

【報 告】

消費者問題講義の課題と展望 —弘前大学における消費者教育の実践—

福田 進治・加藤 徳子

はじめに

今日、我が国の消費社会は、急速な情報化の進展と経済のグローバル化から生じるさまざまな問題を抱えている。それらは一向に減らない消費者被害の実態からも伺い知れる。国民生活センターのPIO-NET¹⁾の相談件数は、運用開始の1984年は5万件弱であったが、2000年には50万件を超え、2004年には192万件となった。その後は減少傾向となったが、今日でも相談件数は90万件前後という高水準で推移している²⁾。消費者被害に遭った人のうち、消費生活センターなどに相談を寄せる人はその一部に過ぎず、実際にはもっと多くの消費者被害やトラブルが潜在していると考えられている（『消費者白書』（平成26年版））。この間、国や地方公共団体は消費者トラブルに関する啓発活動を継続・強化してきたが、それでも消費生活をめぐる環境は日々変化しているため、トラブル防止に十分とはいえない状況にある。最近の消費者被害の件数を大きく増加させた原因として、インターネットとスマートフォンの普及がある。これらの普及は、個々の消費者に消費行動の多様性をもたらした。商品やサービスを購入する機会が増え、さまざまな情報を手軽に入手できるようになったが、同時にトラブルに巻き込まれるリスクも増大した。また、経済のグローバル化は、消費者の生活と世界規模の諸問題の相互関係を強め、消費生活をめぐる環境の急激な変化をもたらしている。

こうした状況の中で、消費者教育の重要性が注目を集めるようになった。後述するように、2012年に消費者教育推進法が施行され、消費者教育の推進と消費者市民社会の形成が社会的課題として提起された。これらを受けて、全国各地で消費者教育推進の取り組みがより活発に行われるようになった。青森県内でも青森県消費者協会が中心となって、消費者教育推進の取り組みが進められている。弘前大学でもこうした取り組みの一環として、2015年度より、青森県消費者協会の支援を受けて、教養教育科目の一つとして消費者問題をテーマとする講義が開講されている（この講義を本稿では「消費者問題講義」と呼ぶこととする）。

本稿の課題は、弘前大学で開講されている消費者問題講義について、主として、受講生を対象として実施してきたアンケート調査の結果に基づいて、その成果と課題を整理し、今後のさらなる取り組みの方向性を展望することである。なお、弘前大学の消費者問題講義は、2017年度（後期）より人文社会科学部の専門教育科目としても開講されており、2018年度以降も教養教育科目・専

門教育科目ともに開講される予定であるが、本稿では2015年度から2017年度まで3年間開講されてきた教養教育科目としての消費者問題講義について検討する。専門教育科目としての消費者問題講義については、一定の経験が蓄積された時点であらためて検討することとしたい。

1. 近年の消費者問題をめぐる動き

消費者問題に関わる法律は、社会状況の変化に合わせて、ときにはその名称を変えながら、少しずつ改正されてきた。高度経済成長下の消費社会における諸問題に対応するため、1968年に消費者保護基本法が制定されたが、その後の社会状況の変化に対応するため、2004年の改正にともない、消費者基本法となった。消費者基本法は、消費者の権利の尊重と自立の支援などをその基本理念としつつ、消費者の利益の擁護・増進に関する総合的な施策を推進し、国民の消費生活の安定・向上を確保することを目的とする（第1条）。それまでの消費者行政は、消費者の「保護」に重きを置いてきたが、それだけでは今日の消費者問題に対応できない。そこで、消費者基本法では消費者の「自立」のための施策が重視されることとなった。こうした施策をさらに推し進め、自立した消費者を育てるために、2012年に消費者教育推進法が制定された。消費者教育推進法は、消費者が自らの利益の擁護・増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう、その自立を支援するために消費者教育が重要であるとして、消費者教育を総合的・一体的に推進し、国民の消費生活の安定・向上に寄与することを目的とする（第1条）。さらに、消費者教育推進法は、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と啓発活動を「消費者教育」と呼ぶとともに、消費者が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のあり方を「消費者市民社会」として提起した（第2条）。ここで、消費者が参画する持続可能な社会は、2015年に採択された国連の持続可能な開発目標（SDGs）³⁾の目標12「持続可能な消費と生産のパターンを確保する」にも合致する。我が国は、この目標を達成するために、すべての国民が消費者教育を享受しながら、自立した消費者として持続可能な社会の形成に参画することが求められている。

こうした消費者関連法の制定や国の取り組みを受けて、全国各地で消費者教育推進の取り組みが活発化している。青森県でも、青森県消費者協会が中心となって、さまざまな取り組みが試みられている。もとより、青森県消費者協会は、青森県より青森県消費生活センターの運営を委託され、消費者問題に関する相談業務や啓発事業を実施するとともに、県内7市の消費生活センターの活動を統括・指導し、県内の消費者行政・消費者運動の中核的役割を果たしてきた。加えて、この間の重要な事業として、2013年度、青森県消費者協会は青森市からの委託事業として「青森市若者に対する消費者教育推進モデル事業」を実施し、青森市内6ヶ所の大学・高等学校他で、消費者問題に関するモデル講座を開講した。この事業は、消費者庁が作成した「消費者教育の体系イメージマップ」⁴⁾に基づく消費者教育の実践として、県内初の取り組みであった。また、2015年度から2017年度にかけて、青森県からの委託事業として「学校における消費者教育推進事業」を実施し、青森市、弘前市、八戸市を順次重点地域として、消費者問題や消費者市民社会に関する講演会、ワー

