれているな、ということを感じたわけです。

さらにもう1ついえば、消費者団体と環境団体等の活動にも取り組みをしていく。こういったことも当然消費者市民の行動につながっていくことだろうと思います。

まとめますと、こういうことがいえるのではないかと思います。つまり、消費者市民として求められることは、「自分の支払ったお金は誰の手に渡るんだろうか」ということを考える。それが社会に悪いことをしている、あるいはいい影響を与え



ていない、そういう様々な悪徳業者みたいなところに渡っている。それがいいのかと。あるいは、地域のためになるそういったところに渡るのか。そういったことを考えたらどうだろうか。

あるいは「自分が手にする商品というのはどこから来て、どこに消えるのだろうか」という、非常に長期的な視点でものを見るということですね。先ほどのフェアトレードにしても、どういったところでものがつくられてくるのかというところを考えましょう、あるいはゴミの問題にしても、この手にしたペットボトルがどういう形でごみになっていくのかを考えましょう、と、そういった形で商品をその時々自分たちが伝えたい、利用したい、そういった視点だけで見ただけではなくて、もっと長期的な視点で考えていきましょうというのが、今後消費者市民に求められる視点かなというふうに思っております。

さらに、自分は社会に何を伝えられるんだろうという視点、そういった視点に整理できるのかなというふうには思うわけです。

これをもう1つ別な観点で整理をいたしますと、個人的な消費観から社会的な消費観への転換というふうにいえるのではないだろうかというふうに思うわけです。つまり、これまでの消費の世界というものは、日常様々なCM、広告、今日もまた地下鉄の中で中吊り広告などいろいろ見てきましたけれども、「あなただけの」ですとか、「あなたのために」ということで、まさに先ほどのサンデルさんのお話ではありませんが、I, My, Me, Myself, そういった個人主義的な、個人のためというところが非常に強調されて、業者が描いたイメージに従って個人が消費をしていくという、そういうふうな事業者と私だけの関係で取引が行われていく。そういったような状況に今あると思います。

それで、経済、環境、社会、そういった幅広い社会の中での消費というものをしっかり見据えた消費者になっていきたいと思います。もちろんそのレベルというものは人によってできる範囲は様々あると思いますけれども、自分たちが暮らしている社会というのは、事業者と自分たちだけでなく、生産者もいれば、さらにその原料を作る人、あるいは生物も当然それに関係をする。そして、その事業者を規制する行政、それが私たちの権利を守っている。あるいは私たちの消費に影響を与える様々なメディアというものがある。そういった社会全体の中で私たちが暮らしをしている、消費をしている。そういった視点をしっかり作っていく。その中で私たちの払ったお金は誰に渡るんだろうか。私たちの商品がどこから来て、どこに消えていくんだろうかということをしっかり考えていく。そういったような幅広い視点を持つていこうということでもあります。

そして、幅広い視点というだけではなくて、先ほど申しあげましたように、消費

者が、まさに経済社会を動かすハートの心臓なんだと。消費者がどこにお金を落とすかによって、この社会というものが活性化もすれば、どんどん貧しくもなっていく。私は今福井で仕事をしているものですから、これは本当に痛切に感じます。地方からどんだんお金が飛んでいっている。地方の駅前のシャッター街なんていうのは今や当たり前になってしまっていますね。そういった自分たちのお金がどこに飛んでいけば、どこに落ちればいいんだろうかということをしっかり考えながら消費していくというのは、これからの、特にお金の移動が激しくになっているインターネットで取引ができる時代には、どうしても求められてくるんだろうというふうにつくづく思うわけです。

こうした消費者市民の考え方、国際的にも様々広がっております。その背景といたしましては、やはり先ほどから申し上げてきておりますような大量消費社会、そして、インターネットを通じて、お金、人、物の移動が、極めてスピーディーに、簡単になってしまっている社会、こういった社会背景があるわけです。

そういった中で世界の様々なところから私たちは物を買ひ、様々なところにお金を落とし、様々なところにごみを捨てる、というふうな中で生きている。そういう中で、世界で私たちが使うものの原料の問題、あるいは捨てるごみの問題、そういったものが海外にも影響を及ぼし、南北間の格差にもつながり、それが最終的には環境の破壊にもつながっていく。そういった消費をめぐる問題が、非常に広範な影響を世界に及ぼしているということが、このグローバル化の世界の中で急速に広まっている、ということだと思います。

これは、世界の国の所得を国民1人あたりで割ったグラフです。2000年のデータなので、かなり古い数値になっておりますが、この当時ですと、一番低いエチオピアに比べて、一番豊かなルクセンブルグは420倍という大変な所得の格差が生まれている。日本はこの時点ではかなり上にいますが、今はもっと低くなっていますけれど、そういった大きな格差があります。世界では10億人超、6人に1人が飢餓の危機にあるということがいわれていますけれども、一方では、私たちの社会の中では比較的豊かな消費生活が営まれている。

これは国連環境計画の資料ですけれども、地球で先進国と同じような暮らしを全世界の人がしようとすれば、地球があと余分に2個必要だというふうにいわれています。私たちの消費生活というものが、いかに大きな無駄を生みだし、それが地球の裏側の人、あるいは将来の世代が使うべき資源まで奪っている結果になっている。それがこの図でよくわかるかと思えます。

こういったことを、是非とも何とかしなければいけないということで、国際社会が今頑張って取り組んでいるという状況です。1992年、2002年、二回にわたる地球

サミットといわれる会議がありました。

あるいは、2005年から国連持続可能な発展のために教育のための10年というのが取り組まれています。こういった中で持続可能な消費を作っていこう、消費と生産を持続可能なものにしていこうということが、取り組まれているという状況です。

そして、今年6月に国連持続可能な開発会議というものも予定されている、という状況になっております。

様々な教材が作られ、その中でも、消費者の市民の役割というのは非常に大きいんだということも、いわれています。

日本でも、これが2011年に行われました「消費者・市民教育モデル事業」というものですが、政府の取組みとして、こういった取組みもなされ、また文部科学省が2011年3月に発表いたしております「大学等及び社会教育における消費者教育の指針」、ここでも持続可能な社会を実現するための重要な要素という形で、消費が位置付けられている。そういう大きな変化が、日本でも生まれようとしています。

こうした変化が非常に大きな可能性を持っているということがいえると思うんです。それが、これはGDPを支出項目ごとに分類したグラフですが、家計の消費の割合というものは、実にGDPの55%を占めているということでありまして、この消費者がどうやってお金を使うか、どういった商品を選ぶかということが、国の全体の経済のあり方に大きな影響を及ぼすということが、明らかになるかと思いません。

ですので、こういった消費者が社会の主役として経済を動かしていく、持続可能なものにしていく、あるいは悪徳な消費者被害を及ぼすような業者には、金を払わないというような、そういったことをしていくことによって、この社会が大きく変わる、経済が大きく変わるということは明らかだろう、というふうに思うわけです。

そういったことで、ぜひともこの消費者教育を通じて消費者市民社会というものをしっかり進めていこうということで、日弁連として取り組んでまいりました。消費者教育そのものも是非ともやっついことということで、消費者教育推進法の制定を求めてまいりましたが、具体的に立法が予定に上がってきたということでもあります。

背景としては、やはり消費者被害の増加ですとか、あるいは最近の東日本大震災での様々な消費をめぐる問題というものがあったと思います。

2009年にはOECDが消費者委員会、消費者教育政策勧告というのを出しました。ここで消費者教育の目標の明確化というものがいわれたところでもあります。

そういった中で、立法に向けた動きというのが2008年からずっとありまして、日弁連、消費者教育学会なども、そういった動きをしてきて議員立法にこぎつけてき

たというところであります。消費者教育推進計画でも、消費者の役割というものが非常に注視をされた書面が出されております。

日弁連も積極的に立法活動をしてまいりましたけれども、そういう中で、消費者教育推進法の中の消費者教育の定義にも、消費者市民社会の考え方が生かされようになってきたということになっております。

先ほど西村先生からご紹介がありましたけれども、この推進法案、現在、自公民で協議をして合意している段階だということではありますが、定義の中で明確に消費者市民社会の考え方が書いております。それは次のところですね。「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」という次のところに括弧がつきまして、「消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む」ということになっております。明確に、言葉として「消費者市民社会」というものが入るとということが検討されております。おそらく法律の中で「市民」という言葉が入るとするのは、初めてではないかと思いますが、そういう画期的な出来事でもあります。

そして、消費者市民社会の定義といたしましては、社会的影響ですね、先ほどから申しております消費が与える将来の世代も見据えた「社会経済情勢への影響」、そういったものを考えて、「公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会」という形で、消費者市民社会が定義されております。

基本理念の中にも、例えば2番目に「消費者市民社会に参画する」といったところ、それから、5番目のところで、「社会的影響等の多角的視点での情報提供」ということもあがっております。さらには、生きる力につながる「実践的な能力」というものも含まれているという、そういう非常に重要な基本理念を盛り込んだ法律です。

それを踏まえて、国の責務、地方公共団体の責務というのも定められました。中でも大きいのは、しっかり計画を立てて実施をしていくということで、消費者教育についての基本計画、基本方針というものを国が定める。そして、地方については努力義務ですけれども、地方でもこの計画を定めていこうということです。

それから同様に、計画を定める上でも重要な役割を果たすのが推進会議というものですけれども、国の推進会議、それから地方での推進地域協議会というものを作っていく。地方の推進地域協議会については、残念ながらやはりこれも努力義務になっておりますが、これから地域でどういう消費者の教育が求められているのか、どういう消費問題があつて、あるいはどういう経済社会の問題があつて、それを解決するためにはどういった消費者教育が必要なんだろうかということ地域で考えるということが、この法律を使ってできるようになるということが非常に大きいと

思います。その他の施策についても、財政的な措置等重要な施策が盛り込まれております。

今後の課題ですけれども、先ほど申し上げたような地方での計画づくりというのが、非常に大きな意味を持つだろうというふうに思います。あるいは、さらに進んでそれを学校でどういうふう実践していくのか、それがこれからこのシンポジウムで議論する重要なテーマであるということでもあります。

さて、冒頭に消費者市民とは何かということ述べましたけれども、この3つ必要だといわれる地球をぜひとも1つにして、そして将来の世代に豊かな地球を引き継いでいこう、公正で持続可能な社会を作っていこう、消費者被害のない世界を作っていこう、そういった役割を消費者が主体的に、もちろんそれぞれの立場で、できる範囲で果たしていこうという、そういう重要な社会づくりです。

日弁連としても、是非とも、今日ここにお集まりの皆さんとともに、そういった社会づくりに向けて、しっかりと内容を進めていきたいと思っております。今日はそのスタートになることを願って、私の講演を終わりたいと思います。

どうも御清聴ありがとうございました。

## 【事例報告】

(中村美) さて、消費者市民教育のヒントとなるような先進的な取組みは、既に自発的に進められています。本日は、実際の学校現場において、創意工夫をしながら、賢い消費者を育てるための教育に取り組まれている3名の先生方をお招きして、授業の実践例を報告していただきます。

なお、発表される皆様の略歴については、プログラムをご参照ください。

(靄岡) まず最初に、東京都立忍岡高等学校家庭科教諭の荒井きよみさんから、「高等学校『家庭』における消費者教育」というテーマで、授業における実践例を発表していただきます。

資料につきましては、資料集16ページ以下になりますので、こちらを御参照ください。

それでは、荒井さん、よろしくお願いいたします。

### 1 「高等学校『家庭』における消費者教育」

(荒井) 都立忍岡高校の荒井と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

本日は、本校の第一学年で実施しております家庭基礎という科目の授業の御紹介をさせていただきます。個人、家族の生活から環境・貧困といった社会的な問題を

とらえ、生活問題の解決へ向けた認識に高めることを家庭基礎の目標としております。つまり、生活者の視点から社会の現状を問う力の育成ということを考えております。具体的には生活問題を解決の方法をもって捉える力を目指しているわけです。

購買行動は経済的投票であるとウィルヘルムらが申しておりますように、生徒たちが何を買うかによって、どんな社会になっていくのか、自分の買ったものが社会にどのように影響を与えるのかという認識を持てるように1年間の授業を計画してまいりました。

こちらが家庭基礎の年間授業計画の前半部分になります。10個のテーマを掲げました。まずはじめに、人生80年のデザインをしてみようということで、過去を振り返りつつ、乳幼児期、自分たちの過ぎてしまった乳幼児期、学童期等を振り返りつつ、今現在青年期を生活している彼らにとって、今何が課題であるのかを様々な生活の側面からとらえさせました。

後期には、こちらに御覧いただいているようなタイトル、9つのテーマのもとに授業を構成しました。本日は、こちらの最終回にあたります家庭基礎の中でも最終回の授業におきました19番目の「お金を使い方で世界を変える」という授業についてお話をさせていただきます。

「お金の使い方世界を変える」というこのテーマで、授業は3回にわたって行いました。授業時間数といたしましては、合計6時間当てております。まず初めにチョコレートの歴史について取り上げました。高校生にとって大変身近な食品の1つであるチョコレートではありますが、一体チョコレートがどんなところで、どんなふうになってきて、どんな原料があるのか。あるいは今現在自分の目の前にあるチョコレートがどんな背景をもってこんな形になってきているのかといったことになりますと、すごく遠い存在であったようです。

こちらのスライドにあるものは、カカオの木になっているカカオの実ですが、その中にはぎっしりと30~40粒の種子が詰まっているそうです。こちら私たちがカカオ豆と呼んでいるものなんですけれども、その豆を発酵、乾燥させることでさらに焙煎、磨砕したものをカカオマスと呼んでいるそうです。カカオマスがチョコレートの原料となるわけですが、そのままですと、大変べとべととした、どろどろとしたもので、元々チョコレートドリンクとして世界に広まった食品だったそうなんですけれども、19世紀、その分離に、カカオバターを取り出すことに成功し、今の形に至ったということを生徒は知りました。

