

私のような消費生活系の研究者・教育者は、ただ知識や中央政府の意思決定を壇上で紹介・報告するのではなく、「消費者並びに社会全体の立場から見て、企業や行政のありかたに対し、本当にこれで良いのか？」と、「牽制球」を投げ続ける事が求められます（デッドボールで潰す事ではありません）。私は今まで、色んな消費者関連のシンポジウムに行きましたが、「中央の報告・紹介だけで問題提起が殆どなかった」事に辟易してまして、広島に来ないと見られないシンポジウムにしたい、という広島司法書士会さんの思いと私の思いとが一致しましたので、それならば「私にしか言えない事をバンバン言って、バンバン問題提起をしよう！」という思いで、今、壇上に立たせて頂いております。

1. 悪質商法と消費者教育

問題解明と処方箋を考えるのが学者、実践は芸人の柏木です。会場ではパワーポイントが出てますが、私は学者でも芸人でもマンパワーを基本としております。スライドは冊子にありますし、あくまで流れに過ぎませんので、私の「マンパワー」の方をご注目の程宜しくお願い申し上げます。まず、悪質商法ですが、心の隙間、法律の隙間を突くように次から次に分裂してきます。さて、資料にあるシートはみなさんいくつ当てはまっていたか？ 実は、これがあなたの心の隙間、騙される要素です。誰でも1つは当てはまるモノです。全く当てはまってないと言う人は、自分の脆さを知らないか⑩の自信過剰な人です。自分が騙されているのが分からないケースが多いのが近年の手口です。被害に遭わないためには、常に警戒する事、手口の傾向を掴む事、からくりを知る事が何よりも大切で、鉄則は「**弱気と慢心は最大の敵**」です。これは、私が芸人「ストッパー・カシワギ」モードで寄席の高座で言い続けている悪質商法予防のためのメッセージです。芸人としての展開も、消費者教育の1つの方法です。

2. 消費者教育の要素

さて、その消費者教育は、悪質商法対策の一環も担っておりますが、それだけではありません。（「**要素**」までドン！）消費者教育で展開するものは、①事前策、②事後策、③批判的思考、④意思決定、⑤表現・発信の5つの要素があります。別紙の「**水戸黄門替え歌**」を例に説明します。これは、「振り込め詐欺」をテーマに私が作ったモノですが、実

は①～⑤全部入っています。手口と被害に遭った時の救済法を知る事が①または②、実際遭いそうな時に「ちょっと待って？」と考えて止まるのが③、対処の仕方を考えてもらうのが④、①～④を「歌」で伝えるという形式が⑤です。

時間をかけて①～⑤をバランス良く展開できる事が理想的なパターンですが、なかなか出来ないのが実状です。特に、③～⑤は手薄でして、そこをもっと盛り込んで行く必要があります。③～⑤を盛り込む事は「創造型の消費者教育」と言いますか、知識偏重ではなく、考え、発信していく事、自ら考え・行動するという形成態度を養う事、第三者に伝える事、社会への参加と問題提起に繋がるからです。これは、消費者教育だけでなく、この後二階堂先生が展開される法教育にも言えると思います。

3. 教育のドグマ

さて、我々が「教育」という言葉を挙げる時、言葉のせい、次の「固定観念」に陥りやすくなります。**(ドン！)**学校や大学ですべき、実践者は教員以外はダメ、理論的に定式化されていないとダメ、お墨付きがないと無価値などという「固定観念」です。これは、専門家だけでなく一般の人も陥ってしまう「固定観念」です。教育は、いつでも何処でも誰でも出来ますし、そうすべきものです。例えば、これです！ **(ドン！)**「3歳の女の子が人形のおまけのついたお菓子を持っている。お母さんはこれを店のレジに支払おうとしているが、女の子が「イヤ！」と言ってどうしても離そうとしない。この時、お母さんはどうすれば良いでしょうか。」

これは、3歳のしつけですね。「お店にあるものは、お金を払わねばならない」事がその子に分かる事から始まっています。既に、この中に消費者教育と法教育のエッセンスが入っているんです。ちなみに、そのおまけ付きお菓子を取り上げて支払ったり、女の子ごと抱えてバーコードに通させたりするのは、消費者教育や法教育としては失敗です。また、ダダをこねるのに負けてすんなり買い与えたり、何でも与え続ける事、これも失敗です。

