

1 消費者の8つの権利と5つの責任

消費者団体の国際的組織である国際消費者機構（CI：Consumers International）は、消費者の8つの権利と5つの責任を1982年に提唱しました。

消費者の8つの権利

- ・安全である権利
- ・知らされる権利
- ・選択する権利
- ・意見が反映される権利
- ・消費者教育を受ける権利
- ・補償を受ける権利
- ・生活の基本的ニーズが満たされる権利
- ・健康な環境の中で働き生活する権利

消費者の5つの責任

- ・批判的意識を持つ責任
- ・主張し行動する責任
- ・社会的弱者に配慮する責任
- ・環境に配慮する責任
- ・連帯する責任

我が国の消費者政策の基本理念を定めた「消費者基本法」では、消費者の権利の尊重と消費者の自立の支援が明記されています（16頁参照）。消費者の権利が守られるとともに、消費者は社会に果たすべき責任（役割）があります。私たちの消費行動が、現在、起こっている地球上のさまざまな問題につながることを自覚しなければなりません。

平成29年告示の学習指導要領の「消費生活・環境」に関する内容では、持続可能な社会の構築の視点から児童・生徒に物事を捉えさせて、自立した消費者を育成することを重視しています。この背景には、2012年に制定された消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）があります。消費者教育推進法では、消費者教育の理念として、消費者市民社会の形成を位置付けています。

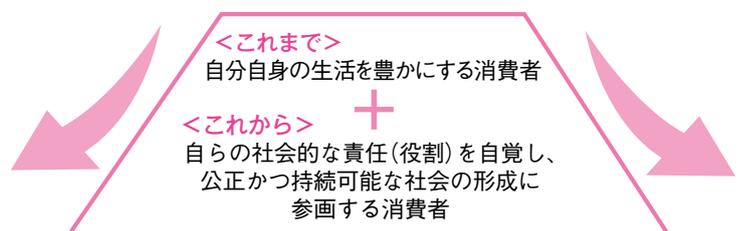
～消費者市民社会の定義（消費者教育推進法第2条第2項）～

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。

消費者の社会的責任（役割）や消費者教育の在り方を考える際の共通概念が、消費者市民社会となります。この消費者教育推進法の定義に基づく消費者市民社会の担い手を意図して、小学校では、「消費者の役割」が新設となりました。中学校では、「消費者の権利と責任」の内容は、以前から重要な内容として扱われています（小学校では「消費者の役割」、中学校では「消費者の責任」という用語が使用されています）。

消費者教育推進法で、消費者市民社会という概念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支援の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にとって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」としました（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ました。消費者教育の指導のポイントも、自分自身の生活を豊かにする消費者という概念に加えて、自らの社会的な責任（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へと、消費者教育の視野が広がったといえます。

<消費者教育の視野の広がり>

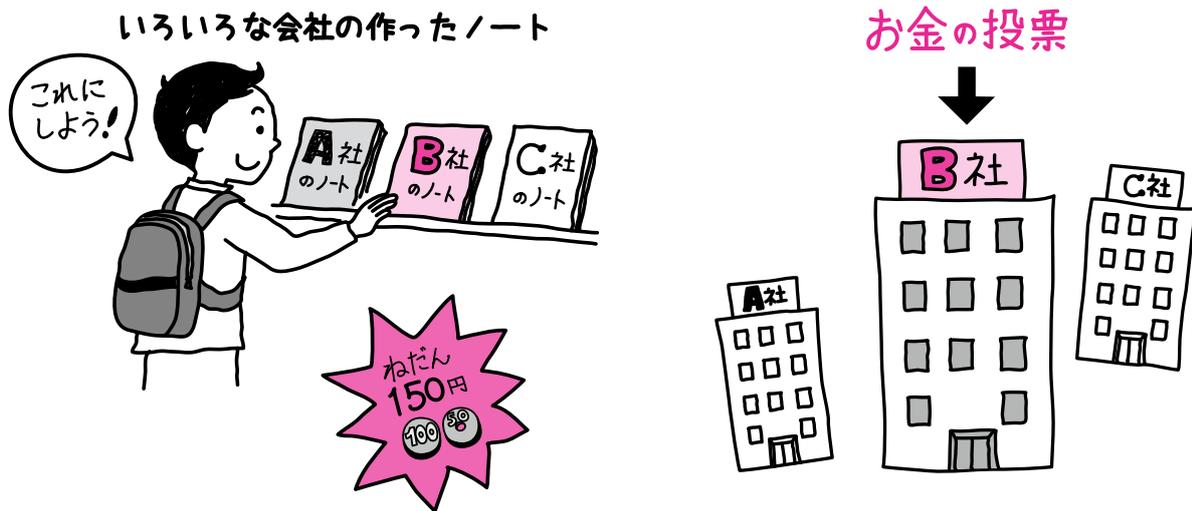


2 消費者の行動が社会を変える

① 買い物は金銭の投票 (買い物の社会的な意味)

