

学習指導要領の改訂にあたって消費者教育の充実を求める意見書

2007年6月14日
日本弁護士連合会

第1 はじめに

現行学習指導要領は、中学校については1998年（平成10年）、高等学校については1999年（平成11年）に告示され、それぞれ2002年（平成14年）及び2003年（平成15年）より施行されているが、告示後8年以上を経過して現在その改訂作業が行われている。現行学習指導要領では、学校完全週5日制や「総合的な学習の時間」が導入され、「生きる力をはぐくむこと」を目指したゆとりある教育の実践を行うべく内容が策定されているが、各教科の学習内容が大幅に削減されたため、施行後に生徒の基礎学力低下への懸念が社会的な問題となり、その対策について議論されている状況である。そのため、改訂される学習指導要領においては、国語・数学・外国語などの基礎科目を重視する方向となると考えられる。

一方、現代社会における消費者問題はますます複雑化・多様化しており、現行学習指導要領の告示後も若者のトラブルを含めた消費者トラブルは急激に増加している。特に、悪質商法などの契約トラブルの被害は相変わらず多い。このような現状の中で、現代社会を生き抜くためには、中学校・高等学校などの学校において契約の基礎を修得させるなどの充実した消費者教育がなされ、「生きる力」を身に付けることがまさに求められている。

また、この間、消費者基本法（消費者保護基本法から改称。以下同じ。）において消費者の権利が明示され、その中に消費者教育を受ける権利が掲げられ、消費者教育の充実も消費者問題の解決において極めて重要な位置付けとなっている。

当連合会では、かねてから消費者教育の重要性にかんがみ、消費者教育において弁護士会がどのような役割を果たすべきかなどについての研究を継続してきた。そして、2004年（平成16年）5月には「『21世紀型の消費者政策の在り方について』における消費者教育の充実に関する意見書」をとりまとめ、消費者被害の予防と消費者の権利の自覚のために消費者教育が極めて重要である旨の意見を示した。

今般の学習指導要領改訂においては、基礎学力の強化だけでなく、真に現代社会を生き抜く力を付けさせるための「消費者教育」も極めて重要であり、その具体的内容が盛り込まれるべきであるので、当連合会として本意見書を提出するものである。

第2 意見の趣旨

現在、改訂が検討されている学習指導要領においては、「消費者教育の充実」の観点から内容を策定し、具体的には以下の内容が実現されるべきである。

- 1 中学校の社会科及び技術・家庭科，高等学校の公民科及び家庭科においては，生徒が現代社会を生き抜く力を身に付けられるよう，次の内容の消費者教育を行うこと。
 - (1) 「契約」について，その意味や仕組み，成立の要件や効果などの基本的事項を十分修得させたくうえで，消費者の日常生活は多くの契約を結ぶことによって成り立っていることを理解させること。
 - (2) 消費者が商品やサービスを選定し，契約を締結するにあたって，自ら権利の主体として，商品やサービスの品質や内容，契約条項の意味などの必要な情報を積極的に収集し，合理的な判断の下に契約を締結することが重要であることを理解させること。そのうえで，情報収集についての知識・技術を修得させるとともに，契約締結の判断を合理的に行える能力を身に付けさせること。
 - (3) 多重債務問題や悪質商法等の現実に生起する消費者トラブルについて，社会経済の仕組みや構造から考えてその問題点を見抜く知識と能力を修得させること。
 - (4) 被害者を生まないために関係諸機関に情報を提供したり，対処を求めたり，自ら消費者団体を組織し参加したりするように能動的に行動する態度や考え方を修得させること。
- 2 消費者教育を行うにあたっては，現実に生起する消費者トラブルを題材として，授業を展開すること。特に多重債務問題については，具体的事例を用いて，金利問題や多重債務からの予防策及び救済策についての学習を行うこと。
- 3 消費者教育は総合的学習の時間なども利用して，教科にとらわれることなく，広い観点から行われるよう工夫すること。
- 4 上記の内容を授業で実現するために，教師に対する研修の充実や具体的事例を盛り込んだ教材の提供などがなされること。

第3 意見の理由

- 1 近時の消費者被害の実情と若者の消費生活をとりまく消費者トラブルの実態
 - (1) 市場経済社会は，大量生産・大量消費を前提として発展してきたが，事業者と消費者との間に情報や交渉力等の構造的な格差を生み出し，そのひずみから様々な消費者被害を生じさせてきた。そして，現代社会においては，個人が日常生活で行う取引の大半が事業者との間の取引という状況となっている。

このような状況下で，契約トラブルや投資被害，多重債務問題などの消費者被害は増加傾向にあり，更に，近時は，高度情報化社会が進み，IT化やサービスを対象とする取引の増加などから，被害実態はますます複雑化・多様化している。消費者は，年代に拘わらず常に消費者トラブルに巻き込まれる状況にあると言っても過言ではない。
 - (2) 若者が被害者となる消費者トラブルも相変わらず後を絶たず，マルチ商法やキャ

