

福岡市における消費者教育・啓発の今後のあり方について  
(報告)

平成 21 年 3 月

福岡市消費生活審議会 啓発部会



## はじめに

規制緩和、IT化の進展など、現在の消費者を取り巻く社会経済環境は大きく変化しており、商品・サービスの多様化に伴い、消費者被害も一層、多様化・複雑化している。同時に、小中学生から高齢者まで、あらゆる世代で、誰もが消費者被害に巻き込まれるおそれがある。

消費者被害を未然に防止するために「消費生活に関して自ら進んで必要な情報や知識を収集・修得し、自主的かつ合理的に行動できる消費者を育成する」という消費者教育の必要性がますます高まっている。

消費者教育は、生涯にわたって行われるべきものであるが、とりわけ、社会的に未成熟な若者や、高齢社会の中で、健康や孤独などの不安を持っている高齢者を狙った悪質商法の被害が後を絶たず、被害の未然防止には、若者や高齢者の被害の特性に応じた消費者教育・啓発の充実がより一層必要となってきた。

平成19年度に福岡市消費生活審議会に設置された当部会では、消費者教育・啓発事業の現状と課題及び今後の方向性について、検討・審議し、今般、報告書としてまとめた。

## 目 次

1	消費者教育・啓発をめぐる状況	1
2	福岡市の消費者教育・啓発の現状と課題	2
	（1）高齢者対象の啓発事業	
	（2）学校現場と連携した消費者教育	
	（3）市民による自主的・組織的な消費者啓発	
3	今後の方向性	4
	（1）高齢者対象の啓発事業	
	（2）学校現場と連携した消費者教育	
	（3）市民による自主的・組織的な消費者啓発	
	（4）その他	

### 参考資料

- ・ 審議経過
- ・ 審議会委員名

## 1 消費者教育・啓発をめぐる状況

消費者保護基本法の改正で平成16年6月に公布・施行された消費者基本法においては、消費者政策の基本理念として「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立支援」が基本とされている。

同法第2条第1項において、消費者政策の推進にあたっては、「消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供されることなどの消費者の権利を尊重する」とともに、「消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援する」ことを基本として行わなければならないと規定され、さらに、第2項で、「消費者の自立の支援に当たっては、消費者の年齢その他特性に配慮されなければならない」と、また、第17条第1項で、「国は、消費者の自立を支援するため、消費者が生涯にわたって消費生活について学習する機会があまねく求められている状況にかんがみ、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を講ずる」、第2項で、「地方公共団体は前項の国の施策に準じて、当該地域の社会的、経済的状况に応じた施策を講ずるよう努めなければならない」とされ、国・地方公共団体に、消費者の自立支援のために消費生活に関する学習の機会を確保できるよう、さまざまな場を通じての消費者教育の充実を求めている。

さらに、同法に基づき平成17年に閣議決定された消費者基本計画においても、消費者の自立支援のため消費者教育の推進体制の強化及び体系化を図る必要性があるとされている。

また、平成17年4月1日施行の福岡市消費生活条例においても、消費者の権利として、第3条第1項第3号に、「自立した消費生活を営む上で必要な知識について学習し、及び教育を受ける権利」を、第4号に「消費生活を営む上で必要な情報を適切かつ速やかに提供される権利」を規定するとともに、第8条第2項で、「市は、消費者が主体的かつ合理的な消費生活を営むために必要な教育の推進及び知識の普及に努めなければならない」、第9条では、「市は、消費者が経済社会の状況の変化に対応した消費生活を営むために必要な情報を収集し、分析するとともに、これを消費者に適切かつ速やかに提供するよう努めなければならない」と規定し、消費者の自

立の支援について市の役割を明記している。

現在の消費者を取り巻く社会経済環境は、情報通信技術の進展や規制緩和により、大きく変化している。インターネットの普及により、自宅に居ながらにして、世界中の商品を注文できるなど、消費者に利便をもたらすこともある反面、有害サイトの架空請求などの問題も発生している。また、携帯電話の普及は、消費者トラブルの低年齢化をもたらしている。このように、消費者トラブルも一層複雑化・多様化しており、悪質商法や多重債務問題などへ対応するためにも、消費者教育・啓発の重要性が高まっている。

## 2 福岡市の消費者教育・啓発の現状と課題

現在、実施されている各種消費者教育・啓発事業のうち、消費者被害の未然防止に特に重要と考えられる「(1) 高齢者対象の啓発事業」、「(2) 学校現場と連携した消費者教育」、「(3) 市民による自主的・組織的な消費者啓発」の現状と課題については、以下のとおりである。

