

シンポジウム「もっと 消費者教育を！」

～消費者教育推進のための法づくりを考える～

報 告 書

とき 2009年3月14日(土)午後1時～午後5時

ところ 弁護士会館 2階講堂 クレオA

主催  日本弁護士連合会

後援 内閣府・文部科学省・日本消費者教育学会

シンポジウム「もっと 消費者教育を！」

～消費者教育推進のための法づくりを考える～

報告書目次

シンポジウム反訳録 p. 1

シンポジウム資料集 別冊

シンポジウム「もっと 消費者教育を！」

～消費者教育推進のための法づくりを考える～

日時：2009年3月14日（土）午後1時～午後5時
場所：弁護士会館2階講堂クレオA

（総合司会・鈴木仁史委員）

それでは定刻になりましたので、シンポジウム「もっと消費者教育を！」を開始させていただきたいと思います。私、日弁連消費者問題対策委員会委員の鈴木仁史と申します。

（総合司会・白石裕美子幹事）

同じく白石裕美子と申します。

（総合司会・鈴木委員）

どうぞよろしくお願いいいたします。

開会挨拶

（総合司会・鈴木）

それではまず、開会挨拶としまして、日本弁護士連合会の木村良二副会長からよろしくお願いいいたします。

（木村良二副会長）

ただいまご紹介いただきました日弁連副会長の木村と申します。本シンポジウムの開会に当たり主催者を代表して一言ご挨拶を申し上げます。

初めに、今日は大変お忙しい中をご講演いただきます細川先生はじめ、ご報告、また、パネリストとして大勢の皆様にご参加いただいております。心からお礼申し上げます。また、このシンポの企画、準備に尽力していただきました委員会の委員の皆様にも併せてお礼を申し上げたいと思います。

さて、既に施行されております消費者基本法の中では、消費者教育の推進ということが重点事項の1つとして掲げられております。しかし残念ながら、肝心の消費者行政一元化は未だならず、また、ようやく来週17日から国会において本格審議入りすることとなりました消費者庁関連法案、この中においても消費者教育の位置付けということは必ずしも明確ではありません。このような状況から、消費者教育を推進するための制度の整備ということが今日極めて重要な課題となっていると言わなければなりません。日弁連においては去る2月、理事会におきまして「消費者教育推進法の制定を求める意見書」というのを全会一致で採択いたしました。この中では消費者教育に関する様々な施策を総合的かつ計画的に推進し、消費者市民社会の実現に寄与するような立法を強く求めております。

そこで本日のシンポにおきましては、消費者教育実践の現場からその実情と、それからまた様々な問題点などご報告いただき、さらにパネルディスカッションにおいて消費者教

育を推進するための立法問題を考えてまいりたいと思います。大変限られた時間ではありますが、活発な意見交換、また、充実した議論が行われますよう祈念いたしまして、簡単ですが開会の挨拶とさせていただきます。どうもありがとうございました。

(総合司会・白石幹事)

ありがとうございました。

基調報告

(総合司会・白石幹事)

続きまして、消費者問題対策委員会副委員長で、当消費者教育・ネットワーク部会の部会長であります松本明子より本日の基調報告をさせていただきます。資料のお手元3ページをご覧ください。

(松本明子 副委員長、消費者教育・ネットワーク部会長)

それでは松本の方から基調報告をさせていただくことにいたします。お手元の資料で先ほどご紹介いただきましたように3ページでございます。

まず、消費者問題の現状と消費者教育の必要性ということでございますけれども、自立した主体として消費生活を営む自由を享受することは消費者の基本的な権利であり、消費者が主権者として行動できる社会が実現されなければなりません。

しかし、現実には、消費者信用における過剰与信、悪質商法などの欺瞞的な取引、安全性を欠く製品の流通や昨今の食品偽装など、さまざまな消費者問題があとを絶ちません。

その根底には、消費者と事業者との間の圧倒的な力（情報の質、量及び交渉力）の差が厳然と存在しております、この力の差を解消するしくみがなければ、消費者の自立はあり得ません。

また、消費者の自立からさらに進んで、消費者が社会のあり様を消費者・生活者の視点から望ましい姿に変えて行く主体として認識されるようになります、こうした公益的な問題に積極的に参加する消費者によって支えられる「消費者市民社会」の実現がまさに求められております。

このような消費者の意見が消費者の主体的・能動的な活動を通じて社会や経済に反映されることは、様々な消費者被害の防止に止まらず、地球環境や南北格差の問題など、グローバルな問題の解決にも大きな役割を果たすものといえます。

消費者教育は、消費者に自ら主体的に行動するために必要な情報と力を与えるものであり、消費者と事業者との間の力の差を解消するためには消費者教育の推進が極めて重要であることは論を俟ちません。

また、「消費者市民社会」の実現という観点から、「消費者市民社会」を支える主体としての消費者に対して、主権者として行動できるだけの意識・態度、それを涵養する育成するための教育が重要であることも明らかです。

このため消費者基本法も第2条で必要な情報及び教育の機会の提供を受けることが消費者の権利であると規定しております、その17条では、消費者教育推進のための施策を国

及び地方公共団体に求めてあります。また同法を受けて政府が 2005 年 4 月に閣議決定した「消費者基本計画」においても消費者教育推進のための諸施策が講じられているところであります。

しかし、消費者教育の現状を見ますと、消費者教育を省庁の枠組みを超えて総合的かつ計画的に推進するための制度が整備されていないもとで、改正消費者基本法施行後 4 年余が経過した今も消費者教育の現状は到底十分とは言い難いものと考えます。2008 年 12 月 25 日付けで内閣府より公表された平成 20 年度「国民生活白書」（消費者市民社会への展望 - ゆとりと成熟した社会構築に向けて - ）におきましても、学習指導要領によって本格的に消費者教育が導入されてからの若い年齢層においても、契約や悪質商法についての知識が十分ではない、そもそも消費者教育を受けたという認識すら持っていない者が多数存在しているということなど、消費者教育が何を目指し何の役に立つかを明確にすることができます、印象に残らない状況になっていることが指摘されています。

また、2009 年通常国会には消費者庁設置法案及び関連諸法案が提出され、消費者行政新組織の設置が具体的な政治日程にのぼっていますけれども、これらの法案においては、消費者教育の位置づけが不明確です。消費者教育推進の制度の整備にはいまだ残された課題となっております。

そのために「消費者教育推進法」制定の必要性を私たちは訴えます。このような状況を踏まえ、活力ある「消費者市民社会」を実現していくために、改めて消費者教育のもつ意義及び重要性並びに国や地方公共団体の責務を再確認し、消費者教育を総合的かつ計画的に推進するための制度を整えるためにその根拠となるような「消費者教育推進法」の制定をすべきであると考えております。

教育については、既に「食育基本法」や「環境の保全のための意欲の増進及び環境教育の推進に関する法律」というのが存在しております、既に施行されております。それぞれの教育についての基本理念というものを掲げたうえで、その実現のための国や地方公共団体の責務が示され、さまざまな支援を行うよう定められています。そして、これらの法律の制定により、国全体としての機運が高まり、学校教育をはじめとする様々な場面で「環境教育」「食育」の実践が進んだとされています。

このように、消費者教育は、「消費者市民社会」の実現のためには極めて重要な位置を占めているのであります、「消費者教育推進法」の策定の必要性は、今まで申し上げた 2 つの法律に勝るとも劣らないものだと考えます。

そして、消費者教育実施推進のために有効な「消費者教育推進法」というものを策定されるべきであろうと考えます。

次に、消費者教育推進を担当する省庁について申し上げます。消費者教育・啓発の推進については、従来、内閣府国民生活局において担当されておりました。但し、学校教育を管掌しております文部科学省との関係や金融庁などを始めとする他の省庁との関係等から、これを主体的に企画し立案する省庁が存在していません。そして、消費者基本計画によって関係省庁の消費者教育会議というものが開かれているが、内閣府が強力にリードする形にはなっていない現状にございます。

そして、この中で現在、通常国会に、先ほど申し上げましたように、消費者庁関連 3 法

案が提出されておりまして、消費者行政新組織というものが創設されれば、消費者問題の情報収集・分析・調査はこの消費者行政新組織で一元的に行われ、消費者行政の総合調整も行われるようになります。

そこで、消費者教育・啓発につきましてもこの消費者行政新組織が牽引車として役割を果たして主体的に企画立案し、これを推進するための権限と責務を負うことが必要であります。

この点、基本計画は、消費者教育・啓発を「情報収集・発信部門」の中に位置付けておりまして、この位置づけでは新組織が消費者教育・啓発を主体的に実施するというのではなく、他機関を支援する活動のみになってしまいまして極めて不十分なものといえましょう。

これまで述べたとおり、「消費者市民社会」の構築には消費者教育や啓発が最重要課題であり、この「消費者市民社会」の構築を目的とする消費者行政新組織自らが、率先してこの消費者教育・啓発を企画推進していく機関としての役割を担うことが必要です。

消費者庁設置法案について、当連合会は、2008年11月19日付で「消費者庁設置法案に対する意見書」を公表しております。この中でも、当連合会は、「法案第4条26号『文教研修施設において所掌事務に関する研修を行うこと』を『消費生活相談員及び消費者行政担当職員の研修並びに消費者に対する啓蒙・教育を行うこと』と修正すべきである。」という意見を表明しております。

このように、消費者教育・啓発の推進においては、消費者行政新組織の果たすべき役割が大であり、消費者教育推進法においても、消費者行政新組織の権限と責務が明記されるべきであります。

ところで、消費者教育と「消費者の責任」ということについて述べさせていただきます。これまで述べましたように、自立した主体として消費生活を営む自由を享受するというのが消費者の基本的な権利であり、消費者の権利の尊重及び自立の支援は国及び地方公共団体の責務として位置づけられております。

この「消費者の権利」について論じる場合に、「消費者の責任」についても言及されることがしばしばございます。しかし、ここに言う「消費者の責任」というのは、消費者の権利が制限される意味での「責任」であってはなりません。

すなわち、消費者教育や啓発において扱われる「消費者の責任」というものは、国際的な消費者団体であるC.I(Consumers International)が掲げるような消費者の8つの権利、この8つの権利は、申し上げますと、(1)生活の基本的ニーズが保障される権利、(2)安全を求める権利、(3)選択する権利、(4)知らされる権利、(5)意見を反映させる権利、(6)補償を受ける権利、(7)消費者教育を受ける権利、(8)健全な環境を享受する権利。それとともに消費者の責任は5つの責任として挙げられていますが、(1)批判的意識を持つ責任、(2)主張し行動する責任、(3)社会的弱者へ配慮をする責任、(4)環境への配慮をする責任、(5)連帯する責任、この5つの責任に対応するものと考えられなければなりません。

つまり、消費者教育・啓発において、「消費者の責任」について具体的な内容の理解なくして「消費者の権利」が不当に制限されることになりかねないような責任という言葉が

強調されることがあってはなりません。対事業者との関係で消費者の権利が不当に制限されることになりかねません。

消費者教育推進法においても、これまで申し上げました消費者の5つの責任は、主体的に判断し行動する消費者の権利と表裏一体であり、消費者に対峙する事業者との関係で責任を負うという性質のものではないことには、十分な配慮が必要です。

したがって、こうした誤った解釈を生じさせる危険を排除するため、消費者教育推進法においては、「消費者の責務」について規定を置くべきではないと考えます。

では、消費者教育推進法に盛られるべき内容として、当連合会は、下記の内容を盛り込んだ消費者教育推進法が制定されるべきと考えております。資料でいいますと、皆さんのお手元の4ページのところに記載されています。そちらの方もご覧ください。

- 1 社会における取引の多様化・複雑化に伴って消費者と事業者間に情報の質量・交渉力の圧倒的な格差の存在という構造的問題に起因して様々な消費者トラブルが発生している。この実情を前提とし、消費者が自立した主体として消費生活を営む自由を享受し、自己実現と社会のあり様を消費者・生活者の視点から望ましい姿に変えるために「消費者市民」として主体的に行動できる資質を獲得することが消費社会の健全な発展と上記構造的問題による消費者トラブルの防止又は紛争の適正・公平な解決のために必要不可欠である。その資質を獲得するプロセスにおいて消費者教育が重要な役割を担い得ることに鑑み、この法律は、消費者教育の基本理念を定め、国、地方公共団体等の責務を明らかにするとともに、消費者教育の施策の基本となる事項を定めることにより、消費者教育に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、もって「消費者市民社会」の実現に寄与することを目的とする。
- 2 消費者教育を受けることは国民の権利であることを明記するとともに、消費者教育の基本理念を以下のとおり定める。
 - (1) 消費者と事業者との間の情報の質、量及び交渉力等の格差の存在を前提として、自らの権利・利益を守ることができる知識及び情報を収集し、これを分析・判断する消費者の能力を育むものであること
 - (2) 消費者が、単なる商品・サービスの受け手という受動的態度にとどまらず自らの自己実現と社会のあり様を消費者・生活者の視点から望ましい姿に変えるために能動的・主体的態度をとることを助長するものであること
 - (3) 消費者が環境や発展途上国の経済に与える影響など、多角的視点を消費者に提供することであること
 - (4) 消費者が、幼児から高齢者にいたる消費者の生涯にわたって、学校、地域、家庭、職域その他の様々な生活の場面において教育を受ける機会を保障するものであること
- 3 国及び地方公共団体は、上記1に定める目的及び上記2に定める基本理念にのっとり、消費者教育の推進に関する施策を総合的かつ計画的に策定し、実施すべき責務を負う。
- 4 消費者行政新組織を、消費者教育の推進に関する総合的かつ計画的な施策を実施する上で牽引車的な役割を果たすものと位置付け、必要な権限を与える。

5 消費者の自己責任論が安易に強調されることによって、消費者教育の基本理念が没却されることのないよう「消費者の責務」に関する定めはおかしい。
といった内容を盛られるべきであると考えております。

以上の立場から、当連合会では、この2月19日に「消費者教育推進法の制定を求める意見書」、先ほどもお話ししましたが、これを取り纏めて発表をしております。皆様のお手元には資料の97ページ、資料12のところに、2月19日に出しました意見書を紹介しておりますので、ご参照いただきたいと思います。

以上をもちまして基調報告にさせていただきます。どうもありがとうございました。

(総合司会・鈴木委員)

ありがとうございました。

それでは続きまして、今日お配りしている資料に関しまして簡単に司会者の方から確認、それからご説明をさせていただきたいと思います。

(総合司会・白石幹事)

まずお手元の17ページから、消費者基本法を入れさせていただいてます。先ほど基調報告でも触れさせていただきましたが、今後、今日のシンポではたびたび触れることになると思います。17ページ中程の第2条におきまして、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供されることが消費者の権利であるということが明記されております。

同じく消費者基本法のお手元20ページの17条で、国及び地方公共団体が消費者教育の推進のための施策を講ずるものということが明記されております。

続きまして、24ページ以下では、消費者基本計画を入れさせていただいております。消費者基本法を受けて定められた消費者基本計画においても消費者政策の重点の1つとして、学校や社会教育施設における消費者教育の推進が位置付けられております。

そして26ページをご覧いただきますと、消費者教育の推進体制の強化、消費者教育の担い手の強化及び機会の拡充、消費者教育の内容の充実、そしてリソースセンター機能の強化という4項目につきまして具体的な施策が掲げられています。この基本計画につきましては後で行われますパネルディスカッションの中で内閣府からご説明があるかと思います。

続きまして、31ページ以下では、消費者行政推進基本計画を入れさせていただいております。そのうち35ページをご覧いただきますと、先ほど基調報告でも触れさせていただきました「消費者市民社会」、これは本日のキーワードになってくるかと思いますが、「消費者市民社会」についてその注釈において、「個人が、消費者としての役割において、社会倫理問題、多様性、社会情勢、将来世代の状況等を考慮することによって、社会の発展と改善に積極的に参加する社会を意味しており、生活者や消費者が主役となる社会そのものと考えられる。」というような注釈があります。

続きまして、37ページ、資料6といたしまして、消費者庁創設後の消費者行政のイメージというのを入れさせていただきました。消費者庁関連3法案、国会に提出されているものについて、消費者教育がどのように位置付けられるのか、パネルディスカッションにお

いて内閣府から説明していただきたいと思っております。

続いて、38 ページからは、国民生活白書（2008 年度版）の抜粋を入れさせていただいてます。この「第 3 節 我が国の消費者力」におきまして消費者教育の現状が報告されております。例えば、先ほどの基調報告でもありましたと、52 ページにおきましては、下の方に、10 代後半、20 代の年令層では学習指導要領に消費者教育が位置付けられた層に当たつてあり、そもそも 100% の人が消費者教育を受けたと答えていてもおかしくないにもかかわらず、前述のとおり、それぞれ 45.3%, 24.8% しか消費者教育を受けたと認識していない。つまり、今までの消費者教育が何を目指し、何の役に立つかを明確にすることはできず、印象に残らない状況となっており、その教育方法についても検討が必要なことを物語っていると指摘されております。これにつきましても後のパネルディスカッションで内閣府の方からご説明をいただきたいと思っております。

（総合司会・鈴木委員）

続きまして資料 8、通し番号の 62 ページ以下ですね、これは弁護士会が発しております意見書がいくつか続いております。消費者問題対策委員会では消費者教育の重要性に鑑みまして、関連諸機関とどのように連携していったらいいか、あるいは弁護士会がその中でどのように役割を果たしたらいいか、こういったことを検討してきました。62 ページの意見書は、平成 15 年の国生審の最終報告、それからこれを受けての消費者保護基本法の改正、こういった状況の下に作成されてものでございます。

「意見の趣旨」にございますけれども、消費者教育を受ける権利が最も重要な権利であるとの確認ですか、あるいは消費者の自己責任が強調されることの内容に注意されるべきこと、学校教育、社会人に対しての消費者教育の充実化などが述べられているところでございます。

それから資料 9 ですけれども、通し番号 74 ページになります。これは 2007 年の学習指導要領の改訂に当たって消費者教育の充実を求める意見書でございます。この当時改訂される学習指導要領におきまして、国語、数学、外国語などの基礎科目、これの強化がうたわれていたところでございますけれども、真に現代社会を生き抜く力、消費者トラブルに巻き込まれないようにするための消費者教育が重要であるという観点から、中学校の社会科、技術・家庭科、それから高等学校の公民科、家庭科等におきまして、契約についての理解、あるいは、単なる抽象論ではなくて、現実に社会において起こります消費者トラブルなどを題材にして教育が行われるべきこと、こういったことを述べた意見書でございます。

続きまして資料 10 でございますけれども、通し番号の 81 ページになります。これは昨年 3 月に、中学校学習指導要領案に対して消費者教育を充実させる観点から意見を述べたものでございまして、やはり「『生きる力』をはぐくむ」という基本理念の下に、授業時間数もきちんと確保すべきこと、それから同じく家庭分野、公民分野においてどのようなことを検討したらしいかという意見を述べさせていただいたものでございます。

それから資料 11、通し番号の 88 ページになりますが、これはつい先々月ですね、高等学校学習指導要領に関しまして消費者教育の充実を求める意見ということで述べたものでございます。これは先ほどの中学校の学習指導要領案のものとベースとしては同じ考え方には

基づいております。

それから資料 13 でございますけれども、通し番号 102 ページになります。ちょっと時期が前後してしまいますけれども、1993 年、15 年以上前になりますけれども、消費者教育に対する弁護士会の役割、学校教育を中心として意見を述べたものでございます。ここでは、弁護士はどうしても消費者事件、社会で起きる事件解決について中心的な役割ということありますけれども、どうしても解決しても後から似たような事件が起きる。こういったジレンマを感じるところでございますけれども、弁護士の活動としてそういう被害の後追いの救済対策でいいのかどうかという問題意識でございますけれども、弁護士は当然教育の専門家でないんですけれども、門外漢として単にこれを傍観してるだけではよくないのではないかということで、この当時、1992 年（平成 4 年）にアメリカの消費者教育の実情を視察するなどした成果も踏まえまして、消費者教育に関して民主的な教育づくりに関与できるのではないかということで、弁護士会の各単位会の役割ですとか、あるいは文部省との関係、あるいは消費者教育支援センターとの協力、こういったものについて述べたものでございます。

今までものが弁護士会の意見書でございますが、資料 14 からは、引き続き行われます日本女子大学の細川先生の講演の資料、それからリレー報告で各報告者の方々からお願ひする資料、それからさらにパネルディスカッションの内閣府の方々、文部科学省、それから横浜国立大学の西村先生からご提供いただいている資料でございます。これについては私どもから説明するよりも各先生方のところで詳細なご説明があると思いますので、そちらでお願いしたいと思います。

最後、資料 25 が今回のシンポジウム実行委員の名簿でございます。

講演

「消費者教育推進に今何が必要か」

～消費者政策における消費者教育の位置付けを考える～

細川幸一氏（日本女子大学家政学部 准教授）

（総合司会・鈴木委員）

「消費者教育推進に今何が必要か」～消費者行政における消費者教育の位置付けを考える～というテーマで、日本女子大学家政学部准教授の細川幸一様からご講演をお願いいたします。

（細川幸一 日本女子大学家政学部准教授）

まず初めに、日弁連がこういう消費者教育に関して非常に关心を持たれていて、こういう活動をされていることに私は高い評価と敬意を表したいと思います。何で日弁連、弁護士の人が消費者教育をやるんだろうと思う方もあると思いますし、私も初め何でかと思ったんですね。考えてみれば、弁護士という職業はトラブルがあるから仕事があるわけです。その方たちがトラブルがない社会をつくろうというのだから、これは非常にすばらしいことで、今回もそうですけれども、この間のいろんな準備をし、また、皆さん本当に資料を作ったりコピーしたりとか、そういうやりたがらない仕事もやられているという、そういう

う日弁連、あるいは事務局の皆さんのお姿を見て、私は本当に理想的な市民像、社会を構成する市民の責務というか役割というものを本当に見事に果たされているなあというのを日頃感じております。そういう意味でまず、こういった機会を設けていただきて、しかも、毎回ここですばらしいと思うのは、資料がすごく充実してますよね。これも本当に皆さん、コピーとか作られてて大変だと思います。そこに敬意を表したいと思います。

今日、私に与えられている課題は、「消費者教育推進に今何が必要か」ということですけれども、少し広く消費者政策の中で消費者教育というのがどういう位置付けがあるのかという、消費者教育そのもののカリキュラムとかというのにフォーカスを当てるのではなくて、消費者法体系の中での消費者教育という、そんな視点でお話をさせていただければと思います。

まず、資料は 122 ページから 123 ページにレジュメが作ってありますけれども、消費者政策の手法というのは行政の役割が一般的には中心になりますけれども、1つは強者、消費者から見れば強い立場にある企業の活動を規制する、その規制行政というものと、これはいわゆる業法、建設業法とか何々業法という形での法律が多いので、こういう規制法のことを業法という言い方をしますけれども、その業法を所管する主務官庁、それぞれの官庁が担ってきたと。

もう一方は、企業に対して弱い立場にある消費者を手助けしてあげましょうということで、支援行政ということで、規制行政と支援行政という言い方をします。そしてその支援行政の方は、国民生活センターとか消費生活センターといった企業に対しての規制権限は持たない行政によって消費者教育だと情報の提供だとか、あるいは苦情処理という形で進められてきました。要約的にいうと、規制行政の方はいろいろ今批判されてて、だからこそ消費者庁構想もあるわけですけれども、規制行政というのは産業振興や保護を主目的とする業法の中で、それにプラスして消費者の権益も保護するという形での規制行政ですね。ちょっと辛口なことを言いますと、権限はあるけど理念がない規制行政と、理念は持ってるけれども権限は持たない国民生活センターや消費生活センターの支援行政という二元的行政が日本の消費者行政の特徴ではなかったかと思います。

そしてその特徴をとらえると、規制行政の問題点としては、まず第 1 には、消費生活センターの権益を守ることを主とした法律が十分でないと。あと、各省庁の職員に消費生活センターの権益を徹底的に守ろうという意識がない。3 番目に、これはよく言われますけれども、縦割り行政の中で何か落っこちてしまう隙間があったり、あるいは各省庁の権限がラップしてしまって、かえってお見合いになってしまって、どこも主導権を握らないというような形になってしまっている。

そして規制行政も許認可方の事前規制が中心でしたけれども、非常に違反行為に対する制裁機能というのが不十分なために、事業者のやり得、不当行為のやり得というのを許す結果になってしまっているということですね。ただ、公正取引委員会はそういう事前規制ではなくて、市場監視型の事後規制を行ってますけれども、ご承知のように、公取の消費者保護の役割というとほぼ景表法による景品と表示の規制のみで、余り重要な役割を果たしてこなかったということになります。

それと支援行政の問題としては、日本の行政庁というのは基本的に民事救済に行政権限

は行使しないという原則があります。だからこそ規制行政と支援行政というふうに分かれていって、支援行政の方だけが国センとか消費生活センターが非公式な斡旋による被害救済を行政サービスとして行ってきた。それゆえに救済が不十分であり、また、苦情を申し出ない被害者の救済は皆無であるということです。これはちょっと当たり前だと思われる方もあると思いますけれども、消費生活センター等に申し出る人というのは非常に少ないわけですよね。そうすると申し出のない人たちの救済というのは全く考えてないということになります。

それと消費者保護は内閣府の所掌、消費者教育でいえば教育は文部科学省の所管するために、学校を中心とした消費者教育というのは両官庁の共管事項となっておりますけれども、連携がうまくいかない、あるいは消費者教育が学校の現場で浸透していないという問題を指摘できるんじゃないかなと思います。これが消費者政策という枠組で見た消費者教育の問題点ということになります。

そこで2番目が「消費者支援法制」としての消費者教育法制の重要性ということですけれども、規制行政の方は基本的には事業者の活動は自由にしておいて、それが公共の福祉に反するとか、正義の実現のために問題であるというときに初めてそれはどこかの省庁に法律を作つて権限を与えて、施行するという形になるわけですね。それゆえに非常にシビアな法的な解釈というものが問われるということで、この規制行政分野は行政法関連の問題として実務的にも学問的にもいろいろ検証はされてきました。いろいろまだ穴があつたり問題はありますけれども、法的な意味での関心というのは高かったわけですね。一方、消費者を助けようというそういう方は、例えば消費生活センターによる紛争解決機能ですね、あるいは消費者教育とか消費者啓発ということを行つてはいるわけですが、これを法的な権利義務関係、法的な枠組としてそれをとらえるというような研究というのは私は十分ではなかったように思います。

