

2017年1月6日

京都府知事
山田 啓二 殿
(ご担当 府民生活部 消費生活安全センター)

内閣総理大臣認定適格消費者団体
特定非営利活動法人京都消費者契約ネットワーク
理事長 高嶋 英弘 (京都産業大学法科大学院教授)
〒604-0847 京都市中京区烏丸通二条下ル秋
野々町529番地ヒロセビル4階
TEL075-211-5920 FAX075-746-5207
E-mail jimukyoku1@kccn.jp

「京都府消費者教育推進計画」(中間案)に対する意見

第1 総論としての意見

1. 変化する消費生活相談内容を基に、消費者教育をめぐる状況に合わせて「消費者教育推進計画」を改定されることは歓迎するものであり、とくに、消費者市民社会の構築を基軸とし、エシカル消費の推進を重視していることは重要と考えている。
2. 本推進計画は「京都府安心・安全な消費生活の実現を目指す行動計画」における消費者教育に関する項目についての内容を充実強化し策定するものとしているが、行動計画は平成28年3月に改定されており、本推進計画との計画期間のズレが生じている。消費者の視点に立って、計画的・総合的に推進していくためには、本行動計画と統一して計画を策定すべきである。
3. 民法が改正されて成年年齢が引下げられたならば、社会的経験の乏しさによる判断力不足に乗じて取引が行われることにより、消費者被害が18歳から19歳に広がることが懸念される。成年年齢の引下げに対応し、若年者に対する消費者教育強化をすすめている点は、評価する。
4. 今回の中間案は、全体として、網羅的、抽象的である。確かに、数値目標は示されているが、実現の道筋や主体が不明確で、具体的内容が見えてこない

点で不十分である。特に中間案の「消費者教育推進員を養成し、学校、市町村、地域団体等の関係者と連携して啓発活動や消費者教育を実施」とあるが、具体的にどのような人材を指すのか。そして、平成28年3月改正の京都府安心・安全な消費生活の実現を目指す行動計画の消費者教育の推進においては、小・中・高校・大学等に働きかけ、消費生活相談員を積極的に派遣し出前講座を実施するとしているが、その関係性はどうなるのか、更には、「くらしの安心推進員」との関係性はどうなるのか、連携はどうするのか、全く記載されていない。

5. また、消費者教育でめざす消費者像が抽象的である。消費者教育推進法ができたときにはこの程度の抽象的な消費者像で良かったかも知れないが、同法成立から4年が経過して実践が積み重ねている中では、年齢や社会における立場に応じた具体的な知識や能力をあげておく必要がある。そうしないと、その次に記載されている「推進の方向と今後取り組む事業」がめざすべき消費者像に適切に合致しなくなるおそれがある。

具体的には、「被害を回避し、トラブルに適切に対処できる消費者」は、①消費者問題や消費者被害の知識を持つこと（知ること）を前提に、②問題や被害に気付く力、③説明を求める力、④断る力、⑤相談する力、⑥被害回復をする力、⑦自分だけでなく回りの②～⑥をサポートする力を付けることである。②から⑦の力が「消費者力」であり、その消費者力の源は、①である。悪徳商法の実態の知識だけでなく、相談場所、解決制度などを知らない「消費者力」は発揮できないし、「知っている」だけでは消費者力は発揮できない。消費者教育推進法3条の基本理念で述べている、知識だけでなく実践する能力を育むとはそういう意味と考えられる。そのためには年齢や社会における立場に応じた知識と消費者力（実践的能力）の両方を常に組み合わせた消費者教育が必要であるが、消費者像での分析が十分でないために、具体的な施策が異なった教育が必要となると考えられる知識と消費者力（実践的能力）向上を適切に組み合わせられているとはいいがたく、施策が羅列されているようにも見える。

第2 個別の課題と施策への意見

1. 京都府では、年齢や社会における立場に応じた消費者教育の実践の研究はどこで行われているのでしょうか。教育系統の大学や教師・消費者関係者による恒常的な研究や予定されている推進校の実践例を集約して発信していく

機関が必要である。講座、推進校等をいくつ増やしても、これらの実践を集約・研究する機関がなくては、教育レベルの向上は期待できない。

そのためには、消費者教育センターのような、そこへ行けば消費者教育についての情報が判る機関の設置が必要である。

2. 消費者被害を未然防止し、トラブルに対処できる消費者の育成として、「成年年齢の引下げ」と「高齢者被害」に分けられており、若者と高齢者に対しては、強化されているが、世代によって遭いやすい消費者被害が異なっていることから、20代後半から50代の職場における消費者教育の機会の充実も勧めるべきである。
3. 成年年齢の引下げへの対応として、以前に京都における大学内でのマルチ商法が蔓延し被害が拡大した実態もあることから、特にマルチ商法(連鎖販売取引)について、高等学校等の学内で蔓延させないよう学生に向けて、情報発信するとともに、蔓延させない対策も含めて教員に対する支援も強化すべきである。
4. 高校生等を対象に契約責任などを内容とする教育を実施とあるが、京都府として高等学校の卒業時までには最低限必要とする具体的な消費者問題に関する知識、対応力等のカリキュラムを定めるとともに、学習指導要領に基づく講座プログラムの提案や教材の開発等を実施し、更なる消費者教育の充実をはかるべきである。
5. ネットトラブルへの対応として、事前に手口を知っていれば防げることが多いことから、スマホ等を通じてネットトラブル事例や対処方法等について情報発信とあるが、それに留まらず、HP上で、2分から3分の動画を活用した消費者に分かりやすい情報発信も行うべきである。なお、その際には、動画を補う形の簡単なパワーポイント等を活用した解説も情報提供すべきである。
6. エシカル消費の普及促進について、市町村、関係団体、大学、事業者等の幅広い主体と連携しエシカルフェアの開催とあるが、エシカル商品等に対する理解を促進するためには、定期的を開催すべきであり、消費者月間のように開催時期を固定して行い、フェアの開催自体を定着させるべきである。

7. エシカル消費について、平成 28 年 2 月にエシカル消費・商品等に関する意識・行動調査を実施しているが、毎年継続的に行い、調査のみで終了するのではなく、調査結果を用いて、どのような取り組みを行ったのか、その成果についても公表すべきである。
8. 京都府において、被害救済の重要拠点である消費生活安全センターが、消費者教育においても拠点となるべきである。消費者教育は消費者被害の現状を把握した上で、未然防止にとどまらず主体的に考え行動する消費者を育成することが重要であり、救済と教育は車の両輪である。よって、幅広い主体との連携・協働による取組の推進について、核とするのは府消費生活安全センターのみとし、拠点を 1 カ所に集中させることにより、齟齬をきたさないようにした上で、庁内関係部局との連携や市町村、消費者団体との連携・協働をして推し進めていくべきと考える。また、上記 1 記載の消費者教育センターを消費生活安全センターの中に設置すべきである。

以上