

社会教育としての消費者教育 —山口消費者教育論の検討—

Consumer Education as Social Education:
A Review of Yamaguchi's Discussion on Consumer Education

永 井 健 夫*

2012年に成立し施行された消費者教育推進法は各自治体に消費者教育の実施を求めているが、行政社会教育の分野では消費者教育が必ずしも積極的に行われていない。本稿は、そのことの歴史的な背景や意味について、山口富造による議論の検討をとおして考察するものである。旧来の消費者教育が「かしこい消費者」の育成を中心としていたところに、告発型の消費者運動も現れるようになった。山口は、その流れを振り返ったうえで、1968年に成立した消費者保護基本法の課題について検討し、行政が本来の役割を果たすことと、消費者が強い消費者に脱皮することを求める。消費者教育は「消費者主権」に貢献し、脱ジェンダー化を図ることが必要で、それは社会教育の本来的な方向性とも重なる。山口の議論は、「消費者市民社会」の考え方に通ずるものを含む先駆的なものであったが、その後の社会教育の流れを変えるには至らなかった。もともと社会教育には「消費者市民社会」に資する要素が豊富であり、そのような社会教育としての消費者教育の実現が求められる。

キーワード：消費者教育 社会教育 消費者市民社会 消費者教育推進法 山口富造

I 社会教育行政による消費者教育の取り組み 状況

消費者教育を推進する施策の策定・実施を国および地方公共団体の「責務」として定めた「消費者教育の推進に関する法律」（消費者教育推進法）が2012年8月に成立し、同年12月に施行されてから、10年近い年月が経とうとしている。この法律は、都道府県および市町村に対して「消費者教育推進計画」を策定することを求め（第10条）、学校だけでなく地域社会においても消費者教育が行われるよう、国、地方公共団体及び国民生活センターにより「必要な措置が講じられなければならない」と規定している（第13条2）。これにより、消費者教育は「学校の教育課程として行われる教育活動を除き、主

として青少年及び成人に対して行われる組織的な教育活動」（社会教育法第2条）である社会教育が取り組むべき課題として、法的に位置付いたと言える。

では、消費者教育推進法の成立後、全国の自治体において「消費者教育」をテーマとする社会教育事業が盛んに行われるようになっているのか。たとえば、『令和元年度 消費者教育に関する取組状況調査報告書』を見てみると、「2019年度に実施した（実施予定を含む）社会教育分野での消費者教育関連の取組はありますか」の設問に対し、「教育委員会の予算で実施する取組がある」とする回答が15.0%、また「教育委員会の予算で実施する取組ではないが、他部局や教育委員会の関連団体・組織が実施する取組に協力した」が20.4%であったのに対し、「教育委員会及び関連団体・組織で実施した取組はない」が67.4%を占めた（文部科学省、2020, p.14）^[1]。

*青山学院大学

要するに、回答した教育委員会の3分の2が「社会教育分野での消費者教育」に取り組んでいないということになる。

この調査の質問紙は都道府県教育委員会（47箇所）、政令指定都市教育委員会（20箇所）、（政令市を除く）市区町村教育委員会（1,721箇所）の計1,788委員会に送付され、1,125件（62.9%）が回収された。都道府県教委の回収数は46件（97.9%）、政令指定都市教委の回収数は20件（100%）であり、両者の回収数の合計（66件）は全体の約6%に過ぎない。このことから、上記の回答結果は政令市以外の市や区町村の概況を表しているものと理解できる。すなわち、市町村レベルの教育委員会の多くは消費者教育関連の社会教育事業に対して必ずしも積極的ではないということである。これを傍証するものとして、「消費者教育推進地域協議会」の設置の有無に関する設問の回答結果がある。それを見ると、都道府県および政令指定都市の98.5%が「すでに設置している」のに対し、市町村は「すでに設置している」が4.5%、「設置予定である」が0.5%、「検討中である」が19.9%で、他の75.2%の市町村は「今のところ、予定はない」という回答である。「協議会」の有無が当該自治体の消費者教育への関心度や意欲をある程度反映しているのだとすれば、中規模・小規模の市区町村にとって、消費者教育は優先的に取り組む課題とは認識されていないというのが現実であろう。

しかしながら、このことをもって直ちに「社会教育としての消費者教育は低調である」と言い切ることもできない。これには「社会教育」の多様性という特質が影響している。社会教育法の言う「学校の教育課程として行われる教育活動を除」いた組織的教育活動としては、一般行政の分野で行われているもの、市民が自主的・自発的に行っているもの、企業や民間団体が主催する事業などもある。社会の様々な所で、多様な内容・方法で、様々な立場や人々が教育・学習の事業・活動に取り組んでいるのだ

