

「消費者問題シンポジウム in 甲府」を開催しました

開催日時 平成 28 年 12 月 10 日（土）13：30～16：30

開催場所 山梨県立大学（飯田キャンパス）C 館 C101 大講義室  
（山梨県甲府市飯田 5 - 1 1 - 1）

主催 内閣府消費者委員会、あしたの山梨を創る生活運動協会

後援 山梨県、甲府市、山梨県弁護士会、山梨県司法書士会、  
山梨県金融広報委員会、山梨県教育委員会、山梨流通協議会

「消費者問題シンポジウム」とは、

消費者委員会の委員が地方に出向き、消費者、関係各団体のみなさまの声に直接真摯に耳を傾け、問題の解決に効果的に取り組むため、地方の関係団体や自治体などと連携し、意見交換等を開催するものです。

甲府での会合の様子を紹介します。

「消費者問題シンポジウム in 甲府」は消費者委員会とあしたの山梨を創る生活運動協会が主催し、「消費者市民社会の構築にむけて～山梨県における消費者教育の取組～」をテーマに平成 28 年 12 月 10 日（土）山梨県立大学（飯田キャンパス）C 館 C101 大講義室で開催しました。



（会場の様子）

当日は、山梨県、甲府市をはじめ近隣の市町の消費者行政担当者や相談員のほか、消費者団体、弁護士、司法書士、事業者、一般消費者など約 90 名の参加がありました。



(開会挨拶を行う飯窪会長)

冒頭、あしたの山梨を創る生活運動協会の飯窪会長より、次のとおり開会挨拶がありました。

「皆さん、こんにちは。平成 28 年度のカレンダーの残りももう一枚になりましたね。今日は大変冬日和といいましょうか、少し風が冷たく感じられますが、よき日に皆さんに御案内を申し上げましたところ、このように大勢の方にお集まりいただきまして、今日の消費者シンポジウムが開催できますことをまずもって感謝と御礼を申し上げます。なお、私たちがかねてから願っておりました内閣府の消費者委員会の御来県によりまして御指導の機会を得られるということになりましたこと、私たちの今後の活動に一筋の光明を得たような感じがいたしているわけでございます。また、開催に当たりましては、県また市、この行政を初めといたしまして教育委員会、また県の弁護士会、司法書士会、日銀の広報委員会、山梨県の流通協議会、多くの御後援をいただきまして本日を迎えたわけでございます。本当にその御支援と御協力に対して心から感謝と御礼を申し上げる次第でございます。

さて、目まぐるしく変わります国内外の政治、経済、環境の動向につきまして、何となく私どもは流されていかなければいけないのかなという感じを持ちながら、曖昧な心で今いろいろなことに当たっております。しかし、しっかりと見つめまして、どのように対処していくべきか、それから正しい生き方、そして暮らし方の選択が迫られているのではないのかと思っております。私たち一人一人の行動がどのように社会に影響していくかということを考えますときに、社会の中で日本は消費者市民又は消費者団体、いろいろな方たちの力が加えられてこそ、いい社会が生まれていくのではないのかなと思っております。今まで蓄えておきました体験によりまして、新しい課題へ取り組んで参りたい、そして皆さんと一緒にこの山梨を、いや、日本全体を明るい素晴らしい社会に創り上げていく 1 つの原動力になっていきたいなと思っております。そのように確認

し合っていく機会ではないかなと思っております。

本日の研修のテーマにありますように、消費者市民社会の構築に向けて、消費者主役の社会を創っていきたい、その目標を目指してお互いが支え合い、そして、助け合って生きるという心のきずなですね。生きるということに対する皆さんの心のきずなを大切に、苦しい社会が来ようとも、毎日少しずつでも私たちの活動を続けて積み上げて、よりよい日本にしていくような行動を続けて参りたいと心から念願しているものでございます。

終わりに、本日、最後まで御協力をひたすらお願い申し上げるとともに、御参加いただきました皆様方、師走でございます。寒さも加わります。お体には気をつけて、ますます健康で、これから社会貢献のために御活躍を御祈念申し上げます。この主催側は消費者委員会、山梨県の側ではあしたの山梨を創る協会が県の行政の後押しを受けて共催側に立ったわけでございます。共々に頑張っ参りたいと思いますので、会の挨拶を代表とさせていただきます。よろしく最後までお願いをいたします。ありがとうございました。」

#### < 基調講演 >

シンポジウムは消費者委員会の河上委員長による基調講演「消費者委員会の活動と消費者行政のあり方」で始まりました。

##### 1. 河上委員長の基調講演



( 基調講演を行う河上委員長 )

まず、消費者委員会の役割について次のような説明がありました。

「まず最初の第1部は、消費者委員会ということについて少しお話をしておいたほうがいいのかと思います。内閣府に消費者委員会ができましたのは平成21年、2009年のこととして、当時はまだ消費者行政がタコつぼ的に行われていた時代として、当時の福田総理が音頭をとって、消費者行政について横串

を刺して、むしろ行政自身の転換を図ってもらう。つまり、消費者の視点で行政というものを見るための司令塔が必要だということで、消費者庁を作ろうではないかということで作られたものであります。そのときに、消費者庁の言ってみればブレインになるような委員会が要るということで、当時、考えられていたのは、消費者庁の中に審議会として消費政策委員会を作って、そこでいろいろなことを審議させようという案があったわけです。ところが、野党から、それでは政府を監視するような機関になれないということで、むしろ消費者庁の外に出した第三者の中立機関として作ろうではないかという案がありまして、90 時間近い国会審議をやって、やっと消費者庁とは別に内閣府にぶら下がった直接の第三者機関として作られたのが消費者委員会という委員会です。

2009 年の法律の名前が消費者庁及び消費者委員会設置法という法律でして、一応、私のボスになるのは内閣総理大臣ということになりますけれども、内閣府の中にぶら下がった独立した第三者機関として作られたのです。初代委員長が現在の国民生活センター理事長の松本恒雄さんで、前、一橋大学で民法の先生をしていた方です。彼が恐らく第 2 期も委員長をやるのだらうという大方の予想だったものですから、私のところに話が来たときも手伝うつもりで、はいはいとお引き受けして、第 1 回目の第 2 期の委員会に行ってみたら松本さんがいない。周りを見回してみるとどうも委員長職が来そうだということで、それは忘れもしない 9 月 7 日でした。その日のうちに委員長に就任してしまって、その日のうちに記者会見をさせられたのです。記者会見したときに、テレビがいっぱい来ていて、この肩越しのところに青と白のよくありますね、政府の広報をやるときの。あそこのところに消費者庁と書いてあったのです。ですから、私の顔の横に消費者庁という文字があって、これは消費者庁の委員会だなとみんなが思ったに違いないと思って、次の記者会見からは横断幕を外してもらうことにした記憶がございます。

いずれにしても、消費者委員会というのは、消費者庁とも一定の距離を置いた独立した機関で、消費者庁などから、あるいは内閣総理大臣から諮問を受けて一定の審議をする審議会としての機能を持っていると同時に、その行政に対する監視機能を果たすということでして、消費者庁がやっていることに対して一定の監視を行いますし、他省庁がやっている多様な消費者行政に対しても、ここが足りないとか、ここが問題だというようなことがありますと、それに対していろいろ意見を言うことになります。それには拘束力はないのですが、ただ、法律上はその勧告といいますか、消費者委員会から出た提言に対してはそれを尊重すべき義務というのが課せられておりますので、最初はうるさい委員会だなと霞が関の中では思われたみたいです。けれども、今ではそんなに変な

ことを言わないので信用されるようになってきて、委員会から何か言われたら、しようがないからやるかという姿勢になってきたのではないかと思います。一時期はモンスター委員会だとどこかに書かれたこともありましたが、大変穏やかな委員会であります。

重要な監視機能のほかに必要なのが、国民からの意見を吸い上げて行政に反映させるという国民とのパイプ機能があるということです。これが本当は大事なのですが、実際のところ、我々には手足になるような情報収集機関がありません。国民生活センターなどからヒアリングをしたり消費者庁からヒアリングをしたりして議論は聞きますけれども、一般の国民の方と接点を持つことは非常に少ない。そこで、何とかして実際にいろいろなところに出かけて行って、現場の方と話をする機会を持ちたいということを第2期の最初に申し上げて、そのときから、地方消費者委員会と最初名づけておりましたが、地方へ出かけて行って、首長さんであるとか現場の相談員の方などとお話をするというようなことをして参りました。実は、甲府の今の知事さんは、そのときの内閣府の副大臣で消費者担当政務官でもありました。ですから、昨日、実はお目にかかって話をしたら懐かしいと言われて、驚きました。山梨県でああいう消費者問題に大変理解のある知事がトップにおられるというのは本当にチャンスでもありますから、どんどんいい形で活躍していただければありがたいなと思っております。このシンポジウムがいろいろな役割を果たしてきているということなのですけれども、でき上がった成果は、後の委員会の活動の中で十分生かしていきたいと考えており、今日も消費者教育がテーマですが、これは後からお話ししますように、消費者委員会でも非常に大事な課題の一つになっていきますので、いろいろ勉強させていただこうと思います。

消費者委員会は現在10名の民間委員から成っております。その全体の仕組みですが、資料を3枚ほどあけていただきますと参考資料1というのがあり、これが消費者委員会のパンフレットになります。この参考資料1の下のところに2次元バーコードみたいなものがありますけれども、ここを携帯などで開いていただきますと消費者委員会にアクセスできて、メールマガジンが届くというようなこともできますので、またお時間があるときは是非試みてください。それをめくりますと、その次のところに消費者委員会の構成とか活動が書かれています。真ん中に四角があって丸の中に3つ分かれていて、連携という言葉が真ん中にある。そこに消費者委員会と消費者庁と国民生活センターがそれぞれある。消費者委員会は内閣総理大臣に対する建議・勧告というのと、各省庁に対する建議・勧告ができるという形になっています。消費者庁に向かっても建議・勧告ができるということでもあります。そこに紹介されたメンバーが第4次の委員でございます。私は委員長をしておりますが、委員長代理が弁護

士の池本先生です。その下に阿久澤先生という方がいらっしゃいますけれども、この方は日本獣医生命科学大学の現在学長をなさっている方で、専ら食品関係の委員会を束ねてくださっています。その横に大森さんがいらっしゃいますけれども、今日、シンポジウムで後からパネルの司会をしてくださる方です。このほかにも委員が総勢 10 人ほどいまして、いずれも民間人ででき上がっています。

参考資料 2 の裏には消費者委員会の審議体制が示されています。食品表示の問題はコンスタントにあって、例えば特保の認定でありますとか、表示の仕方についての問題などを扱うために食品表示部会、新開発食品調査部会が大事な部会として存在し、先ほどの阿久澤委員がこれを束ねてくださっているということです。