私たち消費者は、毎日、お金を出しているいろいろな商品 (物資やサービス) を買っています。店に行くときたくさんの商品が売られています。児童・生徒は、商品をどのような基準で選んでいるのでしょうか。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。

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。



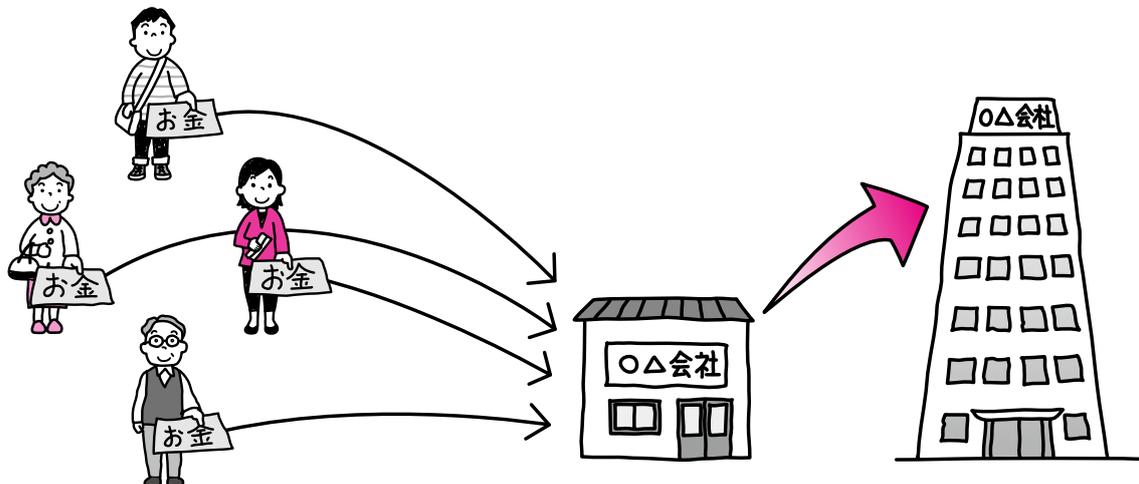
いろいろな商品の中から選んで買うと、それを生産・販売する会社にお金が入ることになります。

※私たちの買い物は、「お金の投票」です。

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事業者にお金が入ります。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。消費者の行動が社会を変えるのです。「買い物は金銭の投票」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消費行動をしていくことが、私たち消費者の責任 (役割) です。