さらには、そのおいしさの秘密に迫りました。その取り出したカカオバターの中にもともとあったカカオマスや甘さを加えるために砂糖やミルクを均一にばらまくことでおいしさということに成功したそうなんです。

さらには、おいしさだけではなく、この独特の食感というのはどこから来ているのだろうかということで、また身近な脂肪を多く含んでいるバターという身近な食材とちょっと比べてみました。バターのほうは、御覧のように、たくさんの種類の脂肪酸を含んでおりますが、それに対してチョコレートの原料であるカカオバターのほうは、脂肪酸の種類が少ない。その上に脂肪酸同士の性質が大変似ているために、溶け出す温度が30度というところをポイントとして急に溶け出すそうなんです。バターはこのようにだらだらと様々な脂肪酸がそれぞれの温度になったら溶け始めるという、それとカカオバターはだらだらとは違うというところに生徒は着目していました。

一方、おいしくて甘いチョコレートなんだけれども、実は苦い側面を持っているんだということを紹介しました。カカオ生産現場では、チョコレートを口にしたことのない子どもたちがその実を育てているということに生徒は気づきます。それを改善しようという動きも一方で社会では起こっているんだということで、フェアトレードを紹介しました。ただ、この授業のときはもう既に2月になっておりましたので、高校1年生の4月の段階で英語の教科書の第1章のところでフェアトレードを扱った授業をすでにしていましたので、文言としては彼らは知っており、ああ、これだったのかという感じで、ちょっとすとんと落ちたようでした。

そしてフェアトレードのチョコを使って、実際にバレンタインデーのところでもありましたので、チョコレートブラウニーを焼くことにしました。こちらがその実習の様子になります。実際に材料として、先ほどのバターとチョコレートを湯煎にかけて溶かすところからスタートするわけですが、ああ、脂肪酸がということで、このあたりでその知識が実践で結びついていったような発言も見受けられました。

そして、30分ほどオーブンの中で焼いている間には、こちら、フェアトレードのチョコレートの包装紙なんですけれども、ぎっしりフェアトレードに関する情報が両面にわたって原材料だけでなく盛り込まれています。30分ほどオーブンの中で焼いている間、そのおいしい香りが立ちこめる調理室の中で、調理実習に関するレポートをつくる際に、包装紙の中で一番気になった文言をメモに取っていました。例えば化学肥料を使っていないですか、農薬を使っていないところに着目する生徒や、フェアトレードのそのものの意義についてメモを取っている生徒とかいろいろでした。

いよいよ実食ということで、真剣そのものの顔で男子生徒が定規をあてて五等分にしているところなんですけれども、こちらが完成品です。実習後の感想の中には、「今日は格段においしい。それというのも、ある人を応援することができたからだ」

というような文章も見受けられました。

そして、こちらは、その今回 19 回目の授業の最後のところなんですけれども、まとめといたしまして、実はチョコレートも安いものも出回っているし、その他にもみんなが気づく、こんな値段でこの商品が売られているというものがないかしらとということで、例えば牛丼がということで話を進めてまいりました。チョコレートの場合、自分たちが直接労働にあたっているわけではないし、そういう子どもたちがかわいそうだとかという人ごとのような感覚も持ってはいたんですけれども、実際に今日本の社会の中で、ものがすごく安くなって行って、それって巡り巡ってどんなことが起こりうるだろうか。みんながもし安いもの、値段だけを基準に商品を選んでいったらどういうことが起こるんだろうかというような投げかけの中、様々な意見が出てきました。あなた達は一体何にお金を使いたいのか。そのお金は、結局巡り巡ってどうなるんだろうか。例えば、みんなの卒業したときの就職先がどういふふうな状況になるんだろうかというような話がちらほら出てきたまとめになりました。

そして、1年間のまとめといたしまして、「おいしいコーヒーの真実」というドキュメンタリー作品の映画をみんなで見聴いたしました。この作品は、エチオピアのコーヒー豆の生産農家の自立を支援している男性の活動を追った内容になっておりまして、その中で南と北とか、生産者と消費者とか、先進諸国と発展途上国といったような関係を、子どもたちは見つけられたようです。

そこで、こちらの授業の感想、映画の感想を子どもたちの中に生活問題の認識レベルが育ったかどうかということをごちらの基準を基に分類してみることにいたしました。第一段階としては、生活問題を客観的に捉えることができたかという事実認識が1ステップ目、そして2ステップ目といたしましては、一方方向からの視点だけではなく、1つの事実に対して多方面から子どもが捉えられた文章があれば、その認識は2ステップに入ったと私は判断しました。そして最後に、本来今回の授業の目標としております子どもの中に価値観が出来上がれば3ステップ目に、ある問題から価値観を育まれることを目標としてまいりましたので、そこまでいったかどうかというところで分類してみました。

こちらが実際の35名の生徒の感想の一部分です。例えば、ひどいと思ったとか、かわいそうだったかと思ったというような、まだ個人の感情のレベルで、先ほどの私が示しましたレベルの段階に至っていないと判断した文章例です。

続きまして、こちらになりますと、一程度問題を客観的に捉えられている文言が含まれているかなと判断したものです。そして2ステップ目かなと判断したものは、ちょっと複数の視点の関係性から言葉の表現ができていかなと思われたものです。



最終的に、例えば「先進諸国と途上国の差が開いてしまったのを止めるためには、消費者である私たちが行動を起こすことが大切なんだ」とか「必要なんだ」というような表現にまで至ったものを一応3ステップ目というふうに判断いたしたものがこちらです。それで35名分類した数値がこうなんですけれども、残念ながらとんちんかんな感想を書いている生徒も2名ほどおりましたので、無関心という項目を新たに設けて分類してみました。

それで、この最終回の授業の前に実は12番目のテーマに、「肉を食べない月曜日」という授業を展開しているのですが、そのまとめの中で「フードインク」というやはり同様のドキュメンタリー映画を視聴しております。そのときの結果が右端の数値で、同じ生徒35名なんですけれども、ちょっとこれを点数化して比較してみたいんですけれども、一応やはり2回目の方がレベルが上がっているという判断をすることができました。

そして、これらの授業を通じまして、生徒の事実認識から関係把握に至るためには、例えば牛丼やチョコレートなど、できるだけ社会問題にちょっとでも近づくような素材を持ってくること。そして、意見を交換できたり、実習などの情報や体験の共有化をする時間を設定することが大切かなと思いました。さらに一番大切なのは、生活主体としての自覚、どこにスイッチがあるか、個人個人で異なりますので、それが科学的な視点であったり、歴史的な視点であったり、経済的な社会的なと色々な視点を示すことというのは大切で、それが最後の価値認識を形成することに繋がると考えております。このような認識を育むことこそが、高校生たちが消費者市民社会の担い手としてなっていくために重要なことだと私は考えております。

以上で御報告を終わらせていただきます。ありがとうございました。

(中村美) 続きまして、川口市立戸塚南小学校社会科教諭の菊次哲也さんに、「エコチケットを使った循環型エコ活動」というテーマで、授業における実践例を発表していただきます。それでは菊次さん、よろしくお願ひします。

## 2 「エコチケットを使った循環型エコ活動」

(菊次) 皆さん、こんにちは。埼玉県川口市立戸塚南小学校に勤務しております菊次と申します。今年度は4年生を担当し、校務分掌では環境学習と総合の担当をしております。また、戸塚南小エコクラブの代表もしております。どうぞよろしくお願ひします。

川口市立戸塚南小学校は、7年前に新設されたエコスクールです。学校には太陽光発電、雨水利用、屋上緑化の施設があります。太陽光発電では1割の電気を発電しています。また、学校南側には斜面林が公園として残されています。

学校では子どもたちは様々なエコ活動に取り組んできました。実は昨日「紙の日」として古紙回収を行ってきたばかりなのですが、開校当初から牛乳パックと古紙のリサイクルに取り組んでいます。毎月第4金曜日が紙の日になっています。子どもたちは、学校給食の牛乳パックはもちろんなんですが、各家庭からも古紙を持ってきて参加しています。休み時間に回収をし、環境委員会の子どもたちがトラックに積み込みます。本校ではこうした日常的な環境活動と総合の学習とを有機的につなげています。

例えば、4年生では総合の時間に「ぼくたちのまちをごみから守ろう」という単元があります。回収活動に参加して、直接、回収業者の方にインタビューをして、「古紙はごみじゃない。大事な資源です。」という事を理解します。この単元では川口市民環境会議という市民団体と協働して25時間の授業に取り組んでみました。授業の中では給食で飲んだばかりの牛乳パックを使って、リサイクルしてハガキづくりにも挑戦しています。

ゴミの分別の体験学習も行っています。家庭からごみを持ち寄ってきて、山のよりに集まったゴミを分別します。机の上のお勉強で終わるのではなく、川口市のごみの分別ができるように、一人ひとりが体験学習をしています。

ごみを減らすには出口ではなく、入り口となる「買い物」がとても大事になってきます。「グリーンコンシューマー」という言葉がありますが、子どもたちには「買い物名人」になることを課題にしています。この場面は、ちょうど買い物クイズです。25問あります。シャンプーを買い替えるときどうしますか。本体と詰め替え、どちらを選びますかというようなクイズが続きます。楽しみながら、体験して身につけるという授業を行っています。

1年間でリサイクルされたトイレットペーパーは、毎年2,000個を超えています。本校で使うトイレットペーパーはすべてリサイクルで賄っています。廊下にこんなふうに通気口が飾ってあります。トイレットペーパーが飾られている学校というのはちょっと珍しいでしょう。

戸塚南小学校では、子どもたちがもっと意欲的に環境活動に取り組めないかなということで、エコチケットという環境通貨を発行しています。これが1エコです。これが5エコ、これが10エコとなっています。このエコチケットを子どもたちがどうやって手に入れるかと言いますと、例えば、紙の日に古紙を持ってくると1エコもらえます。学校ではカブトムシを斜面林に育てているんですけども、秋になるとビニール袋に1袋落ち葉を持ってくると、1エコもらえます。エコ活動をするとエコチケットが手に入るという仕掛けになっています。

では、どうやってこのエコチケットを使うかという、学校ではエコマーケット

を開いています。4年生がグリーンカーテン作りをして、カブトムシの飼育もしています。夏にはたくさんのゴーヤを収穫して、給食でゴーヤチップスにして食べたりもしています。学期に1回子どもたちがエコマーケットをやっています。ゴーヤの苗をたくさん育てますから、みんなもグリーンカーテンを育てませんかということで、苗を1つ5エコで販売しています。この写真はカブトムシの幼虫の販売ですが、幼虫は3エコで販売しています。大人気であつという間に売り切れてしまいます。こうしたエコチケットを使った楽しみながらの環境活動が本校の特色になっています。

エコチケットを発行した当初は、教師側から呼びかけて学校の委員会活動でアサガオやヒマワリの苗を販売するようなことをしていました。しかし、やがて子どもたちが自分たちのアイデアでお店を作り、会社を作り、エコマーケットを開くようになりました。そのきっかけは毎年夏に行っている綾瀬川フィールドワークでした。綾瀬川やその周りの森の生き物調査をしたり、植物を調べたり、継続的な調査を行っています。カヤックや、ツリークライミングにも挑戦しています。植物調べで子どもたちがムクロジの実に興味持ちました。ムクロジの実は羽子板の羽に使われる黒い実です。実にはサポニンが含まれていて、水を入れてストローで吹くとぶくぶくとシャボン玉ができます。戦争中は石けんに使われたとも聞いています。子どもたちはとても興味をもち、「先生、これ自分たちで会社をつくって売りたい」と、子どもたちから提案があつてエコマーケットを開くようになりました。ちょうど韓国のテレビ局が取材に来ていたときのことでした。子どもたちは自分たちで社長や副社長を決めて、とうとう名刺まで作って販売を始めたんです。子どもたちが自ら動きだして、何でもやってみようというかたちでエコマーケットは続いていきました。

一昨年の埼玉県の水の再生交流会から表彰を受けたときのことで。子どもたちはというと表彰が終わった後、県知事さんを囲んで名刺交換しておりました。引率教師の私は焦りましたが、子どもたちのたくましさには脱帽しました。

こうした子どもたちと活動をしながら、「チェンジメーカー」という言葉と出会いました。チェンジメーカーというのは、いろいろ難しい議論があると思いますが、世界が直面している平和、貧困、環境といった問題をビジネスと繋げて、新しいアイデアを出して解決する人。社会的な起業家ということでしょう。今回シンポジウムのテーマでもある消費者市民と繋がる言葉でしょう。

私は子どもたちに戸塚南小学校のチェンジメーカーにならないかと呼びかけていきました。毎年秋に戸塚南小祭というのがあります。そこで大々的にエコマーケットを開いています。子どもたちに子ども店長、子ども社長募集という応募を出しま

した。子どもたちは、資金が必要ならばエコ銀行から貸し出しますよという話もしました。戸塚南小学校にはエコ銀行があります。エコの預金通帳ですが、20エコ以上持っている人はそのままでは無くしたりするので、預金通帳に入れてもらっています。環境委員会にいる子どもたちがパソコンで入金作業をして、全員の預金の計算、記録が残っています。今現在、2万469エコが流通しています。預金通帳には「ぼく、わたしのエコ宣言！」という欄がありますが、それがパスワード代わりになっていて、なくした場合にはクラス・氏名とパスワードがわかれば再発行できるという約束になっています。

集まった子ども店長、子ども社長たちは企画会議でいろんなアイデアを短冊に書いて出していきます。斜面林の竹林の竹で何をつくろうか、綾瀬川フィールドワークで集めたムクロジの実をどうしようか、落とし物の傘がいっぱい学校にあるからどうしようか、牛乳パックでおもちゃができないか、川の勉強で使ったマイエンザという環境濾過微生物を作って売れないか、屋上で育てた野菜を出荷できないかなど、いろいろな意見が出てきました。紙にまとめて、子どもたちが企画をまとめました。そして竹を切って、竹ぽっくりを1エコで売ろう。竹炭にも挑戦し、オイル缶を窯にして作りました。火を付けたらこんなふうになんて怖いぐらいに煙が出ます。事前に消防署にお話しておきましたから大丈夫でした。松ぽっくりやどんぐりの炭を作ってみました。それから竹を輪で切ってブローチを作ってみたり、春咲いたチューリップの球根を売ったりもしました。

