

Tokushima International Network for a Sustainable Society

**TIS**

ネットワーク通信

**04**

**vol.01**

**2020 Spring**



# CONTENTS

PAGE **02** TISネットワーク通信発行！

PAGE **03** 徳島県持続可能な社会を目指した  
「国際連携ネットワーク設立及び第1回会合」

- ① これからの消費者行政・消費者教育への期待について
- ② 国際消費者フォーラムのテーマについて
- ③ 意見交換まとめ

PAGE **11** 豆知識コーナー「知っとうで？」  
編集後記：ちょっと一言

## TIS ネットワーク 通信発行！

令和2年7月より、「消費者庁新未来創造戦略本部」（以下、「戦略本部」）の徳島県への開設が決定し、県はカウンターパートとしてその取組を支援することになります。

そこで、県は世界に先駆けた持続可能な社会を創る、消費者行政・消費者教育の実現を目指して、「徳島県国際連携ネットワーク」（以下、「TISネットワーク」）を設立しました。今後TISネットワークの皆様と連携し、国際連携事業や、国際交流事業を推進してまいります。

この度、TISネットワークの委員や協力機関等が情報発信を行う場として、広報誌「TISネットワーク通信」を発行いたします！



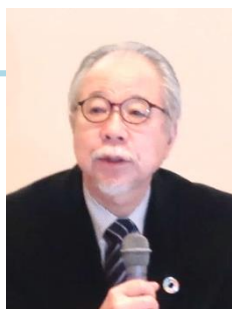
# 徳島県持続可能な社会を目指した 「国際連携ネットワーク設立及び第1回会合」

- I 日 時：令和2年2月21日(金)  
午後1時30分から午後3時30分まで
- II 場 所：徳島グランヴィリオホテル

令和2年度に本県に設置される「消費者庁新未来創造戦略本部」で行われる全国モデルとなるプロジェクトの取組や国際業務等の活動を支援するとともに、「G20消費者政策国際会合」の開催で培った協力関係を継承し、本県の消費者行政・消費者教育をさらに発展・創造させることを目的として、消費者政策国際会合の参加者や学識経験者、消費者団体等の専門家からなる徳島ならではの「国際連携ネットワーク」を設立し、第1回会合を開催した。

(※役職は2月21日時点のもの)

## ①これからの消費者行政・消費者教育への期待について



### 中原 秀 樹 会 長

東京都市大学名誉教授

前例がない社会情勢の中で、10年後、20年後どういった社会が待ち構えているのかといったことを前提にしながら、消費者政策もしくは消費者の対応を考えていく必要がある。

本当に安心できる社会になっているのか、そして、変化を生き抜くための消費者として、柔軟性を持っているのか。

まず、確実に来る人口減少、高齢化、さらに、温暖化が待ち構えている中でデジタル化というのが確実に進んでおり、SDGs2030年どういう世界になるか、置き去りに

しない世界はどんな世界なのか。

2つの大きなポイントについて、委員の意見を頂戴したい。

1. 未来に起こりうる社会課題や社会変化、そして社会変化に生き抜く消費者にするための行政における教育、SDGsの達成に必要な自治体や企業、学校、地域社会の中での連携。
2. 国際連携をどうやって行っていくか。



### 三好 誠 治 委 員

徳島県危機管理部消費者くらし安全局局長

徳島県の今後の取組として、

#### 1. 推進方針

- ・今夏に本県に開設される消費者庁新未来創造戦略本部のカウンターパートとして、取組を全力で支援するとともに、本県の消費者行政・消費者教育の実効性を高め、全国、世界に発信

#### 2. 推進体制

- ・全国知事会、関西広域連合といった自治体ネットワークを駆使した全国展開、県内

においては「とくしま消費者行政プラットフォーム」の活用や挙県一致体制による支援の推進・国際会合や様々なプロジェクトで繋がりのできた関係者による国際連携、交流の推進

#### 3. 国際連携の推進体制の構築による世界を見据えた消費者政策の展開

先端技術の導入やSDGsなど世界中の消費者を取り巻く環境の急速な変化への対応は、G20消費者政策国際会合で世界全体で取り組む重要性を認識したところであり、国境を越えた消費者課題への対応について国際連携が必要と考えている。

