

巻 頭 言

消費者の情報消化力の向上を目指して

財団法人 不動産適正取引推進機構

理事 升 田 純

1 近年、事業者、事業者団体、行政において、消費者保護の観点から取引情報、取引事故情報、商品事故情報、事業者情報（取引情報等といいます）を社会に開示することが盛んに求められるようになっていきます。新聞、テレビ、小冊子、インターネット上のホームページ等の様々な媒体を利用して、日々、膨大な量の取引情報等が提供されています。昨年設置された消費者庁もその重要な機能の一つとして各種の事故情報を一元的に収集し、開示することが取り上げられ、さらに膨大な取引情報等が社会に提供されることが予定されています。

2 取引情報等は、最終的には個々の消費者がこれらの情報を利用し、取引事故、商品事故を未然に防止することを目的として提供されているもので、個々の消費者において収集、理解し、活用することが重要です。当機構においても、雑誌、ホームページ等の媒体、機会を通じて取引事故情報等の情報が社会に向けて発信されていますが、これも同様な役割が期待されています。ところが、社会の実態はどうでしょうか。残念なことに、個々の消費者は、提供される取引情報等に敏感ではありませんし、ほとんどの消費者は無関心であるといっても過言ではないでしょう。不当・不正な取引の事例は跡を絶たないのが現状ですし、不注意・誤使用を原因とする商品事故も日常的に発生しています。

3 現代社会は、高度情報化社会といわれ、手軽に膨大な量の情報が利用できる環境にあります。今後も、この傾向は拡大すると予想されます。

現代社会における消費者は、情報が足りないという問題よりも、情報を消化し、活用することができない、あるいは活用等しようとしていないという問題がより深刻になりつつあるように思われます。膨大な量の情報が提供されているため、これによって十分に保護されるとか、保護されているなどといった他人任せの誤解が、根拠もなく、根強く浸透しているのではないのでしょうか。消費者の知恵も、危険予知能力も、危険回避能力も全体的に低下していることが目立つようになっていきます。

4 取引情報等は、社会に提供されるだけで意味があるわけではありません。その提供の目的に沿って活用されて意味があるものです。現代社会に生きる消費者にとって取引情報等は、自分の安全と利益を守るための重要な手段であり、活用によって初めてその機能が発揮できるものです。取引情報等が膨大に提供されるだけでは、情報の海の中でかえって溺れるだけです。消費者に膨大な量の情報を消化できる能力と姿勢を養成することが極めて重要な課題になっています。不動産取引も例外ではありません。