おもしろいのは落とし物の傘ですね。いい物は値段を高めにして値付けをして売りました。牛乳パックフリスビー、竹炭、マイエンザ（環境浄化微生物）もできあがりしました。マイエンザには容器としてたくさんペットボトルが必要です。この時は100個必要なので、学校のみんなから1エコで買い取りました。100個買い取って集めるためには100エコの資金が必要です。エコ銀行から100エコ融資して、終わった後は売上から返してもらおうということにしました。屋上でつくった二十日大根も1エコで販売しました。南小祭り当日は大盛況でした。マイ竹ぽっくりは人気でした。落とし物の傘の中には高島屋で買った5,000円の傘もありました。持ち主には「これからはぼくを大事にしてね」というメッセージの紙と一緒にもどしました。お祭りではマイ箸を持ってきますと、1エコもらえる仕掛になっています。マイエンザは100本全部売り切れしました。どんぐりぶえも自分でつくって楽しんでもらいました。ムクロジの実すくいというコーナーももうけました。二十日大根はあっという間に売り切れしました。

子どもたちは大活躍してくれました。エコチケットいっぱい手に入れた子どもたちですが、エコチケットが手に入ったということ以上に、自分たちがやったことが

仕事になってたくさんの人に喜んでもらえたことに手応えを感じていました。自分のアイデアが生かしてとても嬉しかったようです。売上は、1,394 エコになりました。子どもたちはこんなふうに分の力で創意工夫して取り組んできました。

こうした取組みをしていながら、子どもたちが本当に成長したなど感動したことがあります。それは3月11日の大震災の時のことです。卒業生が被災地の子どもたちにランドセルを送ろうということで立ち上がりました。卒業式を終えて後、図書室に集まって、自分たちでチラシを作って呼びかけました。回収当日には続々とランドセルが集まってきました。なかには他の学校の子どもたちも持ってきてくれました。車で通りがかって見て、あわてて持ってきたという方もいました。ランドセルは日光で干して消毒して送りました。卒業生は150名ですが、集まったランドセルは250個を超えました。

戸塚南小学校では今もその活動が続いています。これはひまわりプロジェクトといますけれども、福島ひまわりの種をいただいて送り返すという活動をしています。1袋小分けして3エコで販売しています。エコクラブでは屋上にひまわり畑も作りました。育てたヒマワリの苗を5エコで買い取ってもらい、育てて取った種を買い戻し、福島にまた送り返しています。

屋上のひまわりは夏の日差しをあびて大きく育ちました。夏休み明けに一斉に花が咲きました。子どもたちのメッセージを添えて、3万個以上の種を福島へ送り返すことができました。戸塚南小学校では様々に環境活動、環境学習を展開していますが、これからも子どもたちとチェンジメーカーに挑戦してみたいと思っています。以上で報告を終わります。御清聴ありがとうございました。

(靄岡) ありがとうございます。

最後になりますが、岐阜大学大学院教育研究科に在籍中で、長良東小学校教諭の伊藤智裕さんに、「平成23年度消費者教育フェスタ in ぎふ」についてのご報告をいただきたいと思います。資料集は19ページ以下になります。それではよろしく願いいたします。

### 3 「平成23年度消費者教育フェスタ in ぎふ」

(伊藤) 失礼します。岐阜大学教職大学院で、岐阜市立長良東小学校というところに在籍しております伊藤と申します。

本日は、昨年度に行われました文部科学省主催で「消費者教育フェスタ in ぎふ」という初めての地方開催の公開授業を含めた取組みが行われまして、そのときの事例を報告させていただきたいと思います。よろしく願いします。

お話しさせていただくのは、4点に絞ってお話ししたいと思います。最初は「消

費者教育フェスタ in ぎふ」についての内容をお話しします。

2点目が授業で取り上げた題材。3点目が授業の実際。4点目が成果と課題というふうにお話しさせていただきます。

「消費者教育フェスタ in ぎふ」では、大きく2つの柱がありました。1つ目が親子で学ぶ、2つ目が熟議というものです。

まず、親子で学ぶということなんですが、自分は今まで親子で学ぶといっても、授業参観というイメージでしかなくて、これは参観ではなくて参加という形で親御さんも加わって一緒に勉強するという取り組みでした。ポイントとしては、簡単に言えば楽しく学ぶことと真剣に考えることかなということだと思います。ただ、一緒に考えるときのテーマが重要だなということをおもいました。今回は、親御さんと子どもで意見の食い違うようなテーマ、あるいは様々な立場によって複数の意見が出てくるようなテーマ、そういうことを設定していくと形だけに終わらない取り組みになるのではないかなということをおもいました。詳細については、後ほど述べさせていただきます。

次に、熟議というところなんですけれども、恥ずかしながらこの言葉を昨年度初めて私は聞きまして、何のことかさっぱりわかりませんでした。私を含めて他の職員もみんなそういうことで、多分これは心配だと思われて、わざわざ文部科学省の先生が岐阜におみえになって、事前にオリエンテーションもしていただきました。そこでだいぶ自分たちなりに解釈をして、様々な立場の人々が加わるといいよと。それから答えを1つに求めないことが大事だよと。そして、これは難しいかもわからないんだけど、いわゆるファシリテーターと言われる舵取り役の力がとても重要だということをおもっていただきました。それを教えていただいたのが、授業が2月にやって、確か12月ぐらいだったので、2か月で間に合うはずがないと思いつつ、できるところまでやろうというふうを考えてやっていました。

次に授業で取り上げた題材についてです。子どもに身近な題材でということと、それからそれを具現しようと思ってやった風評被害という題材。このこととお話をしたいと思います。私は子どもに身近な題材というものにある意味、条件があると思ひまして、1点目が、子どもに生活経験があること。そして学習経験があること。そして、調べる資料が豊富であるような追究しやすいかどうかということ。そして子どもの心に響くこと。そして学んだことが生きていくこと。この5つが身近な題材の条件ではないかと考えています。そして今回風評被害、若干重たいテーマではあるのですが、これは新聞やテレビの報道を見聞きしていることで1番、それから、保護者とか新聞記事を調べることができるということで3番。実際の生の話を聞けるということで4番。そして、学んだことを一消費者として考えて判断していこう

とするということで5番を満たすということで、私が風評被害の授業を行うと決意をしました。

実際に、取り上げた人々はお二人です。みちのく屋店長Wさんという方とふくしま希望市場のEさんという方です。具体的には、そちらに書いてあるのですが、お二人とも風評被害に負けずに前向きに立ち向かっていこうとするお二人でした。

では、実際の授業について説明したいと思います。子どもや保護者の実態について。それからそれを受けてどんな構想を僕が持ったか。そして最後が実際の授業の意見、考えです。

まず、子どもの実態なんですが、アンケートを行った中の様々な項目の中の1項目なんですけれども、風評被害は解決すると思うかという質問項目です。子どもたちは「難しいと思う」が約4割。そして、行政という書き方はしていないのですが、「行政の努力が必要」、あるいは「生産者や販売者の努力が必要」が2割、合わせて6割、これを見て私が思ったのは、やっぱり解決が難しいと思うのも含めて、自分たちが解決する一員なんだという認識を持っている子どもは皆無なんだなということを授業やる前に思いました。あるいは半分以上は、他者というか行政や当事者が努力すればいいというふうな認識を持っているというふうに捉えました。

また、保護者にとったアンケートでは、約6割の方が、「東北産の品物の購入を控えたことがある」と答え、その理由は子どもの健康を考えてということでした。これが間違っているとか、合っているということは言えないと思うんですけれども、ただ僕自身がこの記述の部分から思ったのは、正しい知識とか情報に基づいて親御さんたちは判断してみえるのかなと。福島産とか東北産という名前とか、あるいは報道とかでこのような思いに至っている親御さんもかなり多く見受けられて、やっぱり消費者としての自立的な判断なのかということのを思いましたので、授業でやるやりがいがあるというか、そんなことを思いました。まとめると、こんな実態です。

そこで、私の構想としては、まず東日本大震災というそのものについて、それから風評被害ということについてまず押さえた上で、最後に風評被害に立ち向かう生き方を通して、自分たち自身も正しい情報をもとに考え、判断していくという意識に高めたいということを考えました。

こちらが授業の実際の立てた構想なんですけれども、どうしてWさんは、みちのく屋を開業して、東北産の品物を販売するようになったんだろうと。いわゆるこれは学校でいう課題と言うんですけれども、それに対して子どもたちは被災地の力になりたいよとか、風評被害をなくしたいよということのを思ったからじゃないかなということのを言うと思いました。その意見がまとめ、被災地の復興に役立ちたいということで、Wさんはやったんだというふうに授業が流れていくんじゃないかなとい

うふうに構想しました。

そのときに、こちらから新たな事実の提示をします。みちのく屋が1か月の売上という事実で、オープン前は約70万円を見込んでみえたそうです。ところが、実際は40万円しか売上が上がらなかったということで、みちのく屋の売上を伸ばすためには、どうすればよいか、というテーマを新たに設定し、親子でグループ熟議のほうに入りました。この中では、これも意見が様々出てくるんですけども、きっと国が基準を示すことが大事だよとか、販売者が安全性をアピールすればいいじゃないかとか、安全性をチェックすればいいんじゃないかと。中には、消費者が正しい情報を真っ先に得ることが大事じゃないかというように、国とか販売者とか生産者とか消費者という様々な立場の意見が滲み出てくるのではないかと思います。

グループでこれを話した後、それを全員でもう一度全体で話し合う中で、一番下のみんなと協力して風評被害に立ち向かっていく必要があるというような意識に立つことを望みました。

最後に、ふくしま希望市場さんからの手紙を紹介して授業を終えようということを読んでいたのですが、実際はそうなりません。グループの協議で出てきた意見については、概ね画面のような水色のような意見が多かったんですが、それを全体で吟味をした結果、僕の構想では、協力してという部分だったのが、子どもたちは国、専門家が正しい情報を出すことがまず大事だということになりました。これは間違っているとは言えないんですけども、予想とは違って、正直すごく焦りました。でも、このように発言するということは、このように考える背景が子どもたちにはあるはずですので、何でこう考えたのかということを経験の瞬間の中で考えました。やっぱりそれは実際に取ったアンケートと即して、このような発言が出てきたのではないかなと。ある意味自然だと思いました。

そこで、この手紙を少し早く提示をしました。資料に載せてあるのですが、この手紙を私のほうで読み、その感想を求めたところから授業の子どもたちの意識が変わっていったので、ちょっと紹介したいと思います。

(子どもたちの感想／パワーポイント・音声)

最後に成果と課題です。1つ目、教師のモチベーションと協働を書きました。消費者教育を自分たちがやっているんだという意欲とか、あるいはそれをみんなで検討したり、みんなで授業をつくったりしていくという、職員みんなで力を合わせてやっていくという雰囲気が学校に生まれたというか、さらに向上したということ。それから、参観から参加ということで、新しい授業の形というか、学校、家庭と一緒にやっていくということができたかなと思います。

3点目、これは先ほど構想をもって手だてを打っていくということ。課題として



は、指導内容が増加する中で教科横断的な内容をどう位置付けるかということで、今学校現場では、何々教育と付くものが非常にたくさんあって、正直申しましてあまりいい表現じゃないかもわからないですけれども、荒波に押し寄せられているところがあります。僕たちは新しい内容が入ったときに、新しいものをやるという発想ではなくて、今あるものをどう有効的に活用していくかということで精選をしながら、今までやってきたよい実践の宝を上手に使っていくというふうでやっていこうというふうに現場ではやっています。こういったことを思いました。

最後に、僕が好きな言葉で、今回本当に子どもから学んだなということを思いました。妻と一緒に相談をして、僕も東北産の商品を買うのを躊躇しました。しかし、子どもとこの授業した後、もう一回妻と話し合ったら、やっぱり名前だけで考えていたねということで、2人で自分たちの消費行動というか、その姿を改めて振り返りました。やはり先生というのは、子どもと一緒に学び、育っていくものだなということを強く思いました。これからもそういうつもりで実践を磨いていきたいなということを思っています。本日はどうもありがとうございました。

(靄岡) ありがとうございました。今回のシンポジウムにあたりまして、国会議員の方の出席及びメッセージを頂戴しておりますので、御紹介させていただきます。

まず、民主党仁木博文衆議院議員、秘書の来様が御来場しております。

仁木議員からはメッセージをいただいておりますので、私のほうで代読させていただきます。

「本日の『広がれ、消費者市民教育！』シンポジウムに出席できませんが、メッセージをお送りいたします。私は、民主党の消費者問題プロジェクトチームの中で事務局次長として、そして消費者教育ワーキングチーム座長として、お集まりの皆様にご挨拶を申し上げます。

当初の自民党案と日弁連から頂戴した案をベースに民主党案を作成いたしました。昨年秋から自民、公明、民主の実務者協議を行い、3月15日に成案を得たところです。民主党は、3月21日に党内手続を完了しており、自民党の手続を待つのみとなっております。その後、参議院先議で特別委員会での委員長提案を予定し、参議院、衆議院ともに通過する運びで準備しております。

この法案で提起しています消費者市民社会について、お集まりの皆様によって深く掘り下げ、また実践の場でより豊かなものにしていただければ幸いです。日弁連はじめ、各界からの御指導に感謝し、一刻も早く国会での成立を図ってまいりたいと存じます。シンポジウムの成功を祈念いたします。」

