

[研究ノート]

消費者基本法 地方公共団体における取り組みの現状について その2

山 田 壽 一

はじめに

「消費者基本法 地方公共団体における取り組みの現状について」を平成22年に発表した。その際、他県における状況を確認した方がよいとのアドバイスを受けたので今回山梨県における状況を調査することとした。

本報告の目的は平成16年6月2日に公布・施行された消費者基本法第1条、第3章及び第4条を受け、第17条において（啓発活動および教育の推進）すなわち「国は、消費者の自立を支援するため、消費生活に関する知識の普及及び情報の提供等消費者に対する啓発活動を推進するとともに、消費者が生涯にわたって消費生活について学習する機会がままねく求められている状況にかんがみ、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を講ずるものとする。2 地方公共団体は、前項の国の施策に準じて、当該地域の社会的、経済的状況に応じた施策を講ずるよう努めなければならない。」が盛り込まれたが、消費者の自立に向けて、国及び地方公共団体において、消費者に対してどのように必要な情報及び教育の機会が提供されているのか、その結果効果はみられたのか、また施策を実施する際、問題点等が生じてはいないのか等についての実態を把握するためである。

本報告においては、アンケート結果についてまとめるとともに、取り組みに対する成果・課題・問題点等を検討する。

1 調査概要

調査対象は、山梨県の中央本線を中心に、一部身延線沿線の地方公共団体（以下 自治体という）である。具体的には 調査対象地域は 山梨県（上野原市・大月市・小菅村・丹波山村・甲州市・山梨市・笛吹市・山梨県庁・甲府市・昭和市・中央市・富士川町・南アルプス市・甲斐市・北杜市・韮崎市）で、調査サンプル数は16である。

調査方法は訪問留置調査である。アンケートを各自治体に持参し、受付において消費者基本法、あるいは消費生活関係の担当部署を伺った後、担当部署に出向き調査目的等を述べ、記入後連絡をもらい回収時に関連質問等を行った。ただ調査の場所的な関係から多くの自治体で

は、郵送あるいはメールにてアンケートの送付回答がなされた。確認後、不明な点については電話あるいはメールにて問い合わせを行った。

調査日時は平成24年5月11日より平成24年5月28日である。アンケート回収は同年5月19日より8月7日である。

調査対象の自治体における人口規模（平成24年4月末日あるいは平成24年5月1日現在）は、1千人未満が2村、1千人以上3万人未満が3市2町、3万人以上～5万人未満が4市、5万人以上10万人未満が3市、10万人以上20万人未満が1市、20万人以上100万人以下が1県である。

設問項目は、5項目（前回の平成22年調査では4項目）あり、それぞれ以下の通りである。

設問Ⅰ 第17条において明記されている「必要な施策を講ずる」のを取り扱う部署は、どこの部署においておこなわれていますか。また、その部署は、全体の組織の中においてどこに位置していますか。（組織図でお示し願えれば幸いです）

設問Ⅱ 消費者に対しては、第7条で、「消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めなければならない。」とあり、また 国・地方自治体等には第17条で「消費生活に関する知識の普及及び情報の提供、消費生活に関する教育の充実」とありますが、その「消費生活」の範囲については、どのようにお考えでしょうか。

設問Ⅲ 「消費生活に関する知識の普及及び情報の提供、消費生活に関する教育の充実」のために、具体的には、今までどのような取り組み、事業を行ってきましたか。具体的にお教えください。（たとえば 種類・実施回数・参加者人数など）

設問Ⅳ 取り組みや事業等を行うに際して、何か課題及び問題点等がありましたか。その場合、それらに対しては、どのように解決されましたか。又、課題として残ったものはありますか。

