

# **消費者基本法等に対応した 今後の消費者施策のあり方について**

**～消費者行政ステップアップへの15の施策提言～**

**( 報 告 )**

**平成17年11月**

**神奈川県消費生活審議会**

## 目 次

はじめに	1
消費者基本法に対応した今後の消費者施策のあり方について	2
消費生活モニターインケートによる今後の消費生活行政の姿	4
第13期神奈川県消費生活審議会報告の概要	5
I 消費者教育推進のための具体的な施策の検討	6
1 現状の認識と課題	
2 今後の施策展開の方向	
II 苦情処理のあっせん等に係る機能の充実強化	11
1 現状の認識と課題	
2 今後の施策展開の方向	
III 事業者及び事業者団体による自主的な取組みの促進	15
1 現状の認識と課題	
2 今後の施策展開の方向	
提言の実現に向けて	18
(資料)	20
(参考資料)	
神奈川県消費生活審議会の審議経過	27
神奈川県消費生活審議会委員名簿	28

## はじめに

消費者を取り巻く経済社会情勢の大きな変化を踏まえ、消費者保護基本法が、昭和43年の制定以来36年ぶりに大幅に改正され、平成16年6月、消費者基本法として公布施行された。新法では、消費者の権利の尊重及び自立の支援その他の基本理念を定め、事業者の責務等を明らかにするとともに、都道府県の役割として消費者教育や苦情処理の規定が明記された。

神奈川県消費生活審議会は、同年8月4日、「消費者基本法等に対応した神奈川県消費生活条例のあり方について」知事から諮問を受けた。

当審議会は、条例のあり方について、「消費者基本法への対応」を中心とし、「特定商取引に関する法律の一部改正への対応」及び「事業者指導強化のための規定の整備」の観点からも審議を行い、11月8日に答申を行った。

併せて、同答申のなかで、「今後の消費者施策のあり方についての提言」を行ったところである。

これを受け、17年2月に当審議会に専門部会を設置し、全5回にわたり「消費者基本法等に対応した今後の消費者施策のあり方」について、(1)消費者教育推進のための具体的な施策の検討、(2)苦情処理のあっせん等に係る機能の充実強化、(3)事業者及び事業者団体による自主的な取組みの促進の3項目を中心に、調査・審議を行ってきた。

このたび、当審議会ではその結果を県への報告としてまとめた。

# 消費者基本法に対応した今後の消費者施策のあり方について

## ○ 神奈川県の消費者行政——過去、現在

- ・ 神奈川県の消費者行政の歴史は、昭和40年4月に当時の企画調査部県民課に生活美化係が設置されたことにはじまり、42年の消費生活課の新設、43年の消費生活センター開設と徐々に陣容を整え（50年までに県内8地域に消費生活センターを整備）、相談業務や普及啓発事業など、消費者行政の推進を図ってきた。
- ・ また、消費者の権利の擁護をめざした条例の制定は、第1次石油ショックを契機に「県民生活安定対策措置条例」を49年10月に制定し、55年に現行の消費生活条例の制定に引き継がれ、同時に、消費生活審議会と消費者被害救済委員会が設置されている。

こうした取組みは、全国的にも先進的なものとして受け止められた。

- ・ 以来、社会経済情勢の変化とともに、推進体制を適宜見直しながら、市町村や消費者団体など関係機関の幅広い理解と協力の下に、様々な施策事業を開拓し、県民の消費者被害の未然防止と救済に努めてきたところである。
- ・ しかしながら、近年のIT化等により消費者被害は多発化・複雑化し、拡大の様相を強めており、また、相次ぐ悪質商法の出現は、これまでの消費者施策が現在の消費者問題の解決に対応ラグが生じ、フィットしつくくなっていることを示唆しているものと思われる。

## ○ 消費者基本法を受けた県条例の改正

- ・ このような状況に鑑み、昨年、消費者保護基本法が36年ぶりに消費者基本法として改正された。内容は、「消費者政策の基本理念の新設」「事業者の責務等の改正及び新設」「消費者施策の充実・強化」「行政の推進体制の強化」と多岐にわたるが、消費者の権利をはじめ、すでに県条例で盛り込み済のものも見られた。従って、特に都道府県が講ずるべき施策として規定された項目を中心として、県条例への対応を図る必要があるとの判断から、当審議会としてその旨の答申を行い、県では本年3月に所要の条例改正を終えている。
- ・ もとより県条例は、消費者の立場に立った権利擁護のルールを地域社会に定着させるためのものである。消費者被害が多発するなか、ぜひ条例の実効性を高める取組みを充実していただくことを重ねて要望したい。

- 今後の消費者施策のあり方～消費者行政のステップアップをめざして
  - ・ 「官から民へ」という大きな時代の流れの中で、県では県政推進の基本の一つに、「県民主体の県政～民との協働」を掲げている。

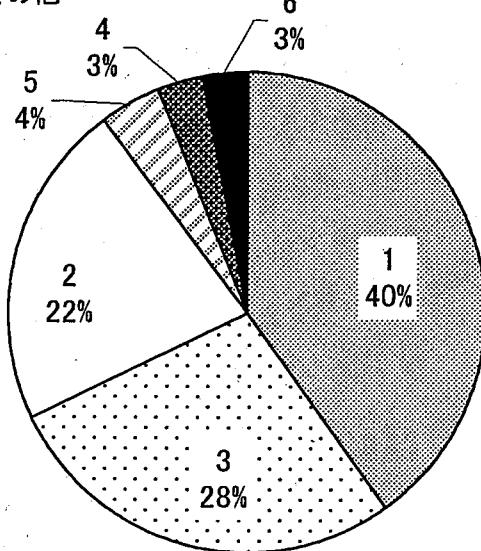
時代の変化が激しく、県民ニーズが多様化し、課題が複雑化するなか、行政だけでは地域課題の解決に取り組むことは難しくなっており、また、県民の参加意欲が高まり、NPOなど自主的な活動が活発化し、行政と県民が相互に協働し、あるいは連携して、様々な課題への対応や地域形成を進める環境づくりの取組みが模索されている。
  - ・ 消費者基本法の「保護から自立支援へ」の基調の下、消費者施策の展開にあたっても、市町村や国も含めた行政主体での取組みに終始するのではなく、県民の消費者施策へのニーズの変化をも踏まえ、消費者団体や事業者団体、NPO、民間団体など、幅広いセクターとの有機的な協働や連携による取組みが不可欠であり、そうしたことが消費者問題の解決により大きな威力を発揮するものと思われる。
  - ・ また、昨今の全国的に同時多発する詐欺まがいの消費者被害を見るにつけ、回復困難な被害を受けないための最も有効な手段は消費者教育であると考える。手を変え品を変えてくる悪質商法を見抜くためには、單なる知識やノウハウの習得ではなく、社会や経済の基本的な仕組みを学び、必要な情報を得るように努めるなど、消費者力の向上をめざした積極的な姿勢が必要である。
  - ・ このようなことから、今後の消費者施策のあり方として、

「保護から自立支援へ」の時代に相応しい新たな理念や目標を明確に見定め、現行事業の検証・見直しを行うとともに、従来の消費者行政の枠組みを越えて施策を再構築し、プライオリティにも留意し、柔軟な行政手法のもとに重点的で実効性のある消費者施策を展開していくことが喫緊の課題と考える。
  - ・ そこで、具体的の提言として、
    - (1) 「消費者の権利の尊重と自立支援」を「基本理念」に置き、「消費者力の向上」「消費者志向の企業風土づくり」「NPOや民間、関係機関との協働・連携」をキーワードとして、
    - (2) 「消費者被害の未然防止と救済」を「消費者施策の基本目標」に掲げて、「消費者教育」「苦情処理あっせん」「事業者等による自主的な取組みの促進」の分野で重点的に施策を展開することし、
    - (3) 「施策展開の方向」として、消費者行政のステップアップをめざした具体案を、「15の施策提言」の形でまとめた。