「ゴネれば買ってくれる」と思わせますし、「ガマンする」という事をさせなければ、与えられるのが当たり前になってしまいます。モノやヒトに「感謝する」という気持ちが薄れたり、「親はモノを与える自動販売機だ」としか思えない子どもにしてしまいます。それではいけませんね…。

この一例にもあるように子どもさんを育てられている保護者の方も立派な教育者です。皆さん全てが教育者なのです。**(ドン！)** 教育は決して学者・教員の専売特許でも「**学校に丸投げ**」するものでもありません。ウソを伝えない、疑問の芽を摘まない、臭いものに蓋をしない事に気を付ければ、何処でも誰でもできます。消費者教育は全市民的に広めるべきモノです。もっとお茶の間に持つてくることとその機会が必要ではないでしょうか。なお、消費者教育を実践する際には、「**魂**」がなくては「**仏像作って魂入れず**」になってしまいます。そこで、消費者教育の「**魂**」について展開します！

4. 魂と方向性

さて、その魂ですが「**教育者が情熱を持つ事**」「**誰のためにするかを忘れない事(分かってもらえる事も然り)**」「**核心を外さず、目的を転移させない事**」の3つです。詳細はパワーポイント資料にも示していますが、ここは案外、見落とし易い所です。**(ドン！)**

専門家にしかわからない消費者教育や法教育は無意味です。これは、伝える相手を考えていません。思想・宗教的教義・イデオロギーからは中立である事も求められます。確かに、教育者個人にも選択の自由はあります。しかし、個人の宗教・教義・イデオロギーを盛り込む事は、消費者教育本来の目的から外れますし、受ける側の意思の自由や選択の自由を阻害する事にもなりかねません。また、学校現場で食育と称して食品会社が「自社製品を食べる事、紹介するケース」も見られます。これは食育でもなければ、消費者教育でもありません。企業の販売促進です。総合教育の時間を自分は何も考えず、メーカーに時間を投げているだけという、まさに「**教育の丸投げ**」をしている学校も残念ながらあります。これでは、「**魂**」なんてあったものではありません。**消費者教育の目的が逸れてしまう「目的転移」や「教育の丸投げ」のように、消費者教育や法教育の「魂」が抜かれてしまう状態に、私は警鐘を鳴らし続けております。**そしてもう1つ、考えるべき事があります。「**消費者の選択の自由**」に対する誤った認識です。「お金を払えば何をしても良い」と言うか、「学校に授業料払えば何をしても良い」とか「飛行機の料金を払えば、機内で何をしても良い」というものがその典型です。民法でも、第1条第3項に「**権利濫用の禁止**」が明記されていますし、ゴネ得を狙う消費者までも保護しません。度が過ぎれば、消費者ではなく犯罪者になってしまいます。「**個(個人の個)**」が強まりすぎて**他者への配慮が薄れてしまう事も、「仏像作って魂入れず」の消費者教育になるので、これも私は警鐘を鳴らし続けております。**問題を捉

える事でも、実際の行動でも、ミクロ、マクロの両面での的確な事実認識と的確な行動が求められます。これが、個の確立+感謝、思いやりの3つを持った「**共生的自立**」です。今後の消費者教育には、この「**共生的自立**」も大切になるかと思います。それゆえ、人間教育や法教育など他の教育との連携も求められてくるでしょう。

5. 誰でもできる消費者教育・法教育

最後になりますが、「誰でもできる消費者教育・法教育」として、こんなのいかがでしょうか。(ドン!) 「おやこのルールづくり」、「もしも、～がなかったらを考える」、「買い物ごっこゲーム」、食事をみんなで作って囲みながら色々話し合う事、いくらでもあります。

でも、自分だけでは専門的な事は分からないとか、なかなか出来ないと言う方もおられるでしょう。(ドン!)そこは、我々のような教員、専門家、及び芸人が設計、ネタ出し、ネタ振りを致しますので、家庭、地域での消費者教育や法教育の実践を皆さんぜひお願い致します。ご清聴ありがとうございました。