- ・国際連携の推進として「国際消費者フォーラム」の開催
- ・消費者庁の戦略本部が行う国際的な連携、国際協力あるいは共同研究との連携や協力
- ・情報プラットフォームとして世界の最新情報を収集し世界に発信

こうした活動を一層強め、世界の未来を変える消費者行政・消費者教育を徳島から発信し、消費者行政の進化とともに人口減少や東京一極集中の是正など地方創生の推進にも貢献したい。



# 徳島県持続可能な社会を目指した 「国際連携ネットワーク設立及び第1回会合」

## 加渡 いづみ 副会長

四国大学短期大学部教授



急速な社会変化と、その変化に対応して生き抜くために、私たち消費者は、人生100年時代を迎えてマルチステージ型のライフプランあるいはキャリアプラン、マネープランが求められている。

自らの消費生活の基盤を充実させ、地域社会の機能を維持し、そして地域を核とする社会全体の持続可能性を保っていく消費者市民社会の構築を具現化のためのキーワードとして、「SLOC：スロック」という言葉を提案する。

「S：スモール」「L：ローカル」「O：オープン」「C：コネクト、あるいはコーポレート」小さいけれども、地域に根ざし、オープンソースで、繋いでいく、という意味で最近よく耳にする言葉である。

縮小しながらも活力ある地域の発展を探るときに、

- ・自立したコミュニティの中で、消費者は個人として出来ることは個人でやっていく。そのためにIoT技術やデジタル技術を駆使した新しい消費スタイル、ライフスタイルを自分たちの力で具現化していかなければならないのではないか。
- ・サポートする行政機関は、現在働いていない、使っていない、空いている人や物、お金、施設、空間、資源を地域の中で活用しあい、循環させていくループ方式のシェアリングエコノミーが求められている。
- ・限られたリソースを「取り合う」という考え方から、「出し合う、提供しあう」という姿勢に転換し、消費者としてのコンソーシアムを結成していくという、ライフスタイルの構築が求められている。

国際的というのは非常に大きな視点だが、基礎になる一つ一つの単位は各国共通で小さな自立したコミュニティである。これから急速に変化する社会発展の中では、まず消費者はコミュニティの中で自立をし、新しいライフスタイルを探していくこと大切であり、そのためのキーワードとして「SLOC」を提案したい。

## 坂倉 忠夫 委員

(公社)消費者関連専門家会議専務理事



今後の消費者問題、消費者教育の課題として3点申し上げたい。

1. デジタルプラットフォームビジネスの世界拡大
  - ・我々の生活に不可欠となってきた一方で、消費者被害が起こっている。
  - ・消費者については、プラットフォームビジネスの構造や、出品店、販売者、購入者、場の提供者の責任・役割を理解したうえで、消費者被害にあわないためにどうするか、さらには消費者被害にあったらどうするかをしっかりと啓発していくことが必要

・事業者は、情報開示や、問い合わせ窓口をしっかりと明記し、「ここまではできる」「こういう役割、規定になっている」ということをしっかりと開示し、リスクを取り除く努力が必要。

### 2. 高齢者への対応

・高齢者の中にも脆弱な高齢者の方もいれば、ITを使いこなす高齢者、アクティブ高齢者、あるいは企業で沢山経験積まれて知識豊富な高齢者など様々な高齢者がいて、一口に高齢者と括ることはできない時代になってきている。

・高齢者に対して、保護する対象というだけではなく、逆に教える側として消費者教育を担い手として育成なり活用なりをしていくことも必要になってくると思う。

### 3. 事業者の消費者教育

・事業者が今後、重要になってくるのは従業員の教育である。SDGs、エシカルはまだまだ認知度、理解度というものが不足しているのは事実

・企業の従業員に対してしっかりと認識・意識させ、消費者として消費行動にも反映していただくとともに、事業活動に反映させて商品開発なり活動を行っていくことで持続可能な社会につながっていく。



## 柿野成美委員

(公財)消費者教育支援センター専務理事

公益財団法人消費者教育支援センターでは、主に青少年の消費者教育の推進ということで、

- ・教材開発
- ・教員の評価を基にした消費者教育教材の表彰
- ・シンポジウムや研修会の開催
- ・消費者教育等の講師派遣
- ・海外（ヨーロッパ各国）の消費者施策・消費者教育の調査研究
- ・国内の自治体の消費者教育調査、研修会、計画策定といった中間支援を行っている。

