

テーマ:消費者市民社会の実現への「双方向コミュニケーション」の可能性 ～高齢者・子育て層・大学生と企業での実践より～

日時 : 2017年10月15日(日) 13:50～14:20

場所 : きらめきプラザ

岡山県総合福祉・ボランティア・NPO会館

参加者 : 日本消費者教育学会 学会員ほか

研究者名: 川口 徳子(日本ハム)

関西支部会員の川口徳子が、発表を行いました。

<発表内容>

【研究目的】

- ・消費者教育推進法では「消費者教育は消費者が主体的に『消費者市民社会』の形成に参画できるように行われるもの」として定義
- ・消費者の権利(消費者市民社会)と公正で良質な市場の実現には、消費者と事業者の協働が不可欠だが、その信頼関係は充分とは言えない。
- ・事業者が消費者との実践活動の場で情報交換・収集をし、双方向コミュニケーションによる信頼構築の可能性を探る。

【研究方法】

- ・消費者支援機構関西(KC's)は2010年8月より『双方向コミュニケーション研究会』主宰。事業者として初年度から参加
- ・同研究会の「食品業界コミュニケーションMAP」の3つの層で実践活動を20回実施:高齢者8回、子育て層5回、大学生7回
- ・日本ヒューブ協議会「ひとり暮らしの若者向け情報カード」等をテーマに、ひとり暮らしの大学生との意見交換を実施

【結果・考察】

消費者と事業者は対等な相互依存関係にあるべきであり、消費者の権利保持と公正で健全な市場の実現には、消費者と事業者の双方が互いを認識して協働することが不可欠である。消費者と事業者に長期的な利益をもたらす持続可能な消費社会は、互いの円滑かつ密接なコミュニケーションによる相互理解と信頼構築によって実現する。

①消費者(高齢者・子育て層・大学生)との実践より見えた、認識のギャップやコミュニケーションの特性と課題

②消費者市民社会に向けての双方向コミュニケーションのメリット

③双方向コミュニケーションを持続性・波及性ある消費者教育に発展

・事業活動、消費者志向経営との連動 ・消費者市民の消費者志向経営への参画 ・次世代(若者)への働きかけ

