



知り・考える 消費者市民社会

指導マニュアル

この冊子は、映像教材「知り・考える 消費者市民社会」の指導マニュアルです。
映像教材と付属の「実習ノート」の活用の仕方をご紹介します。

はじめに ～静岡県消費者教育推進計画について～

平成24年12月に施行された「消費者教育の推進に関する法律」第10条の規定に基づき、本県では平成26年3月に「静岡県消費者教育推進計画」を策定しました。

静岡県総合計画では、くらしの理想郷“ふじのくに”づくりを基本理念に掲げ、「徳のある、豊かで、自立した」地域づくりを目指しています。“ふじのくに”づくりの実現には、安全で安心できる心豊かな消費生活の構築が重要になることから、静岡県消費者教育推進計画では、消費者市民社会を構成する大きな柱である「社会的価値行動^{※1}」ができる消費者を育成することを目標としました。

映像教材「知り・考える 消費者市民社会」では、「消費者市民社会」^{※2}の意義の普及・啓発を目的しており、消費者教育関係者がわかりやすく情報を伝達できるよう指針を示すことを目的としています。教えるポイントを織り交ぜながら、映像教材と「実習ノート」とをどのように使っていくのかをご紹介します実践マニュアルになっています。

※1「社会的価値行動」とは、「食育及び地産地消の観点から商品を選択する」「環境に配慮した商品を選択する」「モノを大切にする」など、自分の消費行動が、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寄与する行動をいう。それは、消費者市民社会の形成に参画することに通じる行動である。

※2「消費者市民社会」とは、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をいう。(消費者教育推進法第2条第2項)

映像教材「知り・考える 消費者市民社会」の使い方

- 1 「消費者市民社会」とはどのようなことなのかを理解するための映像。身近な題材を取り上げ、消費者市民社会の考え方について理解できるようになることを目指しています。
- 2 アニメーションを使用し、幅広いライフステージに対応した内容となっています。生徒の年齢やレベルに合わせられるように、映像をチャプターで切り替わり、一時停止できるようになっています。



ナビゲーター
ホーホー博士(♂)
静岡生まれ。フクロウ。口癖は「ホー」。

■本編分数：約19分30秒

	再生時間
・ 全て再生する	19分30秒
・ チャプター1 1章：消費と社会	3分15秒
・ チャプター2 実習1 「消費行動における自分の意思決定のプロセスを考える」	56秒
・ チャプター3 2章：消費の社会的意味	4分25秒
・ チャプター4 実習2 「『個人』と『社会』それぞれの視点で消費行動を考える」	51秒
・ チャプター5 3章：大きな力を持つ消費者の選択	2分46秒
・ チャプター6 4章：消費者の権利と責任	3分31秒
・ チャプター7 実習3 「具体的なトラブルの例から消費者の「権利」と「責任」を考えてみる」	51秒
・ チャプター8 5章：消費者市民社会を目指して	2分55秒

●この教材の使用対象

中学生から大人まで幅広くカバーしています。学校の授業や、地域の勉強会などでも活用していただけます。

消費者教育の体系イメージマップ

静岡県では、消費者教育を体系的に推進するために、重点領域ごと、ライフステージごとに消費者教育が一覧できるイメージマップ(※)を活用します。このイメージマップは、平成25年1月に消費者庁が公表した全国版に、静岡県総合計画の戦略体系にも位置付けられている「命を守る危機管理」や、本県の特徴でもある「ものづくり県・静岡県」を独自の目標として反映させたものです。横軸にライフステージ、縦軸に重点領域が位置づけられており、ライフステージごとに目標が設定されています。

このイメージマップでは、7つのライフステージ、4つの重点領域(さらに12の目標)が設定されているため、全部で84のセルがあります。消費者教育を実践する場合、セルの数だけ多様なパターンがある訳ですが、一つの事例が複数のセルから構成されているケースも多く見られます。

