

第6期兵庫県県民生活審議会 答申

**創造的市民社会の実現に向けた
今後の消費者行政のあり方について**

平成17年2月

兵庫県県民生活審議会

はじめに	1	
第1章 消費者を取り巻く状況		
1 消費生活に影響を及ぼす社会・経済情勢の変化		
(1) 高度情報化（IT化）社会の到来による新たな消費者問題の発生	2	
(2) 国際化の進展による消費者問題の広域化	2	
(3) 環境問題の深刻化	3	
(4) 市場メカニズムの活用と消費者問題	3	
2 消費生活やライフスタイルの変化に伴う消費者問題の変容		
(1) 高齢者、若年者の被害の増加	4	
(2) 取引形態や決済方法の多様化による消費者問題の複雑化	4	
(3) クレジット社会の急速な進展による消費者被害の高額化	4	
(4) 揺らぐ「食」の安全・安心による消費者不安の増大	5	
(5) 新たな領域への消費者問題の拡がり	5	
第2章 消費者施策の考え方		
1 消費者の権利の尊重と自立の支援		
(1) 消費者保護基本法の改正	6	
(2) 消費者の権利について	6	
2 参画と協働による県政の推進	7	
3 創造的市民社会における兵庫県の消費者施策の基本理念	8	
4 各主体の役割・責務		
(1) 消費者の役割	一人ひとりの消費者	9
	消費者団体、グループ・NPO/NGO等	9
(2) 事業者の責務		10
(3) 行政の責務	県	11
	市町	11

第3章 今後の消費者支援施策の基本的な方向

1	消費者の利益の擁護及び増進に向けた安全・安心な生活基盤の確保	
(1)	安全・安心なルールづくり	
	商品・サービスの安全性の確保	14
	安全な取引の確保	15
	事業者の規範意識（コンプライアンス）の醸成	16
	調査・試験研究機能の充実	17
(2)	消費者苦情解決方策の充実	
	専門機関と連携した苦情処理等	18
	裁判外紛争処理解決（ADR）の機能の充実	18
	訴訟援助制度の見直し	19
2	創造的市民社会を担う自立した消費者の育成・支援	
(1)	主体的に行動できる消費者の育成	
	消費者教育・啓発活動の充実	20
	情報提供の充実	21
	消費者団体の強化とリーダー養成	21
(2)	地域ネットワークによる消費者支援	
	消費者と事業者、行政が連携した活動の推進	22
	高齢者、若年層等への支援	24
3	消費者行政の推進	
(1)	県の推進体制の拡充	25
(2)	市町における相談体制の強化支援	25

第4章 創造的市民社会の実現に向けた具体的な消費者施策

1 消費者保護条例の抜本的見直し

- | | |
|--|----|
| (1) 目的に消費者施策の基本理念、参画と協働の姿勢を規定 | 26 |
| (2) 県、市町、事業者の責務規定及び消費者の役割規定を見直し | 26 |
| (3) 不当な取引方法指定の規定を見直し、緊急被害防止規定・事業者への立証責任規定の設置 | 27 |
| (4) 調査規定の見直し | 27 |
| (5) 県民からの申出規定の設置 | 27 |
| (6) 調停規定の見直し | 27 |
| (7) 消費者訴訟援助規定の見直し | 28 |
| (8) 立入調査権の拡充 | 28 |
| (9) 意見陳述機会付与規定の設置 | 28 |
| (10) 条例の名称の検討 | 28 |

2 消費者支援施策の充実・強化

- | | |
|--------------------------|----|
| (1) 消費生活相談の充実 | |
| 県の消費者部門の人材確保・資質向上 | 29 |
| 市町職員の人材育成 | 29 |
| (2) 調査・試験研究機能の充実 | 29 |
| (3) 消費者教育・情報提供の充実 | |
| 出前講座の充実 | 31 |
| 情報提供の充実 | 31 |
| (4) 参画と協働による取組み | |
| 消費者の参画と協働による取組み | 31 |
| 事業者の参画と協働による取組み | 33 |
| 消費者・事業者の参画と協働による取組み | 33 |
| (5) 地域ネットワークによる高齢者・若年者支援 | 34 |

用語の解説

はじめに

近年、消費者問題は、規制緩和や高度情報化（IT化）、国際化が進展する中、食の安全・安心や環境の問題、電子商取引、悪質商法によるトラブルなど、ますます複雑・多様化、深刻化しており、消費者行政はこの変化に的確に対応することが求められている。

また、市場メカニズムの活用が進む中、消費者は主体的に行動することが重要になっているが、依然として消費者と事業者の間には、情報及び交渉力の格差が存在している。そのため、安全で安心な生活基盤を確保するとともに、消費者が自主的・合理的に行動することができるよう取り組みを進めていく必要がある。

このような問題意識にもとづき、21世紀にふさわしい消費者行政を展開していくため、平成15年9月、兵庫県県民生活審議会は知事から「創造的市民社会の実現に向けた今後の消費者行政のあり方について」の諮問を受け、16年2月、今後の消費者行政のあり方の基本的な方向性について中間答申として取りまとめた。

さらに消費者保護部会を中心に審議を重ね、パブリック・コメントによる県民からの意見等もいただきながら、この度、最終答申をとりまとめた。

最終答申では、平成16年6月に改正・施行された消費者基本法を踏まえ、「消費者の権利の尊重、自立の支援」を基本理念に、安全・安心な生活基盤の確保と自立した消費者の育成・支援を柱とした今後の消費者支援施策の基本的な方向や、具体的な消費者施策として消費者保護条例の見直し、消費生活相談の充実、参画と協働の取り組みなど新たな施策展開について提言している。

県においては、常に時代に即応しながら、創造的市民社会を担う消費者支援施策に取り組まれることを期待する。

1 消費生活に影響を及ぼす社会・経済情勢の変化

近年、消費者を取り巻く社会・経済情勢は大きく変化をとげている。その中でも、特に消費者の暮らしに影響を与えてきた変化として以下のものがあげられる。

(1) 高度情報化（IT化）社会の到来による新たな消費者問題の発生

IT革命と呼ばれる高度情報技術の進展と普及はめざましい。社会のインフラがITを取り入れて整備され、消費者は携帯電話やインターネットを利用して自宅に居ながら手軽に商品・サービスを手に入れるようになった。

兵庫県においても、インターネット人口普及率は46.0%（総務省「平成16年度情報通信白書」）となっており、多くの県民がインターネットを活用して、商品やサービスを購入（電子商取引）していることが想定される。

インターネットを通じた取引は、相手の特定が困難であるといった匿名性があることや、プロセスが書類の形に残らないことが多い等の問題がある。このような点から対面販売の場合とは異なり、消費者と事業者間の知識、情報の格差につけこむいわゆる「なりすまし」や「くもがくれ」といったトラブルが発生するなど、新たな消費者被害を招いていることから、被害防止のための有効な規制や取り締まりも必要となっている。

また、情報の氾濫や不正アクセスによる個人情報漏洩の問題や、インターネットを通じた個人輸入等、国境を越えた取引による問題も生じており、消費者トラブルは、言語や法制度、商慣行の相違、地理的距離等の要因によって解決がより困難になっている。

(2) 国際化の進展による消費者問題の広域化

交通や通信手段の発達に伴い、国境を越えて人や商品・サービス、情報が盛んに移動し、我々の生活に輸入品は欠かせない存在となっている。また、消費者が、直接、海外の事業者から商品・サービスを購入する機会も増えている。

しかし、輸入品の安全性を確保するための検査・監視体制や国際的な規格づくりが十分ではないため、輸入農産物から日本では禁止されていた農薬が検出されるなどの問題も生じており、輸入品の品質、安全性等に対する不安は増している。

このように国際化の進展により、国内での法制度や体制では予想していない問題も消費者問題として顕在化してきている。

(3) 環境問題の深刻化

生活に物質的豊かさをもたらした高度経済成長期以来の大量生産・大量消費は、地球温暖化、オゾン層の破壊、ごみの増大、水質汚染、資源枯渇などの環境問題を引き起こしてきた。

これらは、まず、生産者・製造者の環境保全対策や行政による規制により改善していくべき点が多いが、人々の暮らし方とも深く結びついていることから、消費者、事業者、行政などの各主体が環境問題を正しく認識し、生活様式や事業活動を環境に配慮したものへと転換していく必要がある。

このため、今後とも、環境配慮型商品の生産・流通の促進、廃棄物の削減等、消費者・事業者・行政が連携した環境問題への一層の取り組みが求められている。

(4) 市場メカニズムの活用と消費者問題

自由で公正な取引を行うため、規制緩和をはじめとする経済社会システムの構造改革が進む中で、国では市場において守るべき新たなルール整備を行うなど、従来の事前規制型の行政を事後チェック型に転換しつつある。

消費者行政の分野についても、消費者と事業者が公正に取引を行うルールや、消費者をトラブルから救済する制度の充実が必要になり、「製造物責任法」*¹（平成6年）や「消費者契約法」*²「特定商取引法」*³（平成12年）が制定されるなど、新たな民事ルールづくりが進められてきた。さらに、ますます巧妙化する悪質商法から消費者を守るため、平成16年には特定商取引法が改正された。

市場メカニズムの活用に伴い、消費者自体に対しても、市場に参画し、積極的に自らの利益を確保するよう行動することが求められることとなった。一方で、消費者と事業者の情報や交渉力の格差は依然として存在しており、事前規制が撤廃されることにより生じる消費者問題に対応するため、安全の確保、被害の防止・救済の取り組みが必要である。また、安全・健康分野など市場メカニズムが適切に機能しない領域や、市場ルールに反する悪質業者については、一定の事前規制が必要である。

2 消費生活やライフスタイルの変化に伴う消費者問題の変容

消費者の価値観の多様化、単身者世帯や女性の就業の増加をはじめ、ライフスタイルの変化に伴い、新たな課題も見られる。

(1) 高齢者、若年者の被害の増加

少子・高齢化の進展^{*4}により、高齢者の一人暮らし世帯が増加しており、こうした単身高齢者に対して布団や住宅改修等を次々と契約させるような悪質業者も見られる。

若者を狙った悪質商法も多く、県内でも高校の同窓生名簿を悪用したデート商法やアポイントメントセールスなどの苦情が増えている。

単身世帯の増加や核家族化の進展、共稼ぎ世帯の増加等により、家族間のふれあい、地域内での住民同士の交流が減少しており、そのために消費者被害の発見が遅れ、被害を拡大させ、より深刻なものとしていると考えられる。

(2) 取引形態や決済方法の多様化による消費者問題の複雑化

クレジットカードやデビットカード^{*5}等の普及による決済方法の多様化に伴い、カード偽造や不正使用による被害等が発生している。

携帯電話での通信販売（商品の購入、有料情報サイトの利用等）にもクレジットの決済が用いられるようになり、他人名義のカードナンバーの不正使用によるトラブル等も発生している。

信販会社等が厳格な加盟店管理や顧客の与信審査を行っていれば、加盟店の強引な勧誘や事実内容と異なる事業者の説明等による消費者被害を未然に防ぐことができたと考えられる事例も多く見られる。

(3) クレジット社会の急速な進展による消費者被害の高額化

クレジットによる取引の普及は、消費者被害の高額化を引き起こした。

販売業者は手元に資金のない人にもサインをもらうだけで契約ができ、集金の問題がなくなった。また、契約時点では消費者に高額感を感じさせずに販売ができ、代金はすぐ信販会社から入金されるので販売業者には非常に有利である。消費者は、高額な商品でも毎月の支払い額は安価だからと勧誘され、購入契約を結ばされている。このようなしくみも悪質商法による被害の高額化を招いている。

(4) 揺らぐ「食」の安全・安心による消費者不安の増大

かつては、近くの生産者や事業者から供給される食品を各家庭で購入、調理し、食卓に並べていた。今や日本は食材の多くを海外に依存しており、食生活の供給基盤はきわめてぜい弱な状態にある。

また、各家庭でも加工食品の利用に加え、外食・中食^{*6}の利用が増加するなど、食生活が大きく変化している。

一見豊かな食生活だが、次々に発覚した原産国等の偽装表示や食中毒事件、BSEや鳥インフルエンザ問題のほか、消費者の健康への希求に乗じた健康食品による死亡事件など、「食」の安全・安心は大きく揺らいでいる。

(5) 新たな領域への消費者問題の拡がり

消費者問題は、従来、消費者問題の領域として認識されていなかった領域へも拡がりを見せている。

高齢者等への介護サービスは、従来、行政による「措置」の制度の中で行われてきたが、介護保険制度の導入により消費者が選択し、事業者との「契約」に基づいて提供されることとなった。

