

## 消費者教育推進法の意義

横浜国立大学教授 西村 隆男

### はじめに

「消費者教育の推進に関する法律」（以下「推進法」と略す）は、本年 8 月 10 日、衆議院本会議において可決成立した。

その第 1 条（目的）において、消費者教育が「消費者と事業者の情報の質および量並びに交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるようにその自立を支援する上で重要である」とし、「消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利である」ことを再確認した上で、「消費者教育の基本理念を定め、国及び地方公共団体の責務等を明らかにすること」を本法の目的として掲げた。

第 2 条では、消費者教育を「消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動」と定義づけた。消費者教育は、ともすれば被害救済の未然防止のための消費生活知識の習得に傾斜しがちであったが、消費者市民の育成による参画型社会の形成という新たな目標を掲げるものとなったのである。

### 推進法制定の経緯

消費者教育の重要性は、従前より各方面から指摘されてきた。すでに 1966 年の国民生活審議会では「消費者保護及び消費者教育に関する答申」を出している。半世紀も前に、教員養成系大学で消費者教育を実施するべきであると、現在でも十分通用する提言をした。以来、消費者問題、消費者被害が深刻化するほどに、国や地方自治体行政

は消費者教育を進めてきたことは事実である。しかしながら、長年にわたり、学校消費者教育は学習指導要領や教育委員会、学校現場、教員自身の意識の壁の前に定着をするには至らなかった。

80 年代の契約取引被害の拡大に伴い、学校での契約教育の必要が国会でも指摘され、86 年には同審議会は「学校における消費者教育について」の要望書を教育課程審議会に提出した。これにより、89 年の学習指導要領改訂では、高校家庭科の男女共修化も手伝って、消費生活に関する学習内容がある程度強化された。その後、94 年の製造物責任法、2000 年の消費者契約法の制定と消費者法の前進が見られ、2004 年成立の消費者基本法において、消費者教育を受ける権利が明記された。

07 年 9 月に成立した福田康夫政権は、その政策の基本方針として、安全・安心社会への転換、消費者目線の政治を掲げ、消費者政策にも力を注ぎ始めたことは、推進法制定への契機となった。消費者重視の政策展開は、相次ぐ食品偽装事件や、耐震偽装事件などが明るみになったことが背景にある。そして、消費者行政の一元化を図るべく消費者庁創設へ急速に準備が進められることとなった。08 年 10 月にパリで開催された OECD 消費者教育合同会議では、消費者教育における消費者の社会的関与（参加）による持続可能消費実現の重要性が改めて強調された。消費者市民社会の構築は欧州を中心に当然の思潮であった。

OECD 会議の直後、自民党は消費者問題調査会の下に、島尻安伊子参議院議員を座長とする消費者教育ワーキングチーム（WT）を発足させた。このとき、法制化を前提とする議論が始まった。政府も、同年末に公表した国民生活白書平成 20

年版では、「消費者市民社会への展望」をサブタイトルとして、日本の消費者教育や消費者意識の貧弱な現状を、北欧と比較するなど画期的な内容を世に示すことになった。WTでは、日弁連や消費者団体などにも議論への参加を求めつつ、翌09年4月にかけて十数回にわたり精力的に議論を重ね、推進法立法化の必要を結論付けて法案骨子案をまとめるまでに至った。

その後、2009年夏には民主党への政権交代という大きな変化が加わり、推進法の行方を心配するところとなったが、民主党においてもWT（座長は仁木博文衆議院議員）が設置され、1年余りかけた検討ののち、2012年3月には公明党も参加した実務者レベルの3党合意が成立した。さらに、消費税国会による空転も重なって、再び審議中断的一幕もあったが、会期内の推進法成立へと滑り込んだのである。

### 消費者教育推進法の理念と課題

冒頭に述べたように、消費者市民社会という新たな理念を含んだ消費者教育の推進がこれから稼働していくことになる。推進法では『『消費者市民社会』とは、消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、日々の消費生活に関する行動が、現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会をいう』と示している。消費者市民社会は、抽象的ではあるが、今後キーとなる概念と言えよう。

第3条「消費者教育の基本理念」では、第1項に「消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結び付けることができる実践的能力が育まれること」、第2項には「消費者が消費者市民社会を構成する一員として主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援すること」を明示している。つまり、自らの生活防衛のため

の知識習得やその実践的能力を養うのみならず、他者への配慮や社会経済への影響力の行使、環境保全への行動など、世代を超えて将来社会ための視野を広げた消費者力を育成することを目標に掲げていることに注目したい。関連して、本法が検討されている中で、東日本大震災が起こり、当時の消費者の買占め行動や風評被害などに際して、消費者として普段の冷静な判断や社会への影響を考えることの重要性の指摘も組み込まれた。

推進法では、国及び地方公共団体における消費者教育推進のための施策の策定と実施をする責務を定めている（第4および5条）。その責務としては、内閣総理大臣及び文部科学大臣は消費者教育に関する基本方針を定め、閣議決定を受けることや（第9条）、都道府県は国の基本方針を踏まえて「都道府県消費者教育推進計画」を策定することを掲げ（第10条）、市町村においても推進計画の策定を努力規定とした。

具体的な施策では、学校消費者教育に関し、教職員に対する研修機会の確保と、消費者教育に関する知識経験のある人材活用を定めている（第11条）。各地の教育委員会は、新たに消費者教育研修を実施することになる。また、大学において学生支援にあたる教職員への研修機会の確保、情報提供などを国や地方自治体の責務とした（第12条）。学校消費者教育は、2012年4月に公表された消費者教育推進会議報告「消費者教育推進のための課題と方向」においても、学校全体での取り組みを進める方策を提案している。

地域における施策に関しては、とくに高齢者や障がい者等に対する適切な消費者教育を行うため、民生委員、社会福祉主事、介護福祉士その他地域福祉支援の担い手への研修の実施、情報提供等を、国、地方公共団体、国民生活センターの責務とした（第13条）。消費者教育の地域での活動は、もっとも地域住民の身近なところで、消費者知識やスキルを身に付けるための重要な施策であるが、これまでは主として消費生活センターのみが担っているが、高齢者への啓発など重点的強

化のためには、地域福祉の人材として介護等の専門職への研修や、地域での連携が欠かせないことを表明したものである。

もちろん課題もある。例えば、教職員への研修機会の確保はどのように進められていくのだろうか。当然に各地の教育委員会が、法に従い従来の教職員研修計画の中に、消費者教育研修を適切に位置づけることになるが、教科や学校種に依ることなく年次研修として行い、やがては一定期間内に全ての教職員が研修を受けることが必要となろう。あるいは、第 11 条の「職務の内容及び経験に応じ」た研修との枠組みからすれば、教科を限定する可能性も有り得る。しかし、消費者教育の特性を考慮すれば、小学校から中学、高校、大学にいたる全ての学校段階で、しかも特定教科

に偏ることなく、「生きる力」の基本を育む教育活動として消費者教育を教科や専門の壁を越えて総合的に推進することが肝要である。

また言うまでもなく、地方公共団体ごとに、独自性が地域消費者教育推進計画の中に描かれるべきであろう。地域の実情に相応しい形で、消費者行政や教育委員会、学校現場の教職員、消費生活センター相談員、法律家、地域福祉専門職らが相互に意見交換しつつ、効果的なプロジェクトを立ち上げられるプロセスを確保することが不可欠である。

最後に、本法の施行は公布より 6 月以内と規定されるが、行政的に準備されるべきものはさほど多くはないと考えられるので、地域への理解や浸透を図るためにも、速やかな施行を期待したい。

(消費者法ニュース 2012 年 93 号掲載)