※「イメージマップ」とは、生涯の発達段階(ライフステージ)において、消費生活の特徴的な場面(重点領域)ごとに、消費者としての諸能力を身に付けることができるよう、体系的プログラムの学習要素を図表で示したものです。

(平成25年1月 消費者教育推進のための体系的プログラム研究会)

静岡県版イメージマップ		Ver.1.0						
各期の特徴		幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	特に若者	成人一般	特に高齢者
重点領域	消費がもつ影響力の理解	様々な気付きの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心を持ち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し、自らの行動を始める時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働して取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期
	持続可能な消費の実践	身の回りのものを大切にしよう	自分の生活と身近な環境とのかかわりに気づき、物の使い方を工夫しよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう	持続可能な社会を目指して、ライフスタイルを考えよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを採ろう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践しよう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝えよう
	消費者の参画・協働	協力することの大切さを知ろう	身近な消費者問題に目を向けよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に協働して取り組むことの重要性を理解しよう	消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場をを広げよう	地域や職場で協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくらう	支え合いながら協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくらう
	本物を見極めモノ(※)の使い方を理解し、大切にすることを育む	モノ丁寧に扱おう	本物にふれ、モノの価値を理解しよう ものづくりを体験しよう	消費行動がものづくりに与える影響を考えよう	自分や社会にとって、よりよいモノとは何か考えよう	よりよいモノを選択する消費行動をとり習慣を付けよう	よりよいモノを選択する消費行動を実践しよう	よりよいモノを選択する消費行動について伝えよう
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	くらしの中の危険や、ものやサービスの危険に気づく	危険を回避し、ものを安全に使う方法を知らう	危険を回避し、ものを安全に使う方法を知らう	安全で危険の少ない暮らしを消費社会を目指すことの大切さを理解しよう	安全で危険の少ない暮らしをする習慣を付けよう	安全で危険の少ない暮らしを消費社会をつくらう	安全で危険の少ない暮らしの大切さを伝えよう
	トラブル対応能力	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用しやすい社会をつくらう	支え合いながらトラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう
生活の管理と契約	選択し、契約することへの理解と考える態度	約束やきまりを守ろう	ものを選び方、買い方を考え、適切に購入しよう 約束やきまりの大切さを知り、考えよう	商品やサービスを適切に選択するとともに、契約とそのルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう	適切な意思決定に基づいて行動しよう 契約とそのルールを活用して理解しよう	契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう	契約とそのルールを理解し、くらしに活かそう	契約トラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝えよう
	生活を設計・管理する能力	欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	ものや金銭の大切さに気づき、計画的な買い方を考えよう お小遣いを考えて使おう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう 買い物や貯金を計画的にしよう	主体的に生活設計を立ててみよう 生涯を見通した生活経済の管理や計画を考えよう	生涯を見通した計画的な暮らしを目指して生活設計・管理を実践しよう	経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的な暮らしをしよう	生活環境の変化に対応し、支え合いながら生活を管理しよう
	災害時に適切な消費行動をとれる力	あわてないで行動しよう	普段から、あわてないで行動しよう	普段どおり状況でも、あわてず冷静な行動をしよう	非常時の消費行動を考えよう	非常時に落ち着いて消費行動をしよう	日ごろから非常時に備えた消費行動をしよう	冷静な消費行動の大切さを伝えよう
情報とメディア	情報の収集・処理・発信能力	身の回りのさまざまな情報に気づく	消費に関する情報の集め方や活用方法を知らう	消費生活に関する情報の収集と発信の技能を身に付けよう	情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう	情報と情報技術を適切に利用する習慣を身に付けよう	情報と情報技術を適切に利用するくらしをしよう	支え合いながら情報と情報技術を適切に利用しよう
	情報社会のルールや情報モラルの理解	自分や家族を大切にしよう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを知らう	著作権や発信した情報への責任を知らう	望ましい情報社会のあり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を付けよう	トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくらう	支え合いながら、トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくらう
	消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知らう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを知らう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会との関連を調べよう	消費生活情報を主体的に吟味する習慣を付けよう	消費生活情報を主体的に吟味して行動しよう	支え合いながら消費生活情報を上手に取り入れよう

