

シンポジウム

消費者市民教育を実践する

～消費者教育推進法の成立を受けて～

報告集

日時 2013年9月21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 消費者庁・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
消費者市民教育を実践する
～消費者教育推進法の成立を受けて～

日 時 2013年9月21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 中村美智子(シンポジウム実行委員会委員)
岩田修(日弁連消費者問題対策委員会幹事)

■主催者挨拶

山岸憲司(日本弁護士連合会会長)

■問題提起

平澤慎一(日弁連消費者問題対策委員会幹事)

■資料説明

武田香織(同委員会委員)

■講演

①「今後の消費者教育の推進」

片山朗氏(消費者庁消費生活情報課長)

②「消費者教育推進法のもとの、地方における消費者教育施策の推進について」

色川卓男氏(静岡大学教授, 日本消費者教育学会会員)

③「行動する消費者を育てる」

島田広(日弁連消費者問題対策委員会委員)

■事例報告

①「砥部町における高齢者見守りネットワークについて」

武田咲枝氏(愛媛県砥部町消費者相談窓口 消費生活相談員)

②「かしこい消費者を目指して ～教員と消費生活相談員との連携～」

神山留美子氏(岐阜・岐阜市立精華中学校教諭)

(休憩)

■パネルディスカッション

「わたしが実践する消費者市民教育」

(パネリスト・50音順)

色川卓男氏(静岡大学教授, 日本消費者教育学会会員)

神村明利氏(静岡県くらし・環境部県民生活課長)

川口康裕氏（消費者庁審議官）

島田広（日弁連消費者問題対策委員会委員）

（コーディネーター）

靄岡寿治（日弁連消費者問題対策委員会副委員長）

岩崎夏子（シンポジウム実行委員会委員）

■閉会挨拶

中村新造（日弁連消費者問題対策委員会委員）

(岩田) 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「消費者市民教育を实践する～消費者教育推進法の成立を受けて」を開会いたします。

初めに、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を代表いたしまして、山岸憲司会長より、ご挨拶をいただきます。

◆主催者挨拶◆

(山岸) こんにちは。日弁連会長の山岸憲司でございます。

本日は、貴重なお時間をさいいただき、ご参加くださりまして、誠にありがとうございます。

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させていただきました。

日弁連の消費者問題対策委員会には、全国各地で、消費者被害の具体的な救済に日々取り組んでいる弁護士が集まっております。消費者救済の活動を担い、そしてまた、被害を防止するための法制度の提言などにも取り組んでくる中で、深刻な消費者被害を最もよく知る立場から、「被害が発生してからの救済や後追いの防止策の策定では不十分である」と考えてまいりました。そして、被害を未然に防止するための「消費者教育」こそが重要であると考えてまいりました。

このような問題意識から、委員会の中に「消費者教育・ネットワーク部会」という担当部会を設置し、20年以上前から議論を深めてまいりました。また、2007年3月には、日弁連が、「消費者教育推進懇談会」という消費者教育関係諸機関の交流の場を立ち上げ、年3回のペースで、官民入り交じったざっくばらんな意見交換をしてまいりました。この懇談会は、今も続いており、既に23回を重ねました。

このような中で、被害に遭わないようにするだけではなくて、更に進んで「消費者の権利を確立する」、「消費者自身がきちんと社会を見据えて、安心・安全な社会を自らが作っていく、自ら考え行動する」、そのようなことが重要であること、そのような、消費者が生き生きと生活できる「消費者市民社会」の確立や理念の育成が重要であるという認識へと発展してまいりました。

この「消費者市民社会」という理念につきましては、2009年11月に和歌山で開催されました日弁連人権擁護大会において、「安全で公正な社会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～」というシンポジウムにおいて議論され、そのうえで「消費者被害のない安全で公正な社会を実現するための宣言」として採択されました。

そして、その後、「消費者市民社会」を実現するための消費者教育が重要であるという認識の下に、日弁連は消費者教育推進法の制定を求める意見書を2009年、2011年に発表し、各政党にも働きかけをしてまいりました。

そのような日弁連の取組もあって、皆様もご承知のとおり、2012年8月22日、「消費者教育の推進に関する法律」が公布され、同年12月13日に施行されるに至りました。また、本年6月には、同法第9条に基づく「消費者教育の推進に関する基本的な方針」、いわゆる「基本方針」と称しておりますが、これが閣議決定されました。

その意味では、今年は、「消費者市民社会」をめざす「消費者教育」を大きく推進させる分岐点になる年であるというように考えております。

本日のこのシンポジウムには、消費者庁、文部科学省、公益財団法人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ご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であると聞いております。ご協力、ご参加に心から感謝申し上げます。

本日のこのシンポジウムの議論を起爆剤として、更に我が国の消費者教育が大きく発展することができるように、強い意気込みを持って議論を進めていただければと期待しております。

どうぞよろしくお願い申し上げます。

(岩田) 遅ればせながら、本日の司会進行は、日本弁護士連合会消費者問題対策委員会委員の私、岩田と、シンポジウム実行委員会実行委員の中村が務めさせていただきます。よろしくお願いいいたします。

なお、慣例に従いまして、本シンポジウムの講演者の方につきましては、全て「さん」付けで呼ばさせていただきますので、ご了承くださいと思います。

また、本日は、この東京会場のみならず、全国の弁護士会15箇所におきましてテレビ会議中継を行っておりますので、ご報告いたします。

(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平澤慎一幹事より説明させていただきます。

◆問題提起◆

(平澤) こんにちは。今紹介いただきました、弁護士の平澤です。

お手元の青い資料集の81分の7ページ、8ページ、「問題提起」というところを参考にいただければと思います。私が述べたいところは、そこに書いてあるとおりです。時間がないので、かいつまんでお話ししたいと思います。

まず、先ほど山岸会長の方からお話があったとおり、「消費者教育推進法」が昨年8月に制定されて、12月に施行、それから、今年の6月には「基本方針」が策定されて、今年は消費者市民社会をめざす消費者教育については、始まりの年ではないかというように位置付けております。

そのような中で今日シンポジウムがあるわけですが、問題提起としては3点申し上げたいと思います。

まず、なぜ「消費者市民社会」をめざす消費者教育というものが必要なのか、ということです。「消費者市民社会」とは、個々の消費者が、お互いの特性や多様性を尊重し、自らの消費行動が将来にわたって内外の社会、経済、環境に影響を及ぼしうることを自覚し、公正かつ持続可能な社会に主体的に参画する社会のことです。これは法律に定められています。

これをめざす消費者教育が、なぜ必要か。今までは、消費者被害をどのように防ぐかというところが消費者教育としては重視されてきて、これは今でも重要なことです。これは、消費行動が個人的な営みであるという観点から捉えられてきたのではないかと思います。ただ、それだけでないのではないかと。消費行動は、購入だけではなくて、使用、廃棄、再生において、社会、経済、環境に影響を及ぼすという側面も非常に大きくて、社会的な営みでもあります。このような点を重視して、消費者は主体的に社会、経済、環境に影響を与える、そのような立場にあります。その消費者が、主体性と消費行動の社会的な側面を持って行動する、そのような「消費者市民社会」をめざす消費者教育が重要だ、という位置付けになるのではないかと思います。

それから二つ目は、「消費者市民社会」をめざす消費者教育というものは、被害救済に役立つのかということです。

我々は、役立つと考えています。まず、被害に遭いにくい消費者を育てます。ものを見る目を育てる教育がなされれば、被害に遭いにくい消費者になるでしょう。それから、加害者という人がいるわけですが、加害者を生み出しにくくします。そのような意味でも、消費者市民社会をめざす消費者教育は重要ではないかと思いません。批判的精神を鍛える教育なので、加害者にならないように、自分の選択が他者や自分の人生に及ぼす影響について考える能力を育てるという意味で、消費者市民社会をめざす消費者教育は被害救済に役立つのではないかと考えています。

そして、被害を防ぐ社会を作ることです。これも、非常に重要だと思います。消費者市民社会をめざすことで、学校だけではなく地域や事業者も連携することになり、行政への働きかけが盛んになったり、見守りが行き届いた社会を作ることができるといように考えています。

それから三つ目として、「消費者市民社会」の考え方と消費者の「自己責任」との関係も問題とされるところです。「消費者市民社会」ということの性質上、「消費者の責任」ということが出てきます。ただ、この消費者の責任は、「消費者被害には消費者にも落ち度があるから、ある程度その被害を引き受けるべきだ」という、いわゆる「自己責任」とは全く違うものです。これは、むしろ消費者の権利の実現と表裏一体となる「社会的責任」のことを言っています。ですので、権利の実現のための社会的責任の自覚が必要ということの位置付けであり、いわゆる自己責任とは全く異なるのです。

今申し上げた三つの点を問題提起とさせていただいて、今日は、その「消費者市民社会」をめざす教育が、具体的にどのような実践がなされるべきか、ここが非常に重要ですので、それについて大いに議論をしていただき、皆さんもいろいろな場面へと持ち帰っていただいで発展させていただければと思います。

短いですが、問題提起を終わらせていただきます。

(中村美) 続きまして、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武田香織委員より説明させていただきます。

◆資料説明◆

(武田香) 皆さん、こんにちは。資料のご説明をいたします。お手元の資料をご覧ください。水色の資料集と、「Q&A」という冊子と、消費者庁・片山氏の追加資料という別刷りの1枚が配られているかと思います。

まず、水色の資料集が、本日のシンポジウムの基本の資料です。表紙をめくっていただくと目次がございます。81分の3ページに、本日の講演者・発表者・パネリストの方々のプロフィールを載せております。そのあと、ただいまの平澤さんの問題提起がありまして、81分の9ページ以降が、このあとの講演者御三方の資料です。片山さんの資料から始まり、18ページから色川さんの資料、23ページから島田さんの資料となっています。片山さんの資料としては、別刷りの1枚のものもご参照ください。また、色川さんと島田さんは、シンポジウム後半のパネリストとしても登場されますので、こちらの資料もご参照ください。

島田さんの資料の末尾にある42ページから46ページのリストは、消費者教育の教材が多数ある1例として島田さんが挙げたリストです。これらの教材の実物は、東京の会場では受付の前のスペースに展示してありますので、ご参照ください。

81分の47ページ以降が、事例報告をしてくださる発表者の資料です。武田さんの資料に続き、53ページから神山さんの資料になっています。

81 分の 60 ページ以降が、パネリスト、神村さんの資料です。

72 ページからは、消費者教育推進法、「消費者教育の推進に関する法律」の全文を掲載しています。

次に、『Q&A』という冊子は、日本弁護士連合会が消費者教育推進法の成立を受けて作成した冊子です。1 枚めくっていただくと目次がございます。八つの質問、問題提起をしています。適宜、ご興味のある項目を参照いただければと思います。

最後に、後日になりますが、本日の議論や消費者市民教育の実践に役立つような資料を、日本弁護士連合会のホームページに掲載する予定です。掲載する予定の資料としては、まず、平成 25 年 6 月 28 日に閣議決定された「消費者教育の推進に関する基本的な方針」、次に、日本弁護士連合会の 2009 年人権大会報告書「安全で公正な社会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～」の関連部分、それから、ビクトリア・トーレセン氏の 2010 年講演報告書等々を掲載する予定です。ぜひ、ご覧ください。

以上で資料説明を終わります。

(岩田) 続きますして、講演に入ります前に、本日は、みんなの党より三谷英弘衆議院議員に本シンポジウムにご参加いただいております。一言、ご挨拶をいただきます。よろしくお願いいたします。

(※本報告集では割愛させていただいております。)

(岩田) ありがとうございました。

それでは、シンポジウムの前半、講演に入りたいと思います。まずは、消費者庁消費生活情報課長の片山朗さんから、「今後の消費者教育の推進」という演題でご講演いただきます。片山さん、よろしくお願いいたします。

◆講演◆

① 「今後の消費者教育の推進」

(片山) ただいま紹介にあずかりました、片山でございます。

皆さんにおかれましては、日頃、消費者政策にご協力いただきまして、また、消費者教育に熱心に取り組んでいただきまして、感謝を申し上げます。本日は、時間は限られておりますが、政府における消費者教育の概要としまして、推進法、基本方針、それから、最近の消費者庁の取組について、短時間ながら説明を申し上げます。

まず推進法なのですが、先ほども皆様から少し紹介がありましたが、昨年8月に議員立法として成立しまして、12月に施行されたものでございます。

まず、この法律の目的なのですが、第1条に定められているとおり、「総合的・一体的に消費者教育を推進し、国民の消費生活の安定・向上に寄与する」ということです。ここでいう「消費者教育」というものが、定義として第2条にありますけれども、「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及びこれに準ずる啓発活動」と定義されているところでございます。同様に、「消費者市民社会」についても定義されておりまして、「個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互尊重し、自らの消費生活に関する行動が将来にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼしうることの自覚。また、公正かつ持続可能な社会形成に積極的に参画する社会」。長いのですが、そのように定義されているところでございます。

それから、基本理念が第3条、国と地方公共団体の責務が第4条・第5条にあります。今後の説明のポイントとして重要なものは、その後にあります基本方針第9条のところ。第9条のところ、消費者教育の推進のための基本的な方針、いわゆる基本方針を作成すること。それからその下にありますが、第19条に消費者教育推進会議を消費者庁に置くことを求めているところでございます。

基本方針につきましては、既に先ほど何人かから説明がありましたけれども、今年6月に閣議決定したところでございます。それから、消費者教育推進会議につきましても、今年3月に第1回会議を開催しました。その議論の中でもあったのですが、基本方針に対する意見の聴取などを行ったところでございます。

それから、その横にありますけれども、地方公共団体の役割としまして、国と同様に基本方針に対するものとしましては、都道府県消費者教育推進計画あるいは市町村消費者教育推進計画を策定しなさいということ。それから、消費者教育推進会議と同様に、地方においても消費者教育推進地域協議会というものを開催すること。いずれも努力義務ではございますけれども、求められているところでございます。

なお、政府だけではなく、図の下の方ですけれども、消費者団体あるいは事業者、事業者団体についても、消費者教育の推進に協力すること。これも努力義務ですけれども、課されているというところでございます。

続いて基本方針です。先ほどの法律を受けて作られているものです。この基本方針は、冒頭に書いてありますが、内閣総理大臣及び文部科学大臣が、先ほどの消費者教育推進会議、それから内閣府にあります消費者委員会、これらの意見を聞いて、また、パブコメを通じて消費者の意見を反映しまして案を作成し、6月に閣議決定されたものでございます。期間は平成25年から29年までの5年間です。

構成としましては、Ⅰにあります消費者教育推進の意義、それから、Ⅱの消費者教育の推進の基本的な方向、それから消費者教育の推進の内容、そして、関連する他の消費者政策との連携、更に、最後に、今後の消費者政策の計画的な推進ということで、達成度の検証のような事項を定めております。それを全てまとめまして、右肩の方に書いてありますが、都道府県の消費者教育推進計画あるいは市町村の消費者教育推進計画の基本となるものというように位置付けているものでございます。

最初に、基本方針の方向としましては、消費者が安心して豊かな生活を営むことができる社会の実現には、ルールの整備や厳格な法執行、消費者支援・救済施策というようなものをしてきたわけですが、それだけではなく、自立した消費者の育成や消費者市民の社会が形成されることが必要である、ということが書いてあるということです。それから、そのためには、「誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けることができる」ということが重要であり、そして、多様な担い手の連携などにより効果的な消費者教育を推進していく必要がある、ということが明確に最初に書かれているところでございます。

それから、基本的な方針のⅡ番のところにも書いてありますけれども、消費者教育の体系的な推進ということで、対象領域、それから各段階・ライフステージに合わせた体系的な教育プログラムが必要であるということ。そして、先ほども出てきていますけれども多様な担い手ということで、公務員や教職員のみならず消費生活相談員や地域福祉の関係者、消費者団体、事業者団体、もちろん、ここにおられる法曹界の皆様方にも、多様な関係の担い手として担っていただくということをめざしているものでございます。

それから、次の消費者教育の推進の内容のところですが、これは、むしろ基本方針の別紙に「今後検討すべき課題」というものが実は付いているのですけれども、それを参照していただいた方がいいと思います。追加資料として配られたところにあるのですけれども、実は、これは先月の28日に第5回消費者教育推進会議を開催して、「今後の議論を進めるに当たって、このような三つの委員会を設置して検討すべきである」と言われたものです。このそれぞれの丸印のレベルが、まさしく今後検討すべき課題に挙げられたものを適宜割り振ったものでございます。

まず、消費者市民育成小委員会というものにつきましては、消費者市民社会の実現に向けて消費者教育・消費者学習における系統的・横断的な課題に関する検討をするところでございます。例えば三つ目のところ、イメージマップというものは、ちょっと小さくて分かりにくく申し訳ないのですけれども、この左下にあるような図です。これをもう少しブラッシュアップして、それぞれの対象領域あるいはライフステージで、どのようにして消費者教育を進めていくのか、ということをもっと検

討していただく、また、消費者市民社会概念の研究・普及などをするためにも、モデル地区を設けて先進的な実践を集中的に実施したらどうかという話。あとは、中長期的な課題でございますけれども、一番下にありますように、消費者教育の推進のための指標化など、そのようなことを議論していければと考えています。

続いて、情報利用促進小委員会です。ここは地域的な話になるのですが、多様な関係が積極的に参画するために、情報を効果的に収集、整理、それから提供する、そのあり方について検討いただくということでございます。例えばITの関係が主になるのかもしれませんが、ポータルサイトの改善、できればワンストップ化など、そのようなものに向けた改善方法など、ITに限らず地域コミュニティのようなどころで見守りの担い手などがおられると思いますけれども、そのような人たちにも、どんどん消費者教育のマインドを持っていただくために、啓発も含めた情報提供のあり方など、そのようなことを議論していただければと考えます。

それから三つ目、地域連携推進小委員会。ここでは、多様な関係者が有機的に連携していくため、資源の活用やネットワークに関する議論をしてもらうなどです。例えば下から二つ目のところ、コーディネーターというものは、まさしく、この右側のネットワークの表なのですけれども、多様な担い手のつなぎ役となっていていただくようなコーディネーターです。もちろん、この担い手には、右の方に書いてありますけれども、法曹関係者も入っていますので、ぜひご協力いただきたいと思えます。そのような人たちをうまく結びつけていただけるコーディネーターの育成・支援や、特にここにある消費生活センター、地方にあるセンターがありますけれども、そこでの活用、消費者教育の拠点化として位置付けるために、担い手の育成などを検討いただければと思います。

このような取組をしていますけれども、実のところ消費者庁全体におきましても、来年度の重点施策として「消費者安心戦略」というものをやろうとしております。すみません、パワーポイントがないのですが、資料集の12ページから、あと6枚ほどに資料をつけていただいています。本当は全部説明したいのですが、ちょっと時間もないので簡単に触れさせていただきます。いわゆるアベノミクスを推進する中、成長戦略実現のためには、健全で活気と厚みのある消費市場を構築が不可欠です。そのための消費者の安全安心を確保するための「消費者安心戦略」を積極的に進めようということで各方の施策が書いてあるところでございます。特に消費者教育との関連ということでしたら、右側の「消費者安心・安全確保対策」ということで、その上の四角にある「消費者被害防止対策」の積極的な展開ということ。最後、14ページ、15ページに書いてあるように、特に高齢者被害に対して見守って