医療も、患者の自己決定が重視されるとともに、サービスを提供する側と消費する側という意識が拡がる中で、契約としてサービスの質が問われるようになってきた。

また、ボランティア的な要素を含むコミュニティ・ビジネス^{*7}などの領域については、地域との信頼関係の中で事業を行っているものであり、市場・価格原理が働きにくい側面がある。ここで生じた問題については、これまでの消費者問題と違った対応が必要となる。

1 消費者の権利の尊重と自立の支援

(1) 消費者保護基本法の改正

第1章で見たように、近年、規制緩和が進展し、市場メカニズムの活用が進められ、消費者が自主的・合理的に行動し、自由で多様な選択を行うことが重要になっている。一方で、依然として消費者と事業者の間には、情報及び交渉力等の格差が存在している。このような中、消費者保護基本法が昭和43年の制定以来初めて抜本的に改正され、本年6月2日、新たに「消費者基本法」として公布・施行された。

消費者基本法は、「消費者の権利」を法律で明記するとともに、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を踏まえたうえで、消費者の利益を擁護し、増進するため、消費者施策は消費者の権利の尊重及びその自立の支援を基本理念とすることとされた。兵庫県における消費者施策もこの理念に沿って行うことを基本とする必要がある。

(2) 消費者の権利について

消費者の権利は、本来国民が持っている権利と認識されるべきものであり、消費者の権利を規定することで、消費者、事業者、行政のそれぞれが消費者の利益の擁護及び増進のために取るべき行動の方向性がより明確になる。

消費者基本法において、消費者の権利として8つの権利が明記されたところであるが、兵庫県の消費者施策においては、「商品及び役務について適正な取引条件が確保される権利」を加えた次の9つの権利を尊重して施策に取り組む必要がある。この権利は8つの権利の中に含まれているとの解釈もあるが、最近における契約に関するトラブルの増加にかんがみ、権利として明確化させておくことが望ましい。

- 1 消費生活における基本的な需要が満たされる権利
- 2 健全な生活環境が確保される権利
- 3 安全が確保される権利
(商品、サービスによって、生命及び身体、財産を侵されない権利)
- 4 商品・役務について自主的・合理的な選択の機会が確保される権利
(提供される多種多様な商品、サービスについて、冷静に合理的な判断ができる環境で選べる権利)

- 5 商品及び役務について適正な取引条件が確保される権利
(消費者に不利益をもたらすような不当な取引条件を強制されず、契約の勧誘時や履行時などに事業者の不適正な取引行為を行わせない権利)
- 6 必要な情報が提供される権利
(商品、サービスを選択、使用または利用するために、適正、適切な表示等による情報提供を受ける権利)
- 7 消費者教育の機会が提供される権利
(商品やサービスを選択するために必要な知識や能力についての教育が受けられる権利)
- 8 消費者政策に意見が反映される権利*⁸
(意見を発する場が与えられ、それが最大限に反映されることを求める権利)
- 9 消費者被害が生じた場合に適切・迅速に救済される権利
(欠陥商品や不適切な契約、あるいは不満足なサービスについてのトラブルから救済される権利)

2 参画と協働による県政の推進

兵庫県では、これまで、自主的な生活意識の確立と生活の合理化を目指す「生活の科学化」や、生きがいなどの人間の内面に配慮する「生活の文化化」を推進するほか、県民が主体的に行動し、自ら社会を創り上げていく「生活創造*⁹」を推進し、様々な形で県民運動の展開を支援するなど、県民生活を基本とする県行政を展開してきた。

阪神・淡路大震災においても、被災者相互の助け合いの精神や、県民一人ひとり、地縁団体、ボランティア等による草の根活動が、被災者への支援と被災地の復興を支える大きな力となり、自発的かつ自立的な意思に基づく県民による主体的な取組の大切さが改めて確認された。

その後、県民主導、地域主導で「21世紀兵庫長期ビジョン」を策定した。そのめざすべき将来像の一つに「創造的市民社会*¹⁰」がある。「創造的市民社会」は、支え合い、共に生きるための領域を、行政だけでなく、社会全体で担うという考え方を基礎としている。すなわち、地域を構成する各主体が、ともに知恵と力を出し合い支え合いながら、地域社会全体にかかわる領域において、自らの権限と責任のもとに主体的に「参画」し、各主体が対等なパートナーシップのもとに適切な役割

分担をしながら、将来に向かって、ともに汗を流しながら「協働」する社会である。

これらを踏まえ、兵庫県においては、平成15年4月から「県民の参画と協働の推進に関する条例」を施行している。

その基本姿勢は、

地域社会の共同利益の実現のための活動（地域づくり活動）は、県民の自発的かつ自立的な意思に基づく参画と県民相互の協働により行う。

県行政は、県民の積極的な参画、県と県民との協働により推進する。

というものである。

こうした参画と協働の姿勢は、兵庫県の消費者施策においても基本となるものである。

3 創造的市民社会の実現を目指す兵庫県の消費者施策の基本理念

消費者の権利の尊重と自立の支援を兵庫県の消費者施策の基本とすべきであるとともに、創造的市民社会を将来像の一つにおく兵庫県では、行政による取り組みと相まって2で記述した参画と協働の取り組みについても、消費者施策の基本とするものである。

消費生活は生きていくための基本であり、家庭や近隣社会のあり方とも密接に関連している。消費者被害は家族や地域の人々の助け合いや見守りによって避けられるところも大きく、地域社会における消費者、事業者、行政等の連携した取り組みにより、これまで以上に消費者被害の未然防止、拡大防止の効果が高まるものとなる。このため、県行政は消費者に対する情報提供や消費者教育などの消費者施策をより充実させる必要がある。

もとよりいわゆる個別の消費者苦情、消費者問題に対して、適切に対処していくことが行政にとって不可欠な責任であることはいうまでもない。とりわけ高齢者、未成年者や障害により判断力が低下している人など、社会的に弱い立場にある人にはより手厚く、適切かつ細やかな保護を行うことが重要である。

そのため、くらしの安全・安心を高めるルールづくりや消費生活相談への対応方針の充実など、消費者が安心して暮らし、活動できる生活基盤の整備に、引き続き取り組むことが必要である。

4 各主体の役割・責務

複雑・多様化する消費者問題に的確に対応していくためには、消費者、事業者、行政の各主体が、それぞれの役割や責務を果たしながら、参画と協働のもと相互に連携・協力して取り組む必要がある。

(1) 消費者の役割

一人ひとりの消費者

ア 一人ひとりの消費者は、自ら進んで消費生活に関する知識を修得し、自主的かつ合理的に行動するよう努めるとともに、環境の保全等に責任意識を持つことにより、消費生活の安定及び向上に積極的役割を果たすことが必要である。

イ 参画と協働の視点

消費者が自主的かつ合理的に行動するとともに、自らの利益を擁護し、増進するためには、より積極的に協働していくことが必要である。国、県、市町の消費者施策に立案段階から参画すること、事業者に対しても積極的に意見を述べていくこと、地域社会の一員としての自覚と責任を持ち、身近にいる高齢者等に対する見守り活動を行うことなど、消費生活の安定と向上を目指し、相互に支え合うことが期待される。

消費者団体、グループ・NPO/NGO等

ア 消費者の権利を守り、より高いレベルで実現していくには、消費者個人の努力だけでは限界があり、消費者問題を解決し、消費者の自立を支える消費者団体等の果たす役割は重要である。

消費者団体等には、その目的、形態、規模等に応じて、消費生活に関する情報の収集・提供活動、意見表明のための活動、消費者に対する啓発教育活動、消費者の被害防止・救済のための活動等を行うことを通じて、消費生活の安定、向上に努めることが求められる。

イ 参画と協働の視点

消費者団体等は、「新しい公^{*11}」を支える主要な担い手である。消費者団

体が地域の消費者問題全般について幅広くかかわるとともに、専門分野の知識や機動力を有したグループ・NPO/NGOが特定の課題に取り組むなど、それぞれの特徴を生かして連携し、協働していくことが望まれる。

消費者団体は、その機能や組織基盤を強化するとともに、事業者、行政等と協働し、消費者問題の解決や、より充実した消費生活の確立を目指した取り組みを進めていくことが望まれる。

消費生活協同組合においても、消費者団体と事業者の性格を併せ持つ特徴を活かして、これまでから取り組んできた環境学習やリサイクル、食の安全、福祉、介護などの暮らしの安全・安心のための取り組みに加えて、地域コミュニティづくりへのさらに幅広い取り組みが期待される。

グループ・NPO/NGO等には、消費者の自立を支え、地域の消費者問題の解決のために、その専門性を活かしながら消費者団体等と連携した幅広い取り組みが期待される。

(2) 事業者の責務

ア 事業者は商品・サービス、取引を通じて消費生活の安全・安心を確保するための社会的責任を果たす必要がある。そのため、事業者は、商品・サービスの質の向上、危害の防止、適正な計量や表示の実施、国及び地方公共団体の施策への協力、消費者からの苦情の適切な処理等に努めるとともに、消費者に対し、的確な情報を明確かつ平易に提供すること、取引に際して消費者の状況等や環境の保全に配慮すること、消費者の意見を積極的に取り入れ、自主行動基準を策定すること等、消費者利益の擁護と信頼確保に努める責務を有する。

事業者団体についても、個々の事業者がその社会的責務を果たすよう事業活動に関し遵守すべき基準づくりを支援する等の環境整備、消費者からの苦情相談対応の体制整備等により、消費者の権利が実現されるよう努める必要がある。

イ 参画と協働の視点

事業者、事業者団体は、商品開発や自主行動基準づくりへの消費者や消費者団体等の参画を進めるなど、消費者や消費者団体との協働を推進することが望まれる。

(3) 行政の責務

ア 行政には、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の策定及びその実施の責務があり、消費者の権利を実現するために、安全・安心な生活基盤を確保するとともに、消費者の自立を支援するための施策を、透明性を確保しつつ適切に展開していく必要がある。

イ 参画と協働の視点

行政は、消費者に対し、行政設置の各種委員会や広聴会等への参加を呼びかけ、パブリック・コメントやモニター制度を通じて、施策づくりへの参画を促すとともに、事業者には、消費者問題の解決等に積極的に協力するよう働きかけることが望まれる。また、消費者、消費者団体、グループ・NPO/NGO等や事業者など、行政も含めて消費者問題にかかわる各主体が意見や情報を交換し、協働しながら課題を解決していくしくみづくりを支援することが求められる。

県

市町等との適切な連携を図りつつ、広域的自治体としての特色を活かした施策を推進していくことが必要である。

広域的・専門的な消費生活相談処理、市町の補完的な相談処理等を行うほか、消費者教育、情報提供、リーダー養成、調査研究等に関しても、広域的あるいは専門的な課題に対応していくことが求められている。

施策の実施にあたっては、消費者団体、グループ・NPO/NGO等や国、他の都道府県、各関係機関等との密接な連携を図っていくことが必要である。

市町

市町は地域の消費生活の実情を踏まえ、地域の課題にきめ細かく対応した施策を実施していく必要がある。特に消費生活相談処理については、住民に最も身近な自治体として、個々の消費者に応じたより具体的な取り組みが求められる。

消費者教育・啓発、情報提供についても、地域の実情によりの確に対応できる自治体としての特性を活かして、可能なものから積極的に取り組んでいく姿勢が望まれる。

市町においても、消費者団体、グループ・NPO/NGO等や県、各関係機関等との密接な連携を図っていくことが重要である。

ここで、消費生活における参画と協働の取り組みを例示すると、以下のものが考えられる。

【参画と協働による取り組みの推進の例示】

消費者相互の参画・協働

(消費者一人ひとり)

- ・身近にいる人々に情報を届ける。
- ・高齢者や若者などに声をかけ、見守る。
- ・消費生活の中で感じた様々な課題を家庭や地域でお互いに考え、学びあう。
- ・それぞれの課題意識に応じて、グループ・団体・NPO/NGOの活動と協働したり、積極的に参画する。

(消費者団体、グループ・NPO/NGO等)

- ・消費者個人に、企業や行政の発信する情報をわかりやすく加工し、届きやすい形で提供する。
- ・消費者一人ひとりや、グループ・NPO/NGOなどの相互の交流を支援する。
- ・消費者問題に関する講座を自主的に開催する。
- ・消費者活動を担う人材をグループ、団体自らが養成する。
- ・新しいグループづくりを支援する(インキュベーション)。

消費者と行政の参画・協働

(消費者から行政へ)

- ・消費者団体、行政機関に対し、問題のある商品・サービスの情報提供や消費生活をめぐる課題を提起し、施策の提案を行う。
- ・商品のテストに参加するなど、行政と協働して、消費生活を巡る課題を明らかにしていく。
- ・審議会や各種委員会の委員として調査・審議に参画する。
- ・国・県・市町の消費者施策に立案段階から参画し、意見を述べる。

(行政、関係機関から消費者へ)

