

地方消費者行政の展開

生産科学研究科 川口恵子

1. 研究目的

本研究の目的は、以下の問題意識に基づき、地方消費者行政の発展過程を明らかにし、その課題を検討することである。

消費者行政の究極の目的は、消費者問題の解決と再発・未然防止である。消費者問題は、国際化、高齢化、情報化によって一層複雑・多様化している。この消費者問題の“現場”実際に対応してきたのが地方消費者行政である。今後も、地方消費者行政の役割は一層その重要度を増すものと考えられる。よって、消費者問題に的確に対応していくためには、地方消費者行政の発展過程、現状、そしてこれからの課題を明らかにすることが必要である。尚、現在のところ地方消費者行政に関して出版された専門書は皆無に等しい現状にある。

2. 観察方法

本研究では、まず地方消費者行政に関する先行研究調査を行う。次に、主に熊本県を事例に発展過程の史的変遷を検証する。さらに、地方消費者行政の最大の課題である消費者トラブルの解決に向け、現代的課題のうち多重債務、高齢者、金融商品の各消費者問題と、消費生活相談の現状と課題を九州・沖縄の事例から分析する。その有様を受け、九州・沖縄の消費者行政組織等の現状を観察する。最後に、以上を踏まえて今後の地方消費者行政の課題について考究する。調査内容は、資料調査（消費者行政事業概要1970年～2005年）と、担当行政職員、消費者団体会員等へのヒヤリング調査である。調査期間は、2005年4月～2007年12月。

3. 観察結果と考察

本研究から地方消費者行政の展開に関して、以下の知見を得た。

- 1) 消費者行政関連の先行研究のうち、地方消費者行政関係の占める割合は、34.7%に過ぎなかった。共通してみられたキーワードは、「消費生活センター」と「消費者教育・啓発」であった。
- 2) 地方消費者行政の事業内容は、消費者の相談内容が、消費生活

に関する問い合わせから、苦情相談に変わり、これに伴って整備されていった。1977年、相談の法的解決の必要性から苦情処理委員会が設置された。さらに、1985年の豊田商事事件を契機に消費生活相談に専門性が要求されるようになり、弁護士が対応する消費者110番の開設や消費生活地域相談員養成講座が開催された。また、積極的に地域に出かけ消費者教育・啓発を行う地域消費生活講座に力を入れるようになった。その内容は、従来の消費生活知識から、契約に関する知識が重視されるようになった。相談員も有資格者が登用され、現在の相談事業体制の枠組みが完成された。

3) 地方消費者行政の3つの柱は、現在、苦情相談処理、消費者教育・啓発、商品テストである。そのうち、商品テスト事業は、実質的に停止状態となっている。商品テストへの依頼件数の減少と、消費者の関心が単なる品質問題から人体や環境への影響など高度化したため、従来の商品テスト機能では対応できにくくなったことなどが直接の原因となっていた。

4) 行政改革による予算・人員削減は、地方消費者行政の退行をもたらしたとされる。その要因としては、消費者の発言力などのパワー不足、首長の政策に関する見識の高低などが考えられる。

5) 消費者問題に関しては、対策として生涯に亘る消費者教育の必要性が見出された。これに対して、現状の消費生活講座の内容、手法等是不十分であると考ええる。また、消費者行政では、消費者教育・啓発事業に関してこれまで効果測定が一切行われていなかった。消費者の実体と事業内容の適合性についての検証が必要である。

6) 地方消費者行政の新しい傾向として、消費生活センターと本課の機構一元化、事業の特化集中化が進みつつある。

7) 豊田商事事件では、警察を含めた縦割り行政の弊害による責任と権限の不明確さが被害拡大につながっていた。現在でも関係機関の連携は、まだ制度として確立していない。関係機関を統合調整する機能が地方消費行政に求められる。

8) 消費者問題や消費生活相談の実態から、従来の個別救済や対症療法的対応には限界がある。地方消費者行政の実効性を高めるためには、消費者の実体把握と意思決定できる消費者力の育成が不可欠である。そのため、消費者行政と教育委員会の連携システムを構築した学校消費者教育の充実化が望まれる。また、生涯学習の重要な学習内容として位置づけていくことが必要となる。