

《第 19 号》「多様な組織と連携・協力」

岳野 尚代(東京都生活文化局消費生活部長)

このたび、23 年ぶりに消費生活部門に戻り、当時と比べ、その変貌ぶりに驚き、肝に銘じたことが 2 つある。

まず、情報技術分野の革新の速さをドッグイヤーというそうだが、消費生活の変化のスピードが、ドッグイヤーそのものだという事である。この 3 年間で 2 倍に増加した相談件数。事業者名を公表した途端、社名を変えてまた同様の手口で悪質商法を行う業者。例を挙げればキリがない。行政もこうした状況変化を瞬時に察知して、その対策を講じなければならない時代となったのである。

2 つには、消費生活がさらにグローバル化し、流通が複雑多岐になり、行政や消費者団体だけでは課題の解決がますます難しくなってきたことである。

行政で言えば、局や部という縦割り組織を超えて様々な部門と連携する。消費者団体も、事業者団体はもちろん、大学や介護事業者とも相互協力する。こうした連携や相互協力が無い限り、課題の解決や改善は望めなくなった。

グリーンコンシューマー東京ネットの活動は、消費生活と環境の問題を本質的に結びつけたものである。こうした問題の真の解決や前進には様々な分野や組織との相互連携が不可欠だという認識に立っているからである。これからの運動や課題解決は、東京ネットの活動のように局際的に展開すべきだし、運動の哲学にどのくらい奥深さがあるかが、共感の大きさにストレートに影響してくると思われる。

東京ネットのますますのご発展を念じてやまないところである。

以上