※本表では、単にヒトと言う場合、農畜産物計画におけるヒト、モノ、大地の資源など生産要素又は経営資源といった平仮字での意味を持たせた。カタカナで表記している。一方、「ものづくり」という語の「もの」は生産活動により付加価値を持った成果物としての概念であり、静岡県総合計画における表記を準用している。

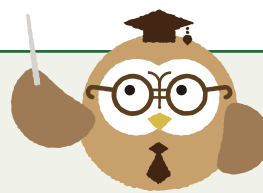
出典：静岡県消費者教育推進計画

この教材が対象としているのは、以下のとおりです。

ライフステージ：中学生期～成人期

重点領域：消費者市民社会の構築

消費者教育の全体を見渡し、この映像教材がカバーする領域以外にも組み合わせると、より多角的に理解が深まります。



モデル授業例

タイトル	消費者市民社会とは ～消費の社会的な意味～
対 象	中学3年生
該当領域	消費者としての自立と社会参加／消費行動と意思決定
時 間	50分授業
使用教材	映像教材「知り・考える 消費者市民社会」、「実習ノート」
授業目標	(1)消費の社会的意味について考える (2)消費者市民としての商品やサービスの選択の仕方について考える (3)消費者市民社会の概念を知り、消費行動における自分の意思決定プロセスについて考える

展開	時間	所要時間	授業の流れ		指導のポイント・学習のねらい	DVD教材の 該当箇所
導入 (12分)	2分	2分	単元の紹介	本物VSニセモノ、あなたの選択はどちら？	具体例を掲示し、テーマを身近に感じさせる。	
	10分	8分	実習②	「個人」と「社会」それぞれの視点で消費行動を考える	各自でシート記入後、着席のまま、隣・前後の生徒[計4名程度]でグループになり、他者の意見を取り入れつつ、シートを完成させる。	
	12分	2分		意見発表	消費者市民の考え方が表れている意見を探し、発表してもらうと良い。	
展開1 (13分)	17分	4分20秒	DVD視聴	「2章：消費の社会的意味」	買い物はお金の投票、という視点から、生徒個人の選択が社会に与える影響に気付く。	4分20秒～ 8分34秒まで
	20分	2分40秒	DVD視聴	「3章：大きな力を持つ消費者の選択」	消費者市民としての、商品やサービスの選択の仕方について考える。	9分25秒～ 12分12秒まで
	25分	5分	説明	フェアトレード・グリーンコンシューマーについて説明する	映像教材及び教科書の該当箇所を掲示し、「フェアトレード」「グリーンコンシューマー」の概念を理解する。	16分36秒～ 19分30秒まで
展開2 (20分)	28分	2分50秒	DVD視聴	「5章：消費者市民社会を目指して」	消費者市民社会とはなにか、視聴中に出てくるキーワードに注意して視聴する。	
	33分	5分	説明	消費者市民の考え方を確認する	消費者の声で改良された、ヨーグルトやペットボトル等の実物を掲示し、消費者市民として自分たちができることを考える。	
	45分	12分	グループ実習	消費者市民社会のために、自分にできることを考える	時間に余裕があれば、実際に企業に手紙やメールをだすことを想定した実習を行う。	
まとめ (5分)	50分	5分	発表・まとめ	学習のふりかえり	消費者市民として、今の自分にできることを、確認する。	

映像教材「知り・考える 消費者市民社会」 実習ノートの解説



1章：消費と社会

1-1 消費と消費者市民社会

食料品から車、家など目に見えるものから、美容院で髪を切ってもらったり、ホテルでもてなしてもらったりする目に見えないサービスまでさまざまなものが「消費」の対象になっています。「買い物」をすることは、現代社会を支える大きな要素ですが、社会の発展の影でさまざまな問題も生まれています。