設問Ⅴ 消費者条例などを設けておりますか。

2 アンケート結果

「設問Ⅰ」は、各自治体において、消費者基本法あるいは消費生活関係についてどこの部署で担当しているのかを明らかにするため、この項目を最初に設定した。

担当部署は以下の通りである。

- * 市民生活課 市民生活担当
- * 市民部 みんなでまちづくり推進課
- * 総務課
- * 商工観光課 商工振興担当
- * 企画財政課 企画情報係
- * 総務部 総務課
- * 市民環境部 市民活動支援課 市民生活担当
- * 生活環境部 市民活動支援課 市民生活係
- * 総務部 総務課 行政担当
- * 市民部 生活環境課 生活環境担当
- * 市民部 市民課 市民生活担当
- * 住民生活課
- * 農政商工課 商工労政担当
- * 市民生活部 市民協働室消費生活センター 消費生活係（兼）計量検査所
- * 商工観光課 商工労政担当
- * 消費者教育に関係する部署で構成する「消費者教育関係機関連絡協議会」を設置、協議会の構成員は企画県民部消費生活安全課・生涯学習文化課・県民生活センター、総務部私学文書課、教育委員会義務教育課・高等教育課・社会教育課・総合教育センター、金融広報委員会事務局で、庶務は消費生活安全課が担当している

ここでわかることは、総務部課が担当しているところ、商業産業経済関係部署において担当しているところ、市民生活関係部署において担当しているところ、また協議会形式を採用しているなど、自治体において担当部署が異なっている事である。また、規模の小さい自治体においては、一つの部署で複数の業務を担当しているところもあり、明確な基準があるわけではない。なお行政組織図が整備されていない自治体も見受けられた。

千葉県における調査と比較すると、市民生活関係部署で取り扱われている割合が多いように思われる。より市

民レベルでの対応がうかがえる。

「設問Ⅱ」においては、消費者基本法第17条において「当該地域の社会的、経済的状况に応じた施策を」と規定されている。ただ消費生活の範囲は多岐にわたるため、全てを網羅しているのか、あるいは当該地域の社会的、経済的状况に応じて一部に限定しているのか等、各自治体においてとらえ方が異なっているのかを調査するため、消費生活の範囲についての回答を求めた。

以下が設問Ⅱに対する回答である。

- * 消費者の社会的、経済的行動はすべて消費生活にあたる。その範囲はあまりに広く、また、漠然としているため、普段の生活の中ではそれを意識して行動することはない。
- * ・消費者（市民）の安全・安心に関すること ・消費生活の相談、指導及び啓発に関すること ・消費者団体の育成強化に関すること ・消費者保護に関すること
- * 消費者が物を買おうとする段階から、買って消費するまでを消費生活の範囲と考えています。その中で、消費者を守るために、自己啓発を促したりしています。
- * 人が日常生活をおくる上で必要なもの
- * 消費生活の範囲につきましては、明確な基準を持ち合わせておりませんが、振り込め詐欺などの悪質商法が多発する状況をかながみ、現実的には「金銭の取引や権利関係などが発生すると思われる生活行動」をその範囲としてとらえています。ただし、事例収集の裾野は限定せず、広義的に対応しています。
- * 衣食住を始め、人が日常生活を送る上で必要となる部分を基本とし、最近では海外先物取引やインターネット・携帯電話に関連した消費生活問題も増えているので、中学生ぐらいから高齢者まで、幅広い世代の生活に関わるものだと考えている。
- * 消費生活の考え方としては、対価を支払って物を手に入れたり、サービスを受けたりするなど生活に必要なことをすることだと考えています。消費生活には様々な分野があり、広域的かつ高度な専門知識が必要なきがあると思います。消費者には消費生活に関しての必要な知識の修得、情報収集を努めていくことで充実した消費生活で暮らしていくことができると思い

