

## <第2回検討部会 発言>

### □基本認識

- ・消費生活の現状は、「第2」に示されるように、消費者の権利(条例第2条)が確立していない状況であり、施策の拡充と強化が急務。
- ・基本計画を策定する意味は、施策の拡充と強化を、適切な方向性の下に、単年度毎でなく、中期的な期間を設定して、計画的・具体的に進めること。
- ・消費者施策の実施において、責務と権限、予算、職員をもつ行政が重要な役割を担う。一方で、多様な主体が連携して取り組むことが不可欠となっている。
- ・初めての基本計画策定でもあり、府として府域全体の施策の方向性を指し示し、府自らの施策の拡充と強化するとともに、関係主体に参画を呼びかけ、勇気づけ、活性化する基本計画としたい。
- ・府民・関係主体へのわかりやすさ、具体性を盛り込むことが欠かせない要素。

### 1. 「第1-1 計画策定の基本的考え方」について

現状評価に基づいて課題を適切に析出し、その課題解決のための目標と施策を適切に設定することが基本計画の中心課題。その作業は担当部局に任せてしまうのではなく、有識者・関係者で構成される審議会ですら十分に審議し、府民にもわかりやすく具体性を持って示す答申とすべき。

①改正条例と昨年の審議会答申の趣旨も踏まえて以下を追加し、施策を重点施策－基本的施策－施策一覧に整理することで、重点設定と全体網羅ができる基本計画とすることを答申する。

「また、施策の目標を定め、目標を達成するために計画的に実施する重点的な施策、基本的な施策、施策一覧を示し、定期的に施策の実施状況や成果を点検し必要に応じて修正をすることを明記して、より実効性のある施策を実現することを可能とする計画とすべきである。」

#### \*大阪府消費者保護条例第八条

知事は、消費者施策を計画的に推進するための基本的な計画を策定するものとする。

2 基本計画には、次に掲げる事項を定めるものとする。

- 一 消費者施策の基本的な方針
- 二 前号に掲げるもののほか、消費者施策を推進するために必要な事項

#### \*2013年8月消費者保護審議会答申「7 消費者基本計画の策定について」

「国においては、消費者施策の計画的な推進を図るため、「消費者基本法」において「消費者基本計画」を策定することが定められている。

府においても消費者施策を計画的に推進するためには、目標を定め、その目標を達成するために施策を計画的に実施することが必要である。

また、定期的に施策の実施状況や成果を点検し必要に応じて修正をすることで、より実効性のある施策を実現することが可能となる。」

#### \*参考資料1

## 2. 「第2 消費生活をめぐる現状と課題」について

①現状を追加的に示す資料の例（ボリュームを勘案する必要あり）

- ・内閣府調査の消費者問題への関心度
  - ・消費者庁の消費者被害額の試算
  - ・大阪府警、警察庁の特殊詐欺の認知件数・被害額
  - ・消費者庁、大阪市調査の被害に遭った際の相談先、消費生活センターの認知度
  - ・消費者庁調査の消費者教育の経験・内容
- （・住については、相談件数も多く、人口・環境等とも関連し、後重要な課題となる可能性）

②「3 府における消費者行政の課題」は、「第3-2. 消費生活の現状等を踏まえた取組の重要性」と統合して、「第4 消費生活の現状等を踏まえた府における消費者施策の課題と、計画期間中に重点的に取り組む施策の方向性」として記述する。重点的施策については、課題の項目毎に、目標を含めて示す。

（「第3-3 行政・事業者・消費者等の役割」は、「第3-2 行政・事業者・消費者等の責務と役割」とし、以下「○府の責務」「○事業者、事業者団体の責務」として、条例に合わせる。）

<参考：課題の項目毎の重点施策と目標の例>

### （1）消費者の安全安心の確保

- ・特殊詐欺被害の撲滅 \*現状から○割減
- ・訪問販売・訪問買取お断りシールの普及 \*効果を知っている人の比率○%
- ・食の適正表示自主点検制度の新設 \*府内の対象事業者の○%
- ・食品表示ウォッチャーの対象範囲拡大・増員 \*年○人
- ・府センターに食品・メニュー表示の相談・通報窓口を設置

