

消費者委員会 10 周年記念シンポジウム
～ 未来の消費者行政の充実に向けて～

報告書

令和元年 6 月 23 日（日）

TKP 赤坂駅カンファレンスセンター

主催：内閣府消費者委員会

報告書 目次

- 1 実施概要 1
- 2 開会挨拶 2
高 巖（内閣府消費者委員会委員長）
- 3 基調講演 —SDGsで自分を変える、未来が変わる—
川廷 昌弘 博報堂DYホールディングスグループ広報・IR室CSRグループ
推進担当部長
※第1部の報告は著作権等の関係上控えさせていただきます。
- 4 パネルディスカッション—SDGs推進に向けた取組について— . . . 5
【コーディネーター】
池本 誠司（内閣府消費者委員会委員長代理）
【パネリスト】
金子 洋平（花王株式会社ESG部門ESG活動推進部長）
森 祐介（茨城県つくば市政策イノベーション部長）
柿野 成美（公益財団法人消費者教育支援センター専務理事・首席主任研究員）
深尾 昌峰（龍谷大学政策学部教授、一般社団法人全国コミュニティ財団協会会長）
- 5 ワークショップ —10年後の理想的な暮らしと消費
に向けての工夫と提案— 28
【ファシリテーター】
中野 民夫（東京工業大学リーダーシップ教育院・リベラルアーツ研究教育院教授）
- 6 シンポジウム総括 36
樋口 一清（内閣府消費者委員会委員）

配布資料

- ・プログラム
- ・パネルディスカッション資料
- ・ワークショップ資料
- ・その他

消費者委員会 10 周年記念シンポジウム～ 未来の消費者行政の充実に向けて～
実施概要

開催趣旨： 少子高齢化、情報の多様化、グローバル化等の社会情勢の変化や、これまでの多様な主体による取組の進捗等を踏まえ、消費者行政の充実に向けて克服すべき課題や今後の消費者行政の充実に向けた方策、消費者委員会が果たす役割等について広く議論を行い、情報発信を行う。

開催日時：2019年6月23日（日）13時00分～17時30分（4時間30分）

開催場所：TKP 赤坂駅カンファレンスセンター

主催：内閣府消費者委員会

参加者：116名（関係者含む、うち学生22名）

【プログラム】

（1）開会挨拶（10分）13：00～13：10

高 巖（内閣府消費者委員会委員長）

（2）第1部 基調講演（30分）13：10～13：40

—SDGsで自分を変える、未来が変わる—

川廷 昌弘 博報堂DYホールディングスグループ広報・IR室CSRグループ
推進担当部長

（3）第2部 パネルディスカッション（80分）13：40～15：00

【テーマ】SDGs推進に向けた取組について

【コーディネーター】池本 誠司（消費者委員会委員長代理）

【パネリスト】

金子 洋平（花王株式会社ESG部門ESG活動推進部長）

森 祐介（茨城県つくば市政策イノベーション部長）

柿野 成美（公益財団法人消費者教育支援センター専務理事・首席主任研究員）

深尾 昌峰（龍谷大学政策学部教授、一般社団法人全国コミュニティ財団協会会長）

（4）第3部 ワークショップ（110分）15：30～17：20

【テーマ】10年後の理想的な暮らしと消費に向けての工夫と提案

【ファシリテーター】中野 民夫（東京工業大学リーダーシップ教育院・リベラルアーツ研究教育院教授）

（5）シンポジウム総括（10分）17：20～17：30

樋口 一清（内閣府消費者委員会委員）

開会挨拶

高 巖（内閣府消費者委員会委員長）



それでは、消費者委員会創立 10 周年を記念しましたシンポジウムの開会に当たりまして、主催者を代表しまして、一言、挨拶をさせていただきます。

今から約 10 年前の 2009（平成 21）年、9 月、消費者庁設置とともに、内閣府に政府全体の消費者行政を監視いたします第三者機関として、私ども消費者委員会が設置されました。

20 世紀後半、日本政府は、総じて産業振興、産業保護に力を入れていたわけですが、20 世紀末から今世紀初頭にかけて、企業不祥事や製品・食品安全にかかわる問題が多発いたしましたため、当時の福田康夫首相がリーダーシップを発揮いたしまして、続く麻生内閣のもとで、国民の安全・安心を政策の中心に据えるという、いわば行政のパラダイム転換を図ることとなりました。

その中心的な役割を担う機関として、消費者庁、また、消費者庁を含む消費者行政に関わる全省庁を監視する組織として、消費者委員会が設置されました。

本日は、消費者委員会の設立以降、直接的・間接的に御貢献をいただきました方々にも、出席を賜っておりますので、これまでの取組みを少しばかり紹介させていただき、その上で、今後、消費者委員会がどのような方向に進もうとしているのか、簡単に説明させていただければと思っております。

特に本日は、次の時代を担う若い方々にも多数御参加いただいておりますので、消費者委員会がこの 6 月に発出しました「消費者法分野におけるルール形成のあり方」という「将来に向けての報告書」の大枠を紹介させて頂きたく思います。

さて、過去 10 年の取組でございますが、関係省庁に対する建議につきましては、本日まで 20 件、提言については 17 件、意見等については 81 件、設置法第 6 条第 2 項第 2 号に基づく答申は、6 件それぞれを発出いたしております。

過去 10 年間のこうした活動の積み上げがあり、消費者行政は大きく前進してきたと思っております。例えば消費者委員会は、2009 年 12 月 14 日に「地方消費者行政の充実強化に向けて」という最初の意見書を発出しております。10 年前のものでございます。

その意見書の中で、いろんな提言があるわけですが、主なものを取り上げます。

第一は、地方消費者行政強化するための財政支援のあり方を検討すること。

第二は、消費生活センター、消費生活相談窓口の整備を進めること。

第三は、相談員の処遇を改善すること。

第四は、消費者の自立を促す教育を推進するため、地方自治体、消費者団体、事業者団体の連携を深めること。こういったことを求めておりました。

10年経過した現在ですけれども、これらに関する成果を見てみますと、確かに相談員の皆様の地位処遇は、大きく改善されるとまでは言いませんけれども、消費生活センターや消費生活相談窓口の設置は、確実に進んできたと思っておりますし、また、地方自治体、消費者団体、事業者団体の連携も適格消費者団体を始めとする新たな団体、NPOなどが力をつける中で、着実に進んできたと感じております。

ただ、皆様、同様に実感しておられることかと思いますが、この10年間で私どもを取り巻く生活環境は、大きく変化してまいりました。少子高齢化、地球環境問題の深刻化、市場のデジタル化、グローバル化、こういったものが一気に進み、また、これとあわせ、地方自治体における行政サービスの縮小が避けられない状況となっております。正に消費者行政は、ここに来て、更なる変化が求められていると言っても過言ではございません。

このような問題意識を持ち、今回、冒頭紹介させていただきました「消費者法分野におけるルール形成の在り方」という報告書をまとめさせていただきました。一言で申し上げれば、これは、今後、中長期的に消費者委員会が関係省庁の取り組みを監視していく際の、また、消費者委員会自身が重要事項につき判断をする際の、よって立つべき考え方であり、方向を示した「グランドデザイン」でございます。

時間も限られておりますので、ここでは、この報告書の中で特に強調しております、4つの点だけを紹介させていただきます。

第1は、ルールの形成と執行に関し、行政と民間がそれぞれの役割を適切に担い、例えば消費者行政担当部局、警察、消費者団体、適格消費者団体、事業者団体などが相互に連携し合いながら、社会全体としてメリハリのある仕組みを構築していくこと。報告書はこれにより、より公正な社会と市場が実現されると考えております。

第2は、消費者の脆弱性を逆手にとり、悪質きわまりない事業者に対しては、やり得を許さないルールを導入し、執行すること。超高齢化社会を念頭に置けば、そうした消費者を欺く事業者に対しては、これまで以上に厳しい行政罰、刑事罰を科すことが必要としております。

第3は、新たなビジネスが登場する局面では、まず優良な事業者が志を同じくする事業者と協力し、自主ルール、共同規制などを策定し、業界の健全な発展を図ること。市場のデジタル化が進む社会にあっては、また、イノベーションが進む社会にあっては、まず自主規制から取組を始めることが大切と考えております。

最後ですけれども、事業者によるコンプライアンスや消費者志向経営が市場における競争力につながるよう、ルールのあり方や執行方法につき、もっと知恵を出し、工夫していくこと。このアプローチが機能し始めれば、大企業だけでなく、中小規模の事業者もコンプライアンスやSDGsなどに、より積極的に取り組むようになることを期待しております。

本日のシンポジウムは、3部構成となっておりますが、いずれも将来に向けて、持続可能な市民社会をどう創っていくか、どう構築していくかを考えていくものでございます。御登壇いただく先生方、専門の方々は、いずれもその分野領域で注目される高名な方ばかりでございます。

本日は、ぜひとも講演、議論に積極的に御参加いただき、一人一人が持続可能な市民社

会の構築において、どのような役割を担うことができるかを考えていただき、それぞれの答えを持って帰っていただければと思っております。

簡単ではございますが、以上をもちまして、開会の挨拶にかえさせていただきます。本日のシンポジウムをそれぞれの立場から最後まで楽しんでいってください。

パネルディスカッション ～SDGs 推進に向けた取組～

【パネルディスカッションの概要】

SDGsの推進に向けて、事業活動、自治体、そして、消費者にこの課題を広く浸透させ、全体として持続可能なものとしていくためにどうしていけば良いか、そのための各主体における取組事例等について紹介いただき、その後にはディスカッションを行いました。