クシヨップ、モデル講座等を行うとともに、これらを通して県内における消費者教育推進のためのネットワークの構築を進めてきた。

こうした青森県内の動きと歩調を合わせるべく、弘前大学でも消費者教育推進に関わる事業が進められてきた。2014年度より、人文学部（2016年度より人文社会科学部に改称）のプロジェクト事業として、青森県消費者協会の支援を受けながら、消費者問題または消費者教育をテーマとするフォーラムが毎年開催されている⁵⁾。ここでは、弘前大学の教員や学生に加えて、青森県内の消費者行政の関係者や高等学校の教員等が参加し、研究発表や意見交換が積み重ねられてきた。また、2015年度より、やはり青森県消費者協会の支援を受けて、教養教育科目の一つとして消費者問題講義が開講されている。ここでは、主として青森県内で消費者問題に関わって活動する専門家がゲストスピーカーとして招聘され、消費者問題や消費者市民社会について学ぶ機会が弘前大学の学生に提供されてきた。そして、自らの消費生活の中で責任をもって意思決定ができる自立した消費者を育成することが目指されてきた。さらに、2016年には、青森県消費者協会と人文社会科学部の間で、消費者教育の推進のための連携協定が締結された。この協定では、弘前大学と周辺地域における消費者教育の推進のための取り組みを一層強化するとともに、将来的に、弘前大学で消費者教育の担い手となる人材を育成することが目指されている。

2. 消費者問題講義の概要

弘前大学の消費者問題講義は、上述のとおり、2015年度より、青森県消費者協会の支援を受けて開講されてきた。本節では、2015年度から2017年度までの3年間、教養教育科目の一つとして開講されてきた消費者問題講義の概要を紹介する。

2015年度は、後期に、弘前大学21世紀教育のテーマ科目「市民生活と地域社会（M）」として開講された。担当教員は、福田進治（人文学部）、保田宗良（同）、長谷河亜希子（同）の3名で、福田が科目代表・コーディネーターである。シラバスによると、講義の目的は、1）青森県の消費者問題の状況を知ること、2）消費者政策の基本的な考え方を理解すること、3）現代社会を消費者として生きる力を身に付けることの3つである。そのために、青森県消費者協会の関係者を始めとする地域の専門家をゲストスピーカーとして招聘し、消費者問題や消費者政策に関する理解を深めながら、誰もが安心して暮らせる消費社会の構築に主体的に関わっていくための方法を考えるとした。授業の方法としては、アクティブラーニングを重視し、通常の講義形式の授業に加えて、受講者の発表や実践的な取り組みを折り込み、最終回に受講者全員による討論会を行うとした。ゲストスピーカーは、小笠原勤（青森県消費者協会常務理事）、加藤徳子（青森県消費生活審議会委員）、永井雄人（白神自然学校一ツ森校代表）、斗澤康広（十和田おいらせ農協・指導やさい部長）、坂本久美子（青森県消費生活センター主任相談員）、高山貢（青森中央学院大学教授）、花田勝彦（青森県弁護士会）の7名である⁶⁾。そして、上記3名の教員と7名のゲストスピーカーが分担して、各自の専門性を活かして計15回の講義を行った。以下のとおりである。

- 10/01 (木) 第1回 イントロダクション(福田)
- 10/08 (木) 第2回 青森県の自然環境と持続可能な社会(1)(永井)
- 10/22 (木) 第3回 青森県の自然環境と持続可能な社会(2)(永井)
- 10/29 (木) 第4回 青森県の消費者行政と消費者運動(小笠原)
- 11/05 (木) 第5回 多文化共生社会の消費行動(1)(加藤)
- 11/12 (木) 第6回 多文化共生社会の消費行動(2)(加藤)
- 11/19 (木) 第7回 食の安全と青森県の地産地消(1)(斗澤)
- 11/26 (木) 第8回 食の安全と青森県の地産地消(2)(斗澤)
- 12/03 (木) 第9回 情報メディアと消費者問題(1)(坂本)
- 12/10 (木) 第10回 情報メディアと消費者問題(2)(坂本)
- 12/17 (木) 第11回 金融経済と消費生活(1)(高山)
- 12/24 (木) 第12回 金融経済と消費生活(2)(高山)
- 01/14 (木) 第13回 マーケティングと消費者問題(保田)
- 01/21 (木) 第14回 消費者契約の諸問題(花田)
- 01/28 (木) 第15回 全体討論会(福田・保田・長谷河・小笠原・加藤・坂本)

ここで、第1回は、福田がイントロダクションとして、消費者問題の概要について講義し、講義計画について説明を行った。第2回・第3回は、永井が白神自然学校の活動を紹介しながら、青森県の自然環境と消費生活の関係について講義を行った。第4回は、小笠原が消費者問題の歴史と青森県の取り組みについて講義を行った。第5回・第6回は、加藤がフェアトレードの問題、資源・環境問題と消費生活の関係について講義を行った。第7回・第8回は、斗澤が、十和田おいらせ農協の取り組みを紹介しながら、今日の農業の課題・実態と消費生活への影響について講義を行った。第9回・第10回は、坂本が相談業務の経験を踏まえて、情報・メディアに関わる問題を中心に、消費者トラブルの実態について講義を行った。第11回・第12回は、高山がライフサイクルと資産運用、金融経済と消費生活の関係について講義を行った。第13回は、保田が企業経営の視点から今日の消費者問題や企業の取り組みについて講義を行った。第14回は、花田が弁護士の経験を踏まえて、消費者法の基礎と消費者トラブルを回避する方法等について講義を行った。こうした講義の構成は「消費者教育の体系イメージマップ」が提示する重点領域（「消費者市民社会の構築」、「商品等の安全」、「生活の管理と契約」、「情報とメディア」の4領域）を含みながら、消費生活と社会環境・自然環境の関係を学ぶことを意図して策定されている。また、各回の講義では、講義の最後に質疑応答が行われ、レポート課題が課された他に、受講生同士の討論、グループ発表、ゲーム等が適宜織り込まれた。最終回の第15回は、担当教員とゲストスピーカーも参加し、消費者市民社会の形成のための取り組みをテーマにしてグループ討論と発表会が行われた。終了後、受講生を対象とするアンケート調査が行われた。受講生は、全学（人文・教育・理工・農学生命・医の各学部）