最近、「SDGs達成のための 未来を変えるエシカル消費」というリーフレットを作成し全国で活用しているが、大変好評である。

これまでは、教育行政と消費者行政あるいは都市と地方といった様々な分断があったので、それをどのようにつなげ、消費者教育の実効性を担保するかということが課題である。その一つの方法として、例えば相互の協力の基に一緒に教材制作を行うとかが、また国際的なネットワークの中で一緒に同じ目標に向かって調査研究や教材制作を行うなど、協働プロジェクトのような形になると良いのではと思う。



## 佐野勝代委員

(特非)徳島県消費者協会会長

- ・消費者協会は悪質商法による被害の未然防止、食品の偽装防止、エシカル消費の普及促進、消費者教育等に取り組んでいる。
- ・消費者大学校では、SDGsのカードゲームを取り入れ、大学院ではエシカル消費や食の安全安心の促進など幅広い視点で地域で消費者教育を推進するリーダーを養成しており、昨年卒業された方がエシカル消費のオリジナル紙芝居を作り、ケーブルテレビを活用して啓発活動を行っており、ムードの輪が広がっている。
- ・県下一斉にマイバック持参キャンペーン、振り込め詐欺防止キャンペーンを続けて

きた。レジ袋有料化が7月から法制化されるということで、昨年9月の「レジ袋削減協定」で多くの事業者の方が賛同し、県下のスーパーで8割ぐらいのマイバッグ持参率になっているところ。

- ・最近では異常気象が続いており、気候変動・気候危機という言葉も出ているように、私たちの生活が世界につながっているということ意識して、一人一人が毎日の身近な出来ることから考えて、実行することで、啓発活動や情報提供を頑張っていきたい。



## 小林秀弥委員

(独)国際協力機構四国センター(JICA四国)所長

- ・JICAは、開発途上国の社会・経済開発における課題解決を目的とした開発援助機関であり、近年は、日本国内あるいは地域、地方の課題と開発途上国の課題、すなわち内と外の課題を結び付け一元的に取り組むために内外一元化という言葉キーワードとしている。
- ・消費者行政やエシカル消費推進は、開発途上国の課題と親和性が高い内容と感じた。若い方々への国際理解教育やESDすなわち持続可能な開発に向けた教育の推進といった分野でJICAは地方自治体や教育委員会等々と連携したイベントを開催しており、その中でエシカル消費推進等にフォーカスしたイベントを開催するなどの貢献が考えられる。

- ・JICAは、世界的なカカオの生産地であるガーナにおいて、フードバリューチェーンあるいはカカオの健全な生産体制をサポートするために、政府や民間企業、NGOと共同してプラットフォームを立ち上げた。今後、この国際連携ネットワークを通じて世界最先端の情報に触れながら、JICAのガーナでの取り組みや内外一元化の国内事業等と結びつけ、発信していければと思っている。



## 徳島県持続可能な社会を目指した 「国際連携ネットワーク設立及び第1回会合」

### 三好圭委員 文部科学省総合教育政策局男女共同参画共生社会学習・安全課課長



- ・子供たちを中心として消費者教育をいかに進めていくのかということで、中心になるのは、小学校、中学校、高等学校、特に2022年に控えている成年年齢の20歳から18歳への引き下げにより、高校在学中に自己責任で契約するということにもなるので、若年期から消費者教育の推進が急がれるところ。
- ・学習指導要領は、今度新しく改訂されるものの中に社会科の授業とか、家庭科の授業を中心として消費者教育の取組をさらに重視させようということで内容を強化しており、特に、高等学校については、まだ施行は先だが、前倒しで強化した取組を

実施するということになっており、消費者庁作成の「社会への扉」を活用した推進を行っているところ。

- ・課題は、ITの推進とか新しい技術といった世の中の動向を、現場の教員がキャッチアップできるかということで、外部人材の登用、活用で様々な専門家といかに連携して学校で教えていくのかということ。
- ・生涯学習、社会教育については、入学式のガイダンスなどで消費者庁の相談ダイヤル「188」の情報を提供するとか、あるいは消費者被害にあわないような指導をしっかりとやっていただくという取組、それから、全国各地の消費者教育フェスタで地域の方に消費者教育の普及に努め、自分自身が賢い消費者になるということ、機運醸成に努めている。