が、「社会教育」と見なしうるそれら全てが教育行政当局によって所管されているわけではなく、むしろ直接的な施策対象とされていない事業・活動のほうが圧倒的に多い。つまり、教育委員会が消費者教育に全く取り組んでいない自治体であっても、社会教育行政の関わらない形で「社会教育としての消費者教育」が盛んに行われていることは十分にありうる。また、行政があらゆる社会教育に関与することは不可能であり不要でもある。とはいえ、「实际生活に即した」特質が色濃いはずの消費者教育に対して、社会教育行政はもっと積極的に関わってもよいはずである。そうならないことの歴史的な背景や意味について、以下、山口富造による消費者教育論を手掛かりに若干の考察を試みる。

Ⅱ 消費者行政と社会教育

たとえば、労働者としての立場に即した課題を扱う労働者教育も社会教育に含まれて当然の教育領域であるが、労働問題や職業訓練などに関する学習機会が教育委員会によって積極的に提供されているかといえ、そうなのはいいない。この状況の背景には、新たな社会教育行政の骨格が作られようとしていた頃、労働省と文部省との間で、労働者教育は労働省の所管とする旨の取り決めが為されたという歴史的経緯がある^[2]。消費者教育の場合、これと同様に社会教育行政の対象範囲から外されるような動きがあったわけではなく、それが求められてきたわけでもない。たとえば、1965年の『わが国の社会教育』では消費者教育の充実が社会教育の課題として指摘されている（文部省、1965, p.229）。これと同じ頃の国民生活審議会の議論は、教育委員会所管の「婦人学級」や「成人教育」の活動の中に消費者教育的な内容が含まれていることに触れ、それを「社会教育としての消費者教育」の例として挙げている（岩田、1966, pp.84-86）。あるいは、国民生活研究所が『消費者教育の意義と内容』の中で示す「各省

庁の消費行政の概要」においては、「成人学校、婦人学級、高等学校開放講座、婦人教育研究集会などの助成等を行ない、社会教育活動のなかに消費者教育を織り込む」ことが、社会教育法を根拠法とする社会教育局担当事業として位置づけられている（国民生活研究所, 1968, p.39）。

このように、高度経済成長の進展とともに消費者問題が深刻化してゆく1960年代後半、社会教育行政が消費者教育に取り組むことへの期待とその余地は十分にあった。ゆえに、1968年の消費者保護基本法成立を機に、社会教育分野での消費者教育が一気に活発化してもよかったはずなのだが、どうであったか。当時の状況を示唆するものとして、『社会教育』誌および『月刊社会教育』を見てみよう。両誌は、社会教育分野で働く教育公務員、社会教育の実践的リーダー、そして社会教育研究者などの活動状況や課題意識が反映する専門雑誌である。1960年代および1970年代に刊行されたもののうち、論題に「消費者」を含む記事を拾ってみたのが次頁の<表>である。『社会教育』が「消費者としての市民教育」（1963年）および「国民生活と消費者教育」（1967年）の2回の特集を組んだことにより、消費者保護基本法が成立する1968年までの間は、消費者運動関係者のほか、社会教育行政に関わる官僚や社会教育研究に携わる研究者などによる論稿が少なからず掲載されていた^[3]。ところが、保護法成立後、1970年代をとおして、いずれの誌面においても消費者教育が論じられることは稀にしかなかった。消費者行政が本格的に進展し始めたことは、社会教育の行政・実践・研究に携わる人々を消費者教育に強く向かわせる力として作用しなかったようだ。

Ⅲ 山口富造の消費者教育論

a) 「消費者運動と社会教育」の概要

そのような中で、社会教育研究者として消費者教育の問題を活発に論じていた例外的存在が山口富造である^[4]。彼は「消費者運動と社会

教育」というテーマで1971年の『月刊社会教育』の5つの号に分けて寄稿し（山口, 1971a, 1971b, 1971c, 1971d, 1971e）^[5]、その後、1974年に「消費者教育—批判のための覚えがき—」を2つの号に分けて執筆している（山口, 1974a, 1974b）。彼の基本的関心は、消費者運動に含まれるところの、市民の側に立った学習活動の展開の可能性を如何に実現すべきか、という点にあった。山口の議論には社会教育にとっての消費者教育の意味・意義を考えるうえでの貴重な示唆が含まれている。それを理解するための準備として、1971年の論考の内容を要約しておく、次のとおりである：

