

若年世代の消費者教育の推進 —ヨーロッパを中心として—

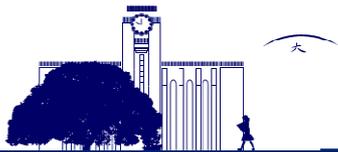
2019年9月6日

カライスコス アントニオス
京都大学大学院法学研究科
准教授



1 若年者の消費実態

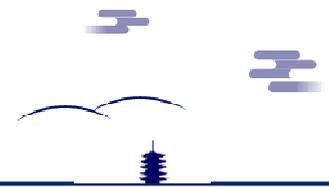
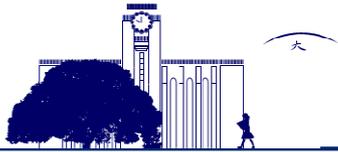
- デジタル、インターネット関連はEUの若年層でも広がりを見せている
⇒ 若年層では、特に携帯電話を通じたアクセスが多い
- 他方で、携帯電話の健康への悪影響も懸念されている
⇒ アテネ医師会は、14歳未満の子供に携帯電話を使わせないことを推奨
- 子供に向けたオンライン・マーケティングに関する欧州委員会の調査(2016年)
- オンライン・マーケティングの手法の多様化ーインフルエンサーを含むステルス・マーケティングによる影響は、特に若年層に及びやすい



1 若年者の消費実態

EU法のいくつかの取組み

- EU不公正取引方法指令2005/29/EC
 - ⇒ いかなる場合でも不公正とみなされる取引方法のリスト
 - ※ 広告の中で、子供に対して、広告商品を購入するように、あるいは購入を親等に説得するように直接に促すこと
 - ※ 販売促進のために事業者が代金を支払ってメディアの編集コンテンツを使用したにもかかわらず、そのことをコンテンツの中で明らかにしないこと(記事広告)
 - ※ 事業者が、事業に関する目的で行動していない、あるいは事業者ではないとの虚偽の表示をすること

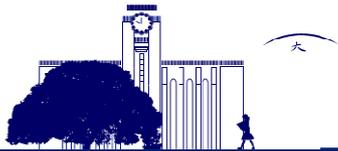


2 若年者の消費者被害への対応策

EUのConsumer Classroom

- EU全域の中等教育の教員向けのウェブサイト
(現在一時的に閉鎖中)

[Consumer Classroomの
Facebookページより引用]

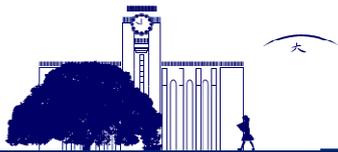


2 若年者の消費者被害への対応策

Consumer Classroomによる

Inter-School Competition

- 中等教育の生徒(12歳から18歳)が対象
- 参加学校は、他のEU加盟国からのパートナー学校を選択
- デジタル・コンテンツ、エネルギー消費などのテーマ
- 優勝したチームの生徒には、ブリュッセルへの旅行を提供
⇒ 欧州連合の主な機関をすべて訪問
- 主体性、積極性、ネットワーキング、より深い知識、創造



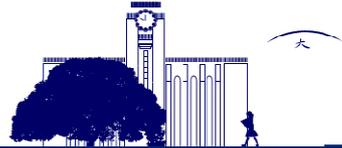
2 若年者の消費者被害への対応策

ドイツの例ードイツ消費者センター連盟(vzbv)による マテリアルコンパス(Materialkompass)

- 連邦司法・消費者保護省からの受託事業
- テーマや発達段階(初等教育、中等教育)に応じて資料を分類
- 専門家による資料ごとの評価が閲覧可能

[ドイツ消費者センターの
ウェブサイト<https://www.verbraucherbildung.de/suche/materialkompass>
より引用]

The screenshot shows the website 'verbraucherzentrale Bundesverband' with a search bar and navigation menu. The main heading is 'Das Schulportal für Verbraucherbildung'. Below it, there are navigation options: 'Materialkompass', 'Verbraucherschule', 'Unsere Themen', and 'Über uns'. The search bar contains the text 'Nach Unterrichtsmaterialien suchen' and is set to 'Sortiert nach Relevanz'. A search button labeled 'Suchen' is visible. Below the search bar, there is a section titled 'THEMA' with a list of categories: 'Finanzen (142)', 'Medien (262)', and 'Ernährung (191)'. A featured result for 'Finanzen' is shown, titled 'Verbraucherschutz. Grundwissen-Training in drei Differenzierungsstufen'.



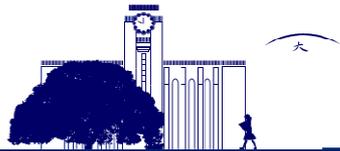
2 若年者の消費者被害への対応策

ドイツの例ードイツ消費者センター連盟(vzbv)による 消費者学校の賞(Verbraucherschule)

- ドイツ消費者センター連盟は優れた消費者教育を実践する学校に消費者学校の賞を授与している

[ドイツ消費者センターのウェブサイト
<https://www.verbraucherbildung.de/verbraucherschule>
より引用]

Verbraucherschule



3 持続可能な社会の実現を担う消費者教育

ドイツの例—Albrecht-Thaer-Gymnasium(ハンブルク)

- 学校に対する認証・マークの付与制度
- Albrecht-Thaer-Gymnasiumは、Klimaschule(気候学校)やUmweltschule in Europa(ヨーロッパ環境学校)の認証を取得している
 - ⇒ 認証・マークは、生徒による学校選びの際の基準にもなる
 - ⇒ Klimaschuleは、学校単位でエネルギーを節約する活動に関するもの
 - ※ 教員、生徒と父兄が一体となってエネルギーの節約に取り

組む



3 持続可能な社会の実現を担う消費者教育

ドイツの例—Albrecht-Thaer-Gymnasium(ハンブルク)

- 父兄にも参加してもらえる持続可能性に関する教育
 - ⇒ たとえば、家にあるものを5つ非プラスチック製品に置き換えるという活動
- 地域との連携
 - ⇒ 持続可能性に関するグリーンハウスの企画
 - ⇒ 企業から提供される材料と「隠された広告」の排除
「広告フリー」のスペースとしての学校

〔ドイツに関する本資料の項目の詳細については、
日本弁護士連合会消費者問題対策委員会

『消費者教育に関するイギリス・ドイツ調査報告書』(2019年)
を参照]



3 持続可能な社会の実現を担う消費者教育

「計画的陳腐化planned obsolescence」への法的対応

—フランス法の例

- 計画的陳腐化＝製品の寿命を意図的に短縮する手法
- 2015年の消費法典改正の際に、計画的陳腐化の禁止がフランス消費法典(Code de la consommation)に明文化された
⇒ 違反した事業者に対しては、2年の収監および30万ユーロの罰金が科される
- 立法による規制が進むと、その事項の消費者教育への取込みも容易になる