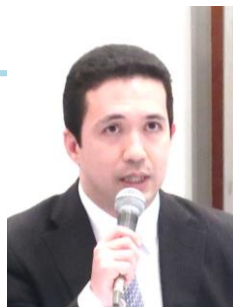
### 井上直己委員

上智大学大学院准教授



- ・「持続可能性」という言葉がよく使われるが、その前提として、今のままでは社会経済システムが持続しないという「持続不可能性」をしっかり受け止めることが重要。気候危機はその代表格。例えば、現在既に1°C上がっている地球全体の平均気温が、早くも20年後には2°C上がってしまい、そうするとサンゴは事実上絶滅する。それは海洋生態系への打撃、食料供給にも大きな影響を与える。「持続不可能性」を起点にしないとSDGsも表面的なファッションやグリーンウォッシュ（実質を伴わない環境配慮）で終わってしまう。

- ・自立分散型社会とレジリエンス、これは気候危機や生物絶滅を緩和するためだけではなく、今後、気候変動が起きていく中でいかに生き残るかを考えていく上でも鍵。
- ・グローバルチェーンによって、我々の消費が見えないところに影響をもたらしている点が重要。農業は一つの例であり、大規模集約型の農薬や化学肥料を大量に投入するような形で生産されているものが輸入されて、我々は食べているかもしれない。それを消費することで地球全体の生態系を脅かし、気候危機を進めてしまうことを理解した上で、影響を避けるように消費を選択するエシカル消費は持続可能性にとって不可欠。
- ・エシカル製品の難点の一つは価格。環境、社会、人権等の本当は必要なコストを省くことで安価となっている製品もあるが、それと比べて高いエシカル製品は、ストーリーなどをいかに消費者が求める価値に昇華していくのか。その鍵は、消費者と生産者の距離の短縮と関係性の構築ではないか。例えば、物に対してではなく、社会、雇用、環境を大切にしているあなただから払う、そういう関係性があれば、価値にお金を払うというインセンティブになるのでは。
- ・技術革新によって消費者も生産者としての性格を持ち得ているのであり、そのようにして集中型から自立分散型に移行することで、生産と消費の協働や地域の関係性が生まれ、地域活性化や災害対応、気候変動の緩和・適応にもつながるレジリエンスの高いコミュニティが生まれるのではないかと。



これからの社会においてどのような課題や変化がみられるのかとして、

1. オンライン化やデジタル化が加速していること

- ・EUでは、昨年デジタル・コンテンツ及びデジタル・サービスについて規制をする指令等ができあがっていて、法規制の観点からも非常に重要な課題となっている。
- ・オンライン・マーケティングの手法が多様化し、ターゲット広告やインフルエンサー等を用いた広告やマーケティングがより多く使われるようになってきており、脆弱な消費者、中でも特に子供に強い影響力を持っている。

・オンライン・プラットフォームが、単なる場所の提供者だけではなく、それを越えた役割を果たしていると認識されている。

オンライン化等によって取引がよりグローバル化しており、消費者の格差、いわゆる「デジタル・ディバイド」等がより悪化している。

もはやSDGs で言われているような、持続可能な発展や開発というものについて語る余裕のない、地球自体を持続させることが最優先の課題だということまでできているのではないか。

2. これからの社会においてどのような消費者行政あるいは消費者教育が必要か

- ・オンライン等の取引がより重要になる中で、従来とは異なる消費者のスキルや知識がより必要であり、特別な消費者教育、中でも、脆弱な消費者に対してどのような手当てを行うかということが非常に重要。特にオンラインやデジタルにおいての一時的な脆弱性というものにより注目する必要があるが、オフラインや非デジタルの能力を軽視するような消費者教育になってはならない。
- ・様々な主体による協働や消費者教育を行わなければならないことは一般的に認識されているが、行いたいと思わせるようなインセンティブの提供も必要ではないか。
- ・消費者教育と法規制を組み合わせるということを忘れてはならず、また、SDGs、エシカル消費や消費者市民社会といった概念が消費者教育の中では重要になる。