いきましょうと。特性に応じてネットワークを作って、更に、例えば実際には国センが持っているP I O—N E Tや情報から被害者を特定しまして、その特性に応じた適切な見守り。それから、実際に被害が見られ始めたら関係者に周知して拡大を防止するというようなスキームを、詰めるべき点はいろいろありますけれども、やっていきたいということでございます。

そのような消費者庁全体の取組も並行して連動しながら、このような消費者教育についても進めていくということでございます。

ちょっと時間の関係で端折ってしまいましたけれども、今後の消費者教育推進会議では、繰り返しになりますが、各小委員会で議論をする。それとともに、地域においては、推進計画、それから地方協議会の設置を行っていただき、それを、我々も支援する。それで、長期的には3年を目途に、また基本方針を見直すということをしております。

すみません、慌ただしくなってしまいましたけれども、本日ご参集の皆さんも、ぜひ参加していただきまして、消費者教育啓発の一翼を担っていただけますよう、よろしくお願いいたします。以上です。

(中村美) 片山さん、ありがとうございました。

続きまして、日本消費者教育学会会員であり、静岡大学教授の色川卓男さんから、「消費者教育推進法のもとでの、地方における消費者教育施策の推進について」という演題で、ご講演いただきます。色川さん、よろしくお願いいたします。

② 「消費者教育推進法のもとでの、地方における消費者教育施策の推進について」

(色川) よろしく申し上げます。静岡大学の色川と申します。

時間があまりないので、少し端折ってお話しさせていただきます。私のプロフィールについては、こちらをお読みください。プリントでいいますと資料の18ページから、ずっと、私のプリントになっていると思いますので、そちらをご覧ください。

先ほど片山課長からも出ていましたけれども、消費者教育推進法が昨年通りまして、それは大変いいことだと思います。ただ、消費者教育自体は、既に行政の施策としても40年以上の歴史があり、50年といってもいいでしょうか、1960年代辺りからずっと、いろいろなことがやられています。ですので、そのようなことをふまえますと、なぜこの時期に法律をやるのかという話になるわけです。やってきたけれどもなかなかうまくいかなかったからこそ法律が必要だったのだろうと、今、私などは考えております。ですから、法律で縛ることによって、各自治体のきっかけとして、恐らく消費者教育推進法というものがあるだろうというように理解してい

ます。

実際、消費者教育の歴史を見ますと、1960年代、69年の国民生活センターになる、その前身の研究所時代に『生活経営学』という本がありますが、「車の両輪」としての消費者教育というものが考えられています。つまり、消費者を保護する方と消費者を教育する方という両方が、実は車の両輪であります、という話まで書いてあったわけです。ですから、そのために推進しますという話が出ています。ところが、実際は、皆さんも現状をよくご存じだと思いますが、かなり厳しい状態になっているということになります。

では、消費者教育では一体どのような歴史があるのでしょうか。これは政策レベルの歴史だと思いますが、少し簡単にまとめますと、今出てきた1960年代の車の両輪の時代から始まりまして、一旦あまり出てこなくなるのです。学校現場ではやっている先生方もいたのですが、なかなか体系立った本格化が進むことはなかったというように理解しています。

1980年代に入ってきますと、今度は契約の問題が出てきて、いわゆる悪質商法などが非常に出てきます。そのような中で、学校現場で契約教育をやってきたのかということが問題になったときに、それがあまりやられていなかったのではないかとということで、ここで、いよいよ「自立した消費者」という言葉が出てきます。そこで、学習指導要領を改訂することによって、ここで初めて本格的に単元として、学校現場では消費者教育が導入されたといわれています。しかし、いわゆる今でいう消費者市民教育とは少し違いまして、いわゆる被害に対する教育ということになると思います。

そして、2000年代は、消費者庁ができる以前から、もう21世紀に入った頃から、内閣府時代から、実は消費者教育に対して、細々とではありますが、国の方でいろいろ取組が行われていまして、調査研究が毎年のように行われ、いろいろな教材が出されています。そのようなものをずっと積み重ねてきて、消費者庁が2009年にでき、そして、そのような中で消費者教育推進会議ができ、更に消費者教育推進法ができてきた、という流れがあるだろうと思っています。そのような意味では、歴史的に見ると、現在の動きというものは、非常に本格的な展開期になる可能性があるだろう、というようには思っております。

国から地方に期待されていることとは、大きくいうと四つあると思います。今、片山様から話がありましたが、地域協議会を作るか作らないか。これも努力義務ですから、作らなくてもいいですね。また、多様な主体の連携。いろいろな人と関わって消費者教育を推進しましょう。更に、消費生活センターの拠点化という言葉が出てきます。それと、コーディネーターの利用、育成という話が出ていたと思いま

す。前提は、もちろん自治事務ですから、各地方自治体は自分で考えなくてはいけないという、大変難しい問題になるわけです。

国の考え方を、私が勝手にかいつまんで地方の立場から見ると、いくつか問題があります。まず、地域のつながりが薄れている中で、どのようにしてつながりを作っていくのかということです。確かに、つながりや絆（きずな）という言葉は、東日本大震災のようなことがあったときに出てきていましたが、社会全体のすう勢から見ると非常につながりが弱くなっています。静岡でも、例えばアパートや近所のマンションなどで人が越してきても、なかなか挨拶に来ない人もたくさんいます。そうすると、お互いに隣なのだけれども知らなかったりするということが、よく起こっています。つまり、つながりがなかなか作れないです。その中でつながりを作るということは、やはり、かなりいろいろな手続きが要って、それほど簡単なものではないだろうと想像がつかます。

また、センターが拠点化できるのかということです。拠点とは、消費者教育の拠点です。今までセンターが中心になってきた啓発や、いろいろな出前講座等では十分できたかもしれませんが、今度、学校現場にどのようにして入っていくのか。教育委員会の目があります。この辺についても、非常に悩ましいところだと思います。また、センターにどれだけの蓄積があるのかということです。消費者教育といっても、苦情相談で受けてきた、いろいろな事例だけで消費者教育ができるかといえ、これは必ずしもそうも言えないのではないかというように思います。

さらに、コーディネーターの担い手はいるのかということです。コーディネーターとは、大変なスーパー能力が要ると思います。その辺が非常に問題でしょう。どのようなことかといいますと、消費者教育をしたいという外側の人間と、消費者教育を受ける対象の人間との、いわば需要と供給とのずれがある可能性があります。そのずれを、どのように調整するかということになるわけです。調整するためには、消費者教育の体系そのものがどのような形であるか、そのようなこともよく知っていなければいけない可能性があります。そうすると、これは、かなり難題なのだろうというように思ったりしています。

最後に、ちらりと「国のレベルで」と書いたものは、要は、例えば消費者庁さんと文科省さんが、どこまで連携して消費者教育ができていくのかという話です。つまり、地方で消費者教育行政の担当部局さんと教育委員会さんの連携が、現実にはなかなかできないところが恐らく多いと思います。そうすると、やはり国レベルでうまくつながってくれないと、地方でもなかなかできないのではないのでしょうか。ということを感じるところがあります。

私は、いろいろ地方の行政を調べたりするので、実際の現状はどうなのかという

話を、ちょっと簡単にさせていただきます。ここに挙げたものは、学校に対する消費者教育施策に関しては、これは消費者行政部局が学校に対してどの程度やっていたのかという話と、あと、「啓発」と書いたものは、いわばセンターさんが出前講座等で、一般の消費者の皆さんたちに、どれだけいろいろなことをやっていたのかという話です。学校に関していいますと、データは若干古いのですけれども、政令市では、学校については結構出前講座をやっているように見えるのです。「見える」ということについては、後で説明します。

それで、他の都市も結構大きな都市があるのですけれども、やっているように見えて、パーセンテージで見ると大したことは分かりません。というのは、実際、ここではやっているかやっていないかしか聞いていないので、具体的な質的な問題が、問われるところがあります。政令市が一見やっているように見えるのですが、実は、この回数などを見ますと、10回ぐらいだと思いますけれども、非常に小さな値しか中央値では出てきません。

また、小・中・大のところで、ちょっと潰れているので見にくいと思いますが、ほとんどが何もしていないということです。ちょっとやっているところが点で見えますけれども、ほとんどのグループが実はやっていないということが分かります。これは、いわゆる一般的な出前講座は、まだやっているのだろうというように思いたいのですが、それでも、実は、中央値で見ますと非常に値が低くて、10回から20回という年間の回数が大体各自治体の代表値です。月に1回程度です。実は、多いところは200回もやっているところもあります。ですから、非常に格差が大きくて、やっているところはとてもやっているのだけれども、集団で固まったところが全体ですから、あまりやっていないということが現実です。

多くの自治体が取り組むべき課題としては、実は、「掘り起こし」と「連携」という言葉が、よく出てきます。これは、そのとおりだと思いますが、三つあるのです。「内側から」「外側から」「過去」と、私は三つあると思っています。内側とはどのようなことかといいますと、今日シンポで、もしかしたら静岡県さんの話があるかと思いますが、いわゆる消費者行政部局だけが消費者行政をやっているのかという話です。例えば、食の安全のことだったら食品関係の部局だったりするし、あるいは、町おこしなどという話だと、これは産業や商業などの部局がやっているかもしれません。そのようなものも、いわば消費者教育なのでしょう。そうすると、そのようなことをどのようにつかまえていくのかということが問われるのです。まず行政部局の中で、どのような消費者教育の実践があるのかということを、例えば、今だとイメージマップのバージョン1ですか、そのようなものに合わせて見付けてくる必要があるということです。単なる教育委員会との連携だけでは、やはり済

まないだろうという話です。

次に、「外側」ということは、いわば消費者団体や、法曹界の皆さんもそうだと思いますし、私もそうなのですが、その人間とつながる話です。これは、今問われているものは、既存の団体さんだけと結びつく話ではないと思うのです。やはり新しい団体の可能性があるところ、あるいは、行政が知らないけれども地域で何か活動しているところなどがあるかもしれません。そのようなものを一生懸命掘り起こして行って、つながる努力をするということになるでしょう。恐らく地域協議会というものを作る意義は、そのように掘り起こしてきた人材とつながっていくということにあるのではないかと、このように考えております。

そして、「過去」ということは、これが一番難題かもしれませんが、施策を歴史的にみますと結構、同じようなことをやっているのです。私は、今、全国自治体の消費者行政や教育の歴史の資料をいろいろ調べているのですが、本当に資料が少ないのです。過去から、1970年代から今までの資料が残っているところは、ほとんどないです。そうすると、歴史が分かっていないのです。そのために今後の施策を考えるための材料がないという問題があるだろうと思っています。本来ならば、自分たちがやってきた過去の例を頭に入れながら、「このようにしたらうまくいかなかったのだったら、やはり、これに対しては、このように考えたけれども、もう一つ別のことを考えようか」という、そのような知恵を働かせることが重要だろうというように思っていますが、これができていないのが現状です。

では先進事例からみると、どのようなことが推進の要件になるのかを説明します。今、実際に消費者教育等を一生懸命やっている、例えば年間200件も出前講座をやっている地域もあるわけです。そのようなところの例を見ますと、専任の担当者があります。これは、ほとんど正規の職員さんではありません。正規の職員さんがいたりする場合もあるのでありますが、専任の担当者がいるのです。消費者教育啓発の担当者がいます。更に、地元で有名な啓発劇団があったりします。非常に有名で、皆さん頼んでしまうところがあったりするので。でも、このようなところの立ち上げ時点のことを伺ってみますと、皆さん、もうとにかく一生懸命取り組んで、少しでも可能性があれば、そこへ働きかけることを繰り返しているのです。少し失敗してうまくいかなかったとしても、断念しないわけです。そこで頑張るのです。そのようなことを繰り返すということは大事だろうし、そして、やはり聞いてくれる人たちのニーズをきちんとつかまえながら、自分たちがどのような啓発をすべきなのか、どのような教育をすべきなのか、どのような関わり方をすべきなのか、一生懸命問い直して進めていくことがあるだろうというように考えています。

それで、私は、行政が持つべき視点は三つあると思っていまして、やはり「持続

性」と「インセンティブ」と「覚悟」だと思っています。持続性ということは、1回限りの何かをやっても無意味なのです。お金がもったいないです。やはり5年、10年続くようなスタンスで、施策を考えてほしいです。特に消費者教育などというものは、実を結ぶまでに時間がかかるのです。先進的なところでも、皆そうです。時間をかけてやっけていらっしやいます。ですから、やはり5年、10年続く施策を考えてほしいし、そのきっかけになるようなものを見い出していきたいということです。

あとは読んで分かる通り、職員さんは覚悟してほしいということです。今までと同じことをやっても、歴史的に見ますと恐らくうまくいかないのですから、やはり相当な覚悟を持ってやっていただきたいということです。そして、我々、私もそうですけれども、いわゆる外側の人間が関わるべきことで考えなくてはいけないことは、やはり地元の状況を的確につかみましようということです。そして私が言いたいことは、「まず自分の地元で動きましょう」ということです。国も大事ですけれども、まず自分の地元で、自分たちのところで、どのような消費者教育の実践が行われ、どのような状態なのかをまず把握して、それにコミットしていくということが、とても重要だというように理解しています。

そろそろ時間なので、ありがとうございました。

(岩田) ありがとうございました。

続きまして、日本弁護士連合会消費者問題対策委員会の島田広委員より、「行動する消費者を育てる」という演題で、ご講演いただきます。よろしく願いいたします。

③ 「行動する消費者を育てる」

(島田) 皆さん、こんにちは。大分お話が続く中で、お疲れのところ恐縮です。今ほどご紹介にありました、日弁連の島田でございます。

私からは、「行動する消費者を育てる」という大変上から目線な講演をさせていただきます。あまりに上から目線なので、やはりやめた方がいいと思ひまして、昨日考えて、「みんなで行動する消費者になろう」というように、勝手にタイトルを変えさせていただきました。

さて、私の自己紹介でございますけれども、ちょっと自慢の写真をご紹介しております。これは、高校の家庭科の教科書に私が載っております、弁護士としては珍しいかなと思っております。私の経歴は、この資料集の最初の方に紹介してありますけれども、5年ほど地方の福井の弁護士会の消費者委員会の委員長をやってお

りました。そこで、いろいろ消費者行政の方とも相談しながら、消費者の被害救済をどのようにすればいいかということを考えてまいったわけですが、なかなかうまくいきません。うまくいかない理由は何かといいますと、今まで色川先生から、さんざんいろいろご指摘いただきました消費者教育なり消費者問題の、消費者行政における扱いがあまりに低いではないかという問題、場当たりのではないかという問題、これを何とかしなくてはいけないという思いがありまして、2009年に北欧のフィンランド、それからノルウェーに参りました。

そこで、本当に目からうろこだったわけです。日本と全然世界が違うのです。消費者オンブズという組織の人と会いました。これは、日本でいいますと国民生活センターと同じ立場に当たる人です。この人たちにノルウェーでお会いしたときに、「私たち消費者オンブズの職員というものが、この国の全機関の中で一番市民の信頼を得ている機関なのです」ということを胸を張っておっしゃっていたことが、非常に印象に残っております。

そのノルウェーでは、テレビのゴールデンタイムに消費者問題を扱う情報番組が流されております。つまり、そのような形で、消費者がどれだけ安全で豊かな消費者生活を過ごせるか、これが、まさに国の中心に据えられている、そのような社会があったということでもあります。これに何とか近づけられないだろうか、単なる消費者問題というものは、被害の救済や防止だけではなくて、まさに消費者の生活をいかによくしていくか、そのような社会全体の問題なのである、ということをしっかり伝えられないかということを考えてまして、この消費者市民社会という北欧の考え方を、ぜひ、この国にも広めたいということで、この消費者教育推進法の運動に携わらせていただきました。そのような経歴を持っているわけです。

昨年、その法律が制定されまして、今、消費者教育推進会議などでも、いろいろ議論させていただいておりますけれども、ぜひ、この法律を生かして、皆さんとともにその消費者市民社会というものを、消費者が中心になる社会を、作りたいというように思っているところです。

さて、消費者市民社会とは何でしょうか。簡単にいえば、消費者が行動する社会です。何のために行動するかといえば、消費者被害がないようにする、あるいは持続可能な消費をする、皆がこれからも豊かな消費生活を続けていけるような社会にしていく、そのために皆が行動しよう、という社会です。

では、その行動力というものは、どのようなところから来るかということです。すみません、これは、私が昨日思いついたので、資料に書いてなくて、手書きで書いていただければ恐縮です。行動力の源というものは、簡単な話なのです。つまり、それぞれが自分の役割というものが大切なものであることを自覚するということが、

そして、それに対して肯定的な意識を持つということ、それから成功体験を積み重ねるということ、です。私の卑近なところで申しますと、私は、この講演に非常に意義を感じているわけですが、これが失敗してしまうと、もう二度と講演はやりたくないという、このような話でありまして、成功体験というものは大事なわけです。このような成功体験を繰り返しながら、この三つがぐるぐるぐる回りながらサイクルになって、行動力というものが高められ維持されていく、これが行動力ということであろうと思います。

では、この消費者について、その行動力をどのように維持していくのでしょうか。まず、「役割がどのようなものであるのかを自覚すること」が、しっかり必要だということでもあります。それが、私の81分の23のレジュメの第1、「行動する消費者が求められている」というところで少し書いてあることでもあります。本当に骨だけの項目で恐縮です。

何と云っても、やはり被害の問題は第1の問題としてあるということでもあります。

これは、消費者行政に関わる皆さんなら、もう何百回も見ている見飽きたようなグラフで恐縮ですが、国民生活センターのP I O—N E Tに寄せられた消費生活相談の推移のグラフであります。90年代は非常に低かったものが、2000年前後、振り込め詐欺の時代から伸びて、それが高止まりになってしまったという状況が続いているわけです。そして、被害が高齢化しているということも、繰り返しいわれているところです。

これは、今年の『消費者白書』からの資料ですが、消費生活相談の件数全体としては、このように減少傾向にあるのだけれども、65歳以上の相談件数はぐっと伸びてきています。それが、高齢者の人口の伸びよりもはるかに速いペースで伸びているということです。

このことが何を意味するかということは、皆さん、もうお分かりのとおり、高齢者は、なかなか自分だけでは身が守れない、周りが支えなければいけない、ということです。そして、もう一つは、この高齢者被害の背景にあるものです。これは、もう消費者行政に携わる皆さんは、よくご存じかと思いますが、高齢者の中にある孤独と将来への不安です。これも、やはり社会全体が高齢者を支えなければ決してなくなりません。そのような意味では、この高齢者に教育して、「はい、被害者にならないように気をつけましょう」という、これだけでは全くこの消費者被害は防げません。これが、高齢者被害の問題であろうというように思います。