の1～2年次学生を中心とする15名であった。

2016年度は、前期に開講された。科目名は前年度同様、弘前大学21世紀教育のテーマ科目「市民生活と地域社会（M）」である。その他の点については、前年度から大きな変更はない。ただし、保田が講義の担当から外れ（講義全体の担当教員の一人としては留任）、その代わりに花田が2回分担当することとなった。以下のとおりである。

- 04/14（木） 第1回 インTRODクシヨン（福田）
- 04/21（木） 第2回 青森県の消費者行政と消費者運動（小笠原）
- 04/28（木） 第3回 青森県の自然環境と持続可能な社会（1）（永井）
- 05/12（木） 第4回 青森県の自然環境と持続可能な社会（2）（永井）
- 05/19（木） 第5回 多文化共生社会の消費行動（1）（加藤）
- 05/26（木） 第6回 多文化共生社会の消費行動（2）（加藤）
- 06/02（木） 第7回 食の安全と青森県の地産地消（1）（斗澤）
- 06/09（木） 第8回 食の安全と青森県の地産地消（2）（斗澤）
- 06/16（木） 第9回 情報メディアと消費者問題（1）（坂本）
- 06/23（木） 第10回 情報メディアと消費者問題（2）（坂本）
- 06/30（木） 第11回 金融経済と消費生活（1）（高山）
- 07/07（木） 第12回 金融経済と消費生活（2）（高山）
- 07/14（木） 第13回 消費者契約の諸問題（1）（花田）
- 07/21（木） 第14回 消費者契約の諸問題（2）（花田）
- 07/28（木） 第15回 全体討論会（福田・保田・長谷河・小笠原・加藤・坂本）

このように全体の構成に若干の変更があったが、各回の内容については大きな変更はなかった。最終回も、全年度と同様、受講生全員で、担当教員とゲストスピーカーも参加し、グループ討論と発表会が行われた。終了後、受講生を対象としてアンケート調査が行われた。受講生は、全学（人文・教育・理工・医の各学部、ただし、農学生命科学部の学生はいなかった）の2年次学生を中心とする24名であった。1年次学生の受講生がいなかったことは、カリキュラム改革により21世紀教育が漸次廃止となったため、1年次学生がテーマ科目を履修できなくなったことによる。

2017年度は、前期に、弘前大学教養教育の学部越境型地域志向科目「青森の多様性と活性化—消費者問題の取り組み—」として開講された。上述のとおり、カリキュラム改革により、21世紀教育が漸次廃止となり、新たに「教養教育」が立ち上がったことに伴う調整である。しかし、学部越境型地域志向科目となったため、1年次学生が受講できなくなった（医学部医学科を除く）。こうした枠組みの変更はあったが、その他の点については、前年度から大きな変更はない。ただし、小笠原が講義の担当から外れ（後期に人文社会科学部の専門教育科目として開講される消費者問題

講義の担当に移った)、その代わりに従来最終回に行っていた討論会を第14回・第15回の2週に渡って行うこととなった。以下のとおりである。

- 04/13 (木) 第1回 イントロダクション (福田)
- 04/20 (木) 第2回 青森県の自然環境と持続可能な社会(1) (永井)
- 04/27 (木) 第3回 青森県の自然環境と持続可能な社会(2) (永井)
- 05/11 (木) 第5回 多文化共生社会の消費行動(1) (加藤)
- 05/18 (木) 第6回 多文化共生社会の消費行動(2) (加藤)
- 05/25 (木) 第7回 食の安全と青森県の地産地消(1) (斗澤)
- 06/01 (木) 第8回 食の安全と青森県の地産地消(2) (斗澤)
- 06/08 (木) 第9回 情報メディアと消費者問題(1) (坂本)
- 06/15 (木) 第10回 情報メディアと消費者問題(2) (坂本)
- 06/22 (木) 第13回 消費者契約の諸問題(1) (花田)
- 06/29 (木) 第14回 消費者契約の諸問題(2) (花田)
- 07/06 (木) 第11回 金融経済と消費生活(1) (高山)
- 07/13 (木) 第12回 金融経済と消費生活(2) (高山)
- 07/20 (木) 第14回 消費者市民社会を考える(1) (福田)
- 07/27 (木) 第15回 消費者市民社会を考える(2) (福田)

このように全体の構成に若干の変更があったが、各回の内容については大きな変更はなかった。ただし、討論会については「消費者社民社会を考える」というテーマが設定され、上述のとおり、2回に渡って行われることとなった。このために、従来よりも時間をかけて、グループ討論、意見発表、全体討論を行うことが可能なり、充実した討論会となった。他方、教養教育の予算執行の方針が変わったために、討論会にゲストスピーカーを招聘することができなくなった。終了後、受講生を対象としてアンケート調査が行われた。受講生は、全学(人文・理工・農学生命・医の各学部、ただし、教育学部の学生はいなかった)の2年生以上を中心とする29名であった。

3. アンケート調査の結果

弘前大学の消費者問題講義では、上述のとおり、最終回の討論会の終了後、受講生を対象とするアンケート調査が行われてきた。本節では、2015年度から2017年度までの3年間のアンケート調査の結果の概要を報告する。

各年度のアンケート調査は、弘前大学が大学全体で行っている授業評価アンケートとは別に、最終回の討論会の終了後、新しい消費者教育の取り組みの一つである消費者問題講義の検証と今後の改善のために受講生に協力を依頼するという形で行われた。毎年度、受講生のほぼ全員から回答が

