

地方自治体による消費者教育の推進に関する研究

メタデータ	言語: ja 出版者: 静岡大学 公開日: 2013-01-08 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 色川, 卓男 メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/10297/6970

科学研究費助成事業（科学研究費補助金）研究成果報告書

平成24年 5月20日現在

機関番号：13801

研究種目：基盤研究（C）

研究期間：2009～2011

課題番号：21500708

研究課題名（和文） 地方自治体による消費者教育の推進に関する研究

研究課題名（英文） Consumer Education and Enlightenment Policies in Local Consumer Division

研究代表者

色川 卓男（IROKAWA TAKUO）

静岡大学・教育学部 ・教授

研究者番号：90293589

研究成果の概要（和文）：

本研究の課題は、全国政令指定都市及び人口 20 万人以上の主要市区における消費生活センター及び消費者行政及び消費者教育・啓発施策の実態と課題を示すことにあった。政令指定都市は 2008 年に、主要都市は 2010 年に、いずれもアンケート調査及びインタビュー調査、施設調査を行い、その結果に基づいて分析を行った。典型的な例をまとめると、正規職員は人口 20 万人に 1 名配置されており 10 万人増えるごとに 1 名職員が増加していた。住民 1 人あたりの消費者行政予算は政令指定都市では 50 円を超えているが、主要都市では 40～50 円にとどまっていた。次に施設では、相談スペースとして、いずれも相談室を設置しており、政令指定都市では、閲覧スペース、消費者団体利用スペースと研修室がある。最後に相談では、平日は いずれも 7 時間以上相談を受け付けており、実質相談員数は人口 10 万人あたり 0.6～1 人ほど配置されている。また、消費者教育・啓発施策では、いずれの場合も消費生活センターを中心とする消費者行政担当部局による消費者教育・啓発施策は啓発施策がその中心であり、とりわけ出前講座が大きな比重を占める。しかし都市ごとに、取り組み状況が異なり、かなり格差がみられる。また消費者教育施策においては、多くの都市がなかなか実施できていない。

研究成果の概要（英文）：

The study aims to show the realities and the problem of the consumer center and the consumer policy division in government-designated major cities and major cities (MC) . In autumn 2008 and 2010, We conducted the questionnaire survey and the interview and facilities survey on its local-consumer policy division. As a result, we found the typical realities outlined below;1) it has a full-time employer for every 100,000 people above 200,000 people, 2) it is an administrative budget of the consumer policy per person for one year is almost between 40 and 50 yen ,3) its consultants ask for consulting hours for over seven hours on weekdays, 4) Most of the consultant is a non-regular employee staff, and the consultants are employed by one for every 100,000 people,5) In the MC, the

enlightenment policy is the main policy. However, the difference is seen by the realities of the policies between MCs. And, the consumer education policy is in the entry point for a lot of MCs. It is an expansion of the consumer education policy that is given as the biggest problem. In order to accomplish its tasks, the willingness of residents and staff in each MC are required.

交付決定額

(金額単位：円)

	直接経費	間接経費	合 計
2009年度	300,000	90,000	390,000
2010年度	700,000	210,000	910,000
2011年度	500,000	150,000	650,000
総 計	1,500,000	450,000	1,950,000

研究分野：総合領域

科研費の分科・細目：生活科学一般

キーワード：地方自治体 地方消費者行政 消費者教育 消費者啓発 消費生活センター

1. 研究開始当初の背景

2009年に消費者庁が設置され、地方消費者行政もまた大きな転換点にある。この消費者庁設置法案、消費者庁設置法施行に伴う関係法律の整備に関する法律案及び消費者安全法に対する国会審議の中で、多くのヒアリングがなされ、それに基づいて地方消費者行政活性化支援交付金など、地方消費者行政の充実が図られている。このように消費者政策に対する国の抜本的な改編に向けての潮流の中で、地方消費者行政体制についてだけでなく、消費者教育・啓発施策がどうなっていくのかを検討していく必要性もある。もともと消費者教育は、1966年第1次国民生活審議会答申で「消費者保護」と2本柱と言われていた。しかし学校にもなかなか浸透せず、啓発活動もそれほど普及せず、それが40年間の歴史であった。ところが今回の動向もあって、消費者教育もまた大きな再検討課題としてあがってきたのである。

