

(3) 消費者教育の推進について

平成 24 年 8 月に成立した「消費者教育の推進に関する法律」では、消費者被害を防止するとともに、これまでの消費者問題として取り上げられていた商取引に関することに限らず、環境、経済、社会及び文化等の幅広い分野での消費活動について、消費者が自ら考え、行動できるよう、学びの機会を支援することが重要であるとされています。

消費生活センターでは、市民のみなさまにご意見をお聞きし、消費者教育を効果的に進めるために役立てていきたいと考えています。

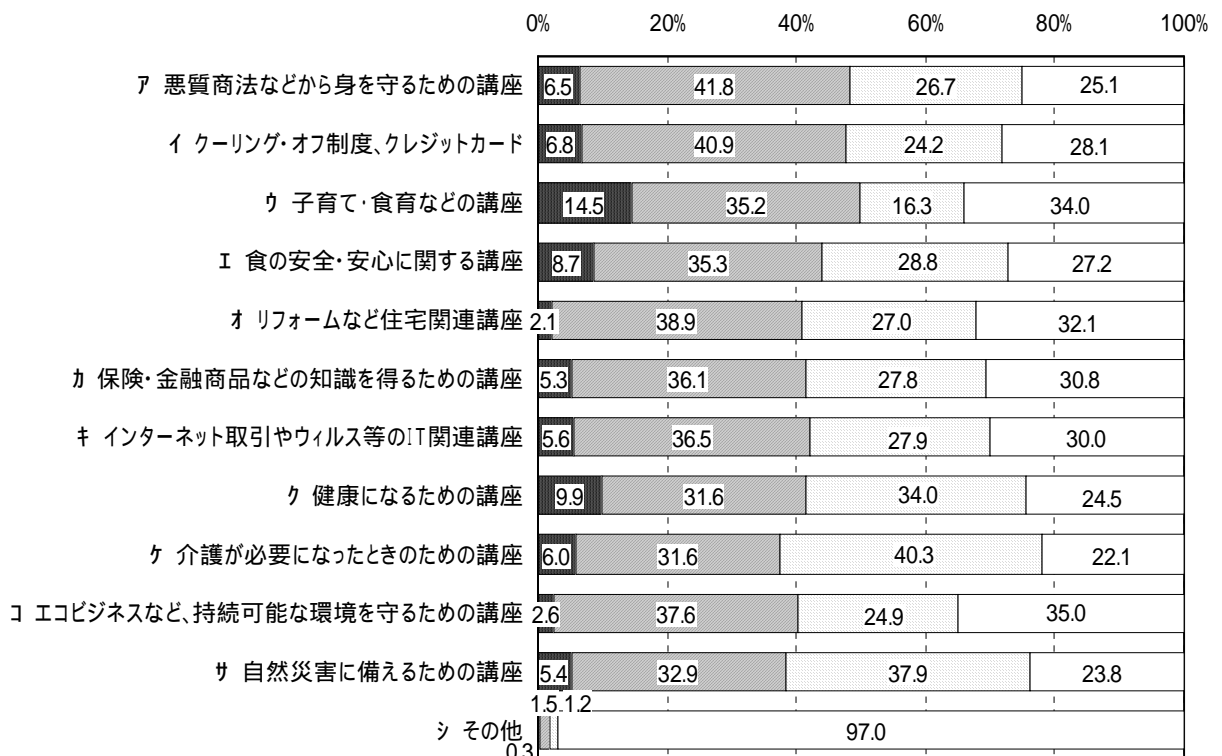
消費者教育の学習経験と今後の希望

あなたは地域や学校で、次のような消費生活に関する講座や研修会に参加したことはありますか。また、どのような講座を受講したいですか。以下のそれぞれについて、1 から 3 のあてはまるものにをつけてください。

学習希望の高いのは、介護・自然災害・健康などへの備え。

- ・「実際に学習したことがある」とする割合が高いのは 子育て・食育などの講座（14.5%）、健康になるための講座（9.9%）、食の安全・安心に関する講座（8.7%）などである。「機会があれば、学習してみたい」の割合は 介護が必要になったときのための講座（40.3%）、自然災害に備えるための講座（37.9%）、健康になるための講座（34.0%）などで高い。

消費者教育の学習経験と今後の希望



■ 実際に学習したことがある □ 関心はあるが、学習していない □ 機会があれば、学習してみたい □ 無回答

- ・「機会があれば、学習してみたい」とする割合を年齢別にみると、介護が必要になったときのための講座 や 健康になるための講座 は60～64歳の層で高い。自然災害に備えるための講座 は30～39歳や60～64歳の層で高い。子育て・食育などの講座 や 食の安全・安心に関する講座 は30歳代までの比較的若い層で高い。

