

# 消費者教育の講師育成に関する実態調査 —調査の概要と提言—

## 1. 調査の目的と方法

### (1) 調査の目的

消費者が自主的かつ合理的に活動できるためには、学校、地域、家庭、職域その他のさまざまな場での消費者教育が必要であるが、現在、消費者教育の担い手は限られており、十分に実施されているとはいえない。

その一方で、消費者問題に関心を寄せる人達においては、ボランティアのような立場で消費者教育の担い手（市民講師）として尽力していきたいとの考え方が広がっており、こうした人達が学校、地域、職域等に赴き、消費者教育を実施していく条件が形成されてきている。

しかし、市民講師育成のための研修方法が確立されていないため、消費者トラブルに関する知識、体験型講座の実施方法、受講者とのコミュニケーション能力等を修得させるプログラムを策定し、市民講師育成のための環境を整備する必要がある。

このようなことから、本事業においては、次年度以降に市民講師育成プログラムを策定する際の基礎とするため、消費者教育の講師育成に関する現状を把握することを目的とした。

### (2) 調査の方法

#### ① 研究会の設置及び検討

調査の設計、実施、評価のため、本事業では、大阪教育大学の鈴木真由子助教授を座長として「消費者教育の講師育成に関する研究会」（委員等名簿及び検討スケジュールについては、本冊子末尾に掲載）を設けた。研究会では、同調査を実施するとともに、その結果に基づき、消費者教育の講師・消費者リーダー育成の現状と問題点を整理し、次年度以降、育成プログラムを検討する上での提言をとりまとめた。

#### ② 調査の実施

調査の実施にあたっては、はじめに、国民生活センターのメールマガジン、全国の消費生活センターのWEBに記載されている情報から、現状の消費者教育の講師・リーダー育成講座の状況を分析した（1章参照）。得られた分析結果より、自治体・消費者団体等へ送付するアンケート票を作成し、全国の自治体における消費者教育の講師・リーダー育成に関する現状と課題について明らかにした（2章参照）。

次に、企業及び業界団体における消費者教育の講師・リーダー育成に関する実態を把握するために業界団体等へヒアリング調査を実施した（3章参

照)。

自治体・消費者団体・企業/業界団体における消費者教育講師・リーダーの育成における現状と課題を以下に示す。さらに、調査結果に基づいて今後国・自治体の施策に期待される課題を提言としてまとめる。

## 2. 調査結果の概要

### (1) 文献調査

自治体や団体等のホームページ、過去の報告書や新聞記事等の文献に基づいて調査を行った結果から次のような現状および課題が明らかになった。

- ① 自治体や団体によって開催されている消費者教育の講師育成に関して、活動内容（詳細なカリキュラム等）がすべて公開されているわけではなく、実施されている取り組みにおける詳細を把握することができない。そのため、それぞれの実施内容等における差異が不明であり、当該講座を行ったという旨を講師のホームページで確認することができても、当該講座についての記載がない自治体や団体もある。
- ② 講師育成講座によってカリキュラムが掲載されている例もあるが、カリキュラムの策定に関する記述や大学の講座におけるシラバス（教科・科目等の目標と内容、使用教材、指導計画、指導方法、評価方法等が記載されているもの）のようなものがない。そのため、講座内容が体系的・網羅的でないことも多い。
- ③ 消費者のリーダーを養成するため、講師育成講座を開催している旨が記載されているが、講師育成講座修了後のモデルや活動の場が提示されている例はほとんどない。
- ④ 自治体の HP では、講師育成講座の情報を含め、消費者教育の情報は目に付きやすいところにあるとは言えない傾向にあり、情報発信に関して課題があると考えられる。

### (2) アンケート調査

自治体（都道府県・市区・町村）および消費者団体等へのアンケート調査の結果から、以下の知見を得た。

- ① 都道府県レベルでは、ほとんどの自治体が消費者教育の講師育成講座を実施している。しかし、市区町村レベルでは当該講座を実施している自治体は少なく、消費者団体等においても同様である。
- ② 消費者教育の講師・リーダーを育成していない自治体・消費者団体等の大多数は、当該講座の必要性を感じている。必要性を感じつつもこれまで実施できなかったのは、自治体では「予算的問題」、消費者団体等では「優先