【コーディネーター】

池本 誠司（内閣府消費者委員会委員長代理）

【パネリスト】

金子 洋平（花王株式会社ESG部門ESG活動推進部長）

森 祐介（茨城県つくば市政策イノベーション部長）

柿野 成美（公益財団法人消費者教育支援センター専務理事・首席主任研究員）

深尾 昌峰（龍谷大学政策学部教授、一般社団法人全国コミュニティ財団協会会長）

【導入（要旨）】

○池本 誠司（内閣府消費者委員会委員長代理）



ディスカッションに入る前に、今日の配布資料の参考資料1に消費者庁でも、このSDGsのことが消費者政策の中でも非常に重要な位置付けにあるのだということを整理したものがありません。これは消費者の安全確保のことから始まって、とりわけ、消費者が主役となって選択行動できる社会の形成とか、消費者被害利益保護の枠組みの整備、あるいは国や地方、消費者行政の体制整備など、さまざまな課題が17の目標の中に位置付けられているということで、示されています。

今日は、そういう課題も視野に置きながら、事業活動の中、自治体の中、そして、消費者にこの課題を広く進めていく、しかも、これを全体として持続可能なものとして進めるためにどうしていけば良いかということ、各分野のトップランナーの方にお話しただきたいと思います。

【パネリスト報告（要旨）】

○金子 洋平（花王株式会社 ESG 部門 ESG 活動推進部長）

「SDGs 推進に向けた花王株式会社における取組」

私から、まず弊社の紹介をさせていただいて、ESG 経営の考え方、そして、最後に、今年の4月に ESG ビジョンであります Kirei Lifestyle を出しましたので、それを御紹介させていただきたいと思います。

花王は約 130 年前に、ここにあります固形の石けんを発売した会社でございます。当時は、こういう化粧石けんが海外品だけで、日本のものは粗悪でした。海外のものは高かったということで、それを自分たちで、日本の国内でしっかり造っていきたいという思いでつくったものでございます。

当時は、この化粧石けんを顔洗い石けんと言っていたらしくて、その顔という言葉をよく使って、花王という名前になったと聞いております。

化粧石けんが今の私たちの花王株式会社の源でございます。石けんというのは、きれいにするものです。洗うということですね。それから、顔を洗うわけですから、体を洗うわけなので、皮膚とか、体の仕組みをわかっていないと、こういう石けんは造れないのです。そして、使うのは人、家庭ですので、今、家庭が一体どういうことを求めているかという消費者の研究、この3つをどんどん深めていったのが、今の花王になります。

今、私たちがやっている事業分野を示したものですけれども、右下のケミカルと書いてありますが、ここは産業用のところですが、洗うというのは、表面をいろいろ変えるということなのですから、洗うということと、それから、体ということと、石けんというのは、これもまたこの後の議論に出てくるかもしれませんが、パーム油とか、あるいはヤシの油で、海外のところからの油脂を使っておりますので、これまた生物多様性ですとか、そこで働く人などにいろいろ関わってくるのですけれども、そういった油脂を使っているといったところです。そういったところから発生したのが、今の私たちの事業だということでございます。

私たちは、その経営の中で「花王ウェイ」という私たちの会社の毎日の事業活動をする上での一番根本的ビジョンがございます。それはここに使命というところに書いてありますけれども、とにかく私たちは、消費者、顧客の立場に立って、豊かな生活文化の実現と社会のサステナビリティに貢献することが私たちのビジョンで、それに向かって、消費者、顧客とともに、感動を分かち合う価値ある商品とブランドを提供しますと、これが私たちのビジョンです。

その下に、消費者、顧客を最もよく知る企業になりたい。一番下の行動原則にも、消費者起点ということで、ここにいる皆様方が中心に企業活動を行っています。そういう会社でございます。



この会社が、今、2030年に向けて、どういう会社になりたいかという、そういった事業中長期の戦略をつくっておきまして、2030年までにグローバルで存在感のある会社、花王になりたいという、そういった大きな指標を掲げております。

そのために必要な要件は何ですかというのが、左側に書いてある特徴ある企業イメージの醸成ということで、日本では、花王という会社は、ある程度イメージしていただけるかもしれませんがけれども、まだまだ海外では、ブランドの名前はアタックとか、ビオレ、メリーズなど、言葉は御存じの方もいるかと思えますけれども、花王という会社の名前は、まだまだ無名でございます。そういった会社がどういう会社なのかとわかってもらえるようにならないと、存在感を出せません。

企業の規模も大切でありまして、規模がある程度大きくなると駄目です。

存在感を出すために重要なのが3番目で、「ステークホルダーへの高レベル還元」、正にSDGsや、ESGという視点で、世の中になくはならない会社ではないと、存在感は出せませんという、この3つを会社として頑張っていこうということで、ESG経営にかじを切ろうということで、これは去年ぐらいから、弊社の中でESG経営を進めていこうという形で、現在、進めております。そのESG経営の考え方みたいなものを次から説明させていただきます。

今までのものは、先ほどの「花王ウェイ」の中で、消費者起点とか、消費者を最もよく知る企業ということで、これはもう何十年と続けてきたことでございます。これを絵に描いたのがこれで、消費者の方、花王、社会とか、未来という、そういった視点で考えますと、花王は、消費者の方に価値ある商品を提供させていただいて、その結果として、利益なりをいただいているということでございます。

どちらかという、今いる消費者の方を中心に見てきたわけです。これをこれからは、先ほどESG経営にするためには、社会、あるいは未来とのつながりをもっと強めていかなければいけないということで、少し視点を変えて、消費者の方をど真ん中に置こうということで、消費者の方が社会や未来を創っていくのだという、ここには、消費者の方が参加、あるいは、社会、未来に対して参加する、貢献する。それをすることが消費者にとっての誇りに変わるということで、ここを中心にこれを実現するのが、花王の役割だという視点に変えて、生活者への直接の価値だけではなくて、生活者が社会や明日にも貢献できる暮らしをお届けするのが、これからの花王の役割です。

そういうふうに、これは外に向けて言っているのですけれども、恐らく社員に対して、今までの消費者起点と何が違うのかといったときに、こういう視点で物事を考えていきましょうという形でつくられたものでございます。

例えばですけれども、今、もう超話題のプラスチックの話ですが、例えば製品と濃縮化して、小さくすることで、1回当たりのプラスチックの量を減らすとか、あるいは詰めかえ製品、こういった活動をしております。

今では、大体12万トンのプラスチックを使っているところを、濃縮化とか、詰めかえ容器にすることで、実際には、今、3万トンぐらいのプラスチックで済んでいます。要は4分の1ぐらいのプラスチックになっているということです。

今までは、花王がこれをやっていたという表現をしていたわけですが、花王が物を出しているのかもしれないのですが、ここにいる皆様方が詰めかえ製品を買っていただいたからこうなっているわけで、プラスチック量を下げたのは、私たちではなくて、消費者の方なのです。そういった視点でこれから捉えましょうということです。

次に、これも節水とか、あるいは水が少なくてよい商品、右側はちょっとユニークですが、ドライヤーの時間が短くなるシャンプーなどもあるのですが、これも商品の提供は、私たちかもしれませんけれども、これを選んで、実際にやっていただいている消費者の方が、温暖化とか、水の問題に取り組んでいるのですということ、そういう視点に変えていきたいと思います。



そういうことで、こういう暮らしを Kirei Lifestyle と言っているのですけれども、私たちはあくまでその提案をしているだけで、主人公は生活者の方です。そういう位置づけで、これからどんどん活動を行っていきたいと思います。

我々としては、革新と創造に挑むということをやるとともに、そういうことをすることが社会や未来に貢献できるのですということを、うまく伝えていかなければいけないという

のが、これからの私たちの大きな課題というか、力を入れていかなければいけないポイントだと思います。

最後に、今年の4月に出した ESG ビジョンであります。これを読んで終わりたいと思います。私たちの望むことは、こういうことですということです。

Kirei Lifestyle とは、心豊かに暮らすこと、Kirei Lifestyle とは、全てに思いやりが満ちていること、自分自身の暮らしが清潔で満ち足りているだけでなく、周りの世界もまたそうであることを大切にすること、Kirei Lifestyle とは、心豊かな暮らしが今日だけではなく、これからも続くと安心できることです。日々の暮らしの中で、たとえ小さなことでも、正しい選択をして、自分らしく生きるために、花王は、こうした Kirei Lifestyle が何よりも大切だと考えています。だからこそ、決して妥協せず、正しい道を歩んでいきます。世界中の人々の心豊かな暮らしのために、私たちは、革新と創造に挑み続けますと、これを宣言いたしました。

○森 祐介（茨城県つくば市政策イノベーション部長）

「SDGs による持続可能なまちづくり」



本日は現在、つくば市で SDGs の達成、あるいは地域の社会課題の解決のために行っていることについて、簡単ではございますが、御紹介させていただきます。

つくば市の簡単な紹介ですが、つくば市は、人口 23 万 6000 人おります。基礎自治体としては、比較的多い数字でございますけれども、1 つ特徴的なことは、ほとんどの基礎自治体が人口減になってきている中で、年間 2000 人ほど伸びてきております。これはつくばエクスプレスがかなり功を奏してきているのではないかと思いますけれども、このような状況です。

一方で、2036 年に、これはつくば市が推計を行っているのですけれども、26 万人に達するというところで、ここがピークと捉えられているところでございます。

もう一つの特徴としましては、IT・科学の街として、全国トップと位置付けをしていただいているところです。具体的には、筑波大学とか、国の研究機関、民間の研究所などが約 150 集まっております。これは国で法律をつくっていただいているのですけれども、筑波研究学園都市ということで、日本の中でもこの地域を中心に、研究開発を集中的に行っていくということで、国にも指定された都市でございますので、今、このように研究機関が集まってきている状況でございます。

それに関係して、研究に関係している人口も 2 万人いらっしゃいます。博士号を取得されている方も 8,000 人います。日本の博士号取得者の数は、人口 100 万人当たり 4,000 人でございますので、つくば市の人口が 23 万人ということで比較すると、非常に多いのです。前のスライドに戻っていただければと思いますが、非常に特徴的なところです。ノーベル賞受賞者も 4 人おまして、スタートアップの数も 250 というところです。