以上です。ありがとうございました。

続きまして、自由民主党森雅子参議院議員の秘書の山崎様が御来場されております。

また、民主党の水戸将史参議院議員よりもメッセージをいただいておりますが、時間の関係上割愛させていただきます。

ただいまから3時までの間、休憩時間とさせていただきます。受付で配付いたしました質問用紙等につきましては、この時間に御記入いただければと思います。それでは、後ろの時計で3時までご休憩とさせていただきますので、3時から始まりますので、3時までに御着席をお願いします。

( 休 憩 )

## 【パネルディスカッション】

### 〈消費者市民教育に期待すること〉

(中村美) それでは時間になりましたので、シンポジウムを再開いたします。ここからは、「消費者市民教育に期待すること」という題名で、パネルディスカッション形式で進行させていただきます。

パネラーの方々を御紹介いたします。梶山女学園大学現代マネジメント学部教授の東珠実さん。

主婦連合会会長の山根香織さん。

日弁連消費者問題対策委員会の島田広さん。

お三方のプロフィールについては、配付資料をご覧ください。コーディネーターは、日弁連消費者問題対策委員会幹事の武田香織さんです。

それでは、ここで司会をコーディネーターに引き継ぎますので、武田さん、お願いいたします。

(武田) 皆さん、こんにちは。パネルディスカッションの司会を務めさせていただく武田と申します。東さん、山根さん、島田さん、よろしく申し上げます。

早速、パネルディスカッションを始めさせていただきます。本日のシンポジウムの標題は、「広がれ、消費者市民教育！」です。この会場にお越しの皆様も、消費者市民教育って何だろうとか、消費者市民社会について、それぞれのイメージをお持ちのことと思います。

そこで、まずパネリストの皆さんに消費者市民社会とか、消費者市民教育のイメージについてお話しいただきたいと思います。お三方にお伺いしますが、まず、東

さん、山根さん、それぞれ5分程度ずつお願いします。東さん、いかがでしょうか。

(東) 今、消費者市民教育、市民社会とか消費者市民教育のイメージをとということでございましたので、私、短時間で話がなかなかできないかなと思ひまして、事前に少し資料を準備しております。今日の資料の27ページ目のところにございますけれども、こちらの資料を使いながら5分程度で、私の消費者市民社会のイメージだとか、消費者市民教育のイメージについて、少しお話をさせていただきます。

ここに大きな1つの図で表してしまつたのですが、私が消費者市民社会と聞いてイメージしているのはこんな感じです。特徴としては、消費生活や市場において、非常に多様な価値観が重視されることであるとか、あるいは最終的な目標として持続可能な社会の発展というものが、常に設定されているということ。あるいは、その主体に必要ないくつかの能力として、倫理的な思考とか、批判的な思考とか。これまでの教育の中で、もちろん消費者教育などでは批判的な思考ということなども、常々言われておりますけれども、やはり問題を探す力とか、それから、あるべき姿とか、本来どうあるべきかということをも自分のことだけじゃなくて、長期的な視点、他者との関係を考えて、それを倫理という言葉で言うかどうかということは別ですが、そういったものの見方ができる社会であること。そして、他者への思いやり、あるいは消費者自身が社会を変えていくということ。そして、自分の行動が社会全体に及ぼす影響について常に念頭に置きながら営まれる消費生活であったり、市場であったり、そういった社会の全体的なイメージを消費者市民社会というふうに考えております。

私益から公益、公益を考え行動する消費者が作る社会と書きましたが、私益がなくなるということではなくて、自分自身の利益とか、先ほど島田先生のお話では、個人的な消費者観という言葉が言われていたかと思うんですね。そういった個人を中心にした利益とか安全を守るという考え方から、共に生き合う地域の人たちだったり、もっと広い広域の場所、全体的な状況であったり、そういったことを考えながら行動していく、そういう消費者が作っていくと。

そして、そういう社会をつくるために、教育として必要な点、ポイントとしては、既に今までの議論の中でも出てきたことですが、まずは知識、いろんなことを知ることは必要なんですけれども、とても大事な部分として意識を高めて気づく、気づくことができるという感性とかを磨くこと。そしてやはり行動とか態度というのが、最終的に重点が置かれるところで、そういったものを持ちながら、社会参画していく消費者を育てていく。これが消費者市民教育かなというイメージをまず全体としては持っております。

時間もございませんが、ちょっと3つほど、私が、消費者市民教育に接点がある

形でこれまで実践をしたり、あるいは研究したことについて、御紹介をさせていただきます。

1つが、ミニ・ミュンヘンという、子どもたちがつくる町、子どもたちが町をつくっていくという遊びなんです。ドイツのミュンヘンでオリンピアパークというところで、2年に一度行われているのですが、イメージとしてはキッズニアってありますね。似ていて全く異なるものなんですけれども。子どもたちが市民登録をして、そしてオリエンテーションを受けるんですね。この町の中の仕組みについてのオリエンテーションを受けて、そして職安に行って仕事を探し、お給料を受け取り、物を買って、そしてお金を使い、という経済を主体としての動きと、それから市民登録をするということ、例えば議会があったり、市長選挙があったりということで、公約を掲げて、社会を変えるという、そういうような取組み。まさに経済的な視点と、そういった市民的な視点を育むというふうに思っております。

それから2つ目は、見守りのネットワークとか、そこでの消費者リーダーの活躍、こういったものに関する教育ですね。消費者リーダーが消費者を育てるという形の取組み。3つ目は、おかいもの革命ということで、消費者と事業者が一緒になって低炭素型買い物販売システムをつくらうという、そういう取組みについても、いくつか実践、研究をしております。例えば、消費者リーダーがこういったお店の中で、どういう消費をし、どういう情報を流すとより消費者たちにわかりやすく、あるべきこれからめざす社会の姿に近づくようなものの見方ができるのかという方法を考えたり、直接調査をしたりという、消費者がお店を借りて社会を変えていく取組みというのが実際にございます。こういったものについて、消費者市民教育のことで接点を感じながら、問題を考えております。

(武田) はい、ありがとうございます。山根さんは、ご自身の取組みなどを踏まえて、消費者市民社会、消費者教育のイメージはいかがでしょうか。

(山根) よろしくお願いいいたします。まず、消費者被害に遭わない消費者、問題を解決、改善できる消費者、そして今だけではなく、5年後、10年後、50年後の先も考えて、社会全体の利益のために行動したり、選択をしたりできる、そうした消費者になるための教育が不足しているということは、長く言われてきました。消費者教育ですべて消費者被害がなくなる、バラ色の社会が訪れるということはないとしても、今回消費者庁のもとに、いろんな幅広い関係者が一体となって集まって、消費者教育を体系的に進める方策等について、取りまとめができました。

そして、ようやく消費者教育推進法の成立が見えてきたということに、とても喜んでおります。今日、消費者庁の方もここに参加ということで当初伺っていたんですが、参加がなくてとても残念です。ぜひ意気込みも伺いたかったんですけども、

また別の機会にいろいろと伺いたいと思います。

そして、私たち消費者団体の悲願でありました消費者庁の発足の目的は、消費者、生活者を主役とした国、行政への大転換です。その目的が果たされることを消費者が社会の形成に参画して、まさに主役として活躍する消費者市民社会がつけられることを望んでいます。

私たち消費者団体の運動の中で、啓発活動というのは役割の柱となっております。いろいろな学習会やイベントや機関誌の発行、ホームページ等々で、様々な情報提供を、また意見交換等々を行っています。

今話題のことで言いますと、例えば消費税とか、TPP とか、原発問題、電気料金の問題、とたくさん問題があるわけですが、まず学ぶこと、情報収集をすること、そして情報提供をして、いろいろ繰り返しの中からまた議論をして、消費者の声を取りまとめて関係機関に届けたりとか、そういう行動を続けているわけです。

主婦連合会は発足して 64 年目なんですけれども、できた当初から「台所の声を政治へ」というスローガンの下で活動を続けています。

いろいろな意見募集等の結果が政策とか問題の改善に活かされてきておりまして、調査活動という事業は、受け取る側に自らの暮らしや行動をまずは振り返るきっかけを与えることにもなりまして、また消費者運動、消費者団体の存在アピールにもなりますし、問題提起、注意喚起となる有意義な事業だと思って続けております。

一方で、消費者団体が国民の声を十分反映しているのか、代表しているのかということ、よく事業者の方などから言われます。例えば、食の安全のために規制を強化するように求めたりしますと、そのために価格が上がると。その値段が上がるということは、誰も望まないではないかということと言われたりします。安いことが消費者のメリットではないかという、そういう議論もあるわけですが、私たちは広く社会全体の利益を考えて、そのために主張しているということで、理解を広げる努力をしています。

それから、22 年の終わり頃から、今日、後で説明もさせていただきたいと思いますが、「消費者市民社会の共通理解のための連続講座」というのを開催してきております。1 人ひとりが社会の関心を高めること、自分に何ができるか考えて行動することが大事である。また、他者への思いやりを忘れない。そういった市民がつくるのが消費者市民社会ということ学んだと思っております。そのための教育が推進されることを望んでおりまして、消費者団体としても役割を果たしたいというふうに思っています。

(武田) ありがとうございます。山根さんの資料は資料集の 28 ページ以下になり

ますので、併せて御覧ください。

島田さんは、先ほど講演でも消費者市民社会について話していらっしゃいましたが、補足して少しお願いします。

(島田) 先ほどの講演で少し早口で恐縮でしたが、消費者市民社会、消費者がやはり社会・経済の心臓となって持続可能な社会を作っていくというものだという事をお話いたしました。この点で私、ともかく一番いつもそのことを話すと思いつかぶのが、私が、福井弁護士会消費者問題対策委員会の委員長をしております、そうしたときに、いろいろ地方の消費者センターの所長さんという人がいろいろ入れ替わるんですけども、ある新しく赴任されたセンター所長さんが言われた言葉として、「消費者って何も生み出さないんですよね。」ということをしみじみと言われたんですね。どういうことかという、結局、行政というのは橋を造ってなんぼ、道路を造ってなんぼ、それが経済効果に染みついてなんぼという、そういう世界で動いている。そういう世界でお金が回っている。そういう中で消費者行政というのは、被害を回復するという事はあるんだけど、それがどういうふうに社会に結びついているのかというのは、非常に見えにくい。そういう中で非常に行政の中でも低い位置しか与えられていないという、そういうふうな状況がずっとあるということ、そういう方の言葉から感じたわけです。やはりこれではいかんだろうというふうにつくづく思います。

そういう意味で、この消費者市民社会というものは、まさに消費者の問題が社会全体の中心にあるんだということを伝える、そういう考え方であるというふうに思っています。そして、現実にやっぱり北欧などではそういうふうになってきているということを感じています。先ほど、北欧で、消費者オンブズが非常に信頼を受けるといってお話をしましたが、必ずテレビのゴールデンアワーに、消費者オンブズのテレビ番組というのが流されるんだそうです。そういう形でやはり社会の中心に消費者問題というのがしっかり据えられているという社会、そういうものをぜひ目指したいなと思っているところです。以上です。

(武田) ありがとうございます。消費者市民社会とは、先ほど島田さんの御紹介にもありましたが、消費者が注意深く商品を選んだり、積極的に行動をとる、そういうことを通じて社会を公正で持続可能な方向に変えていくという社会だというふうに理解しています。ただ、この考え方が定着し、現実のものとなっていくためには、なかなかまだ課題があるように思います。

例えば、長らく消費者問題に取り組まれてきた消費者団体の中にも、消費者市民社会という考え方について、いろいろな意見や不安の声があるというふうにも聞いています。山根さん、先ほど主婦連で平成22年の10月から連続講座を行ってきた

というふうに伺いましたが、具体的にどんな内容でどのような不安や懸念の声があったか御紹介いただけますか。

(山根) 資料にも出させていただきました。「消費者市民社会」という言葉が脚光を浴びているけれども、受け止め方は人によってまちまちであって、消費者団体としても共通理解をして、今後の活動等にも生かしていこうと、こういうようなことで開催をいたしました。これはまだ実は終了はしておりませんで、今後も続けるつもりであります。まず、22年の10月から始めておりますけれども、第1回には、第一人者であられるトーレセンさんのお話を伺うことができました。この中で印象に残ったことは、全員が望ましい消費行動ができなくても、1割の人の変化でも大きく社会が動きますよという、そういうお話がとても印象に残っております。

それから、第3回の坂弁護士の会の中で、自己責任のことで先生からもお話がございましたし、意見交換がありました。消費者団体や消費者の中でも、消費者市民社会では、誰もが理想的な市民、賢い消費者になることが求められるのではないかと、もしそうであって、それが当然だということになれば、被害に遭う消費者は学習不足であり、能力不足でありということになってしまうのではないかと懸念の声もありました。

先生のお話などを通して理解したのは、1人ひとりの権利は保障されるべきものであると。そして、被害防止するための行政の責任等は、また、事業者の責任等は決して軽くなるものではないと。そういったことは確認をいたしまして、支え合っていく社会が消費者市民社会であるということをお話し合いました。

それから、4回、5回は「助け合う社会と消費者市民」という視点で学び、経済社会の問題だけではなくて、心の問題でもあると。不幸を生まない社会が求められる。環境、身体的な特性や障がいにかかわりなく、すべての人々にとってよりよい社会をとることが望ましいという話が続きました。

それから、ヨーロッパの市民教育ということで、中山先生からお話を伺ったときには、ドイツの教科書のご紹介がありまして、批判的な消費者になる取組みの御紹介がとても印象に残っております。日本でもぜひそういった教育が取り入れられたらいいなとみんな感想を言い合いました。それからエネルギー政策の未来についての特別編の学習会等もありまして、現在に至っております。消費者市民社会、他者を思いやる社会ということだと理解が進みました。消費者問題の被害者など弱い立場の人の問題も、連帯して社会運動等を起こして改善をしていく、国を動かしていくと、そういうことが私たちに求められているのかなということで今までの回を終えております。