度の低さ」が主な要因である。

- ③ 過去に消費者教育の講師・リーダーを育成していたが現在は行っていない自治体・消費者団体等において、当該講座が実施されなくなったのは「予算的問題」がその主な理由である。
- ④ 講座のカリキュラム（自治体）に関しては、都道府県・市区町村に差異はあるものの概してコンテンツに偏りがある。現在顕在化している問題への対症療法的な講座内容が多くなっており、講師やリーダーに必要とされる指導法にはあまり触れられていない。一方、消費者団体等における講座カリキュラムでは、講座修了後に実施団体への入会等が予定されていることもあってか、カリキュラム内に指導法が組み込まれており、相対的にコンテンツにも偏りが少ない。
- ⑤ 現在、消費者教育の講師・リーダーを育成している自治体においても、育成後の講師・リーダーの活動の場を提供できている自治体は少数派である。講座修了後の他機関との連携はあまりなされておらず、人材を活用しきれていない可能性が高い。
- ⑥ 講座修了者からの要望等の中には、活動の場や人材のネットワークやフォローアップ研修の場が欲しいとの声がある。このような意見は、講座の設計にあたり必ずしも受講後の活動が視野に入れられているわけではないということが一つの理由となっているものである。
- ⑦ 都道府県・市区町村レベルにおいて講座に求められていることが異なること、また、予算的事情、各自治体レベルにおいて講師育成に関する役割を明確にして講座の設計・運営・実施にあたる必要性がある。
- ⑧ 講座修了後、受講者が講師・リーダーとして活動することに対する報酬は「無償」が多く、講師・リーダーになろうとする誘引があまりない。消費者教育の担い手を増やす・確保するためには何らかの対策が急務であると考えられる。

### (3) ヒアリング調査

企業・業界団体に実施したヒアリング結果より、下記のような現状・問題点が示唆された。

- ① 企業・業界団体では消費者志向意識は向上しており、また、消費者啓発活動についても検討・実践している例が多い。しかし、現状では講師・リーダーを育成する必要性は感じていない。また企業・業界団体としては、実施内容に対して効果が見えないと取り組むことは厳しく、100%ボランティアという形態は難しい。
- ② 講師育成・リーダー育成は、企業単独あるいは業界団体のみではなく、他

分野とも連携して大きな枠組みで行うことが好ましいと考えている。その際、行政が中核となって、消費者教育に対して理念・思想を明らかにした上で、大きな視野で育成プログラムを設計・実施して欲しいと望んでいる。

- ③ 自治体や消費生活センターの要請に応じて、講座の講師を行っており連携に関しては積極的に対応したいと考えている。ただし、その際に企業の名前ではなく業界団体の名前で実施することが求められることが多く、企業によっては障害となりうる可能性がある。
- ④ 企業・業界団体として講師・リーダーの育成の必要性は感じていないが、自治体等で育成された講師・リーダーの活用方法・活動の場として情報伝達や情報収集が期待されている。ただし、雇用は現状では殆ど検討されていない。
- ⑤ 講師を行うためのスキルとしては、コミュニケーション能力（消費者の目線で、身近な話題で、興味を持たせながら、受講者のニーズ・知識レベルに合わせて話をする力）が重要である。
- ⑥ 企業・業界団体として、消費者に正しい知識を持ってもらいたいという意識は強く、そのため学校教育との連携を求めている。

### 3. 調査結果に基づく提言

以上の調査結果を踏まえて、消費者教育の講師・リーダー育成講座を実践していく上で重要であると考えられるいくつかの課題を提言として掲げたい。

#### (1) 講座運営上の課題に関する提言

**【提言1】**「国・都道府県・市区町村ごとの役割」を定義する。

消費者基本法第17条では、国は、「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。」とされ、地方公共団体には同じく17条2項において、「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。」とされている。

そのように、国・地方公共団体のそれぞれにおいて、それぞれの役割に応じた必要な施策を講じることが求められている。従って、例えば、国は講師のレベル別・対象者別カリキュラム等の作成や講師に関する情報提供の仕組み作りを行い、各自治体がこれを受けて検討し、講師育成後のフォローなども行うなどといった枠組み、つまり、国・都道府県・市区町村ごとの役割を明確にすることが必要であろう。そして、それぞれに応じた他機関との連携のあり方を検討・提示することで連携活動

