

令和2年度

消費者教育 フェスタ

身近なところから
始めよう!



成年年齢引下げに向けた地域における消費者教育

議事録

目次

1. 基調講演 3

若年者への消費者教育に関する取組や成年年齢の引下げに関する対応等についての先駆者や専門家からの講演

講師：横浜国立大学名誉教授 西村 隆男 氏

「自ら考え行動できる消費者市民へ - 成年年齢引き下げを1年後に控えて -」

2. 地方公共団体における消費教育の事例報告

自治体で行っている消費者教育に関する取組や成年年齢の引下げに関しての事例報告

発表者：埼玉県 15

埼玉県教育局県立学校部 高校教育指導課 原口真理子 氏

埼玉県立三郷北高等学校 教諭 石田実里 氏

埼玉県立蓮田松韻高等学校 教諭 池垣陽子 氏

青森県 26

青森県環境生活部 県民生活文化課 長尾裕子 氏

青森県消費生活センター 消費者教育コーディネーター 増田あけみ 氏

沖縄県 35

沖縄県教育庁県立学校教育課 平良みどり 氏

沖縄県子ども生活福祉部 消費・暮らし安全課 消費生活センター 西原とも子 氏

3. パネルディスカッション 41

テーマ「消費者教育の推進体制を構築する際のポイントと授業展開」

登壇者：コーディネーター

横浜国立大学名誉教授 西村 隆男 氏

パネリスト

(公財) 消費者教育支援センター専務理事・首席主任研究員 柿野成美 氏

埼玉県教育局県立学校部高校教育指導課 原口真理子 氏

埼玉県立三郷北高等学校 教諭 石田実里 氏

埼玉県立蓮田松韻高等学校 教諭 池垣陽子 氏

青森県環境生活部県民生活文化課 長尾裕子 氏

青森県消費生活センター消費者教育コーディネーター 増田あけみ 氏

沖縄県教育庁県立学校教育課 平良みどり 氏

沖縄県子ども生活福祉部 消費・暮らし安全課 消費生活センター 西原とも子 氏

基調講演

「自ら考え行動できる消費者市民へ ～成年年齢引き下げを1年後に控えて～」

横浜国立大学 名誉教授

西村 隆男 氏

皆さま、こんにちは。横浜国立大学 西村でございます。本日はオンラインという形ではございますが、ただいまから、「消費者教育フェスタ」の基調講演ということでお話をさせていただきます。

「自ら考え行動できる消費者市民へ —成年年齢引き下げを1年後に控えて—」と題しまして、60分ほどお話をさせていただく予定でございます。長くなりますが、どうぞ最後までお付き合いをいただければありがたいと思います。

それでは、早速、お話をしてまいります。今日のお話の骨子といたしまして、8つほど並べております。

お話の骨子

- 1 成年年齢引き下げとは
- 2 「契約」を知る
- 3 成年年齢引き下げの背景と課題
- 4 若年者の消費者被害の実態
- 5 学校消費者教育を重視へ
- 6 責任ある消費とは
- 7 SDGs時代の消費の在り方
- 8 教育課程の改編

©NISHIMURA, Takao (YNU2021)

2

成年年齢引き下げとは、一体何なのか。

先ほどご挨拶の中でお話が出ましたが、「契約」というものは一体何なのか。

それから、成年年齢引き下げは、いかにして決まったのか。課題は何なのか。

そして、問題となっている若年者の消費者被害の実態、これはどんな状況なのかということ。

さらには、学校教育。今日もパネルディスカッションで中心的話題になると思いますが、学校の消費者教育を重視する。

そして、さらに一歩進めて、では、責任ある消費ということは、どういう観点で進めていくことなのか。

あるいは今まさに世界各国の課題になっておりますSDGsに、どのように関連していくのか。

さらには、新カリキュラムが始まっておりますが、教育課程の再編について。

このあたりのお話を中心に進めてまいりたいと思います。

成年年齢引下げで変わること

- ・18歳で親の承諾なしに契約ができるようになる
 - ・18歳で未成年者取消権の行使ができなくなる!
 - ・男女ともに結婚できる年齢が18歳となる
 - ・10年有効のパスポートが申請できる
- 2022年
4月1日より

©NISHIMURA, Takao (YNU2021)

3

さて、成年年齢引き下げで、何が変わるかということをご簡単に整理しました。18歳で親の承諾なしに契約ができるようになるということです、まず、単純に言えば。つまり、現在は20歳が成人でありますので、20歳で承諾なしに契約ができる。18歳、19歳の方はできないということになるわけですが、今、文科省の方のご説明がありましたように、18歳で未成年者取消権の

行使ができなくなるということになります。

ほかの点としては、男女とも結婚できる年齢が18歳になる。共通になるということ。

それから、些細なことかもしれませんが、これまで5年のパスポートであったものが、10年有効のパスポートが申請できる、というような中身が含まれているわけでありませぬ。

もちろん、お酒であったり、タバコであったりするものは従前と変わらず、20歳からということになっております。

自分の意思のみで契約できる！

- ▶ 自分名義のクレジットカードを持ち自由に使える
- ▶ 家を出てアパート暮らしのための契約が単独でできる
- ▶ スマホの購入や機種変更、キャリア変更も自由にできる
- ▶ 借金も自由にできる

©NISHIMURA, Takao (YNU2021)

4

成人、18歳になると、自分の意思で契約ができるということでありませぬ。例えば、自分の名義でクレジットカードを持ち、自由にショッピングができる。家を出てアパート暮らしをする。そのための賃貸借契約、これも自分で決められる。

さらには、皆さんが一番関心のあるスマホの購入であったり、機種変更であったり、あるいはキャリア変更、こういったものも親の承諾なしに自由にできる。

また、これは問題でもありますけれども、借金も自由にできる。このような状況が来年の4月からスタートするということでありませぬ。

「契約」とは何かを知る必要がある

私たちの日々の生活は商品・サービスの購入で成り立つ
(市場経済社会)

他人が作ったものを (どんなふうにも作られたかも知らずに)
購入せざるを得ない社会

売買取引の基礎は契約による

©NISHIMURA, Takao (YNU2021)

5

そのためには、「契約」とは何かということをしかり知る必要がある。私たちの社会は、自由主義社会、市場経済といってもいいわけですが、全て商品・サービスの購入で成り立っているわけだ。つまり、他人が作ったものを、もっと言えば、どのように作られたとも知らずに、お金を出して購入せざるを得ない。

