

「大阪府消費者基本計画（第3期）案」に対する意見

2024/11/26 全大阪消費者団体連絡会

1. 計画案 P42 第3章「消費者施策の方向性と展開」の基本目標3：消費者教育の推進の後段部分について「また、持続可能な社会が実現できるよう、消費者自らの消費行動が社会に与える影響と役割を自覚し、人や社会、環境等に配慮した消費行動につながる教育を推進するとともに、消費者団体が行う消費者の消費生活の安定及び向上に資する健全かつ自主的な活動を支援します。」とし、「1」を「消費者フェア開催による消費者団体活動支援と「エシカル消費」等の啓発」とする。あわせて P58[6]を「消費者団体、事業者及び事業者団体等への活動支援と連携」とし、「消費者団体、事業者及び事業者団体の活動を支援し、多様な主体間による情報交換や協議が行われることにより、…」とする。

<理由>

消費者団体の自主的な活動への支援について、計画案では、第4章「計画の推進方策と進捗管理」に「府は、消費者団体への情報提供を行うなど、消費者団体の活動の支援を行うとともに…」とあるだけで、第3章「消費者施策の方向性と展開」の中に「活動支援」の言葉がない。また、これまでの計画では基本目標とされていた「消費者の自立の支援」がなくなり、消費者教育での連携・担い手育成の範囲にとどまる内容になっている。

この点につき、計画案の【めざすべき姿】は「消費者市民社会」の構築としている。消費者庁パンフレットは、消費者市民社会を消費者が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としており、そこでは消費者団体はその役割を発揮していることが欠かせない要素である。そして、大阪府消費者保護条例は第3条（府の責務）において「府は、消費者団体が行う消費者の消費生活の安定及び向上に資する健全かつ自主的な活動に必要な支援の措置を講ずるものとする。」と定めているのだから、基本計画においても消費者の自主的な活動を支援するという立場を、第3章の府が取り組む消費者施策の中に明記することを提案する。その上で、現在実施されている消費者フェアについては府民啓発に加えて、消費者団体の活動支援という位置づけも併せ持つことを明記することを提案する。

2. ①計画案 P43 重点取組1の「・消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)設置の市町村への働きかけと支援」を、「府内全市町村で消費者安全確保地域協議会等の見守り活動とその効果的な運営が行われるよう市町村を支援」とする。

②その推進策の一つとして、大阪府に消費者安全確保地域協議会を設置し、福祉・自治・治安関係者含めて協議する場を設けることを追記する。

③また、消費生活協力団体・協力員の委嘱を推進し、被害発見時の相談窓口への情報提供を促進することも追記する。

④参考指標には以下の数値目標を設定する。

- ・消費者安全確保地域協議会設置または見守り活動実施自治体数 目標：府を含む 44 自治体
- ・協力団体・協力員を委嘱する市町村 目標：5 割
- ・年代別の 188 認知度 目標：「名前と内容を知っていた」を全年代 25%以上

(参考) 令和 5 年度消費生活意識調査(第 5 回)での全国の年代別の 188 認知度は 5~17%

<理由>

①について、高齢者等の被害防止は「全市町村」の課題であり、そのための見守り活動を早急に構築する必要がある。一方、専任の消費者行政事務職員が配置されていない市町村が多数の現状では、消費者安全法の地域協議会の全市町村での設置は困難である。よって、福祉分野等の既設の見守り活動に消費者被害防止を明確に位置づけることも取組対象とし、その運営状況の把握・改善を進めることを提案する。

②について、府の段階で消費者・福祉・自治・治安関係部局・関係者が協議する場を設けることで、見守り活動実施市町村の拡大効果が期待できる。2024 年 10 月末日の全国の消費者安全確保地域協議会設置市区町村比率は県レベル未設置県が 19%であるのに対し、設置県では 35%となっている。

③について、消費生活協力団体・協力員は、「地域協議会を設置していない地方公共団体が消費生活協力団体等を委嘱することも可能」で「消費生活協力団体等が見守り活動を行う中で消費者被害を発見した場合、法に基づいてこの情報を消費生活センターに提供することができるので、必要な情報が地方公共団体に円滑に提供されるようになることが期待される。」「地域における活動に制度的な裏付けが与えられることにより、地域住民の認知度や信頼性が高まり、より一層、充実した活動が行われるようになることが期待される。」(消費者庁「消費者安全確保地域協議会設置の手引き」より) 制度であり、積極的な活用を提案する。

④について、重点取組とするのだから、到達をめざす数値目標を設定し、その事業成果を客観的に評価し、必要な施策の見直しを進める PDCA サイクルとして運用することを提案する。

3. ①計画案 P43 重点取組 2 「各世代に応じた消費者教育の取組」について、「特に若者世代への消費者教育を最重点とします」と追記し、現計画での高校に加えて、中学での教材等を利用した実践的な消費者教育の実施、大学における消費者情報の提供を盛り込む。また、学生・生徒の自主的活動への支援を盛り込む。

②参考指標には以下の数値目標を設定する。

- ・中学校と高等学校等における教材等を利用した実践的な消費者教育の実施 目標：100%
- (参考) 中学校における実践的な消費者教育について、京都府が数値目標としている。
- ・大阪府の情報提供に協力する大学 目標：100%