そのようなことで、被害のない社会への転換をどうしていくか、どのようにして高齢者の皆さんを社会全体で支えていくのでしょうか。まさに、この社会を作るといことが、高齢者被害の増大の中で私たちの課題として挙がってきている、とい

うことであろうと思います。

そして、もう一つ、これは持続可能な消費の問題ということになります。今、大量生産、大量消費、そして大量廃棄という社会の中で、大変な問題が様々起きてきているということです。

一つ例を挙げたいと思います。皆さんにご質問しますけれども、この中で、4月にバングラデシュで起きたビル倒壊事故のことをご存じの方、どれぐらいいらっしゃいますでしょうか。ご存じの方は、手を挙げてください。大体このように聞くと、どこの会場でも2割程度です。このビルの倒壊事故は、大変な被害者を生み出しました。バングラデシュで、たしか8階ぐらいのラナプラザというきれいな名前の付いたビルでしたけれども、このビルが倒壊して、そこで働いていた労働者が、なんと1,147人も亡くなりました（注：正確には、同事故の救出作業終了時に確認された死者は1127人であり、それ以外に数十人の行方不明者がいたとされている。）。

では、この労働者は何を作っていたのでしょうか。それは、私たちが今着ているような安い服、いわゆるファストファッションと呼ばれる服です。一時期、以前はジーンズ一つ買えば3,000円、5,000円していたものが、今1,000円を切るような安いものが出てきています。それはなぜかといえば、このバングラデシュ等で作られている安い繊維製品が入ってくるからです。以前は中国製品がたくさんあったわけですが、今、中国の人件費が上がる中で、バングラデシュに工場がどんどんどんどん移転しています。その中で起きたものが、この事故だったわけです。つまり、私たちが今享受している安い衣類が買えるという消費生活は、実は、この南の世界の悲惨な事故と密接に結びついているにもかかわらず、私たちは驚くほどそのことを知りません。そのような社会の中に、今、私たちがいるということです。

この事故について、ローマ法王は、このように述べました。「この労働者の人たちは、月38ユーロしかもらっていないかった。」4,900円。1日にすれば200円です。「それは奴隷労働だ」というように言いました。そのような現実が、今、南の世界では広がっていて、それが私たちの消費生活を支えているということでもあります。

これは、国連環境計画の資料の中に出てくる図です。今、先進国の私たちが享受している消費生活を全世界の人が享受しようとする、地球があと2個余分に必要だというようにいわれています。これが、アメリカの消費者と同じような生活をしようとする、更にもう2個余分に必要になります。それほど、今のこの大量消費の社会というものは、到底将来にわたって続けることは難しいのです。いわば、私たちは、地球の裏側の人たちが使うべき資源を使っている、あるいは、将来の世代が使うべき資源を使っている、そのような消費生活に今なっているわけであり、これが到底続けられないということは、だんだん広い認識が広がってきてい

ます。

もう一つ資料を紹介しますが、これも国連環境計画の資料です。いわゆるエコロジカル・フットプリントというそうですけれども、あまり詳しくご説明できませんが、横軸は豊かさを示すラインです。縦の赤い線が、大体そこそこの豊かさの生活ができる場所です。縦軸は、1人当たりどれぐらいの生態系の面積を使うと、その生活が維持できるかということを表しています。横に線が2本引っ張ってありますが、この下の緑の線が、現在の2006年の時点で、世界の人口1人当たりが使える生態系の面積といわれている線です。これを見ますと、この赤線よりも右側にある豊かな国の人々は、1人当たり使える面積よりもはるかに多くの生態系を使っています。そして、貧しい国はより少ない面積を使っています。このようなことが、如実に分かるわけであります。これはやはりだめだということ、どうしても感じざるを得ません。

今、その認識は大きく広がっています。お手元の資料の81分の32, 33, 34など、その辺りに、いろいろな文献を挙げておきました。国際社会の動き、それから、企業関係の人々も、「このような社会では、やはりいけない」ということがあり、そして、これが、これから大きく転換して生産構造自体がどんどん変わっていくだろう、ということを経営者が述べており、また、日経連の企業行動憲章などにも反映する、そのような時代に、今なっているということなのであります。

さて、このような中で、では、どのような消費者が求められているのかということ、消費者市民社会という考え方が出てきたわけです。持続可能な消費をしていくための消費者ということであり、定義は、ここに書いてあるとおりであります。なかなか難しい定義になっておりますが、「倫理、社会、経済及び環境に配慮した消費を行う」ということです。

私は、もう少し分かりやすい言葉で言い換えるとこのようなところかな、ということ、いつも言い換えさせていただいているのですが、「自分が単なる商品、サービスの受け手ではなくて、社会、経済、環境を公正で持続可能なものに変える力を持っている。そして、その役割を担っている存在だと知ること、能動的に行動できるようになった消費者」ということです。やはり、自分たちが力を持っていることを感じる、そして、そのような役割があるということ、行動の力が高まっていく、ということだろうと思います。

これを簡単に図にしますと、これまでは、消費というものは自分とその事業者が相対し、そして、その取引の中で自分がいかに得をするか、自分がいかにだまされないか、そして少しでも安かったり品質が良かったり、そのような商品を買っていくかという、このような狭い世界で消費が捉えられていました。これを大きく変え

ていこうということです。その捉え方を大きく変えて、私たちが消費する社会というものは、様々な市場環境あるいは環境問題、社会の問題、そのようなものに影響を与えながら消費がなされているということ、そして、私たちが消費のあり方を変えていくことによって、この社会、環境、あるいは経済というものに大きな影響が与えられるということを感じられることです。まさに、「私たち消費者が心臓の役割を果たすのだ」というような認識を持った消費者を育成していこうということを考えることが、消費者市民社会ということなのです。

では、具体的にどのようにするかというところですが、ちょっと詳しいことをご紹介しますことができませんので、ここに書いてあるとおりなのですが、3点だけ指摘したいと思います。

一つは、このフード・マイレージやフェア・トレードということに共通することですが、「お金は、やはり一つの投票なのだ。お買い物が投票になる」ということの意識を持とうということです。いい商品、あるいは公正なやり方で生産された商品を買うことによって、そのようないい経済への影響が与えられるということになります。そこをしっかりと認識して買う、ということです。

それから地産地消……。

時間が、もう「終了」という札が、今、出されましたので、すみません、飛ばしながら行かなければいけないわけです。

地産地消というところでいいますと、いつも私がお話ししているものは本屋さんの例です。インターネットで本を買うということを、今、たくさんの消費者がしていると思います。皆さんも、していると思います。私もしておりましたけれども、これをやっていますと地方の本屋さんはどんどん潰れていく現実があります。

今、ここにグラフを用意しましたが、2007年までの過去10年間で本屋さんがどれだけ減っているかというグラフです。特に個人の本屋さん、小さな本屋さんは半減しているというグラフがあります。そのようなことで、このような面でも、私たちの消費は、その地域経済に大きな影響を与えています。そのような中で、私たちが、どのようにして地域にお金を落とすかということを考えることによって、その地域経済が豊かになったり、あるいは貧しくなったり、そのようなことがあるということを考えなければいけません。インターネットの世の中ですので、物やサービス、お金は、どんどんどんどん世界に流れていきます。そのような中で、私たちが、それをいかにコントロールするかという意識が非常に大事な世の中になっている、ということだろうと思います。

ちょっと飛ばしまして進みます。

そのような中で、しかし、この環境と社会・経済への配慮というものと、それか

ら、安さ・便利さ・はやさというものは、常にトレードオフの関係にあるというようになってきます。すみません、ちょっと、この図も（資料に）なくて恐縮です。ここを、やはり、どのようにみんなで突破していくのかということを考えることが、これから肝要になってくるということです。1人だけでは、どうしても惰性に流されてしまう、あるいは、安いものを買いたくなります。そこを、どのようにして、皆で乗り越えていくかということが大事になってきます。この行動を持続的に生み出すために必要なものとして、やはり、この行動欲力の源に立ち返るということが大事だろうと思うわけです。その役割の認識、あるいは肯定的な意識、そして成功体験、このようなものを社会の中で共有する仕組みを、どのように作っていくかということです。それが、今盛んにいわれている連携やつながりをどのように作っていくか、という問題だろうと思います。1人で取り組むのではなく、社会全体で取り組んで、そして情報を共有していくのです。1人が何かいい消費のあり方をできるようになったら、それを社会に伝えていくのです。そのようなことによって、また新たな他の人の取組が生まれていくのです。そのような成功体験を社会の中で共有する仕組みを作ろう、これが大事なことではなかろうかというように思います。

それが非常に大きな未来がある、というお話をしたいと思うのです。電通総研が出しています「世界主要国価値観データブック」という名前の本があります。これが、世界20か国ぐらいたったと思います。いろいろな国で価値観というものをアンケートで取っているのです。これは日本の例なのですけれども、「一番あなたが人生で大切にしたいことは何ですか」と聞かれて答えているもので、「環境への配慮」が一番高いのです。その次が、「人を助ける」ということ、そして、「安全に暮らす」ということです。更には、「創造性を持って生きる」、そのようなことなのです。これが、いずれも、今までお話ししたような消費のあり方を自分で作っていく、そして社会に貢献していく、というあり方に全部関連しているわけであります。そのような意味で、消費者市民としてのあり方を追究するということは、個人の価値観のあり方にも非常に即したものになっているということです。

更に、この『国民生活白書』のアンケートというものがあまして、「自分の消費行動で世界が変わると思うか？」という問いに対して、6割の人が「変わると思う」というように答えています。これも、大きな可能性を示すデータかと思います。

少し飛ばしますが、そのようなことで、このような意識を持つことが大事なのだということを、この社会全体の中に広めていくうえで、やはり行政の役割というものは非常に大きなものがあるというように感じるわけです。

これは、神奈川県さんが作られている「『消費者市民社会』をつくろう！」というパンフレットです。何をやっているかといいますと、この少年が消費者被害に遭っ

たときに泣き寝入りするかどうか、ということを知りやすく図にしているのです。泣き寝入りする、何も行動しないと、どんどん悪質な業者が増えて被害が増えます。そうではなくて、1人でも行動するということが次の行政の動きにつながって、より良い社会を作っていくことになるのだ、ということを行っています。このようなメッセージを、行政から発していくのです。

更には、先ほど色川先生から地域協議会というお話がありましたけれども、いろいろな活動をしている人をつないでいく役割も非常に重要なものがあります。いろいろな活動をしている団体は、いろいろなところにあるのです。私が先日滋賀に行ったときには、学生さんたちが、このグリーン購入、環境に優しい購入を自分たちがするということだけではなくて、いろいろな地域の企業や、そのような団体ができるように補助する活動をやっているということがありました。このようなことも、自治体がどんだんどんだん学生さんたちに働きかけて活躍する場を作ってあげることが、非常に大事だというように思います。

また、これは三重でお話をしたときなのですけれども、高齢者の方が着物のリフォームをして、そして、このようなバッグを作る活動を皆でやるということをお話ししていただいたのです。「これが、高齢者には、とても喜びを持って受け入れられて、参加者が広がる」というお話をしてくださいました。そして、この方たちが、高校に行って、その高校の生徒さんたちにこの商品を見せて、「このようなやり方があるのだ」ということを伝えたり、売ったりしているのです。しかも、「それが、すごく楽しみなのだ」ということをおっしゃっています。このような高齢者団体の活動と高校の生徒さんたちをつなげることも、今後のコーディネーターの役割あるいは行政の役割として、非常に重要だろうというように思います。

その一つの例として、消費者庁さんで作られた「地方公共団体における消費者教育の事例集」というものが、今、出されています。なかなか参考になる例が載っていますので、ぜひ、また、ご参考にしていただければと思います。

これは消費者教育イメージマップですけれども、そのような様々な活動をつなげる材料にしていただければということで作ったということでもあります。

時間を大分経過しましたので、ここで終わりたいと思いますけれども、ちょっと飛ばします。

いずれにしても、様々な活動を通じて、私たちは日々、地球のより良いあり方に貢献できるということを伝える、そして自分自身が行動する、そのようなことが先ほどから申し上げている、この小さな成功体験の連鎖につながっていくということがいえます。そして、その連鎖が小さいことではあっても、だんだんだんだん行動するエネルギーを消費者の中に、社会の中に作っていく、その繰り返しが社会を変

えていくということだろうと思います。そのような意味で、教育関係者の皆さん、そして自治体関係者の皆さんの役割というものは、これからますます大きくなってくるとおもいます。ぜひとも今日を一つの機会にしまして、そのような動きが広まればよいというように思いますし、私も、そのような活動を繰り広げていきたいというように思っておりますので、今後とも、どうぞよろしく願いいたします。

以上です。ありがとうございました。

◆事例報告◆

(中村美) ありがとうございました。

消費者市民教育への取組は、既に学校や地域でも進められています。本日は、実際の現場において消費者市民教育を実践されている御二方をお招きし、実践例を報告していただきます。

なお、報告される御二方の略歴につきましては、配付資料をご覧ください。

(岩田) まず最初に、愛媛県東温市、松前町、砥部町などで消費生活相談員をされております武田咲枝さんから、「砥部町における高齢者見守りネットワークについて」というテーマで、地域における実践例を発表していただきます。よろしくお願いいたします。

① 「砥部町における高齢者見守りネットワークについて」

(武田咲) 皆さん、こんにちは。愛媛県の砥部町消費者相談窓口で相談員をしております、武田咲枝と申します。相談員歴は6年目です。

まず、私の自己紹介を少しさせていただきます。以前は愛媛県消費生活センターで勤務しておりましたが、県下の各市町にも地方消費者行政活性化基金を活用して専門の相談員が配置されるようになった関係から、県都である松山市近郊の東温市、松前町、砥部町からお声がかかりまして、平成22年8月から、1市2町を週1回ずつ巡回勤務しています。各市町とも、それぞれ独自の見守りネットワークを構築しておりますが、今日は、その中から、人口約2万2,000人の砥部町における高齢者見守りネットワークについて、ご紹介させていただきます。

資料の方が5番になりまして、ページ数が47ページから52ページになります。発表内容ですけれども、目次に沿って説明をしたいと思います。1、高齢者見守りネットワークの構築について。2、地域包括支援センターと連携した「訪問相談」について。3、事例紹介、3例です。

それでは、目次の一つ目、見守りネットワークの構築から話を始めさせていただきます。砥部町では、消費者相談窓口が中心になって地域全体で見守りネットワークを構築し、高齢者の悪質商法被害未然防止に積極的に取り組んでおります。スローガンは、「つながって、見守ろう。安心・安全な砥部町」です。

次に、見守りネットワークの構成メンバーはといいますと、日頃から高齢者をサポートしている地域包括支援センター、社会福祉協議会、その他、地元の区長や民生児童委員、警察、関係機関、金融機関などです。

ここで重視したことは、まず相談窓口の周知です。役場関係機関では、最新の悪質商法に関する情報などを頻繁に提供することで、存在感そのものを高めていきました。直接高齢者に接するケアマネジャーや民生児童委員には、消費生活相談に関する研修を受けてもらって、何か異変に気づいたときは相談窓口へ報告をしてもらえるように徹底しました。更に、チラシやステッカー、お断りうちわなども高齢者の方に配付していただくなど、啓発活動にも協力していただきました。

余談なのですが、こちらの「お断りうちわ」をご覧ください。「いりません、お帰りください」と書いてあるのですけれども、皆様、これは、なぜうちわでなければならないのか、お分かりになりますでしょうか。実は、「うちわ」、「うちは」、つまり「私は」、「いりません、お帰りください」ということで、うちわになっております。これは関西人ならではのダジャレなのですけれども、非常に消費者の方には評判が上々でした。玄関に置いて、悪質な業者が来た時に、このようにして意思表示をする時に使うように、ということでご活用いただいております。

話がそれました。元に戻しましょう。

次に町民に対してです。町民には、毎月の広報誌に注意喚起の記事を掲載したり、高齢者や障害者を対象とした出前講座を実施したりしました。このような取り組みの結果、見守りネットワークのメンバーから、相談や情報提供が相談窓口に来るようになってきました。こちらのグラフを、ご覧ください。青色が、見守り者からの相談になります。24年度の相談受付のうち、見守りネットワークからのものは実に半数近くに上っています。これらの取り組みが数値となって表れております。また、見守り者の協力のおかげで、相談窓口だけでは知り得ない相談者の暮らし状況や家族関係、介護保険サービスの利用の有無、持病などの情報が入って、総合的な観点から相談者にとってより良い対応ができるようになりました。

では、目次の二つ目、地域包括支援センターとの連携について話を進めていきましょう。相談窓口では、窓口のアドバイスだけでなく、地域包括支援センターの定期訪問や防犯要請があったときには、相談員と担当職員が同行して行くことがあります。これは「訪問相談」といわれるもので、なかなか相談窓口まで出向いて来る

ことが困難な高齢者や障害者の方の消費者トラブルを早期に発見し、かつ早期解決へと導く重要な取り組みとなっております。実際、現場に出向き、訪問販売で住宅リフォーム工事をしていたり、高額な布団を買っていたり、というような被害状況を見て確認することは、相談対応をするうえで大きなメリットがあります。

更に警察との連携にも力を入れております。1、警察OBである町の行政支援員を通じて地元の警察に立ち会いをお願いしています。これは、警察官が立ち会うことにより、悪質な業者との交渉がスムーズに行えます。2、普段から情報交換を行う。3、このよううちわなどの啓発グッズに警察署名を記載する。4、啓発活動にも協力していただくことです。これらの取り組みを通じて、警察との信頼関係を築いております。

では、最後に、偶然発掘された被害事例を三つ、ご紹介させていただきます。三つの事例内容は、ご覧のとおりです。事例1、排水管清掃から床下工事。事例2、健康食品のマルチ。事例3、布団・健康食品の次々販売です。

まず1例目は、地域包括支援センターの社会福祉士が訪問した際に、点検商法で排水管清掃から床下工事190万円を契約していたことを偶然に発見した事例です。見守り者は地域包括支援センターの社会福祉士です。契約者は80歳代の独居女性で、要支援2で介護保険サービスの利用はありません。1か月から2か月に1回、社会福祉士が定期訪問しています。相談の流れは、1、社会福祉士が定期訪問時に偶然発見、2、役場相談窓口に直ちに報告、3、相談員と担当職員が社会福祉士に同伴して「訪問相談」を行った、というものです。まさに排水管洗浄から床下工事を勧める典型的な点検商法でした。

では、訪問相談の様子をお話ししてみましよう。契約の経緯は、庭の手入れをしていたら、販売員が、「この近所を回っている。ご近所の排水管清掃をしたが、お宅はどうか」と勧誘され、排水管清掃をしたあと、「高圧洗浄をしたので、水漏れしていないか確認する」と言って床下に入りました。そして、デジカメで床下の写真を数枚撮ってきて、テレビ画面に映しながら「床下は水浸しだ。カビがわいている。地震が来たら倒れる」などと不安をあおられました。築10年余りの木造2階建て住宅で、まだ新しい建物なのに、コンクリート基礎補修工事や床下の換気扇など190万円もの工事を契約させられ、既に100万円を支払っていました。

