

## 日本の消費者教育における自立支援に関する研究 —東京都練馬区消費生活センターを事例にして—

陳 菁浩\*

### 1. 問題の所在と研究課題

1960年代に入ると日本は高度経済成長を迎えた。それは大量生産、大量販売、大量消費に突入して、日々新しいモノやサービスが大量に生産されて消費者に提供されていた時代であった。しかし、企業が大量販売の効率性を過度に追及するなかで、手抜きをしたり、誤った商品の標示をしたりする事件が絶えない。これに対して、消費者が個人的に対応することは困難である。つまり、消費者は新しい商品やサービスについて、客観的で正確な情報を得るための十分な術を持っているとはいえない。結果として、消費者の被害が絶えないという状況が生じている。

このような社会的背景のもとで、1960年代以後、消費者保護に関する政策が展開されてきた。1968年には、「消費者保護基本法」が制定され、行政・事業者・消費者の役割が明確に定められた。時代の発展にともない、単に食の安全問題などの消費者利益を侵害する問題に留まらず、消費者が商品やサービスに関して事業者との間でトラブルに遭うケースが急増するに至った。こうしたなかで、従来のように消費者を一方的に保護する「消費者保護基本法」の枠組みでは対応が不十分であることが明らかになってきた。規制緩和の進展に伴い、消費者自身が「自立した主体」として、積極的に自らの利益を確保する必要がある。改訂された「消費者基本法」では「自立した消費者」という像がより明確化された。同時に、行政は消費者の自立のための環境整備を行ってきた。1990年代に入って日本の消費者行政は、商品知識を学んで賢くなるだけでなく、自己の消費生活を営むことができるという消費者像を目指すようになってきた。これを受け、消費者に対して多様な教育事業が行われてきた。

本研究では、消費者教育における消費者の自立支援に着目し、その支援を通して、消費者がどのように自ら消費の安全意識を高めるかを考察する。さらに、その消費者自立支援に至るプロセスにける教育的な意味について検討する。それを達成するため、本研究では、消費者行政の第一線の機関である消費生活センターを対象として考察する。消費生活センターの主たる業務は、消費者相談、商品テストおよび消費者啓発教育である。しかし、経済社会の変化が激しいなかで、消費生活を取り巻く問題は多様化し、消費者相談内容も複雑化している。こうした状況から、消費生活センターが単独で消費者教育を担うだけでは、多様化する消費者ニーズへの対応、消費者問題への機動的な対処などの面で課題があるといえる。その現状を打破してい

---

\* 筑波大学大学院博士前期課程教育学専攻2年

くためには、消費者に効果的な教育を提供するため、消費者団体との連携強化を進めていくことが重要であると指摘される（主要参考文献[3]）。

したがって、消費者教育の推進にあたっては、一方が教える側で他方が学ぶ側という「承り型」の学習に基づく消費者教育では不十分である。消費者が学習計画づくりの過程に積極的に参画することが重要であると考え。そこで、本研究では、住民参画の仕組みを取り入れた消費者の自立育成事業に注目する。消費生活センターにおける地域住民と消費者行政の協働事業の実態に関する検証を通して、自立した消費者を育成する方法を明らかにする。消費者の自立は、個人の自己責任によって担われていくのではなく、消費者問題に取り組んでいる人たちが集まり、力を合わせることによって可能になるのではないかと。このような考えから、本研究では、消費生活センターにおける消費者の教育事業を分析することとする。

以上を踏まえて、本研究は、消費者が自らの消費安全意識を高めていくことが重要であるという立場から、消費者の自立について考察し、消費者の自立を教育的な側面から支援していく際の課題を明らかにすることを目的とする。その際、消費者行政の第一線の機関である消費生活センターを対象として考察し、住民参画の仕組みを取り入れた消費者の自立育成事業に注目する。消費生活センターにおける地域住民と消費者行政の協働事業の事態に関する検証を通して、自立した消費者と育成する方法を明らかにする。

## 2. 論文の構成

序章 問題の所在と研究課題

第1章 消費者問題の現状と課題

第1節 消費者問題の現状と課題

第2節 消費者政策の変遷

第3節 消費者自立支援政策の動向

第2章 消費生活センターの設置と事業

第1節 消費者行政における消費生活センターの位置づけ

第2節 消費者自立支援に関する取り組みの展開

第3節 消費生活センターの開設と事業

第3章 東京都練馬区消費生活センターの消費者教育事業

第1節 東京都練馬区消費生活センターの概況

第2節 練馬区消費生活センター運営連絡会

第3節 区民参画による消費者教育事業と自立支援

終章 本研究のまとめと今後の課題

### 3. 論文の概要

第1章では、日本の消費者を取り巻く問題の現状について、主に1960年代の高度経済成長期以降に焦点を当てて、消費者問題の変遷を社会的な背景から検討した。さらに、消費者問題の変化を年代ごとに検討し、今日的な消費者問題の課題を提起したうえで、消費者行政の行う政策を分析した。

