

くらしの情報

No. 235

2016年9月号

編集発行：新宿区立新宿消費生活センター TEL：03-5273-3834



私たちの暮らしに活かしましょう “エシカル消費”

経済・社会の国際化、情報化が進展する中で、私たちは、世界中のさまざまな商品・サービスを購入することができます。どんな商品やサービスを、どのような基準で選ぶのか——社会と環境に配慮した新たな消費スタイルとして注目されているのが「エシカル消費（倫理的消費）」です。

「エシカル消費」は、日常的な消費活動の中で、私たちが無理なくできるうえ、それによって社会や人に役立っていると実感できる行動です。

よりよい社会を目指し、本当の意味での“豊かな”消費生活を送るために、エシカルな生活を始めてみませんか。



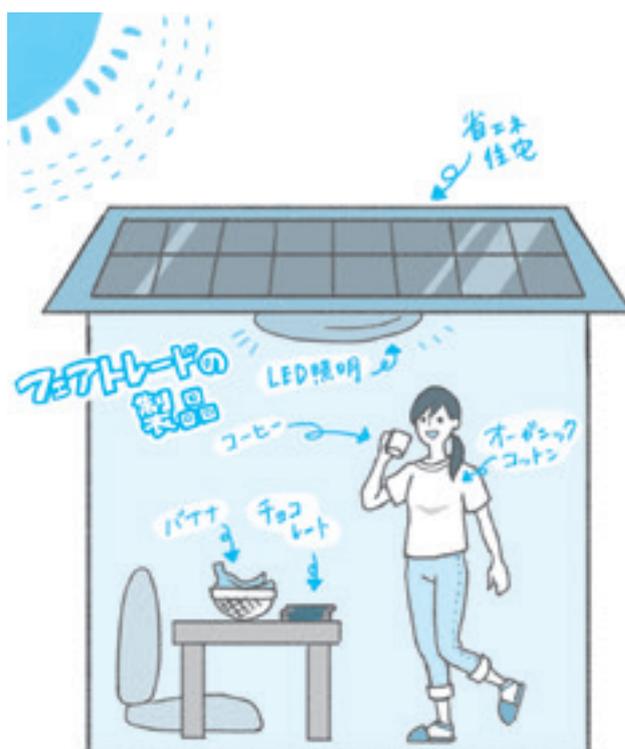
人や社会、地球環境にやさしい「エシカル消費」

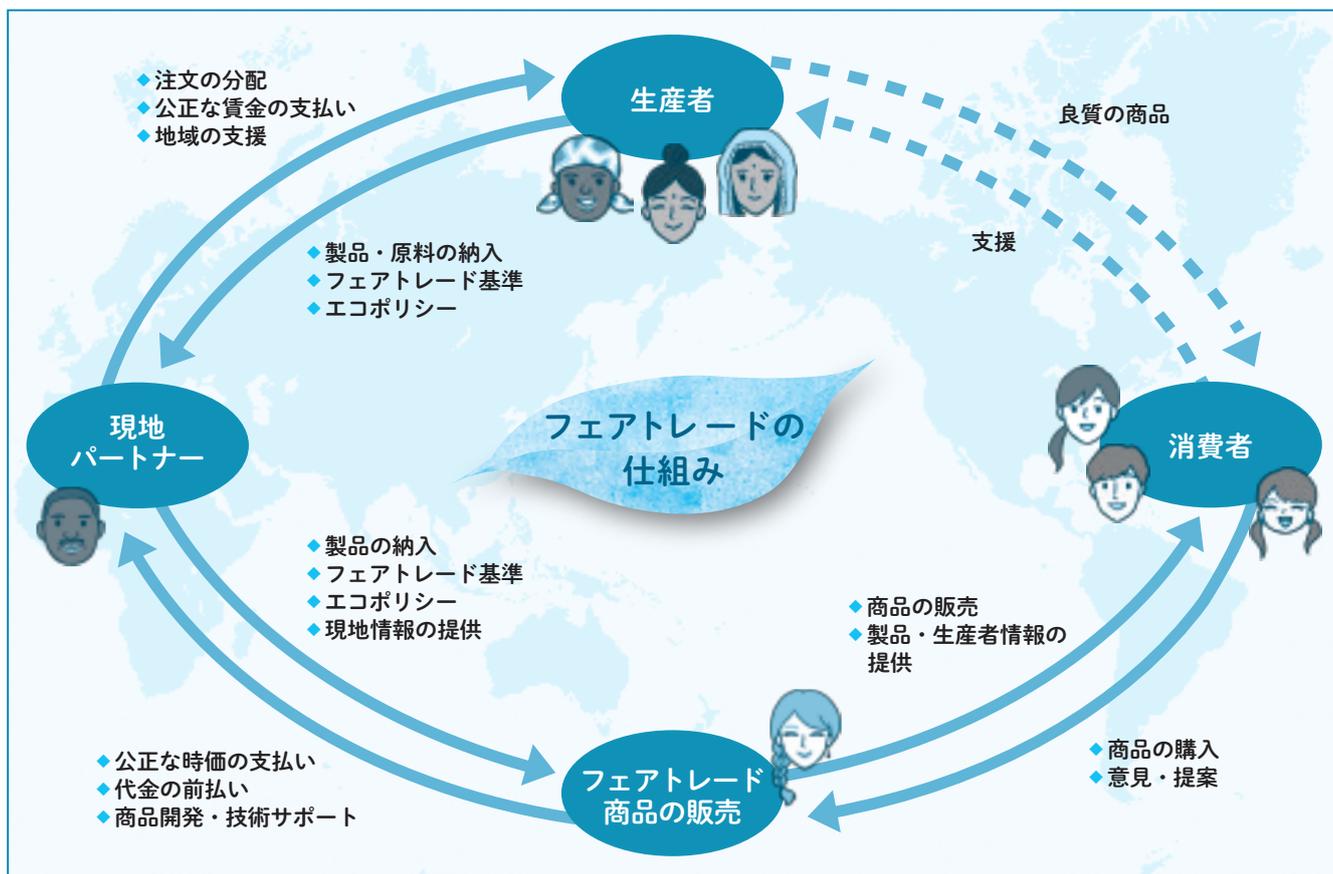
私たちは、食べ物や洋服、エネルギーなど、色々なものを消費して生活しています。

でも、それが誰の手で、どこで、どのように作られたか知っていますか？ 実は、先進国の人々が大量生産・大量消費を繰り返してきたことで、そのしわ寄せが環境の破壊や発展途上国での搾取につながっているのです。

たとえば、コットン（綿）の生産には大量の農薬が使われますが、そのために毎年約2万人の人が亡くなり、300万人の人が慢性病に苦しんでいます。生産者の多くは発展途上国の小規模農家で、いくら生産しても安く買い叩かれ、わずかな収入しか得ることができません。毎日身に着けているコットンの服や下着が、このような状況で作られていると知ったら、自分の消費についてもっと関心と責任を持ちたいと思うのではないでしょうか。

世界中で起きているこうした深刻な問題を、消費者として解決する有効な手段が「エシカル消費」、つまり「人と社会、地球環境のことを考慮して作られた物を購入、消費すること」なのです。





一人ひとりの消費行動が、社会や環境、未来まで変える

