

日本女子大学教授

細川 幸一

前回述べた消費者教育推進法は、消費者市民社会を「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

変わる教育



4

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」(2条2項)と定義している。
基本理念(3条)の2項においては、「消費者教育は、消費者が消費者市民社会を構成する一員として主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援することを旨として行われなければならない」とした。



社会に与える影響を考えて行動

すなわち、従来の消費者教育は買い物上手になること、消費者の権利教育(被害に遭わない教育、被害に遭った場合には自ら権利を回復できる消費者になる教育)が中心であったが、近年、それに加え、自らの消費が社会に与える影響を考え、行動する消費者になる消費者市民としての消費者教育が求められるようになった。買い物上手(buying smart)教育から消費者市

民(consumer-citizenship)教育へと移行してきたのである。
こうした状況の中、近年、持続可能な消費(sustainable consumption)が求められ、経済のグローバル化の中で、消費者の行動が発展途上国でモノを生産する労働者に犠牲を強いているといった認識からフェアトレード(公正貿易)運動も進んでいる。また、SDGs(持続可能

な開発目標)といった考えも登場してきた。SDGsは、2001年に策定されたミレニアム開発目標(MDGs)の後継として、15年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」にて記載された16年から30年までの国際目標だ。持続可能な世界を実現するための17のゴール・169のターゲットから構成され、地球上の誰一人として取り残さないことをめざしている。そして、近年、エシカル消費という概念が登場してきた。