今まさにコロナ禍で、外に出られない。ですから、

注文をして届けてもらう。こういったサービスが、ある意味、脚光を浴びているわけですが、それも全て電話一本で申し込んで、それに了解をもらう。これで契約成立ということになるわけですが、この売買の基礎は契約にあるということを確認しておく必要があるわけだ。

契約は両当事者を拘束することを理解する

契約をすれば、契約上の権利義務を双方が実行することになる



途中でやめたり、返金を求めることはできない (原則)

契約からの解放: 未成年者取消し
クーリング・オフ
消費者契約法による取消し

©NISHIMURA, Takao (YNU2021)

6

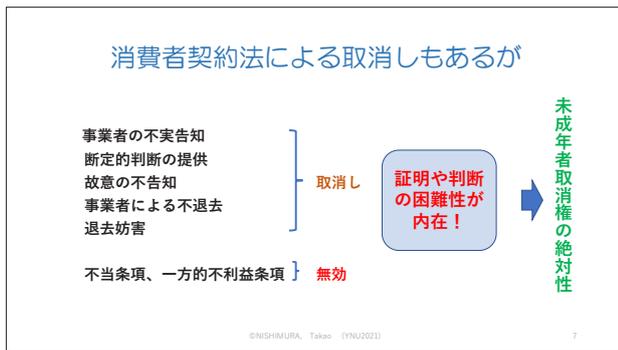
同時に、契約をするということは、その両当事者、つまり売り手と買い手、その両者を非常に拘束するということになるわけだ。それが権利でもあり、義務でもある。契約をすれば契約上の権利義務を双方がそれを履行しなくてはならない、実行しなくてはならない。途中でやめたり、あるいは返金を求めることができないということだ。

そこで、ちょっと考えてみたいのですが、未成年者は、なぜ、取消権が認められているのかということだ。これはよくよく考えてみれば、不自然と感じる方もいらっしゃるかもしれない。なぜ、二十歳、従前、今の状態でいえば、二十歳で未成年から成人になっていくわけですが、この一律に決めてある根拠は、まだまだ社会的な経済的な経験が浅い。こういう若者はうっかりすると、間違えて契約をしてしまうかもしれない。大変な大損をしてしまうかもしれないということだ。多くの国が取っている未成年者、あるいは一定の年齢以下の方々に対する消費者の保護規定というものがあるわけだ。

ですから、逆にいうと、それによって消費者は、未成年者は守られているということだ。これを、では何歳にするかということだ、実は日本の場合、明治29年に民法が成立してから、120年の間ずっと20歳できたということだ。

先ほど未成年者取消権と言いましたが、似たような例ではここにも示していますように、クーリング・オフということがあります。これはよく知られたものであります。消費者側に慎重に考える余裕も与えずに、「絶対儲かる」とか、あるいは「これは絶対必要だ」とか、あるいは巧妙なテクニックを駆使して、考える余裕も与えずに契約を迫るような商法が世の中にはた

くさんあるわけです。その販売の仕方については、法律が一定の保護を加えているわけです。「特定商取引法」という法律によってクーリング・オフ、例えば、8日間という間は、契約をしてしまっても後から取り消すことができるという。これも契約をいったんしてしまってもリセットできる一種の保護規定、未成年者の契約も経験が浅いから、無茶苦茶な契約をしてしまうかもしれない。だけれども、これはリセットできる機会を与えているということになると思います。



もちろん世の中には、さらに2000年にできました「消費者契約法」という法律に基づいた取り消しというものもあります。ここに示すような、実際のことを隠して商品を販売するとか、先ほどこちよっと例を出したけれども、「絶対儲かる」とか、「絶対痩せる」とか、そういう断定的な判断をする。あるいは言わない、まずい部分、マイナスの部分を伝えないというような商売の仕方もあるわけですが、そうしたものは取り消しができる。これが「消費者契約法」で定められています。

しかしながら、そこにも書きましたが、テープに録音しているというようなことであれば、まだいいですけども、その証明、言った、言わない、「そんなこと言ってない」というようなことで訴訟になった場合に、なかなか、その証明の証明責任と言いますか、その証拠性が難しいというところがあります。

そこで、20歳未満の者に対する未成年者取消権というのは、ある意味この世界では「伝家の宝刀」と言われていたゆえんであります。



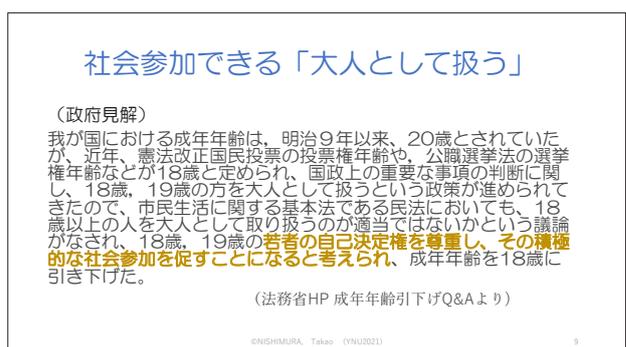
さて、成年年齢引き下げはどのように決まったのか。

この発端は政権党の憲法改正のプロセスにあったということであります。これはご存じの方も多いと思いますが、政権党は憲法改正を行って、自衛隊を憲法9条の中に組み込むことを考えているわけです。これが党の進めていく方針ということになっているわけです。その結果、改正に必要なものは、憲法に定められるように、国民投票が必要になるわけです。国民投票の手続きを前安倍政権のところで、国民投票法、すなわち憲法改正手続法を2007年に定めたわけであります。そのときに、国民投票ができる年齢を18歳と決めました。できるだけ若い人の意見を聞くということの反映だったと思われます。

ところが、その間、それから以後、その推進をしてきた政権でありましたけれども、世論の流れの中で政権交代がありました。さらには、未曾有の大災害である東日本大震災もありました。そういう中で、この議論はそのまま、現在に至るまで継続しているわけですが、一方で、この憲法改正の発議は国会議員が国会で行うわけですから、国会議員の選挙年齢というのは二十歳になっているわけです。そこで、選挙権年齢を引き下げて、国民投票年齢と同じにしないとおかしいという議論が出まして、公職選挙法の改正に至るわけです。これが2015年です。

そのときの国会の付帯決議の中で、この大人年齢を18歳、それに選挙年齢を18歳としたのだから、同じように基本的なものは全て18歳で統一しようという流れが政権党の中で生まれてくる。そして、そこに示しましたように民法の成年年齢、さらには少年法の改正、こういったことも措置を進めていく必要があるということは、そこに明記されています。そうした経緯で、その3年後に、今日の話題であります改正民法18歳成人が成立したという経緯でございます。

