

あらゆる場面で、持続可能な社会をめざし、  
自然と調和したライフスタイルに関する情報を持ち、  
意識をたかめよう！

# 消費者市民 になる！



令和2年3月発行

京都市文化市民局くらし安全推進部消費生活総合センター  
〒604-8186 京都市中京区 烏丸御池東南角 アーバネックス御池ビル西館 4階  
TEL : 075-256-1110 FAX : 075-256-0801

企画・編集 特定非営利活動法人コンシューマーズ京都（京都消団連）  
〒604-0847 京都市中京区烏丸通二条下ル秋野々町 529 番地 ヒロセビル 4F  
TEL : 075-251-1001 FAX : 075-251-1003

持続可能な社会をめざし、  
ともに考え・学び・行動することが、  
今求められています。

持続可能な開発目標（SDGs）とは、2015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2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標です。17のゴール・169のターゲットから構成され、地球上の「誰一人取り残さない（leave no one behind）」ことを誓っています。



2012年に施行された「消費者教育の推進に関する法律」では、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」と定義しています。

持続可能な社会をめざす上で、私たちひとり一人の消費者が学び・考え、そして行動への一歩を踏み出すことが求められており、本市においてはすべての世代を対象に、地域・学校で消費者教育を進めています。「かしこい消費者」とは、悪質商法に騙されないということだけでなく、環境や健康、子どもたちの未来のことも考えられる消費者になるということです。日々の消費は、経済はもとより環境や保健・福祉などと密接に結び付いており、「かしこい消費者」は社会を変えることができます。

皆さんの身近なところから、消費者としての学びを始めましょう。

目次

コラム① 消費者市民教育の新たなステージ	4
消費者市民社会ってどんな社会？	6
ともに考え・学び・行動する 消費生活プラン<概要>	10
進めています消費者教育 京都市の取組	14
実践的な消費者教育！さらなる連携！！	16
実践的な消費者教育支援事業	18
未来を変える！エシカル消費の取組	20
～大学のまち京都・学生のまち京都～大学・消費者団体・行政の連携！	22
コラム② 消費者の力を知って、自覚的・積極的消費者になろう	26
コラム③ 消費者市民社会とエシカル消費	28
その他の取組	29
企業の取組① 大阪ガス株式会社	30
企業の取組② タビオ株式会社	31

# 消費者市民教育の 新たなステージ

大阪教育大学教授  
京都府・京都市消費生活審議会委員

大本久美子



## はじめに

消費者教育を教育・研究対象として、はや30年以上が経つ。

消費者教育の内容は社会状況の変容と連動している。

地球規模の様々な問題が深刻化している中で2016年に「持続可能な開発目標（SDGs）」が発効された。グローバル化や情報化などの社会的変化も急速に進展している。AIなどを活用して社会の課題解決を目指すSociety5.0は、SDGsと連動して推進することが「拡大版SDGsアクションプラン2019」（外務省SDGs本部）（<https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/sdgs/pdf/actionplan2019.pdf>）に示されていることから、様々な課題解決を目指した消費者教育の重要性が増している。

そこで本稿では、これからの消費者市民教育で育成したい力はどのようなものかについて述べてみたい。

## 1 | 持続可能な社会の形成を目指す消費者市民教育

消費者教育の定義が「消費者教育の推進に関する法律」第2条に明記された。消費者教育とは、「消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育及びこれに準ずる啓発活動（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む）」である。消費者の自立と消費者市民社会への参画を目指した教育であることがわかる。

つまり消費者教育の本質は、消費者の能力開発であり、消費者教育は市民教育でもある。その基礎づくりを学校教育で行っているが、社会人になった後も、社会状況の変容に対応できるよう、継続して能力開発に取り組むことが重要であり、生涯教育として消費者市民教育を位置づける必要がある。

そのため学校教育においては、社会に出てからも自らの意思による学習を可能にする基盤を作っておくことが大切である。消費者市民社会の責任ある構成員となるための基本的姿勢を育て、消費者を取り巻く環境が変化しても、消費者としての課題を自らの力で解決する実践力と意欲を身に付けさせたい。

## 2 | 消費者市民社会の責任ある構成員としての行動

消費者市民社会の責任ある構成員としての行動は、世界中の人々が当事者となった感染症クライシスへの向き合い方に通ずる。

まずは、自己管理。自分自身の健康に責任を持ち、軽度な不調は自身で手当てをする。自分の健康は自分で守る。自分の健康を守ることは他人の健康を守ること、ひいては社会の健康を守ることに繋がっていることを自覚して、日々行動することが求められる。

社会全体で感染拡大の危機感を共有し、団結して課題を解決するためには、「考え、判断し、行動する」力や想像力、共感性が不可欠である。

一方で人々の不安につけこんだ悪質な詐欺も横行している。通販サイト等でのトラブルも増加している。個人の消費者市民力（被害予防に加え、消費行動の責任を認識し行動できる力）を高め、社会の一員としての自覚をもち、社会のために力を発揮できる消費者市民を育成することが求められている。

## 3 | 自らの行動を変え、社会を変革する力

今回のパンデミックで、霊長類学者のジェーン・グドール博士は「私たちは自然界の一部であり、動物を軽視したり、自然を破壊したりすることは子どもたちから未来を奪うということに気づき、どうすれば自分の生き方を変えることができるのかを真剣に考えなければならない」と指摘している（<https://www.afpbb.com/articles/-/3278221>）。また倫理的な選択ができるために貧困を和らげなければならないとも述べている。

持続可能な社会の形成に向けて、これまで以上に消費行動を環境に配慮したものに変え、倫理的な消費（エシカル消費）を選択することは、個人の生き方（ライフスタイル）そのものの変革の一步となる。その変革をどれだけの人実践できるかが問われている。

これまでの常識や価値観が通用しない社会がやってきた。みんなで新しい実践に踏み出し、柔軟性、共感性、想像力等を高めながら、個人の生活と社会の「変革」を目指そう。

# 消費者市民社会って どんな社会？

子どもたちの未来のために  
持続可能な社会を目指して

## 1 「消費者教育」を 知っていますか？

「消費者を教育すること？」と、何となく分かる気がするけど、実際にはよく分からないという方も多いのではないのでしょうか。

また、悪質商法に騙されないためにはどうすればよいか学ぶこと、つまり、消費者被害に遭わないようにするための教育だと思っている方も多くいるはずです。

消費者教育とは、実際には、悪質商法だけでなく、お金のこと、衣食住、社会、経済、環境など幅広い分野についての知識や技能を身につけ、実際の消費生活にそれをいかして、安心・安全でゆたかな暮らしをすることができるようにするための教育であり、より広い意味を持ったものといえます。

平成24年12月に施行された消費者教育推進法では、「消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育及びこれに準ずる啓発活動」が消費者教育と定義されています。

ここで求められている消費者教育は、悪質商法に騙されないというような狭い意味での消費者教育ではなく、社会、環境、経済というさまざまな観点から、いかに消費活動を通じて社会貢献ができるかという点に焦点が当てられています。

自ら進んで、消費生活に関して必要な知識を修得し、必要な情報を収集するなど、自主的・

合理的に行動しようとする消費者、すなわち「自立した消費者」の育成を目指すことが、消費者教育の理念です。

## 2 「消費者市民社会」って どんな社会？

消費者一人ひとりが、自分のことだけでなく、周りの人々や将来生まれる人、社会、経済、環境に影響することまでを考えて消費活動を行い、社会がより良くなるよう行動する消費者が多数になる社会のことを「消費者市民社会」といいます。

この消費者市民社会の実現のためには、すべての消費者が年齢や特性に応じて、家庭、学校、地域、職域その他の場でそれぞれに適した方法により知識や技能を身につけることが大切です。

さらに、身につけたことを実際の生活にいかして、安心・安全でゆたかな消費生活を実現するための活動を行うことが大切です。そのためには、社会、経済、環境などの幅広い分野において、これらの活動を支援していくことが重要です。