すなわち、消費者法制とかというと、事業者の規制とかそちらの方に焦点が当てられてきましたけれども、いわゆる消費者を支援する政策を法的に確立するという視点、いわゆる消費者支援法制という枠組で消費者教育法制というものを理解するという、そういうことは余り行われてこなかつたのではないかと思います。例えば『法律時報』という本がございますけれども、法律家の方は皆さん見てる本ですけれども、その毎年12月号に「学会回顧」というのがあるんですね。それでいろんな法律分野についてのその1年間の学問的な成果というものを紹介する欄があるんですけれども、消費者法というのが10年ぐらい前に出来ましたけれども、その中で教育関係のことが取り上げられることはほとんどない。一方で教育法という紹介するコーナーがまた「学会回顧」の中にあるんですけれども、教育法の中で消費者関連の法律が紹介されることもないということで、ちょっと調べて見ましたけれども、ほとんど支援法制としての、まさに消費者教育法制なんていう概念を言う人すらないという、そういう状況でありますので、こういったものの理解というものが必要じゃないかと思います。

そういう意味で自民党の消費者問題調査会の中に「消費者教育に関するワーキングチーム」が設置されたのはご承知のとおりだと思いますけれども、仮称ですが、消費者教育推進法制定の動きが出てきたということは、まさに消費者支援施策を行政サービスとして

恩恵的に行うのではなくて、やはり消費者の権利に立脚した消費者教育などのための消費者支援法制として消費者教育関連の法制を位置付けて発展させていく、進展させていく、私は絶好の機会でではないかなと思います。そういう支援法制の枠組を定めるという形での消費者教育推進法というものを私は期待したいと思っています。

3番目に消費者教育推進のための方策ということでいくつか考えられるものを挙げてみました。消費者が健全な経済主体として自立できるようにするということは、その人の権利を守る、利益を守るということだけではなくて、健全な経済社会をつくるための不可欠な要素だと思います。消費者が愚かである限り健全な経済秩序というのは出来ないと思いますので、そういう意味でいえば、今、あまり経済状況も良くないですけれども、健全な市場の発展という意味においても政府が消費者教育に本腰を上げて取り組むべきときに来ているのではないかと思います。

なぜならば、消費者教育によって消費者個人が賢くなれば、それは違法行為者を市場から撤退させて、健全な事業者のビジネスチャンスを拡大することになるからだと思います。この視点がないと、どうも消費者教育というのは弱者救済とか、何か愚かな人のために税金を使うとかいうふうな形でどうしても取られやすい。そうではないんだということを強調すべきじゃないかなと思います。

ただ、重要なことは、これが消費者教育がなかなかうまくいかない理由でもあると思いますけれども、消費者問題自体が絶えず時代とともに変化をしているということですね。そしてその発生領域が広範囲ありますから、絶えずその教育内容の変更とか検証を余儀なくされるということですね。これが1番の特徴だと思います。

そこで消費者教育にとって必要なことというものをステップ1から5というふうに書いてみました。

必ずしもこのステップごとに進んでいくのではなくて、並行的に必要な部分もあると思いますけれども、まずは消費者の権利侵害の実態の把握。問題の把握から入らなければ対処療法等も見つからないということだと思いますので、この実態把握ですね。

そして次に、侵害された権利の回復、あるいは被害未然防止のための啓発だと情報提供のあり方の検証ということ。

そして、学校教育および成人教育におけるカリキュラムの検討ということですね。

そして4つ目には、現場での消費者教育を実施する先生、教師の支援とか、先生が使う教材の開発ということも必要になるでしょう。

そしてまたこうフィードバックして、その消費者教育の効果測定と分析結果をもとにした制度改善であるとか、そのための研究というものが必要になってくるんではないかと思います。

今、消費者庁構想が出て、ちょうど民主党も12日に大綱案として消費者権利法案を出し、17日の衆議院本会議でその論戦が始まるということありますけれども、消費者庁構想の中では今のところ消費者教育の位置付けというものは余り明かではありません。「消費者行政推進基本計画」の中では、「新組織が満たすべき6原則」というものが書いてありますけれども、その原則2の中で「消費者・生活者がメリットを十分実感できる」、その原則の中で「消費者教育や啓発に関わる地方支援、専門家の育成、国際的な連携などに

取り組む」と述べられているにすぎないんですね。

そして消費者庁の組織図案、今日の資料の中にも入っていると思いますけれども、そこでも消費者教育や啓発を行う先端部門というものは今のところ見受けられないということです。私は、せっかく消費者庁を設立するのであれば、やはり1つ大きな消費者教育啓発というものを大きな柱にすべきではないかなと思います。ですから、例えば「消費者教育局」というような組織を設けて、やはり消費者庁という新組織の総定員数の1割から2割程度の人員を配置するぐらいの組織を作ってもいいのではないかと思います。その際、国民生活センターの普及啓発部門や、あるいは消費者教育支援センターの統合というようなことも考えられるでしょうし、さらには各自治体の教育委員会と連動する形での自治体レベルでの消費者教育関連組織の設置も必要ではないかなと思います。

実は国民生活センターが相模原に商品テスト研修施設を持っているのはご存じだと思いますけれども、そこは非常に広大な敷地を持っていて、研修生用に75の部屋があります。なぜあんなに充実しているかというと、実はあの構想の当時は消費者大学校をつくるという構想があったんですね。ところがあまり政府全体で理解が得られないということで、いろいろ問題もあって出来なかつたということです。あるいは、これはご承知の方も多いと思いますけれども、消費科学連合会という消費者団体があります。主婦連から分かれた組織ですけれども、あれは初めは、消費科学大学というのをつくろうとして作った組織なわけですね。ところが当時、お金の面とかいろいろあったのかと思しますけれども、文部省が消費科学なんていう学問概念はないんだと言って、全然許認可の方向に行かなかつたというような話も聞きましたけれども、まさに30年前、40年前になってきたことをまたもう1回今、改めて問われているのかなというふうに私は思います。

そういう経緯の中で、消費者教育推進法が出来るのであれば、こういうことに留意してほしいという私の考えをここに3点ばかり書いてあります。

1つは、当然消費者の権利としての消費者教育を受ける権利、これに基づいて消費者教育がなされるということになると思いますけれども、この現在ある消費者基本法における消費者の権利規定というのは非常に曖昧なものです。時間の関係でお示ししませんけれども、第2条、理念規定を読んでいただければわかると思いますけれども、何か文言上言葉の中に入れ込んじゃったというだけで、権利として宣言しているという形になつてないんですね。それではやはり大元がしっかりしてないと、それをもとにして権利を守るために建物をつくりましょう、法律を作りましょうというのだから、そのもとがしっかりしてないとやっぱり揺らいできてしまうと思うんですね。これはどうしても権利規定としては弱いので、ここを考えていきたいと思います。基本法2条の改正や、あるいは消費者安全法、今、消費者庁設置のために提出されている3法案の1つですけれども、それと消費者教育推進法というものの一本化というのも検討されるべきではないかなと思います。私は個人的には消費者教育だけじゃなくて、消費者取引法というような包括的な消費者法を作るべきだというのが私の考え方です。消費者契約法とか、あるいは消費者基本法があり、あるいはいろんな業法があり、その中にクーリングオフ規定があるという形になつてしまつますけれども、包括的な消費者取引法というものを作るべきだというのが私の考えです。

2番目に、やはりどうしてもこういった理念とか理想、枠組を決める法律というのはどうも日本では基本法という形で決着させるケースが非常に多いです。消費者基本法もそうですし、いろんなもので基本法というものが付いてますよね。今、30以上ありますけれども、これは政策とか施策の基本方針を明示したものであって、いろんな法律がそれに誘導されて出来ていくというものを期待するというそういう法律ですけれども、その反面、国民の権利義務関係に影響を及ぼすような規定というのは設けられない。それゆえに訓示規定とかプログラム規定というような形で言われることが多いです。やはり私は推進法というのではなく、国などの消費者教育推進の義務を明確にして、そのための行政組織規定とか予算措置、あるいは教育関係機関への勧告権など、具体的な法律事項を盛り込んだ法律にしないと良くないんじゃないかなというのが今までの基本法に流れていく歴史を見て感じるところです。

3つ目は、先ほど述べたステップ1から5までの作業を貫徹できる体制整備を推進法は定める必要があるのではないかと思います。例えば日本消費者協会が消費者力検定試験というものを実施してますけれども、これを全国の教育現場で実施するような体制を整備して、消費者の能力というものの現状把握、そこから入らなければ、その後のプログラムの開発も何もないと思いますので、その把握が必要ではないかと思います。一番初めにお話ししましたけれども、やっぱり他の教科と違って消費者教育分野というのは定型的、固定的教育内容では不十分で、また、単に知識教育だけでは済まされないということですね。やはり人間というのは基本的には急げ者じゃないかなと思います。よく必要な人に情報が届かないという言い方をしますけれども、必要な人に届いているだけでもまた不十分なんですね。必要な人が必要としてるときに届かないとこれもまた使わないという、非常に人間というのは急げ者ですよね。チラシとかがあって、必要じゃないときは全然目が行かない。本当に必要なときにその情報がその人に入るという、そういうものでなければなりませんし、それを活用できるものでなければならない。だから、教科書に入れたからというような単に知識教育的な形にしていてはだめだということになります。それゆえにカリキュラムの検討ですね、あるいは授業や教材の工夫のための調査研究も不可欠でありますし、教える側である教員の養成や支援も拡充する必要があるんではないかと思います。

ただ、1つ私、最後に書いてありますけれども、最近どうも「自立した消費者」の育成だとか、あるいは「消費者市民」という言葉、何かそのイメージというのは、他人に迷惑かけず、自分で物事を考え、自分で自分の問題は解決するという、まさに市民の象というものが浮かぶわけですけれども、例えば振り込め詐欺の防止週間があって、警察官がそこに立ってて、あなた今振り込むのは振り込め詐欺じゃないですかとアドバイスしたにもかかわらず払っちゃう人がいる。これはどう考えるんでしょうかねえ。私は消費者教育で想定する消費者像というか人間像というのが根本的に揺らいでいると思いますし、だからといってすべてそういう人たちではないと思いますけれども、やはり私は消費者の階層化というのが進んでいるんじゃないかなと思います。消費者をただ消費者としてとらえるだけではなくて、例えば高齢消費者とか、あるいは障害を持った人を狙い撃ちにするような悪徳商法までありますよね。判断不十分消費者というんでしょうか、情報が不十分な消費者とか、いろんな概念はあると思いますけれども、やはり消費者をただ消費者として括るこ

とができないというのが現代社会の特徴だと思いますので、そういうときに自立した消費者という像、市民像というものを描くだけでそこでの自立とかといつていわゆる行政が規制行政とか、本当に手取り足取り救済してあげるというものから徹底的に手を引いていくというような流れというものはやはりこれは注意する必要があるんじゃないかなと思います。

商品やサービスの仕組みが高度複雑化して、ブラックボックス化している現代社会において、消費者の自立とか自己責任の名においてその選択の結果の責任を私は消費者個人のみに押しつけることは許されないのではないかなと思います。もちろんそのバランスとかあり方というのは非常に難しいものがありますけれども、そこでのきめの細かい、あるいはその消費者の置かれた立場によっていろんな形での消費者支援というものがあつてしかるべきではないかと思います。ちょうど私、何ヵ月か前にＮＨＫが黒澤明の映画の特集をやってまして、「七人の侍」という映画を皆さんご存じだと思いますけれども、「七人の侍」はどのようにして生まれたかというＢＳ放送をやってたんですけれども、ご覧になつた方おられますか。あれは非常に私は、生活者問題、消費者問題を考えるときに重大なヒントがあるなと感じたんですけれども、黒澤明は「七人の侍」で何を作りたかったかというと、ヒーローのいない時代劇を作りたかったというんですね。上杉謙信だとかそういう時代のヒーローが登場する映画がほとんどだったところにヒーローのいない映画、すなわち、なんか「武士の一日」というようなタイトルで映画を作りたかったというんですね。ところが本当に脚本家が困ってしまった。なぜかというと、ヒーローとか戦争物はいろんな記録が残ってるけれども、戦国時代に庶民とか人々はどう暮らしていたかという、そういう資料とか研究が全然ないというんですよ。我々はいつから三食食事をとするようになったか、それもわからないというんですね。そこでどうも1回お手上げになって、その「侍の一日」という構想はだめになりそうだったというんですね。ところが黒澤明はそれでも諦めないで、一体浪人というのはどうやって飯を食ってたんだろうといったときに、また資料を探ってきて、それで見つけてきたのがどうも、野武士から農民を守って、それで農民からお米とかもらって食わせてもらったそういう武士がいるという話を聞いて、ああこれだといって、それでの「七人の侍」という話になったというんですね。あれを聞いて、いかに生活者の視点、消費者の視点というものの研究が乏しいかということを象徴しているんじゃないかなと思います。それには1つ理由があって、今までの人類というのはやはり略奪とか戦争によって富を得てきたわけですね。そしてもう本当にこうやって平和な豊かな社会がこんなに長く続くというのは人類の中で第二次世界大戦以降初めてのことじゃないかと思います。だけれども、人間の欲望とか欲求というのは変わらないですから、戦争とか略奪はしなくなったけれども、基本的な人間の儲けたいとかという気持ちは変わらないわけだから、それを合法的な生産と消費という中に潜り込ませて、合法という衣を着て悪徳業者というのはいろいろ悪さして人から略奪したりするわけですね。しかし、それはいわゆる売買とかそういう形をとってるがゆえに、かえって巧妙になってしまっている。そういう社会が現代社会だという視点に立てば、やはりそういう中での規制行政も必要ですし、そこでの生活者とか消費者の視点で社会を見つめ、そこでの行政のあり方とか、あるいは市民教育、消費者教育というあり方が今非常に問われてて、しかも、今

まではそんなものを問われた時代はなかった、経験がなかったわけですね。研究成果もなかったという時代だと思いますので、そこでの生活者、消費者の視点での政策というのは、これは消費者教育だけではない重要なことで、初めて自民党が消費者庁をつくり、消費者庁案というものを出し、その実現が図られようとしていると、私はそういう文脈で今の状況というのは理解しております。

消費者教育が少し消費者庁構想の中でこぼれてしまって、そこの中で乗ってきてない。是非ここで挽回して消費者教育というものを大きな柱なんだということを広く社会に訴えて、消費者教育が十分になされる形で実現されればいいなと思っております。これで話を終わらせていただきます。どうもありがとうございました。

リレー報告

(総合司会・白石幹事)

ありがとうございました。続きましてリレー報告に入らせていただきます。リレー報告では、消費者教育に関与されている各界の8名の方々に取組み報告や消費者教育の推進へ向けた思いなどをお話しitただきたいと思っております。

では初めに、財団法人消費者教育支援センター主任研究員でいらっしゃいます柿野成美様よりご報告いただきます。よろしくお願ひいたします。

(柿野成美 財団法人消費者教育支援センター主任研究員)

皆さんこんにちは。消費者教育支援センターの柿野と申します。リレー報告のトップバッターということで僭越ながらご報告をさせていただきます。

私の方からはレジュメの資料をお手元の125ページからございますが、これに限らず広くお話をさせていただきたいと思っております。まず消費者教育支援センターは皆様ご存じでいてくださるかと思いますが、我が国における消費者教育を恒常的、総合的に推進するために、平成2年に経済企画庁、文部科学省の共管法人ということで設立された団体でございます。設立当初は産業界からの全面的なバックアップがございました、賛助会員119社、当時の会費にしますと9520万円という金額でございますが、予算的にも消費者教育推進にある程度必要な経費を賄うことができたという状況にございました。現在、皆様もご承知のとおり、非常に景気も悪くなり、賛助会員数が大幅に減少し、21社、1680万円(平成21年3月現在)ということで、財団を運営していくのが困難な状況にあるということをお考えいただければ有り難いと思います。

そのような状況の中でも生涯学習の視点で幅広く消費者教育を推進することを行っておりますけれども、中でも学校教育における消費者教育の推進ということを中心的なテーマとして掲げてまいりました。お手元の125ページからの資料は、昨年10月に自民党の消費者問題調査会の第2回ワーキングチームで私たちの活動についてご報告をさせていただいた資料でございます。

消費者教育支援センターが実施する学校教育に対する支援事業といたしましては、125ページの下にございますように、まず第1に教材や指導方法を開発するということ。第2に教員対象の研修会を実施する、あるいは研修会に私たちが講師として全国に出向いて行く

ということ。第3に実践を促進するために教員に対して助成金を授与する。それから第4に企業や行政機関が作成した教材を表彰し、広めるという活動がございます。さらにこれらのことを行ふことを私どもの機関誌「消費者教育研究」やホームページを通じて情報提供を行うということが大きな柱になっております。その具体的な内容につきましては、本日は時間の関係でご報告は控えさせていただきますけれども、126ページ、127ページ、128ページに書かせていただきました。

学校における消費者教育を推進していく上での問題点ということ、129ページの上に問題点を4つに分けて書かせていただきました。

まず第1といたしまして、学習内容の問題として、教科横断的に実施されているということで、個々の児童・生徒の発達ということからみると、系統立てて必要な知識や能力を身に付けることが難しいのではないかということを常日頃感じております。また、消費者教育＝悪質商法の被害対策ととらえられることが多く、消費者市民教育としてはまだまだ不十分だと感じております。

また(2)といたしまして、実施上の問題としては消費者教育を実施する時間を十分に確保できないとか、学校現場で次々に新しい食育だとか環境だとかという教育というようなものが実施を要請されており、消費者教育をその1つだと考える先生方にはまたもう1つ新しいのが増えたのかということでハードルが高いともよく感じております。

また(3)といたしましては、教員の資質向上に関する問題ということで、教員養成段階で消費者教育を十分に学んでいないのではないかということや、再研修の段階でも教育に消費者教育を学ぶ機会が十分に提供されていないというようなことがございます。

そして最後に(4)ですけれども、推進体制の問題といたしまして、地域における消費者教育推進の核となるはずの消費生活センターが十分に機能していないということ。それから教育委員会との連携に非常に困難を感じている自治体も多い。それから最後に、私どもが専門機関として活動を行っていますが、位置付けが明確ではなくて、予算も限られているために活動に限界があるということが大きな点でございます。

今日のシンポジウムでは消費者教育推進法にどのような内容を盛り込んだらいいかということでお話をするようにと言われました。皆様もご覧になっているかと思いますが、平成19年度に内閣府から出されております「消費者教育の総合的推進方策に関する調査研究」という報告書がございまして、その中でかなり具体的にどう言った内容を盛り込んだらいいかということが記載されております。この報告書はWebサイトからもご覧いただけるかと思います。このプロジェクトに私も関わらせていただきまして、この中に10の提案と、さらに地方公共団体に対する10の提案というものが書かれています。この報告書に関わらせていただいている中で私が非常に感じたことは、先ほど細川先生のお話にもありましたけれども、まず消費者を対象とした継続的な調査というものが大切だと感じております。

能力検定を活用するという方法も1つでしょうし、知識レベルだけではなく、行動にどういう変容が見られたかというような視点で効果の検証を推進法の中で一緒に盛り込んでいただきたいというのが1点でございます。

それから現場と最も近い位置にある地方公共団体への国の支援ということを明確にうたっていただきたいということが2点目でございます。私ども、地方公共団体に行かせて

ただくことが多いのですが、その中で雑談的に、うちはどうでしょうかという話がよく出ます。地方の担当者は1人あるいは2人で担当されていて、他の自治体がどういう消費者教育の施策をやっているかよくわかっていないのが現状でございます。（財）消費者教育支援センターの職員はいろいろなところに行ってから、他の自治体と比較してうちはどうでしょうかというアドバイスをよく求められます。そういう方公共団体の横のネットワークを十分に作っていくということが大事だと思っています。

非常に駆け足で早口で恐縮でございました。消費者教育支援センターは非常に微力ではございますけれども、20年近い消費者教育の蓄積がございます。是非今後もご活用いただければ有り難いと思います。ありがとうございました。

（総合司会・鈴木委員）

ありがとうございました。続きまして、金融広報中央委員会事務局金融教育プラザ企画役の岡崎竜子様よりお話をいただきたいと思います。どうぞよろしくお願ひいたします。

（岡崎竜子 金融広報中央委員会事務局金融教育プラザ企画役）

皆様こんにちは。ただいまご紹介いただきました金融広報中央委員会 岡崎竜子と申します。金融広報中央委員会と申しましてもご存じない皆様もいらっしゃるかもしれません、昭和27年に設立され、中立公正な立場から政府、日本銀行、都道府県金融広報委員会や地方自治体、民間の団体と連携して、金融経済情報の提供、金融経済学習の支援を行っている団体でございます。現在、都内の地下鉄などに「知るばると」という黄緑色の広告を出してあります。窓口上広告で、中学生のイラストが大きく載っているものなのですけれども、ご覧いただいた方もあるかもしれません。なかなか知名度が向上しませんので、愛称として「知るばると」というのを定めまして、広報活動にも取り組んでおります。本日は貴重な機会をいただきましてありがとうございます。

金融広報中央委員会では、消費者教育を含むお金に関する教育を金融教育として推進しております。消費者教育は消費生活におけるトラブルを未然に防止したり、万一对立に見舞われた場合の対処方法を身に付けるためにも必要であり、政府、地方自治体のほか、民間の様々な主体が連携してこれを推進することは喫緊の課題だと思います。

また、消費者教育の対象年令層については、次世代を担うだけでなく、子どもも消費者といわれますように、現時点において既に消費者としてトラブルに直面する可能性のある子どもたちにとっても消費者教育を受けることは非常に重要であり、学校において児童・生徒の発達段階にあった消費者教育が体系的に行われることは必要不可欠だと思います。当委員会では、消費者教育と共に領域を多く持つ金融教育を推進するに当たりまして、金融や経済の自由化に伴い手段を尽くしてこれを推進することが緊急の国民的課題となつているととらえています。このためその推進に取り組む主体としては、官民を問わずあらゆる関係主体がそれぞれの特性に合った機能を發揮し、相互に連携しながら相乗効果を上げつつ取り組んでいくことが望ましいと考えてまいりました。

金融教育や金融知識の普及について具体的に申し上げれば、国や地方自治体、関係機関のほか、金融経済団体や消費者団体、NPOなどがその主要な推進主体でありまして、金

融広報中央委員会及び、47 すべての都道府県にございます都道府県金融広報委員会としては、これらの主体の連携のネットワークの要として機能することを目指しつつ活動を推進しております。

本日のテーマでございます消費者教育推進法につきましては、同法の成立によりましてこれまで以上に積極的かつ具体的に消費者教育の推進が図られることは非常に望ましいことであり、金融教育と消費者教育の双方を推進する私ども金融広報中央委員会といたしましてもその成立に大いに期待をさせていただいているところです。

ちなみに先ほど柿野様も言及されました内閣府の「消費者教育の総合的推進方策に関する調査・研究報告書」でございますが、昨年3月に内閣府がとりまとめられまして発表されたものですが、こちらにおいて金融広報中央委員会の実践事例集や教材、あるいは都道府県金融広報委員会の取組みは地方自治体が最も頻繁に参照してくださっている消費者教育関連情報であるとの結果となっております。

私どもといたしましては、今度も消費者教育を含む金融教育に微力を尽くしてまいります。そこでございますので、消費者教育推進法の成立を目指してご尽力いただく皆様におかれましてはこの点につきましてのご理解を賜れましたら大変有り難く存じます。引き続き今後ともどうぞよろしくお願ひいたします。ありがとうございました。

(総合司会・白石幹事)

ありがとうございました。続いて、日本司法書士会連合会法教育推進委員会委員長の伊見真希様よりご報告をお願いいたします。

すみません、パワーポイントの準備をさせていただきますので少々お待ちください。

(伊見真希 日本司法書士会連合会法教育推進委員会委員長)

どうもありがとうございました。日本司法書士会連合会法教育推進委員会委員長をしております伊見真希と申します。お手元の資料の 130 ページ以降が私たちの取組みと消費者教育推進のための提言までは書いておりませんけれども、について書かせていただいた資料でございます。前の画面に「青少年のための法律講座」というのが映し出されておりますが、これは後ほどご報告いたしますが、当連合会の取組みの 1 つとして作った教材の 1 つでございます。これを背景としてご覧いただきながら私たちの取組みについてと今後の課題についてお話をさせていただきたいと思っております。

日本司法書士会連合会は全国 50 の司法書士会、1 万 9000 人の司法書士からなる団体です。私たちがこれまで何を目指して、どのようにこういった教育活動を実施し、そしてあるいは、全体としてそれを推進しようとしてきたかということをご説明しまして、その中から見えてきた課題、もう少し踏み込んで言いますと、私たちだけではなし得ない限界の部分というところをご説明をした上で、今後政策として消費者教育を推進していくための皆さんのが拾い上げていただく 1 つや 2 つ素材が提供できればということで今日はお話をさせていただくなつもりであります。

資料の 132 ページをご覧ください。全国の司法書士会が 50 ありますと今申し上げましたが、毎年どの程度消費者教育について講師派遣を行っているかというアンケートを採って

あります。これは平成 19 年度の統計ということになっておりまして、一番右上のところに、50 司法書士会のうち 40 の会で実施しているということと、それと、全部で 561 件の講師派遣をしたという数字が出ております。実際どのような形式で行われているものが多いかと申しますと、1 番目、アンケート項目の講師人数というところと、2 番目、法律教室の受講者数のあたりを見ていただければと思いますが、1 行に対して司法書士が講師として 1 名学校に出向き、その中で 100 名から 300 名というのが一番多く対象人数としてなってますけれども、大体 1 学年であるとか全校生徒を相手に 1 コマ大体 40 分とかそれぐらいお話をしても帰ってくるという、そういう形式で多く行われております。

で、138 ページをご覧いただきたいのですが、今日のこのシンポジウムのテーマにも結び付いてくると思うんですけれども、教育関係機関や消費生活センターさんとの協力・連携がありますかということも毎年アンケートで採っております。その中で「無し」というのが約 73% ということになっております。これは次のページ以降に書かれてます各界から寄せられた課題の中にも教育機関との連携、消費者教育の重要性の周知ということを是非図ってほしいという意見に現れてますとおり、求めてはありますけれども、なかなか地域での関係機関との連携・周知というものがなされていないということがここから見て取れるのではないかと思います。