### (1) 高齢者対象の啓発事業

高齢社会の中で、健康や将来に対する不安、孤独感に付け込んだ「悪質住宅リフォーム」、「次々販売」、「振り込め詐欺」などの、高齢者を狙った悪質商法は後を絶たない。

高齢者の消費者被害が深刻化するなかで、市政だよりや消費生活かわら版等で、随時、情報は提供されている。しかし、必ずしも、その情報を高齢者が受け止めているわけではない。

また、直接、高齢者に悪質商法の被害事例や被害の未然防止について注意を呼びかける機会として、公民館の高齢者教室、老人クラブ、ふれあいサロン等からの申込みにより、地域の公民館等で消費者教育出前講座が開催されている。しかしながら、出前講座は、全校区での実施までには至っておらず、講座の受講者に、広く地域全体に広げてもらうことも想定していないため、講座で得た知識や情報は、高齢者本人とその家族や友人など一部にとどまっている。

一方、地域コミュニティの希薄化により、高齢者、特に一人暮らしの高齢者は、地域でも孤立しがちであり、自らが、積極的に、情報を集めることもむずかしい。

福岡市に対して、深刻化する高齢者の消費者トラブルを未然防止するため、悪質商法被害などの情報が、確実に地域の高齢者に届くよう努力を求めたいが、高齢者一人ひとりに日常的に目配りをする事までの過剰な期待は現実的でない。

そこで、日頃から地域で高齢者と接する機会の多い方々に、高齢者を狙う悪質商法の手口や対処法について、近所や地域の集まりで伝達してもらいなど、高齢者に歩み寄って消費者被害情報を伝える取り組みを充実強化していくことが重要である。

## **(2) 学校現場と連携した消費者教育**

学校における消費者教育は、消費者教育の中でもっとも基礎的なものである。教科書では、悪質商法の事例や契約についても詳しく解説されているが、授業だけでは実感してもらえないのが現状である。

現実には起こっている消費者被害の実態や被害に遭遇した場合の対処法、被害防止などについての知識や情報が不十分なまま、大学進学や就職等により、本格的な消費活動を始めることで、悪質商法の被害者になったり、場合によっては、悪質なマルチ商法などの加害者となる危険性さえはらんでいる。

## **(3) 市民による自主的・組織的な消費者啓発**

行政だけでは、きめ細かに地域での消費者啓発事業を推進していくことは困難であることから、これまで、地域の消費者リーダーを養成することを目的として、消費生活に関心・知識がある市民を対象とした消費生活カレッジが開催されている。しかし、消費者教育の機会にはなっているものの、受講者の受講動機や消費生活に関する知識・情報量に差があり、市民の自主的・組織的な活動にまでは至っていないのが現状である。

### 3 今後の方向性

経済社会環境の変化に適応できる「自立した消費者」を育成し支援していくには、身近な自治体の、学校を含む地域での消費者教育・啓発に対する積極的な取り組みが欠かせない。特に、高齢者の消費者被害の未然防止には、日頃、高齢者と接する機会が多い民生委員などを通じて、高齢者へ情報伝達していくことが効果的である。また、若者への消費者啓発については、本格的な消費行動を開始する卒業前の高校3年生を対象とした消費者講座の開催が効果的である。同時に家庭や職域での消費者教育への支援も必要である。

一方、すべての啓発活動を行政だけに委ねることは、現実的でない。地域での自主的・組織的な消費者啓発を推進する必要がある。

#### (1) 高齢者対象の啓発事業

- ① 「悪質商法にNO！ご近所ボランティア」育成講座の受講生の拡大を推進し、全小学校区にボランティアがいる状況をつくる必要がある。
- ② 育成講座は、消費生活センターのほか、より多くの市民が参加しやすいように地域交流センターなどを会場として地域でも開催する必要がある。

「悪質商法にNO！ご近所ボランティア」育成講座は、日頃、高齢者と接する機会が多い民生委員などを対象に、身近な地域で、様々な機会に、高齢者に悪質商法の手口や対処法を伝達していただく「ご近所ボランティア」を育成する目的で、平成19年度から開催されている。消費者の権利を守ることは、地方公共団体の責務ではあるが、すべての高齢者を悪質商法被害に遭わないように見守ることは不可能である。日頃から地域の高齢者に接する方々を通じて、被害防止につながる情報を高齢者に提供することは効果的である。また、被害発見時には、相談窓口につなぐことも期待できる。そのため、今後は、ご近所ボランティアを全小学校区に広げていくことが必要である。そのためには、より多くの市民が参加しやすいように、消費生活センターを会場として開催されてい



る育成講座が地域交流センターなど地域でも開催される必要がある。さらに、将来的には、ご近所ボランティアを育成できる人材の育成についても検討していく必要がある。

また、ご近所ボランティアに対して、高齢者に悪質商法の手口や対処法をわかりやすく楽しく伝達できるよう、寸劇や替え歌などの伝達手法について情報提供を行い、スキルの向上を図ることが望ましい。