地理的には、秋葉原からつくばエクスプレスで約 50 分という位置になっております。

一方で、今、御紹介したような状況だけ見ますと、つくば市は、日本の中でもかなり恵まれている状況にあるのではないかとと思われるかもしれませんが、非常に大きな課題が種々存在すると思っております。

まず人口についてです。先ほどつくば市の推計で、2036 年に 26 万人、ここまで伸びると申し上げましたが、逆に言うと、そこがピークでして、その後、頭打ちになり、人口減になると、3 年前の試算では見込んでおります。加えて、総人口だけではなくて、生産年齢人口、つまり 15 歳から 64 歳までの人口においては、2030 年をピークとしまして。そこからどんどん減っていくと見込んでおります。

また、つくば市は非常に広い土地面積になっているのですけれども、広いがゆえに中心的な地区と、それから、周辺地区との間で、いろんな面でのギャップがございます。この紫色になっているところは、つくばエクスプレスの沿線の地区と我々は呼んでいまして、それ以外の周辺地区と呼んでいるのですけれども、つくばエクスプレス、つまり TX 沿線地

区においては、合計特殊出生率が2.27でございます。日本の平均は、先日、発表されました1.42でございますので、それと比較すると、非常に高い数字になってございます。また、高齢化率も4.4%と極めて低い。

一方で、周辺地区においては、特に一番北に位置しています筑波地区と、南側に位置しております荃崎地区、こちらにおいては、出生率が1を割っております。また、高齢化率も34.9%、37.6%とそれぞれになっておりまして、この中心地区と周辺地区との間での大きなギャップがあるということでございます。

また、子供の貧困において、これはつくば市の特有の問題ではないのですけれども、約2万人の子供がおりまして、そのうち1,200人が何らかの形で就学援助を受けている状況がございます。

さらに、つくばエクスプレスの沿線は、かなり活性化をしてきましたというお話をさせていただいたのですが、駅によって事情が違います。つくば市役所がごいます研究学園という、終着駅から1つ手前の駅は、いろんなショッピングモールとか、そういったものがかなりできて、今、正に活性化しているところなのですけれども、逆につくば駅においては、例えば西武とイオンが入っていた大きなビルが撤退する状況になっておりまして、地区ごとににぎわいの喪失といった問題も生じてございます。

こうした課題をつくば市としてはしっかり直視しなければならないと思っています。今はいいいので、今いる人たちのことだけ考えれば、何もしなくてもいいのかもしれませんが、我々としては、将来の世代にとっても、しっかり資産を残していかなければならない。そのために、今、しっかりと種をまいていかなければならないと思っております。ですので、今の世代だけではなくて、将来の世代のニーズもしっかりと考えながら、施策を打つ。

一方で、将来のことばかり考えていてもいけませんので、現世代のニーズ、つまり今、申し上げたような中心地区と周辺地区との間のギャップ、あるいはジェンダーの問題、それから、年齢ごとのいろんな問題もございまして、同じ中心地区の中でも、経済的なギャップがあるようなところもございまして、そういった全ての人たちに対して、しっかりと手当てをするのが、自治体としての役割だと思っています。

そうした考え方と国連のSDGs、誰一人取り残さない社会という考え方は、正に一致しておりまして、つくば市としても、SDGsという概念が出てくる前から、包摂性の考え方を非常に大事にしてきたのですけれども、まさに一体的に進めるべきではないかと考えまして、つくば市として、SDGsによる持続可能なまちづくりということで、SDGsをフレームとして使いまして、まちづくりをやっていきたいということで、さまざまな活動を行っているところです。この後から、少し具体的に簡潔に御説明したいと思っております。

つくば市のこれまでの取組ですけれども、2017年に市議会議員、職員向けの勉強会の開



催いたしました。その次の年、2018年の2月につくばSDGsフォーラムを開催しまして、ここで全国の自治体の中で初めて、持続可能都市ビジョンを発表いたしました。

その後、市議会でSDGsの理念をきちっとつくば市政に反映すべきであるという議決がなされまして、同じ年の6月に内閣府からSDGs未来都市、29分の1として、採択していただいたところです。

そして、今年の4月に後ほどご紹介します、つくばSDGsパートナーを発足させました。

先ほど申し上げた持続可能都市ビジョンですけれども、4つの大きな柱がございます。

1. 包摂都市、2. 人材都市、3. 科学技術都市、4. 共創都市ということで、この柱を支えているのは、つくば市の事業、地域全体のパートナーズ、未来構想でございます。

つくば市の事業は、CIVIC事業といいまして、CIVICは市民のという意味で、Child、子供の未来、Inclusiveness、包摂的な社会、Value、価値の創造と継承、Infrastructure、ユニバーサルインフラ、そして、Circulationということで、循環と環境保全、市の900ある事業をこれらにカテゴライズして、しっかりとつくば市として持続可能な都市というものを、それぞれの事業が担っていくという格好で、職員全体の意識共有を図っております。

つくばSDGsパートナーズ事業、これは市民発でSDGsを達成していきましょう、自分たちのまちづくりをやっていきましょうというものでございます。

未来構想は、つくば市全体の総合計画でございまして、今年度中の策定を目指しております。

ここから具体的な事例を4つほど御紹介したいと思うのですが、まず1つ目は、つくばこどもの青い羽根基金でございます。ことしの4月に開始したばかりなのですが、簡単に言うと、いろんな方々から募金をしていただく。個人の方、企業の方、あと、市長、市議会議員、職員もそうですけれども、募金をしていただいて、青い羽根をもらうのです。その集まった基金を、主にその子供のために使う、こども食堂とか、学習支援、居場所づくりを支援します。

これはつくばらしいといえますか、科学技術の力を用いて、地域の社会課題を解決しようといった事業でございます。内閣府の近未来技術等社会実装事業や国土交通省のスマートシティモデル事業に選定していただいたのですが、簡単に言うと、自分の家を出て、例えば病院に行って、つくば市役所で手続をして、お買い物をして、帰りにお友達とお茶をして家に帰ってくると、こういったことを例えばバスとか、タクシーよりももっと簡便に、しかも、エネルギー使用も低くして、お金も低くして、自動走行でやりましょうといったものなのですが、自動走行車をシェアリング、皆さんで共有しながらやります。そのときのお会計も、例えば財布を持たずに全部済むということまでできればと思っています。

地産地消ということで、これは市内で地元産の食材を使ったレストランとか、給食に地元産の物を使うとか、あるいはプチマルシェということで、地場産業の活性化なども図っているところですが、例えばこうして輸送コストを抑えるなど、直接的なメリットがあるわけなのですが、あらゆるセクターで、このような取り組みを行うということを推

進しております。

市民ワークショップを行っております。SDGs、先ほどの川廷さんの発表の中でもありましたけれども、幾ら自治体がやりますと言っても、できないことがございますので、市民の方々に、自分ごととして認識してもらうことが大事でございます。ですので、ワークショップということで、これは10代から80代の方まで集まっていたいたのですけれども、地元の課題について、どんなものがあるのかということを見つけていただいて、それに基づいて、どういう課題解決が自分たちの身の回りで可能なのか、あるいはそれを横展開するにはどうしたらいいかということをお話し合ってくださいワークショップでございます。

ここから生まれましたのがつくばSDGsパートナーズという、ことしの4月から発足したプラットフォームでございます。個人会員は一般市民の方々、あるいは団体会員として企業の方々から構成されているものですが、今、それぞれに120名、団体は20社ほど集まっています。それらの方々がまず自分たちの課題解決、それから、自分たちの課題の発見、解決、その横展開ということで、共感、共創、共鳴と我々は呼んでおりますけれども、この3つのステップを踏んで、最終的に自分たちの課題をどういう人たちと一緒に解決できるのかということを目指すものでございまして、これに対して、市が後押しするためのいろんな面の支援を講じているところです。

パートナーになっていただくのは無料なのですが、しっかり活動していただきたい思いもございますので、講座を開いております。例えば今までであれば、水循環の話、あるいはその福島原発の問題に関係して、漁業に関する問題などが取り扱われているところです。

市の方の未来構想の中でも、SDGsの考え方をしっかり盛り込んでいく予定にしています。市内の若手職員を中心としてワーキングチームを開催してございまして、50年後、100年後まで見据えたつくば市のあり方を議論してもらっているところです。

時間が過ぎてしまっておりますので、ここは後で御覧いただければと思うのですが、例えば充実した医療、未来を切り開いていく力を子供たちに身につけさせる、こういったことを通して、一番下に書いてあるのですが、今回、未来構想を見直すことによって、2036年に人口26万人と先ほど申し上げましたけれども、これを2048年に人口29万人を目指しますという、非常にアンビシャスで野心的な目標ではあるのですが、そうした目標を市が掲げることで、29万人を達成するために、どういうことをやらなければいけないのかということをお話し、市職員もそうですし、市民の方々にも考えていただきたいということで、こうした野心的な目標を掲げようとしているところです。

最後のスライドになりますけれども、1年前に発表しました持続可能都市ビジョンです。後で御覧いただければと思います。つくばの強みは、自然と科学技術でございます。こういった強みを生かしながら、しっかりとその持続可能なまちづくりを行っていきたく思っていますし、また、ほかの自治体の方々でも、一緒に協力できる場所があれば、是非していきたいと思っておりますので、どうかつくば市の取組をこれからも見守っていただければと思います。よろしくお願いたします。ありがとうございました。

○柿野 成美（公益財団法人消費者教育支援センター専務理事・首席主任研究員）
「消費者教育支援センターの取組」

消費者教育支援センターの柿野と申します。



今日は、消費者教育支援センターの取組をお話しさせていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

私どもの団体は、平成2年に文部省と経済企画庁、現在の文部科学省と消費者庁の共管法人として、消費者教育の普及推進を目的に設立された団体でございます。30年近く活動しておりまして、私は、そのうちの20年ほど、この組織に勤めております。