消費者教育

- ・タイムリーな内容で消費者教育を行う。
- ・未成年者、新社会人、高齢者等各年代層に応じた適切な消費者教育、啓発の充実を図る。

リーダー養成

- ・事業者と対等に話し合いができるような、専門的なリーダーを養成する。
- ・地域の中で、学習会を開催したり、様々な意見を取りまとめたり、支援したい人と支援してほしい人とをマッチングできるリーダーを養成する。

情報提供

- ・悪質業者の情報や、商品、サービスに関する情報など、様々なセクターが保有する情報を収集し蓄積する。
- ・様々な広報媒体を活用して、信頼できる情報を、適切かつ迅速にわかりやすく提供する。
- ・簡単な消費者トラブルの解決を消費者自らが行えるように、解決マニュアルを作成し、ホームページ等で提供する。

消費者と事業者の参画・協働

(消費者から事業者へ)

- ・自主行動基準づくりへ参加する。
- ・安全確保の体制や経営姿勢に関して意見を述べる。
- ・グリーンコンシューマーとして行動し、事業者の環境に配慮した経済活動を促進する。

(事業者から消費者へ)

- ・消費者に規範意識にもとづく経営への参画を積極的に求める。

事業者と行政の参画・協働

(行政から事業者へ)

- ・事業者の規範意識の醸成に向け、行政から事業者に対し働きかけを行う。
- ・事業者による情報開示を促進する。
- ・安全に関する基準づくり等に関し、必要な情報を提供する。

1 消費者の利益の擁護及び増進に向けた安全・安心な生活基盤の確保

消費者の権利を尊重し、自立を支援していくためには、安全で安心できる生活の基盤の確保が基本である。

しかし、第1章で述べたように消費者からの苦情相談は年々増加し、複雑・多様化している。また、家計を支える主婦やスキルアップを図るサラリーマンを狙った内職商法や資格商法等など、社会の状況や構造の変化に応じて巧みに姿を変え、消費者の前に現れる悪質商法による被害も後を絶たない。平成15年度に県立生活科学センター^{*12}等へ寄せられた苦情相談は19,119件で、平成14年度10,710件の1.78倍、平成13年度9,509件の2.01倍と過去最高を記録した。

安全で安心な生活基盤を確保するためには、安全で安心な商品・サービスが適正な表示及び価格で提供され、消費者が自由に選択できることや、高齢者や若年者をはじめ消費者が何らかのトラブルに巻きこまれた際に適切な救済措置を受けられるようにすることが必要である。そのためには、消費者被害救済の機能を強化し、実効あるものにする必要があり、その意味において県立生活科学センター等の消費生活センターによる被害救済の重要性が高まっている。

加えて、食品の原産国や賞味期限の偽装表示をはじめ、消費者の信頼を失墜させる行為が続発している。消費者の安全・安心確保のためのルールづくり等、事業者側からの信頼回復のための方策の検討が望まれる。

このため、県においては、取引や商品の安全性の確保に向けた取組みの強化、調査・試験研究機能の充実とともに、消費者苦情を解決するための方策を充実していく必要がある。

(1) 安全・安心なルールづくり

商品・サービスの安全性の確保

消費者への安全で安心な商品・サービスの提供は極めて重要なことであり、消費者被害の未然防止を図るため、商品等の危害・危険情報を事業者に開示させたり、消費生活相談等から収集に努め、迅速、正確に消費者に届けることが必要である。特に、食品は生命・健康に直接影響を及ぼすものであり、その安全確保が強く求められる。

BSE問題など「食」の安全を脅かす様々な問題が次々と発生し、消費者の「食」に対する不安が高まっていることを受け、県では、平成14年11月から、「食の安全・安心相談室」^{*13}を設置しており、健康福祉事務所や農林水産振興事務所

等と連携を図りながら、消費者の食生活に関する安全・安心の確保に努めている。また、平成 15 年 7 月には、消費者、事業者、学識経験者等で構成される「ひょうご『食』の安全・安心推進会議」*14 を設置し、県行政全体での総合的な施策の推進に努めており、今後とも消費者の不安解消に向け対応していく必要がある。

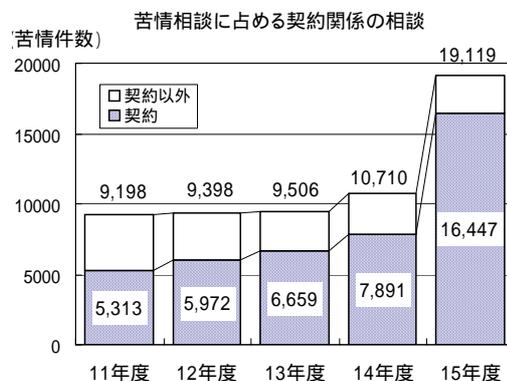
基本的方向	消費者の安全確保のための適切な事前規制 安全・安心の基準づくり 商品・サービスにかかる危害・危険情報の収集・公表 生産者と消費者の顔の見える関係づくり
取組方針	ア 消費者行政、食品衛生行政、農林水産行政等が連携し、食の安全・安心についての施策展開を強化する。 イ 消費者が、適切な選択ができるように、県関係行政機関が一体となって、表示等の基準の設定に努めるなど、取り組みを強化する。 ウ 事業者やくらしのクリエイターをはじめ、地域活動団体、NPO/NGO 等と協働して危害・危険情報を提供する。 エ 遺伝子組換え食品等、新しい技術による食品の生産や有機栽培など安全な生産の取り組みについて、消費者にとって分かりやすい情報の発信を行う。 オ 消費者が安心して購入できる「ひょうご安心ブランド」*15 食品をはじめとした県の特産品を普及して地産地消を推進する。 カ 朝市などのイベント情報の発信や農産物販売所を拠点とした交流など、生産者と消費者の顔の見える関係づくりを進める。

安全な取引の確保

平成 13 年度以降、県立生活科学センター等へ寄せられた契約にかかる消費者苦情相談は、苦情相談件数全体の約 7 割を占めており、平成 15 年度は 86% となっている。

商品とサービスが組み合わされた契約による消費者苦情が増加しており、支払いにクレジットを利用する等により、契約関係がいくつも重なってトラブルは複雑化している。加えて IT 化の進展に伴い、インターネットショッピングといった新しい取引形態によるトラブルも増加している。

このため、事業者に適正な取引行為を求めるための制度面の見直しや特定商取引法など法令の迅速・適正な運用による事業者指導体制の強化が求められる。



基本的方向	<p>法制度上の新たな規制や見直し</p> <p>効果的な事業者指導の強化</p> <p>悪質事業者に係る緊急的な事業者名等の情報開示^{*16}</p> <p>広告・表示の適正化や契約内容等の事業者の説明責任の徹底</p> <p>事業者によるトラブル防止体制の整備</p>
取組方策	<p>ア 消費者保護条例では、「不当な取引方法」を指定し、この方法による取引行為を事業者が行うことを禁止している。現在は、主に勧誘方法を対象としているが、今後は契約内容や新たな取引方法にも対応させる等、適切に見直しを図る。</p> <p>イ 取引や契約に係る関連法規・消費者保護条例等が遵守されるよう、県は、国や他府県、警察等と連携し、悪質事業者に対しては迅速かつ強力な指導に努める。</p> <p>ウ 被害拡大防止の観点から、法律や条例等に抵触し、悪質な取引を行う事業者について緊急的に情報開示していく方策を検討する。</p> <p>エ 安全な取引を確保するため、事業者に対し、商品・サービスの提供に係る適正な広告、表示、説明を行うよう指導強化する。</p> <p>オ 不適正な事業活動について、事業者側に立証責任を求める規定を検討する。</p> <p>カ 事業者及び事業者団体において、社員教育の徹底や加盟事業者への指導強化など、適正な商取引を推進する体制の整備が進むよう指導する。</p>

事業者の規範意識（コンプライアンス^{*17}）の醸成

近年、事業者（企業）の不祥事により、消費者の事業者への信頼は大きく揺らいでいる。事業者としては失った消費者の信頼を取り戻し、その社会的責任を果たすため、自主行動基準の策定・運用等、規範意識にもとづく経営に積極的に取り組むことが不可欠である。

企業のお客様相談室の責任者等で組織する（社）消費者関連専門家会議（ＡＣＡＰ）^{*18}では、県等と連携して県立神戸生活創造センター等に消費者啓発資料の常設展示コーナーを平成15年7月に設置している。この取り組みには消費者・行政・事業者の新しい形の情報交換の場としての効果が期待される。

基本的方向	<p>規範意識にもとづく経営への取り組み</p> <p>企業の自主行動基準策定等への消費者の参加</p> <p>消費者・行政・事業者との交流の促進</p>
-------	---

取組 方 策	<p>ア 事業者及び事業者団体は、事業者としての社会的責任を果たし、消費者からの信頼を高めるため、自主行動基準の策定に努める。</p> <p>イ 事業者及び事業者団体は、基準の策定や運用のプロセスに消費者を参画させて、それらの透明性や実効性が確保されるよう努める。</p> <p>ウ 県は、事業者に自主行動基準の策定を促すとともに、自主行動基準の策定や運用のプロセスに消費者が参画しやすいしくみづくりを事業者に働きかける。</p> <p>エ 事業者及び事業者団体は直接、消費者や行政と情報交換を進めるなど、消費者、行政、事業者の様々な交流を促す。</p>
--------------	---

調査・試験研究機能の充実

新しい商品やサービスを上手に取り入れ、安全で快適な暮らしを築いていくためには、商品テストや県民の生活課題にかかる調査・試験研究を充実するとともに、こうした専門的な調査・試験研究に裏打ちされた消費生活知識の普及や情報の発信が重要である。

県民に開かれた試験研究機関として設置されている県立生活科学研究所^{*19}への期待は大きく、県民のニーズに的確に応える調査・試験研究を継続していく必要がある。一方、消費生活の分野は非常に幅広く、特殊性もあり、保有機器や設備面においても限界があることから、生活科学研究所がすべての問題に対応することは困難である。国民生活センターをはじめ国や民間機関も含め、他の関係機関との効果的な連携がさらに必要である。

基 本 的 方 向	<p>試験研究のための施設・機能の充実</p> <p>調査・試験研究に裏打ちされた情報発信の促進</p> <p>県民参画型の調査・試験研究の充実</p> <p>他試験研究機関との連携の促進</p>
取組 方 策	<p>ア 生活科学研究所がよりの確に県民ニーズに対応できるよう、テスト機器の整備等、施設や商品テスト機能の充実に努める。</p> <p>イ 調査・試験研究結果を、消費者にわかりやすく、迅速に、インターネット等で発信する。</p> <p>ウ 新商品・新サービスや高齢者用品等の改善について、生活科学研究所の特徴である県民の参画を得た実使用テストにより広範囲に提言していく。</p> <p>エ 生活科学研究所の「商品テストセミナー」等により、簡単な商品テストやテスト情報の活用ができる消費者リーダーの養成を充実する。</p> <p>オ 生活科学研究所、県立試験研究機関、製品評価技術基盤機構、大学や民間の試験研究機関等との連携を強化させる。</p> <p>カ 事業者や事業者団体等の試験研究機関や大学等専門機関と連携し、それぞれの得意分野を活かした研究分担のネットワークづくりを促進する。</p> <p>キ 県・市町が受け付けた消費者苦情の原因究明テストを充実させる。</p>

(2) 消費者苦情解決方策の充実

専門機関と連携した苦情処理等

消費者苦情が増加しているなかで、県では、県・市町職員を対象とした法律研究会や消費生活相談に関する情報交換会、市町担当者の研修会等を実施して、消費者苦情処理に関する人材の養成や専門能力の向上を図ってきている。

しかしながら、次々と発生する新たなタイプの消費者トラブルや、複雑化・多様化する相談内容に対して、県立生活科学センター等の情報提供や助言等だけでは解決困難な事例が増加している。弁護士会や他の相談機関、建築、金融、介護、医療など専門的・技術的な知識を有する専門家との連携をさらに深めていく必要がある。

基本的方向	消費生活相談担当職員の育成強化 消費生活相談にかかる他の相談機関、試験研究機関、専門家等との連携促進
取組方策	ア 複雑化、専門化する相談案件に的確な対応を図るために、担当職員の資質向上のための各種研修をはじめ、専門機関への派遣研修等、きめ細かい人材育成に努める。 イ 年々複雑化・専門化していく消費生活相談に対応するため、弁護士会や他の相談機関等との連携を強化する。 ウ 建築、金融、介護、医療、法律専門家等、相談解決に必要な専門的・技術的知識を有している専門家等と連携した効果的な処理体制の構築を図る。

