

消費者団体事務局で 働く充実の日々

当時の消費者運動の状況

○戦後の食糧難の時代に立ち上がったのは関西の主婦たち。その動きを見学した東京では、1948年(昭和23年)に主婦連合会が結成された。

○1956年(昭和31年)には、全国消費者団体連絡会が結成された。その後、各地で消費者団体が増えていく。

○1974年(昭和49年)、日本消費者連盟の発足。

1969年から5年間、創立委員会の活動のあと正式にスタートした。5月18日、会場だった市ヶ谷(東京都)の自治労会館に参加した。200名程度の参加者、壇上には竹内直一さんをはじめ男性陣がならび、周囲はテレビカメラ、ものすごい熱気だった(※)。

財団法人消費科学センター・消費科学連合会

私が新聞で目にしたのは「消費者大学第15期」ものと心シリーズ(昭和49年5月〜7月)で、見田宗介(東京大学教授)さんは「消費者の自画像」をテーマにしていた。

消費者大学講座の初日、「何かお手伝いしましょうか」と言ったらしい。次の週に出かけたら、三巻秋子理事長が受付で待ち構えておられて「うちで働かないか」のお誘い。驚いたが、1974年(昭和49年)6月1日から働くことを決めた。

(財)消費科学センターは、渋谷駅南口を少しあがったところの古いビルの1階と2階を借りていた。事務局には伊藤康江さんと経理の方、そこに私に加わる。三巻さんから「いくらあつたら暮らせるかね?」「6万円?」「それに1万円足して7万円!」

最初の仕事はNHKのお昼のラジオ番組の対応で、砂糖の価格

についてだった。砂糖の価格?3日も調べることに費やす。当時、消費者団体は輪番でラジオ番組による情報提供をしていた。

(財)消費科学センターは、主婦連合会から分かれる形で1964年(昭和39年)に設立しており、短大構想があった。そして「消費者大学」シリーズを開催していた。1シリーズごとに10回の講座を設け、年3回のシリーズは充実していた。『三巻秋子の消費者大学』(現代評論社 1984年3月)では「消費者パワーが消費者エゴイズムとして反論を受けるような場面があり……消費者パワーの質的向上が緊急の重要な課題」としている。当初は衣食住のシリーズだが、徐々に社会問題を取り上げていく。

(財)消費科学センター設置後、消費科学連合会(任意の消費者団体)を発足する。会員は主婦連合会から分かれた人たちが構成され、企画委員会のもと衣料部、食料部、住宅部、物価家計部が置かれていた。部会活動の成果は『消費の道しるべ』(月1回発行)に掲載した。読者は全国にいて、発送作業は1日かかった。会員の方々は魅力的で、いきいきと活動されていた印象が強い。

苦情相談も仕事のひとつだった。年間100件ほどあり、まとめて国民生活センターに報告していた。牛乳の販売を中心とした生活協同組合も抱えており、大きな組織である。時折、渋谷駅前でキャベツなどの産直販売も実施した。

忘れられないこと

1974年(昭和49年)の秋、米価審議会に出席する三巻秋子さんに随行した。会場では名前を呼ばれ「開陳!」それから発言していた。

三巻さんは豪放磊落、相談に訪れる人も多かった。ヤマト運輸社長の小倉昌男さんもみえた、1976年(昭和51年)宅急便がスタートする。1970年代はコンビニエンスストアも全国的に展開していく。テレビでは「マーシャルが氾濫していた」。

※日本消費者連盟の活動は告発型、企業、行政などに送った文書は矢文と呼ばれた。私は1969年〜1999年までの文書5000通余りを分類、分析を試みた。
(日本消費者問題基礎資料集成2 日本消費者連盟資料 別冊解題・資料) すいれん舎 2005年5月)