このような「消費者市民社会」を目指すために、前述の法律では、消費者教育を「消費者の自立を支援」することと位置付け、自立の大切な中身として消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することを展望しています。

## 3 あなたの消費行動が 社会を変える

これまでも消費者教育のための取組はいろいろ

りとありました。しかし、どのようにすれば個人が消費者被害に遭わないか、実際に遭った場合にどうすればいいのかという点を中心に考えられがちでした。社会、経済、環境といった幅



# あなたの消費行動が 社会を変えます

## 1200年かけて培った京都の “資源”をいかして

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言えませんでした。

これは、消費者が単に「事業者が提供する商品やサービスの受け手である」、「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、本来の消費行動は、購入だけでなく、使用・廃棄・再生においても、社会・経済・環境に影響を及ぼします。つまり、消費行動は社会的な営みであり、消費者はこうした消費行動や、事業者、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だといえます。

例えば、フェアトレードです。

フェアトレードとは、発展途上国で生産された作物や製品を適正な価格で継続的に取り引きし、生産者の持続的な生活向上を支える仕組みです。

発展途上国の中には、生産者が十分な生活ができない賃金で労働を強いられているところがあり、そのことが、暮らしを支えるために、多くの子どもたちが働かざるを得ない状況を生み出しています。

消費者である私たちが、正当な価格で取引されたフェアトレード商品を購入することは、発展途上国の人たちの暮らしを支援し、その結果、子どもたちが学校で教育を受ける機会を得るこ

ともつながります。

現在、日本でも、一部の企業でコーヒーやチョコレートなどのフェアトレード商品を販売しています。私たちがフェアトレード商品を選択し購入し続けることは、企業のフェアトレード商品の販売を促進することにもなり、さらにたくさんのフェアトレード商品が店頭に並ぶことにもつながります。

このように、私たち一人ひとりの消費行動で、発展途上国の人たちの暮らしを向上させていくこともでき、社会貢献につなげることもできます。

### 4 京都の資源をいかして 取り組んでいきましょう!

京都には、持続可能な未来につなぐための「資源」がたくさんあります。

季節の食材を余すことなく使い切る「もったいない」の精神に代表される「しまつの文化」をはじめ、「門掃き」や「打ち水」といった古き良き伝統的な生活習慣が今も引き継がれ、住み継ぐための住まい方の工夫など、ものを無駄にせず、長く大切に使う精神文化、さらには、内外からの観光客をあたたかく迎える「おもいやりとおもてなしの心」など、伝統の中で培われた素晴らしい文化が息づいています。

また、環境に対する市民の意識が高く、自由で先駆的な気風を持ち、高い自治の精神を備え、多

くの大学のある活気あふれるまちでもあります。

これらの資源をいかして、子どもたちの未来のために、自然と調和し、こころゆたかな京都の暮らしを未来へ引き継いでいけるよう、地域

コミュニティや消費者団体、事業者・事業者団体、行政などと一緒になって、ともに考え・学び・行動し、京都で「消費者市民社会」の実現を目指して取り組んでいきましょう。



# ともに考え・学び・行動する 消費生活プラン〈概要〉

● 京都市消費者教育推進計画 ●

—— 未来へつなごう 自然と調和し ころろゆたかな京都の暮らし ——

## 基本的な考え方

### 基本的な視点

#### (1) 計画が期待する消費者像

- ① 自らの体験をいかし、日常生活の中でたくましく生きる実践的な能力を育み、消費者力の向上を目指して行動する消費者
- ② 子どもや高齢者など見守りが必要な人に目を向け行動する消費者
- ③ 自分だけでなく周りの人々や次世代のこと、社会・経済・環境に影響することまで思いをはせて行動する消費者

#### (2) 本市が目指す消費者教育

- ① 市民が消費生活に関する知識・技能を身につけ、生活にいかすことによる安心・安全で豊かな消費生活の実現
- ② 消費者市民社会の実現に向けた年齢階層や各々のライフスタイル（生活様式）・特性に応じた方法や場での多様な担い手との連携による京都らしさをいかした消費者教育の推進

#### (3) 計画のポイント

- ① 一生涯を通じた身近な場での消費者教育の推進
- ② 消費者教育の担い手等との連携による地域の実情に応じた取組の推進
- ③ 消費生活における問題点や課題の把握・状況に応じた必要な取組の推進
- ④ 既に行っている環境、安心・安全、食、すまい、歩くまち・京都、教育など京都ならではの特色もいかしたさまざまな活動の消費者教育の視点での把握、体系化の推進

### 計画の位置付け

- 京都市消費生活基本計画の取組をより具体的に推進するための行動計画
- 消費者教育を実践的に進める軸となる計画

### 今後の方針

消費者教育を含めた消費者施策全体を総合的に推進していくため、京都市消費生活基本計画の下、一体的に施策を策定、実施していく。



## 京都市消費生活基本計画の取組イメージ(参考)

### 基本方針 1

#### 消費生活の安心・安全

背景

- 商品・サービスそのものに対する不信・不安の増大
- 購入後の商品等の安全性の低下
- 賞味期限や産地等の表示偽装の多発、表示への不信感の増大
- 地域商店街の衰退による日常の消費生活の崩壊など

安心・安全な消費生活環境を確保するための基本的な施策として、経常的に取り組む施策

### 基本方針 2

#### 消費者被害の救済及び防止

背景

- 高齢者や若年者を狙った深刻な消費者被害の発生
- コミュニティで孤立した消費者被害の潜在化
- 必要な情報に到達できない消費者の増加
- 消費生活相談内容の高度化・複雑化など