政府見解として、法務省のホームページをご覧くださいと、このように書いてあります。社会参加できる「大人として扱う」ためであるということです。これが成年年齢引き下げの根拠であるという説明がされています。



「我が国における成年年齢は明治 29 年以來、20 年とされていたが、近年、憲法改正国民投票の投票年齢、公職選挙法の選挙年齢が 18 歳と定められ、国政上の重要な事項の判断に関し、18 歳、19 歳の方を大人として扱うという政策が進められてきたので、市民生活に関する基本法である民法においても、18 歳以上の人を大人として扱うのは適当でないかという議論がなされ、18 歳、19 歳の若者の自己決定権を尊重し、その積極的な社会参加を促すことになると考えられ、成年年齢を 18 歳に引き下げた。」と、このように書いてあります。

実際に、この結論を得るまでに、どれだけ 18 歳、19 歳の国民の意見を聞いたか、必ずしも定かではありません。

たが、25 歳だった者が 20 歳に下がり、そして、現在 18 歳に下がっているということ。民法は明治 29 年の成立から、20 歳でできたものは来年から 18 歳に引き下がるということ。少年法規定は現在 20 歳のままということが、この図でお分かりいただけるかと思います。



いつ誰が成人に・・・

来年4月1日以降の18歳の誕生日に「成人」となる。

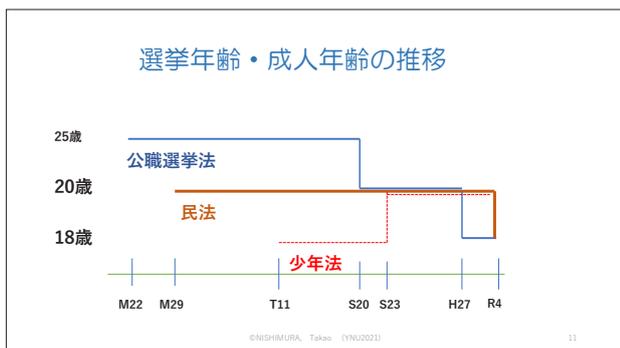
今年15歳の中学3年生は、
今年16歳の高校1年生は、
今年17歳の高校2年生は、
今年18歳の高校3年生は、来年4月1日に「成人」となる

高校3年の誕生日に「成人」

【高校3年生に成人と未成年が混在する！】

さあ、いつ誰が成人になるのか、これは言うまでもなく、今の高校生、あるいは中学生はここに書いたようなことになるわけですが、今年、正確に言う来年度です。この 2021 年度に、今、高校 2 年生で、この 4 月から高校 3 年生になる方たち、この方たちは来年の 4 月 1 日、要するに来年の 3 月までには 18 歳になるわけですから、来年の 4 月 1 日に法律が施行されますので、来年の 4 月 1 日に「成人」ということになります。

そうすると、今の高校 1 年生、この 4 月から 2 年生になる方たちは、3 年生のときに成人と成人ではない、誕生日が来ると成人になりますから、混在するという状態になります。



これは、選挙年齢・成人年齢等の推移を簡単に示したものであります。公職選挙法は明治 22 年にできまし

では、具体的に、この若年者の消費者被害ということを考えてみたい。なぜかと言いますと、これはこの国会の審議の中でも非常に話題になった事柄として、18 歳に成人年齢を引き下げることによって、消費者被害が増えるのではないかと、若者の消費者被害が増えるのではないかと。契約に理解が不十分、取引経験が浅い若者が引かかるのではないかとということでもあります。

具体的な例として、ここに書いたようなものがあるわけです。こういった事柄の心配をしている。もちろん、消費者被害が発生する根拠というのは、どうしても情報不足、情報格差がある。あるいは交渉力の格差がある。事業者は非常に組織として大きいわけですから、一人消費者が狭い路地でアポイントをされるとか、あるいは一方的に何人かに囲まれて商品の販売を迫られるとか、あるいはデート商法のものに絡まれるとか、というようなことは往々にしてあり得るわけでもあります。

政府のアクションプログラム

【若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム】
(文科省・消費者庁・法務省・金融庁) 2018年7月改定

実践的な消費者教育の取組の推進

- 1 高等学校等における消費者教育の推進
 - ①学習指導要領の徹底
 - ②消費者教育教材の開発、手法の高度化
 - ③実務経験者の学校教育現場での活用
 - ④教員の養成・研修(別紙)
- 2 大学等における消費者教育の推進(略)

そのために、政府としても法を通すために、「通したことによって」と言ったほうが正確です。このアクションプログラムを関係 4 省庁で作ったわけです。これが現在まで、いろいろな活動になっているわけで、その一端は高等学校に「社会への扉」という、その契約についての理解を深めるための教材を作り配布して、授業で活用してもらうというようなこともあります。ある

いは教員の方へ研修の機会を増やすといったアクションプログラムを組み込んだわけです。

また、この中で外部人材を活用するということが大きなテーマになっています。消費生活センター相談員さん、あるいは弁護士、司法書士、こういった方々にも協力をいただいて、出前講座、出張講座などをしていただくということが挙げられています。

外部人材の活用と留意点

専門家の活用
消費者トラブルに詳しい専門家には、消費生活専門相談員、弁護士、司法書士らが存在する。（相談先は自治体の消費生活センターや消費者行政担当窓口）

留意点
学校事情や教育指導には素人。事前の打ち合わせが欠かせない。生徒の理解を促す手法（アクティブラーニング）などを要望することが望ましい。

©NISHIMURA, Takao (YNU2021) 14

しかしながら、その一方、これは文科省から、このところ毎年、従来は3年ごとですけれども、全国の教育委員会と各大学に対して消費者教育の取組状況調査をやっているわけですが、このほんの一部であります。これをご紹介しますと、市町村教育委員会も含めて、全体で約1,800の自治体があるわけですが、これを対象にしまして、約1,200の県、政令市、市町村教育委員会からの回答があったわけでございます。

これに関し、その質問の1つを挙げてみますと、「成年年齢の引き下げで新たに、または拡充した消費者教育があるか、ないか」ということですが、特に「ない」とお答えがあったのは86.7%で、この数字はやや驚きでございます。つまり、教育委員会として、まだまだ、この成年年齢引き下げについて、特別の対応は行われていない。もちろん、消費生活センターは対応しているという側面があるかと思えます。

一方で、この新規に拡充した取り組みとしては、「ある」とお答えした5%のところは、学校への情報提供、教材の提供、あるいは消費生活センターとの連携強化ということをやってきたということでもあります。

消費者教育取組状況（教育委員会調査2019）

Q成年年齢引下げで新たに、または拡充した消費者教育の有無

+	なし(86.7%)
+	あり(4.9%)