ます。

- * お金を払って商品やサービスを購入し生活することが消費生活といえるので、「日常生活のすべて」と考えます。
- * 消費生活に対しては、今後社会全体で取り組まなくてはならない問題だと考えます。基本的な所（学校教育）から教育し、認識を植え付けていくことが必要であり、その中に高齢者も一緒に携われるようにしていけば良いのではないのでしょうか。今までは流されていた食の安全の問題、情報化社会の象徴、ワンクリック詐欺、手口が巧妙になるオレオレ詐欺等、消費生活は多種多様であるので、自分たちも常にアンテナを立てて情報を発信していければと考えています。
- * 日常生活における消費者と事業者に係わるすべての行動、消費者が日常生活を送る中で、金銭を支払って生活する部分。
- * ふつうの生活をしていく上で、お金を払って物を買ったりサービスをうけること。
- * 消費者側からは、限界があり困難であるため、行政側からからの知識の普及及び情報の提供が重要と考える。
- * 国や県、又市町村において様々な消費生活に関する被害を防止するため、行政側としては、市民等に対し様々な手段で情報を提供する必要があります。市民の皆さんも、被害に遭わないように、注意して生活する事が必要であると考えられます。
- * 市民全体を対象に、広報・ホームページにて消費者啓発・情報の提供を行うとともに、消費生活や暮らしに役立つ知識を幅広く学ぶための「消費者講座」の開催をしています。特に高齢者を対象に悪質商法などの消費者被害の未然防止のため消費者啓発チラシの配布や「消費者問題出前講座」を行っています。また、市内の高校（3年生）と大学生を対象に、若者をねらう悪質商法に気をつけるよう啓発チラシを市内の高校13校・大学4校に配布しています。
- * 契約や商品に対する知識、金融や保険、食生活、住まい、IT関連、シニアライフ、セーフティネット等市民が生活をするうえで必要なもの全て
- * 消費者基本法で使用されている用語の定義については、消費者庁へご確認願います。

回答からは、営利活動を除いた消費者の生活全般を対象としていることがわかる。特に地域状況によって範囲を限定している自治体はみられなかった。このことから、各自治体が行う施策の範囲は、消費者の生活全般に関わることになる。

これは千葉県でも同様な結果が得られた。なお、回答のうち、16番目の「消費者庁へ確認願いたい」について、著者が消費者庁に確認した結果、消費者庁より次の回答が得られた。

- * 「消費生活」の意義は、社会通念上のものと異なるものではないと考えられますので、消費者庁では特段の定義を行っていないと考えられます。

「設問Ⅲ」では、具体的内容について特に消費者基本法が成立した平成16年以降行われたものについて記載してもらった。

回答は以下の通りである。

- * ・同じ手口で多発する消費者トラブルについては、広報等で注意喚起する。・市、消費者生活相談員（15名）には毎年2～3回研修を開催している。また、啓発本を配布し、消費生活についての知識を高めていただく。・国や県からの関連情報誌を相談員へ配布し地区の回覧板等で住民にお知らせする。・来庁者向けに庁舎内大型TVで、消費生活関連の啓発DVDを放映する。
- * 啓発活動具体的取り組みは以下の通りである。（平成23年度）
 - 全国消費生活相談員出前講座 45回、暮らしの高齢者教室 171回、専門交通指導員 95回、市消費生活推進員研修 30回、市消費生活推進員地域講座 75回、区長会代議員会・地区区長会 50回 合計参加者数 781人
 - 夏休みエコ工作教室 111人、親子日銀見学会（日銀甲府支店）24人、地域講座 180人
 - 窓口配布物として…消費者啓発リーフレット（還付金詐欺）530部、啓発物品 ポケットティッシュ 3,400個、啓発物品 キャリーファイル 1,000部
- * 当村は人口も少なく、ATMや通販など被害にあいそうな環境にあります。その為、回覧等で最低限の知識を身につけることで充分だと現段階では考えています。