## 消費生活eモニター調査による今後の消費生活行政の姿

### ◆ 消費者被害を減少させるため、最も重要なこと

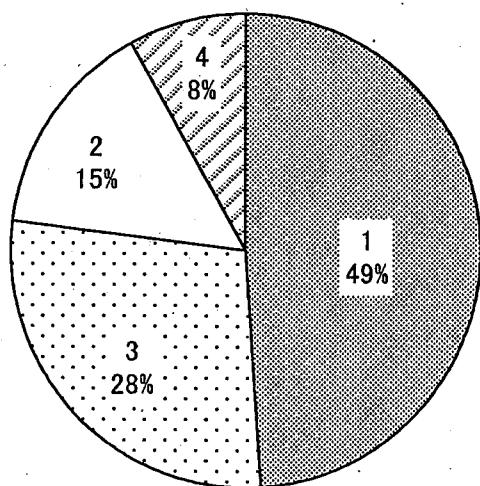
- 1 消費者本人の自覚や自立
- 2 消費者教育・普及啓発の充実
- 3 国や県による取締り、事業者指導
- 4 事業者の法令遵守
- 5 行政の相談窓口体制の充実
- 6 その他



### ◆ 消費生活センターを充実する場合、県としてどこに力点を置いて進めた方がよいか

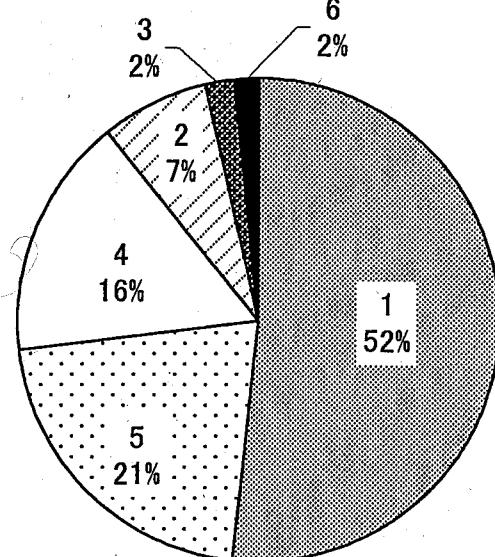
- 1 市町村相談窓口の充実に向けた支援
- 2 県の相談窓口の充実
- 3 週末相談窓口の充実
- 4 その他

[複数回答: 296]



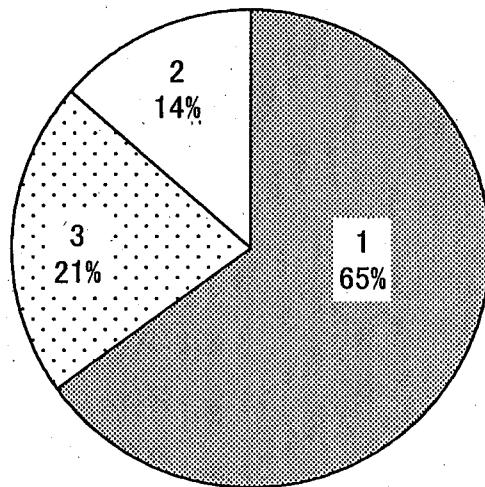
### ◆ 最も利用しやすい広報媒体

- 1 自治体の広報誌
- 2 自治体のホームページ
- 3 パンフレット・リーフレット
- 4 新聞
- 5 テレビ・ラジオ
- 6 その他



### ◆ 行政と消費者団体やNPOとの協働

- 1 NPO等との協働を促進した方がよい
- 2 行政中心の方がよい。
- 3 どちらでもよい



【調査対象】 消費生活eモニター 200人（男性67人／女性133人）

【年齢構成】 男性 67人：20代4人 30代18人 40代12人 50代10人 60代15人 70代以上8人

【年齢構成】 女性133人：“16人” “47人” “35人” “18人” “15人” “2人”

【調査期間】 平成17年5月20日～31日調査

【調査方法】 電子メールによるアンケート（消費生活に関する質問19問）

【回答者数】 191人（男性63人／女性128人）

# 第13期神奈川県消費生活審議会報告の概要

＜審議事項＞（平成17年2月17日 専門部会設置）

消費者基本法等に対応した今後の消費者施策のあり方

（1）消費者教育推進のための具体的な施策の検討

（2）苦情処理のあっせん等に係る機能の充実強化

（3）事業者及び事業者団体による自主的な取組みの促進

## 背景

### 神奈川県の消費者行政

・昭和42年 消費生活課新設

・43年～50年 消費生活センター整備（県内8地域）

・49年10月 「県民生活安定対策措置条例」制定

・55年 「消費生活条例」制定

・同年 消費生活審議会、消費者被害救済委員会設置

◇以来、社会経済情勢の変化に対応し、推進体制を適宜見直しながら、様々な施策事業を展開し、消費者被害の未然防止と救済に努めてきた。

◇近年、IT化等により消費者被害は多発化・複雑化し、さらに相次ぐ悪質商法の出現等、これまでの消費者施策が現在の消費者問題の解決にフィットしにくくなっている。

### 基本法改正を受けた消費者施策の見直し

◇「消費者の権利の尊重」「保護から自立支援へ」を基本理念に、消費者基本法が36年ぶりに改正。

◇法改正を受け、県では審議会の答申を踏まえ、

17年3月に消費生活条例を改正。さらに、「今後の消費者施策のあり方」について、審議会では専門部会を設置して審議。

### 消費者問題の変容、幅広い取組みが不可欠

◇消費者被害の多様化、複雑化。県民の消費者行政へのニーズも変化。行政だけでは消費者問題の解決が困難。

◇同時に多発する消費者被害を防ぐ最も有効な手段は、消費者教育と考える。

◇消費者施策展開にあたり、消費者基本法の「保護から自立支援へ」の基調の下、幅広いセクターとの有機的な協働・連携による取組みが不可欠。

（p.2～3）

## 現状での認識と課題

### （1）消費者教育

- 近年の全国的な消費者被害の拡大をみると、消費者教育が本当に浸透していたのか疑問。
- 新法では、消費者の自立支援のため、生涯にわたる消費者教育が必要と規定。
- 県の消費者教育事業の系統立った検証が行われていない。

### （2）苦情処理のあっせん

- 県では、県民が身近なところで相談を受けられるよう市町村の相談体制の整備促進を図る観点から、中央消費生活センターを中心に市町村の窓口支援の仕組みを設け、県域全体として消費生活相談体制の充実を図っている。
- 新法では、県は、高度の専門性・広域の見地への配慮を必要とする苦情処理のあっせん等に努めることとされている。
- 県の機能・役割、中央消費生活センターと市町村消費生活センターとの役割分担、県による市町村支援の現状と課題を踏まえ、苦情処理あっせん機能の充実強化が必要。
- 相談件数の増加や複雑化への対応として、消費生活センター自身のレベルアップ、センター相互、民間ADR機関、NPO等との連携が必要。

### （3）事業者活動

- 企業倫理の低下と消費者被害の増大のなか、事業者は、より一層の信頼回復のため、コンプライアンス経営はもとより、消費者志向の事業展開に積極的に取り組むことが必要。
- 事業者団体の役割として、新法では、苦情処理体制の整備等に努めることを規定。

