

これからの消費者市民として求められる教養

橋長 真紀子

1980年代は、若者の訪問販売による消費者被害やサラ金被害が深刻化し、豊田商事事件に代表される消費者被害が社会問題化した時代でした。このような消費者問題が多発した時代背景を受け、経済企画庁（当時）は「学校における消費者教育の新しい視点 市民社会における消費者教育へ」（1987）を発刊し、契約問題を学校教育に組み込む必要性を説きました。そうして、1989年の学習指導要領の改訂の際、中学校技術・家庭（家庭分野）では、消費者の権利と責任、多様な販売方法、契約について、高等学校家庭では、クレジット契約、クーリング・オフ、環境にやさしい消費について扱うようになりました。これが、学校教育における消費者教育の始まりです（西村2009、2012）。

21世紀に入り、グローバル化や様々な規制緩和により、消費者を取り巻く環境は変化し、消費者教育の位置づけも再考を余儀なくされました。国民生活審議会消費者政策部会「21世紀型の消費者政策の在り方について」（2003）では、消費者が「保護する対象ではなく、自立した主体」として能動的に行動するための消費者教育の役割を強調しています。その翌年、「消費者保護基本法」（1968）は「消費者基本法」（2004）へ改訂され、「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立支援」が消費者政策の基本と位置づけられました。基本法では、「消費者教育を受ける権利」は消費者の権利の1つとして明示され、国や地方公共団体に対して、消費者教育の機会を提供することが求められました（田中2014）。

2007年の福田康夫政権時代、食品偽装や耐震偽装、古紙割合偽装事件等、国民の安全・安心社会の実現が脅かされる様々な事件が発生し、消費者目線での政策へと転換が図られました。内閣府「平成20年度版国民生活白書 消費者市民社会への展望—ゆとりと成熟した社会構築に向けて—」（2008）では、欧米で生まれた「消費者市民社会」とは「個人が、消費者・生活者としての役割において、社会問題、多様性、世界情勢、将来世代の状況などを考慮することによって、社会の発展と改善に積極的に参加する社会」であるとその概念を初めて日本に紹介し、日本の目指す方向性を示唆しました。その翌年、2009年9月1日に消費者庁が設立しました。

一方、大学教育においては、文部科学省「大学等及び社会教育における消費者教育の指針」（2011）では、キャリア教育と連携させた消費者教育の展開を求めており、消費者教育の目的として以下の3点を挙げています。

- (1) 消費者の権利を実現し、消費生活の安定と向上を図るため、消費に関する基礎的・基本的な知識および技能を習得し、これらを活用して消費者被害等の危機を自ら回避する能力、将来を見通した生活設計を行う能力、及び、課題を解決する実践的な問題解決能力をはぐくむ。
- (2) 自己の利益だけを求めるのではなく、他者や社会とのかかわりにおいて意思決定し、よりよい社会を形成する主体として、経済活動に関して倫理観を持って責任ある行動をとれるようにする。
- (3) 消費を、持続可能な社会を実現するための重要な要素として認識し、持続可能な社会を目指してライフスタイルを工夫し、主体的に行動できるようにする。

また、「消費者教育の推進に関する法律」(以下:推進法)(2012)では、初めて法律の中に、消費者市民社会の概念が明文化されました。2条2項では、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」と定義づけられています。さらに2条1項では、消費者教育の定義は「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(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)及びこれに準ずる啓発活動」と明示され、「消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結びつけることができる実践的な能力」を育成すること(3条1項)、「消費者が消費者市民社会を構成する一員として主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援すること」を理念として行わなければならない(3条2項)とされています。推進法の成立と並行する形で進められてきた「消費者教育推進のための体系的プログラム研究会」は、幼児期、小学生期、中学生期、高校生期、成人期に区分した成長の段階に応じた消費者教育の4つの重点領域「消費者市民社会の構築」「商品等の安全」「生活の管理と契約」「情報とメディア」の学習目標を一覧で記した「消費者教育の体系イメージマップ」(2013)を公表しました。同イメージマップでは、大学生は、「成人期(特に若者)」のステージに位置づけられ、「生活全体において自立を進め、消費者としてのライフスタイルや価値観を確立し、自ら行動を始める時期」とされています。重点領域の4領域において、本教材のテーマである「トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣つけること」の他に、「持続可能な社会の実現に向け、生産・流通・消費・廃棄が環境・経済・社会に与える影響を考える習慣を身につけること」が必要であると明示されています。そのため、個人の自立のみなら

