

消費者教育の意義と課題

法政大学国連グローバル・コンパクト研究センター
夏合宿(2008. 8. 2.)

日本女子大学 細川幸一

消費者問題の解決とは？

市場における事業者と消費者の情報力、資力、交渉力等における非対称性の是正

●そのための手段は？

- ①強すぎる事業者の活動を規制する→規制法制
- ②弱い立場の消費者を支援する→支援法制

支援法制の内容

- ☆ 選択情報等の提供
- ☆ 交渉における援助（相談、あっせん、調停）
- ☆ 自立した消費者になるための教育・啓発
⇒消費者教育

消費者教育⇒自立できる賢い消費者の養成

賢い消費者とは？

- **買い手**として賢い選択ができる
- **生活者**として生活設計ができる
- 自立した**経済主体**として需要を創出し、供給のあるべき姿に対して主導権を握る⇒消費者主権論
- **政治主体**として経済秩序維持のための法的・社会的枠組みを構築していく

賢い購入者 + 市場経済の主体としての自覚
buymanship citizenship (consumer citizen)

消費者教育の担い手と対象者

<u>担い手</u>	<u>対象者</u>	<u>方法</u>
学校	生徒・学生	授業・課外活動
行政	市民	講座、印刷物
家庭	家族	生活実践
消費者団体	消費者	講座、学習会
企業	消費者・従業員	印刷物、講座

大きくは家庭教育、学校教育、成人教育に分類

ビデオ

ミニ社会の小さな市民たち(25分)

米国の小学校での消費者教育の試み

まとめ

日本

- トラブル対処方法の伝授が中心
- 受験教育偏重のなかで消費者教育は不十分
- 座学中心の授業のため関心を持たれず
- 消費者教育ができる教員の不足
- 教員のバックアップ、スキルアップ体制の不備
 - ⇒ 質、量ともに消費者教育が不足
 - ⇒ 日々変化する問題に対応できない
 - ⇒ 消費者市民を教育するという視点が希薄

まとめ(つづき)

欧米

- 消費者教育は消費経済教育が中心
- 教員の創意工夫の余地が大きい
- 地域・社会で賢い消費者を育てるという素地
- 市民教育の一貫としての消費者教育
⇒ 賢い消費者が民主主義を支えるという認識