偶然、社会福祉士が定期訪問した際に、相談者が業者と勘違いをして、「振り込みができていたか？」と聞かれたことから、何らかの契約をしたことに気づき、契約内容を聞きただして契約書を確認することができました。直ちに相談窓口につなぎ、相談員と担当職員が相談者宅を訪問して、無事クーリング・オフをすることができました。その日は、なんとクーリング・オフの最終日でした。まさに、ぎりぎりセ

ーフといったところでしょうか。相談者は、業者が言うように床下が水浸しであるとすっかり思い込んでおり、それが本当かどうか確認するために、私、相談員と担当職員が床下に入って写真を撮り、床下の土を回収して、カビの検査や住宅相談などを受けてきました。その結果、実際は水浸しではなく、カビも確認されず、虚偽説明である確証を得ることができました。

後日、警察OBの行政支援員も立ち会って、役場にて、この業者と面談し、問題点を指摘して改めるようお願いをしました。それ以降、砥部町からこの業者の相談は無くなりました。相談者には認知症状があり、日ごとに記憶がなくなっていく中で、相談者の病状をよく理解して、決して焦らず気長に聞き取りをする社会福祉士のサポートが無ければ、解決は難しかったと思います。最終的に成年後見人制度を視野に入れて、弁護士につなぐことができました。

2例目は、山間部で発生したマルチ商法被害の事例をご紹介します。見守り者は民生児童委員さんです。契約者は80歳代の女性で、夫婦2人暮らしの年金受給者です。2年前に病気を患って、足に後遺症が残っています。相談の流れは、近所に住む民生児童委員さんが声かけをして偶然発見し、役場の相談窓口に至ちにつないで、「訪問相談」を行った事例です。

契約の経緯は、高齢者夫婦が住んでいる家に、近所の住民が見慣れない業者を2人引率して訪問しているところを民生児童委員さんが見かけ、不審に思って声をかけて訪問の理由を聞いたところ、外国産の健康食品5瓶、1瓶30錠入り2万4,400円、を個人輸入で契約していたことが分かりました。

民生児童委員は、悪質なマルチ商法の可能性があるのではないかと心配になり、直ちに相談窓口へ連絡をしてくださいました。以前に民生児童委員の研修で悪質商法について学んでいたので予備知識があり、すぐに対応できたそうです。早速、相談員と担当職員が自宅を訪問して契約内容を確認し、あっせんに入りました。地元住民が関係していて、媒介者を介さない返金方法を希望されたため、国内の支店窓口へ連絡を取り直接交渉した結果、無事全面解約につながって全額返金されました。

最後に3例目になりますが、郵便局の窓口職員が、高齢者に布団代金の入金をやめるように助言して相談窓口につないだ事例を、ご紹介いたします。見守り者は地域包括支援センターの介護支援専門員と看護師です。契約者は70歳代の女性で、夫婦2人暮らしの年金受給者です。相談の流れは、郵便局の窓口で出金をしようとして止められ、役場に相談に行くように言われて、地域包括支援センターにつながり、その後、「訪問相談」を行った事例です。

契約経緯は、相談者が以前に訪問販売で敷き布団を購入した業者から再び勧誘を受けて、手を当てると布団の柄の色がオレンジ色に変色するという実験商法で勧誘

を受け、高額なゲルマジック敷き布団2枚セットを購入しました。商品代金15万円の入金に郵便局の窓口を訪れたところ、振り込みの内容を聞いた窓口職員から、役場の消費者相談窓口にご相談するように勧められました。相談者は、1年前にも訪問販売で温熱治療器を購入したことがあり、郵便局で入金を止めていただいたのは今回で2回目でした。

相談窓口では、日頃より、愛媛県内で医療費の還付金詐欺が多発していることから、町内の金融機関窓口やコンビニを戸別に訪問し、ちらしなどを配付して被害未然防止の協力要請を行っており、今回、日頃の活動の成果が出たものと思われま

す。この事例は、あっせんの結果、購入金額から4万円を減額することができました。また、相談者宅を訪問した際に大量の健康食品があるのを見付けたことから、相談者が病院の薬を服用せずに健康食品に依存し、電話勧誘販売や通信販売で14社から16種類もの健康食品を購入していたことが分かりました。後日、地域包括支援センターの介護支援専門員、看護師と一緒に訪問し、看護師からの「健康食品の飲み過ぎは、よくないよ」というアドバイスが決め手となって、健康食品を3種類に減らすことができました。その後も、介護支援専門員が保健センターで相談者に医師の診察を受けさせたり、相談員が健康食品会社に解約を求める連絡をしたり、現在も継続して見守りを続けています。それぞれがそれぞれの立場で尽力したことで、より良い対応ができました。

最後になりましたが、様々な高齢者被害の相談対応の中で、消費者相談窓口と高齢者を取り巻いている関係機関のネットワークとの連携の重要性を実感することができました。今後は、更なる連携の場を広げながら、地域全体で高齢者の見守り活動を継続的に展開し、皆で協力して、「安心・安全な砥部町」を目指して努力していきたいと思

います。本日は、ご清聴ありがとうございました。

(中村美) ありがとうございました。

続いて、岐阜県岐阜市立精華中学校教諭の神山留美子さんに、「かしこい消費者を目指して～教員と消費生活相談員との連携～」というテーマで、教育の現場における実践例を発表していただきます。それでは、神山さん、よろしくお願いいたします。

② 「かしこい消費者を目指して～教員と消費生活相談員との連携～」

(神山) こんにちは。岐阜市の中学生に技術・家庭科を教えております、神山と申します。よろしくお願いいたします。

今日は、私が消費生活センターの相談員の方と一緒にやってきた授業について、報告をさせていただきたいと思います。よろしくお願いいたします。

こちらは、私たちが中学生に指導する内容が示されているものなのですが、文科省から出ている中学校技術・家庭科指導要領にある「ねらい」の部分です。ここを読んでいくと、「生徒が自分で自立できるように」や「自分で生活に生かせるように」というようなことが記されています。その中で「身近な消費生活と環境」というところでは、「自らの生活の課題を見付け」の一文があります。自分が自分の生活を振り返って、それを更により良くするために解決方法を見つけて実践していく、ということのを大事にしていかななくてはいけないかなと思っています。そのような力をつけていくために、普段、私が心がけていることは、とにかく生徒が自分の生活を振り返るようなものを授業の導入に入れて考えていけないか、ということです。

消費生活の分野では、よくテレビなどで報道されている潜人体験のようなものであったり、あとは地元の地産地消のことであったり、ごみ問題などのニュース・テレビ番組などを生徒に見せて考えるきっかけとしていたのですが、生徒の感想を聞いていると、「それらの報道などは全て都会で行われていることであって、岐阜のような田舎では、このようなことないだろう」というようなものが、とても多かったのです。子供たちが、どうしたら自分のこととして捉えられるのかということ、ずっと考えていながらも結果が出ず、日々が過ぎていました。

そのときに、消費者トラブルのことが報道されており「中高生の相談が多くなってきている」ということ、あと、「その原因の一つとして販売方法や支払方法が多様化してきている」というようなことが報道されていました。では、岐阜市での実態はどうなのだろうということ、自分自身も結局は分かっていなかったもので、岐阜市の消費生活センターの方に連絡をさせていただきました。

相談員の先生とお話しする中で、「携帯電話でのワンクリック問題や高額請求などのことで、随分相談が相次いでいる」という話とともに、「顔面蒼白で相談に来る中高生もいる」という話を伺いました。出前講座などは今までもやっているのだけれども、消費者センター自身も、「このようなトラブルが未然に防げる方法はないのかな」ということを、考えていたところなのです」というような話を伺ったときに、私も、「専門の方からお話を聞く機会があれば、もしかしたら子供たちも、もっと自分のこととして捉えられるのかな」という思いも芽生えてきました。そこでお互いの願いが一致して、「一緒に授業をしましょう」ということになり、準備を進めることになりました。それが大体6年ぐらい前です。

いざ学校で授業を始めていくというようになると、やはり、私たちは学校長からの許可が必要ですので、校長先生にその話をしました。校長先生からは、「全学級同

じように授業を進めていかなければいけないので、例えば7クラスあったら7クラスとも全部消費生活センターの方が来てくださるのか」ということと、講演ではなくて共に授業を進めていくということなので、「センターの方にどこで出てもらうのか、何を話してもらうのか、その辺の打ち合わせを、きちんとしておかないといけないよ」というように指導をされ、その辺から、また打ち合わせをしていくこととなりました。

本当に事前の打ち合わせは、何度も何度も行われました。本当に大変でした。私たちが子供に教えたいこと、あと相談員の先生が子供たちにつけたい力というものが、違いました。私たちは「ここまで」と思うところもあったのですが、「いや、ここまででは、まだまだ失敗もするよ。ここまでやってほしいな」というようなことも繰り返しあったのですが、何度も打ち合わせをする中で、そこをすり合わせていくことで、折り合いをつけてといたしますか、そこから授業を進めていこうということで始めていきました。

私から相談員の先生に示した資料、お願いは、まず生徒の実態をお伝えした中で、「授業を通して身につけさせたいのは、このようなことなのだ」ということを伝え、そのための資料をいただきたいということです。それは、「岐阜だから地元の資料」というように、特にお願いをしました。そうすると、相談員の先生は、岐阜市や岐阜県で作成されたデータを、より分かりやすく編集してくださって、中学生が本当に考えやすいようなものも提示してくれました。このような打ち合わせがある中で、私自身も知らないことがたくさん分かって、本当にいろいろと考える機会を自分自身も与えてもらったと思っています。それを、また子供に返していったということが、とてもよい経験をさせていただいたな、ということもしています。

相談員さんからいただいたデータの中には、岐阜県内中学生の相談数や、具体的な相談事例もありました。他には、授業中では相談員さんが専門的な立場で助言をいただいたので、子供たちが「そこまで考えないといけないのだ」というようなことも教えていただきました。

ここからは、実際にどのような流れで相談員の方と授業を進めたかというところを、少し見ていただきたいと思います。

初めに、「岐阜市消費生活センターは、ここにあるよ」ということを子供に伝え、「インターネットの利用者数」、「岐阜県では、これぐらいのトラブルがあるのだよ」ということを示します。数だけ見ると、子供たちは「少ないな」ということを、一瞬ふと思うのですが、相談員の先生からは、「これは本当に氷山の一角だよ。相談に来ていない子が、もっともつとつといっぱいいるのだよ」ということを聞いて、自分たちなりに数を計算していくと、「えー、そんなにおるの。それ、大変じゃん」

というような感じで、結構驚いている生徒たちがいました。

そこで生徒を1人連れ出して、私と親子関係を結び、「一緒にインターネットで買い物をしようね」という設定でロールプレイングを行います。ちょっと、どこかで見たことがある画面です。ここで靴を購入する設定で行うのですが、事前の調査をしておきまして、インターネットを使って部活動のシューズを買っているという子が何人かいましたので、靴という設定で授業を仕組みます。

2人で会話を作りながら、「スニーカーが欲しいんだ」、「何色が欲しいの？ え、茶色が欲しいの」などと言いながら、このような画面を一緒に進めていき、「これは、ちょっと要らないな。僕が欲しいのは茶色のスニーカーだし」と言いながら、「これなんか、どう？」、「ああ、安いね。半額以下ですね。「ああ、安いね」などと言いながら、「人気やと。これ、買っとかないかんのじゃないの」、「買おっか」と、事前に価格を確認することであったり、あとは、購入後、交換や返品などという学習もしていますので、ここのこの画面でも、その辺を確認しました。そして「買おうね」ということで注文内容の確認も済ませ、「よし、これで届くの待とうらうね」と言いながら、翌日商品が届いたのだけれども、残念、履くことはできるけれども指先が痛い。「さあ、どうする？」ということで、子供たちに投げかけました。

そうして返ってくる答えで一番多いものは、「交換」でした。「返品には送料がかかるけれども、交換だとかからないので、これがいいのではないか」。次に返品です。「送料はかかるけれども、残りの在庫が少ないので、また買えないかもしれない。そうすると、少しでも代金が戻ってきて次の靴を購入できるのであれば、返品しようか」。更に続いていく答えが、「オークションやリサイクルショップで売る」というものでした。「購入時には半額以下の3,000円で買っているのに、オークションにすれば、もしかしたら6,000円や7,000円までいって、もうかるのではないか」ということが、子供たちの発想です。

いろいろな対処方法が出てきたのですけれども、子供たちの意見を聞いていると、それは自分にとっての損得だけだったのです。「元々使った金額がこれだけで、返ってくるのがあれだけで、では、もうかるな」、「損するな」というような回答でした。中には、少人数ではありましたが、「捨ててしまう」という子や、「そのまま放置」という答えもありました。

子供たちは何らかの対処方法を考えていたので、それを相談員の先生に認めていただきながら、このAグループとBグループに分け、「それぞれの対応の仕方の行動の違いには何があるか」というようなことを考えさせました。少し時間はかかりましたけれども、返品や交換、上のAの方ですが、「自分に合わない靴だったということが、事業者には伝わるのではないか。でも、Bだと、売ってきた事業者には何も

伝わらないよね」というようなことに気づく生徒が出てきました。そして、「それが消費者の何につながるの？」という話になったときに、「このお店でショッピングをしているのは、私たち親子だけだろうか。違うよね。世界どこの国の人も、この店のこのサイトは見られるのだよね」というようなことから、自分と同じように「履けるのだけれども、でも心地よく履けるわけではなかったもので、嫌な思いをする子は他にも出てくるのではないのかな」というところに行き着きました。

「では、今買ってしまっているのだから、今後どのような対応ができるのだろうか？」ということを考えていったときに、「このようなレビューを書いてみる」。「買う前に見るということも一つだけど、まず書くことも一つだろうし、商品に付いている、このような表示のところの電話をすることも一つなのではないか」。あとは、「商品にはがきが入っているよね。このようなことも伝える一つの手段だね」というようなことも知っていきます。

このような行動が、最初のこの画面の下に少し、この表示がプラスされることによって、より分かりやすい表示につながったり、これはTシャツなのですが、実物を見せたら子供たちは驚いていましたが、「首にある表示のタグがなくなって、直接印刷することによって、痛がゆい思いをしないような、このような商品の開発につながっていくのだ」というようなことも紹介しました。

子供たちが結構驚いていたものは、ペットボトルでした。真ん中が持ちやすいようにくぼませたペットボトルと、くぼんでいないものを、このように持ち比べをしたのですけれども、「本当に、これだけでも違うのだ」ということを実感して、驚きの声が上がっていました。

このような相談員さんとの連携を図り授業を行ってきたことで、生徒自身、私もなのですけれども、様々な消費者トラブルや今後考えていかなくてはいけない消費行動を、自分のこととして捉えて深く考えることができるようになったな、というように思っています。自分の損得でしか考えていなかったことが、ちょっとした自分の行動で消費者全体の利益につながっていくのだ、ということにも気づくことができました。

今回学習した以外にも、「消費者の権利と責任は、あるのではないか」という指摘もあります。ただ、中学生なので、あれもこれも、幾つも幾つも、教え込んでもなかなか考えることはできないと思い、今回は、この一つのことを伝えることによって、「他にもあるよ」ということで教科書を最後に確認して、子供たちに他にもあることを知らせたうえで授業を閉じています。

また、他にも、「ネットショッピングを題材にすることが本当に有効なのか」というようなことも、課題の一つです。といいますのは、中学生はネットショッピング

よりも、まだ店舗販売での購入の方が実態には合っているからです。だから、「そのようなものを使っていった方がいいのではないか」というようなご指摘もあるのですが、その辺も、子供の実態によって変わってくるな、ということをおもいます。

今勤めている学校の前の学校から、このような授業をちょっと考えさせていただいているのですが、前にいたところは、少し町から離れたところで、中学校1年生で携帯電話を持っている子が12~13%だったのでしょうか。でも、今勤めさせていただいている学校は、中学校1年生の段階で半分以上が携帯を持っています。このような中で、そのネットショッピングの経験者数も、もちろん違いますし、親さんの経験も、もちろん違うので、その辺も考えていかなければいけません。教える学年、学校の実態、生徒の実態によって考えていきます。

相談員さんとの授業についてですが、岐阜市では少しずつ増えています。相談員さんから伺ったのですが、これまで相談員さんが出向いていった学校の生徒から直接電話相談があったり、あと、企画というのですか、何か、そのようなショッピングモールなどのところで行われているクイズラリーのようなものを催すことがあったりなどしたときに、大人が一生懸命考えてもなかなか正解できない問題を、中高生の子たちが「これ、中学校で勉強したよね」などと言いながら全問正解して帰って行く姿を見るととてもうれしい。」などという話もしていらっしゃいました。「未然に、このように何かいろいろな取組をすることで、トラブルが少しでも減っているのかなと感じているのだよ」と、相談員さんからも言っていただいています。

このように専門的な方と授業を仕組んでいくことは、「テレビや新聞などのことは、自分のことではない」と思っていた子供たちが、「自分の近くで起こっていることだ」と関心を持つことができ、自分のこととして生活に生かせる力をつけていくという部分では、とても有効だったということを実感しています。

最後に、相談員の先生から教えていただいたことです。ごめんなさい、私も、実はフェア・トレードについて知りませんでした。それで、この二つの映像を子供に見せました。「あなたなら、どちらを購入しますか？」ほとんどの生徒は、価格が安い左側を選びました。でも、そこでフェア・トレードの話をするので、また、「消費者の1人として自分にできることは何か」を一緒に考えることができました。ちなみに、職員にも何人かこれを質問してみましたが、フェア・トレードのことを知っていた職員は、ほとんどいませんでした。「大人もだな」ということを、自分自身もですが、感じているところです。

以上のように、これからも生徒1人1人に、「かしこい消費者」とキーワードとして、相談員さんと連携を取りながら授業を行っていかうというように思っています。

これで事例報告を終わります。ご清聴，ありがとうございました。

(中村美)　ありがとうございました。

本シンポジウムにメッセージを頂戴しておりますので，ここで，お名前をご紹介しますさせていただきます。社民党政策審議会議長で参議院議員の吉田忠智様と民主政策調査会議長で参議院議員の櫻井充様，御二方からメッセージを頂戴しております。メッセージの内容については，大変恐縮ですが，時間の関係で省略させていただきます。

(岩田)　それでは，ここで休憩時間を取らせていただこうと思っております。後ろにございます館内の時計で15時，3時まで休憩をしたいと思います。3時から再開いたしますので，お時間までにご着席いただくようお願いいたします。

(休 憩)

◆パネルディスカッション◆

〈わたしが実践する消費者市民教育〉

(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させていただきます。ここからは，「私が実践する消費者市民教育」という題目で，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。