Q新規・拡充した取組

学校への情報・教材の提供	68.9%
消費生活センターとの連携強化	40.5%
教員対象の研修	37.2%
専門家の学校派遣	29.7%

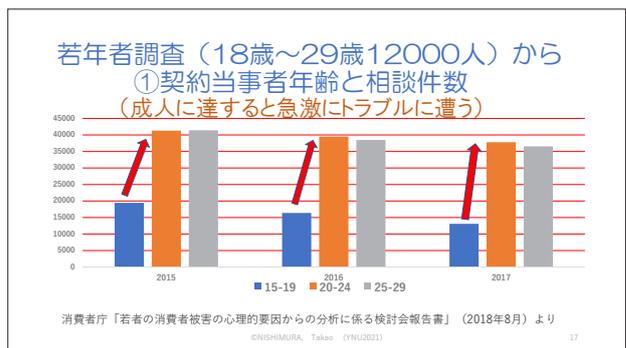
（文科省総合教育政策局「消費者教育取組状況調査2019」より）

©NISHIMURA, Takao (YNU2021) 15

その5%ではありましたが、約60の自治体は、

成年年齢引き下げを踏まえて、新規拡充したことで取り組む、目指すもの、これは何なのか。もちろん、被害に遭わない、加害者にならない、こういう消費者の育成であるということは何も言うまでもございませぬ。

非常に注目したいのは、そうした中であって、この一番下にございますように、「社会の一員としてより良い市場、社会の発展のために積極的に関与する消費者の育成」ということを挙げている。こういうことで、より良き市民、いわゆる社会参加できる市民を、消費者市民を作っていくということも消費者教育の拡充目的にあるということ。こういう回答があったところでございませぬ。

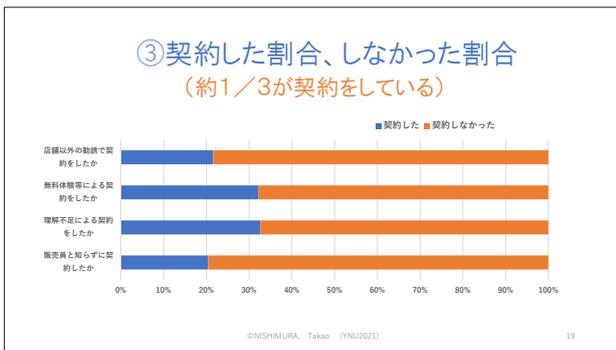
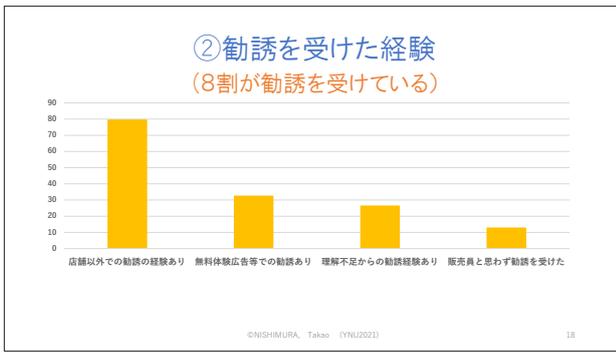


さて、これは驚くなかれ、国民生活センターのデータでございますけれども、青い部分が15歳から19歳、つまり現在の未成年で、この未成年者の相談がだいたい15,000件くらいということになります。国民生活センターに、各地の消費生活センターに消費者相談として上がってきたものをトータルで、PIO-NET（パイオネット）を通じて国民生活センターで集計されますが、この一番左のグラフが2015年、真ん中2016年、一番右が2017年と、若干古くなりますけれども、これがそれぞれ15,000件ないし、14,000件くらいのものは、20歳を越え20歳から24歳になると、相談が倍増していくということなんです。

これは一体何を意味しているかということなんです。つまり、20歳になると、契約の撤回ができなくなるから、そこをターゲットとした消費者取引が拡大するという、1つのシグナルであると読むことができるわけです。

そこで、では、どうして若者たちは簡単に、そうした消費者被害に巻き込まれていくのかということを消費者庁が調べました。これが、一番下のグラフの下に書きました「若者の消費者被害の心理的要因からの分析に係る検討会報告書」というものでございませぬ。

これは若者約12,000人、18歳から29歳をターゲットに調査をしたものですが、勧誘を受けた経験を聞きましたら、このように8割が「勧誘を受けた経験がある」



④勧誘の内容

・無料で（特別な価格で）～するかどうか	29.4%
・美容に興味はないか	20.5
・就職に不安はないか	5.4
・いいもうけ話がある	4.9
・投資に興味は無いか	3.6
・資格に興味はないか	3.3

消費者庁「若者の消費者被害の心理的要因からの分析に係る検討会報告書」（2018年8月）より
©NISHIMURA, Takao (YNU2021) 20

⑤声を掛けてきた人の印象 (1/3は好印象を受けている)

・とてもよい印象だった	2.1%
・どちらかといえば好印象だった	34.0
・どちらともいえない	32.3
・どちらかといえば印象が悪かった	14.8

消費者庁「若者の消費者被害の心理的要因からの分析に係る検討会報告書」（2018年8月）より
©NISHIMURA, Takao (YNU2021) 21

と回答しているわけです。

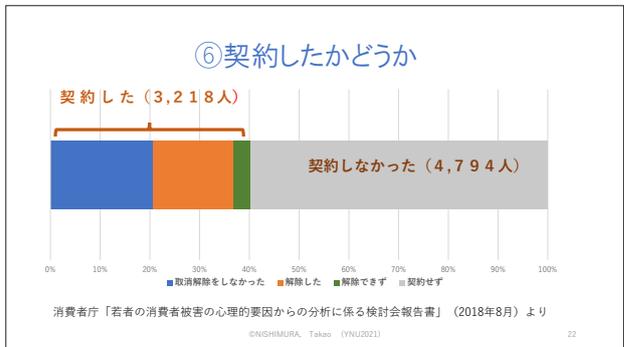
また、これも驚くべきことですが、契約をしてしまった、その勧誘を受けた結果、「契約をしまった」というのが約3割、1/3が契約をしているという事実があるわけです。

では、どうして契約してしまったのか。これは圧倒的なのは、無料・特別価格ということ。皆さんがこんなの引かかるといけないと、案外「無料」だという言葉で申し込んでしまったという方も、今、聞いている方の中にもいらっしゃるかもしれませんが、無料ということで始めることは、私も経験として恥ずかし