### （2）消費者の自立への支援

- ・府に消費者安全確保地域協議会を設置し市町村での設置を支援
- ・市町村での見守り活動 \*府内全市町村
- ・高齢者・障がい者・子どもの消費者被害防止サポーター制度新設 \*人口の○%
- ・くらしのヤングクリエーター認定活動認定新設 \*登録年○件以上
- ・環境家計簿または HEMS 推進 \*世帯の○%

### （3）消費者教育に関する計画的な施策の推進

- ・府市町村に消費者教育推進地域協議会を設置し計画を策定 \*センター設置自治体
- ・府市町村消費者行政担当課が実施する啓発講座・学習会への参加拡大 \*人口の○%

### （4）消費者被害の防止・救済

- ・全市と町村の5割以上に常設センター設置（消費者庁の「強化作戦」より）
- ・職員、相談員の研修参加率 \*○%
- ・府市町村のあっせん率、あっせん解決率、被害回復率・額
- ・苦情審査委員会のあっせん件数 \*○件以上

など

③「3－(5) 効率的・効果的な消費者行政推進のための府と市町村の役割分担」は、「3－(5) 効率的・効果的な消費者行政推進のための府と市町村の施策の拡充強化と役割分担」とし、

- ・消費者の権利・安全安心の消費生活の実現に向けて十分な水準とは言えず、消費者行政の拡充・強化が必要であることを加筆

- ・26行目以下の府と市町村の記述部分は、縦割りの弊害を生まないよう庁内連携を強めることを加筆するとともに、府が保有すべき中核機能について「自ら行う相談業務のセンサー機能を強め、啓発・指導・テスト機能などと有機的に連携させることにより、広域的・専門的観点から市町村への「必要な助言、協力、情報提供その他の援助」（消費者安全法改正案より）を担う能力を高める必要がある」と整理した上で、市町村との適切な役割分担を謳う。

(府の役割については、P27、P44にも記述があるので、同趣旨に整理する。)

- ・加えて、「消費者行政の拡充・強化が急務であり、また消費者行政部局が所管する事務分野も拡大していることから、府の中核機能を強化するために予算・体制の強化を検討すべきである」を加筆。

#### \*参考資料2

④「3－(6) 多様な関係主体が参画するネットワークによる施策の実施」を追加する。

⑤「3」のその他

- ・冒頭文中に、条例第2条に定める「消費者の権利」が十分に確立しているとは言えない状態であること、そのことは市場の公正さを傷つけ適正な経済活動の障害でもあることを盛り込む。

- ・(4)中に、相談窓口の周知、職員の資質向上、相談員の身分の安定と労働条件の向上を加筆。

### 3. 「第3 消費者施策の基本的な考え方・理念」について

①「1 基本的な考え方・理念」で、消費者市民社会については、消費者教育推進法どおりに「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」の部分を加筆する。

②「3 ○府の役割」は、

- ・「府域全体の消費者行政の方向性と目標を示し、市町村の施策を支援する」を加筆

- ・19～21行目は、「府は自ら行う相談業務のセンサー機能を強め、啓発・指導・テスト機能などと有機的に連携させることにより、府域における広域的・専門的な視点を担う能力を高め、市町村への「必要な助言、協力、情報提供その他の援助」（消費者安全法改正案より）を行うべきである」とし、22～24行目は最後の部分を「…あっせんの実施等を強める必要がある。」とする。

