

なぜ、問題解決能力が低下するのか

情報技術の進展によって、消費者と生産者のギャップが縮まる。すると、既存の商品に満足しない消費者が自ら商品を作り出すようになる。米国の未来学者、アルビン・トフラー（Alvin Toffler）は、この種の消費者をプロシューマー（prosumer=producer と consumer の合成語）と呼んだ。プロシューマー社会が到来しているようにいわれるけれど、一方で日々起きる消費者トラブルからは、消費者の問題解決能力が年々、低下している現実が浮かび上がる。インターネットなど情報の伝達手段が普及する中で、なぜ、消費者の問題解決能力が低下するのか。私たちの社会には、どんな対応策が求められているのだろうか。

I 消費生活センターに「手土産」の相談

消費生活の苦情や相談に応じる地方自治体の消費生活センターは、全国に538カ所ある。通常であれば、家庭内で解決できるような問題が最近、よく持ち込まれる。

たとえば、東京都消費生活総合センターには、こんな相談が寄せられている。

「遠い親せきに20年ぶりに会う。手土産として何を準備したらよいか。独り暮らしで相談相手がない」

「母の一周忌と父の十七回忌の法事を同時にやる。案内状に、父母どちらを先に書くべきか」

「飼い犬が長女になつき、二女には敵対心を持っていてかみつくことがある。長女が近く結婚して家を出る。犬をどうすればいいか、



足立 則夫（あだち のりお）

（日本経済新聞社生活情報部 特別編集委員）

略歴

1947年生まれ

早稲田大学政治経済学部卒業

日本経済新聞社入社。社会部、流通経済部、婦人家庭部記者、『日経ウーマン』編集長、生活家庭部長、ウイークエンド編集部編集委員などを経て現職

主な著書

『遅咲きのひと』（日本経済新聞社、2005年）

『やっと中年になったから、41人の「ミドルからの出発」』（日経ビジネス人文庫、2001年）

『日記をのぞく』（日本経済出版社、2007年）（共著）

『女のものさし男の定規』（日経ビジネス人文庫、2003年）（共著）など

悩んでいる」

新聞社の読者応答センターや、企業の消費者窓口でも、同じような傾向にあるという。

私は2年前から、大学で週に一度、非常勤講師として消費者問題の講義をしている。学生に「なぜなのか」「どうすればいいか」を意図的に問いかけるようにしている。「日本人はマグロやウナギをいつまで食べられるか」をテーマにした授業で、まず「日本人はなぜ、

魚をたくさん食べるのか」の問いから始める。指された学生は「えーと」と言いながら、隣の学生に助けを求める。こちらが「日本列島は何に囲まれているかな」というヒントを出すまで、答えが返ってこない。

一事が万事、こんな感じなのだ。「なぜ」の

II とりあえず文化の蔓延

ある国立大学の大学院の教授は、学生に蔓延する「とりあえず文化」を、見過ごせない風潮だと嘆く。「成績がいいから、とりあえず医学部を受験する」「何になりたいか分からないので、とりあえず大学院に行く」「とりあえず一流会社のサラリーマンになる」。彼らは、深く考えずに周囲の風潮に合わせて「仮の選択

問いに非常に弱い。だから、次のステップ「どうすればいいか」になかなか進めない。学生の問題解決能力が確実に落ち込んでいることを、授業のたびに感じる。将来、社会に出て、難しい問題に直面した時、乗り越えて行けるのだろうか、と時折、心配になる。

肢」を選ぶ傾向がある。問題解決能力が低下しているからそうなるのだ、と言うのである。居酒屋で「とりあえずビール」という風に、対象が食べ物であるのなら、別に問題はない。しかし、人生の重要な選択局面を「とりあえず」で選ばれたのでは、本人にも周囲にも、いい結果をもたらすとは、とても思えない。

