

7. 消費者教育について 07.1.

消費者教育の一環として市民と専門家とのコミュニケーションを図る

消費者問題として、悪徳業者からどう身を守るか、賢い消費者になるには、といった観点で論議が花ざかりである。ここに、専門家をも巻き込んで論議すべしとして意見を述べることにする。

「消費者は賢くなるべし。」確かにその通りであるが、「生産者よ、消費者側の視点をしっかり持つべし」ということの方が急務のように思える。この点があいまいだから、消費に関する種々の問題が本質を(あまり)論議することなく生産者側の不祥事とかいうことで片付けられている嫌いがあるのではなかろうか。特に、この傾向は高度な技術をともなった場合には多いように見える。

例えば、耐震偽装事件のときにも(一部に)そうした捉え方があり、問題の論議の際に「消費者の意識向上をどうしていくか」というように、消費者にも大きな責任があるかのような論評も出る始末であった。(真に憂いておられる方も多いが。)もちろん、企業の社会的責任として企業コンプライアンスはようやく叫ばれるようにはなってきたが、そのようなことをいうまでもなく(消費者も含めて)市民側の視点があれば、妙な理屈付けまでは必要なしといいたい。加えれば、市民と(生産者をも含めた)専門家とのコミュニケーションが十分ではなかったことに問題があるといえる。

従って、この種の問題の解決には、当然、専門家をどう市民サイドに向けさせるかがポイントとなる。ここでは、以下に三点を方策として列挙することにする。

(1) 専門家にしっかりと市民ベースの視点を持ってもらうようにする。(心有る専門家は多いので、働きかけひとつが重要と考える)

(2) 市民のニーズは単に欲しいものといったものだけで捉えるのではなく、真に信頼できる人が介在することが付帯条件であることを専門家側に理解していただく。

(3) 専門家がかくなる視点を持つよう働きかけが出来るよう市民サイドがポテンシャルアップする。そうした観点で世論を形成する。

以上のことを実践するには、第一に討議や働きかけの場を作っていくこと、第二に(専門家といっても多岐にわたるが)こうした観点到賛同する専門家をも(若干)取り込むことを考えたい。これをもって、消費者問題が奥深く解決に向けて進むものと思っている。