

Q & A



消費者教育推進法と 消費者市民社会

CONTENTS

- はじめに P2
- Q1** どうして、消費者教育推進法が
制定されることになったのですか? P3
- Q2** 消費者教育推進法のいう「消費者市民社会」とは、
どういう社会なのでしょう? P4
- Q3** 「消費者市民社会」を実現するためには、
具体的に何をしたらよいのでしょうか? P5
- Q4** 消費者市民教育は消費者被害防止に役立ちますか? P6
- Q5** 「消費者市民社会」では、消費者の「自己責任」が
強調される結果になりませんか? P7・8
- Q6** 学校ではどんな取組ができますか? P7・8
- Q7** 地域における消費者教育は
誰が担うことになるのでしょうか? P9
- Q8** 地方公共団体は何をすればよいのでしょうか? P10

はじめに

2012年8月22日、「消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）」が公布され、同年12月13日に施行されました。

この法律は、これまでの消費者教育のあり方に大きな変化をもたらす画期的なものです。例えば、①消費者教育は消費者が主体的に「消費者市民社会」の形成に参画できるよう行われるものとされたこと（2条、3条）、②国、地方公共団体の責務を明示したこと（4条、5条、8条）、③消費者団体、事業者及び事業者団体の努力規定を明示したこと（6条、7条）、④学校、大学、地域における消費者教育のあり方を具体化したこと（11条、12条、13条）があげられます。

この法律は、消費者基本法が、消費者に対する教育の機会を提供することを基本理念とし、国や地方公共団体に消費者教育を充実する等の施策を講ずることを求めていることを、実現するための法律といえます。

消費者教育の提供を受けることはすべての消費者の権利です（1条）。一人でも多くの市民の方に、このパンフレットをお読みいただき、消費者教育の実践につなげてほしいと思います。



Q

1

どうして、消費者教育推進法が制定されることになったのですか？



A

1

消費者と事業者の情報の質や量、交渉力の格差等から、今までも極めて深刻な消費者被害が多発していました。「平成20年版国民生活白書」によれば、2007年度の消費者被害における経済的損失は最大3兆4000億円とも推計されています。また、国民生活センターによれば、2009年度の全国の消費生活相談センターに寄せられた消費生活相談の件数は、約90万件の高水準となっており、消費者の生活の安全が脅かされていました。

そして、消費者を取り巻く問題は、単なる消費者被害にとどまらず、地球の温暖化やゴミ問題といった現代の大量消費社会の生み出す諸問題により、地球全体の持続可能性をも脅かしています。国際社会も、持続可能な消費と生産の確立に向け、さまざまな努力を行っています（国連消費者保護ガイドライン1999年改定など）。



このような状況を踏まえ、国は、2008年6月に、消費者庁の発足を定めた「消費者行政推進基本計画」を閣議決定し、2009年に消費者庁、消費者委員会を設置し、消費者行政が大きく変わる契機になりました。それとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進するために主体的に行動し、さらには、消費者が、自らの選択と行動が社会全体に与える影響を考慮しつつ公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画することができるようにするために、消費者教育の推進が極めて重要であることが再認識されました。

消費者教育推進法は、以上のような経緯から、消費者教育の意義・理念及び推進体制を定めた法律であり、「消費者市民社会」の基礎を作る重要な法律です。

Q₂

消費者教育推進法のいう「消費者市民社会」とは、 どういう社会なのでしょう？

A₂

個々の消費者が、お互いの特性や多様性を尊重し、自らの消費行動が将来にわたって内外の社会、経済、環境に影響を及ぼしうることを自覚し、公正かつ持続可能な社会に主体的に参画する社会のことです（2条2項）。

これまでも消費者教育のための取組はいろいろありましたが、どのようにすれば個人が消費者被害にあわないか、実際に被害にあったときにどうすればよいかという点を中心に考えられがちで、社会、経済、環境といった幅広い視点から消費について考えるという点では、十分とはいえませんでした。これは、消費者は事業者が提供する商品やサービスの単なる受け手であり、消費行動とは個人の必要や欲求を満たすための購入のことであり、「買う、買わない」を決めるだけの極めて個人的な営みだと捉えられてきたためです。

