

2019年9月6日 G20 消費者政策国際会合
徳島セッション詳細

■概略【西村名誉教授】

徳島セッションで取り扱うテーマは、消費者教育の部分、とりわけ社会経験が少ない若者については脆弱な消費者ということであり、議論をしていきたい。

今日の論点は、

- ①デジタル時代の若年世代はどんな消費行動を行っているか
- ②若年世代の消費者トラブルはどういう点があるか
- ③日本で施行される成年年齢引き下げを契機とした若年世代に求められる消費者教育
- ④これからの持続可能な社会構築のための将来課題

について、議論をしていきたい。

最近の状況としては、スマートフォンの普及がめざましい一方で、SDGsの認知度は低いということが一般的である（教育関係者は高い）。

消費者教育を取り巻く日本の動きとしては、消費者教育推進法が2012年にできたこと、2018年の民法改正（成年年齢の引き下げ）がある。

消費者庁は消費者教育の具体化のために、推進法の制定と合わせてイメージマップ（どういうターゲットにどういうことを教えていくか）を作成

2020年から新しいナショナルカリキュラムが実施されることとなっており、その中ではかなり消費者教育が重点的に入ってくることとなっている。

未成年者が成人になると、急激に消費者トラブルが増えるという結果が出ており、成年年齢が下がると、それに伴うトラブルが予想されている。

文部科学省においても、学校教育における消費者教育の展開を進めており、重点項目として消費者教育が含まれ、具体的には小さいうちから行っていくということで、小中高で行っている（高等学校では「公共」の授業が新しくスタートする）

SDGsは今日の主要課題として議論のテーマとなってきたところだが、エシカル消費の具体的な展開として3つ（環境への配慮、人や社会への配慮、地域への配慮）が重要課題である。

主体的な社会参画を行っていく上では、**responsible living** が非常に重要であり、この中で消費者教育を進めていくということが重要である。

■ターナー1（デジタル時代の若年世代の消費行動）

【飯泉知事】

●消費生活に浸透したICT

ケーブルテレビの普及率90.7%（日本で1位）であり、各家庭に光ファイバーでつながれており、これにより東京や大阪のIT企業がサテライトオフィスを設け（65社）、テレワークを行っている。

高齢者の方もIT弱者ではなく、タブレット端末を活用した仕事を行っている。

県内の高校生のスマートフォン使用率は98%

●エシカル消費の普及の状況

フェアトレードを先導しているのが高校生であり、徳島商業高校がカンボジアー日本友好学園と提携し、原料のドライフルーツを使ったお菓子を日本で考案・販売し、その利益を還元することで、現地の先生の雇い止めを防いだ。

その取組がJICAに認められ、現地においてフェアトレードの工場（ヤシ砂糖を使用した）アイスクリームを建設した。

徳島県内の高校ではエシカルクラブを作り、活動を行っている。

【坂本准教授】

日本の大学生の消費実態について、アンケート（鳴門教育大学の学生、日本全国の学生を対象としたWebアンケート（サンプル数359））を基に紹介をする。

キャッチセールスはクーリングオフが可能ということを知っている学生は多いが、

- ・一度成立した契約は原則、解除不可である
- ・契約が成立するタイミングは承諾のときである

など、基本的なことを理解している学生は2割程度であり、基礎知識が乏しい。

トラブル時にどこに連絡するのか、相談しようとする姿勢、どのようなトラブルが日本で起こっているのかチェックすることが課題

金銭管理の状況として、貯蓄の状況、自分が使える金額の把握、使用の計画については、個人差が大きく、教育による底上げが必要ではないか。

キャッシュレス決済については、都市部と地方の差が大きく、地方部では利用しない学生が多く、教育においては、地域の状況に応じたものを考える必要がある。

【カライスコス准教授】

EUにおいては、デジタル・インターネット関連が若年層にも広まりを見せている。

現在携帯電話が普及しているということで、アテネの医師会では、14歳未満の子供には携帯電話を使わせないことを推奨している。健康被害が一番の理由ではあるが、これにより、デジタル関連の被害も防ぐことができるのではないか。

2016年の欧州委員会の調査で判明したところでは、若年者は、オンラインの場合

は広告に気づきにくい、あるいは影響されやすいという結果が出ている。それに相まって、ステルスマーケティングやインフルエンサーという隠れた広告手段が多様になっており、さらに広告に気づきにくいという状況が生まれている。

