

< 本編 部 >

# 1. 調査研究の概要

## 1.1 背景と目的

消費者が安全で安心できる消費生活を送ることができる環境を整備するため、消費者保護基本法が改正され、平成 16 年 6 月、消費者基本法が制定された。同法は、従来の消費者保護基本法に比較して、消費者の「自立」および「支援」という点をより明確化した。消費者基本法 3 条（国の責務）は、「国は、経済社会の発展に即応して、前条の消費者の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのっとり、消費者政策を推進する責務を有する。」という。ここでは、消費者の自立を支援する施策を実施することが、国の責務であることが述べられた。また、同法においては、消費者の生涯にわたった教育を充実することが求められており（同法 17 条）今後、自立した消費者の育成と支援のための消費者教育が、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場で実施されなければならないといえる。

そのために、消費者教育の対象、教育目標等について明確にし、系統立て、消費者自身が十分に見通すことができる消費者教育の全体像、体系を示すことが、消費者教育の効果的な実施と成果のために必要であると考えられる。

内閣府においては、平成 17 年度に消費者教育体系化のための研究会を立ち上げ「消費者教育の体系化」について検討し、ライフステージに応じた消費者教育の基本的な系統立てを行った。その結果、安全、契約・取引、情報、環境という領域別の目標を幼児・児童・少年・成人のライフステージごとに「～できる」という形で示した「教育体系シート」を策定した。

平成 18 年度調査では、平成 17 年度の調査を受けて、系統立てて整理された目標に対して、その目標を実現する学習内容について検討した。更に、消費者教育を推進するにあたって、担い手となる人材の育成及び教育が行われる場等について議論し、今後の推進方策を検討した。

## 1.2 平成 17 年度調査の経緯

### 1.2.1 消費者教育の理念と体系化の基本方針

社会で自立した消費者であるためには、第一に、合理的な意思決定、自己決定を行うこと、第二に、市場に参画し積極的に自らの利益を確保するよう行動することが必要である。言い換えれば、消費者が自らの役割を認識し、かつ主体的に判断し、選択して、行動することである。

すなわち、消費者の権利を実現するよう努め、必要な情報を収集し、合理的に判断・選択し行動すること、事業者、行政への働きかけを行うこと等により、消費者利益の確保に努めること等を通じ、その役割を積極的に果たす消費者を育成することが必要である。

## 1.2.2 消費者教育体系化の枠組み

### (1) 消費者教育の目標

「自立した消費者の育成」という消費者教育の理念のもと、消費者基本法第7条に基づき、以下のような消費者教育の目標を設定した。

消費生活に関して、自ら進んで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消費者の育成

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消費者の育成

### (2) ライフステージに応じた消費者教育

今日求められている「自立した消費者」とは、消費者の役割を認識し、その上で合理的に判断・選択し行動することができる消費者である。しかし、それらの能力は一朝一夕に身につくものではない。同時に、消費者被害の低年齢化、あるいは高齢者を狙った悪質商法の増加等も見られる昨今、消費者教育は、就学前の段階から、高齢期に至るまで生涯にわたって求められるものである。

消費者基本法においても、消費者の自立の支援に当たっては、「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」とされている。そこで、本報告書ではライフステージに応じた消費者教育が重要であると認識し、様々な学習機会での消費生活に関する教育を充実するために、消費者の年齢やライフステージ等に配慮して以下のように区分することとした。

ライフステージの区分	対象年齢	区分の考え方、期待される能力等
幼児期	就学前までの段階	保護者のもとでの生活が中心となる時期
児童期	就学から小学校卒業までの段階	身の周りの範囲にあるモノ等を適切に扱うことができる能力の育成が望まれる時期
少年期	中学校入学から高等学校卒業程度までの段階	保護者からの自立意識も芽生えて、個人の主体的な判断のもとで消費生活を実践できる能力の育成が望まれる時期
成人期	高等学校卒業以降の大学生や社会人等の段階	精神的にも経済的にも自立が図られ、職業人として、親として、市民として、さまざまな立場での責任がかかってくるようになる社会人等の時期
(高齢期)	(成人期のうち、特に高齢者)	「成人期」のうち、特に高齢者の段階では、判断力・行動力・情報収集力の低下にともない、金銭をはじめとする生活資源の有効な活用にかかわる能力や、社会の変化への対応力を強化するための支援が求められる

### (3) 対象領域ごとの消費者教育の目標

平成17年度調査においては、更に、消費者教育の対象領域を、安全、契約・取引、情報、環境に分けることにし、以下のような目標を定めた。

#### < 安全 >

商品（食品を含む）の安全性等に関する情報を確認し、生命・健康への影響に配慮して、商品を選択・利用できる。

商品による事故・危害に適切な対処ができる。

安全に暮らせる社会を目指し、消費者の安全を確保するために協力して取り組むことができる。

#### < 契約・取引 >

自己の必要性を満たすために、適切に判断し、合理的な選択ができる。

家計を適切に管理し、合理的な生活設計やお金の使い方ができる。

契約の意味・内容や契約上の権利と義務を理解し、契約を誠実に履行できる。

トラブルにあったときに適切な対処ができるとともに、安心して契約・取引ができる社会を目指し、協力して必要な取り組みができる。

#### < 情報 >

情報通信を消費生活の向上に役立てることができる。

個人情報適切に管理し、自他の権利や利益に配慮して情報通信を適切に活用できる。

知的財産権に配慮して、他人の創作物等を利用できる。

#### < 環境 >

商品の購入段階において、商品の環境に関する情報を確認し、環境への影響に配慮した商品を選択できる。

商品の使用・廃棄段階において、物を大切にするとともに、消費生活が環境に及ぼす影響を認識し、適切な対処ができる。持続可能な社会を目指し、消費生活に関わる環境保全の取り組みに協力して取り組むことができる。

