

EU における消費者教育等の取組みについて

Empowering the European citizen

-欧州委員会健康消費者保護総局資料(2005年5月)の抄訳-

1. 根拠

近年、経済分野及び技術分野の数々の発展に伴い、欧州レベルでの消費者教育の必要性がいよいよ顕著になってきている。これらの諸変化により、ますます複雑な製品、精巧な市場戦略が生み出されてきたが、このような製品や市場戦略は、消費者が入手可能な製品およびサービスの範囲を増大させるものの、同時に消費者の生活をより複雑なものにもしている。

教育は、本来は国レベルで扱われるものであるが、域内単一市場の実現に伴い、消費者が利用可能な機会を十分に活用できるようにするためには、域内単一市場での国境を越えて、消費者を保護し、消費者の権利と利益に対する自覚と理解の水準を向上させる必要があることが明らかになってきた。より判断力に富む消費者自身が利益を得ることができるのは正当であろうし、「消費者文化」が欠如していることから、多数の新たな加盟国における関係者は、消費者情報および消費者教育を発展させる必要性を主張している。

しかし、消費者への情報提供は、十分なものではない。従って、個々の消費者が消費者情報を求め、理解し、利用する際に役立つような技能、態度及び知識を扱う消費者教育は、極めて重要である。

同時に、欧州委員会健康消費者保護総局は、消費者団体の知識およびその能力を改善するため、消費者団体レベルにおける特別の訓練活動も行わなければならない。これは、国および地域レベルにおける欧州市民の権利を確保し、あらゆる EU 政策における消費者の関心を統合することを追求する観点から、特に適切である。

2. 制約

消費者教育に健康消費者保護総局が関与するに際しては、補完性(subsidiarity)の原則¹に留意しなければならない。教育分野で主導権をとることは、国レベルの当局や機関と協議をしなかったり、それらの関与がない場合には、急速に紛糾のもととなる可能性がある。したがって、国内の関係者への事前の相談が必須である。国の教育体系を扱う際の支援を得るため、消費者政策の関係者に加えて、各国の教育当局を関与させることが最重要事項である。

¹ 加盟国レベルでの措置では政策目的を十分に達成できず、かつ、EU レベルでの措置の方がより効果を挙げることができる場合のみ、EU レベルで対応するという、EU 設立の基本原則（内閣府注）

EU の全加盟国における一般的な消費者教育を行う、欧州委員会特に健康消費者保護総局の権能は、深刻な財政的かつ人的な制約をも受けている。教育プロジェクトは、長い準備期間を要する。というのも、現場でニーズを調査し、ネットワークを構築し、必要な専門知識と資源を探し出し、追跡調査に努めなければならないからである。また、相乗効果を伴う最も費用対効果の高い措置について、入念な検討を行わなければならない。この観点から、教育文化総局によって既に整備されているネットワークを十分に活用してきた。

欧州委員会が価値を付加できるのは、基本的に以下の3領域である。

- ・ すべての加盟国内において、国境を越える取引と EU における消費者立法やその権利に焦点を当てた教育手段を提供すること
- ・ 最良慣行（ベストプラクティス）を普及させるための先導者として活動すること
- ・ EU レベルの消費者教育における協力を強化すること

3. 健康消費者保護総局の取組み

権限範囲が紛糾のもととなりやすく、さまざまな制約があり、いかなる教育活動においても長期的投資が必要であり、また、教育における健康消費者保護総局の役割をめぐって懐疑論がある中で、いくつかの先導的なプロジェクトを打ち上げてきた。

年代順に見ると、以下のような活動を行ってきた。

- 2002/2003： マネジメント、ロビーイングおよび欧州消費者法に関する消費者団体職員のための研修内容の設定
- 2003/2004： 2004年3月 研修運用の開始
- 2003/2004： 15～18歳の若者用の「ヨーロッパ消費者ダイアリー2004/2005」の準備および制作
- 2003/2004： 成人のためのウェブ上の双方向教育ツールの準備および初期開発
- 2005/2006： 2005年12月 EU15ヶ国向けのダイアリーの準備
2006年6月 EU10ヶ国向けのダイアリーの準備
- 2004/2005： 消費者問題に関する欧州修士プログラム作成のためのニーズ分析
- 2007/2010： 欧州修士プログラムの開発

1. 「ヨーロッパ消費者ダイアリー」

◆ 期間：2003年－2006年

◆ 対象：15歳から18歳の学生

加盟各国の学校からの注文需要（例 2005年には、二週間のうちに約7,100校から約92万部）が供給を大きく超過。したがって、国／地方／地域当局からの補完的な資金提供を模索。11万部以上が、各国の大半の教育及び消費者担当大臣以外の関係者から資金援助を受けている。これは、欧州委員会が教材を配布する権限を有しない中等教育においては非常な成果。

ヨーロッパダイアリーは、消費者団体がその役割を学校で示す格好の機会。

ダイアリー（目次例は次頁）および教師版の本文は、各国語版があり、平易な表現。EUのウェブサイト上に掲載されているので、他の学校も本文の入手が可能。

2. ウェブ上の双方向教育ツール

◆ 期間：2004年－2006年

◆ 対象：教育水準の高くない成人

◆ <http://portal.dolceta.net>（整備中）

域内単一市場と金融問題に関する二つのウェブ上の成人用教育モジュールは、消費者問題、教育学、欧州消費者法に関する専門家チームによって開発中。成人教育機関においてテスト中。各国の事情に合った内容で、仏語版（2005年7月）、英語版（2005年10月）を皮切りに、各国語別に順次2006年6月までに整備される予定。