どのように消費者被害を防ぐかということでは、EUには不公正取引方法指令があり、いかなる場合においても不公正と見なされる取引方法のリストが挙げられており、

- ・ 広告の中で子供に対して商品を買うように直接促す、あるいは親の説得を促す

(Facebook で自転車に乗って、又は乗せてもらってコンサートのチケットを買うように促すことも違法であるという判断がされている)

- ・ 記事広告において、自分が事業者であることを隠すことが禁止されている。

日本では、親は子供には広告を見せないようにしているが、学校のグループで疎外感を感じないように親にゲームなどを要求することがあるように、学校現場における特殊性を考えなければならない。

【李課長】

デジタル時代で消費者は便利になった一方、消費者被害を被る存在でもある。

現在、韓国における携帯電話の保有率は90%を超えており、特にスマートフォンの中高生における保有率は高くなっており、彼らの使用するコンテンツはゲームや音楽、映画・TVとなっている。

デジタル時代においては、生活自体がインターネットやモバイル中心のものとなっており、男女ともにスマート機器でネットショッピングを好んでおり、全年齢層で50%が好み、特に20代の80%以上が利用していることが分かった。

13歳～19歳は個人間取引の40%は決済手段として振込を用いている。

高校の先生にインタビューをしたところ、最近の高校生の消費行動としては、

- ① ネットでの取引を良くしており、その中では中古の取引が流行っている。
- ② 流行の期間が短く、1年以内で終わるものが多い

中古取引が多いことが関連しており、その支払いに関してトラブルが多いことを想定

- ③ 以前は安くて品質がよいものを購入していたが、最近では高くても個人の満足度を重視し、購入していることを最優先にしている

■ターン2（若年世代の消費者トラブルへの対応）

【飯泉知事】

●複雑化・巧妙化する消費者問題への対応

I C T事業者、県内の大学、弁護士など専門的な知識を持つ34の方々に「とくしま消費者人材バンク」に登録をしていただき、各学校で授業を行っている。

●変化を先取りした施策展開

2022年4月からの成年年齢の引き下げにより、若年者が消費者被害に遭ったときに保護される対象が減ってしまうため、消費者庁が作成した教材「社会への扉」を活用した授業を2017年に徳島県内の全56校で授業を行った。

公開で授業をしたところ、日本全国からの教師の方にも好評をいただいた。

この取組により、国の4省庁（消費者庁、文部科学省、金融庁、法務省）がアクションプログラムを作成し、2020年までに日本全国で「社会への扉」を使用した授業を行うことが決まった。

昨年、全国知事会議において、このアクションプログラムへの協力を呼びかけ、賛同をいただき、全国展開されることとなった。

【坂本准教授】

学生のトラブルの経験としては、事前の説明と実際のサービスが異なっていたことや、想定よりも高額であったことが2割以上の学生が経験している。

製品事故や詐欺は割合としては少ないが、実数から見ると少ない数字ではない。

トラブルについては、知識があるかどうかよりも、日常の管理をしっかりとしているかの方が関連が深い。

学生が自分で行った契約として1番多いのはスマートフォンが60%を占める中で、その4分の1ほどは、その契約に納得がいかないものであった。

日本では、主に家庭科の授業の中で消費者教育を行っており、鳴門教育大学では、他人に教えることで主体的、多様な知識の習得を図っており、地域での活動（消費者センターの訪問）などで、最新のトラブル事例を学ぶなど、一方的な教えではなく、学生自らが行動して学ぶことに重点を置いている。

【カライスコス准教授】

E Uの **Consumer Classroom** では、中等教育の教員向けの資料が掲載されており、日本でも注目を集め、研究の対象とされていた（現在は一時的に閉鎖中）。

特に評価されるのが、単純に教員に資料を提供することに留まらず、学生の参加を促すために、**Internet Competition** が行われたということで、優勝したチームはブリュッセルの関係機関を訪問することで更なる消費者教育の知識を深めることができる。

