

I 「消費者教育推進の手引き」作成の基本的な考え方

1 手引き作成の趣旨

この「手引き」は、「消費者教育の推進に関する法律」の基本理念にのっとり、各分野、各発達段階に応じた消費者教育の推進を支援するために作成しました。

手引きの作成にあたっては、平成28年度に、本市の幼児期から成人期に至る各発達段階ごとに、消費者教育に関するアンケート調査を実施しました。

その結果から、消費者教育に関する現状や意識、課題等について、消費者教育に携わる方々をはじめ、消費者自身が必要としているもの等が明らかになりました。

それは、「消費社会や消費者教育推進に関する知識」、「最新の情報」、限られた時間の中で消費者教育を推進する上での「効果的な進め方」や「教材」などです。

消費社会の構造が激変する中で、消費者教育を推進している方々や消費者自身がこのように多くの課題に直面しており、その課題解決のための方策は急務です。

そこで、このアンケート調査の結果と、消費生活センターに寄せられた相談状況等も含め、消費者教育にあたる方々や消費者自身が、消費者教育を進めやすいように、消費者教育に関する情報を体系的に整理するとともに、各分野、各発達段階に応じた、最新の学習資料や情報が取得できる方法等を掲載し、活用していただける「手引き」として作成したものです。

2 手引きの構成及び活用方法

手引きの構成は、I～VIの6章に分かれています。

I 「消費者教育推進の手引き」作成の基本的考え方

本手引を作成した基本的な考え方です。昭和41年以降本格的に進められてきた消費者教育の変遷と「消費者教育の推進に関する法律」までの社会の変化をまず押さえ、今問われている「消費者教育」とはどのようなものかを解説しています。

また、手引き作成の趣旨と活用方法等についても記載しています。

II 消費者を取り巻く現状と課題

消費者を取り巻く環境は、商品やサービスの内容、取引や契約の方法、支払い手段、新たな悪質商法や詐欺行為など大きく変化を続けています。この章では、消費者教育を推進する方々が今後取り組むべき方向性を考える上での参考としていただけるよう、本市の消費者行政の変遷と、現在、大きな課題となっている、情報化、高齢化等についての現状や問題点等を解説しています。

また、北九州市立消費生活センターに寄せられた相談の状況から、各年齢層によってどのような消費者トラブルが多いのかを解説しています。

Ⅲ 消費者教育に関するアンケート調査

平成28年度に、幼児期である保育所・保育園、幼稚園・こども園、小学校、中学校、高校、成人期である市政モニター、高齢者や障害者などの見守り活動を行っている民生委員・児童委員という発達段階ごとに関連した対象を決めアンケートを実施しました。

消費者教育に携わる方々が、自身の現在の意識や活動状況、課題などと、同じ立場の方々のアンケート調査の結果とを比較することによって共感を持ったり、次のステップへ進むヒントを得たりできるように解説しています。

Ⅳ 消費者教育に関する北九州市の取り組み

北九州市では、これまで一般市民を対象とした「消費者教育」としては、消費生活センターでの消費生活相談の内容から、消費者トラブル防止のために必要性の高いものを中心に行ってきました。「消費者教育の推進に関する法律」で言う消費者教育の内容は、環境教育や食育、国際理解教育等、「持続可能な消費者市民社会の実現」をも目指しており社会生活全般にわたっています。

北九州市では「元気発信！北九州」プラン（北九州市基本構想・基本計画）の柱に沿って、環境教育については「北九州市環境基本計画」で、また、食育については「北九州市食育推進計画」によって施策が推進されるなど、本市の基本構想に基づいた進行管理が行われています。

それらの事業を中心に、市民が消費者教育として活用できる本市関連の事業について一覧表に掲載しています。事業は、平成29年度のもので、次年度以降新たに追加されたり、廃止されたりする事業もでてきますので、各所管にお問い合わせの上ご活用ください。