i) 消費者運動の新しい展開

「うそつき牛缶事件」、ユリア樹脂事件、ポッカレモン事件等々、商品の不当表示や危険性に関する事件・事故が多発したことを受け、消費者問題に関心を持つ「婦人層」や「婦人団体」が拡大してゆくなか、消費者を保護するとともに「賢い消費者」に向けて啓蒙する消費者行政が始動したのが1960年代であった。1970年代に入ると、個々の事件の原点に立ち返った解決が迫られるようになり、従来の生産者保護優先の行政姿勢は問い直されなければならなくなった。カラーTV二重価格問題をめぐるメーカーと消費者団体の攻防もあり、保護されるべき存在であった「か弱い消費者」は「自立と組織化の道へ、わずかながら歩きはじめ」（山口, 1971a, p.70）、「消費者主義（consumerism）」を求める動きも現れるようになった。

ii) 消費者保護から消費者主権へ

「社会教育専門家」以外の人たちが先行して始めた消費者教育は、「家庭婦人」を主とする「かしこい消費者づくり」が主流となっているが、客観的状况としては性差に関係なく取り組む必要がある。アメリカでは、ケネディ大統領の「四つの権利」やニクソン大統領の「買い手の権利章典」など、巨大企業の恣意から消費者

＜表＞ 1960年代・1970年代の『月刊社会教育』および『社会教育』における「消費者」関連記事

(「国立国会図書館検索・申込オンラインサービス」の検索データベースをもとに、筆者作成)

刊行年	掲載誌名/巻(号)	掲載頁	タイトル	執筆者
1961	月刊社会教育 5(6)	62-65	美人づくりの楽屋うら —資生堂のセールスマン教育と消費者グループ「花椿会」—	栢植カツミ
1962	社会教育 17(4)	22-27	消費者教育—その考え方・進め方—	岡本包治・古野有隣
1963	社会教育 18(7)	8-14	消費者としての耳と目を育てる	氏家寿子
1963	社会教育 18(7)	15-19	消費者教育の現状とその社会的背景	今沢正躬
1963	社会教育 18(7)	20-23	行政は消費者教育をどうとり上げているか	筒井逸
1963	社会教育 18(7)	30-32	「消費者教育」とは—現代「社会教育」の一環として—	山崎進
1963	社会教育 18(7)	33-37	資料 消費者保護行政の現状—法令とその内容—	
1965	月刊社会教育 9(6)	12-16	消費者教育の盲点	室俊司
1966	月刊社会教育 10(8)	70-74	消費者教育論の盲点—「室論文」(’65・6月号)を読んで—	山口富造
1966	社会教育 21(12)	44-48	消費者教育「あなたの金の価値」	巻正平
1967	社会教育 22(2)	56-62	消費者教育についての調査と今後の課題	大友よふ
1967	社会教育 22(9)	7	今月の言葉 国民生活と消費者教育	樋詰誠明
1967	社会教育 22(9)	8-13	これからの経済社会と消費者教育	野田信夫
1967	社会教育 22(9)	20-25	消費者教育はどのように行なわれているか	志熊敦子
1967	社会教育 22(9)	26-28	地婦連・生活協同組合が行なう消費者教育 —浦和市谷田婦人会、長野県・滋賀県・埼玉県連合婦人会—	田中里子
1967	社会教育 22(9)	28-31	兵庫県生活科学センターでの消費者教育	西中嘉悦
1967	社会教育 22(9)	31-33	「消費者コンサルタント」養成の実状	金森房子
1967	社会教育 22(9)	34-36	婦人学級で行なう消費者教育—室蘭市本輪西・生活の設計学習会—	本庄順子
1967	社会教育 22(9)	37-39	西ドイツ・スイスの消費者教育	青野婦佐子
1968	社会教育 23(10)	26-30	消費者教育のなかで	宮崎長門
1971	月刊社会教育 15(4)	62-72	消費者運動と社会教育(そのⅠ)—消費者運動の新しい展開—	山口富造
1971	月刊社会教育 15(6)	86-91	消費者運動と社会教育(そのⅡ)—消費者保護から消費者主権へ—(1)	山口富造
1971	月刊社会教育 15(8)	96-101	消費者運動と社会教育(そのⅡ)—消費者保護から消費者主権へ—(2)	山口富造
1971	月刊社会教育 15(9)	66-73	消費者運動と社会教育(そのⅢ)—消費者主権の虚像と実像—[前半]	山口富造
1971	月刊社会教育 15(10)	34-39	消費者問題の学習実践活動のなかから[杉並区消費者の会]	寺田勝子
1971	月刊社会教育 15(11)	63-69	消費者運動と社会教育(そのⅢ)—消費者主権の虚像と実像—[後半]	山口富造
1972	月刊社会教育 16(12)	68-75	理想の消費者運動をもとめて—室蘭消費者協会のあゆみ—	菊池綾子
1973	月刊社会教育 17(11)	88-91	私の職場日記[消費者センター]	樹林真
1974	月刊社会教育 18(3)	49-55	消費者運動のなかで—むなしさを克服しながら—	寺田かつ子
1974	月刊社会教育 18(4)	70-76	消費者教育—批判のための覚えがき—(1)	山口富造
1974	月刊社会教育 18(6)	94-99	消費者教育—批判のための覚えがき—(2)	山口富造
1975	社会教育 30(8)	21-22	電話と消費者相談	青山三千子
1979	月刊社会教育 23(1)	56-61	消費者と農民の心をむすぶ匠瑳センターの学習と実践	熱田正行