（p.6～17）

## 基本理念

### 消費者の権利の尊重と自立の支援

- （1）消費者力の向上
- （2）消費者志向の企業風土づくり
- （3）NPOや民間、関係機関との協働・連携

（p.3）

## 消費者施策の基本目標

### 消費者被害の未然防止と救済

- （1）県民への情報提供の充実、消費者教育の強化
- （2）市町村相談体制の支援強化、中央消費生活センターの機能充実
- （3）事業者活動の適正化、消費者志向経営への取組みの推進

（p.3）

## 施策展開の方向

### ～消費者行政ステップアップへの15の施策提言～

#### 消費者教育推進のための具体的な施策の検討

- ① 相談情報等を活用した消費者教育の実施
- ② 消費者教育アドバイザーの登録・活用
- ③ ITを活用した消費者教育の実施
- ④ 消費者教育でのNPO等との協働・連携
- ⑤ 教育・福祉分野との連携強化 （p.6～10）

#### 苦情処理のあっせん等に係る機能の充実強化

- ⑥ 専門的・広域的な処理機能の強化
- ⑦ 情報収集・提供の充実強化
- ⑧ 相談情報の有効活用の新たな仕組みづくり
- ⑨ 人材の確保・資質向上への施策充実
- ⑩ 苦情処理におけるNPOや民間団体との連携の強化 （p.11～14）

#### 事業者・事業者団体による自主的取組みの促進

- ⑪ 自主行動基準作成の支援
- ⑫ 企業経営者等に対する教育・研修への支援
- ⑬ 消費者団体と事業者団体との連絡組織の設置促進
- ⑭ 消費者志向の企業活動を奨励する仕組みづくり
- ⑮ 事業者団体との協働による消費者志向の企業風土づくり （p.15～17）

## 提言の実現に向けて

### ～消費者施策推進の基本指針の策定～

- （1）新たな「神奈川モデル」実現に早期着手を
- （2）施策事業の検証・見直しの仕組みづくり
- （3）提言の実効性の確保
- （4）消費者施策推進の仕組みの強化 （p.18～19）

## I 消費者教育推進のための具体的な施策の検討

### 1 現状の認識と課題

#### (1) 消費者保護基本法及び消費者基本法での規定

従前の消費者保護基本法では、消費者教育に関して、国が「啓発活動を推進するとともに、消費生活に関する教育の充実等の施策を講ずる」旨が規定され、これに基づき様々な施策が講じられてきたが、近年の全国的な消費者被害の広がりを見るにつけ、消費者教育が本当に浸透していたのか、その成果については疑問符が付く。

改正された消費者基本法では、「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立の支援」を基本理念に位置付けたことが重要なポイントであり、「消費者の自立の支援」のためには、消費者教育を強化する必要があるとし、特に、生涯にわたる消費者教育の必要性が規定されている。

具体的には、消費者教育に関し「消費者が生涯にわたって消費生活について学習する機会があまねく求められている状況にかんがみ、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて必要な施策を講ずる」旨に改正されるとともに、地方公共団体は、「国の施策に準じて、当該地域の社会的、経済的状況に応じた施策を講ずるよう努めなければならない」旨が新たに規定されている。

#### (2) 消費者基本計画での位置付け

消費者基本法に基づき、政府が策定した「消費者基本計画」では、消費者教育に関し、国の具体的施策として次の4項目が挙げられている。

- ① 消費者教育の推進体制の強化（内閣府・文部科学省間の更なる連携、消費生活センターと教育委員会との連絡協議会の設置等）
- ② 消費者教育の担い手の強化及び機会の拡充（消費者教育の専門家育成プログラムの策定・研修、消費者教育アドバイザーの派遣等）
- ③ 消費者教育の内容の充実（消費者問題の変化に即応した教材及びパンフレット・指導書の作成・配布等）
- ④ リソースセンターの機能強化（教材及び実践事例、専門家に関する情報等を集約したポータルサイトの構築等）

神奈川県においても、消費者基本法の規定の趣旨を踏まえ、消費者教育に積極的に取り組む必要がある。

### (3) 県の消費者教育における課題

県ではこれまで、学校における消費者教育の推進、消費者への情報提供、被害未然防止のための啓発活動、消費者リーダーの育成のための啓発活動、金融広報活動の推進等の幅広い事業を実施してきている。しかし、それぞれの事業の効果について系統立った検証が行われていない。

例えば、「学校における消費者教育の推進」として、中学生及び高校生向けの教育資料を作成・配布しているが、配布資料の活用状況について、アンケート調査を行っているものの、学校現場からの回答率が低く、実際にどれだけ効果が上がっているのか、十分に把握できていない。

また、「消費者リーダー育成のための啓発活動」として、消費生活アカデミー講座を開催しているが、講座受講者の地域での活動状況など、講座で修得した知識がどのように活かされているか把握されていない状況である。

このため、まず、現在実施している事業についての成果の検証を行い、それに基づき、実施方法等を見直ししていく必要がある。

### (4) 消費者教育の施策を検討する上での視点

以上のように、現状の課題を踏まえるとともに、政府の消費者基本計画等を参考にしながら、本県としては、まず次の視点で施策に着手していくことが重要である。

#### ア 前提とすべき考え方

##### ① 「情報提供」「啓発」を越えて「消費者教育」へ

自己責任を求められる時代に対応し、情報提供や単なる知識の伝達に留まることなく、消費者が行動に結び付けられる思考力の開発や、考え方の教育を行うことが重要である。

##### ② 消費生活相談を活用しトラブルに自ら対応できる「消費者育成」へ

消費者がトラブルに遭遇したときに、消費生活相談窓口に相談してすべてを任せのではなく、自らが対応できるように、またはトラブルに巻き込まれないように、自分で考え、行動できる消費者を育成することが重要である。そのためには、消費生活相談現場の情報から課題を見つけ、消費者教育に活用するとともに、消費生活相談の場を消費者教育の場として活用することが効果的である。

#### イ 対象者の明確化と消費者教育のニーズ把握

消費者教育を進めていくに当たっては、対象者を明確にして、それぞれに必要な消費者教育のニーズを把握する必要がある。日常生活を営む上で、自身で考え方行動するための基礎知識や考え方を身に付ける教育や、注意喚起・被害未然防止のための教育を効果的に行うためには、対象者別にニーズ

ズに合ったテーマを設定し、最も適切な教育方法を選定することが肝要である。また、対象者を絞り、必要度に応じて優先順位を付けて、実施する方法を検討することが必要である。

#### ウ 現行事業の検証・見直し

以上のような視点に立って事業を実施するためには、まず、現在実施している事業について検証し、その結果に基づき実施方法を見直す必要がある。

この場合、事業を実施した効果（どの程度理解され、どれだけ生活に役立っているのか）についての評価には難しい側面がある。しかし少なくとも、学校における消費者教育や被害未然防止キャンペーン等に関しては配布した資料の活用状況を把握して、資料の内容や配布方法等について見直す必要がある。

また、事業評価の中で、有効に活用されている事例をホームページなどで紹介すれば、こうした方法を普及させることもできるはずである。

## 2 今後の施策展開の方向

県において、消費者教育を積極的に推進するために、先に述べた消費者教育の前提となる考え方を踏まえ、次のとおり施策を構築していく必要がある。さらに、これらの具体的な方策を踏まえ、県は、行動指針としての「消費者教育アクションプログラム」を策定すべきものと考える。

### (1) 相談情報等を活用した消費者教育の実施<提言①>

消費生活相談の現場には、経済社会の変化を反映した消費者教育に必要な素材や、緊急を要する情報が集中・蓄積されているので、そこから課題を抽出し、消費者教育に活用することが有効である。

そこで、相談現場を軸に各方面から消費者教育に関する情報を集約する「消費者教育推進責任者」を県などに設置し、情報の蓄積を図るとともに、福祉や教育部門などの専門家の協力を得て、消費者教育のプログラムを作成することを提案する。