表1 所属学部の分布

	人文	教育	理工	農生	医（医）	医（保健）
2015年度	3	1	0	3	2	4
2016年度	5	6	4	0	0	5
2017年度	5	0	11	1	1	9

表2 学年の分布

	1年生	2年生	3年生	4年生以上
2015年度	8	4	1	0
2016年度	0	14	3	3
2017年度	1	26	0	0

あった。各年度の実施日と回答者数は以下のとおりである。

2015年度 2016/01/28（木）実施、回答者数 13名

2016年度 2016/07/28（木）実施、回答者数 20名

2017年度 2017/07/27（木）実施、回答者数 27名

質問項目は以下の8点である。

- 問1 あなたの学部と学年を教えてください。
- 問2 この授業を受けた理由は何ですか？
- 問3 この授業の内容は良かったですか？
- 問4 この授業の方法は適切でしたか？
- 問5 この授業を受けて、消費者問題に対する理解が深まりましたか？
- 問6 この授業を受けて満足しましたか？
- 問7 この授業について、改善すべき点や要望したい点がありましたら、教えてください。
- 問8 その他、この授業を受けて感じたことや考えたことがありましたら、自由に書いて下さい。

このうち、問1～問6は選択式で、問3～問6には「その理由を教えてください」という付随的な問が設定された。問7・問8は記述式である。3年間、質問項目に変化はないので、以下では、質問項目別に3年間の推移が分かるような形で報告していきたい。

問1 あなたの学部と学年を教えてください。

受講生の所属学部の分布と学年の分布は、表1、表2のとおりである。

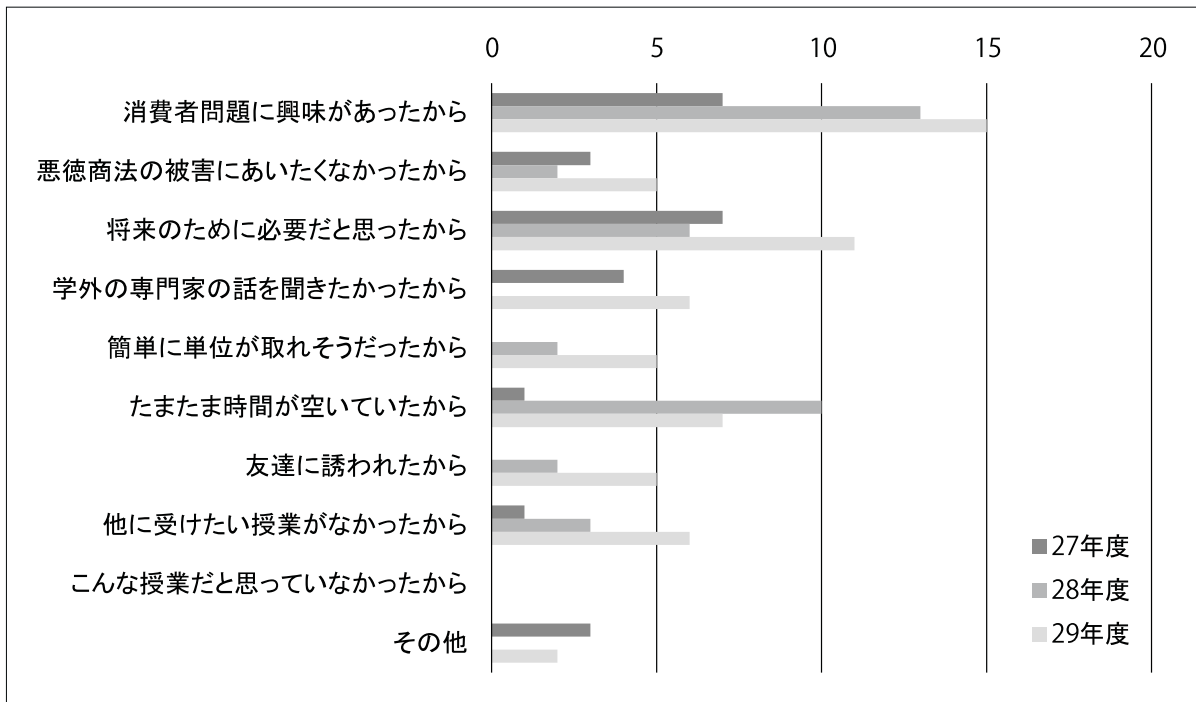


図1 この授業を受けた理由は何ですか？（複数回答可）

問2 この授業を受けた理由は何ですか？

受講生の回答の分布は、図1のとおりである。

問3 この授業の内容は良かったですか？

受講生の回答の分布は、図2のとおりである。また、それらの回答の理由として特徴的な記述を抜粋すると、以下のとおりである。

1 「とても良かった」の理由

(2015年度)

- 消費者問題について当初はよく知らなかったが、この授業を通して学ぶことができ、対策を自分で考えるきっかけとなることができたから。
- こういう機会がないと考えられないことに取り組めたから。消費ってものすごく身近なのに、こういう情報を知っているか知らないかはものすごく差があると思う。

(2016年度)

- 社会で生きていくために、必要なことばかりであり、生活に活かせる多くのことを学べた。
- 再確認したこと、はじめて知ったこと、思わぬ発見など、実りの多い時間を過ごせた。グループでの話し合いでは他の自分と異なる視点を持った人と意見を交えることができ、有意義であった。