ず、社会的、経済的、環境的な影響を考えながら消費行動を取れる大学生の育成が求められています。

図1：消費者教育の体系イメージマップ

消費者教育の体系 イメージマップ ～ステップアップガイド～		幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期		
						特に若者	成人一般	特に高齢者
各期の特徴	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に關心をもち、それを取り入れる時期	主体的な消費者行動、社会や環境の興味を通して、消費者としての素地を形成する時期	消費者の行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決能力を育む時期	生涯を見通した管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断力を高め、国際的な視点も養う時期	生活全体において自立を進め、消費者としてのライフスタイルや価値観を確立し、自ら行動を始める時期	精神的にも経済的にも自立し、持続可能な社会を実現すべく消費者市民社会の構築に様々な人々と協働し取り組む時期	様々な状況に応じ、周囲の支援を受ける場面はあるもののこれまでの人生での豊富な経験や知識を、持続可能な社会形成や消費者市民社会構築に活かす時期	
	重点領域							
消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解	おつかいや買ひ物をすすんでしてみよう	消費をめぐる物と金銭の流れを考えよう	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響に配慮して行動しよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響に配慮して行動しよう	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響に配慮することの大切さを伝えよう
	持続可能な消費の実践	ゴミを少なくする工夫を考えて行動しよう	自分の生活と身近な環境とのかかわりに気づき、物の使い方を工夫しよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう	持続可能な社会を目指して、ライフスタイルを工夫し、主体的に行動しよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを探そう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践しよう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝えよう
	消費者の参画・協働	協力することの大切さを知ろう	身近な消費者問題に目を向けよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に協働して取り組もう	消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう	地域や職場で協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくろう	支え合いながら協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくろう
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	くらしの中の危険や、ものの安全な使い方に気づこう	危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手段を知ろう、使おう	安全で危険の少ないくらしと消費社会を目指すことの大切さに気づこう	安全で危険の少ないくらしと消費社会をつくろう	安全で危険の少ないくらしと消費社会をつくろう	安全で危険の少ないくらしと消費社会を伝えよう
	トラブル対応能力	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣をつけよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しやすい社会をつくろう	支え合いながらトラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう
生活の管理と契約	選択し、契約することへの理解と考える態度	約束やきまりを守ろう	物の選び方、買い方を考え適切に購入しよう 約束やきまりの大切さを知り、考えよう	商品と契約のルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう	適切な意思決定に基づいて行動しよう 契約とそのルールを活用しよう	契約の内容・ルールをよく確認して契約する習慣をつけよう	契約とそのルールを活用し、くらしに生かそう	契約トラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝えよう
	生活を設計・管理する能力	欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することを覚えよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう お小遣いを考えて使おう	消費に関する生活管理の技術を活用しよう 買い物や貯金を計画的にしよう	主体的に生活設計を立ててみよう 生涯を見通した生活経済の管理や計画を考えよう	生涯を見通した計画的なくらしを目指して、生活設計・管理を実践しよう	経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的なくらしをしよう	生活環境の変化に対応し支え合いながら生活を管理しよう
情報とメディア	情報の収集・発信・活用能力	身の回りのさまざまな情報に気づこう	消費に関する情報の集め方や活用の仕方を知ろう	消費生活に関する情報の収集と発信の技術を身につけよう	情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう	情報と情報技術を適切に利用する習慣を身につけよう	情報と情報技術を適切に利用するくらしをしよう	支え合いながら情報と情報技術を適切に利用しよう
	情報社会のルールや情報モラルの理解	自分や家族の情報を守ることの大切さに気づこう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを知ろう	著作権や発信した情報への責任を知ろう	望ましい情報社会のあり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣をつけよう	トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくろう	支え合いながら、トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくろう
	消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう	消費生活情報の評価、選択を通じ、意思決定の大切さを知ろう	消費生活情報を評価、選択し、社会との関連を理解しよう	消費生活情報を主体的に吟味する習慣をつけよう	消費生活情報を主体的に吟味して行動しよう	支え合いながら消費生活情報を上手に取り入れよう

出所：消費者教育推進のための体系的プログラム研究会「消費者教育の体系イメージマップ～消費者力ステップのために～」(2013)

