

## 第 4 回消費者市民社会普及WT

### <議論の概要>

#### 1. 開催日時

平成 29 年 5 月 24 日（水） 14 時 00 分～15 時 45 分

#### 2. WTメンバー（◎は、WT長）

◎古谷 由紀子	サステナビリティ消費者会議代表
島田 広	弁護士
河野 恵美子	一般社団法人消費者市民社会をつくる会会員

\*清家委員は欠席

#### 3. 議論の内容

消費者市民社会普及WT取りまとめ案及びパンフレットについて議論。

<パンフレット案の作成状況について>

- ・パンフレット案の作成について、事務局では、消費者市民社会の概念を示す記述のあり方や消費者市民社会の行動例を表すために示す事例が適切か、意図に反して消費者市民社会の概念を狭めたりしないかを慎重に検討したため、時間がかかっている旨説明した。
- ・これに対し委員からは、スピード感が乏しい点について苦言が呈された。
- ・また、WTから一定の「パンフレット案」を示し、次期以降の推進会議に申し送る必要がある旨については合意を得られた。具体的には、後述の「座長案」をベースに修正版を作成することとする。

<パンフレットの最終案について>

- ・当WTで最終的に取りまとめるパンフレット案は、古谷座長案をベースに吟味。
- ・基本的な体裁は、1枚の紙（A3）の表面に消費者市民社会についての解説、裏面に考える題材として事例を掲載するという形式は良い。ただし、表面の記述は、一般消費

者への広報物としては高度であるとして、「対象」と「難易度」を合わせる大切である、との意見が出された。

・そのため、一般消費者向けの普及用パンフレットとする点では変わらないが、必ずしも当初想定したスーパーやコンビニに置くということではなく、コーディネーター、サポーター等、地域の担い手の資料や、学校での教材にもなりうるレベルでもよしとすることで、全ての委員に異論はないことが確認された。仮に、買い物客向けに具体的に作成する場合は、必要に応じて表現をより平易にすればよいとの意見も出された。

#### <概念整理のポイントについて>

・当パンフレットの主要なポイントである、消費者教育における消費者被害の防止と消費者市民社会の普及との関連性や両立について、それを如何にして伝えるか、引き続き検討する必要がある、との意見が出された。

・他方、これまで消費者市民社会について、消費者の権利と責任（社会的役割）に引きつけて議論したことはなく、このような概念整理には違和感がある、との意見も出された。

・倫理的消費やSDGs（持続可能な開発目標）など、近年取り上げられることが多くなってきた概念と、消費者市民社会との関係性を整理しておく必要がある。

・他方、概念整理の重要性を認めつつも、第1期の推進会議でも概念整理を試みたがむしろ具体的行動例で示したほうがイメージしやすいとの結論に至った経緯もあり、消費者市民社会という考え方の普及にとって、改めて詳細に概念を整理するよりも、分かり易い事例や行動例を丹念に紹介していく方が効果的なのではないか、との意見も出された。

#### <WTの取りまとめ報告に向けて>

・最終的に、古谷座長案を修正しパンフレット案を提示する。

・同案をベースに、推進会議において可能な限り早期に具体的な広報物として完成させることをコミットするべきである。おおよその作成期限も定めるべきである。

以 上

## みんなでつくろう 消費者市民社会

～みんなでチャレンジ!～

イメージ図

消費者庁

消費者トラブルで困ったときは、一人で悩まず、



まで、お気軽にご連絡ください。  
\*お近くの消費生活相談窓口をご案内します。

消費者教育教材を探すときは

消費者教育  
ポータルサイト

製作

消費者庁ロゴ

### 【消費者市民社会についての説明】

- ・消費者市民社会とは 推進法による定義など
- ・消費者市民社会における行動例を、イメージマップの下記①～③の区分に沿って伝える
  - ① 消費が持つ影響力の理解
  - ② 持続可能な消費の実践
  - ③ 消費者の参画・協働
- ・倫理的消費やSDGs（持続可能な開発目標）等、消費者市民社会への参画の必要性を例えばコラムで触れる。
- ・このほか、消費者の権利と社会的責任などを「参考」として紹介。

詳細については、検討中

**【事例】チョコレートを考えよう**

**何が問題になっているの？**

- ・ 正当な対価が生産者に支払われない
- ・ 労働者の労働条件
- ・ 生産性を上げるために必要以上の農薬が使用され環境が破壊される

マーク      マーク      **フェアトレードとは**  
 発展途上で作られた作物や製品を適正な価格で継続的に取引することによって、生産者の持続的な生活向上を支える仕組み

