

問い合わせ先
内閣府国民生活局消費者企画課（全体）
川崎、小菅、山田
03 - 3581 - 9356
総務課 環境室（環境部分）
井村
03 - 3581 - 3734

国民生活審議会第15回消費者政策部会議事要旨

1. 日 時 平成15年2月3日（月）14：00～16：30
2. 場 所 中央合同庁舎第4号館 共用第2特別会議室
3. 出席者
（審議会）
野村部会長代理、浅岡委員、有馬委員、岩田委員、大羽委員、加藤委員、高委員、高橋委員、田中委員、鍋嶋委員、福川委員、福原委員、松本委員、宮部委員、山本委員
（事務局）
永谷国民生活局長、田口官房審議官、河官房審議官、堀田国民生活局総務課長、中村消費者企画課長、幸田消費者調整課長、七尾国際室長 ほか

4. 概要

事務局より、資料1 国民生活審議会消費者政策部会中間報告「21世紀型の消費者政策の在り方について」に対する意見募集の結果について説明が行われた後、大要以下の議論がなされた。

議題1 消費者政策部会中間報告に対する意見募集の結果について

- ・ 意見の全体版は、希望すれば見せてもらえるのか。また、地方自治体からの意見はなかったのか。
意見の全体版については、かなりの量になるが、希望があれば送付させていただく。また、内閣府のホームページ上でも掲載することとしている。
地方自治体からの意見については、東京都から意見が出されている。なお現在、事務局において、中間報告をめぐって各地で都道府県の消費者行政担当課と意見交換を行っている。

続いて、資料2「消費者教育の充実・推進」資料3「消費者政策における環境対応の在り方」について事務局より資料説明が行われた後、大要以下の議論がなされた。

議題2 消費者教育の充実・推進について

- ・ 消費者教育は小学校から生活に密着した教育を行う必要がある。小学校の学習指導要領の中で、消費者教育はどのように扱われているか。
小学校3、4年生の社会科において、産業の在り方等について抽象的に教えているようである。また、家庭科において、買い物仕方、商品の選び方等を教えている。
- ・ 企業に働く従業員や経営者に対して、公正取引とは何かといったような消費者教育を行

ってもらいたい。

- ・ 学校によって家庭科の授業時間に極端に少ないところや多いところなど、ばらつきがあることは問題である。実施状況を調査し、必要なところを補強していくことも必要ではないか。
- ・ 消費者教育には 被害に遭わない、また被害に遭ったとしても解決できる能力を身につける。 健全な市場経済の発展に寄与する。という2つの目標がある。
- ・ 消費者教育は、座学で1～2時間教えるだけでは効果が無く、オン・ザ・ジョブ・トレーニングで行わなければ身に付かない。被害に遭わないためには社会全体の環境整備なども必要。イギリスでは、被害者が被害に遭ったときにどうしたらよいか、裁判手続き、証拠の保全等のためにどのようなことが必要なのかなどを教育していた。
- ・ 韓国の消費者保護院は非常に活躍している。苦情総数の10%ほどは把握していると思う。日本の場合は、国民生活センターや消費生活センターに寄せられるのは苦情総数の2～3%程度だといわれているのと大きな違いである。
- ・ 教える側の教師は消費者教育の必要性を感じているが、受け手の学生の方が受けた実感が無いというのは問題。これをいかにすればよいのかが課題。
- ・ 消費者教育の時間が多い、少ないということの問題とするのではなく、受け手が印象に残る教え方をする必要があるのである。そのために、教える側のレベルアップと消費者教育の手法について検討する必要があるのではないか。
- ・ 社会経験の無い子供たちに正しい消費行動をどのように教えるかをもっと深く検討する必要があるのではないか。しつけも含め、市民常識としての行動パターンを成長段階に応じてどのように教育するかを考える必要がある。
- ・ 産業界と学校の連携はこれから重要。現在でも企業から学校に対して人を派遣して教育を行ったりしているが、生徒も非常に関心があるようである。学校側も実施に関心があるようだが、情報が集まらないと言っている。
- ・ 経済界とNPO、教育界との連携も必要。消費者教育は教え方が難しい。
- ・ 経済界では、OB等のボランティアが学校等に行って消費者教育を行うことがあるが、資料記載の消費者教育専門家派遣制度はどのように行っているのか。また、内閣府の職員が派遣されることはあるのか。

