

## 序 文

生産・流通の急速にして高度な発展のかげで、消費者は商品・サービスについての情報にたち遅れたり、必要な情報が得られないという情報不足の状況におかれたり、反対に、情報は提供されているのに、それに無関心であるための的確な判断と決定をすることができないという意思決定減能状況におかれている。

「消費者」にはいろいろな概念規定が可能であるが、どのように規定されようと、消費者が「人間である」ということだけは明白である。しかし、その人間としての消費者は、上のように客体的あるいは主体的に、人間として「自己実現」することから遠のく状況におかれている。

このような状況から消費者が解放され、人間としてその生活の価値を守り、生活の質を向上させ、自己実現するためには、生活環境に適応するだけでなく、それを醸成していく、つまり個人的意思決定—生活設計の能力だけでなく、社会的意思決定—生活設計の能力を開発する消費者教育が必要である。

人は誰でも生涯にわたって消費者であることをまぬがれることはできない。したがって消費者教育は、人間の発達段階に応じて、ライフサイクルのそれぞれのステージで、生涯にわたってシステム的に行われる必要がある。また家庭・学校・社会・産業などそれぞれの場で、しかも相互の理解と協力のもとに、システム的に行われる必要がある。1975年に米国のフォード大統領が、「消費者教育を受ける権利」を消費者の第五番目の権利として掲げたのは、そのためである。

そのようなとき、1981年11月3日の「文化の日」に、名古屋で日本消費者教育学会の創立総会が開かれた。それは、消費者教育の理念と方法を枠組し、その効果を科学的に研究するためであり、かつその研究を学校・行政・消費者団体・産業の四者で共同して組織的に行うためである。

このような目的をもって設立された日本消費者教育学会は、その活動の柱の一つとして、学会員による調査研究の成果を、出版物の形で世に問うということを計画した。

その一つは『会報』という学会機関誌の発行(年1回)、いま一つは『消費者教育』という学会機関単行本の出版(年1回)である。本書は後者の第1冊であり、副題を「現状と課題」とした。以下、第2冊の副題は「方法と評価」というように、消費者教育の諸問題を洞察して、計画的に出版していく手はずになっている。日本消費者教育学会の歴史そのものとして、温く見守って頂ければ幸いである。

本書成るに当っては、各界のかたがたの指導と励ましに負うところがきわめて大きい。また光生館社長の中川廣一氏ならびに編集部の渡辺力氏の、学会に対する深い理解と温い協力に負うところがきわめて大きい。これらのかたがたに厚く御礼を申しあげる。

1983年5月

日本消費者教育学会代表理事  
金城学院大学教授・学長

今 井 光 映