消費者が直面する不安を解消し、消費生活の安定のために取り組む施策

### 基本方針 3

#### 消費者の自立支援

背景

- 携帯電話の普及や成人年齢問題等、トラブル低年齢化への懸念
- 悪質事業者による新たな手口との競争 など

消費者の自立のために取り組む施策

### 基本方針 4

#### 京都から始める未来へつなぐ消費生活

背景

- 消費生活を脅かす深刻な環境問題
- 消費者の社会的責任の認識の希薄さ など

消費者がこれからの消費生活を考え、行動するよう、消費者の育成に取り組む施策

## ともに考え・学び・行動する消費生活プラン

持続可能な未来につなぐより良い京都づくりを目指す取組

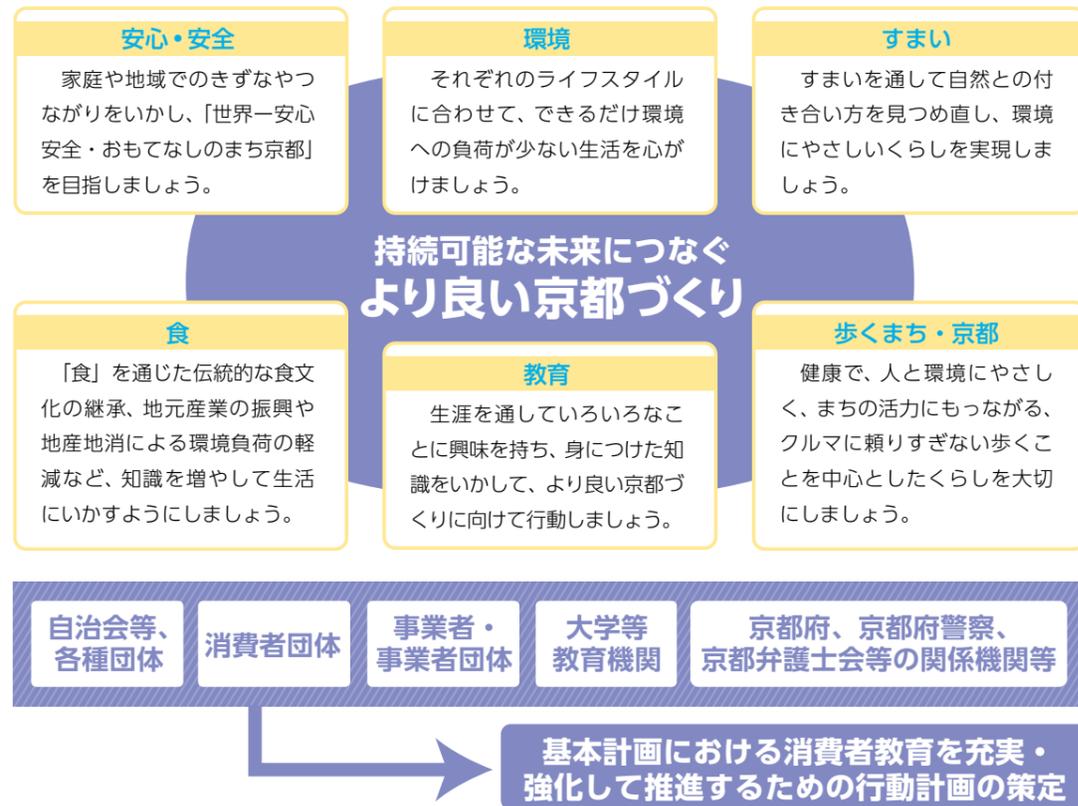
ともに考え・学び・行動する消費者教育

## 持続可能な未来につなぐより良い京都づくりを目指す取組

環境モデル都市、国際文化観光都市に指定されている京都市が、世界文化自由都市として未来に向かって更に発展していくためには、京都らしい暮らしの知恵や文化を次世代に引き継ぎ、実践していくことが大切です。

消費者市民社会を京都から実現するために、京都に暮らす消費者として一人ひとりが自覚を持ち、地域コミュニティや消費者団体、事業者・事業者団体、行政などととも一体となって行動していきましょう。

### 持続可能な未来につなぐより良い京都づくりを目指す連携の輪



## ともに考え・学び・行動する消費者教育

### 1 ライフステージ（年齢階層）に応じた体系的な消費者教育

ライフステージ・時代に応じた消費生活に関する幅広い知識・技能を身につけるための取組の幼児期からのさまざまな場における体系的な推進

### 2 担い手と連携して行う実践的な消費者教育

既に家庭・学校・地域などのさまざまな場で活動する消費者教育の担い手に対する一層の自覚的消費者教育への関与の働きかけ関係行政部局、大学、消費者団体、事業者・事業者団体などの多様な担い手との連携による実践的かつ効果的な消費生活について学べる機会の提供

### 3 配慮を必要とする人々への消費者教育

障害のある人や外国人に対しての消費者教育の推進

### ライフステージ（年齢階層）に応じた体系的な消費者教育

年齢階層	取組方針
幼児期	<ul style="list-style-type: none"> <li>保護者と一緒に学べる取組の実施</li> <li>「育てる側」に必要な情報の提供</li> <li>不慮の事故防止のための迅速な注意喚起</li> </ul>
小学生期	<ul style="list-style-type: none"> <li>学校での学びに役立つツールの作成</li> <li>学校以外で保護者と一緒に学べる場の提供</li> <li>保護者への消費生活情報の提供やトラブル防止の働きかけ</li> </ul>
中学生期・高校生期	<ul style="list-style-type: none"> <li>学校における消費者教育の一層の充実</li> <li>学校への積極的な情報提供</li> <li>学校以外の場での学びの機会の提供</li> <li>消費者トラブルの回避だけでなく加害者にならないための知識の提供</li> <li>消費者トラブル防止のための情報機器についての正しい知識と危険性等の情報の提供</li> </ul>
大学生・専門学校生	<ul style="list-style-type: none"> <li>契約者としての責任を自覚するための注意喚起</li> <li>大学等を通じた積極的な情報提供</li> <li>大学生向けの消費者講座の内容の充実</li> <li>情報発信の手段の工夫</li> </ul>
成人	<ul style="list-style-type: none"> <li>社会人、保護者、見守りの担い手などさまざまな立場としての必要な情報の提供</li> <li>消費生活に関する幅広い知識の提供</li> <li>ライフスタイル（生活様式）に配慮したさまざまな手段による情報の提供</li> </ul>
高齢者	<ul style="list-style-type: none"> <li>高齢者自身も担い手となる地域での見守り活動の支援</li> <li>関係者と連携した消費生活情報の効果的な方法による提供</li> <li>高齢者が関心を持ち、見守りを行う人が伝えやすいかたちでの消費生活情報の提供</li> <li>消費者トラブル防止のための情報機器についての正しい知識と危険性等の情報の提供</li> </ul>

### 担い手と連携して行う実践的な消費者教育

**保護者には…**

- お金の管理・環境・食などに関する子どもの教育に必要な支援の実施
- 子どもを不慮の事故から守るための製品等の安全に関する最新情報の発信
- 消費者トラブル防止のための情報機器についての正しい知識と危険性等の情報の提供
- PTA活動の中で学習機会を提供できるようにするための働きかけ

**教職員には…**

- 学習指導要領で実施する体系的な消費者教育の授業に役立つ情報や教材の提供及び研修の充実
- 大学の教職員に対する消費者トラブル防止のための情報提供や講座実施の働きかけ

**高齢者・幼い子ども・障害のある人等の見守りを行う人々には…**

- 消費生活総合センターの消費生活に関する学びの拠点としての積極的な周知
- 他の担い手と連携した消費生活講座の実施による必要な知識の積極的な提供
- 地域コミュニティのニーズに合わせた出前講座の積極的な実施

**消費者団体には…**

- 消費生活講座の共催などの活動の支援
- 活動の場の提供
- 定期的な情報交換の実施

**事業者・事業者団体には…**

- 定期的な情報交換の実施
- 各種イベント・講座等での積極的な連携
- 事業者の社会的責任に関する啓発講座の実施

**行政は…**

- 消費生活総合センターがコーディネーターとなつての関係者間での連携・協働による取組の推進
- 消費生活総合センターが消費者教育の活動拠点としての消費者教育推進の中核的な役割の遂行

### 配慮を必要とする人々への消費者教育

**障害のある人**

- 障害のある人やその家族等に対する障害の特性に配慮した消費生活に関する情報提供・啓発
- 障害のある人の消費者トラブルの把握
- 見守りの支援

**外国人**

- 「大学のまち・学生のまち」京都で学ぶ留学生や外国人旅行者などへの京都での暮らしや滞在に役立つ情報の提供
- 留学生等への消費者トラブル防止のための情報の提供
- おもてなしの心につながる安心・安全な環境の整備

# 平成27～29年度 進めています！消費者教育 京都市の取組

## 教育委員会等と 連携した 消費者教育教材の作成

教育委員会の協力の下、総合教育センター指導主事や小学校家庭科教育研究会と連携し、小・中学校の家庭科の授業等で活用していただくための消費者教育教材を作成し、発達段階に応じた京都ならではの消費者教育を推進してきました。

## 小学生向け消費者教育教材

### めざそう 買い物名人

(平成28年度に「考えよう!買い物と暮らし」から改題)

消費生活の基本となる「お金の流れ」と「買い物」を取り上げたパワーポイント形式の消費者教育教材。パワーポイントデータは自由に編集することができ、それぞれの学校の実態に合わせた学習をしていただけるようにしました。また、授業等で活用いただけるワークシートやイラスト素材も収録しています。



パワーポイント教材

### 買い物シミュレーション学習キット

商品の情報を見比べ整理しながら、児童が自分なりの考えで一つの商品の購入を決定するシミュレーション（疑似体験）ができるよう工夫。各自が選択した理由を発表し合い、様々な視点や考え方があることを確認できます。授業等でより活用していただきやすいよう、小学5～6年生の家庭科の教科書に掲載されている調理実習で使う野菜等の素材を採り入れています。