ウェブ上のツールにより、意欲を持った消費者個人のほか、教育機関、各国の消費者保護担当組織、消費者団体等影響力の大きな組織にも接触可能になり、大きな相乗効果が期待。

3. 消費者問題に関する欧州修士プログラム

◆ 期間：2006年－2008年

◆ 対象：大学生ならびに将来の消費者団体及び企業の職員

31ヶ国における現存の大学学部および大学院における、消費者問題を扱うコースならびに消費者問題の特定領域に関する専門家（教授および研究者）を把握し、消費者問題に関するひとつまたは幾つかの欧州修士プログラムを創設する機会および可能性について欧州委員会に助言するための調査を実施。

調査の結果、国を越えて統合された、消費者問題に関する欧州修士プログラムを加盟国内の著名な大学で開発する必要性が明確になった。教育文化総局によって開発された欧州修士モデルに追従し、欧州大学協会と協力する予定。

ヨーロッパ・ダイアリー ―あなた自身の選択― 目次（仮訳）

Europa Diary - It's Your Choice -

- 序文(欧州委員会 Kypr ianou 委員)
- E Uの歴史
- E Uの概観
- 保健・消費者保護総局（権利の実現）
- どのように法令は策定されるのか（たばこ指令）
- 各国の概略

- 誰に責任があるのか
- 格好つけることとその安全性
- 表示の意義
- 表示とその本当の意味
- 何が含まれ、表示されているのか。
- 問題が発生した場合（苦情相談の方法）

- 広告に夢中
- ブランドの意義
- ゲリラ（市場取引）との戦い
- スポーツが単なるスポーツではなくなる時
- 素晴らしきクレジットカードとその他の話題
- あなた自身の世界、あなた自身の選択
- 法律に目を配りましょう

- 著作権とは何ですか
- ネットワーク社会をよく理解しましょう
- 安全な電子ショッピング
- オンラインにおける無法者

- 飲む前に考えましょう
- どんちゃん騒ぎ
- 依存症
- 一度火をつけると…、やめることはできますか
- タトゥーとピアス
- まさに今、肥満対策に取り組むべき
- 健康的な食生活



Subject: empowering the European citizen

Rationale

In recent years, the need for consumer education has become increasingly evident at European level, given a number of economic and technological developments. These changes have led to increasingly complex products, sophisticated market strategies which increase the range of products and services available to consumers, but also make their lives more complex.

Education is essentially dealt with at national level. However, with the completion of the internal market it has become obvious that there is a need to protect consumers and to raise the level of awareness and understanding of consumer rights and interests across borders in the internal market so they can take full advantage of the opportunities available to them. Legitimate would also benefit from more discriminating consumers and stakeholders in many of the new Member States insist on the need to develop consumer information and education, given the absence of "consumer culture".

But consumer information on its own does not suffice. Consumer education which addresses skills, attitudes, and knowledge to help *individual consumers* look for, understand and apply consumer information is therefore highly necessary.

In parallel, DG SANCO also has to take specific training actions at the level of *consumer organisations*, aimed at improving their knowledge and effectiveness. This is particularly relevant in view of securing the rights of the European citizens at national and regional level and pursuing the "integration" of consumer concerns in all EU policies.

Constraints

DG SANCO involvement in consumer education has to take account of the principle of subsidiarity. Education initiatives can rapidly become sensitive, if national authorities or institutions are not consulted or involved. Prior consultation of national stakeholders is therefore a must. It is of paramount importance to involve, in addition to the consumer world, the education authorities in order to have their support to address the national education structures.

The capacity for the Commission, and in particular DG SANCO, to provide general consumer education in all EU countries is also subject to severe financial and personnel constraints. Education projects take a long time to prepare: one must research the needs on the ground, establish networks, find the necessary expertise and resources and monitor

the follow-up. Also, careful consideration must be given to the most cost-effective measures with a multiplier effect. In this context, full use has been made of the networks already put in place by DG Education and Culture.

There are basically three areas in which the Commission can add value:

- Providing education tools which focus on cross-border transactions and EU consumer legislation/rights in all Member States
- Acting as a conduit for disseminating best practice
- Enhancing cooperation in consumer education at EU level

DG SANCO approach

Given the sensitivity of the area, the numerous constraints, the need for long term investment in any education activity and the scepticism surrounding DG SANCO's role in education, we have launched several pilot projects. The target groups are: young people, adults, university students and professionals of consumer organisations.

In chronological order, we have undertaken the following activities:

- 2002/2003: establishing the contents of courses for staff of consumer organisations in Management, Lobbying and European Consumer Law
- 2003/2004: launch of the courses in March 2004
- 2003/2004: preparation and launch of the 2004/2005 European Consumer Diary for young people aged 15-18
- 2003/2004: preparation and initial development of the web-based modules for adults
- 2005/2006: EUR 15 ready in December 2005; EUR 10 ready in June 2006
- 2004/2005: needs analysis for the setting-up of Modular Master Degree Programmes in consumer issues at European level
- 2007/2010: development of European Modular Master Programmes