こうした消費者市民の育成は、消費者教育のバイブルとして引用されているバニスターとモンスマ(1982)の中にも、既に位置付けられており、消費者教育は、商品を見極める力の育成や、消費者被害を受けた場合に法律や権利を活用し、適切な救済を受けるための行動を起す力の育成とともに「経済的、社会的、政治的なシステムにおける消費者市民の役割を理解し、いかにしてこれらのシステムを消費者ニーズに適応させるかを考慮できる力」を育成するものとされています。また、持続可能な社会に向け環境への配慮が消費者教育の主要要素であるとの議論は、「持続可能性への教育 (Education for Sustainability)」との融合の視点で行われてきました。日本において消費者市民が議論され始めたのは、松葉口(1999)、大藪・杉原(1999)の「持続可能な社会」についての議論が皮切りで、松葉口(2011)は、「国際自然保護連合 (IUCN)」、「国連環境計画 (UNEP)」、「世界自然保護基金 (WWF)」が1980年に作成した「世界環境保全戦略 (World Conservation Strategy)」において「持続可能な

開発 (Sustainable Development)」という用語が国際公的文書で登場し、その用語を一般的に広めたのは、国連の「環境と開発に関する世界委員会」(ブルントラント委員会)の報告書「地球の未来を守るために (Our Common Future)」(1987)であることを明らかにしています。持続可能な開発とは、「世界の貧困大衆に基本的必要を保障するとともに、現世代の欲求(ニーズ)のみならず、将来世代の欲求(ニーズ)をも充足させ得るような開発のあり方」を求めめるものであり、従来の経済至上主義から脱却し、環境・社会・経済のバランスのとれた自然システムを保全できる範囲内で、社会システムを維持・充実させるものであります。つまり「先進国を中心とした過剰消費の問題に光を当て、日々の消費を持続可能なものにすることが『社会的責任』として求められている」のです(松葉口2011)。さらに、松葉口(1999)は、『持続可能な消費』のための消費者教育は、生活者・市民・消費者として単に個人的消費のみならず、生産的消費も含めて、地球上のすべての人々が、真に生きる喜びを実感するような消費ができるよう、その中身を検討し、地球市民として実践していこうとする主体を形成するもの」と示唆しています。また、国立国会図書館調査及び立法考査局(2010)は「持続可能性の実現とは、世界レベルから個人レベルまで、多様な主体が自己の役割の中で実現すべき目標であるが、その到達点は、『自然および自然環境の負荷許容量の範囲内で利活用できる環境保全システム』を保障した上で、『公正かつ適正な運営を可能とする経済システム』を考案し、人間の生活の質や厚生を確保できる『人間の基本的ニーズ・権利、文化的社会的多様性を確保できる社会システム』が均衡的定常的状态を維持する社会が、目指すべき方向性」であるとしており、それらの3つの主体の役割や要素を踏まえ、公正な経済社会がどうあるべきかを考えさせる教育こそ、現代に求められる大学教育の内容と考えます。

こうした法改正や世界的な潮流を受け策定された「消費者基本計画」(2015)では、「消費者が、自らの消費行動が環境、社会、文化等の幅広い分野において他者に影響を及ぼし得ることへ理解を深めていくことが必要」であり、「持続可能な開発のための教育(ESD: Education for Sustainable Development)」の普及啓発により、リサイクルの推進、適正な廃棄及び食品ロスの削減に向けた取組のほか、被災地の復興に対する理解を深めることなどにも貢献することが求められています。また、このような社会的な価値を考慮した消費の形態として、「倫理的消費(エシカル消費)」(地域の活性化や雇用なども含む、人や社会・環境に配慮した消費行動)や、「フェアトレード」(開発途上国の生産者と先進国の消費者を結び付けることで、より公正な取引を促進し、開発途上国の労働者の生活改善を目指す取組)へも世界中の関心が高まっています。このように「持続可能な消費」や「倫理的消費(エシカル消費)」を推進することにより、社会的課題に配慮した消費行動を取れる消費者が増えていくことは、事業活動の公平性・社会性を見極められる消費者が育成されていくことにも繋がります。事