裁判外紛争処理解決(A D R)の機能の充実

県では、県内各地の生活科学センター等において、苦情処理を行う過程で様々なあっせん行為等を行い、消費者と事業者とのトラブルの解決を図っている。あっせん等によっても解決が著しく困難な事案については、県民生活審議会の調停に付すことができるしくみになっており、事業者と消費者の間の紛争を、あっせんや調停により、裁判以外で解決を図っているものである。

国においては、司法制度改革推進本部(本部長：内閣総理大臣)ADR検討会を設置し、ADRの拡充・活性化のため、法制化に向けた作業を進めていたが、平成16年11月、ADRの基本的な枠組みや法律上の効果等を定めた「裁判外紛争解決手続きの利用の促進に関する法律」が成立し、2年6ヶ月以内に施行されることになっている。

同法の動きも踏まえながら、複雑化する消費者苦情に対応するため、県におけるADRの機能を充実していく必要がある。

基本的方向	生活科学センター等におけるADR機能の強化 調停等既存制度の機能充実
取組方策	ア 生活科学センター等がADRの機能を十分に発揮し、複雑化する消費生活相談に対応できるよう専門性を高める。 イ ADR機能の充実について、県は国の動向を把握し、相談窓口等の充実に向けた検討を行う。 ウ 県における調停制度についても、消費者にとって、より利用しやすい制度にするとともに、その周知に努める。 エ 調停事案の概要や調停案の内容等を県民に情報提供するよう努める。

訴訟援助制度の見直し^{*20}

県立生活科学センター等での相談対応や、県民生活審議会消費者保護部会の調停においても消費者被害の救済に至らず、消費者自身が救済を求めて提訴した場合、消費者保護条例では訴訟に要する費用の貸し付け等を行う制度を設けている。

この訴訟援助制度は、同一被害が多数発生したり、被害額が一定の額以下であること等を要件としているが、消費者自身によるこのような活動に対する支援を充実していくことは、消費者の権利を確立させていく上で重要であり、この制度の消費者への十分な周知が必要である。

基本的方向	消費者被害の実態に即した訴訟援助制度の見直し 訴訟援助制度の消費者への周知
取組方策	ア 現行の県条例に定められている消費者訴訟援助制度について、消費者被害の高額化等の実態を踏まえた援助要件を検討する。 イ 県は関係団体の協力も得ながら、消費者訴訟援助制度等の消費者への周知に努める。

2 創造的市民社会を担う自立した消費者の育成・支援

創造的市民社会においては、消費者自らがくらしの安全・安心の確保に向けて、主体的に行動するとともに、地域を構成する消費者団体、事業者等の各主体が連携しながら、それぞれの権限と責任のもとに行動していくことが求められる。

県としても、創造的市民社会の実現を目指して、関係機関と連携しながら、消費者団体、グループ・団体・NPO/NGO等の参画と協働のもとに消費者問題を解決していけるように、きめ細かな消費者教育や情報提供を行うとともに、消費者活動のリーダーの養成や活動グループ等の支援を行うことが求められている。

(1) 主体的に行動できる消費者の育成

消費者教育・啓発活動の充実

消費者が自主的・合理的に判断し、主体的に行動していくためには、自ら進んで消費生活に関係する基礎知識を身につける必要があり、このための消費者教育は、年齢や社会状況に応じて継続的に行われる必要がある。

特に、最近の若年層や高齢者をめぐる消費者被害の増加、サラリーマン金融やヤミ金融による多重債務者の増加を目の当たりにするとき、子どもの頃からの計画的なくらし方への意識付けや金銭教育をはじめとする、消費者教育の重要性は高い。県としても、高齢者向けリーフレット「みんなでなくそう悪質商法」や若年者向けリーフレット「あま～い誘いにご用心！」など、各種啓発パンフレット類の作成・発行・配布、各種啓発講座の開催等を行っているが、さらに、消費者教育の充実を図る必要がある。^{*21} とりわけ、高齢者や心身に障害のある人など情報・通信技術の利用が困難な人に対しては、必要な情報がわかりやすい形で届くよう工夫していく必要がある。また、地域環境保全に配慮したくらし方についても、早期からの消費者教育として取り組むことが重要である。

そのためには、家庭・学校・地域など身近な場で学習でき、情報が入手できる環境の整備が不可欠であり、集会所・公民館や学校の余裕教室、商店街の空き店舗など、既存の資源を活用した活動の場づくりを進めていく必要がある。

県では、身近な地域(概ね小学校区単位)での多彩な活動の場づくりを支援する「県民交流広場事業(仮称)」のモデル事業に着手(16年度)しているほか、地域団体の創意工夫による地域特性を生かした取り組みを支援する地域づくり活動応援事業を実施している。こうした施策を活用して消費者教育や啓発活動の充実を図ることが望まれる。

基 本 的 方 向	年代に応じた消費者教育の充実 学校における消費者教育の充実
取 組 方 策	ア 未成年者、新社会人、高齢者等、各年代層に応じた、タイムリーな消費者教育の機会の提供及び啓発の充実を図るため、消費者団体や弁護士会等との連携に努めていく。 イ 県民の身近な活動の場(県民交流広場(仮称)等)を活用して民生委員や自治会役員等、高齢者に接する機会が多い者への研修の実施や、学校等への地域出前講座の充実等を図っていく。 ウ 学校における消費者教育を推進していくため、教育委員会と連携を図りながら、年齢に応じたテーマ・内容でタイムリーな情報提供や教員に対する研修等の充実に努める。 エ 消費者教育用の教材づくり等に取り組むグループ・NPO/NGO等と学校との連携強化を図る。 オ 家庭における消費者教育を促すため、PTA活動における講座の開催等を支援する。

情報提供の充実

ヤミ金融をはじめ悪質商法に関しては、県関係機関等と連携し、各種広報媒体による情報提供に努めているが、架空請求等新たな事案が次々発生し、それが急速に広がることから、消費者の被害は後を絶たない現状にある。

県では、生活情報誌「Aらいふ」や「県民だよりひょうご」をはじめとする各種広報媒体や、本庁及び各生活科学センター等のホームページを活用した情報提供に努めている。また、消費者被害の未然防止と生活関連知識の普及啓発を図るための消費者セミナー等の講座も開催している。

消費者が自主的・合理的に商品等の選択を行い、主体的に暮らしの安全・安心を確保していくためには、適時適切な消費者への情報提供を充実させることが重要である。

基本的方向	情報提供を充実させるためのしくみづくり 消費者被害の未然防止・拡大防止のための迅速な情報提供 事業者からの情報開示の促進
取組方策	ア 多種多様な情報の中から消費者が必要とする情報を的確に収集し、わかりやすく加工するとともに、有線放送や地域CATVの活用等により、消費者へ迅速に届きやすい形で発信するしくみづくりを検討する。 イ 消費生活に係る施策や支援制度について、より広く周知する。 ウ 簡単な消費者トラブルは消費者自らが解決できるようにマニュアルを作成し、ホームページ等での提供に努める。 エ 暮らしのクリエイター*22、消費者団体、グループ・団体・NPO/NGO等の協力を得て、高齢者、若年者等への迅速な情報提供を充実する。 オ 事業者が、リコール情報、品質・取扱方法等の情報を、より積極的に開示するとともに、正しい商品知識等の普及啓発に努めることを促す方策を検討する。

消費者団体の強化とリーダー養成

消費者問題が多様化・複雑化する中、情報の質と量、交渉力で事業者と格差のある消費者にかわり、消費者団体が消費者利益の確保のために果たす役割は大きい。

豊田商事事件後、地域での消費者活動の中心的役割を担う人材として、消費生活相談や情報提供等を自発的に行う「暮らしのクリエイター」制度を発足させ、消費者団体と県が一体となった人材養成を行ってきた。

一方、地域社会の崩壊が高齢者や若年者の消費者被害の拡大の要因ともなっている。被害の未然防止や地域における助け合いを促進するためにも、消費者団体等の支援やリーダーの養成が急がれる。

基本的方向	消費者団体の活動基盤への支援 地域において消費者活動を行う団体、グループ・NPO/NGO等への支援 消費者活動を支える各種リーダーの養成 くらしのクリエイター活動の活性化
取組方針	ア 消費者団体の人材・情報・財政面など組織基盤強化への取り組みを支援する。 イ 消費者団体と協働して取り組む団体、グループ・NPO/NGO等の活動への支援を強化する。 ウ 地域でのきめ細やかな消費者啓発を担える消費者リーダーを養成する。 エ 消費者問題について、事業者と同じ土俵で話し合うことができる、分野ごとの専門リーダーを養成する。 オ 地域資源をつなぎ、コーディネートできる能力を持った地域活動リーダーを養成する。 カ 審議会や施策検討のための各種委員会等に、消費者活動のリーダーを今後とも積極的に登用する。 キ 行政や消費者団体は、地域に根ざした消費者活動を重視し、「くらしのクリエイター」の地域活動を充実できるよう支援する。

(2) 地域ネットワークによる消費者支援

消費者と事業者、行政が連携した活動の推進

規制緩和が進められる中、消費者自らが事業者の監視役を務めるなど、消費者や消費者団体がチェック機能を果たしていくことは、くらしの安全・安心を確保するために重要なことである。

消費者団体では、安全な商品・サービスの提供や、環境に配慮した商品の提供等について、これまでも事業者に対する具体的な提案を行うとともに、関係行政機関に対して安全確保のための対策を講じるように働きかけてきた^{*23}。

兵庫県には、新しい課題に消費者自らが取り組む進取の気風がある。県民運動の一つとして展開されている「環境にやさしい買物運動」^{*24}は、県内の消費者団体等が、主体的に環境負荷の少ない商品の推奨とその購買運動をすることにより、環境に配慮した事業活動を促進し、環境と調和したライフスタイルを提案することをめざしている。また、県内の消費者団体が、商品の安全性確保や環境問題、食の表示に対する事業者の取り組み等について事業者と意見交換を行うなど、今後とも行政と連携しつつ積極的に事業者に働きかけることが重要である。

消費者の自立が求められる今、県のこの土壌を活かした消費者・消費者団体活動の充実、行政との連携推進が求められている。

地域の消費者問題を地域で考え、地域で解決するためには、行政がコーディネー

ト役を務めながら、くらしのクリエイターをはじめ、消費者団体、グループ・NPO/NGO等、さらには、事業者や行政が参画した緩やかな地域ネットワークを形成していくことが期待される。

この地域ネットワークは、県民相互の情報をつなぐ場であり、同じ消費者活動を行う団体相互や、環境、まちづくり、青少年健全育成など異なる分野や目的を持った団体との交流、さらには事業者や行政と一体となった協働事業の実施などを担う場である。行政は、ネットワークの充実のため、団体相互の情報交換や交流促進を支えていくことが求められる。

