

消費者委員会 消費者団体を考える

新川達郎 (同志社大学)

2023年4月20日

市民社会の現在：消費者団体、消費者運動が直面する課題

- 市民社会スペースの縮小、2つの要因：政府介入（規制、補助）の進展、マーケットのグローバル化と高度化
- 市民運動、市民団体の自主性と資源条件：自発性と非営利性（ボランティアリズムと利益の活動再投資原則）に限界はあるか
- 従来型組織の硬直化、活動力の低下：変革の探求
- 新しい運動へ：組織原理、活動原理の変革、組織から個人へ
- 過渡期の市民社会組織、市民運動：日本と世界
- 日本の消費者運動、消費者団体の未来は？

消費者団体、消費者運動の転換点

- 何が問題なのか：刷新されない組織、ミッション、専門性
- 経済社会の変化（人口構造、価値観多様化、経済活動高度化）、公共部門の変化（新自由主義的経済政策と規制国家化）に対応しているのか：抵抗、対抗、緩和、適応、変革、統合へ
- 日本の消費者団体と消費者運動：伝統とその強み、既存の組織や制度による保障と制約（活動の場の先占）、専門性や活動領域の高度化と偏り・限定性、新たな活動が発展しにくい構図

①消費者団体の「消費者の意見を代表する役割」をどう考えているか

- 1.消費者運動や消費者団体は、消費者の主張によって生まれた
- 2.消費者の主張を実現するという目的がある
- 3.消費者団体は基本的に消費者を代表している
- 4.消費者団体が代表している消費者は全消費者の一部である
- 5.消費者団体は部分代表であることを意識して全体代表の意見に変換していく：そうでないと単なる利益団体圧力団体
- 6.問われているのは消費者団体がどこまで自覚的に消費者意見を集め、意見を組織し、効果的に表明するのか：市民視点有無

②消費者団体の機能として、政策提言機能（＝公益的機能？）と考えているが、間違いはないか。

- 政策提言機能＝Advocacy活動は、様々なレベルで実現される
- 消費者個人の権利の代弁から立法提案まで：当事者間交渉、陳情・請願・要望など組織間仲介、政府部門との協働
- 個人の権利保護が持つ公益性を前提とすれば政策提言機能は公益的機能を持つ
- その前提で消費者団体のアドボカシー活動は、団体の本来的な活動の一つ

③政策提言 = 消費者の代表（消費者の意見集約）ということが、消費者団体に期待されているのか。：消費者、関係者、社会の期待？

- 消費者を代表すること、意見集約すること、意見表明（提案）することが消費者団体の基本的な役割：政策提言は団体活動のプロセスでありその一部で立場ごとに様々な期待発生
- 1. 消費者の声を集めること（代理）
- 2. 権利保護のため消費者の声を代弁して声をあげる（代弁）
- 3. 事業者に消費者保護の主張をすること（交渉）
- 4. 政府部門に消費者の声を伝え行動を促すこと（政策要望）
- 5. 消費者の不利益に抗議し保護の世論づくり（議題設定）
- 6. 事業者や政府と協働して消費者保護を実現、権利回復へ
- 7. 消費者団体による優先順位付けと運動方針の設定（提言戦略）

④今後の意見反映方法が多様化する余地はあるのか：異なる多様な期待に応える

- 論点①消費者行政や消費者政策への消費者意見反映方法の変化：消費者団体の活動衰退、ワンイシュー型団体の対応、すきま事案の発生対応
- 論点②多様な専門性や総合性を持つ消費者問題テーマへの消費者の意見反映方法
- 考え方を変える①消費者（運動）団体が意見を述べるだけの構図から脱却
- 考え方②隠れた利害関係者、人権、福祉、保健、教育、環境、子ども、高齢者、障がい者、ジェンダー、多文化共生など市民活動団体の参加を促す
- 考え方③広く市民（国民）との「対話」を実現する
- 実践方法：政策決定過程への消費者参加の手法を多様化・多元化する
- 実践①「対話型」行政への転換を試み：双方向コミュニケーションの積み重ね
- 実践②声をあげない団体や階層へのエンパワメント（力付け）：つなぎ、引き出す、伸ばす
- 実践③無関心層の参加を促す：無作為抽出型参加（計画細胞、討論型世論調査、気候市民会議方式など）

