

1 消費者市民社会とは

2012年に制定された消費者教育推進法では、消費者市民社会について次のように定義しています（第2条第2項）。

「消費者市民社会」とは、消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、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をいう。

消費者教育推進法で、消費者市民社会という考え方が明示されたことにより、消費者教育の視野が広がったといえます。

これまでの消費者教育は、どちらかといえば、個々の消費者の自立を支援するために行われてきました。消費者個人が、消費者被害に遭わず、適切な情報を基に、自分自身のために合理的な選択を実践し、安全・安心で豊かな生活を送ることができることを基本にしてきたといえます。

消費者教育推進法では、消費者教育の定義を「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」という消費者基本法の理念に則ったものに加えて、「消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む」としています（第2条第1項）。つまり、消費者個々の自立に加えて、消費者市民社会の形成への参画という消費者が社会の一員として行動することも消費者の自立の要素であるということが示され、消費者教育の視野が広がってきたのです。

なるほど



<消費者教育の視野の広がり>

<これまで>

自分自身の生活を豊かにする消費者

<これから>

自らの社会的な役割を自覚し、
公正かつ持続可能な社会の形成に
参画する消費者



消費者は、社会経済情勢、地球環境、将来世代の状況などを考え、自らの社会的な役割を自覚しながら、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に関与することが求められています。例えば、消費者一人一人が、「自分は被害に遭わない」とか「自分は安全・安心な生活を送ることができる」と自分自身のことだけを考えるだけではなく、消費生活に関する問題は、自分だけではない社会の問題として理解し、問題の解決に向けて行動を起こす必要があります。

これからの消費者教育は、消費者市民社会の形成に参画する消費者市民の育成が必要となってきます。

2 消費者の8つの権利と5つの責任

<消費者の8つの権利>

- ・安全である権利
 - ・選ぶ権利
 - ・知らされる権利
 - ・意見が反映される権利
 - ・消費者教育を受ける権利……1975年フォード大統領が追加
 - ・被害の救済を受ける権利
 - ・生活の基本的なニーズが保障される権利
 - ・健全な環境の中で働き生活する権利
- 1962年ケネディ大統領が提唱
- 1980年国際消費者機構が追加

消費者の権利は、アメリカのケネディ大統領が1962年に消費者保護特別教書の中で、4つの権利（「安全である権利」、「選ぶ権利」、「知らされる権利」、「意見が反映される権利」）を提唱し、1975年にフォード大統領が、5つめの権利として、「消費者教育を受ける権利」を加えました。国際消費者機構（CI：Consumers International）は、1980年にさらに3つを加えて「消費者の8つの権利」としました。この8つの権利は、わが国の消費者基本法（2004年成立）においても、明記されています。

1982年に国際消費者機構は、「消費者の8つの権利と5つの責任」を提唱しました。消費者には権利とともに責任があるとし、次の5つを消費者の責任としました。

<消費者の5つの責任>

- ・商品や価格、品質等の情報に疑問や関心をもつ責任
- ・公正な取引が実現されるように主張し行動する責任
- ・自分の消費行動が社会（特に弱者）に与える影響を自覚する責任
- ・自分の消費行動が環境に与える影響を自覚する責任
- ・消費者として団結し連帯する責任

消費者市民社会の実現のために、消費者が5つの責任を自覚して、消費行動をしていくことが重要となります。

3 買い物の社会的な意味

- ・「買い物はお金の投票」であることを、生徒に意識させる。
- ・私たち消費者の消費行動は、社会に大きな影響を与えることを自覚させる。

私たち消費者は、毎日、お金を出していろいろな商品（物資やサービス）を買っています。消費者がお金を出して商品を買うことは、選挙の投票行為と同じで、その商品の生産や販売に関わる事業者に一票を入れる（その事業者を応援する）ことになります。

消費者が、社会にとってよりよい商品を選択・購入すると、それを提供している生産者や事業者にお金が入ることになります。消費者が買わないという選択をすれば、その商品は市場から消えます。つまり私たちの毎日の買い物は、お金の投票という社会的な意味があるのです。

GDP（国内総生産）の約6割を個人消費が占めており、消費者がどんな商品を選択・購入するかは、社会に大きな影響を与えます。「買い物はお金の投票」という意識を持ち、公正で持続可能な社会の形成のために望ましい選択をしていくことが、消費者市民としての私たちに求められているのです。



