

消費者庁新未来創造戦略本部
国際シンポジウム
パネルディスカッション第1部

コロナ禍における消費者教育の果たすべき役割

カライスコス アントニオス
京都大学大学院法学研究科准教授

2021年3月16日(火)



報告の流れ

- ① 日本における消費者教育
- ② コロナ禍と消費者教育
- ③ EUにおける消費者教育と「アジア・モデル」



① 日本における消費者教育

- 消費者教育の源流である「家政学」
- 21世紀に入り、消費者政策は「保護」から「自立支援」へ
⇒ 「保護」に対する国などの施策が不要との趣旨ではない
- 平成16年(2004年)
「消費者保護基本法」を「消費者基本法」に改正

消費者の権利

消費者が安全で安心できる消費生活を送れるようにするためには、

- 安全が確保されること
- 適切な選択を行えること
- 必要な情報を知ることができること
- 消費者教育を受けられること
- 意見が反映されること
- 被害の救済が受けられること などが重要

- 平成24年(2012年):消費者教育の推進に関する法律が成立



① 日本における消費者教育

「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」 消費者教育推進法第2条第1項

個人の自立



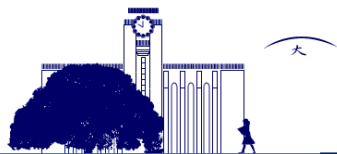
社会の一員として
より良い市場・社会の発展
のために積極的に関与する
という意味での自立

消費者市民社会の形成への参画



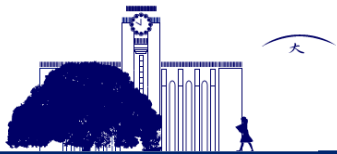
① 日本における消費者教育

- **学校教育の中**に身を置く世代に対する、実践的な消費者教育の実施
 - ⇒ 学習指導要領の充実
 - ⇒ 担い手の指導力の向上(外部人材の活用を含む)
 - ⇒ 教材や消費者教育に活用する情報の提供による支援
- **地域ごと**の、様々な機会を捉えた消費者教育の実施
 - ⇒ 消費生活センターを拠点とする連携体制の構築
 - ⇒ 消費者行政部局のコーディネート機能の強化



② コロナ禍と消費者教育

- **消費者市民社会**を実現するための消費者教育
 - ⇒ 実現の重要性の再認識
- コロナ禍およびその後における消費者教育の**特徴**
 - ⇒ **デジタル能力**の向上
 - ※ デジタルとは関係のない能力も引き続き重要
 - ⇒ **批判的考察力**の養成
 - ※ 「真実」を見抜く力
 - ⇒ 複雑化する社会における様々な**教育主体の協働**



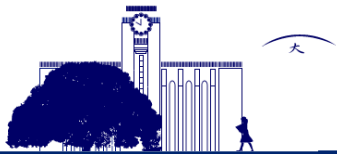
③ EUにおける消費者教育と「アジア・モデル」

EUにおける消費者教育

いくつかの代表的な要素

- 消費者教育で利用可能な**資料等の提供**
- 消費者教育に関連する**コンテスト**
- 学校に対する**賞や認証**
⇒ 関連するインセンティブの提供
- 地域との**連携**

[詳細については、例えば日本弁護士連合会消費者問題対策委員会『消費者教育に関するイギリス・ドイツ調査報告書』(2019年)(インターネットで入手可能)を参照]



③ EUにおける消費者教育と「アジア・モデル」

消費者教育に関する「アジア・モデル」

- その必要性
- その可能性
- その手掛かりとしての本日のシンポジウム



ご清聴いただき
誠にありがとうございました