パネラーの方々を紹介させていただきます。前方向かって左側から，消費者庁審議官の川口康裕さん，静岡大学教授の色川卓男さん，静岡県くらし・環境部県民生活課課長の神村明利さん，日弁連消費者問題対策委員会委員の島田広さんになります。コーディネーターは，日弁連消費者問題対策委員会副委員長，靄岡寿治さん，シンポジウム実行委員会委員の岩崎夏子さんです。

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，靄岡さん，岩崎さん，よろしく願いいたします。

(靄岡)　はい。それでは，司会を引き継ぎました。まずは，パネルディスカッションの中で，「消費者市民社会」と「消費者市民教育」ということについて，少し議論を進めていきたいと考えております。

まず，冒頭の山岸会長からの挨拶にもありましたとおり，日弁連としましては，2009年の和歌山の人権大会以降，消費者市民社会の実現をめざした活動を行っておりまして，その中でも，消費者市民教育の重要性というものを位置付けて活動して

まいりました。その間、推進法を早期に制定するよというこで、2度のシンポジウムをやってきておりまして、昨年、法律が制定されたわけなのですが、「消費者市民社会」や「消費者市民教育」という言葉が、まだ、あまり広く知れ渡っていないかなというところがあります。

そこで、まずは、消費者庁の川口さんに、川口さん自身の消費者教育との関わりを含めて、消費者市民社会というものの政策的な意義、位置付け、あとは、これからの消費者教育に期待することなどを、お話しいただきたいと思います。よろしくお願いたします。

(川口) 消費者庁の川口でございます。

私が初めて消費者行政に携わりましたのは、平成3年でございます。平成3年は、ある意味で今と同じような、「消費者教育を、ここから始めるぞ」という気運が満ちあふれていました。それはなぜだろうと思って、もう1度調べてみますと、平成元年に、消費者教育を本格的に導入した学習指導要領というものができていました。しかし、実施は平成4年度からだということで、実施を前にしてリソースセンターを充実する、いわば、私は消費者教育支援センター支援というものを仕事にしていたわけでありまして。それが私の原点でございますが、現在も消費者教育を担当しています。再び、消費者教育元年といわれる年に遭遇し、責任の重さを痛感するとともに、今までの経験を生かして頑張っていこうと思っているところでございます。

それから、消費者庁職員として出ているわけですが、今日のテーマは「私が実践する消費者教育」となっています。閣議決定していること、法律等はありませんが、それ以上のことは、まだまだ、皆で議論していく段階だと思っておりまして、私が申し上げることも、何か消費者庁の見解として確定していることではなくて、ここの議論のために申し上げているということで、御理解いただきたいと思ひます。議論の結果、また考えが変わっていきます。そのような過程を積み重ねていくことで、充実したものになっていくのではないかと思ひます。

その前提で申し上げますが、消費者市民教育の政策的意義は、「消費者の自立」ということの意味を豊かなものにした、ということではないかというように思っております。消費者の自立とは、消費者基本法が平成16年にできましたときに、保護から自立の支援、権利の尊重と消費者の自立の支援、いわば、当時、「保護から自立へ」ということをいっておりましたが、「自立とは何だろう？ 自立支援とは何だろう？ 実際何をやるのだろうか？」ということがいわれていたわけですが、消費者教育推進法ができて、本格的にそれに取り組むことができるようになりました。この間、約10年近くたっているわけですが、消費者として行動することが自らの利益の擁護増進のためになる、そのために自主的かつ合理的に行動できるようにするというこ

とが、消費者の自立を支援するということだと思えますけれども、その「自らの利益」とは一体何だろうかということだと思えます。

この間の議論の結果、消費者としての行動とは、自らが生きていく現在及び将来の社会・経済に影響して、それがまた自らの利益に影響するのだということについて、理解が深まってきたということだと思えます。「情けは人のためならず」ということも、いわれます。「より良い市場と社会のために行動することは、消費者の利益なのだ」と、そのような認識が高まってきて、その結果、自らの利益の擁護の増進のために、自主的かつ合理的に行動できるよう自立を支援するということには、個人として安心・安全、豊かな暮らしを営むということのみならず、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画するために、自主的かつ合理的に行動できるよう自立を支援ということが含まれるのだと、そのような認識が、いわば消費者教育推進法第2条の定義、「何々を含む」と書いてありますが、その意味ではないでしょうか。そのような思いに至りましたので、ここで申し上げます。

以上です。

(岩崎) 島田さん、日弁連としての消費者市民社会への思い入れなど、講演の中で言い足りなかったことがありましたら、お願いいたします。

(島田) はい。今川口審議官がおっしゃった、「自立とは何か」というところの意味が大きく変わってきているということは、まさに、そのとおりでというように思います。

私が一つご紹介したいことは、消費者保護ガイドラインというものを、国連が1999年に改定しております。このときの改定の一番の目玉は、これの中に「持続可能な消費」というものを入れるということでした。つまり、「持続可能な社会を作っていく」ということは、消費者がこれから豊かな消費生活を継続的に営んでいくうえで大事なのだ」ということが、このときに確認されたということなのだと思います。そのような意味で、その考え方が反映して、今まさに川口審議官がおっしゃったような、「そのような社会を作っていくこと自体が、消費者の利益なのだ」ということの認識に結実しているということなのだろうというように思っています。

以上です。

(鶴岡) はい、ありがとうございました。

「消費者市民社会」という言葉自体が、最近法律に入ったということもあって、実は、あまりなじみがないということもあると思うのですが、今まで出ていたような考え方、そのようなものは、突然現れたというわけではないと思います。

消費者教育について大学で研究されている色川さんにお伺いしたいのですけれども、消費者市民社会と似たような考え方、同じような方向性の議論に、従来どのよ

うなものがあったのかというところを、簡単にご紹介いただければと思うのですが、よろしく願いいたします。

(色川) はい。静岡大学の色川です。

先ほど私がスライドのときにお見せしました、1960年代の消費者教育の一つの大きなスタートがあったと思うのですが、例えば1966年の国民生活審議会では、「経済社会における消費者の意義を自覚させること」などが出てくるのですね。あるいは、当時の言葉でいいますと、「国民生活優先」や「生活に奉仕する経済」という言葉が出てくるのです。

つまり、内容的に今の、いわゆる「持続可能な」という言葉はついていないのですが、「いわゆる社会に対するつながり、そのような問題を十分考えながら、消費者としての行動をしていきましょう」という考え方が、当時からあったろうというように理解しています。

(靄岡) ありがとうございます。

実は、静岡県では、消費者教育推進法が制定される少し前から、消費者教育について、「一つの理念を中心に捉えて推進していこう」という取組に着手していたと聞いております。

そこで、静岡県の神村さんにお伺いしたいのですけれども、静岡県で具体的にどのような取組をされているかということと、あとは、法でいう消費者市民社会、その理論で掲げられていることと、消費者市民社会との整合性をどのように理解されているのかについて、少しお話しいただきたいと思います。

(神村) 静岡県の県民生活課の神村と申します。資料の60ページ以降に私の配付資料がありますので、そちらをご覧になりながら、お聞きいただきたいと思います。

本県では、平成11年3月に、条例の中に「啓発活動及び教育の推進」というものを規定いたしました。これまで、主に消費者被害防止に重点を置きました啓発、あるいは消費者学習支援に取り組んできたわけですが、平成22年、消費者行政に関する基本指針であります県の「消費者行政推進基本計画」、それから、平成23年の「静岡県総合計画」の策定に向けまして、消費者教育推進計画の検討を進めていたわけです。この際、消費者教育推進法の法案提出の動き等もあることを察知しており、同計画が22年から25年までということもありまして、法案成立を見据えて「消費者教育の推進」という言葉を計画に盛り込みました。

主な取組としては、自ら学び自立する消費者の育成として、「社会的価値行動」ができる消費者を育成するということを位置付けております。資料の61ページの方を見ていただきたいと思いますけれども、県の総合計画の基本方針では、富む国、有る徳で「富国有徳」といいますけれども、徳のある人が物心共に豊かに暮らす、人

と物を共に大切にす地域、これを実現しようというものが、県の大きな目標になっております。

この考えは、堅実な経済成長を実現しながら、県民誰もがより良く暮らし、文化力を高め、他を引きつける、このような魅力を磨くという理想郷をめざすもので、いわゆる自らの資質・能力を伸ばして、多様な生き方、価値観を認め合って、関わり合いながら、より良い社会作りを推進していくということです。いわゆる「社会的価値行動」とは、その資料の中にもありますけれども、食育の推進であったり、地産地消など、先ほどからもいろいろな意見が出ておりますけれども、環境に配慮した商品を選択するなど、いわば、それは消費者教育推進法でいうところの消費者市民社会を構成する大きな要素であると考えておりますので、何も今に始まった考え方ではないと思っています。

以上です。

(靄岡) はい、ありがとうございました。

今の報告でもありましたとおり、「消費者市民社会」といいますと、「新しい社会の新しい言葉」というイメージが非常に強いかと思うのですが、従来から日本の中に、その萌芽のようなものがありまして、それが発現してきたというようなイメージをしていただければというように考えております。

そのような消費者市民社会を実現するための教育ということで、法文には「消費者市民教育」という言葉では出ておりませんが、我々は「消費者市民教育」という言葉をよく使っております。我々弁護士の立場からすると、消費者教育といえますと、すぐに、「悪質商法から身を守る」、「クーリングオフの方法を教えます」というようなことを教える場として捉えがちだと思うのです。

そこで、弁護士でもある島田さんにお伺いしたいのですが、今日も多くの弁護士の方が恐らく出席されていると思うのですが、今までの消費者教育と、これからめざしていくべき消費者市民教育というのですか、消費者教育ですか、との関係、捉え方について、簡単に説明していただけませんかでしょうか。

(島田) 今お話のありました被害防止教育という観点から、これまで消費者教育がずっと取り組まれてきたということです。今ほど、ちょっと休憩時間中にも、「それと消費者市民教育というのは、どのような関係に立つのですか」というお話がありました。

被害を防止するということは、ではどのような心の動きを消費者が作っていけば防止されるのか、ということなのだと思えます。つまり、いろいろな悪質商法を、いろいろと手を変え品を変えやってくる中で、理性的な判断というものを麻ひさせるために、彼らはいろいろな手を使ってきます。しかし、それに、やはり対抗して

いくためには、いろいろな悪徳商法に対する知識ももちろん大事なのですが、それだけでは足りなくて、日常不断に、自分の消費行動についてある程度の理性的な判断を繰り返し行っていく、そのような自覚的な努力というものがどうしても必要になってきます。そのような努力を日々積み重ねようというときに、「では、悪質商法に毎日毎日遭いますか」といいますと、人は遭わないわけです。そして、たまに遭うときに、「では訓練しよう」といっても、「それは、もう遅い」と、このようなことになるわけですね。

そのような中で、日々、やはり自分の暮らしの中で、「より良い消費というものは何なのだろうか」ということを、批判的精神を持って考えるということを繰り返していく必要があります。そのための一つの切り口として、この持続可能な消費というもの、そして公正な社会を作っていく、その考え方が非常に大きなファクターになってくるだろうと、このようなことだろうというように思っております。

(鶴岡) そうすると、我々弁護士も、これから消費者教育に対する見方を少しずつ変えていかなければいけないのかな、というところがあるのだと思います。

色川さんにお伺いしたいのですが、先ほどの講演の中で、地方における消費者教育の推進についてという形で、専らハード面の話が多かったと思うのですが、これからの消費者教育の理想的な進め方というところで、現場の先生方などに期待することなどがありましたら、一言お願いしたいのですが。

(色川) そうですね。現場の先生方に期待することは、お忙しいと思いますが、できる限り遠慮しないで、いろいろなところに関わっていただきたいということですね。多分、「センターに電話するのさえ面倒くさい」という先生もいらっしゃるのでは。

しかし、実は現場の先生方も、お忙しいだけではなくて、なかなか消費者教育なるものに対する関心があまり高くないという問題も一方であるので、その辺を何とか高めることをしないと、なかなか、特に学校現場での消費者教育は進みにくいだろうなというように考えています。

(鶴岡) 色川さんに引き続きお伺いしたいのですが、やはり学校現場だけではなくて、先ほどの武田さんの事例報告の件でもありましたけれども、社会全体でやっていくという視点も非常に必要になってくると思うのですが、その辺りについては、どうお考えでしょうか。

(色川) 先ほど、ちょっと話させていただくときにお話ししたと思いますが、社会全体では、これまでも、ある程度やってきているところは多いですね。ただ、それを大変な数をやっているところと、そうでないところという、大きな格差があり、自治体によって、やはり、そのような意味では、蓄積の度合いがかなり違う

だろうというように理解しています。

恐らく、その原因は、先ほど川口審議官がおっしゃっていたように、平成に入ってから1度盛り上がった時期があったのですね。そのときに波に乗れたところと、乗れないところがあったのだと思うのです。乗れたところは着実に成長したのですね。とても頑張っ、今でも実績を残しています。そうでないところは、やはり、また一からのスタートになっているという面があるのでしょう。

ですから、これから再スタートするところでは、人材を見付けてくる、そのようなコーディネーターになる人材を含めて探してくることが、まず第一歩だろうというように理解しています。

(川口) 「自主」「自立」という言葉が、よくいわれます。消費者教育は、やはり、自分が自分の生活に対して主人になる、主人公になる、ということが基本的考え方だと思います。また、社会に対しても主人公になる、客体ではなく主体になる、そのような考え方が、消費者市民社会になると、なお一層出てきていると思います。そこを基本に、自立支援ということで、その考え方を更に発展してどうかということですが、人生で自分は何を大切にしているのかということ。先ほどの島田先生の28ページの資料を見ますと、結構、環境のことや社会に関わることも、知らず知らずとといいますか、多くの方が大切にしているわけですね。

ですから、単に所得が増える、安いものを買う、ということだけを大切にしているわけではありません。そのような自らの価値観を自覚して、それを消費行動によって実現していくのです。そこには、知識と技術と能力が必要になると思います。そのようなことを実現したいと思っても、実現できない人がほとんどでありますので、少しでもその実現力を持つ、そのような主体になれる、そのために必要な知識・判断力・交渉力を養っていくということだと思います。

一方、「消費者は多様である、消費者の特性は様々である」ということが、消費者教育推進法の、あるいは基本方針のいろいろなところに出てまいります。年齢はもちろん、性別、障害の有無、知識の量、就業形態、居住形態、時間的余裕、経済的自立、忙しい、お金がない、年を取っている、判断力がだんだん加齢で衰えていく等々、いろいろあります。そのような中で、「消費者市民社会とは消費者の特性、生活の多様性を相互に尊重するのだ」ということが、しっかり書かれているところでありますし、消費者教育を進めていく際にも、その多様な特性について配慮していくのだということがあります。

先ほど、大変優れた地域ネットワーク、もうモデルのような、といってもよいかとは思いますが、それを実践しているお話がありました。高齢者や障害者など、生活支援が必要な方に対してしっかり見守っていく、これも消費者市民社会の重要な

要素であるというように思っています。そのことと、自分が人生・社会の主役になっていく、そのような意味での自立ということは、決して矛盾することではなく、むしろ同じことではないかと思っているところでございます。

(鶴岡) ありがとうございます。

色川さんに少しお伺いしたいのですけれども、色川さんは、推進法が制定される前の消費者教育推進会議にご参加されたということでした、消費者市民社会における自己責任論について議論が、結構、盛況にされたと聞いているのですけれども、色川さん自身はこの関係について、どのようにお考えなのでしょうか。

(色川) はい。そのときには、私はほとんど発言せず、静かにしていました。「自立」という言葉がよく出てくるのですけれども、自立するためには自立できるだけの環境が必要で、消費者と事業者との間には、消費者基本法を読めば冒頭に書かれてあるとおり、大きな格差が存在しますので、この大きな格差の存在がなくならない限り、消費者に対して、事業者あるいは行政が消費者に自立を要請することは、不可能だろうと思っています。別の言い方をすると、消費者教育とは、そのような格差を縮めるための手段でもあるわけですね。

そうすると、大きな格差があるわけですから、事業者に対抗できるような消費者の自立を求めたければ、格差の是正に見合うような消費者教育が必要だということになります。それだけの消費者教育が、今、現実にあるかといいますと、このような議論をしているとおり、なかなかマイナーで、いま一つ、学校現場あるいは地域でも、取り組まれているところがなかなかないのです。やっているところはありますけれども、全体として見れば、まだまだ足りないだろうといわれている現状です。ですから、そのようなことを考えますと、まず、やはり、自立や何とかという段階ではなくて、むしろ、そのようなことに見合うような消費者教育を、まず用意すべきだというように考えています。

(岩崎) ありがとうございます。

日弁連でのこの点の考え方について、島田さん、お願いできますでしょうか。

(島田) はい。私の資料で、スライドの方の81分の27のところの、「個人的な消費観」と「社会的な消費観」というところで書きました。あまりご説明しなかったところですが、やはり、これまでの「私が私のために消費をする。その責任は、私が負う」ということではなくて、「私というのは、社会の中で様々な影響を受けながら、社会に様々な影響を与えながら消費をしている」というときに、「では、自己責任とは一体何なのだろうか」ということ、それは、やはり社会的責任ということであって、自己責任とは違うのではないかと、ということが一つあるのだろうというように思います。ですので、人は、様々な社会に影響を受けながら、そして社

会に支えられながら生きているのだということ、そして、そのことを自覚して、その社会システムを様々に活用しながら生きていく、これが自立ということでありまして、それと自己責任というものとは全く違うということだろうというように思います。

消費者教育推進会議の中では、お手元の資料の 39 ページから 40 ページのところに取りまとめがなされております。この 40 ページのところ、下線が引いてありますけれども、ここでも、「自己責任につながるものではない」ということを、明確に指摘しているという経緯もあるところであります。

以上です。

(鶴岡) ありがとうございます。

そのくだりにつきましては、本日配付いたしました日弁連の「Q&A 消費者教育」のパンフレットがあると思うのですが、そちらの方にも日弁連の見解が書いてありますので、ぜひ、ご参考にしていただければと思います。

今、「自主」「自立」という言葉が出てきましたが、神村さんに少しお伺いしたいのです。例えば地方の方に行くと、高齢者しか住んでいないような山岳地域のようなどころがあると思うのですが、そのような地域で消費者教育を行っていくということは、非常に大変ではないかという意識もありますし、教育だけで簡単に消費者被害を防ぐことができるのかと、そのような心配もあるかと思えます。そのような問題意識などがありましたら、お願いしたいのですけれども、よろしく願いいたします。

(神村) 配付資料の 61 ページを、ご覧いただきたいと思えます。これは、市・町を含めておりません。県の県民生活センター、いわゆる消費生活センターでの消費生活相談の受付状況ですが、先ほどのスライドの中にもありましており、相談のうち高齢者の占める割合が非常に増加しております。先ほどのお話にありましており、高齢化率の上昇と比べても、それ以上に高齢者の相談が増えている状況です。