その下に公共料金等専門調査会というものがあります。これは昔の物価関係閣僚会議の前提になっていた機関を消費者委員会が引き継いでいるものでして、公共料金等の引上げだとか、あるいはその構成について問題があるというような場合に、ここで審議をしていただきます。最近世間の注目を浴びたのは例の東京電力による電力の値上げのときでありまして、その電力の値上げの構成の部分が適正かどうかというようなことについて議論して圧縮を求めたことがございます。ついこの間もタクシー料金の組替えと申しますか、今までは一定の距離まではなかなか上がってこないで、そこからコンスタントにタクシー料が上がっていくという仕掛けなのですけれども、今後は東京都 23 区と武三地区と申しますけれども、そのタクシー料金に関しては最初の短い距離を 410 円で走るということです。これから外国人の旅行者も多く来るといふこともあり、短距離での安い料金で集客を図るといふことで、タクシー料金の組替えをやりたいという内容について検討してほしいとの諮問が来て、これを審議しておりました。よくよく見ると、実は 4 キロあたりから従来の料金より少し高目になるのです。それが計算の仕方として収支がプラスマイナス変わりませんという説明をするのですが、ただ、実際に中身がきちんと検証されているかどうか怪しい部分があって、これでも随分議論をしました。一応はオーケーを出した上で事後検証をしっかりとしろという形の答申をこの間出したばかりです。これから先もいろいろな形で、バス料金であったり、また電力料金についても議論がある可能性がありますので、ここは目の離せない専門調査会です。

さらに、その下に消費者契約法の専門調査会、特定商取引法専門調査会というのが並んでいます。これは消費者相談などをなさっている方にはなじみのある法律なので御存じかと思いますが、消費者が実際に契約をしたときに相手方事業者から虚偽の情報を与えられたり、あるいは不当な威圧を受けて契約して

しまったという場合の取消権であるとか、不当な契約条項を使われたときの条項の無効などを定めている消費者契約のための特別のルールを置いているのが消費者契約法。それから7業種ほどある業態ごとに、例えば訪問販売とか通信販売とか、いろいろな業態ごとに特別なルールを定めている特定商取引法という法律。これはもう随分時間がたって見直しをしないといけないという段階に来ておりましたので、この部分についての見直し作業をやるために設けた専門調査会です。消費者契約法のほうは昨年にも第1弾の答申を出しまして、今年、その法律が通りました。特商法についても答申を出して改正が通りましたので、今、一段落ついているところです。消費者契約法については第2弾の答申に向けた作業が再開されておりまして、これが恐らく来年の6月ぐらいに答申を出す予定です。第1弾で扱えなかった問題の幾つかはこれで解決したいということでやっている調査会です。これも実際にこうであつたらいいねという案を作っても、法律になるまでにはいろいろな紆余曲折があるわけです。それでも消費者本位で考えられるところまで考えを詰めてみて法案の策定を準備したいと頑張っている部会であります。

更に特定保健用食品等の在り方に関する専門調査会というのがもう一つあります。特保は皆さん御承知のように、健康食品の中ではかなり特殊な食品であります。あれを薬だと思っている人がいるかもしれませんが、食べ物です。人間が口にすることは薬品か食品しかないのです。実は機能あるいは効能を表示できるのは薬品だけということに原則はなっているのです。ですから、厚生労働省が、効能があるかないかということについてヒト試験をやって、いろいろなフェーズの試験をやって後、これなら医薬品として認められますねということになって初めて医薬品と認められるわけです。そこまで食品です。ですから、「健康食品」といっても普通の食べ物なのですけれども、ただ、普通の食べ物の中でもこれを食べていると健康にいいのではないかという程度です。そういうものを特保のマークをつけて、食品の中でも「健康食品」として食べてもらう。そうすると病気になりにくいのではないかということでございます。これは特保マークがついていたらとてもよいものであるかのように思うかもしれませんが、余り言っただけではいけませんけれども、効くかもしれないし、効かないかもしれないという程度です。しかし、それでも特保マークを手に入れるためにはヒト試験もやってみたり、あるいは食品安全についても国のお墨付きを得たものですから、結構時間もかかるしお金もかかるのです。現在は千数百の特保食品があるのですけれども、実際に動いているのは、今は400から500という程度です。このままでは特保の世界というのは大変だからということで、規制改革の委員会のほうから、国が時間をかけていろいろ調査をするのではなくて、民間の事業者が自らの責任において機能を検査して、そして、その機能に

応じた形で表示をさせてほしいということで、「機能性表示食品」というのを認めてほしいと言いだめたのです。それを認めると閣議決定してしまったのです。その上で、消費者委員会に、機能性食品を認めていいかということを知ってきたのですが、閣議決定しておいて聞いてこられても困るわけですね。ですから、だめだとは言えないので、制度としてはいいけれども、やるのだったらこれだけのことはちゃんと確認してくださいねということをして9項目の条件をつけて、諮問に対する答申で条件をいっぱいつけるなどというのは例外中の例外なのですが、つけました。実際には、後から追試験をしておかした情報が出てきたら、もう一遍その機能性食品表示の改善を命令するか事後チェックをきちんとしてください、サンプリング調査もきちんとしてくださいとお願いしたのです。実際に機能性食品として今、出回っているものが600以上あります。この600以上のものについて、この間、消費者庁が全数調査をせざるを得なくなった事態がありました。と申しますのも、実際にこれかなということを書いてきた効能とは別個のものが効能として出たのです。入っていると思っていたものが入っていなかったりした。特保についても同じようなことが起きたというわけですし、特保食品等の在り方に関する専門調査会で危惧していた問題が今現れているということですし、健康食品に関しては皆さんも余り信用しないで、気休め程度に使っていただくというのがいいと思うのです。何とかの骨を混ぜて食べたら、階段から痛そうにおりていたおばさんが急ににこにこにしながら歩いている。あんなことはあり得ないですよ。ですから、今後は誇大広告も含めて広告の仕方もチェックをしていかなければいけないなということを行っているところであります。

一番下にありますのが成年年齢の引下げ対応検討ワーキング・グループと言われるものでして、これは今年の夏ごろから作ったワーキング・グループであります。これは御承知のように、選挙年齢が18歳に引き下げられるということに伴って、民法の成人となる年齢を引き下げようかどうかということを経済省の法制審議会に諮問しまして、この法制審の審議会で随分すったもんだであったのです。選挙年齢と成人年齢と一致させる必要はないという議論も一方でありました。しかし、選挙年齢が引き下げられるということになれば、社会的な責任といったものも含めて一人前であるということの自覚をさせるためにも成人年齢を引き下げるほうがいい。できれば18のところをそろえたほうがよいという意見もあったのです。19歳という意見もありました。ただ、実際に私も大学で学生を教えていますけれども、年々みんな幼くなっているのです。どう見ても昔のように人間的な判断力とか思考力から考えて、今の子どもたちはやはり衰えているのではないかという気がしてならないのです。そういうときにこれを20から18まで落とすと何が起きるかといいますと、これは民法で決め



られていることなのですが、成人になった途端に完全に単独で有効な法律行為、つまり契約ができることとなります。契約を結んでしまった以上は、この契約の拘束を受ける、そこから逃れられないということです。今まででしたら、未成年者である限りは親の同意を得ないでやった契約は親がだめだと言ったら原則として取り消すことができたのです。ところが、そうした未成年者としての取消権が認められなくなるというのは大きな問題点です。未成年者であるときには、結局有効な行為をするためには親権者、親の同意が要ることなのですが、18まで下げられますと、親の同意なくして単独でいろいろな法律行為ができる。これまでも結婚をしたりすると親の支配から外れます。いつまでも18、19で結婚した夫婦が、一緒にベッドでも買おうかといって家具屋さんに行ってダブルベッドを買いましょうと契約をした。そうしたら、お母さんが出てきて、「何よあなたたち、こんなダブルベッドなど要らないわよ」と言ったら、これは取り消されるというようなことになると、新婚夫婦の自己決定権というのが侵されてしまう。ですから、もう結婚したらそれであとはちゃんと成年にしてよいというような幾つかのレベルはあったのです。営業しているときとかですね。小遣いとして目的を定めてお金を渡すというときは別に有効に契約させるということになっていたのですが、今度、それが18まで下げられるということになってしまうと、今後はすべからくいろいろな契約で取消権を失うということになります。

ところが、皆さん御承知のとおり、18、19の辺り、世の中に出た途端の若い子というのはやはり社会との付き合い方あるいは契約における注意事項というのが十分頭の中に入っていないということがありまして、悪質事業者のいいカモなのです。結局、強引に高いものを売りつけられるというようなことが起きます。実は私の兄貴が18で東京に出て一番最初にやったことは、東京で、車でスーツを売っていた男がいた。市場で買うよりもうんと安いといって2着ほどスーツを買わされた。自分はいいものを買ったといって報告してきたのです。彼は初めて東京に出て、初めてスーツを自分で安く買ったと言って自慢していたのです。子供たちが最初に契約をするときに、そこでだまされてしまうとか、あるいは最近でしたらいろいろなネズミ講的なマルチの商売に引っかかって大学生が友人関係を壊してしまったなどという例もあるぐらいでして、ちょうど市場に出始めたときの若い子たちをどう守るかということを検討しているわけでありませう。

子供たちが成人として取引が完全にできるようになるのは、言ってみれば免許証を手に入れるようなものですけれども、道路に出ていくときに交通マナーを学んで道路に出ていって一応の技術は身につけたとしても、最初の2、3年は「若葉マーク」をつけておいて、みんなで見守ってやる。年をとったら年を

とって「もみじマーク」をつけてみんなで見守るとするのが必要なのと同じぐらい、若い人に対して特別な手当が必要なのではないかということを考えておりました、これは恐らく今年の末までには消費者委員会として一定の意見を取りまとめて発信することができるのではないかと考えています。こういうように幾つかの委員会でもって様々な問題について議論をしているところであります。」

次いで、配布資料に基づき、これまでの調査や建議・意見などの紹介について、次のように述べました。

「参考資料4を見ていただきますと、平成21年9月の段階から、つまり、消費者委員会が設立されてから平成28年9月20日までの段階で一体どういう建議とか意見表明がなされたかということがそこに示されています。全部御説明するわけにはいきませんが、ざっと見ていただければ分かりますとおり、様々な分野に及んでいて、多様であります。この中でまだ頭に引っかかっていますのが、7番目のエステ・美容医療サービスに関する消費者問題についての建議であります。御承知のとおりこの分野ではいろいろな問題が起きていて、表示に従って美容医療などに行ったらトラブルに巻き込まれたというケースが多かった。しかし、医療ですから、実は医療法に従って、「広告」として認定することは、厚生労働省はずっと嫌がっていたのです。医療法では、建前上「広告」は禁じられているのです。そういうことがあって、数年来、厚生労働省と消費者委員会とでは長い闘いが繰り広げられておりました、今年、やっと厚生労働省が美容医療に関して、これは広告とは見ないけれども、その内容に関して適正であることを担保するための方策をとるということを約束してくれて、実際に動き始めました。