- * ・町広報配布時、啓発チラシ・啓蒙品配布 ・成人式当日、新成人に「くらしの豆知識」を配布 ・町イベント時、啓蒙品配布 ・県委嘱の消費生活相談員が町内に2人いるので研修に参加してもらい、地域にPRしてもらおう(年2~3回) ・希望があれば、県民生活センターより講師を招き、出前講座を開催(ここ2年はなし)
- * ・消費生活相談員による消費生活相談の設置(H19年から毎月1回・相談者不特定) ・消費生活講座の実施(年1回・参加者30名~50名程度) ・悪質商法や契約のトラブルに関する注意喚起チラシの配布(H22, 23年度 全戸配布及び役場窓口配布→別添のとおり) ・高齢者向け振り込め詐欺防止啓発品(クリップクロック)の配布(H23年度 生きがいクラブや窓口にて配布) ・安全安心消費生活情報配信URL http://www.town.showa.yamanashi.jp/safe_map/info/syohi.php (H22年度からホームページ安全安心マップ内にて配信開始。携帯電話、スマートフォンへ配信することもできる) ・防災行政無線による注意喚起(必要があれば随時)
- * ・年に3回ほど、消費者啓発物品を区長に依頼し市民に回覧した。内容は、食品表示に関するもの、相談できる公的機関の電話番号が記載されたもの、悪質商法に関するもの等。 ・新成人に対して、若者向け消費者啓発物品の支給(冊子等) ・市のホームページや公報へ、悪質商法に関する情報の掲載 ・消費生活相談員とともに、消費生活に関する研修会を実施(年3回)。内容は悪質商法に関すること、クーリング・オフ等。参加者は15人前後
- * ・多重債務相談会(毎月1回開催) ・啓発パンフレットの作成(高齢者向けシール、若者向けパンフレット、くらしの豆知識) ・担当職員の研修参加(国民生活センター・県民生活センター主催) ・消費者相談窓口の看板設置
- * ・一般市民を対象とした消費者講座(消費者トラブル対応、食品の安全など)年4~5回、参加者はおよそ100人(年間) ・新成人向け消費生活啓発本の配布 ・広報、ホームページ、市役所窓口にて情報提供 ・市役所ロビーにて啓発用DVDの上映 ・啓発用閲覧板の作成(全自治会へ配布)
- * ・高齢者を対象とした講習会(ふれあいサロン)、H22、23 計2回開催 各30名参加 ・当市3大まつりにて啓発活動(れんげまつり、与一公まつり、稲穂まつり)、れんげまつり実績、約750名に啓発品を配布 ・内容、消費者行政に関するクイズに答えて、補助金で作成した啓発品を配布する。 ・広報にて啓発リーフレット等配布(全戸)、H21、23 計2回配布 ・広報にて消費生活情報誌「かいじ号」配布(組回覧)、年4~5回配布
- * 消費者向けの啓発チラシやパンフレットを作成し、自治会等を通じて回覧している。また、消費者被害防止啓発冊子を作成し、全戸に配布した。無料法律相談の機会を設け、消費生活関連の相談に応じている。また、市民の消費生活に関する相談及び苦情処理のため、消費生活相談員を設置し、毎週火曜相談に応じている。消費生活担当職員の各種研修への参加
- * 広報で、「オレオレ詐欺」や「悪質商法に気をつけよう」などと呼びかける。
- * パンフレットを全戸配布(年2回)、PR用品を全戸配布(年1回)
- * 県の消費者行政活性化基金事業を活用し、新成人や市内各戸にパンフレットを配布しています。又市内各地域に消費生活相談員を委嘱していますので、地域の啓蒙や相談業務を行っていただいております。相談員有志による、消費者被害防止のための寸劇等を公民館活動や老人サロンで行っています。
- * ①消費者フェスティバルの開催…1回、参加者数 約160名 ②消費者講座の開催…4回、参加者数 219人 ③消費者問題出前講座の開催…11回、参加者数 394人
- * 週1回 専門の相談員を設置し、消費生活相談を実施している他、各地区へ出向いて講座を行う。消費生活出前塾を実施し、消費生活に関する知識の普及と情報の提供を行っている。
- * 消費者教育関係機関連絡協議会の構成員ごとに、関係機関および関係機関以外と連携して消費者教育活動を実施している。関係機関と連携して実施した消費者教育活動は、平成23年度が22事業、平成24年度では実施済みが6事業、予定事業は16事業である。また、関係機関以外と連携して実施した消費者教育活動は平成23年度が12事業、平成24年度は実施済みが2事業、予定事業は11事業である。