しかし、本来、消費行動は、購入だけでなく、使用、廃棄、再生の各場面において、社会、経済、環境に影響を及ぼすという意味では多分に社会的な営みでもあり、消費者はこうした消費行動や事業者や行政に対する働きかけを通じて、主体的に、社会、経済、環境に影響を与えることができる存在です。

そこで、消費者教育推進法では、このような消費者の主体性と、消費行動の社会的な側面に着目し、消費者教育の目指すものとして「消費者市民社会」を加えたのです。

ただし、「消費者市民社会」では、消費者は、個々の特性を尊重し、考え方の違いを認め合うものであって、決して、特定の考え方を一方的に押し付けるものではありません。「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」という条文の言葉が、そのことを表現しています。



Q

3

「消費者市民社会」を実現するためには、具体的に何をしたらよいのでしょうか？

A

たとえば、以下のような行動は「消費者市民社会」の実現につながります。

① 不公正な事業者と取引しない

今日でも、消費者に適切な説明をしない、安全性が十分に確認できない商品を提供する事業者が存在します。消費者がこのような不公正な事業者と取引しないようにすれば、事業者の側も商品や説明等の改善を図るようになるはずです。

② 環境、人、地域に「やさしい」商品を選択する

私たちは、安い商品を選びがちです。しかし、これからは「原材料が環境にやさしいか」「生産や廃棄の際に大量の廃棄物が出ないか」「児童労働など不当な搾取が行われていないか」「地域経済に貢献する商品か」といった「やさしい商品」かどうかという点も選択基準にするとよいでしょう。こうした商品がよく売れるということになれば、事業者も「やさしい商品」を積極的に製造販売するようになるはずです。

③ 余計なサービスは断る

買い物をするとき、買物袋を持参すれば、余計な包装を断ることができ、ゴミが減ります。みんなが、包装が少ない商品を選べば、事業者も包装を簡素化するでしょう。余計なサービスに「NO」という人が増えれば、事業者が過剰なサービスを競い合うことはなくなるはずです。



④ 買い過ぎない

東日本大震災直後、生活物資の買い占めが問題となりました。ある程度の買い置きはともかく、必要がないのに大量に買い過ぎると、他の消費者に生活物資が回らなくなったり、使用しなかった食品が、消費期限を過ぎて大量廃棄されるといった悪影響を生じさせます。多くの消費者が買い過ぎないことを心掛ければ、必要な人に商品が行き渡り、資源の無駄を省くこともできるのです。

Q 4

消費者市民教育は消費者被害防止に役立ちますか？

A 4 役立ちます。以下の3つの理由があります。

①被害にあいにくい消費者を育てます

消費者市民社会を目指す教育は、ものを見る目を育てる教育です。消費者は、商品やサービスについて、勧誘や広告をうのみにせず、主体的に情報を集め、吟味し、さまざまな観点から評価し、その上で選択する能力を身につけることができます。



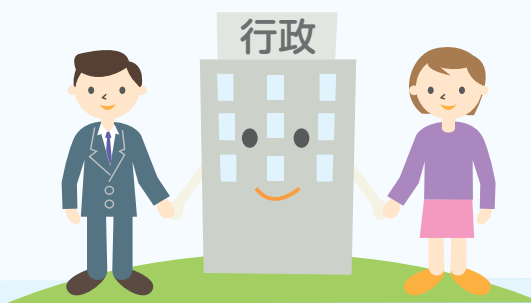
②加害者を生み出しにくくします

消費者市民社会を目指す教育は、批判的精神を鍛える教育です。加害者になってしまう人も消費者です。自分の選択が他者や自分の人生へ及ぼす影響について、厳しく長い目で検討してから行動する能力を育てることで、加害者になるのを防ぐことができます。

