

消費者教育に関する研究会（第6回）議事要旨

1. 日 時：平成 15 年 1 月 31 日（金）午後 6 時～8 時

2. 場 所：内閣府庁舎 2 階 227 号室

3. 出席者

（委員）滝沢委員長、阿部委員、岡崎委員、加藤委員、鈴木委員、茂木委員、安田委員、横山委員

（オブザーバー）湯澤文部科学省生涯学習政策局係長、平澤弁護士

（内閣府）金子消費者企画課長補佐、村口消費者企画課員、遠藤消費者企画課員

（事務局）植苗専務理事、柿野副主任研究員、中川副主任研究員（以上、消費者教育支援センター）

計 16 人

4. 議題

- 1) 報告書原稿について（各委員報告）
- 2) 提言（案）について（滝沢委員長） ディスカッション
- 3) 事務連絡

5. 概要

- 1) 報告書原稿について

各委員より説明があった後、大要以下の議論がなされた。

【主なポイント】

< 安田委員 >

- ・ 国民生活センターに集まったデータをもとに、近年の消費者トラブルの現状と傾向を紹介する。
- ・ 消費者が直面する課題として、最近の消費者問題をとりあげるとともに、当事者意識をもつこと、消費者の問題解決能力(紛争処理機関などの活用など)の育成、消費者指向の市場づくりにつながる情報発信システムの構築、市場ルールづくりに参画する消費者の育成についてまとめた。

< 阿部委員 >

- ・ 社会の変化に対応しつつ、少ない時間で教えることができる教材研究をしなければいけない。

< 横山委員 >

- ・ 弁護士会の取り組みについて報告。骨格は以前の報告のとおり。課題は消費者教育の課題として広げて書いた。

<加藤委員>

- ・ 主婦連合会の取り組みについて報告。東京も一支部であり、地方のやっていることすべてはまとめられない。課題としては、学習テーマが多く追いつけない、会員外への情報提供は時間、費用がかかるなどである。

<林委員>（事務局より説明）

- ・ タイトルを「事業者および事業者団体」に変更したい。
なぜ消費者教育を括弧づけにしたのか。「事業者団体」のみではどうか。

<茂木委員>

- ・ 教育センターと生涯学習センターは、アンケートの回答を得られた機関数が限られているのでまとめて報告。
- ・ 情報提供機関との連携が必要、日程などの問題から講座を開催してもこないといった問題、インターネット利用による消費者問題の広がりなどの課題が挙げられる。

<加藤委員>

- ・ 消費者団体、地域における消費者団体が行う消費者教育を述べ、消費者団体の活動に対する行政の支援策を提言している。これらは消費者行政の枠を超え、他の分野と連携して整備されるべきである。
- ・ 消費者保護基本法の中に消費者の権利を明確に位置づける。
- ・ 消費者教育というと国の押しつけを感じるので、「消費者の学習権」という表記の方がよいという意見もある。
- ・ 企業社会人への消費者教育が必要。消費者の自立はジェンダーフリーの視点が不可欠だが、抜け落ちている。

資料3 担い手として企業を入れている。東京都が実施した従業員教育の取り組みの資料がある。（事務局）

2) 提言（案）についての議論

【主なポイント】

<滝沢委員長>

- ・ 現状認識として、停滞感を強める原因と消費者教育を充実させるための方策を提言。
- ・ 消費者への情報提供の媒体を多元化して、より広い対象へのアクセスを目指す。特にインターネットやマスコミを通じた情報提供の充実を図る。
- ・ 学校における消費者教育について、十分な時間やエネルギーを投入できる環境を整