III 外的な要因 第一は「情報技術の急激な変化」

問題解決能力の低下はなぜ、起きるのだろう。まずは消費者の苦情相談から外的要因、つまり消費者を取り巻く周辺の環境から原因を探ってみよう。

国民生活センターがまとめた「消費生活年報2008」によれば、全国の消費生活センターに寄せられた苦情相談は、2007年度は104万件だった。

販売方法・手口別にみて、近年伸びの著しい事例を拾うと、まず浮上するのが電子商取引だ。電子商取引についての相談は57,903件

で第1位だった。オンラインショッピングなどインターネット上の取引で「意図せずに有料サイトに登録され、支払いを請求された」「利用した覚えのないサイトの支払請求が届いた」といったケース。当事者は20代から40代が中心で、一件当たりの平均支払金額は204,776円にのぼる。

この事例が示すのは、「情報の伝達手段の急激な変化」に消費者がなかなか追いつけないという要因だ。外的要因の第一として、「情報技術の急激な変化」をあげることができる。

IV 第二は「勧誘方法の巧妙化」

次に伸びの著しいのはマルチ取引だ。販売組

織の加入者が消費者を加入させることによっ

てマージンが得られる仕組みの取引で、ピラミッド式に販売組織が拡大していく。相談件数は24,088件にのぼり、20代が中心で一件当たりの平均支払金額は1,572,453円に達する。

マルチ商法の会社は、規制の網をかけられ

V 第三は「不安の増殖」

続いて伸びている販売法をあげるなら、利殖商法と、薬効をうたった勧誘だ。利殖商法は、「値上がり確実」「必ず儲かる」と投資や出資を勧誘する商法で、8,923件。50代から70代が中心。一件当たりの平均支払金額は5,703,398円と高額だ。薬効をうたった勧誘は、「病気が治る」「血行を良くする」と医薬品ではない健康商品を販売する。4,783件だった。60代から70代の女性が中心で、平均支払額は349,848円。

将来の生活設計に対する不安や、健康に対する不安が増殖するのを狙った商法といえる。「社会での不安増殖」、これが外的要因の第三だ。

VI 第四は「世帯の小規模化」

外部要因でもう一つあげるなら、世帯の小規模化だ。

「彼女の生活はつましい。友だちというような人間はいないし、角の食料品店より先に行くこともめったにない」

これは1945年に米国の作家、トルーマン・カポーティが書いた短編小説『ミリアム』（川本三郎訳、新潮文庫『夜の樹』所収）の一節だ。都会でつらくさびしい孤立した老女を描

ると、次々、形を変え、より巧妙な勧誘法で消費者に接近する。次々とだましのテクニックを変える振り込め詐欺と同様だ。外的要因の第二は「売り手の手口の巧妙化」をあげることができる。

ちなみに内閣府が「国民生活に関する世論調査」で、ほぼ毎年、「国民の悩みや不安」について調べている。「悩みや不安を感じている人」は、バブル経済が終焉したころの平成3年（1991年）当時、46.8%だったものが、その後、じわじわと上昇し、平成20年（2008年）は70.8%と、これまでで最高を記録した。

「悩みや不安」の内容をみると、上位に君臨しているのは①老後の生活設計（57.7%）②自分の健康（49.0%）③今後の収入や資産の見通し（42.4%）④家族の健康（41.4%）⑤現在の収入や資産（32.6%）と、やはり生活設計やカネ、そして健康に、「悩みや不安」は集中しているのだ。

いた作品で、都市化によって増える独り暮らしの一断面を先取りした小説といえる。

日本の社会でも都市化や高齢化の進展に伴い、世帯の小規模化に拍車がかかる。中でも独り暮らし世帯の増加が顕著だ。

総務省国勢調査によって、世帯の平均人員の推移を眺めてみよう。第2次大戦前の1940年4.99人だったものが、戦後の1950年は4.97人とさして変わらない。その後の都市化、経

済成長とともに、1960年4.54人、1970年3.69人、1980年3.25人、1990年3.01人と縮小。2000年にはついに3を割り、2.70人、前回2005年の調査では2.58人にまで減少した。国立社会保障・人口問題研究所の「日本の世帯数の将来推計」は、2030年には2.27人になると予測している。早晚、2を割り、世帯は限りなく「個」に近づく勢いだ。