(武田) ありがとうございます。東さん、島田さんにも伺います。消費者市民社

会の考え方は、消費者の権利をかえって弱めるものではないかとか、自己責任をあまりに負わせるものではないかといった不安の声については、どのようにお考えですか。まず、東さん、お願いします。

(東) そういう議論が確かにあるんですけども、私のイメージとしては、消費者の自己責任が問われるというよりも、消費者の自立をみんなでというか、行政だったり、事業者だったり、NPO だったり、みんなでサポートしあう社会というイメージですね。ですので、消費者は自立が基本だとは思いますが。基本法の理念というのはやっぱり大事にしなければいけないと思うんですけども、その自立、しかも先ほど島田さんのパワーポイントにもありましたけれども、GDP の半分以上が家計消費支出、消費者の責任によっているわけですから、それは消費者には責任はあり、ちゃんと自分自身で行動を考えたり、とるべき責任というのは当然あると思うんですね。ただ、それがなかなか自立しろと言われても、1人では難しいような状況があるわけなので、そこのところを手を差しのべて、みんなでうまく消費者の自立を達成できるようにしていくのが、この市民社会の持っている1つの要素なんだというふうに思っています。

ですので、行政はそうやって自立しようとする消費者を、次の段階を見ながらサポートしていくし、事業者も、先ほど私おかいもの革命の話を少ししたんですけども、事業者がやっぱり動いてくれないと、消費者が消費行動を変えようと思っても、そこにあるものが変わっていかなければ変えようがないところがありますね。このおかいもの革命は事業者と消費者が一緒になって話し合いながら売場の状況を考えていくという取組みなんですけれども、そういったいろんな主体がむしろ支えながら、消費者の自立をサポートしていくという体制なので、自己責任論に繋がっていく、そういう強化につながっていくということについて、私はそのようなことは考えていません。

(武田) 島田さんはいかがでしょう。

(島田) 消費者市民社会と自己責任の問題については、消費者教育推進会議の中でも取りまとめを行う際にいろいろ議論がありました。お手元の資料で142ページ以下が取りまとめになっておりますけれども、この144ページから145ページにかけて、消費者市民社会における消費者教育という項目があります。そこで、消費者市民社会という場での消費者教育というのが求められるというふうに述べた上で、次のように述べています。145ページのところで、「ただし、消費者市民社会の考え方が、消費者の諸権利の保障や消費者被害の防止に対する行政の責任を軽減したり、消費者のいわゆる自己責任に繋がることが誤解されることがないように、慎重な配慮がなされる必要がある。どのような教育を受けていても、様々な環境や身体能力の



変化によって適切な判断や積極的な社会参加ができなくなる場合があり、高齢化、高度情報化、グローバル化等によって、消費者被害の深刻さはますます増す一方である今日、消費者の保護、支援、救済等の施策は、今後一層充実されなければいけない。」こういうふうにも明確に述べまして、消費者市民社会問題の考え方が、自己責任に繋がるようではいけないということを明確に述べている次第です。

私の個人的な考え方としましても、まさにそのとおりです。先ほど、北欧のお話ばかりで恐縮ですけれども、消費者オンブズがどうやって消費者の信頼を得ているかというお話がありました。この点でもう1つ補足すると、非常に消費者との問題商法に対するやりとり、情報の伝達、それから広報のテンポが速いんですね。消費者が何か問題を感じれば、すぐ消費者オンブズに相談を持ちかけて、消費者オンブズが割と早い段階で情報公開をして、消費者に注意喚起を呼びかけるという形で、インターネット上等で非常にスムーズな情報交換を行っている。そういうふうな形での基本的な消費者行政、そういったものも含めて、社会全体の仕組みを消費者被害、そういったものを生まない方向に持っていかうということですので、これは消費者被害の問題を事業者と消費者個人の関係に解消してしまう、そういう自己責任の考え方とはまさに対局にある考え方であるというふうに私は考えております。

(武田) ありがとうございます。

それから、消費者問題といいますと、具体的な消費者被害に遭ってしまった場合という問題があります。消費者市民社会の考え方は、この具体的な被害の防止に役立つのかどうかという懸念の声もあると思います。この点を東さん、島田さんにお尋ねしたいのですが、東さん、いかがでしょうか。

(東) 消費者被害防止に繋がるかということですか。そうですね、従来、消費者教育ってどういうふうにされてきたかということ、やはり被害を未然に防ぎ、賢い消費者をめざすといったイメージです。以前には、やっぱり被害に遭わないということが最初にあって、それからだんだんお金の使い方が合理的にできるとか、様々な要素が加わってきていると思うんです。けれども、被害に遭わないためにどうしたらいいかという、これはもちろんとても重要で、しかも次から次に新しい問題が起こってきますから、それぞれ対応する力をつけるための直接的な知識を得るといえるのは大事なんですけども、この消費者市民教育的なものというのは、そういう対症療法ではなくて、とるべき態度とか、持つべき考え方というのをやっぱり伝えていくものだと、大事にするものだと思うんですね。

そういう意味では、いろんな問題がこれから起こってきたときに、やはり基本になっている行動の仕方を身に付けるということがすごく大事。

もう1つ、やっぱり消費者被害防止に対する一番大きな効果というのは、地域の

連携とか、ネットワークとか、その部分だと思うんですよ。いろんな団体さんなんかも、例えば消費者被害防止のために連携していたりもするし、それから業者とのもちろん連携とかもあると思うんですけども、こういったみんなですべて1つの目標に向かって、同じ方向を向いて、同じ価値観というか立場はありますけれども、大きな1つの方向に向かっていくという連携の体制というのは、結局個々の問題を解決する力というよりは、全体としてそういった問題に長期的に汎用性をもって対応していく、そういう被害防止には繋がっていくというふうに思います。見守りなんかは本当に典型的な連携による消費者被害防止ということになると思うんですね。

(武田) 島田さんは、消費者市民社会の考え方が被害防止に役立たないのではないかと懸念についてはいかがでしょうか。

(島田) まず、他者への思いやりをもって消費の問題を考えていこうということで、加害者にならないという、そういう教育の側面も、消費者市民教育や社会の考え方には含まれているということが1つあると思います。

それから、被害防止の観点から言いますと、われわれ弁護士もよく講座等に出掛けますけれども、様々な被害の情報というのを伝えることはもちろん大事なんですけど、なかなかネガティブな情報だけでは人間のエネルギーというのは湧いてこないし、関心も起こらない、モチベーションも上がらないということをよく経験するわけですね。高校生にお話ししても、なかなか自分のことだというふうに受け止めてもらえない。お年寄りの被害などについても、お年寄りには様々な講座でお話しする機会もありますけれども、相談員さんにお聞きすると、やっぱりお年寄りもどこかで人ごとだと考えているというふうにおっしゃる方が多いですね。

そういう意味で、やはりネガティブな情報だけではなかなか浸透していかない。行動に結びつかないというところがあるかと思います。やはり東先生がおっしゃったような消費全体の捉え方、考え方、消費行動を決定する際の思考の時間軸と空間軸を広げるといいますか、あるいは自分をしっかり見つめ直す、そういったことも含めて、トータルな消費者のエンパワーmentといえますか、消費者力を上げるということからすると、このネガティブな被害防止、被害に遭わないということだけでは、明らかに不十分だというふうに思います。

(武田) 消費者市民社会は、自己責任の論とは対極のもので、むしろ被害防止に役立つものというふうなことがわかりました。ただ、消費者市民社会というのは、消費者の積極的な行動によって社会に働きかけるという態度が必要になる考え方です。ところが消費者は従来、どちらかといえば受け身の立場に置かれていたと思います。いきなり積極的に行動してくださいと言われても難しいのではないのでしょうか。お三方に伺います。まず、山根さん、いかがでしょうか。

(山根) 価値ある選択をする。自分たちで意見を社会に届けて、その結果を見ていく、反映させていくという行為は素晴らしい経験であって、そういったことが今求められていることだと思っています。お任せ主義とか、受け身で自ら社会へ発信する機会が少なかった市民が、社会と繋がる達成感を得て、行動に誇りとか、自信を持つことが重要だと思っています。学校で言えば、小学生が、区議会とか市議会とかに参加するような取組みですとか、高校生でしたら実際の選挙の模擬投票を行うですとか、いろいろなことがされていると思いますけれども、そして先ほどもいろいろな事例の紹介もありました。そうしたことがきっかけとなって、社会に関心を持つ、参加するきっかけが生まれるということが広がればいいと思っています。

親世代でいいますと、小学校のPTAの役員さんつながりが発展してその後もいろいろと社会地域での活動が広がっていく。また、他の立場の方と連帯をしていく。そういったことがもっともっと広がるといいと思っています。スタートから3年目になります裁判員制度も、社会に一般市民の声を反映させることを目的として始まったと思っています。専門家に任せきりで関心がなかったところへ市民が入ることによって、様々な変化が起きていると思います。課題もありますけれども、自分が関係ないと思っていたようなところが、実際は身近にあること、自分の身近に起こりえることであって、社会の一員として考えていく、いろいろなことに気づいていく。そういう重要性を感じる人が増えてきているというふうに思っています。

やっぱり自分に何ができるかを考えるようになるには、何よりも問題に気づくことであって、ですから批判的にものを見る目、何か隠された問題がないかということに注意を払うような、そういう習慣が身に付く教育がされるといいと思っています。広告とか表示に誤解を与える表現がないか、製品に怪我をしやすい場所がないか等々、何か自分が気が付いて、それを呼びかけて改善に繋がれば、事故等が減るのではないかと。そういったことに気づく市民が増えるといいと思っています。何か、そういった問題に気づいて、何かすべきではないかと思ったらそのままにせず、世間話で終わらせずに、消費者団体とか消費者センターとかそういうところへ連絡する市民が増えるとうれしいです。一緒に頑張りましょうということなんです。私たちの活動を見たり聞いたりして、頑張ってるね、応援していますという声があるんですけども、そうではなくて、ぜひ一緒に頑張りましょうと私はいつも呼びかけています。一歩ずつでも、何かできることを一緒にやってみましょうというふうに呼びかけています。

それから、問題に気づいて意見を届けるという行動、とても大事なんですけども、そういったところで考えますと、パブリックコメントなどで意見を出すということもとても重要です。ただ、国や自治体の募集の仕方等々では、本気で意見を集

める気があるんだろうかという、とてもややこしいやり方をしたり、なかなか募集のところに辿り着けなかったり、情報として届かなかつたりということもありますので、そのあたりの改善も働きかけたいと思っています。

(武田) ありがとうございます。東さん、先ほど、見守りのお話も少しさせていただきました。消費者が行動的になれるかという点等について、いかがでしょうか。東さん、お願いします。

(東) 何をもって行動的かということかと思うんですけども、それはものすごいパワフルな行動、それこそ団体さんのリーダーの方はすごく積極的で行動的だし、こういった市民社会とか、消費者教育推進法なんかが成立したりすると、ますますパワーをもって行動的になれると思うんですけども。そういう行動力を持つということは必要なだけけれども、人によって行動のレベルって何でもいいと思うんですよ。見守りの活動のことを振っていただいたんですが、見守り活動といったときに、見守りのネットワークで一番最初にやってくださいということは、ご近所への声掛けなんですね。声を掛けるというその1つの行動が、ものすごくいろんな被害の防止とか、発見に繋がるということなので、声掛けだったり、いろんなものを配布したりとかという日常のそういったレベルのちょっとした行動というものを日々皆さんがやるということなんだけれども、よほど世の中変わっていくという気がします。

もちろんもっとやる方は、先ほどもチラッとお見せしましたけれども、イベントで消費者が消費者目線でいろんな啓発をどんどんぐいぐい進めていくとか、新聞に投稿して、いろんな問題意識を皆さんに問うとか、やれることをいろいろやられると思いますが、これが行動的だ、行動的な消費者だというふうに決めつけしないで、その人のやれることで今よりももうちょっと何かプラスアルファのこともできていくということが大事なのかなというふうに思っています。

(武田) ありがとうございます。島田さんいかがでしょうか。

(島田) 人間自分のことであると面倒くさくてやらないことでも、人の役に立つと喜んでやるというところがあると思うんですね。東先生の話にもありましたけれども、でっかいことを何か考えて、どかんと行動しようということではなくて、とにかく社会に参加しているという意識を持って、日々の生活の中で、自分がどういう点で社会のためにできるかなということを実践的に生活の中で考えて行動するという、本当に小さなことでいいんだろうと思います。それが社会の役に立つというふうに思うようになったときに、どんどんどんどんそれが個人のエネルギーを高めていって、さらにいろんなことができるようになっていくという、そういうことなんじゃないかなと思うんですね。

このシンポのパネルディスカッションの打ち合わせの中で、お二人女性なので、お話しされていておもしろかったのが、最初は活動のきっかけというのは何だといったら、やっぱりPTAだというふうにお話があったんですね。最初みんな嫌々ながらPTAのことをやっているんだけれども、やっているうちに、やっぱりこれ、人のために役立つことあるよねという話になって、どんどんエネルギーが高まってくというお話があって、やっぱりそういうことだなと思いました。そういう意味で、小さなことから始めていけばいいということで、別にそんな難しい話ではないだろうというふうに思っています。

(武田) ありがとうございます。山根さんの先ほどのお話の中で、身近にあることに気づく目を養う教育があればよい、批判的にものを見る目を育てるような、ものを見る目を養う教育ができればよいというお話がありました。やはり消費者市民社会を作っていく上では、消費者教育、消費者市民教育というものが大事なのではないかと思います。

この消費者教育、消費者市民教育を考える上で、現在、重要な動きがあります。消費者教育推進法制定に向けての動きです。お手持ちの資料の137ページを御覧ください。今年の3月15日に民主党、自民党、公明党の三党の実務者会議で合意された内容を掲載しています。

この内容については、先ほど島田さんの報告をいただきました。消費者教育推進法が、これまで議論してきた消費者市民社会の実現や消費者市民教育の実施にとってどのような意義を持つのか伺いたいと思います。ただ、時間の関係上、学校教育に少し焦点を絞って御意見を伺います。