ほかにも電子マネーに関する消費者問題の建議というのが17番目にありますけれども、こうしたIT関連の様々な問題があったり、商業施設内の遊戯施設に関する消費者安全、これなどもおもしろいのですよ。デパートの一番下のところで子供の遊び場みたいなものがありますね。あそこにエアークッション、エアボールみたいなものが置いてあったり、滑り台などが置いてある。あれは一体誰が管理しているかというのは実は分からない。公園の中の遊び道具というのは国土交通省が管理しているのです。家庭の中で使うブランコなどは経済産業省が管理しているのです。ところが、デパートなどにある遊戯施設というのは、デパートも知らないし、遊戯施設そのものについても管理するところがない。言ってみれば、ちょっとしたエアポケットになっているのです。ところが、あれで飛び跳ねて骨を折ったりしたようなことがあったときに誰も責任を取れないというのでは困るのではないかとということで、これも消費者委員会のほうから、実際にデパートを管理している経済産業省に音頭を取ってもらっ

て、その安全基準を作ってくださいといったような、いろいろな提言をしたことがございます。こんなことで、建議もたくさんあるのですが、それ以上に「意見」というものも随分ございまして、建議ほどの調査報告書は付いていないのですけれども、急いで言わなければいけないというような問題について意見を次々と出しております。

私が委員長になったときに、これは何とかしなければと思ったのが「違法ドラッグ」の問題でした。これは意見の中の12ページの(25)のところにあります。違法ドラッグというのは、麻薬には指定されていないのだけれども、麻薬と少しだけ化学式の構造が違う。ですから、規制はされていない状態だったもので、街中でも平気で売っているのです。アロマ何とかと言いながら売っていることがあったわけです。しかし、この違法ドラッグを吸引した状態で交通事故を起こしたりいろいろな問題が起きたということで、この違法ドラッグに対して、麻薬ではないけれども、その化学式が少し変わっただけのものはもう麻薬に準じて扱ってもらいたいと厚生労働省にお願いをしました。その当時は、違法ドラッグ問題などは消費者問題ではないと言われました。当時のうちの事務局長にも、「委員長、それはうちがやることではありません」と言われました。消費者庁の人からも、それは警察の問題ですと言われたのですが、そうではないと思うのです。市場で出回っている商品がそうした危険性を持っているということであれば、これはもう立派に消費者問題になるということをしきりに言って、結局提言をさせていただいた記憶があります。今はどこを見ても「違法ドラッグ、ノー」と書いてあります。警察も厚生労働省もこれに対して今きちんと取り締まりをしてくださっているということで、私にとっては記憶に残る意見でありました。そのほかにもそれぞれ消費者委員会のホームページの中から見ただくことができますので、ぜひ御覧になっていただければと思います。

その次に15ページのところに参考資料5というのがあって、先ほどお話ししたメールマガジンです。これが配信されていますので、これをぜひ御利用いただいて、こんな活動を今、行っていますというのを見ていただければありがたいと思います。

参考資料6のところに消費者委員会の当面の主要課題ということで、今、こんなことをやっていますということが書かれています。大きな問題ばかりですけれども、先ほどお話しした消費者契約の専門調査会の調査、審議でありますとか、成年年齢の引下げのワーキング・グループの審議、このあたりが今、山場を迎えています。

17ページの(5)のところに消費者安全専門調査会というのがあります。以前は例えばリコールの問題とか消費者安全にかかわる別の審議をしていた

だいていたのですが、今度、改めて新しい委員をお願いして、消費者庁に今、蓄積されている身体、生命の事故情報をいろいろな形でもう一度検討し直して、そこから学べるものがないか。今コンピューターが発達して文章をずっと流していだけで、そのテキストの中に入っている様々な要素を掘り出してくれるわけです。テキストマイニングといいますけれども、そのテキストマイニングをしていくと、今ある事故情報の中でこういうところに注意すべきであるというような注意点、着眼点を掘り出してくれる可能性があります。そうした新しい技法を用いて、この集約された事故情報をもう一度分析してみることができないかということで、この間、この専門調査会を立ち上げまして、これを来年の7月、8月ぐらいまでの間に一定の成果が得られるようにやっていただこうと考えているところであります。

以上が消費者委員会の話でありますけれども、あと残りの時間を使って、今日の消費者教育の問題についてお話をしようと思います。参考資料7の「消費者教育の推進に関する基本方針の策定に向けた意見」が平成24年の段階で委員会から出されております。消費者教育推進法が可決、成立して、それが施行されるということで、特に消費者教育の推進に関する基本方針というものを策定している段階で意見を求められたのに対して、こういう点に留意していただきたいということで意見を申し上げたものであります。これはまた後で読んでいただければと思います。参考資料8は、当時、推進会議を一生懸命やっておられた先生とか、日弁連の方々を相手にして個人的に法教育の問題と消費者教育の問題のかかわりについて私がお話をしたときの内容を掲載しております。参考資料9あたりからは、消費者委員会からいろいろな活動を「ジュリスト」という法律雑誌で、見開き1ページで紹介したものがございますので、今回のお話に関連している部分を少し抜いてコピーを作ってきました。一番最後に徳島県移転の話もあります。

今日の話をする時間がだんだんなくなってきたのですが、もう一遍、もとのレジュメに戻って、消費者教育についてお話をします。2ページ目のところに消費者教育推進法の成立というのが(1)で書いてあります。これは要するに消費者教育推進計画を作って、そして、消費者教育推進会議と地域協議会の力でもって推進を図り、消費者市民教育を実現しようではないかというのが基本的な話であります。ただ、そのためにはいろいろ必要なことがあって、1つは、消費者教育の担い手をどうやって育成してこれを確保していくかという問題。それから、消費者教育と一言で言うけれども、文部科学省であるとかいろいろなところとの間で連携強化をしていかないといけない。更に自治体がこれの中心的な役割をするとすれば、自治体がそうした活動をしていくことに対して国としても十分な形で支援をしていかななくてはいけないということが課題とな

ってくることを述べた部分です。第3番目の法教育と消費者教育というあたりからが本論になってくるわけでありませう。平成23年以降の新しい学習指導要領の記述によりますと、もう小学校の段階から公民分野では身近な消費生活を中心に経済活動の意義を理解させ、価格の動きに着目させて市場経済の基本的な考え方について理解させるのだ。あるいは、国民生活と福祉の向上を図るために国や地方公共団体が果たしている経済的役割について考えさせ、その際、社会資本の整備や公害防止などの環境保全、社会保障の充実、消費者の保護、租税の意義と役割、国民の納税と義務について理解させるとともに、限られた財源の配分と書いてから財政について考えさせる。難しいことを公民の世界で教えることになっています。

さらに、家庭科のところでも、販売方法の特徴や消費者保護について知り、生活に必要な物質・サービスの適切な選択、購入及び活用ができることというのが課題に挙がっている。しかし、消費者教育を充実させるというようなことを言っている割には、実際に学校にこうした消費者教育に対して充てる時間がほとんどないという現実があるらしいのです。社会科や家庭科を教えている先生は今でももうぎりぎりで行っている。そこへ消費者教育を入れるように言われても、ほかのを切り捨ててもしないとそれはできないと一生懸命おっしゃるわけです。実は私も地方の消費者委員会で話をしているときに、教育関係の方を呼んでお願いをしたときにはけんもほろろに、消費者問題など扱っている時間はありませんと言われた時代がありました。ですから、それから考えると随分時代は変わったなと思いますけれども、それでも学校教育の現場では十分な時間がなかなか確保できないということがあつたわけでありませう。

しかし、国がやっと本腰を上げたのは、実は東日本大震災のときです。あのときに何が起きたかということ、首都圏で水を買占めた人とか、お米を買占めた人とかですね、買い急ぎ、買いためがあつたり、ガソリンを一生懸命みんなが買い集めたというわけで、生活関連物資が品薄状態になるという非常に大変な状況が起きました。つまり、消費者がどういう行動をとることが必要なのか。ああいう大震災などのときにそういうことが重要な課題なのだということにやっと政府も気がついて、消費者を教育することが必要なのだということがにわかに言われたのです。

気に入らないと言つたらあれですけれども、国が教育を語つてよくなつたことは世の中でまずない。センター試験の問題のときもそうです。センター試験をやつてこういうようにしてゆとり教育をと最初に言われましたけれども、センター試験をやつた途端に全国の高校や大学にランキングがつきました。某大学に入学できる最低点はここ、と言つてランキングがつく。国が教育に何か口を出すたびに問題のほうが多いのです。昔は教育勅語などという気持ちの悪い

ものがありました。つまり、国が教育はこうあるべしというように言ったときは非常にマイナスのことが多い。教育基本法は、まさにそれを反省して、消費者教育、消費者が自らの利益の擁護及び増進のために自主的かつ合理的に行動することができるよう、その自立を支援するという上で重要であることに鑑みて、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踏まえ、消費者教育を総合的かつ一体的に推進するために必要な事項を定めるところに抑えている。これは非常に大事なことであります。それは消費者教育推進法の考え方の基本であると同時に、教育基本法そのものの理念でもあることを理解しておく必要があります。

資料には「消費者市民社会」とは何かということが3ページ目に書いてあり、4ページ目に向けてその具体的内容も書いてありますので、これもしっかりと読みいただきたいと思います。問題は、何を誰にどのように提供するかということなのですが、これは4ページ目の真ん中から下のところに書いてあります。教育主体は基本的には学校ということがすぐに思い浮かぶわけですが、実際に大きな役割を果たすのは家庭です。家庭と、事業者もそうです。事業者自身が顧客に対して消費者教育をする。あるいは事業者の従業員に対して消費者教育をしっかりとすることです。行政担当者あるいは消費者相談員という人たちがそれをサポートする。それぞれの消費者の発達段階に合わせて語りかけることが求められるということになります。しかも、その中身と方法が大事でして、こうするのが正しい消費者ですという言い方はやめたほうがいい。私はエコバッグも悪くはないと思いますよ。でも、エコバッグなのだからスーパーのレジ袋はやめましょうというあの運動は、一方では、私もいつも袋を持っていくタイプなのですが、ただ、あのレジ袋を今までずっとごみ袋にしていた人もいるのですね。そうすると、環境にやさしいごみ袋がないのです。困ったなと思って悩んでおります。過剰包装などの場合でも、美しく包装されたプレゼントがあるときに、「ああ、これは過剰包装ですな」と否定的に言うのもどうかなという気もするわけです。むしろ大事なものは、市場における各人の消費行動において、自分にとって何が必要なのか。どういうライフスタイルが選択されるべきかということ適切な情報に基づいてきちんと自ら選択、判断できるという力を身につけるということが大事なのだということでありませぬ。先ほど飯窪さんが消費者教育という前に人間力をちゃんと高める必要がある、人間としてどういう生き方をするかということをおっしゃっていた。消費者問題としてこんなことにだまされてはいけませんなどという話よりも、人間としてどう生きるかということをおっしゃることが大事なのだという御指摘に、私はそのとおりだと思いながら伺っておりました。それだけの賢い判断ができる選択眼と、選択ある責任、責