備し、必要に応じてその位置づけを見直す。家庭科以外の教科における展開、学習指導要領の改訂に向けた提言については課題。

- ・ 教材の普及や教員研修の機会の確保等教育する側（教員）を支援する体制をより一層充実させる。インターネット等の活用が望まれ、教材作成にあたり、教材を使用する側の意見を教材作成に適切に反映させる工夫がいる。
- ・ 教育内容は、単に知識を教えるものではなく、問題点を発見して解決する能力を養成するものとする必要がある。教育方法については参加型の授業が望まれる。外部講師の活用なども重要。
- ・ 消費者教育に携わる団体間の連携を強める。

【主な議論】

- ・ 形式の点からすると、最後のまとめが必要。諸課題を解決するため、例えば消費者教育を受ける権利を明確にするといったことが考えられる。
- ・ 現状認識の中で、「やや停滞感がある」「行き詰まりがある」というよりは、「関係機関の一層の努力が必要」といった表現の方がよいのではないか。
- ・ 講座のテーマ・内容も似ており、講座・出版物など手法のみでは限界があるという意味で「停滞感」「行き詰まり」という表現を用いた。
- ・ 現状認識の前に基本的問題意識をだしていただきたい。消費者教育が大事なものであるという必要性・意義に言及した上で、現状は不十分であるので何を変える必要があるのかを述べるのではないか。
- ・ 学力低下論もあり、授業時間数の減少が憂慮されている。また、受験科目の重視と非受験科目へのしわ寄せ、受験教育に偏りすぎている現状がある。
- ・ 「総合的な学習の時間」が設けられたのに、それを活用しようとする意見が少なく、むしろ要らないという声すらある。教育の本質的な側面として豊かな生活を目指そうという意欲が感じられない。
- ・ ベネッセの高校教師へのアンケート結果では、新教育課程では「生徒の基礎学力が低下する」が8割を超え、総合的な学習の時間をどう進めたらよいのかわからないという意見が7割近くある。提言の対象は学校の教師や教育委員会にも向けるべきで、文部科学省の責任という方向のみではいけない。
- ・ 家庭科は、生きる上で大事な教科であり、その中で消費者教育や生活に関わることを学習すると生徒は喜ぶし、役立つという意見をいう。しかし、少ない時間でどう取り組むのが課題。
- ・ 学校における消費者教育の停滞感だけでなく社会教育など行政の取組としても停滞しているのではないか。社会教育では公民館の活用としてスポーツ、音楽などを行っており、消費者教育はやっていない。消費者教育は消費者行政でやるべきという感じで、縮小傾向にある。消費者教育の重要性が世の中の共通認識になっていないことに問題の根源がある。社会のコンセンサスとなっていれば、授業で優先すべ

きといった話は出てこないはずである。

- ・ 事業者に対し、いかに消費者問題が重要で消費者教育がどれほどの価値をもつものなのかを訴える必要がある。企業にとっても消費者の意識が高まることが利益という認識となれば、公正な取引をしようというコンプライアンスの意識が高まる。個々の従業員というよりは組織としての会社の姿勢が問われる。
- ・ 消費者問題の後始末のために社会的費用がかかる。消費者問題の後始末に費用を使うより、消費者教育という未然防止のための投資を行うほうが社会のあり方として健全である。
- ・ 企業等の組織・機関も消費者教育のためのメディア・媒体であると広くとらえ、それぞれの対象に対し問題点、メッセージをとりあげてはどうか。また、学校現場への提言はよいが、情報発信のための仕組み、連携のための取組といった行政の役割をもっとだしたらよいのではないか。
- ・ 消費者教育に関する一般的な意見は他の委員会でもでてくるので、この研究会は専門的で、かなりつつこんだ提言にしていきたい。
- ・ 高校レベルでは受験への対応、校長の経営手腕が問われており、学校の特色をだすため、保護者への説明として土曜日をどう使うかなどが議論されている。
- ・ 大学進学率 5 割近くということは、残りの約 5 割は受験勉強をしていない。これらの生徒には、消費者教育の内容は有効で、生きるための知識という実感が持てれば熱心に聞く。
- ・ 消費者教育は消費者問題対応教育ではなく、教育としての価値・評価が高いものである。親も消費者教育を受けることが子どもの教育にとって大事である。
- ・ 追加したい観点として、国際化、ボーダレス化時代の消費者教育の在り方、地球環境保全時代の国内対応、環境教育との関わり（特に環境消費者の視点）自我形成期における消費者教育の意義がある。問題意識のところで触れられるではないか。
- ・ 消費者教育は受験教育と対立するものではないのではないか。受験科目の中でも消費者教育を扱えるし、家庭科のみではなくもっと広く捉えたい。受験教育という言葉は一般的な言葉として使われているのか。
- ・ 家庭科で悪質商法の種類を覚えさせてもしょうがない。「受験教育」という言葉は中央教育審議会の答申の中でも触れられているので、かまわないのではないか。
- ・ 消費者行政の中での消費者教育後退のデータはあるのか。東京都では、消費者月間の予算もゼロだし、神奈川でも後退している。
- ・ 他の分野に比べれば消費者教育は必ずしも後退しているとは言えない。商品テストはやめても教育・啓発を積極的にやっているところもある。
- ・ 講座のテーマのマンネリ化、受講者の広がりがない。
- ・ 金融面では新しいテーマがあるし、同じ人ばかりが来ないようやり方も一つずつ変えている。

