

21. お買い物の世界を変える： 消費者市民社会と倫理的消費

” 「エシカルコンシューマー」を育てる消費者教育のあり方が模索されているのです “



はじめに

消費者として環境問題にどのように関わるべきかという消費者教育や環境教育の場においては「グリーンコンシューマー」をめざそうということが強調されてきました。「グリーンコンシューマー」とは「環境を配慮した行動ができる消費者」のことで、とくに「買い物」にあたり、「環境のことを意識し、環境にやさしい商品を意識的に選択購入できる消費者」のこととされてきました。このような消費者が増えることにより市場のグリーン化が促進されるということが消費者分野の活動目標や環境教育の目標にされてきたのです。

ところが、いま、消費者問題の関係者の中では「消費者市民社会」形成と消費者教育の課題がひとつの焦点になり、そのなかで「倫理的消費」ということが論点として浮かび上がっています。

消費者教育推進法のもとで

消費者教育はあらたなステージへ

「消費者市民社会」とは、まだまだ聞きなれない用語ですが、消費者教育推進法第2条第2項で「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」と定義されるものです。そして、このような「消費者市民社会」の担い手となる消費者を育てることが消費者教育の目標とされているのです。

このような認識のもとに、幼児教育、学校教育、社会人教育、それぞれの段階でどのような素材をとりあげ、どのように伝えていけばよいのか、さまざまな試みが行われています。このなかで、「グリーンな消

費」にとどまらず、「倫理的消費」ということが強調され、それを可能にする消費者のことを「エシカルコンシューマー」とし、「エシカルコンシューマー」を育てる消費者教育のあり方が模索されているのです。

耳慣れない、目新しい用語や概念が次々と提示されることによるとまどいがあることは否定できませんが、考えてみれば、企業の社会的責任（CSR）に関する検討も先行していることです。ISO26000として規格化されたものも参考にすることができるでしょう。すなわち、環境問題のみならず、「公正かつ持続可能な社会」の形成のために必要な課題全体に目を配りながら、できる限り具体的な問題をわかりやすく取り上げ、消費者の意識や行動、ライフスタイルを変えていくことが求められることなのでしょう。

「倫理的消費」が求めている視点

いま各地で取り組みがはじまっている事例を見ると、①環境問題への配慮、②社会や地域コミュニティへの配慮、③サプライチェーン全体への理解、④先進国の消費者と発展途上国の生産者を結びつけるフェアトレード、⑤人権の尊重、⑥世代間公平などの視点が大事にされていることがわかります。

消費者庁では「倫理的消費」調査研究会を組織し、各地の取り組み状況を集約しながら、こんごの活動について方向づけを行うための調査・研究を進めています。このほど取りまとめられた「中間まとめ」では、「倫理的消費とは、突き詰めれば、消費者それぞれが、各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援したりしながら、消費活動を行うことであるといえる。このため、倫理的消費と称することができる消費者行動は幅広く、すでに普及している多くの概念を包有している」としています。

また、日本弁護士連合会消費者問題対策委員会では岩波ブックレット『お買い物で世界を変える』を発行し、「消費者市民社会」実現にむけたメッセージを発信しています。

コンシューマーズ京都の活動の中でも

私たちのNPO法人コンシューマーズ京都でも、このようななかで、やはり手探り状況ですが、「消費者市民社会」と「倫理的消費」に関する啓発活動に着手しました。

2016年1月、「MAKING OUR MARKET KYOTO 2016」と題するイベントを2週間にわたり京都市下京区のKYOKA（京果会館）をコア会場として企画実施しました。イベントのキーワードになったのはフェアトレードとソーシャルビジネスでした。この企画は、京都市からの委託事業でしたが、これまでになかった形式、内容の事業になったといえます。普段の啓発事業への参加者とは異なり若い世代の参加者が多かったこと、ソーシャルビジネスを志向する事業者との連携の可能性が見えてきたこと、一方的な情報提供に終わるのではなく、ともに考えあう企画展開になったことも、おおいに注目すべきことでした。

また、2016年9月の大学コンソーシアム京都の集中講義形式の単位互換科目「消費者問題と現代社会」のなかでも、前記の『お買い物で世界を変える』を教材にしながら、授業を展開したところです。

直面している電力自由化への対応についても、電気が安くなるかどうかだけでなく、原発に頼らないエネルギー政策への転換、再生可能エネルギーの普及という課題をふまえた消費者の賢い選択を行いましようと呼びかけています。

こうした取り組みからも、「消費者市民社会」と「倫理的消費」に関する啓発活動推進のために、消費者がすすんで正しい情報を手に入れることが重要であること、多くの関係者とのネットワークを形成することが不可欠であると強く感じているところです。