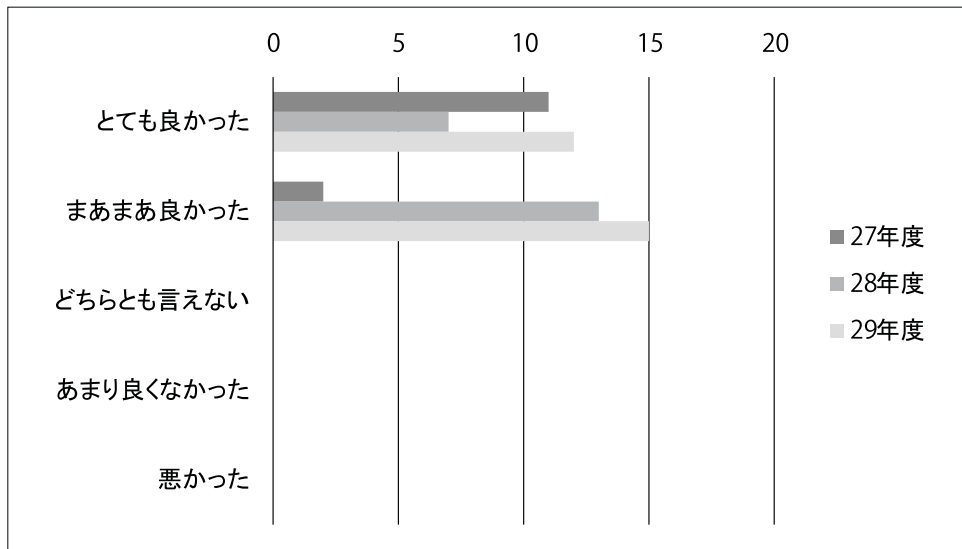


図2 この授業の内容はよかったですか？

(2017年度)

- 消費者市民社会の考え方について学ぶことができたのは初めてだったから。
- 専門家の方々の話は自分が知らなかったことばかりで、将来の役に立つものだったから。
- 消費者問題は詐欺だけでなく、海外の貧しい国や環境に対する考えがあるという視野があるから。

2 「まあまあ良かった」の理由

(2016年度)

- 消費者問題を考える上で重要な要素である、消費者、企業、環境の関係とそのバランスを支える法的制度的な仕組みを知ることができたから。
- 様々な分野から消費社会について学ぶことができた。また、生きるための知識も養うことができた。

(2017年度)

- 専門家の話は自分の常識外のものが多く、新しい知識として身に付けることができたから。
- 後々になってからわかったが、前半の時に「消費者問題」と関係があるようには思えず。はじめから関係があるように内容を構成してほしいと思った。
- 消費者問題は切っても切れないくらい自分の生活に関わるのに学ぶ機会が今までなかったから、学べたのはよかった。消費者問題の幅が広すぎたのはわかりづらかった。
- 悪質業者の手口や契約に関する事など、具体的な例を知ることができたため。

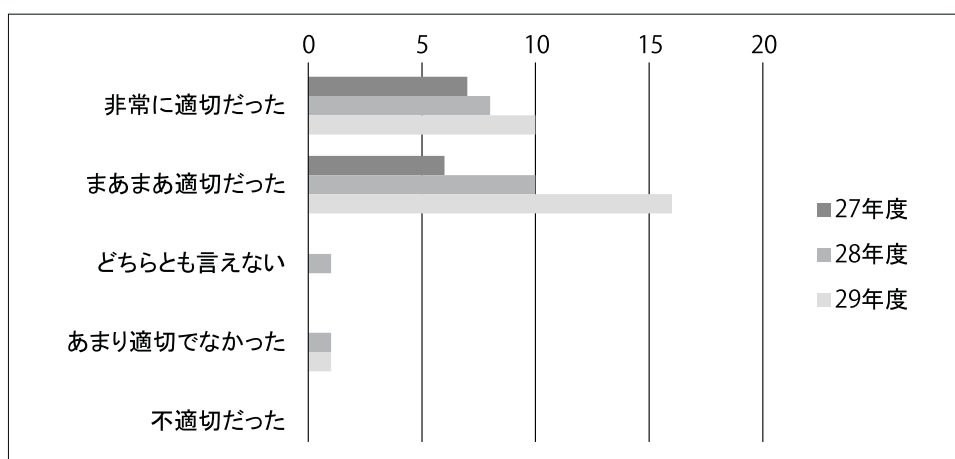


図3 この授業の方法は適切でしたか？

問4 この授業の方法は適切でしたか？

受講生の回答の分布は、図3のとおりである。また、それらの回答の理由として特徴的な記述を抜粋すると、以下のとおりである。

1 「非常に適切だった」の理由

(2015年度)

- 座学だけでなく、実物を見せたり、ゲーム感覚で楽しむことができたから。
- いろいろな先生の話をおきくことで、様々な方向から自分が暮らす社会について知ることができたから。

(2016年度)

- 座学だけでなく、グループワークもあるため、少しとまどうこともあったが、自分ならどうする、ということをよく考えることができたため、よかった。

(2017年度)

- オムニバス形式によって様々な分野・視点から消費者に関する問題、トラブルについて知ることができたから。
- スライドやプリントのみでの受け身の授業ではなく、ゲームやグループワークなど主体的に参加できたから。
- 毎回のレポートで授業内容をすぐに復習できたから。

2 「まあまあ適切だった」の理由

(2015年度)

- もっと受講する人が集まればより多くの意見が聞けて楽しかったろうなど。
- 消費者市民社会について、様々な角度から、多くのことを教えてもらったと思う。

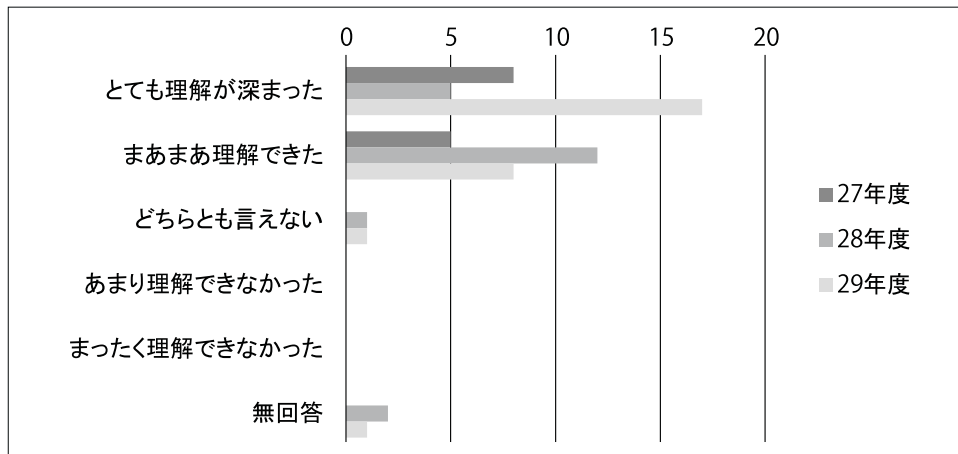


図4 この授業を受けて消費者問題に対する理解が深まりましたか？

(2016年度)