東さん、島田さんに伺いたいのですが、まず東さん、消費者教育推進法の意義、いかがでしょうか。

(東) 推進法の中で消費者市民教育、消費者市民社会ということがきちんと理念とか定義とか位置付けられているということは、やはりとても重要だと思います。今ここにいらっしゃる皆さんは、本当に消費者市民社会、消費者市民教育って皆さんよく日常的に考えていらっしゃると思うんですけども、実際にこの言葉とか、よく理解されている方は、むしろすごく少数だと思うんですね。学校の教育現場にあっても同じことが言えると思うんですね。

そういう意味ではこういった法律の中できっちりとそれが定められることによって、その必要性、今まで一部の例えば教員しか理解されていない必要性というのが、全体の問題として共有されるという、これは一番重要だなと思います。特に、家庭科とか社会科以外の教員の理解を促すということがとても大事ですよ。

消費者教育と消費者市民教育、どこが違うんだといったときに、消費者教育も消

費者市民教育的な要素はあるので、そこは区別するかどうかということはあるんですけども、やはり「消費者市民」という言葉が文字となって出ることによって、だいぶアプローチの仕方が多様だなという印象を与えると思うんですね。先ほど家庭科とか社会以外の先生、どなたかのご発表で、英語でフェアトレードのことをやっていたという話をされていたと思うんですね。いろんな教科のほうで、そういった消費者市民社会という理念が理解されることによって、また授業の進め方とか、教材の進め方というのが、工夫ができるのかなというふうに思っています。

(武田) 島田さんは、消費者教育推進法の意義、いかがでしょうか。

(島田) 東さんにおっしゃっていただいたとおりだと思います。多少基本的なことで補足しますと、137 ページの7番の環境教育、食育などの関連教育との連携ですね。これが非常に大事だなというふうに思っています。伊藤先生のご報告でも、何々教育というものが多くて、大変だということがありましたけれども、日弁連もそういう問題意識がありまして、こういった規定を盛り込むべきだという意見を出して、それが盛り込まれた経緯もあります。ぜひ、この機会にそういうふうな方向で議論がなされていくといいなという気持ちがあります。

もう1つは、先ほど申し上げました協議会、消費者教育推進会議の設置という問題ですね。国のレベルでもこれまで消費者教育推進会議がいろいろな話し合いをしてきました。文科省、消費者庁、その他の関係省庁、それから様々な団体が集まって議論していく中で、やはり消費者教育の大切さというものが認識され、様々な施策が進んでいった。そういう中に、先ほどの消費者教育フェスタ等の動きもあったんだろうなというふうに思っております。

そういう意味では、これからこの法律を足がかりにして、こういった動きが地方に広がっていくということは、非常に大きな期待ができることじゃないかなと。ぜひとも各地で努力義務などと言わずに、積極的に「うちの地域で消費者問題を解決するためにこれを作るべきなんだ」ということをこの法律を足がかりにしてやっていただければと思っております。

(武田) ありがとうございます。

消費者教育推進法は、三党の実務者会議で合意した段階ということですが、消費者教育推進会議においては、取りまとめが明確になされております。その取りまとめは資料の142 ページ以下です。このように、法律で、或いは推進会議の取りまとめなどを受けて、国あるいは地方公共団体として消費者教育推進の仕組みができたとします。ただ、そこから更に進んで、各学校の現場で具体的に取組みを進めていく上では、いろいろ課題もあろうかと思えます。お三方に伺います。どのような課題が考えられ、またどのように対応していったらよいでしょうか。

まず、東さん、お願いします。

(東) おそらく消費者市民教育をもっと具体的に進めていくというお話ですよね。一番の問題は、多分現場の先生に伺えば、指導者がいない、指導する時間がないということは、常にあげられていると思うんですね。

先ほども言いましたけれども、「消費者市民教育」と言わず、「消費者教育」ということであっても、やはり指導できる方が少ないということは、いつも言われていることです。しかも、時間も、特に今の家庭科、社会科の一部、例えば家庭科を中心に行っている場合が多いのかなと思いますけれども、全体の時間が削減されている中で、消費者市民教育をもっとやれということは、非常に厳しいということもあるのかなというふうに思います。

そういう中で、すぐやれそうなことというのと、既に消費者教育の教員研修とかを進めるということについては、なされていることではあるのですが、やはり指導者の研修を進めたり、それを家庭科とか社会科を中心ということではなくて、いろんな分野と連携しながらやれる可能性があるのも、様々な教科を持たれている先生にもそういう研修の場があったりとか。それから何をしたらいいかわからない、消費者教育もそうですけれども、消費者市民教育というのは一体何をしたらいいのかわからないということがあると思うので、やはりモデルをもっともって皆さんに見ていただく。今日、三人の先生がとてもすばらしい事例をご報告いただいたと思うんですけども、もっともっと機会を増やしたり、或いは消費者教育のポータルサイトも作りましたけれども、どこかに情報を集約する。そして、消費者市民教育とは何ですということよりも、むしろこんなことをやれます、消費者市民社会の主体を育てる教育をしようとしたら、こんなやり方がありますよという具体的な事例をたくさん見ていく中で、自分ができそうなこととか、あるいはこのとおりはできないけれども、私だったらここちょっとこういうふうになればやれるなというのが出てくると思うんですね。

ですので、やはりそういうふうなモデルとかをたくさん集約して、みんながそれを自由に見られるとか、あるいは支援センターさんにそういういい教材のパッケージ化をしていただくとか、誰でも具体的にすぐに取り組めるというような形のもので整えられるということが、これからの課題として大きいかなというふうに思います。

(武田) 山根さんはいかがでしょう。

(山根) やはり、消費者教育の推進で注意しなければならないのは、教師への負担の配慮というのはとても大きいと思っております。制度設計ができたとしても、それは負担を増やすものではなくて、教師や学校を支えるものになりたいと思っ

ています。地域の中心に学校や子どもたちがいて、地域のみんなで見守り育てていく。そしてどう地域を活性化していくか、住みよい地域にしていくか等々考えていくということが、それこそ消費者市民社会を考える原点かなと思っています。

学校の先生に協力ということで、いろんな立場の人が参画をして、出前授業であるとか、一緒に授業を組み立てるであるとか、そういった活動も進んでいるところも多いと思いますけれども、それこそ、そのこと自体が逆に負担を生むようなことがないよう、工夫をしていく必要があると思っています。

ただ、一方で、そういった学校の中に入って行って、いろいろ授業をしたりということには、まだまだ壁が厚くて、私ども消費者団体がいろいろ教材を持って、啓発活動等々をしたいというふうに出向きましても、なかなか個人的な関係が築けている学校等々ではないと実施が困難という状況はございます。そういうことについては、推進会議のなかでも様々出てきた意見でありまして、そういったことが学校間の消費者教育の量や質のばらつきになっているのかなというようにも出てまいりました。そのあたり、ぜひ国の支援体制の強化なども求めていきたいですし、進めていただければと思います。PTAの役員やOBなどが何か地域で会を作ったり、それが教育委員会や消費者センターなどと連携をしてという、そういうふうな拡がりはどこでも期待できることだと思いますので、ぜひ望ましい展開をみたいと思います。

(武田) ありがとうございます。島田さんはいかがでしょう。

(島田) 先生が大変だということは私もいろいろなところでお聞きしているところです。1つ思うのは、取組みを大きくしたほうが、お一人お一人の先生の負担というのは少なくなり、安定して取り組めるようになっていくのかなというふうに思っております。先ほどエコ活動に学校全体で取り組んでおられる例なども、地域も巻き込んで取り組んでおられる例もありました。ああいう活動をやろうというのは、やっぱり学校みんなで考えるということで、お一人お一人で自分の授業だけで何をやるかということを見ると、その中でいろんなコーディネートをいろんな団体でやらなければいけないというよりは、ずいぶん負担が軽くなるんじゃないかというところ、菊次先生がそんなことはないと思うかもしれませんが、そういうところがあるのかなというふうに思っております。

そういった観点から消費者教育推進会議でもそういった議論がなされて、取りまとめのほうを見ていただきますと、いろいろそれに関連することが出ております。コーディネーターを置くとか、消費者教育のコーディネーターを置いて学校全体の取組をするというのが、147 ページのあたりに出てきておりますし、授業時間の確保というところでは、様々な教科での取組みというのを取り上げています。様々な



教科の取組みというところでいうと、私は北欧とかスペインとか視察して思いますのは、やはりいろんな教科でやっているなということです。国語の授業で広告宣伝のいろんな特徴をみんなで議論してレポートを作るとか、あるいは美術では消費者向けのポスターを書いていますとか、心理学の授業でやっていますとか、いろんな授業で取り上げて、それはやっぱり消費者の問題が非常に社会の中で大きな問題として位置付けられているというというこの反映でもあろうと思うんです。そういうふうになっていくと非常にいいんじゃないかなというふうに思っています。

(武田) ありがとうございます。それから、この打ち合わせの中で、取りまとめの中のコーディネーター制度というものに、島田さんが大変着目されていましたが、もう少し教えていただけますか。

(島田) コーディネーターというものは、147 ページのところにあります。これ2つの意味がありまして、1つは学校全体で授業の計画等を作って、総合的な消費者教育の計画等を作っていて、それを中心になってなされるコーディネーターという意味と、それからもう1つは、学校と外部をつなぐコーディネーター。つまり、個々の先生がばらばらにどういった消費者センターとの関係が持てるかとか、いろんな消費者団体との関係、どうして作ったらいいだろうかというところで悩むのではなくて、学校全体として取り組んで、その中でコーディネーターが窓口になっていく。そういう2つの意味がある。そういう意味でこれがうまく機能していくと、大変いい授業がやりやすくなるのではないかという気がしております。

(武田) ありがとうございます。それから、東さんとの打ち合わせの中でおもしろいなと思った視点は、市民教育にしたほうが他の関連教育分野の連携がよりやりやすくなるのではないかというご意見がありました。そこを皆さんに御紹介いただけますか。

(東) 私自身は、消費者教育は消費者市民教育でもあるというか、そういう要素も十分にあるというふうには思っているんですけども、消費者教育とか、消費者という言葉だけが出るとどうしても経済に関連したイメージが出てきますので、社会科だったり、家計とか消費とか、買い物とかというところに思いがいきやすいかなということ。市民ということでは、やっぱり全ての人が市民であるし、それから先ほども言いましたように、この消費者市民社会の理念をきちんと先生方とか理解されれば、当然これは特定の教科のものではないということは、非常にはつきりしますよね。要するに他の人のことを考えてやる、自分のそういう行動が他者へどういう影響を及ぼすかとか、あるいは環境教育などとの関係性も食育もそうですけれど、出てくるかなと思います。総合的なアプローチの仕方があるのかなと思うので、他の教科で取り組みやすいということもあるし、全体で今島田さんの話も

ありましたけれども、学校全体で取り組むとか、あるいは地域全体で何かそういうイベント的なもので取り組むとか、いろんな可能性がやはり消費者市民教育という言い方をしたほうが広がっていくだろうと。

ただ、気をつけなければいけないのは、やはり消費者教育でさえわかりづらいのに、消費者市民教育って何なんだということにならないように、やっぱりこれ最初のスタートの時点でそういう消費者市民社会に関する理念とか、捉え方がきちんと定着するような、何かそういうことを私たちはしていかなきゃいけないのかなということは思います。

(武田) ありがとうございます。山根さんは、消費者団体が学校に出向こうとしても、なかなか壁が厚いということをおっしゃっていました。教科、科目との関係では、そのあたり何かお感じになることはありますか。

(山根) 消費者教育が何の科目でなければならないということはないですし、幅広くいろんなところできっかけも持てますし、様々な場で行えると思っています。授業だけでなく、イベントの中でも位置付けもできますし、幅広く地域と連帯をして進めていけるというふうに思っています。

私も今回の推進会議で具体的な提案であったコーディネーターというのには、とても関心を持っておりますし、そういった位置付けが進めば、地域の連携がスムーズに行くのではないかと期待をしています。

(武田) ありがとうございます。ちょうど会場からの質問で、このようなものがありました。教育課程の全体の見直しが必要ではないか。なぜならば、新しいこれからの時代に必要な課題に取り組めるような領域や教科というのが必要であろうと感じていると。せつかく法律がもし通っても、位置付けがはっきりしないと、学校現場でなかなか取り組むのが難しいというご意見です。この点については、どのようにお考えになりますか。

島田さんお願いします。

(島田) まさにそういった法律ができてからどうするかというところもある程度見据えながら、消費者教育の体系化をどうするかという議論を消費者教育推進会議ではしてきたところです。その部分が、消費者教育の体系化のとりまとめという形で、143 ページ以下のところでずっと出てきているというところなんです。

ここでは、将来的には146 ページのライフステージの分類と各段階の特徴というのがありますが、各ライフステージに応じて、どういう消費者教育が求められるのかというのを表にまとめていく作業をこれからやっていこうという、そういう基礎づくりのお話がありました。

これが縦に並ぶとすると、横の列の分類をどうするかというあたりが、この 145

ページのプログラム作りに当たっての基本的な考え方のあたりで、「イ」以降ですね、消費者教育が対象とする領域とそれぞれの目標ということで、商品サービスの安全、生活の範囲と契約、情報とメディア、持続可能な消費というような形で項目があがっていますけれども、こういった項目についてそれぞれのライフステージごとにどういうふうな教育が求められるのだろうかというのを体系化していこうという作業を考えております。

そういった消費者市民教育、消費者教育の全体像をいわば地図のような形に取りとまめることによって、例えば学校の中でこの部分であれば、算数でできるよねとか、道徳でできるよねとか、そんなふうな形で役割分担ですとか、学校全体の取組みの目標づくり、プログラムづくり、そういったものに役立てるような内容になっていけばいいなというふうに考えて作業してきたというところがありまして、今月以降もこの作業、また別の形で続いていくようですので、それが引き続き実りあるものになっていけばいいなというふうに思っています。

