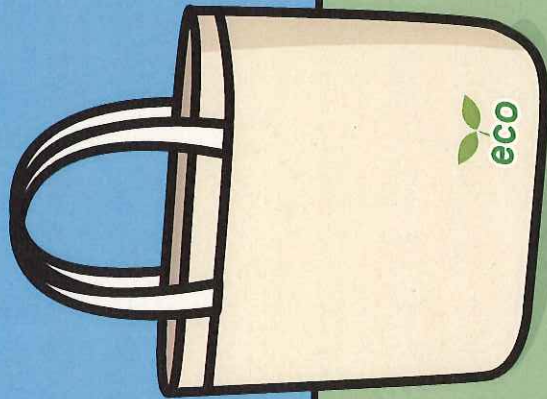


Q & A



消費者教育推進法と 消費者市民社会

JFBA 日本弁護士連合会

CONTENTS

はじめに P2
Q1 どうして、消費者教育推進法が 制定された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か？ 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

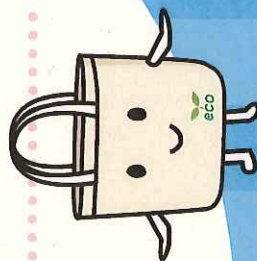
はじめに

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。

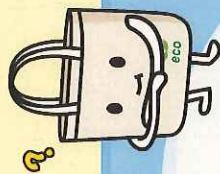
この法律は、これまでの消費者教育のあり方に大きな変化をもたらす画期的なものです。例えば、①消費者教育は消費者が主体的に「消費者市民社会」の形成に参画できるよう行われるものとされたこと（2条、3条）、②国、地方公共団体の責務を明示したこと（4条、5条、8条）、③消費者団体、事業者及び事業者団体の努力規定を明示したこと（6条、7条）、④学校、大学、地域における消費者教育のあり方を具体化したこと（11条、12条、13条）があげられます。

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。



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？



A1

消費者と事業者の情報量の質や量、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、地域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とするために、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 消費者教育推進法という 「消費者市民社会」とは、 どういう社会なのでしょうか？

A2

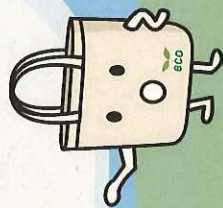
個々の消費者が、お互いの特性や多様性を尊重し、自らの消費行動が将来にわたって内外の社会、経済、環境に影響を及ぼしうることを自覚し、公正かつ持続可能な社会に主体的に参画する社会のことです。(2条2項)。

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。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。



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？

A3 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なれば、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強いる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、必要の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。