- ・戦略本部が取り組む課題ということで、エシカルとか食ロスといった話になると、普通の事業者の普通の企業活動が、持続可能性という点で問題となるという具体的に、消費者行政の課題がさらに広がってきている。
- ・どういう手段でこれから課題に対応するかというと、「行動経済学、心理学等の新たな学問領域」あるいは「認知症研究・デジタル取引の研究」といった手段、あるいは「国際交流」を通じた海外との連携、が必要になる。
- ・戦略本部の取組は大きく2つあって、「モデルプロジェクト」と、政策研究という

広いテーマを扱い政策研究をする「国際消費者政策研究センター」である。後者は学識経験者を中心にやっていくが、将来消費者を取り巻く環境、経済・社会がどう変わっていくか、それを踏まえて消費者行政としてどう対応すべきか、といったことをセンターにおいて、腰を据えてじっくりやっていく、ということを考えている。

## 消費者庁新未来創造戦略本部 Starts in 2020!

徳島県は7月開設予定の消費者庁新未来創造戦略本部と連携し、  
「新たな人の流れ」・「日本の新たな未来」の創出を目指します!



## 徳島県持続可能な社会を目指した 「国際連携ネットワーク設立及び第1回会合」

### 坂本有芳委員

鳴門教育大学大学院准教授



取引のデジタル化対応への検討として、大学生のキャッシュレス決済の利用状況を把握したところ、

- ・東京と徳島ではキャッシュレス決済利用率がかなり違うが、よく見ると交通系の電子マネーの利用頻度が大きく違うだけである。ネット通販を利用しない学生は10%のみ、半数が消費者間ネット取引を使っている。
- ・「思っていたよりも品質や機能が悪かった」というトラブル経験を半数がしており、「商品が届かなかった」「支払いがたまりすぎる」という事例も1割弱は経験していた。リアルよりもデジタル取引の方がトラブルを経験しやすい。
- ・不正利用や被害の防止、被害に遭った時の対処法といったリスク管理ができておらず、また利息の計算方法を知らず、金銭管理ができていない学生も少なくない。
- ・思考力や判断力を育成する教育が求められている。調べたり考えさせたりする活動では、問いの抽象度をどの程度に設定するかが重要であり、準備する資料によって授業の効果も左右される。効果的な実践の知見を共有し、全国で良い授業ができるような体制を作っていきたい。

持続可能な消費の実践について、

- ・「消費者が何を選ぶか」「資源の削減」「社会的に連携した活動」、持続可能な消費を支えるのはこの3つの柱である。この柱に沿った行動を実践しようと思っても、実際に行動に移るまでには多くのハードルがある。
- ・心理的な障壁の存在、実践のための知識・スキル不足など、実践にあたって障害となるものを全部洗い出し、1つ1つ対処法を考え、実践の知を集約することが大切である。日本は消費者教育を教科教育の中で体系的に学べる強みがある。教育持続可能な消費を実行可能な継続できるものに変えてゆくために、家庭科教育が中心となり、実践の知に対する学びを充実させていきたい。

### 西村隆男委員

横浜国立大学名誉教授



- ・国際連携の中で消費者政策をどのように進展させていくか、進歩させていくか、また消費者教育をどういう風にやっていくのか、教育と政策は非常に連携し、補完し合うが、全く別なもの。
- ・10年前にOECDとUNEPが主催した消費者教育の国際合同会議は2つのポイントで行ったが、1つは持続可能な消費、もう1つはデジタルコンピテンシーの2つで、やはりこの2つは切っても切れない課題になる。
- ・国際比較の中でいうと、徳島は高校でエシカルクラブという、学校家庭クラブの形で

非常に面白いことをやってるのに対し、ドイツでは気候学校、ヨーロッパではフェアトレードスクールというのがあり、そういった仕組みがそれぞれどういう組み立てでできていて、子供達にとって、行動変容にどういったプラスを与えているかというのを比較してみたらいいのではないかと。

- ・消費者教育が重要だということは皆合意しているが、結局、授業でいうと時間がない、なかなか扱えないとか、これだけ知識を教えても態度が変わらないとか、いやと言うほど聞いてきている。そうすると、あとは方法論で、デジタルや気候変動など、どうやって授業を実践してきたかということを各国から情報を集めて、情報交換していくようなことができれば、まさに国際連携の良さになるのではないかと。