実習キット

## 中学生向け消費者教育教材

### めざせ!消費者市民!

中学生に消費者教育を実施する際に、副読本として活用していただくことを目的に作成。

中学生が親しみやすいキャラクターを登場させるとともに、四コマ漫画やイラストを多数採り入れ、若者の被害が目立つトラブル事例などのポイントを分かりやすく解説することで、若者の消費者被害の未然防止を図るとともに、「消費者市民」として行動できる「かしこい消費者」を目指す内容としています。



※この冊子は平成27年度から毎年市内の全中学校へ配布しています。

「冊子（副読本）」

## 消費者市民の育成を目指して 第1～3弾

実生活に即した場面で実践的・体験的に学べる消費者教育教材として作成しました。

- 自分が実際に消費行動をする場面を具体的にイメージでき、実感できる消費者教育教材
- ICT（プレゼンテーション）を活用し、授業展開の効率化
- 学習班を4～5人の少人数に設定し、情報カード等のセットを各班に用意
- 意見交換を重視し、多様な考えに気付かせる学習場面を設定
- 考え方の移りかわりを読み取れるような生徒用ワークシートを作成
- 教員用のアジェンダを添付

### 「Tシャツを選ぼう!～消費行動における意思決定プロセスを学ぶ～」

「購入目的に合ったTシャツを買う」という場面を想定し、いろいろな情報をもとに、4種類のTシャツから1つのTシャツを選ぶ体験をすることで、自分の消費の仕方について考える内容としています。



実習キット

第1弾

### 「自転車事故から考えよう!～消費行動による社会参画を学ぶ～」

自転車で事故にあうというストーリーの「すごろく」をプレイしながら、消費者の基本的な権利と責任について学習できる教材。自分の消費行動を社会と環境との関わりから見直し、自分でできることを考える内容としています。



実習キット

第2弾

### 「役割を演じて考えよう!～消費者被害の背景とその対応を学ぶ～」

若者が直面する様々なトラブル事例について、特定の役割を演じ、当事者の心理やトラブルに巻き込まれやすい理由、対応の問題点を理解し、望ましい行動・対応などを体験的に習得することをねらいとするロールプレイング教材。日常の消費場面を具体的にイメージし、出来事に直面した際におかしいと気付くことができるか、思わぬトラブルに巻き込まれた時にどうすべきか、トラブルを回避するためにどのように行動すればよいか、を生徒が主体的に考える学習プログラムとしています。



実習キット

第3弾

# 平成30年度～ 実践的な消費者教育！さらなる連携！！

アクションプログラムが発出され、民法改正による成年年齢の引下げも決定。若年者の消費者被害の防止・救済のため、また、自主的かつ合理的に社会の一員として行動する自立した消費者の育成のための効果的な消費者教育の方策として、実践的な消費者教育の実施が喫緊の課題となっていることから、教育委員会との連携をより一層強化し、学習指導要領の改訂も踏まえ、小・中・高において切れ目のない貫いた消費者教育を推進することとしています。

背景等	見直しのポイント
<p>学習指導要領改訂、成年年齢引下げ、アクションプログラムの発出</p> <p>これまでの取組から見てきた課題</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●教材の活用状況が一部に留まる</li> <li>●消費者教育の広まりの低迷</li> <li>●教材作成費用のコスト</li> <li>●教員がより活用しやすい教材開発の必要性</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ワンポイント版教材の開発</li> <li>●加工可能な教材の開発</li> <li>●様々な教員とのコラボ</li> <li>●教育委員会事務局からの全校周知の徹底等</li> <li>→教育委員会事務局学校指導課、総合教育センター指導主事、家庭科教育研究会との綿密な打ち合わせ</li> </ul>

本市教員が消費者教育の重要性及び成年年齢引下げへの対応について理解を深めるとともに、小・中・高の系統性を踏まえた消費者教育の指導のあり方について学ぶことで、本市全体の学校教育における消費者教育の指導力の向上を図るため、2019～2021年度を消費者教育推進強化期間として、新たに「実践的な消費者教育支援事業」を立ち上げました。

本事業により、実践的な教育のための教材開発・手法の高度化を図ることで、学校での消費者教育を充実させることとしています。

## 「売買契約の基礎」、「買い物の仕組み」、「消費者の役割」の単元の授業等で活用

### 小学生向け消費者教育教材「消費者の役割って何だろう？」

「売買契約」が成立する場面や買い物をした後での「消費者の役割」等について、クイズや話し合い活動を通して学習できるものとしています。本教材のデータ（パワーポイント、ワークシート例、指導案）は、本市教員用ポータルサイトからダウンロードできる形にしたことで、教員が加工可能な教材とし、幅広い活用を期待できます。併せて、黒板等に貼付できる小道具も作成し、授業で活用しやすいようにするとともに、教員の協力の下、指導案に板書例も収録しています。また、児童が役割パネルを使用し、「買う人」、「売る人」を演じることで、どの時点で「売買契約」が成立するのかを体験を通して楽しく考えられるようにしました。

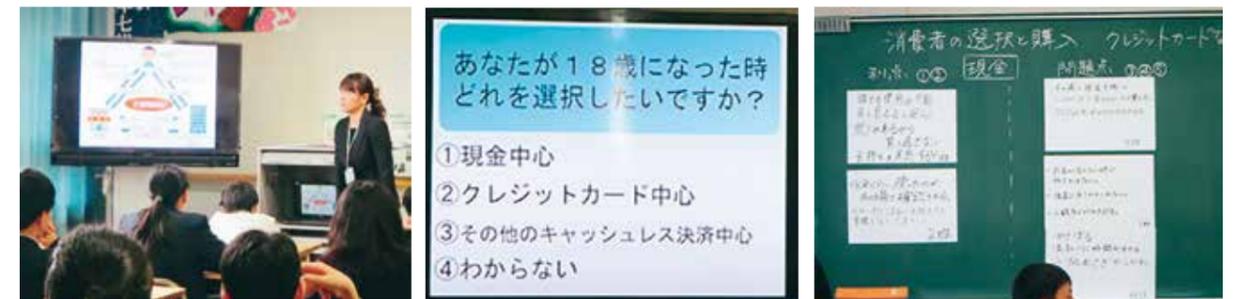
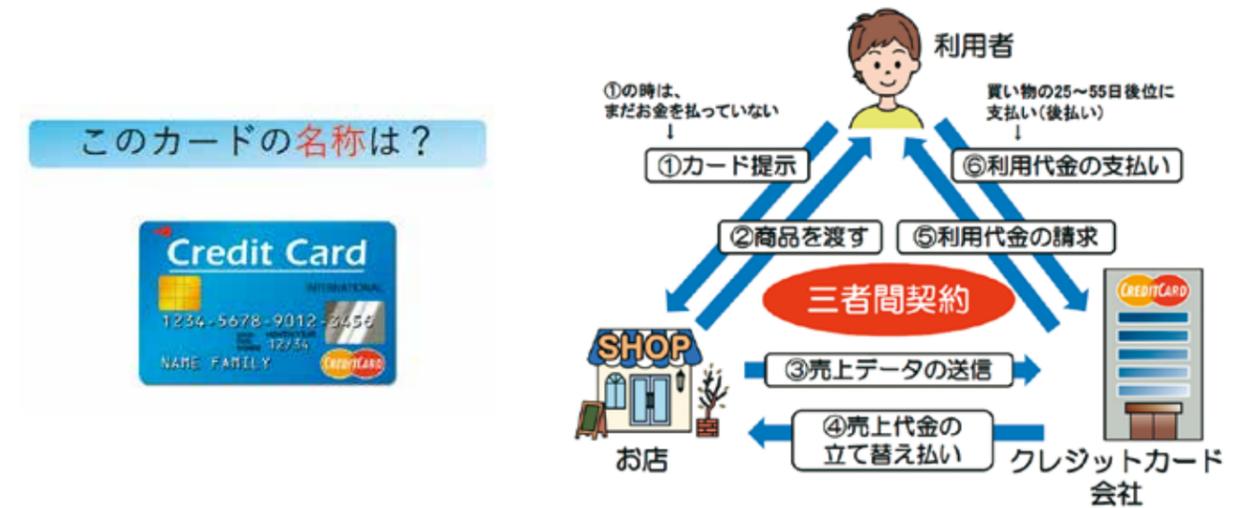


