

[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

Report on Results of Survey Undertaken to Assess
Local Governments' Responses to Consumer Basic Act

山 田 壽 一

はじめに

消費者の保護と消費者政策の枠組みを定めるための法律として昭和43年5月に成立した消費者保護基本法は、社会情勢の変化の中、平成16年5月、36年振りに全面的改正がおこなわれ、消費者基本法が制定された。これは、平成14年6月11日、内閣府が第18次国民生活審議会消費者政策部に提出した「21世紀型の消費者政策のあり方に関する検討について」が端緒となっている。消費者政策部会は審議を重ね、平成15年5月に「21世紀型の消費者政策のあり方について」の答申をまとめた。消費者の位置づけの転換、消費者の権利を位置づけることが必要とされ、これを踏まえ、① 消費者政策の理念を明確化、② 行政・事業者の責務と消費者の役割を明確化、③ 施策に関する規定を充実、④ 苦情処理体制の計画化と裁判外紛争解決の位置付け、⑤ 行政の推進体制の充実・強化をはじめとして消費者保護基本法の総合的な見直し提言された。そして、法案が超党派の議員立法として、平成16年第159回通常国会に提出、「消費者基本法」として平成16年5月26日に成立、同年6月2日に公布・施行された。消費者基本法における消費者の位置付けは、これまでの「保護される者」から「自立した主体」へと今までの消費者像を180度転換されたものとなった。

「消費者の自立」、「自立した主体」に向け、消費者基本法の第1条 目的において「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（下線筆者、以下同様）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、もつ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。」とあり、また、第2条の理念においては、「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。」とある。

また、第3条においては、国の責務が、第4条では、地方公共団体の責務が、すなわち、「地方公共団体は、第2条の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ののっとり、国の施策に準じて施策を講ずるとともに、当該地域の社会的、経済的状况に応じた消費者政策を推進する責務を有する。」とある。

これらを受け、第2章の基本的施策の第17条（啓発活動および教育の推進）が盛り込まれている。「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つ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。」と。

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、「地方公共団体における取り組みの現状について」のアンケート調査を行なった。

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、本学が位置している千葉県我孫子市を中心に、常磐線沿線の地方公共団体（以下 自治体という）、我孫子を起点としている成田線沿線および我孫子近郊の自治体、千葉県庁、千葉市および館山市である。具体的には 調査対象地域は 千葉県（松戸市・流山市・柏市・野田市・我孫子市・印西市・栄町・成田市・神崎町・香

取市・鎌ヶ谷市・白井市・千葉県庁・千葉市・館山市)で、調査サンプル数は15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。一部の自治体では、郵送あるいはメールにてアンケートを送付回答されるものもあり、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22年9月より平成23年3月までである。

調査対象の自治体における人口規模（平成22年12月末あるいは平成23年1月1日現在）は、1万人未満が1町、1万人以上10万人未満が4市1町、10万人以上20万人未満が5市、20万人以上50万人未満が2市、50万人以上100万人未満が1市、および100万人以上1,000万人未満が1県である。

設問項目は、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」の取り扱い部署は、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。具体的にお教えてください。（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。

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。

- *環境経済部 商工観光課 消費指導担当
- *環境経済部 経済政策課 経済政策班
- *市民生活部 コミュニティ課 消費生活センター
- *市民環境本部 経済担当部 消費生活課 消費生活センター
- *産業課 商工観光班
- *経済部 商工課 消費生活センター
- *まちづくり課 農政係
- *経済部 商工観光課 商工班
- *市民生活部 消費生活センター
- *市民生活部 商工振興課 商工振興係
- *市民経済部 商工振興課 商工振興班
- *民生経済部 市民生活課 コミュニティ係 及び 消費生活センター
- *環境生活部県民生活課 消費者行政推進室
- *市民局 生活文化部 消費生活センター
- *市長公室 社会安全課 生活安全係 消費生活相談

ここでわかることは、商業産業経済関係部署において担当しているところと、市民生活関係部署において担当しているところなど、自治体において担当部署が異なっている事である。ただ、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。

「設問Ⅱ」においては、消費者基本第17条において「当該地域の社会的、経済的状況に応じた施策を」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、経済的状況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。