「エシカル」という言葉は、あまり馴染みがないかもしれませんが、イギリスでは1987年、すでに「エシカルコンシューマー（倫理的消費者）」という雑誌が発行されており、日本では2010年頃から「エシカル」という言葉が徐々に使われ始めました。2015年には消費者庁によって「倫理的消費」調査研究会が設置されています。言葉自体はそれほど古くないのですが、こうした考え方は、日本人が本来持っていた「物を大切にする心」や「助け合いの精神」にも通じるもので、人間が本来持つ良心から発生した社会的な模範だといえます。

「一人ひとりの消費が、社会にそんなに影響力を持つのだろうか？」と疑問に思う人もいるでしょう。でも、日本のGDPのうち、個人消費の占める割合は、なんと約6割にも上ります（平成28年版消費者白書より）。それだけ、消費者が社会や経済に与える影響は大きいのです。日々の買い物を通じて、私たちは社会や環境、ひいては未来を変えうる力を持っているのですから、意識して日々の買い物をしていくことが大切です。

毎日の買い物で「エシカル消費」ができる

先ほど、コットンの例を挙げましたが、発展途上国の小規模農家がオーガニックコットンを育て、買い手が適正で公正な価格で購入すれば、農家の生活改善と自立が支援され、農地の環境も守られます。この仕組みが「フェアトレード」です。こうした商品を選ぶことが、エシカルな消費になります。環境に配慮した製品の購入（グリーン購入）や、自然エネルギーの利用、リサイクル製品や寄付付きの製品の購入、地産地消、応援消費なども、すべてエシカル消費です。

長寿命でエネルギー効率の良いLED電球を選んだり、地元の農家からオーガニック野菜を直接購入するなど、できることからOK。誰かを不幸にしない、真に豊かな社会に近づくために、エシカルな商品を手にとってみませんか？



参考サイト

- <http://ethicaljapan.org/> 一般社団法人 エシカル協会
- <http://www.caa.go.jp/region/index13.html> 消費者庁 「倫理的消費」調査研究会