戦後1950年代に食品メーカーの製造過程で混入した有害物質及び公害による食安全に関する事件から、今日では食安全だけではなく、輸入食品問題、金融問題、通信技術の発展に伴うトラブルなど消費者が抱えている問題の多様化、複雑化という特徴が見られる。消費者問題に対応するため、日本の消費者政策は、主に1968年の「消費者保護基本法」制定以後、その基本的な枠組みを尊重しつつ、消費者関連法の制定や、消費者行政組織の整備などを通じて、その充実・強化が図られてきた。

消費者問題の時代的な変化に伴い、特に近年は内容も多様化、複雑化している。これに対して、従来のような一方的に消費者のみを保護する「消費者保護基本法」の枠組みでは対応が不十分であることが分かる。規制緩和の進展に伴い、消費者も主体的に行動し、自由で多様な選択を行うことを求められる。つまり、消費者も、「自立した主体」として、積極的に自らの利益を確保する必要がある。改訂された「消費者基本法」により「自立した消費者」という像がより明確化された。同時に、行政は消費者の自立のための環境整備を行ってきた。

「消費者教育推進に関する法律」では、消費者が消費者市民社会の形成に積極的に参画することが明確に規定された。先行研究に基づいて、筆者は、消費者の自立が個人の自己責任によって担われていくのではなく、消費者問題に取り組んでいる人たちが集まり、力を合わせることで可能になるという仮説を提示した。

第2章では、地域における消費者行政の第一線の機関として、消費生活センターの事業を概観した。この章では、まず、消費者教育の関連諸機関における消費生活センターの位置づけを整理した。次に消費生活センターの基本状況を分析し、消費生活センターによる消費者教育の課題を明らかにした。

消費生活センターとは、第1章での消費者問題に対応するため、消費者行政側は消費者自立を支援する時に、消費者行政の第一線機関であった。本章ではまず消費生活センターと関連諸機関の位置づけを整理するため、消費者庁及び国民生活センターの設立背景と基本的な役割を整理した。そのうえで消費者教育における消費生活センターに関する各種統計資料を分析し、課題を明らかにした。消費生活センターは、第1章で分析した「消費者基本法」に至る理念的経緯、消費者庁の設立経緯からも明らかのように、実務を行う上で関連諸機関との関係性が強い組織であると考えられる。特に国民生活センターは、地方行政機関である消費生活センターとの上位関係ではなく協力関係にあると捉えられた。

次に、これら関連諸機関によって取り込まれる消費者自立支援を、取引の保護、教育的な支援、

普及啓発という三つの部分に分類した。取引の保護については、取引の過程で弱い立場の消費者を保護するため、消費者支援は、主に、消費者の利益の保護、被害に対しての注意喚起、業者側の規制、表示の適正である。教育的な支援については、消費者自立支援は学校での支援が主に消費者教育の政策的な面で授業、講座等の直接的な支援である。地域での支援は、主に専門的な講座の実施の支援と地域団体の連携の促進である。普及啓発については、主に、消費者教育に関する政策の公表、啓発講座の実施、消費者保護するための関連機関、団体の連携の促進である。以上によって、日本の消費者自立支援は取引の現場から学校まで、学校から地域まで、全面的な自立支援が行われることが分かる。

自立支援政策を整理した上で、消費者自立支援に関する取り組みの展開を分析した。「消費者保護基本法」から「消費者基本法」への政策転換によって、消費者の自立が求められる。本来が弱い立場で生きている消費者にとって、多様化、複雑化を進展している現代消費生活に対して、自立支援は条件整備的な観点から分析することが必要と考える。これらの取り組みと一般消費者とをつなぐ窓口としての機能は消費生活センターに期待されている。消費生活センターは、実務上の課題にこたえていく中では最も一般消費者に密接な機関と考えられるが、各種統計上は必ずしも一般消費者に理解されていない。そこで消費者教育の実態と課題を明らかにするためには、消費生活センターを分析対象としてより詳細に取り上げる必要がある。その中でも特に「消費者基本法」に示される「自立」に対する支援がいかなる営みであるか解明する上では、消費生活センターにおいて実施される消費者教育の中でも一般消費者の参画を含む事例について分析する必要があると論じた。そのうえで、本研究の調査地として消費生活センターにおける消費者教育の実態を分析する際に着目すべき視点を二つ導き出した。第一に、消費者教育の実施主体およびその構成員が関連諸機関といかなる組織構成をもち、いかなるメンバーシップでもって事業に携わっているか着目する必要がある。第二に、消費者教育に対して一般消費者がどのように関わっているのか、またいかなるメンバーシップでもって事業に携わっているか着目する必要がある。