- * 企業・法人等営利を目的としたものをのぞく、市民

生活のすべてと考えている。

- * 消費生活とは、「お金を払って、もの（有形・無形いろいろだと思うが）を買って、生活する」こと全般だと思うが、そういった行動を取る上で必要な知識・情報となると非常に広範囲にわたるものと考えている。
- * 日常生活全般であり、食の安全・安心から契約などすべての垣根がないものと考えている。
- * 消費生活とは、個人として消費者が、日常生活において、事業者に対して対価を支払い物品やサービスの提供を受けて行う生活のことを指す。その範囲は非常に広範囲かつ曖昧なものであるが、衣食住全般にわたり個人が業者との間で行う取引全て含まれると考える。
- * 物品等の購入やサービスの提供の情報取得から、それ等を活用する等をして生活する事と解している。
- * 消費者と事業者間の商品・役務に関すること。
- * 朝起きて食事し、商品やサービスの購入、電話、インターネット、娯楽、…etc。日々生活するためにお金を払って品物を購入する。それら全てを消費生活と考える。
- * 消費者基本法に規定され、かつ消費者行政に該当するもの。
- * 消費者が生涯を通して、生活していく上で必要な契約（購入・サービスの提供等）全般ととらえている（有償・無償問わず）。事業者同士や民・民同士（隣人トラブル等）はどちらも消費者となりえないため、基本的には除外されると考えている。 ※ただし、状況に応じて対応している。
- * 条文にある「消費生活」の範囲につきましては、消費者の生活全般に渡るものと考えている。
- * 日々の暮らしの中で、商品やサービスを購入し、使用・利用するなど消費するという行動をする主体が「消費者」であり、その側面から生活をとらえたものを「消費生活」と言う。このように「消費」と言う視点から見た場合、すべての人が消費者であり、消費生活を営んでいると言える。
- * 担当職員の知識向上として県消費者センターから相談員を招き研修を行っている。今のところ消費者からの相談は少ないが、今後、消費生活のトラブルによる相談も増えると思う。
- * 内閣府「消費者教育の総合的推進方策に関する調査研究報告書（2007年度）」より…領域別の目標である

安全、契約・取引、情報、環境についてライフステージごとに目標を定める。本市に於ける消費者教育（啓発）体系（平成22年5月）では、大人向け（学生を除く成人）、子ども向け（幼児～大学生等）、および教員向けに、先の安全、契約・取引、情報、環境について啓発を行う。

- * 本市の消費生活基本計画では、施策の基本方針として、1 消費生活の安全・安心の確保 2 消費者被害の未然防止・被害の救済 3 消費者の自立支援 4 消費者の年齢その他の特性に対する配慮 5 複雑・多様化する社会への対応 を掲げ、消費者に対する情報提供の推進や各種施策を展開している。
- * 地方自治体によって、消費者センターを設置している自治体と設置していない自治体等があり、それによって、消費生活の業務に対応できる範囲はことなる。自治体レベルになると1人～2人の人数で対応しているところもあり、その場合、ほとんどが他の業務と兼務している担当者が多い。国・県レベルまでには、消費生活の業務を拡大することは非常に難しいと考える。

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。

「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。

- * 消費生活展の開催 平成23年で35回を迎える。動員人数は500名から8,000名で平均1,000名前後である。消費生活講座の開催は平成16年以降4回から15回までで回数は変動しているが、平均8回くらい開催している。その他ポスターの掲示、チラシの配布を行っている。
- * ①出前講座…市内のグループ（高齢者クラブ、町内会、小学校など）に対し、要望に応じて講師（消費生活相談員）を派遣する。現在のテーマは「賢い消費者になりましょう」。平成16年度から延11回、471人参加。
- ②市民アカデミー…公民館の生涯学習事業としてさまざまな分野について市民が学ぶもので、その授業の一

つとして消費生活をテーマに講義をしている。平成17年度から延6回、116人参加。③その他…日ごろ高齢者と接する機会の多いケアマネやヘルパーの会議などに出向き、高齢者を狙った最近の悪質商法などについて講義形式で啓発を行っている。平成19年に1回、21人参加。22年度も開催予定。また、市町村合併もあり、旧村エリアで消費者教育のための講座を開催予定でいる。