### 4. 「第4 総合的、計画的に講ずべき施策の方向性」について

①基本目標Ⅰ－3…ホームページの改善、新しい手法検討

②基本目標Ⅱ－3…消費者生活安全確保地域協議会の設置支援

③基本目標Ⅲ…現状把握ができていない現状で、一般的な記述にとどまっている。

消費者教育推進協議会を審議会の常設の部会として設置し、多様な関係主体を構成メンバーとして、本格的な推進計画を協議、策定する必要がある。

④基本目標Ⅳ－１…上記３．②の趣旨で整理する。

## ５．「第５ 関係機関、団体との連携強化等」

①「○国・他道府県との連携」に、「必要がある場合には国に対して積極的に意見を述べる」を加筆。

②「○市町村との連携」に、前記消費者安全法改正案の内容を加えて整理する。

③「○消費者団体との連携」は、府が連携する消費者団体に適格団体を含むことが分かるように示す。

④「○弁護士会等との連携」の、例示は弁護士会だけで良いか整理する。

⑤「○多様な地域団体、教育関係団体、福祉関係団体との連携」を追加する。

## ６．「第６ 計画の推進体制と進行管理」について

①「○計画の進行管理」に、審議会が示した意見を施策に反映すること、審議会とは別に広く府民・消費者に検証結果を報告し意見交換する場を持つことを検討することを加筆する。

以上

\*参考資料1（作成：大阪消団連事務局）

### 【重点施策例】

国（H25.6月一部改定）

- ①消費者の自助・自立の促進を図る「消費者力向上の総合的支援」
- ②消費者に身近な地域における取組を充実する「地域力の強化」
- ③消費者トラブルへの対応を中心とした「消費者の信頼の確保」

東京都（H25.3月）

- ①高齢者・若者等を狙う悪質事業者の取締りと市場からの排除
- ②ライフステージに応じた消費者教育の推進
- ③消費生活に関連する情報の戦略的な収集と発信
- ④東京都消費生活総合センターの機能の充実

埼玉県（H24.9月）＜主要な取り組み＞

- ①消費者トラブルの解決に向けて
- ②自立した消費者の育成を目指して
- ③徹底した事業者指導の強化
- ④消費者にやさしい暮らしの向上を目指して

第2次熊本県消費者施策の推進に関する基本計画（H25.4月）＜施策の方向＞

- 1 市町村消費者行政の体制強化支援
- 2 県消費者行政における広域的・専門的な施策の充実・強化

第2次静岡県消費者行政推進基本計画（H26.3月）＜重点的に取り組む事項＞

- 1 消費者教育の推進
- 2 食の安全の確保
- 3 消費生活相談窓口及び事業者指導の強化
- 4 廃棄物の発生抑制

岐阜県消費者施策推進指針平成26年度版（H26.3月）

- I-1-(3) 不当な取引方法や表示の禁止
- I-2-(1) 市町村消費者行政への支援
- II-1-(3) 消費者教育・啓発を担う人材の養成と活用
- II-1-(4) 教育教材の作成と活用

長野県消費生活基本計画・消費者教育推進計画答申（H26.3月）

1. 高齢者等の財産を守るために特殊詐欺被害件数の前年対比での減少を目指します
2. 県民との協働により地域の消費者問題を解決するために消費生活サポーターの登録100人を目指します
3. 県民の学習の機会を増やすために出前講座・セミナーの年間200回開催を目指します
4. 身近な相談窓口を充実させるために市町村消費生活センターの人口カバー率70%を目指します