この取組は生徒の主体性や積極性、ネットワーキングや創造性を育むものであって、

消費者市民というのはまさにこうしたものを持っている市民であるということ。

今年の3月に日本弁護士連合会のコーディネーターとしてドイツのハンブルクを訪問した際、ドイツの消費者センター連盟は教員向けに様々な資料を提供しているところであるが、この制度で特に素晴らしいと感じたのは、専門家がその資料を評価し、第三者がその評価を閲覧可能とすることで、教員も使用する前に知ることができる。

消費者センター連盟は、評価後も賞を設け、優れた取組を行う学校に与えている。

ギリシャでは、生徒自身が自由に意見を述べることができるが、日本では知識を均等に細かく教える教育が保障されており、評価できるものの、クリティカルシンキングの観点から言うと、教育を学校と家庭とのバランスをどのように保つのかということところが一つの課題だと考えている。

【李課長】

韓国では、青少年の成熟に伴う世界的な流れにより、2013年に民法改正により成人年齢が19歳に引き下げ、18歳への引き下げについても継続して論議しているところ。

成人年齢引き下げにより、未成年者と成人が学校で混在することになる。

改正の前後で消費者相談の件数に顕著な差は見られず、少し減っていることが分かったが、品目から見ると、10歳から19歳の間では、インターネットの教育サービスやスマートフォン、ネットショッピング（ファッション）関連が多く見られた。

韓国では、学校中心の消費者教育を行っており、96年から消費者教育のモデル学校（小中学校が中心）を指定・運営している（当初は2箇所程度だったが、現在では10箇所まで拡大）。年間1,000万ウォンを支援し、教科科目に合わせたアドバイス・コンサルティングを行い、2年間で彼らの消費者力量が強化できるように支援しており、運営前後では、学生の消費者力量が20%から60%まで上がっていることが分かった。

2016年から法律が変わり、小学生では2年生から自分の進路について自由勉強を行うようになり、消費者教育に人気があり、教科書の作成依頼もあった。

最近の消費者教育の状況では、高校では受験が最も重要であるため、モデル学校の申込はないが、その代わりとして、家庭では全学年、社会、経済、法律、政治の科目において各学年に合わせた消費者教育を扱っている。

消費者教育は、学校の教科で体系的に教えられるのが望ましいが、現実としては、試験が終わると忘れてしまい、家庭科ではより実習となるものが難しいものがあるため、小学校でモデル学校を通した消費者教育を行うことが必要。

韓国では成年年齢に近い世代への消費者教育のため、受験後や大学入学後に集中的に消費者教育を行っている。

■ターン3（持続可能な社会の構築に向けた消費者教育）

【飯泉知事】

●学校教育における「エシカル消費」の推進

フェアトレードの取組により、徳島商業高校の生徒は、カンボジア政府から勲章を、国内では消費者支援功労者表彰（内閣総理大臣表彰）を高校生として初めて受賞。

食品ロスの削減に向けては法律でも定められ、その実践を高校生がスクールカフェを通じて行っているほか、廃プラスチックごみ削減においては、高校生がエコバッグを作製しており、これらの取組を昨年、全国の高校生が徳島に集まって発表を行った。

●消費生活への「エシカル消費」の浸透

子供の頃からエシカル消費を学んでいくため、アニメによる啓発や、親子で学ぶ「エシカル教室」を開催するなど取り組んでいる。

一番のポイントは、若者による持続可能な未来を創造することであり、12月には全国の高校生が集って、「エシカル甲子園」を開催し、自分たちの取組を発表する予定

【坂本准教授】

商品選択の際に若者が意識している点としては、農薬の少ない農産物を選ぶ、消費電力の少ない家電製品を選ぶなど、自分の生活に直結している点は意識が高い一方、リサイクル商品やフェアトレード商品、社会貢献度の高い企業の商品については、意識が低い。

持続可能な消費を支えるためには3本の柱（選択・削減・連携）が必要であり、選択においてはエシカル購入、削減ではゴミや使用エネルギーの削減、連携では社会的な活動の実践とその支援であり、それらを個人が考え、実践していくことが重要。

持続可能な消費のためには、行動変容を促す消費者教育が必要であり、分かっているけど出来ないというところで留まる学生が行動をするために、各5つのステージに合わせた異なるアプローチをすることで、実行や維持につなげていくことが必要であり、そのような教材開発を行うことが求められる。