また、相談員の声を生かすために、県、市町村の相談担当者会議等で、相談の中から消費者教育に生かせるものはないかという視点で検討、提案する機会を設ける必要がある。

さらに、相談の現場は、具体的に知りたい、解決したい問題を抱えている消費者と相対している場であるので、消費者教育の効果を最も発揮できる場と捉え、単にトラブルの解決方法を伝えるだけでなく、考え方をアドバイスする機会として位置付ける。

## (2) 消費者教育アドバイザーの登録・活用<提言②>

消費者教育を学校をはじめ様々な場面で展開していくためには、その担い手となる人材を確保・育成することが必要となる。

国は消費者基本計画で、学校や社会教育施設等における出前講座で、消費者教育を行う専門家の育成プログラムを策定し、育成のための研修を実施することとしている。

県は、専門的な研修等を受けた人などを「消費者教育アドバイザー」として登録し、学校や職域、社会福祉施設などへ派遣する仕組みについて検討する必要がある。

「消費者教育アドバイザー」の派遣に際しては、派遣先の消費者教育の現状に合わせた体系的な教育プログラムを提示することが重要である。

## (3) I T を活用した消費者教育の実施<提言③>

従来の消費者教育の媒体は、印刷物が中心であったが、紙による情報は一覧性・保存性に優れるものの、即応性に問題があり、また、対象者への印刷物の配布可能な範囲が限られるという問題もある。

国では消費者教育の基盤整備として、消費者問題の変化に対応した教材の作成や、専門家に関する情報等を集約したポータルサイト\*の構築等を予定しているが、県ではこれらを活用するとともに、新たな消費者トラブルが次々と起こっている状況に対応するために、県のホームページ等で提供する情報の充実や、学校教育の中で活用できるような子ども向けプログラムの導入など、I T（情報通信技術）を活用した消費者教育についての検討が必要である。他方で、I Tに関する基礎的な教育として、インターネットを利用する際の危険性や、自分が被害者にも加害者にもなりうるといった問題点を、きちんと押さえておくことも重要である。

\*) ポータルサイト：9ページ参照

## (4) 消費者教育でのN P O等との協働・連携<提言④>

県内では近年、N P O認証法人数が飛躍的に増加しているが、消費者関係のN P O法人は極めて少ないので現状である。他県の事例では、消費者教育を担うN P O法人が立ち上げられ、これを行政がバックアップしている事例が報告されている。また、消費者団体も消費生活に関する情報を収集し、わかりやすく消費者に提供するなど、消費者教育の担い手団体として役割を果たしていくことが重要である。

本県においても、消費者教育の新たな手法として、消費者教育を担うことができるようなN P O等をバックアップし、協働しながら事業を展開す

ることを検討すべきである。ただし、NPO等の多くがボランタリーで事業を開拓しており財政基盤の脆弱さに課題があることを踏まえた協働を考えなければならない。

#### (5) 教育・福祉分野との連携強化<提言⑤>

消費生活や契約に関する基本的な考え方を身に付けるためには、若い頃から学校教育のなかで、発達段階に応じて教えることが大変効果的である。県では学校における消費者教育を推進するために、中学生・高校生用の教育資料と教員用解説書を作成し、学校に配布しているが、このような取組みを実際に学校の授業に反映させるには、教育現場の理解を深めることが重要である。既に設置している「学校における消費者教育推進協議会」を具体的な連携方法を検討する場として、活用すべきであろう。

また、高齢者や障害者を対象とした消費者教育・啓発については、対象者に情報が届きにくい点を考慮しなければならない。高齢者や障害者と接する機会が多く、消費者トラブルに気づく可能性の高い福祉関係団体や民生委員等に対して、消費者問題への認識を深めるための研修や情報提供等が必要である。また、高齢者等の理解が得やすい情報の提示手法等について、関係者との情報交換が重要である。

特に、遠方へ出かけにくい高齢者や障害者、またはそのような方々のために活動している団体に対して、消費者被害の実態に詳しい消費生活相談員や消費者教育アドバイザーを、地域における研修会や講座に講師として派遣するなどの「届ける教育」や「出前講座」が必要である。

\* ポータルサイト／ホームページのうち、検索機能を充実させて、インターネットを利用する人がまず最初に閲覧することを目指してつくられたもの。

## II 苦情処理のあっせん等に係る機能の充実強化

### 1 現状の認識と課題

#### (1) 消費者基本法での規定

苦情の処理のあっせん等に関しては、従前の消費者保護基本法においては「市町村」が苦情の処理のあっせん等に努めなければならぬこととされていたが、消費者トラブルの広域化・複雑化等の現状を踏まえ、「都道府県」を含む「地方公共団体」が苦情の処理のあっせん等に努めなければならない旨改正された。（法第19条第1項前段）

また、この場合において、都道府県は、「市町村（特別区を含む）」との連携を図りつつ、主として高度の専門性又は広域の見地への配慮を必要とする苦情の処理のあっせん等を行うものとともに、多様な苦情に柔軟かつ弾力的に対応するよう努めなければならない」（同項後段）こととされた。

このことを踏まえて、県においても苦情処理のあっせん機能の充実強化を図ることが課題となっている。

#### (2) 相談体制整備の基本方針と市町村支援の状況

県では、県が率先して市町村の業務を補完する意味で、昭和43年に横浜に消費生活センターを設置したのを皮切りに、県内8地域に消費生活センターを整備して苦情処理や普及啓発事業を行ってきた。

その後、市町村でも相談体制が整備されてきたことや、地方分権の流れ等を踏まえて、平成9年度から消費生活センターの再編を進め、15年4月には、すべての市町村で相談体制が整備されたことから、かながわ中央消費生活センター（以下、中央消費生活センターという。）以外の県の消費生活センターは廃止となった。

県では、県民が身近なところで消費生活相談を受けられるように、市町村の相談体制の整備促進を図る観点から、財政的な支援を行うほか、中央消費生活センターを中心として、市町村の相談窓口に対してきめ細かな支援の仕組みを設けており、県域全体として消費生活相談体制の充実を図っているところである。

苦情処理のあっせん等に係る機能の充実強化を検討するに当たっては、県の機能や役割、中央消費生活センターと市町村消費生活センターとの役割分担、県による市町村支援の現状と課題を十分踏まえた上で、施策の充実強化を検討する必要がある。

### (3) 相談件数急増等への対応

近年、消費生活相談の件数は全国的に増加し複雑化の傾向にある。消費生活相談はくらし全般を扱うものであり、消費者からの消費生活センターの果たす役割への期待は高まっており、さらに拡充を図る必要がある。

このようななかで、苦情処理あっせん機能を充実強化するためには、消費生活センター自身のレベルアップをはじめ、消費生活センター相互の連携、消費生活センターと民間ADR（裁判外紛争処理）機関との連携、さらには、関係行政機関や消費者相談を行っている消費者団体・NPOとの連携など外部との連携を積極的に進め、効率的で有機的な紛争処理機能をトータルに実現していく必要がある。

## 2 今後の施策展開の方向

県民の利便性や県と市町村の基本的な役割分担に鑑み、県と市町村が連携して苦情処理あっせん能力を高めていく取組みが求められている。

### (1) 専門的・広域的な処理機能の強化＜提言⑥＞

現在、中央消費生活センターにおいて、市町村の相談窓口に対し、助言等の支援を行っているが、悪質性の高い事案や広域的に発生している事案等、処理困難な相談事案に対して、県と市町村が共同で処理する機能をより強化していく必要がある。

特に、県には事業者指導の権限があることを踏まえると、市町村が行うあっせんにおける立会いや助言は効果が大きいと考えられる。また、県内で複数の市町村にまたがり広域的に発生している事案について、市町村によってあっせん結果が大きく異なる状況が生じないように、県が事業者交渉を一括して行うことにも有効である。