私どもの事業には、大きく分けて自主事業と委託事業がございます。

自主事業の中には、教材開発、教材表彰、シンポジウム・研修会の開催、研修会・ワークショップ等への講師派遣ということで、私自身も全国各地に行かせていただいております。それから、調査研究、情報発信も積極的にしております。

す。

また、近年の特徴といたしまして、消費者教育推進法が2012年に施行された後、地方自治体で交付金を活用して、地方自治体からの委託事業が増えました。その内容といたしましては、教材開発、研修会の企画、消費者教育推進計画を策定するための調査研究や、それに向けた具体的な事業の実施支援を行ってまいりましたが、皆さんも御承知のとおり、地方の消費者教育に対する予算がカットされ、事業が減少しています。

設立当初は、学校の先生方の情報提供や教材開発を中心にしてきたのですが、特にここ数年は、地方自治体での実践支援、中間支援機関としての機能に、非常にニーズが高まっていると感じています。つまり、地方自治体が学校で消費者教育の実践を支援したいというとき、消費者行政と教育委員会の連携というのは、一般的に非常に難しい問題があります。そういったところで、私たちが間に入って調整し、学校での実現に向けて、いろいろな形でお手伝いをさせていただきます。

今、申し上げた自主事業、委託事業の流れに沿いまして、この後、具体的なお話をさせていただきます。

まず1番目に、教材開発ということで、これは消費者教育を行う担い手の方々が効果的な実践を行っていただくため、さまざまな教材開発をしてまいりました。ゲーム教材、ロールプレイングのシナリオ集であったり、あるいはエシカル消費のリーフレット等々、さまざまな印刷物等を出しておりまして、これらはウェブサイトで購入可能であることを、力強く申し上げておきたいと思っております。

また、皆様が作っておられる教材は、本当にたくさんございまして、現場の先生方は、

一体どれを使ったらいいのかと迷ってしまうほどです。そこで選択の目安になることを目指して、平成9年から消費者教育教材資料表彰という制度を行っています。毎年、二十数点の教材を優秀賞として表彰しています。

その中でも特徴的なことは、優秀賞に選ばれた教材は1年間、現場の先生に活用をしていただきまして、中でも現場の先生の評価が最も高い教材に対して、内閣府特命担当大臣賞を出させていただいております。今年度の内閣府特命担当大臣賞は、埼玉県危機管理防災部危機管理課の「埼玉イツモ防災 小学生向け教材」でありました。

防災が消費者教育なのかと思われる方もいるかもしれませんが、普段の生活の中で防災意識を持つという、ライフスタイルの見直しという観点からも、小学生にも非常に分かりやすい教材であるということから、今回、表彰をされております。

教材表彰の優秀賞を受賞する教材をここ数年見ておりますと、従来は、開発教育、環境教育、食育などの枠組みで作成されていたものが、明確に消費者の視点をもった教材が作成され、数多く優秀賞に選ばれております。先ほどもSDGsでそういった垣根をなくすのだというお話がございましたけれども、この教材表彰の優秀賞教材からその点を非常に強く感じているところでございます。

明日、シンポジウムを開催予定でして、テーマは「SDGs時代の消費者教育はどうあるべきか？どう進めていくか？」です。

東京都市大学の佐藤真久先生、横浜国立大学の松葉口玲子先生、横浜市日枝小学校の住田先生など、これまでESDの実践に深くかかわってきた先生方とともに、消費者教育をこれからSDGsの文脈の中でどのように捉え、どのように実践していくかという議論を深めたいと思っております。この中で、先ほど申し上げた教材表彰の表彰式なども、午前中に行うスケジュールでおります。

ここまで自主事業を中心にお話をさせていただいてまいりましたけれども、委託事業として、自分がこれまでいくつの教材開発にかかわったか思い出せないぐらい、たくさんの教材を担当してきました。最近、皆様、よくみかけるかもしれませんが、消費者庁で出している「社会への扉」も私どもで作成しておりますし、地方自治体が交付金などが潤沢にあった時代に独自の教材をつくっておりますし、そういったものをオーダーメイドで作成することも担当してきました。

ここからは、地方自治体に対する実践支援、中間支援の機能の事例について、2つの自治体について、お話しさせていただきます。

1つは、滋賀県の近江八幡市です。平成28年度から事業を受託しておりますし、1年目に消費者教育の在り方検討会を実施しました。学校での消費者教育を実施する方々、地域での担い手の方々、高齢者や障害者の見守りに関わる方々とともに、今、どういった企画案があればいいのかを検討するワークショップを行いまして、最終回に企画提案してもらいました。その企画提案されたものを具体的に実現するという方向性で、現在は実際に事業が3つ動いております。



1つ目は、「親子で探る体験ツアー—近江八幡の食のヒミツ」といった体験型のプログラムです。親子20組が参加をいたしまして、近江八幡に本社がある「たねや」さんで、ヨモギ餅のヨモギがどうやって作られているか、こだわりの生産側の思いや願いを聞いたりしながら、「SDGs こども特派員」ということで、ここで学んだことをほかの友達に伝えていくと

いう取り組みになっています。今年3年目で、新しいヒミツを探るプログラムを続けていく予定です。

もう一つは、近江八幡はSDGsで攻めているのですけれども、今度は「SDGs こども見守り隊」ということで、これまでは高齢者の消費者被害は、割と地域の同じ高齢者同士で見守るという構造になりがちだったのですけれども、子供たちが高齢者を見守るという観点で、学校の授業の中で子供たちを見守り隊に任命して、そして、子供が書いた手紙をひとり暮らしの高齢者宅に、福祉協力員や民生委員さんが届けてくださるという枠組みでやっているものもあります。こちらは、昨年度のKIDS DESIGN AWARDもいただいているようなものになっております。

もう一つは、こちら6年ぐらい、ずっと行かせていただいているのですけれども、山形県米沢市の事例です。これは高齢者の消費者被害の見守りを高齢福祉課と地域包括支援センターの方々が非常に熱心に進めているもので、認知症サポーターのオレンジリングを広げる仕組みを応用して、緑色のリング（みどりんぐ）として広げていくものです。

消費生活相談は、消費生活センターが受けているのですけれども、見守りの取り組みは、高齢福祉課の方々が非常に熱心になって、サポーターを広げていくことに尽力されている、非常良い例だと思います。

これが最後のスライドになりますけれども、米沢市は人口9万人弱の市でありまして、消費者教育の担い手といっても、高齢化していて、それを支える人たちが出にくいところから、「子どもの自立を支える消費者教育プロジェクト」を立ち上げまして、子育て世代のお母さん方が中心なのですけれども、そういった方々で、ちぎり絵で紙芝居を作ったり、グリーマーケットという自分たちが主催しているようなマーケットの中で、フェアトレード商品を買ったりということ、非常に楽しんで活動しています。今、こういった市民の取り組みが広がっていくようなお手伝いもさせていただいているところです。

以上で報告を終わらせていただきます。ありがとうございました。

○深尾 昌峰（龍谷大学政策学部教授、一般社団法人全国コミュニティ財団協会会長）

深尾会長 龍谷大学で教員をしております深尾と申します。よろしくお願いいたします。



それでは、早速、お話しさせていただきたいと思いますが、これまでの話の中にもありましたが、先ほどの川延さんの話にもありましたが、もうこれまでとこれからの私たちの社会、特に私は地域をテーマに、いろんな仕組みを作っていますと、いろんな問題がもうこれまでとこれからというところで、確実に局面が変わっています。

これは人口の推計ですけれども、今までは増えることを前提に、いろんな仕組みを考えてきました。しかし、暮らしがこのまま、今までの高度経済成長モデルがそのままこれからは適合するのは、いろんな文脈で難しいことは分かっているわけです。そうすると、つくりを変えていかなければ

いけないのです。

そのときに、人口が減ります、大変だ、しんどいという話ではなくて、先ほどの川延さんマインドです。これを機にもっとよく変えていけるのか、今までが最高だったわけではないわけです。例えば私たちの社会を見渡しても、みずから死を選ばなければいけない人たちがピークで3万人以上いて、今でも2万人以上の方がみずから死を選ばなければいけない社会は、どこか狂っているわけです。そういうものを私たちが時代の変わり目で、変えなければとか、変わらなければと思っているときに、いかに気づいて変えていくかということ、ポジティブに捉えていくかということが非常に重要だと思っています。

いきなりですけれども、疲れてきましたね。伸びをしながら、皆さん方、自分は変人だと思おう方、手を挙げてください。

なぜこれを聞いたかということ、これを見ていただければと思うのですけれども、社会を変えていくことでいくと、実は私たちの社会の課題はうつろっているのです。例えば今、LGBTとか、DVという、みんな知っている問題になっています。それはどちらかということ、社会的認知が高い、政治学的に言えば、正当性ということなのですが、みんなの問題になっているものは、資料のP5の右上になっているのです。そうすると、法律ができたとか、税金を使って何かがやれることが右上のゾーンです。

けれども、私たちの社会の問題は、そんな問題ばかりではないわけです。マイノリティーの問題であったりというのは、常に左下であって、多くの人たちがいろんなことを発信したり、運動したりして、右上になっていく。DVなどもまさしくそうでした。いろいろな消費者問題でも。誰かが気づいて、それがみんなに広げていって、やっと右上に1点、社会が築いてくれた法律になっていくとか、そういうものが権利として認められるとか、障

がいがある人たちの権利もそうだし、女性が高等教育機関で学ぶことも、ある時期までは日本でも女は学校に行かなくていいという時代があったわけです。

そういう時代に、左下のゾーンをどうやって支えていくのかということが非常に重要なわけです。そこにも書いていますけれども、今の当たり前、誰かが放っておけないから始まっているのだ、要は市民性ということで、今日、私がここでお伝えしたいのは市民性です。先ほどの議論もそうでした。政府も頑張らなければいけない、自治体も頑張らなければいけないのだけれども、その種は、私たちの暮らしや生活の中にたくさんあふれているのだということです。