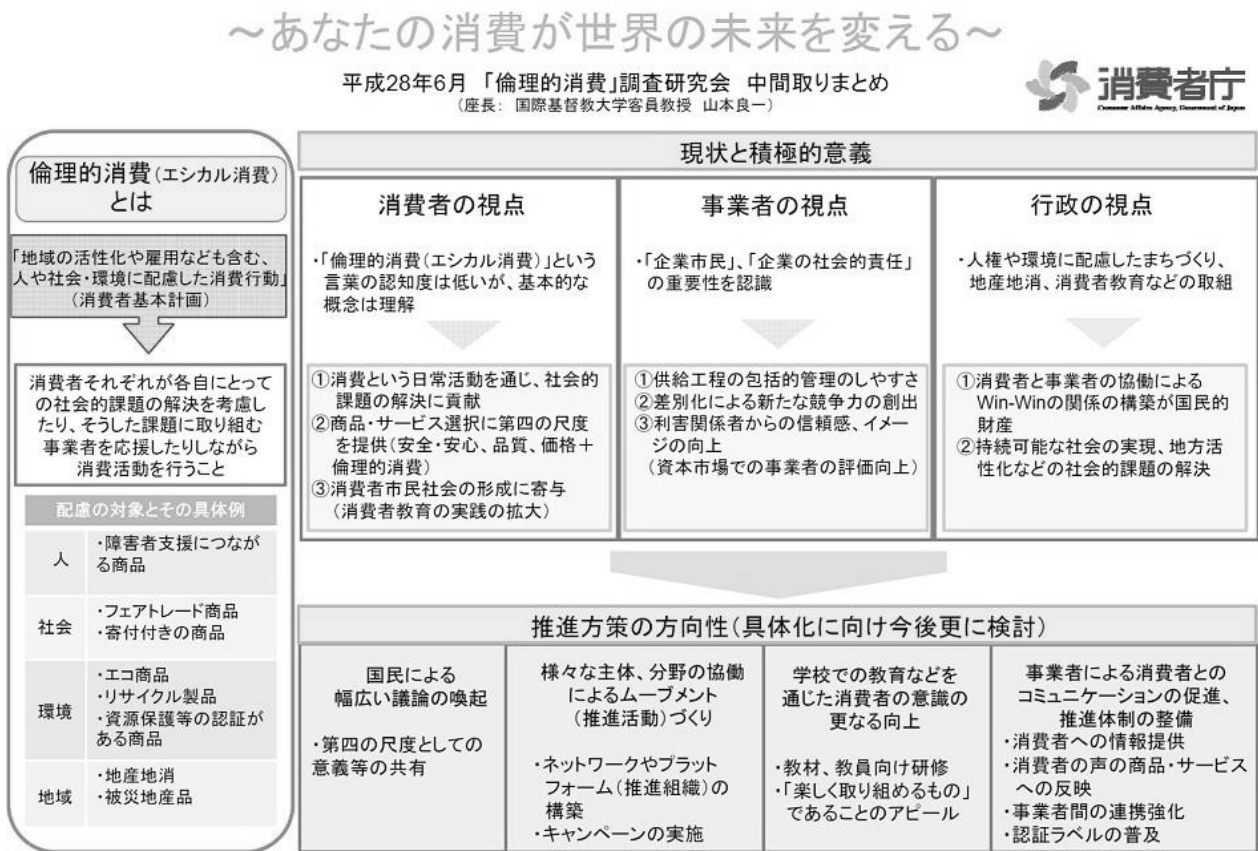
業者にとっては、「供給する商品・サービスに関する消費者の安全や取引の公正の確保、消費者に対する明確で分かりやすい情報提供及び開示情報の充実、苦情の適切な処理、供給する商品・サービスの品質等の向上、事業活動に関する自主基準の作成等に努めること」により消費者からの信頼を獲得・維持することにつながり、消費者を重視した事業活動を行う消費者志向経営を行う事業者も増えていくことでしょう。このように倫理的な消費者と消費者志向経営を行う事業者の両者が相乗効果をもたらし、公平で健全な市場の実現が期待されます。そのような企業を見極める目を鍛えていくことが、これからの消費者市民の教養といえるでしょう。

倫理的消費とは、既に普及をしてきた多くの概念を含みます。具体的な消費行動の例として、「人への配慮」としては障がい者支援につながる商品等の消費、「社会への配慮」としては、フェアトレード商品や寄付付きの商品等の消費、「環境への配慮」としては、エコ商品、リサイクル製品、資源保護等に関する認証がある商品等の消費、「地域への配慮」としては、地産地消や被災地産品の消費、「動物への配慮」としては、人間が動物に対して与える痛みやストレスといった苦痛を最小限に抑えることによって、動物福祉（アニマル・ウェルフェア）を実現する消費というように、多くの消費者が既に行ってきた消費行動を含めた概念です。このような配慮を含む消費行動が必要になった背景として、地球温暖化や資源の枯渇による価格の上昇、気候変動、生物多様性の危機、食品ロスの排出、児童労働、経済格差の増大など、いずれも人間が地球環境や人権よりも「安さ」や「便利さ」という資本経済を優先する消費行動を取ってきたことが一因となっています。