また、市町村の窓口において弁護士から助言を受けたい相談案件があつた場合に、疑問点について直接弁護士に聞くことができるなど、市町村にとってより相談しやすい弁護士相談の仕組みを設けることは、苦情処理のレベルアップのために効果が大きい。

さらに、中央消費生活センターでは、電話や市町村に出向いての相談業務支援など各種の事業を実施しているが、これらのメニューについて市町村窓口の相談員にもよく周知を図り、気軽に県に相談できるような状況を作ておくことも重要である。

### (2) 情報収集・提供の充実強化＜提言⑦＞

県内で発生している悪質な事例をはじめ、今後被害が広がるおそれのある

る事例に関する情報は、できるだけ早く、各相談窓口で共有されることが必要であるので、市町村と県、さらには他県等も含めて、緊急性のある相談情報を迅速に収集・提供する機能を充実強化することが重要である。

また、消費生活関連の法改正や、相談事例、各種データ等、相談業務に必要な基本的な情報についても、最新のものを市町村の窓口で利用しやすい形で提供することは、市町村の窓口における苦情処理あっせん能力を高める上で効果が高い。

県では、市町村との間でファックスによる緊急的な情報収集・提供や、基本的な情報の冊子による提供を行っているが、センサー的機能を生かした情報収集・分析や、現在発生している悪質事例への対処方法を含めた適確な情報提供に努めるとともに、一方的な情報提供にならないよう、常に市町村のニーズを把握しながら、利用しやすく、価値の高い情報提供に努めることが重要である。

### (3) 相談情報の有効活用の新たな仕組みづくり<提言⑧>

中央消費生活センターで、直接、県民からの相談を受け、相談対応に係る経験とノウハウを蓄積することは、市町村から苦情処理に関する相談を受けたり、市町村から県への困難事例の移送を受けて処理する際に必要な、現場感覚を維持するために重要な意義を持っている。

県が直接受ける苦情相談のほか、様々な形で県に提供される市町村の苦情相談に関する情報も含めて、苦情相談は、現在の消費者の置かれた状況を把握するに当たって、最も新しく基本となる情報であるので、苦情相談の状況を分析し、消費者啓発・教育をはじめ、事業者指導や、Ⅲで述べる事業者・事業者団体への支援策に生かしたり、新規施策の企画・立案にフィードバックするなどし、活用していくことが必要である。

さらに、消費者情報に幅をもたせ、より確かなものにするために、相談員等からアンケート調査等により意見を聴取する仕組みをつくることを提案する。

### (4) 人材の確保・資質向上への施策充実<提言⑨>

県では、市町村及び県の職員・相談員を対象とした研修会を実施しているが、さらに、市町村の苦情処理機能の充実を図るために各種法改正や相談事例等を踏まえ時宜にかなった内容にし、多くの相談員の参加を促進していくことが、重要である。

また、市町村では、相談員の新規確保は重要な課題となっており、県では、市町村の新人相談員を指導するため、実務経験のあるベテランの相談員を派遣する制度を設けているが、このような制度に加え、中央消費生活

センターにおいて市町村の新人相談員の実務研修を受け入れることは有効な人材育成策となる。

さらに、相談員の人材確保・育成において、解決能力の高い人材を確保していくための仕組みについても検討する必要がある。

特に、中央消費生活センターにおいては、複雑・高度な内容の相談に対応するために、職員等が分野別に専門性を高める必要がある。

#### (5) 苦情処理におけるN P Oや民間団体との連携の強化<提言⑩>

県内の自治体の消費生活相談窓口は、現在のところ、1か所を除き、週末には相談業務を行っていないので、平日に相談しにくい消費者の利便性向上のために、県ではN P Oとの協働による週末の消費生活相談を開始しているが、実際に多くの相談があり、そのニーズに応えるために、今後も継続的に実施されることを強く望む。

消費者基本法で、消費者団体の役割として、消費者被害の防止及び救済のための活動に努めることが規定されたことを踏まえると、消費者団体は、被害未然防止にかかる活動等に積極的に取り組んでいくことが重要である。

また最近、全国的に被害が目立つ悪質な訪問販売による住宅リフォームの事例などに見られるように、警察との連携強化はもとより、建築士や弁護士などの専門家と密接な連携が求められる事案も多い。このような専門性の高い案件の処理に関し、専門家やその団体、民間ADR（裁判外紛争処理）機関との協力関係を確立しておくことは、迅速で適切な処理に結びつくものと考えられるので、平素から連携強化が必要と考える。

### III 事業者及び事業者団体による自主的な取組みの促進

#### 1 現状の認識と課題

##### (1) 企業倫理の低下と消費者被害の増大

食品の偽装表示や自動車のリコール隠しなど、消費者の信頼を裏切る企業の不祥事が相次ぎ、また、最近では、高齢者を狙った悪質なリフォーム工事の事件が相次ぐなど、一部の悪質事業者の横行が、全国的な消費者被害の増加につながり、併せて業界全体の信用を失墜し、良好な事業者の経営をも圧迫しかねない状況になっている。企業経営は、消費者をはじめとする社会からの信頼と共感が基本となるものであり、事業者には消費者の信頼を取り戻すための具体的な取組みが求められている。

消費者基本法に、消費者の権利が明記され、事業者の責務として消費者の権利の尊重と自立の支援等が規定されたことにより、事業者はより一層企業の社会的責任(CSR)を認識し、コンプライアンス経営はもとより、消費者の視点に立ち、消費者の信頼を得ることを目指す「消費者志向」の事業展開に積極的に取り組むことが不可欠である。また、問題を未然に防止するための事前の対応に万全を期す必要がある。

今後、企業経営者は全社を挙げて積極的に消費者志向の経営を展開することが、長期的にみれば利益確保につながり、自社の企業価値を向上させるという攻めの論理の考えに立って、企業経営に当たることが求められている。

##### (2) 事業者団体の役割発揮に期待大

消費者基本法では、事業者団体の役割として、苦情処理体制の整備、事業者に対する自主行動基準作成の支援等に努めるよう規定されており、事業者の個別の利害とは離れて、業界全体としての信頼性を高めるための役割発揮が期待されている。特に、全国規模の事業者団体が所在する首都圏・神奈川での取組みは、消費者被害の防止という面で、波及効果の大きいものと考えられる。

#### 2 今後の施策展開の方向

県は事業者団体と連携し、事業者団体がその役割を果たすために行う活動を支援するため、事業者団体との協議組織を設置し、その活動を通して、

事業者の自主行動基準の作成や相談窓口の設置を促進していくなど、神奈川の地から、先駆的な取組みを進めることが必要である。

### (1) **自主行動基準作成の支援<提言⑪>**

事業者は消費者の信頼を獲得するために、自らの企業理念、経営方針を明確にし、透明性の高い経営を行っていくことが重要である。そのための手段として自主行動基準を策定・公表・運用することが望ましく、それにより消費者は、その自主行動基準を通じて事業者の経営姿勢を評価することが可能となる。

事業者の取組みを促進するために、県は事業者団体と連携し、先進的な事業者の自主行動基準や消費者志向の取組みの紹介、また事業者団体等が作成している自主行動基準の紹介を行うなど、事業者に対し、自主行動基準の策定をはじめとする消費者志向経営を普及させるための方策を検討する必要がある。

### (2) **企業経営者等に対する教育・研修への支援<提言⑫>**

現在では、産業界も経営者、後継者を含めた人材育成を重視しており、企業の社会的責任を認識した経営者教育、従業員教育が重要であると認識している。

経営者に対しては、消費者志向の視点を持つこと、消費者の信頼を確保することが、事業戦略上重要であるということに気付いてもらうための、また従業員にも、同様の考え方を十分認識させるための教育・研修が求められている。

