

## 消費者志向経営コースに関するお知らせ vol.1 (2020.9.1)

本年8月、大学院福祉社会研究専攻に消費者志向経営コースを新設することが正式に決まりました。これに先立ち、本年7月、本コースの紹介を兼ねて開催されたオンライン・シンポジウムの概要を紹介します。

### オンライン・シンポジウム「ICTの進展と消費者志向経営」の概要

本シンポジウムは、2020年7月18日(土)、昭和女子大と日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会(NACS)の共催(注)、日本消費者政策学会の後援で開催された。シンポジウムには、オンラインの特性を活かして全国各地域からの参加があり、参加者総数は、218名となった。(注)本会議は「消費者志向NACS会議」としても位置付けられている。

事前の議事構成準備および当日の議事進行(モデレーター)は粕谷美砂子昭和女子大学教授により行われた。

#### 1. 冒頭あいさつ

河上正二 NACS 会長、及び伊藤明子消費者庁長官の挨拶(略)。

#### 2. 参加者からのアンケート結果とりまとめ

会議前に参加者より「ICTの進展で、消費問題に生じている課題、およびとるべき対応策」についてアンケート調査を行った。回答結果をとりまとめると以下の通りである。

- ・新しい生活様式が求められる中で ICT の積極的な活用は不可避である
- ・比較すると事業者・行政のほうが、消費者より「より積極的に推進すべき」と回答する傾向がみられる(立場の違いによるギャップがある)。
- ・ネットのセキュリティ向上、内容説明や契約規約の表示、個人情報の取り扱いなど取引の信頼性を確保することが重要である
- ・(通信環境など)ハード面・(個人のリテラシーの格差など)ソフト面の両方から利用の格差をなくすべき

どのような対応が必要かについては

- ・「消費者に安心感を与える仕組み」「万一漏洩した時の根本原因や対策の説明と補償」など安心して消費できる環境づくり
- ・誰もがアクセスできる・パソコン、情報機器の普及、IT環境の整備

の2点が重要であることが指摘された

### 3. 基調講演 消費者と企業の関係の転換～対峙から共創へ～

飛田史和昭和女子大学教授より、「アンケートで指摘された「安心と格差解消」は当然進めていく必要があるが、条件整備だけでは社会は望ましい方向に変わらないのではないか。

今までは、企業が品質の良いものを安く提供し、消費者は価格をシグナルに選択することが、社会の幸せであると考えられていた。これからは、サステナビリティ（環境）やステークホルダーへの配慮（雇用の確保、コミュニティ、文化、ガバナンス）などを社会が考慮する必要がある。例えば、シェアリングエコノミー（信頼の中での貸し借り）、クラウドファンディング（価値を不特定多数から集める）などは、今まで価格が設定されていなかったものに価値を見出し、それを共有するルールを設定することで新しい価値を創り出した。

新しい価値を消費者が選べるように基準を示すことも重要である。消費すること（しないこと）は社会を変革する投票（voting）行動である。企業も消費者もこの分権的な投票システムに参画することにより社会を変えることができる。例えば、レジ袋の有料化、フェアトレード取引（社会目的を価格に上乘せする）、ふるさと納税（個人の納税行為を地域創生にリンクさせる）、スマートメーター（個人の家庭の電力消費量（料金）の可視化）などは、新しいメカニズムの導入例である。しくみにより消費が変わり社会が変わる。ただ機械的に受け入れるのではなく、企業と消費者は、このようなメカニズムをより良いものに改良することで新しい商品・サービスを一番必要としている人にとどけることができる。」

### 4. コメンテーターからの発言、会場からの質問

基調講演の提言に対し、河村秀範 NACS 理事（日本生命）より事業者として実際にどう対応すべきか、具体的な事例に即して問題提起があった。

篠原治美 JIPDEC 認定個人情報保護団体事務局長より 個人情報保護に関して現状の問題点および課題について説明があった。

会場（会議参加者）からも、個々の消費者が、実際に価値共創に向けてどう行動すべきなのか、価格以外のシグナルをどうキャッチしたら良いのかなど多数の質問が寄せられた。

### 5. まとめ（総括）

樋口一清日本消費者政策学会会長（昭和女子大特命教授）より

会議では参加者から広範かつ重要な問題提起があり、有意義な内容であったと思う。ICT化の進展に応じて、市場システム自体も大きく進化しようとしている。これには、コロナ禍の下で、否応なく強いられている面もあるが、従来型の市場のシステムやそれに対応した消費者の行動ではなかなか解決できない問題が生じている。今までの市場システムは、消費者行動を含めて、個人主義的な色彩が強かったが、本日提起された新しいシステムの中では、価値共創という新たな潮流を生み出す可能性がある。これは、消費者主権を取り戻す

チャンスとも考えられる。

新しいシステムを成功させるためには、伊藤長官が冒頭に指摘されたように消費者が「今だけ、ここだけ、自分でだけ」ではない行動が求められる。また河上会長が指摘されたように、人間同士のつながりをどう求めていくのかということが非常に重要となる。

よく考えてみると、昔は、売り手も買い手もお互いに顔が見える世界に住んでいた。新しい市場システムでは、ルネサンスという言葉があるが、その関係がもう一回復活する可能性がある。換言すれば、ネットを通じて「顔の見える市場システム」を実現することが課題であり、ICTの長所を生かしつつ、課題を解決して、人と人とのつながりが確保できるような新しいシステムを作りあげていくことができるのではないかと期待する。

(以上)