

概要

<消費者教育のこれまで>

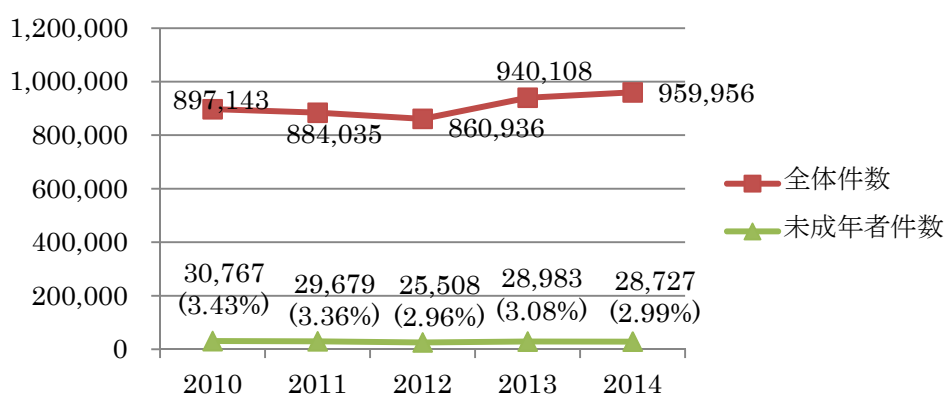
消費者教育とは、消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育及びこれに準ずる啓発活動¹を指す。消費者問題の根本的発生原因である「情報の非対称性」（売り手企業と買い手消費者の間にある情報格差・不均衡）は消費者教育によって緩和される。消費者一人ひとりの情報量や判断力の増強、批判的思考力の醸成のためには、生涯に渡る消費者教育は欠かすことができない。消費者教育の必要性は広く認知されていたが、新たな消費者問題が勃発するたびに火消しのための啓発を集中的に行うことが常態化していた（例：高齢者への悪質商法被害の啓発等）。しかしこのような後追いの啓発は、消費者教育のごく一部を担っているに過ぎず、消費者市民社会を構成する消費者を育成するためには、消費者教育の仕組み、内容ともに変革が必要であった。

こうした中、平成 24 年に施行された「消費者教育の推進に関する法律」（以下、消費者教育推進法）は、消費者教育の流れを大きく変えるきっかけになった。最も重要な点は、消費者教育が生誕から死没までの生涯にわたって必要な教育であり、その体系的推進（幼児期から高齢期までの段階的特性に配慮した消費者教育）と効果的推進（学校、地域、家庭、職域などの特性に対応した多様な主体間での連携）が求められるようになったことであろう。

<地域消費生活センターと消費者教育>

地域消費生活センター（市区町村の消費生活センター）は全国に 639 ヶ所あり、主に市役所内、主要駅や商業施設内などに設置されている。市民に最も身近な相談窓口であり、市民からの最新の消費者問題が持ち込まれ、消費生活相談員が大小様々な消費者被害の救済にあたっている。未成年者が契約当事者となる消費者トラブルは、毎年、相談件数全体の 3%前後を推移している。

消費者トラブルの件数推移（2010～2014 年）国民生活センター



未成年者を契約当事者とする苦情の処理にあたっては、事実関係の把握が難しく、家族への発覚を恐れたり、親子間での価値観の相違などがあり、解決にあたっては特段の配慮が必要となる。消費者トラブルに巻き込まれた子どもが、すぐに親に相談し助言を求めるような親子の信頼関係が醸成されているか、万一親に相談できない時に子どもが一人で悩まずに、地域消費生活センターに自ら助けを求めることができるかという課題がある。こうした相談現場での被害救済業務を通じて、地域消費生活センターでは親子双方への働きかけが肝要であり、親

¹ 消費者教育の推進に関する法律（平成 24 年法律第 61 号）

子を対象とする講座が開催されてきた背景がある。また、2015年3月に発表された第三次消費者基本計画（消費者庁）には、それ以前の基本計画には示されていない「親子向けの講座」への言及があり、親子消費者教育の重要性が再認識された。