特に、組織規模や財政面等で単独での取組みが難しい中小企業経営者に対する教育・研修の充実と、そのためのカリキュラム開発、また、企業従業員に対する教育・研修の充実と、教育カリキュラム開発が課題である。

そこで、事業者団体は、消費者団体や行政・公的機関の協力をも得ながら、消費者志向に立った企業経営者等の育成に向けた教育研修に取り組むことができるような方策を立てることが必要である。県としてもこの分野での事業者及び事業者団体への新たな支援策を検討すべきである。

### (3) **消費者団体と事業者団体との連絡組織の設置促進<提言⑬>**

従来、本県では消費者と事業者による情報提供・意見交換の場はあまり設けられておらず、あっても苦情やトラブルが介在したものであった。また、消費者団体と事業者団体の意見交換については、一部にトラブルを起こす事業者がいるためどうしても対立構造となりがちだったが、現在では、多くの事業者が企業活動に対する消費者の信頼を得ることが必須だという考え方を持っており、行政を含めた意見交流の場が必要との認識がある。

今後、県は事業者団体との連携のもとに、消費者団体と事業者団体とが立場の相違を超えて、「消費者志向経営」を共通の目標として双方が一緒に作り上げていくという考え方立ち、情報交流・意見交換を行う場の設置を促進することが重要である。

事業者にとって、消費者団体との情報交換により、業界にかかわる問題点等の早期発見・早期解決につながり、経営に活かせる有益な情報が得られることも期待できる。

#### (4) 消費者志向の企業活動を奨励する仕組みづくり<提言⑭>

消費者志向の経営に積極的に取り組む企業や事業者団体の活動を、社会的に奨励していく仕組みが必要である。

このため、積極的に消費者の信頼確保の取組みを行っている事業者へのインセンティブ（動機付け）の検討や、先進的な取組み事例を広く県民に紹介するなど、情報提供の仕組みの検討も必要である。

現在、消費者志向の企業を顕彰する制度として、経済産業大臣表彰「消費者志向優良企業表彰」があるが、行政や、事業者団体等による表彰や認証制度のほかに、公的機関だけでなく、第三者的な機関・団体等による格付け等の手法も考えられる。

また、このような消費者志向の取組みを行っている事業者等の情報を、県が消費者向けの各種広報媒体等で紹介することは、消費者が商品や企業等を選択する上で有益であり、事業者等の取組みを促進する上でも効果が大きいものと考える。

#### (5) 事業者団体との協働による消費者志向の企業風土づくり<提言⑮>

これまで、消費者行政として、事業者や事業者団体との定例的なテーブルはほとんどなく、事業者にとっても、消費者の視点や消費者志向経営の具体的な情報が必ずしも十分把握されていなかったものと思われる。

今後は、消費者の利益の確保が図られるよう、消費者問題の状況や関係法令、県が集約する消費生活相談情報を含む消費者関連情報など、消費者志向経営を推進する上で役立つ情報を提供するほか、事業者団体の果たすべき役割について協議するなど、県と事業者団体との協働した取組みが重要と考える。

このため、具体的な方策として、県内の事業者団体との連携を強化し、定期的な消費者情報の提供、事業者団体の会合での「消費者問題出前講座」の実施、さらには、上記提言も踏まえた協議の場として、県内の事業者団体と行政機関(県・政令市)を構成員とした「神奈川県事業者団体消費者問題協議会」（仮称）の設置を要望する。

## 提言の実現に向けて

### ○ 新たな「神奈川モデル」の実現に早期着手を

県においては、本提言を基本にして、中長期的視点に立った消費者施策展開の基本指針（以下「指針」と略。）を早急に策定し、神奈川の地から、消費者被害の未然防止と救済に向けた、新たな「神奈川モデル」とも言うべき、先進的な取組みを展開することを強く要望したい。

### ○ 施策事業の検証・見直しの仕組みづくり

新たな施策の構築や今後の事業展開に当たっては、行政資源が有限なことからも、既存事業の検証・見直し・評価が必要である。既存財源の中でも、日常の施策事業を創意工夫したり、柔軟な発想で取り組むことにより、予期せぬ成果を挙げることが可能である。また、評価については、定量的ではなく、定性的な評価をどう実施していくかという観点が大切である。

「指針」の策定に際しては、ぜひ一層の施策事業の見直しを実施するとともに、併せて、「指針」のなかで、「検証・見直し・評価」がシステム的に行われるような位置付けを要望したい。

### ○ 提言の実効性の確保

もとより、施策は具体性、実効性を伴って初めて意義がある。

そのようなことから、当審議会では、専門的事項を調査審議するための専門部会を設置し、各委員から専門分野における具体的な事例等の報告を行い、それに基づき審議を進めてきた。こうした取組みを経て、今後の施策展開の方向のなかで、消費者行政のステップアップをめざした15の施策提言という形で具体策をまとめた。また、今後、消費者施策はより実効性、具体性に力点をおいた取組みが重要であることから、県としても実効性の確保に十分留意して取り組むことを要望したい。

さらに、当審議会としても、報告を出しちゃなしでなく、出した以上は、これを受けて県で作成する「指針」がどのようにでき、どう推進されるのか、それらに関し、大いなる関心を払っていくべきものと考える。

### ○ 消費者施策推進の仕組みの強化

今後の消費者施策の展開の手法として、「教育・福祉分野との連携」をはじめ、様々な分野で、NPOや民間団体との協働・連携を提言しているが、その具体化のために、関係機関とのテーブルの整備など、協働・連携が円滑に進められるような仕掛けを工夫することを要望したい。

また、今回の提言で、「苦情処理あっせん機能の強化」について、様々な具体的な施策提言を行っているところであるが、これらの機能の中核を担うべき「中央消費生活センター」の役割とその位置付けについて、（昨年の本審議会答申でも検討すべき旨提言したところであるが）早期に執行体制の整備など機能強化が図られるよう、重ねて要望したい。

さらに、「指針」の策定はもとより、今後の消費者施策の推進に当たっては、県民意見を十分取り入れて取り組まれるよう強く要望したい。

## 資料

- 資料 1 日本消費者教育学会「消費者基本計画に関する提言」抜粋
- 資料 2 平成 17 年度消費生活課 普及啓発事業体系
- 資料 3 消費生活相談件数の推移及び県内の消費生活相談体制の整備状況
- 資料 4 県と市町村との連携による消費生活行政の推進について
- 資料 5 事業者指導等の実施状況
- 資料 6 神奈川県の特定非営利活動法人（NPO 法人）認証状況

参考資料 1 神奈川県消費生活審議会の審議経過

参考資料 2 神奈川県消費生活審議会委員名簿

## <資料1>

### 日本消費者教育学会「消費者基本計画に関する提言」抜粋

日本消費者教育学会は、「消費者基本計画(消費者教育)に関する提言」の中で、次のような、現状での認識と問題点を挙げたうえで、国に対し具体的な施策を提言している。

#### (1) 日本消費者教育学会が指摘する問題点

- ① 系統的・計画的な消費者教育が欠如している
- ② 消費者教育の体系的なカリキュラムが存在しない
- ③ 学校教育・社会教育の現場で使う教材が不足している
- ④ 大学教育での消費者教育、職域での消費者教育が不足している
- ⑤ 高齢者、障害者などの被害が拡大しているため、こうした高齢者、障害者への消費者教育が緊急の課題になっている

