

2009 年（平成 21 年） 月 日
京都市消費生活審議会

（仮）京都から未来へつなぐ消費生活の発信を
～ 消費者庁の発足に当たって ～

1 消費者庁発足と地方消費者行政活性化

この 9 月に発足した消費者庁は、「消費者を主役とする政府の舵取り役」とされており、消費者・生活者の視点に立つ行政への転換が謳われています。消費者庁設置に関連して、3 年程度と期間は限定されるものの、地方の消費者行政の強化に向けてさまざまな支援が行われます。消費者と直接接する地方自治体は、この機を積極的に活用して、消費生活行政の一層の充実に取り組むことが求められています。

2 消費者問題の現状

消費者問題では、手を変え品を変え、似たような手口が繰り返し登場します。既に 1960 年代に、大量生産・大量消費・大量廃棄を伴う生活が広がる中で、欠陥商品による消費者危害や表示偽装事件など、今日に通じる問題が発生していました。もっとも、昨今、消費者をとりまく状況は、世界的な規模での変化にさらされていて、日々の暮らしも世界情勢とは無縁ではありません。また、消費者被害の内容も、ますます複雑化・高度化し、手口も巧妙化しています。他方、規制緩和や消費者保護から自立支援へという消費者行政の考え方の変化により、行政が事業者の事前規制により消費者を保護することは難しくなっており、消費者被害へも新たな対応が求められています。

今日のめまぐるしく変化する消費生活社会においては、消費者にも、これまで以上に、広範な「情報」を選び取り、読み解き、活用する力が必要となっています。とりわけ、高齢化社会を迎える一方で民法の成人年齢引き下げの議論が進む今日では、被害者となることが多い高齢者と若年者に対する消費者教育が改めて課題として浮上しています。消費者として、若年者のうちから生涯にわたって学習していく姿勢を持ち続けることが求められています。

3 消費者庁と地方自治

消費者庁は、商品・金融などの「取引」、製品・食品などの「安全」、「表示」など、消費者の安全安心に関わる問題を幅広く所管し、各省庁の縦割りの弊害が長らく指摘されてきた消費者行政を統一的・一元的に推進することとされています。地方自治体においても、消費生活に関するさまざまな担当部署や窓口があり、縦割り行政の弊害が指摘される場合がありますが、国の機関とは異なる側面もあります。すなわち、京都市のような地方自治体の多くは、非常に広範囲に及ぶ消費生活関連問題につき、消費生活センターに一元的な相談窓口を設けて、市民の要請と行政機構の効率性との均衡を図ってい

ます。身近な窓口は必要ですが、すべての窓口でワンストップサービスを行うことは、二重・三重行政やコストアップの弊害を招く恐れがあります。業務に応じた担当部署が必要となる場合は、横の連携を図って、縦割り行政の弊害の解消を考えていく必要があります。

「地方自治は民主主義の学校」であると同時に、「地方自治は消費生活行政の学校」でもあります。なぜなら、地方自治体は、消費者被害の防止に限っても、高齢者では福祉分野、若年者では教育分野との連携など、消費者に身近な地方自治体だからこそ可能な手法で対応を図る消費生活行政の最前線となっているからです。その点では、消費生活行政に十分な実績を有する大都市に必要な権限を移譲することが、問題解決への迅速かつ効率的な対応に結びつくものと考えられます。

4 京都市と消費者

京都市は、消費者保護以外にも、食の安全や食育、ごみ減量その他の環境保全、伝統産業の振興や食文化・生活文化の伝承など、さまざまな分野の消費生活にかかわる多様な課題に取り組んでいます。

私たち消費者も、保護を求めるだけではなく、消費生活が人と人との関係のあり方や環境問題など社会的公共的な性格を伴うことを十分認識し、消費生活のさまざまな問題に、もっと積極的に関わり、取り組んでいくことが必要でしょう。また、良い取組の経験があれば、京都から日本全国へ、さらには世界へと広めていくべきでしょう。

例えば、環境問題では、京都の「始末の文化」に根ざした取組に端を発して、今、世界で「DO YOU KYOTO?」という言葉が「環境に良いことをしていますか?」という意味で使われています。京都市では、「DO YOU KYOTO?」プロジェクトを実施し、京都から環境保全の活動の輪を世界に広げていく取組を進めています。

他方、こうした京都の「始末の文化」、「食文化」、「暮らしの知恵や哲学」は、合理的で環境にも優しい考え方を秘めています。こうした伝統的な考え方の良さは、必ずしも十分に伝承されていません。これからの消費生活行政においては、こうした考え方や基本的な生活力を意識的に伝えるという面にも、これまで以上に関心を払うことが求められることになるでしょう。

5 京都の消費者として

市民の皆さんは、日々の暮らしの中で、それぞれ、消費生活のスタイル、暮らしの知恵や哲学をお持ちだと思います。それでも、消費者に求められていることをどう捉え、どう行動するべきかは、この京都に暮らす者としての誇りや美学を鍵として、ある程度、共有できるのではないのでしょうか。皆さんも、文化的であること、心地よく暮らすこと、京都で暮らすちゃんとした消費者とはどんな消費者か・・・など、自らの生活についてきちんと考えてみませんか。

(京都の消費者として、理想とする暮らし方) < 例示 >

- 自立して、合理的に行動する「くらし上手」な消費者として、日々、学び、自らを高める
- 健康で、人と環境にやさしい消費生活の視点を取り入れた「一人ひとりのくらしの美学」とともに日々を丁寧に暮らす
- 消費生活社会の一員として、個人の尊重とともに、人と人との関係を大切にする「一人ではない安心感」のある社会づくりに参加する
- 食文化、始末の文化その他の京都固有の生活文化を継承し、京都を訪れるすべての人に、京都の“ほんまもの”を伝える

6 京都から未来へ(まとめ)

今日の消費生活に関する問題の多くは、一つの地域での限定的な取組では解決できません。また、みんなで一緒に共同行動をとることと、一人でも日常的に行動する勇気の双方が必要です。まず、京都から始めよう。そして、京都から発信し、京都の消費者の皆さん一人ひとりが未来への懸け橋になりましょう。

京都市消費生活審議会は、京都の消費者の皆さんへ、呼びかけます。

(京都の消費者の皆さんへ ~ 京都から未来へ ~)

- 京都の“自治の伝統”“自由で先駆的な気風”を保持し、自らの理想の消費者像を思い描きましょう。
- 高い理想に向かって、日々、学び、実践するとともに、こまやかな“おもてなしの心”で、旅行者をあたたく迎えましょう。
- 世界文化自由都市の市民として、また京都議定書誕生の地、環境モデル都市の市民としての誇りと使命感をもって、私たちの大切にしている『京都』を伝えていきましょう。