(武田) ありがとうございます。

東さん、教育課程の全体の見直しが必要なのではないかという点はいかがでしょう。

(東) 教育課程の全体の見直しということで、今体系化のことを島田さんがおっしゃいましたけれども、体系化は以前に作ったものをいろいろ問題とか、そこをまた直しながらということになると思うんです。ただ、体系化だけだと、消費者教育なり、消費者市民教育の中は整理がされていくなという感じがするんですけども、それが教育全体の中でどういう位置付けになるか、社会教育の中でどういう位置付けなのかという部分が、どうしてもわかりづらいと思うので、その部分も合わせて体系化の作業がされるとすれば、中の整理と外の教育全体との関係の共通認識の持ち方とか、そういうことも必要なかなということは思いました。

それから、もう1つは、やっぱり教員養成課程のあり方といいますか。こういう新たな課題を持って先生方が現場で生徒たちに接するとなると、やっぱり教員養成のところでも、何か少し新しい視点や価値観を自分自身も持っているし、それからそれを子どもたちに伝えることができるような、そういう先生方を輩出していく必要があると思うので、そのあたりも教育課程の全体の見直しの中では必要になってくるのかなというふうに思いました。

(武田) ありがとうございます。ここで具体的なお質問が少しありましたので、御紹介させていただきます。島田さん、北欧の例をよく引かれていらっしゃいますが、ヨーロッパにおける歴史とか倫理とか、宗教的な背景があるのではないかと、日本人の倫理観との関係では、どのように考えられるかというご質問なんですが、い

かがでしょうか。

(島田) おっしゃるとおり、北欧というのはやっぱり、特にキリスト教が非常に強いところでありまして、それに基づいた倫理観、やっぱり社会全体のことを考えようという、そういうところがヨーロッパの中でもすごく強いところだなというのは、訪問してみても思うところではあります。

だからそれをどういうふうに日本の倫理観というか、社会意識に馴染む形にアレンジしていくのかということところは、一つあるかと思えますけれども、先ほどの申し上げたように、自分のことをやるより他人のことをやったほうがやる気が起こるとか、そういったものは多分人間の共通のものであると思いますし、日本の中で地域社会というものがあって、その中での様々な協力、共同というものが歴史として様々なあったところだろうというふうに思います。そういう意味で、まさにそこは、上から考えて日本の社会がこうだから、こういうふうな倫理観に基づいてこうしなければいけないという話ではなくて、地域ごとに、うちの地域ではこんなだから、こんな消費者教育が必要でという話から始めたほうが、何か見えやすいのではないかなというふうには思っております。

(武田) ありがとうございます。東さんにご質問です。子どもたちの様々な問題行動の背景に、社会との繋がり希薄化を感じていると。そういった希薄化を克服していく有効な取組みだというふうに考えているということ。この消費者市民教育、消費者市民社会の取組みについて、子どもたちのそういった自立支援という観点からの事例など、あるいはお考えなどあれば教えていただけますか。

(東) ありがとうございます。確かに子どもたちのいろいろ問題行動のことが話題になったりしております。そのことと直接子どもたちの自立支援を促すような観点で何か取組みといいますと、ちょっと私も分野が違うので、適切にはお答えできないかなというふうに思います。

ただ、先ほどの子どもの町の取組みとかは、非常に全体の幅が広がったり、やはり座学の中で、うまく自分らしさを発揮できないような子どもたちに活躍の場を与えます。子どもの町作りっていろいろあるんですよ。その地域の商店街と連携したりとか、日本でも子どもたちの取組みが多分40以上もあるんじゃないかと思うんですが。そういった外に出て、その地域の人たちとかお店の人たちと一緒に取組みをすることによって、非常に生き生きとした子どもたちの活動が導かれているというようなことは聴いております。ただ、その自立支援ということにうまくそれが結びつくかどうかというのは、適切なお答えできないんですけども、外の人と交わるとか、違う環境の中でいろんなこと、いろんな実践的な場面の中でこそ、個性を発揮するような子どもたちというのはたくさんいると思うので、そういう新しい部分

を切り開いていく可能性にうまく結びついていくといいなというふうには思います。すみません、きちんとお答えができません。

(武田) ありがとうございます。

さて、今までいろいろと議論いただきまして、消費者市民社会の可能性や課題、それから消費者教育推進法制定の意義、現場での課題、地域での取組みなど、明らかになってきたと思います。

今日のパネリストのお三方は大学の先生、それから消費者団体の方、それから弁護士という立場のお三方ですが、会場にお越しの方には、教育関係者ややはり消費者団体の方、相談員の方など様々いらっしゃると思います。最後にメッセージを一言ずつ5分程度お願いしたいと思います。まず東さん、お願いします。

(東) いろいろなお話をさせていただいたので、最後にまとめてというと、なかなかどこが特になか、と思いつながらですけれども。いくつかお話しさせていただくとすると、まず、やはりこの消費者市民社会の消費者市民教育を広めていくというときに、モデル校とか消費者リーダーとかというモデルになる存在というのがすごく大事だというふうに思うということを繰り返して申し上げたいと思います。

ですので、そのモデルをたくさんいろんな人の目に触れるような形の仕組みを作るということですね。それから、2つ目に、やはりこういった問題というのは、話し合うとか、コミュニケーションを取ること、みんなでディスカッションするという場面をいかにたくさん作れるかということが、すごく大事なかなというふうに思うんですね。先ほど、熟議の話も出ましたけれども、態度を形成するということところが大事だと思うんですね。それによって、自分でそういうものをきちんと持てれば、あとのことは一つひとつ、これはどうする、あれはどうするというのを伝えなくても、自分たちで課題を見つけたり、自分たちで必要な行動がとれるようになっていくことなので、よくよく話し合っ、人の意見を聞きながら、自分のとるべき態度をきちんと形成していくようなそういうアプローチが必要かなと思います。

もう1点は、新しいものをやるというよりも、今までやってきたものを消費者市民教育的に位置付けられるんじゃないかというふうに思うんですよ。こういうことをやってきたけれど、これは環境教育かなということも、視点とか、あるいはちょっと見方を変えると、これってまさに消費者市民教育的だと。だからわざわざ新しいことをやるのではなくて、似たようなことでやっているような取組みで、これってこういうふうな切り口で見れば、消費者市民教育的なアプローチだよなというのをやはり教員とか、私たちが見いだしながら、今までのことを生かしながら、次のページへ進んでいくというアプローチ、支援が必要かなと思いました。以上3点プラスやはり財政的なアプローチが必要かなかということをお願いしたいと思います。

以上です。

(武田) ありがとうございます。山根さん、いかがでしょうか。

(山根) 本日はありがとうございました。とても勉強させていただきました。消費者団体ということで、日々消費者問題と向き合っている者としましては、まず、悪質な商法による被害というのが何兆円ということ、そういった事態が続いているということは、とても異常でありますし、深刻なことだと思っています。やはり監視とか規制の強化とか、あといろんな有効な防止策、手立てを打つということは、喫緊の課題であるというふうに思っています。そうした商法を封じ込めて、みんなが持続可能な公平な社会を作る、そういった市民を育てていくことを考えていきたいと思いました。

メリハリをつけて、被害防止のために直ちにすべきこと、今日の被害に対応すべきこと、そして、長いスパンで考えていくこと、両方教育の分野で進めていければいいというふうに思いました。

子どもたちが自分の身を守ることを知らずに、教えられないままに社会に放り出されていくということも、現状として言われたりしております。そういったことがないような教育も必要です。私が思いますのは、やっぱり受験ということで、受験に関わらないところは不要というか、少し軽く見られるといったことがあると思いますので、生きるために本当に必要な教育ということで、そのあたりの理解は消費者、親たちにも拡げていって、適切に展開していただければと思います。

それから、コンプガチャのことが今とても話題になっておりますけれども、私もよくその世界は知らずにきておりますが、息子に聞いたりしますと、もう何年も前から問題だよと。問題というか、そういう被害はあるよと。アイテムの売り買いもできて、小学生でも儲けを得たりとか、そういうことも聞いているし、いろんな市場ができていて、大きなお金が動いていると。そういう商売がある、そんなようなことも、若い人や学生から聞いたりすることがあるわけです。

そういうことを考えますと、教育というのは必ずしも大人が子どもにとということではなくて、子どもたち、若い人たちから私たちが得る情報や教育というか、そういうようなものを受けるということもあり得ると思っています。色々な受け手も、情報も、担い手もありまして、幅広くみんなで考え合う、支え合う、そういう場が広がっていけばいいなと思っています。ありがとうございました。

(武田) ありがとうございます。

島田さん、最後にいかがでしょうか。

(島田) 最後の話、僕の話で恐縮なんですけど、北欧でトーレセンさんというこの分野での第一人者の方に話を伺ったときに、「この消費者市民会社の考え方って何を

伝えなければいけないというふうに考えているか」と聞いたら、「消費者が自分たちを被害者だというふうに思っている。そこがやっぱり問題で、もちろん被害はあるんだけれども、単なる被害者じゃなくて、自分たちには力がちゃんとあるんだということをしっかり伝えるということが非常に大事なんだ。」と。そういった形で認識した消費者が、社会の中で日々小さな点から、何を自分たちがしなければいけないのか、消費に当たってどういうことを考えなければいけないのか、そういうことを考えながら、しっかり消費に対する考え方を身につけながら、日々の生活を送っていく。そういうことが結局消費者被害の減少にも大きくつながっていくことなんだろうというふうに思っています。そういうふうになればいいなということが1つ。

それから、昨日、コンビニで物を買っているときにちょっとびっくりしたというか、コンビニの中で流れていますね、CMが。そしたら、「うちは地域の工場でつくった製品を売っています。」みたいなことをやっているんですよ。要するに地域の経済にこのコンビニは貢献するコンビニなんですよということを宣伝して、それを1つの売りにしている。

実際、マーケティングの本の中には、そういう社会貢献というのはこれからのマーケティングの中心になるというようなことを書いてある本もあるわけです。そういう中で、下手すると消費者がそういうものに乗せられて踊らされるだけに終わってしまうかもしれない。そういう中で、なかなか難しいところではありますけれども、何が本当にこの地域にとって役に立つことなのか。そういったことをいろいろな人と情報交換しながら、自分自身も情報発信しながら、いろいろなことを調べたりもしながら、よりよい地域のあり方につながるような消費をみんなで考えていけるような、そういうふうな社会になっていくといいなというふうに思います。

どうもありがとうございました。

(武田) ありがとうございます。

以上でパネルディスカッションを終了させていただきます。東さん、山根さん、島田さん、ありがとうございました。

## (感想)

(鶴岡) ありがとうございます。

先ほど議員の紹介をさせていただきましたが、その後に自由民主党島尻安伊子参議院議員の秘書の原様がお見えになりましたので、その旨御紹介させていただきたいと思います。

長時間にわたりご聴講いただきましたが、ここで、本日のシンポジウムの講演を聞いての感想を少しいただきたいと思います。まず、一番最初に、今日最初に講演いただきました西村さん、一言感想をいただければと思いますので、よろしく願いいたします。

(西村) どうも今日はありがとうございました。最後に感想というか、ちょっと気づいたことを3点ほど申し上げたいと思います。

今日の東さんが指摘なさったミニ・ミュンヘンのお話を伺いながら、20数年前に、消費者教育支援センターを作る、当時はリソースセンターという、リソースセンター構想ということで議論をしていた時期がございます。80年代の終わりですが、そのときに、私たちはアメリカに行きまして、アメリカの東ミシガン大学等を見学したときに、これこそ、日本で広めるべきだということで、「ミニ社会の子どもたち」というビデオを作られたわけですね。それがまさに小学校2年生で社会を作って、買い物をしたり大統領を選んだりというようなストーリー構成ができていた。まさに消費者教育の原点はその辺にあるのかなという印象を持ちました。それが1つ。

それから、今日のフロアのご質問にありました教育課程の全体の見直しが必要なのではないかという点です。全くそのとおりだと思っています。私が関わっておりました推進会議の席でも新しい科目を作るしかないというような提案もございました。私もそれに同意している1人でございます。教育課程の変革というのは、非常に長い年月がかかると思います。学習指導要領という形で約10年ごとに変わっていくわけですが、やはり社会のニーズに合わせた教育ということで、今、消費者教育よりも先行しているのかもしれませんが、安全と防災という科目ができる方向というのも、一つ動きがございます。そういった流れの中で、この消費者教育の問題どういうふうに提案していくか、考えなければならないと思います。推進法ができてすぐに何かが変わるということではないというふうに思います。この推進法、今検討されているものの第9条で、政府が基本方針を定めるとなっています。その基本方針は内閣総理大臣と文部科学大臣が提案をし、閣議決定をするような段取りになっています。その基本方針の中で、推進の意義であるとか、方向性とか内容を検討する。つまり、まだある意味ではこれから作っていくという推進法というところになると思います。その具体的な中身は推進会議等で検討していくんだらうというふうに思います。

最後に、今日のお話の流れの中で、最高に私がショックだったと、あるいは収穫があったのは、消費者委員会委員長の河上先生のお言葉です。消費者教育という言葉に違和感があると。グサツとききました。30年以上消費者教育ということをしてきた私として使ってきた私としてであります。しかし一方で非常に示唆に富むご指摘



だったという気持ちがございます。もちろん、教育というのは、教育学部におりますが、一方的に上から行うものではなくて、学習者との間で双方向で行われるものですから、そういう意味ではあくまでこの推進法の考え方は、支援をしていく環境を整えるということです。消費者教育ができるための推進されるための環境を作るというのがこの必要な国の施策ということになるというのが明記されているわけですし、この法案の提案の理由書の中にもそのように書かれております。そういう意味では、やはりここは消費者教育というコンシューマー・エデュケーションという言葉で、世界共通語という認識していますので、この形で推進していくことが望ましいと思いますし、消費者委員会でもそういう御理解をいただければありがたいと思います。