Ⅴ 消費者教育関連資料の取得方法

アンケート調査の回答の中で、消費者教育を進める上での重要な課題として意見の多かった「消費者教育のための最新の資料・教材・情報」の取得方法です。

消費社会の仕組みそのものが急激に変化を続ける中で、消費者がその変化に追いつくための知識を得るには最新の教材や情報・資料等が必要です。しかし、これらを自治体ごとに作成するには限界があります。

こうしたことを背景に、国の各省庁や各縣市町村をはじめ、各種団体や民間企業でも、様々な情報をホームページに掲載し、インターネットによる情報提供を充実させてきました。

この章では、こうした様々な情報の中から、動画、パワーポイント、テキスト、ゲーム、パンフレット、統計資料などを取得したり閲覧したりできる、各種ホームページを紹介しています。

Ⅵ 用語解説

消費者教育に関連した用語で、消費者相談や啓発で使われる頻度の高いものを中心に掲載しています。

3 消費者教育とは

消費社会を巡る様々な環境の変化に対応して、平成24年12月に、「消費者教育の推進に関する法律」が施行されました。消費者教育は、消費者自身が消費者としての権利や責任において適切な行動ができるように、実践的な能力を育成することです。

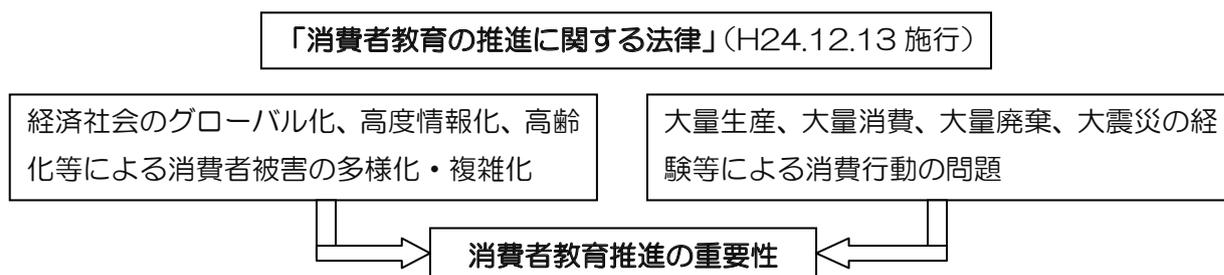
例えば、日常の買い物や取引等にも様々なルールがあることや、詐欺の手口・悪質商法などについても学習し、トラブルに巻き込まれない自立した賢い消費者を育てること。

また、消費者が必要なものを必要な分だけ消費するなど、環境や持続可能な消費者市民社会の形成に参画し、発展できるよう積極的に支援する教育です。

そして、幼児期から青年期、高齢期といった発達段階に対応して、家庭、学校、地域、職場などの、場の特性を生かして推進するものです。

人は生まれてから生涯を閉じるまで、また目覚めてから眠るまで、場合によっては眠っている間も、消費行動を続けています。

このように、生活に欠かすことの出来ない「消費」について、「教育していく、学んでいく」ということの全てが消費者教育であるわけです。



消費者教育の定義

●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

消費者市民社会の定義

●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、自ら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

4 消費者教育が育むべき力

「消費者教育の推進に関する基本的な方針（平成25年6月28日閣議決定）」では、消費者教育が育むべき力として、消費者教育の範囲は広く消費生活のあらゆる領域に関連しますが、その対象領域を次のとおり4つに分類し、それぞれの領域で育むべき力（目標）が示されました。