そう考えると、左下のゾーンを支えるというのは、誰かということ、市民自身なのです。例えば学校の問題をとっても、今、女子の学校はいっぱいあります。女子高の起源をさかのぼれば、女性が高等教育を受けなくてもいいと言われていた時代に、みずから私財を投げうって、学校を造っているわけです。その当時からしたら、その人たちの当時の常識は、学校に行かなくてもいいと言われていた時代に、あえて自分の私財を投げうって学校を造る。明らかに変人です。世の中の常識と違うことをします。

要は私が先ほど皆さん方の変人度合いを聞きました。変人、まさしく変える人なのです。ある意味で変えるとか、社会構造を変えて気づいたりするということに、今、私たちの社会がどれだけ寛容であったりとか、そういう支え方みたいなものをみんなで考えていくかということ、ものすごく大事だと思っています。



先ほど花王さんの話を聞いていて、石けんの話で思い出したのですけれども、こういうことです。生活の中にある変えることはどういうことかということ、例えば私は京都で生活していますが、京都市は、今、給食の食器を石けんで洗っています。石けん洗剤で食器を洗う。これはなぜそうなったか。今、京都市のホームページを見れば、堂々と環境への取組と書いてあって、いかにも自分たちが頑張ったかのように書いています。教育委員会が頑張っているのです。

それをさかのぼっていくと、お父さんやお母さんたちなど、もともと水問題に興味があった人たちが、あるピークの時間に、昔のどぶ川みたいな川を思い出してもらったらしいのですが、どぶ川がありました。その川にある時期になると、ものすごく川が汚くなるということを散歩している生活者が発見していくわけです。なぜだろうとやっていると、小学校の食器を洗っている時間です。食器を洗っている先生、給食の先生と言われる人に聞きに行くと、もう手がただれています。要は強い合成洗剤を使っていたので、手がただれています。

それを見たときに、お父さん、お母さんの視点でいうと、気づくわけです。ゴム手袋を二重にして洗っていても、こんなにただれるのだ。その食器で自分の子供はおみそ汁を飲

んだりしている。大丈夫なのか。素朴な生活者起点の大丈夫なのかです。そこから気づいた人たちは、当時はそれが当たり前だった。食器洗剤を大量に使って洗えば、手がただれるし、そうやって効率を求めて洗剤で洗ったほうがいいということに対して、それで大丈夫と言えるのか。これが生活者起点からこういった SDGs などをつかえる、ものすごく重要なまなざしだと思うのです。

そういうところから始まって、京都市では、昭和 57 年にそういう運動が始まって、平成 4 年に全小学校が洗剤から石けんに変わりました。要は生活者の人たちが仕組みを変えていった、よりよく自分たちが生きていくとか、安心して生きていくために変えていった。まさしく運動性です。

そういう意味では、モデルのない時代に入っていき、先ほど申し上げましたように、自治のモデルを変えていくときに、今、私たちが気づいていることをどんどん盛り込んでいくということだと思うのです。だからこそ暮らしからの発信とか、仕組みづくりが物すごく大事だということです。

それでいくと、食品ロスなども同じです。私たちの消費者としての立ち位置みたいなものです。

お手元にも写真ありますけれども、食品ロスというのは、インパクトがいまいちわからなかったのので、インターンに行ってきました。処理工場に行くと、もうこんな状態です。今日出すのに当たって、グロテスクではないものを選んで、写真を撮りました。

こうやって食べられるものがそのまま捨てられています。産直でした。私はびっくりしました。産直の意味はわかりますか。要は食品工場からごみ屋さんに産直です。うどんなどをつくって、午前中に出荷できなければ、そのままその工場からこういうごみ屋さんに捨てているのです。よくお考えでつくれと思うのですけれども、それは当然商売ですから、考えてつくっておられるけれども、今の私たちのいつでも手に入るという、私たちの暮らし方の構造に合わせて、流通とか、いろいろ考えると、無駄が出ていくわけです。

これだけで話は終わらなくて、今、このごみ屋さんと私が一緒に仕事しているのです。ごみ屋さんがどういうことを言い始めているかということ、ごみを減らしたいと言い始めているのです。今までの経済的合理性から言うと、合わないのです。ごみ屋さんは、ごみが増えればもうかる人たちです。だけれども、そういう人たち、例えばこの工場の人たちも、そういう状況で、この工場は 365 日 24 時間稼働しています。毎日、食べられるものが来る。それで、自分がもうけているということに対して、おかしいと事業者として気づき始めたのです。だから、一緒にごみを減らそうということです。

そうしたときに、取引銀行、先ほど川廷さんの話もありましたけれども、金融が変わらなければ、そういうものを応援できないのです。要はごみを減らして、新たなビジネスモデルをつくって、循環型の社会をつくっていくのだということを考えたときに、金融機関は、社長、待ってください、今のままでいいのではないですか、ごみが増えたらもうかるのでしょうかという評価軸で向き合っていると、いつまでたっても、その人たちは変わらないのです。それを私たちも、コミュニティ財団なども含めて、お金の流れ方、価値、先ほど ESG 投資なども含めて、インパクト投資という投資が世界的な潮流にかなり来ていま

す。社会的投資という言い方もします。

私たちは、それを地域の中で、地域でそういうお金の流れを造り出そうということで、今、地域の可能性を引き出すようなものやっこしていています。

私たちのキーワードは、相転移です。今みたいに地域の事業者さんが、逆に言えば、今、お話ししたような産廃業者さんが、みんなからの応援のお金を得て、そういう食費の循環、要はごみを減らして、食品ロスを減らす仕組みをつくりながら、ごみも焼却するのではなくて、きちんと循環型のリサイクルループを作り出そうとすることをやるためには、資本の在り方が変わっていかねばいけなわけです。そういう在り方が変わっていくと、その人たちは、ソーシャルビジネスの領域に入っていく。社会の課題解決をやる。要は産廃の事業者さんがソーシャルビジネス化していく可能性があるということが見えてきました。要はお金の流れは、そういうふう立ち位置を変えたりとか、その人たちのある意味での構造を変えたりすることにつながっていきます。

それが地域から変わるとか、生活起点に変えていくということなのではないかと思ます。ベースは、市民一人一人のまなざしであつたりとか、暮らしの中で気づいたこと、それを諦めなくていい社会をつくるということだと思ます。これはこうなっていたらいいとか、これはちょっとおかしいとか、なぜこの服はこんなに安いのだろうとか、いろんなことに対して、疑問を持ったことがきちんと表明できて、そして、それが新しい構造をつくるところに向かって、いろんな仕組み、エコシステムが動いていく。そういう地域社会、生活社会を私自身がつくりたいと思つて、こういうコミュニティ財団という動きや、社会的投資を私たちの地域社会、暮らしがデザインをしていくかということに、今、チャレンジをさせていただいています。どうもありがとうございました。

【意見交換（要旨）】

○池本

■SDGsの取組をもっと多くの企業に広げていくためには

まず最初に、金子さんにお伺いします。

事業者として、今、お伺いしたような、素晴らしい取り組みをもっと多くの企業に広げていく。そのためには、どういう取り組みが必要なのだろうかというところを教えていただければと思います。



○金子

30年、あるいは50年先、企業で言えば、その企業が存続することは、どうあれば存続できるのだろうかと考えたらどうかと思っています。今日のお話にありましたけれども、少なくともSDGsを見ても、2030年、あるいはパリ協定を見ても、2050年にはがらっと変わるわけですので、このままの延長ではうまくいかないということは、皆さん、大体お気づきだとは思いますが、そのときに変える原動力にちゃんと企業が貢献していないと、どこかで参加する資格がなくなってしまうのではないかと考えていくと、おのずと何をしなければいけないか、あるいはとにかく行動を起こさないと、少なくとも30年、50年先、この企業は存続できないというのが実感できると思いますので、そういうことを考えることがこの活動をどんどん広げる一番大きな何か力になるのではないかと感じております。

○池本

その考え方をほかの企業、事業者に対して広げていく上で、事業者として、あるいは国とか、自治体、消費者の側にどういうところからどういう取り組みなり、動きがあれば、広がっていくことになるでしょうか。

○金子

一番は、私どもは日用品のメーカーだからではなくて、恐らくどこの企業も、最終的には生活を便利にするとか、そのために企業はほとんど成り立っていると思うのです。B to Bの会社も、最終的には末端にいけば、普通の暮らしのためにみんな役に立っている会社

ですので。一番は生活者の人、消費者の皆さんがこういう暮らしをしたい、あるいは一番初めの高委員長の話にもありましたけれども、国民の安全・安心を担うとありましたが、安心の中に未来も安心できるのだということをごんごん発信していただけることが、企業にとってはものすごく大きな力になると思っています。

■自治体において、SDGsの取り組みを進めていくには

次に、森さんにお伺いします。

つくば市のような取り組みをほかの自治体にもっと広げてほしいのですが、そのためには、どういう観点で、どういうことが進められるといいのでしょうか。

○森

つくば市は、たまたま持続可能都市ビジョンを日本の中でも一番はじめに発表しましたけれども、これはたまたまだと思っています。もちろんそれをきちんとつくば市は、SDGsにコミットしていくのという姿勢を出す意味では、非常に重要だったと考えています。

一方で、例えば北海道の下川町ですとか、鹿児島の大崎町がありますが、下川町ですと、3,000人ぐらいの町なのですけれども、そこで木を切りますと、それをバイオマスの燃料として使いまして、非常に小さなコミュニティなので、そこで熱をつくって、公共施設に供給するといったことを何年も前からやっているわけです。

