

消費者教育とSDGs

株式会社ビスネット 代表取締役 久留 百合子

1. はじめに

今ほど「消費者教育」の重要性を感じることはない。地球の人口は増え続け、エネルギー・食料の需要増加は留まる所を知らず、地球の存続すら問題になっている状況である。

各国の対策は勿論のこと、それを実行していくためにも、消費者一人一人の意識、行動が大きなカギを握っているといっても過言ではない。

「消費者教育」というと、「それなに？」と思われる方もあるかもしれない。そもそも日本では「消費者教育」という言葉も概念も浸透しておらず、一般的な消費者教育のイメージは、悪徳商法に騙されない、振込め詐欺に気を付けよう、という消費者啓発として認識されているかもしれない。

他方、環境教育や金銭教育という言葉は最近よく耳にされるのではないだろうか。環境を考えた消費行動をしようとか、お金の上手な貯め方・使い方などは、まさに「消費者教育」の一部として、現代の消費者に必要なテーマとして取り入れられてきている。

しかしここでいう広義の意味での「消費者教育」は、個人の生活を守るための“啓発”というだけでなく、持続可能社会を作り上げていくための消費者に対する教育でなくてはならないと考える。

それにしても突然「消費者教育」と言われてもピンとこない方々のために少し歴史を紐解いてみよう。



2. 「消費者教育」とは

アメリカで明確に消費者保護行政が確立されたのは、1962年、時の合衆国大統領ケネディが連邦議会に消費者保護に関する特別教書を送り、その中で「消費者の4つの権利」すなわち①安全を求める権利②知らされる権利③選ぶ権利④意見を聞いてもらう権利をあげたことであった。

ここからラルフ・ネーダー率いる本格的な消費者運動が展開され、発展途上国における多国籍企業の活動による消費者問題などを経て(残念ながら紙面の関係上詳しいことは省略するが)1985年国連総会において、「国連消費者保護ガイドライン」が採択され、大きく分けた6項目の中に、「健康と安全に対する危害から消費者を保護すること」と並んで「消費者教育の推進を図ること」が盛り込まれた。

一方、日本ではどうかというと、戦後、物が無い時代

から 1950 年代～60 年にかけて大量に物が作られるようになり、食品の安全性や商品の品質に問題が噴出。主婦連などによる消費者運動が盛んになってくる。

1970 年代後半、合成洗剤による環境への影響をきっかけに、消費者運動はゴミ問題、包装容器問題などにも発展し、環境活動は一時盛り上がりを見せた。

しかし日本の場合、バブルや経済の変動によりなかなか継続的な大きな流れにはならず、世界的な取り組みである温暖化防止会議、特に京都で開催された COP3 以降、環境問題に関してやっと一般的にも関心をもたれるようになった。

1996 年にアメリカの招待で 1 か月間 6 都市を回って感じたのは、多民族国家の所以であろうが、自立した消費者、消費者の自己責任という言葉が印象に残った。訪問したロサンゼルスLos Angelesの学校では、小学生が模擬社会の授業で、店、銀行、カード会社、お客などの役割を演じて、消費者として何を選ぶかという消費者の責任を学んでいるのに驚いた記憶がある。

また 1997 年日本ヒープ協会の視察で訪れた北欧では、レジ袋は有料、ビンなどはデポジットで回収、消費者の環境意識の高さに驚き、何が日本と違うのかと考えさせられた。

日本においては、1968 年「消費者保護基本法」が制定され、各役所に消費者相談窓口は開設されていくが、消費者保護・被害救済が主で消費者の自立を促すものではなかった。

しかし、その後も新たな消費者被害や契約を絡めた複雑な消費者問題が出てきたのを受け、2004 年、先の法律を大幅に改正した「消費者基本法」が公布され、さらに 2012 年「消費者教育推進法」が施行された。

その内容は、「消費者が自らの利益の擁護、増進のために自主的、合理的な行動ができ、さらに将来世代の生活、内外の社会情勢、地球環境に与える影響などを考慮しつつ、消費における選択と行動ができるようになることを目的とする」としている。

私は今こそこの考え方を小学生、いやもっと小さい時から「消費者教育」という形で学校教育にしっかり取り入れてほしいと考えている。

3. 私の中の消費者教育

私自身振り返って、子供を産んでからの 30 代に意識は大きく変化した。何が変わったかという、我が子を得た時、この子を育てていくために衣食住における親としての責任という意識が目覚めであった。生協から商品を共同購入し、添加物のこと、地産地消のこと(1980 年頃はまだ環境問題という概念は一般には語られていなかった)企業活動のことなどを関心をもって学んでいくことになった。