第3章では、本研究の課題としての住民参画活動による消費者教育事業に注目した。自立する消費者の育成という本研究の課題を踏まえて、東京都練馬区の区民参画による消費者教室の事業を調査対象として選定した。

練馬区の消費生活センターと、区民によって構成される消費生活センター運営連絡会の概況を整理した。そのうえで、消費生活センターの取り組みの特徴、消費者教室の企画、運営に消費者団体がどのように参画しているかについて観察するとともに、消費生活センターにおける地域住民と消費者行政の協働事業を通して消費者の自立性がどのように涵養されているかを分析した。

練馬区の消費者教室の事例からの自立支援においては、消費生活センター運営連絡会が重要な役割を担っていた。連絡会は区民が自主的に組織するものである。同会は、消費者教室事業

を企画する際にして、一消費者の自覚を持ちつつ、練馬区消費生活センターと連携している。つまり、練馬区においては、連絡会が区と意見交換する中で消費者教育を実施している。

区民および担当者たちは、自立支援を構成する主体でありながら、なおかつ自身も消費者である。連絡会員は、講座のテーマを選定するために自主的に学習会を行い、資料や情報を収集し、職員と連携してプログラムの企画書を作成していた。このプロセスにおいて、端々に見え隠れする当事者の意識こそ、自立支援を構成する主体としての積極性を生んでいる可能性が指摘された。そこには、練馬区民の参画による消費者自立支援事業の特徴がみられるのではないかと考えられる。ここで論じた消費者は連絡会の担当者たちであり、練馬区の消費者意識の全体に手放しに一般化されるものではない。しかし、消費者自らこのような事業の企画に参画することを通して学習して成長し得ることは、消費者自立支援の事業に対して新たな支援方法や学習形式を提供することができるのであろう。

さらに、消費者教室を実施することは区民の自立を促すことになると思われる。消費者教室の企画運営の過程で運営連絡会メンバーが、それぞれの意見を表明して、問題を共有するといったことが分かった。

#### 4. 今後の課題

本研究では、日本の消費者自立支援の特徴を整理した上で、消費者の自立のあり方の一つを提示した。今後の消費生活センターの自立支援の研究課題を提示すると、以下の2点にまとめられる。第一に、消費生活センターのリソースの問題である。消費生活センターは行政上規模の大きな組織ではない。そのため、消費生活センターが教育的効果を発揮するには、一般消費者の理解と協力が必要であることが明らかとなった。今後、このような協力関係をどのように形成するかが課題となるであろう。第二に、消費者教育の内容を構成していく主体の当事者意識である。消費生活センターで実務にあたる関係者は、消費者教育の実施者であると同時に、消費者でもある。この二面性こそが、実施主体の当事者意識を醸成していると考えられ、今後注目に値する課題であろう。

本研究において取り上げた連絡会員は、積極的に消費生活センターと連携して消費者教育事業を企画していた。ここにおいて一般消費者としての自立した姿の一例を明らかにできたのではないだろうか。しかし、このような取り組みに参加していない一般消費者に対して、本研究はまだ論究できていない。これは本研究において取り上げた練馬区だけではなく、消費生活センターでの区民参画の事業の共通的な課題と思われる。練馬区に限らず、今後とも地域住民の参画する事業の事例研究を通してさらに検討する必要がある。あわせて、練馬区の活動を調査することを通して、筆者は連絡会員の高齢化問題に気付かされた。主体的な参画には、当然のこととして時間を要する。そのため、必然的に参加者の年齢層、職業が限られてしまう。これま

で見てきたように、消費生活センターにおいて取り上げる消費者問題は、個人的な問題ではなく、地域社会における共通的な問題であった。今後の課題として、一般消費者の主体的な参画をどのように広げていくか検討する必要があるだろう。

## 5. 主要参考文献

- [1] 今井光映・中原秀樹『消費者教育論』有斐閣、1994年。
- [2] 奥村美代子・谷村賢治『生涯消費者教育論—生活の安全保障を考える』晃洋書房、2004年。
- [3] 『消費生活センターにおける消費者教育の現状と課題』国民生活センター、1988年、p. 4。