鹿児島の大崎町においても、例えばリサイクル率が日本一を何年も続けているのですけれども、これは市民の方々が分類に関して、頑張るということではなくても、生活の一部として捉えていまして、それで、リサイクル率80%をずっと達成してきているわけです。

これは内閣府のSDGsアワードにも選定されているのですけれども、SDGsという考え方が生まれる前から、そういったことを継続してやられてきている自治体はありますので、SDGsというフレームをそれに対して当てはめて、もしそれが活性化すれば使えばいいですし、そうでなくても、SDGsのようなものとか、それに対して役立つ、あるいは関係してくるようなことをやっている自治体の方々が、SDGsを使って、それをさらに活性化していく、あるいは使わないという選択をする、これを市民の方々も含めてやるというのが、いろんな自治体でSDGsの達成、あるいは地域課題の解決が進む1つのやり方なのではないかと考えております。



○池本

市民の参加を非常に積極的にうまく取り込んでおられるのですが、これはどうやれば、その市民参加が広げられるのか、あるいはどうやって働きかけ、声かけをしておられるのでしょうか。

○森

繰り返しになるのですけれども、自分事として捉えていただけるかどうかということが大事だと思っています。ですので、普段から身の回りのことに関心を持っていただく。ただ、それを普段から考えてくださいと言っても、私自身もそうなのですけれども、子供の学校のこととか、仕事でいっぱいいなわけです。

そういうときに、1つ、私も長く行政に携わっていて、気づいたことなのですけれども、行政側がお墨つきを与えるみたいなことは、非常に役立つのだと言ってもらったことがあります。これは経済的な支援、補助金とか、そういったものが仮になくても、これは例えば市が後押ししてくれているとか、あるいは国の文部科学省が後押ししてくれているということがあると、他の人たちも巻き込みやすいと、その活動してくださっている団体の代表の方がおっしゃるのです。ですので、その自治体の役割としては、そういった方々の要望があれば、それは喜んで市としても応援しますと、市がコミットメントをするということが非常に大事だと思っております。

■SDGs の活動を地域社会、消費者の中に広げていくために、消費者教育をどういうふうに展開していくのか。

次に、柿野さんにお伺いします。

先ほど幾つかの取り組みをお伺いしましたが、SDGs の活動を、本当の意味で地域社会、消費者の中に広げていくために、消費者教育をどういうふうに展開していくのか。明日、SDGs 時代の消費者教育はどうあるべきかというシンポジウムを予定されているそうですが、その方向性を先取りして、聞かせていただくことになるのかもかもしれませんけれども、お伺いできますか。

○柿野

今回、SDGs 時代をどう捉えるかというようなことを、東京都市大学の佐藤先生と議論している中で、いろんなことがいろんなところで行われていて、先ほど川廷さんの話でもそうでしたけれども、それが同時解決できるような、それぞれが相互に乗り入れしながら解決していくような方向性をどう探っていくのかというようなことが、これからの消費者教育に大事なのかと思っています。

その意味でも、明日のシンポジウムでは、基本的な考えを押さえた上で、参加していただいている皆さんと、ワークショップという形で、お互いに解決のための話し合いの場を

持ちたいと思っています。相互でお互いに何をやっているかがよくわからないままですと、連携も共働できないところもございますので、お互いをよく知り合うという場づくりを、これから消費者教育という視点からもしていけたらいいと思っていますところです。

○池本

私たち消費者委員会の中でも、消費者が地域で取り組んでいく、あるいは消費者教育というときに、1人だけでは持続できないので、地域の中でグループ、あるいは団体となって継続することができないかという議論をしています。消費者教育の視点では、どういう観点で進めていけばいいのか、このあたりのヒントをお伺いできればと思うのですが、いかがですか。

○柿野

今日の話の中でも、米沢市が例えば高齢者の消費者被害を見守るという目的に向かって、消費者見守りサポーターを養成して、その横のつながりで、地域全体で見守りをしていこうというムーブメントを起こしているという事例がありました。ですので、自治体が市民の方に向けて、こういった問題解決を一緒にやっていきたいと思いますと呼びかけながら、仲間づくりの仕組みが作れるのではないかと思います。

■持続可能な取り組みを広げていくための人の流れとは

深尾さんにお伺いします。

持続可能な開発目標、SDGsを進めていくことを、持続可能な取り組みをつくるためにどうしていけばいいのか、どういう人をどう広げていけばいいのかというところのヒントを伺えますか。

○深尾

もっと多様な参加、気軽な参加ができるような仕組みを、もっと入れ込むべきだと思っています。今、コミュニティ財団は、全国に30以上できてきました。先ほどみたくないいろんな人たちと、市民社会の市民の気づきなどを事業化していく。

そういう中で、私が1つ、SDGsは先ほども共通言語という言い方が出ていましたけれども、つながらなかった人たちがつながれるきっかけにはなっているのは、ものすごく大きく感じるのです。例えば企業さん、NPOとか、NGOと企業のパートナーシップという、新たな文脈での広がり方みたいなものが出てくると思うのです。冷蔵庫なども、私たちは、普通にノンフロン冷蔵庫を使っていますけれども、あれはもともと環境のNGOの人たちが気づいて、一緒に開発をして、今やグローバルスタンダードになっているわけです。

ある意味で、課題に気づくところで行くと、そういうNPOやNGOの人たちのアンテナ、私たち生活者としてのアンテナは、すごく感度が高くて、そういうものと企業がコラボレーションしていくとか、そういう問題や感性みたいなものを製品づくりや商品づくりに生かしていくのは、先ほどおっしゃったように、企業もそういった成長、そういったものを

取り込むことによって、成長していくことが必須になっていたり、もともとそういうものだということで行くと、新たなパートナーシップみたいなものをもっと構築していかなければいけないということが1つです。

2つ目は、自分事としてというところで行くと、今、私がデザインをしているのは、投資や寄附が、そういったものへの参加につながるということです。今、我々が例えば地域でやっているのは、保育所が足りない、こういう保育所が欲しい、今までだったら、行政に言ってきたけれども、財政難で難しい。自分たちでお金出してくろうという動きが、それも誰かが大金をはたいてつくるのではなくて、私たちが1万円、2万円、3万円というお金をみんなで紡ぎながら、そして、地域に必要なもの、十分私たちの暮らしに必要なものみたいなものをつくっていくことが始まっています。これも社会的投資という文脈で始まっています。

そういうことをもう少し広げていき、今、そこによろやく地域の金融機関さん、信用金庫さんなどが、そういうところがエコシステムに乗ってきてくれて、ちょうど私がやっている社会的投資の会社では、20 ぐらいの地域金融機関さんとアライアンスを組んで、今みたいな世界観をつくっていこうとしています。そういうようなところに、ぜひいろんなステークホルダーがもっと自分事として参加をし、そういうエコシステムにもっといろんな関わり方がデザインできる、それが共通言語として、SDGs としての意味合いだと、私自身は感じています。

○池本

全国のコミュニティ財団が30 ぐらいの地域にあるようですが、そういう取組がもっと全国に広がっていけばいいと思います。そこへ向けては、どういう働きかけ、あるいはどういう人たちに協力していただければいいのでしょうか。

○深尾

今、全国でつくりたいという人たちがいっぱいいて、全国コミュニティ財団協会では、そういう設立の支援の横展開をしていて、苦労して、京都で京都地域創造基金を2009 年につくったところから始まるのですが、この間、市民がお金を出し合っている財団をどう横展開するかということで苦労してきて、みんなでそういう知見を広げてきました。今、そういう設立支援などもしていますので、そういうものを通じて、そして、そこに自治体なども非常に自分たちの地域の持続性を高めるためには、こういうことを応援しなければいけないと、一緒になって考えている地域も増えてきていますので、そういう広がりを期待したいと思っています。

■SDGs の更なる広がりに向けて

第1部で御報告いただきました川廷さんに、一言、お伺いしたいのですが、今、各パネリストから事業活動、あるいは自治体の取り組み、そして、消費者にこの活動を広げていくということで、それぞれのトップランナーからいろいろ発言がありました。これをさらに

もう一つ大きな広がりをするためにどうしたらいいかということについて、一言、お伺いできればと思います。

○川廷

SDGs は、国連で採択されました。それぞれ役割があります。国連は、全世界の発表や報告の機会、そういう場を提供するというので、毎年、7月に世界から人を集めて、世界中の事例を集めます。今年は、特に4年の節目がありますので、9月には、SDGs サミットを開催して、首脳クラスが9月24日、25日の2日間、世界中の首脳が集まって、SDGs の報告を行って、これからのSDGs の取り組みを共有し合うという場を提供するのが国連です。

各国政府は、それをいかに国内で推進していくかという仕組みなどを策定していく。つまり実施指針とか、そういった行動計画です。あと、残された我々民間は、事業者であろうと、市民社会であろうと、アカデミーであろうと、みんなが主体性を持って取り組むことで、自分たちが当事者として、受身ではなくて、能動的に動くことだということで、先ほど深尾さんが言われたように、つながり合えるのです。

今日も初対面の方が私も非常に多いわけですが、こういうところでSDGs の話をしてほしいというお話が来ます。SDGs というものによって、今までつながらなかった人たちがつながる、つまりどういう人たちといったら、皆さん、ここに来ている人たちは、今を変えなければと気づいてしまった人たちです。要するに主体的な人たちだと思うのです。そういう人たちがつながれるのがSDGs というツールです。何とかしなければと思っている人たちが、今、こうして集まり合える。

だけれども、それは今なのです。学習指導要領で、義務教育の中でSDGs が入るわけですから。

つまりもう普通の教科としてSDGs を学んだ子どもたちが飛び出してくるわけです。ですから、そうなってくると、このSDGs は、地球で生きるため、我々人生の羅針盤そのものだろうということになっていくような気がするのです。ですから、大所高所から言うと、それぞれの役割があるのだけれども、結局、個人、一人一人が主体的にやっていく、そういうものではないかと思いますので、今は、変人なのですけれども、未来で言えば、凡人かもしれないと、我々も普通の人当たり前に考えている、今、そんな時代を我々が切り開こうとしているのだ、要するに皆さんがということではないかと思います。