・学生リーダーの育成 目標：年 50 人

(参考) 兵庫県、京都府が同様の数値目標を設定している。

・消費者問題またはエシカル消費を取り上げる部活動がある高校 目標：5 割

・府が実施中の消費生活に関するアンケート調査の各項目の理解度(ライフステージ別) 目標：開始時の 1.5 倍

<理由>

①について、義務教育である中学校も含め、同世代の多数が所属する中・高・大学で、社会に出る前にしっかりと消費者教育を行うことが効果的である。また、教育を受けるだけでなく、自ら消費者として自主的に活動することを積極的に支援することも提案する。

②について、重点取組とするのだから、到達をめざす数値目標を設定し、その事業成果を客観的に評価し、必要な施策の見直しを進める PDCA サイクルとして運用することを提案する。

4. 計画案 P44 重点取組 3 「消費生活相談のデジタル化に向けた取組」の「市町村間の協力体制の構築等広域連携に向けたきめ細かな調整を行います。」について、「消費者行政の水準の向上につながる形で『どこに住んでいても公平かつ平等に質の高い消費生活相談・救済を受けられる体制』(P64) をめざし、広域連携については適切なあり方を検討する」という記述に改める。

<理由>

計画案は「地域連携が予定されており」とするが、国の消費生活相談 DX 化に伴う広域連携構想は事実上棚上げ状態になっており、現時点で国の構想を前提に「広域連携に向けたきめ細かな調整を行います」とするのは適当でない。また、府内では多くの自治体で独自に相談体制を維持してきた経過がある。広域連携をすべて否定するものではないが、住んでいる自治体に相談窓口がなくなることや、相談窓口がなくなった自治体で消費者行政全体の位置づけが低下することへの懸念がある。こうした懸念への対策を示すことなく広域連携を進めることは、消費者にとって望ましくない。

5. 計画案 P44 「その他の参考指標」に「エビデンスを継続的に把握し、施策に生かしていきます」とあるが、現在、審議会レベルでは 30 歳未満、65 歳以上の相談上位の件数が一定の年齢区分で報告される程度にとどまっている。細分化した年齢区分についての人口構成比の変化も考慮した中期的な経年変化、商品・役務別の契約・購入金額などのより詳細な分析に加えて、それらのデータに基づく対策強化の検討まで実施して、PDCA サイクルとして運営していくことを求める。

6. 計画案 P47「大阪府消費者保護条例についても、府内の消費者被害や消費生活相談の実情等を踏まえ、不当な取引行為の項目等について、必要に応じて見直しを行います。」の後に、「見直しの必要の有無については、大阪府消費者保護審議会に部会を設けて検討します。」を追記する。

<理由>

前回の条例改正から10年が経過し、不当行為の例示では近隣自治体の条例にあるが府条例にないものも存在する。専門家による検討方法を具体的に示して、見直しの必要について条例本文も含めて直ちに検討をすすめ、必要であれば計画期間中の見直しができるようにしておくことを提案する。

7. 計画案 P51～52「(2)若者の消費者被害の防止」の記述について、「一方、こうした違法なマルチ取引で他の人を勧誘することや、さらには匿名・流動型犯罪グループに巻き込まれ、悪質な訪問販売や暴力犯罪の加害者になってしまうこともあります。」と加筆する。ホストクラブ問題では、「また、事業者に対しては、法律や条例に基づき的確に対処し、被害回復と拡大防止に取り組みます。」と追記する。〈具体的な取組〉には、これらに係る危機管理室と警察本部の関係施策を追記する。

<理由>

闇バイトは重大な社会問題となっている状況を記載しておくことを提案する。ホストクラブ問題も同様であるとともに、悪質事業者への対策の記載がないので追記することを提案する。

8. 計画案 P67 数値目標について、以下のように変更する。

①SNS フォロワー数目標を8800人に変更、②府内の消費者行政担当職員研修参加率目標を参加自治体100%に変更、③大阪府 HP 消費生活辞典アクセス目標50000件を追加、④府内の相談員研修参加率目標100%を追加

<理由>

①について、SNSが情報収集手段で大きな位置を占めており、一気に拡大する必要がある。消費者フェアや出前講座、中・高・大学の消費者教育の対象者等に呼びかけるなど、府民の1000人に一人のチャレンジ目標を掲げて真剣に取り組むことを提案する。

(参考)大阪府食の安全安心メールマガジンは2023年度実績9548人、2027年度目標15000人。

②について、消費者行政担当職員の配置は自治体によって大きなばらつきがある。個人の目標で

はなく、自治体単位で最低年1回は研修に参加することを提案する。

③について、2020年度49863→2023年度22196に半減しており放置すべきでない。元の水準に戻す目標を提案する。

④について、相談の質を維持するためには法令や悪質商法の変化に即時対応していく必要があり、継続的な研修参加を追加することを提案する。

(参考) 2022年度の大阪府内実績 94.4%

9. 計画案P4「計画の期間」およびP66「進行管理」「計画の見直し」について、①計画期間を3年にする。5年とする場合は、当初2年間の進捗評価を踏まえて3年目に計画の見直しの必要性について審議会で検討することを明記する。②検証結果を報告する審議会は、毎年度少なくとも被害防止と消費者教育で各2時間の審議時間を確保し、計画の見直しまで検討することを明記する。

<理由>

①について、社会の変化は加速しており、より早く見直しができる計画にしておくことを提案する。

②について、近年の審議会は、計画改定審議を除けば年1回2時間しか開催されておらず、実質的な進捗評価を行うことができない状態となっているため、審議時間確保の明記を提案する。

10. 参考指標・数値目標にある認知度・理解度については、母集団の構成を含めて、できるだけ客観的に信頼できるデータを収集し評価するよう工夫すること

11. 計画案P27 図表25の%の値の誤りを修正する。

以上