タッチセールスなどの商法がクレジット契約と結びついて高額被害を起こしたり、携帯電話やインターネットの爆発的普及に伴って新たな消費者トラブルが発生するなど、被害はますます多様化し、解決が困難な被害例も少なくない。

また、インターネットの普及で闇の世界との情報交換が容易になったことから、若者自身が極めて安易な考えのもとに、架空請求・振り込め詐欺などの加害者側に加わることも珍しくなくなっている。

2 消費者教育の必要性

(1) 上記のように消費者被害に遭う危険性が消費者の年代に拘わらず一生付きまとう点からすれば、現代社会を生き抜く力としての「消費者教育」の必要性は明らかである。そして、社会人の入口である若者がターゲットにされて消費者トラブルに巻き込まれる実態からすると、中学校・高等学校などの学校教育の段階で実践的な「消費者教育」を受けることが肝要なことも明らかと言える。

特に、契約トラブルが多く見られる現状においては、「契約」についての理解が非常に重要であり、契約の意味や仕組み、成立の要件や効果などの基本的事項を十分修得させたいうえで、消費者の日常生活は多くの契約を結ぶことによって成り立っていることを理解させることが肝要である。

(2) そして、ここでいう「消費者教育」の目標は、消費者が権利の主体として行動することができるだけの意識・態度の涵養・育成にあると言うべきである。

そこでは、単なる悪質商法自体や被害回復のための諸制度に関する知識の修得にとどまらず、消費行動にあたって必要な情報を自ら積極的に求める態度や適当な情報に到達できる知識・技術の修得、手を変え品を変えて現れる悪質商法について、社会経済の仕組みや構造から考えてその問題点を見抜く知識と能力の涵養、被害者を生まないために関係諸機関に情報を提供したり、対処を求めたり、自ら消費者団体を組織し参加したりするように能動的に行動する態度や考え方の修得が目標とされるべきである。

つまり、消費者が商品やサービスを選定し、契約を締結する消費行動にあたって、自ら権利の主体として、商品やサービスの品質や内容、契約条項の意味などの必要な情報を積極的に収集し、合理的な判断の下に契約を締結することが重要であることを理解させることが必要なのである。

(3) また、近時、社会的に信頼されてきた著名な企業の反社会的な行動が明らかになる事件が頻発しているが、これに対しては、消費者が主体的にこのような企業の商品を避け、例えば環境に配慮する活動を行っている等社会的な貢献を行っている事業者の商品を積極的に選択すること等によって、反社会的な行動を行っている事業者を市場から排除することができると考えられる。このことは、情報が公開され、

公正な市場が機能していれば、消費者は社会経済に対して積極的な役割を果たせるということであり、またそれによって消費者が市場の健全な発展と企業の合理的な行動の促進にも寄与することとなる。

つまり、消費者が市場経済をコントロールする積極的な役割を果たすことになるのであり、消費者教育においては、このような社会的な観点からの消費行動を行う態度の獲得も目標とされる必要があるのである。

- (4) なお更に、少子高齢化社会の現実化・雇用状況の変化により、将来の生活設計が見えにくくなっており、若者が将来を見据えて、保険や年金などについて十分な知識を得たり、家計管理の学習をすることも必要となっている。

3 消費者基本法における消費者教育を受ける権利の明確化

- (1) ところで、2004年（平成16年）に改正された消費者基本法は、消費者政策の基本的な枠組みを定める法律であり、1968年（昭和43年）の消費者保護基本法制定以後の消費者問題をめぐる制度の激変を踏まえて、実に36年ぶりに全面的な改正が行われたのであるが、画期的なことに同法第2条の基本理念において「消費者の権利」が明記された。

同条は、消費者の権利として、「国民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、消費者の安全が確保され、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供され、消費者の意見が消費者政策に反映され、並びに消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されること」を明記しており、消費者教育を受ける権利が消費者の権利の一つとして掲げられている。

そして、具体的には同法第17条第1項で「啓発活動及び教育の推進」として、「国は、消費者の自立を支援するため、消費生活に関する知識の普及及び情報の提供等消費者に対する啓発活動を推進するとともに、消費者が生涯にわたって消費生活について学習する機会があまねく求められている状況にかんがみ、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を講ずるものとする。」と定め、第2項で「地方公共団体は、前項の国の施策に準じて、当該地域の社会的、経済的状况に応じた施策を講ずるよう努めなければならない。」としているのである。

- (2) 更に、消費者基本法第9条を受けて2005年（平成17年）4月に策定された「消費者基本計画」においても、学校や社会教育施設における消費者教育の推進が項目として取り上げられており、「消費者基本法において消費者政策の基本理念として消費者の自立支援が規定されたことから、消費者教育の推進体制を強化する必要がある。

また、履修者、実施場所等に応じて消費者教育を行うことができる専門家の役割が重要である。このため、消費者教育専門家を育成するとともに、消費者教育に携わる者が自由に活用できる教材やパンフレット等を充実する必要がある。