私どもの取組みにお話を戻させていただきまして、レジュメであります 130 ページをご覧ください。司法書士の講師派遣をさらに推進し、全国各地で遍く消費者教育が実施されることを目指してこのような活動を実施しております。今ご紹介いたしました全国での取組み状況のアンケートの実施、そして講師となります司法書士の養成です。それと教材の作成ということを行っております。今日、前にお示ししますのがその教材のうちの 1 つでございまして、下にタグが付いてまして、頭から最後まで全部やらなくとも、例えば 30 分の授業であれば、最初のこの「契約」というところと、次の「悪質商法」というところと、「多重債務」というところを選んでやるというようなことができる教材になってます。最初にここに「契約とは」というをお示ししましたけれども、私たちが行う消費者教育の講座の中でまずこの「契約の成立」という部分、ここは外してはいけないだろうということを考えまして、一番最初のタグにこの「契約の成立」の部分を入れさせていただきました。ちょっと早送りで行きますとこんな感じになります。

というような形でそれぞれのテーマでこのような説明や簡単な動画を使った教材を作っています。時間の関係でお見せすることができませんけれども、これを作りました目的としては、今、1 万 9000 人司法書士がいると申し上げましたけれども、なかなか消費者教育に取り組むメンバーというのが増えない現状にあります。そこでこれぐらいの教材を作ればおおよそ司法書士であれば誰の前でもお話ができるだろうというところに照準を合わせたというところにポイントがございます。

このまま力チカチと進めながら話を次のところに進めさせていただきます。ここから先が消費者教育をさらに推進していくためにどのような方策があつたらいいかという部分に入っていくわけなんですけれども、先ほど申し上げましたとおり、各関係機関との連携周知がまだまだなされていないということが 1 つでございます。

それと、司法書士の講師の派遣ということに対する限界というのも正直申し上げて感

じております。1つは物理的な限界であります。日本全国各地で消費者教育をやろうと申しましても、なかなか地理的にアクセスが困難な地域もございまして、すべての教育機関、学校で教育を行うということは不可能に近いわけです。また、司法書士という外部の人間が講師として派遣され、学校で1度きり子どもたちと会ってお話をするとというのではなく状況の伝え方としては効率が悪いんだと思います。やはり教育の担い手として学校の教育現場の先生方が最終的に担っていただく。私たちがそのサポート役として働くという形が最終的に遍く消費者教育を行き渡らせるためには必要なことであろうと考えております。

そういう中で今回の消費者教育推進法というものが作られよう、作ろうとされている中で、いくつか私たちの経験を踏まえてご提言があるとするならば、やはり消費者教育を受ける権利というものが明記されるということが非常に大事なんだろうと思います。消費者教育を受ける権利となる以上は、今やってる消費者教育のように、受けられるか受けられないかということが偶然に委ねられてしまってはいけないということを意味するんだと思います。

そして、消費者教育の法律が国の責務として制定されることももちろん大事ですけれども、それよりもっと大事だと思われますのは、やはり各自治体ですね、地域地域で具体的に直接的に消費者教育を推進していくための方策というものが明記されていくこと、これがとても大事なんだろうと思います。今日こういった場所に立たせていただいているきっかけでもありました日弁連さんが声かけをしていただいてます消費者教育推進懇談会という定例的な会議がありますけれども、各機関、行政、民間、いろんな方々が集まって毎回意見を交換しております。こういった機会が各地域で立ち上がって、立場を超えて消費者教育を作り上げていく、といったコーディネートを各自治体がしていただける、そんなことが盛り込まれたらとても現場としてもやりやすいのかなと思っております。

大変雑ばくな説明となりましたけれども、以上が日本司法書士会連合会からの報告とさせていただきます。ありがとうございました。

（総合司会・鈴木委員）

伊見様ありがとうございました。続きまして、社団法人全国消費生活相談員協会相談員の須黒真寿美様よりお話をいただきたいと思います。よろしくお願ひいたします。

（須黒真寿美 全国消費生活相談員協会消費生活専門相談員）

今紹介していただきました全国消費生活相談員協会の須黒と申します。よろしくお願ひいたします。今日は活動報告の中から見えてくるいろいろな問題について、5分間ですので大急ぎでお話ししたいと思います。

まず、相談員協会の方では毎年このような（パワポ3ページ）消費者向けのブックレット等を作っております。今日はいくつか見本を持ってきました。できたてのはやほやで画面にはないのですが、小学生向けの『法を学ぼう・はじめの一歩 正義をさがそう』という書名で、この2月に出来たばかりのブックレットです。これは部分的にでも使いやすいような形になっておりますので、興味のある方は後ほど声を掛けてください。それから、それ以外に各地の消費生活センター等で配布されるパンフレット等（パワポ4ページ）も

作っております。これも見本を持ってきておりますので、興味のある方は声を掛けてください。

次にこれは（パワポ5ページ）「見守り新鮮情報」といいまして、国民生活センターのホームページの中にあるコーナーで情報提供をしております。ここに画面上出ておりますのは、今起きている被害の情報です。講座などで使いやすいようにプリントアウトできる形になっております。この「新鮮情報」の中には、これ以外に行政機関による事業者の処分情報ですとか、消費者問題の基礎知識として、クーリングオフですか契約について書いたコーナーですとか、啓発を行っておられる各地の相談員や団体の方に使っていただけますよう簡単なロールプレイの台本も出してあります。これもご活用いただけたとよいかと思います。

次に紹介しますのは、全国消費生活相談員協会で行なっております週末電話相談を、冊子の形にまとめたものです（パワポ6～7ページ）。週末電話相談の中からピックアップしました相談事例について、商法と法律的な解説をつけました。一般の消費者の方が見ててもわかりやすいように、手にとっていただきやすいようにかわいらしい形になっています。このようなものも作っています。

全国消費生活相談員協会の活動の一つに消費者向けの出前講座があります。平成19年度までは内閣府からの依託事業として全国に出前講座を行っておりました。昨年度20年度からは国民生活センターからの依託事業となりました。現在まだ集計が終わっておりませんので19年度の報告からお伝えします。（パワポ8ページ）申込口座数が2503件、事業者数が8万1519件。講座の特徴としてはここに書いてありますように、対象に合わせてオリジナルのプログラムを作っていくことです。それから市民講師の養成プログラムを作って講座を行なっております。この（パワポ9ページ）一番下に「若者市民講座」となっています。作表のミスで頭の「若者」は消してください。この割合が5%になってますが、これが市民講師養成の講座になっています。

出前講座の報告から、講座後に行なったアンケートにお答えいただいた中から部分的にピックアップをしました。これは（パワポ10ページ）若者向けの講座のアンケートです。いろいろなトラブルに出合ったときにどこかに相談をしたかという質問ですが、このような結果になっています。（パワポ11ページ）それから、問題意識がない・問題のある契約をしても不満がないとか、不満であっても泣き寝入りしたということが読み取れます。つぎに相談の相手です（パワポ12ページ）。これは当然ともいえますが、家族・親戚等に相談をするという人が最も多くなっています。しかし、今の若者の親世代は年齢的にいわゆる消費者教育を受けていない方々が多いと思われ、啓発の対象として若者の家族の方にも必要ではないかと考えます。

次に講座の内容への要望として、このようなことが挙げられています（パワポ13ページ）。これはまさにタイムリーな情報を持っていないと要望に応えることが難しいと思われます。

それから画面の一番上ですが（パワポ14）、これは一人の方のお答えで、全員の方がこういうふうに思っておられるわけではありませんが、「もう守ってもらう時代は終わった。自分たちがしっかりしなくちゃいけない」とあります。これは障害者の周囲の方から

のご意見です。それから一番下、出前講座を受けた感想として「定期的に受講しないと消費者問題に対応できない」というご意見です。以上のようなアンケート結果が出ております。

次に週末電話相談についてです。相談員協会では毎週土日、相談員が当番で週末に電話相談を受けています。このように（パワポ15）毎年相談件数は増えてあります。（パワポ16）この年代別統計ですが、今日はデータとして付けませんでしたが、国民生活センターのPIO-NETの統計は、もう少し年代の高いところに山があります。しかし、この週末電話相談では40～50代が多くなっています。週末の電話相談の場合、比較的若い方、平日に相談が出来ない方の相談が多いということがデータから読み取れます。それから、（パワポ17～18）このような年代層の特徴もあってか、いわゆる役務の部分の相談が多いのです。役務の中でも特に情報通信関連の相談が極めて多いということがわかります。

（パワポ19）次に週末電話相談を分類して、この中から代表的な相談をいくつか取り上げてきました。この中で画面の上を読んでいただくとわかりますけれども、簡単に契約をして簡単に解約を申し出ています。それから下の例もそうですね。母親と一緒に行っても、契約をしてすぐ解約をしたいという相談です。こういった相談が非常に増えています。

（パワポ20）それから家計管理とかという意味で、この事例は内容的にデト商法の要素はございますけれども、どう考えても収入を超えてると思われるような借金をしています。それから若い人であっても「次々販売」の被害者になっていたり、借金で首が回らないといった相談があります。これは夫が生活ができないほど借金をしていたという内容です。金融関係の法律が変わりましたので、今後相談の内容が変わっていくことは期待されます。しかし、このような相談を見ますと、法律が変わってもそのことだけでは問題の解決は難しく、自主的にどういうふうに家計管理をしていったらよいかという教育が必要であるということを強く感じます。

それから、（パワポ21）弁護士である皆様はよくご存じのことですが、毎年毎年大きな投資トラブルがあるにもかかわらず同様の相談がなくなりません。どうしてなのだろうと感じます。

それからインターネットのトラブルがあります。インターネットの基本的な仕組みだと、何を注意すればいいかとか、そういった基本的な部分の啓発がなく、わかっていないためにトラブルが減らないのだと考えます。

（パワポ23）最近の消費者トラブルの問題点として、現場にいて感じるのは、クーリングオフが一人歩きをして、なんでも簡単に解約ができるというふうに理解をしている方が多いことがあります。これは今まで悪質商法に対する啓発が先行して、基本的な部分の啓発が行われなかったためではないかと考えます。本来は契約の基本をきちんとマスターしてもらった上でクーリングオフの意味を理解する。そのような啓発の進め方が必要と考えます。

時間の関係で飛ばしますけれども、（パワポ24）相談の現場にいる者として今後の消費者教育に望むことは、まず基本的な部分からの教育です。経済・法律・家庭経営、それから環境問題も含めた内容を体系的に行うことが必要です。そして消費者一人ひとり、自分が何にお金を使うか、ということが経済に影響を与え、だから責任があるということ、

こここのところの認識を持つてもらうことは非常に重要と考えます。

(パワポ25)最後に、図にしてみました。学校教育はもちろんのこと、社会人に対してもそのときどきに合わせた教育が必要です。そのためには学校の先生だけでなく、専門家の力を借りことが必要です。

また、相談現場にいますと、すでに消費者教育を受けた世代であっても基本的なことを正しく理解していないことがあります、机の上の勉強だけでは身に付いた知識となっていないと感じることがあります。知識だけでは実生活の中に役立たないということを本当に日々感じます。

そこで、実際に体験をして学ぶことが望ましいと考えます。

実際に消費者が支払うお金はどのように流れているのか、自分が契約することはどういう意味があるのかとか、法律上の権利と義務など、このようなことを机の上の勉強だけではなくて体験的に勉強していくプログラムが必要です。

知識を持ち実情を知った専門家の協力を得ることや体験学習を組み入れること、そういったことが今回作られる法律の中に盛り込まれることを望みます。

駆け足ですが以上です。どうもありがとうございました。

(総合司会・白石幹事)

ありがとうございました。続きまして、日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会事業委員会副委員長の石渡戸真由美様よりお話をいただきます。よろしくお願ひいたします。

(石渡戸真由美 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会事業委員会副委員長)

皆様こんにちは。NACSの石渡戸と申します。ちょっと後の方は見えないかもしれませんけれども、大体こんな雰囲気でやってるのだということをわかっていただければいいかなと思いますので、ちょっと今日はご勘弁ください。

私どもNACSは設立当初から学校教育というのに大きな柱として挙げておりまして、最初から高校生を対象とした講師派遣事業というのをしております。これまでおよそ20年間で1700校、約40万人の、高校生だけじゃないのですけれども、受講生がいるということなんです。私どもが出前授業に行きますときには、NACSで作った教材、ちょっと今日は持つてこなかったので皆さんにお見せできないのですが、教材とビデオですとかCDとNACSの会員による講師、この3点セットで高校に出前授業を実施してまいりました。私たちが目指していますのは、高校生にわかる授業、理解してもらえる授業、すぐに役立つ授業というものを目指してきました。それにはやはり一方通行の講座という形ではなくて、子どもたちができるだけ参加できる授業、見やすくビジュアルでわかる授業というのを目指してきております。今日は時間が5分と言われているので、どこまでお話しできるかわからないのですが、その一端であります金銭教育のときの講座で、重要な所だけお伝えしたいなと思っています。まず子どもたちのお小遣いというのがあるのですけれども、概ね高校生は1万円から1万5000円ぐらい、これはアルバイトをしてない子どもですよね。1万5000円ぐらいもらっているんですね。使用項目をこんなふうなフリップにしています。

で携帯ですか交通費とか、いろんな形で使っているわけですね。その授業の中で子どもたちに、「皆さん大体こんなものに使ってるよね」といいながら確認していきます。実はお父さんが今月からリストラされちゃって、お金が入ってこなくなっちゃったので、お子遣い総額は1万5000円になるんですが、5000円減らしてもらいたい、と言って投げかけます。そして男の子と女の子1人ずつ前に出てきてもらって、この中で5000円減らしてくださいというと、みんないろいろ考えて減らしていくわけです。私なら絶対食費は減らさないんですが、高校生はまずここを減らすんですね。これはだいたいお昼とか塾へ行く前に食べるもののなんです。これを減らすと、どうして減らしたの?と聞くんです。そうすると、1食ぐらい抜いても大丈夫だから、ほかで食べてるからと、こう答えるんですね。で、絶対減らさないのはこれですね。この携帯電話、CD、これはもう必需品です、子どもたちにとっては。こういうのは減らさない。そういうことがわかりまして、子どもたちに、実際にお金がなくなったとき、つまり、お金をコントロールするということをここで体験してもらってるわけです。これは借金のときも同じですよね。借金したときに、その月は増えたけれども、翌月からは消費の経済規模を縮小しなくてはいけないわけです。そのときはどうするかというと、今まで買ってたものをそのまま買ったのでは借金は返せないわけですよね。つまり、何らかの形で自分は何かを諦めなければならないんだということをここで疑似体験をしてもらってるわけです。最後に、金銭教育ですから、自分でお金をコントロールしていくかなくちゃいけないのだというお話を締めるわけなんです。これは金銭教育ですが、環境教育においてもそうですね。子どもたちが参加できる授業というのを考え、なるべく子どもたちがやる授業、自分で体験できる授業というのを工夫してきております。

こうした授業を展開してきた中から、今回進めていく学校教育推進法については私と葛西との共同提案ということでお願いします。やはりこれまで何人かの方がおっしゃっておりましたけれども、幼稚期から大人まで一貫した消費者教育が行われる必要があるということです。それは理念というもの、何のためにこの消費者教育をやるのか、そしてどういう人物、どういう人たちを目指してこの教育が行われているのかということをまず理念として明確にする必要があるだろうということです。その理念を実行していくため、どういうことが必要かというと、それぞれの段階、生活のレベルにおいて実践できるもの、自分たちが今すぐ使えるような、そういったカリキュラムが開発される必要があるということです。そしてそのカリキュラムは教育関係者だけが作るのではなくて、NPOですとか消費者団体とか企業とか、そういった外の力を借りてカリキュラムを開発していく必要があると思います。それから学校で授業をするときも、学校の先生方だけではやはりやりきれないと思います。生活の場面でいろんなことが起きてるわけですから、そういう生活を通して子どもたちにアピールしていくような授業の開発というのも必要になってくるのではないかと思います。そのためには外部の力を借りる場面もあるかと思います。

そして最後に、学校教育の中で、高校生の生活レベルのところでもそうですが、消費者教育がどの程度進んだかという第三者評価が必要ではないかと思います。自分たちがやって、自分たちが自画自賛していたのでは進んでいかないだろうと思いますので、必ず第三者評価、それによって今の到達点、これから課題というものを明確にしていく必要があ

るのでないかと思います。そこで消費者教育推進法の中に第三者評価を盛り込んでいただきたい。短い間ですが、どうもご静聴ありがとうございました。

(総合司会・鈴木委員)

石渡戸様ありがとうございました。続きまして社団法人消費者関連専門家会議常務理事・啓発委員会委員長であります吉田聰様よりお話をいただきたいと思います。よろしくお願ひいたします。

(吉田聰 消費者関連専門家会議常務理事・啓発委員会委員長)

消費者関連専門家会議の啓発委員長の吉田と申します。よろしくお願ひします。資料は、お手元にありますパンフレット「A C A P のご案内」と163ページのレジュメの2種類です。

まず、163ページのレジュメ「消費者教育に関するシンポジウム～リレートーク報告～」をご覧いただきたいと思います。レジュメには、項目が1と2～5とありますが、最初に項目1の「A C A P の活動」を簡単にお話ししまして、それと関連づけて、項目2～5の「消費者教育について思うこと」についてお話しさせていただければと思ひます。

まず、パンフレット「A C A P のご案内」を開いてください。こちらに、組織の概要、所管官庁、沿革、会員企業数などが記されておりますので、A C A Pとはどのような組織かについては、詳細説明いたしませんので、後ほど確認いただければと思ひます。

続いて、パンフレットをさらに開き、A3判の全体の記載内容をご覧願います。このレジュメの項目1に記されています「1 消費者とともに（消費者に向けた活動）」、「2 消費者志向の企業を目指して（企業に向けた活動）」、「3 消費者・行政・企業のかけ橋として」についてが、このパンフレット「A C A P のご案内」に記載されています。

この「1 消費者とともに（消費者に向けた活動）」のところが基本的に消費者と直接に触れ合う部分です。具体的には、ホームページを中心に行っている情報発信の取組みや、各企業が作成した消費者啓発資料をA C A Pで審査をした結果、登録されたものを全国の消費生活センターや国民生活センターに設置されている常設の展示コーナーに無償で提供している、消費者啓発資料の配布の取組みが示されています。

また、最優秀賞には内閣府特命担当大臣賞が授与される消費者問題に関する提言の募集を毎年行っています。表彰は毎年1月に行われますが、パンフレットでは、2007年度の表彰の風景と本年1月に表彰が終わりました2008年度の募集テーマが掲載されています。

丁度これから2009年度の募集テーマを決定し、提言を募集していく予定です。みなさまも是非応募下さい。

加えて、出前講座や講師派遣の取組みも行っています。全国の大学などの学校、消費生活センターなどで、講座や講演などの開催に際して出前講座や講師の派遣などの要望に対応しています。会員企業は約570社近くあり、多様な分野の企業がそろっていますので、しかも、それぞれが本業としているその強味の事業でつちかった取組みで効果的な消費者啓発の取組みができると思っています。

以上、消費者との一番の接点の取組みについて説明いたしましたが、「2 消費者志向の

企業を目指して（企業に向けた活動）」、「3 消費者・行政・企業のかけ橋として」、「ACP研究所」につきましては、時間の関係もございますので割愛させていただきます。後ほど、パンフレットにて内容を確認願います。よろしくお願ひします。

続きまして、項目2～5の「消費者教育について思うこと」について、お話したいと思います。こここのところは、考え始めると色々な視点からの話がありますので、具体的な内容ではなく、少し世の中の流れ等を含めて見つめ直し、消費者教育とはどうあるべきかという視点から「時系列の動き、段階認識、現状認識、目指す段階」と整理をしてみました。

まず、項目2の時系列の動きについてみてみたいと思います。ここに示しているように、戦後いろんな消費者問題が起き、消費者被害が出てきて、それがだんだん頻発していろんな社会問題となって、それにいろいろ対応していく上で消費者教育が必要である、というふうに呼ばれてきた大きな流れがあると思います。

その動きの中をもう少し具体的に見てみると、つくり手や売り手の側が十分な情報を持つてあり、消費者の側が不十分な情報しかない、情報の非対象性みたいな話があり、ともすると、消費者にはつくり手、売り手からの情報を鵜呑みにせざるを得ず、そのような状況で消費者が自分を守るために消費者教育が必要だという流れがあったと思います。

そのような意味では、初期の消費者教育には商品教育というような要素があった。その後、だんだんと商品が複雑になってきて、表示の義務づけとか妥当性とか、虚偽表示を取り締まるとか、いろんな行政の流れがでてきた。その後、セーフティネットがだんだん撤廃されてきて、規制緩和が進められ、そこにグローバル化みたいな話と自己責任の話がはいってきて、現在の流れがあるのだろうと思います。

そのようなことを踏まえながら、下の四角の囲みの中を確認してもらうと、1968年（昭和43年）の消費者保護基本法が2004年の6月に改正され、消費者基本法が制定され、そこから先ほど日弁連さんの資料の方で説明があった消費者基本計画等を進めてくる流れの中が今だと思っています。

その目指すものというのは、基本的には消費者が個人的な防衛をしていくような動き、そこと絡めて、いわゆる消費者が安心して生活できる社会システムを作るようなことが基本的な流れなのだろうと思います。そういうものが、おそらく法律に求めていくもの、そのような法律を創っていくことになるのだろうと思います。

項目2のような内容と関連して、項目3にて段階認識みたいなものを考えてみると、レジュメに記載しているように、「第1段階、第2段階、第3段階」のようなレベルがあるのだろうと思います。

もう少し説明を加えると、第1段階は、ともかく起きている問題に具体的に対応するような取組みを行う。第2段階は、起きている問題に対する予防策みたいなことを提供していく。第3段階は、もう少しレベルが高くて、先ほどの松本先生のお話の中に国民生活白書の話が出てきましたけれども、消費者市民社会、主体的・能動的に動いていく消費者の社会ということになると思います。ただ知識があり知っていればいいという話でもないし、知っていてそれを使えるという能力、いろんな知識が日常生活の中で自然にきちんと使えるようになる、そのような判断能力みたいなものを高めていくようなことが求められる。

項目4に記しているように、現状認識は、第1段階、第2段階へ対応しながら、第3段

階へ進んでいくのが基本的な流れとなっていると思います。ただし、振り込め詐欺みたいなものも含めて悪質商法的なものについては、もうそれは教育で対応するというよりは、刑事罰でしっかりとらえていくようなものと、消費者教育として基本的に進めていく取組みとは少し違うのかなあということを感じています。

項目5では、目指すべき世の中の姿は、第3段階の実現に向けてということになることを示しています。先ほど来いろいろなお話がありましたけれども、消費者教育に関する法律について考えた場合、その基本なる事項としていくつか上げられると思います。

例えば、消費者基本法の中での責務についてですが、国、地方公共団体、事業者、事業者団体、消費者、消費者団体について示されています。当然、消費者教育についても、これらの責務に関連するところがそれぞれに関係があると思いますし、知識や能力を向上するための基本的な要素「場、時間、組織」を考えてみれば、消費者教育というのは非常にいろんなことに関係している、それは日常生活全般に関わりいろんなものに及んでいると思います。

だから、消費者教育と簡単に言ってもなかなか幅も広くて難しい。それを場とか時間とか組織で見ると、学校、家庭、社会、こういうものとともに時間軸で見ると、これまでの中でもずっと出てきている生涯学習があげられます。この生涯学習をどのようにやっていくか。また、学校教育の中でも逆に受験なんかと絡めてどのように考えてみたらいいのだろうかという問題もあります。

このような課題への対応について考えますと、第三段階の実現に向けて、具体的な取組みを進めていくには、法律が必要だと思います。何故ならば、国あるいは行政を動かしていくということは、法律を制定し、その法律に則って行政が動いていくというのが今の世の中の仕組みであるからです。

それでは、法律の制定に向けてどのようなことが必要なのかと考えますと、これまでの話の中で、学校教育の中ではいろんな教科を横串して刺して動かしていくような組織、今検討されている消費者庁みたいな組織が必要となるというお話がありましたけれども、そのような視点とともに、消費者教育支援センターみたいな組織の現状の話とかも含めて考えると、人と予算もそのような組織にしっかりと付けていくような、そういう仕組みにしていくことが必要だと思います。

また、事業者でも消費者教育に理解のある企業もいますし、その属性差はあると思いますけれども、心のある組織は消費者教育に参画できるような、そういうことが社会からの信頼に繋がるような、世の中の仕組みとすることが必要と思っています。

例えば、先ほど消費者教育支援センターの教材表彰の話がありましたけれども、消費者教育支援センターの教材表彰を受けただけでは、実際に教材が活用されなければ意味がない。しかし、実際に教材を無償提供してもなかなか活用してくれない、講師も無償で付けてあげますよといつてもなかなか使ってくれないという、そういう現実もあるのが今の消費者教育の問題を表しているのかなと思っています。

教育は国における人財育成であり、さまざまな教育に関連して全世代に及ぶ組織的な消費者教育の仕組みをつくることが、国民力、ひいては消費者力みたいな話に繋がると思っています。そのような世の中をつくれる法律が出来ればいいなあと願っています。

(総合司会・白石幹事)

ありがとうございました。続きまして私立帝京中高等学校教諭の魚山秀介様よりご報告をいただきます。少しお時間がかかると思いますが、少々お待ちください。

(魚山秀介 私立帝京中高等学校教諭)

では学校現場の方から報告をしていきたいと思います。

一応資料の方では 165 ページに入れておきました。今ずうっと話を聞いていて、これだけ世の中が注目して、地域のいろんなステイクホルダーの方々が関係している中で学校は何をやってるのかと。なぜやらないのか、何でできないのかということをずうっと今日聞いてて思ったんですけども、やはり自分の教科とかを超てしまっている問題で、自分の専門性を超えてる中で、そういう中でどういうふうにしていったらいいかというのを問われているのかなと思いました。私はこの表題の中で「持続可能な発展のための教育の 10 年」ということで一応入れたんですけども、教科以外で学校の教育がやらざるを得ない状況は何なのかということで自分で体験したことも含めて報告していきたいと思います。

