

F-6 消費者保護政策の基本問題—消費者教育に関する若干の考察(第3報)
ノートルダム清心女大家政 小本紀之

目的 消費者保護政策の展開と実施にあたって強く要求されているものの一つに消費者啓発・消費者啓蒙を含む広い意味での消費者教育の充実が指摘されている。今日の経済社会においては、企業の巨大化、寡占化に対し、未組織の消費者は、もはや対等の取引相手ではなくなっていること、さらに生産・流通機構の複雑化は企業の責任体制を不明確なものにしてきていること、また、多種多様に提供される商品、サービスの内容は一層複雑化し、品質・価格・安全性などについて、消費者が十分な知識を得て、これに基づいた自主的・合理的な商品選択を行うことが困難となっていることなどからも、このことが理解されるよう。本報告では消費者保護政策の一翼を担う消費者教育の現状と分析にその視点を置くこととした。

方法 消費者教育は大きく分けると社会教育としての消費者教育と学校教育としての消費者教育になる。ここでは学校教育における消費者教育をより効果あるしむべく、最近、都道府県や市の消費者行政担当部局が消費者教育の補助教材として副読本を編集している¹⁾ので、この副読本の検討を通して、消費者教育の現状と分析を試みた。

結果 副読本の編集は家庭科担当の教師がその主になっているが、内容的には消費者の権利の自覚を促す面が弱いようであり、この面での内容的検討が消費者保護政策の展開と実施に大きく作用するものと考えられる。