そんな中で消費にまつわる良い点と悪い点をしっかりと考え、社会という大きな視点をもって行動できる「消費者市民」になることがとても重要になってきています。消費者市民が増えれば、相手を思いやり、誰もが暮らしやすい社会である「消費者市民社会」が実現します。

消費者市民になるためには、何をすればよいかをこの教材から学ぶことができます。



Point 社会的な視点で行動できる「消費者市民」で構成される「消費者市民社会」を実現させましょう。

1-2 消費を行う時～意思決定のプロセス

現代は、スマートフォンといった便利な電子機器などであふれており、インターネットで手軽に買い物する人も増えています。

物を買うときに、何を考えるか。この章では、「意思決定のプロセス」について学んでいきます。

消費者市民になるためには、意思決定のプロセスの中で、自分にとっての価値や利便さなどと同時に、商品を買うことで社会にどのような影響があるかと考えながら消費を行うことが大切です。



Point 消費を行うことで社会にどのような影響があるか考えてみましょう。

2章：消費の社会的意味

2-1 買い物はお金の投票

どのような商品を選択し、消費するかということは個人の選択ですが、これには社会的な意味合いも含まれます。

商品を販売する企業は、多くの時間と費用をかけて質の高い商品を提供しようと努力しています。多くの消費者がその手間をかけて開発された商品を選択してくれれば、企業は利益を出し、それを作る人の生活が支えられ、そしてよりよい商品が生み出されていきます。しかし逆に消費者に選ばれず、売れなければ、その商品はなくなり、企業が倒産してしまうこともあります。

つまり、買い物をするとすることは、企業に「お金の投票」をしていると言えます。普段の何気ない買い物で、消費者である私たちが何を選択するかによって、市場に大きな影響を与えているといえます。



Point 商品の選択には社会的な意味が含まれることを意識して消費しましょう。

2-2 よく考え消費しよう

多くの企業は、消費者が商品によって満足を得られるよう、また、たくさんの人に選ばれるよう、懸命に努力をしています。ただ、中には説明不足で消費者に誤解を与えたり、わざと騙して他人の権利を侵害し、利益を得ようとする人もいます。

たとえば人気映画のDVDを例にとってみると、正規の商品に対して、違法コピーされたいわゆる海賊版というものインターネットの普及に伴い、流通するようになりました。映画の他にも、時計やバッグなどを精密にコピーしたのも存在します。もちろん取り締まりは行われていますが、偽物と知りつつ安さに惹かれて商品を買う人が存在する限り、偽物を売ろうとする人は次々と現れてきてしまいます。偽物が溢れる世界になってしまったらどうなるかということ、この章では考えていきます。

偽物で得たお金は、犯罪組織の資金源になることもあるので、偽物を買うことは間接的に犯罪に加担することになります。商品やサービスの自由な選択は、消費者に与えられた「権利」ですが、これは逆に自分の選択に対する「責任」も併せ持つことになります。どのような商品を選ぶべきか、消費者が自分で適切な選択をできるよう、正しい知識と認識を持つことが大切になってきます。自分だけでなく、社会にとって望ましい商品を選択し、お金を投票していくことが消費者の責任というわけです。そうすれば悪い商品や企業はなくなり、質の高い商品やサービスが将来にわたってたくさん生み出されていきます。自分の選択に責任をもち、正しい判断で消費を行えば、自分の生活だけでなく、社会全体をより豊かにすることにもつながります。質の高いもの、自分のお気に入りのものがなくなってしまう。そんな悲しい未来にしないように、日頃から広い視点を持って消費を行っていくことが大切です。

Point 商品やサービスの選択は、消費者の「権利」ですが、これは逆に自分の選択に対する個人的または社会的な「責任」も併せ持つことを意識しましょう。

2-3 実習-個人と社会の視点で消費行動を考える

実習2 「『個人』と『社会』それぞれの視点で消費行動を考える」

実習2で何を学ぶか

●消費者市民社会の構築「本物を見極めモノの使い方を理解し、大切にすることを育む」

消費生活において、批判的に思考し、意思決定ができる。



本物のDVDと、ニセモノのDVDを選ぶことを例にあげ、批判的思考(クリティカル・シンキング)で物事を多角的かつ客観的、論理的にじっくり考える力を身につけることを目指します。批判的思考は、消費者市民が身につけておくべき、大切な能力です。