この設問に対する回答は多岐にわたっていた。

共通するものとしては、「消費生活講座」「出前講座」など講義形式の内容を市民対象に行っているところがかかり見受けられる。又、消費生活相談は専門員を配置し、一部では行政書士とタイアップし、市民から相談を受けた際対応できるようにしている自治体もあった。その他の活動としては、各自治体において発行している「広報」を通して、タイムリーな消費者トラブル事例記事を紹介している自治体も多くみられる。また、イベントなどの際、チラシや啓蒙品を配布している。一部の自治体では防災行政無線を活用し必要に応じて注意喚起している。その他生活相談員に対する研修を行い、最新の情報を入手しようとしている自治体もあった。ただ、規模の小さな自治体では、県や国が作成した消費者問題関係のリーフレットのみを配布しているところもあり、事業に対する取り組みの姿勢にはかなり温度差が感じられた。これは、自治体に於ける職員数の違いによるところもみられるが、消費者被害が今まで起っていないという、地域的な生活経済環境という状況も影響しているようであり、千葉県と状況は同様であった。なお、平成16年以降についての状況を尋ねたが、データが整っている自治体は少なく、最近のものがほとんどであった。継続性の観点から今後整理されることが望まれよう。

「設問Ⅳ」は、各自治体が、事業を実施しようとする際、障壁が存在すると聞かされたことがあるので、その際には何が問題で、どのように対応しているのか、あるいは課題が解決されないままなのかなどを調査するため、この項目を設置した。

回答は以下の通りである。

* ・住民対象の事業(研修会・セミナー等)は行っていない。・市消費生活相談員向けに開催する研修で会っても参加率はよくない。・消費生活の範囲は広く、またトラブルの手口についても日々多様化・巧妙化する中で、それを未然に防ぐための事業を行うことは非常に難しい。・消費者とトラブルにあっては、人に相談しにくいものであり、表面化していないものも多くあると思われる。そのような住民が気軽に相談できる窓口作りをするとともに、担当職員の知識の向上やあっせんする団体とのネットワーク作りが大切になる。

- * 消費者行政活性化交付金により、地方に消費者相談員が配置されたが、市町村単位で必要かどうか。
- * 特になし。
- * ・啓発チラシを配布しても、読んでくれない。→啓発品のラベル等にPR文を掲載し、配布。・出前講座を開催しても、人数が集まらない。
- * ・行政が把握できる範囲ではあるが当町内の振り込め詐欺被害の発生はこれまでなかった。しかしながら、平成24年5月に不審電話が相次いでいるとの情報を得てホームページ・防災行政無線などで即時対応したが、被害者が出てしまった。消費者自らが知識と意識を持って行動できるように促す周知・啓発活動の充実が更に必要と感じる。
- * 回答なし
- * ・問題点：高度な専門知識を要する相談に対応できない。・現状：消費生活相談窓口として開設しているが、常勤・非常勤消費生活相談専門員がおらず、相談内容に応じて相談所を案内している。
- * ・消費生活相談員の設置（現在は担当職員で対応）
- * ・ふれあいサロンについては、30名ほど参加して行ったが、周知する人数に限られてしまうので、被害の手口が次々に変わっていく中で周知が行き届かない。・まつりや広報での啓発周知は、広く情報を発信できるが、きめこまかい配慮が足りない。・以上のことから、啓発品に消費生活センターや市役所の連絡先を入れて、あやしいと思ったら連絡をくれるよう促す。
- * 特になし
- * 予算（基金）のあるうちは可能だが、今後は厳しくなる。
- * 回答なし
- * 市に消費生活相談窓口を設置していますが、専門の職員の配置がされていないため、相談業務の対応がむずかしく県の相談センターと連携を取りながら進んでいる現状です。
- * ①消費者フェスティバルと②消費者講座は、消費生活センターが開催する事業だが事業の周知が難しい。消費者団体や高齢者学級などに呼びかけて事業の周知を図っています。課題は参加者の確保が難しいこと。③消費者問題出前講座は、自治会、老人クラブ等からの要請により講師を派遣する事業だが、事業の周知が難しい。老人クラブ連合会の会長や高齢者学級の学級