一つの例を言いますと、最近健康食品の送り付け商法が急増しております、本県の場合も、本年度に入ってからだけでも、3 件の事業者に対して特商法による処分を行ったところ。その事例におきまして、相談者が本人ではなくて、家族や見守り者的な方からの相談が、ほかの相談と比べると非常に割合が高くなっています。当然のことながら、今後も高齢化がどんどん進んでいくわけですので、先ほど来出ております、いわゆる見守り者的な方に負う部分もあろうかとは思いますが、それだけでは正直、なかなかカバーしきれないのではないかと思います。

うちの県の場合、3 箇所にあります、県民生活センター単位で、見守りネットワークの構築にも取り組んでおりますし、消費者団体の個別訪問のようなものによる

注意喚起なども行ってはいるものの、高齢化の割合がどんどん増える中で、正直、それだけでカバーができるのかということをし危惧しています。

以上です。

(鶴岡) 川口さん、この辺りについては、どのように対策を考えていくか、そのような考え方などがありましたら、お願いします。

(川口) はい。今日のシンポジウム全体が、いろいろな要素が散りばめられていると思うのですが、消費者教育の基本方針をまとめる議論の経過を振り返りながら、お話をしたいと思います。

消費者教育の目標として、大きく三つのイメージがあると思います。一つは、「被害に遭わない消費者」です。二つ目が、「合理的意思決定ができる自立した消費者」です。それから三つ目が、「より良い市場と社会のために積極的に関与する消費者」です。三つのめざすべき消費者像が入り交じっていて、消費者教育をやっている方も、それぞれ、どれをめざすか、「私は、これではないか」というように、めざすものがあるのではないかと思います。

私は、個人的には、実は、この2番めが大事だというように思っておりました。ところが、いろいろな議論の中で、三者、この三つのバランスが取れた発展が、それぞれを進めるためにも必要だという議論になってきていると思います。更には、今日の議論の結果は、まだそこまで至っていないかもしれませんが、「実は、この三者は同じことなのだ。三位一体である」ということを、このシンポジウムは最後に結論にしようとしているのかな、と思いながら聞いているわけですが。

ただ、今までの議論を振り返り、また、閣議決定の文書にあることは、消費者教育は、やはり、まず「学ぶ」、そして「気づく」ことです。先ほど、神山先生のお話にも「気づく」という言葉がいろいろ出てきましたが、「見て」、「聞いて」、「読んで」、「気づく」、学びながら気づくということが、非常に重要だということです。それから、その気づいた結果を、幸いにして国民は全て消費者なので、気づいたら自分の生活にこっそり、いや、堂々と「活かす」ことができるわけですね。活かしてみる、その知識の実用性を自分で試すことができるわけです。そして、活かして、「これは、いいぞ」ということになったら、人に「伝える」のです。伝えるには、今度は、「見せて」、「話して」、「書いて」、伝えます。伝えて、少し余力があれば、「見守り」ます。余力がなくても、お父さん、お母さんに対しては、当然見守ります。仕事で見守る人もいます。そのようなところに伝えていけるのだ、ということだと思います。

「消費者が担い手だ。担い手は消費者だ」ということですね。消費者が自ら学び、暮らしに活かし、それを他人に伝え、そして、自立が困難な人々を見守るのです。この連鎖を作っていくということが、「連携」であります。基本方針には、「連携」

という言葉が何回も出てきます。1 ページに数回出てきますが、結局は、この連携とは、この連鎖をつないでいくということではないか、時間をかけて繰り返していくということではないか、と思います。

それで、「学び」、「気づき」、「活かす」ことに成功した人が、「伝える」、良い先生になれるということですね。神山先生のお話で、「私も知らないことが、いっぱい分かった」というお言葉がありました。それが、子供たちに伝えるいい先生になれるということだと思いますし、それから、相談員で活躍されている武田さんが、立派な見守りの担い手にもなっているということだと思います。

ですから、この連鎖を少しずつ続けていく、三者のバランス、三位一体ということと、「学び、生かし、伝え、見守る」という、この輪を何度も何度も繰り返すのです。今日、このシンポジウムに来られた方も、気づいたことを帰ってから、周りの方に伝えていただくということが、大きな力になるのではないかと思います。

(鶴岡) 今のお話でも分かる通り、これからは担い手の育成ということと、連携をいろいろなところで作っていくということが、非常に大きなテーマになってくると思うので、まず、その担い手の育成のところについての話を、少し議論していきたいと思います。

推進法自身は、学校、大学、地域、そのようなところに分けて消費者教育の推進を行うように定めておまして、これは、当然、体系的に行うということが前提なのですけれども、国、地方公共団体について一定の責務を負わせるということができると思います。この責務の内容については、「基本方針では、あまり明確ではない」という批判も多分あると思うのですが、そこで、まず川口さんに、またお伺いしたいのです。例えば小・中学校、高校というような学校における消費者教育の推進のために、教職員の研修方法や教材作りへの取組、あるいは、ほかの支援、そのような方法で、現在考えている、また、既にスタートしているような取組があれば、少し教えていただきたいと思うのですけれども、その辺をよろしいでしょうか。

(川口) はい。当然ながら、文部科学省と連携を取りながらやっています。現在では私が消費者教育に携わり始めた平成3年頃には考えられないぐらい、文科省と連携をしています。当時は一方的な片想いでしたけれども、最近では二つの局が関わって学校教育と社会教育をやっています。

それにしても、基本的に教職員の方々の指導力向上が必要であることは当然ですし、学習指導要領、これは非常に立派なものになっているわけですが、この意味をしっかりと理解していただく、まず、これが基本だと思います。しかし、先ほど来ありますように、先生方は忙しい、授業時間もあまりない、それから、関心がそもそも高くない、そのような現状だと思います。授業時間も十分ないというところが、

事実だと思えます。

その中で文科省が一生懸命やっていることは、まず、様々な時間を活用していくという方向感が出ています。国語、算数、理科、社会、英語、このような先生方にも、あるいは、このような教科と連携して消費者教育を進めていくという方向の試みが出ていていると思えます。それから、総合学習、あるいは教科連携、このような方向での努力、試行、モデル的な努力、方向感での努力が、文科省を中心になされていると思えます。

それから、外部人材の活用ということで、先ほど岐阜の例の紹介がありました。消費生活センターなどの相談員さんに来ていただくということがありますが、その他に最近聞いたことは、現役の学校の先生を、逆に消費生活センターなどの職員として併任して、自らの学校だけでなく、ほかの学校に出前講座に行ってもらい、そのような取組をしている例などもあります。そのようなことも、いろいろな意味で、その先生自体の研修になります。消費生活センターに頻繁に行くことになります。先生は、教えながら学ぶということができずし、その先生は教頭クラスらしいのですが、結構、外部人材の積極登用に理解のある先生にもなりえます。これは、なかなか、私は思いつきませんでした。現に進んでいる県があります。これは学校の話です。

それからもう一つ、大学です。大学は、教育委員会や文科省などがなかなか言いにくいところがあって、自主的な取組ということですが、一方、地域ごとの社会教育との連携は一層、やる気になればできるということだと思えます。ですので、連携・協働に向けた積極的な取組を進めていただくということが基本的な考え方です。

そこで、実践事例です。このようなことで実践事例を蓄積して、全国的な協議会のような場で発表し、それを、指導事例集、あるいは都道府県ごとの教員研修、大学での教員養成課程につなげていく、そのようなことが基本的に私の理解している文部科学省の方向感だと思えます。

それから消費者庁の方でも、このような動きをサポートするというので、消費者行政部局や消費生活センターが、このような教育行政と連携して、後押しをしていきます。連携がうまくいかなければ、文科省とよく相談するという事です。

それから、国民生活センターですね。大きな潜在力もあり、今までの実績もあり、それから、消費者教育推進法で義務づけられている国民生活センターをもっと活用していきます。教員向け研修なども現にやっておりますが、そのようなものをどんどん充実していきます。そのような方向感であろうかと思えます。

(鶴岡) ありがとうございます。

色川さんが勤務されている静岡大学では、何か、とてもいろいろと具体的な取組

を行っているというように聞いているのですけれども、少しその辺をご紹介いただければと思うのですが、お願いいたします。

(色川) はい。取組といいますと、大学の場合は、文部科学省が出している報告書のとおり、二つ目的があります。一つは、いわば一般の学生向けに消費者としての教育をするという面と、もう一つは、いわゆる消費者教育の担い手を養成するという面と、二つあると思うのです。

私がこれまでやってきたことは、消費者教育の担い手になりそうな学生を養成するような、いわば消費者問題をとことん勉強するような専攻を維持・管理してきたわけです。現在、話を進めているものは、もう一方の方で、一般の消費者としての大学生の能力を高めるための教育をしようとしています。これは、来年度の授業で立てる予定ですが、いわゆる一般教養の科目で立てようと思っています。内容として今想定しているものは、いわゆる消費者教育イメージマップの四つの領域を全て押さえるような内容のものを、大学教員だけではなくて、地元のその専門的な機関等にご協力いただきながら、授業を組み立てられないかという話を、今、進めています。

ただ、それを私自身やっているとよく分かるのですが、先ほどの神山先生の話もそうだったと思いますが、なかなか、いわゆるコーディネーターが大変だということが正直なところではあります。

(靄岡) ありがとうございます。今のお話は、学校、大学のような、いわゆる教育機関での担い手の育成ということだと思います。先ほどの川口さんから、いわゆる消費生活相談員さんを活用するという話もあったと思うのですけれども、実際、推進法や基本方針によると、国民生活センター、各地にある消費生活センターが、消費者教育の中心的な役割を担っている、拠点としての役割を担っていることになっておりますし、コーディネーターとしての役割を果たすということが期待されているのです。

地方消費者行政の現場にいる神村さんに少しお伺いしたいのですけれども、今まで静岡の消費生活センターが行ってきた消費者教育の取組があれば、ご紹介いただきたいです。あと、消費生活センターが、これからコーディネーター、そのような中心的な役割を担っていくことについての課題や懸念がありましたら、ぜひ、お話しいただきたいのですけれども。

(神村) 消費生活センターというリクエストでしたけれども、それ以外も少し含めて、お話をいたします。資料の62ページにありますけれども、本県の場合は、消費者教育推進法の施行を受けまして、今年度から、「くらしのリーダー養成講座」という、消費者教育の担い手の育成事業を実施し始めました。従来の契約等の関係に

加えまして、今回は、消費者市民社会についても勉強していただくようにカリキュラムを組んでいるところです。

また、過去から「くらしのサポーター養成講座」というものもやっておりましたので、これらの講座を受講した人材についても、今後活用していかなければならないと思っております。

更に、現在、消費者行政活性化基金、来年度以降どうなるかはちょっと不透明なのですが、これを使いまして、62 ページの下の方の資料になりますけれども、子供たちが主体的に取り組む事業や、大学生に自ら消費者教育の教材を作成していただく、あるいは、子育て世代が教材作成に関わる事業、このようなものをコンペ方式で提案を受けまして、今年度、モデル的に事業を実施しております。このような事業を通じまして、担い手の育成にもつなげていきたいと思っております。

それから、県民生活センター、消費生活センターでは、昨年度は、大体、年間1万人ほどの、いわゆる出前講座を実施しています。それから、法が施行されたことに伴いまして、県民生活センターでは、市・町の教育委員会を訪問して、出前講座の新規開拓、あるいは、地元にある私立の大学に対してアクションを起こして、出前講座の実施なども働きかけをしているところです。

それから、63 ページの資料の方は、「消費者教育の現状」ということでまとめたものです。あとから、研究会の活動の関係についても少し報告いたしますけれども、その一連の流れで調べたものです。「環境教育」から「その他」まで含めると、県庁内の各所属においても41ほど、いわゆる消費者教育に関連しそうな事業というものがありません。これらについて、今後、消費者教育との関係といたしましょうか、このようなものを明確化していくということが必要ではないかと考えています。

次に、消費生活センターの関係です。基本方針の中でも非常に、拠点化やコーディネート役というように、消費生活センターに非常に期待が高まっているわけなのですが、消費生活センターでも、やはり得意・不得意な分野がございます。当然ですけれども、「トラブル対応」や「商品の安全性、生活設計」、このようなものに関しては得意な分野であるわけです。しかし、「消費者市民社会」というものに関しては、正直、職員の体制を少しご紹介しますと、県内には県民生活センターが3箇所ありますが、1センター当たりの消費の関係の担当職員は、正規職員が3、相談員が3、不当取引指導員が2という状況です。ですから、人員的にも非常に厳しい状況であります。これに加えて、この消費者教育推進法の関係について、どこまで現体制でやっていけるのかということで、現在、その検討を進めているという状況です。

それから、64 ページの方ですが、考えうるものということで、少し例で書いてみ

ました。地域の情報拠点として、消費生活センターには、人材、教材、手法、それから、最新の素材、いわゆる相談事例というものが集まるわけですから、このようなものをもっともっと積極的に集めていく仕組みということ、考えなければいけないということです。その際には、国におけるポータルサイト、あるいは、先ほど少しご紹介しました、関係部局、市・町との関係についても、やはり整理をしなければいけない。それから、消費生活相談員に多様な主体とのコーディネート、どこまで委ねていくのかということです。

いずれにしても、様々な課題がありますけれども、消費者教育は多様な主体の連携なくして推進することはできません。ただし、予算、人員にも限りがありますので、優先順位を含めて、今後検討していかなければいけないと思っております。

以上です。

(鶴岡) ありがとうございます。

今言ったように、消費生活センターにいろいろな役割が与えられるということなのですが、出ていたとおり、一番、人員や予算の問題が非常に大きな壁になってくるのではないかと予想されます。

そこで、川口さんにお伺いしたいのですけれども、例えば今言ったような各消費生活センターを支援する具体的な策は、予算の面などで、今までですと活性化基金などがあるのですけれども、そのようなものがうまく使えないかというところで、何かありますでしょうか。

(川口) 予算面というところは、直ちにとということもありますが、ここは中期的に取り組んでいかななくてはいけないことですので、「消費生活センターは、どのようなことをしてもらおうのか」という議論をもう少し深めて、また、そのあるべき姿が見えてきたところで、はっきりしたところで、更にその必要な支援をしていくということではないかと思えます。現時点では、消費者教育推進会議の中で消費生活センターについて、消費者教育の拠点である、あるいは担い手育成の拠点であるということの意味を、もっと議論していただくべきというように思っております。

それで、現状で得意・不得意があるということはもちろんですが、もっと潜在力もあるということだと思います。それで、閣議決定の中に「消費者教育の担い手育成の拠点とする」ということが入っているということだと思います。

消費者教育の拠点という意味では、消費者教育は広いですし、消費者に関する情報が蓄積されているわけですし、相談員さんは日々、具体的な問題について相談を受けて問題を解決し、いわば情報を学んで活かすということを繰り返しているわけですから、出前講座を行うという非常に立派な担い手の相談員さんがいらっしゃいます。午前相談を受けて、午後に出前講座を行うのです。出前講座に行けば、そ

ここで、「自分は、実は被害に遭っている」ということを、聞いた人が気づく、聞いた人がまた周りの見守りの担い手になる、そのようなきっかけになるということだと思えます。

それで、相談員以外の消費者教育の担い手とはどのような人なのかというイメージは、先ほどの武田さんのご説明資料の47ページ以降で言えば、47ページの、まさにこの4番め、「砥部町の見守りネットワーク」というところに書いてある方、これは皆さん、見守りの消費者教育の担い手の候補者ということだと思えます。

それで、48ページ以降ですと、三つの事例がそれぞれありましたけれども、それぞれの見守りの方々、見守りの事例2であれば民生児童委員さんが「見守り者」と書いてありますね。それから、事例3ですと、地域包括支援センターの介護支援専門員、看護師、このような方々に、見守りということを少し広げて、消費者教育の担い手になっていただければと、そのような思いがあるわけです。

今は、気づいてセンターにつないでいただく、そのような役割を果たしているのだと思いますが、もう一歩進んで、消費者教育の担い手になっていただくのです。そのようなときに、やはり担い手育成の拠点はどこかといいますと、潜在力として消費生活センターだろうということですね。そのうえで、その消費生活センターを支援するというのを、しっかりやっていかななくてはいけないので、その役割は、基本的には国民生活センターだろうということです。いろいろ相談員としての人材養成プログラム、今までプログラムを立てて実践してきたので、それを相談員というよりは、もっと見守りの、消費者教育の担い手を相談員だけではなくもっと広げていくというときも、国民生活センターが重要だろうと思っているところでございます。

(岩崎) ありがとうございます。

途中ですが、ただいま会場で質問用紙を集めておりますので、ご質問がございましたらボックスの方をお願いいたします。

先ほど、「センターの方が拠点になる」というお話がございました。島田さんにお伺いしますが、消費生活センターが中心になるということについて、留意するべき点などがございましたら、お願いいたします。

(島田) はい。現状では、やはり、消費生活センターの皆さんは大変な中で、「これ以上、消費者教育はできないよ」という声は、非常に強いものとしてあるということは、私も聞き及んでおります。

この問題はなかなか悩ましいところがあって、やはり地方財政の中で、しっかりとここを位置付けていただかなければならない、というところはもちろんあるわけです。では、どのようにこの地方財政の中での消費者行政の位置付けを高めていく

のかということ、それは、まさに、モデルとしては、この静岡のような、消費者行政、教育をしっかりとやることによって地域経済を活性化していくのだというような方向を、やはり、きっちりと打ち出していく、そのためのモデルを幾つか地方で作っていくということが、一番大事だろうというように思うことが1点であります。

それからもう一つ、消費者教育のセンターとして消費生活センターを位置付ける場合に、先ほどのご報告にありましたように、学校との連携がうまくいく場合といかない場合とが、どうしてもあるわけですね。先ほどの岐阜のご報告の中で、校長先生からアドバイスがありました。どこの場面で相談員さんに登場してもらうのかということ、きちんと配慮しないと、なかなかうまくいかないというところがあるわけで、その辺りをうまく調整する、それを先生ができればいいのですけれども、場合によっては大学が一つの拠点になって、そのような授業のあり方を皆で研究していく、あるいは別に研究会を立ち上げる、そのような形が考えられるかというように思います。

先ほど、私の報告の中で少しご紹介しましたが、消費者庁が発行しています事例集の中には、大学がかんで非常にうまくいっている例が幾つか紹介されておりますので、参考になるのではないかというように思います。

以上です。

(鶴岡) ありがとうございます。

消費生活相談員の問題についてはいろいろありまして、多くが非常勤職員であるというような、この消費者教育に関わる問題だけではないと思いますので、その辺も継続的に議論していかなければいけないものではないかというようには考えております。

そこで、今、多様な担い手がいるという中で、それがばらばらであっても仕方がないということです。先ほど来、「連携」という言葉が非常に出ておりますが、これからの消費者教育は、学校だけではなく、やはり地域社会でも実践していく必要があります。その主体として消費者教育推進法は、国、地方公共団体、消費者団体、事業者団体等、多様な主体を予定しているところであります。