この間、高 3 の卒業生を送った段階で、振り返って 3 年間どういうことをやってきたかというところを考えながらいきたいと思います。この E S D というのは、日本の政府、N G O が提案して、国際的な公約として国連に採択を受けたもので、これは学校の教員でも結構知ってる先生方が少ない中で、実際に 2005 年から始まってるという状況の中で、つまり環境とか消費者教育とか全部をひっくるめて市民社会を築くためにはやっぱり教育が必要なんだということが始まってるのにもなかなかうまくいってないと。私は、高校 1 年生のときから、「現代社会」という教科を含めながら、「証券普及プロジェクト」の教材を使って「現代社会」の授業を 1 学期やりました。で、授業の中でプレゼンテーションさせながら、それを踏まえて高校 1 年生の文化祭でこの「フェアトレード」というのを行いました。私はこれが文化祭でクラス企画でどうしたらいいかなとずうっと悩んでいた中で、こういったことをやりたいんだけどどうしようもなかつたと。でまあ自分で悩んでて、その「フェアトレード」の研究会みたいな所へ行って、たまたま隣にいた学生さんたちと、じゃあやろうじゃないかというところで、宇都宮大学の学生さんに来てもらって、まずこの「フェアトレード」というのはどういったことなのかということを勉強していただきながら、ちょうどこの「フェアトレード」の団体の人たちがインドに行って活動している方々だったので、クラス企画をこういうふうにやつたと。

ちょうどこの真ん中は教育実習生の学生さんなんですけれども、この両サイドの生徒ははっきりいって成績はすごく良くなくて、学校では評判の良くない生徒でした。特にこの右側の生徒は 3 年間で遅刻 100 回を超えてます。だけれども、勉強以外でこういったところになると俄然力を發揮するタイプの生徒がいるんですね。やっぱりこの勉強とその体験に出てましたけれども、それをどういうふうにやっていったらいいかという中で文化祭みたいなものというのはすごく重要じゃないかと思いました。

これは 2 年生です。これは消費者支援センターの方のナイスレーターでも報告させてい

ただいまして、先ほど説明されたシティバンクの助成金を使ってやった企画です。20万円ですね。修学旅行が北海道ですので、ファームステイが終わった後に農家の方々から仕入れて販売するということをやったんですけれども、これはすごく自分たちがやってきたことを農家にお世話になったことを地域の人に来てもらって売るという作業ですから、やっぱり普通の勉強ではなくて、いろんなことが人と関わることができるということですね。ですから、今回の発表の中で人と関わっていろいろなことをやるというのは、すごく生徒にとっても、普段の詰め込みの勉強とは違って、やっぱり関わることができるんだから、そういったところと単純にやっていけばいいんじゃないかというふうに思ったわけです。

これは3年生の総合の時間に板橋区消費者生活展というところに参加をしました。これはもう5、6年やってるんですけども、やはりこの方々も自分たちでやっているんだけれども、なかなか広まらないと。特に若い人に広まらないからどうしたらいいかといつも言っていて、私は総合の時間で毎回参加をしているんですけども、非常に喜んでもらってますし、生徒たちもやっぱりいろんな人たち、高齢者の方々が多いんですけども、普段やってるような活動というのを勉強することができて、だからこれもやっぱり教室の中で勉強だけということは決してできないわけあって、ですから私は思うんですけども、こういった企画をもう40回板橋区でやっているんですけども、なかなか広まらないということを学校に毎回言って、公立の学校の校長先生の方にも、なかなか来てくれないということを言っているんですけども、だったらば、その各学校で、うちの学校の文化祭でも今度は逆に来てもらってやろうじゃないかという話をしています。こういった中でいろいろなことを勉強しながら、自分たちがボランティアをしながらやっていくということですね。

最後ですけれども、やっぱり消費者教育に必要なことは、私は「現代社会」という、高校1年生から大体履修する教科の中で課題学習というのが5つ程度提示されているんですけども、その中でやっぱり消費者教育とかE S Dというのは入れるべきじゃないかと思っています。

この2番目ですけれども、やっぱり教員が全員関わらざるを得ない教育活動、例えばさつき言った文化祭と総合などでこういったものを実践するべきだろうと。で、この総合学習という名前もすごく中途半端なんで、例えば市民性の育成、例えばイギリスだったらシチズンシップとか、やっぱり市民社会ということをきちっと提示していくかないと学校の基本もよくわからないわけですから、そういうものをはっきり明示しながらやっぱり教育活動に入れるべきじゃないかと。

最後です。推進法に望むことですけれども、確かに環境とか教育はできて、いろいろ予算が付いて、いろんな冊子が出てきますけれども、はっきり学校側からすると、忙しい中でただ置いてあるだけで、それをただ単に何も考えずに配っているという状況の中で、やはり教員自身が当事者意識を持つためには、例えば各消費生活センターでやはり教員研修というのをそれぞれやっぱりやるべきだし、そういう中の教材をみんなで作っていくべきじゃないかというのが提案です。

3つ目です。やはり教職課程、これから新しい教員になってくる人たちに対しても公民

科教育法という教科教育法がありますけれども、そういった中で消費者教育というものを必ずやっておかないと、大学生自身がそういった被害に遭っている学生さんがいっぱいいますから。

最後に、免許更新制なんですけれども、これから10年毎に免許更新制が始まるということで、私自身が去年実際に受けたんですけれども、やはり私学の教員は特にですけれども、やっぱり自分が勉強したこと以外のことをもう1回勉強する機会としてはこういった中で入れ込んでいくしかないんじゃないかなと。そういう中でただ単に消費者教育が重要ですというのではなくて、いろんな事例とかいろんな教材を説明しながら、ああ、自分もこういうことをやっていきたいなと思わせていかないと、ただ法律が出来たからやりなさいということでやることが増えていくという中で、ただ形だけやると、こちらがどういうふうに意識持ってるかというのは全然違うことだと思いますので、私はその辺がすごく重要だと思っています。以上です。

(総合司会・鈴木委員)

ありがとうございました。それでは続きまして、元神奈川県立永谷高等学校教諭の石川麗子様よりご報告をいただきます。よろしくお願ひいたします。

(石川麗子 元神奈川県立永谷高等学校教諭)

石川です。よろしくお願ひいたします。私は家庭科の教員をやってました。神奈川県の家庭科の現状というか、そういうふうなものと、問題点はどこにあるのかということと、それから消費者教育を充実させるためには何が必要かということについてお話しさせていただきます。

その前にまず消費者教育ということなんですけれども、私は学校教育というのではなくてこの宮坂先生の『消費者教育の開発』という著書の中に、知識とか情報というものを提供する、それによって行動が変わっていかなければいけないということが教育の狙いだということをつくづく感じています。そういうのをまずとらえておきながら現場を見ていきたいと思います。

家庭科の必修科目が年々削っていくというと変なんですけれども、現行の学習指導要領が置かれた先に、神奈川県は家庭総合4単位が約60%以上の学校で置かれたということですが、年々統廃合が行われ、特色ある学校づくり、それから進学校を目指して、あるいは単位制高校ということでどんどん変わっていく中で、家庭総合が家庭基礎2単位という教科が置かれることになってきています。教員の方では、4単位から2単位になるということは、2単位ということは1週間に2時間、1年間で終わってしまうということです。4単位になれば2年生まで同じように授業が続けます。ですから1年間で家庭科の授業は終わってしまう。そういう中で食育、環境教育、福祉、家族、いろんな問題の内容を含んで授業に取り組んでいかなければいけない。先ほども消費者教育の狙いは行動に移していくことだということだと思っていますので、本当に2時間の時間数ではとてもやれない、やりたくてもできないというのが現状かなと思っています。

学習指導要領では、1989年に家庭科の男女必履修になりました。そこでは全部4単位の

科目が置かれました。1999 年に家庭基礎 2 単位ということができました。先日の、新学習指導要領の中にやはり家庭基礎 2 単位がそのまま置かれています。こういう情報の中でなかなか消費者教育がやれない、できないというのが現実として考えています。

学校現場はどうなのかということで、教員の持ち時間数が増えてきています。それから家庭基礎 2 単位を置き、あとは選択科目でやるということで科目数がどんどん増えていく。それから観点別評価の導入とか、あるいは生徒指導とか、いろんなものを含めて、またいろいろな関連機関から非常に良いなあと思う資料がたくさん送られてきます。しかし、それを生徒の段階にどうやって授業として取り入れていくか、そういうことがなかなかできないというのが現実問題です。工夫ができない。できない、できないじゃ困ったなあということできちんと考えてみました。

私は、消費生活についての教科とか科目、こういうものを設定して必履修ということにしていったらどうかなあということをちょっと考えました。実際に専門科目家庭の中に 19 科目があります。その 1 つに「消費生活」という科目があります。目標と内容はそこに書いてあるとあります。消費者教育そのものかなという気が私はします。それで 3 年間授業を行いました。初年度は契約という堅いところから入りましたらなかなか生徒が付いてこないので、どうしようかなといろいろ工夫しました。やはり生徒にとっては身近なテーマ、それから自分で課題を持って学習し、そして発表していくということに非常に興味があつたようです。しかし、学習指導要領が改訂されるのはこれからまた 10 年以上経たないと教科として入っていかないと思います。待ったなしで消費者教育というのはしていかなければいけないんじゃないかと思います。

それで、法というものを作ったらどうかなあということで、弁護士会の方が進めております法について考えていきますと、私は昨年 3 月に離職しました。6 月に消費生活コンサルタントの講座を受けました。そこでいろいろな法律を学びました。消費者の相談に対応する法律、それから救済する法律、いろいろな法律があって、だんだんと受け皿的な法律は整備されつつあるわけなんです。まだ十分とは言えません。ですけど、事前にやはり教育をしていく、そういうことがやっぱり必要ではないかと本当に感じました。やはり消費者が自立でき、自分でともかくどうするかということをしっかり考える消費者、そういうものを求めていかなければならぬんではないかと思います。法律が出来ることによってその学ぶ機会を保障するのではないかなと思っています。そういう意味で消費者教育推進法、仮称ですけど、こういうものの必要性をすごく感じております。以上です。ありがとうございました。

(総合司会・白石幹事)

ありがとうございました。ご報告をいただきました皆様には 5 分という大変ご無理をお願いをいたしましたことを心からお詫びいたしますとともに、ご協力に感謝いたします。本当にどうもありがとうございました。

パネルディスカッション

(総合司会・鈴木委員)

それでは後半を開始したいと得思います。パネルディスカッションになりますけれども、適宜このパネルディスカッション等に関しまして質問あるいはご意見のある方は、質問用紙を隨時担当が回収しに参りますので、質問等のある方は回答用紙のご提出をお願いいたします。それではパネルディスカッションにつきましてはコーディネーターの日弁連消費者問題対策委員会委員の鎌田さんの方にお願いしたいと思います。よろしくお願ひいたします。

(コーディネーター・鎌田健司 消費者問題対策委員会委員)

ただいまご紹介いただきました日弁連消費者問題対策委員会委員の鎌田健司と申します。本日はパネルディスカッションのコーディネーター役を務めさせていただきます。不慣れではございますので、いろいろ不手際もあるかと思いますが、ご容赦いただければと思います。どうぞよろしくお願ひいたします。

の方からパネリストの方々をご紹介したいと思います。皆様から見て左側、私に近い方からご紹介させていただきます。

まず、横浜国立大学人間科学部教授であります西村隆男さんです。

続きまして、内閣府国民生活局消費者企画課長であります川辺英一郎さん。

続きまして、文部科学省生涯学習政策局男女共同参画学習課長であります高口努さんです。

続きまして、日弁連消費者問題対策委員会の幹事であります横山哲夫さんです。

それでは早速パネルディスカッションの方を始めさせていただきます。まず本日のシンポジウムのテーマなんですが、「もっと 消費者教育を！」ということで書かれているんですが、そもそもこの消費者教育、本当に必要なんでしょうか。この消費者教育の必要性について4名のパネリストの方々にそれぞれの言葉で必要性について語っていただきたい。そもそも必要がないということなんであればこの議論が終わってしまうんですが、そのあたりそれぞれお話をいただければと思います。時間の都合上お1人2分程度ということでおまとめいただければと思います。ではまず西村さんの方からお願ひいたします。

(パネリスト・西村隆男 横浜国立大学人間科学部教授)

たまたま明日が消費者の日という、ワールド・コンシューマーズ・デイということで、その前の日に開かれるということで、非常に記念すべき日だというふうな認識を持っています。1962年3月15日にケネディが議会教書という形で出した4つの権利、その前日ということになります。以来もうはや40数年になるんですが、この消費者問題というのは一向になくならない。かつ、その状況は深刻化していると思います。やはりそれは市場という中で企業と消費者、事業者と消費者というのがあります、先ほど来のご指摘にもあります、情報力あるいは交渉力の格差というものは当然これ構造的にあるわけで、おそらく未来永劫消費者問題というのは続くであろうと。ただ、消費者問題あるいは消費者被害というものを減らしていくことはある程度できるんじゃないかなと、そういうふうな認識があります。やはりこのグローバル化、IT化が進みまして問題もより一層複雑化しているというふうに思います。

消費者教育というのを考えると、やはり地に足を付けて社会との関わりの中で1人の個人として、あるいは市民として自立して生きるという力を身に付けていくということ。そのためには、長く言われていることですが、月並みではありますけれども、批判的思考力を養うということ、クリティカル・シンキング、こういうものを持っていくことが必要だと考えてます。自分の頭で考えて判断して行動して、社会への影響力を持った、そういう力を身に付けていく、今こそそういうものが必要だと考えています。以上でございます。

(コーディネーター・鎌田委員)

ありがとうございます。消費者被害がなくならないという中で市民が批判的思考力を養うことが必要だというお話をしました。

続きまして川辺さんお願ひいたします。

(パネリスト・川辺英一郎 内閣府国民生活局消費者企画課長)

今、西村先生がおっしゃったとおりで、それに尽きてしまうという感じがいたしますけれども、今おっしゃったように、消費者政策自体の基本的考え方というのはやはり事業者と消費者の間に大きな差がある。情報力、交渉力、そこをどうやって埋めていくか、これが基本なんだと思いますね。そういう意味では消費者基本法なんかでは消費者の自立支援ということが非常にうたわれてあります、その上で、それを達成する1つの方法としてあるのがやっぱり消費者教育なんだと思います。

それで、消費者政策というと大きく分けて2つあって、1つは、何かあったときに相談員のところ、消費生活センターとかでフォローするなり、法を執行して悪い業者をとっ捕まえるなり、そういうやり方があります。これはまあいわば病気に罹ったときの治療に当たるもので。消費者教育というのはこの場合おわかりだと思いますけれども、その前の予防に当たるもの、いわば病気に罹らないようにするためにはどうしたらいいのかと、こういったような予防の方に当たると思います。そういう意味では消費者政策の治療と予防という意味で、病気に罹らない方がこれはいいに決まっているので、消費者教育というものは予防という観点で非常に重要なと思います。

それから、先ほどから指摘されていると思いますけれども、消費者教育することによって消費者の方がより適切な、より合理的な選択をする、これは消費者のためだけになるわけではないと思うんですね。よく、日本の製造業も含めてですけれども、なぜ日本の企業の国際競争力が強いのかと。その1つとしては、日本の消費者というのは極めて厳しい目を持っている。消費財とかサービスに対して極めて厳しい目を持っている。こう言ったことがひいては日本経済の活性化とかにもつながってるわけです。ですから、より適切な判断ができる、よりフェアな判断ができる消費者をつくるということがひいては日本全体の繁栄につながっていくと、そういうふうに考えています。

(コーディネーター・鎌田委員)

ありがとうございます。企業との情報力の格差を埋めるための施策としてさらにその被害の予防的観点、もっといえば、企業の国際競争力を高める上でも必要だと、そういった

お話だったかと思います。ありがとうございます。

続きまして高口さんお願ひします。

(パネリスト・高口努 文部科学省生涯学習政策局男女共同参画学習課長)

消費者教育の重要性ですけれども、特に今現在、社会における安心・安全というような様々な課題が生じている中、国民が消費者として主体的に判断して、責任を持って行動できるようにするということは非常に重要なことだと考えています。

平成18年に教育基本法の改正があり、そこで明確になった教育理念を踏まえて、文部科学省としては「生きる力」を育成する教育を目指して取り組んでいるところでございます。まさにこの生きる力を育成するという面では、この消費者教育というのは非常に重要なものであると思っております。

例えば教育基本法ですけれども、第5条に、「義務教育として行われる普通教育は、各個人の有する能力を伸ばしつつ社会において自立的に生きる基礎を培い、また、国家及び社会の形成者として必要とされる基本的な資質を養うことを目的として行われるものとする。」という規定が置かれております。この教育基本法の改正を踏まえて、新しい学習指導要領の改訂を行っているところでして、これは詳しくは後ほどお話しさせていただきます。新しい学習指導要領においては、知識・技能を身に付けるということと、思考力、判断力、表現力を養い、知識・技能を実際の実生活に活用する力を身に付けていくことを重視して改訂をしているところでございます。こういったことから、自立した消費者というものを育成することは望ましい社会を形成するために非常に必要なことですので、そのような観点から消費者教育は必要だと考えています。

(コーディネーター・鎌田委員)

平成18年の教育基本法の改正の理念であります生きる力を養うと、そういった観点からもまさにこの消費者教育が実生活を送る上で必要だといったお話をありました。ありがとうございます。

それでは最後に横山さんの方からお願ひいたします。

(パネリスト・横山哲夫 消費者問題対策委員会幹事)

横山です。私は1981年に弁護士になりました、その頃、サラ金問題というのはものすごい社会問題でした。その頃のサラ金の貸出金利というのは年利109.5%という、1年経つと2倍になるという、そういう金利でした。今、一部上場企業として有名なところもそういう金利で、高い金利、厳しい取り立て、どんどん貸すということをして、今でも多重債務者の問題というのはあるわけですけれども、あの当時は109%，かつ取り立て規制などというものが全くない、開業規制もないからどんどん参入。素性の怪しい人たちがどんどん参入という時代でして、そういうときにそういうサラ金で大変なことになってしまった人の相談を受けて、正直いうと、なんでこの人こんなところから借りるのかなと思うわけです。ちょっと考えたらわかるじゃないかと。だからもう借りたものは返すのが当たり前というような、弁護士でもそういうスタンスを取られている方もいてですね、まあ現実

には自殺だと一家心中だとか、それから犯罪だとかというのがたくさん出していた時代がありました。で、まあそういったところから出発した私の弁護士人生だったものですから、最初に事件ありきなんですね。その数年後には豊田商事事件という、今度は取引被害ですから、サラ金事件とは違いますけれども、そういう事件を踏まえて、豊田商事でえらい目に遭った人が、その少し後に、同じようなことをやる飛鳥というところにさらに最後の財産を根こそぎ持っていくしてしまうというようなことがあって、こういうことというのはあまねく情報提供というものが必要なんだ、多くの人にどういうものなのかそれを知ってもらうということが必要なんだということを考えるようになったというのが私にとっての消費者問題を消費者教育という切り口で考えるようになった出発点であります。

その後いろいろ考えていく中で、消費者教育として何を目指すべきなのかとか、そうしたことについて少しずつ考え方について変わってきた部分がありますけれども、そういう消費者教育というが必要であるということは今も全く変わっていないというふうに思っております。

先ほど、細川先生は、弁護士はそんな消費者が被害に遭わないように努力したら飯の食い上げではないかというご心配をしていただきましたけれども、残念ながらどうもそういうことにはなりそうもないというのが残念な現実であります。消費者教育はまだまだ必要ということです。

(コーディネーター・鎌田委員)

横山さんは弁護士として過酷なサラ金被害の現場、あるいは詐欺商法による被害、そういった現実を踏まえて、そういった観点から必要だと、消費者教育の必要性をお話しいただきました。

パネリストの方々、短時間で必要性について非常に説得力のあるお話を聞いていただきましてありがとうございます。

そういった消費者教育の必要性を踏まえて、さて、今、消費者が一体現状としてどのように行われているのか。そういったことにお話を進めてまいりたいと思います。消費者教育については先ほど来このシンポジウムの中でも触れられておりますが、法律としては2004年に制定された消費者基本法というのに規定がございます。本日の資料集の17ページに消費者基本法が掲載されております。こちらの2条1項に基本理念というのがありますし、その中では、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供されなければならないというように規定しております。さらに17条1項といったところに少し長いんですが、「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。」と規定されているんですね。

さらにこの消費者基本法を受けて、2005年に消費者基本計画というものが定められておりまして、資料集23ページ以下にございますが、その中に消費者教育を受けられる機会の充実ということが明記され、いろいろな具体的な施策が計画され。現在実施されておりま

す。こういったことを踏まえて、現在までの基本計画の実施状況ですね、このあたりを内閣府の川辺さんの方にお伺いしたいと思います。川辺さんよろしくお願ひします。

(パネリスト・川辺英一郎 内閣府国民生活局消費者企画課長)

178ページをご覧ください。今ご紹介がありましたように、消費者基本法というものがございまして、その9条に、政府は、「消費者基本計画」というものを定めなければならぬとあります。消費者基本計画というのは様々な消費者政策を体系的にまとめたもので、その中に消費者教育についても記述があると、こういうことで、今日は手短に消費者基本計画に書かれていることを、その進捗状況も踏まえて説明したいと思います。

資料 178 ページに「消費者教育の全体像」という1枚の絵がございます。からと書いてございますが、これが大体消費者基本計画に書いてあるもので、それを体系的に書いてみたものです。

1つは消費者教育の体系化と推進方策の検討、真ん中の上の方に書いてあることですけれども、何をどういうふうにやっていったらいいのかということをまず検討しなさいと。その場合我々として考えたのは3つあります。消費者教育の推進方策として3つの観点があるのではないかと。1つは担い手、これは誰が教えるのかということですね。それからどうやって情報を集約して発信していくのかと。それから教材としてはどういうものがあるべきかと、こういうことでございます。例えば担い手としては、もちろん学校の先生もありますし、もう1つ生涯学習の観点からすれば、地域において担い手を育成していかなければならないと。それから教材ということでしたら、右側の方を見ていただくと、教材については我々内閣府だけじゃなくて、いろいろなところで作っていただいているということでございますが、先ほどからあるのは、教材がいろんなところで作っているんだけど、どこに何があるかよくわからないという、そういう議論もございましたので、真ん中に「ポータルサイトの構築」、これだけでも本当に十分なのかという議論があるのですが、ポータルサイト、まあホームページを作りまして、その中に分野別に、ライフステージ別に教材を分類するということになっています。

さらにいわゆる消費者行政を担当する内閣府と教育行政を担当する文部科学省間で連携を強化することと、その地方版に当たりますけれども、消費生活センターと教育委員会の連携の強化、こういうことが消費者基本計画の中でうたわれております。

次のスライドですけれども、体系化と推進方策の検討でちょっといろいろ書いてありますけれども、大きく2つ分野別に使い分けております。1つは領域別に、安全についての問題。それから契約・取引、これは、騙されたとか変な取引に引っかかってしまったとか、そういう問題。それから情報、それから環境、これは環境に対してどういうように消費者として関わっていくか、この4つの領域があります。

それからもう1つ重要なことは、ライフステージ別で、なかなか消費者というのは一律ではございませんので、小さいときから高齢者まで、その間にライフステージ別にターゲットを決めて別の教材なり教え方があるのではないかということです。

問題点として挙げられておりますのは、教育の担い手がなかなか不足しているのではないかと。それから教材が不足しているのではないかと。どうやって学習支援者を育てるの

か、その消費者教育自体が不足しているのではないかと。

推進方策としては、学習支援者への支援の充実とか、教材のプログラムのコーディネート、どこに何があるかわかるようにする。それから組織と人材のコーディネートの強化みたいなことが推進方策として考えられているところです。

今のところこういうふうな考え方なんですが、今後の検討課題として先ほどから何度か議論に出てきますが、消費者市民教育のあり方、これは今後ともしっかり検討していかなければいけない、そういう課題ではないかと思っております。

時間の関係で端折らせていただきますが、今までどんなことをしてきたのかといいますと、例えば　の出前講座実施の専門家育成、これはどういうことかというと、市民の中で割と消費者問題に対して意識の高い方、こういった方に出前講座ということで市民講師で行っていただいて、周りの方に消費者教育や知識を教えていただく、伝えさせていただくと、そういった方を育成して、なかなか専門家の方は数少ないので、市民の方で意識の高い方を地域の先生といいますか、地域のメンターみたいにしていただいて、消費者教育や知識を社会的に広めていただくと、そういったことです。

それから教材の作成ですけれども、これは内閣府でやってるのですけれども、いろいろなライフステージ別に高齢者の方、幼児の方、障害者の方、それから教員向けのティーチングガイド、こういったものをそれぞれ作っておりまして、今年は高齢者向けのDVDを作っております。

それから 180 ページに行っていただきますと、ポータルサイトというのを作っておりますまして、現在、試行運用しております、下から 2 行目に URL が書いてありますけれども、ここに行きますと、先ほど申し上げました幼児の方から高齢者までライフステージ別に、安全の話なのか、または取引の話なのか、情報の話なのか、または環境の話なのか、その分野別に教材が分類されておりまして、基本的にはリンクを貼ってありますので、そこに行きますと内閣府だけじゃなくて各省庁が作られている教材に飛んでいくことができると。ご自分で使うやり方もあるし、その中で教えたいという方について、先生の方なり消費生活センターの方なんかに活用していただくということを考えております。

それから教育関係機関との連携強化でございますが、内閣府と文部科学省の連携の強化ということで、こちらの方から文部科学省にお願いをいたしまして、そういうこともありますて、去年の 3 月、それから今年の 3 月には高校でございますが、学習指導要領が消費者教育を反映した形に若干新しいものが出来ていると。それから地方においても消費生活センターと教育委員会の連携強化ということで、協議会をつくっていただくようにお願いをしております。これはだいたい出来ているんですけども、一昨年調べた調査によると、やっぱり連携の親密度といいますか、そういうものがかなり自治体によってばらつきがあります。こういったものをどうやって今後解消していくかというのが課題かなということでございます。

それから最後、消費者基本計画に明示的に書いてないんですけども、私どもとしても 1 つやっているのは、高齢者、障害者見回りネットワークというのがございます。これは純粋に消費者教育と言えるかどうか微妙なところなんですけれども、やはり高齢者の方とか障害者の方というのはなかなかご本人に直接情報を届けるのは難しいところがござい

