

行動する消費者を目指して！

2010（H22）年10月14日

弁護士 拝師 徳彦

第1 消費者問題を取り巻く状況の確認

1 消費者被害の現状

- (1) 全国の消費者センターに寄せられる相談件数はほぼ高止まりの状態が続いている
- (2) 高齢者を集中的に狙った取引被害・高額な金融被害などが後を絶たない
e x. 未公開株取引被害, リフォーム詐欺など
- (3) 事故原因究明体制が不十分であり, 発生した事故を教訓に生かせないまま同種事故が再発
e x. エレベーター事故, プール事故など

2 消費者行政一元化の動き～消費者庁・消費者委員会の創設～

(1) 消費者庁・消費者委員会とは

- ・消費者庁 消費者問題に関連する法律を直接所管・共管。消費者事故情報を一元的に集約・分析・公表。措置要求等を通じて消費者行政全般の司令塔機能を発揮。
- ・消費者委員会 内閣府本府に設置。消費者庁をはじめとする消費者行政全般を監視し, 建議・勧告を行う。従来の審議会としての役割も併せ持つ。

(2) 消費者庁・消費者委員会の課題

事故情報の収集・分析体制, 消費者庁と消費者委員会の役割分担等課題は山積。地方消費者行政の充実支援をどうするかが大きな課題となっている。

3 地方消費者行政の状況

①一般会計と消費者行政の財政の推移

- ・消費者行政予算は、過去10年間で33.8%減少（都道府県は53.8%減少）
・一般会計歳出額の減少率（10年間に約6.8%減少）を大幅に超えている。

	歳出純計決算額（百万円）	地方消費者行政予算（百万円）	
	地方公共団体合計	地方公共団体合計	（内）都道府県
平成10年度	102,868,902	16,379	9,971
平成11年度	104,006,504	15,978	8,820
平成12年度	100,275,101	16,539	8,898
平成13年度	100,004,082	15,609	8,031
平成14年度	97,170,222	14,729	7,962
平成15年度	94,887,025	13,101	6,359

平成16年度	93,442,236	13,034	6,428
平成17年度	92,936,469	12,211	5,676
平成18年度	91,528,325	11,605	4,654
平成19年度	91,181,397	10,830	4,340
対10年度減少率	△11.3%	△33.8%	△53.8%

②地方公務員数と消費者行政職員数の推移

- ・消費者行政担当職員は過去10年間で37.9%減少
- ・地方公務員全体の減少率は9.5%（一般職で13.8%）減少

	地方公務員合計	(内)一般行政職員	消費者行政職員数	消費生活相談員数
平成10年度	2,819,267	1,163,127	10,172	2,383
平成11年度	2,802,559	1,158,314	10,308	2,513
平成12年度	2,777,434	1,148,242	10,296	2,676
平成13年度	2,722,663	1,110,220	10,342	2,918
平成14年度	2,699,701	1,096,539	10,397	3,081
平成15年度	2,677,358	1,082,191	10,093	3,144
平成16年度	2,651,778	1,066,302	9,253	3,314
平成17年度	2,620,066	1,046,425	7,873	3,342
平成18年度	2,588,517	1,025,753	7,113	3,732
平成19年度	2,551,663	1,002,735	6,572	3,539
対10年度減少率	△9.5%	△13.8%	△37.9%	増48.5%