- * 消費者啓発保護事業(20年度までは消費者啓発事業・消費者保護事業得分けされていた)・消費生活相談事業を行う。消費者啓発保護事業は、(1)啓発事業として、消費者月間・消費者月間パネル展の開催、消費生活展の開催・消費生活パネル展の開催、消費者啓発・市民まつり街頭啓発、消費者情報誌の発行・リーフレット、クローバー、くらしの豆知識、振り込み詐欺撃退シール、相談窓口マグネットの配布を、また、(2)保護事業として、消費生活用製品安全法、家庭用品品質表示法、電気用品安全法の立ち入り検査や石けんの利用促進の為の啓発事業を行っている。消費生活相談事業では、相談の受付を始め相談員による出前講座を行っており、平成16年より相談開催日数は年242～245日、出前講座は5回～22回行われており、市民研修講座や弁護士による多重債務無料相談が行われている。
- * 当市では、消費者教育の充実のため、様々な講座を開催している。内容としては、市民(団体)からの申し込みにより、センターの相談員や外部講師が地域に出向いて講義する形式のものと、センターに外部講師を招いて市民に聴講してもらう形式のものがある。前者は、主に高齢者を対象とした「シルバー消費者教室」、若年層を対象とした「若者向け消費者教室」、一般消費者の自立を目的とした「暮らしのいきいき講座」がある。平成21年度の開催回数と参加者総数は、「シルバー消費者教室」は10回730名、「若者向け消費者教室」は1回84名、「暮らしのいきいき講座」は5回178名となっている。後者は、消費者月間にあたる5月に開催される「くらしのセミナー」、夏休みに小学生の親子を対象とした「夏休み親子消費者教室」、消費生活の基本である衣食住をテーマとした「出張セミナー」(平成23年度から「くらしのセミナー」に名称変更予定)がある。平成21年度の開催回数と参加者総数は、「くらしのセミナー」は4回69名、「夏休み親子 消費者

教室」は5回126名、「出張セミナー」は8回165名となっている。

- * 国県からの広報等の掲載依頼の対応。年1回 全町家庭対象、イベント時の啓発パンフレット等の配布 年2回程度 1,000から2,000人、消費生活相談 毎週1回 平成21年度の相談件数は36件
- * 消費生活相談は平成20年度1,206件、平成21年度1,104件、平成22年度10月末523件。出前講座は平成20年度8回387人、平成21年度5回122人、平成22年度2回89人(10月末)、一般向け消費者講座…平成20年度テーマ「遺言・相続」参加者28人、平成21年度①回目テーマ「葬儀」参加者59人、②回目テーマ「悪質リフォーム」43人、平成22年度①回目テーマ「葬儀・お墓」17人、②回目12月開催予定、親子向け消費者講座(発電所等の施設見学会など)は平成20年度44人、平成21年度46人、平成22年度41人である。その他広報紙による啓発、市広報紙毎月1日号に「消費生活相談Q&A」掲載、消費生活センター編集の季刊誌「消費生活」の発行、パンフレット、小冊子の配布おもな配布先(一般配布を除く)民生委員(H21、22)老人クラブ(H22)独居老人(H21)専門学校生徒(H22)高校生(?～H22)などである。
- * 特に行っていない。県が作成した消費者相談関係のリーフレットを配布のみ。
- * 年2回の消費生活講座、年1回の消費生活展、視察研修、消費者フォーラム参加を行う。その他、昨年度は国の補助金を活用して、市民に対し啓発を兼ねてパンフレットの各戸配布、今年度に関してはカレンダーの各戸配布、イベント時におけるグッズの配布等を行う。開催等事業は、消費生活講座、消費者フォーラム、消費生活展、視察研修等を行い、消費生活講座には40名近い参加者がいる。
- * 消費生活コーディネーター活動において消費者講座や消費生活パネル展啓発活動、消費生活相談の受理・市への引き継ぎ、消費生活コーディネーターに対する研修を続けている。また、消費者教育として、事業者向け消費者セミナー、夏休み子どもセミナー、消費者カレッジ、移動消費者講座、市教職員向け消費者教育セミナーや啓発紙の発行を行った。他に、消費者教育授業実践事例集等を作成している。
- * 毎年、「みんなの消費生活展」を実施し、消費者保