学習指導要領を踏まえた新たな消費者教育教材（試作版）を活用したモデル授業の様子（於：高倉小学校 対象：小学5年生）

## 中学生向け消費者教育教材

### 「商品の選択と購入（クレジットなどの三者間契約）」

平成29年3月の学習指導要領の改訂に伴い、消費者教育の指導内容が一層充実されたことから、中学校の家庭科教育において新設された「クレジットなどの三者間契約」の単元で活用できるワンポイント版教材として、教育委員会事務局学校指導課の協力の下、総合教育センター指導主事、「自立した消費者を育む教育」推進校の教員及び中学校家庭科教育研究会教員との連携により作成しました。



学習指導要領を踏まえた新たな中学生向け消費者教育教材（試作版）を活用したモデル授業の様子（於：京都御池中学校 対象：中学2年生）



「第49回近畿小学校家庭科教育研究会 京都大会」（令和元年10月25日開催）において、これらの教材等が展示されました。

# 実践的な消費者教育支援事業

## 教育委員会等が実施する教員向け研修講座

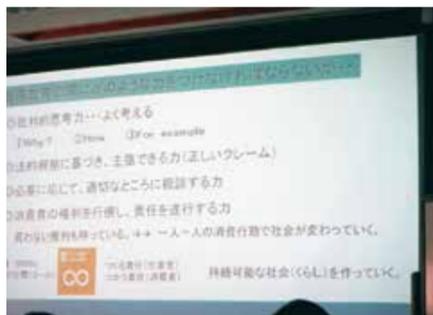
本市教員が消費者教育の重要性及び成年年齢引下げへの対応について理解を深めるとともに、学習指導要領も踏まえた消費者教育の指導のあり方について学ぶことで、本市全体の学校教育における消費者教育の指導力の向上を図ることを目的として、京都市消費生活総合センターと教育委員会が協議のうえ、消費者教育を専門とする外部講師の派遣等、講座内容の充実を図るためのコーディネートを行っています。

### <家庭科指導講座 技術・家庭（家庭分野）夏季研修講座>

小・中・高  
教員合同研修

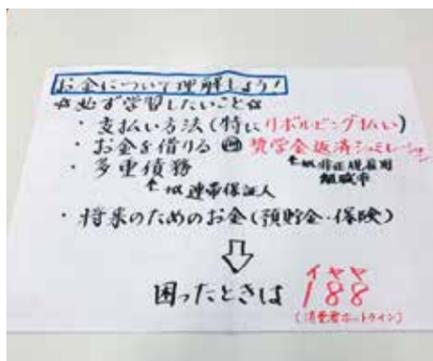


中学校  
教員研修



### <京都市立高等学校家庭科研究会 秋季研修会>

高等学校  
教員研修



## 国民生活センター共催 教員向け研修講座

独立行政法人国民生活センターとの共催により、民法における成年年齢引下げを踏まえた対応を中心に、消費者庁作成の『社会への扉』の活用や若者の消費生活相談の現状、今後の制度・仕組みの変更がどのように学校現場に影響するのかを学ぶことを目的として全国の教員等を対象にした消費者教育の研修講座を実施しました。

なお、当該研修講座については本市教育委員会事務局学校指導課及び京都府消費生活安全センターと連携し、府内の教員等（私立含む）への周知等を行いました。



## 教員を目指す学生等のための課外セミナー「どう教える?成年年齢引下げ」

民法改正による令和4年4月からの成年年齢引下げを見据え、若年者への消費者教育の充実を図るため、教員を目指す学生等、これから消費者教育の担い手となる方々を対象に、「日常生活の中で実践できる能力を育み、自ら考え自ら行動する自立した消費者」を育成するための消費者教育の指導力の向上を図ることを目的として、京都府及びNPO法人コンシューマーズ京都（消費者団体）と連携して実施しました。



# 未来を変える！ エシカル消費の取組

## 素材から学ぶくらしの学校

「これからの1000年を紡ぐ企業認定」認定企業と連携・協働し、小学生を対象に、体験学習や調理実習を通してモノができるまでの過程や社会的課題について学び、自分や家庭での消費生活が社会・環境にもたらす影響を考えていただくことを目的とした体験型のイベントを開催。



## 京都エシカルフェア ～子どもたちに伝えたい、思いやりのある暮らし～

「エシカル消費（倫理的消費）」の考え方を市民・府民の皆様幅広く紹介・普及し、京都市、京都府及び「京都エシカル消費推進ネットワーク」※で連携し、行動に繋げていただくことを目的として開催。

※人や社会・環境に配慮した「エシカル消費」を普及していくために、京都府内の消費者団体、事業者団体をはじめとする関係団体、行政関係機関等で平成29年度に設置。



## エシカル・ラボin京都

京都市、京都府、消費者庁の主催により、エシカル消費の考え方を広く市民・府民の皆様を紹介・普及し、行動に繋げていただくことを目的として、普及・啓発シンポジウム「エシカル・ラボin京都」を開催。行政や事業者、民間団体、学生などの多様なステークホルダーが協働し、シンポジウムのほか、関連イベントとして、展示や物販、ワークショップ等を実施。



## 夏休みワークショップ～エシカル消費のススメ～

消費者団体、事業者団体をはじめとする関係団体、エシカル消費の担い手として京都で活躍されている企業や学生の皆様にも御協力いただき、参加型ワークショップのほか、紙芝居、物販や展示を実施。



令和元年5月号 京都市民しんぶんの特集記事

The infographic is a multi-column layout with various illustrations of people and products. It includes sections for '地域でエシカル?' (Ethical in the community?), 'お家でエシカル?' (Ethical at home?), and 'エシカル輸入メロ' (Ethical import melon). It also features a 'マイバトン' (My Baton) section and a 'マイボトル' (My Bottle) section. The text is in Japanese and provides practical tips for ethical consumption.

# ～大学のまち京都・学生のまち京都～ 大学・消費者団体・行政の連携！

## 大学講座

### 大学における消費生活講座（大学・消費者団体・行政が連携した取組）

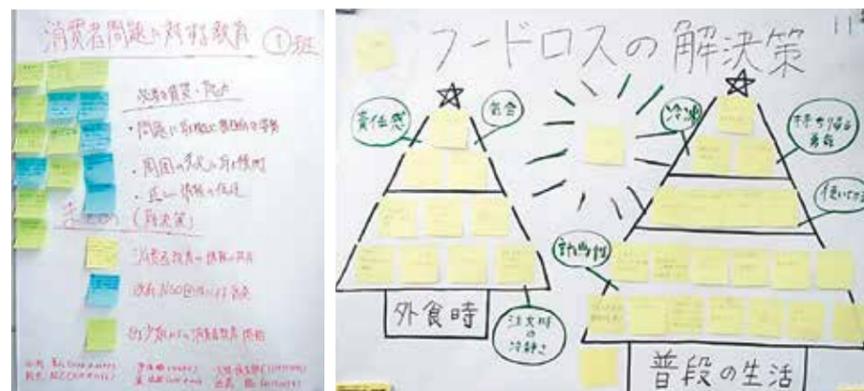
「大学のまち京都・学生のまち京都」ならではの取組として、消費者団体、同志社大学と大学コンソーシアム京都との協働により、大学生等が消費者契約トラブルなどの消費者問題についての現状認識を高め、その解決のために必要な法的知識を学ぶとともに、自らのライフスタイルについて考えを深めることを目的として、平成22年度から、消費者問題に関する講座を寄附講座として開設しています。