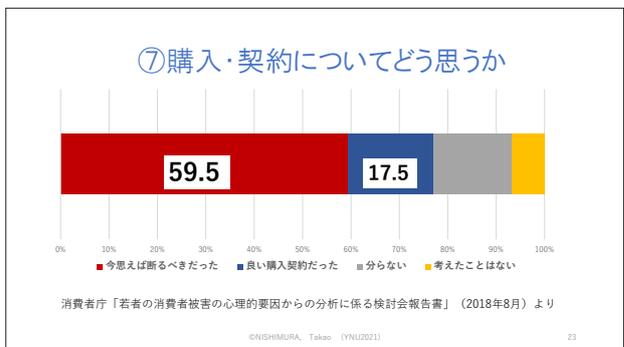
ながらあります。これが3割です。

それから、特に女性を中心に美容に興味はないか、あるいは就職、儲け話、投資、資格、こういったものに引きずられていくということでもあります。

これも常に興味深いデータですが、その声を掛けてきた人は、どんな印象だったかということを知っています。これについて、3割以上の方が「好印象だった」と答えています。つまり、その身なりから、あるいは言葉遣いからして、非常に気持ち悪いと、いかにも悪質商法だというような顔をして接近してくるということは、おそらくないわけです。一人でも多くの方に、契約締結に持ってきたいわけですから、あたり良く、触り良く、遠回しに、最後は本丸に迫っていくと思えますけれども、こういう印象を受けている。正直に答えているわけです。



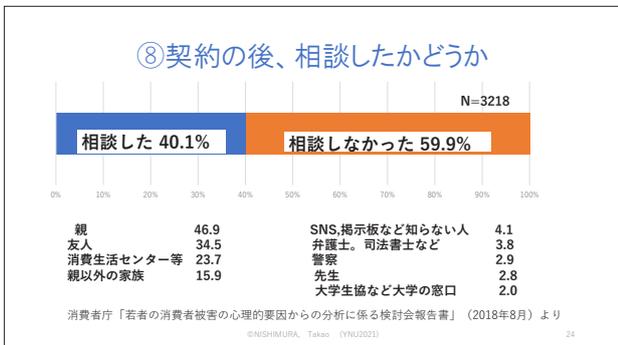
そして、結果的に先ほど申しましたように、約1/3、1万人くらいの中で3,000の方が契約をしているわけです。そのうちの「契約の解除をしなかった」は、約半分あるわけです。だから、契約をした人の中でも、解除までいった、クーリング・オフを利用するとか、あるいは消費生活センターに相談するとか、友人や先生からアドバイスをもらって解約した人が半分弱、そして、しかしながら、約1,500人が解除しなかったということでもあります。



購入・契約についてどう思うか。これも聞いています。結局、契約をした約3,500の方、この6割が「今思えば断るべきだった」と、事実、後悔をしているわけです。冷静になって考えてみたら、あのとき契約しなければ

よかった。

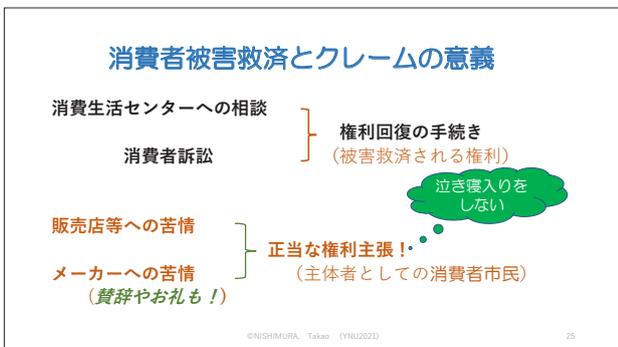
しかし、ここでも注目すべきは、この調査をしてもなお、17.5%の人は「良い契約だった」と、あれはほとんどなくおかしい契約ではなかったというように回答していることであります。



また、「分からない」「考えたことはない」という、こういう回答もあったわけです。

これがデータについての最後のお話になりますが、この約3,200人の契約をした方々、この方は「相談をした」というのが40%、「相談をしなかった」というのは60%と、4割は相談しています。

では、相談をしたのは誰に相談したのか。意外に多かったのは親となっています。これが約5割です。お友達が34%、そして、消費生活センター等が23.7%、このような結果になったということでもあります。



では、今、調査結果を最後に見ましたように、もし被害に遭った、あるいは何か疑義がある、おかしいと思った場合に、どうすればいいのでしょうか。もちろん、消費生活センターに相談する。ちょっと勇気があるかもしれません。

場合によっては、これはもう裁判によっても権利の回復を求めることができるわけです。また、直接に正々堂々と販売店なり、メーカーに自分からおかしいと思う点、あるいは改善すべき点を伝えるということも消費者に認められた正当なる権利であります。相談をしたり救済を求めたりするのは、消費者の権利として、消費者基本法に明確に定められているわけです。

消費者教育の重要性への認識

消費者教育の原点

賢い消費者 → 自立する消費者 → 行動する消費者
(60年代) (80年代) (00年代)

2012年 消費者教育推進法の成立

→ 消費者市民としての消費者

©NISHIMURA, Takao (YNU2021) 26

さて、こうした契約の重要性の理解などを含めて、この消費者教育の必要性、重要性の認識は年々高まってまいりました。かつては、「賢い消費者」、「自立する消費者」と言ってきました。そして、「行動する消費者」という言葉もございました。

これらはそれぞれ、今もちろん生きているわけですが、消費者教育の重要性認識を高めたものは、2012年の「消費者教育推進法」でございます。

消費者教育推進法とは

(目的)

- ①消費者と事業者との間の情報の質・量、交渉力の格差などに起因する消費者被害を防止する
- ②消費者が自らの利益の擁護・増進のため自主的・合理的に行動できるよう自立を支援する
- ③消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利である (1条)

↓

消費者教育の総合的な推進を国及び地方公共団体の責務とする (4条)

©NISHIMURA, Takao (YNU2021) 27

この推進法は、制定までに約4年かかりました。我が国では、決して多くない議員立法の1つとして成立したものであります。この法律には、制定には私自身も当時、消費者教育学会の長をしておりましたので、国会議員の方々との勉強会以来、ロビー活動を含め、いろいろと関わらせていただいたものでございます。

法律を作るためには、立法の趣旨が必要ですし、その具体化として法律の文言に制定の目的、これはスライドに示したものであります。被害の防止、自立支援でもあり、そして、消費者教育を改めて消費者の権利として位置付けたわけでもあります。

また、この一番下に書かせていただいているように、「消費者教育の総合的な推進を国及び地方公共団体の責務とする」、これが大きな影響をそれぞれの自治体に与えたと思います。

