

巻頭言

消費者重視が「信頼」を作り 社会を変える

主婦連合会 会長 山根 香織



春。卒業や入学に子どもの成長を感じたり、別れや出会いがあったりと心の浮き立つ季節です。新生活をスタートさせる人も多く夢や希望の輝く時ですが、厳しい社会情勢に暗いニュースも多く、将来への不安が重く渦巻いているといった現実もあります。

昨年は新しい風、変化を渴望する力が新政権を発足させました。スローガンに掲げられる「国民の生活が第一」の政策実現により雇用や子育てへの不安が解消し、「誰もが安心してらせる社会」になることを望んでいます。しかし成果を実感するのはまだ先のようにです。政府の行政刷新会議による「事業仕分け」は目にも斬新で、課題も含めおおいに話題になりましたが、私たちの税金が私たちのくらしの向上にどのように使われるかを今後も注視していきたいと思っています。主婦連合会は「台所の声を政治へ」を合言葉に戦後間もない頃に発足し、62年になります。安全性に疑問のある家庭用品や不適切な表示や広告を持ち寄って調査や学習をし、そこから法律や制度の策定に結びつけるなどの成果をあげてきました。ものや情報の溢れる今、消費者運動の役割はますます大きくなっていると実感しています。

昨年9月には、私たちの長年の夢であった消費者庁が発足しました。消費者委員会と共にあわただしく立ち上がり、試行錯誤の続いている状況ではありますが、くらしを取り巻く問題の解決に司令塔として力強く働くよう期待しています。事故などの情報がきちんと関係機関の間で共有され、迅速に措置がなされる、そうした消費者の安全・安心最重視社会が望まれます。高齢化、グローバル化の進む中、全国各地でくらしを守る行政が充実・強化され一人ひとりの権利が尊重されること、そして社会的責任を果たす優良な事業者が公正な競争をすることで地域、市場が元気になることを願っています。消費者教育の充実も重要です。被害や事故に遭わないよう注意深く行動すること、問題に直面した時に自ら解決に向け行動できること、また、消費という行動を通じて社会をより良くすることのできる人になるために、子どもから大人まで、あらゆる段階で教育の充実が図られることが必要です。

消費者庁、消費者委員会を監視し支えていくことを目的とした組織「全国消費者行政ウォッチねっと」も発足しました。主婦連も代表の一員として加盟団体と共に見守り、働きかけていきたいと思っています。22年度から5年を期間とする新しい「消費者基本計画」の策定も進められています。各省庁へのリーダーシップを発揮して、政府全体として消費者行政が強化されるよう、基本計画(案)に対していろいろな意見を届けました。消費者の意見が反映される仕組み作り、消費者事故を防ぐための体制整備や独立した原因調査機関の設立、安全・取引・表示の各分野の一体的推進などを大きな柱とし、そして個別施策の中に具体的な取組みや実施期間などについて盛り込むよう求めました。

住宅に関わることでは国土交通省の政策として、『住宅の設備、機器等を含むリフォームの履歴を記録する「家屋履歴 いえかるて」を普及促進し、この記録を既存住宅の流通に活用することを含め、住宅の長寿命化に取組む体制を整備する』という項目を、「消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保」の中に新たに加えるべきであると提案しました。日本の住宅の寿命は短いと言われてきましたが、昨今やっと社会的な資産と考えて長寿命化を図る基盤が整備されつつあると感じます。「いえかるて」については、昨年「長く住むための維持管理」というタイトルで主婦連セミナーを開催し、国土交通省住宅局の担当者を講師に学習し理解を深めました。その少し前には、「住宅部品の自主点検表(案)」に関して意見を求められ、図や用語のわかりにくい点やチェックのしやすさ等について気づいたことを伝えました。安全・安心に、そして長く快適に住むためには事業者、消費者が連携し、それぞれの役割を果たすことが必要です。国としても、家屋の履歴の記録や自主点検の実施について積極的な推進に努めるべきだと思います。消費者は、まず住宅の取得や工事、修理の際の書類をきちんと保有すること、住宅部品の劣化に気づくことから始め、大切に賢く住む習慣をつけたいものです。環境に配慮した住宅に関心を高く持つ人も増え、エコポイントの申請も開始されたようです。

が、制度について知る機会が少ないと感じます。新築、リフォームともに制度をよく理解して、優良な事業者から適切に利用できるようにしたいものです。窓の断熱性に関しては、別々だったガラスとサッシの表示が一本化され、温暖化対策がわかりやすくなる方法が検討されていると聞きます。「表示」は消費者にとって商品選択の際に大変重要なものであり、意味することがきちんと伝わること、比較しやすいことなどが求められます。嘘のない正しい表示であることはもちろんですが、消費者の目線に立ったわかりやすい表示が事業者への信頼も高めます。

様々な分野で、適正な表示を求めることは主婦連発足の頃からの運動の柱として取組まれてきました。今、消費者庁では健康食品の表示の見直しが始まっていて消費者の代表として意見を出しています。健康志向の高まりから健康食品市場は巨大なものとなり、今後ますますの成長が考えられます。しかしながら安全性、表示、広告、売り方など多くの問題が指摘されています。過大な効果を期待させるような売り方や注意すべき事項の表示が不十分であるもの等がたくさん見受けられ、改善すべき課題は数多くあります。今後の議論やとりまとめが注目されますが、消費者は広告などに惑わされず、優良な企業から賢く商品・サービスを選択しなければなりません。そのために行政には消費者の安全を最優先する制度設計と監視体制の強化が、生産者や販売者には透明でわかりやすい情報を提供することが求められます。

これからは消費者重視社会への移行による「信頼」の再構築が低迷した経済を切り開く鍵となると思われます。そのために消費する側と生産者、事業者が交流、連携することも大切になります。もの作りの世界でも、企画の段階から買い手、使い手の意見を反映させようとする動きが増えてきていて、良いことだと思います。立場は違ってもお互いの現状や希望、環境について、また価格の妥当性について広く話し合い、理解しあいたいものです。

住宅に関する消費者トラブルもいろいろ聞きますが、相談しやすい体制や被害を救済する仕組みの整備が期待されます。悪質な事業者に高齢者などがだまされる悲劇がなくなるように日頃から信頼できる専門家とつながっておくことも重要です。持続可能な社会の構築に向けすべての人が努力することが求められる今、本当に望むもの、必要なものにお金を使い、長く大事に使うことに幸せを感じたいものです。家族や社会のあり方を見直すべき時代でもあります。心とからだを育む食事を揃ってする機会のほとんどない家庭や、地域との関わりを持たない社会では人の心を思いやる想像力が育たず、何が大切かがわからない孤立した人間になるのではないかと思います。「家」が心から安らげる場でありますように、そしてその幸せが代々受け継がれますように願うばかりです。くらしの不安はなかなか収まりそうにありませんが、次の世代へ明るく健康な日本を手渡すために頑張らなければと思っています。