任ある行動がとれる、そういう社会人としての質を向上させるということが大切であって、それは、自立した社会人として賢明な生き方ができるようにと願った教育基本法の目標と全く変わらないと考えられる。つまり、個人の尊厳を重んじて、真理と正義を希求して、公共の精神を尊んで豊かな人間性と創造性を備えた人間の育成というのが教育基本法の大目標。それと消費者教育の大目標というのは同じなのだと思います。クーリングオフができるのはどのくらいの期間で、どんな品物についてかというようなことについて中途半端に知っている、クーリングオフ期間を徒過します。ですから、危ないと思ったらすぐ消費者センターに相談するぐらいの常識をきちんと持つておくことが大事。それ以上のことはまあまあでいいのです。そういうわけで、きちんとした行動ができるような基礎的な人間力を養っていただきたいということ、これが消費者教育の基本だろうと思います。

「おわりに」ですけれども、標語的に幾つかまとめておきました。よい市場を育てるのが事業者・行政の努力と消費者の選択である。つまり、消費者の選択というのは、投票に似ている。消費者によって支持された事業者だけが生き残るのだというのが第1点であります。第2点は、消費者問題の解決には、消費者自身が主体となって学んで行動する必要があるのだということ。さらに、第3点ですけれども、消費者の中には「弱く愚かな」「保護の対象」としての消費者という像から「強く賢く」「選択・行動する」主体的で責任のある消費者、そういう消費者像が望まれているのだということ。そして、第4、最後ですけれども、消費者の能力には限界がある。人間の理解には限定合理性があつて、やはり一定のセーフティネットを張ることが必要です。特に「脆弱で、傷つきやすい消費者」が存在するというのも知っておく必要がある。私も大学でずっと教えてきているのですが、何度教えても歩留りというのがあつて、3割ぐらい言つて絶対これはみんな覚えていると思つても、試験をやってみると6割ぐらいしか正解が出てこない。そういうものなのです。ですから、限定合理性を考えれば、きちんとしたセーフティネットを他方で張りつつ、消費者教育を推進するという両面作戦が必要だという気がいたします。どうも御清聴ありがとうございました。」

以上のように述べ、次の講演者である山梨県県民生活部消費生活安全課杉田課長につながりました。

## 2．山梨県県民生活部消費生活安全課杉田課長の報告



(報告を行う杉田課長)

杉田課長は、「山梨県消費者基本計画における消費者教育の推進」と題し、配布資料に基づき次のとおり報告しました。

「それでは、私のほうのお話をしていきたいと思います。私の話は何をするかということ、実は今の資料というのは、今年の3月に県のほうで消費者基本計画というのを作りました。この基本計画というのはどういうものかというのを分かりやすく作ったのがこの資料でして、普通はパンフレットの状態で皆さんに配布しておるのですが、既に7月にシンポジウムをしまして、これを見たことがあるぞという方もいらっしゃるかと思いますが、今日はその中で特に消費者教育というところを皆さんにお話をしたいと思いますので、ぜひよろしくお願い致します。この計画の表紙は、山梨県らしさということで富士山を描いている。皆さん分かっていると思います。

1ページめくっていただきまして「はじめに」というところがあります。この私の資料のほうは下のほうに赤枠で丸が書いてあって1ページ、2ページと書いてありますので、そこを見ながら見ていただければと思います。初めに、まず、この消費者基本計画は何で作ったかということをお話しさせていただきたいと思います。その前に、消費生活安全課というところが私の課なのですが、私のところで何をやっているか、少しだけお話をさせていただきたいと思います。今、私がやっているような消費者教育ですとか消費者相談のいろいろな元締めみたいなこともやりながら、消費者行政の全般をまずやっております。そのほかに、先ほどお話があったような食の安全とか食育というのうちの消費生活の安全課というところでやっております。もし食の安全とか食育のほうでいろいろな疑問があったら、うちのほうにお電話いただければと思います。

私のところ以外に実は消費者相談のことをしっかり消費者教育と消費者相談のことをやっていただいているのが県民生活センターという、皆さんも御存



じかと思うのですが、そこでやっておりまして、10人の相談員さんが皆さんの相談に乗っていただいているという状況でございます。ということで「はじめに」というのをもう一回見ていただきたいと思います。そこに計画を作りましたと書いてありまして、計画を作ることで何がいいかということ、実は県がどのような考え方で消費者行政を行っていくかというのがここに書いてあります。どんなことが書いてあるかというのを今から説明しますので、お聞きいただきたいと思います。

この計画というのは28年4月ということなので、今年の4月から始まる計画で、5年間でこういうものをしていきますよというのを書いてあります。具体的には今から説明しますが、その前に、現状をお話ししたいと思います。真ん中辺に紺色の白抜きで「現状と課題」と書いてありますが、そこに「相談体制」ということが書いてあります。先ほど少しお話をしたように、今、消費者相談に乗っていただけたところというのが県全域でいくと県の施設、出先機関であります消費生活センターというところがございまして、ここは甲府に本体、本所がありまして、都留のほうに相談室の分室みたいなところがありまして、ここで相談に乗っているというのが今の状況です。そこに消費生活相談員と書いてありますが、専門の相談員さんが配置されていまして、全部で10人で相談に乗っているということでございます。市町村はどうなっているかというのをお話しすると、市町村のほうは甲府市にセンターがあり、皆さんも御存じだと思います。あと吉田のほうにセンターがございまして、吉田のほうは富士北麓の5町村が吉田のほうに全部センターのほうへ相談が行けるような体制をとっていて、各町村で住んでいる方の相談をここで一手に引き受けているということでございます。今、相談員さんというのは全部で12市町村に11名でございます。県とは別に市町村に11名いるということでございます。これからお話しするのですが、相談体制がなるべく身近なところでできるようにということで県が今、一生懸命やろうということを考えていまして、この相談員さんを増やしていく、あるいはセンターを増やしていくというのは今後の課題ということでございます。

実際に相談はどのくらいあるのか。これは行政的なものなのでどちらでもいいと思うかもしれませんが、聞いていただいてどういう状況かを分かっていたいただきたいと思います。相談を受けるところは町村と県に相談を受けるとということで、今、県内で6,500件ぐらい相談が1年間にあります。そのうちに4,500件ぐらいが県のほうのセンターに来る。ちょうどグラフの青いところに書いてありますが、そのぐらいあります。市町村のほうは全部足すと2,000件ぐらいです。ここに1,964件と書いてありますが、大体2,000件ぐらいです。市町村のほうが増えている。県と市町村を足すと実は相談件数が増えていると

というのが今の状況でございます。具体的に相談件数が増えているだけというのでは全然おもしろくないというか何が課題か分かりませんので、今からお話をするのですが、ちょうど特徴とか課題をその下のほうに書いてあります。60歳以上の方の相談というのは実は今3割を超えているということです。平成27年度でもう33.7%ぐらいになっています。このぐらい3割以上が60歳以上の方の相談ということです。これだけだと相談件数が多いなということだけなのですが、その下に書いてありますけれども、電話相談等で平均の契約購入額を見ると、60歳未満の方と60歳以上の方の相談の購入額というのが違っていきまして、2倍ぐらい違う。古くなってしましますが、ここで書いてある2倍は26年度の数字なのですが、26年度でいきますと60歳以上が1件当たり130万ぐらいなのです。それに比べて60歳未満の方は64万ぐらい。契約額は大体2倍ぐらい差がある。今年で言うと、それは少し縮まっています、60歳以上ですと119万、120万ぐらい。60歳未満ですと88万、89万ぐらいになっています、少し差は縮まっていますが60歳以上の年を重ねた方のほうが多いというのが実態です。これは何とかしなければいけないということでございます。ここが黒い字で書いております。

では、高齢の方だけでいいのかということではなくて、今、皆さんも使ってらっしゃる方は多いかと思うのですが、スマートフォンなどが出てきてなかなか使いこなすのが、私もなかなか使いこなせないところもあるのですが、いろいろな業者さんが悪質な情報をいろいろ入れて、ついつい引っかかってしまうというのがいっぱいあります。それは高齢の方だけではなくて若者にも多いということで、そういう例えばなかなか言いづらいですが、アダルトビデオ的なところを見てなかなか相談できないということがあったりして、そういうものが結構多くて、ワンクリック詐欺みたいなものも多くて、これも何とかしなければいけないということで、若者も高校から大学にかけて、そういう若者に対する教育が必要だというのが課題でございます。

というのがありまして2ページをめくっていただいてよろしいですか。これらの課題を何とかしようというところで作ったのがこのページです。4つ方針を考えています。基本方針というのは表の中に書いてありますけれども、商品やサービスの安全の確保ということと、消費者と事業者の取引の適正化。消費者被害の防止と救済というところであります。一番最後に書いてあるのが消費者教育の推進。これは全部やるのは5年間でやると総花的でなかなか力の入れようができないので、実際には重点施策を作ろうということで、その次の表、四角の中に書いてありますけれども、重点施策の1としては、質の高い相談救済体制を作ろうということで、具体的には先ほど言った消費生活センターを市町村になるべく作っていく。これを1つ考える。もう一つは、実際にそのセンタ

一の中で相談に乗っていただける専門的な相談員を増やしていく。これも市町村の中で増やしていく。これを重点施策の1ということで行うとしております。2つ目ですが、先ほど高齢者と言っていいかどうかあれですが、お年を召した方はどうしてもそういう被害に遭ってしまうということがあって、その方々を地域で見守る対象を作りたいということで、そこも考えておるところでございます。3つ目ですが、今日も話題、課題になります消費者教育を推進しようということでございます。消費者教育は何ですかという話になります。またページをめくっていただいて6ページ。私の持ってきた資料は結構色がついてるので分かりやすいかと思うのですが、真ん中に「出前講座」というのが赤い色で書いてありますので、ここを見ていただきたいのですが、先ほど言った施策の4番目、施策というのはいろいろな事業の元締めみたいなものですが、その4番目の中に書いてあるのですが、特に重点的にやるということで消費者教育、これをやっていくということになっておりまして、ここを説明させていただきます。具体的に何をやっていくかというのはそこに書いてありまして、3つ書いてあります。ライフステージや学校、地域などの生活の場の特性に応じた体系的な消費者教育の推進をしていこう。普通に何を言っているのかよく分からないと思いますので、具体的にはその下に書いてあります、成長の段階に応じて小さい子から老人になるまで、そういう段階に応じていろいろな教育を体系的にやっていくということと、もう一個は生活の場に応じて、例えば学校であったり、地域であったり企業であったり、そういったところで消費者教育を受けられるような、そういう取組をしていこうと。具体的に何をするかというのは、この絵では丸い青いポツで書いてありますが、実際には県民生活センターで出前講座を行おうということでありまして、今、出前講座というのは、消費生活センターのほうでやっていただいております、大体27年度で131回ぐらいやっております。その延べの参加者を見ると、1万人弱、9,900人ぐらいが参加されている。具体的には若者とか高齢者とか地域消費者教室ということでやっていただいております。

