安心・安全な消費生活の実現を目指す行動計画（中間案）

【担当部課】府民生活部 消費生活安全センター

京都府では、府民の連携・協働の下で、安心・安全な消費生活を実現することを目的として、平成19年9月に「安心・安全な消費生活の実現を目指す行動計画」を策定し、市町村消費生活相談窓口の開設や迅速な問題解決、悪質事業者への対応強化、地域・消費者・事業者団体と連携した消費者への啓発・教育等に係る各種施策を実施してきた。

消費者トラブルをめぐる相談件数は、ここ数年全国的に減少傾向にあり、府内の消費生活相談件数も緩やかに減少しているが、高齢者の割合が高くなってきている。また、相談内容をみると、スマートフォンの普及等によるＩＴ関連サービス相談の割合が高いなど、相談の対象となる商品・サービスは社会経済情勢の動向にあわせて変化しているほか、未公開株被害等の詐欺まがいの悪質な手口の相談の増加など、その内容は、広域化、複雑化、専門化しており、市町村の相談窓口も含め相談体制をさらに充実させる必要がある。

一方、平成24年８月には消費者教育の基本理念や国・地方公共団体の責務等が定められた「消費者教育の推進に関する法律」が成立し、６箇月以内の施行が予定されている。このため、市町村や地域の多様な主体と連携した被害の未然防止等の取組により、地域社会の消費者問題対応力の向上への支援を行うとともに、府民一人ひとりが、自ら進んで必要な知識を習得し、必要な情報を収集する等の自立した消費行動をとるための取組を強化することが求められている。

このような状況を踏まえ、これまでの京都府の消費者行政を点検して消費者行政の一層の充実を図るため、「安心・安全な消費生活の実現を目指す行動計画」を改定する。

問題意識

■現状と課題

（１）高齢者の相談割合の増加

＜現状＞

①府内の消費生活相談件数は緩やかに減少しているものの、相談件数に占める高齢者からの相談割合は年々増加している。

・高齢者の相談には、ア）金融商品に関する相談が多い　イ）被害にあっていても気づかない、何度も同じ被害にあう　ウ）家族等に知らせず、被害発見が遅れたり、密かに被害回復をしようとさらに被害を重ねるなどの傾向が見られる。

②京都府では、地域で消費者の安全を守るため、消費者団体等４６団体（H24.4）で構成する「くらしの安心・安全ネットワーク」による啓発活動等の取組、身近な人への見守り活動の促進、ホームページ、メールマガジン、啓発資材の配布のほか、高齢者ホットライン（高齢者専用相談電話）の開設などを実施してきた。

＜課題＞

高齢者に必要な情報が届いていない。

・メールマガジンの配信・イベントなどでの啓発資材の配布等だけでは高齢者に必要な情報が届かない。

・被害が表面化しにくい高齢者に対しては、地域に密着した、顔の見える関係で情報を提供することが必要。

（２）市町村（地域）の消費生活相談窓口の強化

＜現状＞

①ＩＴ関連サービスや出資・投資型商品など、新たな商品等による被害の発生や専門的な相談の割合が増加している。

②相談内容は地域ごとに、例えば、丹後地方では訪問販売に係る相談割合が高い等の特徴があるが、そうした地域の特徴を踏まえた対応が十分出来ていない。

③全市町村に相談窓口が整備されたが、迅速・的確な対応に向け、さらなる対応力の強化が望まれる。

＜課題＞

地域ごとの被害・相談の分析や分析に基づく迅速・的確な対応がとれるよう、OJT等の研修機会や新たな商品等の相談への対応力強化など、能力向上に向けたさらなる支援が必要

（３）潜在化する消費者被害

＜現状＞

①被害に遭っても誰にも相談しない人の割合が増えている。⑳ 33%→㉓ 36%

特に年代が上がるにつれて割合が高くなっており、消費者被害の潜在化が進行し、相談に表れない多くの被害が発生していると推定される。

◆被害に遭っても誰にも相談しない人の割合

全体３６．２％（平成 23 年度消費者庁「消費生活に関する意識調査」）
20 歳代（２５．０％）30 歳代（３１．０％）40 歳代（３６．８％） 50 歳代（３９．１％）60 歳代（４０．４％）70 歳代（４１．４％）
相談しない理由 相談しても仕方がない 53.6%　適切な相談相手がない 9.4% どこに相談していいか分からなかった 9.4%　恥ずかしかった　8.0%

②京都府では､顕在化した消費者被害のうち重大かつ拡大の恐れが高い事案に対して、弁護士及び消費生活安全センター（以下、「センター」という。）職員による「消費者あんしんチーム（調査分野）」を編成の上、速やかな分析に基づき事業者名を公表している。また、府域全体を対象に新聞報道やホームページ等により相談を呼びかけて被害の実態を把握し、相談があった事案に対して、特に悪質な事案に対しては弁護団を結成し､集団訴訟の支援等を行う悪質商法徹底撃退事業を行っている。