1985 年、34 才の時にホームコンサルタントという専門職で銀行に入り、改めて、社会の中での企業のあり方、消費者と企業の関係に目覚めることになる。

さらに入行 4 年目、日経新聞の記事が私のそれからの仕事人生を大きく変えることになる。それは「日本ヒープ協会」という、企業と消費者のパイプ役の仕事をしている女性の会の記事であった。HEIB (Home Economist In Business)とは 1970 年にアメリカで誕生した企業内家政学士の会で、日本では 1890 年、HEIB をヒープと呼んで作られた会である。

銀行からその会に入会。大手メーカー、流通業の消費者関係部門に勤務する女性たちと 20 年間、その後の私の仕事の支柱となる「消費者と企業のいい関係づくり」という考え方を学んできた。

残念ながら銀行の中ではそれを生かしきれず、2001 年、この考え方をビジネスとして具現化すべく「ビスネット」(Better Information Service net)という会社を消費生活アドバイザーの有資格者女性 3 人で設立。

消費者の声を調査などで聞くことは勿論、「賢い消費者育て」も我々の重要な仕事だと考えている。

物を買うという消費者としての私たちの一票が企業を育て、いい商品を生み出していくことを考えると、自己満足の消費だけではなく、持続可能社会を目指した消費の在り方を示すことが使命だとも思っている。

4. SDGs で消費者の意識づけを期待

2015 年、国連持続可能な開発サミットで採択された SDGs は、これまでの環境問題、消費者問題だけでもな

く、我々が住む地球の存続をかけて、持続可能な社会活動として、幅広く17の目標が掲げられた。

初めこの17の項目を見た時、何とも幅広いと驚いたが、よくよく見ていくと、根底で繋がっているのが分かる。たとえば、2番の「飢餓をゼロに」は1番の「貧困をなくそう」と繋がっているし、3番の「すべての人に健康と福祉を」や4番の「質の高い教育をみんなに」が基本にないと実現できない。さらに、日本では食べられるのに年間643万トン(国民一人あたり1日お茶碗1杯にあたる)の食品が破棄されている事実からも12番の「つくる責任つかう責任」も大いに関係していると言える。

また、広義に考えると、5番の「ジェンダー平等を実現しよう」における女性の教育機会の提供(世界には日常の水くみのために学校にいけない女性がいる)や経済的自立を促していけば「飢餓をゼロに」に繋がるかもしれない。



SDGs17のゴール (環境省HPより)

環境問題に関しては6、7、12、13、14、15などが関係しており、これを見るとこれらの目標に向かっていく我々の行動にも糸口が見えてくる。

日本における消費者教育はまだまだの感はあるが、SDGsの概念が消費者教育を加速してくれるのではと大いに期待しているところである。

株式会社ビスネット代表取締役

ひさどめ ゆりこ
久留 百合子 プロフィール

[略歴]

- 昭和 50年 3月 津田塾大学 学芸学部数学科 卒業
- 昭和 58年 11月 福岡県消費生活センター相談員
- 昭和 59年 10月 (株)西日本銀行ホームコンサルタントとして入行
- 平成 12年 11月 西日本銀行退社
- 平成 13年 1月 (有)ビスネット設立 代表取締役
- 平成 18年 6月 (株)ビスネットに変更 代表取締役(現在)
- 平成 17年 7月 ~ 平成 25年 7月 福岡県教育委員
- 平成 28年 5月 ~ イオン九州(株)社外取締役(現在)
- 平成 30年 4月 ~ 福岡教育大学経営協議会委員(現在)
- 平成 31年 4月 ~ 福岡放送番組審議会委員(現在)

[資格]

消費生活アドバイザー(平成3年)

[受託外部委員]

- 九州行政評価局行政苦情救済推進会議委員
- 福岡県温暖化防止活動推進センター運営委員
- 福岡市商店街支援施策等協議会委員
- 福岡市環境審議会委員
- 福岡市地球温暖化対策実行計画協議会委員
- 福岡県環境審議会委員
- 福岡県中小企業対策審議会委員
- 福岡県県産リサイクル製品認定委員会委員
- 福岡地区水道事業団情報公開審査会委員
- 九州エネルギー問題懇話会顧問
- 公益財団法人福岡市くらしの環境財団評議員
- 公益財団法人福岡県水源の森基金運営協議会委員
- 一般財団法人九州環境管理協会技術諮問委員
- 一般財団法人福岡市交通事業振興会評議員
- 一般財団法人九電みらい財団理事
- 家庭裁判所委員会委員