- 講義の終わりにミニレポートで考えをまとめることができたから。
- 様々な分野の人がいらっしゃって、多角的な視点から消費者問題について考えることができた。

(2017年度)

- 最後の発表はそれぞれのグループで似た内容になってしまったので、グループごとにまったく別のテーマになるようにしたらいいのではないのでしょうか。
- 毎回違った視点からの講義だったので飽きが来なかった。

4 「あまり適切でなかった」の理由

(2016年度)

- それぞれのテーマについて授業時間が短く、あまり深く切り込めなかったため。

(2017年度)

- 最後の2回 [ワークショップ] にもう少し時間が取れないものかと思った。

問5 この授業を受けて消費者問題に対する理解が深まりましたか？

受講生の回答の分布は、図4のとおりである。また、それらの回答の理由として特徴的な記述を抜粋すると、以下のとおりである。

1 「とても理解が深まった」の理由

(2015年度)

- 難しいという理解が深まったが、考える場が頂けたことが有り難い。
- あまり関心がなかったのに、楽しく教えてもらったので、実用的に深まったと思うから。
- 自分の学部では学ばないことであるため、消費者問題についてとても勉強になった。

(2016年度)

- 知らないことが多く、大変だったが、専門家がきてくれたのでわかり易かった。
- 具体的な例が多く、身近なこととして感じられた。
- 身近なことから世界のことまで知れたから。

(2017年度)

- 私たちの知識以上のことを法的分野、生産者視点など、様々な視点から見ることができたから。
- 被害に遭わないためだけではなく、主体的に消費者が動いていかなければならないということがわかったから。
- 自分の消費行動を改めようと思えたから。
- フェアトレードや、悪徳商法など消費に関する問題は山積みであり、私とは無関係とはいえないから。

2 「まあまあ理解できた」の理由

(2015年度)

- 理解を深めることはできたが、少々個人的にはもう少し学べたらいいなあと。
- 知識が膨大である分、すべてを理解するのは不可能だが、基礎的なものを知ることができた。

(2016年度)

- 難しいこともあったが、その個別のものに興味を持つことができ、レポートの時にも詳しく調べられたから。
- 知識は増えたが、活かせる自信がない。

(2017年度)

- 消費者1人1人が消費者であるという自覚を持つことが大切。いざとなったら専門家を頼るということを学んだ。
- 消費者トラブルに巻き込まれたら、あきらめるしかないものだと思っていたが、そういう対策をしている機関があることを知ることができたから。
- 普段何気なく行っている買いものなどの仕組みを、改めて、正確に学ぶことができたため。

3 「どちらとも言えない」の理由

(2016年度)

- 問題自体は以前から知っているものも多かったため。

(2017年度)

- 情報トラブルなどは、複雑な所が多く、難しいところもあったから。

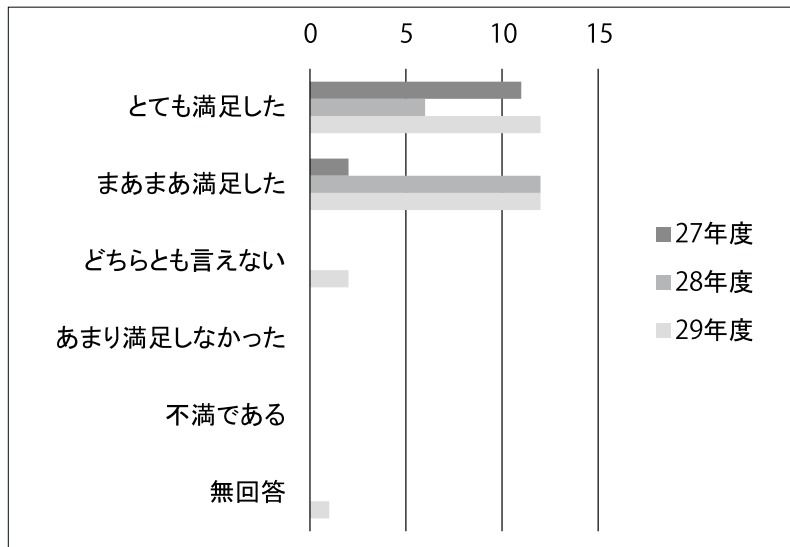


図5 この授業を受けて満足しましたか？

問6 この授業を受けて満足しましたか？

受講生の回答の分布は、図5のとおりである。また、それらの回答の理由として特徴的な記述を抜粋すると、以下のとおりである。

1 「とても満足した」の理由

(2015年度)

- 大学生活で学ぶ機会があったことで、社会に出る前に消費者問題を知れたこと、また考えるきっかけとなるものだったから。
- 商品・サービスを購入する際に、あらゆる影響を考えようという意識を持てたから。

(2016年度)

- 今までバラバラに聞いていた多様な消費者問題が1つにまとまっていくひとつのテーマであることが実感できたから。
- 全体的に役立つ情報が多く、その情報はすぐにでも活用していけるものだったから。
- 身近な問題についてじっくりと考える機会になり、将来のためにもなったから。

(2017年度)

- 初めて聴く言葉や考え方が多く、自分にとってとても新鮮だったから。
- 将来に向けて、どうすれば賢い消費者になれるかという考えが見えたから。
- 消費者としての自覚が強まったから。

2 「まあまあ満足した」の理由

(2016年度)

- 一方的な授業ではなく、グループでやるものがあったから。
- 消費者問題についての理解を深めることができた。

(2017年度)