【カライスコス准教授】

ドイツの例を申し上げますと、賞を受賞している学校の事例について紹介するが、この学校は認証やマークを積極的に取得しているところで、単に取得しているということに留まるのではなく、生徒が学校を選ぶ際にこのようなマークをどのくらい取得しているのかを基準としているところであり、特に **Klimaschule**（気候学校）は学校単位でエネルギーを節約しているものであり、教員と生徒だけではなく、父兄も一体と

なって取り組んでいるところであり、学校と家庭の教育をリンクさせている良い事例だと思う。

もう一つ良い例は、50%50%という制度で、昨年度より使ったエネルギーを減らした場合、その減らした分の半分をお金で支援するというもので、そのお金を消費者教育に使えるという制度。

学校教育と家庭教育の接続では、Gymnasium では家にあるものの5つを非プラスチック製品に置き換えるということで、生徒だけではなく、家庭全体で考えることができる。

グリーンハウスの企画では、外部の企業との取組を行っており、印象的だったのは、SDGs や持続可能性について学ぶとき、外部の企業の資料にロゴや商品があった際には、先生が全て削除する広告フリーを行っており、素晴らしいと感じた。

立法の観点からの持続可能性の確保については、「計画的陳腐化」というものがあり、企業が意図的に製品の寿命を短縮していて、かつ消費者に知らせない場合のものであり、消費者がより早く商品を買換えなければならなくなり、持続可能性に反するもの。

フランスでは、2015年に消費法典改正の際に禁止し、反した事業者には2年の収監、罰金が課され、立法化されると教育の現場においても扱いやすいものとなるのではないかと。

【李課長】

韓国の持続可能な生活は、選択ではなく、生活になくなくてはならないものだと感じている。

K-SDGs ビジョンは、全てを包容する持続可能な国家になるということであり、17の目標の中では、持続可能な消費・生産、健康で幸福な生活に関連性があると考えている。

今の韓国のトレンドは環境問題で、消費生活の核心となっており、これからは環境に関連した持続可能な生活を上げていく必要があると感じている。

そのためには消費者の態度の変化や望ましい消費の実践が必要であり、消費者保護院の4年ごとの消費者研究調査によると、韓国の20代の若者の消費者力量は、取引力量（情報の理解や情報活用、問題解決能力）が市民の消費者力量より高かった。

消費者の責任である消費者市民力量（知識、態度、実践）は相対的に低く、低い理由は態度と実践に関わりがあると思う。

全体的に消費者力量が高くなったのは、消費者教育が影響しており、実際に経験があるグループとないグループには差があったものの、知識に比べて態度や実践の力量は低くなったため、持続可能な社会のためには、消費者一人一人の態度や実践が必要と考えている。

■まとめ【西村名誉教授】

子供から高齢者まで常に消費者であることから、持続的な消費者教育が求められるところであり、商品を見極める力を養っていく、問題点を見抜く、広告に騙されない力を育てていく、現代のスピード感のある中で、商品の性質や環境に良いかといった点について、じっくりと考えていくことが求められる。

スマートフォンにおいても紛争鉱物の問題、材質として使われているレアメタルが紛争地域で採掘され、その購入費用が武器弾薬に充てられるといった問題、また、マイクロプラスチックの問題は世界の課題となっており、プラスチックストローを止めるといった動きにも繋がっており、木製のストローなども生まれてきている。

そういった批判的な思考力、瞬間的ではなく、熟慮型の思考を深めていく必要があり、繰り返し学び続けていく必要があるのではないか。一方でマーケットへの規制で持続可能な社会を作っていく、デジタルから疎外された方をサポートしていくための教育訓練も消費者教育の課題となっていくと思う。

■徳島商業高校生の発表

カンボジア日本友好学園は、日本の支援金で設立され、運営も日本からの寄付金が重要であるように、自立運営が難しい状況。

東日本大震災により、日本の支援金が日本国内に向けられるのではないかと不安から、徳島商業高校に相談があり、「商品開発」の知識を生かしてノウハウを伝え、共同で商品開発を行い、販売収益で学校運営費の一部を生むことを考えた。

カンボジアという国は、経済成長率が7%近くである一方、地方では1日1ドルで生活をしている人が多く、地方を起点に持続可能な生活水準の向上ができないかと考えたが、工場で使用するヤシ砂糖の生産現場が不衛生な環境であることが分かった。