そして、この「消費者教育」、この定義として消費生活に関する知識や技能の習得、これはある意味、スキルであり、知識であります。これに加えて、消費者市民としての意識形成、行動力。この育成がこの消費者教育として2条の1項に定義されたものであります。

「消費者教育」の定義

「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教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動を行う」（2条1項）

消費者教育

消費生活に関する知識や技能の習得

消費者市民としての意識形成と行動力の育成

+これに準ずる啓発活動

©NISHIMURA, Takao (YNU2021)

28

「消費者市民社会」の定義

「消費者市民社会とは、消費者が個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会をいう」（2条2項）

将来世代を考慮した消費行動の不可避性

公正で持続可能な社会形成への参画

©NISHIMURA, Takao (YNU2021)

29

将来の社会、あるいは今日の社会に影響力を与える消費者を作っていくという、この「消費者市民社会」は、新しい用語であります。これは当然に、日本国内の法令、数千とあると思いますが、新しい言葉については定義が必要になりますので、このような定義を付けて、法文の中に収めたわけであります。

重要なのは将来世代、今だけではなくて、例えば、気候変動とか、それから地球温暖化、あるいは人権、貧困の問題、世界的なそうした問題、こういったものも考えながら、公正で持続可能な社会形成へ参画を促す。こういうことを担える消費者を作っていくというのが、「消費者市民社会」を考える意味合いでございます。

消費者市民としての消費者

社会へ影響力をあたえられる消費者（責任ある消費者へ）

経済的市民：消費、非消費の選択を通じて市場に影響を与える

倫理的市民：地球環境、人権、社会貢献などを考慮し消費する

政治的市民：企業や役所に自身の意見を投げ社会参加する

©NISHIMURA, Takao (YNU2021)

30

別の言い方をしますと、社会へ影響力を与えられる消費者、責任ある消費者づくりということになります。育成ということになります。

経済的市民、使う・使わない、商品を買う・買わないということを通じて、市場に影響力を与える。いわゆる円の投票者です。それから、地球環境、人権、社会貢献などを考え、消費をする。さらには企業、ある

いは地域自治体であったり、そういったところに進んで自身の気づきや発信をしていくということでありませす。こうした社会参加ができる消費者、これは「消費者市民」ということで。

エシカル消費（倫理的消費）とは

環境への配慮

人や社会への配慮

地域への配慮

グリーン購入
自然エネルギー利用
エコマーク付き製品
有機農産物
国産材使用
車のレンタル・シェア
エコホテル
動物福祉製品
FSC認証
MSC認証

障がい者作業所製造品の購入
生産・流通段階で児童労働、紛争鉱物の社会問題や環境問題を引き起こしていない製品（エシカルファッション）、フェアトレード品の購入
寄付付製品の購入
社会的責任投資

地産地消
地元商店での買い物
応援消費
被災地産品購入
伝統工芸

©NISHIMURA, Takao (YNU2021)

31

このことは「エシカル消費」ともつながります。最近、はやりの言葉で「エシカル消費」、耳にされた方も多いと思います。エシカル、これは倫理的なという意味でありますけれども、環境であったり、あるいは人や社会への配慮であったり、あるいは地元・地域への配慮。

具体的な例はここに示す、1つの例でございませけれども、こういったものを進めていくことで、地域を豊かにしていく。あるいは人や社会に優しく消費をしていく。あるいは先ほども触れましたが、この地球温暖化に対して、どうやって自分ができることがあるのか考えていく。こんな消費像を考えていくことが大事だということでもあります。

責任ある消費者とは

消費行動に責任の取れる消費者像

➡ 推進法で言う**持続可能な社会構築**ができる消費者

➡ **市場における主体となる消費者**

©NISHIMURA, Takao (YNU2021)

32

まとめますと、「責任ある消費者」これは消費行動に責任が取れる消費者ということになるのではないかと思います。推進法でいう、持続可能な社会構築ができる消費者ということでもあります。

また、消費者主体として、市場で臆することなく、契約をし、行動ができる。もし、間違っても契約をしても、キャンセルができる。このような消費者になっていかなければならないということでもあります。

さて、先ほど環境の問題で、地球規模の社会課題として、海洋汚染の問題があります。この大きな要因は、ご存じのようにプラスチックであります。

プラスチックによる海洋汚染



海洋プラスチック汚染とは
Marineplastic net HP より



死んだクジラからポリ袋 8キロ
時事通信記事より (タイ天然資源環境省提供)
2018年6月

©NISHIMURA, Takao (YNU2021)

33

最近、レジ袋の有料化が始まって、多くの方が実践されていると思いますけれども、今ここに示すように、まだまだプラスチック汚染はとどまるところがないという状況であります。

どうやら、オーストラリアの研究者のグループによりますと、人間は1週間にクレジットカード1枚分のプラスチックを食べていると、こういう話がございませう。だいたい5グラムだそうですけども、いわゆるマイクロプラスチックというものが海洋の中ででき上がって行って、それを食した魚がそれを捕獲し、それらをわれわれが食べるということになってきている現状があるわけです。

きなくなったわけです。それで、今ほとんどが焼却されているわけです。焼却すれば当然にCO2が大量に発生します。

この日本ばかりでなくて、各地で異常気象により大洪水が起きたり、山火事が起きたり、今、日本でもさまざまな被害が出てきている事実が散見されます。

SDGs (持続可能な開発目標) とは



©NISHIMURA, Takao (YNU2021)

35

そういう中で、このもう1つの大きな話題でもあります、政策課題になっておりますSDGs、これとも絡めて消費者教育を理解する必要があるだろうと私は思っています。

Food loss(食品ロス)



©NISHIMURA, Takao (YNU2021)

34

あるいはフードロス。これも大きな問題です。われわれの消費の仕方、これを見直さなければなりません。

世界を変えるための17の目標

- | | | |
|----------------------|-------------------|----------------------|
| 1 貧困をなくそう | 8 働きがいも経済成長も | 14 海の豊かさを守ろう |
| 2 飢餓をゼロに | 9 産業と技術革新の基盤をつくらう | 15 陸の豊かさを守ろう |
| 3 すべての人に健康と福祉を | 10 人や国の不平等をなくそう | 16 平和と公正をすべての人に |
| 4 質の高い教育をみんなに | 11 住み続けられる町づくりを | 17 パートナーシップで目標を達成しよう |
| 5 ジェンダー平等を実現しよう | 12 つくる責任つかう責任 | |
| 6 安全な水とトイレを世界中に | 13 気候変動に具体的な対策を | |
| 7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに | | |

©NISHIMURA, Takao (YNU2021)

37

この中身は、皆さんもよくご存じの「世界を変えるための17の目標」、貧困をなくそう、飢餓をゼロに、ここから始まりまして、12番目の「つくる責任つかう責任」、そして、全体として協力しながら目標達成していこう。

それぞれは一見バラバラに見えますけれども、相互に絡み合っている17の目標であります。そして、それぞれにはターゲットというのがあって、トータルで169のターゲットが描かれています。2015年に国連で採択されたものであります。

温暖化(異常気象)によるものか?