まずは、本物のDVDを買うことと、ニセモノのDVDを買うことについて、個人の視点で考えを書いてもらいます。たとえば本物は「本物を持つことの満足感」「価格が高い」ということがあげられます。ニセモノは「本物に比べて価格が安い」「ニセモノを持っているという罪悪感」などがあげられます。

実習2 「個人」と「社会」それぞれの視点で消費行動を考える

Q 本物のDVDとニセモノのDVDを選ぶことは、個人や社会にとってどのような長所と短所があるだろう？

本物のDVDを買う

○長所 例：本物を持つことの満足感

✕短所 例：ニセモノに比べて高い

ニセモノのDVDを買う

○長所 例：本物と比べて安い

✕短所 例：品質の保証がない

個人の視点

グループ演習なので、より多くの項目を出し合ひましょう。
細かい項目でもいいので拾っていき、属性に分けて整理をする事が重要です。

社会の視点

○長所 例：製作者のアイデアを守り、さらに良い商品が生み出される

✕短所

○長所

✕短所 例：売り上げは、犯罪組織の資金源になる

本物のDVDを買う：「社会的な視点」の短所
ニセモノのDVDを買う：「社会的な視点」の長所
この2項目は、本来は「ない」考え方です。
なぜないのか、話し合ってみましょう。

どんな社会につながるでしょうか？

MEMO

次に社会の視点を比較します。社会の視点では、本物のDVDを買うことで「著作者・製作者のアイデアや権利を守る」「さらに良い商品が生まみ出される資金源になる」ということがあげられます。対して、ニセモノのDVDを買うと「売り上げは犯罪組織の資金源になる」「自分も犯罪の片棒をかつぐことになる」といったことがあげられます。

最後に「**どんな社会につながるでしょうか？**」の欄に、本物のDVDを買うこととニセモノのDVDを買うことで、どんな社会につながるかを記入してもらいます。「本物のDVDを買えば、それを資金に、よりよい次回作が期待できる。だけど、ニセモノのDVDを買えば、著作者・製作者の資金がなくなり、次回作を作ることができない。しかも、今後、犯罪組織がどんどん増えていってしまう」などといったことが考えられるでしょう。この実習で、**個人が社会的な視点を持って消費を行うことがどう影響していくか、見つめなおす機会**を目指します。



MEMO

3章：大きな力を持つ消費者の選択

3-1 身近な物で考える

チョコレートの原料であるカカオ豆は、主に西アフリカで生産されています。このカカオ豆の生産者は、先進国の買い叩きにより、労働量に見合った対価をもらえず、不安定な生活を送っていたり、幼い子どもたちにも劣悪な労働を強いているという実情があります。これはカカオ豆に限ったことではありませんが、こうした問題に対して考えられたのが「フェアトレード」というものです。開発途上国などの弱い立場に置かれた生産者と、先進国の消費者との間で、公平な(=フェア)取引(=トレード)を行うという活動です。

「国際フェアトレード認証ラベル」がついている商品を選んで消費することで、適正な取引をする企業を支持し、生産者や労働者の生活を支えることも、消費者として良い選択になります。

Point 「フェアトレード」について正しく認識しましょう。



®

国際フェアトレードラベル機構が定めた「国際フェアトレード認証ラベル」。このマークがついている商品は、適正な基準で取引が行われていることが証明されている

3-2 消費者市民としての消費

社会的な意味を考えた、消費者としての選択は、地球に対しても同じです。使い捨てではなく長く使えるものや、詰め替え、リサイクルできるものを選択することで、企業もそういった商品を開発しやすくなります。レジ袋を使わない選択をしたり、公共交通機関を使うことも、地球環境に優しい消費と言えます。また、時には「消費(購入)しない」という選択も重要です。本当に必要でないものをいわずらに買いすぎることは、資源を無駄に消費していることになります。