ほかにどういうことをやっているかということ、2つ目に書いてありますけれども、消費者団体ですね。今日はあしたの山梨を創る生活運動協会の主催でこの講座を開いていただいておりますけれども、団体の方とかそのほかの構成団体の方々と一緒に、地域生活講座というものを年間で大体12回ぐらいやっていただいております。これは県のほうで委託して一緒になってやっていただいておりますが、こういうところでなかなか行政の目が届かないような人たちとの講座を開催していただいているということでございます。

もう一つ、最後の丸のところに書いてあるのですが、今年、特に一生懸命やっているのですが、大学と連携して、消費者教育講座というのを啓発講座とい

うのでやっております。これは県内の大学は結構いっぱいありますけれども、ここの県立大学でもやっておりますし、山梨大学さん、都留文大さん、山梨学院大学さん、健康科学大学さん、帝京大学さん、帝京科学大学さん等々をお願いして、学校の1コマを借りたり、学校外の時間を借りて、外部講師を呼んでそこで教員をしてもらうということでございます。特にここで絵の中に書いてありますけれども、こういう教育の拠点になるのは県民生活センターというところが中心になってやっていただくと考えておりました、具体的には消費者の方は真ん中にありまして、福祉団体とか金融経済団体とか、法律の関係団体、市町村とか事業者とか、それから学校とかがそれぞれ連携しながら消費者の方の教育をしていくということ、考えてやっていくところでございます。

2つ目に何をやっているかということ、消費者教育の人材を育てようということで、県民生活センターが中心となって消費者団体とか学校とかそういう人たちの連携を作って、消費者教育の人材育成に取り組んでいます。具体的には、例えば消費生活協力員さんというのが県内に85名に今、委嘱していますが、この方々にいろいろな情報提供をしてもらったり、相談の取り次ぎなどをしてもらったり、もう一個が高齢者の見守りなどを今度市町村をお願いしてやろうとしていますが、そこも主体活動をしてもらったりということで、こころをやってもらうような活動を担い手育成としてやっています。センターのほうにはコーディネーターという方が一人おりまして、これは教員の教育委員会からの出向の先生がいらっしゃるのですが、その方に学校といろいろな相談員さんとの仲をとってもらって、講師派遣などをやっていただいて、こころを育成をやっていただくというようなこともやっております。

最後に、関連する教育の連携ということで、これは消費者教育というものはとにかく広いということもありまして、実際にそのほかに例えば先ほど河上先生も言っていた環境の問題みたいなものがあったりしますが、それで例えば環境問題は何かというと、うんと簡単に言うとごみを減らしますとか、食育みたいな話もあったり、そういうものなどを環境教育と言っていると思うのですが、それらと連携して、当然、それを誰がやるかということ、消費者なので、消費者の方が一緒になってそういうものを考えていくということで、教育を連携してやっていこうということで環境教育とか食育ですね。何を選んで何を食べるかというようなことをやったり、あと、金融経済教育ということで、これが今大変問題になっていることも分かっているかもしれませんが、山梨県はなかなか金融の知識が全国的に低いという結果が出まして、なぜ低いかよく分かっていないのですけれども、とにかく低いという結果です。一生懸命やっているのですが結果に結びついていないのは何か理由があるのか分かりませんが、とにかくこういうものも一生懸命やっていかなければいけないと。今、

実は金融教育については、日銀の甲府支店さんが事務局をやっていただいている、金融広報委員会という県内の金融機関とかマスコミが入った大きな団体がありまして、ここで中立的な広報をやっていただいています。ここで一生懸命やっていますので、すぐにまた結果が出るかと思えますけれども、こういうところと一生懸命手伝って連携してやっていきたい。こういうことをやっていながら消費者教育を推進しよう、5年間でやっていこうというように考えています。

そうは言っても、ただやっていくでは分かりませんので、目標を幾つか作っていきましょうということで、消費者教育だけに関する目標がたまたまここに幾つか書いてありますので紹介しますと、一番上のほうの(1)の数値目標というのはセンターの下に書いてありますけれども、今までやっていたような講座をちゃんとやっていきましょうということで、年間120回はやっていきましょうというのを目標にしています。一番下のほうに書いてありますけれども、食の安全・安心ポータルという食品の安全とかを考えると県のホームページがあるのですが、そのアクセス件数を1万2,000件以上にしましょうというのも目標としています。地産地消の関係で、その横に書いてあります学校給食の中で地場製品の割合を30%にしましょうということも消費者基本計画の中でやっていく、教育の中でやっていくというように考えております。

こんなことを5年間でやっていこうということを今、考えております。やっていくにしても、行政だけではとてもできない。最初に戻りますけれども、この教育の絵があると思います。これは教育の絵なのですが、行政だけではできないということで書いてありますが、これは目標をしっかりと達成するためにぜひここにいらっしゃる消費者団体の方とか消費者の方、事業者の方も団体の方も来ていただいていますので、それぞれの立場でいろいろな意見を出し合いながら、ぜひ連携してやっていただければと思いますので、よろしく願いしたいと思います。

最後に、7ページということになります。先ほども河上先生も言われていましたけれども、何か困ったら電話をしてほしいと。そこはどこかというところに書いてある電話番号。電話番号を覚えるのは難しいということであれば、188という3桁の番号を今、使いますので、困ったときには188というところに電話していただければなるべく早く解決できると思いますので、それだけ今日は覚えていただければと思います。

消費者基本計画について、あるいは消費者行政について、もしもっと聞きたいということがあれば、うちの課のほうに電話いただければすぐに出張で伺いますので、ぜひよろしく願いしたいと思います。以上で県のほうの今の施策の考え方を終了します。ありがとうございました。」

### <パネルディスカッション>

休憩後、パネルディスカッションが行われました。パネリストはあしたの山梨を創る生活運動協会の飯窪会長、消費者庁消費者教育・地方協力課の金子課長、山梨県教育委員会高校教育課の數野(かずの)主査・指導主事、山梨県県民生活部消費生活安全課の杉田課長で、コーディネーターは消費者委員会の大森委員が務めました。



(写真左から：コーディネーターの大森委員、パネリストの飯窪会長、金子課長、數野主査・指導主事、杉田課長)

冒頭、報告を行った杉田課長を除く各パネリストより御発言を頂戴しました。飯窪会長からあしたの山梨を創る生活運動協会の活動紹介と消費者教育の取組について、金子課長から消費者教育の推進について、數野主査・指導主事から高等学校における消費者教育の現状と課題について説明がありました。パネリストの発言を受けたのち、討論を行いました。

### 大森コーディネーター

「消費者庁の金子さんのほうから消費者市民社会のお話がありまして、消費者個人個人、自分のことだけではなくて社会全体のことを考えて動くことが大切だというようなお話がありましたけれども、最初の会長さんのお話の中では、もう既にすばらしい消費者市民社会ができ上がっているのではないかというような印象を受けました。環境とか食に対しては、いろいろ地域の実践的な消費者団体も束ねていろいろ県のほうに条例を作るとか啓発活動に協力するとか、消費者市民社会として、消費者庁が言う何年も何十年も前からやってらっしゃるようなことが消費者庁できっちり明記されたかなと思っています。消費者庁のほうで連携の大切さということもおっしゃられたのですが、その辺もいろいろな消費者団体が連携していろいろな活動をしているということで、とてもすばらしいなと思いました。

一方、いろいろなまた課題も見えてきたようで、やはり教科書は結構できているけれども教え方が分からないとか、それを上手に使えるような外部講師がないとか、学校現場ではなかなか消費者教育に充てる時間がないとか、特に

山梨県は金融教育が遅れているとか、いろいろな意見が出てきたようです。これからは、全国的に見てもこんなに消費者教育推進がうまくいっているコツとか、また一方で、こういう課題があるのだというようなことをお聞かせいただけたらと思います。今度は反対に杉田さんのほうからお話をお願いできますか。」

#### 杉田パネリスト

「先ほど消費者教育の機会をたくさん作っていただいているということで、うちだけではなくて市町村の行政のほうでもやっていただいているのですが、1つは、講座をやっても講座をやっていることを知らない。アンケートをとると知らないというのが多く、例えば県のほうで「かいじ号」という消費生活情報誌というのを実は季刊に、春夏秋冬に1回ずつ、金融広報の特別号を1回、全部で5回出しているのですが、それを例えば県政モニターで言うと知らない方が多いのです。実はこれは1万7,000部とか2万部という数を市町村の自治会とか図書館みたいなところに配ってという言い方も変ですけども、置いてもらったり回覧してもらったりしているのですが、それでも周知度はアンケートをとると大体半分ぐらいなのです。あとの半分の方は分からない、知らないということなのですが、こういうのは何でかなとなかなか思っていて、やはり行政でできるところはそこまで、その後は実は先ほどから言っているように、消費者団体とか消費者の方とか自治会の方とか、そういう方々をお願いして周知を広げていくのかなと思っております。そんなことで、連携がうんと大事ではないかなと。課題はまず連携かなと。

もう一つだけ言わせてもらおうと、先ほど県のほうで消費者基本計画というのを作りまして、相談体制というようなものは行政でできる限りやっつけていこう、市町村の協力も当然いただいてやっていくので、今度はそこに相談できる窓口があるということも周知しなければいけないので、こういうことも行政はやらなければいけないので、これらも消費者の方々とか団体の方をお願いして、広報していけたらと思っております。今の課題というのは連携かなと思っております。」

#### 數野パネリスト

「私のほうは、やはり学校教育の現場での課題ということになりますけれども、先ほども御紹介させていただきましたが、学校教育の中で、一番は物理的な時間です。その時間を、ではどこまで消費者教育という視点で確保できるかというところなのですが、やはり今、話題に出ましたように、学校だけだと難しいので、連携をしていって時間を確保するということが1つの方法ではないかなと。例えば学校の中で余り宿題、宿題と言うのもあれなのですが、1週間あるいは1か月ぐらいの中長期的な時間を使った宿題というようなもので、消

費者教育のテーマで課題に取り組みさせる。その際に、最終的には生徒のほうにグループでポスターのようなものを作らせて、その成果発表をしていく。その成果発表は例えばこういったシンポジウムにしたりというようにしていく。

そういうことを考えたときに、やはり一番大事な連携先というのは家庭なのです。子供たちがグループで学習するにしても、あるいは個人で調べものをしたりするとかにしても、家庭の親御さんやあるいはその近くにいる祖父母の方ですとか、あるいは自分の弟や妹などというのものもあるかもしれません。全員消費者ですので、その消費者全員が一致団結して、その課題に取り組んでいくことで、例えば夕食もおいしくなるかもしれないし、朝御飯のときもそういった話題が出るかもしれないしということで、ある意味ではすごい啓発になる。1つ宿題というとかちょっとしたような感じがしますが、そういったテーマを挙げて、家族、地域が一致団結してやっていくような取組の方法もあるな、などということも聞きながら感じたところでございます。」

