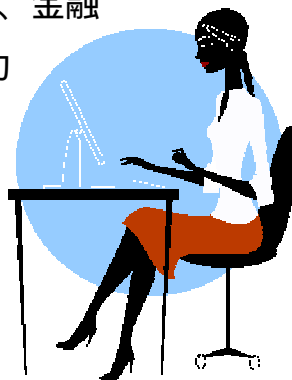


2. リテラシー (Literacy) と アカウントビリティ (Accountability)

いきなり、英和辞典を引かなくてはいけないような、テーマで恐縮です。しかしながら、この2つの言葉はキーワードとして最近頻繁に登場しております。そこで、この2つの言葉を別々にとりあげるのではなく、その相互の関連も含めて、まとめてテーマにしてみました。

まずは、リテラシー (Literacy)。リテラシーとは、そもそも読み書きの能力のことをいいますが、それから発展して、経営リテラシー、金融リテラシーといったように (専門分野に対する) 知識能力という意味で使われることが多くなっております。

「あの人は リテラシーがある」と言った場合、その人はあることについて基礎的な素養を身に付けているということになります。



一方、アカウントビリティ (Accountability) とは (経過、理由、方針などの) 説明義務のことを言います。

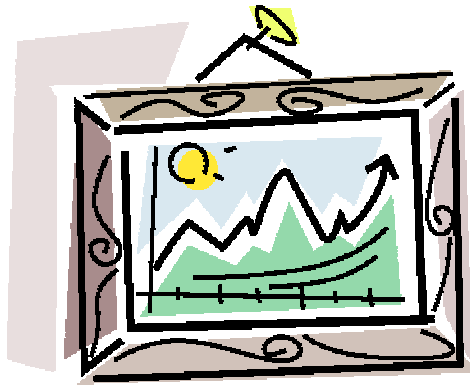
だれでも、すべてのものごとにリテラシーを持っているわけではなく、それゆえに様々な分野で専門家がいる訳ですが、自分が知らないこと、分からない事に遭遇した場合、適切な説明 (= アカントビリティ) があるか否かは重大な問題です。

例えば、家電量販店で。年配の夫婦がテレビを買おうとやって来ました。その夫婦はデジタル家電についてのリテラシーを持ち合わせていないので、店員から説明を受けてもちんぷんかんぷん。店員は夫婦の怪訝そうな顔色もお構いなく、プラズマだの、地上波デジタルだの、そんなことは知っているだろうと専門用語を連発するばかり。

-2-

ここで重要なのは、リテラシーを持っていない人に対して、いかに専門用語を使わずに、理解できる平易な言葉で説明義務を果たすかということです。

相手が分からない(リテラシーがない)ことをいいことに、説明義務を果たさない。あわよくば、なんとかごまかして売ってしまおう。これが大きな問題なのです。相手が分からない(リテラシーがない)からこそ十分な説明が必要なのです。



最近では、インターネット等で、事前に必要な知識を持った上で、商品・サービスの提供を受けるといった方が増えております。このようなリテラシーをもった方が増えてきたからこそ、説明義務がなお一層重要になってくるのです。

商品・サービスの内容をより良く説明することによって、消費者の理解、信用を得、商品・サービスの提供がスムーズに行われることとなります。それとは逆に、十分な説明義務を果たさなければ、法的責任を負わなくてはならないような重大なトラブルを引き起こしかねません。

説明義務を果たすためには、供給する側がリテラシーの習得に努める(=より商品・サービス、業務内容に精通する)とともに、それを分かりやすく表現する能力を身に着ける必要があります。

リテラシーには、読む(=理解する)能力と書く(=表現する、説明する)能力がともに備わっていることを言うのですから。