新宿消費生活センターからのお知らせ

● 新宿区消費生活地域協議会を開催しました

平成 28 年 7 月 5 日 (火)、第 1 回新宿区消費生活地域協議会を開催し、消費者教育の推進と消費者の安全確保について、意見交換を行いました。

消費者教育の推進では、平成 28 年 11 月に開催する消費生活シンポジウムのテーマ「エシカル消費—人や社会、地球のことを考えた倫理的な消費行動やライフスタイル—」について、有識者から解説を受けるとともに、中学生期に行う消費者教育の効果的な方法について、協議しました。

消費者の安全確保では、増え続ける高齢者の消費者被害の未然防止、及び拡大防止について、地域で協力して見守り、被害を迅速に解決するための地域連携の必要性について、意見交換を行いました。

● 新宿区消費生活シンポジウムを開催します

(仮題)「あなたの買い物で世界が変わる！～すてき発見！エシカル消費！」

有識者から消費者市民社会とは何かを解説いただくとともに、エシカル消費について、様々な立場から意見交換を行い、これからの新しい消費行動について提案します。

- ◆ 日 時：平成 28 年 11 月 12 日 (土) 13:00～16:00 (受付 12:30～)
- ◆ 会 場：BIZ 新宿 (新宿区立産業会館)
新宿区西新宿 6-8-2
- ◆ 第一部：基調講演「めぞう！消費者市民」
横浜国立大学 教育人間科学部教授 西村 隆男氏
- ◆ 第二部：パネルディスカッション「エシカル消費・社会・みらい」
- ◆ 消費生活パネル展を同時開催
- ◆ 申込み：当日、直接会場へ。先着 200 名。



講座・イベント情報

新宿区内の消費者団体の講座・イベントです。みなさまのご参加をお待ちしています。

	講座・イベント名	講 師	日 時	費 用	主 催	申込み・問合せ
1	消費者講座 「現代の葬儀とお墓事情」	行政書士 西野雅也氏	9月3日(土) 午後1時30分から 午後3時30分まで	無料	関東 シニアライフ アドバイザー協会 新宿区部会	当日直接、会場へ。 先着 25 名
2	9月学習会 遺伝子組み換えの現状を考える ～鮭、リンゴからゲノム編集技術まで～	ジャーナリスト 天笠啓祐氏	9月28日(水) 午後1時30分から 午後3時30分まで	500円 (資料代)	暮らしを 考える会	申込み 暮らしを考える会事務局 電話・FAX 3203-2951 (小林)
3	10月学習会 日本経済と私たちの暮らし ～超金融緩和と円安の影響を考える～	暮らしと 経済研究室 主宰 山家悠紀夫氏	10月21日(金) 午後1時30分から 午後3時30分まで	500円 (資料代)		

※会場は、新宿消費生活センター分館 (高田馬場 1-32-10)



相談員コラム 相談の合間で…

相談を受けていますと、その多くが苦情やトラブルの為に、当たり前ですがなかなか良い話には出会えません。

それでも、相談の為に情報収集をしていて、消費者に有益な情報に出会うと、「オーッ！」と、前のめりになって情報を読み漁り、気分もすっきりするのは、職業病ですかね。

先日、今年初めの東京地裁の判決を読んで、久しぶりに「オーッ！」と嬉しい気分になりました。消火器のリース契約の不当勧誘が不法行為にあたるとして、公序良俗に反して契約が無効だ

とされた事件です。当区のセンターにも目立って入った事案で、すっきり解決しない相談として、気になっていた事案だったからです。

弁護団の先生方のご努力に脱帽ですが、裁判の判決を良かったなあ～と身近に感じられるのは、相談員だからこそその感慨だと思います。

世の中、必ずしも正義ばかりが勝利するとは限りませんが、某歌劇団のモットーのように、「清く、正しく、美しく」あって欲しいですね。

情報技術の発達やインターネットの普及により、近頃では、スマートフォンの保有率も増加しています。海外との越境取引も盛んになり、高齢者でもインターネット取引をする人が増えてきました。消費生活相談の現場でも、通信機器をめぐるトラブルや、電子商取引にかかわるトラブルが群を抜いて増加しています。電子商取引は、取引内容のみならず、決済手段の複雑化、インターネット詐欺、情報セキュリティの問題等、様々な問題が絡んで大変難しい相談となっています。

更に、新宿区では、独居の高齢者が多く、判断不十分な高齢者も増える中で、詐欺的な投資商品、高額なりフォームや浄水器、健康食品などの特殊販売が後を絶ちません。特殊販売は、全相談件数の約半数（47.7%）にあたり、訪問販売、電話勧誘は減少傾向ですが、通信販売は増加の一途です。

