

2017年1月9日

京都府府民生活部消費生活安全センター 御中

(連絡先)

京都市中京区烏丸通二条上る蒔絵屋町 258 番地
コープ御所南ビル 4 階
京都府生活協同組合連合会
専務理事 高取 淳
電話:075-251-1551 FAX075-251-1555

京都府消費者教育推進計画(中間案)にたいする意見

はじめに

京都府消費生活安全条例で掲げられた、府民の消費生活の安定及び向上を図るための基本理念の実現にむけ、「京都府安心・安全な消費生活の実現を目指す行動計画」(2016~18年)、「京都府消費者教育推進計画」(2014-16年)(以下、「推進計画(2014-16年)」)にもとづき、各種施策が実施されていることに敬意を表します。

推進計画(2014-16年)の3年間で、京都府と京都の生協が連携した様々な取組みがおこなわれてきました。例えば、大学生協を中心に、くらしのヤングリーダー養成研修・消費者教育セミナーの開催、学生発の同世代向け消費者教育の教材、啓発リーフレットの作成、大学生生活&生協利用説明会での消費者トラブル事例の紹介や被害にあわないための防止策の報告等の取組がすすみました。これらの大学生などを対象にした取組は、大学生協と地域生協との交流の中で、地域生協の組合員を対象にして実施されている事例も生まれました。

家庭・家族・世帯の構造変化の中で、被害をこうむる消費者が孤立し、トラブルにあったときに相談する相手がないということがあるなかで、消費者トラブルは一層複雑化・多様化・悪質化しているのが現状です。そのような中で、地方自治体や市民グループによる相談事業などがトラブルの解決に向けて力を発揮しているということを考えると、京都府消費生活安全センターなどの相談機関の役割、存在意義は極めて重要であると考えています。「相談する」ということはトラブルにあった消費者の救済につながるだけでなく、そのトラブルを社会的に解決していくことにもつながります。京都府の消費者教育をはじめ消費者行政がいま以上に強化され、消費者団体などへの支援が強まることを期待しています。

以下、京都府消費者教育推進計画(中間案)にたいする意見を述べます。

【1】京都府消費者教育推進計画のタイトルについて

推進計画(2014-16年)の到達を踏まえて、次期京都府消費者教育推進計画(2017-19年)(以下、「推進計画(2017-19年)」)を策定するという意味では、第1次京都府消費者教育推進計画(2014-16年)、第2次京都府消費者教育推進計画(2017-19年)としてはどうでしょうか。

【2】推進計画の位置づけについて

「推進計画（2014－16年）」の到達評価（振り返り）を踏まえた「推進計画（2017－19年）」として策定していることについて加筆してください。

【3】「3 消費者教育が目指すもの」について

1. 「（1）消費者教育の目標」について

消費者教育が消費者の基本的権利の一つとして位置づけられていること（消費者基本法第2条、消費者教育推進法第1条）などを踏まえ、消費者教育の目標に下線部分を加筆してください。

消費者教育は、消費者の基本的な権利の一つであることを踏まえ、すべての府民が、それぞれの特性に応じた適切な方法で消費者教育が受けられるように支援することで、「被害を回避し、トラブルに適切に対処できる消費者」「自主的かつ合理的に行動する消費者」「地球や地域の課題などの解決に向けて主体的に考え行動する消費者」を育成し、これらの消費者が積極的に社会に参加することで、公正で持続可能な社会を実現します。

2. 「（3）京都府の特徴と配慮事項」について

推進計画（2014－16年）で整理された、京都府の特徴を簡潔にしたことで、京都の特徴としてのキーワード・ポイントが分かりにくくなりました。例えば、2番目の「『もったいない』や『しまつ』・・・環境保全の取組が活発に行われていること」では、「暮らしの中で引き継がれてきた」とか「京都議定書誕生の地」といったキーワードが削除されました。歴史と伝統のまち京都で培われてきた暮らしの知恵やCOP3から環境問題がクローズアップされてきたことなどは京都の大切な特徴の一つです。また、3番目の「伝統・文化や『おもてなしの心』、・・・起業精神に富む土壤があること」では、「府内各地域に国内外から多くの方々が訪れる」ということがポイントの一つです。そのことが、府民のみならず京都を訪れる方々へも伝わり、広がっていくということになります。この点では、前期（2014－16年）の推進計画策定するときに、審議会のなかで中坊会長より指摘があり、加筆されたと記憶しています。京都府の特徴と配慮事項については、変更する必要はないと考えます。

【4】「4 推進の方向と今後取り組む事業」について

1. 「（1）消費者被害を未然防止し、トラブルに対処できる消費者の育成」について

消費者教育推進法第3条3で、「消費者教育は・・・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。」としています。取組み方向に、年齢、障がいの有無その他の消費者の特性に配慮した情報提供や見守りを支援することを加筆し、「成年年齢引き下げの動き・・・子どもから高齢者まで各年代の特性に応じた体系的な教育を拡充するとともに、年齢、障がいの有無その他の消費者の特性に配慮した情報提供や見守りを支援する」としてはどうでしょうか。具体的施策についても（エ）として「配慮（障がい者や外国人等）を必要とする人々を対象とした消費者教育」を加え、あわせて、障がいのある人や外国人を対象にした具体的な施策について検討ください。