## (2) 学校現場と連携した消費者教育

- ① 高校卒業前の3年生を対象とした消費者教育出前講座については、市内全高校で開催していく必要がある。
- ② 学校における消費者教育を支援するために、消費者教育関連資料の収集整理を行うことが重要である。

児童期・少年期のライフステージでは、児童・生徒自身が契約の基本について理解し、その重要性を十分に認識するとともに、「この契約はおかしい」と感じ取ることのできる感性を身につけることが重要である。

学校での消費者教育は、小・中・高校、それぞれの学習指導要領に基づき、社会科、家庭科などの教科で実施されている。これに加え、これからの長い人生を、消費者として、あるいは、社会人として責任を持って生きていく意識に目覚める時期でもある高校卒業前の3年生に対して、最新の相談事例を踏まえた消費者講座を開催していくことは、被害防止に大きな効果がある。

今後は、市立ばかりでなく、市内のすべての県立や私立の高校に対して、消費者講座の開催を積極的に呼びかけ、継続して開催していくことが必要である。そのためには、学校現場を含めて関係機関との連携が欠かせないため、今後一層の連携強化が望まれる。

また、個別の教員からの消費者教育関連の授業の相談に応じられるよう、資料・情報の収集を行い、生徒・教職員からの信頼を得られるよう努めることも重要である。

### (3) 市民による自主的・組織的な消費者啓発

- ① 有資格者を活用した啓発事業を検討していく必要がある。
- ② 自主的・組織的な消費者啓発活動の芽を育てるため、地域団体などの活躍機会確保など、コーディネート機能の充実についても視野に入れる必要がある。

現在、国においては、消費者教育の手段や基盤の整備に当たって、「教育の担い手」、「教材」、「情報の集約・発信」を三つの柱として位置づけている。このうち特に、「教育の担い手」については、地域のほか学校、家庭、職域その他のさまざまな場で担い手を確保していくため、内閣府で、市民講師を育成するためのプログラムが策定されたところである。

将来的には、消費生活相談員経験者や消費生活アドバイザー等の有資格者を活用した啓発事業も、検討していく必要があると思われる。

一方、ご近所ボランティアが、さまざまな機会に地域で活動することにより、地域の各種団体との連携を深めたり、全市規模の催しで寸劇を発表したりといった機会も生まれてきており、消費生活センターが、ご近所ボランティアなどの地域の啓発主体と他の団体・イベント主催者をつなぐコーディネーターとしての役割を果たすことにより、自主的・組織的な消費者啓発活動の芽を育てるという方法も考えられる。

### (4) その他

- ① 家庭や企業における金銭教育を含めての消費者教育の支援も重要である。

消費者教育は、一生涯を通じて行われるものであり、とりわけ家庭での教育は基本となるものである。現在、特に、多重債務が深刻な社会問題となっており、家庭において、幼いときから意識的に金銭に関する感覚を身につけさせていく努力は重要である。

また、社会で働いている大人でも、金利やクレジットの仕組みを十分に理解していないために、さまざまなトラブルに巻き込まれることもある。小学校・中学校・高等学校では、学習指導要領に基づいた消

費者教育の機会があるが、今後は、職域でも、新入社員向けの研修などをはじめとして、消費者教育を実施していくことが求められる。

こういった家庭や企業における消費者教育を支援していくことも重要である。

**参考資料**

**審議経過**

開催日	主な審議事項
平成 19 年 6 月 28 日	【第 5 回 消費生活審議会】 「啓発部会」の設置を決定。会長が、啓発部会委員 6 名を指名。
平成 19 年 11 月 9 日	第 1 回 啓発部会 (1) 啓発部会の今後の運営について (2) 検討事項の確認
平成 20 年 7 月 10 日	【第 6 回 消費生活審議会】 「第 1 回啓発部会」の報告 報告に関する委員からの意見聴取。
平成 20 年 10 月 24 日	第 2 回 啓発部会 (1) 高齢者を見守る地域力の強化 (2) 学校現場との連携強化により消費者教育の推進について (3) 市民による自主的・組織的な消費者啓発の推進について

**福岡市消費生活審議会 啓発部会 委員名簿**

任期：平成 19 年 4 月 1 日～平成 21 年 3 月 31 日

氏名	所属・団体	備考
牛尾 隆英	(株)岩田屋 営業推進部 マルチメディア担当	
岡 精一	福岡県弁護士会	部会長
沼田 イヅミ	福岡市消費者問題を学ぶ会 前会長	
根岸 美佐緒	公募委員	
宮前 訓子	公募委員	
山口 勝子	福岡商工会議所女性会 副会長 ((株)山口油屋福太郎)	

(五十音順)