なお、成年年齢引下げを見据え、平成30年度からこれまでの夏季集中講座（5日間で15講）を見直し、複雑化・多様化する消費者問題について深く学んでもらうため、半期の講座として同志社大学今出川キャンパスで実施しています。

令和2年度からは同志社大学での受講枠を拡大するため春学期及び秋学期それぞれで開講し、通年での実施とするほか、他大学においても大学教員の協力を得て、教養科目等における講義の一部について、消費者問題について取り上げてもらうよう、他大学での講座開設や講師派遣等のコーディネートにNPO法人コンシューマーズ京都（消費者団体）と連携し実施していきます。



授業の様子



（於：同志社大学今出川キャンパス 良心館101号室）

## 大学コンソーシアム京都・単位互換科目「消費者問題」

### 講義プログラム例（令和元年度）

- 第1講 開講にあたって「消費者問題」とは (青木真美・同志社大学教授)
- 第2講 「消費者問題」の現場から (森 順美・消費生活相談員)
- 第3講 インターネットトラブル対策について (京都府警察サイバー犯罪対策課、京都府警察ネット安心アドバイザー)
- 第4講 消費者契約法（消費者団体訴訟制度、適格消費者団体含む） (増田朋記・弁護士)
- 第6講 消費者教育について (大本久美子・大阪教育大学教授)
- 第5講 グループワーク「消費者被害をなくそう」 (コンシューマーズ京都)
- 第7講 キャッシュレス時代の金融リテラシー (渡邊孝子・ファイナンシャルプランナー)
- 第8講 SDGsとエシカル消費 (西山尚幸・コンシューマーズ京都)
- 第9講 エシカル消費を広げるために (加渡 いづみ・四国大学短期大学部教授)
- 第10講 消費者と企業の対話から<1> (日本ヒーブ協会)
- 第11講 消費者と企業の対話から<2> (公益社団法人 消費者関連専門会議)
- 第12講 食品衛生(食の安全安心) /ごみ減量(食品ロスを減らそう) (京都市健康安全課/京都市ごみ減量推進課)
- 第13講 グループワーク「お買いものが世界を変える」 (大本久美子・大阪教育大学教授)
- 第14講 消費者行政の取組 (京都市消費生活総合センター)
- 第15講 まとめ講義 (青木真美・同志社大学教授)

## 受講生へのアンケート調査から

▶全15回の講義をふり返り、特に印象に残った講義を3つあげるとすると、どれですか。

- 1位…第9講 エシカル消費を広げるために
- 2位…第13講 グループワーク「お買いものが世界を変える」
- 3位…第5講 グループワーク「消費者被害をなくそう」
- 第8講 SDGsとエシカル消費

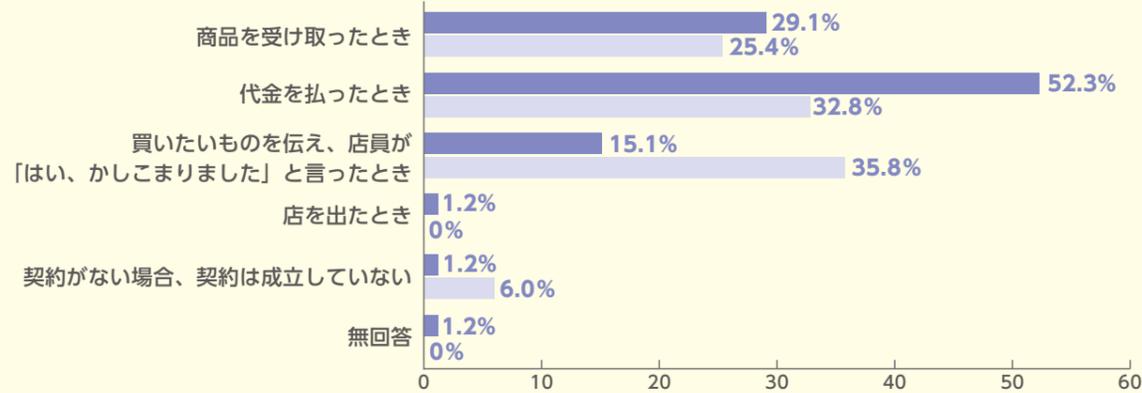
大学コンソーシアム京都・単位互換科目「消費者問題」の授業は、弁護士、消費生活相談員、ファイナンシャルプランナーなどの専門職をはじめ、消費者教育に関する大学教授、警察、行政、企業といった多彩なゲストスピーカーによるリレー方式で講義を行い、理解を深めるためにグループワークを重視して行っています。