<p>基本的方向</p>	<p>消費者や消費者団体による監視の強化 消費者と事業者、行政との連携強化、地域ネットワークの形成</p>								
<p>取組方針</p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="300 734 359 1126"> <p>消費者団体</p> </td> <td data-bbox="359 734 1388 1126"> <p>ア 表示等の市場調査等により事後チェックを行い、行政、事業者に改善を求めていくモニタリング活動等を充実させる。 イ 事業者や関係行政機関との意見交換や商品・サービスの改善提言等を行うなど、事業者、行政の活動に参画していく。 ウ 事業者への提案や意見交換等を通して、環境負荷の少ない商品開発への働きかけを行う。 エ 商品購入にあたっては環境負荷の少ない商品選択やリサイクル活動など、環境に配慮した取り組みを充実する。</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="300 1126 359 1227"> <p>事業者</p> </td> <td data-bbox="359 1126 1388 1227"> <p>情報開示を促進させるとともに、消費者の声を商品開発に活かすなど、消費者の意向を取り入れていく。</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="300 1227 359 1328"> <p>行政</p> </td> <td data-bbox="359 1227 1388 1328"> <p>消費者や消費者団体、事業者や事業者団体からの意見を施策等に反映するよう、今後とも努めていく。</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="300 1328 359 2022"> <p>地域ネットワークの形成</p> </td> <td data-bbox="359 1328 1388 2022"> <p>ア P I O - N E T から得られた情報を分析し、分かりやすい内容で提供したり、情報データベース（神戸生活創造センターのデータベース等）の充実を図る。 イ 消費者団体、グループ・NPO/NGO等、事業者、行政が、消費生活をめぐる課題の所在等について対等に話し合うため、窓口リストの整備や、地域ごとの関係者によるメーリングリスト、情報紙（誌）の充実を図る。 ウ 活動登録システム（ひょうごボランティアプラザの地域づくり活動登録）の活用や、各地域の生活創造情報プラザ等の掲示板の活用など、人材、活動、支援できること（シーズ）や支援してほしい事項（ニーズ）などが登録され、くらしのクリエイター、地域の団体、グループ・NPO/NGO等が活用してマッチングできるしくみを充実させる。 エ 消費生活相談関係機関の相互連携、ネットワークの強化や、各機関のホームページの相互リンク、総合的な課題解決が可能なワンストップサービスのしくみなど、消費者が適切な相談窓口にすぐ行きつくことができるしくみづくりを充実させる。</p> </td> </tr> </table>	<p>消費者団体</p>	<p>ア 表示等の市場調査等により事後チェックを行い、行政、事業者に改善を求めていくモニタリング活動等を充実させる。 イ 事業者や関係行政機関との意見交換や商品・サービスの改善提言等を行うなど、事業者、行政の活動に参画していく。 ウ 事業者への提案や意見交換等を通して、環境負荷の少ない商品開発への働きかけを行う。 エ 商品購入にあたっては環境負荷の少ない商品選択やリサイクル活動など、環境に配慮した取り組みを充実する。</p>	<p>事業者</p>	<p>情報開示を促進させるとともに、消費者の声を商品開発に活かすなど、消費者の意向を取り入れていく。</p>	<p>行政</p>	<p>消費者や消費者団体、事業者や事業者団体からの意見を施策等に反映するよう、今後とも努めていく。</p>	<p>地域ネットワークの形成</p>	<p>ア P I O - N E T から得られた情報を分析し、分かりやすい内容で提供したり、情報データベース（神戸生活創造センターのデータベース等）の充実を図る。 イ 消費者団体、グループ・NPO/NGO等、事業者、行政が、消費生活をめぐる課題の所在等について対等に話し合うため、窓口リストの整備や、地域ごとの関係者によるメーリングリスト、情報紙（誌）の充実を図る。 ウ 活動登録システム（ひょうごボランティアプラザの地域づくり活動登録）の活用や、各地域の生活創造情報プラザ等の掲示板の活用など、人材、活動、支援できること（シーズ）や支援してほしい事項（ニーズ）などが登録され、くらしのクリエイター、地域の団体、グループ・NPO/NGO等が活用してマッチングできるしくみを充実させる。 エ 消費生活相談関係機関の相互連携、ネットワークの強化や、各機関のホームページの相互リンク、総合的な課題解決が可能なワンストップサービスのしくみなど、消費者が適切な相談窓口にすぐ行きつくことができるしくみづくりを充実させる。</p>
<p>消費者団体</p>	<p>ア 表示等の市場調査等により事後チェックを行い、行政、事業者に改善を求めていくモニタリング活動等を充実させる。 イ 事業者や関係行政機関との意見交換や商品・サービスの改善提言等を行うなど、事業者、行政の活動に参画していく。 ウ 事業者への提案や意見交換等を通して、環境負荷の少ない商品開発への働きかけを行う。 エ 商品購入にあたっては環境負荷の少ない商品選択やリサイクル活動など、環境に配慮した取り組みを充実する。</p>								
<p>事業者</p>	<p>情報開示を促進させるとともに、消費者の声を商品開発に活かすなど、消費者の意向を取り入れていく。</p>								
<p>行政</p>	<p>消費者や消費者団体、事業者や事業者団体からの意見を施策等に反映するよう、今後とも努めていく。</p>								
<p>地域ネットワークの形成</p>	<p>ア P I O - N E T から得られた情報を分析し、分かりやすい内容で提供したり、情報データベース（神戸生活創造センターのデータベース等）の充実を図る。 イ 消費者団体、グループ・NPO/NGO等、事業者、行政が、消費生活をめぐる課題の所在等について対等に話し合うため、窓口リストの整備や、地域ごとの関係者によるメーリングリスト、情報紙（誌）の充実を図る。 ウ 活動登録システム（ひょうごボランティアプラザの地域づくり活動登録）の活用や、各地域の生活創造情報プラザ等の掲示板の活用など、人材、活動、支援できること（シーズ）や支援してほしい事項（ニーズ）などが登録され、くらしのクリエイター、地域の団体、グループ・NPO/NGO等が活用してマッチングできるしくみを充実させる。 エ 消費生活相談関係機関の相互連携、ネットワークの強化や、各機関のホームページの相互リンク、総合的な課題解決が可能なワンストップサービスのしくみなど、消費者が適切な相談窓口にすぐ行きつくことができるしくみづくりを充実させる。</p>								

	<p>オ 消費者、事業者の情報交換の場づくりなど、事業者の規範意識にもとづく経営に消費者が参画できるしくみづくりの働きかけを行う。</p> <p>カ 生活科学センター、生活創造センター、生活科学研究所のネットワークの結節点としての機能を強化（レターボックス、印刷機提供、ミーティングスペース等）するなど、ネットワークを支える場と拠点を各地域において充実させる。</p>
--	--

高齢者、若年層等への支援

県立生活科学センター等に寄せられた消費者苦情相談のうち、70歳以上の高齢者の相談は平成13年度825件、平成14年度1,075件、平成15年度1,320件と年々増加している。

判断力不十分者、若者の消費者被害も増加しており、本人の被害意識が薄いために発見が遅れたり、次々と契約させられ被害額が拡大するなど、救済が困難な事例も見られる。

事業者に比べて情報の質と量・交渉力等において明らかに劣る、いわゆる弱い立場にあって、消費者被害に巻き込まれやすい高齢者、若年者等の消費者被害は、地域住民同士の交流や支え合いの中で未然防止が図られるものも多いと考えられる。悪質商法に対する注意喚起や被害者の救済等、地域コミュニティの果たす役割は重要である。また、心身に不自由のある高齢者については、福祉団体などとも連携しながら見守り活動を行っていくことも必要である。

基本的方向	<p>地域コミュニティによる迅速な消費者情報の提供促進</p> <p>地域ネットワークによる“見守り”活動の推進</p>
取組方策	<p>ア 高齢者等の消費者被害を防止するため、くらしのクリエイター、消費者団体、自治会、老人会、NPO/NGO等地域で活動する団体や、民生委員等、高齢者等の身近にいる者に消費者情報を届ける体制を充実する。</p> <p>イ 地域住民の連携により、高齢者被害の未然防止・早期発見を図る“見守り”活動のネットワークづくりを支援する。</p>

3 消費者行政の推進

安全で安心できる生活基盤を確保し、自立した消費者を育成・支援する施策を実効あるものとしていくためには、県として、効果的な消費者行政の推進体制の整備に努め、市町の相談体制の強化を支援する必要がある。

特に、社会・経済情勢の変化のスピードが加速し、生活上の課題も多様・細分化等していく中で、消費者が迷わず、すぐに相談できる環境の整備や消費者自らが情報を入手し、行動できるような支援の方策などが不可欠である。

(1) 県の推進体制の充実

消費者問題については、消費生活相談情報を分析し、問題解決のための調査研究を行うとともに、その成果を事業者への指導・助言や行動基準づくり、国をはじめとする関係行政機関への取り組みの提言、法規や制度の改善要望等に生かしていくことも重要である。

そのためには、生活科学センター等での相談体制を充実させるとともに、県の各部局が連携し、課題の解決や施策の立案・実施に当たることが必要である。さらに、国、他都道府県とも連携を密にして、消費者行政関係法令・条例の執行状況等の連絡調整に努め、広域的・専門的な事案の解決に取り組むことも必要である。

また、市町合併の動向等県内の状況を踏まえながら、市町との役割分担についても見直していく必要がある。

さらに、人材や施設等の限られた資源の中で、経済のグローバル化やIT化等による新たな消費者トラブルの発生など、複雑・多様化し広域化する消費者問題に対応していくには、担当者が必要な知識を身につけることができるように国民生活センターをはじめとする国の研修機関や専門機関に職員を派遣することも必要である。

(2) 市町における相談体制の強化支援

住民に一番身近な市町は、より住民と密接な対応を行う立場にあり、基本的に苦情処理を行うことが求められるが、県内77市町のうち、相談窓口が設置されている市町は25市5町に過ぎない(平成17年1月現在)など、人員、人材面を含め体制的に弱い面がある。

現在、単独で消費生活相談窓口を設置していない市町については、今後、市町合併等を契機に機能を強化し、相談窓口の設置を促進していく必要がある。

単独の相談窓口の設置が困難な場合には、他の市町と共同で広域消費者センターを設置したり、相談を実施している市町へ業務を委託するなどの広域体制による工夫が必要と考えられる。

併せて、全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)^{*25}の設置市町の拡充、研修や相談処理方法の助言等による相談窓口機能の強化や関係機関・専門家等との連携の促進等、市町における相談処理体制の構築・充実に対する支援が求められている。

第3章の今後の消費者支援施策の基本的な方向を実現していくために、当面急ぐべき具体的な施策は以下のとおりである。

1 消費者保護条例の抜本的見直し

安全で安心できる生活基盤を確保し、消費者の自立を育成・支援していくための基本方針となる消費者保護条例について、近年の消費者問題の動向、消費者基本法の改正等を踏まえ、以下の点等について、抜本的に見直しを行う必要がある。

1 消費者施策の基本理念、参画と協働の取組みを規定（第1条）

消費者基本法の改正等を踏まえ、第2章の9つの消費者の権利の尊重、自立の支援等を消費者施策の基本理念とするとともに、県政の基本姿勢である参画と協働のもと施策を推進する旨を規定すること。

* 目的には、「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を踏まえること」を明記すること。

* 基本理念に、第2章の9つの消費者の権利を明記すること。

* 参画と協働の趣旨について説明を加えること。

- ・ 消費者及び事業者の参画
- ・ 消費者相互の協働
- ・ 消費者（消費者団体）と事業者と県との協働

2 県、市町、事業者の責務規定及び消費者の役割規定の見直し（第2条、3条、4条、5条）

(1) 「県の責務」「事業者の責務」「消費者の役割」について、消費者基本法の改正を踏まえて、所要の改正を加えること。

* 県、事業者の責務については、「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」を踏まえることを規定すること。

* 「市町の責務」については、県条例で市町の責務を明記することは地方分権の趣旨に逆行することから削除し、市町との連携の趣旨を「県の責務」のなかに規定すること。

* 「事業者の責務」に消費者への明確かつ平易な情報提供、消費者の知識等への配慮、基準づくり等による消費者の信頼確保等を加えること。

*消費者の役割については、次のことを規定すること。

- ・自ら進んで消費生活に関して、必要な知識習得、情報収集するなど、自主的
- ・合理的な行動をするよう努めること。
- ・消費生活に関し、相互に支え合うよう努めること。
- ・消費生活に関し、環境の保全等に配慮するよう努めること。

(2) 消費者基本法の改正を踏まえて、消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めること等を規定した「事業者団体の責務」規定、消費者の消費生活の安定・向上を図るための活動に努めること等を規定した「消費者団体の役割」規定を設置すること。

3 不当な取引方法指定の規定を見直し、緊急被害防止措置規定、事業者への立証責任規定の設置（第8条の2、第8条の3）

(1) 条例第8条の2が、勧誘行為に限定された規定となっているため、契約内容や債務の履行強制行為等にも対応するよう見直すこと。

本県の消費者苦情の状況を分析のうえ、他府県が指定している不当な取引方法については網羅するよう努めること。

（なお、不当な取引方法で現在、未成年者と高齢者を対象としている「判断力の不足に乘じ、勧誘する対象」に障害をもつ人も加え、「年齢または障害等による判断力の不足に乘じ、勧誘すること」とする。）

(2) 毎年度、消費者保護部会で不当な取引行為の指定の見直しについて検討すること。

(3) 被害の発生又は拡大を防止するため緊急の必要があると認められるときは、速やかに当該行為を行う事業者名等を情報提供する規定を設けること。

(4) 不実の勧誘等事業者の不適正な事業活動について、事業者の立証責任転換規定の設置を検討すること。

4 調査規定の見直し（第11条）

(1) 条例第11条で「調査」に関する規定があるが、調査対象を「商品等」で包括しており、不明確であることから、「不当な取引行為」等についても規定し、明確化を図ること。

(2) 同条の「その結果を展示その他の方法により公表するものとする」との規定について、第23条で勧告後の「公表」等を定めた規定があるため、第11条の「公表」の文言を「情報提供」に改めること。

5 県民からの申出規定の設置

条例の規定に違反する事業活動等により、「消費者の権利」が不当に侵されると

認めるときに、特定の個人の苦情申出にとどまらず、広く県民として適当な措置を取るべきことを申し出ることができるとする規定を設けること。

また、申出があった場合の措置として、次のことを規定すること。

- ・ 県民からの申出があったときは、必要な調査を行い、申出の内容が事実と認めるときは適当な措置をとること。
- ・ 必要があると認めるときは、申出の内容、処理経過及び結果を情報提供すること。
- ・ 申出に基づいてとった措置の内容（措置をとらないこととしたときは、その旨及び理由）を申出人に通知すること。（規則）