- テンポの良い授業で内容もわかりやすかった。
- グループワークやゲームを通して消費者問題についてしっかり考えられたから。

3 「どちらとも言えない」の理由

(2017年度)

- 理解できなかった部分もあったから。

問7 この授業について改善すべき点や要望したい点ありましたら、教えて下さい。

受講生による特徴的な記述を抜粋すると、以下のとおりである。

(2015年度)

- 先生方と考えが違うことも多々あって、見方は様々であっていいと思う。
- 討論会が増えればいろんな人の考えを聞けるので、増やしてほしいです。

(2016年度)

- 授業レポートを書く時間を確保してほしい。たまに時間内に終わらなかった。

(2017年度)

- スライドを用いての授業で、字が多すぎるので簡潔かつ絵や図を用いた方が分かりやすい。
- 各内容がきちんと「消費者問題」に関係する授業だということがわかる構成にしてほしい。
- 小レポートを授業外での提出にしてもいいのではないかと思う。

問8 その他、この授業を受けて感じたことや考えたことがありましたら、自由に書いて下さい。

受講生による特徴的な記述を抜粋すると、以下のとおりである。

(2015年度)

- 今年初ということですが、来年も続けてほしいと思っています。いろいろな人の考え、問題について触れる機会がここにはあって、自分のためにもなり、ありがとうございました。
- もう少し受ける人がいると思っていたが、少なかったなと思った。来年度はもっと広まっているといいと思う。
- とても楽しい授業でした。体験型の授業はこれからも続けて欲しいです。

(2016年度)

- 問題解決の実現の難しさを踏まえて自分に何ができるのかを考えるきっかけになった。
- これからも消費者市民社会を意識した生活をしていきたいです。
- 消費者市民社会についての教育が広がるべきだと思いました。

(2017年度)

- 消費者問題について、もっと学びたいと思うようになりました。
- グループワークをしたことで他人との考え方が深まったのでよかった。
- 義務教育での消費者教育が必要だと思った。自分が得た知識を家族や友人に教えたいと思う。

4. 消費者問題講義の課題と展望

弘前大学の消費者問題講義に関わるアンケート調査の結果の概要は以上のとおりであるが、受講生が真摯に回答したこともあり、示唆に富んだ結果を得ることができた。本節では、このアンケート調査の結果に基づいて、2015年度から2017年度までの3年間開講されてきた消費者問題講義の成果と課題を整理し、今後のさらなる取り組みの方向性を展望したい。

まず、アンケート調査の結果より、消費者問題講義の内容、方法、消費者問題に対する理解の深まり、満足度のいずれについても、受講生はおおむね高い評価を示していることが分かる。記述欄からも、受講生が、新しい消費者問題の知識が得られたと感じていること、自分の消費生活を見直す気持ちになったこと、将来の消費生活のためにも役立つと感じていることなどが分かる。また、講義の方法についても、ゲストスピーカーによる講義から多様な視点から消費者問題を考えることができた、グループワーク、ゲーム、討論等から考えを深めることができたなど、受講生が好意的に受けとめていることが分かる。さらに、受講生がある程度興味をもって消費者問題講義を受講していることが分かる。受講生は消費者問題が自分たちの身近に起こりうる問題であることを認識しながらも、その知識が十分ではないことを自覚している。しかも、受講後にその認識を強めているように思われる。それは、受講後の理解が深まったとの回答が多いこと、受講後の満足度が高いことにも表れている。受講生の中には、新しい知識を獲得し、視野を広げ、新しい分野に興味を抱くようにもなった者もいる。

しかしながら、個々の記述欄を詳細に見ると、消費者問題講義の課題も見えてくる。まず、講義全体がオムニバス形式であり、さまざまな問題を扱っているために、受講生の中には、それぞれの講義が消費者問題の中でどのような位置づけにあるのか迷った者もいる。しかし、ある受講生はそれらが全15回の講義を受講するうちに自分の中で消費者市民社会というテーマでまとまり、理解が進んでいったようであるが、別の受講生は最後までその迷いが解消しなかったようである。講義全体の構成については、初回のイントロダクションで説明が行われているが、十分でなかったのかもしれない。今後は、最初の説明においても各回の講義においても、理解を進めるための一層の配慮・工夫が必要であろう。また、受講生は意見交換や意見発表を行う場面でしばしば充実感を得て

いたが、受講生の人数が少なかったことを残念に思った者もいる。とくに2015年度は初年度ということもあり、受講生が少なかった。2016年度以降は受講生が少しずつ増えているが、さらに増やす努力・工夫が必要かもしれない。ただし、アクティブラーニングを重視する講義は大人数を受け入れることはできないから、適正な人数に近づいているようにも思われる。

これらとともに、講義を進めるに当たっての技術的な課題も見えてくる。毎回の講義の最後にレポート課題が課されているが、受講生はレポートを作成する時間が十分でないことを訴えている。レポートを作成する時間がなくて、自分の意見を十分に表現できないことは受講生のストレスになり、不満につながる。レポート作成の時間は振り返りの時間という意味でも、講義で得られた知識の定着や問題に対する深い理解・考察につながるので重要である。その他、スライドの使用についてなど、若干の技術的な課題が指摘されている。これらの課題はゲストスピーカーの間で共有し、今後の改善につなげていかなければならない。

消費者問題講義の内容に関わって、消費者庁の「消費者教育のための体系イメージマップ」との関係についても検討課題の一つである。イメージマップには、問題領域ごと、ライフステージごとに必要な消費者教育の内容が具体的に示されている。消費者問題講義はこうしたイメージマップの重点領域に沿って構成されているが、その内容がイメージマップの内容に完全に一致しているわけではない。もちろん、必ずしも完全に一致する必要はないし、イメージマップ自体も完全なものではないかもしれない。それでもイメージマップとの関係を意識しながら、消費者問題講義の内容やあり方を継続して検討することが必要であろう。

