

未来へつなく消費生活を京都から始めましょう
～ 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

ガス瞬間湯沸かし器中毒事故、こんにゃくゼリー事故、うなぎ・牛肉の産地偽装など、消費者の不安と不信を招いた事件への政府全体の対応力の向上を目指して、9月1日、消費者庁が発足しました。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

すでに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、今日に通じる消費者問題が発生していました。昨今、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。また、経済のグローバル化に伴って規制緩和が進み、消費者保護から自立支援へと消費者行政の考え方も変化しています。事前に細かく事業者規制を加えることによって消費者を保護することは難しくなっており、消費者被害への新たな対応が行政には求められています。

消費者被害に限らず、私たちの暮らしは世界情勢とは無縁ではありません。昨年来の物価動向、世界同時不況によって、日々の暮らしが世界情勢の変化にさらされていることが広く意識されましたが、その逆に、私たちの暮らしが世界へ影響を及ぼしうることも、もっと意識することが大切になっています。

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体

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。消費者事故等の情報は、消費者庁に一元化されることになったため、地方自治体においても、消費生活センターを中心として、最も適切な担当部署との横の連携を強化し、消費者問題への対応を迅速・適切に行う必要があります。

このほか地方分権の面では、国や都道府県にある権限のうち、問題に迅速に対応する際に必要な権限を地方自治体に委譲していくことも、今後の検討課題となるでしょう。

4 京都市と消費者

京都市では、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関わる多様な課題に取り組んでいます。そのうち環境問題の分野では、「DO YOU KYOTO?」プロジェクトという、京都から活動の輪を世界に広げていくことを視野に入れた取組も進めています。これは「DO YOU KYOTO?」という言葉が「環境にいいことをしていますか?」という意味で使われていることに着目して始められました。このプロジェクトでは、脱地球温暖化を目指す先進的な取組の普及と合わせ、合理的な質素倹約を心がける京都の「始末の文化」、門はき・打ち水などの伝統的な生活習慣の普及、伝承を進めています。

こうした始末の文化をはじめ、食文化、暮らしの知恵や哲学など、合理的で環境への優しさを秘めた京都の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、これらの伝統的な考え方を意識的に伝えるということにも、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。

昨今、地球温暖化対策のように消費者の参加や協力が不可欠な課題への取組の輪が徐々に広がりを見せています。私たち消費者は、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はないでしょうか。そして、私たちの暮らしと世界とのつながりを意識し、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。

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、各人各様の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。しかしながら、それぞれの個性を發揮しつつも、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について考えてみることによって、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、ほんとうの豊かさなど、自らの生活について、今一度、考えてみませんか。

京都の消費者が理想とする暮らし方として、例えば

- 自立して、合理的に行動する「暮らし上手」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「一人ひとりの暮らしの美学」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作る「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「ほんまもん」を伝える

などを思い描くことができるのではないのでしょうか。

6 京都から未来へ（まとめ）

京都には、自治の伝統、自由で先駆的な気風があります。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、世界文化自由都市として優れた文化を創造し続ける永久に新しい文化都市でなければならないという高い理想があります。

私たちは、京都に暮らす市民としての自覚を大切に、それぞれ理想とする消費者像を思い描くことが必要ではないのでしょうか。

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。そして、その取組には、みんなで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。

京都市消費生活審議会は、京都の消費者の皆さんへ、呼び掛けます。

「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。」