2. 「(2) 消費者教育の担い手の養成・支援」について

(1) 「消費者を巡る状況」の「(3) 消費者教育の担い手の現状と課題」の「ウ 消費者団体等による消費者教育」では、くらしの安心・安全ネットワークなどの関係団体の取組として、「各団体は個々に活動しており、連携した取組が必要になっている」と現状分析がされています。構成団体などの連携・協働により消費者教育を推進するためには、構成団体などの関係者をつなぐ、コーディネーターが必要です。そのためには、コーディネーターを養成するための支援策が必要です。取組む方向に、コーディネーター養成の必要性を加え、具体的な施策について検討ください。

(2) 消費生活に関わる重要な法律が次々と改正されています。2016年度でも、「改正消費者安全法」の施行、「改正消費者契約法と改正特定商取引法」の公布、「家庭用品品質表示法の繊維製品品質表示規定」の施行、「消費者の新たな被害救済制度として期待される消費者裁判手続特例法」の施行などがあります。これらの情報について、京都府の「ホームページ」「府民だより」などを活用し、分かりやすく周知することも重要であり、消費者教育の支援の大切な一つになります。京都府消費生活安全センターが取組む支援策の一つとして検討ください。

(3) 「イ 消費者教育の担い手への活動支援」について

消費者教育は、消費者の基本的な権利の一つであることを踏まえ、消費者教育・啓発に係る市町村間格差を生じさせないために必要な支援策の検討が必要です。しかし、すべての市町村を一律に支援していくことは現状の京都府消費生活安全センターの体制では難しいと考えます。京都くらしの安心・安全ネットワーク第1回消費者教育チーム会議でも意見としてありましたが、単年度ごとに支援する市町村をあらかじめ決め、京都府消費生活安全センターからの支援を強めていくことも一つの方策です。具体的な施策の「イ で市町村の取組み支援<拡充>」について検討ください。

【5】「(3) 消費行動を通じて社会貢献をする消費者の育成」について

1. アメリカの消費者教育では、消費者は企業が出す様々な情報を鵜呑みにせず、理性的、批判的な思考力を養い、自分で考え自分で決定することが健全な消費者の基本条件であるという考えに基づき、クリティカル・シンキング（批判的思考）とデシジョン・メイキング（自己決定）ということについての教育が行われているといわれています。健全な消費者が、健全な商品・企業を育てると言われており、消費行動を通じて社会貢献をする消費者を育成する取組を強めることは賛成です。取組む方向に、「消費者一人ひとりの毎日のくらしのなかでの消費行動が、くらしや社会をよりよくしていく大きな意味をもっていること」について加筆してください。

2. 「イ 消費者市民の育成」について

(1) 食の安心・安全の取組でも広く行われている、リスクコミュニケーションの手法が効果的です。消費者と事業者に加え、行政や専門家も入って行うことが、情報を共有し、意思疎通を図ることができ、より効果的となるのではないのでしょうか。シンポジウムなどの開催では、パネリストの選定等について検討ください。また、具体的な施策の4「消費者と事業者の双方向シンポジウムの実施<新規>」にその旨加筆してください。

(2) 新聞・テレビ・雑誌に加え、インターネットの普及によって、多様な情報が、瞬時にして

入手できるようになったことで、ネット上での取引被害だけでなく、様々なトラブルに巻き込まれるケースが増えています。京都府の消費生活相談でも、インターネットなどの情報通信に関する相談件数が増加しています。消費者には、情報を主体的に読み解き、必要な情報を入手、活用していくことが求められています。消費者教育として、メディア・リテラシーの学習を強めていくことが今日的には重要になっていきますので、具体的施策として検討ください。

【6】「(4)幅広い主体との連携・協働による取組の推進」について

1. 取組み方向については、「推進計画（2014－16年）」の取組み方向で整理した、「最高水準の研究を行う大学や研究機関を多数有し、京都議定書誕生の地であるとともに、和食の無形文化遺産登録等、京都には、学問、環境、食等多様な分野に豊富な人材や資源を有することから、それらを最大限に活かした取組を進める。」は、京都府の特徴の一つですので、取組み方向については、見直しをする必要はないと考えます。

2. 具体的な施策

国の第二期消費者教育推進会議では、消費者教育の促進に関する基本的な方針の見直しに向けての論点整理の一つとして、「消費者教育における消費生活センターの拠点化の促進」について検討されています。京都府消費生活安全センターが、京都府における消費者教育の拠点として位置づけ、情報の収集と発信、学習会やイベント等の開催、消費者教育に関する活動の支援などが積極的に行えるように、その実効性を確保するためにも、京都府消費生活安全センターの体制と環境の整備、そのために必要な予算措置を要望します。

【7】その他

1. 京都市との連携についての検討も必要です。
2. 数値目標の設定については、11項目について設定されています。年次ごとの数値目標を設定すること。また、設定項目が多くないので、1頁にまとめて進捗管理できるようにしてはどうでしょうか。
3. 京都府消費者推進計画の計画期ごとの「消費者教育を巡る状況」「消費者教育が目指すもの」「推進の方向と今後取組む事業」などについての変化が見られるように対比一覧表などで整理されてはどうでしょうか。

以上