2. 研究の目的

本研究の目的は、地方消費者行政及び消費者教育の実態を探るとともに、充実を図っていくために、どのような取り組みを進めていけばよいのかを具体的にかつ実証的に明らかにすることにある。特に消費者教育施策については、これまで40年の歴史がありながら、なかなか定着してこなかったのが今日の姿であり、今後充実させていくためには、より実効性のある具体的方策を見出していくことは喫緊の課題である。

3. 研究の方法

この課題を果たすために、地方自治体の消費者行政体制と消費者教育施策について、アンケート調査及びインタビュー調査によって、詳細に検討し、実効性のある推進のための基本的な指針を見出していくことにした。実際には、政令指定都市と主要都市を対象に調査を行った。

まず第1の政令指定都市調査は、2008年

10月から12月に行った。まずアンケート調査とインタビュー調査を、調査時政令市であった全17市に依頼した。アンケート調査では、調査時に政令市であった全17市とセンターを全面委託されている1消費者団体から平成19年度の状況を回答していただくことが出来た。

第2に主要都市調査は、2010年9月から12月に行った。アンケート調査とインタビュー調査を、原則として人口20万人以上で政令指定都市ではない全国の116市区に依頼した。アンケート調査では、105市区から平成21年度の状況を回答してもらった（有効回収率91%）。その後、アンケート調査結果をふまえたインタビュー調査を行った。インタビュー調査はアンケート調査で特徴のみられた自治体のうち、人口規模別のバランスも考慮した上でインタビュー協力を打診し、了解を得た21市区にインタビューをさせていただくとともに、施設をみた。インタビュー調査では平成21年度だけではなく、平成22年度の状況や今後についても、答えていただける範囲で話してもらった。

4. 研究成果

(1) 政令指定都市

① 政令指定都市の消費者行政体制現状と課題

政令指定都市（以下では政令市と略す）の典型的な消費者行政体制は、専管課があって、単独のセンターがあり、正規職員が人口10万人あたり1名いて、消費者基本法に沿った条例と基本計画を策定しているもしくは策定予定である。そして審議会があって年1回程度開催されており、人口1人あたりの消費者行政予算は50円を超え、何かしらの委託をしていることになる。

次に施設でみると、相談スペースでは相談室を複数設置しており、その他施設では閲覧スペース、消費者団体利用スペースと研修室がある。またセンターの施設は利便性が特によいわけではなく、本庁以外に設置されているところも多い。

最後に相談では、平日は7時間以上相談を受け、週末も相談を受け付けており、人口10万人あたり実質相談員数は0.6名程度となる。また相談員の属性をまとめると、相談員は女性で40～50歳代が多く、彼らの半数以上は勤続年数が5年以上であり、そのリーダーはいない。そして彼らの時給1,570円程度であり、国センの研修には相談員の誰かが毎年1回以上出張で参加している。

各項目をまとめると、上記のようになるのだが、これら指標をすべて満たしている政令市がない。このようになるのは、各政令市の予算が限られている中で、その地域の実情にあわせて、その限りある資源を集中あるいは削減させている結果ともいえる。つまり各政令市は、地方消費者行政充実に向けて国が行っている支援を有効に利用して、ここで挙げられた代表的な実態を総体的に満たすようなセンター及び消費者行政体制を構築することが、まず喫緊の課題として考えられよう。

② 政令指定都市における消費者教育・啓発施策の現状と課題

まず学校における消費者教育に対する施策として、「教諭に対する研修会の実施」で47%（8市）、次に多いのは「センター内資料の利用促進」で35%（6市）、続いて「授業用資料の作成、配布」が29%（5市）となっている。他方、「教諭の交流会実施」や「モデル校の設置」については、すべての政令市で実施していない。最も多い「教諭に対する研修会の実施」は半分近くの政令市で行われ

ているが、夏休みに1日程度で参加者が1桁の場合も多く、必ずしも体系的に実施されているわけではない。このようになる原因としては、宣伝が足りないということよりも、現場の先生方がなかなか参加してくれないという意見もあり、教諭のニーズがどの程度あるのかという問題もある。

また「授業用資料の作成・配布」については、29%の政令市で実施しているが、かなりレベルには差がある。先進的な市ではセンター独自で各校種別に教材を独自に作成して配布している。しかしこのような事例は2市だけである。これら結果を総合的に理解するため、実施していると回答した項目数で政令市数を並べてみると、最も消費者教育施策を実施している2市でも全9項目のうち5項目の実施にとどまる。この2市は、歴史的にも消費者行政、消費者教育が先行してきた政令市であり、今回の国の動向とは、ほとんど関係がない。注目すべきは、全く何も実施していない市が6市もあることだ。多くの政令市にとって消費者教育施策は、出発点にあるといえるだろう。

