

サステナビリティ消費者会議 (CCFS) について

CCFS は、持続可能な社会のために消費者組織として取り組むだけではなく、他の消費者組織、NPO・NGO などの市民組織、事業者との協働も行っています。具体的な活動としては、社会的責任 (SR)、消費者志向経営、消費者教育などに関わっています。

■活動例

- <2014 年>
 - ・消費者の企業への相談のためのテンプレート「コンプレインレター」を作成
- <2015 年>
 - ・企業の消費者志向事例を紹介
 - ・提言「消費者志向経営」
 - ・「消費者市民チェックリスト【食品編】」作成
- <2016 年>
 - ・知の市場「サステナブル消費論」講座開催(15 回)
 - ・消費者のためのサステナビリティに関する情報整理

CCFS ホームページ

<http://ccfs2014.jimdo.com/>

問合せ

ホームページのお問い合わせフォームをご利用ください。

消費者市民チェックリスト【宅配便編】 2017 年 3 月

公正で持続可能な社会に向けて

私たちができること

—消費者市民社会の消費者とは—

消費者は買い物を通して、公正で持続可能な社会（これを消費者市民社会と呼んでいます）に貢献することができます。消費者が何を選ぶか（買うか）によって、社会が良い方にも悪い方にも変わります。企業や政府・自治体だけではなく、消費者も子どもや孫、さらに未来の世代のために、何ができるか考えてみましょう。

消費者市民チェックリストとは

消費者市民社会における消費者になっているかどうか、自身の行動を確認するためのリストです。

あなたは消費者市民として、自分のことだけを考慮して、商品やサービスの購入や消費をするのではなく、他の人、社会や環境のことも考えて行動できているでしょうか。ためてみましょう。

消費者市民チェックリスト【宅配便再配達編】

商品を注文したら、翌日には届く！ 時には当日のことも！ また留守にしているにもかかわらず再配達のサービスも！ そんな便利なサービスに環境や労働問題が発生しています(詳しくは裏ページ)。消費者がサービスの使い方を見直して、問題解決に貢献することも可能です。

あなたの日ごろの行動を振り返って、できていることに☑してみましょう。

		✓			✓
①	宅配便の再配達環境負荷の問題になっていたことを知っていた。		⑥	家族や知人にも再配達の問題点や解決方法を伝えている。	
②	宅配便の再配達ドライバーの労働環境の問題になっていたことを知っていた。		⑦	宅配便の荷物は環境を考慮して簡易にすべきだと思う。	
③	社会や環境を持続可能にするために、企業も消費者もともに協力して問題解決することが大切であると考えている。		⑧	同じ事業者への注文はまとめて行うようにしている。	
④	宅配便の受け取りに「時間指定」や「宅配便 BOX」を活用している。		⑨	商品・サービスの生産・流通・使用・廃棄等に関わる社会や環境への影響について関心を持ち企業・行政等から情報*を入手するように心がけている。	
⑤	宅配便の再配達防止に努力している企業を選ぶようにしている(例.メール登録、コンビニや駅の BOX 設置など)。		⑩	日ごろから社会や環境に積極的に取り組んでいる企業の商品・サービスを購入・利用している。	
				合計	

*1 情報については企業や関連省庁のホームページで入手することができます。

宅配便の再配達については、国土交通省や環境省のほか、宅配便事業者のホームページなどでも情報を入手することが可能です。そのほかにも BOX 設置についてはコンビニ、駅などのホームページにも情報が掲載されていることもあります。

◆いくつできましたか？

9-10 個 あなたは立派な消費者市民です。あなたのまわりの人にもあなたの実践をお伝えしてみましょう。

5-8 個 ほかに何ができるか考えてみよう。

0-4 個 社会や環境を考えた行動を考えてみよう。

解説 消費者市民社会における消費者の行動

◆いくつかの段階が考えられます。

- ①自ら情報収集し、理解し、実践する
- ②身近な周囲の人にも情報提供やサポートを行い、その実践を促す
- ③課題解決に向けて、社会（行政機関、団体、事業者等）に働き掛ける