**！調べてみよう**  
 紅茶、コーヒー、バナナなど、Tシャツなどの衣類にも同じような問題があるといわれている。

**解決するためにできること**

- ・ フェアトレードマーク付きの商品を選ぶ
- ・ ラベルに情報があるか確認する
- ・ 生産地で何が起きているか、企業の取り組みの情報入手する
- ・ 企業にフェアトレード商品を置いてもらうよう働きかける

**ほかには何ができるだろうか？**

**【商品・サービスを選ぶ基準】**  
 「価格」「品質」「安全性」「利便性」？  
 もし、「安い」を重視すると、そのために何か犠牲になっているかもしれません。  
 たとえば、  
 ・ 原材料が不当に安く買われている  
 ・ 労働者に適正な賃金が払われていない

「安さ」には理由がある

**【事例】食品ロスを考えよう**

**何が問題になっているの？**

- ・ 国全体で1年間に廃棄された食品は632万トン  
 これは発展途上国向け食料援助の2倍にあたる
- ・ 同時に環境にも負荷を与えている（農林水産省及び環境省「平成25年度推計」より）

**！調べてみよう**  
 企業も食品ロスに取り組んでいる。どんなことをしているか調べてみよう。  
 たとえば  
 ・ 3分の1ルール\*の見直し  
     \*賞味期限が残り3分の1になったものは売り場に置かないというルール  
 ・ 無駄な廃棄物を出さない

**解決するためにできること**

- ・ 必要な量だけを買う
  - ・ 食材を使い切る
  - ・ 食べ残しをしない
  - ・ 生産者との交流
  - ・ 消費期限や賞味期限に注意し、賞味期限は過ぎてはすぐには廃棄しない。
- ほかには何ができるだろうか？**

**【影響を知るために：エコロジカル・フットプリント】**  
 ・ どれほど人間が自然環境に依存しているかを、わかりやすく伝える指標にエコロジカル・フットプリントがある。  
 ・ 日本のエコロジカル・フットプリントは4.3ha/人で世界中のひとびとが日本人のような暮らしをはじめたら地球2.4個分が必要になるといわれている。  
 (出所：エコロジカル・フットプリント・ジャパン)

**【事例】宅配便の再配達を考えよう**

**何が問題になっているの？**

- 宅配便の再配達が増加(約2割)
- ・ CO2の排出量の増加  
 (年間約42万トン)
  - ・ ドライバーの労働負担  
 (消費労力はトラックドライバーの約1割(9万人)に相当する1.8億時間)  
 (2015年国交省調査)

**【環境省が中心にCOOL CHOICEのキャンペーンを実施】**  
 ・ 企業や個人が賛同登録し、さまざま努力をしている。

**解決するためにできること**

- 注文する際に
  - ・ できるだけまとめる
  - ・ 宅配便の受け取りについて受け取る時間帯を指定
  - ・ 受け取る場所を指定
- 家族で
  - ・ 荷物の受け取りルールを決める

**ほかには何ができるだろうか？**

**！調べてみよう**  
 過剰なサービスが問題になっている。それは本当に必要か、環境、労働、人権などの問題はないか調べてみよう。

**【事例】商品の安全を考えよう**

**何が問題になっているの？**

- ・ 製品にはリスクがあることを知らない
- ・ 商品、特に家電製品には保守・点検が必要なことを知らない
- ・ 危険やヒヤリハットなどの経験が共有されていない

**【企業や行政が発信する情報を活用しよう】**  
 ● 企業は
 

- ・ ラベルや取扱説明書に注意情報や警告情報を表示
- ・ ホームページに重大事故を公表

 ● 消費者庁
 

- ・ 定期的に事故情報を掲載
- ・ 被害に遇わないためのメールマガジン発行
- ・ 子どもを事故から守るプロジェクト
- ・ 高齢者・障がい者の見守り

**解決するためにできること**

- ・ 製品にはリスクがあることを学ぶ
  - ・ ラベルや取扱説明書をよく読んで適切な使用をする
  - ・ 事故は企業や消費生活センターに知らせて被害回復と同時に改善に役立てる
  - ・ 高齢者などの弱い消費者を地域で見守る活動に参加する
- ほかには何ができるだろうか？**

**！ほかの商品・サービスで消費者ができることを調べ・考えよう**  
 ・ 携帯電話やスマホのリサイクル回収  
 ・ 24時間サービスの見直し  
 ・ 衣類のリサイクル      ・ 地産地消  
 ・ アニマルウェルフェア      ・ 応援消費  
 ・ リデュース・リユース・リサイクル など  
**「持続可能な消費」を発見しよう！**