6 調停規定の見直し（第13条）

- (1) 調停制度をより柔軟に活用するため、条例第13条第1項で「あっせんその他の措置によっては当該消費者苦情の解決が著しく困難であると認めるとき」と定めた調停の対象から、「著しく」の文言を削除すること。
- (2) 県民生活審議会の委員以外の者を調停委員に選任することができるよう検討すること。

7 消費者訴訟援助規定の見直し（第17条）

- (1) 援助の対象とする訴訟を、消費者が事業者を相手として提起する訴訟に加え、事業者から提起された訴訟についても対象とするよう見直すこと。
- (2) 債権者破産申立についても対象とすることを検討すること。
- (3) 1件当たりの被害額の規定について、貸付額に制限を設けることを検討すること。

8 立入調査権の拡充（第21条）

現条例では、立入調査権について、生活関連物資に関する措置のみ規定しているので、不当な取引行為の調査、安全の確保に向けた措置等にも及ぶものとするため所要の改正を行うこと。

9 意見陳述機会付与規定の設置

第23条の「事業者の氏名、内容の公表」に先立ち、事業者に意見を述べる機会を付与する規定を設置すること。

10 条例の名称の検討

条例の名称の見直しを検討すること。

2 消費者支援施策の充実・強化

第3章でみた今後の消費者施策の基本的な方向を踏まえながら、創造的市民社会の実現に向けて、当面、兵庫県の消費者施策においては、以下の取組みを充実、強化すべきである。

(1) 消費生活相談の充実

従前の消費者保護基本法においては「市町村」が苦情の処理のあっせん等に努めなければならないこととされていたが、消費者トラブルの広域化・複雑化等の現状を踏まえ、改正後の消費者基本法では、「都道府県」を含む「地方公共団体」が苦情の処理のあっせん等に努めなければならないこととされた。

さらに、「都道府県は、市町村と連携を図りつつ、主として高度の専門性又は広域の見地への配慮を必要とする苦情の処理のあっせん等を行うものとともに、多様な苦情に柔軟かつ弾力的に対応するよう努めなければならない」とされた。

また、同法では、新たな条項として、「都道府県は、消費者苦情が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に処理されるようにするため、人材の確保及び資質の向上その他の必要な施策を講ずるよう努めなければならない」の規定が設けられた。

こうした消費者基本法改正の趣旨及び最近における消費生活相談の多様化、急増状況を踏まえ、兵庫県に対して次の点を要請するものである。

県の消費者部門の人材確保・資質向上

兵庫県の生活科学センター等の消費生活相談窓口、啓発部門、事業者指導部門の人材の資質の向上を図るとともに、適切な人材を確保すること。

市町職員の人材育成

各市町の消費生活相談窓口の設置の促進・充実を図るため、市町担当職員向け研修を充実するとともに、合併市町等を中心に、希望に応じて市町職員を実務研修生として受け入れること。

(2) 調査・試験研究機能の充実

兵庫県立生活科学研究所は、全国にさきがけて設置した消費生活部門の調査・試験研究機関であり、唯一単独設置の機関である。第3章 1(1) で記述した基本的方向に沿って、県民参加型の機関としての視点を入れながら、全国に誇れる機関としての機能を発揮するため、人材、予算の確保が図られることを期待する。

(3) 消費者教育・情報提供の充実

消費者基本法第 17 条第 2 項が新たに設けられ、「地方公共団体は、当該地域の社会的、経済的状况に応じた消費者に対する啓発活動、消費生活に関する教育の施策を講じるよう努めなければならない」とされたところであり、消費者の自立の支援のため、消費者教育・情報提供の充実に取り組む必要がある。

出前講座の充実

- ・ 小学校、中学校、高校、P T A への出前講座の実施
- ・ 大学生向け出前講座の実施（大学生協との連携）
- ・ 高齢者向け出前講座の実施（社会福祉協議会等との連携）

情報提供の充実

ア 地域に密着した C A T V、F M 等の活用

イ 教育委員会の B O X を活用した高校生等向け消費者問題 Q & A の配付

- ・ 若者に多い苦情事例を Q & A 形式でわかりやすくまとめた啓発資料を作成し、教育委員会に設けられた B O X を活用し、全高等学校に配付
- ・ 全校生徒や保護者に情報を伝達

ウ 市町広報誌・老人クラブ機関誌等への掲載原稿の提供

- ・ 県において、A らいふ、県民だよりひょうご、ニューひょうご等の掲載事例をもとに原稿を作成し、毎月 1 回、全市町、老人クラブ連合会等に送付
- ・ 市町広報誌、老人クラブ機関誌等に掲載（身近な広報誌を活用した情報伝達）
- ・ 就業者対象に事業者団体への情報提供も検討

(4) 参画と協働による取り組み

一人ひとりの消費者が主体的に行動する市民社会の形成をめざし、消費者（消費者団体）、事業者（事業者団体）との協働による具体的な事業を展開することを求める。

消費者の参画と協働による取り組み

ア 消費者の参画と協働による出前講座のしくみづくり

消費者個人の能力や可能性が発揮できる取り組みとして、消費者自身が出前講座の講師となるしくみづくりを進める。

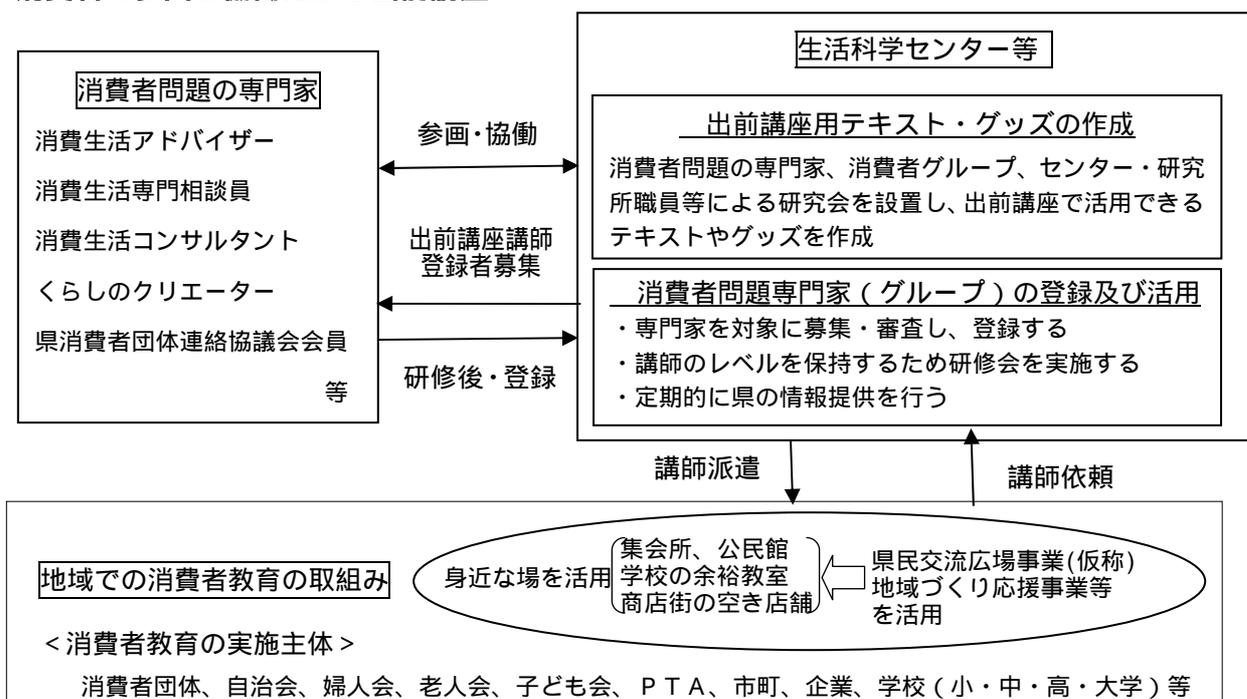
(ア) 出前講座の登録及び活用

- ・ 消費生活アドバイザー、消費生活専門相談員、消費生活コンサルタントの資格を有する人、くらしのクリエイター等から出前講座講師を公募
- ・ 研修後、得意分野ごとに講師登録
- ・ 登録者の中から、県民が企画する消費生活に関する学習会・研修会に講師として派遣

(イ) 出前講座用テキスト・グッズの作成

- ・ 消費者、センター・研究所職員等が協働で出前講座で使うテキストやグッズを開発し、県内の7センターに設置
- ・ 職員だけでなく消費者問題専門家、グループ等が講座を行う際にも利用

消費者の参画と協働による出前講座



(ウ) 悪質商法追放モデル地区の設置

まちづくり防犯グループの中から、センターごとに数カ所、「悪質商法追放モデル地区」を選定する。

- ・ 各戸にステッカーと悪質商法に関する情報を提供
- ・ 地域の消費者から生の情報を収集 各まちづくり防犯グループへ提供

イ 消費者団体・グループへの支援

現在、国民生活審議会で「消費者団体訴訟制度」の検討がなされており、この制度の導入も勘案しつつ、参画と協働の取組みをさらに拡げていくために、消費者団体・グループへの支援を強化する必要がある。

また、無償のボランティアであるくらしのクリエイターについても、地域での消費者リーダーとしての役割を効果的に発揮してもらうため、支援を充実する必要がある。

消費者団体・グループへの支援

- 1 生活創造大学受講生や企業退職者へ消費者団体等のアピール情報を提供
- 2 消費者グループの交流会・意見交換会の場を設け、得意分野、不得意分野の情報交換を行い、相互に補完しあうネットワークを形成
- 3 暮らしのクリエイターの活動支援の充実
 - * 県からの情報提供機会の充実
 - 「Aらいふ」の送付
 - 消費生活に関する情報等を定期的又は随時送付
 - * 学習機会の充実
 - 研修会の実施
 - 暮らしのクリエイターノートの配布。(既存事業)
 - 活動事例集の配布。(既存事業)
 - * 各種支援施策の活用
 - 「県民交流広場事業(仮称)」や地域づくり活動応援事業の活用
 - * その他
 - ボランティア保険への加入
 - 暮らしのクリエイター証の発行
 - 暮らしのクリエイターステッカー(門扉等に貼付)の作成

事業者の参画と協働による取り組み

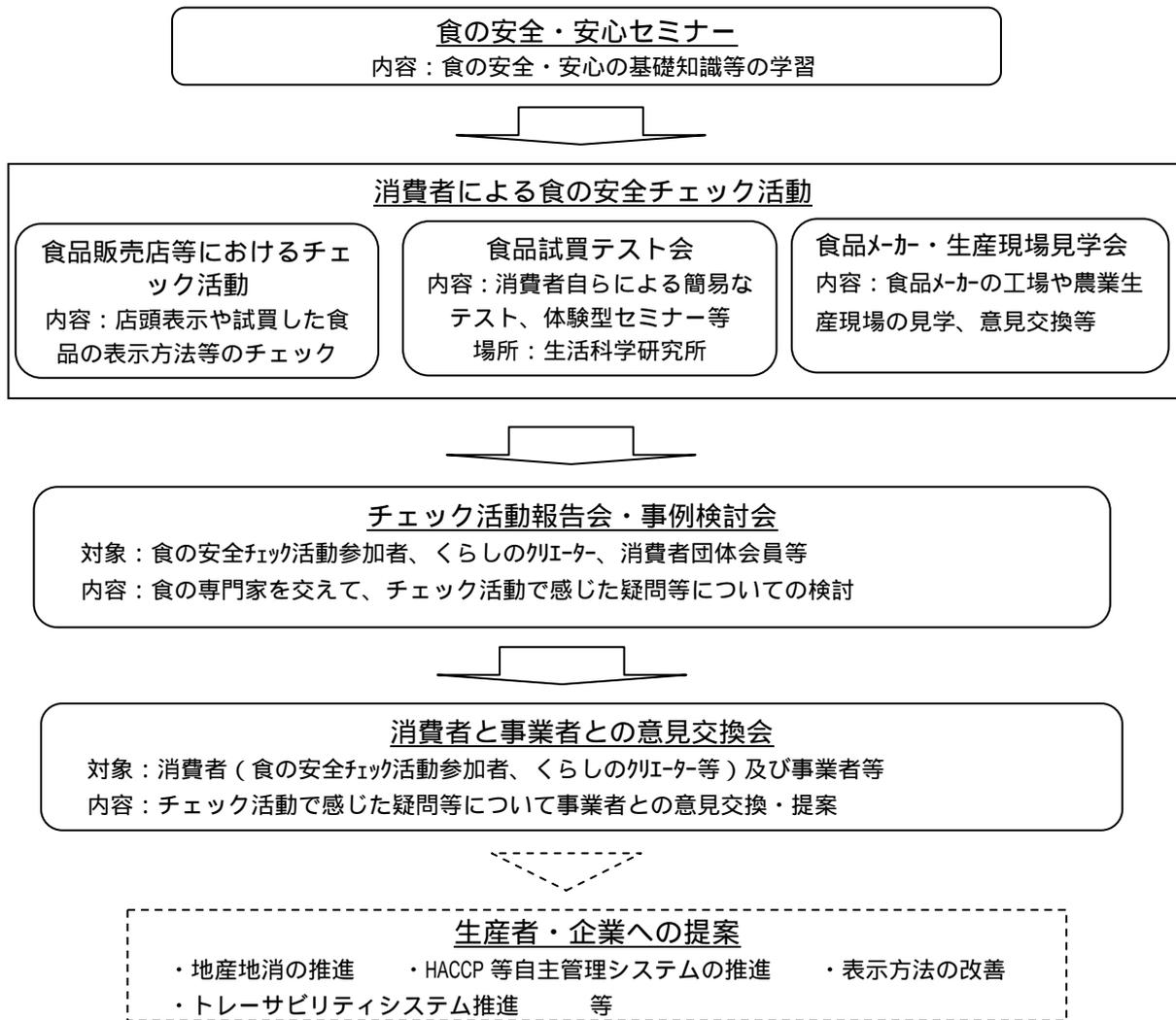
A C A P ((社)消費者問題専門家会議：企業のお客さま相談室担当者等で組織する)会員による出前講座を実施する。