先ほども講演でありましたが、色川さんにお伺いしたいのですけれども、この多様な主体が連携してうまくいく、その取組について、その方法、注意点のようなものがありましたら、先ほどの繰り返しになるかもしれませんが、大事なところですので、よろしく願いいたします。

(色川) 何をもってうまくいっているかというのは非常に難しいところで、地域によって確かにやっているところもあるのですが、なかなか評価は難しいところがあると思っています。

やはり、大事なことは、あまり力まないというのでしょうか。あまり力んでやると、ちょっと挫折しただけでも、もうやめたくなくなってしまうので、何といたしますか、ある程度人のつながりをうまく使いながら、このようなことを、よく「雪だるま式」などという言い方をするのですけれども、雪だるまのように転がって行って、大きな輪にする、力にするという方法が必要だろうと思います。

私はもともと静岡の人間ではないのですが、静岡に行ってもう十七八年になります。地方都市のおもしろいところは、結構、意外と知らないところで人がつながっているのです。それは、私がたまたま知っている人がいて、その人に何気なく別の話をしたら、「あ、あの人、知ってるよ」という話をするところがあるのです。やはり、東京とは違い、地方は、そのようなつながりが結構あったりすることがあるのですね。ですから、やはり、いろいろな方にいろいろな話をして、最終的に結びつけるという方法を取れるのではないかと考えています。

もう一つ申し上げたいことは、静岡市で、去年ですか、中学校の家庭科向け教材を作ったのですね。そのときに相談員さんが参加していたのですが、いみじくも言ったことは、「私が教えたいことと学校で教えなければいけないことは、かなりずれていた。だから、そのような意味では、すごく勉強をした」という言い方をされていたのです。やはり、一つのプロジェクトを立ち上げて、いろいろな人にそれに一緒に参加してもらって、その中でお互いに勉強し合うということをやると、意味があるといえますか、何もないよりは進みやすいのではないかと、というようには思っています。

(鶴岡) ありがとうございます。

今、静岡市の話が出ていたのですけれども、神村さんにお伺いします。静岡県では、「ふじのくに消費教育研究会」という教育研究会を立ち上げておられて、そのような取組なども連携作りのうえでは非常に役に立つかと思っておりますので、その研究会について、少しお話しただけませんかでしょうか。

(神村) それでは、資料の64ページの下段から、ご覧ください。

本県では、消費者教育推進法が成立しましたら直ちに計画を策定できるように準備行為として本県の消費者教育のあり方を検討してもらった「ふじのくに消費教育研究会」というものを立ち上げました。座長には椋山女学園大学の東先生、それから、学識としては消費者教育支援センターの柿野さんをお迎えいたしました。お2人とも本県にゆかりのある方で、非常によくしていただきました。この研究会の委員には、その資料にもありますとおり、法曹関係、金融広報委員会、消費者団体、労働者団体、事業者団体、そして教育委員会は、当時は学校教育課と社会教育課の指導主事の方に参加を依頼いたしまして、24年の9月から発足しました。

資料 65 ページの上にあるとおり、研究会から最終的に本県の消費者教育のあり方について報告書をいただくということを考えました。研究会での主な検討項目としては、そのページの下段の方にありますが、「目指す姿、目標」、それから「消費教育の体系化」、「県内の取組み状況」、あと、研究会からの提案となります静岡県における消費者教育の推進に向けてということで作っていただきました。

それで、県としてのこだわりなのですけれども、県の計画に、いかに静岡県らしさを入れるかということを考えました。65 ページの下の方にありますが、本県は、ご存じのとおり、防災先進県ということもありますし、それから、農林水産業や製造業などの経済活動が活発なものづくりの県でもありますので、この二つの分野の取組が総合計画の重点施策ということになっております。

そのために、66 ページのとおりイメージマップの対象領域に、この二つの視点を取り入れました。「消費者市民社会の構築」というところには、「モノの使い方を理解し、大切に作る心」を、それから、ウの「生活の管理と契約」というところには、「災害時に適切な消費行動を取れる力を」ということを入れました。

それをイメージマップとして落とし込んだものが、67 ページの図です。それから、67 ページの下のとおりイメージマップにつきましても、本県の消費者教育の現状把握にも活用いたしました。行政や各団体の既存の取組状況を、ライフステージ、対象領域に落とし込みをしまして、取組が不足している部分はどこなのだろうという洗い出しをいたしました。その資料では、四角の囲みを取り組まれているところです。ひし形のところが、不足している、あるいは、今後取組が必要と感じているところの例です。

68 ページをご覧ください。これは重点領域別です。やはり「消費者市民社会の構築」という領域が、現在、関連した取組が少ないという状況です。それから、その際には、県内 5,000 社の事業所に対しても取組状況の調査をいたしました。その結果、事業所の 14.8%が社外に対する消費者教育を実施していることが分かったのですが、この際、事業者は「消費者＝顧客」という考え方、あるいは、消費者教育に理解が不足しているということが分かり、まだまだ周知が必要だと思いました。

それで、69 ページの上段ですが、これが 3 月に研究会からいただいた報告書の概要です。研究会では、先ほど言いました二つの本県独自の目標設定に賛同いただいたこと、それから、各主体の役割への期待が述べられたこと、県民生活センターには、基本方針にもありますとおり、消費者教育の情報拠点としてのニーズ把握等々の役割が期待されています。それから、県に対しましては、担い手、あるいは教育委員会などの連携が重要だという報告をいただき、現在、計画策定に反映されるよう作業しているという状況です。

以上です。

(鶴岡) ありがとうございます。

今の教育研究会のように、いろいろな団体がまず集まるということが、まず非常に肝心なことだというように思います。先ほどの色川さんの講演の中でもありましたように、消費者教育の実践まで、かなり時間がかかるということがあるのですけれども、まず、このような連携をしないことには、ものが始まらないということは、皆さん、ご認識いただけたかというように思います。

そのうえで、今回の消費者教育推進法の中には、一つ、今まで消費者事件を扱ってきた弁護士さんや消費者団体の方からすると、少し異質な主体が入っているというところがあると思います。それは、消費者教育の推進に当たって、「事業者等」という言葉が入っているということで、そこで非常に違和感を感じられる方もいらっしゃると思います。今回、どのような疑問があるかといいますと、「業者にとって都合のいいことばかり教えてしまうのではないか」と、そのような懸念があると思います。

そこで、川口さんにお伺いしたいのですが、消費者教育推進法が事業者団体に対して期待している役割、理想的な支援のあり方などについて、お考えがあれば、お話しいただきたいと思います。

(川口) 法の解釈等は、まだ議論が続いているところだと思いますので、私見を申し上げたいと思います。基本的に消費者問題とは、消費者と事業者との間では、情報力・交渉力の格差があるということだと思います。では、事業者は、定義上、同種の行為を反復・継続しているということです。それが知識・交渉力の格差になっている、ということだと思います。

ですから、この情報を消費者の方に移してもらえば大変いいことなのですね。情報力、交渉力、格差を埋めるという重要な宝の宝庫になっていると思います。そして、事業者も個々の人は消費者ということですので、事業者のこの情報を消費者の方にいかに広く均霑するかということだと思います。

具体的には、出前講座をやっていただく、展示をやっていただく、教材を作成する、事業によって得られた情報を消費者に分かりやすく伝える、このようなことを事業者の方にやっていただきたいと思っております。また、実践しているところもあります。意欲があるところもあります。

ただ、いろいろ消費者問題に取り組んでいらっしゃる方の方にアレルギーがある場合もあります。それから、教育現場にもアレルギーがあります。ですから、私どもは、行政は、このような事業者の取組をいかに行政につなげるか、あるいは教育現場につなげるか、ここを少しずつ着実に進めていくという役割を持っているので

はないか、というように思っております。

それから、基本方針では、「従業員研修ということも事業者の重要な役割だ」ということが書いてあります。ただ、推進会議では、事業者の代表の方は皆さん、「従業員研修よりも、やはり、お客様への情報発信、こちらが大事だ」ということを強調されたことが印象的でした。

それから、今日の先ほどの神山先生の話聞いていて思いついたことです。消費者市民社会を築くうえで事業者は何ができるかということですが、「お客様の声に対応して、ペットボトルのデザインを変えました」、ラップに刃物がついていますが、これを、「お客様の声に対応して、刃物をもっと安全なものに変えました」、そのようなことを企業の方は、今、やっていらっしゃるわけです。「お客様の声で、消費者の声で企業は変わっているのだ、製品は変わっているのだ」ということがあれば、それをPRしていただくということが、「消費者の選択あるいは消費者の声が、いかに事業者あるいは製品サービスを変えるのだ」ということを実感する具体的な例を提供していただくという意味で、いいのではないかとというように、これは、私の気づき、思いつきです。そのようなことがあります。

更に、法律では「援助」ということが書いてあるのです。これは、事業者団体の人も、「どうしたものか」というように、いろいろ困っていらっしゃるようですが、今、消費者教育を行うような公益法人等の賛助会員になる例は、たくさんあります。いろいろ、そのようなことを通じて支援していただくということは、大変有意義ではないかというように思っております。

総じて言えば、「もっと事業者を活用しよう」ということを、お願いしたいと思えます。

(岩崎) ありがとうございます。

島田さん、この事業者が主体となるということについて、日弁連の考え方などがありましたら、お話しいただけますでしょうか。

(島田) 今ほどの川口審議官のお話にも出ておりましたけれども、やはり、どうしても個々の事業者の商品宣伝のようになってしまふところがあつて難しいなというところは、事業者自身も、いつも悩んでおられるわけです。事業者の消費者教育を担当している団体としてACAPという団体がありまして、そこには教材のガイドラインも作っていただいていますけれども、そののところにしても、なかなか、その壁がどうしてもあつてというところで、それをどのようにしていくかということなのです。

今ほどの川口審議官のお話にありましたような、消費者の声によって商品がどのように変わるかというところですね。個々の事業者だけということではなくて、団

体でまとめて教材を作る、あるいは、持続可能な商品生産に向けて、事業者としてどのような取組があるかということ、業界全体で教材化して、そして学校で使ってもらおうというような形ですね。やはり、個々の事業者が、「うちは、こんなことやっています」というところは、確かに宝庫ではあるのですけれども、どうしても商品宣伝というところに結びつきやすく、なかなか、そこをうまく調整することが難しいのです。やはり、やるとしたら、業界がまとまって、あるいは、複数の業界で横断的にというようなところが、学校としては使いやすいのではないかと、というようなところが考えられると思います。

(靄岡) ありがとうございます。

今までの消費者教育といいますと、本当に、それこそ被害救済のためということで、事業者に対して、皆さん、非常にアレルギーを持ったところがあると思うのです。けれども、今、川口さん、島田さんがおっしゃったとおり、これからは事業者団体等も、いろいろな情報提供を通じたり、公益団体を通じて援助を通じたりしながら消費者教育に関わっていくのだということです。そのような意味では、本当に皆が消費者教育の主体になっていくのだということ、今回のシンポジウムを通じて、ご理解いただければというように考えております。

そこで、今回、先ほど、武田さん、神山さんから実践例の報告をいただきましたが、それを見ての感想ということで、少し色川さんにお伺いしたいのです。まず、色川さんは、先ほどの神山さんの事例報告を見て、どのようなことを思いましたかということと、このような事業を続けていくためにはどのような支援が周りで必要なのか、ということをお教えいただければと思います。

(色川) はい。神山先生の実践は、とても素晴らしいと思って見ておりました。先ほどから出ていますが、いわゆるコーディネーター役を先生自らがやられているというところですね。それでご苦労されて、6年ぐらい前からやられているということは、ずっと、ある程度、相談員の方とやり取りしながら、話を詰めていって、今の状態になったのだろうということが分かります。

それで、内容を見ていますと、恐らく、相談員さんは、この内容ではなくて、もっと別の内容をやりたいと言っていたのではないかと想像が付きまします。これは、多分、先生の方で学習指導要領に合わせた形に何とか持っていったのではないかと、そのような意味では非常に素晴らしいものだなと思って感心しました。

やっていただきたいことが一つあります。せっかく、このように自分でコーディネートして、このような実践をやられたわけですので、できれば、この報告というのですか、この結びつきのプロセスで何か一般化できるようなところがあれば、ぜひ紹介

していただきたいのです。どうすれば、うまく相談員さんとのずれを調整して、ここまで持っていけるかというところを、報告書でも論文でも結構ですけれども、何かそのようなものにまとめていただけると、非常にありがたいし、ほかの地域にも参考になるだろうというように思いました。

そのような意味では、大変素晴らしいものだと思います。

(靄岡) ありがとうございます。

日弁連のシンポジウムでは、過去にも、いろいろ、学校や大学での教育の実践例というものをやってきたのですが、今回初めて、社会教育というのですか、「地域の中で、このような事例がありますよ」というものを、武田さんに報告していただきました。

島田さん、今の武田さんの報告を聞いて、「このようなことを、どんどん役立てて行ってほしい」というようなことがありましたら、ぜひ一言お願いいたします。

(島田) はい。大変素晴らしい実践例で、地域で本当に様々な立場の方が密接に連携を取り合って、お年寄りを守るのだというところがしっかりなされているということが、本当に素晴らしいなというように感じました。

一つ思いますことは、やはり、お年寄りを守るということ、皆さんが、多分、喜びとしてつながっているのではないかということです。その喜びのつながりのようなものが、この例を通して、もっとほかの地域にも広がっていけば、きっと、どんどん全国的にも良くなっていくのではないかというように思います。そのようなことを示す例として本当に素晴らしいし、ぜひ、これも、全国的にも、もっともっと情報として広げて行っていただきたいというように思いました。

以上です。

(靄岡) ありがとうございます。

川口さん、何か今日の感想はありますか。

(川口) 消費者庁自身は、実践があまり得意とはいえないと思うのですね。ですから、私どもができることは、たくさん実践を集めるということです。それから、幸い、国ですと、いろいろな方とお付き合いすることがありますので、先ほど色川先生がおっしゃっていましたが、いろいろな人にいろいろな話をする、いろいろな出会いを、「この人とこの人が出会うと、いいことがあるのではないか」と思う人にご紹介して、ぜひ会ってもらおうのです。そのようなことをすると、大体うまくいっています。知らないうちに、その方たちどうしがどんどん深いつき合いをされて、いつの間にか、紹介した私のことは、もう忘れていくということがあります。今度、その人に、逆に紹介されたりしたこともありますけれども、いろいろな出会いを作

っていくということだと思います。

それからもう一つは、実践の情報を分かりやすく提供していくということだと思います。実践例という冊子を出しておりますが、その他に、日常的に皆さんが作る実践集は、皆さん、ご出席の方はほとんどの方がご存じだと思いますけれども、消費者教育ポータルサイトを充実していく、利用しやすいものにしていくということだと思います。今、月に大体100万件ぐらいのアクセスがあるということでもあります。今、消費者教育の体系、イメージマップというもののバージョン1.0というものを作りましたので、この体系に沿って、マトリクス状のこのマトリクスの分類に合わせて、様々な実践や教材を検索するというようにしております。担い手と対象者と分野ですね。このどこからでも検索できるというようにしておりますので、まさに実践のときに参考にしていただけますし、また、実践して作られた教材は、ここにリンクを貼るということで、皆さんが作った実践です。消費者教育は、やはり実践の積み重ねだと思いますので、これを継続的につなげるために、どんどん雪だるまにしていくというイメージという意味で、ポータルサイトをどんどん活用していただいて、皆さんが作った成果を消費者庁のポータルサイトで分かりやすく提供していく、そのような仕事をしていきたいというように思います。

(岩崎) ありがとうございます。

本日のお話に関しまして、会場の方から、ご質問をいただいております。そちらの答えをお願いしたいと思うのですが。まず川口さん、「教科として家庭科以外に情報や社会、ネットITの教員を巻き込んで取り組むべきと思いますが、特に文科省は、そこを意識して教科にどう取り込んでいくのか、計画・方針の見通しが分かれれば教えていただきたい」ということなのですが、いかがでしょうか。

(川口) いろいろな科目を取り込むべきということは、そのとおりだと思います。それから、学習指導要領自体が、「生きる力」ということが全体を貫いていると思いますので、それは家庭科や社会科だけではない、各科目で生きる力ということで、いろいろなところに反映しているのではないかとこのように思います。文科省が、「消費者教育×情報、ネット、IT」というところで、どのような見解かということとは、直接聞いたことがないのですけれども、「生きる力」という広い意味での消費者教育がめざすべき方向は各科に浸透しているので、そのようなことを真剣に各科の科目の先生方に取り組んでいただければ、消費者教育との連携ということが進んでいくのではないかとこのように思います。

私見を申し上げればということなのですが、家庭科の先生、社会科の先生には非常に熱心な方がいらっしゃるけれども、やはり、国語の先生も数学の先生も英語の先生も、皆、消費者なので、その人たちに、「消費者教育は面白いのだ、役に立

つのだ」,「あなたの生活に役に立ちます」ということに気づいてもらうということが、非常に重要なことだと思います。そして、その先生に自分のできる範囲で消費者教育をやっていただくのです。これは、やる余地があると思いますね。私の中学の国語の先生は、教科書を開かずに、ずっとお話をして、1時間も2時間も3時間も、ずっと何だか分からない雑談をして国語の授業をしました。という感じでした。消費生活センターへの相談、事業者との交渉の仕方も、国語の時間になると思います。英語などは、もう無限に教材があると思います。数学の練習問題も、先生がオリジナルで消費者教育の問題を作るということもできると思います。ですので、先生方が楽しみながら各科目に消費者教育を広げていく運動が、いろいろなところで起きればというように、かねがね思っているところでもあります。

先ほど、神山先生が、「職員の人にも聞いてみました」ということを、ちらりとおっしゃっていましたが、非常に重要なことで、自分だけではなくて周りを巻き込んでいくということですね。そのような一歩から仲間を広げていけるのではないかと思いますので、ぜひ、お願いしたいと思います。

(岩崎) ありがとうございます。

次に、島田さんにお伺いします。「『消費者市民社会』や『持続可能な社会』となると地球単位の世界の話に聞こえるので、それと併せて、身近な日常の暮らしとの関連性を常に意識しないと、市民には広がっていかないのではないかと。特に『持続可能な』というところの意味が分かりにくいのだが、どうでしょうか」というような質問がありますが、いかがでしょうか。

(島田) まさにおっしゃるとおりでありまして、「そもそも地域単位の問題、そして身近な問題というものが、実は世界につながっているのだよ」というところが一番のみそ、ということかなというように思っています。

要するに、無駄なエネルギーや資源の消費を減らしていく場合に、やはり、地域でうまく経済を回していく、地域でいろいろなものを循環させていくという、地域循環型の経済をどう作っていくかというところが中心になってきます。ですので、「そのような身近な問題として、やはり消費者が考えることがあるのだ」ということをしっかり伝えながら、同時に、「それが地球の問題につながっているのだ」と、よく「Think globally, act locally」といいますけれども、まさに、そのような視点で消費者教育にも取り組むべきということなのだろうというように思います。