⑤各団体の存続について、担い手についてどう考えるか。

- 制度に守られる消費者団体の縮小傾向、中心メンバーの高齢化、活動力の停滞：他分野の市民団体、NPO等も同じ問題に直面
- 増えないNPO法人、次の担い手不足、活動資源枯渇の共通性
- しかし社会問題への関心はある、組織（拘束）への忌避感
- 対策①：次世代の担い手を発掘、獲得するための魅力づくり：テーマ、活動の面白さや新規性、個人の自由と費用対効果比較
- 対策②：活動資源調達が多様化、資金の多様化、運営方法の柔軟化、組織の可塑化、外部組織等の資源との連携可能性拡大
- 対策③：具体的活動内容ごとに組織されるネットワークへ
- 対策④：活動を支援する連携協働システムづくり、資源調達、専門知識や技術調達

⑥新たに参加してもらおうための要素は

- 従来の組織と活動で新たな参加者を引き付けることの限界：多くの代替手段、多様な活動手法やコミュニケーションに拡散する中で
- ①消費者問題への気づきをつくる：様々な社会問題が消費者問題に、また消費者問題が社会問題に深くかかわることへの感受性を育む、学びの環境づくり
- ②消費者問題への意識と態度を変える：自分自身の問題という意識化、態度を変える機会づくり、新規参入のための学びの場づくり、
- ③行動を起こす、行動を変える：相談、ヒント、助言、支援、力付け（資源調達）などができる環境整備
- ④目的達成ができる行動に組み変える条件と状況づくり：ビジネスモデルをつくる、実験する、そのためのエコシステムを整える

消費者団体活動が及ぼす政府等の政策決定過程への影響

- 消費者団体が機能しない政策決定の問題：主体、対象、方法、時期などのゆがみや不適切さ
- 消費者団体参加が欠落した政府、行政、専門家による決定の不
合理：消費者政策の主体と対象が関与しない政策決定、
- 消費者運動、消費者団体、市民自身が考えるべきことができな
くなる時：消費者のものではない消費者政策に

消費者問題への政策提言機能確保

- 政策提言を志す個人や団体が生まれ続けるか、その叢生が必須
- 政策提言ができる消費者団体の偏り：専門分野、活動範囲など
- 当該団体や個人の政策提言能力の確保が必須：消費者意見の集約、整理分析、意見表明、政策実現ができる能力の確保
- 政策提言のためのエコシステムを考える；個別に整う条件活用
- ①知識や技術、専門性、人的資源の提供：プロボノ
- ②活動資金や物的条件などの資源提供：クラウドファンディング
- ③政策提言ができる場の提供：消費者政策対話、定期協議
- ④政策提言できる消費者団体活動の制度の提供：適格消費者団体

消費者団体を支える制度的支援を考える エコシステムを働かせるために

- 市民社会スペース問題に配慮しつつその環境条件を整える必要？
- 中間支援組織や機能の整備：消費者団体の活動資源（人材、資金、技術、知識、組織）の提供、消費者団体や市民の成長や学習支援機能、政府の介入や支配を遮断する
- 教育支援の実施：消費者運動を実践的に学ぶ機会の提供、学校教育や社会教育の場で専門知識を（マスター消費アドバイザー）、生涯学習型の消費者問題学習に必要な資源（人、場所、資金、制度）
- 消費者活動創業支援：消費者保護を事業（お金）にする、ソーシャル・エンタープライズ（社会的起業）による消費者問題の解決、社会的起業が生まれる人材・資金・ビジネスチャンスの提供、コンサルティングなど寄り添い支援
- 消費者運動団体のための法人制度の検討：NPO法人、社団、財団、LLP、LLC、協同組合、適格消費者団体、
- 消費者庁・消費者委員会の関わり方：中間支援団体を介在させた支援関与か？

ご清聴いただき
ありがとうございました。