■今日の参加者に向けて

パネリストの皆さんそれぞれに、今日の参加者に向けて、メッセージを含めて、一言ずついただければと思います。

○金子

消費者に向けての啓発とか、教育は、さまざまな人たちがいろんな工夫でやられているのは、私自身もすごく勉強になって、これからも連携してやっていきたいと思います。

ただ、消費者の方々から見たときに、いろんな人が何かばらばらにいろんなことで言葉を発信するよりも、むしろ我々側の責任になるのかもしれないけれども、連携して同じ言葉をいろんな立場で説明できるようにしたほうが、もっと伝わると感じたので、この辺りもこれから頑張っていきたいと思います。今日はどうもありがとうございました。

○森

つくば市は、科学技術の町ですので、科学技術の力を使って、SDGsの達成を目指す、地域課題の解決を目指すことをやっていきたいわけです。

つくば市民の方への科学技術の恩恵を感じていますかというアンケートでは、恩恵を感じていますと言った人は、5割しかいなかったのです。逆に言うと、残り5割の方は、恩恵を感じていない、あるいはわからないと回答している、こういう現状があります。

しっかり科学技術というものは、どういうふうに皆さんの生活に役に立つのか、あるいは立たないのか、場合によっては、脅威になるかもしれないといったことを、研究をしている人たち、あるいは市が押しつけではなくて、皆さんときちんと対話を重ねながら、新しい技術が生まれたときに、それをどういうふうに社会に実装していくのか、あるいははしていないのか、少し待ってみるのかとか、そういったことをやるのがつくば市の使命だと思っています。

○柿野

先週、都内のある小学校に行って、校内研修で全ての先生にお話をさせていただく機会があったのですが、当時15歳のスウェーデンの少女がこれ以上、地球温暖化を進めるのをやめてくれと、学校を休んで国会議事堂の前で座り込みなどをしているという話をしたら、かなり驚かれたのです。つまり学校教育がどういう子供たちを育てていくのかというようなところが今、かなり揺れているのではないかという気がいたします。

ただ、これから未来のために行動できる人を育てていくといった意味で、消費者教育が果たす役割は、すごく大きいと感じていますので、この消費者教育支援センターという組織もそれに向けて、役割を果たしていけるように頑張りたいと思います。今日は、本当にありがとうございました。

○深尾

豊かさとは何かということは、言い古されていますけれども、消費とか、私たちの暮らし方みたいなものが来るところまできてということは、みんな感じているのですが、自分がどう行動していいかということとか、自分がどう選択していいかというのが見えないのだと思います。

だから、そういう意味では、今、企業などが、我々の選択肢をいろいろつくっていきと、そういうものをどんどん可視化していかなければいけないし、そういうものを選択できる教育というか、人をつくっていかなければいけないし、何よりも私たち一人一人がお金の使い方、時間の使い方、力の使い方みたいなものを、どういうふうにデザ

インしていった、方法論などはないので、社会技術をもっとつくっていかねばいけな
いだろうと思うのです。

それをつくっていくのは変人ですから、もう一回聞きます。変人になろうと思った人。
ありがとうございます。

変わった人を応援できることも、1つ大事なことだと思うので、ぜひフォロワーになっ
ていくというか、変えようとしている人たちを応援できる社会に、一緒につくっていき
たいと思います。今日はありがとうございました。

○池本

SDGs というと、地球環境とか、世界的な課題といいながら、実は私たちの自分の身の回
りの自分事として捉えるというのが一番大事なのだとことを、皆さんのそれぞれの言
葉でお伺いしたところです。この後は、皆さんが自分のこととして、第3部では、議論を
していただければと思います。どうもありがとうございました。

ワークショップ（要旨）

【テーマ】

10年後の理想的な暮らしに向けての工夫と提案

【目的】

10年後の理想的な暮らしや消費とは何か、それに近づくために今、何をすべきか、自分たちがすることはできないか等について、ワークショップを通じて皆でアイデアを出し合い、共有すること。

また、ワークショップでの話や成果を各自の現場に持ち帰り、今日からできる各自の取組の一助とするともに、地域や各種団体、企業におけるアイデア出しの手法として活用してもらいたい。

【ファシリテーター】

中野 民夫

（東京工業大学リーダーシップ教育院・

リベラルアーツ研究教育院教授）



【参加者】

民間事業者、消費者団体関係者、行政関係者、学生など全 24 チーム。

【ワークショップ手順】

○用意するもの

- ・ えんたくん
- ・ えんたくん用模造紙
- ・ サインペン

○ワークショップでの基本ルール

- ・ 積極的に参加すること
- ・ 人の話をよく聞くこと
- ・ グループワークの側面も意識すること

○ワークショップの進め方

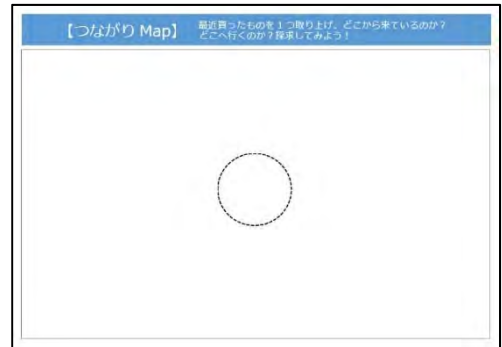
- ①自己紹介・最初にお互いの自己紹介を行う。
（今回は「自己紹介シート」活用して実施）



【自己紹介シート】ホグループの機会をに、4つの問いにキーワードで答えてください！	
1 お名前とお住まい（ざっくり場合でお願います）	2 貴校、お仕事で活動は何をされていますか？
3 シンポジウムに参加ご希望について	4 最近買った好きなもの！（1〜3コ）

②えんたくんでワールドカフェ

- ・【ワークその1】消費や暮らしの現状について。
消費生活や暮らしの現状、疑問等についてえんたくんに自由に書き込む
- ・【ワークその2】理想的な暮らしや消費生活とは。
ワークその1での課題や疑問を踏まえ、理想の暮らし、理想の消費生活とは何かを考える。
- ・【ワークその3】理想的な未来への道
ワークその1、その2を踏まえ、10年後の理想的な暮らしと消費に向けて、各々が
できること、取り組むこと等について考える。



③まとめのワーク

- ・②を踏まえ、各自でVision2030（個人ワークシート）を作成。
- ・各自が作成したVision2030について、ホームグループ内等で共有。その後、会場後方貼り出しを行い、会場全体で共有する。



写真で見る第3部 会場全体でワークショップ

第1部での基調講演、第2部でのパネルディスカッションを踏まえ、10年後の理想的な暮らし方や消費とはどういったものなのか、それに近づくためにはどうしたらいいのか、何ができるのかなどについて、グループワークを通してそれぞれが「自分事」として考え、その成果を会場全体で共有しました。



「ワールドカフェ」とは？

- ワールド・カフェとは、くつろいだ雰囲気の中で、組織や地域や社会の変革に向け、大切な問いについて、全員参加で話し合う対話の方法。
- 小グループでの会話を、何度か席替えしながら、積み重ね、全体の探求につなげていく。
- 90年代アメリカから世界中で実践されており、日本でも急速に広まった。

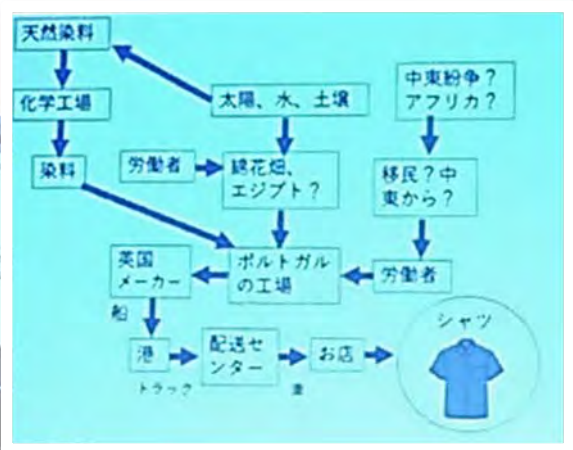
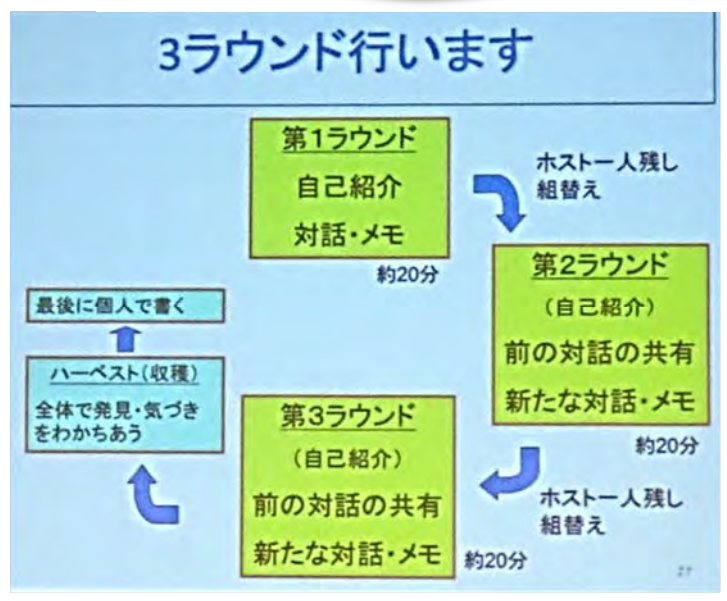
ワールドカフェ