(鶴岡) ありがとうございます。

大阪会場からお一方、野々山宏さんという方から意見表明がありますので、ご紹介させていただきます。

1番めとして、「不公正な事業者と取引しない。環境、人、地域に優しい商品を選

択するという事は大切だが、選択の基礎となる情報を誰がどのように発信するかが重要だ。それは消費者団体とかが担っていかなければならないと思う」。

2点めとしまして、「相談者の方の職務と、被害に遭わないではなく、社会に貢献する消費行動に積極的に関わっていく力を育てる消費者教育の主体となることとの関係が、まだ十分に構築されていないではないか。その中で岐阜の例は、非常に良いと思う」。そのようなご意見をいただきました。ありがとうございました。

そこで、最後に、消費者教育推進法が定められて、消費者教育をどう進めていくかという今後の展望、抱負などがございましたら、もう最後なので、お1人3分程度ずつお願いしたいと思います。では、まず川口さん、よろしく願いいたします。

(川口) 消費者教育は、総論については、事業者と消費者、行政の誰も反対がなく、皆、賛成ということですが、具体的に進んでこなかったということが現実だと思います。法律の制定をてこに、これを進めていくということがチャンスであり、これをしっかり活かしていきたいということだと思います。

それで、最近の動きとして幾つかの方向が出てきていると思いますが、一つは行政内部の話で、「庁内連携」です。これは国だけではありません。基礎自治体レベルで進んでいると思います。いろいろな部局、教育部局、福祉部局、産業部局、このようなものを巻き込んでいくという動きが出てきていると思います。これを、しっかり進めたいと思います。

それから、「庁外連携」ですね。これは、消費者団体だけではなくて、福祉関係の方もいらっしゃるけれども、更には事業者を取り込んでいく、このような方向感を進めたいと思います。ただ、このようにずっとやってきてもなかなか進まないという思いも、私もありますが、最近、当たり前のことから明るさに勝手に気づいて、未来に希望を持っているのです。それは、「国民は全て消費者である」ということでありまして、仕事上でも何でもいいのですが、学ばば、学んだことを自分の生活に活かすということは、何も禁じられていないのです。しっかり活かすのです。

「消費生活センターって、役に立つのだ」ということが、行政をやっているでも1回も相談したことがないと、なかなか実感できないのです。しかし、自ら被害に遭って、自らセンターに相談をして、自分の問題について救済されると、「おお、役に立つんだなあ」ということが実感できます。そうしますと、心を込めてといいますが、実感を込めて、人に、「消費生活センターは役に立つのだ」ということが言えるようになるわけでありまして。ですから、単に仕事でということではなくて、「学んで」、「気づいて」、「気づいて」、「活かして」、「活かした」ことを「伝えて」いくという、この連鎖を続けていくということが大事なのではないかと思えます。

ですから、担い手の育成、担い手の広がりについている方には、あるいは、「警察

官の方、もっと理解してほしいな。教員の方、もっと理解してほしいな」という方には、「では、仕事ではなくて、まず、その人の福利厚生で消費者問題の出前講座を試みたらどうですか」ということを、この頃言っているのです。皆さんに賛成していただけるので、やっていただいているのではないかと思います。

公式の話に戻れば、基本方針ができて、実践段階に入ったところでもありますので、今までの実践事例を乗り越える新たな実践事例が出てくることを期待して、その実践事例の収集と普及を消費者庁としてやっていくということで、そこから、また新たな気づき、進め方の気づきが生まれて、新たな実践事例が出てくる、そのようなことをお願いしていきたいと思います。

ありがとうございました。

(靄岡) では、色川さん、お願いいたします。

(色川) はい。一つ申し上げたいことは、やはり、いろいろな施策の結果を取っておいていただきたいということでしょうか。といいますのは、本当に歴史的に遡っていくと、いろいろなことをやっていて、今出てきている施策の多くは、多分、もう過去にやったことがあって、それがうまくいかなかったものが多々あるのです。そのデータが残っていない、資料が残っていないものだから、なかなか発掘できずに、また同じ事を繰り返してしまうということが起こっているようなのです。ですから、今回の動きで、恐らく、あちらこちらでいろいろなことをやるとは思いますが、成功事例だけではなくて失敗事例も含めて、ぜひ保存しておいていただきたいのです。それが、恐らく、今後の消費者教育推進のためには重要なものになっていくのではないかと思います。

もう一つは、コーディネーターの問題です。先ほど神山先生の例があったと思いますが、あれは、先生が確かにコーディネーターをやったのだと思いますが、もし誰か適切な人がコーディネーターに入ってくだされれば、多分、もう少し相談が楽になり、もう少しやりやすかった可能性があるわけですね。例えば、相談員さんの方に、いろいろな学校現場の事情を話し、よく理解していただいたうえで進めれば、もしかすると、できたかもしれませぬ。もちろん、そのような人を見つけてくることはなかなか難しいですけれども、今回の一つの課題は、やはりコーディネーターをどう見付け、養成していくかだと思います。

全くその萌芽がないわけではなくて、うちもそうですけれども、地元には、例えば消費生活アドバイザーや専門相談員の資格取得者は毎年少しずつ出ていまして、そのような人たちの中には、例えば相談員になりたくなくて取っている人もいますね。「なりたくないけれども、もう少し勉強したいな」などという人も、いるわけですね。そういう人を寝かせておくわけではなくて、そのような人にうまく、その

ような勉強をしたいという機会があるのなら、ぜひ勉強する機会を提供し、できればコーディネーターのような道も用意するということも考えられるのではないかと思います。

今、私が関わっているといいですか、知っている範囲で言いますと、今の進め方の中で一つ、問題がでてきているように思います。最近、大変、研修が増えてきています。いろいろな形で、いろいろな担い手という方々に対しての研修が増えていきます。ところが、その研修のあり方が問題らしいのです。この前、偶然ある自治体で伺って非常に面白かったのですが、民生委員の代表の方が消費者教育関係の会議に参加されていたのですけれども、その自治体では、「一応、民生委員に対する消費者教育の研修をしました」という話が出たのです。そうしたら、その人が手を挙げて、「あの春にあったのは、研修だったんですか」と言い出して、「私の頭には全然記憶に残ってないんですけど」という言い方をしていたのです。

ですから、やることはやるのだけれども、問題は中身で、本当にどのような研修だと意味があるのか、意義があるのかということ、よく検討していかないといけないように思います。

(鶴岡) ありがとうございます。では、神村さん、一言お願いいたします。

(神村) はい。それでは、今後の展望・抱負ということですが、まず、県として消費者教育推進計画を、確実に今年度中に作るということを考えたいと思います。予定としては、69ページの資料にもございますけれども、10月に第1回目の消費教育研究会を行いまして、資料では第2回は12月となっておりますけれども、これは若干遅れる予定ですが、年度内には計画を策定したいと思っています。法で規定しております地域協議会については、現時点では未定ですが、今年度の計画策定に併せて、研究会の委員の方々の意見も聞きながら議論していきたいと考えています。

それから、計画そのものについては、先ほど冒頭でもお話ししましたとおり、県の場合は消費者行政推進基本計画という計画もありますので、この関係も整理しなければいけないと思っております。本県の場合は、消費者行政推進基本計画には大まかなことを書き、更に詳しいものについては、別冊として消費者教育推進計画を作るという段取りでいきたいと思っています。

それから、70ページの下にあります計画は、本県の場合は、2部構成ということを考えておりまして、1部には県の取組を書いています。2部については、担い手のための手引書的なものと考えております。計画を作っても、それを推進していかなければ何なりませんので、その担い手のための手引書的なものができればいいなということで、頑張っていきたいと思っています。

当然のことながら市や町，特に政令市等は県の動向等も注視しておりますので，県がまず作ることによって県内の各市・町にもこのような計画を作っただき，県を挙げて消費者教育を推進していくように尽力していきたいと思っております。以上です。

(鶴岡) ありがとうございます。では，島田さん，お願いいたします。

(島田) はい。行動力を持つ消費者をどう作り，それを継続させていくかという最初の私のお話の中で，小さな成功体験を積み重ねて，そして，それを共有していくということが大事だというお話をいたしました。やはり，これは非常に大事だというように思います。今，様々な情報交流手段，ソーシャルネットワークなど，いろいろあります。そのようなものも活用しながら，様々な小さな取組を拾い上げていって，それを情報として共有していきます。

例えば，小さな取組といいますと，私のスライドの中でちょっとご紹介しなかったものがあるのですが，スウェーデンのフェア・トレードのようなものを扱っているパンフレットの中に出てくる言葉なのなのですが，「あなたには力がある。選択することは一つの力なんだ」と。もう一つあるものが，「ただ尋ねなさい。事業者に対して、『なぜ，あなたのお店にはフェア・トレードの商品が置いてないんですか？ オーガニックの商品がないんですか？』，ただ尋ねなさい。それだけでも，あなたは力を行使することになるんだ」というように書いてあります。

そのような小さなことは本当にたくさんあって，例えばレジ袋を断るということだけでも，それを積み重ねていけば，その店からレジ袋が廃止されるということにもつながっていきます。そのような小さな小さな行動を，やはり積み重ねて，そして，それをまた共有していく，あるいは，そのような雰囲気や社会の中に作っていく，そのために，皆が知恵を出し，力を出し合うということが，非常に大事なのではないだろうかというように思います。

それからもう一つは，実は，今，様々な活動が現実社会の中にあるのに，それがあまりに知られていないということだろうと思います。行政の中では，静岡県を取組の中で，63 ページのところ，様々な分野で実は消費者教育に関連するような取組がなされていてという，庁内での取組がありました。これを社会の中に目を広げれば，もっともっとたくさんの取組があります。そのようなものをつなぐために，まさにイメージマップというのを研究会の中で作らせていただいたというところで，ですので，ぜひ，「消費者教育というのは，このようなものなのだよ」ということで，いろいろな団体に持ちかけて，そのような人たちを巻き込んで，生き生きとした消費者教育をやっていければというように思います。そのために，あのマップが作られています。そのような活用していただければ，というように思います。

そのような中で、生き生きとした活動を学校や社会の中に持ち込んで、人と人が出会うということが、やはり、とても大事なのですね。自分と異なる消費のあり方を追求している人がいます。あるいは、異なる消費社会を求めて活動している人がいます。その人たちと出会うこと自体が、そのエネルギーを伝える非常に大きなファクターになるということだろうと思います。そのような出会いを、ぜひとも、いろいろな場面で作れるような、そのような生き生きとした消費者教育ができればというように思っております。

以上です。

(鶴岡) ありがとうございます。

今日の議論を十分に反映していただいて、今後、各地で充実した消費者教育が推進されていくことを願ひまして、パネルディスカッションについて終了させていただきたいと思ひます。

では、司会を引き継ぎますので、よろしくお願ひいたします。

(中村美) それでは、最後に、シンポジウム実行委員会の中村新造実行委員長より、本日のシンポジウムのまとめと閉会の挨拶をさせていただきます。

【閉会挨拶】

(中村新) どうも中村です。本日は、1時から4時半過ぎまで、実に3時間半にわたり、大変長い間、お疲れさまでした。

今、皆さん、私も含めて、疲れていると思ひますけれども、ただ単に長かったから、退屈だったから疲れたというわけではなくて、様々な方向から消費者市民社会、消費者市民教育を考える、そのようなヒントが散りばめられたシンポジウムになったのではないかと思ひます。そのような意味で、体だけではなくて頭も非常に疲れた、そのようなシンポジウムになっていれぱうれしいと思ひます。

本日は、会場の方に約100名、全国15個の弁護士会でサテライト中継をしておりますので、そちらを合わせますと、申し込みの数ですから実数は分かりませんが、約200名が、このシンポジウムに参加しているということになります。大変な盛況だと思ひます。ありがとうございます。

それから、このシンポジウムで講演していただきました、消費者庁、文科省、そして消費者教育支援センター、消費者教育学会の皆様にも、厚く御礼申し上げます。また、本日の講演、事例報告、そしてパネリストで出ていただいた方々にも厚く御礼申し上げます。ありがとうございます。

さて、少し時間がありますので、私の方で今日の感想めいたことを少しずつ、お

さらい的に言っていきたいと思います。

まず最初に、講演ということで、消費者庁の片山さんからお話をいただきました。推進法についての説明ということでしたが、それだけではなく、基本方針、そして消費者安心戦略の中身にまで切り込んだ説明をしていただきまして、政府、消費者庁がどのようにこの立法に取り組んでいくのかという姿勢を、細かく説明していただけだと思います。

ただ、説明が非常に充実しておりましたので、時間が大変短くて失礼いたしました。恐らく2時間ぐらいあればちょうどよかったかと思いますが、「ちょっと短い」という感じは、私の方も感じました。「これだけの充実した内容を、消費者庁、政府がやっていくのだ」という意気込みが非常に感じられたので、逆に、今日足りなかった部分を今後の実践に期待したいと思っていますので、よろしく願います。

次に、色川先生の方からもご講演いただきました。消費者教育の歴史や豊富なデータを基に、様々な深いお話をいただきました。片山さんの方から、中央、政府からの取組というお話をいただいたのに続けて、今度は、それを地方から見た場合にどうだろうか、というような視点でのお話だったと思います。その中では、よく出てくる「連携」という言葉、キーワードがありますけれども、『連携』だけではなくて『掘り起こし』というものもあるのだ」ということが、地方で長年取り組んでこられた先生ならではの視点なのかなというようにも思いました。また、『持続性』というのが非常に重要である、長く続けていかななくてはいけないのだ」ということも、長年取り組んでこられた先生からの貴重なご意見だったと思います。それから、最後ですが、「我々の方からコミットしていく」というお話もありました。消費者教育ですから、例えば、お年寄りがだまされないようにという話なのでしょうけれども、実際、このようなシンポジウムの現場に、そのだまされてしまう人が来るということはありませんので、それを見守っていく、周辺にいる、例えば我々が、そのような現場にコミットしていくということが大切なのだという視点をいただいたと思います。これは、中央、地方を問わず、どこでも通用する話なのではないでしょうか。

講演の三つ目として、当会の島田委員からお話させていただきました。消費者市民教育の基本的な考え方もそうですけれども、片山さんの方から政府、色川先生の方から地方というお話をいただいたのを受けて、「消費者自身が今度は行動するのだ」、「バトンが各自、一消費者全てに渡されているのだ」というようにつながっていったのではないかと思います。そのための具体的な進め方として、「消費行動が社会を変えるのだ。小さなことを積み重ねていくことで変えることができる。そのた

めには成功体験の積み重ねだ」ということですから、恐らくは、日々の日常の生活行動の中に消費者市民社会のあり方というものを組み込んでいく、というようなお話だったのではないかと考えております。

続きまして、事例報告を二ついただきました。一つは愛媛県の砥部町の方から、武田さんに「地域における連携」というテーマでお話をいただきました。お話の自身は、「行政、福祉、警察など、これらの関係機関が全て連携をして、1人のお年寄りを守るためには、そのお年寄り1人に任せてはいけないのだ」というようなお話だったように認識しました。そのためにいろいろ工夫をされているようで、うちわを含めたグッズなども作って、お年寄りに、難しい言葉で言うと啓蒙するのでしょうか。リフォーム業者にだまされたお年寄りの話がありましたけれども、リフォーム業者は非常に巧みにお年寄りに近づくわけですから、我々は、それよりも巧みにしていけないと、お年寄りに近づいていけないわけで、「あんた、誰だ？」というように言われてしまって、悪徳業者の方を信じてしまうというケースは、我々がやっている事件でも結構あるのです。そのような意味でも工夫をされているのだなということで、グッズの方を本日持参していただいております。出口を出た右のところに1セット展示させていただいておりますので、よろしければご覧ください。

事例報告の二つ目では、岐阜の神山先生の方から、今度は、学校における連携というお話をいただきました。これは、砥部町の場合もそうでしたけれども、学校や行政という枠、本来自分がやっている業務の枠を越えて連携するというお話だったと思います。本来の枠を越えて連携するということがいかに難しいか、どのようにこれに取り組んで進めていったのか、苦労なされたというお話と、実際にそれを実践していく中で、1人1人の生徒が、「消費活動が単に個人的な営みではなくて、社会的な営みという性質も持っているのだ」と気づいていくというさまを、非常にリアルにご報告いただけたのではないかと思います。最後に、これは、おまけ的な発言だったのか、本来的な効果なのか分かりませんが、「子供に気づかせようと思っていく過程の中で、大人も気づいていったのだ」というような話もありました。これは、我々が日々、消費者市民教育を勉強していく中でも意外とあることです。フェア・トレードといいますか、「消費者市民教育」という言葉を知らなかった大人の人もたくさんいたという話でしたけれども、まさに、そのようなことなのだと思います。我々が教育を受けるときに「消費者市民教育」などという言葉はなかったわけですので、これから、この法律ができて、子供の方がこの消費者市民社会について詳しくなっていくということもありうると思います。ですので、我々も負けなように、社会において、これを教育する、教育を受ける、両方の側面関わっていく必要があるのではないのでしょうか。

最後にパネルディスカッションです。色川先生、当会の島田委員、川口審議官、静岡県の神村さんに、お話をいただきました。ここでは、消費者市民教育の捉え方、そして担い手、連携作り、実践について、それぞれ異なる立場から、ご意見をいただきました。これまでの実践例であったり、これからの展望であったり、様々な立場から、過去、これから、いろいろな多角的な視点でご意見をいただいて、非常にバラエティーに富んだものになったと思います。いずれにしても、今回推進法ができたということは、それぞれの取組にとって大きな推進力になるものだと思います。

最後になりましたが、私の方から、「立法ができる、できる」といわれて、なかなかできなかった推進法ですけれども、昨年12月ようやく施行され、その後、基本方針ができて、これから、どのようにこの推進法を使っていくのだろうかという時期が来ていると思います。そのためのヒントが少しでも散りばめられていたら、このシンポジウムは成功だったのではないかと思います。

今日の色川先生のお話の中にもありましたが、「消費者教育と消費者の救済というのが、本来、車の両輪である」ということは、私もそうだと思います。また、少し別の言い方をすれば、消費者の救済に関する法律は特効薬で、教育に関する法律は、ひょっとすると漢方薬のようなものかもしれません。法律ができて、何かやればすぐに効果が出る、裁判で勝てるというものではないかもしれませんが、長く持続的に続けることで効果を持つものだと思いますので、これからの継続的な取組が必要なのだと思います。

教育というものは人間が人間に行うものですから、結局は、消費者市民教育の担い手も全員だということになると思います。これから推進法ができて、ここにいる参加された人のみならず、いろいろな人が、「推進法って何なんだろう」というような話になっていくと思います。そのときに、今日シンポジウムに出られた方々が、今日得たヒントなり知識を生かして、「こういうものだよ、推進法は」と言うための一助に、今日という機会がなっていれば幸いです。

どうも長い間、ご清聴ありがとうございました。

(岩田) 以上をもちまして、全てのプログラムが終了いたしました。今回のシンポジウムを、皆様がこれから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。

長時間、ご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いたします。