（出所：2015年3月5日 消費者庁「消費者教育推進会議とりまとめ」35-36頁）

◆「商品等の安全」で考えると・・・

- ①商品のラベルをよく読み、より安全・安心な商品を選択する。
- ②説明書をよく読んで使用する。周りの人が誤った使い方をしていれば注意する。
- ③安全性に疑問がある場合には事業者へ質問し、トラブルが発生した場合には、事業者へ確認をし、情報提供して、原因を確認するとともに、再発防止を要請する。

解説 「持続可能な消費」を考えてみよう

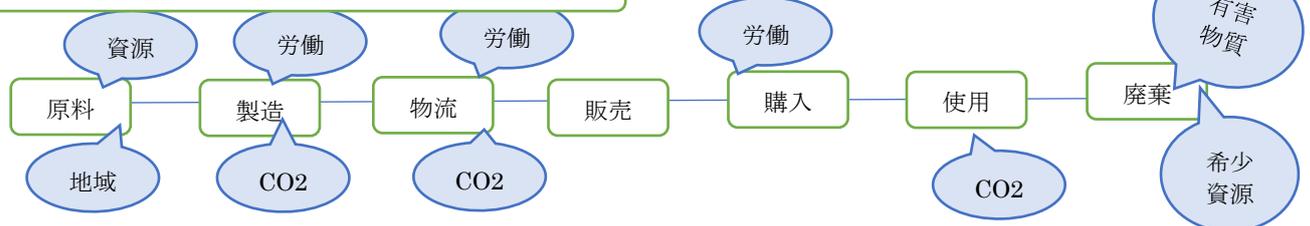
■「持続可能な消費」とは

・消費者が今のままの消費行動を続ければ、地球も社会も持ちこたえられなくなっています。世界中の人たちや未来の世代の人たちが豊かな環境のもとで、安心して暮らせる社会の実現に向けて、現在の私たち消費者が商品やサービスの購入・消費・廃棄などを考え、行動することが「持続可能な消費」です。

・どんな事例があるのでしょうか。

被災地の応援消費、フェアトレード、エシカル（倫理的）消費、環境配慮商品、節電、マイバッグの利用などが例として挙げられています。ほかにどんな事例が考えられ、自分はどんな行動ができるのでしょうか。

「商品・サービスの一生」を通して、社会・環境に配慮する



解説 「宅配便の再配達」の問題を考えてみよう

背景 参考：国土交通省「宅配の再配達の削減に向けた受け取り方法の多様化の促進等に関する検討会報告書」（2015年9月25日）

- ・ネット通販などの電子商取引が急速に発展し「宅配便取扱個数が急増（5年間で15%増）」
- ・ドライバー不足
- ・宅配便の約2割が再配達

再配達による社会的損失

◆CO2排出量約42%増

- ・営業用トラックのCO2排出量の約1%
- ・JR山手線の内側の約2.5倍の面積の杉林の年間吸収量に相当

◆トラックドライバーの労働時間増

- ・年間約1.8億時間、年間9万人（トラックドライバーの約1割）に相当する労働力が再配達で消費

再配達削減に向けたこれまでの取組み

◆消費者・宅配事業者・通販事業者との間の取組み

- ・再配達日時確認・通知の徹底、再配達日時指定の変更容易化・無料化、再配達時間の延長

◆消費者への理解促進

- ・社会的損失の問題への理解促進等

◆受け取り方法のさらなる多様化・利便性向上

- ・コンビニ受け取り、宅配BOXの普及、鉄道等の活用

環境省 温暖化対策としての「賢い選択（HCOOL CHOICE）の普及啓発

<https://ondankataisaku.env.go.jp/coolchoice/index.html>

- ・関係省庁、経済界、メディア、自治体、NPO等と連携し、省エネ・低炭素型の製品・ライフスタイルの選択などを促す国民運動を展開
- ・ほかにも温暖化対策の取組みとして、クールビズ、ウォームビズ、エコドライブなどがある。
- ・ホームページ上で「賛同登録」もできます。

参考 パリ協定を知っていますか？

2015年、すべての国が参加する形で、2020年以降の温暖化対策の国際的枠組み「パリ協定」が採択されました。世界共通の目標として、世界の平均気温上昇を2度未満にする（さらに、1.5度に抑える努力をする）こと、今世紀後半に温室効果ガスの排出を実質ゼロにすることが打ち出されました。日本は、2030年に向けて、温室効果ガス排出量を26%削減（※2013年度比）を掲げています。