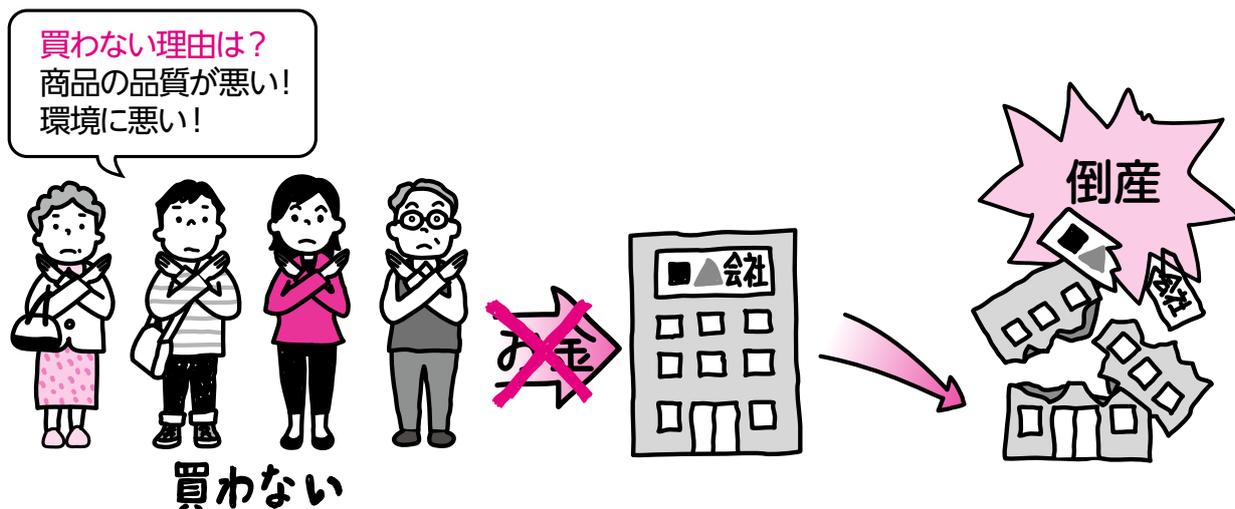
<多くの消費者が買う商品を生産・販売する会社は、存続・発展します>



多くの消費者が買う

たくさんのお金が集まった会社は大きくなります

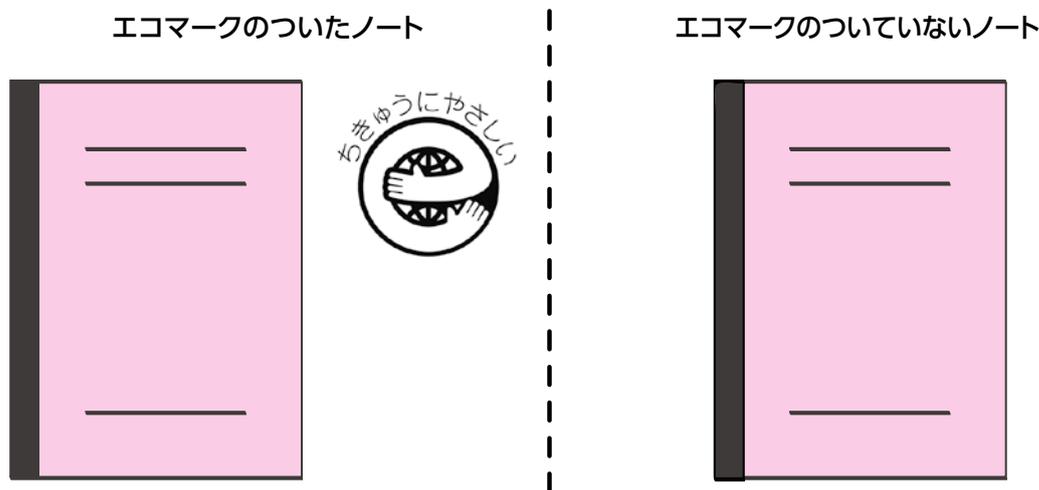
<消費者が買わないという選択をすれば、会社はもうからず、倒産してしまいます>



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」（選択しない）と行動を起こすことも多く（不買運動）、大企業が改善に向けた取り組みをした例があります。

児童・生徒に、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いきます。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。児童・生徒は、自分にとって得か損か、安いか安くないかの視点で商品を選択しがちですが、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、さまざまな視点から考えさせる機会をつくるのが大切です。

事例 <あなたはどちらを選びますか？>



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付けられています）

※ノートの場合

- ・古紙パルプを70%以上使用
- ・中紙（なかがみ）は白色度70%以下
- ・パルプの漂白工程において、塩素ガス不使用

出典：財団法人日本環境協会エコマーク事務局

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

<考えてみましょう>



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？



「どんなものを買いたいかな」と児童・生徒に質問すると、多くの児童・生徒は価格の安いものを買いたいと答えます。しかし、これから私たち消費者は、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、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児童・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。

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い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。公正で持続可能な社会の構築が必要です。

参考資料 エシカル消費(倫理的消費)

私たちは毎日、多くの商品を手にしてはいますが、その商品がどこで、誰によって、どんな環境の下で作られているか、その商品の背景のことを考えることはとても少ないのではないのでしょうか。

近年、エシカル消費に関心を持つ人が少しずつ増えてきました。エシカル(ethical)とは倫理的という意味です。エシカル消費は、人や社会、環境に配慮した消費行動のことをいいます。

エシカル消費の配慮の対象とその具体例

人	障害者支援につながる商品
社会	フェアトレード商品 寄付付きの商品
環境	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
地域	地産地消 被災地製品
動物福祉 エシカルファッション	

出典：「倫理的消費」調査研究会取りまとめ(平成29年)

消費者庁は、エシカル消費が、より良い社会の形成や日本経済の高品質化を促すということから、「倫理的消費(エシカル消費)普及・啓発活動」を行っており、「エシカル・ラボ」や各地域の取組事例をwebサイトで紹介しています。

消費者には社会的な責任(役割)があります。消費者の買い物は投票行為と同じで、消費者の行動は社会を変えることとなります。毎日の買い物のおきに、エシカル消費を意識し実践していくことが、消費者市民社会の形成につながります。