＜課題＞

・隠れた被害情報が十分把握できていない。

・市町村や地域の団体と連携した、被害の未然防止や被害拡大を防ぐ体制の充実が必要。

（４）求められる消費者教育（注１）

＜現状＞

①京都府では、良質な商品・サービスの選択や消費者被害の未然防止に役立てるため従来から、出前講座や広域振興局での講座・研修会の開催、大学における講座開設等を積極的に実施してきた。

②平成24年８月に、消費者教育の推進に関する法律が成立し、都道府県の責務として、社会的・経済的状況に応じた施策の策定・実施、都道府県消費者教育推進計画の策定（努力義務）等が規定され、今後、自立した消費者(注２)の育成等が求められている。

③環境に配慮した商品選択や、未曾有の被害をもたらした東日本大震災に関し、消費を介して自分にできる応援・支援をしたいという意識の高まりから東北産の商品を選択するなど、環境や社会に配慮した消費行動を行う等の自立した消費行動をとることで持続可能な社会・経済を実現する主体となろうとする動きが出てきている。

＜課題＞

・自立した消費者、消費者市民社会（注３）の主体となる消費者の育成

注１　消費者教育

消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動（消費者教育の推進に関する法律第 2 条第 1 項）

注２　自立した消費者

自らの利益の擁護及び増進のため、自ら進んで、消費生活に関して必要な知識を修得し、必要な情報を収集するなど、自主的かつ合理的に行動することができる消費者

注３　消費者市民社会

消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会（消費者教育の推進に関する法律第 2 条第 2 項）

新規施策（制度）で達成したい具体的な目標

１　「地域に出かけるセンター」づくりと地域の様々な団体との連携により、高齢者をはじめとした消費者被害の未然防止と早期発見

２　市町村との連携等による地域の特徴を踏まえた消費者問題対応力の強化

３　隠れた被害の実態把握と被害の拡大防止
４　自立した消費者、消費者市民社会の主体となる消費者の育成

施策（制度）のスキーム

Ⅰ　「地域に出かけるセンター」づくりと地域の様々な団体との連携による、高齢者をはじめとした消費者被害の未然防止と早期発見

「地域に相談員が出かけるセンター」づくりを進め、地域の団体と連携して消費者被害の未然防止と早期発見を推進

■地域のネットワークによる高齢者見守り活動の実施（拡充）

・高齢者を狙う悪質商法等による被害の未然防止や、潜在的な被害の早期発見・早期対応につなげるため、センター等の関係機関・団体が府民協働防犯ステーション（注４）とネットワークを構築して展開する高齢者見守り活動等を実施
・効果的な高齢者見守り活動の実施に向け、消費生活相談員が府民協働防犯ステーション等に出かけて出前講座等を実施

注４　府民協働防犯ステーション
交番・駐在所等を核に、自治会、子ども見守り隊、防犯推進委員などの地域の様々な団体が参画する連携組織。地域の実情に応じた交通安全・防犯活動等に取り組んでいる。

■くらしの安心協力員１万人による地域見守り事業（新規）

・くらしの安心協力員を１万人を目標に募集、任命
・日常生活の範囲で身近な高齢者に声かけ、不審なことがあったときは、センターに連絡するよう働きかけるとともに、地域の情報を随時センターに連絡
・センターから毎週消費生活情報を発信し消費者問題の理解者として育成

Ⅱ　市町村との連携等による地域の特徴を踏まえた消費者問題対応力の強化

地域の消費者被害の分析を行い、市町村と連携して地域の特性に応じた取組を実施するとともに、困難・専門性の高い案件を迅速に解決するため市町村相談窓口への支援を強化して地域の消費者問題対応力を向上

■地域の特徴を踏まえた消費者問題対応力向上事業（新規）

◇地域被害の分析による迅速な対応
・センターに地域担当制を導入して、市町村の相談窓口をきめ細かく支援。市町村と協力して必要な解決策を実施
・さらに、地域の消費者被害を分析の上、地域レポートを作成し、市町村等を通じて府民に提供
・重大かつ拡大が懸念される事案は、随時緊急情報として HP や地域のネットワークによる高齢者見守り活動等により府民に発信

◇困難・専門性の高い事案に対する支援

・センターに事案毎（例：美容、IT 関連、金融商品等）に専門チームを編成し、問題の所在分析、専門知識の収集、法令・判例検討、同様事案の分析等を行い、相談対応マニュアルを作成・市町村へ提供

