

平成 22 年 12 月 16 日

## 消費者教育、啓発についての提言

作成：馬場 新一

## 1. 提言の趣旨

消費者庁設立の主旨である、消費者・生活者が主役となる安全・安心で豊かな消費社会の実現を目指すために地方の消費者行政が果たす役割は、非常に大きい。消費者行政は相談・斡旋業務だけではない。

消費者問題が発生していない一般の生活者でも、被害にあわないための知識を持つことが重要で、病気にかかる前の啓発・予防や検査・定期健診がこれに当たると考える。

<以下が概念図>

	健康な体	健康診断	病気
病 気	啓発・予防	検査・定期健診	治療
	健全な消費活動	消費者問題のチェック	消費者被害
消費者被害	教育・啓発	検査・テスト	相談・斡旋業務

日和佐氏のコメントを引用すると「消費者市民社会に向けて、消費者の権利の尊重が実現される中で、受身ではなく積極的に主体として社会に参加する消費者市民を支援して育てていく。

(※1)」ことを目指す活動を地方行政が中心となって充実させ、実施していくことが大切である。そのため資金面の援助も含めて消費者教育や啓発活動を中長期的な視野で継続・拡充させる提言を今回の報告書素案に加えたい。

## 2. 目的

地方の消費者行政において、消費生活センターの相談・斡旋などの業務は、重要ではあるがそれだけでは、安全・安心な消費生活の実現を図ることは難しいと考える。

一般の消費者が、消費者問題のトラブルに巻き込まれることなく、安全・安心な消費生活を送るためには、地域住民の消費者教育が重要である。

福島長官は、「地域主権こそ消費者市民社会をつくる (※1 別表参照)」と言われる。

地方行政が中心となり事業者・コミュニティが連携して消費者教育に取り組むことで“新しい公共における消費者行政”(※2)を実現できる。行政・事業者・コミュニティが協力して取り組み、将来的にも機能する地域主体で消費者中心の市民社会を形成するため、消費者教育・啓発の取り組みを予算措置も含めて地方消費者行政の柱に加える。

### 3. 現状

現在、各地方自治体で消費者啓発や教育を実施しているが、実施した効果の測定が難しく、即効性ある取り組みになりにくく、予算削減の中で着実に縮小傾向になっている。

現在の交付金は、既存の事業には使用できなかったが、24年以降の予算では効果が拡大できる案件は既存事業でも補助できるように検討をお願いしたい。

○地方消費者行政で取り組んでいる事例

1. 神戸市 神戸コンシューマースクール(2009年開始 毎年30名の消費生活マスターを育成)
2. 京都府 企業と消費者の情報交流会(今年度から一般市民も参加 2011年1月実施予定)
3. 大阪府 2010消費者フェア(1週間3,368人)、消費者研究発表大会(一日のみ462人)その他の教育・啓発も含めて毎年予算縮小
4. 名古屋市 名古屋消費者フェア(毎年実施 地域消費者団体、大学、事業者、行政部局が参加。一般市民対象。2010年11月 44000人動員)

このように、消費者教育や啓発の内容も各自治体で多種多様である。

先行している事例を拡大展開していくために、平成24年以降も消費者教育に取り組める予算を確保していく必要がある。

学校教育においては、教育委員会の壁があり地方行政の取り組みが進み難いため、消費者庁と文部科学省の連携をお願いしたい。

### 4. 目標

中長期の視点で行政・消費者・事業者が共同して、各階層・地域の消費者問題の意識を高めて、安全で安心な消費社会をつくる基礎を作り広く浸透させる。このために各階層にあった消費者教育を行える機会とプログラムを用意して「生きる力」の養成に取り組む。

- 義務教育(小中学校)から高校大学まで、学校教育の中で消費者教育が取り入れられて、消費者問題に関心を持った子供を育成する。

第9回地方消費者行政専門調査会 資料2-3

①2ページ 樋口信州大学教授の「協学」の提案にもつながる

②5ページ 藤原和博氏の発言にある「複眼思考」の題材に、消費者問題を取り入れると現指導要領の中でも消費者教育が可能と思う

- 地域コミュニティを通して、消費者教育を進める。
- 職域を通して社会人(企業人)にも消費者問題を啓発していく。

豊かで安全・安心な消費者市民社会形成が動き始めるためには、予算を組み地方消費者行政が中心となり、国と連携して事業を進める体制を作ることが不可欠である。

ただ、消費者教育の実効はすぐには現れないため、1世代(30年)位かけて「賢い消費者」を育成するつもりで長期的に取り組む。例えば計画は1期5年単位とし予算を計上する。

★消費者教育の効果を測定する共通指標があると、相互の進捗も計れるので検討いただきたい。

5. 実施にあたっての必要施策

- (ア) 教育・啓発の機会（各階層ごと）の継続と創出、コンテンツ作り
- (イ) 消費者教育の担い手育成（例：消費生活マスターの地域拡大）
- (ウ) 地域のリーダー養成 地域活動支援・コミュニティ活動の中心となる人材育成
- (エ) 事業者・消費者団体と行政の連携
- (オ) 事業者の協力要請（消費者基本法 5 条）
- (カ) 消費者教育を受ける権利の周知

6. 追加施策

- 安全、安心を提供できる仕組み

消費者教育・啓発だけでなく確固とした検査やテストを通じて製品安全を確認できる仕組みを用意する。まずは安全な商品作りを事業者に促すとともに、消費者にも情報を提供して信頼感を回復させる。

各商品が製造段階で安全な品質を確保するために取り組んでいる内容を、表示またはネットなど（HP のない事業者は問合せ窓口）で確認できるような仕組みを各事業者が用意する。安心のベースとして、安全は基本要件として定着させる。

安全に関する表示を行う「安全取り組みマーク」を提案したい。

以上

※1 月刊消費者情報 12月号記事より

※2 福嶋長官 ACAP での講演の発言

参考資料（福嶋長官 ACAP での講演より）