護と消費生活に関する情報の提供知識の普及を図っている。→平成21年度で33回目、平成21年度来場者数322人。また、『地上デジタル放送への準備・悪質商法から身を守る』として「くらしの講座」の開設を行った。→参加者12人

* ①消費者講座：市民を対象とした講義形式の講座や夏休みに親子対象に移動教室を行っている。平成16年度から延べ15回、420人参加。②出前講座：市民団体(地域やPTAの集会・婦人会・高齢者クラブ・サークル等)からの消費者教育の希望に応じ、消費生活相談員を講師として派遣している。(無料)平成16年度から延9回、274人参加している。③その他：生涯学習の分野の市民大学校で消費生活関係の講座を平成17年と22年で計2回合計54人参加で実施している。消費者だよりを平成16年から18回発行し、市内全戸に配布している。市広報誌15日号に「はい。消費生活相談室です。」として毎月1回タイムリーな消費者トラブル事例記事を掲載している。

* ①情報紙「消費者ミニ情報」の発行、年1回「消費者ミニ情報」を発行(平成21年度6,600部)し、市内各世帯班回覧を行う。②第23回消費生活展の開催 10月16・17日の2日間にわたり開催。来場者延べ3,901人 ③出前講座の実施 平成21年度実績：8講座289人参加 ④その他 小冊子やリーフレット等を消費生活展・出前講座等で配布

* 1 学校における消費者教育の推進…消費者教育啓発事業 教員対象研修会(公開講座)年1回 H21年8月6日「子どもの金銭感覚を養う“お金”の教え方」他 2 様々な主体が参画する消費者教育・学習の促進…生涯大学校管理運営事業 生涯大学校において消費者教育等の実施。3 消費者教育・学習の担い手の育成…県消費者センター「消費者自立支援講座」等の実施 H21年度 回数：62回 参加者：4,412人 例 ①高齢者を狙う悪質商法 参加者50人 高齢者対象 ②ケータイ・パソコンの個人情報トラブル 参加者159人 若者対象(高校での講座開催) ③知っておきたい消費者知識 参加者43人 一般対象 4 必要の人に必要とされる情報を届ける体制の整備…消費者団体との協働による消費者フォーラムの開催 H21年度消費者フォーラム in 千葉 平成21年6月8日(月) 開催 千葉市内516人参加

* 情報提供事業(1)暮らしの情報の発行(2)被害防止関係資料の発行(3)ホームページによる情報提供(4)資料等の常設展示(5)マスメディアによる情報提供、くらしの巡回事業。消費者啓発事業(1)消費者月間記念講演会(2)消費生活展(3)消費生活講座。消費者教育支援事業(1)消費者教育推進ワーキンググループ(2)自主活動の場の提供等を実施している。

* 消費生活に於ける出前講座を随時開催。実施回数は3回、参加者60人。消費者苦情相談窓口の充実。全国消費生活情報ネットワーク・システムの導入。振り込め詐欺等の街頭啓発・年金支月日(偶月)年6回。訪問販売被害撲滅キャンペーンの街頭啓発・戸別訪問。消費者団体等の研修会・講習会の参加。消費者行政担当職員及び消費生活相談員研修会への参加。多重債務相談窓口の無料相談会の開催

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、「消費生活展」と銘打ち、テーマを決め各種イベントや掲示を行なっている。「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、一部では専門職員の増員、相談回数を増やすなど、以前よりより多くの時間を取るようになっているところも増加している。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市も多くみられる。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や財政規模の違いによるところもみられるが、消費者被害が今まであまり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る。