長、社会教育指導員などに出前講座の内容等について周知を図っています。課題は申し込みがないと開催できないこと。

- * 事業の利用を促す周知方法が課題 → HPや推進グッズの作成により啓発を行った。
- * 各種講座の参加者は、消費生活に関して意識や関心の高い消費者が中心となっている。啓発を広範囲に展開するためには、消費生活に関心の薄い一般消費者まで普及させていくことが課題である。また、啓発活動の主要な担い手である消費者団体を、どのように体制強化していくかも、喫緊の課題である。

課題として挙げられているものに、出前講座等を開催するにしても、参加人数が集まらない。情報提供に際し、無関心層へのPR方法が難しい。高度な専門的知識を持ったスタッフが少なく、かつ、他業務との兼務などを行っているため、今後業務拡大に伴い、思うような対応が難しくなる。予算規模の関係から思うような活動ができない。また、予算（県の消費者行政活性化基金）がなくなった後の対応が難しい。などがあげられている。

千葉県同様多くの課題を抱えていることがうかがえる。

「設問V」では、「消費者条例の有無」について聞いたところ、1件において消費者条例を制定していた。前回の調査（千葉県）においては2件であった。2回の調査から結論を出すのは早急であろうが、基本となる消費者条例の制定が少ないのではなかろうか。

おわりに

地方自治体における取り組みについてみてきたが、千葉県の調査と同様に、率先して取り組んでいるところと、そうでないところの温度差の大きさを感じるがあった。現状より一歩進んだ取り組みが必要なのではないかと感じた次第である。

このような中、啓発活動及び教育の推進に関する法律すなわち「消費者教育の推進に関する法律」が平成24年8月10日に成立、8月22日公布、平成24年12月13日に施行された。その目的は、第1章 総則 第1条において「…消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるようにその自立を支

援する上で重要であることに鑑み、消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利であることを踏まえ、消費者教育に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、基本方針の策定その他の消費者教育の推進に関し必要な事項を定めることにより、消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、もって国民の消費生活の安定及び向上に寄与することを目的とする。」と定められている。そして、第3条の基本理念においては、「…、3 消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行われるとともに、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮した適切な方法で行われなければならない。4 消費者教育は、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場の特性に応じた適切な方法により、かつ、それぞれの場における消費者教育を推進する多様な主体の連携及び他の消費者政策との有機的な連携を確保しつつ、効果的に行わなければならない。」とある。そして、第5条 地方公共団体の責務が定められており、「地方公共団体は、基本理念のっとり、消費生活センター、教育委員会その他の関係機関相互間の緊密な連携の下に、消費者教育の推進に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の社会的、経済的状况に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。」とある。また、第2章 基本方針等 第10条 都道府県消費者教育推進計画等 において「都道府県は、基本方針を踏まえ、その都道府県の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画を定めるよう努めなければならない。2 市町村は基本方針を踏まえ、その市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画を定めるよう努めなければならない。」とある。そして、第3章 基本的施策では第18条 情報の収集及び提供等で「国、地方公共団体及び国民生活センターは、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われている消費者教育に関する先進的な取り組みに関する情報その他の消費者教育に関する情報について、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮しつつ、これを収集し、及び提供するよう努めなければならない。」消費者教育推進地域協議会について第20条では、「都道府県及び市町村は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育を推進するため、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センターその他の当該都道府県又は市町村の関