## 令和元年度 アンケート結果抜粋（「開始時」及び「終了時」の同一設問による比較）

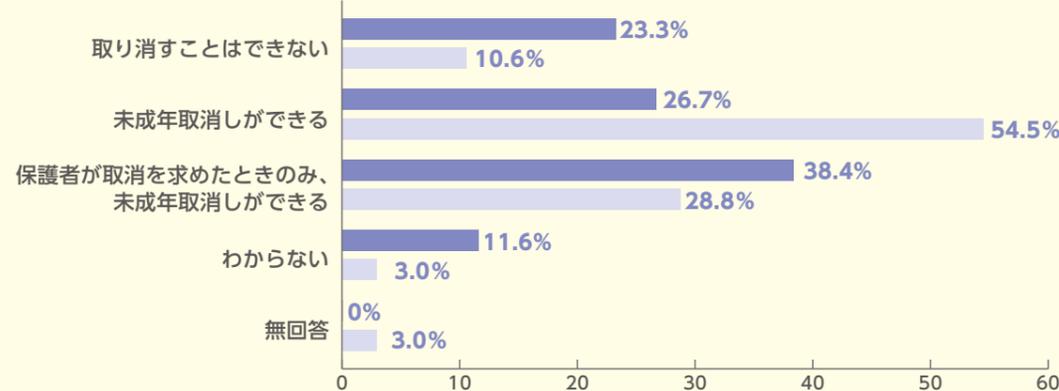
…開始時	回収数	講座開始時86名分
…終了時		講座終了時66名分

### 【知識編】

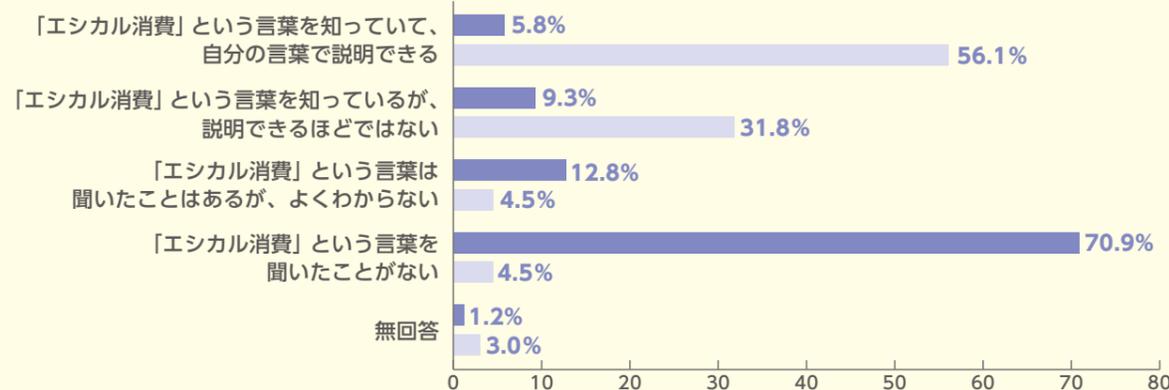
#### ① 店で買い物をするとき、契約が成立するのはいつ？



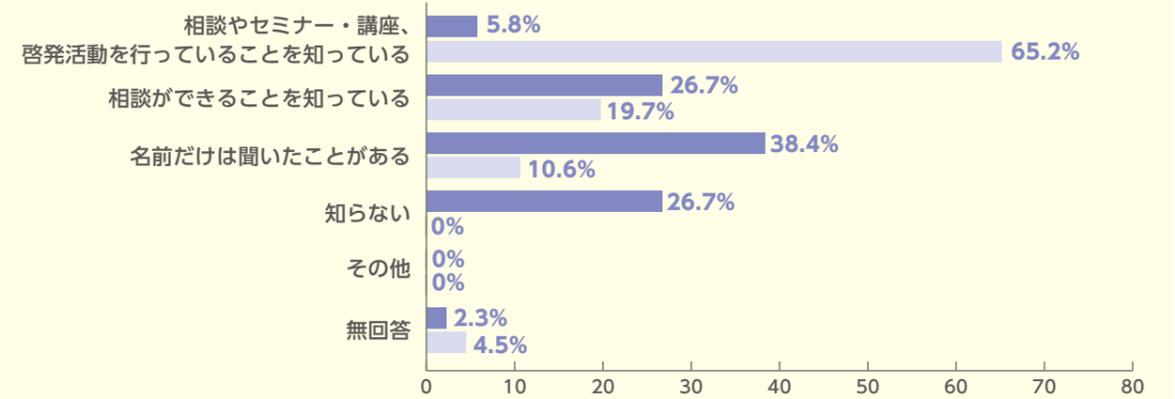
#### ③ 17歳の高校生が保護者に内緒で10万円の化粧品セットを契約した。この契約は取り消せる？



#### ⑦ 「エシカル消費」という言葉を知っています？

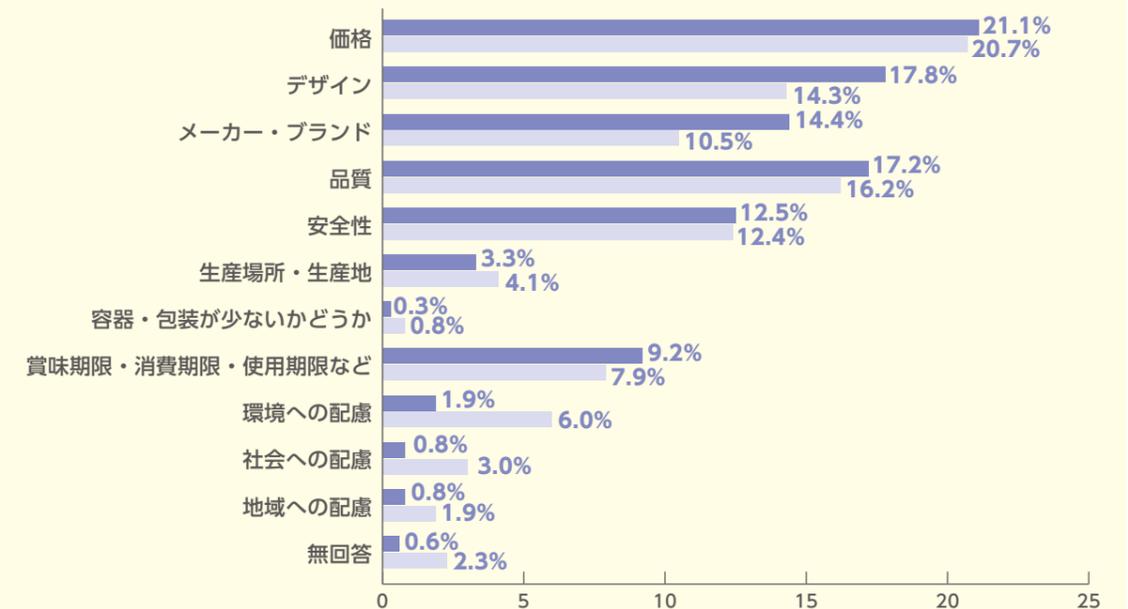


#### ⑩ 「消費生活センター」について知っていましたか。次の中から当てはまるものに○を付けてください。



### 【意識編】

#### ⑤ 商品やサービスを選ぶ際に、意識するポイントは？（当てはまるものすべてに○）



### 【受講生の感想】

消費者問題、消費者政策についてこれまでの授業で多くの知識が身についた。次は、自分自身がこれらの知識を伝えていかなければならないと感じた。

ネット社会の今、SNSで若者の目がよく届くところの情報発信にもっと力を入れたり、小・中学校等の義務教育での授業やゲストスピーカーにより知ってもらうための活動も効果的だと思います。

講義を聞くまで、消費生活センターの名前は知っていたが、実際にどのような活動をしているか知りませんでした。私のように、知らない人にも知ってもらうため、もっと情報を発信するべきだと思いました。

被害に遭わないよう知識を身につけることが最善だと思ったが、もし被害に遭ったときは、相談しようと思った。

# 消費者の力を知って、 自覚的・積極的消費者になろう

NPO 法人京都消費者契約ネットワーク  
(内閣総理大臣認定適格消費者団体)



理事長 野々山 宏

## 1 | 消費者の行動で社会を変えられる

日本の人口1億2500万人余の多くが消費者です。消費者の支出は国内総生産の5割以上を占め、家計の金融資産残高は1900兆円以上とされています。何を購入し、どう使い、どう捨てるか、消費者の消費行動は、社会、経済、政策に大きく影響をあたえる力となっています。ECO商品や地産地消商品の購入、節電・省エネなど地球温暖化防止活動、エコバッグの使用・食品ロスの削減などの消費者の行動や声は、政策や企業活動にも影響を及ぼしています。自動車に関する排気ガス規制やエコカーの開発、スーパーのレジ袋有料化、電気製品の省エネ商品の開発、食品などフェアトレード商品の増加、ファッション業界における毛皮使用の廃止 (Fur Free) などです。

また、最近、高齢者の消費者被害相談が増加しています。孤立している高齢者への情報提供や、被害防止のための見守りや助言が必要です。家族、地域、自治体、警察、企業(金融機関など)などの連携が求められます。何より、高齢者の周りにいる私たち消費者が、最新の被害事例を知り、見守り活動をすることによって、多くの被害を防止することができます。

さらに、民法の成年年齢が、まだ高校生である18歳に引き下げられることになり、若者をターゲットとする悪質商法が増加する可能性があります。消費者教育による若者自身の自覚的な消費行動とともに、学校、地域、家庭の見守り活動が被害防止に重要な役割を果たします。

このように、今、消費者は、その行動によって社会、経済、政策、そして消費者被害の現状を変える大きな力を持っているのです。

## 2 | 今、求められる、消費者の自覚的・積極的な消費行動

このような消費者の大きな影響力は、行動によっては、逆に社会、経済、政策に悪影響を及ぼすことになりかねません。プラスチックゴミや食品ロスを多く排出したり、模倣ブランド品をそれと知りながら購入したり、高齢者・若者の消費者被害を見過ごしたりすれば、安心して安全な社会の実現が後退します。国連が掲げた豊かな社会を持続させるための開発目標(SDGs)においても、17の目標の1つに「12 つくる責任 つかう責任」を挙げて、消費者に持続可能

な社会の実現のために責任のある消費を求めています。

地球温暖化防止の活動をしているグレタ・トゥンベリさんの「大人が私の未来を台無しにしようとしている。」とのメッセージは、政治家だけでなく、私たち消費者一人一人が受けとめなくてはならない課題です。

今、私たちは、自らの消費行動が社会に及ぼす影響力を意識しながら自覚的・積極的に行動することが求められています。2012年に制定された「消費者教育の推進に関する法律」では、このように行動する市民を「消費者市民」と呼び、その増加のための消費者教育を推進していくことを定めています。