世帯を類型別に分け、その割合の変化をみるとどうなるか。1970年、1990年、2005年の順に数字を拾ってみよう。現代家族の標準とされる「夫婦と子ども」は41.2%、37.3%、29.9%。農村に多かった「夫婦と子どもと親の3世代」も12.2%、10.4%、6.1%と右肩下がり。逆に「夫婦のみ」は9.8%、15.5%、19.6%。独り暮らしの「単身世帯」は20.3%、23.1%、29.5%と急な右肩上がりを示す。「日本の世帯数の将来推計」は2030年、「夫婦と子ども」

Ⅶ 消費者個人の要因

10年ほど前から、ナメクジに興味を持ち調べている。夜行性の彼らは嗅覚が異常に発達している。上2本の触覚が臭いの方向をとらえ、下2本の触覚は臭いの質、つまり好きか嫌いかならぬかならぬか、危険か安全かを嗅ぎ分け、前脳葉（人間の前頭葉にあたる）に電気信号を送り、そこから運動神経に指令を出す。1000種類ほどの臭いを嗅ぎ分け

Ⅷ 顕微鏡ペアレントの増加

子どもたちの様子を眺めていて、疑問を持つことが最近、よくある。

は21.9%、「単独」は37.4%と、「単独」が大逆転する数字をはじき出している。

単身世帯を引っ張るのは高齢者の独り暮らしだ。65歳以上の独り暮らし高齢者は2005年386万人で、65歳以上人口の15%を占める。その内訳は男性105万人、女性281万人だ。2030年にはどうなるのか。国立社会保障・人口問題研究所の推計では、独り暮らし高齢者は717万人で全高齢者の20%を占める。内訳は男性278万人に対し、女性は439万人。カポーティが描いた「孤立した老女」が、日本社会のあちこちに出現しそうな気配だ。

家族の大切な機能の一つに、「問題解決」がある。直面した様々な課題を家族が力をあわせて解決することである。世帯規模の小型化、独り暮らし世帯の増加に伴い、家族の問題解決能力が物理的に低下する。これは、避けがたい現象なのであろう。

ることで、進むか、離れるかの問題解決を常時、図っているのだ。

人間という動物個人も、過去の経験に基づき、脳が問題解決を図る。ナメクジの問題解決能力が落ちているという話は聞かない。なのに、人間個人の問題解決能力が低下している事例が目につくようになっている。なぜなのだろう。

近所の市営のグラウンドで小学生の野球の試合を眺めていた。バッターボックスの子ども

が一球ごとに監督をうかがう。サインを見ているのだ。その子どもが三振して、肩を落としてベンチに戻ってくると、コーチ役の親が「もっと脇を締めろ」「あごを下げろ」と細かい注意をする。まさにプロ野球化が進んでいるのである。事情通の人の話では、試合で負けてばかりいると、親からクレームが出て、監督は更迭される。このため、勝つための管理野球がエスカレートし、子どもは操り人形のようになる。

私も野球少年だった。子どもたちだけで試合はお膳立てした。隣の町と試合をして、アウト・セーフの判定でもめると、最後はじゃんけんで收拾したりしながら、問題の解決を図っていた。翻って現代の子どもの野球だが、大人は遠くから眺め、子どもたちだけでのびのびプレーするようにはできないのか、とつくづく感じるのである。

通勤途上、自宅近くのJRの駅では、こんな光景を見かけた。大学の付属小学校の新入生

とみられる男の子と母親が我先に電車に乗り込む。ちょうど2人分の席が空いており、そこに座るや、母子で漢字のドリルを始める。

ところが、隣の乗車口から乗った80歳前後の老夫婦も空いたその席を目指していた。母子がすばやく座ってしまったため、夫婦は近くで立っていた。当の母子はドリルに夢中で老夫婦には気づかない様子だ。

母子で仲良く勉強をするのは、うるわしい。でも、しかしである。お年寄りに席を譲るマナーを教えたり、子どもは立たせて体力をつけさせたりする方が、長い目で見れば子どもには大切なことではないのか。