## ②国際消費者フォーラムのテーマについて

令和2年11月に開催を予定している「徳島県持続可能な社会を目指した国際連携フォーラム」のテーマについて、意見をいただいた。

### 井上直己委員

上智大学大学院准教授

私からテーマについて、

「消費と生物多様性保全」、「食糧の消費/生産と持続可能性」の2つを提案したい。

- ・食料は生物多様性がないとできないことであり、この2つは連関している。生物多様性の損失は気候変動と相互に影響を与えており、プラネタリーバウンダリーとしての生物の絶滅の速度は気候変動よりもはるかにリスクが高い点が特筆すべき。
- ・また、中国の昆明において、今年の10月に生物多様性条約締約国会合(COP15)が行われる予定であり、その草案の中に、「適正かつ持続可能な消費水準の達成」という項目が入っているため、このテーマはホットトピックといえる。
- ・環境負荷の大きい食糧供給システムが気候変動や生物多様性の損失を促し、それがまた返ってきて食糧供給に影響を与えている。そうした観点から、食の選択を通じた地球環境の保全と持続可能性は注目されている。

### カライスコス・アントニオス委員

京都大学大学院准教授

国際連携全体そしてフォーラムにおける方法論的な部分について、

- ・成功例だけではなく失敗例から学ぶことも大事であり、もし諸外国から色々な専門家の方々が来られるのであれば、どのような失敗だったのか、どのような理由で失敗したのかということも、参考になると考えている。
- ・諸外国から示唆を得るのも大事だが、徳島県、そして日本からも発信するというのも積極的に意識していきたいと考えており、日本風のエシカル、「ジャパニーズ・エシカル」と呼んでいるが、日本の文化等にちりばめられているSDGsの諸要素を発信する姿勢も重要と考えている。

### 中原秀樹会長

東京都市大学名誉教授

- ・一つ共通話題として出てきているのは何なのかというと、国境を越える、地球規模での社会課題が非常に出てきていて、それに対してどう対応していったらいいのかという考え方と、気候変動への問題が言われている。
- ・デジタルも同じことで、同じ視点で考えた時に、1つは生産現場が所謂エコシステムに与える影響というのが、まあ環境影響評価みたいな形である。
- ・消費の問題で考えると、消費がもたらす影響評価が出てこない、抽象論で終わってしまい、改善するために何をやらなければならないかというモデルがないと、教育目標がたてられませんよ、ということにも繋がっていくだろうという感じがする。

### 井上直己委員

上智大学大学院准教授

- ・カライスコス委員ご指摘の「ジャパニーズ・エシカル」はとても良いと思う。私なりに持続可能な生活のあり方を考えた結果、行き着くのは、ごく当たり前の「もったいない」とか、食でいえば昔ながらの「お袋の味」、こういう日本人が長らく大切にしてきた生き方や価値観は、実は環境負荷が少なく持続可能。そのことを改めて見つめ直すことがとても大事。
- ・各国が自国のエシカル文化を持ち寄り、認め合って、各国のローカルを盛り上げる、それは自国の文化の誇りということにも繋がって、とても前向きなメッセージになる。



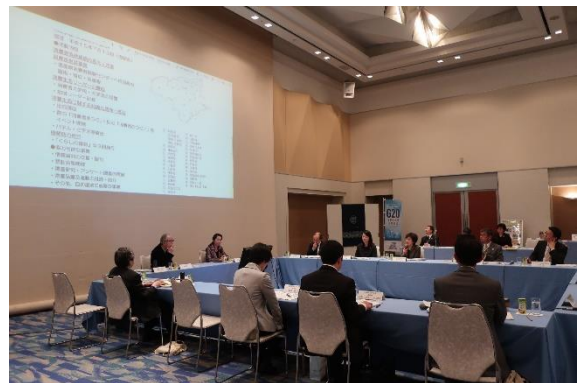
## 徳島県持続可能な社会を目指した 「国際連携ネットワーク設立及び第1回会合」

