

2021年岩手県消費者大会の基調

◆岩手県消費者大会の歴史

岩手県の消費者団体の連絡・共同活動の歴史は古く、1961年（昭和36年）岩手県消費者団体連絡協議会が結成されました。高度成長期には、消費者をめぐるさまざまな問題にまとまった力で対抗するために、地域生協などの自主的な組織がめざましい発展をとげました。しかし、岩手県消費者団体連絡協議会は事務局体制が未確立で、団体が集まって統一的・組織的な運動をすすめることはできませんでした。

1974年、広範な消費者団体が結集する組織をめざし、運営規則も作られ、組織的な活動の話し合いがすすめられるようになりました。その後、県内の消費者の切実な声を代表して、灯油や電気・水道などの公共料金値上げ反対、食品添加物規制緩和反対、また、税・社会保障問題、平和問題などの運動を大きく広げる役割の一端を担ってきました。東日本大震災以降は、被災地支援、原発問題にもとりくんでいます。

岩手県消費者団体連絡協議会は、生協関係や消費者団体・女性団体など21団体で構成され、自分たちの生活を守るために必要な運動を発展させ、多様な活動のネットワークを広げています。また、消費者の意見や要求を社会的に明らかにして、その実現のために学習講演会や議会請願などを行っています。

岩手県消費者大会は、1982年から岩手県消費者団体連絡協議会や岩手県消費者大会実行委員会の主催で毎年開催され、今年は37回目になります。

◆岩手県消費者大会の役割

1. 県内の消費者（団体）の運動と要求をもちより、活動経験を交流し学習する場とし、その後のそれぞれの活動に生かします。
2. 大会後は必要な運動を発展させ、多様な運動のネットワークを広げ強めます。
3. 消費者の意見や要求を社会的に明らかにし、その実現をめざします。

◆大会は全体会と分科会の二部制で行われます

国内の新型コロナウイルスの新規感染者数は、全国的に減少傾向にありますが収束は見通せていません。コロナ禍に起因する雇用・労働環境の悪化は、非正規雇用や特に女性など立場の弱い人により大きな影響をもたらし、格差や貧困の拡大、社会的孤立が深刻化しています。

コロナは以前から日本社会が抱えてきた労働や貧困、差別などの問題を浮き彫りにしました。今コロナ禍で私たちの暮らしに何が起きているのでしょうか。昨年4月から「生存のためのコロナ対策ネットワーク」の活動を進めている藤田孝典さんは、「今の社会・雇用構造の実態からすれば『自助』と『自己責任』では対応できないことは明確」と話されます。貧困の実態とその背景にあるもの、解決するためには何が必要なのか、藤田さんの講演を聞いてみんなで考えあいましょう。

今年の分科会は、第1が「社会保障問題」、第2が「消費者問題」、第3が「環境問題」の3分科会です。コロナ対策の関係で3つの分科会となりましたが、今考え合いたい課題設定で、担当した団体が学習と交流を企画しています。安心して暮らせる平和な社会をめざし、みんなで学び行動しましょう。