### 1.3 平成 18 年度調査の目的と概要

平成 18 年度調査は、平成 17 年度の調査を受けて、消費者教育を具体的に推進するための方策について検討することを目的として実施した。

具体的には、推進の方策として、領域毎、ライフステージ毎に「～できる」という形で示された目標に対して、その目標を実現する学習内容について検討することを前提とした。更に、その学習内容を実施するために、「担い手となる人材」及び「学習の場」等について議論し、具体的な学習の場を想定して消費者教育を阻害する要因を検討するとともに、消費者教育の推進に向けた方策を検討した。

なお、消費者教育の目標については、本年度の調査研究により、成人期等においては育成というよりもむしろ「支援」に重点を置くことが重要だとの認識に至った。そこで、平成 17 年度の報告書で論じられた消費者教育の目標としての「育成」概念に含まれていた「支

援」概念を明示し、消費者教育の目標を次のように整理することにした。

消費生活に関して、自ら進んで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消費者の育成と支援

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消費者の育成と支援

## 1.4 調査研究の方法

### 1.4.1 研究会及び分科会の設置

消費者教育の推進方策を策定するために、研究会及びライフステージに応じた4種（幼児期、児童期、少年期、成人期）の分科会を設置して検討した。

図表 1-1 研究会開催状況

開催回	開催日時	主な議題
第1回	平成18年10月20日(金) 17:30～19:30	調査研究(消費者教育推進方策検討)の進め方検討 既存の消費者教育実態把握と課題抽出
第2回	平成18年11月24日(金) 17:00～19:00	既存の消費者教育実態把握 各省庁の既存の消費者教育の実態把握と課題抽出
第3回	平成18年12月25日(金) 17:00～19:00	消費者教育の現状と将来イメージを踏まえた推進方策の検討 シンポジウム実施方法の検討
第4回	平成19年1月31日(水) 17:00～19:00	ライフステージ別の消費者教育の重点課題及び推進方策の検討 報告書素案の確認 シンポジウム内容の検討
第5回	平成19年2月23日(金) 17:00～19:00	推進方策の普及方法の確認 報告書の承認

図表 1-2 分科会開催状況

開催回	区分	開催日時	主な議題
第1回	幼児期	平成18年11月8日(水) 10:30~12:30	各委員の現場で考える「消費者教育」について 既存の消費者教育実態について
	児童期	平成18年10月31日(火) 17:30~19:30	
	少年期	平成18年10月31日(火) 15:00~17:00	
	成人期	平成18年11月6日(月) 15:00~17:00	
第2回	幼児期	平成18年12月7日(木) 12:00~14:00	教育目標別の既存の消費者教育実態の確認 消費者教育の将来イメージ検討と教育プログラムの試作
	児童期	平成18年12月4日(月) 17:30~19:30	
	少年期	平成18年12月8日(金) 10:00~12:00	
	成人期	平成18年12月4日(月) 9:30~11:30	
第3回	幼児期	平成19年1月17日(水) 15:30~17:30	各目標別の消費者教育の将来イメージの検討 作成した教育プログラムに関する議論 現状と将来イメージの乖離する要因について
	児童期	平成19年1月16日(火) 17:30~19:30	
	少年期	平成19年1月16日(火) 14:00~16:00	
	成人期	平成19年1月19日(金) 16:30~18:30	
第4回	幼児期	平成19年2月19日(月) 13:00~15:00	消費者教育の将来イメージの議論のまとめ 推進方策に関する意見集約
	児童期	平成19年2月19日(月) 18:00~20:00	
	少年期	平成19年2月20日(火) 14:00~16:00	
	成人期	平成19年2月16日(金) 18:00~20:00	

#### 1.4.2 シンポジウムの実施

上記の研究会、分科会研究会及びライフステージに応じた4分科会において検討した内容について、広く一般を対象として報告、意見収集するため、シンポジウムを開催した。シンポジウムの実施概要を次に示す。

- タイトル：消費者教育の体系化と推進について
- 開催日時：平成19年2月12日 13:30~16:30
- 開催場所：東京都文京区本郷7-3-1 東京大学理学部 小柴ホール

- プログラム：
  - 講演：「消費者教育体系化と推進方策の検討経過」
  - 消費者教育・実践事例紹介「大学落語研究会による消費者教育出前講座」
  - 講演「分科会における検討内容」
  - パネル討論：
    - 「議題1 教材・プログラムの必要性と共有化」
    - 「議題2 派遣講師等の制度の充実について」
- 参加者：一般来場者76人（関係者7名含む）