環境を考えた商品やサービスを選択する消費者を「グリーンコンシューマー」といいます。消費者市民になるためのお手本となる考えです。

Point 地球環境にやさしい消費を選択することも消費者市民としての考え方です。

覚えておきたいキーワード

フェアトレード

開発途上国などの弱い立場に置かれた生産者と、先進国の消費者との間で、公平な(=フェア)取引(=トレード)を行うという活動

グリーンコンシューマー

環境を考えた商品やサービスを選択する消費者



4章：消費者の権利と責任

4-1 消費者の権利と責任

商品を買った時、その商品に不具合があった場合、正常なものに交換してもらえるよう、お店や企業に求めることが多いはず。これは消費者の権利の一つで、この他にもさまざまな権利があり、消費者は守られています。商品が説明とは違うものだったり、中には詐欺のように騙して契約を迫るような悪質なケースもあります。こういうトラブルに遭遇した時、身を守る知識を身につけておくことが大切です。

たとえば自転車に欠陥があって、それが原因で車輪がはずれ、怪我をしてしまった。この章では、こういった場合の消費者の権利と責任について考えます。

まず、消費者の権利によって自転車を購入しました。購入する際に説明を受け、安全性などの情報を知る権利があります。しかし、重要な点として、安全が確保されていなければなりません。さらに、自転車として乗ることもできず、使用の目的が果たせない状態になったのですから、商品の「基本的な需要が満たされる権利」にも反することになります。この場合、消費者は企業に対して商品の改善を求める権利があります。そして欠陥から受けた被害もあるので、怪我の治療費などをもろう権利もあります。



Point 消費者トラブルに遭遇した場合、どう対処しますか？ 消費者の「権利」と「責任」を踏まえて理解しましょう。

4-2 消費者の責任

企業や販売元に改善などの意見を伝えることは、消費者の権利であると同時に責任でもあります。欠陥がそのままにされれば、同じ自転車でまた事故が起き、他の人も同様に怪我をしてしまう可能性があるからです。このように消費者の意見が商品に反映されれば、消費者の安全と健康がより確保されるようになっていきます。

しかし、企業が消費者の意見に取り合わないこともあります。そういう時に力になってくれるのが、自治体にある「消費生活センター」です。こういった行政機関に相談することで、行政から直接企業へ働きかけ、

商品の改善につながることもあります。また、その意見を広く社会で共有する役割も果たしてくれます。一人の意見は小さくても、多くの声が集まることで、企業を動かすほどの大きな力を発揮することができます。

「権利と責任」というと、難しく聞こえるかもしれませんが、要するに、安全で安心な暮らしを守るために、消費者一人ひとりが権利と責任を持って行動することが大切ということです。



Point 企業や販売元に意見を伝え、商品の改善につなげるのも消費者の「責任」の一つです。

4-3 実習-実際にあった消費者トラブルの例

実習3「具体的なトラブルの例から消費者の『権利』と『責任』を考えてみる」

実習3で何を学ぶか

●消費者市民社会の構築×商品等の安全×生活の管理と契約

消費者の権利と責任を理解し、それに沿った消費行動ができる。



この実習では、消費者の権利と責任についての理解を深めるとともに、具体例をもとに考察していきます。まずは実習3に書かれた「消費者の権利」と「消費者の責任」について確認してください。その後で、「購入した自転車に欠陥があり、車輪が取れてしまってケガをした!」という事例について、消費者の権利と責任においてやるべき具体的な行動などを記入してもらってください。