の権利を守るための社会的視野と拮抗力の必要が認識されるようになった。そのアメリカで消費者運動を先導するR.ネーダーの影響は日本の消費者運動にも及び、啓蒙に終わりがちだった運動を「公害問題や大企業の恣意的市場支配に対する抗議」(山口, 1971c, p.97)のレベルまで視野を広げさせ、情緒的・集団的な圧力に頼る方法から「専門家の知識を動員し、説得力のあるデータをつきつける方法」(ibid.)へと転換させることにもなった。とはいえ、科学的データを消費者に提供するとともに企業に商品の改善を促す「商品テスト型」も、消費者が流通・生産に介入することで資本の市場支配に対抗する「生協型」も、企業による商品生産と販売の体制を破壊するものではなく、「改良」する助けとして作用した。ネーダーの運動も同様であり、これらは体制破壊を目指すものではないが、それでも消費者運動が企業の本質的矛盾に迫る経験を積んでゆくと「商品をとおしての人間疎外に気付き、体制変革への一步を実質的には踏みこまざるをえない」(ibid., p.100)。その場合の市民運動的な告発型・デモ型の消費者運動において商品テスト型・生協型の運動が生かされることにより、「市民のがわにたった消費者問題の学習の重要性があらためて認識されることになろう」(ibid., pp.100-101)。

iii) 消費者主権の虚像と実像

不正融資事件や公害問題などで注目された企業を含め、「異議なし総会」の株主総会が強行されることが多い反面、反公害の意識や消費者運動の高まりに対する対応策に取り組む企業も増え始めた。その対応策は、販売促進策として1960年代初頭以降に活発化してきた消費者組織化の流れの中に位置づき、これには特定顧客の組織化を狙うものと不特定多数の緩やかな組織化を狙うものの2タイプがある。いずれも企業イメージの好転による販路拡張を目的とするものだが、今や「何らかの理念を背景にした強力な組織化対策」(山口, 1971d, p.71)が求めら

れる段階にある。また企業による組織化とは別に、注目すべき問題として、消費者集団が横の連帯を強める可能性や、消費生活センターを拠点とする行政による組織化の動きなどがある。そして、1968年4月には与野党共同の議員立法として消費者保護基本法案が提案され、幾つかの問題点を含みながらも、5月に成立した^[6]。従来の消費者行政は、「賢い消費者」が業者と対等に話し合えば問題が解決されるという観点から、事業者と消費者の中間に立とうとしてきたが、行政本来の仕事が十分に為されなかったために多くの問題が生じてきた。行政の責任回避と如何に対決するかが今後の消費者運動の課題であり、消費者には「学習と運動を統一して自主的に行動する『強い』消費者への脱皮」(山口, 1971e, p.69)が望まれる。

b) 課題と方向性

山口のこれら一連の論考をとおして見出される消費者教育の課題や方向性を端的にまとめると、i) 消費者教育の使命の転換、ii) 消費者教育の脱ジェンダー化、iii) 本来的な社会教育としての消費者教育の3点になる。

i) 消費者教育の使命の転換

高度経済成長期に「消費革命」が進み、大量生産された商品が人々の日常生活を便利で「豊か」なものに変えていった一方、不当表示、不良品、欠陥商品などによる被害や事故も増えてきたなか、「か弱い存在」としての消費者を「保護」することを基本的発想として進められてきたのが当時の消費者行政であった。同時に、その保護されるべき消費者が商品知識を習得して「賢く」なることが期待され、したがって、1960年代の消費者教育は「賢い消費者」の育成に向けられるのが基本であった。

この「保護行政とそれに対応する『かしこい消費者』の蜜月の時代」(山口, 1971b, p.91)は、アメリカ合衆国でR.ネーダーが告発型の消費者運動に挑み始める頃から変わってゆく。特に

