

●○○ 第195回あすか倶楽部 定例会 ●○○

テーマ：あすか倶楽部式ディベート

DeNAの第三者委員会報告書に消費者視点は反映されたのか

日時：2017年9月16日（土）14:00～17:00

場所：トヨタ自動車（株）池袋ビル6階604会議室

昨年話題となった『キュレーションサイト』問題の第三者調査報告書をもとにディベートを行い、そこから「消費者視点とは何か？」を考えた。

1. ディベートの概要

■ ディベートの対象とした問題

インターネットから情報を得ることが日常的に行われている中で信憑性が疑われる記事を掲載していた DeNA が運営する医療系のキュレーションサイト『WELQ』が問題になった。

3月に第三者調査委員会報告書が公開されたが、この報告書を読みながら、この報告書には消費者視点は取り入れられているかどうかをチームに分かれて考え、それぞれの見解を発表する。

■ ディベートの対象とした報告書

「DeNA 第三者委員会意見報告書（要約版）」

■ ディベートの進め方

参加者を4グループに分けて（誕生日で分け、事前に各自の意見は聞いていない）、以下の通り進めた。

① ディベートルール、事件概要の説明

- ・ DeNA が行っていたキュレーションサイト事業の法令上の問題点
- ・ DeNA 第三者委員会調査報告書から見る問題のポイント
- ・ なお、「キュレーションサイト」について、知らない人が16名中3名いた

② グループ分け

- ・ DeNA の第三者委員会に消費者視点は反映されたか 「反映されている」「反映されていない」の2つの立場で各2グループずつにグループ分け

③ グループ討議①

- ・ 「反映されている」「反映されていない」の各立場で報告書についての意見をグループ内で討議

④ 発表①

- ・ 各グループの意見を各5分で発表

⑤ グループ討議②

- ・ 反対意見への意見をグループ内で討議
- ⑥ 発表③
 - ・ 反対意見へ各グループの意見を各5分で発表
- ⑦ グループ討議③
 - ・ これまでのディベートを踏まえ、あらためて「消費者視点とは何か？」をグループ内で討議
- ⑧ 発表③
 - ・ 各グループの考えを各5分で発表
- ⑨ 古谷先生からの講評
 - ・ 本日のディベートについての講評
 - ・ 「消費者視点」についての提言
- ⑩ 参加者の感想

2. ディベートで出された主な意見

(1) グループ討議①で出された意見

- 「消費者視点に立っている」立場のグループ
 - ・ 会社と利害関係を第三者としている
 - ・ 具体的な原因と対策が書かれている
 - ・ 正直に書かれている
 - ・ 分かりにくい内容を分かりやすく書いている
 よって、消費者視点に立っていると考える

- 「消費者視点に立っていない」立場のグループ
 - ・ 経緯のみ 製造フローの説明みたい
 - ・ 35,000記事の内、19本しか見ていない ごまかしているに見える
 - ・ 消費者被害のケースが書かれていない
 - ・ 誰のために作られたものか分からない
 - ・ 専門用語を並べていて、消費者に分かりにくい
 - ・ 事実はあるが、原因が書かれていない
 - ・ 消費者に対してどうすべきかを書かれていない
 よって消費者視点立っていないと考える

(2) グループ討議②で出された意見

- 「消費者視点に立っている」に対する反対意見
 - ・ 第三者委員はどういう人か書かれていない
 - ・ 被害が書かれていない
 - ・ 嘘は書かれていないかもしれないが恣意的
 - ・ 前提として消費者視点がない

- ・ 企業の社会的責任という視点が最後にかかっているのみ
- ・ そもそもそこを最初に書くべき

よって、報告書は消費者視点に立っているという意見にはあたらない

- 「消費者視点に立っていない」に対する反対意見

- ・ 報告書はそもそも消費者のために書かれているものではない
- ・ 原本には細かく書かれている
- ・ 要約版は概要を示すものであり、あえて詳細を省いて、多くの人に見てもらえるように考えてある
- ・ 報告書は各ステークホルダー向けのもの

よって、報告書は消費者視点に立っていないという意見にはあたらない

(3) グループ討議③で出された意見

ディベートを踏まえ、あらためて消費者視点とは何か？を考えた出された意見

- ・ 正直かどうか、社会のためになるか長期的に正しい結果を導くかの視点
- ・ 単にモノやサービスが提供されて来た時代の「消費者」とモノ、サービス、情報と提供されるだけでなく、自身も発信者となった時代の「消費者」では、「消費者」という概念そのものが変化している
- ・ その中で「消費者視点」を考えると、モノ、サービス、情報の受け手として偏った見方をしない。受け手が出し手にもなりうることを認識する
- ・ 消費者が本当にありがたいと納得できるサービスの提供、目に見えないサービスの提供、正しい情報とそこに辿り着ける仕組みの構築
- ・ 「消費者視点」は単に自社の顧客だけでなく、もっと幅広い人々の視点で見る必要があり、さらに環境等まで見据える必要がある
- ・ 長期的に社会的責任に立つという意味に
- ・ あなたの家族に薦められますか？という言葉で考えてみる

等々、あらためて「消費者視点とは何か」と問われると、難しく考えさせられる間であり、あらためて考えてみたいという意見が多く聞かれました。

3. 古谷先生からの講評

(1) 講評

今回のテーマに関し、いろいろな考えが出されあらためて気づかされた面がありました。また消費者の視点、企業の視点から問題を整理し考えられていたと思いますが、消費生活アドバイザーという立場としての見方、考え方の整理があればもっと良かったと思います。

(2) 提言

消費生活アドバイザーとして「消費者視点」について体系的に整理されてはどうでしょうか。たとえば、

- ✓ 消費者視点として、消費者第一主義だけで良いのでしょうか？もっと様々な立場で、

いろいろな視点で「消費者視点」を体系的に整理する必要がある

- ✓ 商品・サービスの最終結果だけでなく、それを提供する「仕組み」を消費者視点で見る
 - ✓ 経営について消費者視点で見る
 - ✓ 新ビジネスモデルなどを消費者視点で見る
 - ✓ 不祥事件の際などにおける第三者委員会において、どのようにあるべきか、消費者・企業・社会の実態を正しく捉えて機能しているのかなどを消費者視点で見る
- など、消費者視点を幅広く体系的に整理することで「消費者視点」について消費生活アドバイザーとして社会に発信されることを期待しています。

【所感】

今回のディベートに参加にするにあたって事前に「第三者委員会報告書」に目を通しましたが、何かところに伝わらなく、読み進むことが難しい文書でした。私も仕事柄不祥事件を担当し、行政等に報告書を作成する立場でもありました。そのようなとき、自分自身も消費者視点で書くという意識を難しく思うように思いますし、分かりやすく物を伝える意識も忘れがちになります。その時々、当事者とはそういうものかもしれません。だからこそ第三者の立場で事象を見ることは非常に大切だと思います。そう考えると今回の調査報告書は、「第三者とは誰に対し責任を持ち、誰に対して報告を行うべきものか」という「視座」「視点」の在り方を考えさせられる題材でもありました。

今回ディベートでいろいろと意見を交わしあらためて「消費者」とは、「視点」とは、そして「消費者視点」とは何かを考えさせられた。また、第三者とは何かを考えさせられました。

私自身は消費者であるとともに企業人でもあります。消費者視点は持っていてもその立場なればそのことを意識できなくなる時もあります。だからこそ消費生活アドバイザーという第三者の立場で、お互いの視点に立って物事を見て、意見を発することが大切であると感じました。