

2016.4.5_消費者委員会本会議

我が国の消費者教育の現状と課題について

静岡大学 色川 卓男

1. 論点の提示

- ・我が国の消費者教育の現状と課題について、都道府県庁の消費者行政部局の取り組みを中心に検討する。
- ・選挙権年齢の引下げや成年年齢引下げに向けた動きにともなって取り上げられることの多い若年者に対する消費者教育について、高校での現状をふまえて、検討する。

2. 歴史認識

- ・国による消費者教育の歴史は1960年代から始まり、50年ほどある。
⇒いつも「脇役」
⇒国では、消費者法の整備などの後ろに。地方では相談体制の後ろに

3. 現状

*都道府県庁の消費者行政部局による消費者教育の実態研究

(2014年独自のアンケート、ヒアリング調査、消費者庁「現況調査」各年版)

①都道府県庁による事業数は、微増しているが、同一人口規模グループ内の格差は大きい

表-1 都道府県庁による消費者教育事業及び資料・教材数の変化
(中央値)

グループ/年度		2008	2013	増減	2013 最小値	2013 最大値
人口300万人以上 (N=10)	広報関係事業	2.0	2.0	0.0	1	16
	講座関係事業	5.0	6.0	1.0	2	35
	合計事業数	7.0	8.0	1.0	4	38
	資料・教材数	5.0	7.0	2.0	4	16
人口150~300万人未満 (N=14)	広報関係事業	0.5	1.0	0.5	0	12
	講座関係事業	4.0	4.0	0.0	2	12
	合計事業数	4.5	5.0	0.5	2	22
	資料・教材数	4.0	5.5	1.5	1	10
人口100~150万人未満 (N=14)	広報関係事業	0.0	1.0	1.0	0	8
	講座関係事業	5.0	6.5	1.5	3	11
	合計事業数	5.0	7.5	2.5	3	15
	資料・教材数	3.0	5.0	2.0	0	13
人口100万人未満 (N=9)	広報関係事業	1.0	1.0	0.0	0	4
	講座関係事業	3.0	5.0	2.0	2	11
	合計事業数	4.0	6.0	2.0	3	12
	資料・教材数	3.0	4.0	1.0	2	10
全国	広報関係事業	1.0	1.0	0.0	0	16
	講座関係事業	5.0	5.0	0.0	2	35
	合計事業数	6.0	6.0	0.0	2	38
	資料・教材数	3.0	6.0	3.0	0	16