#### 金子パネリスト

「私も連携が1つのキーワードだと思っています。やはり我々のほうで教材とかいろいろ作るのですけれども、ただ、実際のところ、それが学校の先生方にどの程度知られているかということ、そもそもそういうものがあるというのが十分知られていないという可能性もあるのかなと。そういう意味でも、我々消費者行政部局と教育行政の部局との連携によって、そういった情報がうまく流れるようにしていかなければいけないというのが1つあるだろうとは思いますが。」

もう一つ言いますと、我々、実際に消費者行政部局とか消費生活センターの相談員さんとかの方々に学校に出向いて行って授業をしたいと思っておられる方と意見交換していますと、やはり学校の先生方は時間が限られた中で授業をされるということで、結構いっぱいいっぱいというのはもちろん言われていて、その中で要は教科書に書いてあることを我々としては具体例とかそういうので分かりやすく説明してもらえたいという、それだけなのですけれども、追加で新しいことをやらなければいけないというように先生方が身構えられているようなところがあるやには聞いています。ですから、その意味では例えば今の授業の中でこういうような授業のやり方があるよという情報とか、教材を作るときに作り方の問題なのかもしれませんけれども、我々のほうもそういう工夫という余地がまだあるのかなという反省はしているところです。」

#### 飯窪パネリスト

「私のほうからは、団体として活動していく上での課題というようなことで、今まで団体活動をしていく過程で、個人的には精神面とか生活面では自立した



消費者というような形の中で活動に参加する人がだんだんと増えてきて参りましたね。だけれども、1つの団体の活動では広く地域社会の消費者への意識啓発を運動化していくということにはならない。では、どうしたら私たちが抱えている社会的な消費者の目線で考える課題は解決していきだろうかというようなことを考えましたときに、これはやはり皆さんと手を組まなければだめだと。

では、どういう人と手を組んでいくのかなというので、まず消費者団体から手をつなぎ合おうということになってネットワークが出てきますよね。それも難しいのですが、昔からの時代から、時代が地方の時代へ変わってくるごとに、昔は学社連携といって教育の原点は学校教育と社会教育にあったと言っていたのですが、今は市民と行政と企業、この官民協働による、しかも「協働」というのが「協力して同じ」ではなくて、今の時代は「協力して働き合う」という対等な関係の中で社会の構造を変えていこうという考えが地方の時代に出てきているだろう。だけれども、それにマッチしたような、いわゆる行政体系であるとか、社会の構造がそういうようになっているかということ、そうではない点がたくさんあります。

ですから、団体活動をしていながらも、どうしても課題を解決していくような活動をしなければ何の意味もないのではないかなというような感じを受けて、ただいまでは課題解決型の活動をしていこうということで、何と言っても、究極、目標は、皆さんと一緒に幸せになるためには社会のシステム、構造を変えていかなければいけない。そのために、いわゆる今回出ました消費者基本計画、基本法などもその点で、今、やっと脚光を浴びてきたなと思います。

今まで消費者教育などと余り言われなかったのですね。消費者庁が生まれ、基本法が生まれ、基本計画が生まれ、さあ今度は県の行政も市町村もみんなその流れに沿っていかなければならないのですが、その根っこの中には古い体質のいわゆる縦割り行政に私たち消費者団体が視点を当てていかなければならないのではないかなと私は考えています。それが大きな課題だと思います。」  
大森コーディネーター

「ありがとうございました。皆様の御発言からだんだんキーワードが浮かび上がってきたような感じで、やはり連携という言葉が1つのキーワードかなと思いました。消費者行政と一般の市民の方をつなぐパイプ役として消費者団体とか、今はもう企業とか、いろいろなところが取り組んでいかないといけない。そういうお話が出てきたかと思います。

ここで会場の方々にも御意見を伺ってみたいと思うのですが、その連携について、こうやればいいのではないですかとか、こういうことは私たちはやっていますよと、何かお聞かせいただければ嬉しいのですが、どなたか御意見いた

だけないでしょうか。」

会場からの御質問・御意見では次のようなコメントがありました。

会場からの御質問・御意見

「消費者教育について、数野さん、金子さん、御発表いただきまして、大変参考になりましたけれども、学校教育の中で消費者活動という基本というのは、やはり、私は家庭からではないかと思っておるのです。そういうときに、地域を含めて PTA さんの活用とか親御さんの教育、例えば一緒に買い物に行くときに教育するなどして、そんなわざわざ時間を設けなくてもよろしいかと思うのですけれども、その辺の必要性というのはどのように考えておられるかということをお伺いしたいなと思っております。」

大森コーディネーター

「金子さんにお答えいただければいいですか。先ほど数野さんのほうからも家庭の協力が大事で、宿題を出すときも家庭を巻き込んでやりたいなというような御発言もありまして、それも含めて金子さんのほうでいかがでしょうか。」

金子パネリスト

「私は、そういう学校で消費者教育に係る時間数、コマ数が限られているので、それで足りない分を例えば家庭での学習などでそれを補うと言うとおかしいのですけれども、それも合わせて必要な時間を確保するというのは重要だと思っています。」

加えて、PTA というお話があったのですけれども、学校を出て社会人になってからの人たちに我々がどのように必要な情報を届けていくかというのがやはり課題で、その意味では、学校でそういう例えばネットトラブルとかの説明会をするときには、親御さんにも合わせて一緒に聞いていただけて、主目的はお子さんたちの教育なのだけれども、あわせて親御さんの世代たちにも最近こういうネットトラブルが増えているとか、そういうことを知っていただくということも我々はやっていて、恐らくそういうように親子で同じ話を共有すると、家庭に帰った後でもそういうお話をされるだろうと期待されるので、そういうやり方というのは有効なのかなとは思っています。」

大森コーディネーター

「ありがとうございました。杉田さんに今の関連でお聞きしたいのですけれども、今、PTA のお話が出たのですが、PTA のお母さん方というのは、年間 1 回ぐらいお勉強の会を持たないといけないようなこと、教養クラブとかで、教養の係の方がいて、学習会的なものを持たれているようなのですけれども、そこに消費者教育の出前講座とかはされてはいないのでしょうか。」

杉田パネリスト

「具体的に消費者教育、出前出張講座をやっているのがうちの県民生活センターがやっております、たまたま今日、大堀所長がいますので。やっていますか。PTAは関係ありましたか。」

山梨県県民生活センター大堀所長

「急に振られて驚いてしまいました。全县全校というわけではないのでございますけれども、そういう学校で要望がありまして、PTAという形もあるでしょうし、学校の総合的な学習という場面もあるでしょうし、特講という場面もあるでしょうし、そうしたもので子供さんのスマホのトラブルの関係の話とか、そういったことはございます。特にその場面に、今、学校のクラスでは、昔みたいに4クラス、5クラスもあるではありません。1学年1クラス、2クラスが標準的な学校編成でございます、そういうところでは保護者の方も一緒に同席していただいて親子で勉強するというスタイルは結構導入されているというように認識しております。」

会場からの御質問・御意見

「先ほどからいろいろと金融リテラシー、いわゆるお金に関する基本的な知識というものについて触れられていたのですけれども、その中で1つ、先ほどの質問の中に家庭というキーワードがありました。これは海外との比較をしていて、例えばお金に自信のある人の割合、アメリカは大体7割がお金に関して自信を持っているのです。一方、日本はどのくらいかという、13%とものすごく開きが出ているのです。その開きの違いというのは、まさしく先ほど御質問があった家庭での教育の仕方、この違いというのがやはり大きく影響している点。

1つ例を挙げますと、アメリカは子供がお金を欲しいというときには、必ず家事手伝い、そういうことで汗をかいた上できちんとお金を渡す。一方、約束事を破ったら、今度は罰を与える。そういう教育をしているのです。翻って日本はどうかというと、これからお正月を迎えますが、お年玉、お小遣い、汗もかかずに実はお金が手に入る。では、子供たちはどういう行動をするかということ、もらったお金で、まず勝手に使えるわけですね。では、それ以外に欲しいものがあつたときにどうするかということ、親にお願いする、親と交渉するのですが、それでだめだった場合、おじいちゃん、おばあちゃんにお願いするわけです。そうすると、実は欲しいものが手に入る。要は、自分で汗をかかずに物が手に入る。こういうことも、まず生活の考え方、そういうところから変えていかなければ、今、皆さん、ここでいろいろ話が出ている消費者問題というのは、なかなかいい方向に向かっているのではないだろう。

では、なぜそういうようになっているかというように考えますと、要は関心

があるか、関心がないかだけなのですね。その中で今日、一言で言いますと、来ていただいている方は関心を持たれているわけです。けれども、今日来られていない方は、関心がないわけです。だから、世の中でどうやってそれを家庭で関心を持つように仕向けていくか。その仕組みづくりというところが一番難しいのではないかなというように思っております。

そういうところで、先ほど金子課長のほうからもお話がありましたが、數野先生も家庭で考えさせる宿題をやるということはすごいいいことだなというように思っています。家庭での教育に対する関心をどういうように高めていったらいいのか。この辺について何かお話をいただければと思っています。長くなりましたが、済みません、よろしく願いいたします。」

大森コーディネーター

「ありがとうございます。家庭での教育の大切さというのが浮かび上がってきまして、家庭でやる宿題は関心のある人を増やす仕掛け作りにもなるのではないかという御発言がありました。その点について、御意見のあるパネラーの方、いらっしゃいますか。數野さん、お願いします。」

數野パネリスト

「1点、この間、学校の授業の中で、甲府一高なのですが、コットンの生産の実態を知って、生産国と消費国ですね、その背景とか貿易の仕組みを知ることとか、これから自分が消費者としてどのような行動をとっていったらいいのかということを考えることを目標とした実践をやったのですね。それは50分の中でやったのですけれども、例えばコットンと言うとすぐ思い浮かぶのがインドですね。インドのそういった現状だとか児童労働、児童労働というガーナのチョコレートがすぐ思い浮かぶところですが、コットンだとオーガニックコットン、フェアトレードなどということを話題に挙げて、生徒が最後、家庭の中で家に帰って、家庭で話題にして、今度例えば安いものと高いものと見比べて、1回一呼吸置いてから、それが例えばTシャツを1枚買うにしても、買うときに比較できるようなときを10回に一回ぐらいやってみましょうと。それをちょっとした簡単な宿題みたいな形にして振り返りをさせたところ、やはり1回でそういったグローバルな、でも身近である、そういったものを提供しただけで、ほとんどの生徒がきちんとそれをやってくるわけです。

ですので、やはり学校教育の中で大切なことというのは、いかに現状とマッチングした、でも、自分のすぐ近くにあること、そういったもので気づかせて関心を高めさせる方法ということがもっともっと事例として出てきて、国からも県からもみんな協力して、地域からもいろいろ話題提供していただいて、学校の中で生徒に投げかける。そういったような取組事例みたいなものがたくさん出てくると学校の先生もやりやすいかなということを思いました。」