1970年代に入ると、公害問題、カラーTVの二重価格制、化粧品などの再販制度など、経済や消費に関する問題が複雑化・深刻化するなかで、消費者運動は「体制変革」にも踏み込みかねない勢力となり、「消費者自身の組織的活動が、公取はじめ、行政の姿勢を変えさせ」(山口, 1971a, p.70) ることも起きてくる。そうすると、消費者教育も単に「賢い消費者」の育成に留まることはできず、その使命・意義は「『強い』消費者への脱皮」を促すこと、すなわち消費者主権の実現という方向へと変わってゆかざるをえなくなるのであった。

ii) 消費者教育の脱ジェンダー化

日本における消費者教育の源流の一つと見なしうる事例として、奥むめおや赤松常子らによる「婦人消費組合協会」の結成(1928年5月)がある。その経緯を振り返って奥は「たいていの婦人の生活は、家庭生活から離れてはありえないのだから、その家庭生活、すなわち、消費生活を通して社会のからくりを知ることができる、ここに家庭婦人が消費組合に参加する意味があると、わたしは考えていた。家庭婦人にとって、一番しっくりする運動、それが消費組合運動だった」(奥, 1988, p.91) と述べている。昭和初期の厳しい政治環境にあって、この組織は早々に解散することになるが、戦後、奥は主婦連合会の創設に取り組み、その後、主婦連は消費者運動の中心的な牽引役となってゆく。

このような経緯があり、また、そもそも、日常的な「消費」(物品の購入)の実行役の多くは主婦であるという実情もあって、消費者問題に関する活動や事業の担い手および参加者は女性が主役となりがちであった。社会教育行政の所管領域においても、消費者教育は「あくまでも婦人教育の一部として、『婦人学級等において』おこなわれるべきものと考えられ」(山口, 1971b, p.88) る傾向にあった。これに対して山口は、「性差にかかわらず生活権を守るための学習と実践が、いやおうなしに要求される客観

的状況の真唯中に」(ibid.) あるという認識に立ち、男性も参加すべきものとして消費者教育を捉えている。「女性も男性も」ということは、現代の消費社会を生きる誰にとっても、つまり全ての市民に必要なものという意味になるわけであり、山口は消費者教育が「生活環境の破壊状況にたちむかう智恵と実力をつける市民教育」(ibid.) であることを求めていたのである。

iii) 本来的な社会教育としての消費者教育

上記のことは、まさに戦後の社会教育に期待されていた方向性でもある。今日と比べ、より強力に性役割規範が作用していた1970年代の日本社会にあって、性別に関係なく取り組むべきものとして消費者教育を提起しただけでも山口の主張は評価されてよい。加えて注目すべきは、彼が消費者教育の本質を市民教育として捉えていた点である。かつての社会教育が軍国主義国家体制の下支えとして機能してしまったのに対し、戦後の民主憲法と教育基本法の下での社会教育には「平和的な国家及び社会の形成者」の育成、つまり主権者としての市民的能力・資質の形成に寄与することが使命として期待されてきた。ゆえに、山口が求めるような意味での消費者教育(すなわち、消費者主権を目指す教育)も社会教育の主要課題として重視されてしかるべきである。ところが、実際には商品知識の普及や消費者被害の防止に向けて啓発する「かしこい消費者づくり」が盛んになるばかりであり、消費者教育は「社会教育の観点からの検討がほとんどなされないまま社会教育活動の一環としてかなりの比重をしめるいわば『鬼子』として成長するようになった」(1971b, p.86)。こうした傾向を改めるべく、戦後社会教育の本来的な主要課題である市民教育・主権者教育の一環として消費者教育を再定位しようとしたのが山口であり、その主張は今日の消費者教育の柱である「消費者市民社会」(西村, 2015) の考え方に通ずるものとも言える。

Ⅳ 関心外にあった消費者教育

では、社会教育としての消費者教育の課題を的確に指摘しているはずの山口の議論であったが、これを受けた議論が『月刊社会教育』誌上で活発に行われた跡は見当たらない。また、消費生活センターを拠点とする消費者行政主導の消費者教育事業は盛んに行われた一方、社会教育行政による消費者教育は「いぜん婦人教育のなかで比重は増しているものの啓蒙的学習の域を脱してはいなかった」（山口, 1988, p.168）という状況が続いた。

行政社会教育の関係者や社会教育研究者のこうした関心の低さの背景には何があるのか。推測できることの一つを記しておく、消費者問題を扱う機関として消費生活センターが各自治体に設けられ、上述のとおり、そのセンターによる（「社会教育」としての）消費者教育が盛んに行われるようになったが^[7]、そのために、教育委員会や行政社会教育当事者の立場にあっては、消費者教育を優先的な業務課題として受け止め難かったのではないかと考えられる。実際にはどうであったかの検証は難しいが、仮にこうした傾向がありえたとすると、それは役所のタテ割りの組織構造に由来するもので、消費者問題に限らず他の社会的課題や地域課題にも生じうる。