1. 相談件数

●相談件数は3,478件で前年度より4.6%の減少となりました。【図1】

新宿消費生活センターに寄せられた平成27年度の相談件数は、3,478件で、前年度（3,645件）と比べて167件の減少となりましたが、過去5年間の推移で見ると、増加傾向にあります。

寄せられた相談に対し、多くは解決のための助言や情報提供を行いますが、必要に応じてあつ旋を行い、その件数は353件です。全相談件数に対するあつ旋率は10.2%となり、うち、87.5%はあつ旋による解決をみております。

2. 相談者の年代別内訳

●30代、40代と60歳以上の高齢者の相談が多くなっています。【図2】

相談者の年代別相談件数を見ると、30代（542件）、40代（581件）の相談が多くなっています。また、60代、70代以上が合わせて818件と、高齢者層は増加傾向にあります。高齢者は、テレビショッピングやインターネット取引など、活発な消費活動が伺える一方で、判断不十分なところを付け込まれ詐欺的取引をさせられたり、契約内容が十分理解できないまま、契約をしてしまう高齢者も多くいます。

3. 相談内容と特徴

●最も多い相談は「運輸・通信サービス」に関する相談でした。【図3】

相談内容では、最も多い相談は「運輸・通信サービス」に関する相談でした。携帯電話やパソコンを使ったアダルトサイトのワンクリック詐欺や、身に覚えのない架空請求、携帯電話の乗り換え契約や、卸売の始まった光回線契約に関する相談などで、前年より99件増加して、相談全体の28%も占めています。次いで多かったのは、「土地・建物・設備」。その中でも大半を占めるのは「レンタル・リース・賃借」に関する相談で、主に賃貸アパートの退去時の修繕費や敷金に関する相談でした。新宿区の場合、在留外国人からの相談も多く、生活習慣の異なる住まい方がトラブルになっている様子が伺えます。3位の「教養娯楽品」は、パソコンやタブレットの購入、携帯、スマホの不具合や修理交換のトラブル、新聞の勧誘にかかわる相談が目立ちます。4位の「他の役務」は、様々なサービスに関する相談分野ですが、ワンクリック請求の二次被害に当たる解約代行サービス、個人情報削除してあげますと言う詐欺、HP作成代行に関する相談がありました。5位の「被服品」は、クリーニングトラブルも、例年一定数ありますが、ネット通販詐欺にひっかかり人気のブランド品が届かない、という相談も顕著です。

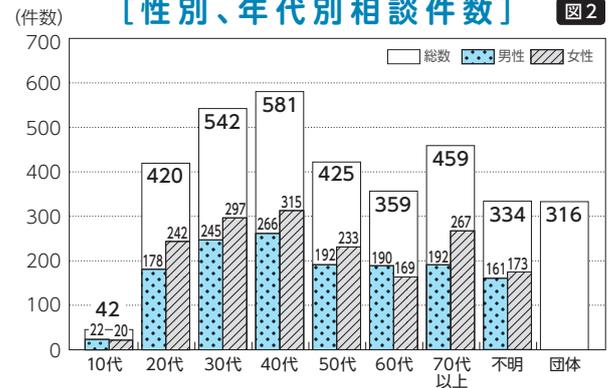
おわりに

消費者を取り巻く環境は、超高齢化、高度情報化、グローバル化などにより大きく変化しており、暮らしの利便性が向上する一方で、消費生活相談の内容も多様化、複雑化しています。特に、高齢者の被害は深刻さを増しており、地域で協力して見守り、予防していく事が求められています。また、ネット取引社会の消費者被害は、目まぐるしく法改正があるものの法規制は後追い状況にあります。困難な時代に向け、相談現場の更なる研鑽が必要だと感じています。

【相談件数の推移】



【性別、年代別相談件数】



【相談内容トップ5】

順位	分類	内容	件数
1位	運輸・通信サービス	携帯電話・パソコンへの架空・不当請求、インターネットのプロバイダ契約、オンラインゲームの課金	972
2位	土地・建物・設備	賃貸アパート、住宅リフォーム工事、投資マンション	543
3位	教養娯楽品	携帯電話・パソコン関連用品、新聞、DVD	270
4位	他の役務	不動産仲介、結婚情報サービス	213
5位	被服品	クリーニング、ネット通販による被服品購入	207

商品の購入・契約などの
トラブルでお困りの
区民の皆様のために

消費生活
相談室

電話番号 03-5273-3830

所在地 新宿区新宿5-18-21 第二分庁舎 3階

相談日 月～金曜日（祝日等を除く）

▶電話相談＝午前9時～午後5時 ▶来所相談＝午前9時～午後4時30分