「機会があれば、学習してみたい」の、属性ごとの全体との差 (単位は%)	ア 悪質商法・詐欺などから身を守るための講座	イ クーリングオフ制度、クレジットカード(契約関係)	ウ 子育て・食育などの講座	エ 食の安全・安心に関する講座	オ リフォームなど住宅関連講座	カ 各種保険・金融商品の知識を得るための講座	キ インターネット取引やウィルス等のIT関連講座	ク 健康になるための講座	ケ 介護が必要になったときのための講座	コ エコビジネスなど、持続可能な環境を守るための講座	サ 自然災害に備えるための講座	シ その他
	全 体(n=1,891)	26.7	24.2	16.3	28.8	27.0	27.8	27.9	34.0	40.3	24.9	37.9
20～29歳(n=122)	23.8	24.6	<i>28.7</i>	<i>35.2</i>	23.8	<i>35.2</i>	32.0	32.8	38.5	27.9	36.1	1.6
30～39歳(n=282)	29.4	28.0	<i>27.7</i>	<i>35.1</i>	<i>36.9</i>	<i>36.9</i>	<i>34.8</i>	35.8	37.9	<i>32.3</i>	<i>45.0</i>	1.4
40～49歳(n=379)	30.1	<i>29.3</i>	20.6	31.4	<i>34.3</i>	<i>35.4</i>	31.4	34.3	40.4	<i>30.3</i>	39.6	1.8
50～59歳(n=284)	<i>33.1</i>	<i>30.6</i>	15.8	29.6	<i>32.4</i>	<i>33.5</i>	<i>34.5</i>	36.3	44.7	27.8	41.9	0.4
60～64歳(n=175)	26.9	22.9	14.9	30.3	24.6	26.9	28.6	<i>40.0</i>	<i>50.3</i>	26.3	<i>42.9</i>	1.1
65～69歳(n=216)	22.2	17.1	9.3	24.5	21.8	22.2	25.9	30.6	39.4	20.8	33.8	1.9
70歳以上(n=424)	20.8	17.2	6.1	21.7	15.3	12.7	16.0	31.1	36.6	14.2	30.0	0.5

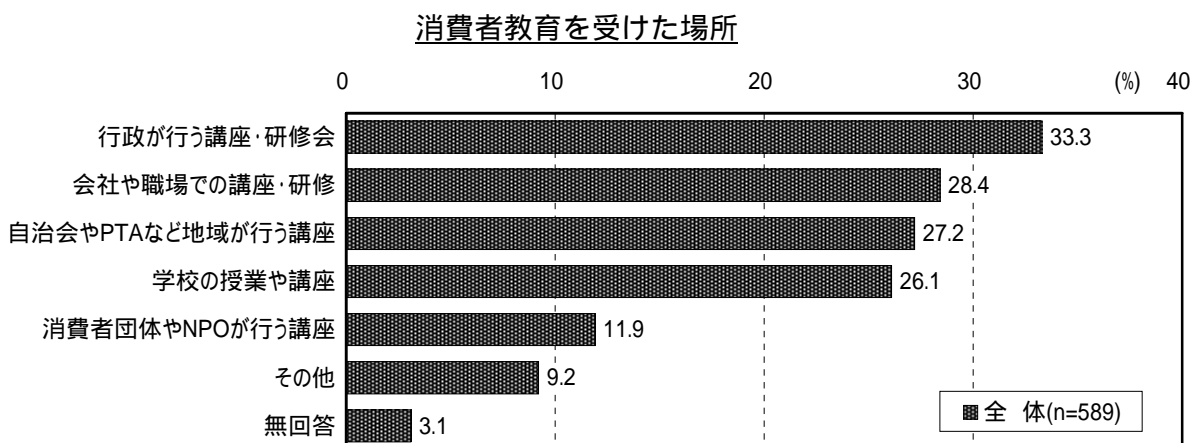
数値の太字斜体は、全体を5ポイント以上上回るもの。

消費者教育を受けた場所

問18 「実際に学習したことがある」と回答した方にお尋ねします。どこで参加しましたか。
(あてはまるものをすべて選んで)

行政が行う講座・研修会が1/3。

- ・「行政が行う講座・研修会」が33.3%で最も多い。「会社や職場での講座・研修」(28.4%)、「自治会やPTAなど地域が行う講座」(27.2%)、「学校の授業や講座」(26.1%)などはほぼ同じ割合である。