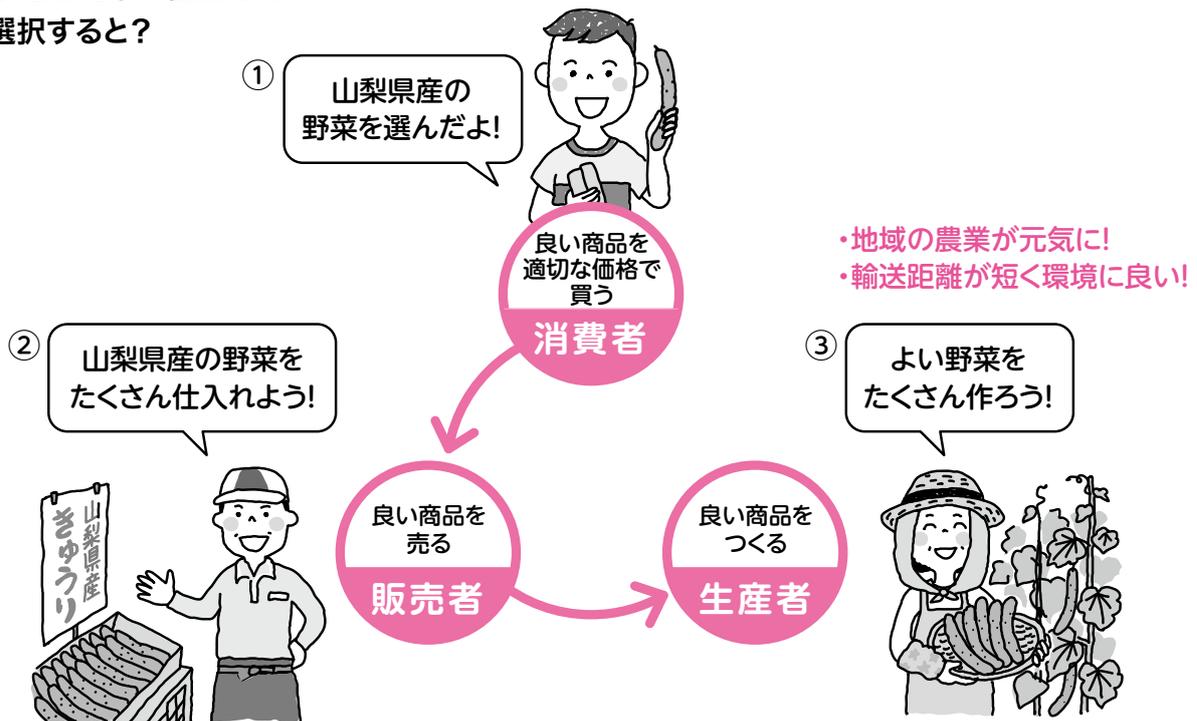
家庭科は、消費者市民社会の形成に参画する消費者の育成を担う、とても重要な教科の1つといえます。

次は、地産地消を例にして、消費者の行動によって社会が変わっていくことを示した図です。

①消費者が、地産地消を考えて地元の農作物を選んで購入すると、②販売者は地元の農作物の取り扱いを増やすようになり、③地元の生産者が品質のよい農作物を多く生産するようになっていきます。地域の農業・産業が活発になり、輸送距離が短くなるため環境にもよい影響を与えます。

このように、良い商品を適切な価格で購入する消費者が増えていくと、良い商品を売る販売者が増え、よい商品をつくる生産者が増えていきます。つまり、消費者の選択が、よりよい商品を社会に流通させ、よりよい社会（消費者市民社会）をつくることにつながります（消費者教育推進法の消費者教育の定義である、「消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画する」ことにつながります。20 頁参照）。

消費者が地産地消に配慮して商品を選択すると？



参考資料 SDGs(エスディージーズ)

消費者教育推進法の消費者市民社会の定義にある「公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する」というのは、全世界で、重要な課題となっています。

SDGs (Sustainable Development Goals) は、2015年の国連総会で採択された持続可能な開発目標のことで、経済・社会・環境をめぐる広範囲な課題について、「誰一人取り残さない」を共通理念に、2030年までに国際社会が達成すべき17の共通目標が設定されています。

SDGsの目標12「つくる責任 つかう責任」は、持続可能な消費と生産のパターンを確保することを目的としています。エシカル消費を実践していくことは、この目標12を達成していくことになり、さらに、他の目標(例えば目標1、10、13、14、15など)の達成にもつながります。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための17の目標