消費者教育専門家派遣制度は、都道府県の要望に応じて、内閣府から専門家を派遣し、主に教員を対象に研修を行っている。より一層活用されるよう必要に応じて見直してまいりたい。なお、内閣府職員が派遣されることはない。

- ・ 消費生活センターがなぜ講習のテーマの選定に苦労しているかわからない。普段の業務を通じて、問題意識は鮮明に持っているのではないか。

「受講者が集まりにくい」や「講師の選定が難しい」など、他の要因とも複合的に絡み合った問題なのだと思う。

- ・ 論点の中に消費者教育における家庭の役割の視点が欠けているのではないか。しつけの

問題も含めて書き込んでもらいたい。

- ・ アメリカの小学校では、実学的な教育を行っている。例えば、大統領選挙の模擬選挙を行ったり、株売買のシミュレーションを行い、なぜ当該株を購入することとしたのか等を説明させたりしている。このように、ロールプレイングで子どもに体験させるような教育の方法が必要であり、そのためには多くの大人のボランティアが必要。
- ・ 大学ではどのような科目で消費者教育が行われているのか。
- ・ 大学で消費者教育関係科目がさほどあるようには思えない。一般教養も含めたものだろう。

消費経済学等を含めてカウントしているので、実際に消費者教育を行っているところはもっと少ないかもしれない。

- ・ 企業が消費者教育をサポートするとしても、企業が理念をしっかりと持たなければ、今まで起きてきた消費者問題や被害の拡大再生産になってしまうおそれがある。消費者団体と企業が共同で教材を作成するなど、相互に協力をしながら教育を行いたい。
- ・ ケーススタディを使って、契約の考え方、自己責任を考える機会等を提供するべき。また、消費生活センターの認知度についても、具体的なケーススタディを通じて一緒に教えれば消費生活センターが身近に感じられて、何かあれば使われるといった意義があるのではないか。
- ・ 教師に対して、ケーススタディ等の教育に適する教材を配布することが必要。いろいろな教材が作成されているがそれが活用されていない。消費者教育支援センターのホームページにアクセスすればそれらが検索でき、かつ、ダウンロードもできるようになれば普及に弾みがつくのではないか。
- ・ 消費者問題関連の書籍は欧米に比べて売れ行きがよくない。一般成人向けにどのような情報を届ければよいのか悩ましいところ。消費者問題に関心を持つ雰囲気醸成することが大切。
- ・ 大学教育の場では、消費者問題を、経営倫理、企業倫理等の問題として企業側の立場から教えている。しかし、こうしたことから、消費者側に立った消費者問題も考えるようになるのではないか。
- ・ 企業の情報・知識を生かすようなことが大切。企業が自立した消費者を支援することは自らのためにもなるといった考えを持つことが大切。
- ・ 企業が作成する消費者教育のための教材は、そのまま使用するのではなく、学校では教師が加工して生徒たちに教えているようだ。
- ・ 消費者教育の充実のためには、消費者政策の国政における位置づけをもっと高めることが必要。

議題3：消費者政策における環境対応の在り方について

- ・ 環境団体も消費者問題に関与し始めている。消費者団体といかに連携するかを考えて

いる。環境税・炭素税のような提案を環境団体と消費者団体が行っている。

- ・ 環境ラベルが氾濫すると判別しにくくなり、消費者は結果的に無視してしまうことにもなりかねない。統一したマーク作りも考えてほしい。平成 14 年 10 月に 27 の都道府県で実施された環境にやさしい買い物キャンペーンの推進へも協力して行ってほしい。
- ・ 環境にやさしい商品の普及に当たっては、価格の問題が避けては通れない問題。消費者が環境にやさしい商品が購入できるように行政が施策を講じる必要がある。
- ・ エネルギーの節約等には、各主体の連携が必要となる。消費行動が環境にどのような影響を与えるのか多くの情報を出す必要があるのではないか。個々人の環境に対する意識を高めることが必要である。
- ・ 消費者が商品購入の段階で環境保護のために上乘せされた価額を支払うことには賛同を得られやすいが、廃棄の段階で出費を課すということは消費者に受け容れにくいのが現状である。消費者の心理に反したシステムは適切ではなく、消費者に対してスムーズに働きかけるシステム作りが必要である。

次回開催は 2 月 21 日（金）9:30～12:00 の予定（議題：消費者団体の役割・団体訴権の在り方）。