

# 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の変更案に対する意見書

2023年（令和5年）1月12日

日本弁護士連合会

2022年12月16日付けで消費者庁からなされた「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（以下「基本方針」という。）の変更案に関する意見募集に関し、当連合会は、2017年3月17日付けで取りまとめた「消費者教育の推進に関する意見書<sup>1</sup>」（以下「日弁連意見書」という。）に基づき、特に以下の点について意見を述べる。

## 第1 消費者教育の推進と自己責任との関係について

### 1 意見の趣旨

消費者教育の推進による自立した消費者の育成の結果として、「自己責任」を理由に、消費者の権利を制限することがあってはならないことを基本方針に盛り込むべきである。

### 2 意見の理由

基本方針案にあるとおり、消費者教育の推進による自立した消費者の育成は重要である。

もっとも、「自立」の結果として、「自己責任」が強調され、消費者の権利が制限されることはあってはならない。十分な消費者教育が実施され、消費者市民社会が実現されたとしても、その効果を十分に受けることができない者も存在するし、消費者と事業者との間にある情報量や交渉力などの格差は完全には解消されないからである<sup>2</sup>。

## 第2 関係官庁、関係部署の連携について

### 1 意見の趣旨

消費者教育に関連する教育との連携を進めるため、関係省庁、関係部署間の具体的な連携を実現する仕組みを基本方針に盛り込むべきである。

### 2 意見の理由

基本方針案のⅡの「4 他の消費生活に関連する教育と消費者教育の連携推

---

<sup>1</sup> 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の変更案に対する意見書（2018年1月26日）  
[https://www.nichibenren.or.jp/library/ja/opinion/report/data/2018/opinion\\_180126.pdf](https://www.nichibenren.or.jp/library/ja/opinion/report/data/2018/opinion_180126.pdf)

<sup>2</sup> 日弁連意見書（第2・2項（4））参照。

進」において、消費生活に関連する教育（環境、食、国際理解、法、金融経済等）との連携・協働について記載がなされているが、実際に充実した連携・協働を実現するためには、複数の関係省庁の連携（いわゆる官官連携）が必要となる。

この点、民法の成年年齢引下げに際して、若年者への実践的な消費者教育の実施の推進に向けて関係する4省庁関係局長連絡会議が開催された例はあるものの、その他に、これらの各教育との有機的な連携、すなわち、関係省庁、関係部署間の連携が具体的に進んでいるかは疑問である。

そこで、国及び地方公共団体は、担当者会議を設置する等、関係省庁、関係部署間の連携を進める仕組み作りを早急に検討すべきである<sup>3</sup>。

### 第3 学校教育と学習指導要領について

#### 1 意見の趣旨

学習指導要領において行われる様々な教科学習は、いずれも消費者教育と結び付く要素を持ち得るものであり、かかる要素を意識して教科横断的・体系的な消費者教育を実践することが重要であること、学習指導要領では対応が追いつかない問題・事項については、国が情報を集約し、学校教育に適切に反映させるべきであることを基本方針に盛り込むべきである。

#### 2 意見の理由

基本方針案のⅢの「1 様々な場における消費者教育の推進（1）学校（小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等）」の項目に記載されているとおり、新学習指導要領が2020年度より順次実施されている。これにより、小学校及び中学校の学習指導要領では、社会科、家庭科、技術・家庭科等において、高等学校学習指導要領では、家庭科のほか、公民科において、共通必修科目としての「公共」が設置され、特別支援学校小学部・中学部学習指導要領では、社会科、生活科、職業・家庭科等において、特別支援学校高等部学習指導要領では、社会科、職業科、家庭科において、消費者教育に関する内容を充実している。

これら各学習指導要領に盛り込まれた消費者教育に関する授業（主に社会科や家庭科）を確実に実行することは重要であるが、それにとどまらず、他の様々な科目・授業の中に存在する消費者教育の要素を酌み取って、消費者教育の視

---

<sup>3</sup> 日弁連意見書（第2・8項）参照。

点を盛り込むことで、より総合的・体系的な消費者教育の実践が可能になる<sup>4</sup>。また、学習指導要領は概ね10年サイクルでの改訂が行われているが、消費者を取り巻く状況は目まぐるしく変容しており、改訂の間に新たな手口による消費者被害が生じたり、環境や生活に対する意識が変化したりすることも考えられる。このような事項については、国が迅速に情報を集約し、学校教育に適切に反映させるべきである。

#### 第4 大学等の学生が消費者被害に遭いやすい類型・手法について

##### 1 意見の趣旨

大学等の学生に対し、積極的に提供する機会を拡大すべき消費者被害に遭いやすい類型・手法等の知識等として、就職セミナー商法、靈感商法に加えて「マルチ商法」を具体的に明示すべきである。

##### 2 意見の理由

基本方針案のⅢの「1 様々な場における消費者教育の推進 (1) 学校(大学・専門学校等)」において、大学・専門学校における消費者教育の推進について記載されており、「学生に対し、…(中略)…不安をあおって契約させる商法(就職セミナー商法、靈感商法等)等、消費者被害に遭いやすい類型・手法の知識等を積極的に提供する機会を拡大していくことが求められる」とされている。