## 3 | 重要となる消費者教育

消費者市民とは、生活における消費行動において、i)自分、ii)家族、iii)地域や日本全体、iv)地球全体、v)子どもなど将来の人々や未来の社会に、どんな影響を及ぼすかを考えて、公正で持続的な豊かな社会の形成のために何ができるか考え、選択する、いわば五方良しの消費行動をする市民です。本当に必要かを考え、表示や勧誘文言を鵜呑みにせず自分で判断し、環境や社会のためになる「地産地消」「ECO商品」「フェアトレード」などの商品を選ぶなど、意識しながらできることから始めましょう。そのために、消費者教育が重要です。様々な消費者問題を知る機会に参加し、また、ほかの皆さんにも自覚的・積極的に行動することの重要性を知らせていくことが必要です。

私たち「京都消費者契約ネットワーク」も、パンフレットやシンポジウムなど様々な機会を提供させていただきますので、是非ご活用ください。

## 消費者市民社会と エシカル消費

京都生活協同組合 副理事長 川村 幸子



「消費者市民社会」とは、どのような社会でしょうか。それは、消費者一人一人が、自分だけでなく周りの人々や将来生まれる人々の状況、内外の社会情勢や地球環境までに想いを馳せて生活し、社会の発展と改善に積極的に参加する社会のことですが、生協(消費生活協同組合)の立場から消費者市民社会とエシカル消費について考えてみたいと思います。まず、消費者市民社会に大きく関わるることとして世界中が目指す持続可能な開発目標SDGsがあります。2015年国連において採択された目標で、誰一人取り残さない社会の実現を目指し、今現在世界で生きる人々でなく何世代もの先の人々が、この地球で人間らしく生活し続けられるために必要な17の目標が掲げられています。このSDGsの17の目標を実現するための重要な手段として挙げられるのがエシカル消費です。エシカル消費とは、買い物をする時に自分の視点だけでなく、環境や社会など他社への視点をプラスする消費のことですが、生協ではこれを「誰かの笑顔につながるお買い物」と表現し、「環境」「地域」「社会」「人々」の4つの視点で取り組んでいます。もともと生協は社会的課題に取り組んできた歴史があり、エシカルと関係が深いと思っています。例えば、「環境」の視点から、今では定着しつつある買い物の際のマイバック持参ですが、京都生協は、1985年よりマイバック持参を呼びかけ、1996年からは、全店舗でレジ袋の有料化を行い、マイバック持参率は現在92%以上で100%を目指しています。また、問題となっている食品ロスについては、賞味・消費期限切れの食品削減につながる取組や家庭での食ベキリ・使いキリにつながる取組が店舗で評価され、京都府・京都市が推進されている「食べ残しゼロ推進店舗」に全店舗認定されました。このような実践の積み重ねが持続可能な未来につながっていくと考えます。では、消費者の私たちが持続可能な未来に向けてできることを考えみると、実は普段の生活の中でエシカルな消費行動をしています。先ほどのマイバック持参や3R、地産地消、被災地支援など、実践されていることは案外あるのではないのでしょうか。ですが、エシカル消費についてはまだまだ、認知度や意識が低いのが現状です。今日の教育現場においてSDGsやエシカル消費を学ぶ機会が増えていることはとても心強く感じます。子どもの頃から知る、学ぶことで持続可能な未来へ続く多くのストーリーを知り、誰かの笑顔に想いを馳せ、行動できる消費者になってほしいと願います。また、人にはそれぞれの立場や価値観があり、全てにおいてエシカル消費が優先されるとは限りませんが、消費者教育推進法や消費者基本法にあるように消費者団体の役割として生協は、様々な学びの場や広報を通して消費者市民社会～エシカル消費をこれからも発信していきます。これまで一緒に取組をさせていただいている行政、他団体の皆さんとより一層の連携をはかり、これからの未来を担う世代の皆さんに消費者市民社会が浸透することが重要だと考えます。ご一緒に取り組んでいきましょう。

## その他の取組

### 消費生活フェスタ

子どもからお年寄りまで幅広い世代が交流しながら、日常生活における身近な問題や今まさに私たちが取り組んでいかなければならない課題などについて、一緒になって学び、考えることを目的として、多世代交流・学習型イベントとして開催。



小学生向けワークショップ



大学生サークルによるフェアトレード商品の販売

### 落語を採り入れた消費生活イベント

一人暮らしの高齢者等は、地域から孤立しがちで情報弱者となりやすいため、他の年代に比べて悪質商法等の標的になりやすい傾向にあります。こうした高齢者等に消費生活に関する話題を分かりやすく伝えることにより、消費者問題への関心を高めてもらうことを目的として、平成24年度から落語を採り入れた消費生活イベントを実施。



### 消費者カパワーアップセミナー

消費者問題に対する市民の関心と理解を深めるため、消費生活に関わる最新の情報や制度等の暮らしに役立つ情報を専門家から提供するセミナーを、京都府、京都生活協同組合及びNPO法人コンシューマーズ京都と共催で開催。



### 子ども消費生活講座

夏休み期間を利用した小学生向け体験型消費生活講座として、子どもたちが直接「見て」「聴いて」「確かめ」「体験」しながら、消費者問題に関心を持ち、楽しく学べることを目的として講座を開催。



## 大阪ガスの取組



大阪ガスでは、小学生を対象とした多くの学びのメニューを準備しています。安全や防災、食育、地球環境やエネルギーについて、楽しみながら学べる内容となっています。

## タビオの取組



アニマルソックス作りの風景

「安全や防災」では、近年多発している自然災害を想定して、災害発生時のライフラインが使えない状況でも生き抜くための知恵や工夫を、クイズやグループワークを通して考え学ぶプログラムとなっています。「食育」では、「～いただきます～で育もう」をスローガンに実際調理し、あいしく試食しながら食の大切さの理解を深めていきます。「地球環境やエネルギー」では、地球環境問題を身近に捉えて、温暖効果ガスの排出量削減についてゲーム形式で楽しく学ぶプログラム等を用意しています。

また、高齢者や主婦層向けにも、色んな啓蒙活動を実施しています。一例として、料理講習会や施設見学会を開催した際に、安全セミナーを開講しています。地震に強いガス管を紹介したり、ガス遮断時におけるマイコンメーター復帰操作を説明したりして、暮らしの安全をサポートしています。一方で、市の消費生活センターでは、依然として高齢者被害に関する相談が多いのが実情です。このため、大阪ガスの代

※開催地域は大阪ガスの供給エリア内で、授業の回数には限りがあります。

理店が高齢者と契約する際は、第三者確認を実施することで高齢者トラブルが無くしていこう、といった取組を推進しております。

今後も社会情勢は大きく変化していきます。自然災害の更なる多発化・激甚化や感染症の拡大、デジタル化の進展、持続可能な社会の実現に向けた機運の高まり、等が想定されます。同時に、ぜい弱な消費者の増加等、消費者の多様化も進行していきます。更なる高齢化の進行、成年年齢の引下げ、世帯の単身化・地域コミュニティの衰退。このような外部環境の変化を敏感に察知しながら、消費者に寄り添った取組を行っていききたいと思います。



料理講習会での安全セミナー

タビオ株式会社では、靴下の製造過程で出るリング状の廃材「はぎれわか」を特別支援学校や老人福祉施設等に無償提供し、さらに社員が訪問し指導してコースターやマット等の作品を作る活動を支援しています。廃材を焼却せずに利用することでCO<sub>2</sub>排出削減につながるだけでなく、製作作業が機能訓練やリハビリにもつながると好評で、既に提供した施設は500か所を超えています。これはSDGsの目標12「つくる責任、つかう責任」につながります。



はぎれわか



はぎれわかで作ったコースター

消費者教育推進の機運を高めるとともに、市民一人一人の消費者力の向上を図るため、消費生活に係る情報の発信、消費者団体による自主的な取組の紹介、幼児期から高齢期までの年齢階層に応じた消費生活に関する学習機会を提供する市民参加型イベントとして開催する消費生活フェスタにおいて、「靴下でソックスアニマルを作ろう！」等のワークショップを実施するなど、京都市をはじめとした行政機関とも協同した取組を進めています。