ますので、その周りの方ですね、ヘルパーの方とか民生委員の方、基本的にはそういう方にメールマガジンに登録していただいて、最近こういうひどい商法が流行ってますとかですね、やはり悪徳商法というのは流行りがありますので、どこかで1つのことが流行ると、それがいろんな地方に波及していくんですね。そういう意味ではこのメールマガジンに登録していただくと、この高齢者とか障害者の周りの方に、今流行っている悪徳商法とか、どうやって対応したらしいのかとか、そういうものが届けられる。そういうことによって、消費者教育がなかなか届きにくい方にもなるべく情報が届くような、そういう方策をしているところです。大体今そんな感じです。

（コーディネーター・鎌田委員）

消費者基本計画に基づいて内閣府としては、今お話のあったとおり、体系化に始まりまして、教材作り、あるいは情報の集約・発信、担い手育成、さらには関係機関との連携強化など、多方面にわたって実施をしていると、そういう状況についてお話しいただきました。ありがとうございます。

さて、学校教育における消費者教育についてなんですが、先ほど来お話の出ております学習指導要領ということが非常に重要になってくるわけです。この学習指導要領についてつい先日も改訂が成されたわけですが、そのあたり学習指導要領の内容、あるいは改訂状況について文部科学省の高口さんの方からお話ををお願いします。

（パネリスト・高口努 文部科学省生涯学習政策局男女共同参画学習課長）

学習指導要領ですが、これは小・中・高等学校において全国で一定レベルの教育がきちんととされるように大綱的に定めているもので、概ね10年に1度改訂をしております。今回、この小・中学校の学習指導要領については平成20年の3月、高等学校については平成21年3月、つい先日告示をさせていただいております。小学校については平成23年度から全面実施、中学校は平成24年、高等学校は平成25年から実施をするというスケジュールになっております。

今回の改訂でございますけれども、資料は182ページになりますが、先ほど申しましたように、生きる力を育成するという理念に基づきまして様々な改善を行っております。例えば182ページの3の「教育内容の主な改善事項」というところがございますが、環境、家族と家庭、消費者、食育、安全に関する学習を充実したということを重要事項として挙げております。高等学校も同じでして、やはり環境、消費者に関する学習を充実したということが重要事項のところにございます。

具体的に学習指導要領で消費者教育に関してどういうふうになっているかというところでございますけれども、184ページになりますが、消費者教育につきましては主に社会科、技術・家庭（家庭分野）というところで教えられております。まず中学校の社会の公民的分野でありますけれども、内容の中に「私たちと経済」というところがあり、そこで「ア 市場の働きと経済」というところで、身近な消費生活を中心に経済活動の意義を理解させるというところがございます。また、「イ 国民の生活と政府の役割」というところで、国民の生活と福祉の向上を図るため、消費者の保護など、市場の働きにゆだねることが難

しい諸問題に関して、国や地方公共団体が果たしている役割について考えさせるとなっております。内容の取扱いといたしまして、イのところにありますけれども、「消費者の保護」については、消費者の自立の支援なども含めた消費者行政を取り扱うこととなっておりまして、この資料で下線をしているところは今回の改訂に当たって新たに加わったところになります。今回、消費者の自立の支援ということが明記されているということでございます。

学習指導要領は大綱的なものですので、ポイントだけ簡潔に書かれているわけですが、それを解説する解説書というのも出されておりまして、これにおいては、例えば 186 ページを見ていただきますと、この消費者の保護の扱いについて、特に消費者の権利の尊重及びその自立の支援などのため、国は消費者政策を推進する役割を、地方公共団体は地域の社会的、経済的な状況に応じた消費者政策を推進する役割を担っていることを具体的な事例を通して理解させるというようなこととか、企業は消費者の安全や、消費者との取引における公正さを確保するなどの責務を教えるということとか、また、この部分は今回新しく加わっているところですけれども、消費者も自らの利益の擁護及び増進のために自立した消費者となるよう努めなければならないことや、どのような消費者行政が行われているかについて理解させるというようなことが解説として書かれております。

以上が社会の公民的分野で、主に社会科としては消費者に関わる行政や社会の仕組みなどを教えているのですが、実際に消費生活に関わる内容につきましては、技術・家庭の家庭分野で教えられております。下に中学校の学習指導要領がございますが、「身近な消費生活と環境」ということで、まずアとして、自分や家族の消費者生活に関心をもち、消費者の基本的な権利と責任について理解することとあります。この部分は今回の学習指導要領の改訂で新たに加わったところでございます。次にイとして、販売方法の特徴を知るというようなことの記述がありますが、内容の取扱いとして、中学生の身近な消費行動と関連させて取り扱うこととされております。

具体的にどういうふうに中身を教えるかということにつきましては、やはり解説書もございまして、次のページのアのところの 3 段落目にはありますけれども、例えば自分の消費に使える金銭には限りがあることや、優先順位を考えた計画的な支出が必要であることなどに気付くようにするというようなことが加わっております。また、最後の段落に、例えば、消費者にかかるトラブルについてロールプレイングをしたり、地域の消費生活センターを見学したりするなどの学習活動が考えられるとなっておりまして、このところも今回の改訂に合わせて加わった部分です。この学習指導要領にもありますように、身近なそういう体験もさせていくというようなことを重視した内容になっているところでございます。

次は高等学校でございますけれども、188 ページをご覧いただければと思います。高等学校につきましても公民と家庭科において消費者教育に関する内容が盛り込まれております。例えば公民の政治経済分野ですと、「現代の経済」ということで、「ア 現代経済の仕組みと特質」というところで、市場経済の機能と限界などについて理解させるというところがあります。内容の取扱いとしまして、「市場経済の機能と限界」については、公害防止と環境保全、消費者に関する問題も扱うこととされております。

また、家庭総合におきましては、「生活における経済の計画と消費」というところで、生活における経済の計画、消費問題や消費者の権利と責任などについて理解させ、現代の消費生活の課題について認識させるとともに、消費者としての適切な意思決定に基づいて、責任をもって行動できるようにするとされております。「ア 生活における経済の計画」というところについては今回の改訂で新たに加わったところでありまして、生活と社会とのかかわりについて理解させ、生涯を見通した生活における経済の管理や計画の重要性について認識させるというような内容になっております。

高等学校につきましてはつい先日改訂の告示がされたばかりで、先ほど中学校の方で説明させていただきました解説書はまだ出来ておりませんので、今後これは検討されるということになっており、本日の資料には載せておりません。学習指導要領における消費者教育の記述の内容、また今回の改訂の中身の概略については以上でございます。

（コーディネーター・鎌田委員）

ありがとうございます。なかなか皆様、学習指導要領というのをまじまじと見る機会というのは余りないのかもしれません。この消費者教育というのが実際に学校教育でどの科目でどういった事項として行われているのか改めて理解いただけたのではないかと思います。

これまで前半のリレー報告、あるいはパネルディスカッションをお聞きになって、皆様の方でいろいろご質問とかご意見とかお持ちになった方もいらっしゃるのではないかと思います。先ほど、冒頭司会が申し上げたとおり、質問やご意見があればお手元の質問票にお書きになって、回収の者がまいりますので、お出しいただければと思います。後ほどそういう時間があれば取りたいと思っております。

次に日弁連の取組みについてここでお聞きしようと思ったんですが、ちょっと時間がだいぶ押してしまったので割愛させていただいて、続いて、こういった今、消費者教育の現状にある中で、消費者教育が今十分に行われているのか、何か課題というものはないのか、そういうことについてお話を移してまいりたいと思います。この実施状況をお聞きになって何か課題があるとすればどういった点にあるのか、西村さんの方からお話しいただければと思います。

（パネリスト・西村隆男 横浜国立大学人間科学部教授）

確かに 20 年前ぐらいから比較しますと、この 89 年の指導要領の改訂、あるいは基本法の制定と、この消費者教育に関する状況変化というのは、比べてみれば一定の前進はあつただろうと考えています。その 1 つの典型は、90 年に出来た、先ほどご報告もありました財団法人消費者教育支援センター、いわゆる消費者教育の発信基地ということでつくられたわけですけれども、こういうものが出来てきたことを考えますと一定の前進は見られてきたのであろうと思います。

しかしながら改めて考えてみると、冒頭の必要性のところでも若干触れましたけれども、時々刻々社会変化が著しいわけですね。例えばサブプライムローン問題というようなものが引き起こされて世界を席巻する。で、今、金融恐慌の渦中に我々がある意味で置か

れているという現状もあるわけですよね。で、具体的なお話で恐縮ですが、低所得者に対する極めて低金利な住宅ローンという形で、もしかしたらもう少し知識があれば、そういった夢の住宅を手に入れようというようなことでサブプライムローンに手を出さないで済んだかもしれない。また、そのシステムとして巧妙に仕組まれた金融装置によって世界が震撼されるということになっていく。慌てたアメリカは経済教育、金融教育を大統領直下の諮問委員会を編成し一昨年から急遽全米に向けて発信を始めているわけですけれども、そういう大きな変化というのを見ると、今ご報告いただきました内閣府、あるいは文科省の動きというのは確かに従前に比べれば進歩しているけれども、まだまだ十分とは言えない。むしろ遅々としているのではないかという印象です。例えば、先ほどの指導要領についていいますと、消費者の視点というのが確かに入ってきてまして、89年以降、あるいは男女共修家庭科が実現して以降ですね、また今回の改訂のように、中学校で消費者の権利・責任というようなことが指導要領本体に明記されるということはこれまでなかったんですね、家庭科の中で。また、消費者の自立支援というようなことが行政として捉まえるというのが社会科の中でなかった。それも事実なんです。

しかし、先ほど石川先生のご報告にもありましたけれども、結局、1年間の授業でこういうテーマをやってるのは何時間かというと、たった2時間ですね。よくやってくださる方で4時間。しかも2単位の授業ということになりますと、高校生活の中でたった2時間、こういう話なんですね。たまたま今年の神奈川県の公立高校の入試問題というものが、私は神奈川に住んでますので新聞の中に入ってきました。家庭科は入試科目になってないですから、神奈川県は5科目で、社会科の問題の中にこの解約の手紙が入っているんですね。問題がたくさんある中の1つに、その解約の手紙がこれと関係ある言葉を選びなさいとあって、その選択肢中にアセスメントとかクーリングオフとかなんとか5つぐらい書いてあるわけですね。当然クーリングオフというのは簡単に選べてしまう。これを高校に入ってくる子どもたちが、どのくらいの正答率かわかりませんけれども、おそらくかなりの部分正答するんじゃないかなと思いますが、まだまだ知識のレベルということですね。先ほど、知識が行動にならなければならぬというお話をありました。高等学校の家庭科で見ても、今、高口さんからご紹介のあったのは家庭総合の話です。家庭総合は取ってる学校が非常に激減してるわけですね。で、家庭基礎という2時間物のものに切り替わってるというのも現状としてあるわけですね。ですから、魚山先生がおっしゃったように、例えば総合を切り替えて、総合が中途半端とは言わないけれども、進路指導に当たり修学旅行の時間にそれを充当したりしてるんですね、現実の学校現場では。それを例えば『消費者市民教育』とか『ライフスキル』とかという科目にして、統合的に体系的にやるというようなことにいかないと、もはや遅いんじゃないかな。つまりそういう部分が1つ大きな問題だろうと思っています。

と同時に、私は昨年10月にO E C Dの消費者教育の会議に参加させていただきましたけれども、このパリでの会議の中で日本の消費者教育について、最初は10分という話だったんですが、8分になって、向こうの会議というのは初めて経験しまして、ラップタイムが目の前に出てるんですね。しゃべってるうちにどんどんどんどん数字が少なくなっていくわけですね。あと1分28秒とかですね。で、もう慌てて慌ててしゃべらなくちゃいけない

ということになるんですが、ともかく今、川辺さんがご紹介されたような日本の体系化の授業とかいつまんだお話をしたんですけども、やっぱりEU諸国の人たちはサステナブル・コンゼンブションという持続可能な消費に向けた消費者市民教育、消費者市民社会の構築ということにかなり焦点化して行っているということを感じまして、紛れもなく国民生活白書でも指摘されてますけれども、やっぱり市民として、つまり権利意識を持った社会に影響力を与えていく消費者をどうつくるかという、その部分をもう少し前進させていく必要があると確信しました。

さらには、今日、各団体さんからいろいろな活動報告もありましたけれども、いろんなところでばらばらにやってるんではなくて、それをやはり一元化するようなことが必要だと思います。私は消費者教育学会というところのとりまとめをさせていただいてますけれども、そこでもやはり教材等の一元化とか状況の一元化を図る必要があるということを意見書として書かせていただいているんですが、お手元の資料の190ページに学会としての意見書を出させていただいてますが、こういった観点からやはり消費者教育をもっと腰を据えて本格的に進めていく。あるいは消費者教育を根本からリフォームしていくということが求められているのではないかと、そんなような気がしております。

(コーディネーター・鎌田委員)

今、西村さんのお話の中にも若干触れられていたのですが、昨年の12月に内閣府より公表された平成20年度の国民生活白書、この中でも消費者教育について必ずしも我が国の消費者教育が十分なものとなっていないという指摘がされているわけですが、これについて内閣府の川辺さんの方からお話ををお願いします。

(パネリスト・川辺英一郎 内閣府国民生活局消費者企画課長)

国民生活白書は今年はかなり普段よりも消費者政策にターゲットを当てています。その2章3節というところに消費者教育を分析したところがありますが、資料ですと38ページから61ページとかなり長いんで、かいつまんでお話ししさせていただきますが、コラムとか割とおもしろいことが書いてあるので、コラムなんか気軽に読めるんで、是非帰ったら読んでいただきたいですが、北欧ではどんな教育をしているのか、今、日本でどんな教育をしてるのかとか、割と簡単に1、2ページでまとまっているので、是非読んでいただきたいと思います。本日はお時間の関係で2つだけ図表を紹介させていただきます。1つは先ほどから話題になっている43ページの第2-3-1図というのをご覧いただけますか。ここは先ほどから話題になっているんですが、つまり消費者教育を受けた人は当然今から20年ぐらい前ぐらいに学習指導要領が改訂されてその中に新たに消費者教育という概念が入ってきたんですけども、そうしますと年齢別に見ますとどうですかということが書いてあります。当然若い人ですね、15歳～19歳から20代の人、こういう人は消費者教育を受けたことがあると答えた方がそれなりにいる。ただ、30歳以上はほとんど1割以下ということになります。それは逆に裏返してみると、30歳以上の人の8割とか9割の人は全く消費者教育を受けたという記憶がない。そういう実感がない。さらに、一応消費者教育を受けたということになっている若い人の世界でも半分以下しか受けたという記憶がない、実感

がないということですね。それはやはりちょっと印象が薄かった。当然今、西村さんからお話のように時間が短かったとかいろんな理由があると思いますけれども、そういう意味では国民の側から見て消費者教育を自分が受けたことがあると感じている人がほとんどいないということだと思います。これは1つの事実としてあると思います。

それからもう1つ、こっちの方がたぶんショッキングな事実だと思うんですけれども、51ページをちょっと見ていただけますでしょうか。51ページの第2-3-8というのがございます。ちょっと消費者力ということが書いてありますが、この消費者力というのは、この白書を分析するためにやったテストなんですけれども、これは財団法人日本消費者協会というところが毎年消費者検定というのをやっており、その問題をアンケート調査に使ったということです。それで何点取れたかというのを消費者力と仮に称しているんですね。そうしますと、「契約・悪質商法」とそのグラフに書いてますが、これは何を意味しているかというと、クーリングオフを知ってますか、こういうときにどうしますかとか、そういうものについて10点満点中何点取れたのか。大体5点ぐらい取れてます。それから「環境」については、環境に配慮した消費者教育については10点満点中何点を取れたかということです。ここで何がショッキングかというと、消費者被害を受けた人と受けない人について、「契約・悪質商法」のところを見てもらうと、ほとんど差がない。むしろ被害を受けた人の方が点が高い。つまり何が言いたいのかというと、テストで知識があったからといって、それは被害を受けるとか受けないことには全く関係ないということがこのグラフでいうことができる。先ほどから何度も指摘がありますけれども、単に頭の中でペーパーテストで点が取れるからといって、その人が消費者被害を受けるとか受けないとかというところには全く関係ない。少なくとも統計的には優位ではないということがこれで表されている。先ほど来、消費者教育の知識を行動に結び付けていく。文科省の高口さんが言われたように、生きる力につなげていくと。こういったところはなかなか難しいのかなと。口で言うのは簡単ですが、実際にどうやっていくのかなかなか難しいと思うんですが、少なくとも白書の分析によれば、単にペーパーテストで契約とか悪質消費者の知識があるからといって、それが実際の行動に結び付くというわけではないということを示していると。ある意味当たり前の結果ではあるんですけども、そういうものがデータの上で検証されると。そういうところでございます。大体これが国民生活白書のおもしろいところで、多々まだいろいろ北欧とかのおもしろい結果等もございますので、帰ったらまた読んでいただきたいと思いますけれども、今日はここまでにさせていただきます。

(コーディネーター・鎌田委員)

ペーパーテスト上の知識がなかなか被害の防止に役立ってないという消費者教育の難しさというのがよく出ている資料ではないかと思います。こういった現在の消費者教育に様々な課題がある中で、この消費者教育をさらに推進していく上でどういったことが必要かと、そういうことに話を移していきたいと思うのですが、横山さんの方の話は後ほど、推進法のお話の中で伺おうと思いますので、最初に学校での消費者教育について、現在でも各地でいろいろな取組みがなされていると聞いています。その中には非常に先進的な取組みを行っている地域もあると聞いております。そういう各地での取組みが全国的に広が

るというのが非常に今後期待されるわけですが、そういった先進的な取組みの例について文科省の高口さんの方からご紹介いただければと思います。

(パネリスト・高口努 文部科学省生涯学習政策局男女共同参画学習課長)

まずご紹介する前に、1つ学習指導要領の補足をさせていただきます。先ほど説明させていただきましたこちらの資料につきましては、主な記述例ということで書いていますので、先ほどお話に出てきました高等学校の家庭基礎についてはこの資料には入っておりません。ですが、学習指導要領に全く消費者教育に関する記述がないということではなくて、きちんと「生活の自立及び消費と環境」というようなこととか、また、「消費者生活と生涯を見通した経済の計画」ということで、消費者生活の現状と課題や消費者の権利と責任について理解させるというようなことが学習指導要領に盛り込まれておりますので、その点を補足させていただきたいと思います。

今お話をございました現在の各学校での消費者教育の推進の具体例といたしまして、先進的な事例として1つご紹介させていただきます。徳島県の教育委員会における取組みでございます。徳島県の教育委員会の取組みのどういうところが先進的かということなんですけれども、私としては3点あると思っております。まず1点目は、教育委員会と消費担当部局、また、消費生活センター、徳島県では消費者情報センターといいますけれども、そことの連携が非常に緊密であるということです。もちろん今は大体どこの自治体でも教育委員会と消費担当部局の連携がありますけれども、徳島県は非常に内容の濃い連携をしております。徳島県消費者教育連絡協議会というものを開催しており、それに加えまして消費者情報センターと教育委員会が一緒になって消費者教育の副教材を作成したり、パンフレットを作成・配布する、また、消費生活に関する研修会、講演会への講師を消費者情報センターから学校に派遣するというような連携もしております。特にこれはというのとしては、この消費者情報センターにおける消費生活相談の事例、対策を毎週水曜日にメールマガジンで教育委員会や学校に配信していることです。これにより、本当に今起こっている消費者問題、消費者トラブルの事例が、すぐに学校や教育委員会に情報提供される。そういうような連携をしているということが1つあります。

2点目としましては、教員の研修が非常に進んでいるということです。その中でも1つは、教員の長期社会体験研修というのがございまして、徳島県の消費者情報センターに公立高校の教員の方を1年間研修生として派遣して、消費生活相談も実際に受けたりしまして、そこで消費生活トラブルの実態を把握するということとか、消費者教育の推進のための出前講座を担当するということをやっていることです。

もう1つは、教員の10年経験者研修というものがありまして、そこでの生徒指導研修、これは選択研修にはなるんですけれども、その1つとして消費者問題に関する研修講座を設けているということで、これは単に1コマ研修を受けるということではなくて、1日の研修カリキュラムとなっています。研修講座は、徳島県の消費者情報センター、県民くらし安全課、徳島県消費者協会との協力によって実施しているということで、講師派遣費用などは消費者情報センターが負担しているということです。平成20年度の研修では、先ほどリレー報告で発表のありました財団法人消費者教育支援センターの柿野主任研究員を招

いて演習をしたという内容になっておりまして、他には消費者情報センターからの講義、班別の討議といった内容をやっていると聞いております。

3点目ですけれども、これは先ほども触れましたが、消費者教育に関する副教材を消費者情報センターと徳島県総合教育センター、技術・家庭科の教員の方と一緒にになって作ってあります。これは消費者教育ワークシートという「かしこい消費者になろう」という教材でして、かなり実践的なものであります。これは徳島県の消費者情報センターのウェブにも掲載されているようなので、もしご関心のある方はそちらで実際に見ていただければと思いますけれども、大体中学校で10時間で消費者教育を体系的に学ぶというもので、その学習全体に見通しをもって学習の振り返りを確認できるというような内容になっています。また、実践的・体験的な活動を通して学習できるような工夫をしているということで、例えば実際に生徒が広告を作ったり、ロールプレイングするといったような、そういう内容の授業ができるような教材を作っているということです。これは、すべての教員の方々が利用できるように、先ほど言いました消費者情報センターのウェブサイトに掲載をされており、自由に活用できるというような取組みがされているということでございます。

(コーディネーター・鎌田委員)

徳島県では大変先進的な消費者教育の取組みがなされているということですが、ただ、この徳島県の取組みが今は先進的なんですが、これがやはり全国で広まって行われなければならない。徳島でやれることができないということもないと思いますので、是非こういったことが全国各地に広がることが望ましいと思われます。

ただ、そういった各地で取組みをする上ではいろいろ財政的な問題、予算の問題とかも絡んでくるかと思います。この点2009年度には地方消費者行政の活性化交付金というものが各都道府県に支給されると聞いておりますが、これがどういうもので、この消費者教育にどのように生かされるのか、そのあたりを内閣府の川辺さんの方からお話しいただければと思います。

(パネリスト・川辺英一郎 内閣府国民生活局消費者企画課長)

この交付金は実は先週通知をいたしまして、今月中にお金が振り込まれるかと思います。全国全部で150億円、各都道府県で平均3億円ぐらい配ることにしまして、平成21年から平成23年度までの3年間でお使いいただくと。これはある意味では自由に使っていただくので、必ずしも消費者教育に使う必要はないんですが、いろんな消費者政策全体にかかわるものについて使っていただきます。その中でももちろん消費者教育にも使っていただいて、いろんなことに使えるんですが、大体消費生活センターがやる事業、先ほどありました消費生活センターがメールマガジンを発行するとか、そこで教材を作るとか、消費生活センターの人が専門家の人在学校に派遣するときのお礼のお金とか、そういうしたものに使えるということです。ですので、今ご紹介のあった徳島のようなことをいろんな県が真似ていただいて学校とか大学とか、地域の方々とタイアップして消費者教育をやっていく、そういうものに使えるものです。

(コーディネーター・鎌田委員)

ありがとうございます。さらに2009年度の通常国会の中ではいわゆる消費者庁関連3法案というものが提出され、審議入りしているんですが、こういったこの関連法案によって消費者行政新組織が創設された場合、いったいこの消費者教育がどの部門で行われる予定なのか、先ほど来これについて必ずしも明確でないというようなご指摘もあるんですが、内閣府の川辺さんの方でご説明いただければと思います。

(パネリスト・川辺英一郎 内閣府国民生活局消費者企画課長)

消費者庁法案、まだ審議されなくて、来週からご審議いただくということになっておりますが、消費者庁は大きく分けて2つ機能があります。

1つは司令塔機能といいまして、いろんな役所がありますけれども、各省に対して横串を通してやっていかなければいけないことをやっていくと。例えば各省がお見合いして、Aという役所とBという役所があるんだけれども、規制が抜けているようなところがあるとすれば、そこを手当てをするとか、各省で横断的に検討しなければいけないようなことがあれば検討する。そういう司令塔部門というところがあります。

それからもう1つは個別に執行する部分というのがあって、ちょっと専門的になりますけど、景表法、表示のあり方を規制する法律とか、特定商取引法、さっきからよく出てくるデータ商法とかマルチ商法とか、そういうものを規制する法律ですが、それを直接執行する部分というように2つに分かれています。

それで消費者教育というのはご存じのようにかなり横断的なものでございますので、今言った司令塔部門でやっていくということになると思います。もちろん消費者庁は付属する審議会として消費者政策委員会というのがございまして、それは消費者政策委員会が特に消費者の方の代表も入れて、学者の方やなんかも入れて、消費者政策委員会の意見が消費者庁の政策に反映されると、そういうことを考えておりますので、そういったところでの消費者教育のご意見もいただきつつ消費者庁でやっていくと、そういうようになると思います。

(コーディネーター・鎌田委員)

ありがとうございます。消費者教育のさらなる推進に向けてということで今お話をしまいました。本日のテーマの副題が「消費者教育推進のための法づくりを考える」ということで、消費者教育推進法ということに話を移してまいりたいと思うのですが、日弁連では今回、基調報告等でも報告がありましたとおり、シンポジウムに先立ちまして消費者教育推進法制定を求める意見書というものを作成しております。ただ、これは既に、これも先ほど来申し上げているとおり、消費者基本法において既に国民に消費者教育を受ける権利のあることは一応確認されております。さらにこれを受けた基本計画の中でも消費者教育の充実のための施策を実施することは定められております。

にもかかわらず、なぜ今さらにこの消費者教育推進法というものが必要なのか。で、この消費者教育推進法にはどういった内容が盛り込まれるべきなのか、このあたりについて日弁連の横山さんの方からお話しitただければと思います。

(パネリスト・横山幹事)