次に啓発講座をみると、1回講座、出前講座はすべての政令市で実施しており、とりわけ出前講座が多いのだが、それでも年間回数は2回から196回まで（中央値63回）、参加人数でも1,449人から13,688人と大きな差がある。

以上をまとめると、政令市の消費生活センターを中心とする消費者行政担当部局による消費者教育・啓発施策は啓発施策がその中心であり、とりわけ出前講座が大きな比重を占める。しかし政令市ごとに、取り組み状況が異なり、かなり格差がみられる。また消費者教育施策においては、多くの政令市がなかなか実施できていない。その意味で現状は多くの政令市にとって教育施策は出発点にある。このような実態をみていくと、消費者行政部

局と学校現場をつなぐ方法として、連絡協議会などの取り組みに限界がみられることからみて、別の取り組みも考慮すべきである。その一案として活性化支援交付金を利用して、消費者教育のコーディネーターを各政令市の消費者行政部局に配置することが考えられる。

(2) 主要都市（人口20万人以上の市区）

① 主要都市における消費者行政体制の現状と課題

主要都市の典型的レベルをまとめると、体制では、専管部署とセンターがあって、一体化している、人口1人あたりの消費者行政予算は40～50円程度、正規職員は3～4名で、正規専任職員は人口20万人台で1名、それ以上では人口10万人あたり1名増加する。施設では、相談室等は複数ある、その他施設として、あussen室、閲覧スペースがある。相談では、平日は週5日7時間相談を受け付けている、人口10万人あたり1日配置相談員数が1名以上いる、非常勤相談員の賃金は実質時給換算1,500円程度で雇い止めはない、相談員の研修は、国民生活センターの研修に年1回程度、参加する、とまとめられる。そして全体としては、主要都市では、正規職員が減少している一方、非常勤職員が増加し、仕事の分担などで支障がでているといえる。

ここでまとめた典型的なレベルとは、あくまで実態に即したレベルを示しているにすぎない。特に主要都市では、同一人口規模でも大きな格差が生じており、ここで挙げた典型的なレベルよりもはるかに先進的な自治体とはるかに遅れている自治体とがあることになる。これに対して、どう考えていくべきかが大きな課題としてあげられよう。

②主要都市における消費者教育・啓発施策の現状と課題

まず消費者教育施策の実施状況についてみていくと、大都市（人口40万人以上）で該当する割合が高く、規模が小さくなるにつれて、実施状況が減少する傾向がみられる。

人口規模別にも実施状況は異なり、大都市では「教材等の作成配付」（32.1%）が、中都市（人口30万人台）と小都市（人口20万人台）では「出前講座」が、最も多くなっている。ここでいう教材には、パンフレットのようなものもあれば、特定の話題に対する教材もあり、必ずしも学校現場で利用しやすいように、整っている教材ばかりではない。また教材を作成するために、大都市で「教材作成委員会の設置」を設置しているのは6.9%とごくわずかである。つまり多くの教材が、消費者行政部局によって作成されていることになる。

最も消費者教育施策を実施している都市は5項目に該当した中都市の3.2%（1ケース）である。この該当する都市は、歴史的にも消費者教育が先行してきた都市であり、今回の国の動向とは、ほとんど関係がない。一方、全く何も実施していない都市が大都市で24.1%、中都市で30.0%、小都市で55.6%もある。また1項目だけ挙げている都市で、何が挙げているのか確認すると、すべての規模の都市で「出前講座」が最も多くなっていた。

学校教育現場との連携がとれている事例を検討した結果からみると、教育現場との連携を推進するには、消費者行政部局が積極的に関わろうとする意志を持続的にもたなければ、なかなか実現しないといえる。

次に消費者啓発施策をみていくと、公開講座は7～8割の主要都市で実施され、出前講座は全主要都市で実施している。そこで特に出前講座についてみていくと、人口規模が増

えるにつれて、出前講座回数が増加している。最小値は0回、最大値は215回と公開講座以上に散らばりがみられる。

以上をまとめると、主要都市の消費者行政担当部局による消費者教育・啓発施策は啓発施策がその中心であり、とりわけ出前講座が大きな比重を占める。しかし主要都市ごとに、取り組み状況が異なり、かなり格差がみられる。また消費者教育施策においては、特に中都市以下ではなかなか実施できていない。そのような中で、教育現場との連携を推進している都市では、消費者行政部局職員の積極的に関わろうとする意志が重要であった。