消費者・事業者の参画と協働による取り組み

兵庫県では、本年度から消費者団体と協働で「消費者による「食」の安全チェック活動」を実施しており、食に関わる消費生活のさまざまな場面でチェックを行い、消費者自身が食品の表示等の認識を深めるとともに、事業者と協働でよりよい表示のあり方等の検討を行っている。

来年度以降においても、この事業を継続して実施するとともに、こうした消費者、事業者の協働の取り組みを他の分野でも推進することが望まれる。

消費者による「食」の安全チェック活動



(5) 地域ネットワークによる高齢者・若年者支援

特に、高齢者、若年者の消費者問題について、消費者、事業者、行政等が連携しながら、地域の中でネットワークを形成していくことにより、地域のトラブル情報に基づいた適切な情報提供、注意喚起を行うことができ、地域における消費者被害を未然に防止し、拡大を抑えることが可能になるとともに、被害者の救済についても積極的に対応し、解決していくことが可能になるものと期待される。

	高齢者向け施策	若年者向け施策
地域・学校等との協働	<p>1 暮らしのクリエイターによる情報提供・相談 暮らしのクリエイターが、高齢者の消費者被害を防止するため、身近にいる一人暮らしの高齢者等を重点的に訪問し、県や市町の各種パンフレットやチラシ等を届けるほか、消費生活に関する相談に応じる。</p> <p>2 地域住民の連携による高齢者の見守り（新設） 平成16年度から取り組みを進めている「まちづくり防犯グループ」を活用して、ステッカーの配布や情報提供など、地域防犯の一環として悪質商法から高齢者を守る取り組みを進める。</p> <p>3 高齢者大学等での啓発 地域の高齢者大学、シニアカレッジなどの場で悪質商法等に関する情報提供を行う。</p>	<p>1 学校等への出前講座の実施 ・小学校、中学校、高校、PTA等を対象に、各生活科学センター等の職員による出前講座を実施する。 ・消費者問題の専門家による出前講座を実施する。（新設）</p> <p>2 教育委員会のBOXを活用した高校生等向け消費者問題Q & Aの配付 若者に多い苦情事例をQ & A形式でわかりやすくまとめた啓発資料を作成し、教育委員会に設けられたBOXを活用し、全高等学校に配付する。</p>
団体・グループ等との協働	<p>1 高齢者支援を行っている団体と連携した情報提供 ・社会福祉協議会や老人クラブ連合会等と連携し、各団体が定期的に発行している情報誌等に悪質商法に対する注意喚起をはじめとする消費者問題の情報掲載を依頼する。（新設） ・各団体主催の大会等を活用し、高齢者向けパンフレット等を配布するなど情報提供を行う。</p> <p>2 老人クラブ連合会等への出前講座の実施 ・各地域の老人会など高齢者が集まる場に、生活科学センター等の職員による出前講座を実施する。 ・消費者問題の専門家による出前講座を実施する。（新設）</p>	<p>1 「出会い系サイト・ストップ大作戦」の展開 チャイルドライン神戸推進委員会等との協働により、被害にあった子供たちへの相談等を行う。 子供たちの出会い系サイト被害者相談の実施 青少年を出会い系サイトから守るシンポジウムの開催</p> <p>2 大学生協との連携（新設） 大学生協と連携し、入学式等の場を活用して、大学生向け出前講座を実施するほか、大学生協が新入生向けに発行しているパンフレットの中に悪質商法に対する注意喚起をはじめとする消費者問題の情報の掲載を依頼する。</p>
事業者等との協働	<p>ACAP会員による出前講座の実施(新設) 各地域の老人会など高齢者が集まる場に、ACAP(社)消費者関連専門家会議(企業のお客さま相談室担当者等で組織する)会員による出前講座を実施する。</p>	<p>ACAP会員による出前講座の実施(新設) 小学校、中学校、高校、PTA等を対象に、老人会など高齢者が集まる場に、ACAP会員による出前講座を実施する。</p>

用語の解説

第1章

- * 1 製造物責任法：製造業者等が製造、加工、輸入した製品の欠陥により消費者の生命、身体又は財産を侵害したときは、製造業者等の過失の有無にかかわらず、消費者側が当該製品が通常有すべき安全性を欠いていることを証明すれば、製造業者等は損害を賠償する責任があることを定めた法律。
- * 2 消費者契約法：消費者と事業者との間には情報量・交渉力に格差があり、消費者が不利な契約を結ばされることがあることから、消費者と事業者の間の契約を対象に、不適正な販売方法や契約があれば契約を取り消すことができることや、消費者の利益を不当に害する条項を無効とするなどの民事ルールを定めた法律。
- * 3 特定商取引法：訪問販売等の販売形態においては、消費者がしばしば不当な損害を被ることがあることから、消費者被害を未然に防止し取引の公正化を図るため、訪問販売、通信販売、電話勧誘販売、マルチ商法、特定継続的役務提供、業務提供誘引販売の6つの取引形態を規制している法律。平成16年に法改正され、悪質な訪問販売等に対する規制が強化されるとともに民事ルールが整備された。
- * 4 兵庫県の少子・高齢化の進展：高齢者（65歳以上）の比率は、16.9%（940千人、平成12年10月1日現在。平成7年より2.8ポイント上昇。）を占め、今後もその割合は増加が予想される。一方、年少者（14歳以下）人口の比率は、15.0%（830千人、平成12年10月1日現在。平成7年より1.3ポイント低下。）で、その割合は今後も低下することが予想されており、本格的な少子・高齢化社会の到来を迎えている。（統計数字は「平成12年国政調査」より）
- * 5 デビットカード：デビットカード加盟店での買い物の際、店に設置された端末にカードが挿入され、消費者は代金を確認後、暗証番号を入力すれば、代金が消費者の預金口座から引き落とされ、店が指定する口座に入金されるシステム。金融機関が発行しているキャッシュカードをそのまま使って支払いができる。
- * 6 中食：持ち帰り弁当、総菜等そのまま食事として食べられる状態に調理されたものを家などに持ち帰って利用するもの。
- * 7 コミュニティ・ビジネス：地域住民が主体となって地域の生活課題の解決をビジネスとして取り組み、コミュニティの再生と雇用や地域経済の活性化を同時に達成しようとする事業。

第2章

- * 8 意見の反映：消費者の意見の反映の方法の一つとして、意見の申し出制度がある。例えば、条例等に違反する事業者の行為により消費者の権利が侵された場合等に、県民(消費者)から知事に適当な措置をとるべきことを求めることができるというものである。兵庫県の現行制度(消費者保護条例)上にはないが、一部の都道府県の条例や法律(J A S 法、特定商取引法等) に導入されている。
- * 9 生活創造：
- (1) 県では、戦後の高度成長期から、健全な消費生活の育成や生活の合理化・自主的な生活意識の確立を目標として「生活の科学化」を県政の重要施策の一つとして推進してきた。
- そして、平成 2 年度の生活科学審議会(当審議会の前身)の「生活行政の新展開」を契機に、自分を高める、暮らしを高める、社会参加・ボランティア活動をするなど、県民一人ひとりが主体的に成熟社会にふさわしいライフスタイルを創造し、豊かな社会を実現していく活動(生活創造活動)を様々な形で施策として支援してきた。
- (2) 県では、県民の生活創造活動支援の拠点として、生活創造センターを整備しつつある。これは、消費生活、文化、環境、家庭、健康・福祉や地域づくりなど様々な分野について、県民が集い、学び、活動・交流し、新しいライフスタイルを創造する県民主役の施設であるとともに、こうした活動を県が支援する拠点施設であり、丹波の森公苑と神戸生活創造センターが開設している。丹波の森公苑の場合、丹波文化会館と生活科学センターの事業を継承するとともに、丹波県民局の県民運動支援事業等を移管し、県民運動の基盤づくりと丹波の森構想の推進拠点としての事業を行っている。
- * 10 「創造的市民社会」：21 世紀兵庫長期ビジョンで提唱された兵庫がめざす 4 つの将来像の一つ。
- 一人ひとりが主体的に行動する市民社会、個人の能力や可能性が最大限に発揮できる社会、また、生活の基盤が保障され、健康で安心して暮らせる社会である「創造的市民社会」が掲げられる。「創造的市民社会」を実現するためには、次のような視点に立って、人の自律を支えることが前提となる。
- わが国や地域の歴史・文化・伝統の上に立って、自らの生き方を主体的に選ぶことができ、自らの行動に責任を持つこと
- 様々な生き方、価値観を受容しつつ、必要な人には適切な社会的支援が提供される、支え合い共生する社会の実現を図ること
- 「公」を担うのは行政という考え方ではなく、支え合い、共に生きるための領域を社会全体で担うという「新しい公」の概念に基づき、行政がコーディネーターの役割も果たしつつ、住民、事業者等の様々な主体との協働で課題を解決するシステムを構築すること
- * 11 「新しい公」：従来、公共部門は「官」が決めるという官主導型の手法が一般的であった。しかし、近年においては、環境問題や子育て問題など、市民社会に共通する様々な課題 = 公共の問題が生じてきている。「公」を担うのは行政だけという考え方ではな

く、支え合い、共に生きるための領域を社会全体で担うという「新しい公」の概念に基づき、グループ、団体、NPO/NGO等、地域社会を構成する多様な主体が、それぞれの役割を分担しながら、相互のパートナーシップを確立していくきざしが芽生えつつある。

第3章

- *12 生活科学センター等：昭和40年の神戸、姫路生活科学センターの開設から順次、但馬（同43年）、丹波（同45年）、淡路（同47年）、西播磨（同50年）、東播磨（同54年）の7地域に生活科学センターを開設。神戸、丹波生活科学センターは、生活創造センター（平成12年県立神戸生活創造センター生活科学部、平成8年丹波の森公苑活動支援部）として、機能充実が図られている。
- *13 食の安全・安心相談室：兵庫県では、消費者が抱えている「食」に対する不安を受け止めるため、7生活科学センター等に専用電話を設置し、「食」の安全・安心の総合相談窓口として、兵庫県消費者団体連絡協議会の協力も得て「食の安全・安心相談室」を平成14年11月に開設した。消費者からの相談に対して適切な助言、情報提供を行い、苦情については、あっせん解決等を図るとともに、事業者のJAS法・食品衛生法などの違反等に対して、所管する行政機関への通報等を行い、事業者指導等によりトラブルの再発防止にも努めている。
- *14 ひょうご「食」の安全・安心推進会議：県民参加のリスクコミュニケーション（食品のリスクに関する正確な情報を行政、事業者、消費者等のすべての者が共有しつつ、相互に意思疎通を図ること）を行い、食の安全・安心の確保を図ることを目的に、平成15年7月に設置された。消費者や生産者、流通・製造・加工者の代表、学識経験者等で構成されている。消費者の視点に立ち、総合的な安全・安心対策を行うため、「食」の安全・安心に係わる基本概念（指針）や具体的な計画（アクションプラン31）からなる『ひょうご「食」の安全・安心推進計画案』について検討を行っている。
- *15 ひょうご安心ブランド：県では、安全な米や野菜などを消費者に届けるため、化学肥料や農薬をできる限り使わずに栽培し、農薬を使用した場合は残留農薬の自主検査を行う生産集団を認定しており、作られた農産物は「ひょうご安心ブランド」として販売されている。