そのお話に行くためにちょっと少し前触れをさせてください。日弁連は87年に消費者教育小委員会というのをつくりまして、消費者教育について日弁連部関連としての活動を始めたわけです。で、93年に「消費者教育に対する弁護士会の役割」という、これは会内資料なんですけれども、実は今日の資料の中に入っております、資料13、102ページのところに入っているのがこれであります。この中で当時の私たちは消費者教育というのが何を目指すのかということに関して「消費者教育は単なる自立した消費者を目指すだけでなく、消費者被害の構造を認識し消費者の権利を自覚する主体的権利者として行政に対して事業者への法規制を求めるなど、市場・社会に積極的に働きかけることのできる人格形成を目指すものである。」というまとめをしております。そういった理念の下に全国各地の弁護士会で消費者教育を実践してほしいという、あるいは日弁連としてこういう活動をしましょうということをいわば内輪で確認し合って、内輪にそのお願いをしたというのがこの「役割」という文書であって、これは実は外に出しておりませんので、今日皆さんの資料に入っておりますけれども、これはそういうものであります。これに従ってというわけでもないんですけども、これ以降本当に全国的な規模で各全国の弁護士会、我々は単位会という言い方をしてますけれども、北海道から九州まで各都道府県にある弁護士会が消費者教育の実践を様々な形でやってきています。地域によってはその地域の教育委員会との密接な意思疎通の下に学校の方に出前講座を行うというようなことを積極的に行っているところもあります。

実は私も今週の月曜日、ついこの間、都立富士高校というところに、卒業式が終わった後の1年生、2年生600人に講座をやってきたところなんですけれども、そのような講座をし、それから私たちにやれることというのは、そういう出前講座よりももっと私たちの持っている情報を学校の現場の先生に知っていただくことではないかというような思いがありまして、教科研究会ですか、都道府県に各教科の先生方たちの研究会があると思うんですけれども、家庭科の研究会、あるいは東京都の教育研究所の方の家庭科を担当されている先生のところにお話に行って、いろいろ一緒にやりたいというような仕入れをしたこともありますけれども、結局空振りに終わってしまって、実現しないまま今日に至っています。弁護士というのは高校生に上手に話のできる人間ではありませんで、いきなりややこしい法律用語を言ったりして生徒から退屈がられて、消費者教育をやったけれどもやった実感がないなどというのは、そういう高校生たちが「受けていません」というところに

を付けてるんじゃないかなという気がするぐらいであります、結局、この93年の「役割」をまとめたときに、全国の単位会にアンケートを行いまして、どういうことをやっているのか、それから作った資料があればそれを見せてくださいということで調べて見ました、全国の単位会でも非常に消費者教育用の教材なども作っていたんですね。作っているけれども、おそらくは学校の先生たちはそういう実例が欲しかったんだろうけれども、それが行かない。どうも需要と供給が上手くマッチングしていないなという思いが当時ありました。それがうまくマッチングできるようにする道筋が必要だなという思いがあったわけですけれども、結局のところ、学校の先生たちがやはり忙しすぎて、なかなか消費者

教育まで手が回らないと。先ほどの西村さんの話にもありましたけれども、今やその方向性がさらに2単位化ということで、さらにそれが進んでいる状況にあります。こうなってくると、何かもっと本質的にその仕組み自体を変えるようなテコがないとどうしようもないという思いがある中で、消費者教育を法的に根拠づける仕組みが必要だなという思いに至ったわけであります。

そういう中で「消費者教育推進法の制定を求める意見書」というものを今年になって日弁連として公にしたものであります。これは皆さんの資料12,97ページに入っております。これは長いものではありませんので、この意見書そのものを見ていただくのがいいんですけども、あまり時間がないようですので、大事なところだけ言いますと、私たちがこの消費者教育で何を目指すのかということに関して、最初に私が消費者教育のとっかかりのところで、我々は具体的な事件にぶち当たってその被害に直面するというところから消費者教育を考えたという話をしましたけれども、結局それに留まっていたんでは本質的な解決には至らない。そういうものを先ほど、国民生活白書のデータも示されましたけれども、教育を受けた人が消費者被害に遭うという状況の中では、結局、私たちが消費者教育だと思っているものが実効性を持っていないことになるわけでありまして、やはりちょっとこれは本質的なところから考えを変えていかないといけないのではないか、発想を換えていかなければいけないのではないかということであります。

で、この消費者教育推進法というものに関して私たちがコンセプトとして考えておりますのは、先ほど来出ております「消費者市民社会」というものであります。単に自立した消費者というものにとどまらず、その社会の在りようについて積極的に参加をしていく。社会の在りようだけではない、それは人間と人間との共生であるとか、あるいは「持続可能」という言葉がたびたび出てきていますけれども、環境との関係で持続できるような社会の在りよう、そういうものに積極的にかかわっていく消費者というか市民ですね、そういう人たちが育っていくようなものが消費者教育ではないか。そういう消費者教育が実現する社会の中では、振り込め詐欺の加害者などというのもなかなか出てこないだろうというふうに思うわけであります。

私たちは実は6月に、消費者教育先進地であるという北欧の消費者教育をちょっと見聞してこようということで計画を立てておりますけれども、出発前にあれこれ調べて見ますと、どうも北欧においては日本型の消費者被害というのではないんじゃないかという気がしまして、こちらが考えているようなことが向こうに行って、同じ消費者問題、消費者教育という言葉が同じキーワードであってかみ合うような話が聞けるのかなということが、今なかなかどうなのかなという疑問を持っているところであります。さらに勉強してそのあたりを明確にしたいと思っております。

日弁連は毎年人権大会というのを秋にやっておりまして、今年も11月に和歌山で人権大会があるんですが、そこにおいてもこの「消費者市民社会」というのをまさにテーマにした大会、シンポジウムを予定しております。今日はその実行委員会の責任者の方も来ておりますけれども、まさにこの消費者市民社会というのがこれから世の中の在りようについての1つの大きなキーワードになるんではないか。消費者問題というものを包含する1つの大きなテーマですけれども、そういったものに私たちが具体的な中身を少しずつ実質

を付けていくことによって世の中を変えていくことができるのではないか。そういう気持ちを持って今回の消費者教育推進法を、ちょっと大風呂敷の話になりましたけれども、そういうことであります。

(コーディネーター・鎌田委員)

ありがとうございます。今、日弁連の方の考えについて説明していただきましたが、西村さんの方はこの消費者教育推進法についてどう言った期待をお持ちか、ちょっとお話しいただければと思うのですが。

(パネリスト・西村隆男 横浜国立大学人間科学部教授)

時間の関係で簡単にいたしますが、今、横山さんからもお話をありましたけれども、やはりこの一種のパラダイム転換というか、消費者教育と思っていたものが結局、余りにも効果測定も十分行われていなかったということもあります。効果測定の難しさということはもちろんあるんですが、そういうことが改めて問われてこれまでの消費者教育を振り返る。そしてこれから新たな消費者教育のあり方を考える、そういう時期に来たと思います。今日の基調講演の細川先生の話の中でもたしかあったと思いますが、推進法が単なるプログラム規定、訓示規定では意味がないというお話、全く僕もそう思うんですね。ですから、皆さん頑張って努力しましょうというような法律にはしてほしくないわけです。少なくとも消費者教育を進めることができが国の責務であり自治体の責務であると。それを検証するようなシステムをくっ付けるというような形のものでないと難しいだろうと考えています。もしそういうことが実現していけば、先ほども触れましたけれども、ある特定の「消費者市民教育」というような科目を作っていくようなことへの弾みにも、これから10年先になるかもしれません、なっていくであろうと思っています。

1975年、昭和50年、今から35年前に、ちょうど僕が大学を出た年ですが、東京都が中学校向けの消費者教育教材を出したんですね。ところがお蔵入りになったんですね。結局配布されなかった。これは貴重本で大事に取っていますが、タイトルは「消費者」という80ページほどの冊子でございますが、その中に取り上げられていた中身は、灯油のヤミカルテル事件の問題、それからカラーテレビの二重価格の問題。お若い方はもう全くご存じないかもしれません、そういうものに対してもっと目を向けましょうと。つまり消費者としての権利意識を芽生えさせるような中身で、大変すばらしいものだったんですね。ところが、当時、東京都は教育長が、この配布はむしろ生徒を消費者運動の手先にするのかというようなスタンスで、結局配布することができなかった。また業界からも、業界が悪だというような印象を与えるということで大変強い申入れが出されました。それから30数年経ってようやく市民としての意識形成ということが話題に上ってきた。そういう意味では長年の懸案であったところの消費者教育の推進というのが法律になっていく可能性が非常に高いところまで今来ていると感じています。何とも言えませんが、そういう点ではこれは僕は十分期待してみたいし、積極的に僕自身もこの制定に向かって関わっていきたいと思っているところでございます。

(コーディネーター・鎌田委員)

ありがとうございます。教育を推進する法律としては既にいわゆる環境教育の推進に関する法律、それから食育基本法といったものが先輩格であるわけですが、こういったものによって環境分野、食育分野については非常に教育が推進されたと聞いてあります。今回もこの消費者教育推進法が作られることによってこの分野が推進することが期待されるんですが、高口さん、このあたりは十分に推進されると伺ってよろしいんでしょうか。

(パネリスト・高口努 文部科学省生涯学習政策局男女共同参画学習課長)

その点につきましては、なかなか行政としてコメントすることはちょっと難しい面もあるんですけれども、今おっしゃられましたように、食育基本法とか環境教育推進法とか、そういう議員立法が出来てあります、仮にこういう消費者教育推進法みたいなものが議員立法で出来るということになれば、先ほどご紹介させていただきました徳島県のような地方自治体、教育委員会が消費者教育を推進をする上での1つの手掛けかり、きっかけにはなるのではないかと思っています。

(コーディネーター・鎌田委員)

力強いお言葉ありがとうございます。日弁連意見で1点だけ意見書の意見の趣旨の5の部分ですが、消費者の責務に関する定めを置くべきでないと、このようにされております。ただ、この消費者のいわゆる役割については既に消費者基本法の7条の中でも、「消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めなければならない。」と定めが置かれています。

また、国際的消費者団体でありますC.I., いわゆるコンシューマーズ・インターナショナルが、先ほど基調報告でも説明されました、8つの権利とともに5つの責務が消費者にある。具体的には、批判的意識を持つ責任、主張し行動する責任、社会的弱者へ配慮する責任、環境への配慮をする責任、連帯する責任、こういったものを挙げておられます。にもかかわらず、今回、この消費者の責務に関する定めを置くべきではないというのが日弁連の考え方なんですが、このあたりを横山さんの方から話をいただいてよろしいでしょうか。

(パネリスト・横山委員)

こういう規定を置いてほしいというのが普通でありますから、こういう規定は置かないでというのは大変ネガティブな話でありまして、特異であり、特殊かもしれませんけれども、権利があるところは義務があるんだということは大変もっともなご意見でして、消費者の権利を考える以上は消費者の義務も考えないといけないと。それは全くそのとおりであります。先ほど、私、今週の月曜日に富士高校に行ったといいましたが、最初に話をしたことは、皆さんが契約をしたら、皆さんは契約の当事者として義務が生じるんだよ。この義務は契約の拘束関係からもう逃れることはできない、そういう責任があるんだよという話が最初の話がありました。まさに私は民法ベースで言えば自己責任の世界にいるんですね。消費者というのはまさに自己責任の世界にいるんですね。自己責任の世界にいるとい

うことを貫いていくととてもおかしなことになる。もう認知症のお年寄りに3000万円分ものリフォームをするとか、そういうことというのは全く異常なことでありますし、契約した以上はそれは自己責任だといったら、それでは非常におかしいじゃないかというところから、そういうものに対してそういうおかしな取引関係についてはそれを直していくというのが消費者の権利を擁護するための様々な立法です。

そういう立法の中で自己責任がまた蒸し返ってきたんでは、そういうおかしな状態を是正しようとするのに対して全く意味が無くなってしまうわけですね。消費者の権利を擁護するためのシステムというのは、ある意味で消費者が事業者に対して弱い立場にあるということの、この非常にアンバランスな関係に対して下駄を履かせて、少しでも対等に近くさせようという仕組みだというふうに理解をしています。その下駄の中に実は空気を抜くようにしてプシュッとなって、またもとの寸法に戻るようにしたのでは、消費者の権利を守るためのシステムとしては機能しなくなるわけであります。消費者教育を推進する法律というのはまさにその消費者の教育というもので消費者の教育を受けた以上は、あとはもう自己責任だと投げ捨てていいものではない。消費者教育というものがどれだけ実効性のある消費者教育が行われたとしてもやはりそこには限界があるわけであります。消費者にとってそういうことを学習する、情報を習得するということに限界があるということを直視する中でこういった仕組みを作っていくわけでありますから、その中に敢えて消費者の責任ということを書き込むことは、結局こういう仕組みを作ることの意味をなくしてしまうことになるのではないかということで、そういう手掛けかりになる責任であるとか責務であるというものは置かないでほしいというのが私たちの強い希望であります。

それからあともう1つ、消費者というと事業者という関係が出てくるわけであります。消費者問題というときに、消費者トラブルというときに、その相方になるのは事業者なんです。事業者がこの消費者教育にどう関わるかということについても実は私たちの間でも非常にたくさん議論しました。非常に様々な議論があったわけでありますけれども、事業者はしかしながらそういう社会の経済活動の構成要素の中で無視できない存在として存在するわけでありますから、その事業者の中で非常に善意でもって様々な消費者のための活動をしているところもあるのも他方の事実であります。ですから、名宛人として事業者がどうこうということは何も書き込んでいないわけでありますけれども、この私たちの意見書の中では、事業者が活動するというのは、私たちがこの意見書の中で考えているような消費者教育推進法の理念、目的にかなうような行動をしてほしいというニュアンスであります。このことは別に事業者に関わらないのであります、弁護士が関わる場合であつたって全く一緒です。ですから、消費者教育の担い手が誰であろうと、私たちが考えるような消費者教育の仕組みの中で、その理念と目的に沿うように活動してくださいというのが私たちの考えているところであります。

(コーディネーター・鎌田委員)

もう少しこの消費者教育推進法について議論を深めていきたいんですが、時間がだいぶ押してきまして、この議論の最後に、今現在この消費者教育推進法についてはご承知のとおり、自民党消費者問題調査会の消費者教育を検討するためのワーキングチームというと

ところで議論が進められております。このワーキングチームの中でヒアリングを受けて今まで活動を見てこられた西村さんの方から、今の横山さんのお話なんかについても何か議論があれば、こういうワーキングチームの議論状況全体についてもお話しいただければと思います。

(パネリスト・西村隆男 横浜国立大学人間科学部教授)

簡単にお話しいたします。10月の28日に自民党の消費者教育ワーキングチームが発足しました。それに遡るところ、ちょっと日にちを忘れましたけれども、自民党参議院議員の島尻安伊子議員とコンタクトを取る機会がございまして、その消費者教育を進めるということに非常に関心をもってらっしゃって、非常にある意味意気投合した部分がございました。そのワーキングチームで前提となる議論は、やはりこの消費者教育を前面に進めていく必要があるという座長の島尻先生の強い意志がございました。で、関係議員の方々をお集めになりました、今週の11日水曜日までこれまで!...合7回の会議が開かれてまいりました。第1回のヒアリングを私が受けて以来、ほとんど参加させていただいておりますが、この間、内閣府さん、文科省さん、あるいは支援センターさん、それから経団連、学校の先生、それからあるいは海外の事情ということでイギリスの大蔵館の方、あるいは金融広報中央委員会等々の実際に消費者教育の活動を続けてらっしゃるところのヒアリング等をご披露いただきて、それに対して議員が質問をしながら、消費者教育ということに認識を深め、やはりこれは必要なんではないか。そういう議論の中で今、横山さんのお話にもありました、消費者教育推進法というものを制定していくこうという気運がそのワーキングチームの中で盛り上がって来たわけです。

で、今3月ですけれども、今月末までにはそのワーキングチームが報告書を出すというところにまできまして、これはちょっと非公開というところでやってるものですから、非常に情報が入りにくくてということになってしまいますが、やはり考え方は消費者市民社会をつくっていくための礎としての消費者教育という、それを国の責務とすると。で、先ほど懸念されていた消費者の責務というのは置かないということ、それから事業者に関しては自主的な活動に努めるというような事柄が今のところその報告書の原案としては書かれています。さらには学校、大学も含めたところの消費者教育の推進、さらにはその地域に消費者教育コーディネーターを置いて、消費者の教育の企画等を推進させていくというふうな諸々のものが設けられており、最終的には消費者教育推進法というものを議員立法として作っていこうと。消費者庁の動きもありますので、それとパラレルに進めていくということで考えているようでございます。ただ、推進法がどういうスケジュールで出来ていくかということもまだ不透明でありますし、報告書の中身も各議員の方々が持ち帰って、おそらく来週か再来週か、またワーキングチームが開かれて、また議論が進められるものと思っております。いずれにしましても、この消費者教育に関わるワーキングチームが活動するということはこれは前代初めてのことでありますし、さらには消費者教育の名を冠した法律が出来れば、これまた前代未聞のことでございます。是非期待してみたいと思っているところです。

(コーディネーター・鎌田委員)

消費者教育推進法が非常にこう現実味を帯びているといった非常にうれしいお話をしました。

皆様の方から大変貴重なご質問、ご意見いただきまして、時間の関係で一部紹介するだけにとどめさせていただきます。

消費者基本計画において3年かけて消費者教育の体系化作業を進めてこられたその成果の具体化を図っていくべきだと思うというご意見がございました。

それから、消費者教育の担い手を育てるに当たって学校、企業、行政、地域の活動、こういったものの連携のあり方について明確にし、大企業からの連携だけでなく、地域、農業、商工、自営業、こういった方々と連携することが有効ではないだろうかというご意見もございました。

それから、学校における消費者教育を実施するためには教科としてやはり確立することが不可欠でないかというようなご意見もございました。

それから一方で、インターネットにアクセスできない人も多く、情報の電子化での発信は電子化弱者を生み出して、国民の基本的権利を失う人が出てくることになるのではないかというご懸念もございました。

いろいろと貴重なご意見をいただきましてありがとうございます。パネリストの方々にお答えいただきたいところなんですが、時間の関係で紹介するだけにとどめさせていただきます。

最後になりますが、パネリストの方々にお一言ずつ今後の消費者教育のあり方についてお一人2分ぐらいでまとめていただければと思います。それでは西村さんから順にお願いいたします。

(パネリスト・西村隆男 横浜国立大学人間科学部教授)

だいぶ話してまいりましたので、特にこれ以上申し上げることもありませんが、このタイミングを逃したら消費者庁もなければ消費者教育推進法もないだろうと思っております。長年この分野に関わってきた人間として是非とも皆様方のご協力を得まして、またご理解も得て、より良い日本の消費者教育の推進のために力を合わせていきたいと考えております。ありがとうございます。

(コーディネーター・鎌田委員)

ありがとうございます。続きまして川辺さんお願いします。

(パネリスト・川辺英一郎 内閣府国民生活局消費者企画課長)

消費者教育の重要性は今日つくづく再確認させていただきました。やっぱり今後、行政、それから教育の場、それから地域、そういうもので双方向的に推進していくことが重要だと思っております。

また、ちょっと宣伝ぽくなりますけれども、やっぱりそのためには是非一刻も早く消費者庁をつくって、消費者行政全体の司令塔というものを作っていく、そういうことが重要なんじゃないかなと思っております。今日はありがとうございました。

(コーディネーター・鎌田委員)

ありがとうございます。続いて高口さんお願ひします。

(パネリスト・高口努 文部科学省生涯学習政策局男女共同参画学習課長)

今日もございましたけれども、私ども学校教育を掌る立場といたしましては、やはり現場の学校、教育委員会と、あとは地域の消費生活センターや関係の皆様方のご協力をいただいて、連携を十分図って教育をしていくということが一番この消費者教育の充実になるんじゃないかと考えております。また、本日主催いただきました日弁連など関係団体の皆様方にいろいろと協力をいただきながら推進させていただきたいと思っています。どうぞよろしくお願ひいたします。本日はどうもありがとうございました。

(コーディネーター・鎌田委員)

ありがとうございます。最後に横山さんお願ひします。

(パネリスト・横山幹事)

私が消費者教育に関心を持つようになってから25年経ちます。当時、30代だった私が、やはり当時30代だった西村さんとその頃からいろいろのことではお付き合いさせていただけておりますけれども、この25年間こういうことをずっとやってきて、こんな消費者教育などというのが華々しい光を浴びるときが来ると私は思いませんでびっくりしております。西村さんも言われたように、これは千載一遇のチャンスですから、ともかく形あるものを作りたい。で、しかもできるだけ大風呂敷で作りたい。作れば自動的に世の中は動いていくわけじゃありませんので、そこの中身を充実させて、それをみんなが育てていくということで世の中を変えていきたいというふうに思います。みんなで一緒に頑張りましょう。ありがとうございました。

(コーディネーター・鎌田委員)

ありがとうございます。本日はもう少し議論したいテーマもあったんですけども、司会の不手際でなかなか全部できませんでした。端折ってしまったことを改めてお詫び申し上げます。最後にパネリスト4名の方に皆様からもう一度盛大な拍手をお願いします。

閉会挨拶

(総合司会・白石幹事)

パネリストの皆様、本当にありがとうございました。

では最後に、吉岡和弘消費者問題対策委員会委員長より閉会のごあいさつをさせていただきます。

(吉岡和弘 消費者問題対策委員会委員長)

どうも本日はご多忙の中、この日弁連のシンポジウムにご参集いただきまして本当にあ

りがとうございました。また、リレー報告をしていただいた諸先生方、それからパネルでご発言いただいた諸先生方、最先端の非常に貴重なご発言を賜って心からお礼申し上げたいと思います。

ご発言を聞いていて、いよいよ消費者教育は動き始めたなという感を強くしました。これまで消費者問題というのは、この10年来いじめられてきたわけですね。いろんなところで人も削られ、予算も削られ、消費者行政に携わる職員が肩身の狭い思いをさせられてきたと。そういうような時代だったわけです。

同じように消費者教育についても必要性は語られてはいたけれども、本当に本気で消費者教育に焦点を合わせる、そういうようなことがなかったのではないかと思います。そういった中で福田総理が昨年登場して、革命的な出来事を発言したんだろうと思います。今日の34ページのところに基本計画がありますが、ここに書かれていること、これが日本の政府が出した文書かと一瞬目を疑うような革命的なことが書かれているんじゃないだろうかと私は思います。

これまで消費者問題が縮小に縮小されてきた、それが拡大へと転向すると。それから消費者教育についても同じようにこれから動き出すんだと。そういうことを高らかにうたい上げた画期的な文書ではないかと私は思います。これから10年、20年経って振り返ったときに、この2008年か9年か10年か、この辺が消費者元年の日だったというふうに思えるような、そういうときではないか。そういう場面に今私たちは立ち会っているんじゃないかなというふうに思います。

先ほど、横山さんからご紹介がありましたが、日弁連も今年の11月に和歌山で人権擁護大会を開催するに当たって、消費者市民社会というのをキーワードにして、消費者がどういうふうに企業を正しく選択し、そして社会を変革していくか。その際に優しい眼差しを持った消費者として活動するのかと、そういうことを問い合わせる、問い合わせる、そういう消費者市民社会を考えるシンポジウムを開きたいと考えております。そういう中でこの消費者教育が一番人権擁護大会でも重要なポジションを占めるんじゃないかと思います。私たちは、これが消費者教育だと、これが私たち消費者が求める消費者教育なんだという具体的なテーマ、ツールをいろいろ提示して、そして世論を盛り上げていきたいと思います。

今日、いろいろ消費者教育についての理念がいろいろ語られましたが、じゃあ具体的にどういうことをやるのかという具体的なところを示すことによって、それを見た消費者が、こういう教育だったら本当に必要だな、これだったらやってみようよというふうに、みんなが1つになって思い込めるような、そういう消費者教育の具体的な映像を見せていく必要があるんではないかというふうに思います。

そういう中で消費者教育の現場に携わっている方、それから消費者問題に携わっている方を勇気付け、世論を高めていく、そして本当に私たちが望むこの消費者教育推進のための法律を作っていく。そういう世論形成に邁進していきたいと思います。今日は本当にその端緒となるような良いシンポジウムが開催できたと思います。パネラーの方、それから報告者の方、そしてここにご参集の皆さん方、ここからお礼申し上げます。どうもありがとうございました。

(総合司会・鈴木委員)

吉岡委員長ありがとうございました。4時間という長丁場ではございましたが、皆様のご協力によりましてほぼ時間どおりに終えることができました。本当にありがとうございました。

それでは本日のシンポジウムをお開きとさせていただきます。どうもありがとうございました。

- 閉会 -

シンポジウム「もっと 消費者教育を！」

～消費者教育推進のための法づくりを考える～

資 料 集

とき 2009年3月14日(土)午後1時～午後5時

ところ 弁護士会館 2階講堂 クレオA

主催  日本弁護士連合会

後援 内閣府・文部科学省・日本消費者教育学会

目 次

進行次第	...p. 1
【資料 1】 基調報告	...p. 3
【資料 2】 基調報告（パワーポイント）	...p. 8
【資料 3】 消費者基本法	...p. 17
【資料 4】 消費者基本計画（12 頁，13 頁，34 頁～36 頁）	...p. 23
【資料 5】 消費者行政基本計画（1 頁，2 頁，別紙 3）	...p. 31
【資料 6】 消費者庁の創設後の消費者行政のイメージ（内閣府国民生活審議会・消費者安全に関する検討委員会第 1 回配布資料）	...p. 37
【資料 7】 『平成 20 年度国民生活白書 消費者市民社会への展望 - ゆとりと成熟した社会構築に向けて -』（内閣府国民生活局）（141 頁～164 頁）	...p. 38
【資料 8】 「『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」（2004 年 5 月 8 日）	...p. 62
【資料 9】 「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）	...p. 74
【資料 10】 「『中学校学習指導要領案』に対して消費者教育の充実を求める意見」（2008 年 3 月 12 日）	...p. 81
【資料 11】 「『高等学校学習指導要領案』に対して消費者教育の充実を求める意見」（2009 年 1 月 14 日）	...p. 88
【資料 12】 「消費者教育推進法の制定を求める意見書」（2009 年 2 月 19 日）	...p. 97
【資料 13】 「消費者教育に対する弁護士会の役割」 - 学校教育を中心として -（1993 年 3 月消費者問題対策委員会）	...p. 102
【資料 14】 「消費者教育推進に今何が必要か」 ～消費者政策における消費者教育の位置付けを考える～ (日本女子大学家政学部 准教授 細川 幸一)	...p. 142
【資料 15】 「学校教育における消費者教育の現状について」 (財団法人消費者教育支援センター 主任研究員 柿野 成美)	...p. 145
【資料 16】 「司法書士会の取り組み」 ～「あまねく」消費者教育が実施されることを目指して～ (日本司法書士会連合会 法教育推進委員会委員長 伊見 真希)	...p. 150
【資料 17】 「活動報告より 最近の消費者相談と問題点」 (社団法人全国消費生活相談員協会 消費生活専門相談員 須黒 真寿美)	...p. 161
【資料 18】 「N A C S における学校教育とは」 (社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 事業委員会副委員長 石渡戸 真由美)	...p. 174