目先のことに関心を奪われ、遠くを見据えた子育てがおろそかにされていないか。「顕微鏡ペアレント」が増えているような気がしてならない。これがエスカレートすると、世に言うモンスターペアレントになるのである。顕微鏡ペアレントに育てられた子どもは、依存心が強く、問題解決能力は低下しがちになる。

Ⅸ 育つ力が引き出されない子ども

子どもは、皆、いろんな可能性を秘めている。その能力は、周囲の人たちとの反応と応答によって触発される。成長過程にある子どもの働きかけに、きっちり応答する大人が少なくなっている。顕微鏡ペアレントのエピソードは、そのことを示す典型的な事例だ。

7年ほど前に上映されたスペイン映画『蝶の舌』は、「育つ力」について考えさせる作品だった。舞台は共和制からフランコ独裁政権に変わろうとするスペイン北西部のガリシア地

方。8歳の少年モンチョは、喘息のため遅れて学校に入学する。初登校の日、緊張のあまり、教室でオシッコを漏らし、森に逃げ込む。

物語は、問題児のモンチョと、初老のグレゴリオ先生の交流を中心に展開する。先生は生徒に、単なる知識でなく、人間や自然の本質をやさしく説く。春、生徒を森に連れ出す。蝶が細いぜんまいのような舌で花の蜜を吸うことを教えながら、不思議な自然の世界へと誘う。

軍のクーデターが起き、共和派のグレゴリオ先生は兵士に拉致され、トラックで運ばれて行く。村の大人たちは自分の身を守るため「アカ、犯罪者」とののしる。子どもたちもトラックに石を投げ、同じように叫ぶ。しかし、グレゴリオ先生と目の合ったモンチョは叫ぶ。

「蝶の舌！」

現代の日本社会では、グレゴリオ先生のように育つ力を引き出せる人が少なくなっている。このため育つ力を眠らせたまま大人になってしまうような人が増えるのであろうか。

X コミュニケーション能力の低下

インターネットや携帯電話の普及の勢いに逆らうように、個人のコミュニケーション能力が落ちる。長年、生活や人の生き方を観察してきた新聞記者の個人的な印象である。

かなり旧聞になるけれど、……。2001年の秋、日本消費者教育学会の総会の基調講演で、作家の神津十月（かな）さんも、思いを相手に伝える力は確実に衰えている、と話す中で、こんな事例を紹介した。

少年は生まれつき片方の耳の耳殻がほとんどない。目立たないように長髪にしていた。小学校のクラスメートの中には、容赦なく耳の形をからかう子どももいた。だが、少年は気にする様子も見せずに言い返し、反対にやりこめたりして、いたって明るいのだ。

少年の強さが気になっていた担任の女性教諭は、ある日、少年と2人きりになったときに、聞いてみた。「からかわれてもめげたりしないあなたに、常々感心しているのよ」

少年は目にうっすらと涙を浮かべ、ぼつりぼつりと話した。「お母さんが毎日、寝る前に『お前の耳はへんちくりんだけど、世界一好きよ』と言って耳にチュッとキスしてくれる。だから友だちに言われても、そう気にならない」

神津さんは会場に問いかけた。「私たちがこの母親の立場だったら、少年にそんな形で思いを伝えられるでしょうか」。私は、このお母さんのようには振舞えないだろうな、と心の中でつぶやいた。聴衆の多くも同じ反応だったに違いない。

XI 3つの対策

問題解決能力低下の原因の中に、どうすればいいかの答えは潜んでいる。あえて明記するなら主な対応策は3つ。①自治体の消費生活センター、企業や消費者団体の消費者相談窓口を一層充実させ、社会全体の相談機能を高

める②孤立しがちな独り暮らし世帯をネットワークで結ぶ具体策を講じる③子育ての姿勢を「顕微鏡」から「望遠鏡」に切り替える。

プロシューマー教育を論じるとき「問題解決能力の低下」をまず前提にすべきだろう。