出所:2013年度は独自アンケート調査と一部「現況調査」2014年版, 2008年度は消費者庁「現況調査」2009年版より独自に再集計

②都道府県庁による講座の対象者別実施率では、サポーター向け講座及び学校関係講座の実施率が増加している。

表－２ 消費者教育講座・対象別実施率の推移（％）

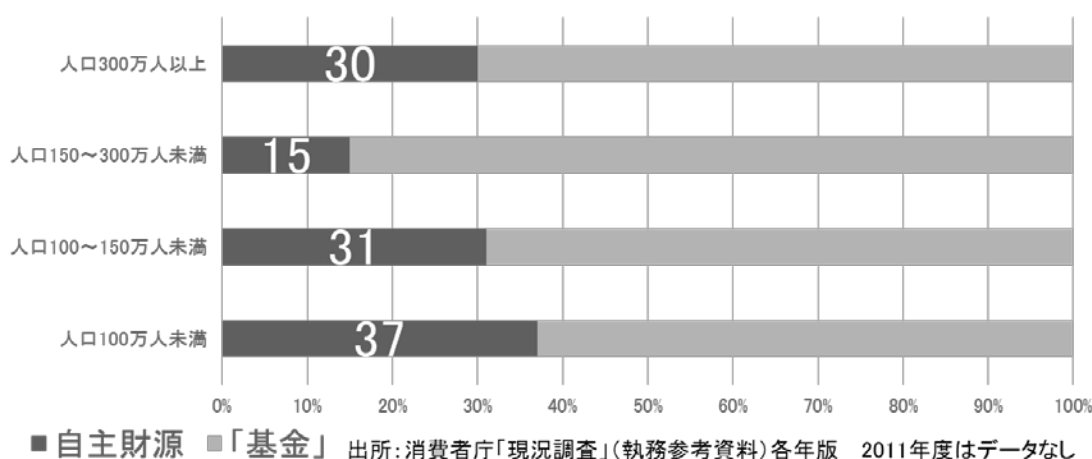
グループ／年度		2008	2009	2011	2012	2013	合計（延べ）	5年間で3つ以上実施
人口300万人以上 (N=10)	リーダー養成	20.0	10.0	40.0	30.0	30.0	50.0	70.0
	サポーター関連	40.0	40.0	50.0	60.0	60.0	80.0	
	相談員養成	0.0	10.0	10.0	10.0	10.0	20.0	
	市民講師育成		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	学校向け		40.0	60.0	60.0	50.0	80.0	
	教員研修	40.0	50.0	50.0	80.0	70.0	80.0	
人口150～300万人未満 (N=14)	リーダー養成	14.3	7.1	14.3	21.4	14.3	28.6	21.4
	サポーター関連	14.3	28.6	35.7	42.9	50.0	85.7	
	相談員養成		0.0	7.1	0.0	7.1	14.3	
	市民講師育成		7.1	7.1	21.4	7.1	21.4	
	学校向け	64.3	42.9	42.9	28.6	28.6	64.3	
	教員研修	14.3	21.4	7.1	7.1	21.4	28.6	
人口100～150万人未満 (N=14)	リーダー養成	7.1	21.4	14.3	21.4	21.4	42.9	57.2
	サポーター関連	35.7	35.7	28.6	28.6	50.0	50.0	
	相談員養成		14.3	7.1	21.4	0.0	35.7	
	市民講師育成		21.4	28.6	21.4	21.4	28.6	
	学校向け	57.1	71.4	78.6	92.9	92.9	100.0	
	教員研修	14.3	0.0	7.1	7.1	28.6	42.9	
人口100万人未満 (N=9)	リーダー養成	22.2	22.2	22.2	33.3	22.2	44.4	44.4
	サポーター関連	22.2	11.1	22.2	22.2	33.3	55.6	
	相談員養成		0.0	0.0	22.2	0.0	22.2	
	市民講師育成		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	学校向け	33.3	44.4	55.6	66.7	77.8	77.8	
	教員研修	11.1	11.1	11.1	22.2	33.3	44.4	
全国 (N=47)	リーダー養成	14.9	14.9	21.3	25.5	21.3	40.4	46.8
	サポーター関連	27.7	29.8	34.0	38.3	48.9	48.9	
	相談員養成		6.4	6.4	12.8	4.3	23.4	
	市民講師育成		8.5	10.6	12.8	8.5	14.9	
	学校向け	48.9	51.1	59.6	61.7	61.7	80.9	
	教員研修	19.1	19.1	17.0	25.5	36.2	46.8	

注) 実施率とは、該当都道府県で実施されているか否かで示しており、実施回数等は考慮していない。例えば第Ⅰグループの2008年度リーダー養成講座は、10ケース中2ケースで実施していることになる。

出所：2013年度は独自アンケート調査と一部「現況調査」2014年版、2012年度以前は消費者庁「現況調査」各年版より独自に再集計

③都道府県庁による消費者教育当初予算の自主財源は3割程度

図-3 2009～2013年度・都道府県庁による
消費者教育当初予算の割合(中央値による比較 %)



4. 都道府県庁の抱える課題

①職員数と財源の厳しさ

・定数内正規職員数及び相談員数は2010～2014年度において、人口300万人未満の都道府県庁ではほぼ停滞

・2014年度消費者教育自主財源当初予算が100万円未満の自治体(全国中央値2049万円)は8ケース。

⇒既存の事業で手一杯。かなり無理しているのではないかと

⇒職員をサポートする内外の関係者の役割が重要。

②消費者教育地域協議会(42都道府県)及び消費者教育推進計画(30都道府県)の現状

・地域協議会の本来的意義

⇒地域で消費者教育的な活動をしている人たちを結びつけることとともに、地域の消費者教育推進の中核的な担い手になってもらうこと

⇒そのような仕掛けを用意できているのか

⇒但し、市町村との役割が異なるので、都道府県レベルの地域協議会の在り方は、よく検討する必要性がある

・推進計画 内容が問われる。

・施策が具体的か

・具体的な到達目標があげられているのか(活動目標と到達目標の違い)。

・工程表が用意されているのか。

・検証には、住民も関われる仕組みを用意しているのか

③市町村との役割分担

・都道府県庁と市町村庁は、役割分担について議論しているのか

⇒どこまで都道府県庁が担うのか