このことは別に「消費者問題」特有の事情として、日本社会における「消費社会」や「消費者主権」の認知度の低さが影響していたとも考えられる。第二次世界大戦敗戦後、復興期から高度経済成長期に移り行くなかで、産業・経済が発展し、日本社会全体としては確かに大量生産・大量消費の大衆消費社会の様相を呈してきた。しかしながら、ある時期までは（おそらく、最も早くとも、石油ショックに見舞われた1970年代前半までは）「消費者」としての自覚・自認を明確に持って生活していた人は必ずしも多数派ではなかった。佐原（1971）によると、日本社会における「消費者」という言葉の受容の

され方は、学術用語としても常識用語としても、欧米に比べて進み方が遅く、その原因として「わが国での就業構造の特異性による生産と消費の特異性による消費の分離の不徹底性」（p.14）があったという。この「就業構造の特異性」とは、雇用者の比率が低く自営業主や家族従事者の比率が異常に高いという構造である^[8]。自営業の代表である農業の従事者の生産・消費構造に見られるとおり、「自営業においては、通常生産の場と消費の場は分離していない」（p.14）ことや消費財と生産財の区別が付かないことも多い。「消費」の日常的な主役であった都市部の主婦たちは「消費者」としての意識が強く、それゆえに主婦が消費者運動の中心になってゆくわけだが、「生産」と「消費」が未分化な傾向にある自営業の立場においては、「消費社会」や「消費者問題」に対する当事者意識は希薄だったであろう。だとすると、1970年代の社会教育は、今日に比べれば多くの実践の現場が農村部にあり、また多くの学習者や指導者が農業や自営業につながりを持っていたであろうから^[9]、当時の社会教育関係者の間で「消費者教育」が主要な関心事として共有されなかったのも自然なことである。

その一方、「消費者教育」の語義の捉え方によっては、全く別の見方も成り立つ。消費者教育が、商品や商取引に関する知識・情報の普及・啓発といった、消費者被害の防止に向けた教育に限るものではなく、山口の言う「生活権を守るための学習と実践」や「生活環境の破壊状況に立ち向かう市民教育」であることがその本質であるならば、環境・公害、地域づくり、産業・経済、人権、自治、平和、等々をテーマとする社会教育実践や市民学習活動は実質的に「消費者教育」の機能を果たしているわけで、その事例は無数にある。つまり、戦後の社会教育は、何らかの点で「消費者教育」に関連する諸テーマに既に多種多様に取り組んできていたため、「消費者教育」が新たな社会的論点となったからといって、それらを改めて社会教育の課

題として議論する必要性が感じられなかったという面もあるだろう。

V 消費者市民社会に向けた社会教育

先に触れたとおり、山口の消費者教育論には「消費者市民社会」に通ずるものを認めることができる。最後に、この考え方の意義を確認してこの小稿を閉じることとしたい。

消費者教育推進法では、消費者教育の意義について「消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び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上で重要である」（第1条）と記されている。これを踏まえると、被害を回避し自らの利益を確保する自主性と合理的能力を得た「自立した消費者」が目標として想定されているように見える。ここには、消費者保護基本法改正に関して言われたところの、消費者行政の「保護」から「自立支援」への転換が反映されていると言える。しかしながら、この法律は消費者の自己責任や自助努力ばかりを求めているわけではなく、消費者である我々市民が協働してより良い消費社会を創出することにも重きを置いており、その社会像は「消費者市民社会」と表現されている。その核にある「消費者市民（consumer citizenship）」という概念は、20世紀終盤以降、欧米（とりわけ北欧）を中心に重視されてきた考え方であり^[10]、これについて西村（2015）は次のように解説している：

消費者市民とは、消費生活の向上を目指して日々商品選択を行う消費者としての性格と、消費行動を通じて社会への影響力を行使する市民としての性格を併せ持った主体的な消費者像なのである。消費者市民によって構成される社会こそ消費者市民社会と表現できるものである（pp.783-784）。

ほとんど誰もが「消費者」であることから逃れられず、先進各国のGDPの5割から6割を

個人消費が占めるという現代社会においては、「消費者としての権利・責任」と「市民としての権利・責任」は多くが重なる。そして、公正・公平で持続可能な消費社会の構築と、より良い市民社会の建設とは同じ方向にあると言える。このことが含意されるのが「消費者市民社会」である。これを目指すことは社会教育の課題でもあり、特に行政社会教育には積極的な関与が期待される。その場合、近年SDGsとして提起されているような生活、環境、人権などに関する広範な諸課題が取り組むべき対象となる。他方、先述のとおり、これまでも様々な生活課題、地域課題、そして現代的課題に関する学びの機会と場の創出を担ってきたのが社会教育である。それらは、一見、「消費者教育」と関係無さそうに思えるが、実際の内容は消費社会の問題やSDGsに直接・間接に繋がりがうるものが多い。このことを考えると、社会教育行政による消費者教育の振興方策としては、新規にイベントを企画することや体系的な学習プログラムを編成することも必要かもしれないが、「消費者市民社会」に結び付く視点や要素を既存の社会教育事業に付加して再設計するだけでも、消費者教育への有意義で実効性のある貢献となるのではないだろうか。

