



Title	消費生活相談の現場から捉える科学技術コミュニケーション
Author(s)	岩野, 知子; 川本, 思心
Citation	CoSTEP研修科 年次報告書, 6(4), 1-3
Issue Date	2022-03-31
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/84644
Type	report
File Information	NeXTEPreport_2022-03-30_iwano.pdf



[Instructions for use](#)

消費生活相談の現場から捉える科学技術コミュニケーション

岩野 知子 (1 年目)

2022 年 3 月 31 日
担当教員 : 川本 思心

概要

科学技術コミュニケーションにおいて語られる「市民」は、遺伝子組み換え作物の是非を問い、生命倫理や環境問題といった大きなテーマについて考え、行動をする。一方、消費生活相談員¹である私が日々対応をしている生の市民は「消費者」と呼ばれ、実に様々な「消費者トラブル」を抱えている。誰かに相談するか否かに関わらず、消費者は自分の希望や願望をかなえようとお金を払い、さまざまな失敗や被害を経験しながら日々を過ごしている。今を生きる消費者のための科学技術コミュニケーションとは何なのか、消費者問題を切り口にして考察していきたい。また、消費者のトラブル解決の支援の役割を担う消費生活相談員のコミュニケーションのあり方についても検討していきたい。本報告書では、今年度の活動の概要と得られた方向性をまとめた。

目的と背景

現在の消費者トラブルは多くの場合、個別の契約や金銭的な問題であり、その解消が争点となる。科学や技術に基づく製品やサービスに関わるトラブルであったとしても、契約問題が優先され、事象の詳しい理解が必要となる場面はさほどない。理解したとしても優先されるのは契約問題であることが多い。

1970 年代前半までの消費者問題のトピックは、大きな被害をもたらした公害、食品公害、薬害などであった²。しかし消費者運動を受けて法律や検査体制などの整備が進み、安全が一定程度保たれるようになった。これはもちろん喜ばしいことではあるが、一方で、科学技術が実社会や個人の生活に及ぼす影響が見えにくくなっているとも言えるのではないだろうか。

消費生活相談員もまた、相談員資格の取得時に、公害や食品公害などと、それらを契機とした消費者問題や消費者運動の歴史を学ぶ。しかし実務においては改正を重ねる各消費者関連法の知識の習得と適用に四苦八苦しているのが実情である。特に現在は、ICT 機器の浸透、インターネットや SNS の普及、決済手段の多様化、デジタルプラットフォームの躍進などの生活全般のデジタル化が進むなかで、どのように個別事案の解決に当たればいいのか試行錯誤が続いている。これらのデジタル技術が実社会のなかで広がり、トラブルに大きく関わる様は、あらたな科学技術コミュニケーションの問題の発生を目の当たりにしているのではないかという感覚がある。

私自身が 2018 年から自治体の相談窓口での消費生活相談員として業務を行うなかで、「いまやっていることは科学技術コミュニケーションの場面なのではないか」と感じる場面はあるのだが、契約問題への対応が済んでしまえば、その点は特段深く掘り下げる必要もないまま過ぎる。「こんな消費者トラブルが多いですよ」と広く注意喚起が出されたとしても、よくある勘違いや個人の理解の差として取り扱われ、放置されたまま似たような消費者トラブルが起こるようにも見える。

¹ 消費生活相談員とは、市町村の消費生活相談センターや消費生活相談窓口で相談やあっせんに対応する専門職（消費者庁ウェブサイト https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/system_improvement/consumer_affairs_consultants.html 2022 年 3 月 27 日閲覧）

² 日本では戦後から 70 年代にかけて、スモン事件、サリドマイド事件、カネミ油症事件、PCB 汚染問題、4 大公害裁判などが大きな問題となっていた（消費者庁 2015; 国民生活センター 2018）。松本（2018）は消費者政策を三つの波で表しており、60 年代は行政を主舞台とした第 1 の波、90 年代は司法を主舞台とした第 2 の波、21 世紀は市場を主舞台とした第 3 の波としている。

よりよい消費者問題の解決には、消費者問題を契約問題としてだけでなく、科学技術コミュニケーションという視点で整理することが必要なのではないかと考え、CoSTEP 研修科で模索することとした。

実施概要

以下のスケジュールで活動した。

表 1 2021 年度活動概要

年月日	種別	内容
2021/06/19	ゼミ	自己紹介、消費者問題の歴史、消費生活相談業務、相談事例および統計資料の紹介
07/17	ゼミ	相談事例および統計資料の紹介、現在議論されているデジタル化の中の消費者
10/21	ゼミ	消費生活相談員が行うコミュニケーション(対相談者)
11/11	ゼミ	相談事例ベースの読み物の試作とシリーズのタイトル案の検討、中間発表の事前発表
11/13	中間発表	タイトル「消費生活相談の現場における科学技術コミュニケーション」
2022/02/03	ゼミ	実施予定の『THE RULE』開催後のアンケートなどから、どのように研修科での成果にまとめるか
02/23	ゼミ	『THE RULE online ~つたえる!つたわる?テレワーク編~ 開催』 全国消費生活相談員協会北海道支部の交流会として実施、企画運営担当
03/12	修了式	コンテンツ公開 タイトル「消費者問題の現在地と科学技術コミュニケーション」