③被害を防ぐ社会を作ります

消費者市民社会を目指す教育は、学校だけでなく地域や事業者においてもなされる教育です。

情報が世代をこえて提供され、行政への働きかけが盛んになり、見守りが行きとどいた社会を作ることができます。



Q 5

「消費者市民社会」では、消費者の「自己責任」が強調される結果になりませんか？

Q 6

学校ではどんな取組ができますか？



A 6

年齢に応じて、いろいろな取組が考えられます。以下はその一例です。

小学校低学年～中学校

世界の食糧問題、水不足の解決に、家庭の食卓や給食で貢献

私たちが口にする食料は、世界の様々な場所から運ばれて来ます。水不足が世界に広がり、砂漠化の進行や飢餓が問題となっている中で、たくさんの水を使って食料が作られ、一部は牛などの飼料となり、そうして作られた牛肉が、私たちの口に入ります。

一方で、日本を含む先進国では、食べられる状態の食料を、大量に廃棄しています。先進国で食料を無駄にしないことは、世界の食糧問題、水不足など、様々な問題の解決につながっています。家庭や学校で、どうすれば食料の無駄をなくせるのか、みんなで考えてみましょう。

参考事例情報：「給食は世界へとつながっている 愛媛・今治市立城東小学校の実践」
（「食農教育」2006年4月増刊号http://www.ruralnet.or.jp/syokunou/200604/01_1.html）

小学校高学年～中学校

身近な商品をしっかり比較し、選ぶことが世界を幸せにすると気づく、フェアトレードの授業

サッカーボールやおいしいチョコレート、子どもたちの身の回りの商品の中には、実は海外の児童労働を含む低賃金での労働によって、低価格が維持されているものがあります。

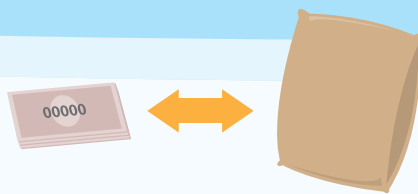


A5

「消費者市民社会」の考え方と消費者の「自己責任」は相容れないものです。

「消費者市民社会」は、個々の消費者や生活者が自らの消費行動を通して、社会の発展と改善に積極的に参加してゆく社会ですから、「消費者の権利」だけでなく「消費者の責任」も前提となります。しかし、ここでいう「消費者の責任」は、被害を受けた消費者にも落ち度があるのだから、消費者もある程度はその責任を引き受けるべきだという、いわゆる消費者の「自己責任」とは全く異なるものです。

消費者の権利と責任については、国際消費者機構(CI)が掲げる8つの権利と5つの責任が有名ですが、責任の内容は、①批判的意識を持つ責任、②主張し行動する責任、③社会的弱者への配慮責任、④環境への配慮責任、⑤連帯する責任となっています。これらは消費者の権利の実現と表裏一体としての「社会的責任」であって、消費者市民社会の実現のために必要な消費者の態度なのであり、消費者の権利が制限されてしまう消費者の「自己責任」とは無関係です。



一方では、児童労働や不当な搾取のない公正な取引で作られる一方で、その分ちょっと高いフェアトレードの商品もあります。消費者として、どちらを選択するのか、考えることは、私たちが手にする商品がどこから来て、支払うお金がどこに流れていくのかを考える、消費者市民教育の第一歩といえる教育です。

参考教材「おいしいチョコレートの真実」ACE(<http://acejapan.org/childlabour/materials/workshop-chocolate/>)

中学校～高等学校

ネット販売を考える…消費者トラブルから地域経済との関係まで

早くて便利で、価格も安いことの多いインターネットによる販売は、多くの消費者が利用しています。しかし、こうしたネット販売の利便性の裏には、様々な考えなければならぬ問題もあります。

一つは、消費者トラブルの急増。業者の実態が分かりにくく、商品の確認も難しいだけに、悪質業者による詐欺的取引も発生しています。どうすれば、安全なネット社会を作っていけるのか、考える必要があります。

また、ネット販売が地域経済に与える影響、宅配利用に伴う環境への影響など、様々な社会的影響を考えながら選択することが、消費者には求められます。

インターネット利用全般における青少年利用環境整備の参考事例：安心ネットづくり促進協議会(<http://good-net.jp>)