## 大森コーディネーター

「ありがとうございました。家庭にフィードバックしやすいような教材を作ると学校の先生もやりやすいし、子供たちもスムーズに宿題ができるのではないかなというお話だったのですが、ここで若いお母様の御意見をお聞きしたいなと思ひまして、今、共働きでなかなか時間がないお母さんが多いかと思うのですけれども、そういう宿題が出たときに御迷惑ではないでしょうか。若いお母様、どうですか。御意見を言っていただけの方がいらしたら。かなり限定されるので、どなたでも言っていたらありがたいのです。」

## 会場からの御質問・御意見

「申しわけございません。余り若くないのですけれども、私も仕事をさせていただいております。しかも私は消費生活センターのほうで働かせていただきますので、私も講座をさせていただいておりますので、我が家では私が講座をする前には必ず DVD とかを子供にまず見てもらってから、子供の意見を聞いてから授業とかのほうに参加させていただいておりますので、家庭ではそれなりに消費者教育のほうをしているかなとは思ひますけれども、宿題に出していただいたものというのは、やはり親子で話し合う場面がありまして、特にきちんと文章にするようなもの、ワークシートみたいなものは子供が文章に書きますので、やはり私どもも見させていただいております。あとは家庭科の授業は夏休みや冬休みとか宿題が出ますので、そちらのほうは親子で一緒に話し合ったりとか、あと環境問題も家庭科や社会のほうで出ておりますので、そちらのほうもどのようなものを削減できるかということを見せていただいております。

私に相談があったものなののですけれども、甲府の高校生の方からの御相談ですが、こんな話で申しわけございません。家庭科で習ったのだけれども、ワンクリックの被害に遭ってしまったというお子さんがいらっしゃいました。そのお子さんのほうですけれども、やはり家庭科では習ったのだけれども、習ったことで覚えていたのは、ワンクリックは相手にしない、無視するというところだけで基本的なことが分かっていなかったの、事業者様のほうにお電話してしまったのです。困ってセンターのほうにお電話があったのですけれども、そのときに私も意地悪ですので、「家庭科で習わなかった？」とお話をさせていただいたのですが、習ったけれども、覚えていたのはセンターに相談することだけだということと、「では、点数は取れたの？」と聞いたら、満点近く取れましたという話だったということでございます。余計な話で申しわけございません。」

#### 会場からの御質問・御意見

「普通のお母さんかどうかは分かりませんが、型破りのほうに入ってしまうので参考にはならないと思うのですが、私は山梨出身ではないので、自分のことを思い出したのです。私は愛知出身なのですけれども、小学校のときに夏休みの宿題で1か月のお小遣い帳をつけてきなさいというところから始まって、それで1か月のところを友達と見合ったら、友達はお小遣い、今月幾ら、ノート幾ら、残高幾ら、それしか書いていなくて、すごいなと、私は毎日50円もらった、コロッケ買ったとかそこら辺から全部書いて、2~3枚書いて、先生によく生活が分かりましたとか言われたのですけれども、そんなところも今、少し思い出して、そういうように家計簿ではないけれども、お小遣い帳をつけるとか、そういうのは実際に私が子供を育てるときに山梨ではなかったもので、今、山梨がどうなっているのかということとは分からないので、参考になるかどうか分からないのですけれども、そういうことをやるとか、あと家庭が大事と言っていましたけれども、やはり金銭に関しては家の考え方がすごく子供に影響されてしまうので、私はファイナンシャルプランナーでFP協会に所属しているのですが、山梨大学の、先生になるべく生徒、教員を目指す学生に、そういう会があって話をさせてもらったときに、やはり先生も学校では親のようなものなのですよね。すごく子供に対する影響力があるので、正しい知識を子供さんに教えてほしいという形を要望しました。やはり家庭だけの問題だと差が、特に金銭に関する認識の違いはすごくあるので、タブー視するところもあるので、そういうところは、やはりこれからは若い学生を中心に教育してもらって、その教員を目指す学生はだんだんと小中学校に行くということから始めていっていただけると、少しずつ金銭に関する感覚も変わっていくのではないかなとは思っています。」

#### 会場からの御質問・御意見

「普通のお母さんかどうか分かりませんが、先ほど高校の先生のおっしゃった言葉に、やはりお金のことも食品のこともそうだと思うのですが、1つのことに意識を持つということはすごい大切なことではないかなと思いました。それは今、5,000円札は樋口一葉になっているわけですが、その前の新渡戸稲造という人のときに新聞社が大きな見出しを書いたことがあったのですが、稲造が小さいときに1円をもらった。でも、その1円がどこかしまっておくところはないかなと悩んだ。お店に飛んでいったらがま口を売っていた。求めたところ、それが1円であったという、そういうようなことで、やはりお金は消費すればどうしてもなくなってしまう。今の悪いことをしている子供たちの中にも、使ってしまうからなくなってしまう。そのような教育というものも

どこかしていただけたらありがたいかなと思いました。全然普通のお母さんでありませんで、ごめんなさい。」

大森コーディネーター

「御意見ありがとうございます。いろいろな方からとてもいい御意見を頂戴して、だんだん方向性が見えてきたかと思います。やはり家庭からの連携というのが非常に重要だなということと、あと家庭からは今まで学校では教え切れなかった部分の情報提供があるのではないかというような辺りが見えて参りました。残りも押し迫ってききましたので、まだまだお話ししたいのですけれども、パネラーの皆様には最後、家庭と連携というのがキーワードになってきておりますので、家庭からの連携でこんなことができるのではないかと。せっかくシンポジウムを持ったのですから、おもしろかった、よかったですだけではなくて、何か一歩踏み出せるようなアイデアとか思いつきで結構なのです。今、急に出たことなので、何かお話しただけたらと思います。」

パネルディスカッションの最後に、各パネリストからまとめや感想などのコメントを頂戴しました。

杉田パネリスト

「なかなかすぐには浮かばないのですけれども、先ほどからお話を聞いていて、家庭と学校との連携、やはり連携はすごい大事だなと思いながら、学校で何をやっているかをお母さん方、お父さんも含めて、それが何をやっているかを理解していただくというコミュニケーションが必要だなと思いながら聞いておりました。私は教育現場とかから離れていて申しわけないのですが、そういうところから少しずつ家庭教育と学校教育の連携ができていくのかなと、そのコミュニケーションをどうのように図っていくかというのが、例えば学校の先生のお便りだったりするのかもしれませんが、大事かなと。そのきっかけを何か作れば少しは広がっていくのかなと思いながら聞いておりました。まとまりがつかなくて申しわけありません。よろしくお願いします。」



(パネルディスカッションで意見を交わすコーディネーターの大森委員とパネリストの皆様)

### 数野パネリスト

「いろいろと本当にたくさんの新たな視点をいただいて、本当にありがとうございます。私からは2つ、今、話を聞きながら思ったことが、1つは、知識とか技能とかというのは大事だなということ。そのためには、基調講演でも河上先生から、消費というのは投票なのだという話がありました。今、普通の主婦さんと言っていいかどうか分かりませんが、教えていただいた1つのことに意識するというようなところ、そこは同じことだと思っていますので、やはり自分が投票して消費をすることによって、先ほどのオーガニックコットンではないですが、その背景にあるものについてきちんと考えさせて、要はすぐに買うとかすぐにクリックするとかではなくて、一呼吸置いて、例えば話をみんなでしてみたり、あるいは家族としてしてみたり、自分の中だけではなくて、考えながら消費してみるということを意識づけさせるような授業を作っていくということがまずできるかなと、これが理論の部分。

もう一つは、先ほど小遣い帳をつけるという話がありましたし、買い物という話もありましたが、家庭との連携はすごく大切ですが、話を聞いてみると、その家庭と考え方というのがすごくはっとしました。それをかなり強烈に子供たちというのはそういうものを植えつけられますので、子供たちには学校教育の場面でできることとしたら、やはり一方で、次世代を育てていく人たちになるのですよ。ですから、今ある家庭のことも大切、でも、一方で、自分たちが大人になったときにその次の世代を育てるという観点で、自分の考えをきちんと整理していく、いろいろな授業を受ける、いろいろな地域の講座



を受ける、いろいろな人から話を聞く、それを整理して、家庭だけではなくて、自分の考えというものを作っていくのだよ。そして、例えばそれを買物の中で実践をさせるような宿題を出す。先ほど言ったような比較をさせるというような方法も効果的だと思うので、簡単にワンコメント、家庭からももらうことによって家庭の考え方も分かる。先生と家庭と本人がコメントをそれぞれ出し合う中で、三者三様あるのだなとか、そういったことにも気づかせるということも大事なのかな。だから、そういうやりとりを簡単なものでいいので作っていくというのも方法かなということを思いました。今日は本当にありがとうございます。」

#### 金子パネリスト

「どうもありがとうございました。私の冒頭の発言で、今、高校生向けの教材を作っていくということを申し上げたのですけれども、そういったときにどういうことに気をつけなければいけないのかというのがおぼろげながら分かったような気はしました。

特に家庭との連携ということと言いますと、先ほどは例えばそういう消費者教育のときに授業参観のような形で来ていただくということがあり得るかなと言ったのですが、確かにそうなのですが、共働きの御家庭はではどうするということになると思うので、それだけでは足りないのだなと思っています。聞きながら思っていたのは、子供たちが学んだことをどうして忘れてしまうかということ、やはり自分のこととしてそれを聞いていないというのがあるのだらうなと思っています、教材を作るときに自分のことだということを意識させるような事例であるとか、そういうのも示していかなければいけないというのがあるのだらうと。

関心を持って子供たちが聞いてくれると、例えば家に帰ったときに家族に話したくなるとか、実際にその場に親御さんたちがいなくても、そういう形で家族での学習とか進んでいったりするのかもしれない。これはあるところで聞いたのですけれども、自分でワークシートとかをやるというのではなくて、受け身の授業になるかもしれないのですけれども、弁護士の方が最近こういう悪質な商法がはやっているというように外部講師の形で解説をされたというケースを聞いたのですが、マルチ商法のことを初めて聞いて、消費者が自ら加害者になるということもあり得るというのを、中学生向けに話されたということだったので、すごくインパクトが子供たちにとってあったようで、そういうのがあると、後でお家に帰って話をしたみたいです。限られた時間でどこまでそういう丁寧に豊富な事例を加えたような形での授業を展開できるかということとまた別の問題が出てきそうな気はするのですけれども、子供たちの印象に残るような教え方、それを助けられるような教材というのを作らなければ

いけないのかなというようなことを今、皆さんの意見を聞きながら思ったところですよ。」

#### 飯窪パネリスト

「消費者教育の中での家庭教育という位置づけは大変難しい問題だと思います。今年、県民の日に県民の意識調査をした結果の中からも、食育とか消費者教育とかというようなことをよく言われるけれども、一番基本は家庭にあるのだと、どんなことでも家庭の中でのコミュニケーションが今、足りない時代、やはり知識だけ得ようとするのではなくて、感性を大事にするような話、話題が家庭の中でされているかどうかというのは意見がたくさん出ていたのです。それが1,000人を対象にする中のかなり、60%ぐらいにあった。