結果と考察

1. 消費者問題の事例紹介

消費生活相談員である私は、相談事例を通して科学技術コミュニケーションの要素を感じているものの、そのどこに、なぜそう感じるのか十分に言語化できていない。消費生活相談員ではない科学技術コミュニケーションに関わる人々が、どのように相談事例を見るかは、その解決へのヒントになると考えた。そこでまずは、ゼミで以下のような消費者被害・トラブルの統計情報や事例の紹介を行った。

- ・消費生活相談員の職務内容の説明
- ・製品の安全性や健康食品への消費者の期待と実際のズレ
- ・インターネットや身の回りの情報に対する理解力や判断力の格差
- ・スマートフォンの利用の仕方や操作そのもの

消費者トラブルについての語られ方、語り方は、「〇〇が発生しているので注意しましょう」といった注意喚起の方向に限られるため、そうならないような紹介を心がけた。また、消費者問題とはそもそも何か、どのような社会的な背景、科学技術上の発展と関連して、問題群が変化してきたのかを整理し、理解する必要があると考えるに至り、各種資料をもとに戦後から時系列で消費者問題を整理してみた。

ゼミメンバーに実際に事例紹介してみたところ、総論的・抽象的な説明だと、具体的にどのような消費者問題が個々人にふりかかるのかのリアリティが伝わらないと実感した。また、消費者問題を時系列で整理することで、消費者問題の問題の所在が、科学・技術から消費へ、社会から個人へと表面的に移ったように見えることで、問題の根本的解決から遠ざかってしまっているのではないだろうか、と整理できた。

2. 消費生活相談員の技能向上に関する学習・教育

消費生活相談員は傾聴やカウンセリングを行うイメージが一般にはあるようだが、実際には聴き取り伝える力(主に対相談者)と交渉力(主に対事業者)が必要となる。しかし、それらの技能については、個人の資質や経

験とみなされ教育されることはほぼない。

私は自治体での相談業務に就くほかに、有資格者として全国消費生活相談員協会（略称：全相協）³の会員活動を行っている。全相協はこれまで各地の支部ごとに年一度会員向けの交流会としてさまざまなイベントを開催してきた。私が所属する北海道支部では、コロナ禍にある今年度はオンライン開催での交流と何らかの学びを同時に体験できる内容はないかと検討し、私が企画・依頼して『THE RULE online～つたえる！つたわる？テレワーク編～』⁴を開催するに至った。

開催後のアンケートによると、「自分のイメージと離れた情報を持つ人の意見に興味を持つ、というところが印象的だった」「耳から入る情報は、自分が他の画面を見ている、違和感なく入ってくると感じた」「思い込みは怖い」「他の方が自分の情報を上手に伝えるのを見て、情報を整理して相手にわかる形で伝えることの重要性を再認識した。伝えるにはテクニックと知恵と想像力が必要」といった感想が寄せられた。一般的なコミュニケーションにも反映できるが、相談員業務にも活かせる体験が得られたと考えられる。

今後の展望

科学技術が関係する消費者問題を、一般の人にも、科学技術コミュニケーションに関心のある人にも、そして消費生活相談員にも共有するためには、消費者トラブルを注意喚起型で語るのでもなく、統計といった全体像や抽象的な事例で説明するのでもない、違う切り口が必要である。今年度のゼミ活動を経て、相談員としての体感とエピソードを中心とした軽いエッセイ風の読み物を中心に、公表データを添えるという形式を概ね得ることができた。来年度は複数事例について執筆していく。

消費生活相談員の技能の把握と教育については、ワークショップの際の録画をもとに、相談員自身が業務におけるコミュニケーションをどう振り返るか、業務にどのように活かそうと考えたのかを聞き取る。

これらの活動によって、これまで見過ごされてきた、科学技術コミュニケーションが扱うべき課題としての消費者問題と、その解決のための人材像が浮かび上がるのではないかと考えている。

参考文献

国民生活センター 2018：「資料 消費者問題・消費者行政年表」『国民生活』70, 10. https://www.j-stem.jp/wp/wp-content/uploads/2018/12/JournalVol1_01-3-7.pdf (2022年3月27日閲覧)。

松本恒雄 2018：「消費者政策の変遷と法整備」『国民生活』70, 1-4. https://www.kokusen.go.jp/wko/pdf/wko-201805_01.pdf (2022年3月27日閲覧)。

消費者庁 2015：『入門！消費者問題の歴史』
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/teaching_material/history/ (2022年3月27日閲覧)。

³ 全相協とは、全国の自治体等の消費生活相談窓口で相談業務を担っている消費生活相談員を主な構成員とする公益社団法人である(全相協ウェブサイト <http://www.zenso.or.jp/> 2022年3月27日閲覧)。私は全相協北海道支部で活動している。

⁴ 『THE RULE』とは、CoSTEP 教員の古澤輝由氏が受講生とともに開発したゲームである。いくつかのバリエーションがあるが『THE RULE online ～つたえる！つたわる？テレワーク編～』はオンラインコミュニケーションをテーマとし、2021年11月7日にサイエンスアゴラで実施された(サイエンスアゴラ2021ウェブサイト <https://www.jst.go.jp/sis/scienceagora/2021/session/07-a15.html> 2022年3月27日閲覧)。この活動の様子から消費生活相談員の研修に応用できると考え、古澤氏に依頼し実施が実現した。当日は岩澤大地氏・大澤康太郎氏・熊谷まりな氏・吉本拓郎氏・米田鈴枝氏・古澤輝由氏に運営していただいた。この場を借りて改めて御礼申し上げます。