

第3回

消費者団体の枠を超えて
消費者利益の実現へ

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）

消費者団体の活動分野は時代や社会が変われば変わってくる。たとえば、デジタル社会の浸透による生活の変化、社会や環境問題と消費者利益の衝突など日々新たな問題が生まれ、新たな分野においても消費者が取りこぼされることがないように消費者利益の実現が行き渡ることが求められる。私たち消費者団体はこのような時代や社会の変化を受けて、消費者団体の枠を超えた活動も必要になっている。

求められる市民組織の連携・協働

私たちの日常を見渡すと、キャッシュレス決済もはや一般的になりつつあり、データやAI（人工知能）の利用によって、ネット上で自分好みの商品やサービスのお知らせが届いたりすることもよく見られる。また商品・サービスの広告に目を向けると、性別役割固定化を助長しかねないものや人種への偏見を見かけることもある。さらには製品の材料が地球上の自然に影響を及ぼしかねないことや働く人の労働環境の問題なども頻繁に聞くようになり、消費者はエシカル消費を求められるようになっていくが、掘り所となる情報が必ずしも多くはない現実がある。

このように現代の消費者は、従来の消費者問題に加えて、新たなリスクに晒されているばかりではなく、多様な考慮すべき事柄を抱えているが、消費者団体はこれら新たな問題に必ずしも専門知識や情報を持っていないことも多く、すべての的確に対応することはむずかしくなっている。そこで重要なことは専門家団体、環境団体、人権団体などの他の分野の組織との連携・協働ではないだろうか。SGDs

を例に考えると、持続可能な世界の実現を目指して設立された、日本のNPO・NGOなど市民組織で結成された「SGDs市民社会ネットワーク」があるが、そこに消費者団体の参加はほとんどない。その結果、SGDsに関わる政策提言や地域、他のセクターとの連携促進、SGDsの普及促進などに関わることができず、消費者利益に関わるインプットができない不都合も生じている。ほかにも、ビジネスにおける人権については、現在、世界中で問題提起とその解決への機運が高まる中、2020年10月、関係府省庁連絡会議において、企業活動における人権尊重の促進を図るため、「ビジネスと人権」に関する行動計画が策定（2020～2025）された。市民組織のネットワークである「ビジネスと人権市民社会プラットフォーム」では、行動計画策定に至る過程で政府への提言のほか、ステークホルダーの集まりに参加し、意見交換などを行ってきたが、そこに消費者団体の姿はほとんど見られず、これらの問題から取り残されているかの印象がある。

消費者のために
さまざまな市民組織との連携を

サステナビリティ消費者会議では、消費者が新しい問題にも不利益を受けることがないように、そして消費者のエンパワーメントによって、消費者が持続可能な社会に主体的に参画できるようにしていきたいと考えている。そこで、多様な分野のネットワークへの参画やこれら組織に対して消費者利益の実現のための考え方や仕組みへのインプットに力を入れていきたいと考えている。