（注：施策の記述の構成）

国：基本的方向、重点施策、基本的施策

東京都：重点施策、性格課題と取組の方向性、具体的施策一覧

埼玉県：基本指標、主要な取組、施策の体系

熊本県：施策の方向、具体的取組

静岡県：施策の展開の方向毎に重点的に取り組む事項を設定

岐阜県：重点項目にはその旨を個別に付記

長野県：重点目標を別途整理

【数値目標例】

埼玉県 H24.9月	1年以内に消費者被害の経験があると回答した県民の割合	2割削減(1万人あたり116人)	* 基本指標
東京都 H25.3月	消費生活調査員(JAS法、景表法、計量法) インターネット広告監視	500人、年間計14回程度 年間24000件	* 実績
熊本県 H25.4月	庁内連携を実施している市町村数	H25-35,H26-40,H27-45 H28-45,H29-45	* 成果指標
	見守りネットワークを構築している市町村数	H25-14,H26-24,H27-32 H28-37,H29-45	* 成果指標
*市町村数 45	消費者教育推進計画を策定した市町村数	H25-0,H26-3,H27-7 H28-11,H29-14	* 成果指標
	県消費生活センターにおける被害回復率 (被害回復額/被害総額)	H25-20%,H26-21%,H27-22% H28-23%,H29-24%	* 成果指標
静岡県 H26.3月	県民生活センター及び市町が受け付けた消費生活に関する苦情相談件数	19,800件以下	
	県が実施する消費者教育講座の受講者数	11,600人	
	食の安全に対する県民の信頼度	75%	
	ウォッチャー調査における原産地等の適正表示の割合	100%	
	食品表示監視の件数	260件/年	
	消費生活相談における平均既支払額	340千円/年以下	
	県民から不当取引行為防止に向けた協力が得られた件数	25件/年	
	一般廃棄物排出量(1人1日当たり)	900g/人日以下	
	地球温暖化防止の県民運動参加人数	16万7千人	* 平成29年度目標
長野県 H26.3月答申	特殊詐欺被害件数	前年対比での減少	* 重点目標
	消費生活サポーターの登録	100人	* 重点目標
	出前講座・セミナーの開催	年間200回	* 重点目標
	市町村消費生活センターの人口カバー率	70%	* 重点目標
京都府 H24改定行動計画	くらしの安心推進員による地域見守り事業	推進員1万人任命	
(参考) 堺市 H23.3月	訪問販売を望まない消費者のうち、訪問販売お断りシールを貼っている人の割合	50%	
	消費生活センターの役割を知っている人の割合	50%	
	クーリング・オフ制度の内容をよく知っている人の割合	50%	
	消費生活センターのホームページのアクセス数	100,000件	
	あっせん解決率	90%	

\*参考資料2 (調査・作成：大阪消団連事務局)

1. 大阪府の職員体制、他都府県の状況 (出先機関職員数を含む)

大阪府	正規	所掌事務	(部長)	センター長	グループ長	企画調整	相談	啓発	法執行	庶務		合計
		人数	(1)	1	1	2	1	1	3	1		10
	非常勤・嘱託・臨時等	所掌事務	業者指導	府OB1 府警OB2		事務	委託(関西消費者協会)			相談窓口業務と商品テスト全て、啓発業務の一部を委託(商品テストと「くらしす」と発行などは大阪市と連携)		合計
		人数	3		3		11	6	3			6+20
東京都	正規	所掌事務	部長	センター長	企画	相談	活動推進	生活安全	取引指導	商品テスト		合計
		人数	1	1	14	12	26	14	21	4		93
	非常勤・嘱託・臨時等	所掌事務	相談員	商品テスト	事務							合計
		人数	43	1	26							70
神奈川県	正規	所掌事務	(局長・副局長)	(部長)	課長・副課長	企画	相談	普及推進	指導			合計
		人数	(2)	(1)	2	6	13	6	7			34
	非常勤・嘱託・臨時等	所掌事務	指導	消費生活相談	相談	事務						合計
		人数	2	14	2	2						20
愛知県	正規	所掌事務	管理職	相談・調整	消費生活相談	啓発・団体育成	事業者指導	地方機関				合計
		人数	3	9	3	4	4	7	18			48
	非常勤・嘱託・臨時等	所掌事務	法執行	相談員	商品テスト	事務	地方機関事務					合計
		人数	2	62	2	8	2					76
埼玉県	正規	所掌事務	管理職	企画・総務他	相談	事業者指導	商品安全					合計
		人数	7	13	15	9	4					48
	非常勤・嘱託・臨時等	所掌事務	事業者指導	相談員	情報発信							合計
		人数	3	30	1							34
千葉県	正規	所掌事務	課長等管理職	企画・啓発・教育	事業者指導	消費生活センター						合計
		人数	4	3	8	1	1	3				22
	非常勤・嘱託・臨時等	所掌事務	事業者指導	相談	消費生活センター							合計
		人数	2	1	20	4						27
兵庫県	正規	所掌事務										合計
		人数	46									46
	非常勤・嘱託・臨時等	所掌事務										合計
		人数	22									22
京都府	正規	所掌事務	センター長	副センター長	企画・啓発	相談・情報(含商品テスト)	調査・指導	広域振興局				合計
		人数	1	1	4	4	3	4	4			21
	非常勤・嘱託・臨時等	所掌事務	相談員	法執行								合計
		人数	17	4								21

