



第10回「金融と経済を考える」高校生小論文コンクール

「賢い消費者になる」ために

静岡県・静岡県立清水東高等学校 3年 城内 香葉

「すごくお金持ちの人と、あまりお金持ちじゃない人では、どちらが安くお金を借りられると思う？」

姉が不意に投げかけた質問に、
「そりゃあ、お金持ちじゃない人の方が安く借りられるでしょう。」
と私は答えた。

次の瞬間、ニヤッとした姉を見て、私は「しまった！」と直感した。これが社会科のテスト問題だったなら、私は正解に近い答えを書く事が出来ただろう。授業の中で学んだことがあったからだ。銀行や信用金庫は、借主のお客さんから金利をもらって利益を出している。貸出したお金の回収不能のリスクを最小限に抑えるために、担保の有無や収入によって、金利が決定する仕組みだ。金融業界の仕組みとして理解しながらも、不意の姉の質問に、私は全く逆を答えてしまった。

なぜだろうかと考えた時、「日本は累進課税であり、福祉制度も確立されていて、弱い立場の人に優しい社会である」と、私は認識していたからだと思う。

それでは銀行が冷たい企業なのか。いや決してそうではない。銀行は民間企業であり、利益を出して社員にきちんと給料を支払わなければならない。会社の業績を上げて、社員の福利厚生も整備し、その上で社会にも貢献している。

就職活動が始まった姉は、企業の訪問をしたり、インターンシップに参加しては、私相手にちょっとだけ大人ぶって見せた。貸出金利から考え始めた経済の仕組みだったが、経済にも人との関わりにも、大切なキーワードは、『信用』ではないだろうか。

グラミン銀行が始めた貧困層への融資、マイクロファイナンスの話は初めて聞いた時には、とても感動したことを覚えている。しかし、そこに「慈善」だけで、「信用」がなかったなら、この取引は成立しなかったに違いない。ムハマド・





ユヌス氏は、女性の持つ真面目でよく働く性質を信じ、グループで貸付を受けさせることで連帯保証となる責任感を持たせ、きちんとした取引をしたのである。日本の銀行でも、住宅ローンや学資ローンは国も応援していて優遇された金利になっている。そして、遅延なく返済を完了した人には、再びお金を借りる時には、金利が安くなる仕組みをとっている。財産の大小だけでなく、その人の努力や実績もちゃんと見てくれている。会社の勤続年数や、公共料金の自動引き落としの実績などでもプラスになると聞いて、「信用を得る」ということは、少しずつ積み重ねていくものであり、私たちの日常生活と密接していることがよくわかった。そしてそれは出来ない事ではないし、私たちは信用のある「賢いお客さんになる」ことを心掛けるべきだろう。

毎年のように、食品の偽装問題がニュースにあがる。産地や消費期限を本来とは異なった表示をすることで、少しでも販売を拡大したいとする身勝手なやり方だ。そんな時に被害に遭うのは、決まって信頼して購入していた消費者である。中でも、私が今年一番気になったニュースは、大型観光バスツアーの事故が相次いだことだった。事故の経緯を調査していくと、決まって労働条件の悪さが表面化してくる。人件費を抑えるために夜行でワンマン運転、限度を超えた走行距離が事故の原因と言っているだろう。そしてそれは、ツアーを楽しみにしていた乗客の死亡事故にまで発展し、取り返しがつかない事態となっている。価格競争が激化し、デフレの余波があらゆる産業にまで押し寄せ、消費者に嬉しいはずの価格破壊も、不安が残る結果となっている。私たちはトラブルに巻き込まれないようにするために、「10円安い」に群がるのではなく、商品そのものに価値を見出し、納得した値段で手に入れることが必要ではないだろうか。消費者が正しく適正な価格を決めていけば、無謀な価格破壊はなくなるだろう。私たちひとりひとりが「賢い消費者になる」ことが、経済の安定と活性化に繋がると思う。大衆を対象にして手軽さや値段で勝負しているもの、客層を絞って特別なニーズを掴もうとしているもの、または人を引きつける接客で購入意欲をかきたてようとするもの、消費戦略を打って出る企業に対して、私たちは賢く乗り、賢く利用することが楽しい経済環境を作っていくことになると思うのだ。