「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。

- * 消費生活展・消費生活講座等、市民への周知、講座等の講師の確保、会場の確保
- * 悪質商法等の被害者はさまざまだと感じるが、日常生活に必要な情報との接点がない人（高齢者など）である場合が多い。市又はその他機関が実施する消費者教育や啓発事業に触れた人々は、ある程度被害に遭うリスクを減らすことができているかと思うので、全ての市民に法で謳われている「知識の普及、情報提供、教育」というものができれば良いが、情報アンテナの低い人ほどそれらに触れる機会がない。ただ、昨年に消費者庁が創設されて以来、国県もマスコミ等を通じて消費生活に関するPRにかなり力を入れており、近隣市町村でも相談件数が増えているようで、相談窓口の周知や、被害事例、注意喚起など、より多くの市民に浸透してきているものと感じる。今後は、市も教育・啓発に力を入れていきたいと考えている。
- * 相談の充実を図りたいと願っていた。平成22年度から消費者行政活性化基金により相談員の増員ができ、相談時間（12時～13時）を増やし、電話の増設（2台から4台）し、相談電話が繋がりがやすく改善することができた。又相談室（2部屋）確保ができ、プライバシーに配慮ができた。以前は消費生活センターの場所が狭くパンフレット等もぎっしりで選びにくかった面もあったが、悪質商法・身近な事故などに分類した展示で分かりやすくすることができた。（課題）学生向けに啓発活動を行いたいが、学校との連携がとれていない。
- * 講座を開催するにあたっては、毎年テーマが同じようなものになってしまうという問題点がある。しかし、初めて受講する市民もいることや、定期的に消費者に呼びかけたいテーマが多いことから、以前と同内容の講座を開催しても、必ずしも申し込みに影響があるとは限らない。さらに、講師を変えたりタイトルをインパクトのあるものにするなどにより、2回目以降の受講者にも飽きさせない工夫をしている。また、どのように受講生を集めるかも重要な課題となっている。これについては、ホームページや広報誌への掲載、チラシを公民館など置く等広報活動の充実を図っているが、いまだ十分とはいえず、今後の検討課題となっている。
- * 町行政内には専門的知識を持った職員が居ない為、相談等は一般的な対応しかできない。講習会等の教育の場の提供には、人的、資金的バックアップが必要。
- * ① パンフレット等による啓発が予算上拡大できない。⇒平成21年度より実施されている「地方消費者行政活性化基金」を活用し、対象を拡大して啓発することができた。② 消費者センターでのあっせん業務は、事業者が応じてくれないと進まない。⇒消費生活センター（市町村）に法的強制力がない。③ 海外の事業者との契約や、「法の抜け穴」的な商品や販売方法については、市町村レベルでは被害の救済は難しい。⇒消費生活に関する法令の整備が必要。④ 独居老人など消費者被害が潜在的に発生している可能性が高い。⇒地域の社会福祉協議会を通じて、独居老人宅に啓発小冊子等を配布した。しかし、今後も啓発や被害の掘り起こしを他機関と連携して行う必要がある。
- * 直接相談窓口へ来庁、及び電話相談して来る住民はほんの一握り。まだまだ相談窓口・消費生活相談員の存在が十分行き届いていないのが現状である。昨年度より広報誌、パンフレット等の活用及び、国の補助金活用によりPIO—NET設置、相談日数の増設等相談窓口の充実を図る。今年度は既に100件を数える相談件数を受けており、効果は出ていると思われる。今後も更なる情報提供及び啓発が必要かと思われる。
- * 課題・問題点等
 - ① 消費者教育体制の体系的な整備
 - ② 無関心層及び情報弱者への提供に関する有効な手段・方法の確立
 - ③ 提供対象団体への有効な働きかけ（特に学校に対する）
 - ↓
 - ① 非常勤特別職である消費者教育相談員により段階的に整備を図っている
 - ② 消費生活コーディネーターの活用、他部署・他組織（福祉部署、町会、自治会等）との連携
 - ③ 消費者教育推進連絡会のような連携する場を設け、それを継続していく事で、消費者教育への理解を求めていく。
- ①～③との解決ではなく、継続課題・問題点。
- * 広報等により周知をしているが、多くの方に参加いただけないこと等。
- * 消費者講座等の参加者は消費者トラブル等に興味・

関心がある方々が多く、様々な分野で学習意欲がある。しかし、消費者トラブルに巻き込まれる可能性が高い人たちは、『消費者トラブルに興味がない。』『自分には無縁』と考えている人たちが多く講座等への参加があまり見込めない。そのため、消費者だよりや広報誌等での消費者情報の提供やホームページでの情報発信等を行うとともに、トラブル等にあったときの相談窓口「消費生活相談室」の周知に努めている。消費者庁創設により市民の関心が高まっているので、より積極的に事業に参加していただき、また幅広い年齢層に様々な消費者情報を発信していけるように努めたいと考えている。