2015年9月の国連総会で採択された「持続可能な開発目標」（SDGs：Sustainable Development Goals）には、国連に加盟する全ての国が2030年までに達成すべき17の分野別の目標（貧困や飢餓、エネルギー、気候変動、平和的社会などと併せて「持続可能な生産と消費」）とともに、169項目の達成基準が掲げられています。さらに、「持続可能な開発のための教育」（ESD）についても、「国連持続可能な開発のための教育の10年」（DESD）は、2014年の国連総会において承認された「ESDに関するグローバル・アクション・プログラム」（GAP）に引き継がれ、SDGsの中に盛り込まれています。

現代の豊かさを享受し、次世代へと繋いでいくためにも、私たち消費者が、日々の消費行動を見直し、社会全体、地球全体の豊かさも考慮に入れた消費行動を取ることが求められています。そのためにも、本教材で取り上げた大学生にまつわる消費者被害防止に関する知識を修得し、その知識を周りの人へも伝達していくこと。そして、平和で豊かな社会において、皆さんの夢を実現するためにも、持続可能な消費、倫理的な消費を考えていただけることを期待しています。

図2：あなたの消費が世界の未来を変える



出所：「倫理的消費」調査研究会『「倫理的消費」調査研究会中間取りまとめ～あなたの消費が世界の未来を変える～ 資料5(別紙)』(2016)

<引用文献>

Bannister, R., & Monsma, C. (1982). The classification of concepts in consumer education, [Monograph 137]. Cincinnati, OH: South-Western Publishing.

経済企画庁(現：消費者庁)(1987). 学校における消費者教育の新しい視点ー市民社会における消費者教育へ, 1-249.

国民生活審議会消費者政策部会(2003). 21世紀型の消費者政策の在り方について, 1-65.

国立国会図書館調査及び立法考査局(2010). 持続可能な社会の構築総合調査報告書, 41-44.

田中菜採兒(2014). 消費者教育の経緯と現状：消費者教育推進法施行を受けて, 国立国会図書館調査及び立法考査局, 第818号, 1-12.

松葉口玲子(1999). 「持続可能な消費」のための消費者教育に関する一考察ー非営利セクター・家庭科に「場」を求めてー, 日本消費者教育学会, 消費者教育, 第19冊, 33-44.

ー(2011). 伊藤セツ・川島美保(編)『三訂消費生活経済学』, 光生館, 169-181.

文部科学省(2011). 大学等及び社会教育における消費者教育の指針

- 内閣府 (2009). 平成20年度版国民生活白書 消費者市民社会への展望—ゆとりと成熟した社会構築に向けて—, 1-210.
- 日本ユネスコ国内委員会 (2014). 持続可能な開発のための教育 (ESD) に関するグローバル・アクション・プログラム, <http://www.mext.go.jp/unesco/004/1345280.htm>
- 西村隆男 (2009). 消費者教育の新たな展開と課題, 現代消費者法, 5号, 53-59.
- (2012). 消費者教育推進法制定の意義, 国民生活, 46号, 36-40.
- 大藪千穂, 杉原利治 (1999). 持続可能な社会のための消費者教育, 日本消費者教育学会, 消費者教育, 第19冊, 1-11.
- 「倫理的消費」調査研究会 (2016). 「倫理的消費」調査研究会中間取りまとめ
あなたの消費が世界の未来を変える～ 資料5 (別紙)
- (2017). 「倫理的消費」調査研究会取りまとめ～あなたの消費が世界の未来を変える～,
1-44.
- 消費者庁 (2015). 消費者基本計画, 1-36.
- 消費者保護基本法 (1968).
- 消費者基本法 (2004).
- 消費者教育の推進に関する法律 (2012).
- 消費者教育推進のための体系的プログラム研究会 (2013). 消費者教育の体系イメージマップ～消費者カスステップのために～, 1-20.
- The World Commission on Environment and Development (1987). Our Common Future, 1-300.
- United Nations (2015). “Transforming our world: the 2030 Agenda for”, 1-35.
http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/70/L.1,