今回検討した消費者問題講義は、主として全学の1～2年次学生を対象とする教養教育科目として開講されたものであり、また、アクティブラーニングを重視していたこともあって、受講生の人数は比較的少なかった。しかし、消費者教育の一層の推進のためには、より多くの大学生や社会人に消費者教育を受ける機会を提供することと、より専門的な消費者教育の機会を提供することがともに必要である。冒頭で述べたとおり、消費者問題講義は2017年度より人文社会科学部の専門教育科目としても開講されているが、これに留まらず、消費者教育の多様な機会を提供するために今後とも取り組みを広げていくことが必要である。

最後に、高等教育機関である大学には、学生時代に身につけた知識や経験を社会に還元できる人材を育成することが求められている。弘前大学の消費者問題講義の最終目的も、消費者問題や消費者市民社会に関する知識を十分に身につけた上で、消費者教育を担うことができる人材を育成することである。そのためにも、より専門的な消費者教育の機会を提供することは重要である。

おわりに

弘前大学の消費者問題講義は、消費者教育推進法の制定を踏まえて、大学の正規の授業科目として本格的な消費者問題に関する講義を開講しているという点で、全国的にも新しい試みと言えるだろう。また、青森県消費者協会の関係者を始めとする学外の専門家をゲストスピーカーとして招聘

し、消費者市民社会の形成をテーマとする体系的な内容を構成していることも顕著な特徴であるといえるだろう。従来、消費者問題をテーマとする授業や講座があっても、消費者被害の防止といった狭義の消費者問題をテーマとするケースがほとんどだったからである。

こうした講義を3年間開講してきたことは、受講した大学生にとっても、担当したゲストスピーカーにとっても非常に有意義であったといえる。受講生が新たな知識を得たことはもちろん有意義であったが、担当者も自分の講義を準備したり実施したりする中で多くのことを経験し、新たに発見したであろう。多くの受講生と担当者が一緒になって、消費者市民社会の形成をテーマとする講義をとともに構築してきたことは、今後の消費者教育のあり方を考えるためのモデルとして、貴重な経験であるといえるだろう。

現状の消費者問題講義には、本稿で検討したように、大きな成果とともに、さまざまな課題が存在する。まずは、こうした課題を一つ一つ解決していくことが必要である。そして、この講義を一つのモデルケースとして検討を重ねながら、消費者教育の多様な機会を提供するために取り組みを広げていくことが必要である。こうした意味で、消費者問題講義の受講生がアンケート調査で、こうした講義を今後も続けてほしい、もっと多くの人に消費者問題の講義を受けてほしいと回答していることは心強い。

[謝辞] 消費者問題講義の開講にあたって、青森県消費者協会とその関係者の方々及び弘前大学の関係者の方々から多大なご支援とご協力を頂戴した。地域の専門家の方々には快く講師を引き受けて頂き、真摯に講義に取り組んで頂いた。弘前大学の学生たちには真剣にこの講義を受講して頂き、有益なコメントを残して頂いた。本稿はこれらの方々による消費者教育推進事業の取り組みの成果である。執筆には万全を期したが、もしも不備があるなら、それらは執筆者の責に帰する。

注

- 1) PIO-NETは、全国消費生活情報ネットワークシステム (Practical Living Information Online Network System) の略称で、国民生活センターと全国の消費生活センターに寄せられた消費生活相談情報を収集し、データベース化したものである。1984年から国民生活センターにより運用されている。
- 2) 2002年頃から2004年にかけて架空請求に関する相談が急増したこととともない、相談件数全体も急増した。当時は相談件数全体の約35%を占めていた。その後、問題が周知され、架空請求に関する相談が減少したことから、相談件数全体も減少傾向となった。
- 3) 持続可能な開発目標 (Sustainable Development Goals) は、すべての国連加盟国が2030年までの達成を目指す、貧困、教育、環境などに関わる17分野にわたる目標である。2015年9月に開催された国連「持続可能な開発サミット」において採択された。外務省ホームページ (http://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/about/doukou/page23_000779.html) を参照。
- 4) 消費者教育の体系イメージマップは、消費者教育の対象領域を10領域に分けるとともに、消費者のライフステージを7期に分けて、各領域・各期の消費者教育の学習目標を一覧表にまとめたものである。消費者教育推進のための体系的プログラム研究会が作成し、2013年1月に消費者庁により公表された。消費者庁ホームページ (<http://www.caa.go.jp/kportal/search/pdf/imagemap.pdf>) を参照。
- 5) 弘前大学人文学部 (人文社会科学部) は、これまでに、2015年2月28日 (八戸グランドホテル)、2015年3

月29日（弘前大学）、2015年12月26日（弘前大学）、2016年11月5日（弘前大学）、2017年1月28日（弘前大学）、2018年1月27日（弘前大学）に消費者問題または消費者教育をテーマとするフォーラムを主催してきた。2016年11月5日のフォーラムは青森県消費者協会との共催で、「学校における消費者教育推進事業」の一環として開催されたものである。

- 6) 教員・ゲストスピーカーの所属・役職は2015年当時のものである。現在、福田・保田・長谷河は人文社会科学部担当、小笠原は青森県消費者協会副理事長、斗澤は十和田おいらせ農協常務理事である。加藤は青森県消費生活審議会委員の任期を終えている。

参考文献

消費者庁『消費者白書』（平成26年版）（2014年）

消費者庁『消費者白書』（平成27年版）（2015年）

消費者庁『消費者白書』（平成28年版）（2016年）

消費者庁『消費者白書』（平成29年版）（2017年）

消費者庁『ハンドブック消費者2014』（2014年）

日本消費者教育学会『消費者教育Q&A —消費者市民へのガイダンス—』（中部日本教育文化会、2016年）

日本弁護士連合会消費者問題対策委員会『お買い物ので世界を変える』（岩波書店、2016年）