- 資料 19】** 「1. 社団法人消費者関連専門家会議(ACAP)の活動～ACAP ご案内～」 …p.177
「2. 消費者教育について思うこと～基本的な理解 時系列の動き～」
「3. 消費者教育について思うこと～基本的な理解 段階認識～」
「4. 消費者教育について思うこと～基本的な理解 現状認識～」
「5. 消費者教育について思うこと～基本的な理解 第三段階の実現にむけて～」
(社団法人消費者関連専門家会議 常任理事・啓発委員会委員長 吉田 聰)
- 資料 20】** 「『持続可能な発展のための教育の10年』(ESD)における消費者教育」 …p.178
- 公民科とリンクさせた文化祭企画(1年フェアトレード)(2年北海道・産直販売)及び校外学習(3年板橋区消費生活展・参加)体験を事例として-
(私立帝京中高等学校 教諭 魚山 秀介)
- 資料 21】** 「1. 高等学校家庭科の現状・問題点」 …p.187
「2. 消費者教育を充実させるために何が必要か?」
(元神奈川県立永谷高等学校 教諭 石川 麗子)
- 資料 22】** 「消費者教育の全体像」 …p.191
(内閣府国民生活局消費者企画課長 川辺 英一郎)
- 資料 23】** 「幼稚園教育要領、小・中学校学習指導要領等の改訂のポイント」 …p.195
「高等学校学習指導要領の改訂のポイント」
「学習指導要領・同解説における消費者・金融経済等に関する主な記述例」
(文部科学省生涯学習政策局男女共同参画学習課長 高口 努)
- 資料 24】** 「消費者教育推進法制定に関する意見書」 …p.203
「新旧学習指導要領における消費者教育の視点」
(横浜国立大学教育人間科学部 教授 西村 隆男)
- 資料 25】** シンポジウム実行委員名簿 …p.210

シンポジウム「もっと 消費者教育を！」 ～消費者教育推進のための法づくりを考える～

進行次第

日時：2009年3月14日（土）午後1時～午後5時
於：弁護士会館 2階講堂 クレオA

【総合司会】

鈴木 仁史（消費者問題対策委員会 委員）
白石 裕美子（同委員会 幹事）

開会挨拶 木村 良二（日本弁護士連合会 副会長）

基調報告 松本 明子（消費者問題対策委員会 副委員長）

講演

「消費者教育推進に今何が必要か」
～消費者政策における消費者教育の位置付けを考える～
細川 幸一氏（日本女子大学家政学部 准教授）

リレー報告

【報告者】

柿野 成美氏（財団法人消費者教育支援センター 主任研究員）
岡崎 竜子氏（金融広報中央委員会事務局 金融教育プラザ企画役）
伊見 真希氏（日本司法書士会連合会 法教育推進委員会委員長）
須黒 真寿美氏（社団法人全国消費生活相談員協会 消費生活専門相談員）
石渡戸 真由美氏（社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 事業委員会副委員長）
吉田 聰氏（社団法人消費者関連専門家会議 常任理事・啓発委員会委員長）
魚山 秀介氏（私立帝京中高等学校 教諭）
石川 麗子氏（元神奈川県立永谷高等学校 教諭）

パネルディスカッション（質疑応答含む）

【コーディネーター】

鎌田 健司（消費者問題対策委員会 委員）

【パネリスト】

西村 隆男氏（横浜国立大学教育人間科学部 教授）

川辺 英一郎氏（内閣府 国民生活局 消費者企画課長）

高口 努氏（文部科学省 生涯学習政策局 男女共同参画学習課長）

横山 哲夫（消費者問題対策委員会 幹事）

閉会挨拶 吉岡 和弘（消費者問題対策委員会 委員長）

基 調 報 告

1 消費者問題の現状と消費者教育の必要性

(1) 自立した主体として消費生活を営む自由を享受することは消費者の基本的な権利であり、消費者が主権者として行動できる社会が実現されなければならない。

しかし、現実には、消費者信用における過剰与信、悪質商法などの欺瞞的な取引、安全性を欠く製品の流通や昨今の食品偽装など、さまざまな消費者問題があとを絶たない。

その根底には、消費者と事業者との間の圧倒的な力（情報の質、量及び交渉力）の差が厳然と存在するのであり、この力の差を解消するしくみがなければ、消費者の自立は画餅に帰する。

(2) また、消費者の自立からさらに進んで、消費者が社会のあり様を消費者・生活者の視点から望ましい姿に変えて行く主体として認識されるにいたり、こうした公益的な問題に積極的に参加する消費者によって支えられる「消費者市民社会」の実現がまさに求められている。

このような消費者の意見が消費者の主体的・能動的な活動を通じて社会や経済に反映されることは、様々な消費者被害の防止に止まらず、地球環境や南北格差の問題など、グローバルな問題の解決にも大きな役割を果たすものである。

(3) 消費者教育は、消費者に自ら主体的に行動するために必要な情報と力を与えるものであり、消費者と事業者との間の力の差を解消するために消費者教育の推進が極めて重要であることは論を俟たない。

また、「消費者市民社会」の実現という観点から、「消費者市民社会」を支える主体としての消費者に対して、主権者として行動できるだけの意識・態度を涵養・育成するための教育が重要であることも明らかである。

このため消費者基本法も、必要な情報及び教育の機会の提供を受けることが消費者の権利であると規定し（第2条）、消費者教育推進のための施策を国及び地方公共団体に求めており（第17条）、また同法を受けて政府が2005年4月に閣議決定した「消費者基本計画」においても消費者教育推進のための諸施策が講じられているところである。

2 消費者教育の現状

(1) しかし、消費者教育を省庁の枠組みを超えて総合的かつ計画的に推進するための制度が整備されていないもとで、改正消費者基本法施行後4年余が経過した今も消費者教育の現状は到底十分とはいがたい。

2008年12月25日付で内閣府より公表された平成20年度「国民生活白書」（消費者市民社会への展望 - ゆとりと成熟した社会構築に向けて - ）

では、学習指導要領によって本格的に消費者教育が導入されてからの若い年齢層において、契約や悪質商法についての知識が十分ではなく、そもそも消費者教育を受けたという認識すら持っていない者が多数に及ぶなど、消費者教育が何を目指し何の役に立つかを明確にすることはできず、印象に残らない状況になっていることが指摘されている（同白書 155 頁）。

(2) また、2009 年通常国会には消費者庁設置法案及び関連諸法案が提出され、消費者行政新組織の設置が具体的な政治日程にのぼっているが、これらの法案においては、消費者教育の位置づけが不明確であり、消費者教育推進の制度の整備はいまだ残された課題となっている。

3 「消費者教育推進法」制定の必要性

(1) 以上の状況を踏まえ、活力ある「消費者市民社会」の実現に向けて、改めて消費者教育のもつ意義及び重要性並びに国及び地方公共団体の責務を再確認し、消費者教育を総合的かつ計画的に推進するための制度を整えるべく、その根拠となる「消費者教育推進法」が制定されるべきである。

(2) 既に、教育については、「食育基本法」や「環境の保全のための意欲の増進及び環境教育の推進に関する法律」という法律が施行され、それぞれの教育についての基本理念を掲げたうえで、その実現のための国や地方公共団体の責務が示され、さまざまな支援を行うよう定められている。そして、これらの法律の制定により、「国全体としての機運が高まり、学校教育をはじめとする様々な場面で『環境教育』『食育』の実践が進んだ」とされている（平成 19 年度「消費者教育の総合的推進方策に関する調査研究報告書」100 頁）。

上述のように、消費者教育は、「消費者市民社会」の実現のために極めて重要な位置を占めるのであって、「消費者教育推進法」の策定の必要性は、上記 2 法律に勝るとも劣らない。

よって、上記 2 法律と同様に、消費者教育・啓発の実施に有効な「消費者教育推進法」が策定されるべきなのである。

4 消費者教育推進を担当する省庁について

(1) 消費者教育・啓発の推進については、従来、内閣府国民生活局において担当してきたものの、学校教育を管掌する文部科学省との関係や金融庁などを始めとする他の省庁との関係等から、これを主体的に企画立案する省庁が存在しない。そして、消費者基本計画によって関係省庁消費者教育会議が開かれているが、内閣府が強力にリードする形になっていない現状にある。

(2) しかし、上述のように、2009 年通常国会には消費者庁関連 3 法案が提出されており、消費者行政新組織が創設されれば、消費者問題の情報収集・分析・調査はこの消費者行政新組織で一元的に行われ、消費者行政の総合

調整も行われるようになる。

そこで、消費者教育・啓発についても消費者行政新組織が牽引車としての役割を果たして主体的に企画立案し、これを推進する権限と責務を負うことが必要である。

この点、基本計画は、消費者教育・啓発を「情報収集・発信部門」の中の「消費者教育・啓発に係る支援」として位置付けているが、この位置づけでは新組織が消費者教育・啓発を主体的に実施するのではなく、他機関を支援する活動のみになってしまい極めて不十分である。

- (3) これまで述べたとおり、「消費者市民社会」の構築には消費者教育・啓発が最重要課題であることに鑑みれば、この「消費者市民社会」の構築を目的とする消費者行政新組織自らが、率先してこの消費者教育・啓発を企画推進していく機関としての役割を担うことが肝要である。

消費者庁設置法案について、当連合会は、2008年11月19日付で「消費者庁設置法案に対する意見書」を公表しているが、この中でも、当連合会は、意見3(2)として、「法案第4条26号『文教研修施設において所掌事務に関する研修を行うこと』を『消費生活相談員及び消費者行政担当職員の研修並びに消費者に対する啓蒙・教育を行うこと』と修正すべきである。」との意見を表明しているところである。

このように、消費者教育・啓発の推進においては、消費者行政新組織の果たすべき役割が大きい。したがって、消費者教育推進法においても、消費者行政新組織の権限と責務が明記されるべきである。

5 消費者教育と「消費者の責任」について

- (1) 上述のように、自立した主体として消費生活を営む自由を享受することは消費者の基本的な権利であり、消費者の権利の尊重及び自立の支援は国及び地方公共団体の責務（消費者基本法3条、4条）として位置づけられており、この権利の実現のために消費者教育・啓発の推進が必要とされる。
- (2) ところで、「消費者の権利」について論じると、「消費者の責任」についても言及されることがしばしばある。しかし、ここに言う「消費者の責任」とは、消費者の権利が制限される意味での「責任」であってはならない。

すなわち、消費者教育・啓発において扱われる「消費者の責任」は、国際的な消費者団体であるC.I.(Consumers International)が掲げる消費者の8つの権利〔(1)生活の基本的ニーズが保障される権利、(2)安全を求める権利、(3)選択する権利、(4)知らされる権利、(5)意見を反映させる権利、(6)補償を受ける権利、(7)消費者教育を受ける権利、(8)健全な環境を享受する権利〕と消費者の5つの責任〔(1)批判的意識を持つ責任、(2)主張し行動する責任、(3)社会的弱者へ配慮をする責任、(4)環境への配慮をする責任、(5)連帯する責任〕に対応するものと考えられなければならない。

消費者教育・啓発において、「消費者の責任」について上記のような具体的な内容の理解なしに抽象的な「責任」という言葉のみが強調されすぎると、対事業者との関係で「消費者の権利」が不当に制限されることになりかねない。

消費者教育推進法においても、上記の消費者の5つの責任は、主体的に判断し行動する消費者の権利と表裏一体であり、消費者に対峙する事業者との関係で責任を負うという性質のものではないことには、十分な配慮が必要である。

したがって、こうした誤った解釈を生じさせる危険を排除するため、消費者教育推進法においては、「消費者の責務」について規定を置くべきではない。

6 消費者教育推進法に盛られるべき内容

以上を踏まえて、当連合会としては、下記の内容を盛り込んだ消費者教育推進法が制定されるべきと考える。

記

- 1 社会における取引の多様化・複雑化に伴って消費者と事業者間に情報の質量・交渉力の圧倒的な格差の存在という構造的問題に起因して様々な消費者トラブルが発生している。この実情を前提とし、消費者が自立した主体として消費生活を営む自由を享受し、自己実現と社会のあり様を消費者・生活者の視点から望ましい姿に変えるために「消費者市民」として主体的に行動できる資質を獲得することが消費社会の健全な発展と上記構造的問題による消費者トラブルの防止又は紛争の適正・公平な解決のために必要不可欠である。その資質を獲得するプロセスにおいて消費者教育が重要な役割を担い得ることに鑑み、この法律は、消費者教育の基本理念を定め、国、地方公共団体等の責務を明らかにするとともに、消費者教育の施策の基本となる事項を定めることにより、消費者教育に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、もって「消費者市民社会」の実現に寄与することを目的とする。
- 2 消費者教育を受けることは国民の権利であることを明記するとともに、消費者教育の基本理念を以下のとおり定める。
 - (1) 消費者と事業者との間の情報の質、量及び交渉力等の格差の存在を前提として、自らの権利・利益を守ることができる知識及び情報を収集し、これを分析・判断する消費者の能力を育むものであること
 - (2) 消費者が、単なる商品・サービスの受け手という受動的態度にとどまらず自らの自己実現と社会のあり様を消費者・生活者の視点から望ましい姿に変えるために能動的・主体的態度をとることを助長するものであること

- (3) 消費者が環境や発展途上国の経済に与える影響など、多角的視点を消費者に提供するものであること
 - (4) 消費者が、幼児から高齢者にいたる消費者の生涯にわたって、学校、地域、家庭、職域その他の様々な生活の場面において教育を受ける機会を保障するものであること
- 3 国及び地方公共団体は、上記1に定める目的及び上記2に定める基本理念にのっとり、消費者教育の推進に関する施策を総合的かつ計画的に策定し、実施すべき責務を負う。
- 4 消費者行政新組織を、消費者教育の推進に関する総合的かつ計画的な施策を実施する上で牽引車的な役割を果たすものと位置付け、必要な権限を与える。
- 5 消費者の自己責任論が安易に強調されることによって、消費者教育の基本理念が没却されることのないよう「消費者の責務」に関する定めはおかない。

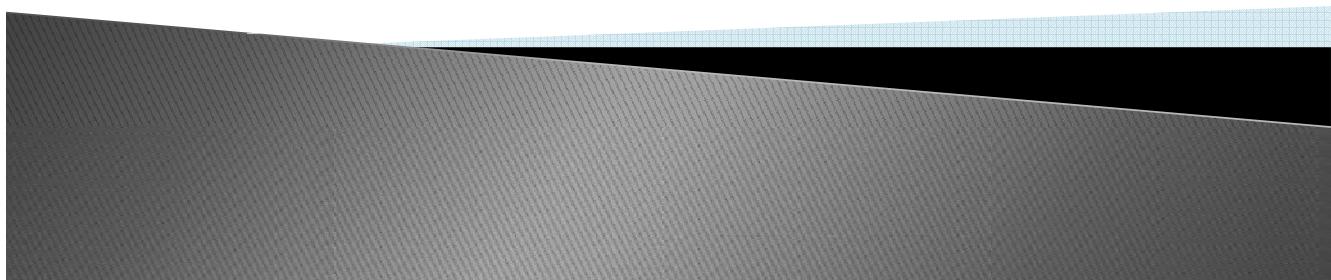
以 上

基 調 報 告

2009/03/14

シンポジウム 「もっと 消費者教育を！」

~消費者教育推進のための法づくりを考える~



1 消費者問題の現状と消費者教育の 必要性

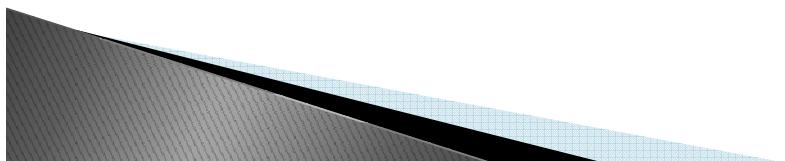
- (1)自立した主体として消費生活を営む自由を享受すること=消費者の基本的な権利
- 消費者が主権者として行動できる社会の実現
 - 一方では、さまざまな消費者問題
 - 消費者と事業者との間の圧倒的な力(情報の質、量及び交渉力)の差の存在
 - _____ → 力の差を解消する仕組みが必要。

1 消費者問題の現状と消費者教育の必要性

(2) 「消費者市民社会」

- 消費者が社会のあり様を消費者・生活者の視点から望ましい姿に変えて行く
- 公益的な問題に積極的に参加する

⇒・「消費者市民社会」の実現へ



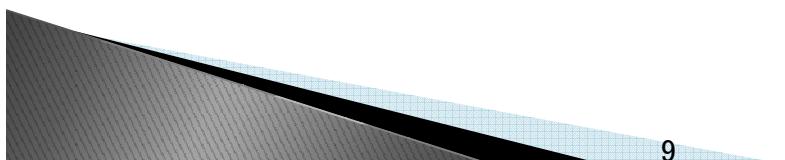
1 消費者問題の現状と消費者教育の必要性

(3) 消費者教育の必要性

消費者に自ら主体的に行動するために必要な情報と力を与え、消費者と事業者との間の力の差を解消する。

「消費者市民社会」を支える主体としての消費者に対して、主権者として行動できるだけの意識・態度を涵養・育成する。

1. 消費者基本法 2条 = 必要な情報及び教育の機会の提供を受ける権利
2. 同 17条 = 消費者教育推進のための国及び地方公共団体の施策
3. 「消費者基本計画」における消費者教育推進のための諸施策



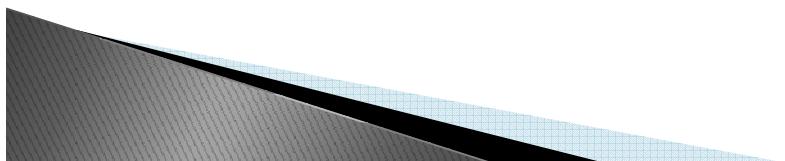
2 消費者教育の現状

(1) 不十分な状況

- ◆ 平成20年度「国民生活白書」(消費者市民社会への展望 - ゆとりと成熟した社会構築に向けて -)
- ◆ = 学習指導要領によって本格的に消費者教育が導入されてからの若い年齢層において、契約や悪質商法についての知識が十分ではない現状。

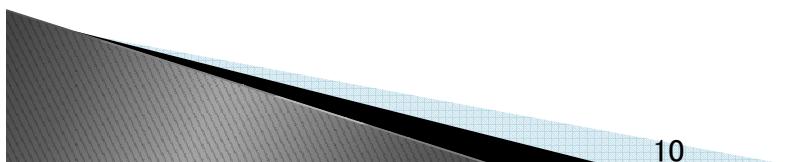
(2) 「消費者行政新組織」の消費者教育の位置づけ

不明確



3 「消費者教育推進法」制定の必要性

- (1) 推進の根拠となる「消費者教育推進法」の制定の必要性
- (2) 「食育基本法」や「環境の保全のための意欲の増進及び環境教育の推進に関する法律」の存在



4 消費者教育推進を担当する省庁について

- (1) 消費者教育・啓発の推進について主体的に企画立案する省庁が存在しない現状
- (2) 「消費者行政新組織」の創設
 - 消費者問題の情報収集・分析・調査の一元化
 - 消費者行政の総合調整

消費者教育・啓発についても牽引車としての役割

 - 主体的に企画立案し、これを推進する権限と責務を負うことが必要である。
 - 基本計画では不十分。

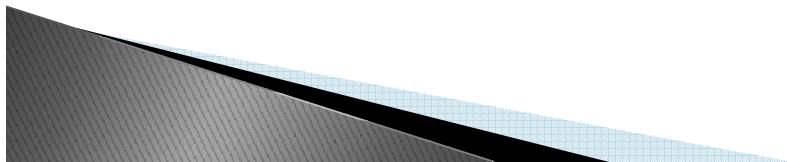
4 消費者教育推進を担当する省庁について

- (3) 「消費者市民社会」の構築を目的とする消費者行政新組織自らが、率先してこの消費者教育・啓発を企画推進していく機関としての役割を担うことが肝要。

5 消費者教育と「消費者の責任」について

- (1) 自立した主体として消費生活を営む自由を享受することは消費者の基本的な権利

消費者の権利の尊重及び自立の支援は国及び地方公共団体の責務(消費者基本法3条、4条)。



5 消費者教育と「消費者の責任」について

- (2) 消費者の8つの権利と5つの責任

生活の基本的ニーズが保障される権利

安全を求める権利

選択する権利

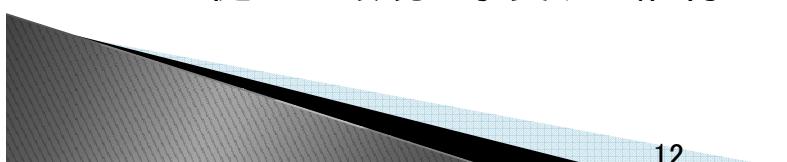
知らされる権利

意見を反映させる権利

補償を受ける権利

消費者教育を受ける権利

健全な環境を享受する権利



5 消費者教育と「消費者の責任」について

(2)消費者の5つの責任

批判的意識を持つ責任

主張し行動する責任

社会的弱者へ配慮をする責任

環境への配慮をする責任

連帯する責任

・抽象的な「責任」の強調は、対事業者との関係で「消費者の権利」が不当に制限されることになりかねない。

・「消費者の責務」について規定を置くべきではない。

6 消費者教育推進法に 盛られるべき内容

1. 社会における取引の多様化・複雑化に伴って消費者と事業者間に情報の質量・交渉力の圧倒的な格差の存在という構造的問題に起因して様々な消費者トラブルが発生している。

この実情を前提とし、消費者が自立した主体として消費生活を営む自由を享受し、自己実現と社会のあり様を消費者・生活者の視点から望ましい姿に変えるために、「消費者市民」として主体的に行動できる資質を獲得することが消費社会の健全な発展と上記構造的問題による消費者トラブルの防止又は紛争の適正・公平な解決のために必要不可欠である。

6 消費者教育推進法に 盛られるべき内容

その資質を獲得するプロセスにおいて消費者教育が重要な役割を担い得ることに鑑み、この法律は、消費者教育の basic 理念を定め、国、地方公共団体等の責務を明らかにするとともに、消費者教育の施策の基本となる事項を定めることにより、消費者教育に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、もって「消費者市民社会」の実現に寄与することを目的とする。

6 消費者教育推進法に 盛られるべき内容

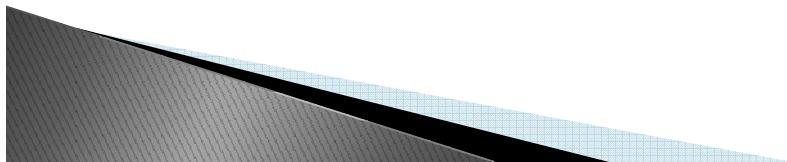
2. 消費者教育を受けることは国民の権利であることを明記すると共に、消費者教育の基本理念を以下のとおり定める。

消費者と事業者との間の情報の質、量及び交渉力等の格差の存在を前提として、自らの権利・利益を守ることができると知識及び情報を収集し、これを分析・判断する消費者の能力を育むものであること

6 消費者教育推進法に 盛られるべき内容

2. 消費者教育を受けることは国民の権利であることを明記すると共に、消費者教育の基本理念を以下のとおり定める。

消費者が、単なる商品・サービスの受け手という受動的態度にとどまらず自らの自己実現と社会のあり様を消費者・生活者の視点から望ましい姿に変えるために能動的・主体的態度をとることを助長するものであること

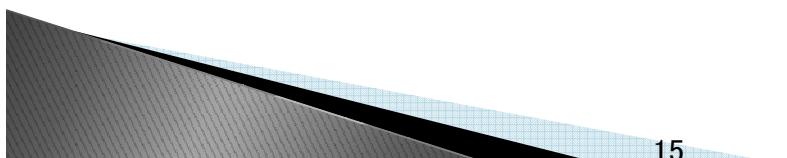


6 消費者教育推進法に 盛られるべき内容

2. 消費者教育を受けることは国民の権利であることを明記すると共に、消費者教育の基本理念を以下のとおり定める。

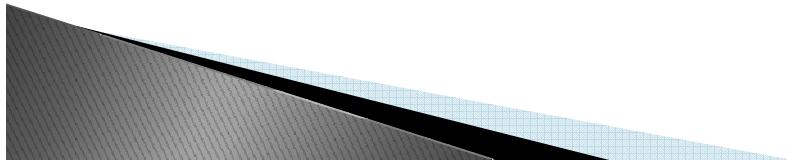
消費者が環境や発展途上国の経済に与える影響など、多角的視点を消費者に提供すること

消費者が、幼児から高齢者にいたる消費者の生涯にわたって、学校、地域、家庭、職域その他の様々な生活の場面において教育を受ける機会を保障すること



6 消費者教育推進法に 盛られるべき内容

3. 国及び地方公共団体は、上記1.に定める目的及び上記2.に定める基本理念にのっとり、消費者教育の推進に関する施策を総合的かつ計画的に策定し、実施すべき責務を負う。
4. 消費者行政新組織を、消費者教育の推進に関する総合的かつ計画的な施策を実施する上で牽引車的な役割を果たすものと位置付け、必要な権限を与える。
5. 消費者の自己責任論が安易に強調されることによって、消費者教育の基本理念が没却されることのないよう「消費者の責務」に関する定めはおかないと。



消費者基本法

昭和43年5月30日 法律第78号
改正 昭和58年 法律第78号
平成11年 法律第102号
平成16年 法律第70号

目次

- 第1章 総則(第1条 - 第10条)
- 第2章 基本的施策(第11条 - 第23条)
- 第3章 行政機関等(第24条 - 第26条)
- 第4章 消費者政策会議等(第27条 - 第29条)
- 消費者保護基本法の一部を改正する法律(平成16年法律第70号)附則