を活性化させる必要がある。

ただし、ここでいう役割とは従来のような出前講座に行政が財政支援をするというものではなく、講師・リーダー育成講座の修了グループが主体的・自立的に活動できるよう、場や機会を提供したり、グループ自身が助成金を獲得したりできるような支援をすべきである。

## (2) 講座内容に関する提言

### 【提言 2】 講座カリキュラムおよびカリキュラムガイドラインを策定する。

講座カリキュラム及びそのガイドラインは、今後、講師育成プログラムを策定するにあたって重要な事項であり、その際、以下の点について検討することが不可欠である。

現状の当該講座のカリキュラムには、顕在化している問題への対処方法を教えるものが多く、本来必要であるはずの講師・リーダーの理念や指導法などが含まれていないケースが少なくない。顕在化している問題に対する対症療法だけではなく、根治治療に必要なテーマもベースには必要であると考えられる。そのためには、カリキュラムの構成が重要であり、「基礎知識」に関しては必要なものを網羅的に、加えて「消費者教育の本質」として、目指すべき消費者の姿、消費者教育の目的・理念、消費者に求められるモラル・責任・義務、豊かな消費生活とは何か、意思決定と批判的思考、生活設計力等の要素を盛り込む必要がある。

なお、講座カリキュラムの策定においては、どのようなタイプの講師・リーダーを育成し、どこでどのように活動してほしいのかを明確に描くことが前提となる。その上で、講座カリキュラムの設計・他機関との連携のあり方・講座修了後の活動の場・育成後のフォローアップも含めて提示する必要がある。

また、当該講座に関する情報提供システムやネットワークを要望する回答も多く寄せられていることから、講師・リーダー育成カリキュラム作成支援、講師斡旋などを含む施策を講ずることも課題であろう。

さらに、地域によっては、人材不足等により講座を行えない状況や、交通の便が悪く参加者を集めにくい状況なども考えられ、このような場合には e-learning は効果的といえる。現在内閣府において検討が進められている消費者教育の体系化の成果を活用し、補完的な役割として充実させるべきである。

### 【提言 3】 講師育成講座の目的を明確にし、その達成度を把握する

アンケート調査結果では、講師育成講座の実施に関して「効果がある」という回答が多かった。しかし、そのほとんどは「地域啓発ができた」などの定性的な回答で「効果」の解釈にもばらつきがあり、客観的・定量的な回答はなかった。また、「育成目標と活用方法を明確にせずに実施したため、成果がでなかった」といった自由記述も見られた。

一般に、教育的活動を行う際、「目的」「対象」「内容」「方法」「評価」を明らかにすることが

求められる。上記【提言2】でも述べたように、講師育成講座を設計する場合には、誰に対して何をやる講師なのか具体的に描いた上で、講座の「目的」を明確にする必要がある。同時に、目的が達成できたかどうかを客観的に捉え、その結果をフィードバックすることで講座の質的向上を図ることも重要である。したがって、どのような方法で達成度を把握することが合目的なのか、検討しなければならない。これについては、先駆的事例等の蓄積と、成功事例のフィードバックが、その判断をする上で一つの重要な視点となるだろう。

このことは、企業・業界団体へのヒアリングにおける「講座実施に対する効果が見えないと取り組むことは難しい」との見解に対する回答でもある。効果指標が策定されることによって、企業・業界団体等の当該講座の実施を促進することが期待出来ると考えられる。

### (3) 育成後の活動の場

#### 【提言4】自治体・消費者団体等との連携活動を促進する

講師・リーダー育成講座を一過性のものとしないうちにも、修了後の活動やフォローアップを考慮した枠組みを構築する必要がある。講座修了後の講師の資質・レベルを保証すること、講師間ネットワーク・地域ネットワークを構築することによって消費者問題の情報共有や活動の場の紹介などを行うこと、などを含めた各機関の連携活動を促進すべきである。

また、講師・リーダー育成講座の修了グループが主体的・自立的に活動できるようになるための支援を行政が行う必要がある。行政の支援方法として、例えば、連携可能な機関と連携方法についての情報提供や優良事例などの紹介、モデルケースと認定された場合には支援をするなど、修了グループに対して活動の場を提供するために、自治体・消費者団体との連携を促進することは有効であると考えられる。

目的は同じであるにも関わらず、同様な取り組みが様々な行政機関や団体で実施されている状況を鑑みると、内閣府が中心となって他の関連省庁の調整役を果たすことによって適切な連携活動が推進されると思われる。