#### (2) 日本消費者教育学会の提言

- ① 「消費者教育の基本指針」の策定と周知
- ② 中高生及び大学生レベルの消費生活能力水準の全国把握
- ③ 消費者教育の必修化、消費者教育プログラムの開発
- ④ 消費者教育連絡会議の設置による関係省庁、団体等との連携
- ⑤ 消費者行政の実施、検証のための専門職員の配置
- ⑥ 消費者教育のインフラ整備（消費者教育アドバイザー（仮称）の育成）
- ⑦ 職域における消費者教育の実施（消費生活アドバイザー配置の義務付け）
- ⑧ 地域、特に福祉関連領域における消費者教育の実施

## 平成17年度消費生活課 普及啓発事業体系

★は、新規事業 消費者自立支援パートナーシップ事業

自立した消費者活動への支援

### 学校における消費者教育の推進

- ・推進協議会の開催、ワーキンググループの開催
- ・中学生用教育資料及び教師用指導資料の発行
- ・高校生用教育資料及び教師用指導資料の発行
- ・教員研修会の開催
- ・消費者教育実務実習

### 消費者への情報提供

- ・消費生活情報誌（くらしのジャーナル）の発行
- ・消費生活相談レポートの発行
- ・消費生活情報番組（NHKFM、tvk）の制作
- ・インターネットホームページの運営
- ・消費者学習用資料（check&try）の発行（市町村共同発行）

### 悪質商法被害未然防止のための啓発活動

- ・被害未然防止啓発資料（契約のきりふだ）の発行（市町村共同発行）
- ・被害未然防止講座の開催（市町村共催）
- ・企業・大学向け未然防止啓発講座の実施
- ・くらし安全指導員防犯教室、司法書士会高校生法律講座等との連携
- ・会社、団体等への講師紹介

★NPO等とのネットワークによる高齢者・若年者に対する普及啓発

### 消費者啓発活動（キャンペーン）の実施

- ・消費者月間（5月）の実施
- ・消費者週間（10月）の実施
- ・関東甲信越ブロック被害未然防止共同キャンペーン
- ・注意喚起のキャンペーン（架空請求・不当請求等）の実施

### 消費者活動の支援

- ・消費生活アカデミー（地域講座と★特別講座）の開催
- ・地域消費生活フォーラムの開催（市町村共催）
- ・消費者教育用教材の貸し出し（ビデオ・パネル）
- ・研究活動奨励事業
- ・研究活動発表会（くらしの問題交流会）の開催

### 金融広報活動の推進（神奈川県金融広報委員会事務局活動）

- ・金融経済情報の提供（経済講演会の開催、資料の配布等）
- ・金融経済学習の支援（金融広報アドバイザーの講師派遣等）

<資料3>

消費生活相談件数の推移及び県内の消費生活相談体制の整備状況

1 県内の消費生活相談体制整備状況

区分	平成9年度	平成10年度	平成11年度	平成12年度	平成13年度	平成14年度	平成15年度	平成16年度	平成17年度
開設相談日数	週5日	4市	4市	4市	9市町	12市町村	12市町村	21市町村	21市町村
	週4日	0	0	0	1市	2市	4市	0	0
	週3日	2市	2市	3市	3市	2市	9市町	9市町	3市
	週2日	1市	1市	2市	4市	5市町	6市町	5市町	2町
	週1日未満	8市	10市町	10市町	10市町	6市町	4市町	2市町	2市町
	相談窓口開設市町村数	—	—	—	(4町)	(5町村)	(5町村)	(13町村)	(15町村)
	未開設	15市町	17市町	19市町	27市町	28市町	37市町村	37市町	37市町村
相談窓口開設月間総窓口数(相談員1人単位)	881	961	989	1,056	1,098	1,234	1,282	1,312	1,388

※ ( )内数は、相談業務を同一行政区域にある市に委託している町村数。

※ 平成17年度の「相談窓口開設月間総窓口数」については、県とNPO等との協働事業(「週末消費生活相談」の窓口数)を含む。

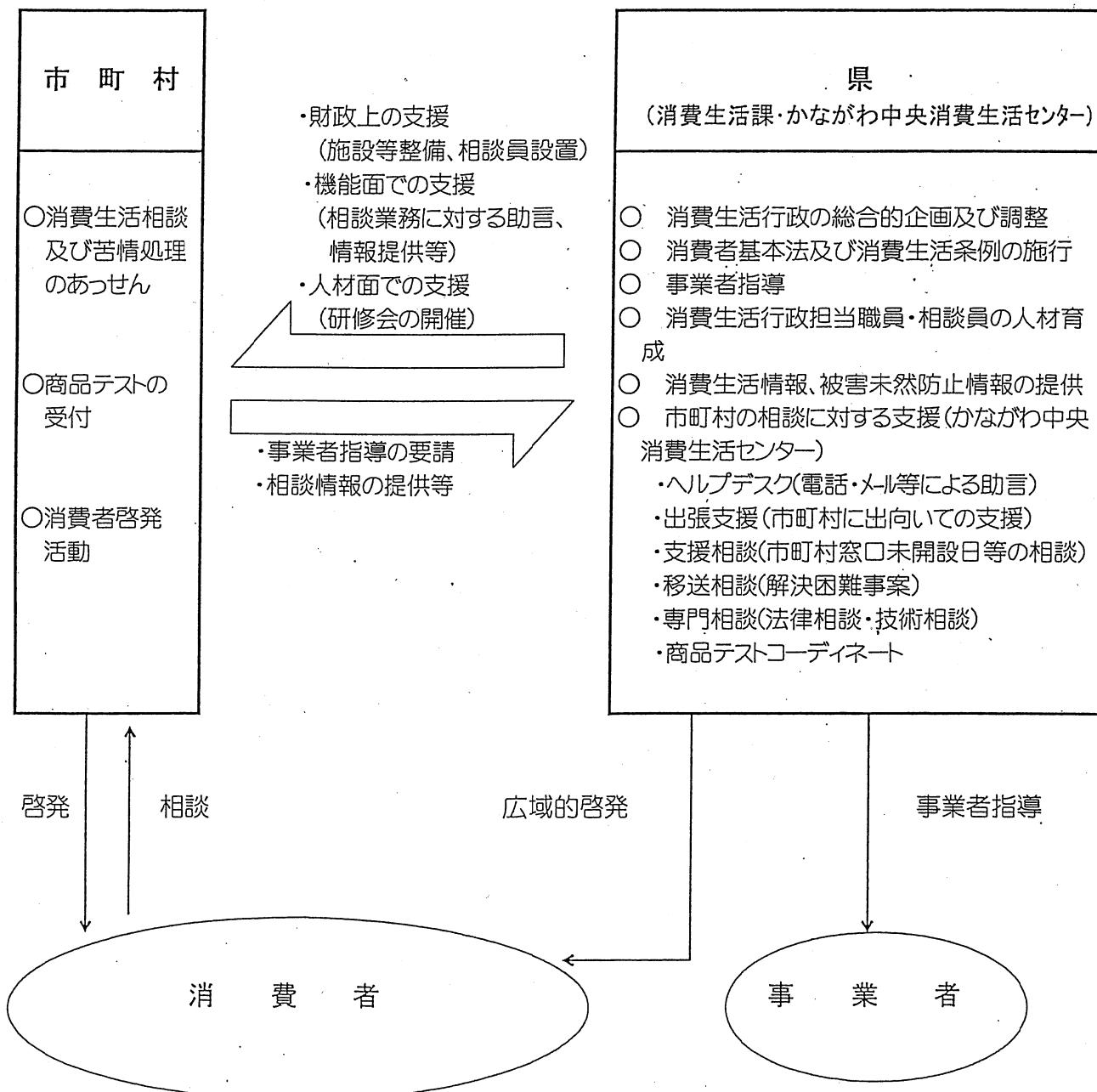
2 消費生活相談件数の推移

区分	平成9年度	平成10年度	平成11年度	平成12年度	平成13年度	平成14年度	平成15年度	平成16年度
件数	41,572	41,036	42,635	44,573	47,719	55,530	82,756	116,222