カフェの前提

- 私たちに必要な知恵は、既にこの部屋の中にある。
- その知恵は見出されるのを待っている。
- それは人と人がうまく関係しあったときに現れる。

カフェの前提

1. 各自の経験が重要である
2. アイデアを共有する
3. 中絶にある時に目を覚ます
4. 深いリサーチと実践に基づく



まずは自分の消費がどこからきているのか、そもそものルーツを辿ってみることにスタート。



① まずは自己紹介

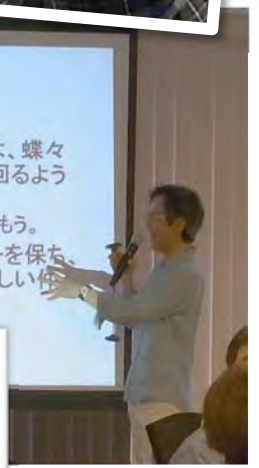
第1ラウンドの問い

- 最近、とっても満足した買い物はなあに？
 - どうして満足できたのだろう？
 - それぞれの話をシェアした後、何か共通点があるか探してみよう。



席替えしま～す。

- 一人だけ残る人(ホスト)以外は、蝶々が新しい花の蜜を求めて飛び回るように、自由に席替えしましょう。
 - せっかくなので、知らない人と組もう。
- ホストは、えんたくんやマーカーを保ち、前のグループで話したことを新しい仲間伝えるので、心の準備を。



← 席替え中

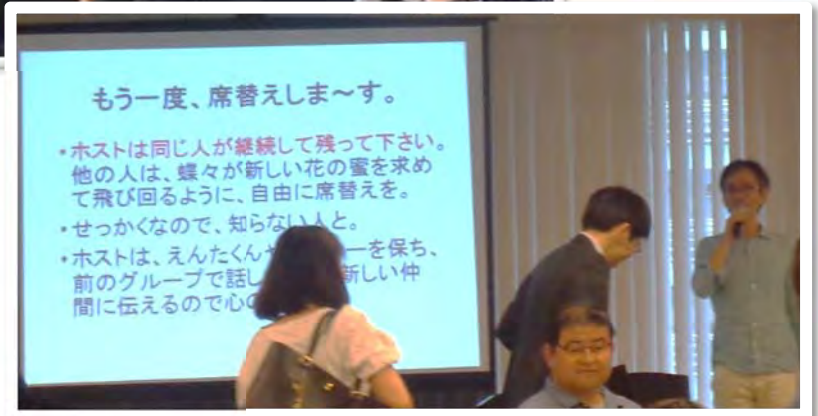


留意点<確認！>

- 短く話そう
 - 多くの人が話せるように！名演説家、注意！
- よく聴こう
 - 正解を競う議論ではなく、共に発見する創造的な対話を！
- 書いて見える化を
 - マーカーでどんどんメモ (話す人の左隣の人が主に書いてみよう！)
 - えんたくんは、隣寄せ合ってきちんと聞もう。
 - えんたくんの上は、すべて片付けて広く使おう。

もう一度、席替えしま～す。

- ホストは同じ人が継続して残って下さい。他の人は、蝶々が新しい花の蜜を求めて飛び回るように、自由に席替えを。
- せっかくなので、知らない人と。
- ホストは、えんたくんやマーカーを保ち、前のグループで話したことを新しい仲間伝えるので心の準備を。



第2ラウンドへ

- ホストは、口火を切って簡単な顔合わせ(自己紹介)を回して。4人で1分位。
 - 「自己紹介シート」は見せるだけ。4つ全部話す時間はありません。
- 一巡したら、ホストは目の前に書いてあるものを指し示しながら、前のグループの話を要約して紹介してください。
- ここまで3-4分で切り上げ、次の問いへ。





第3ラウンドの問い

- 持続可能な社会に向けて、10年後の2030年には、どんな生き方・暮らし方をしたいですか？
 - その時、消費や購買はどうなってる？
 - そこに向けての自分の工夫や、社会・行政への提案は？



まとめのワーク【Vision 2030】

- 10年後の理想的な生き方・暮らし方は？その時の消費は？自分なりの工夫と提案を、
- 3つのレベル、①私のこと、②身近な家族や友人、③社会・世界、に分けて、
- ワークシートにまとめて書き込んでみよう。
 - 後で全員のシートを壁に貼ります。見やすいように、マーカーもうまく使ってください。
 - 作業時間の目安は5分です。

📌 まとめワーク Vision2030 全員分のワークシートを会場後方の壁に貼り出しました



シンポジウム総括

樋口 一清（内閣府消費者委員会委員）



本シンポジウムを通じて、皆さん、未来の消費者行政の充実に向けて様々な思いを抱かれたことと思います。特に、後半のワークショップでは、皆さん自身の直面する課題についての有益なヒントもあったのではないかと推察します。私は、もちろん、こうした思いを総括するという立場ではありませんが、消費者委員会をめぐる状況について、この場を借りて一言だけ御報告をしたいと思います。

消費者をめぐる環境は、この10年間で大きく変わっています。これから先も、例えばネット社会とか、超高齢社会とか、あるいはSDGsもそうですが、グローバルなサステナビリティの問題とか、新たな環境変化が予想されるわけです。そういう意味では、政策といいますか、消費者委員会の使命に関しても、大きなパラダイム変化が起きているのではないかと思います。

深刻な消費者被害は今後も続いていくおそれがありまして、そういう中で、「賢い消費者」とか、「消費者の自立」という言葉は、確かに1つのキーワードだと思えます。ただ、これは私の専攻する「消費経済学」の立場からの見方ですけども、「賢い消費者」というのは、伝統的な経済学の考え方に沿ったものと言わざるを得ません。消費者は必ずしも賢くないと言ったら、みんなショックを受けると思うのですが、消費者は、実際には、伝統的な経済学が想定するような合理性の固まり、経済人（ホモ・エコノミクス）というものではない。むしろ、一人一人の消費者は、感情豊かで、個人主義的合理性より、共感や連帯を重視する「限定合理的」な存在と言えましょう。その意味では伝統的な経済学が想定するような意味の賢さは、如何なものかと思えます。「自立」という言葉も、もともと自立していた消費者を「保護から自立へ」というのは、少々おかしな話と思えます。消費者問題は、消費者が自立していても、重大な被害にあわざるを得なかった状況を如何に正していくかという問題ではなかったかと個人的には考えています。これから先の消費者行政では、ますますこうした視点が重要になると考えています。

消費者委員会のこれまでの使命に関して、“消費者行政の監視”という言葉がありました。しかしながら、今日の作業を通じて、消費者委員会から次の時代への新たなメッセージがあったのではないかと考えています。それは、「連携」とか、「創造」という言葉で示される方向性で、そのコーディネーター役を消費者委員会が果たしていくということだと思っています。まさに、本日のワークショップの場面がそうした方向性を象徴しているのかも知れません。ワークショップでは、委員会は何も言っていないわけです。ボール紙を机に置いて、さあ考えてくださいということで、皆さんが思い思いにいろいろ議論をされていったわけです。いずれにしても、これからは、連携を通じて新しいものを創造していくということが、消費者委員会にとっても、重要になってくるのではないかと思います。

お手元に、「消費者法分野におけるルール形成の在り方等検討ワーキング・グループ報告書 ～公正な市場を実現するためのルール及び担い手のベストミックスを目指して～」と題する報告書が配られていると思います。冒頭、高委員長からもお話がありましたが、この報告書は、これからの委員会としての1つの方向を示すものではないかと思っています。

報告書に関連して、この場を借りて3点ほど申し上げたいと思っています。1つは、「脆弱性」という考え方です。継続的あるいは一時的な脆弱性は、平均的な消費者像を変える1つのきっかけになるわけでありまして、ここにおられる方々も、実は皆さん脆弱な消費者となり得るのではないかと思っております。

私は高齢者ですので、今日のワークショップで非常にショックだったのは、10年後と言われて、10年後、幾つなのかと、ふと考え込んでしまいました。それは別にしても、高齢者だけが脆弱な消費者ではない、子供たちだけが脆弱な消費者ではないわけでありまして、誰しも状況によって脆弱な状況に陥る可能性があるということを報告書では強調しています。

その意味では、継続的及び一時的な消費者の脆弱性について、どう対応していくのかということが、消費者政策の課題ではないか。これは消費者自身に賢くなれ、伝統的な経済学の経済人になれということではなくて、消費者の置かれた状況に合わせてきめ細かく対応していく必要があるのではないかということです。

2番目に、この報告書はベストミックスという副題がついているのですが、ベストミックスというのは、言葉としては聞こえがいいのですが、ベストミックスを実現するには、それぞれの主体間の具体的な「連携」が必要だと思えます。事業者、行政、消費者、それぞれの担い手がきちっと連携をしていく必要がある。きょうは、まさにこうした連携の方法についても、この場を通じて確認できたと思えます。

3つ目は、今日、ここにお見えの方々は、担い手たる消費者として参加されているわけですが、参加されている方以外の方にどうやってメッセージを伝えるのかというのが、私たちのこれからの役目ではないかと思っています。参加者以外の方々に今日のシンポジウムでの一人一人の率直な思いを伝えることができれば、今日のシンポジウムは、さらに意義があるのではないかと思っています。その際に、お互いの新たなつながりを構築したり、地域社会でできることは何かというようなことを話し合ったり、思い思いのネットワークを広げていく必要があります。ほとんどの消費者の方は、当然のことですが、今日の会合に参加されていないわけでありまして、そういう方に思いをどう伝え、意識を共有していくのか、連帯していくのかということが、本日の参加者である私たち自身の課題ではないかと思えます。

そういう意味で、今日のシンポジウムは、これまで10年のまとめではなくて、今後の10年のスタートではないかと考えております。この点は消費者委員会の他のメンバーの方も同じ考えではないかと思えますので、これから10年頑張っ、次の20周年のときには、消費者政策を通じて、深刻な消費者被害の発生を防ぎ、今日のテーマの一つであるSDGsの目標などにも一層近づけるような社会を実現できればと思っています。