Q7

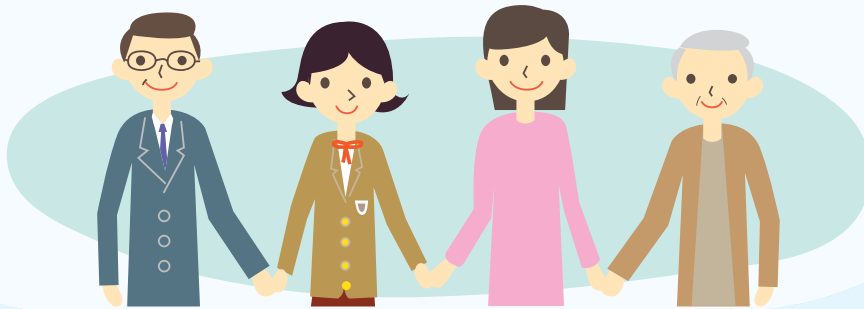
地域における消費者教育は誰が担うことになるのでしょうか？

A7

地域における消費者教育は、地域住民にとってもっとも身近なところで行われるものですから、住民が消費者知識やスキルを身に付けるために重要なものです。消費者教育推進法は、地方公共団体のみならず、消費生活センター、教育委員会、消費者団体、事業者・事業者団体、学校、民生委員・社会福祉主事・介護福祉士その他高齢者、障がい者等の支援者、法律家等の専門家などに、広く、消費者教育を担ってもらうことを期待しています。

地域での消費者教育を推進する上では、地域の消費者向け教育講座等の充実を図ることも大切ですが、様々な講座を受講した消費者が、できる範囲で学んだ知識を活用して地域で活動できる場を確保することも重要です。各地で消費生活サポーターや「見守り」などの活動が進められていますが、地域の消費者団体の育成も含めて、こうした実践的な活動をさらに広めていく必要があります。こうした活動に参加する消費者自身が、身近なところで消費者教育・啓発の活動に取り組み、さらにその輪を広げていくことが、地域における「消費者市民社会」の構築にとって重要です。

また、学校と地域が連携することにより、学校の生徒と保護者、それに地域住民が、世代をこえて消費に関する問題に取り組むことで、生きた消費者教育を行うことができます。



Q 8 地方公共団体は何をすればよいのでしょうか？

A 8 「消費者市民社会」の考え方は、地域の経済や社会の活性化につながるものであり、地域の将来のためにも大きな意義をもっています。

消費者教育推進法は、地方公共団体に対し、「消費者教育推進計画」の策定（10条）、「消費者教育推進地域協議会」の設置（20条）を求めています。これは努力義務とされていますが、地方公共団体が消費者教育推進のための施策を策定・実施する責務を負うとされていることからしても（5条）、消費者の生活に密着する地方公共団体こそが、積極的に、地域の特性を踏まえた推進計画を定め、協議会を設置するべきです。

また、消費者教育は、環境教育、食育、国際理解教育、法教育など、様々な教育分野と重なり合っており、これらの分野との連携を図り、効率的に取り組むことも大切です。さらに、地域で実際に活動している消費者団体、環境団体、ESD（持続発展教育）団体などとの連携も大切です。地方公共団体には、地域において様々な連携の仕組みを作ることが求められています。

こうした連携のためのツールとして、消費者庁の「消費者教育推進のための体系的プログラム研究会」が作成した「消費者教育の体系イメージマップ」が活用できるでしょう。

例えば静岡県では、2012年度に、県が主導して行政、教育関係者、消費者団体、事業者団体、法律家等により構成される「ふじのくに消費教育研究会」を設置しました。この研究会では「イメージマップ」をベースに、「命を守る危機管理」、「ものづくり県」といった地域特性を反映させた消費者教育推進計画の策定を目指した活動が行われています。

また、名古屋市では、1990年代から行政が中心となって、消費者と事業者、それに消費者問題や環境問題を扱う研究者の参加を求めてゴミ減量に向けた連携を進め、大きな成果を上げています。



消費者市民社会を
作ろう!



JFBA 日本弁護士連合会

〒100-0013 東京都千代田区霞ヶ関 1-1-3
TEL.03-3580-9841(代)