### ③意見交換まとめ

中原秀樹会長

東京都市大学名誉教授

- ・井上委員が仰った、市場経済の問題点、すなわちエシカルな商品を買おうと思ったら高く買えない、社会コストを価格の中に入れて失敗しているという、市場経済の過ちを指摘し、将来世代が逆にいうと、負の遺産として、将来支払わなければならない、気候変動によって、命の危険もそこにあてるのかどうか、という指摘であった。
- ・加渡委員からは教育によってレジリエンスをどうやって進めていくか、今後の消費者教育、市民教育の中で、どう活かされるのかをきちっとやっていかなければならない。
- ・将来どういう風にやっていくか、教育はどうするか、という中で、長生きして良かったではなく、リスクを抱えてしまう、こんな世の中を私たちは求めているのか、将来、2030年、そしてもっと先の2050年はどうなっていくのか、ということを気候変動含めてきっちりと考えていかないと、誰のための何のための、社会進出をしているのかということ。
- ・私たち日本での考え方がガラパゴス化しないように。G20の報告を行ったが、世界が動いている中で日本がとるべき役割があるし、視点の違いがすごく出ていたというところで、11月の国際消費者フォーラムがどうやって活かされていくのか、この委員会を通して、より良いものを作りあげていきたいと思っている。



会合の様子

## 豆知識コーナー「知っとうで？」

### 世界消費者権利デー

世界消費者権利デーは、国際消費者機構が世界の消費者運動を祝福し、連帯する記念日としており、毎年3月15日とされています。もとの由来は、1962年3月15日に、アメリカ合衆国のジョン・F・ケネディが「消費者の利益の保護に関するアメリカ合衆国連邦議会への特別教書」を発表したことに由来しています。

国際消費者機構は、毎年テーマを設定しており、今年2020年のテーマは「The Sustainable Consumer（持続可能な消費者）」！このテーマが設定された背景には、現在、世界が抱えている気候問題や環境問題があります。国際消費者機構によると、このまま行動を変えなければ、2030年には7億人が水不足に陥ったり、陸上生物は少なくとも2割絶滅する等、このままではパリ協定やSDGsの目標を達成できないとされています。

消費者の行動は、社会全体を変える、絶対的な影響力を持っています。SDGs達成にむけ、持続可能（サステナブル）な選択ができるよう消費者に働きかけることを目的に、今年のテーマが設定されています。（国際消費者機構のHP等より参照）

### 世界消費者権利デーに伴うSNSキャンペーン

そこで、3月9日～3月13日までの5日間、「とくしま消費者行政プラットフォーム」のTwitter・Facebookで、「世界消費者権利デー」に関連したトピックスを毎日投稿しました！

- 1日目：県内のエシカル認知度が40.9%になりました
- 2日目：新型コロナウイルス感染症の影響について
- 3日目：世界消費者権利デーの今年のテーマ
- 4日目：新型コロナウイルス感染症による食品ロス発生について
- 5日目：バーチャルウォーターについて



これからもSNS  
フォローお願いします！



### 編集後記：ちょっと一言

世界中が新型コロナウイルス感染症の影響で落ち着かない毎日が続いていますね。日本ではトイレットペーパーの買い占めが起きましたが、他国でも人々が食料品や日用品を買い占めるという現象が起きているようです。様々な噂やデマが飛び交い、消費者行動に影響を与えるのは万国共通ですね。冷静に行動し、商品を購入する際は必要な分だけ買うようにしたいです。

と言いつつ、無意識に、それぞれ違うお店で、同じメーカーの同じコーヒーを3袋も購入していることに先日気がつきました。自分の記憶力のなさが恐ろしい…。



いますぐフォロー！  
しませんか？

〇〇  
CHECK!

徳島県のSNSアカウントで最新情報を発信中！  
Twitter or Facebookページをフォローして一緒に盛り上げませんか？  
徳島県のHP「徳島県消費者行政最新情報」  
「G20消費者政策国際会合」特設サイトもご覧ください！



@awaethical

とくしまエシカル消費普及推進プロジェクト



@TokushimaPF

とくしま消費者  
行政プラットフォーム



徳島県消費者  
行政最新情報

G20消費者政策  
国際会合特設サイト



作成 徳島県危機管理環境部 消費者くらし安全局 消費者政策課  
〒770-8570 徳島市万代町1丁目1番地  
電話：088-621-2499 FAX：088-621-2979  
e-mail：shohishaseisakuka@pref.tokushima.jp