台風19号による被災(2019)



カリフォルニアの山火事(2020)

©NISHIMURA, Takao (YNU2021)

35

先ほど温暖化と言いました。これも、この先、プラスチックの廃棄の問題もあります。プラスチック、従前は東南アジアに廃棄物として輸出していたわけです。われわれ、プラごみと称して出しますけれども、ところが、各国がその輸入を規制するようになり、輸出で

SDGsへの道のり

- 1960s~80s 国連開発の10年(1次~3次。援助による経済成長)
- 1990s 人間開発(Human Development)への注目。
開発を個人の潜在能力の開発と捉える。
- 2000s~2015 MDGs(ミレニアム開発目標)を採択。対象は途上国。
(貧困・飢餓、初等教育、女性、乳幼児、妊産婦、疾病、
環境の持続性、連帯)
- 2015~2030 SDGs(持続可能な開発目標)
先進国を含む国際社会全体の開発目標
(誰一人取り残さない) (YNU2021)

38

これに至るまでの間、すでにこの環境問題含め、60年代から、国連として動きはございました。そして、2000年に入りましてから、ミレニアム開発目標と言いまして、「MDGs」これを決めた。対象が途上国で、先進国はそれを支援していく。貧困、飢餓であったり、教育が十分でない乳幼児、助産婦の問題、疾病の問題、こういったことを支援していくということであった。

ところが、それだけではもう無理だということが分かって、先進国も含めて全ての国々がこの問題に取り組んでいかなければならないということで、全会一致で決議したのが「SDGs（持続可能な開発目標）」であります。

目標12 つくる責任・つかう責任

ターゲット3 **小売・消費レベルにおける食料廃棄の半減**

- 世界の食料廃棄は年間13億 t
日本は事業者から331万 t、**家庭から312万 t**
(2012年調査、可食部分)
(参考) 日本のコメの生産量800万 t
- (仏) **2016年食品廃棄禁止法制定**
400m²以上のスーパーは売れ残り食品の廃棄禁止
慈善団体との契約義務化

©NISHIMURA, Takao (YNU2021) 39

この目標の12番目、ここには消費生活に関して、しばしば引用されておりますが、このうちのターゲットの3番、ここに注目をしてみますと、先ほどお示しました食品ロスの問題、食料廃棄の問題がありまして、具体的なターゲットでは、食料廃棄を半減させる。つまり2030年までに現在の廃棄、これが約600万t、日本ではあるわけですが、これを半分にしなさいと。これの目標に向かって進めということでもあります。その600万tのうちの約半分は、家庭からというようになっています。

フランスでは、2016年に「食品廃棄禁止法」ができました。日本でも遅ればせながら、2019年に「食品ロス削減推進法」というものが定められ、ようやく本格的に動きが始まったところがございます。

教育課程の改編（学習指導要領の改訂）

小学校	告示	2017年3月	
	全面実施	2020年4月～	家庭科に「売買契約の基礎」
中学校	告示	2017年3月	
	全面実施	2021年4月～	家庭科に「クレジット契約」
高等学校	告示	2018年3月	
	全面実施	2022年4月～	公民に新科目「公共」

©NISHIMURA, Takao (YNU2021) 40

さて、教育課程、これについてお話を少しさせていただきます。学習指導要領、今日は学校の先生方も大勢、

聞いてくださっていると聞いておりますが、今年度から小学校で始まりました新学習指導要領、この家庭科を見ますと、売買契約の基礎というものを扱うようになっています。教科書を開いてみますと、確かに、消費者は、「これください」と言って、それに対して「はい、かしこまりました」とお店さんが言うことで、契約というのは成立するということが書かれています。「売買契約」という言葉も小学校の教科書に出てきています。これは従前の教科書にはなかったものであります。

また、中学校、これはこの4月からスタートするわけですが、中学校では「クレジット」、従前では高等学校で学習をしていた内容が中学校に下りてまいりました。3者間契約です。クレジットが入ると、やや複雑になってまいりますが、これを中学で教えるということになりました。

さらに来年の4月から、また、これも大きく変わるわけですが、この中に公民科、これまで現代社会という科目がありましたが、これが模様替えをしまして「公共」という新科目になることが決まって、現在、教科書が準備されているというところであります。

学習指導要領に初めての前文

（これからの学校には）一人一人の生徒が、自分の良さや可能性を認識するとともに、あらゆる他者を価値ある存在として尊重し、多様な人々と協働しながら様々な社会的変化を乗り越え、豊かな人生を切り拓き **持続可能な社会の創り手**となることができるようにすることが求められる。

©NISHIMURA, Takao (YNU2021) 41

今回の指導要領で、私が1つ注目しているのは、戦後、これまで約10年おきに学習指導要領は、その時代時代のさまざまな諸問題に対応すべく、改訂をされてきたわけですが、初めて、これまでなかった「前文」というのが入りました。ちょうど憲法の前文のように、学習指導要領にも2ページほどの「前文」が入りました。

これを見ますと、短い文章ではありますが、「一人一人の生徒が、自分の良さや可能性を認識するとともに、他者を価値ある存在として尊重し、多様な人々と協働しながら、さまざまな社会的変化を乗り越えて、豊かな人生を切り拓き、持続可能な社会の創り手となることをできるようにする」と、なかなか難しいと思いますけれども、まさに持続可能な社会、サステナブルな社会をつくっていく。その担い手に、児童・生徒がなっていくことが求められるということです。ですから、「全ての教育活動というものが、ここに収められなければならない」、こういうように謳っています。

高校・新教科「公共」

自立した主体としてよりよい社会の形成に参画する私たち

(1) 主として法にかかわる事項

多様な契約及び消費者の権利と責任

売買、土地・建物の貸し借り、雇用など
未成年者の取消権、不完全な意思表示
私法に関する基本的な考え方（契約の意義、基本原則＝
自己責任原則、自由平等な人格としての私人、侵害されな
い財産権など）

©NISHIMURA, Takao (YNU2021)