「信用」のすぐ近くには「評判」がある。「評判」は時には確かな形で提供者、





消費者の双方の味方になるものだ。今年の学校祭で、私のクラスはダンボールを駆使して、巨大ロボットを作った。近所の雑貨店や各家庭からダンボールを集めただけでは足りず、引越センターに電話して、使用済みのダンボールを頂けないか頼んだ。気持ち良く分けてくれるというので、私は母に頼んで、車で取りに向かった。その引越センターの事務所は、節電のために照明を間引きしており、薄暗い感じがしたが、熱心に節電に努めていることが好印象だった。そして社員の対応が実に親切で爽やかで気持ちの良いものだった。客でもない私たちに対する言葉づかいや、車に積む作業を手伝おうとする私と母への気配り、実際にはほとんど若いお兄さん達がテキパキと積んでくれた。私たちの学校祭を応援してくれる気持ちも感じたし、来年には大学生となり、引越センターのお世話になるかもしれない近い将来の客に対して、次に繋がる対応だったと言えよう。私は、ダンボールを待っていたクラスの仲間に、早速彼らの対応を話し、思い切り引越センターの宣伝をしていたくらいだ。高校生にはマニフェストの書かれたビラさえくれない選挙演説をしている議員より、ずっと先を見た戦略だと思う。

評判が大切だと感じる理由のもうひとつは、私は祖母が出店している朝市の手伝いをしているからだ。普段は買う立場の私が、この時ばかりは売り手となる。月に2回、日曜日の早朝に開かれる朝市は、安価で新鮮な野菜や、手作りの惣菜そうざいを求めてやって来る地域のお客さんで、なかなかの盛況ぶりだ。最近スーパーでも生産者の名前が入っている野菜が多く見られるが、こうした生産者の自信が、消費者の安心を生むことになる。朝市のような生産者と直接話が出来、自分で手に取り選べる場では、お客さんも安心出来て、とても楽しそうに買い物をしている。常連のお客さんは、「この前の漬物おひ美味しかったよ。」「こうして焼いて食べたら最高だったよ。」など宣伝してくれて、お客さんがお客さんと呼んでくれる。祖母の作る野菜は、形は悪いけれど、無農薬で新鮮でとても美味しい。しかも市価の半値以下だ。それでもお客さんの喜ぶ顔に負けて、祖母はもっと値引きしてしまう。がんば頑張って早起きして来てくれる頼もしいお客さんを見ていると、「みんな賢いお客さんだなぁ。」と何だか嬉しくなる。

先日温泉に行った時のことだ。その施設は飲食物の持ち込みが禁止されているにもかかわらず、あるグループが個々に持ち合わせた飲食物を並べ、堂々と





食べていた。店員に注意されてもお構いなしに、強気の姿勢で居座っていた。客というだけで優位な立場だと思っているとしたら、それは大きな勘違いだと思う。ルールを守ってこそ客だと言えるはずだ。

日本のサービスは、海外からも高い評価を受けている。海外からの旅行者の多くは、日本の魅力にサービスの良さをあげる。日本の定着した文化として誇りに思うものである。しかし、その反面、日本人はサービスを当たり前だと思って、モラルを失っているものがある。本来、需要と供給が成り立って取引が成立していることから、対等の立場である。昨年の東日本大震災直後、スーパーやコンビニの物がなくなり、物が手に入ることの安心感やありがたさを味わったに違いない。海外ではチップの制度があるように、客の立場からも、敬意や感謝の意を表すことが必要ではないだろうか。

私は買い物をする時に、必ず「ありがとう」を言うようにしている。朝市で私がありがとうを言われて嬉しいように、ありがとうと言われて嫌な気持ちのする人はいないと思う。「仕事へのやりがい」や、「仕事をしていて嬉しかった事」の一番目にあがるのは、「お客さんの喜ぶ顔が見られた時」や「ありがとうの言葉をかけられた時」だそうだ。これは決してルールではないかもしれないが、思いやりの気持ちが提供者と消費者の潤滑油となり、働く環境を良くしていくものだ。そして、それがより良い商品となり、サービスの向上に繋がって、必ず又、私たちの元に返ってくるはずだ。実はこの「ありがとう」の言葉こそ「賢い消費者になる」ための一番の近道ではないだろうか。