（教育、警察、消防を除く）

※歳出純計決算額・地方公務員全体数は総務省「地方財政白書」から

※消費者行政予算・消費者行政職員数・相談員数は国民生活局「都道府県等の消費者行政の現況」から

※消費生活相談員数は算定方法の問題があり、平成20年度は2,734人である。

4 消費者団体の現状

中央レベル、地方レベルで大小さまざまな消費者団体が存在。

ほとんどの団体が人材不足（高齢化）、資金不足に苦しんでいる。

熱意はあるのに、期待された役割を十分果たし切れていない。

第2 消費者市民社会とこれからの消費者像

1 消費者市民社会の考え方

＜国民生活白書＞（平成20年版）

- ・「消費者市民社会」とは、個人が、消費者・生活者としての役割において、社会問題、多様性、世界情勢、将来世代の状況などを考慮することによって、社会の発展と改善に積極的に参加する社会を意味している。（2頁）
- ・消費者市民は、経済主体として、企業から出された情報に基づいて費用に比べて効用や便益が大きい商品・サービス、企業を選択する。そうした行動によって消費者・生活者にとって望ましい競争と公正な市場が生まれる。（4頁）
- ・消費者市民が、社会の問題解決、困窮者への支援、人々や社会のつながりの重視など社会的価値行動が高まり、伝播していけば、それが大きなうねりとなり、社会構造自体の変革につながろう。（4頁）
- ・消費者市民社会は心のゆとりと成熟した社会をもたらすものでもなければならぬ。困窮者や高齢者に鞭打って「主体的役割を果たせ」という社会ではない。消費者市民がやさしい眼差しを持って一般的な消費者・生活者と連帯し、また企業で働く人も消費者・生活者の視点を持って事業活動を見直し、社会構造を良くしていく社会である。（5頁）
- ・他方で、食品の安全性、偽装表示などから消費者問題への関心は高まっているが、消費者・生活者が個人の能力を超えたりリスクに直面している時、そのリスクを事前に予防または最小限に制限・除去する役割は依然行政にあると言える。（5頁）

<消費者行政推進基本計画>（2008（平成20）年6月27日閣議決定）

「（消費者行政の）強化・充実のためには、消費者の声を真摯に受け止める仕組みの存在と消費者による強力な後押しが欠かせない。消費者がよりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与することがあってこそ、新組織はその存在感を高めることができる。」

<日弁連第52回人権擁護大会「消費者被害のない安全で公正な社会を実現するための宣言」>（2009（平成21）年11月6日）

「・・・消費生活について安全と公正が確保されている社会。消費者が、適切に消費行動を行ったり、あるいは社会的活動を行うことにより、誠実な事業者・生産者を支援し、また、事業者・生産者の質の向上、市場や社会の改善を図っていくことができる社会。

・・・消費者をつなぎ支える消費者団体と専門家を含めたネットワークがつけられている社会。

このような「消費者市民社会」の確立をめざして、・・・。」

2 消費者市民社会と消費者団体の役割

（1）消費者意思の集約・形成機能

個々の消費者が単独で社会を変えていくのは困難

→多数の消費者が手を結ぶことで発言力・実現力を高めるとともに、消費者団体が中心となって建設的な意思形成を行うという役割を担う。

(2) 多様化・専門化する消費者問題への対応

現代の消費者問題は多様化・専門化。こうした中で、常に変化し続ける幅広い消費者問題に対して、個々の消費者一人一人が十分な専門知識・情報を持ち、適切な判断を下していくのには限界があるのではないか。

→「消費者のプロ」としての消費者団体

3 消費者市民社会と行政の役割

行政が、消費者被害の防止・救済対策と消費者団体の育成支援によって、消費者・消費者団体による社会的行動を促進する。

⇒消費者が参加し学ぶ機会を行政が提供する、消費者団体が学び行動する場と財政、情報等を行政が支援する。

※前提として、消費生活の安全・安心を確保するため必要な規制を行うことは当然

4 消費者市民のイメージ～「賢い消費者」から「行動する消費者」へ

(1) 従来型の「賢い消費者」像

[消費者の社会的価値の選択行動]

消費者が、社会的価値を配慮した選択行動をとる。

⇒社会的価値を配慮した消費者の選択行動が、消費者志向の事業者の活動を支援し、安心・安全な市場形成を促進する。

⇒地産・地消、エコ商品、無農薬野菜など、商品の社会的価値を学習し選択行動に活かす。

(2) これからの「行動する消費者」は・・・

[消費者・消費者団体の社会的連帯行動]

消費者・消費者団体が、安心・安全に生活できる市場と社会のルール作りに積極的に関与する。

⇒消費者個人の選択の責任＝賢い消費者像・個人の注意に矮小化するのではなく、消費者全般が安心・安全に生活できる社会のルールを、自覚的な消費者と行政の協働によって実現すること。

5 具体的な行動提案

- ・ウォッチねっとの「訪問販売お断りステッカー」の意味と活用例。
 - ・地域の見守りネットワークの形成。cf. 静岡での取り組み
 - ・適格消費者団体の活用。
 - ・消費者団体だけで行動するのではなく、テーマに応じて他の市民団体、自治体、民生委員などと手を結んで活動を広げる。
- e x. 地元の消費者行政充実を目的とした地域ネットワークの結成
→県レベルで実現できている地域はさらに市町村レベルでの運動の展開を。