さらに、消費者の生涯にわたる学習機会の充実に向けて、消費者教育の体系化を図る必要がある。」として、年限を区切って具体的な施策を展開することとなっている。

- (3) このように消費者基本法が消費者教育を受ける権利を明確化し、現実に消費者基本計画において消費者教育の推進が掲げられているのは、前記のとおり、消費者トラブルが複雑化し、消費者が常にトラブルに巻き込まれる危険性を有している現状を踏まえ、現代社会を生き抜く術として「消費者教育」が必要不可欠とされているからに他ならない。そして、中でも実効性が顕著である学校における消費者教育の一層の充実が求められている状況にあるのである。

4 これまでの学習指導要領における「消費者教育」の位置付け

- (1) 以上のとおり、学校における「消費者教育」の充実は喫緊の課題であるが、これに対する学習指導要領の変遷は以下のとおりであった。

- (2) 1989年（平成元年）度の学習指導要領改訂では、中学校・社会科の公民的分野において、消費者保護が取り上げられ、内容の取扱いについて「『消費者の保護』については、現代社会における取引の多様化や契約の重要性を取り上げ、消費者として主体的に判断し行動することが大切であることを考えさせるよう留意すること。」とされた。また、中学校の技術・家庭科では、家庭生活という領域において、「物資・サービスの選択、契約、購入及び活用について考え、消費者としての自覚をもつこと。」という内容が盛り込まれた。

一方、高等学校については、同年度の改訂で公民科の政治・経済において、「消費者保護」という言葉で一言触れられている程度に過ぎないが、家庭科においては、「消費経済」という領域が新たに作られ、目標が「消費社会と消費者、選択と購入など消費経済に関する知識と技術を習得させ、消費生活の向上に寄与する能力と態度を育てる。」こととされ、内容としては、（ア）経済の発展と家庭生活、（イ）消費社会と消費者、（ウ）財・サービスの選択と購入、（エ）消費者としての自覚、（オ）消費生活関係法規となるなど、消費者教育が明確に盛り込まれるという画期的な改訂が行われている。

- (3) 1998年（平成10年）度の学習指導要領改訂では、中学校・社会科の公民的分野において、引き続き「消費者保護」が取り上げられているが、内容の取扱いについては「『消費者の保護』については、消費者保護行政を中心に扱うこと。」のみの記載があり、消費者として主体的に判断し行動すること

などは削除されていて、1989年（平成元年）度より明らかに後退している。

また、中学校の技術・家庭科では、家族と家庭生活という項目の中で、指導項目として「販売方法の特徴や消費者保護について知り、生活に必要な物資・サービスの適切な選択、購入及び活用ができること。」が挙げられており、消費者の自覚などは削られてしまっている。

また、高等学校については、1999年（平成11年）度の改訂で、公民科の政治・経済において、やはり「消費者保護」という言葉で一言触れられている程度に過ぎない。一方、家庭科においては、家庭基礎・家庭総合・生活技術の各科目において、消費者の権利と責任を理解させ、消費者として主体的に判断できるようにすることが目的とされており、充実した内容とはなっているが、消費者の責任が強調される結果になってしまっている。

- (4) このように、1989年（平成元年）度の学習指導要領改訂において、中学校・高等学校ともに「消費者教育」が取り上げられるようになったことは画期的なことではあったが、1998年（平成10年）度および1999年（平成11年）度改訂では内容的にやや後退気味であり、現代社会を生き抜く力としての「消費者教育」という位置付けにはなっていないのが実情である。

5 今般の学習指導要領改訂において盛り込まれるべきもの

以上のとおり、これまでの学習指導要領では、現代社会を生き抜く力としての「消費者教育」の位置付けが不十分である。現代社会を生きていくにあたっては、消費者トラブルに遭遇することはもはや不可避的であり、それを生き抜く術を学校において確実に教育する必要がある。

そして、消費者トラブルは具体的な事件であるから、消費者教育を行う場合も具体的な事例に基づいてその対処法、考え方を学ぶべきである。

なお、貸金業の規制等に関する法律の改正に伴って政府は「多重債務問題改善プログラム」を発表したが、そこでも「社会に出る前に、高校生までの段階で、全ての生徒が、具体的な事例を用いて、借金をした場合の金利や返済額、上限金利制度、多重債務状態からの救済策（債務整理などの制度や相談窓口の存在）等の知識を得られるよう取り組む。」とされており、具体的な事例によって常に教育がなされるべきである。

このような視点からすると、今般の学習指導要領改訂においては、「意見の趣旨」に記載したような内容が実現されるべきである。

6 まとめ

学校教育における消費者教育の重要性・必要性は、既に述べたとおりであり、教育内容に直接影響する学習指導要領において、上記「意見の趣旨」のとおりの内容が盛り込

まれることは極めて大きな意味を持つ。

そして、このような内容が盛り込まれた学習指導要領を踏まえて、実際に学校における充実した「消費者教育」がなされることが肝要である。

よって、「意見の趣旨」が実現されることを求めるものである。

以 上