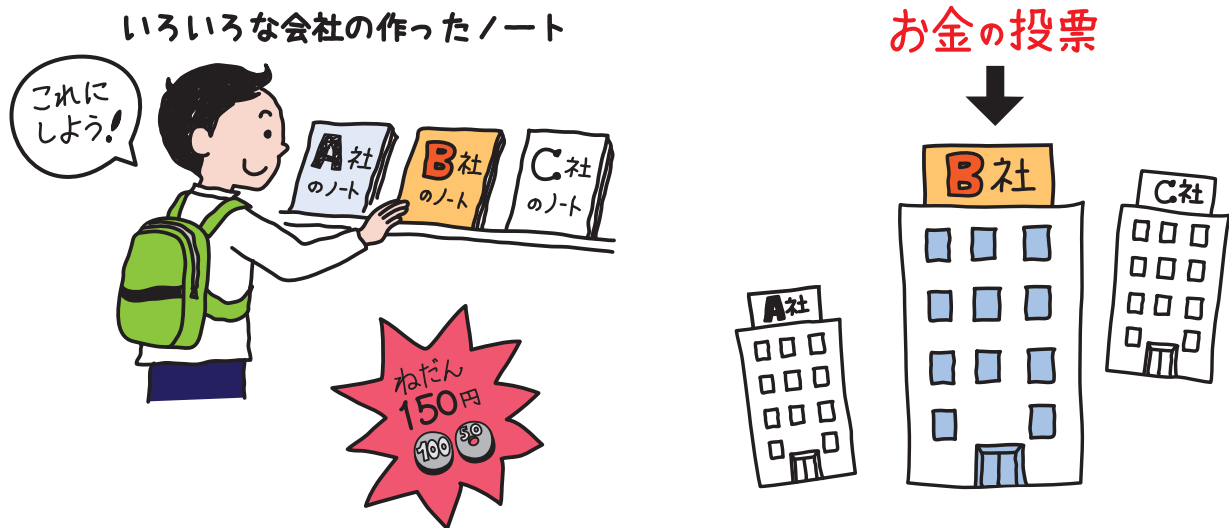
毎日の買い物はお金の投票なんだね。
よく考えて買い物をしよう！

消費者の選択は、社会に
大きな影響を与えるんだね。



生徒に、「買い物はお金の投票」であることを意識させて、一人一人の消費行動が社会に影響を与えていることを自覚させてください。消費者教育の目標は、公正で持続可能な社会の実現に寄与する消費者市民の育成です。消費者の選択、購入、消費、廃棄、再生などに関わる自律的な判断が、公正で持続可能な社会の実現に向けて大きな役割を果たします。私たち消費者がどのような消費行動をしていったらよいか、さまざまな教育活動を通して、生徒に考えさせる機会をつくってください。

<買い物はお金の投票>



いろいろな商品の中から選んで買うと、それを生産・販売する会社にお金が入ることになります。

※私たちの買い物は、「お金の投票」です。

店に行くとたくさんの商品が売られています。生徒は、商品をどのような基準で選んでいるでしょうか？ 消費者には「選ぶ権利」があり、物資やサービスを自由に選択できる機会が保障されています。

次のページには、「エコマークのついたノート」と「エコマークのついていないノート」のどちらを買いますかという問いがあります。環境に配慮した商品に付けられるマークはいろいろなものがあり、多くの消費者がそれらをチェックして「お金の投票」ができれば、環境保全につながります。

私たち消費者は、「買わない」という選択をすることもできます。特に海外では、児童労働が発覚したり環境破壊を起こしたりした企業の商品を、消費者が「買わない」と行動を起こすことも多く、大企業が改善に向けた取り組みをした例があります。

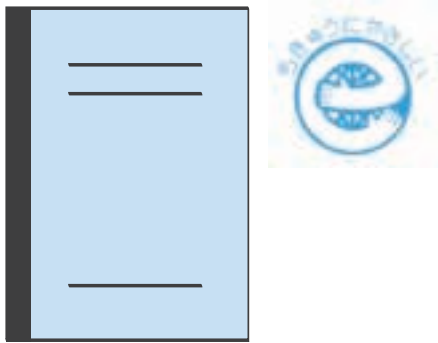
<消費者が「買わない」という選択をすれば、その企業はもうけることができません。>



消費者が何を選ぶか（買うか）によって、
社会は良い方にも悪い方にも変わるんだよ！

<あなたはどちらを買いますか？>

エコマークのついたノート



エコマークのついていないノート



<参考資料>

エコマーク認定商品（環境への負荷が少ないと認められたものにつけられています。）

※ノートの場合

- ・古紙パルプを 70%以上使用
- ・パルプの漂白工程において、塩素ガス不使用など

出典：公益財団法人日本環境協会エコマーク事務局

<http://www.ecomark.jp/>

<生徒に考えさせてみましょう>



多くの消費者が価格の安さばかり気にして
ノートを選ぶと、どうなるかな？

販売店では

値段の安いノートから売れていく。
エコマークのついたノートがあっても、客は着目してくれない。



エコマークのついたノートを仕入れない。



製造業者では

エコマークのついたノートをつくらなくなる。
※業者は、売れない（利益の出ない）商品をつくらない。

環境は
どうなる？



※私たちの消費行動がどんな社会につながるか考えていきましょう！

多くの消費者が、エコマークのついた商品を選択（購入）するように心がけていくと、どのような社会になっていくんだろう？



「どんなものを買いたいか」と生徒に質問すると、多くの生徒は値段の安いものを買いたいと答えます。しかし、これからは、自分自身のことだけではなく、現在及び将来の社会のことまで考えながら、私たち消費者は商品を選択し、環境等に配慮した消費行動をしていかなければなりません。環境に関する学習をした生徒は、環境に配慮した商品選択や消費行動の必要性を理解して日常生活において実践し、持続可能な社会を構築する一員となっていきます。

社会の持続可能性が危機的状況です。地球温暖化問題に象徴される地球環境の悪化をくいとめるためには、大量生産・大量消費・大量廃棄型の社会を変えていかなければなりません。また、さまざまな取引が国境を越えて行われていますが、先進国事業者の安値競争の背景には、開発途上国の立場の弱い生産者から不当に安い価格で買ったたいて原材料を仕入れるような取引や劣悪な労働条件による健康被害や児童労働などが行われていることがあります。公正な取引によって市場に提供される商品を増やしていかなければなりません。



自分の消費行動が
さまざまな社会問題と
どうつながっているのか、
自覚して行動したいね！

「消費者庁 イラスト集」で検索をすると、授業で使えるさまざまなイラストが見つかります。左はカカオ農園での児童労働（フェアトレード：本冊子 15 ページ参照）、右は地球温暖化現象に関するイラストです。



イラスト提供：消費者庁