注

- [1] この項目は、自治体の種別に関係なく集計されている。
- [2] 1948年、労働省労政局長および文部省社会教育局長により「労働者教育に関する労働省（労政局）、文部省（社会教育局）了解事項について」という通達が出され、「労働省は労働問題の教育を文部省は公民として必要な教育（工場以外でおこなわれる科学技術教育をふくむ）を担当することに」なり、「労働者特有の属性に関する教育は社会教育行政からはずされた」（大串，1989，p.38）。
- [3] 1960年代の議論については、永井（2016，2018）を参照されたい。

- [4] その後、もう一人、宮坂広作が消費者教育に理論的・実践的に取り組むようになる(永井, 2021)。
- [5] これらの山口論文について、永井(2016)の引用・参考文献のリストでは、「消費者運動と社会教育」を副題として表記していたが、これを連載全体の論題としていた旨の記述(山口, 1974a, p.71)に従い、〈表〉と本稿末のリストでは主題としての表記に改めている。
- [6] 山口は、この法案の問題点として、次のような5点を指摘している(山口, 1971d, pp.64-67)。
- ①附帯決議において、法律法令の不充分な点の改善方向が示されているが、各省に所管が分かれる形となっており、民間消費者団体が求める「品質、規格表示の義務化」などの整備が実現できるか疑わしい。
- ②閣僚会議が基本的施策を定めることにより各省庁の既得権が抑えられることが期待されているが、真に「整備」するためには経済企画庁などに権限と事務局を与えるべきである。
- ③消費者保護の要である生活環境施設の整備と物価問題については触れることを避け、商品と役務に関する事業者・消費者の対応関係の合理化を図ることに終わってしまっている。
- ④消費者は「消費生活の安定及び向上に積極的な役割を果たす」こととされ、事業者と消費者の対応関係に関して、消費者の立場を「権利」ではなく「役割」と捉えており、消費者の生活権を守る姿勢が見られない。
- ⑤経済社会の発展に即応するために消費生活の安定と向上に努力する「健全な」人々が「消費者」と想定され、諸外国に比べ消費者行政が「教育」に傾斜する傾向が見られる。
- [7] 消費者教育の実施主体としては、教育委員会や消費生活センターのほか、消費者団体、生活協同組合、そして生活学校があり、山崎(1975)によると、1975年発表の『消費者団体基本調査』(経済企画庁)に基づいた三者の合計は5,023団体で、会員数は合わせて

3,591万人に上るという(pp.265-266)。

- [8] 佐原(1971, p.24)が提示する「全就業者に占める就業地位別就業者の比率」の表によると、自営業主と家族従事者の比率は、高度経済成長期に入り始める1955(昭和30)年でそれぞれ23.9%と30.3%であったのが、1969(昭和44)年には19.7%と16.7%に縮小する。これは、米国(1966年)の10.4%と1.6%や西ドイツ(1966年)の11.1%と7.8%といった比率と比べると、依然として明らかに高い比率にあった。
- [9] 戦後間もない頃に比べれば雇用者の比率は格段に高まった1970年代ではあるが、出身家庭が自営業であったり、農業と兼業しながらの雇用労働であったりという例も少なくなかった。ちなみに、「農林業センサス累年統計－農業編－(明治37年～平成27年)」によると、1975(昭和50)年の農業従事世帯員数(16歳以上)は7,907,487人、専業農家は616,432戸、兼業農家数は4,336,639戸であった(<https://www.e-stat.go.jp/stat-search/>)[2021.12.01]。
- [10] 代表的な論者の一人として、McGregor(2002, 2010)がいる。関連の論考として、永井(2012, 2014)も参照されたい。

引用・参考文献

- 岩田幸基(1966)「消費者保護組織および消費者教育に関する中間報告—国民生活審議会消費者教育部会について—(二・完)」『自治研究』42(12)、pp.81-90。
- 国民生活研究所(1968)『消費者教育の意義と内容』(昭和42年度一般研究Ⅱ／生活経営学の体系)。
- McGregor, S. L. T. (2002) Consumer Citizenship: A Pathway to Sustainable Development? (Keynote at International Conference on Developing Consumer Citizenship, April, 2002, Hamar, Norway) <<https://www.consultmcmgregor.com/>