第1章 総則

(目的)

第1条 この法律は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念を定め、国、地方公共団体及び事業者の責務等を明らかにするとともに、その施策の基本となる事項を定めることにより、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図り、もつて国民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的とする。

(基本理念)

第2条 消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策(以下「消費者政策」という。)の推進は、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が消費者の権利であることを尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。

2 消費者の自立の支援に当たつては、消費者の安全の確保等に関する事業者による適正な事業活動の確保が図られるとともに、消費者の年齢その他の特性に配慮されなければならない。

3 消費者政策の推進は、高度情報通信社会の進展に的確に対応することに配慮して行われなければならない。

4 消費者政策の推進は、消費生活における国際化の進展にかんがみ、国際的な連携を確保しつつ行われなければならない。

5 消費者政策の推進は、環境の保全に配慮して行われなければならない。

(国の責務)

第3条 国は、経済社会の発展に即応して、前条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのつとり、消費者政策を推進する責務を有する。

(地方公共団体の責務)

第4条 地方公共団体は、第二条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのつとり、国の施策に準じて施策を講ずるとともに、当該地域の社会的、経済的状況に応じた消費者政策を推進する責務を有する。

(事業者の責務等)

第5条 事業者は、第二条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にかんがみ、その供給する商品及び役務について、次に掲げる責務を有する。

- 一 消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。
 - 二 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。
 - 三 消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。
 - 四 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。
 - 五 国又は地方公共団体が実施する消費者政策に協力すること。
- 2 事業者は、その供給する商品及び役務に関し環境の保全に配慮するとともに、当該商品及び役務について品質等を向上させ、その事業活動に関し自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

第6条 事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理の体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。

第7条 消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めなければならない。

2 消費者は、消費生活に関し、環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めなければならない。

第8条 消費者団体は、消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明、消費者に対する啓発及び教育、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めるものとする。

(消費者基本計画)

第9条 政府は、消費者政策の計画的な推進を図るため、消費者政策の推進に関する基本的な計画(以下「消費者基本計画」という)を定めなければならない。

- 2 消費者基本計画は、次に掲げる事項について定めるものとする。
- 一 長期的に講ずべき消費者政策の大綱
 - 二 前号に掲げるもののほか、消費者政策の計画的な推進を図るために必要な事項

- 3 内閣総理大臣は、消費者基本計画の案につき閣議の決定を求めなければならない。
- 4 内閣総理大臣は、前項の規定による閣議の決定があつたときは、遅滞なく消費者基本計画を公表しなければならない。
- 5 前二項の規定は、消費者基本計画の変更について準用する。

(法制上の措置等)

第10条 国は、この法律の目的を達成するため、必要な関係法令の制定又は改正を行なわなければならない。

- 2 政府は、この法律の目的を達成するため、必要な財政上の措置を講じなければならない。

第2章 基本的施策

(安全の確保)

第11条 国は、国民の消費生活における安全を確保するため、商品及び役務についての必要な基準の整備及び確保、安全を害するおそれがある商品の事業者による回収の促進、安全を害するおそれがある商品及び役務に関する情報の収集及び提供等必要な施策を講ずるものとする。

(消費者契約の適正化等)

第12条 国は、消費者と事業者との間の適正な取引を確保するため、消費者との間の契約の締結に際しての事業者による情報提供及び勧誘の適正化、公正な契約条項の確保等必要な施策を講ずるものとする。

(計量の適正化)

第13条 国は、消費者が事業者との間の取引に際し計量につき不利益をこうむることがないようにするため、商品及び役務について適正な計量の実施の確保を図るために必要な施策を講ずるものとする。

(規格の適正化)

第14条 国は、商品の品質の改善及び国民の消費生活の合理化に寄与するため、商品及び役務について、適正な規格を整備し、その普及を図る等必要な施策を講ずるものとする。

- 2 前項の規定による規格の整備は、技術の進歩、消費生活の向上等に応じて行なうものとする。

(広告その他の表示の適正化等)

第15条 国は、消費者が商品の購入若しくは使用又は役務の利用に際しその選択等を誤ることがないようにするために、商品及び役務について、品質等に関する広告その他の表示に関する制度を整備し、虚偽又は誇大な広告その他の表示を規制する等必要な施策を講ずるもの

とする。

(公正自由な競争の促進等)

第16条 国は、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の拡大を図るため、公正かつ自由な競争を促進するために必要な施策を講ずるものとする。

2 国は、国民の消費生活において重要度の高い商品及び役務の価格等であつてその形成につき決定、認可その他の国の措置が必要とされるものについては、これらの措置を講ずるに当たり、消費者に与える影響を十分に考慮するよう努めるものとする。

(啓発活動及び教育の推進)

第17条 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つ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。

2 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、経済的状況に応じた施策を講ずるよう努めなければならない。

(意見の反映及び透明性の確保)

第18条 国は、適正な消費者政策の推進に資するため、消費生活に関する消費者等の意見を施策に反映し、当該施策の策定の過程の透明性を確保するための制度を整備する等必要な施策を講ずるものとする。

(苦情処理及び紛争解決の促進)

第19条 地方公共団体は、商品及び役務に関し事業者と消費者との間に生じた苦情が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に処理されるようにするため、苦情の処理のあつせん等に努めなければならない。この場合において、都道府県は、市町村(特別区を含む。)との連携を図りつつ、主として高度の専門性又は広域の見地への配慮を必要とする苦情の処理のあつせん等を行うものとともに、多様な苦情に柔軟かつ弾力的に対応するよう努めなければならない。

2 国及び都道府県は、商品及び役務に関し事業者と消費者との間に生じた苦情が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に処理されるようにするため、人材の確保及び資質の向上その他の必要な施策(都道府県にあつては、前項に規定するものを除く。)を講ずるよう努めなければならない。

3 国及び都道府県は、商品及び役務に関し事業者と消費者との間に生じた紛争が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に解決されるようにするために必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

(高度情報通信社会の進展への的確な対応)

第20条 国は、消費者の年齢その他の特性に配慮しつつ、消費者と事業者との間の適正な取引の確保、消費者に対する啓発活動及び教育の推進、苦情処理及び紛争解決の促進等に当たつて高度情報通信社会の進展に的確に対応するために必要な施策を講ずるものとする。

(国際的な連携の確保)

第21条 国は、消費生活における国際化の進展に的確に対応するため、国民の消費生活における安全及び消費者と事業者との間の適正な取引の確保、苦情処理及び紛争解決の促進等に当たつて国際的な連携を確保する等必要な施策を講ずるものとする。

(環境の保全への配慮)

第22条 国は、商品又は役務の品質等に関する広告その他の表示の適正化等、消費者に対する啓発活動及び教育の推進等に当たつて環境の保全に配慮するために必要な施策を講ずるものとする。

(試験、検査等の施設の整備等)

第23条 国は、消費者政策の実効を確保するため、商品の試験、検査等を行う施設を整備し、役務についての調査研究等を行うとともに、必要に応じて試験、検査、調査研究等の結果を公表する等必要な施策を講ずるものとする。

第3章 行政機関等

(行政組織の整備及び行政運営の改善)

第24条 国及び地方公共団体は、消費者政策の推進につき、総合的見地に立つた行政組織の整備及び行政運営の改善に努めなければならない。

(国民生活センターの役割)

第25条 独立行政法人国民生活センターは、国及び地方公共団体の関係機関、消費者団体等と連携し、国民の消費生活に関する情報の収集及び提供、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理のあつせん及び当該苦情に係る相談、消費者からの苦情等に関する商品についての試験、検査等及び役務についての調査研究等、消費者に対する啓発及び教育等における中核的な機関として積極的な役割を果たすものとする。

(消費者団体の自主的な活動の促進)

第26条 国は、国民の消費生活の安定及び向上を図るため、消費者団体の健全かつ自主的な活動が促進されるよう必要な施策を講ずるものとする。

第4章 消費者政策会議等

(消費者政策会議)

第27条 内閣府に、消費者政策会議(以下「会議」という)を置く。

2 会議は、次に掲げる事務をつかさどる。

一 消費者基本計画の案を作成すること。

二 前号に掲げるもののほか、消費者政策の推進に関する基本的事項の企画に関して審議するとともに、消費者政策の実施を推進し、並びにその実施の状況を検証し、評価し、及び監視すること。

3 会議は、消費者基本計画の案を作成しようとするときは、国民生活審議会の意見を聴かなければならない。

第28条 会議は、会長及び委員をもつて組織する。

2 会長は、内閣総理大臣をもつて充てる。

3 委員は、内閣官房長官、関係行政機関の長及び内閣府設置法(平成十一年法律第八十九号)第九条第一項に規定する特命担当大臣のうちから、内閣総理大臣が任命する。

4 会議に、幹事を置く。

5 幹事は、関係行政機関の職員のうちから、内閣総理大臣が任命する。

6 幹事は、会議の所掌事務について、会長及び委員を助ける。

7 前各項に定めるもののほか、会議の組織及び運営に関し必要な事項は、政令で定める。

(国民生活審議会)

第29条 消費者政策の推進に関する基本的事項の調査審議については、この法律によるほか、内閣府設置法第三十八条の定めるところにより、国民生活審議会において行うものとする。

消費者保護基本法の一部を改正する法律(平成16年法律第70号)附則

(施行期日)

1 この法律は、公布の日から施行する。

(検討)

2 消費者政策の在り方については、この法律の施行後五年を目途として検討が加えられ、その結果に基づいて必要な措置が講ぜられるものとする。

3 (抄)

[このページの先頭へ](#)

Copyright (C) Cabinet Office, Government of Japan. All Rights Reserved.

消費者基本計画

平成 17 年 4 月

目次

1. 消費者基本計画策定の趣旨	1
2. 今次基本計画が目指す消費者政策の基本的方向	1
(1) 消費者の安全・安心の確保	1
(2) 消費者の自立のための基盤整備	2
(3) 緊要な消費者トラブルへの機動的・集中的な対応	3
3. 今次基本計画における消費者政策の重点	4
(1) リコール制度の強化・拡充	4
(2) リスクコミュニケーションへの消費者の参加促進	6
(3) 食の安全・安心分野におけるトレーサビリティ・システムの普及推進	7
(4) 分野横断的・包括的な視点に立った取引ルールづくり	9
(5) 消費者団体訴訟制度の導入	11
(6) 学校や社会教育施設における消費者教育の推進	12
(7) 環境に配慮した消費者一人ひとりの取組みの促進	14
(8) 消費者からの苦情相談の活用	16
(9) 緊要な消費者トラブルへの対応	18
4. 計画の実効性確保	20
(1) 消費者基本計画推進体制の充実・強化	20
(2) 消費者基本計画の検証・評価・監視	20
(3) 消費者、事業者への広報・啓発	20
(4) 地方公共団体、事業者団体及び消費者団体との連携	20
(5) 新たな消費者問題への機動的な対応	20

【別紙】具体的施策

(1) 安全の確保	21
(2) 選択の機会の確保	26
① 消費者契約の適正化等	26
② 計量・規格の適正化	29
③ 広告その他の表示の適正化等	30
④ 公正かつ自由な競争の促進等	32
(3) 必要な情報の提供	33
(4) 消費者教育の推進	34
(5) 消費者の意見の反映	37
(6) 消費者被害の救済	38
(7) 経済社会の変化に応じた対応	40
① 高度情報通信社会の進展への対応	40
② 国際的な連携の確保	43
③ 環境の保全への配慮	45
(8) その他	48
① 関係行政機関の連携強化	48
② 試験・検査等の施設の整備等	48
③ 国民生活センターの中核的役割	48
④ 消費者団体の活動促進	49
⑤ 公益通報者保護制度の整備	49
⑥ 企業の社会的責任への取組みの促進	49

(6) 学校や社会教育施設における消費者教育の推進

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。

① 内閣府・文部科学省間の連携の強化

内閣府・文部科学省間では、従来より消費者教育に関して連携がなされていなかったところであるが、消費者基本法の成立により、消費者政策の基本理念として消費者の権利の尊重とその自立の支援等が明確化されたことから、消費者教育の重要性が高まるとともに、両府省の更なる緊密な連携が必要となっている。

このため、両府省間の連携を強化することにより、下記②から⑤の施策を強力に推進するとともに、地方公共団体等との意見交換、消費者教育の先進事例の普及等を行う。

[内閣府、文部科学省]

平成17年に連携の仕組みを構築する。

② 消費生活センターと教育委員会との連携強化

消費者教育を推進するために、消費生活センターと教育委員会との連絡協議会を設置するよう都道府県等に対し要請する。連絡協議会では、地域の実情に応じて、消費者問題に関する情報や教材を学校や社会教育施設へ提供するとともに、消費生活相談員をはじめとする外部の専門家の学校や社会教育施設への受け入れの円滑化を図る。

[内閣府、文部科学省]

平成17年度に実施する。

③ 「出前講座」実施の専門家育成

国民生活センター及び消費生活センターにおける消費者問題講座修了者が学校や社会教育施設等で専門家として消費者教育を実施できるよう、その育成プログラム¹¹を策定する。

¹¹ 消費者教育の履修者、実施場所等に応じた教育方法の習得等のためのプログラム

[内閣府、文部科学省、国民生活センター]

策定方針について平成 19 年度までに一定の結論を得る。

④ 消費者教育の基盤整備

- ・学校、地域、家庭、職域等において活用できる消費者問題の変化に即応した教材及びパンフレットや教員向け指導書等を年度ごとに作成し、関係機関に配布する。

また、教員向け指導書等の作成に際しては、必要に応じ、消費者教育の場で活用できるロールプレイング等の体験型学習の実践事例について盛り込む。

[内閣府、文部科学省、関係省庁、国民生活センター]

平成 17 年度以降継続的に教材等を作成する。

- ・各省庁等で作成された消費者教育関連の教材及び実践事例、消費者教育専門家に関する情報等を集約したポータルサイトを財団法人消費者教育支援センターや金融広報中央委員会等の協力を得て構築する。

[内閣府、文部科学省、関係省庁]

基本方針について平成 18 年度までに一定の結論を得る。

⑤ 消費者教育の体系化

消費者教育を幅広く、かつ、効率的・効果的に実施していくために、広く関係機関の協力を得て、消費者教育の体系化を図り、これに基づく消費者教育の推進方策について検討する。

[内閣府、文部科学省、関係省庁、国民生活センター]

平成 19 年度までに一定の結論を得る。

(4) 消費者教育の推進

項目	具体的施策	担当省庁	実施時期
消費者教育の推進体制の強化	<p>内閣府・文部科学省間では、従来より消費者教育に関して連携がなされていたところであるが、消費者基本法の成立により、消費者政策の基本理念として消費者の権利の尊重とその自立の支援等が明確化されたことから、消費者教育の重要性が高まるとともに、両府省の更なる緊密な連携が必要となっている。</p> <p>このため、両府省間の連携を強化することにより、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についての施策を強力に推進するとともに、地方公共団体等との意見交換、消費者教育の先進事例の普及等を行う。</p>	内閣府 文部科学省	平成17年に連携の仕組みを構築する。
	<p>消費者教育を推進するために、消費生活センターと教育委員会との連絡協議会を設置するよう都道府県等に対し要請する。連絡協議会では、地域の実情に応じて、消費者問題に関する情報や教材を学校や社会教育施設へ提供するとともに、消費生活相談員をはじめとする外部の専門家の学校や社会教育施設への受け入れの円滑化を図る。</p>	内閣府 文部科学省	平成17年度に実施する。

消費者教育の 担い手の強化 及び機会の拡充	国民生活センター及び消費生 活センターにおける消費者問題講 座修了者が学校や社会教育施設 等で専門家として消費者教育を実 施できるよう、その育成プログラム ²⁶ を策定する。	内閣府 文部科学省 国 民 生 活 センタ	策定方針につ いて平成 19 年 度までに一定の 結論を得る。
	消費者教育の専門家を育成す るための研修を実施する。	内閣府	実施 方針につ いて平成 19 年 度までに一定の 結論を得る。
	学校等における消費者教育を 支援するために、消費者教育アド バイザー ²⁷ を、消費者行政担当部 局の行う消費者教育に関する事 業に対して派遣する。	内閣府	平成 17 年度に アドバイザーの 拡充を行う。
	食の安全・安心に高い関心を持 つ消費者や専門知識と経験を有 する生産者、事業者等に対する情 報提供等を行い、これらの者が行 う食の安全・安心に関する知識の 普及活動を支援する。	農林水産省	平成 17 年度 以降継続的に 実施する。
	経済団体を通じて、企業におけ る社員に対する研修において悪質 商法に関する注意喚起を図る等 消費者教育の取組みを推進する。	経済産業省	平成 17 年度 以降継続的に 実施する。
	日常の消費行動をはじめとする 家庭生活における環境保全への 取組みを支援・奨励するため、環 境教育教材の提供や先駆的な取 組みへの表彰を行う。	環境省	平成 17 年度よ り実施する。
消費者教育の 内容の充実	学校、地域、家庭、職域等にお いて活用できる消費者問題の変 化に即応した教材及びパンフレッ トや教員向け指導書等を年度ごと	内閣府 文部科学省 関係省庁 国 民 生 活	平成 17 年度 以降継続的に 教材等を作成 する。

²⁶ 注 11 参照。

²⁷ 消費者教育に関する各種講座や消費者教育関連資料の作成等に対して、指導・助言等
を行う。

	<p>に作成し、関係機関に配布する。</p> <p>また、教員向け指導書等の作成に際しては、必要に応じ、消費者教育の場で活用できるロールプレイング等の体験型学習の実践事例について盛り込む。</p>	センター	
	<p>消費者教育を幅広く、かつ、効率的・効果的に実施していくために、広く関係機関の協力を得て、消費者教育の体系化を図り、これに基づく消費者教育の推進方策について検討する。</p>	内閣府 文部科学省 関係省庁 国 民 生 活 センタ	平成 19 年度 までに一定の結論を得る。
リソースセンターの機能強化	<p>各省庁等で作成された消費者教育関連の教材及び実践事例、消費者教育専門家に関する情報等を集約したポータルサイトを財団法人消費者教育支援センターや金融広報中央委員会等の協力を得て構築する。</p>	内閣府 文部科学省 関係省庁	基本方針について平成 18 年度までに一定の結論を得る。

消費者行政推進基本計画について

平成 20 年 6 月 27 日

閣 議 決 定

消費者行政推進基本計画を別紙のとおり定める。

消費者行政推進基本計画

～消費者・生活者の視点に立つ行政への転換～

(目次)

1. はじめに	1
2. 新組織が満たすべき 6 原則	3
3. 消費者が頼れる分かりやすい一元的な相談窓口の設置	6
(1) 一元的な相談窓口の設置	6
(2) 国、地方一体となった消費者行政の強化	6
4. 消費者庁（仮称）の設置とその機能	8
～消費者庁は、政策全般を監視するための強力な勧告権を持つとともに、 消費者に身近な問題を取り扱う法律を幅広く所管・共管～	
(1) 消費者庁の設置と組織法	8
(2) 情報の集約分析機能、司令塔機能	8
(3) 消費者被害の防止やすき間事案への対応等のための新法	9
(4) 個別作用法の所管	10
5. 消費者庁の体制の在り方	14
(1) 内部組織の在り方	14
(2) 消費者政策委員会（仮称）の設置	14
(3) 消費者庁の規模	15
6. 消費者庁創設に向けたスケジュール	16
～来年度から消費者庁を発足～	

1. はじめに

「消費者を主役とする政府の舵取り役」として、消費者行政を一元化する新組織の創設は、消費者の不安と不信を招いた個々の事件への政府全体の対応力の向上を目指すのみならず、明治以来の日本の政府機能の見直しを目指すものである。明治以来、我が国は各府省庁縦割りの仕組みの下それぞれの領域で事業者の保護育成を通して国民経済の発展を図ってきたが、この間「消費者の保護」はあくまでも産業振興の間接的、派生的テーマとして、しかも縦割り的に行われてきた。しかし、こうした古い行政モデルは見直しの対象となり、規制緩和など市場重視の施策が推進されるようになった。その結果、今や「安全安心な市場」、「良質な市場」の実現こそが新たな公共的目標として位置付けられるべきものとなったのである。それは競争の質を高め、消費者、事業者双方にとって長期的な利益をもたらす唯一の道である。

消費者行政を一元化する新組織の創設はこの新たな目標の実現に向けて政府が積極的に取り組むことを自らの行動を通して示すものにほかならない。それはまた、政府がこれまでの施策や行政の在り方を消費者基本法（昭和43年法律第78号）の理念である「消費者の利益の擁護及び増進」、「消費者の権利の尊重及びその自立の支援」の観点から積極的に見直すという意味で、行政の「パラダイム（価値規範）転換」の拠点であり、真の意味での「行政の改革」のための拠点である。これにより、消費者・生活者が主役となる社会を実現する国民本位の行政に大きく転換しなければならない。

新組織は何よりもまずこれまでの縦割り的体制に対して消費者行政の「一元化」を実現することを任務とし、そのために強力な権限と必要な人員を備えたものでなければならない。しかし、この組織が機動的に活動できる賢い組織として消費者行政において司令塔的役割を果たすためには、何よりも地方自治体との緊密な協力が必要であり、消費生活センターの強化充実を前提にした緊密な全国ネットワークが早急に構築されなければならない。行政の「パラダイム（価値規範）転換」のためには中央・地方を貫く、消費者の声が届く連携・協力のネットワークの創出が不可欠である。

この度創設される新組織は行政のこうした大きな転換の重要な起点であり、発足後

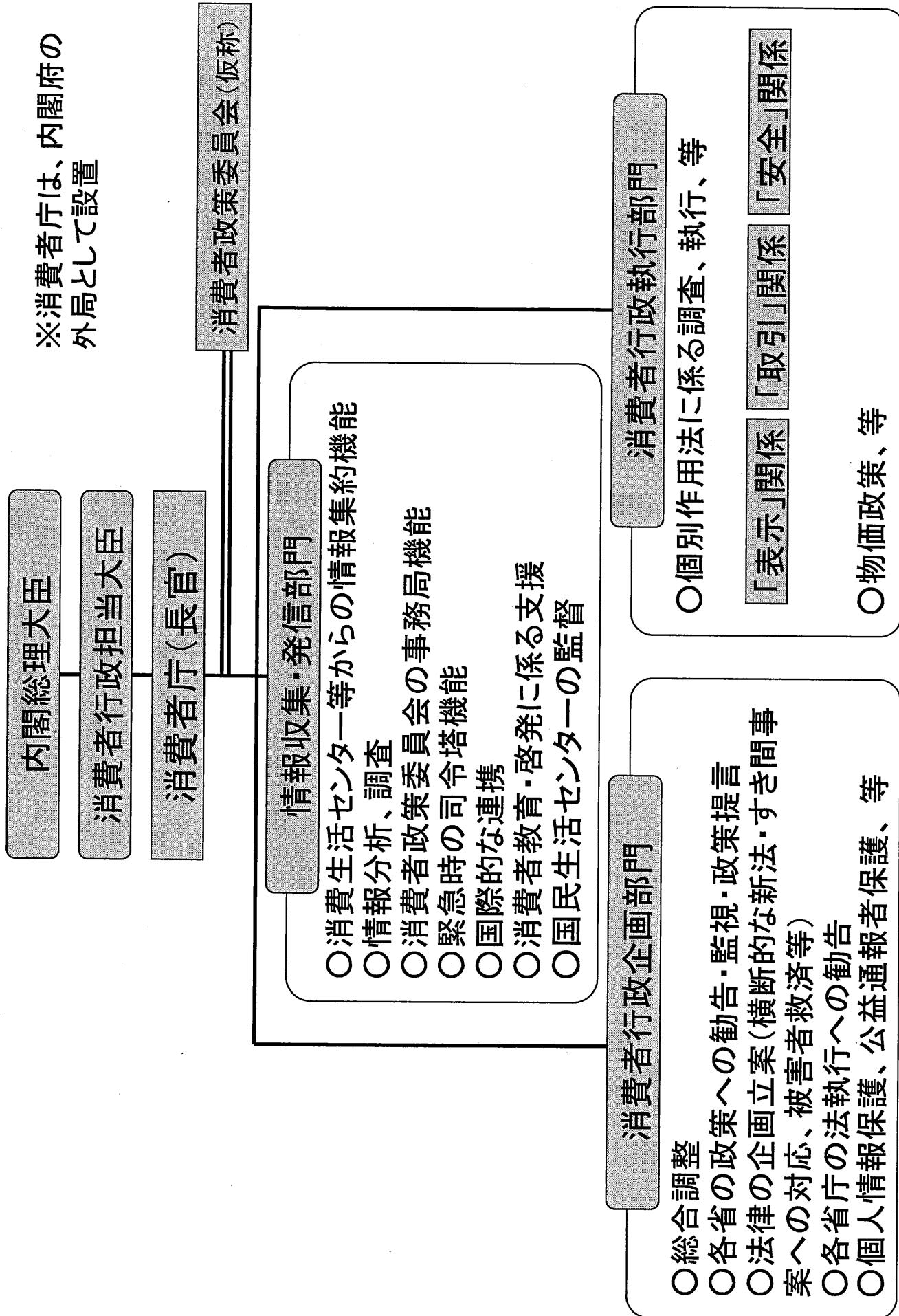
も「消費者の利益の擁護及び増進」のために継続的にその活動を強化充実していかなければならぬ。実際、すべてを一挙に、限られた時間の中で実現することはできない。こうした強化充実のためには消費者の声を真摯に受け止める仕組みの存在と消費者による強力な後押しが欠かせない。消費者がよりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与することがあつてこそ、新組織はその存在感を高めることができる。

新組織の創設は、転換期にある現在の行政の関係者が「公僕」としての自らの活動の意味を再考する重要なきっかけを作るものであるとともに、消費者の更なる意識改革をも促すものである。その意味でこの改革は「消費者市民社会¹」というべきものの構築に向けた画期的な第一歩として位置付けられるべきものである。

¹ 「消費者市民社会」とは、個人が、消費者としての役割において、社会倫理問題、多様性、世界情勢、将来世代の状況等を考慮することによって、社会の発展と改善に積極的に参加する社会を意味しており、生活者や消費者が主役となる社会そのものと考えられる。

消費者庁(仮称)の組織のイメージ

(別紙3)



消費者庁の創設後の消費者行政のイメージ