県と市町村との連携による消費生活行政の推進について  
(消費生活相談体制の充実強化)

〈消費生活相談体制整備の基本的考え方〉

県民が身近なところで消費生活相談を受けられるよう、市町村の消費生活相談体制の整備促進を図るとともに、市町村を支援する機能を持った「かながわ中央消費生活センター」により県の役割を強化し、県と市町村が連携して、県域全体として消費生活相談体制の充実を図る。



<資料5>

事業者指導等の実施状況

特定商取引に関する法律（特定商取引法）・神奈川県消費生活条例関係

(単位：件)

項目	年 度	14	15	16	備 考
法 令 等 に 基 づ く	指 示（法）	1	1	2	うち1件四都県同時
	勧 告（条例）	0	0	2	うち1件四都県同時
	報告徴収（法・条例）	3	13	20	
	四都県合同指導（同上）	—	3	5	

注 1事案について指示、勧告、報告徴収の複数に計上されているものがある。

[参考]

任 意	文 書 指 導	0	3	0	
	口 頭 指 導	18	18	26	

○16年度に指示・勧告した事案

次の2件は、「法に基づく指示」と「条例に基づく勧告」を併せて行った（上記表で、指示、勧告双方に計上）。なお、両件とも事業者名を公表（=記者発表）した。

事 業 者 名 ・ 住 所 取扱商品等・取引類型	実 施 日 (公表日)	違 反 内 容
（有）ルイズヨコハマ 横浜市西区岡野1-13-5 西口サンエースビル2F  美顔器・化粧品の販売、美 顔エステの提供  訪問販売・特定継続的役務 提供	平成16年 11月5日	街頭で「アンケート」と称して会社名を告げずに喫茶店に誘う。アンケート後、商品説明等を始め、「キャンペーンだから無料」などの虚偽説明により執拗な勧誘を続け、契約を迫る。  中には、金額や支払方法などを説明しない契約書面を交付しない今まで契約させる事例も多数ある。  また、クーリング期間中の解約にも威迫して応じない事例もある。  ⇒ 氏名等不明示、書面不交付、不実告知、 威迫・困惑 ほか
㈱新日本住宅管理サービス 厚木市南町13-19 聖マンション1F  屋根・床下工事等  訪問販売  【四都県同時処分】	平成17年 2月10日	近くで工事をしているといって突然訪問し、屋根や床下を点検し、「このままだと土台が腐って家が傾く」などと虚偽の説明をする。その際、業者名、契約内容や支払方法を告げない事例がある。  また、契約を断っているにも拘わらず長時間、執拗に勧誘を続ける事例もある。  ⇒ 氏名等不明示、不実告知、長時間勧誘、 迷惑勧誘 ほか

<資料6>

神奈川県の特定非営利活動法人（NPO法人）認証状況

認証状況

(1) 認証件数

(平成17年8月31日現在)

10年度	11年度	12年度	13年度	14年度	15年度	16年度	17年度	合計
6 件	97 件	120 件	146 件	227 件	324 件	336 件	134 件	1390 件

(2) 認証団体の主たる事務所の所在地による市町村区分

横浜市	672 件	川崎市	154 件	横須賀市	57 件	平塚市	43 件	鎌倉市	48 件
藤沢市	76 件	小田原市	29 件	茅ヶ崎市	33 件	逗子市	14 件	相模原市	57 件
三浦市	5 件	秦野市	19 件	厚木市	32 件	大和市	29 件	伊勢原市	19 件
海老名市	22 件	座間市	12 件	南足柄市	5 件	綾瀬市	11 件		
葉山町	13 件	寒川町	7 件	大磯町	4 件	二宮町	5 件	中井町	0 件
大井町	0 件	松田町	2 件	山北町	3 件	開成町	1 件	箱根町	2 件
真鶴町	2 件	湯河原町	1 件	愛川町	0 件	清川村	1 件	城山町	1 件
津久井町	5 件	相模湖町	1 件	藤野町	5 件				

(3) 認証団体の活動分野別区分(複数該当)

①保健・医療・福祉	762 件	②社会教育	297 件
③まちづくり	270 件	④学術・文化・芸術・スポーツ	235 件
⑤環境の保全	235 件	⑥災害救援	29 件
⑦地域安全	39 件	⑧人権・平和	125 件
⑨国際協力	172 件	⑩男女共同参画社会	39 件
⑪子どもの健全育成	334 件	⑫情報化社会	43 件
⑬科学技術の振興	15 件	⑭経済活動の活性化	51 件
⑮職業能力・雇用機会	68 件	⑯消費者の保護	23 件
⑰連絡・助言・援助	267 件		

<参考資料1>

神奈川県消費生活審議会の審議経過

1 審議内容

「消費者基本法等に対応した今後の消費者施策のあり方について」

- (1) 消費者教育推進のための具体的な施策の検討
- (2) 苦情処理のあっせん等に係る機能の充実強化
- (3) 事業者及び事業者団体による自主的な取組みの促進

2 審議スケジュール

日 時		主 な 審 議 内 容
第1回 専門部会	平成17年 2月17日	<input type="radio"/> 専門部会の審議の進め方について <input type="radio"/> 「消費者教育推進のための具体的な施策の検討」
第2回 専門部会	平成17年 4月22日	<input type="radio"/> 「消費者教育推進のための具体的な施策の検討」 <input type="radio"/> 「苦情処理のあっせん等に係る機能の充実強化」 <input type="radio"/> 「消費者団体の今後の役割」
第3回 専門部会	平成17年 6月10日	<input type="radio"/> 「苦情処理のあっせん等に係る機能の充実強化」 <input type="radio"/> 「事業者及び事業者団体による自主的な取組みの促進」
第4回 専門部会	平成17年 7月29日	<input type="radio"/> 第3回までの審議内容を踏まえた中間報告の検討
13期 第5回 審議会	平成17年 9月8日	<input type="radio"/> 「消費者基本法等に対応した今後の消費者施策のあり方について」(専門部会中間報告)の審議
第5回 専門部会	平成17年 10月14日	<input type="radio"/> 第5回審議会での(専門部会中間報告)に対する意見を踏まえ、(審議会報告案)の検討
13期 第6回 審議会	平成17年 11月7日	<input type="radio"/> 「消費者基本法等に対応した今後の消費者施策のあり方について」(審議会報告案)の審議・了承

<参考資料2>

神奈川県消費生活審議会委員名簿

平成17年1月1日 現在

氏名	現職	備考
伊藤 進	明治大学法科大学院長	会長
織田 博子	駿河台大学法科大学院教授	
桑原 武夫	慶應義塾大学総合政策学部助教授	
見目 洋子	専修大学商学部助教授	
三枝 康雄	株式会社浜銀総合研究所戦略研究部部長	専門部会委員
城内 恵津子	国民生活センター相談調査部調査役	専門部会委員
高橋 明子	相模女子大学学芸学部教授	会長代理 専門部会長
高橋 伸子	生活経済ジャーナリスト	
西村 隆男	横浜国立大学教育人間科学部教授	専門部会委員
大久保 絹枝	神奈川県生活協同組合連合会常務理事	
村田 恵美子	特定非営利活動法人 神奈川県消費者の会連絡会代表理事	専門部会委員
毛内 良一	神奈川県消費者団体連絡会事務局長	
木原 英和	社団法人神奈川県商工会議所連合会 常務理事	
熊沢 昇	社団法人神奈川県商店街連合会会长	
成瀬 育	神奈川県商業振興協議会副会長	専門部会委員