

# 化学・生物総合管理の再教育講座(講義内容)

後期

科目No.	554	科目名	コミュニケーション学特論2	サブネーム	拡がる消費者運動のフロンティア		
共催機関名	日本メディアエーションセンター	レベル	基礎	講義枠	月曜日	講義時間	18:30~20:00
科目概要(300字程度)	行政や企業が行うリスクコミュニケーションの利害関係者(消費者代表)として発言する消費者団体であるが、歴史や考え方は多様である。しかし、行政や企業の消費者団体に対してのイメージは固定され、その態度がコミュニケーションを後退させ、機能していない分野もある。そこで、さまざまな消費者団体の歴史や現在の関心事項を紹介し、理解することを重視しながら、今後の消費者運動の課題を考える。						

サブタイトル	講義名	講義概要	講義日	教室	講師名	所属
はじめに	1 全国消費者団体連絡会と消費者運動の歴史	全国消費者団体連絡会は、主婦連、日本生活協同組合連合会、労働団体によって設立された。その歩みは、運動が停滞するという危機を迎えた時期もあったが、日本における消費者運動の大きな柱として発展し、現在にいたっている。消費者運動の歴史の中で克服してきた課題と果たしてきた成果について振り返る。	10月3日		日和佐信子	全国消費者団体連絡会 前事務局長
様々な消費者団体の活動	2 「食品の安全は確保されるか」- 食の安全・監視市民委員会の設立と活動 -	日本消費者連盟は人間が人間らしく生きるために経済的・社会的・法的に自由で平等な社会の実現をめざして活動してきた。特に食の安全は創立以来の重要課題である。いま、牛のBSE問題から発して食の安全行政が問われ、内閣府に食品安全委員会が設置されたが、食の安全は確保されるのかこれまでと今後の消費	10月17日		水原 博子	日本消費者連盟
	3 「心と体と社会の健康を高める食生活の提言」	健康は多くの場合、肉体的視点からだけ見られ、精神的、社会的側面から見ることが忘れられている。WHOの3つの視点から「食生活」が精神的健康、社会的健康と深く関わっている事を重視し、質的、量的な面での食料問題、食習慣の乱れを是正すべく「食」を安全、健康・栄養、食文化、食教育、食糧自給の5つの視点で捉え、35年に渉る活動を紹介する。	10月24日		蓮尾 隆子	家庭栄養研究会
	4 女性が参画することの意義	全地婦連のとりくみに、化粧品の商品名(ブランド)がある。また、地婦連の会員(女性達)が一口株主になって設立し、初代社長にもなった(株)桜映画社の件など、女性が参画することによって、従来の映画製作・内容とは異なる質のフィルムを製作した。これら、知的財産分野での興味深い事業など、複数紹介する。	10月31日		加藤さゆり	全国地域婦人団体連絡協議会
	5 東京地婦連の消費者運動の歴史	地婦連初代事務局長であり、現在NPO法人東京地婦連の常任参与をつとめる田中里子さんが語った消費者運動の歴史、ビデオ「私と地婦連」第二部「地婦連の消費者運動」(「カラ・テレビ買い控え運動」/「ちふれ」化粧品誕生まで等)を上映しつつ解説する。	11月7日		長田 三紀	NPO法人東京都地域婦人団体連盟
	6 「消費者運動とNPO」	金なし、人なし、情報なしといわれながら、新しい消費者団体像を掲げて再出発した「NPO法人コンシューマーズ京都」の現状と課題を、食、環境、くらしの活動を通して紹介する。	11月14日		あざみ 祥子	特定非営利活動法人コンシューマーズ京都
	7 ホームレス、司法過疎とコミュニケーション	家族や社会とのコミュニケーションがうまくいらずに自らホームレスになる人たちと話をすること、司法に見捨てられた地域で法律相談をすることで、人間の自尊心について考えてきた。それらの経験を通して見えてきた、法律家と相談者のコミュニケーションについて講義する。	11月21日		安藤 信明	全国青年司法書士協議会
	8 時代を先取りした活動を目指して～消費者問題の専門家としての活動～	(社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会(NACS)は1988年に発足した。会員は主として消費生活アドバイザーと消費生活コンサルタントで構成され、消費者問題の専門家として全国ネットで幅広い活動を展開している。また全国に7つの支部を持ち、支部では地域に密着した独自の活動も行っている。「Consumer ADR」「企業の社会的責任」等の新しい活動を通して健全な消費社会のあり方や消費者団体の役割を考える。	11月28日	1号館204	玉本 雅子	日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会(NACS)
	9 「金融消費者問題とは・・・」	近年、金融商品や消費者金融に関するトラブルが増加している。金融システム改革により壁が取り払われ、従来の横並びを脱却し市場の競争にさらされることになった。金融分野は事業者と消費者の情報や力の格差が大きい領域である。金融システム改革は企業にも厳しさを求めているが消費者にも厳しい自己責任を求めている。金融問題について消費者団体の課題と役割を紹介する。	12月5日		土田 あつ子	日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会(NACS)
	11 消費者団体としての生活協同組合(2)	生活協同組合が展開する多様な活動と、その中でもリスクコミュニケーション委員会などを組織内に位置づけるコープかながわの活動を紹介します。	12月12日		高井 鏡子	生活協同組合コープかながわ
	10 消費者団体としての生活協同組合(1)	生活協同組合は事業活動を行いながら消費者運動を展開している。生活協同組合の歴史や組織など、非営利組織としての生活協同組合の社会的役割と課題を語る。	12月19日		木下 長義	生活協同組合コープかながわ
	12 様々なリスクコミュニケーション	遺伝子組み換え作物市民会議、化学物質対話集会、司法制度改革研究から生まれたADR(裁判外紛争解決方法)研究グループなど、消費者団体事務局として関わった様々なコミュニケーションについて紹介し、今後の課題について講義する。	1月16日		有田 芳子	NPO法人日本メディアエーションセンター
	13 JMC(日本メディアエーションセンター)基本理念とメディアエーション	JMC(日本メディアエーションセンター)は全国消団連のADR研究会から生まれた。対話により当事者同士で解決に向かうことを重視、話し合いに関わるすべての人がそれぞれを理解し、お互いに成長し、解決方法を見つけていくことが重要と、プロセスを大切に考える考え方や解決方法を広げるため活動しているJMCについて講義する。	1月23日		田中 圭子	NPO法人日本メディアエーションセンター
	14 メディアエーション基礎講座(1)	コミュニケーションが出来ない人が増えている。誰もが身につけることによって回避できるトラブルもある。仕事から日常生活までお互いを理解するために「聴く」「伝える」「対話する」などコミュニケーションを進めるための基礎を解説する。	1月30日		伊藤 文秀	NPO法人日本メディアエーションセンター
	15 メディアエーション基礎講座(2)	1対1の「聴く」「伝える」、第3者(メディアエーター)として必要な「聴く」と「伝える」などの講義とトレーニングを行なう。	2月6日		JMC メンバー	NPO法人日本メディアエーションセンター