本論文では、地域消費生活センターが実施する親子向け消費者教育において、全国的にみても特色のある事例を3件検証した。

（1）札幌市消費生活センター「さっぽろ消費者キッズフェスタ in 中央図書館」（2015年5月）

このプログラムは、札幌市消費生活センターが中心となり、札幌静修高等学校（学生）、札幌市中央図書館、子育て支援センター、札幌市環境局の協力を得て実施されたものである。対象となる3～6歳児に人気のある絵本を読み聞かせ、絵本を通じて買い物や食事などの日常生活の気づきにつなげたり、生物多様性と人々の暮らしのつながりについて専門家から話しが聞けるものである。カーペットの上に親子で自由に座り、子どもは安心してプログラムに参加している様子であった。特に高校生ボランティアによるエプロンシアターでは、音楽に合わせて体を動かしながら楽しく歌い「食」を学んでいた。また発言を恥ずかしがっている子への親からの声掛けや、助言など、親子でのコミュニケーションも多く見られた。



（札幌市）子育て支援センターの保育士による絵本の読み聞かせと高校生ボランティアによるエプロンシアター

（2）佐賀市消費生活センター「シェフと作る佐賀県産野菜で中国料理！」（2015年8月）

佐賀県は農業が盛んであり、食糧自給率が全国で5位107%（平成20年概算値カロリーベース）である。こうした地域特性を活かした消費者教育がこの「シェフと作る佐賀県産野菜で中国料理！」である。佐賀県内で生産された食材を使い、地元中華料理レストランのシェフ（日本中国料理協会佐賀県支部）が集まり、プロの技を教えてくれる。本プログラムは、食を通じた消費者教育だけでなく、シェフとのふれあいによる職業体験、地元産業への理解促進と活性化などの要素も含まれる。親子とも初めての調理法に戸惑いながらも、シェフからの指導で楽しく調理が進められた。講座終了後に保護者から、「普段、子どもと一緒に料理をすることが無いので、楽しかった」などの声があった。



地域の食材



レストランのシェフの挨拶

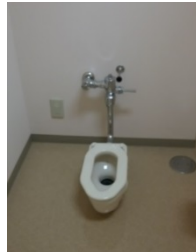


(3) 山形市消費生活センター「ママと赤ちゃんの消費生活センター体験講座」

山形市消費生活センターは山形駅に直結している利便性の高い商業ビルにあり、乳幼児と保護者が利用できる幼児ルーム（44.5 平方メートル）が併設されている。消費生活センターの消費生活専門指導相談員が、乳幼児の母親向けに講座を開催している。幼い子どもの育児中の母親を対象とした講座は全国でも珍しい。



幼児ルーム



子ども用トイレ



講座風景

<まとめ>

地域消費生活センターでは、未成年者の契約トラブルの救済をする中で、被害に合う前の段階での消費者教育の重要性を認識している。消費者教育の開始年齢は早ければ早いほど良い²。幼児期は人間の一生のうちで人間形成の行われるもっとも大切なライフステージであり、消費意識や金銭感覚の育成には3～5歳児に指導を始める必要がある³。

平成25年6月28日に閣議決定された消費者教育基本方針では、「消費者一人ひとりに対して、あまねく消費者教育の機会を提供していくためには、住民に身近な行政を総合的に実施する地方公共団体において、地域特性に応じた手法や内容により、消費者教育が行われる必要がある」としており、消費者教育の実践に地域消費生活センターが果たす役割は大きい。札幌市、佐賀市、山形市での親子に向けた消費者教育では、親と子が一緒に受講することによって①子どもが安心して落ち着いて受講できる、②親が消費者・教育者としての知識・力に欠ける場合にも専門家による指導によって新たな知見を得る機会になる、③親子のコミュニケーションが促進される、④地域特性を盛り込むことによって受講者の関心が高まるなどの利点が見られた。今後は、こうした先進的な取組を全国の地域消費生活センターで共有する仕組みづくりが期待される。更に、第三次消費者基本計画では、「消費生活センターの消費者教育の拠点化」⁴が謳われており、消費者教育に携わる他の担い手（主体）との協働・連携が重要である。現段階では、親子への講座は、関心の高い親子が自発的に参加してくる方式であるが、今後は地域消費生活センターが、他の担い手（例えば子育て支援センターや、保育所・幼稚園・小中学校、教育委員会等）とともに連携し、関心の薄い親子消費者にも網羅的に消費者教育を実施できるような仕組みづくりが必須となるであろう。

² 消費者庁地方協力課へのヒアリング調査の中で、「消費者教育のスタートに早すぎるということはない」との発言。

³ 「幼稚園じほう」1993年11月号「消費者教育と幼稚園教育」川端良子

⁴ 消費者基本計画（平成27年3月24日閣議決定）P26～27