それからあと一つ、すみません。消費者市民教育というのは何か高級な市民を指されているというような発言もありました。決してそういうことではないというふうに僕は認識しています。ほんのちょっとしたことでやることがあると考えております。ちょっとした商品の欠陥に気づき、問題に気づき発言をする。生協では「ひとことカード」というのをやっています、カレーの味がまずいなんて学生が書いてたりしたりします。それを食堂に持って行って食堂が改良を加えたりする。これも立派な消費者市民だと思います。そういうふうな形で展開していくものだろうと。できることをできる人から始めていくということだというふうに思います。

長くなってしまいすみません。先ほど紹介があった島尻参議院議員の秘書の方と連絡が取れて、先ほど話ことができました。6月12日に政調会が開かれるということで、そこに最終のものが持ち込まれるということであるとのことです。基本的には現在のもので変わらないはずだというふうにおっしゃっていました。ぎりぎり滑り込みセーフで会期末までには国会にかかって成立することを心から願っております。以上でございます。

(中村美) ありがとうございます。同じくご講演をいただきました河上正二さん、御感想を一言お願いします。

(河上) どうも西村先生の胸をグサッと刺してしまったみたいで申し訳ございません。別に、足を引っ張っているつもりは全くなく、むしろ教育という言葉の中に、内包されたある種の危険というものについても理解して作業を進めないといけないということを考えていた次第でして、私も、この教育推進法というものについては、成立を心から期待しているものの1人です。

実は私は10年ぐらい前に仙台の消費政策審議会の会長をしていたことがありまして、そのときに、教育内容の中に消費者問題についての理解というものをに入れて、小さい段階から子どもたちを育てなければいけない。消費者問題に対しても、ある

程度敏感さをもってもらわなければいけないということをしきりに言って、当時の教育委員会、PTA に対して消費者の会議に来てくれと要請したら、言下に断られまして、教育委員会としては今そういうものに対して直接出ていくつもりはないといわれて、PTA からも総合教育の時間が非常に短くて、なかなか出前口座なんかも時間を作れないとつれなく言われ、なかなか難しいなと思った経験がございます。

それに比べると、今こういう形で消費者教育ということが熱心に語られ、学校教育もやり、いろんな地域での教育に対しても、皆さんで協力して取り組もうという気運が盛り上がっているということ自体、西村先生をはじめ皆さん方の努力のおかげだろうと思っています。

「消費者教育」という表現に込められた思いというのは、今日もパネルディスカッションの議論を伺いながら、私も理解をいたしましたし、そのとおりだというふうに思いました。生きるための知恵ですから、これは教育の中でどうしても実現しないといけないことでして、子どもたちをはじめ、皆さん多角的な消費者問題に関する情報をいろんな形で提供する、そして判断の基礎を提供していくということは、これはぜひともやっていかないといけないだろうと思います。

本日の議論の中では、事業者の役割が抜けていたんですけども、実は、事業者についても最近では社会的責任ということをしきりに言われていて、事業者と消費者とはある意味ではコ・レギュレーションと言いますけれども、いい市場を作るために、お互いに協力しあう。消費者団体とか事業者団体とか、それから行政も含めて、みんなで協力しあって、いい市場を作っていくというコ・レギュレーションの時代に入ったんだという気がいたします。ですから、成熟した市民社会という中で行動する事業者・消費者というものがこれからは期待される。

ただ、先ほど申しましたけれども、人間は弱い。だから成熟した消費者としても、高級なのと弱いのと、いろんな人がいる。私なんかは、どうしても弱い。お茶一本買うのでも、上にかわいらしいおまけなんかが付いていたら、どうでもよくてもそっちを買ってしまう人間なんですね。実は、みんなそんなもので、それはもう、あんたがちゃんと合理的な選択をしないからだと言わないで、そういう人の気持ちも前提にして、なおかつ、消費行動としてどう望ましいかを考えていただきたい。さっき、1割ぐらいの人が考えて行動するという話があって、これは大事なことだと思いました。

今ちょうど立法されている法律もそうなんですけど、実は、消費者委員会でも消費者基本計画の見直し作業というのをやっています。この間から各省庁からヒアリングをしながら、新しい消費者基本計画で何を盛り込むべきかを、意見を出していただいで検討しているところです。

その中でも消費者教育について、何か言えることはないか、考えておりました、今日たくさんヒントをいただきました。今回の議論や御意見をもち帰って、委員会でもぜひ考えてみたいと思っています。今日は本当にありがとうございました。

(鶴岡) 続きます。主催者として、消費者問題対策委員会委員長の池本さん、お願いいたします。

(池本) 池本です。私は今日の議論を弁護士、あるいは弁護士会として何をすべきか、何ができるだろうかという観点と、それから地元埼玉で、消費者団体と関わっている関係で、消費者団体の取組みとの関連でこの問題をどう取り組むかというような問題意識で聞いていました。2つ感想があるのですが、1つは、学校教育の現場はやはり教えるプロの人、すごいなというのを率直に思いました。つまり、何をどう伝えるのかということを中心に構想を立てて、実践し、検証するという、これはやはり教育のプロだということを感じまして、私自身も何年前、例えば、卒業間際の高校生のところに行ったり、消費者向けの講座をやったりとか、いくつかそういう話はしたのですが、餅屋は餅屋かなというようなことを考えました。

だとすると、弁護士会は、消費者被害の現場を見ている立場ですから、その素材を学校教育の現場で教えるプロの人にその先の調理をお願いするとして、素材を教師にうまく提供するためには何をどう準備して伝えればいいのかということを考える必要があるのかなと、ということを感じました。

それからもう1つは、学校教育はそういう教えるプロの人がいるのに対して、社会教育の場にはそういう体制がないので、そこはやはり弁護士会だけじゃなく、司法書士会とか、あるいは消費生活相談員とか、被害の現場を知っている人がうまく伝える力もつけなければいけない。その意味では、今日のような教えるプロの人の手法を私たちが学ばなければいけない。それを活用して、主婦や若者や高齢者に伝えていく。さらに、学んだ消費者自身が被害に遭わないようにする教育から、社会を変える力を持つところまでうまく教えることができれば、新しい消費者運動の担い手を作っていけるのかなというような感想を持ちました。そのあたりは、なかなか大きな課題になってくると思います。

それから、この消費者教育推進法の中に「消費者教育推進地域協議会」という組織を作ることが、地方自治体の努力目標になっている。

そうすると各地で、都道府県はもちろん、主な市に対して、地域協議会を作るように働きかけて、その中にも被害の現場を知っている者と、教育のプロとが一緒になって、今日のような議論をしていく必要があるのかなと感じました。いろいろやることがありそうで、皆さんと一緒に取り組んでいきたいと感じました。以上です。

(中村美) ありがとうございました。

会場に、内閣府消費者委員会委員の山口廣さんがお越しになっているようです。一言御感想をいただけますでしょうか。

(山口) 弁護士の山口です。河上先生と一緒に消費者委員会の委員をやっている者です。極めて具体的でマイナーな話をさせていただきます。実は昨日、消費者委員会で地方消費者行政をどう充実させていったらいいのかということ进行调查するために札幌に行ってまいりまして、この日弁連消費者問題対策委員会で消費者教育の問題を担当していた上田文雄弁護士が今札幌市長をやっているものですから、その市長と、それから県の消費者行政を担当している方々、札幌市の消費者行政を担当している人たち、それから適格消費者団体を担っている方々と会っていろいろ話をしてきました。皆さん、「クロサギ」って知っていますか。僕は知らなかったんですけど、ビッグコミックで連載のマンガでドラマにもなっているんですね。これを札幌市のほうでは毎年1万7,000冊作っているそうです。マンガの原作者に協力をいただいて、1万7,000冊作って、市内の全ての高校3年生は1万5,000人ぐらい、私立公立合わせているらしいんですけども、高校生の子たち全員に学校で配布しているそうです。

これが実は、政府が支援している地方消費者行政の充実のための基金があるんですが、その基金を使ってやっているということです。悪徳商法に引っかからないようにしましょうねという高校生向けのパンフレットなんですけど、割と反響があるということでした。基金はそういう使い方もあるんだなと思いました。

一方で、市の担当者と県の担当者から言われたのは、消費者教育として、市や道でこういうのをやろうと企画すると、財政当局者から、何故市や道がやらなければいけないんだと。国がやればいいんじゃないかということ、あるいは末端の現場でやればいいんじゃないかといわれるそうです。限られた財政の中から支出することについて、いろいろ抵抗があるそうなんです。その点からいうと、今日話題になっています消費者教育推進法ができると、財政当局に非常にものが言いやすくなるので、助かるから通るとありがたいですねという話もありました。

そういう意味ではやはり自治体で推進していく上でも、この法律の制定は重要だなと思って昨日の夜中に帰ってきた次第です。以上報告します。

(鶴岡) ありがとうございます。では、本日のシンポジウムのまとめといたしまして、実行委員会の中村新造委員長より、本日のまとめと挨拶をさせていただきます。

## 【総括・閉会挨拶】

(中村新) 中村です。本日は、大変長い時間ありがとうございました。1時に始まって、もう3時間以上経つわけですけれども、おかげさまで本日、約120名の方に御出席いただきました。ありがとうございます。また、御講演を担当して下さった西村先生、河上先生、事例報告をやっていただきました荒井先生、伊藤先生、菊次先生、パネラーで出ていただきました東先生、山根さん、本当にありがとうございました。

また、後援団体として名を連ねていただきました文部科学省、消費者教育法学会、教育支援センターの方もありがとうございました。このシンポジウム開催にあたり、その他いろいろ関係者各位に御協力をいただきましたこと、この場を借りて御礼申し上げます。

さて、私のほうで総括ということで場をいただいたのですが、もう既に4名の立派な先生から「総括」をいただきましたので、個人的な感想を簡単に述べて閉会のあいさつに代えさせていただこうと思います。

さて、このシンポジウムを企画したのは、もう半年ぐらい前になります。というのは、消費者教育推進法ができるはずだ。ゴールデンウィーク明けには必ずできるであろうという前提の下で、この法律ができた後、どうやって活かしていこうかということ話し合う場としてシンポジウムをやるのがいいのではないかということで、このタイミングで開催することを設定しました。

ところが、年度が替わってもなかなかできない。ゴールデンウィークまで待ったんですけれども、できない。どうやら法案審議のほうがストップして、近々成立とは言われていながら、今日、未成立の段階でシンポジウムを迎えるということになりました。我々のほうもだいぶ困って、シンポジウムやめようかという意見までは出ませんでしたけれども、だいぶ構成を変えなければいけないのではないかという議論も出たんですが、結論としてはほとんど中身を変えずに実施しました。というのも、中身を詳細に検討して見てみたところ、消費者市民社会の必要性であるとか、既に今日事例報告いただきましたけれども、実践例ですね、消費者市民社会というのを意識しているのか、していないのかというのは様々だと思いますけれども、これから実践していくに当たって大いに参考になる例というのはいろんなところであるということがわかってきましたので、このようなものの紹介をしてここで学習していくということで、いつ法律ができて大丈夫なんだ、そういうシンポジウムにしようじゃないかということで、中身はそのまま本日行った次第です。

ですから、消費者市民社会というものについて、予習もしくは先取り学習みたいな意味で今日のシンポジウムを迎えることができたのではないのでしょうか。いわば最先端の議論ができたシンポジウムではなかったかなというふうに自負しております。

す。

ところで、私は弁護士ですので、日々事件を処理しているわけですが、悪徳商法に遭って、困ってしまったというお年寄りの相談がちっとも減りません。昔だと1人500万、1000万騙されたという人が来て、「ずいぶんお金もっているんだな」と思いましたけれど、最近不景気だからか、その逆なのかよくわかりませんが、1億円騙されましたとか、そんな人も出てきて、何だかずいぶん悪化しているのではないかなという印象すらあります。これを何とかしなければいけないんじゃないかなというのは、弁護士であれば誰でも思うことです。例えば、集団訴訟に関する法律であるとか、違法収益の剥奪、もしくは消費者契約法、こういった法律の立法化を目指して立法されたものもあります。こういったものを使って消費者被害をなくしていこうという動きは既に取り組みして、十分効果は上げていると思います。

ただ、これらの法律はいわば「特効薬」みたいなもので、できたらすごく有効だし、よく効くんですけども、一方でそもそも消費者被害に遭わない、もしくは被害を起こさないようにするというためには、やっぱり教育という問題が欠かせなくて、非常にこの点が無防備なまま日本では放置され続けているという印象です。

ですから、今回教育推進法ができれば、これは先ほどの「特効薬」に対していわば「漢方薬」みたいな存在として、できてすぐ効き目が出るというものじゃないですけども、教育を受けた人が、5年、10年、20年経ったとき、また、教育ですからそれをさらに他の人に伝えていくという効果も期待できるわけですから、「漢方薬」として役目もあるんじゃないかなというふうに個人的には思っています。

さて、一方で、河上先生からのご指摘がありました。このような消費者市民教育というものを進めていくに当たっては、注意しなければいけない点も私個人としてはあると思っています。例えば自己責任ということを過度に強調したり、国家による教育の押しつけにならないようにしなければならぬという点も、本日議論できたのではないのでしょうか。

以上、このような消費者市民教育の必要性、実践例、問題点などいろんなことを議論して学習したことを踏まえて、まだ法律ができていませんけれども、ここにお集まりいただいた120名から消費者市民教育を考えるきっかけをつくっていったら、やがて法律のほうも追いついてくる、そんな状況になったのではないかと思います。ありがとうございました。

(中村美) 以上をもちまして、すべてのプログラムが終了しました。今回のシンポジウムを消費者教育推進法が制定された後の消費者市民教育を実践する際の参考にしていただければと思います。配布資料もぜひご活用ください。長時間、御清聴ありがとうございました。これにて、シンポジウムを閉会させていただきます。(了)