

第1回 消費者団体のいま

サステナビリティ消費者会議 代表 古谷 由紀子(ふるや・ゆきこ)

「消費者団体の変遷と今日的役割」について、筆者が代表を務めるサステナビリティ消費者会議の活動を通して、今回から4回に分けて考えていきたい。あくまでも一団体、一個人の見解であるが、皆さまとともに消費者団体の今日的役割を考えていく機会にしたい。

消費者団体のことをよく知らない消費者

消費者団体は、消費者の利益のために活動する団体である。消費者基本法第8条では、消費者団体について、「消費生活に関する情報の収集・提供・意見表明、消費者への啓発・教育、消費者被害の防止・救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための活動を行う」としているが、その活動内容や活動スタイルは団体によっても時代や社会の変遷によっても異なる。

現在、消費者団体は、消費者被害の救済のために消費者相談や企業との交渉、あるいは被害救済のための訴訟活動、高齢者などの見守りネットワークへの参画、被害の防止から安全、金融、エシカル消費など幅広いテーマでの消費者啓発・教育、さらには消費者保護の法律などのルール作りなど多様な消費者問題を解決するために奔走している。しかし、消費者が消費者団体の名称も活動の実態も知らないという声も多く聞かれる。

現在の多くの消費者の利益を守る法律や制度は、戦後、消費者が消費者運動によって、消費者団体を作って、消費者の利益のために力を尽くした結果であり、これらの想いと活動は現在の消費者団体

に脈々と引き継がれている。それにもかかわらず消費者団体の実践と消費者の認識とのギャップはなぜ起こるのだろうか。消費者が自らの安全安心を守るための意識と行動が弱くなっているせいなのだろうか、消費者がこれまでとは異なる方法で行動しようとしているせいなのだろうか、あるいは、消費者団体が高度化・複雑化している社会の新たな問題に十分対応できていないということはないだろうか。この連載では、これらの疑問について事例をもとに考えていきたい。

持続可能な社会を目指す 「サステナビリティ消費者会議」の活動

サステナビリティ消費者会議では、消費生活アドバイザーが中心となって、消費者の視点から持続可能な社会の実現を目指す活動をしている。企業に対しては、責任あるビジネスが促進されるよう、主にステークホルダーダイアログなどの対話の場で、消費者の置かれた状況や企業の商品・サービスから発生する問題、そしてSDGs(持続可能な開発目標)など、消費者とともに取り組むための注意点や情報提供の在り方などを提言している。

また、消費者に対しては、持続可能な消費やエシカル消費を促進するために、講座の開催、啓発資料の作成、さらには実践のための事例を紹介している。最近では、デジタルやAIなど消費者視点の仕組みが未成熟な新たなテクノロジーの分野において、企業の方針や利用規約などに消費者視点が入られるようにアドバイスをするとともに、消費者には注意喚起なども行っている。