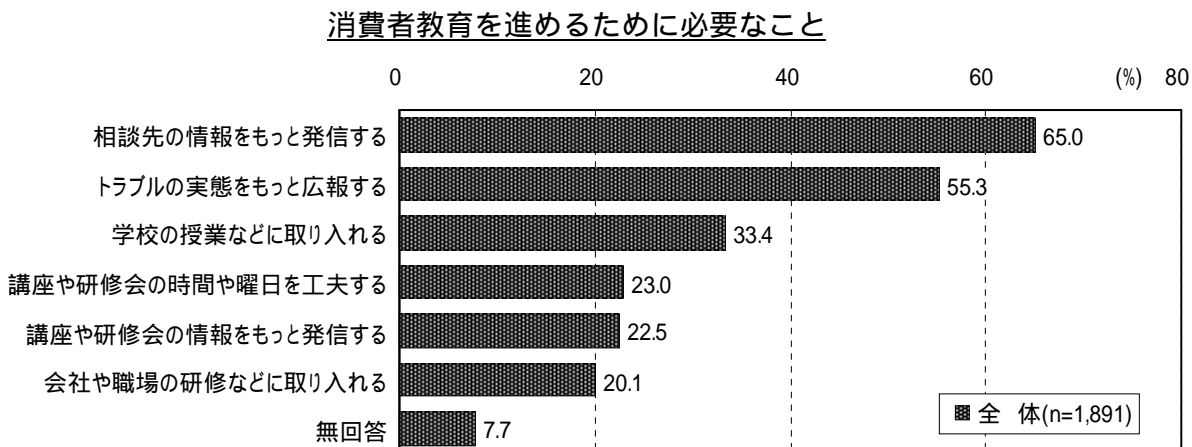


消費者教育を進めるために必要なこと

問19 安全で安心な生活を送れるよう、市民が消費生活について学習を進めていくためには、どのようなことが必要だと思いますか。(あてはまるものをすべて選んで)

相談先の情報とトラブルの広報が過半数。

- ・「消費者トラブルに遭ったときの相談先の情報をもっと発信する」が65.0%で最も多い。これに「消費者トラブルの実態をもっと広報する」の55.3%が次ぐ。



施策に向けての一言 <消費者教育の推進について>

社会の高齢化、グローバル化、情報化、サービス化が進むにつれ、消費者に求められる知識は日々変化しており、消費者基本法（平成16年改正）に定められている消費者教育の普及を更に進めるため、『消費者教育の推進に関する法律』が平成24年8月に成立した。

「消費者教育の推進に関する法律」の要綱によれば「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（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をいうものとする」として定義されている。消費者教育の範囲は幅広く、生活のあらゆる領域に関わるものである。

問17は回答者に対して、消費生活に関する講座や研修会への過去の参加状況について尋ねている。もっとも高い参加率を示したのは「子育て・食育などの講座」の14.5%である。「機会があれば学習してみたい」という回答が最も多いのは、「介護が必要になった時のための講座」で40.3%である。これに次ぐのは「自然災害に備えるための講座」で、37.9%となっている。また34%の回答者が「健康になるための講座」をあげている。高齢化社会、災害、健康などに高い関心が集まっている。

この問いにおける年代ごとの分布をみると、介護、災害、健康については60歳代の関心が高いことがわかる。ただし災害については30歳代がさらに高い関心を示している。それ以外の項目については20歳代から40歳代の比較的若い層が相対的に高い関心を示す傾向となっている。この世代は働き盛りでもあり、また育児期間でもあるので関心はあってもなかなか時間を作るのが大変かもしれない。

消費生活と経済社会との関わりが多様化・複雑化し、地域・家族のつながりが弱まる中で、社会の安定と持続可能性を確保するには、消費者が、自らの意思決定や消費行動がもたらす影響と社会的役割を自覚し、他者への配慮や地球環境の保全などに関心を持てるような様々な学習機会が提供されるべきであろう。消費者教育には知識だけでなく、実践的な能力が育まれるよう、家庭、学校、地域などにより、幼児期から高齢期までの様々な時期に応じた体系的なプログラムが望まれる。

問18はこのような消費者教育の学習経験者に対し、どこで参加したかを尋ねたものである。最も多いのが行政によるもので33.3%である。ついで会社職場（28.4%）、自治会・PTA（27.2%）、学校（26.1%）となっている。消費者教育の推進に関する基本方針では、誰もが、どこに住んでいても生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受ける機会を提供されることとなっているため、いずれも参加したことのない市民が受講できるような工夫が望まれる。

問19は消費者教育を進めるために必要なことを尋ねている。65%の回答者が「相談先の情報をもっと発信すること」を選択している。これに次いで多く選ばれているのは、「トラブルの実態をもっと広報する」（55.3%）である。良質な情報の提供が求められていると言える。

調査結果からは、市民が消費者教育を消費者被害にあわないための教育として理解している様子が見えてくる。一方で『消費者教育の推進に関する法律』でいう消費者教育では、自らの消費行動が社会や環境に与える影響を消費者自身が自覚することが求められている。そのためには年齢に応じた教育機会の提供と担い手の育成が必要であり、消費者教育について一層の市民啓発が望まれる。

（関西学院大学 山田真裕）