(3) 全体のまとめ

行政体制については、人口規模が大きくなるにつれて、人員や施設などが整っていく傾向がみられるのだが、特に中小主要都市では同一人口規模別内でも大きな格差があり、それは消費者啓発施策もふくめて問題である。やはり本研究で示したように、人口規模別に整えるべき体制の基準が必要である。但し、どの程度の基準を求めるのかは、今後の検討課題である。

消費者教育施策については、政令市でも主要都市でも、教材等の作成など、教育施策の先行している自治体は長年にわたって取り組んできたところであった。つまり現状では最近の活性化基金等によって、充実しつつある自治体はみられない。これからいえることは、国がどう動こうと、地方は独自に考え、必要だと考えれば、自分たちの意志で取り組んでいくということだろう。このようなインセンティブをどう各自治体に持ってもらえるかが、最大の課題ではないだろうか。

5. 主な発表論文等

（研究代表者、研究分担者及び連携研究者に

は下線)

〔雑誌論文〕(計6件)

- ① 色川卓男「全国主要都市における消費者行政の実態と課題」『生活経済学研究』第35巻、生活経済学会、2012年3月、pp. 17-33
- ② 色川卓男「地域論壇 弱体化する地方の消費者行政機能 都道府県と市町村の役割、明確に分離を」『日経グローバル』No. 189、2012年2月、pp. 58-61
- ③ 色川卓男「消費者行政活性化計画はどうなっているかー地方消費者行政の現在」『静岡大学教育学部研究報告(人文・社会・自然科学篇)』第61号、2011年3月、pp. 211-219
- ④ 色川卓男「政令指定都市における消費者教育・啓発施策の実態と課題」『国民生活』2010年5月号、独立行政法人国民生活センター、2010年5月、pp. 20-23
- ⑤ 色川卓男「政令指定都市における消費者行政の実態と課題」『生活経済学研究』第31巻、生活経済学会、2010年3月、pp. 13-31
- ⑥ 色川卓男、遠藤陽介「企業による消費者教育・啓発教材は学校で利用できるかー家庭科での利用を想定してー」『静岡大学教育学部研究報告(教科教育篇)』第60号、2010年3月、pp161-176

〔学会発表〕(計8件)

- ① 色川卓男「消費生活センターにおける消費者教育・啓発施策の実態と課題ー全国主要都市調査を中心にー」『2011年度日本消費者教育学会全国大会』マイドームおおさか、2011年10月23日。
- ② 色川卓男「地方消費者行政の実態と課題ー全国主要都市調査を中心にー」『第27

回生活経済学会』名城大学、2011年6月19日。

- ③ 色川卓男「近年の地方消費者行政の実態と生活経済」『第27回生活経済学会 共通論題』名城大学、2011年6月18日。共通論題パネリスト
- ④ 色川卓男「消費生活センターにおける消費者教育・啓発施策の実態と課題ー全国主要都市調査を中心にー」『2011年度日本消費者教育学会中部分科会』椋山女学園大学、2011年4月23日。
- ⑤ 色川卓男「消費者行政活性化計画の現状と課題」『第26回生活経済学会』東北福祉大学、2010年6月20日。
- ⑥ 色川卓男「消費生活センターにおける消費者教育・啓発施策の実態と課題ー全国政令指定都市調査を中心にー」『2009年度日本消費者教育学会全国大会』長崎大学、2009年10月11日。
- ⑦ 色川卓男「地方における消費生活センターの現状と課題ー全国政令指定都市調査を中心にー」『第25回生活経済学会』岡山商科大学、2009年6月14日。
- ⑧ 色川卓男「消費生活センターにおける消費者教育・啓発施策の実態と課題ー全国政令指定都市調査を中心にー」『2009年度日本消費者教育学会中部分科会』椋山女学園大学、2009年4月18日。

6. 研究組織

(1) 研究代表者

色川卓男 (IROKAWA TAKUO)

静岡大学・教育学部・教授

研究者番号：90293589

(2) 研究分担者

なし

(3) 連携研究者

なし