今の若いお母さんでなくても、家族が核家族化された中での教育の原点である話し合いというのできていないということが何かにつけて問題になると思います。私が先ほど学社連携ということをしたのですが、昔は消費者教育というのは言わないけれども、生活者の知恵をどこで学ぶかということと学校教育で習う。社会教育でも一緒に習うということで、私どもの新生活運動協会という所属は教育委員会にあったのです。それがだんだん、時代が変わると一緒に、知事部局、県民分野の中の市民教育のようなところに入ってきて、学校教育とは溝ができていくような形に今なっています。ですから、その距離を縮めるためにも学校教育と家庭教育、それから社会教育の連携によるこれからの法律、条令による社会教育の推進というのは、山梨なら山梨の消費者教育推進計画というものをきちんと市民の声を十分聞きながら、皆さんのニーズが反映できるような推進計画を立てて、皆さんと一緒に行動していかない限り、何もならないなということを感じます。

今の行政体系のあり方だと、どうしても消費者教育を進めていこうと言っても、県の体制の中では、体制には力を入れています、いわゆる推進体制としては市議会とか協議会とか機構とかいろいろな団体がある。その下に推進委員とか推進協議会とか協力員とかアドバイザーとかコンサルタントとか、いろいろな制度は作るけれども、その制度が本当の果てまで染み通っていくかどうかという、その辺がこれからの消費者教育の進め方の中の基本計画こそ皆さんの意見を聞きながら、いいものを作りあげていきたいなということを感じます。

ですから、今日を機会に、本当に内閣府、消費者庁が出て、そして推進委員会の会長さんまでおいでいただいて、いろいろな国の方向も聞いたりしたから、今度はそれを基本にしながら山梨県の中にも、先ほど国の方ともお話ししたのですが、いわゆる消費者教育活性化基金などもたくさん山梨に下さいよという話も具体的にしましたので、財源がなくてもやりますがね、ただ、国と県と市町村がきちんと一貫したものになっていかないと、その原動力は市民、皆さん

消費者ですよ。だから、今日のタイトルに、いわゆる市民、消費者が主役の社会を創っていくのだというタイトルになるのではないですかと思っています。」

大森コーディネーター

「ありがとうございました。上手にまとめていただいて、私のお仕事が無くなってしまいましたので、私の活動のほうから事例を紹介して皆さんのほうにまた活用していただければと思います。実は私も消費者教育推進をミッションにした NPO の理事長をしております。20 年ぐらい前から教材とか教育プログラムを作って学校とか地域とかいろいろなところに出前講座をしたり、教材とかプログラムを有料で提供したり、学校の先生の研修とかそういうところの講師をしたりとかいろいろ活動しているのですけれども、今日のお話の中で出た家庭とつなぐというところで少しヒントになるかというものをやっていることがありますので、少し聞いていただけたらと思います。

夏休み、私たちは学童保育に出前講座に行っているのです。夏休みは普通の学校はお休みですけれども、お仕事をされているお子さんはずっと学校へ来ているわけです。午前中、宿題をして、午後からはプールに入ったりと、よその子供たちは外で遊んでいる中、暑い中、学校に来て、退屈しながら友達たちと過ごしている。学校、授業で教えても、学童保育で教えても、同じ子供たちです。そういう暇にしているところに、少しお楽しみ要素の強い金銭、食、環境の3つのテーマで、どれをやりますかと注文を受けて出前講座をしているのです。そのときに、必ずお土産といって教材をつけるのです。それは環境マークを作る工作だとか、ちょっとした塗り絵だとかすごろくとかで、その講座で習ったことを持ち帰られるような教材を作っています。

その意図は、学童保育は小学校低学年なのですね。小学校低学年から消費者教育をするということはとても意味のあることなのだけれども、低学年の場合は家庭の協力がなければ進まない。また、子供たちを通じて、こういう講演会のときになかなか来てもらえない、働いているお母さんとかお父さんに消費者教育を伝えたいという意味でやっております。

働いているお母さん、お父さんは、やはり子供のことをとても気にかけてから働いていますから、ノートを預けて先生と交換したりとか、非常に連絡を密にされています。そういう教材を持って帰ったら、口の重い子供にも、今日はどんなことをしたのかと聞いて、こんなものといって見せたりしたら、親子で対話が始まる。今、会長さんがおっしゃった親子の会話のきっかけにもなればいいということでやっておりますので、ぜひここにいらっしゃる方々はもう既に自立した消費者だと思えますけれども、そういう教材を作ることとか学童保育とかへの出前とかに協力していただいて、皆さんの仲間を、教材を通じて増やしていけたらいいのではないかという私からのアイデアの紹介でございま

す。どうも皆さん、今日は熱心にありがとうございました。」

最後に河上委員長は次のとおり総括のコメントを述べ、会合は終了しました。



(シンポジウムの総括をする河上委員長)

「どうも皆さん、本当にありがとうございました。寒い中、こうやってたくさんの方に来ていただいて、シンポジウムが無事にできたということで心からお礼を申し上げたいと思います。

実は消費者教育をテーマにしてシンポジウムをやったのは3回目なのです。ただ、家庭教育がこれほど前面に出てきたのは初めてでした。私は、これは山梨ならではの気があるのですけれども、先ほどお話の中で学校教育、社会教育、そして、家庭教育が連携しないと教育は完結しないというようにおっしゃったのを聞いて、なるほどと感心させられました。いろいろな形で社会教育をする中で、そのベースになるものを家庭が提供する。家庭だってそんなに知識があるわけではないので、その意味では、社会教育の中で教材を家庭に届けるという仕事、これは国とか県がちゃんと教材を作りながら提供する。学校教育の中でも先生方を育て上げるということをして、本当にその意味では家庭教育、学校教育、そして、社会教育がうまく連携しないとこの問題は解決しないということを改めて考えさせられて、さすがだと思いながら話を聞かせていただきました。

この間からいろいろ学ぶことについても考える機会が多かったのですけれども、知るということはそれなりに楽しいのですけれども、知るよりも好むほうが上だ、好むよりも楽しむほうが上だという言葉があります。何かを知るのは楽しいのですが、それを好んでそういう作業をする。好むよりも更にそれをやること自体を楽しむというようなところまで行かないと、本当の教育というのはなかなか進まないと思いました。

大森委員が先ほどお土産の話をし、先ほどの発言の方は紙芝居という話をなさいました。子供たちは楽しみながら問題を身につけていく。そして、習ったこと、覚えたことというのを実践に移せるような形で身につけさせる。これからいろいろな形で、みんなで工夫をして力を合わせ、楽しみながら消費者教育をやっていきたいと思います。

今日、ここにはおよそ 100 人弱の方が来てくださいました。皆さん御存じと思いますが、山梨県立美術館にはミレーの「種をまく人」というとても有名な絵があります。今日の午前中にあれを見ながら思ったのですけれども、ここに来た方一人が 10 粒種をまけば 1,000 粒になる。その方がまた 10 粒ほど種をまいてくれれば 1 万粒になる。みんなが力を合わせて少しずつ種をまけば、それなりに消費者教育は広まっていく。ですから、今日の参加を契機に、今後消費者教育に皆さんが興味を持ってつき合っただけであればありがたいと思います。今日は本当に長時間に渡ってありがとうございました。」

### 参加者のアンケート結果から

会場では参加者にアンケート調査を行いました。アンケートには、

- ・ 今回の会は今までになかったもので、大変良い勉強になりました。これからもこの様な機会を作っていけたら是非参加していきたい。
- ・ 金銭教育の大切さを痛感しました。18 才の孫が広島から東京の学校に来ていて、良く山梨にも来ますが、お小遣いのやり方にちょっと反省もありました。折々にいろいろ話はしていますが。
- ・ 消費者教育がいかに大切かを強く感じました。
- ・ 消費者教育は難しいので又今日のようなシンポジウムを開催し多くの人の意見が聞けたらと思います。
- ・ 消費者問題は地域と企業、行政の連携がまだ足りていない。理由は家庭教育がまず大切ですが、義務教育の中で学校での指導をお願いしたい。
- ・ 小売（事業者・企業）など、発信の片方の参加も必要ではないか？受身（消費者）に管理（行政）この三位一体が必要ではないかと思う。
- ・ 改めて消費者問題を考えていきたいと思います。家族・地域の方々に消費者意識を高めていけたらと思います。
- ・ 教育への取組は非常にむずかしいと思う。特に家庭内での子供に対する教育浸透を図る取組が大きな課題と感じた。
- ・ 消費者として学習することの必要性を再認識しました。学校において消費者教育は大事ですね。この様な機会を多く設けて欲しいです。
- ・ 家庭、地区、又学校から始めるのが一つの方法かなと思いました。

- ・ 連携（タテ割り行政）の河上委員長のお話は非常に勉強になりました。
- ・ 消費者問題についてのこのようなシンポジウムを多く広めていくことが大切だと思います。
- ・ 若いお母さん方の考え方も変わってきていますね。県・市町村の連携は広報がまだ足りていないと思います。今日は大変勉強になりました。
- ・ 消費者庁の良心、良識の府としての内閣府消費者委員会に期待をしています。お話をうかがいその存在がとてもありがたく思いました。
- ・ このように熱い関心をもっておられる方々に触れ、自分ももっと知りたい意欲を感じました。
- ・ 消費者教育の根本は、元になる生産者、製造業者への教育は必要です。コンプライアンスを含め、食の安全、家電、車等の安全・安心の確保が必要だと考えます。ぜひ、検討をお願いします。
- ・ 市町村の予算が削減され苦勞しています。教材の作成等自己負担しています。新しい事業でないと予算がつかないとききました。良い事業で成果がでていることには予算を継続してつけていただきたく思います。
- ・ 行政からの講演会等、広報活動が弱い気がしています。ネットを見ればよいと思うが、高齢者はインターネットを使う人が少ない。団体に参加している場合は情報が入ってくるが、いつも一般の方の参加が少なく、消費生活協力員のよき研修の場になると思うが、少数の参加者であるのが残念です。
- ・ 「消費」を「生産」との関係として、経済活動の分析をしていただきたい。
- ・ 常に情報を発信していただきたいです。誰にでも分かりやすい表現（文字・図等）を望みます。

などのコメントが寄せられました。

### 山梨県、甲府市への表敬訪問



（山梨県後藤知事と撮影）



（甲府市樋口市長と撮影）

12月9日(金) 河上委員長は表敬訪問のため山梨県の後藤知事、甲府市の樋口市長をそれぞれ訪ね、開催にあたっての後援のお礼や、当シンポジウムについて、山梨県下の消費者被害について、また、取組についてなど幅広く意見交換をしました。また山梨県県民生活センターと甲府市消費生活センターを視察し、消費生活相談員の方々と、消費者からの相談についての傾向や取組についてなど、幅広く意見交換をしました。

以上