・高度・専門的な事案は、市町村と共同（又はセンターに移送）して処理し、その成果を市町村へフィードバック

◇リアルタイムシステム（注５）による情報共有やＯＪＴ研修、巡回指導により市町村相談員を支援・育成

注５　リアルタイムシステム

悪質事業者への監視体制を強化するとともに、府民からの相談に迅速・的確に対応するため、府・市町村職員・相談員が、府内全域のリアルタイムな情報を共有し相互に活用できるシステム（平成24年度システム構築、25年度から本格稼働）

Ⅲ　隠れた被害の実態把握と被害の拡大防止

市町村等と連携して、潜在化している消費者被害の実態を把握し、迅速に救済するとともに、悪質事案に対する行政指導や処分、事業者への事前指導により、被害拡大を防止

■潜在被害の徹底把握事業（拡充）

・地域の被害分析を基に、市町村職員・相談員等による消費者被害機動班を編成し、市町村や高齢者見守り活動を行う地域団体等と連携して、被害の実態を把握する地域 110 番事業を実施

（例）市町村のＨＰ、広報誌、自治会の各戸回覧、ケーブルテレビ番組による広報及び地域のネットワークによる高齢者の見守り活動での周知等

・相談のあった事案は、消費者被害機動班により迅速な解決を行うほか、悪質事案は府の消費者あんしんチーム（調査分野）において、速やかに分析を行い、早期の事業者指導や訴訟支援により被害拡大を防止

■事業者への事前指導（拡充）

・相談の多い業種の事業者（団体）に対する事前指導の強化

Ⅳ　自立した消費者、消費者市民社会の主体となる消費者の育成

消費者教育推進計画を策定し、自立した消費行動の普及を進めるとともに、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する消費者を育成

■自立した消費者、消費者市民社会の主体となる消費者の育成（新規）

・「京都府消費者教育推進計画」の策定

・学校や地域単位の講習会等に活用できる教材の作成

・府民協働防犯ステーション・学校等において、消費者講座等を開催

・府民対象のシンポジウムの開催
・自立した消費行動と消費者市民社会の主体となる行動について、消費者と事業者の意見を反映した行動事例集や楽しみながら学べるハンドブックを作成　等

新規・拡充事業の工程表（ロードマップ）

年度	工　程　表
２５年度	**Ⅰ　「地域に出かけるセンター」づくりと地域の様々な団体との連携による、高齢者をはじめとした消費者被害の未然防止と早期発見** ■地域のネットワークによる高齢者見守り活動の実施（拡充） ■くらしの安心協力員１万人による地域見守り事業（新規） **Ⅱ　市町村との連携等による地域の特徴を踏まえた消費者問題対応力の強化** ■地域の特徴を踏まえた消費者問題対応力向上事業（新規） **Ⅲ　隠れた被害の実態把握と被害の拡大防止** ■潜在被害の徹底把握事業（拡充） ■事業者への事前指導（拡充） **Ⅳ　自立した消費者、消費者市民社会の主体となる消費者の育成** ■自立した消費者、消費者市民社会の主体となる消費者の育成（新規）
２６年度以　降	※　その他２５年度に同じ（→効果検証、事業継続）

その他関連情報

○ 委員の主な意見

▼ *「地域に出かけるセンター」づくりと地域の様々な団体との連携による、高齢者をはじめとした消費者被害の未然防止と早期発見*

〇啓発は、きめ細かに色々な工夫をしながら、地域に声が届くものを考えていくべき。市町村や、できるだけ多くの地域のさまざまな団体と連携して、しっかりとした情報が届くようなＰＲを考えて行く必要がある。

〇行政の役割はコーディネート機能。多様な団体が力を合わせて活動できるよう、コーディネート機能をしっかり果たしてほしい。

▼ ***市町村との連携等による地域の特徴を踏まえた消費者問題対応力の強化***

〇市町村の相談窓口は整ったので、次は市町村と一緒に何ができるかというところが大事。地域に出て行って市町村や消費者団体と一緒に事業を行うという援助の仕方を考えていくことが必要。

〇ネット関係や高度化したトラブルなど、市町村だけでは対応困難な問題もあるので、府が支援することが必要。

▼ ***隠れた被害の実態把握と被害の拡大防止***

〇センターに入ってきている相談は氷山の一角で、実際には相談したい方がたくさんおられると思われるので、センターの PR を引き続き行うとともに、被害を掘り起こし、悪質商法を排除することが必要。

▼ ***自立した消費者、消費者市民社会の主体となる消費者の育成***

〇悪質な商法や業者というのは必ず出てきて、その存在をなくすというのは難しい。だまされる側の方が賢くならないといけない。啓発・教育ということが非常に重要。

〇消費者教育は「教える」のではなく、楽しみながら学べる仕組みが必要。例えば、女性層が興味を持つコンシューマー（消費者）ブックのようなものを作り、それを使ったら、楽しみながら、色々な情報が手に入り、ネットワークも自然にできていくといった取組が必要。