令和4年度版消費者白書でも指摘されているとおり、「マルチ取引」に関する消費生活相談件数は20歳から24歳の相談件数が多く、大学・専門学校の学生等若年者が被害に遭いやすい類型のひとつである<sup>5</sup>。

よって、就職セミナー、靈感商法のほかに、マルチ商法も具体的な例として明示すべきである。

#### 第5 全国ブロック協議会の開催について

##### 1 意見の趣旨

全国ブロック協議会の積極的な開催に関する事項を基本方針に盛り込むべきである。

##### 2 意見の理由

2013年版の基本方針(Vの1(2))では、地域ごとの代表者を専門委

<sup>4</sup> 日弁連意見書(第2・3項(1))参照。

<sup>5</sup> 令和4年度版消費者白書(第1部第2章第2節「若者の消費行動と消費者トラブル」・79頁)参照。

員として任命し、全国を7又は8つのブロックに分け、それぞれの地域で消費者教育推進協議会を開催し、国の消費者教育推進会議と都道府県の消費者教育推進協議会とをつなぐ役割とすることを検討するとされていたが、2018年の基本方針変更により、かかる項目が削除された。

しかし、消費者教育における課題は、各都道府県に共通する場合が多いこと、都道府県ごとの消費者教育地域協議会の中には活発な活動が期待しにくいものも少なくないことからすると、このようなブロック協議会を開催して効率的な役割分担を図ることで、各都道府県の担当者の負担を軽減し、協議会を活性化する方向にも作用する可能性もある。

よって、国及び地方公共団体は、積極的に全国ブロック協議会の開催を検討するべきであり、今般の基本方針においてもその旨を盛り込むべきである<sup>6</sup>。

## 第6 消費者と事業者との関係について

### 1 意見の趣旨

消費者と事業者との関係については、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があることを前提とし、消費者が、事業者から提供される情報や商品、サービスに対して批判的な思考をもって検討し、行動することについて萎縮させるような表現は修正又は削除すべきである。

### 2 意見の理由

基本方針案のⅡの「3 各主体の役割と連携・協働 (4) 消費者と事業者との連携・協働」において、消費者と事業者が共創・協働するパートナーとしての関係へと高めていくことが重要であるとしている。

消費者と事業者が、消費者市民社会、公正で持続可能な社会の実現に向けて協力していくこと自体は非常に重要なことである。

もっとも、消費者基本法及び消費者教育の推進に関する法律は、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があることを前提に、消費者の利益の擁護のため消費者教育の推進を求めており、必ずしも、消費者と事業者は対等なパートナーの関係にあるものではない。

したがって、基本方針案においても、前提として、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があることについての指摘を加えた上で、消費者と事業者との連携・協働の重要性について言及されるべきである。

また、基本方針案のⅢの「2 消費者教育の人材(担い手)の育成・活用 (7)

---

<sup>6</sup> 日弁連意見書(第2・7項)参照。

自ら学び行動する消費者」では、「事業者に対する消費者の不適切な言動が問題とされる例も多い。」との記載がある。いわゆるカスタマーハラスメントの例を挙げていると考えられるが、当該問題は論点や背景も多岐にわたるものであり、消費者教育の推進とは別途検討されるべきものである。消費者が消費行動によって「消費者市民社会」の形成に参画するためには、事業者から得られる情報を慎重かつ批判的に吟味し、消費者が社会の一員として行動することが、消費者の自立の要素であるし、社会全体の被害防止にも役立つのであるから、消費者が事業者から得られた情報や提供された商品、サービスについて批判的思考をもって検討し、行動を起こすことについて萎縮させるような、かかる記載は削除すべきである<sup>7</sup>。

## 第7 実施状況の把握、基本方針の見直しについて

### 1 意見の趣旨

基本方針の変更から3年以内、又は、遅くとも5年以内の間には、施策の実施状況を取りまとめ、基本方針の見直しについて検討することを基本方針に盛り込むべきである。

### 2 意見の理由

今回の基本方針案のVの「2 基本方針の達成度の検証 (3) 実施状況の把握、基本方針の見直し」では、消費者基本計画の対象期間と一致させるために2029年度までの7年間を対象としながらも、必要に応じて基本方針の変更を検討するとしている。

しかし、昨今のデジタル化やIT化など、消費者を取り巻く社会の状況が急激に変化していることからすれば、必要に応じて検討するのでは、時代の変化に即した対応をとることができないおそれがある。消費者教育の推進に関する法律9条も、おおむね5年ごとに基本方針に検討を加える旨を定めている。そこで、基本方針の変更から3年以内、又は、遅くとも5年以内の間には、施策の実施状況を取りまとめ、見直しについて検討することを明記すべきである。

以上

---

<sup>7</sup> 日弁連意見書（第2・2項（2）（3））参照。