●消費者の権利

①安全が確保される権利	健康や命にかかわる危険な商品によって消費者が危害を受けないように保障される
②選択する権利	自分の意思で自由に商品やサービスが選択できる機会が保障される
③知らされる権利	商品を選ぶ時に、正しい表示やお店の人から適切な情報を知ることができる
④意見が反映される権利	企業や行政等に意見を申し出た時に、反映されて対応策がとられる
⑤消費者教育を受けられる権利	被害や事故にあわないような消費者センスを身につけるため、事前に学校や家庭で学ぶことができる
⑥被害の救済を受けられる権利	被害を受けて企業や消費生活センター等に相談した時に、被害を回復するために対応策がとられる
⑦基本的な需要が満たされる権利	生活に必要なものが保障される
⑧健全な環境が確保される権利	健全な生活環境の中で動き、生活できる

出典：消費者庁「消費者センスを身につけよう」

●消費者の責任

①商品や価格などの情報に疑問や関心をもつ責任	与えられた情報をうのみにするのではなく、「あれ？何かおかしいな？」と疑問や関心をもつ
②公正な取引が実現されるように主張し、行動する責任	買った商品に問題があった時に、販売元に問題の改善を求めたり、消費生活センター等に相談する
③自分の消費行動が社会(特に弱者)に与える影響を自覚する責任	消費者の行動は、自分だけでなく、商品を生産する人や社会全体に影響を与えていることを自覚する
④自分の消費行動が環境に与える影響を自覚する責任	環境に配慮した商品を選択したり、ゴミの出し方などに配慮するなど、消費者の行動が環境に影響を与えることを自覚する
⑤消費者として団結し、連帯する責任	トラブル解決のために、被害にあった人が一緒になって問題に立ち向かう

出典：消費者庁「消費者センスを身につけよう」

5章：消費者市民社会を目指して

5-1 自分の声をあげよう

消費に対して、批判的な目を持ち、意見を言うことがとても重要です。遠慮して声をあげにくい場合もありますが、意見を伝えることは企業にとっても社会にとっても、必要な行動です。

現代社会は、便利なものであふれています。それは企業の努力はもちろんのこと、消費者の声が商品やサービスの質に反映されることで、さらに良いものが編み出された結果です。これは企業にとっては商品がたくさん売れば大きなプラスになり、消費者にとっても社会にとってもたくさんの利点が生まれることとなります。私たちが知っている商品の中には、ペットボトルのくぼみや指はさみ防止ドア、ヨーグルトのふた、肌着の表示など、消費者の意見で開発されたものも数多くあります。

また、不具合だけでなく、気に入った商品においては、使った感想や優れた点を企業に伝え、その商品や企業を応援することも大切なことです。今は多くの企業がウェブサイトを持っており、気軽に情報のやりとりができるので、意見や感想をぜひ伝えてみましょう。



Point 商品やサービスの質を向上させるには、消費者である自分自身が声を上げて意見することが必要です。

5-2 消費者市民社会実現のために

今回は「消費」を改めて見つめ直す機会になったかと思います。私たちが「消費者市民」になり、ひいては消費者市民社会を実現するためには、一人ひとりが自分のことだけでなく、周囲の人々、社会のこと、そして未来のことなど、消費者として大きな視野を持って行動していくことが大切です。一人ひとりの力は小さいですが、多くの人が集まれば、社会の問題を解決できる大きな力になりうるのです。その力を知り、良い社会を作ることが消費者市民のあるべき姿です。

そのためには、自分が持っている権利と責任を知って、選んで行動する必要があることをこの教材から学んでもらえたはずです。さあ、あなたも今日から消費者市民。みなさんの今後の活躍を期待しています。



Point 一人ひとりが消費者として周囲の人々や社会のこと、そして未来のことを考えて行動していくことが大切です。

5-3 消費者市民として自分に出来ること

映像教材は、「5-2 消費者市民社会実現のために」で終了していますが、時間に余裕があれば、実際に企業に手紙やメールを出すことを想定して、自分が購入した商品について意見をまとめるという実習を行ってもよいでしょう。





静岡県

「知り・考える 消費者市民社会」指導マニュアル

平成27年3月

発行 静岡県 暮らし・環境部 県民生活課
〒420-8601 静岡市葵区追手町9番6号
電話:054-221-2175 FAX:054-221-2642
E-MAIL:shohi@pref.shizuoka.lg.jp