- * 県では平成23年3月に「千葉県消費生活基本計画」を策定した。この計画では、平成21年度から平成25年度までの5年間に於いて、『消費者 元気 暮らしやすさ いちばんの ちば』を目指し、県・市町村・消費者・事業者が連携・協働して取り組むこととしている。なかでも、国からの交付金である「消費者行政活性化基金」を活用し、消費生活相談体制の拡充、強化などの取り組みを進めているが、特に被害の未然防止や迅速な被害救済を行うためには、住民に身近な市町村での相談体制の充実が急がれている。そのため、市町村に対し、消費生活センターの開設や相談員の増員、新規配置、相談日の拡大などの整備について働きかけている。また、県消費者センターの中核的機能強化のため、相談員の増員や養成、レベルアップ事業などに取り組んでいる。
- * 消費生活に関する業務のほか、別の業務を兼務しながらの業務となるため、他の業務で緊急性を要するときは、そちらを優先して業務に取り組む。今のところ、緊急用務と消費者苦情相談がかさなることが少ない状況のため、対応が来ているが、今後、消費生活の業務を拡大していく傾向ならば、専任の担当がいなければ、対応が難しくなってくる。
- * 消費生活センターは、多発する被害の迅速な解決や救済が求められる一方、問い合わせもあり、的確な情報提供の役割も求められている。消費生活基本計画の事業実績の中で、今後の課題をとりまとめている。課題として残されたものは、次期基本計画の改正を行う際、検討していきたいと考えている。
- * 特に問題や課題はなし。 2件

問題や課題等については、平成17年3月に財団法人消費者教育支援センターより「社会教育施設における消費者教育 報告書」¹⁾が出されており、それによると公民館における消費者教育の課題として、①講座を企画しても参加者が少ない、②適切な講師を見つけることが難しい、③事業予算が少なく、講師謝金が不足、④市内県内の他の公共および民間団体との連携の方法等があげられており、また、平成15年6月同社団法人で出された「消費者教育の新たな展開にむけて『消費者教育に関する研究』報告書」²⁾においても“消費者教育講座を実施する場合に苦勞していること”のうち「受講生が集まりにくい、テーマの選定、講師の選定」があげられており、とくに「人を集める講座の問題点としてこれまでも指摘されてきたことであるが、受講生が集まらない、集まったとしても対象が固定化しており、本当に聞いてほしい人に聞いてもらえない、といった講座スタイルのジレンマが現れていた。」と指摘しているように、同様なことが今回のアンケートでも述べられている。課題として、講座を開催する際テーマの選定・会場・講師の確保が難しい。情報提供に際し、無関心層や情報アンテナの低いいわゆる情報弱者へのPR方法が難しいなど情報提供に関するもの。専門的知識を持ったスタッフがいない、あるいは少なく、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。学生向け啓発活動を行おうとするが学校との調整がうまくいっていない。予算規模の関係から思うような活動ができない。などがあげられている。

一方、今後の対応として相談員の増員や養成を行いレベルアップを図ることにより、消費生活相談の一層の充実を目指していたり、ホームページや広報誌なども含めた広報活動の充実、消費者教育・啓発に力を入れるなどがあげられており、厳しい現状の中で前向きに取り組む姿勢が多く自治体でみられた。

最後に「消費者条例の有無」について聞いたところ、2件において消費者条例を制定していた。これを、少ないとみるのかは他との比較も必要であろうと考える。

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、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ことがあった。これは、財政規模・担当者の数等の問題もあろうが、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。今後の対応では、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。

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。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条において、「…

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」とあるように、特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。

- 1) 財団法人 消費者教育支援センター「社会教育施設における消費者教育 報告書」平成17年3月 p88
- 2) 同上「消費者教育の新たな展開にむけて『消費者教育に関する研究』報告書」平成15年6月 p92

「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。(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。具体的にお教えてください。(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。

調査事業所所在地
連絡先電話
担当部署
担当者名
調査日 平成 22 年 月 日