42

先ほど触れました高等学校の「公共」、ここではほんの一部だけのご紹介にとどめますけれども、「自立した主体として、よりよい社会の形成に参画する私たち」としまして、この主として法にかかわる事項をおいたわけです。

どちらかというと、これまでの現代社会は、いわゆる中学でも扱う公民分野、政治経済的な中身、ここでも共通ですが、いわゆる広報、パブリック論に関する部分、とりわけ憲法に関する部分を中心だったわけですが、今回は私法、私法領域にウェイトが裂かれるようになってきた。

ですから、そこの中に多様な契約及び消費者の権利と責任で、かなり難しい中身が入ってまいります。契約の意義であったり、基本原則イコール自己責任原則、自由平等な人権と人格としての私人、このような言葉も指導要領の中に入ってきています。主権者教育を進めるということになっているわけでございます。

高校・家庭

家庭基礎

C 持続可能な消費生活・環境（従来は「生活の自立と消費と環境」） 消費生活の現状と課題、消費行動における意思決定や契約の重要性、消費者保護の仕組みを理解する。

(1) 生活における経済の計画

預貯金、民間保険、株式、債券、投資信託等の基本的な金融商品の特徴、資産形成の視点にも触れる
年金生活へのリスクに備えた経済的準備としての資金計画を具体的な事例を通して考察できるようにする
<解説>

©NISHIMURA, Takao (YNU2021)

43

さて、家庭科です。家庭科では、持続可能な消費生活、そして環境ということで、このような中身がございます。先ほどの公民科の中身、あるいは家庭科の中身については、この後のパネルディスカッションでも、それぞれ公民科の先生、家庭科の先生も今日はパネリストにいらっしゃいますので、ご発言があるかと思えます。

この家庭科で申しますと、ここでも「責任ある消費」という言葉が出てまいります。「持続可能な社会を目指し、主体的に行動できるようなライフスタイルを工夫する」ということも掲げられております。

高校・家庭（続）

(2) 消費行動と意思決定

適切な意思決定と「責任ある消費」

(3) 持続可能なライフスタイルと環境

持続可能な社会を目指して主体的に行動できるよう安全で安心な生活と消費について考察しライフスタイルを工夫する。

©NISHIMURA, Takao (YNU2021)

44

主体的で責任ある消費へ！

目標： 自ら考え行動する消費者市民

→18歳に課された契約責任

→消費者に課された地球を生きる上での責任

©NISHIMURA, Takao (YNU2021)

45

「主体的で責任ある消費」ということで、この目標は「自ら考え行動する消費者市民」ということであります。先ほど申しました18歳に課せられた契約責任、つまり18歳になると成人になります。

ということは、先ほど来、いろいろ申し上げたように、未成年者取消権が使えなくなります。撤回ができないということですから、自ずと契約に当たっては十分慎重には慎重に、この契約に当たらずにはならない。

その中身はどういうことなのか。例えば、皆さん方がいとも簡単にオンラインショッピングをされます。特に若者は、オンラインで物を買います。そのときに、例えば、オンラインで、例えば、Amazonでも結構です。どこでも結構です。そのショッピングをされるときに、おそらくスマホ画面上でよく見ていくと、利用規約というものがあるって、その利用規約にチェックマークを入れる。つまり利用規約を承諾しました。あるいは旅行のホテル、宿を取る。あるいは列車を取る。こういったことをスマホで行うわけですがけれども、そのときにも、その旅行会社のオンライン上のその利用規約というものを「承諾しました」というところにチェックをしたいと思います。

さあ、どうでしょう、皆さん、そのオンラインショッピングなり、オンラインで旅行を利用するときに、利用規約を本当に読んでチェックしているのでしょうか。膨大な量の利用規約です。それを見ている人は、ほとんど皆無に近いと思います。しかしながら、チェックをするわけです。チェックをしないと前へ進みません。

そして、これは法律上、「確かに申し込みをしました

か」ということで確認画面というのが出てまいります。そこに「確認をした」ということを必ずチェックを入れるようになっていきます。これは電子契約法で事業者に定められた事業者側の義務であります。これも簡単に契約をしている。

若者、とりわけゲームの課金の問題、最初、無料ということでゲームを始めて、それがやがて、その課金のほうに入ってしまうというようなことも、しばしばあるわけです。親のクレジットカードから課金分が引き落とされている。こういった未成年者被害のケースも消費者被害として、国民生活センターのホームページ等に載っております。そういう意味では、18歳に課された契約責任というものをきちんと考える必要がある。

もう1つ、SDGs、あるいはこの新たな学習指導要領でも、その考え方を示されているような持続可能な社会をつくっていく子どもたち、この子どもたちが、生徒たちが地球を生きる上での責任を果たしていく。どんな消費活動をしたらいいのか。これを考えていく必要があるということ。これが求められている「消費者責任」ということになると思います。

コロナ禍のいま、消費を見直そう！

ステイホーム＝立ち止まって考える時間

飽くなき利便追求
過剰消費の社会

見直そう！

☆☆☆ご清聴ありがとうございました☆☆☆

©NISHIMURA, Takao (YNU2021) 46

コロナ禍ということで、今、改めて消費を見直す必要があるのではないか、このように私は思っています。ステイホーム、しばしばメディアを通じ、われわれはこれを守らなければならないとされています。

ギリシャ、ローマ時代あるいはビザンチン文化などの歴史小説作家として、よく知られる塩野七生さんという方がいらっしゃいます。先日、テレビ番組でこんなことをおっしゃっていました。「ちょうど今は、階段を上っていく、その回る踊り場にいるような、そういう状況なのではないかしら」と、このようにおっしゃっていました。つまり、歴史は次第、次第と、階段を2階、3階と上り上がってきたけれども、今まさに踊り場で立ち止まって考える。いろいろなことを考える時機なのではと。これは本当に必要なものなのか。あるいはこれって、もしかして利便性だけを追求した、その結果の商品ではないか。あるいはあまりにも過剰商

品をしすぎていないか。こういうことを見直すチャンス、そんな社会に、今、われわれは直面している。じっくりと熟慮する。

消費者教育でも、「クリティカルシンキング」という言葉があります。批判的思考、これが消費者教育のベースにあると、従来から言われているところであります。簡単に、さっとオンラインで申し込むのではなくて、本当に必要か考えてみる。これが社会に役立つものか、環境を汚染していないか、途上国の人々を苦しめていることがないかどうか。こんなことを考えながら、消費を少し再認識してみる必要があるだろうと思っております。

今日のお話はここまでにさせていただきます。長時間にわたり、ご清聴ありがとうございました。

(了)