係機関等をもって構成する消費者教育推進地域協議会を組織するよう努めなければならない。」となっている。

これらは、消費者基本法第17条をより具現化したものであり、自治体の今後の取り組みが期待されるが、多くの自治体が前向きな姿勢を示していたので、成果が期待できよう。

前回も述べたが、消費者への対応は、出来るだけ早いうち、特に年齢が若いうちから行う必要があると常々考えている。すでにみたように「消費者教育の推進に関する法律」の第3条の基本理念において、「…、3 消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行われるとともに、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮した適切な方法で行われなければならない。」と規定されているように、その意味からも消費者教育の

あり方を、今一度考えるべきであろう。

今後の研究課題は、「消費者基本法 第17条 …あまねく求められている状況にかんがみ、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を講ずるものとする」及び「消費者教育の推進に関する法律 第5条 消費生活センター、教育委員会その他の関係機関相互間の緊密な連携の下に、消費者教育の推進に関し、…、その地方公共団体の区域の社会的、経済的状況に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。」とあるように、学校現場における状況についての調査を行いたいと考えている。

最後になりましたが、今回調査にご協力いただいた方々に心より御礼申し上げます。

添付資料 調査用紙

「消費者基本法第17条に対応する、国及び地方公共団体の
具体的取り組みについての調査」

消費者基本法第17条に対応する、 国及び地方公共団体の具体的取り組みについての調査

中央学院大学 商学部 山田 壽一

この調査の目的

消費者基本法 第1条 目的において「・・・消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念を定め、国、地方公共団体及び事業者の責務等を明らかにするとともに、・・・」と、また、第2条 基本理念 においては「・・・消費者に対して必要な情報及び教育の機会が提供され・・・、消費者が自らの利益の擁護および増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。」と明記されております。

そこで消費者の自立に向けて、国及び地方公共団体において、消費者に対してどのように必要な情報及び教育の機会が提供されているのか、その結果効果はみられたのか、また実施する際、問題点等が生じてはいないのか等についての実態を把握するため、この調査を行うこととしました。

ご協力のほどよろしくお願いいたします。

関連条文 (消費者基本法)

(目的)

第一条 この法律は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念を定め、国、地方公共団体及び事業者の責務等を明らかにするとともに、その施策の基本となる事項を定めることにより、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図り、もって国民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的とする。

(基本理念)

第二条 消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策（以下「消費者政策」という。）の推進は、国民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、消費者の安全が確保され、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供され、消費者の意見が消費者政策に反映され、並びに消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されることが消費者の権利であることを尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。

第七条 消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必

要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めなければならない。

(啓発活動及び教育の推進)

第十七条 国は、消費者の自立を支援するため、消費生活に関する知識の普及及び情報の提供等消費者に対する啓発活動を推進するとともに、消費者が生涯にわたって消費生活について学習する機会があまねく求められている状況にかんがみ、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を講ずるものとする。

2 地方公共団体は、前項の国の施策に準じて、当該地域の社会的、経済的状况に応じた施策を講ずるよう努めなければならない。

設問Ⅰ 第17条において明記されている「必要な施策を講ずる」のを取り扱う部署は、どこの部署においておこなわれていますか。また、その部署は、全体の組織の中においてどこに位置していますか。(行政組織図でお示し願えれば幸いです)

設問Ⅱ 消費者に対しては、第7条で、「消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めなければならない。」とあり、また 国・地方自治体等には第17条で「消費生活に関する知識の普及及び情報の提供、消費生活に関する教育の充実」とありますが、その「消費生活」の範囲については、どのようにお考えでしょうか。

設問V 消費者条例などを設けておりますか。

調査事業所所在地				
連絡先電話				
担当部署				
担当者名				
世帯数	世帯			
人口 総計	名	内訳	男性	名
			女性	名
(平成24年4月30日 あるいは 5月1日 現在)				
調査日				
平成24年 月 日				