農薬残留が国基準の10分の1以下であることや栽培過程を正確に記録し、その情報を消費者に開示すること等の厳しい基準を設けるなど、安全を確保し、安心が見えることが特長である。
- *16 事業者名の公表：県の現行の消費者保護条例上は、不当な取引方法の改善勧告に従わない場合に、初めて事業者名等を公表できる、となっている。
- *17 コンプライアンス：英語で「何かを順守すること、従うこと」を意味する。順守する対象は法令に限らないが、とりわけ、罰則をもって禁止されている規定や行政規則を事業者が守るべきことは当然とされる。その上で、各事業者が定めた自主ルールを遵

守することも求められる。また、倫理や社会常識にもとる行為を行うべきではないとされる。

- *18(社)消費者関連専門家会議：通称 A C A P (エイキャップ、Association of Consumer Affairs Professionals)。消費者の安全への配慮、消費者からの問い合わせ等への対応等、企業の消費者志向体制の整備充実に努めることを目的に、企業等で消費者問題に携わってきた人を中心に昭和 55 年に設立された。(同 60 年に社団法人化)
- *19 生活科学研究所：昭和 53 年により高度な問題を解決するため、県立生活科学センターの商品テスト機能を集中させ、「県民に開かれた試験研究施設」として全国に先駆けて設置された。
- *20 訴訟援助制度の要件：現行の消費者保護条例・施行規則上で定める要件には、1 件当たり被害額が 50 万円以下であること、同一被害が多数(概ね 20 件程度)発生し又は多数発生するおそれがあること、などがある。
- *21 兵庫県における消費者教育の取り組み：兵庫県では、平成 2 年から 4 年までは全高校 1 年生を対象に消費者教育用資料を作成するとともに、生活科学センター等の職員が高校に出前講座に出向くなど、学校における消費者教育の推進に取り組んでいる。なお、県内においては、消費者教育の教材の作成に取り組む消費者グループも誕生している。
- *22 暮らしのクリエイター：昭和 61 年発足。消費者活動や地域活動団体等の中から、県内市町の推薦により 579 名に委嘱(平成 16 年 9 月現在)。地域において消費生活相談や啓発活動等をボランティアで行っている。(地域別人数：神戸生活創造センター管内 150 名、東播磨生活科学センター管内 128 名、姫路生活科学センター管内 52 名、西播磨生活科学センター管内 86 名、但馬生活科学センター管内 73 名、丹波の森公苑 37 名、淡路生活科学センター管内 53 名)
- *23 消費者と事業者との連携：県では、昭和 40 年、神戸生活科学センターを開設したことを契機に、消費者リーダーの養成に取り組んできた結果、地域で消費者団体が結成され、センターを活動拠点とした消費者グループもつくられてきた。以降、約 30 年以上にわたり、消費者問題の解決に向け、行政、事業者と対話を続ける等、粘り強い活動を続けるグループ等も誕生している。
- *24 「環境にやさしい買物運動」：県民全てが主体的に取り組むグリーン購入運動を展開するため、消費者団体、婦人会等を中心に普及啓発活動を実施している。
- *25 P I O - N E T：複雑化、多様化、広域化する消費者被害に迅速に対応するため、国民生活センターと都道府県・政令指定都市の消費生活センターをオンラインネットワークで結び、消費生活相談、日常生活の中で発生する商品・サービス等に関連した事故情報等を蓄積し、活用できるシステム。

参 考 資 料

- 資料 1 諮問文（創造的市民社会の実現に向けた今後の消費者行政のあり方について）
- 資料 2 兵庫県県民生活審議会における審議の経過
- 資料 3 兵庫県県民生活審議会委員名簿（第 5 期・第 6 期）

資料 1

創造的市民社会の実現に向けた今後の消費者行政のあり方について（諮問）

諮問第 68 号

兵庫県県民生活審議会

創造的市民社会の実現に向けた今後
の消費者行政のあり方について（諮問）

このことについて、次の理由を添えて諮問します。

平成 15 年 9 月 26 日

兵庫県知事 井戸 敏三

[諮問理由]

本県においては、昭和 38 年に「生活の科学化」を提唱して以来、県民の消費生活の安定と向上を図るため、消費者施策を推進して来ました。

しかし、経済のグローバル化や高度情報社会の到来、さらには規制緩和の進展など消費者を取り巻く環境が急速に変化して、消費者契約に係るトラブルが増加する等、消費者問題は複雑、多様化する状況にあります。また、食品の産地偽装表示等、消費者の信頼を裏切る企業の不祥事が続発し、食の安全を脅かす問題もクローズアップされています。

一方、国においては、消費者保護基本法の見直しを視座に入れた消費者政策に関する 21 世紀型の新たなグランドデザイン構築に向けて現在検討を進めています。

そこで、21 世紀兵庫長期ビジョンがめざす創造的市民社会の実現に向けた本県の今後の消費者行政のあり方について、諮問します。

資料 2

兵庫県県民生活審議会における審議経過

	会議の種別	月 日	会 場	内 容
第 5 期	消費者保護部会	平成15年9月11日	ひょうご女性交流館	・今後の消費者行政のあり方検討について（個別課題検討等）
	消費者保護部会	平成15年9月26日	ひょうご女性交流館	・今後の消費者行政のあり方検討について（個別課題検討等）
	全 体 会	平成15年9月26日	兵庫県公館	・諮問
	消費者保護部会	平成15年10月17日	ひょうご女性交流館	・今後の消費者行政のあり方検討について（個別課題検討等）
	消費者保護部会	平成15年11月5日	ひょうご女性交流館	・中間報告について
	消費者保護部会	平成15年11月17日	ひょうご女性交流館	・中間報告について
	消費者保護部会	平成16年2月9日	ひょうご女性交流館	・パブリック・コメントの結果について ・中間答申案について
	全 体 会	平成16年2月22日	ラッセホール	・中間答申案について ・中間答申
第 6 期	消費者保護部会	平成16年6月29日	兵庫県民会館	・消費者支援施策の具体的な取り組みについて
	消費者保護部会	平成16年8月3日	兵庫県公館	・消費者支援施策の具体的な取り組みについて ・消費者保護条例等の改正について
	消費者保護部会	平成16年8月25日	兵庫県公館	・消費者保護条例等の改正について ・消費者サイドからの食の安全・安心について ・参画と協働の取組について ・調査研究機能の充実について
	消費者保護部会	平成16年9月22日	兵庫県民会館	・最終答申案について
	消費者保護部会	平成16年11月22日	兵庫県民会館	・最終答申案について
	消費者保護部会	平成17年1月26日	兵庫県公館	・パブリック・コメントの結果について ・最終答申案について
	全 体 会	平成17年2月8日	ラッセホール	・最終答申案について ・最終答申

第5期 兵庫県県民生活審議会委員名簿

氏名	所属・役職名	担当部会等		
		消費者保護部会	総合政策部会	参画・協働推進専門委員会
浅倉 陽子	特定非営利活動法人 I K G S 緑化協会理事	-	-	-
今崎 良平	外国人児童生徒指導者	-	-	-
上田 弘	兵庫県町村会副会長（一宮町長）	-	-	-
奥村 和恵	中町ベルディホール顧問	-	-	-
加藤 恵正	神戸商科大学商経学部教授	-	-	-
北野 美智子	兵庫県連合婦人会長	-	-	-
後藤 玲子	弁護士	-	-	-
小西 康生	神戸大学経済経営研究所教授	-	-	-
斉藤 泉	連合兵庫女性委員会委員長	-	-	-
澤田 功	兵庫県商工会連合会専務理事	-	-	-
清水 美知子	関西国際大学人間学部助教授	-	-	-
所村 利男	独立行政法人製品評価技術基盤機構生活・福祉技術センター所長	-	-	-
白川 武夫	こころ豊かな美しい兵庫推進会議副会長（兵庫県連合自治会長）	-	-	-
住野 公昭	甲南女子大学人間科学卯教授	-	-	-
瀧川 好夫	神戸大学大学院経済学研究科教授	-	-	-
田村 広一	兵庫県市長会副会長（高砂市長）	-	-	-
鳥越 皓之	筑波大学大学院人文社会科学研究科教授	-	-	-
中瀬 勲	姫路工業大学自然・環境科学研究所教授	-	-	-
根岸 哲	神戸大学大学院法学研究科教授	-	-	-
端 信行	京都橘女子大学文化政策学部教授	-	-	-
幡井 政子	兵庫県消費者団体連絡協議会会長	-	-	-
原 仁美	神戸市消費者協会会長	-	-	-
前田 小百合	生活協同組合コープこうべ理事	-	-	-
松原 一郎	関西大学社会学部教授	-	-	-
宮道 博	兵庫県商工会議所連合会専務理事	-	-	-
村上 早百合	神戸新聞社論説委員	-	-	-
森 綾子	特定非営利活動法人宝塚NPOセンター事務局長	-	-	-
門上 幸子	有限会社門上環境計画事務所代表取締役	-	-	-
矢尾田 勝	兵庫県議会議員	-	-	-
山下 淳	同志社大学大学院総合政策科学研究科教授	-	-	-
小林 郁雄	市民まちづくり支援ネットワーク代表	-	-	-
立木 茂雄	同志社大学文学部教授	-	-	-
野崎 隆一	ひょうご市民活動協議会代表	-	-	-
野々山久也	甲南大学文学部教授	-	-	-
速水 順一郎	(社)兵庫県子ども会連合会常務理事兼事務局長	-	-	-
室崎 益輝	神戸大学工学部教授	-	-	-

会長

は部会・委員会委員、 は部会長・委員長を示す。

第6期 兵庫県県民生活審議会委員名簿

氏名	所属・役職名	担当部会等			
		消費者保護部会	総合政策部会	参画・協働推進専門委員会	
浅倉 陽子	特定非営利活動法人IKGS緑化協会理事	-	-	-	
上田 弘	兵庫県町村会副会長（一宮町長）	-	-	-	
牛建 文彦	特定非営利活動法人ピア・しんぐう代表	-	-	-	
奥村 和恵	中町ベルディホール顧問	-	-	-	
梶山 卓司	神戸新聞社論説委員	-	-	-	
加藤 恵正	兵庫県立大学経済経営研究所長	-	-	-	
菊池 久	独立行政法人製品評価技術基盤機構生活・福祉技術センター所長	-	-	-	16.8.24～
北野 美智子	兵庫県連合婦人会長	-	-	-	
後藤 玲子	弁護士	-	-	-	
小西 康生	神戸大学経済経営研究所教授	-	-	-	
小沼 経子	特定非営利活動法人さつき理事長	-	-	-	
斉藤 泉	連合兵庫女性委員会委員長	-	-	-	
澤田 功	兵庫県商工会連合会専務理事	-	-	-	
清水 美知子	関西国際大学人間学部助教授	-	-	-	
所村 利男	独立行政法人製品評価技術基盤機構生活・福祉技術センター所長	-	-	-	～16.8.23
白川 武夫	こころ豊かな美しい兵庫推進会議副会長（兵庫県連合自治会長）	-	-	-	
鈴木 恵子	社会保険労務士 / 介護保険相談員	-	-	-	
瀧川 好夫	神戸大学大学院経済学研究科教授	-	-	-	
田村 広一	兵庫県市長会副会長（高砂市長）	-	-	-	
近田 敬子	兵庫県看護協会会長（兵庫県立看護大学名誉教授）	-	-	-	
手嶋 豊	神戸大学大学院法学研究科教授	-	-	-	
鳥越 皓之	筑波大学大学院人文社会科学研究科教授	-	-	-	
中西 均	兵庫県商工会議所連合会専務理事	-	-	-	16.12.16～
根岸 哲	神戸大学大学院法学研究科教授	-	-	-	
幡井 政子	兵庫県消費者団体連絡協議会会長	-	-	-	
原 仁美	神戸市消費者協会会長	-	-	-	～16.6.24
藤原 礼子	神戸市消費者協会会長	-	-	-	16.6.25～
前田 小百合	生活協同組合コープこうべ理事	-	-	-	
松原 一郎	関西大学社会学部教授	-	-	-	
宮道 博	兵庫県商工会議所連合会専務理事	-	-	-	～16.12.15
森 綾子	特定非営利活動法人宝塚NPOセンター事務局長	-	-	-	
矢尾田 勝	兵庫県議会議員	-	-	-	
山下 淳	同志社大学大学院総合政策科学研究科教授	-	-	-	
小林 郁雄	市民まちづくり支援ネットワーク代表	-	-	-	
立木 茂雄	同志社大学文学部教授	-	-	-	
中瀬 勲	兵庫県立大学自然・環境科学研究所教授	-	-	-	
野崎 隆一	ひょうご市民活動協議会代表	-	-	-	
野々山久也	甲南大学文学部教授	-	-	-	
速水 順一郎	(社)兵庫県子ども会連合会常務理事兼事務局長	-	-	-	

会長

は部会・委員会委員、 は部会長・委員長を示す。