そこで、ソーシャルビジネスへの取組目標を次の4つ設定した。

- ①食品加工工場に供給するヤシ砂糖を衛生的で安全なものにする。
- ②カンボジアの地方にあるヤシ砂糖農家の生活向上をはかる。
- ③ヤシ砂糖を活用して、徳島県民の健康促進をはかる。
- ④2020 東京オリンピック・パラリンピックの関連施設にヤシ砂糖を使った商品を提供する。

農家はヤシ砂糖は乾季にしか生産できず製造・売上が安定しないことから不安を感じており、

「ヤシ砂糖の衛生レベルを向上させ、生産量を増やすことができれば収入も増えるのではないか」

と考え、調査を行ったところ、長所としては「農薬を一切使用していない」ということ、短所としては「ヤシ砂糖を地面の上で焚いており、灰やゴミが混入する環境で製造を行っている」ということが分かった。

そこで、「衛生的な環境での生産をしてほしい」と依頼したところ、「環境を整えてくれればいい砂糖を作れるよう努力します。」との返事があり、日本で学んだ後に、現地で学んだことを伝え、加工場の整備を行った結果、ヤシ砂糖の増産が可能になった。

そして、今年度の砂糖製造料は前年の900kgからおよそ2.7tに増え、ヤシ砂糖農家の収入も1,200ドルから4,000ドルと大幅に増えた。

このノウハウを他のヤシ砂糖農家の方々にも伝えることで農家の生活向上、そして貧困問題の解決に繋がるのではないかと考え、今後は、砂糖加工場の設備の増強と、全量買い上げても販売可能な販路開拓を行うということを目標に活動を進めていく予定。

次に、「東京オリンピック・パラリンピックに向けてのホストタウンの取り組み」についてですが、工場の建設を行ったときから、東京オリンピック・パラリンピック関連施設に商品を提供したいという思いがあり、様々な場所で伝えていたところ、一昨年10月に内閣官房東京オリンピック・パラリンピック事務局の参事官の方が本校に訪問され、私たちの活動を伝えると「それなら、カンボジアのホストタウンになってみたらどうだろうか」とのア

ドバイをいただき、東京オリンピック・パラリンピックの様々なイベントに参加することができるようになり、イベントで試食をしていただいた際は、「おいしい」「甘さがそんなに強くない」など多くのうれしい言葉をいただいた。

さらに、ヤシ砂糖の普及も意識して現在は徳島の製菓業者と協力し、さまざまな商品開発を行い、様々なイベントで提供・販売することによりヤシ砂糖の普及を目指している。

これらの活動が認められ、昨年8月飯泉徳島県知事より「ホストタウン特使」に任命された。

そして現在、「選手紹介の映像作成」「食文化を通してのおもてなし」「スポーツや文化の紹介」からホストタウン特使として役割を果たしている。

この活動を続ける中で、国境を越えて絆を深めるということの重要性を再確認した。

そして私たちは、これまでの活動を受け継ぎ、未来へつなげていかなければならない。

この物語を私たちだけでなく、カンボジアの方々そして、活動を応援してくださっている皆さんと共に彩っていく。

【会場より意見】

(一社) 日本エシカル推進協議会 中原会長

社会課題については議論していたが、デジタル時代の材料となるものについては、あまり話をされていない。紛争鉱物の問題について、紛争地域の兵器調達資金としてレアメタルが採掘されている現状がある。

平和の祭典である東京オリンピック・パラリンピックにおいて使用されるメダルを血塗られたものにしてはいけないということで、日本で使用される700万台の携帯電話を使用し、5000個のメダルを作製することができることとなった。スマホという現代社会に欠くことのできないデジタル商品の裏側を知ることによってリサイクルきっかけになったと考える。リサイクルメダルの中心的役割をしてくれたのが、高校生や大学生という若者たちである。スウェーデンの代表が気候ストライキを訴え400万人の世界デモを実現させたスウェーデンの高校生グレタさんの話を出されたが、日本も若いデジタル世代の高校生がエシカル消費の取組を進めている。

知事からも発表があったところだが、日本全国から70校の高校生がノミネートして徳島に集まってエシカル消費の取組を発表する世界に類のないコンテストがあることを報告したい。このG20国際会合だけでなく、次の未来を担う若者たちの取り組みを支援するエシカル甲子園を開催する徳島にぜひ来ていただきたい。