【図表 I - 1 : 消費者教育の対象領域】

領 域	育むべき力（目標）
①消費者市民社会の構築	ア、自らの消費が環境、経済、社会及び文化等の幅広い分野において、他者に影響を及ぼし得るものであることを理解し、適切な商品やサービスを選択できる力
	イ、持続可能な社会の必要性に気づき、その実現に向けて多くの人々と協力して取り組むことができる力
	ウ、消費者が、個々の消費者の特性や消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、主体的に社会参画することの重要性を理解し、他者と協働して消費生活に関連する諸課題の解決のために行動できる力
②商品等やサービスの安全	ア、商品等やサービスの情報収集に努め、内在する危険を予見し、安全性に関する表示等を確認し、危険を回避できる力
	イ、商品等やサービスによる事故・危害が生じた際に、事業者に対して補償や改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力
③生活の管理と契約	ア、適切な情報収集と選択による、将来を見通した意思決定に基づき、自らの生活の管理と健全な家計運営をすることができる力
	イ、契約締結による権利や義務を明確に理解でき、違法・不公正な取引や勧誘に気づき、トラブルの回避や事業者等に対して補償、改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力
④情報とメディア	ア、高度情報化社会における情報や通信技術の重要性を理解し、情報の収集・発信により消費生活の向上に役立てることができる力
	イ、情報、メディアを批判的に吟味して適切な行動をとるとともに、個人情報管理や知的財産保護等、様々な情報を読み解く力を身に付け、活用できる力

5 消費者教育の歴史

昭和30年代の高度経済成長により、消費は拡大するとともに、様々な消費者問題が発生しました。こうした、経済発展や消費社会の変化を背景に、「消費者教育」の重要性が指摘されはじめ、昭和41年の国民生活審議会では「消費者保護組織及び消費者教育に関する答申」が取りまとめられ、その中で、学校教育における「消費者保護」の理念の導入が提言されました。

その後、昭和43年から昭和45年にかけて改訂された学習指導要領では、中学校と高校の社会科に「消費者保護の問題」が取り入れられることとなりました。

また、「消費者教育」は「消費者保護基本法（昭和43年5月施行）」にも規定され、国が必要な措置を講じるよう定められましたが、基本は消費取引を想定したものでした。

それから30有余年、経済社会の仕組みは次々と変化を続け、製品事故や食の安全、契約トラブル、多重債務などの様々な消費者問題が起こり、必要な法律の制定などで対応してきました。

このように消費者を取り巻く経済社会情勢が大きく変化する中で、消費者が安全で安心できる消費生活の実現のため、消費者保護基本法を現代の経済社会にふさわしいものとして抜本的に見直し、消費者政策を充実・強化していくことが必要であるとの声が高まり、①安全の確保等を「消費者の権利」として尊重すること、②消費者の自立を支援すること…を基本理念として、「消費者保護基本法」を改正し、「保護」を外した名称の、「消費者基本法」として平成16年6月2日施行されました。

そして、近年の消費社会を巡る様々かつ複雑な環境の激変に対応して、「消費者教育の推進に関する法律(平成24年12月施行)」により、「消費者教育」とは、これまでの「保護の客体であった消費者」から、「自立した主体としての消費者」への教育と大きく概念が変化したものとなりました。

また、新たな概念として、消費者が、自らの消費行動が社会に与える影響を自覚し、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する「消費者市民社会」について定義づけられました。

今後の消費者教育においては、「被害に遭わない、自立した消費者の育成」という視点だけではなく、「社会の一員として、よりよい市場とよりよい社会の発展に積極的に関与していく消費者を育成する」という視点を取り入れていくことが求められています。

今の社会を生きる者の全てが、自立した被害に遭わない賢い消費者となるとともに、次代の「消費者市民社会」を担う、現在の子どもたちや青少年に対する消費者教育の推進は重要です。

学習指導要領は、これまで幾度か改訂を行ってきましたが、平成29年3月に新学習指導要領として改訂され、幼稚園では平成30年度から、小学校が平成32年度から、中学校が平成33年度から、高校が平成34年度から、特別支援学校は幼稚園、小・中・高校に準じて順次実施されることとなりました。

新学習指導要領には、主権者教育、消費者教育、防災・安全教育などの充実として、売買契約の基礎（小：家庭）、計画的な金銭管理や消費者被害への対応（中：技術・家庭）、情報化による産業等の構造的な変化、起業、国連における持続可能な開発のための取り組み（中：社会）などが盛り込まれています。