個別課題の提案様式記入サンプル
本資料はあくまで記入サンプルであり、作成者及び
その所属組織の見解を述べたものではありません。

円卓会議第２回運営委員会
資料９－１

主　題：　持続可能な消費生活の実現に向けて

提案者：　○○委員、○○委員、○○委員

１．趣旨

地球温暖化問題や食料問題に象徴されるように，地球規模の課題と我々の日々の暮らしとの連関は，近年かつてないほど増大している。そうした中で社会変革の大きな鍵を握っているのが，消費者である。“本当によいものとは何か？”を考え，これを求める暮らしの実践は，企業を変え，社会を変えていく。

欧州を中心とする国際社会では，1990 年代以降展開されてきた“持続可能な消費”に関する議論が，特にここ数年，実践的な取組のレベルで一層の高まりを見せているほか，消費者の社会的役割に着目した“消費者市民社会（Consumer Citizenship）”概念が提唱され，新しい消費者教育体系の開発が精力的に行われている。

折しも，我が国においては，今年度中にも，この“消費者市民社会”の構築を原点の一つとする消費者庁の設置が予定される。また，来年には，生物多様性条約第 10 回締約国会議（COP10）の日本開催を控えており，生物多様性の保全と持続可能な利用に向けた消費者の役割について，世界有数の消費大国として，独自のモデルを発信することが期待される。

そこでこの機会に，**「安全・安心で持続可能な社会を構築するため，消費生活はどうあるべきか」**という点について広範なステークホルダーの対話を促進するとともに，持続可能な消費生活の実現に向けた各主体の行動計画を策定し、「安全・安心で持続可能な未来への協働戦略」の重要な要素として検討することを提案する。

２．協働が必要である理由，各主体の役割の例

当然のことながら，消費生活は，暮らしの中で手にする具体的な商品との出会いや，売り手とのコミュニケーションの中で成り立っている。さらに個々の消費行動の背後には，消費者一人ひとりの価値観やライフスタイル，さらには社会全体の文化や慣習が存在する。

したがって，持続可能な消費生活は，ひとり政府の一方的な広報活動や財政支出だけで実現するものではない。自然と共生して発展してきた我が国の伝統を活かしながら，作り手が真摯にものづくりに取り組むとともに，売り手がその真の価値を消費者に伝えること，さらに，ものの価値について深く考え，理解する消費者を育成するため，教育の現場や，消費者に身近な消費者団体やNPO・NGO が役割を発揮することも必要である。

３．具体的な検討事項の例

○消費者市民教育の推進（市民としての消費者の育成）
- 新たな消費者教育としての消費者市民教育の体系整備
- 消費者市民教育の担い手のキャパシティ・ビルディング
- ・・・・(未)

○消費生活を通じたグローバル社会への貢献
- フェアトレード商品の開発・普及
- ・・・・(未)

○安全・安心で持続可能な消費生活の実現
- 都会の消費者と生態系をつなぐ仕組みやイベントなど
- ・・・・(未)

○・・・・(未)
- ・・・・(未)
- ・・・・(未)

４．既存の取組との関係性（未）

５．ワーキンググループのイメージ

○構　　成：　製造業や流通業，消費者団体，労働組合，金融セクター，NPO・NGO，関係府省庁，専門家　その他
※その他，先進的な取組を行う企業や NPO・NGO 等からヒアリング

○審議日程：　平成 22 年 3 月頃を目途として行動計画の取りまとめ