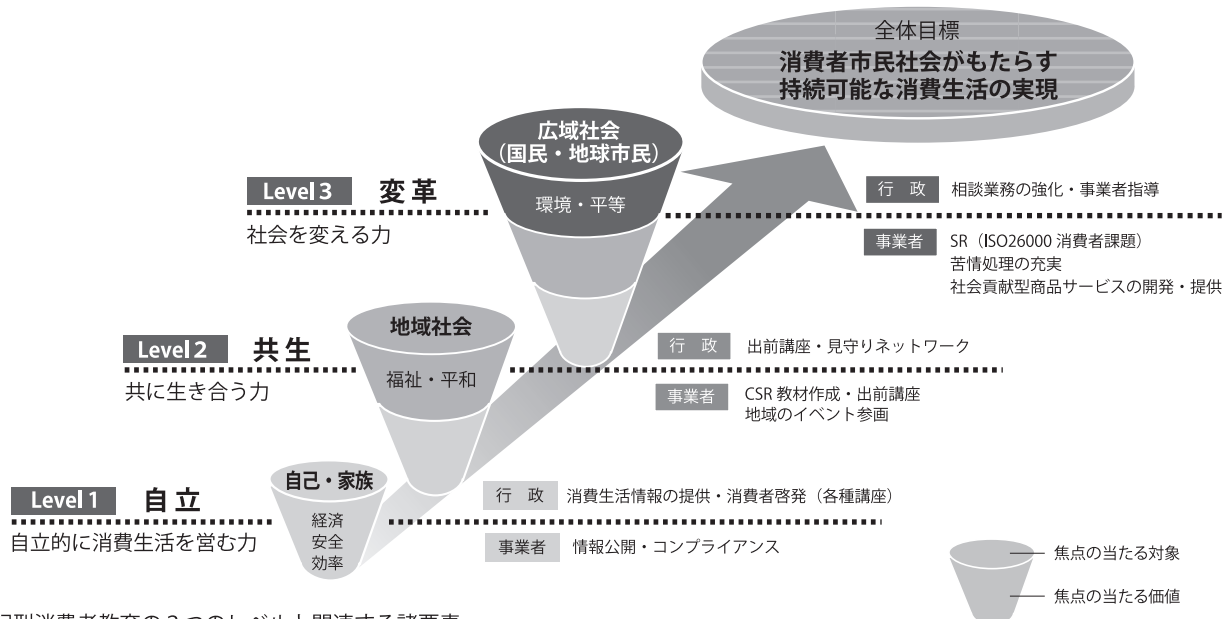




した消費者行政・消費者教育が長く展開されてきましたが、2004年の消費者基本法の成立後は、消費者の「自立」を支援する消費者行政・消費者教育へと移行しました。さらに消費者問題や環境問題が深刻化するなかで、地域社会で助け合う「共生」力や自分自身の行動によって「社会を変え力」をもった消費者の育成を狙いとした消費者教育が展開されるようになりました。すなわち、現在は「変革」のための消費者市民教育の時代といえることができず（図参照）。

次世代への消費者教育という点では普遍的な学校教育が有効ですが、成人に対する消費者教育については、その機会は限られており、知識や情報収集力に個人差が大きいという問題があります。情報弱者に対しては、行政による出前講座のほか、地域の消費者同士による声掛けや情報提供などの「見守り活動」が非常に重要です。特に意識の高い「消費者リーダー」を通して、知識を伝えるだけではなく消費者の「行動を変える」仕組みを作ることが、課題の解決につながるのではないかと考えています。企業の方々には、CSR活動や情報提供に加えて、消費者が意識すればすぐに行動



21世紀型消費者教育の3つのレベルと関連する諸要素

できるよう、様々な環境配慮型の商品やサービスを市場に提供していただきたいと思えます。

### ●●●●● バランスの取れた

#### ●●●●● 生活リテラシーを身につける

生活とは3つの生命——「肉体的生命(体)」「理性的生命(知)」「感性的生命(心)」が日々バランスよく再生産されている状態を意味しています。つまり、健康状態の維持・改善や、知的な発展をめざし、心の豊かさを高めながら生きていくことが、人間らしい生活といえます。また、生活に必要なものを「生活資源」と呼んでいます。生活資源には、人が持つ能力、個性、スキル、人間関係などの「人的資源」と、お金、時間、モノ、サービス、エネルギー、情報などの「非人的資源」があります。一方、リテラシーとは「知識+それを活用できる能力」です。これらのことから、一人ひとりがライフステージやライフスタイルに応じ、様々な生活資源をいかに活用すべきかを見極めて人として豊かな生活を実現できる力、それが「生活リテラシー」であるといえます。その中で私たちに今一番不足しているリ

テラシーは何かと考えると、人間関係を活用する能力ではないかと感じます。人と人のつながりをうまく生活の中に取り入れ、より良く生きることが苦手な人が多いのではないのでしょうか。大切なのは、他者との関係の中で生まれる社会性や倫理観です。自分の行動が周りの人に与える影響を自分で行動する、他者のために何かができる自分になる、そんな消費者市民的な生き方が、いま求められています。そして、生活の諸資源を、相互のバランスを取りながらうまく活用し、社会的な価値にも目を向けながら、生活目標を効率よく実現できる能力が必要とされています。

### ●●●●● エネルギー・リテラシー

#### ●●●●● 向上のために

エネルギーは、生活に必要な非人的資源の中でとても大きな存在です。エネルギーの活用の仕方が、生命の維持や豊かな生活と深く関わってくるからです。私たちがガスや電気などのエネルギーを享受できる仕組みは、人が健康で文化的な最低限の生活を送るために必要な社会資本であり、社会全体で維持していくべき重要な生活資源で

あるといえます。こうした点から、現代的倫理的消費や環境問題、消費者のライフスタイルを考える上で、エネルギーは象徴的な存在となっています。

省エネやCO<sub>2</sub>削減には、日常生活での地道な努力よりも高効率機器の開発の方が効果的であるかもしれません。しかし、一人ひとりの省エネ行動の効果はわずかずつであっても、問題意識を持ち続け、行動することこそが大切であると考えます。環境のためにエネルギーの使い方を工夫する、省エネ型の機器をよく考えて選択する。こうして身に付けた習慣や態度は、その人の生涯にわたる様々な生活場面で発揮されます。また、その人を取り巻く他者へも広く波及していきます。

エネルギーを賢く使うということは、エネルギーについての仕組みや成り立ちなどの基本的なことを知った上で、私たちのライフスタイルを少し変えてみることから始まります。苦しい我慢を強いる方法では長続きしません。楽しく・気軽に・快適にできることが持続可能にするポイントです。エネルギーの利用においても「私もやってみよう」「私にもできる」と思えるモデルがあれば、消費者がライフスタイルを変え

る手助けとなるのではないのでしょうか。私益と共益と公益をバランスよく志向し、持続可能なライフスタイルの実現をめざしたいものです。

(本稿は、東教授へのインタビューをもとにCEL編集室がまとめたものです。)

### 東 珠実(あずま・たまみ)

椋山女学園大学現代マネジメント学部教授・博士(商学)。1959年生まれ。82年静岡大学教育学部卒業。87年中京大学商学研究科博士課程単位取得満期退学。2011年ベスト消費者サポーター賞(消費者庁)受賞。専門分野は消費者教育、生活経営学。主な著書は『現代日本の消費とマーケティング』(共著・税務経理協会)、『規制改革と家庭経済の再構築』(共著・健帛社)など。