- ・ 女性の社会進出に伴い、主婦を対象とした昼間の勉強会への参加が少なくなった。
- ・ ジェンダーの視点が重要であり、男性、特に企業人に対する消費者教育が必要ではないか。会社に入っても消費者・生活の視点を持ち、企業、消費者双方でよりよい社会を作っていく環境があればよいのだが。
- ・ 初任者研修で1時間でも消費者教育を実施するなど、企業研修における消費者教育の重要性について書いてほしい。
- ・ 従業員に対する教育のみではなく経営者に対する教育など、生産者・企業人としてのあり方を研修していく機会を具体的にとらえたらどうか。
- ・ 企業の消費者志向を高めるための取組みについて企業調査を実施したことがある。従業員一人一人の意識を高めることと、企業トップの意識を高めることが同じ程度に必要だと回答している。従業員教育を実施しようとしても、その情報が足りないことが問題という結果だった。
- ・ ぜひ国際化の視点をいれてほしい。例えば、中国のほうれん草農薬の問題や他の輸入食品、狂牛病などは消費者の目には見えない問題であり、安くて便利であればよいで輸入されたらたまらない。人間とはなにかという原点のわかる提言としてほしい。
- ・ 自然の恩恵をこえた経済力にものをいわせた消費の反省、どういう風にしたら健全な生産・消費が成立するかといったことを消費者教育のテーマとしている消費者団体もある。
- ・ 消費者の本質的な問題であり、社会のリテラシーが高くなり、社会・世の中全体が賢くならないと解決できない。自国の消費行動が他国にも影響を与えており、経済力にものを言わせる消費への反省といった視点・問題意識も持たないといけない。
- ・ 提言に「従業員教育」「国際化・環境保全」の視点を付け加えてはどうか。これに「消費者教育を受ける権利」を加えるべきかどうか。
- ・ 憲法の中で「教育を受ける権利」とあるので、「消費者教育を受ける権利」を提言の中に入れることは、とおりもよいのではないか。
- ・ 消費者保護基本法が成立する寸前に権利という言葉が外れ、消費者団体の願いは実現しなかったという経緯がある。また、国際消費者機構も消費者の権利の1つとして「消費者教育を受ける権利」を入れている。
- ・ 生涯学習という言葉があるように、社会にとってどのような人を育てるのかという視点が教育にはある。
- ・ モノを購入することで企業を選別して社会をつくっているという、私的なところから公的なことを考える視点が必要である。

3) 事務連絡

次回、委員長の提言、岡崎委員、鈴木委員の報告を行う。

3月3日(月)に次回委員会を行う。

以上