- documents/research/norway_keynote.pdf
[2021.12.01] >
- McGregor, S. L. T. (2010) *Consumer Moral Leadership*. Rotterdam: Sense Publishers.
- 文部科学省 (2020)『令和元年度 消費者教育に関する取組状況調査報告書』.
- 文部省 (1965)『わが国の社会教育—現状と課題—』.
- 永井健夫 (2012)「消費社会における成人の学習の意義に関する研究ノート —McGregorによる『消費者シティズンシップ』の提起—」『大学改革と生涯学習』(山梨学院生涯学習センター紀要) 第16号、pp.93-101.
- 永井健夫 (2014)「日本の消費者教育政策における『消費者シティズンシップ』概念に関する考察—McGregorの議論を手掛かりとして—」『生涯学習・社会教育研究ジャーナル』生涯学習・社会教育研究促進機構、第7号、pp.99-119.
- 永井健夫 (2016)「社会教育の主要課題としての消費者教育 —1960年代前半の議論の検討—」『大学改革と生涯学習』(山梨学院生涯学習センター紀要) 第20号、pp.105-118.
- 永井健夫 (2018)「社会教育の主要課題としての消費者教育 (Ⅱ) —1960年代後半の議論の検討—」『大学改革と生涯学習』(山梨学院生涯学習センター紀要) 第22号、pp.125-139.
- 永井健夫 (2021)「宮坂消費者教育論をめぐる断章」『大学改革と生涯学習』(山梨学院生涯学習センター紀要) 第25号、pp.69-73.
- 西村隆男 (2015)「消費者教育推進の法制化と今後の課題」滝沢昌彦・松尾弘ほか編『民事責任の法理 —円谷峻先生古希祝賀論文集—』成文堂.
- 大串隆吉 (1989)「覚え書：社会教育における労働者教育の位置づけについて」『人文学報』東京都立大学、206号、pp.33-54.
- 奥むめお (1988)『野火あかあかと—奥むめお自伝—』ドメス出版.
- 佐原洋 (1971)「現代の経済社会における消費者問題」今井光映 (執筆者代表)『現代消費生活思想—コンシューマリズムの原理—』法律文化社.
- 山口富造 (1971a)「消費者運動と社会教育 (そのⅠ) —消費者運動の新しい展開—」『月刊社会教育』15 (4)、pp.62-72.
- 山口富造 (1971b)「消費者運動と社会教育 (そのⅡ) —消費者保護から消費者主権へ— (1)」『月刊社会教育』15 (6)、pp.86-91.
- 山口富造 (1971c)「消費者運動と社会教育 (そのⅡ) —消費者保護から消費者主権へ— (2)」『月刊社会教育』15 (8)、pp.96-101.
- 山口富造 (1971d)「消費者運動と社会教育 (そのⅢ) —消費者主権の虚像と実像—」『月刊社会教育』15 (9)、pp.66-73.
- 山口富造 (1971e)「消費者運動と社会教育 (そのⅢ) —消費者主権の虚像と実像—」『月刊社会教育』15 (11)、pp.63-69.
- 山口富造 (1974a)「消費者教育 —批判のための覚えがき— (1)」『月刊社会教育』18 (4)、pp.70-76.
- 山口富造 (1974b)「消費者教育 —批判のための覚えがき— (2)」『月刊社会教育』18 (6)、pp.94-99.
- 山口富造 (1988)「消費者教育」山口富造編著『学ぶ・考える —社会教育を学ぶ人のために—』学文社.
- 山崎進 (1975)「社会教育としての消費者教育」『家庭科教育』49 (6)、pp.260-268.

Consumer Education as Social Education: A Review of Yamaguchi's Discussion on Consumer Education

Katsuo NAGAI (Aoyama Gakuin University)

The Act on the Promotion of Consumer Education, enacted and enforced in 2012, demands every local government to promote and implement consumer education. However, the administrative authorities of social education are not necessarily ready to carry out consumer education programs. This article attempts to consider the historical background of this inclination and its meaning by reviewing Tomizo Yamaguchi's discussions. While the former practices of consumer education were aimed mainly at growing "clever consumers," some prosecutive types of consumer movements came to appear. Looking back at the process, he examines the problems of The Consumer Protection Fundamental Act, enacted in 1968, and demands administrative agencies to play their essential roles and consumers to become stronger consumers. He suggests that consumer education should contribute to "consumer sovereignty" and must be de-gendered. This direction is in line with the essential values of social education. Yamaguchi's pioneering argument, which contains ideas and viewpoints similar to "consumer citizenship society," could not change the trend of social education afterwards. However, it can be said that social education has many things which may support a "consumer citizenship society." In this way, we can have expectations of consumer education as social education.

Keywords : Consumer education, Social education, Consumer citizenship society, Act on the Promotion of Consumer Education, Tomizo Yamaguchi