## 2. 相談件数の比較（平成24年度）

\* 消費生活センター以外の出先機関を持たない神奈川県、千葉県との比較

	相談件数			都府県受付 比率	住民千人あたりの相談件数		
	都府県受付	市町村受付	計		都府県受付	市町村受付	計
<b>大阪府</b>	<b>7,917</b>	<b>60,340</b>	<b>68,257</b>	<b>11.6%</b>	<b>0.89</b>	<b>6.82</b>	<b>7.71</b>
神奈川県	10,988	53,512	64,500	17.0%	1.21	5.89	7.10
千葉県	9,335	32,889	42,224	22.1%	1.51	5.31	6.82

\* 複数の出先機関を持つ都府県

	相談件数			都府県受付 比率	住民千人あたりの相談件数		
	都府県受付	市町村受付	計		都府県受付	市町村受付	計
東京都	31,862	86,346	118,208	27.0%	2.40	6.49	8.89
愛知県	16,379	25,415	41,794	39.2%	2.20	3.41	5.62
埼玉県	16,274	30,511	46,785	34.8%	2.25	4.22	6.48
兵庫県	7,475	37,637	45,112	16.6%	1.34	6.77	8.12
京都府	5,844	12,636	18,480	31.6%	2.23	4.83	7.06

## 3. 職員体制の比較

\* 消費生活センター以外の出先機関を持たない神奈川県、千葉県との比較

(参考) 財政状況

	職員人数			一般行政(除福祉)職員数 に対する比率			職員一人当たり 住民人口(千人)			職員一人当たり 都府県受付相談件数		
	正規	非常勤・ 委託等	計	正規	非常勤・ 委託等	計	正規	非常勤・ 委託等	計	正規	非常勤・ 委託等	計
<b>大阪府</b>	<b>10</b>	<b>26</b>	<b>36</b>	<b>0.20%</b>	<b>0.52%</b>	<b>0.72%</b>	<b>885</b>	<b>340</b>	<b>246</b>	<b>792</b>	<b>305</b>	<b>220</b>
神奈川県	34	20	54	0.70%	0.41%	1.11%	267	454	168	323	549	203
千葉県	22	27	49	0.48%	0.59%	1.06%	281	229	126	424	346	191

(H24決算)	
経常収 支比率	財政力 指数
<b>97.2%</b>	<b>0.72</b>
94.6%	0.90
95.7%	0.75

\* 複数の出先機関を持つ都府県

	職員人数			一般行政(除福祉)職員数 に対する比率			職員一人当たり 住民人口(千人)			職員一人当たり 都府県受付相談件数		
	正規	非常勤・ 委託等	計	正規	非常勤・ 委託等	計	正規	非常勤・ 委託等	計	正規	非常勤・ 委託等	計
東京都	93	70	163	0.78%	0.58%	1.36%	143	190	82	343	455	195
愛知県	48	76	124	0.81%	1.28%	2.08%	155	98	60	341	216	132
埼玉県	48	34	82	1.08%	0.76%	1.84%	150	212	88	339	479	198
兵庫県	46	22	68	0.91%	0.43%	1.34%	121	253	82	163	340	110
京都府	21	21	42	0.66%	0.66%	1.32%	125	125	62	279	279	139

(H24決算)	
経常収 支比率	財政力 指数
<b>92.7%</b>	<b>0.86</b>
100.6%	0.93
96.0%	0.73
98.8%	0.58
95.0%	0.56

\* 教育・警察部門と福祉関係を除いた、法令等に基づく配置基準が少ない職員数(総務省「地方公共団体定員管理調査」平成25年4月1日現在より)に対する比率

\* 経常収支比率は、使途が自由な一般財源に対する、必ず支出しなければならない経費の割合。100%に近いほど財政に余裕が乏しい。  
\* 財政力指数は、指数が高いほど自主財源の割合が高く、1を超える自治体は普通地方交付税の交付を受けない。(総務省「地方財政状況調査」より)