

〈講演要旨〉

先程の寸劇は完成度が高く、シナリオがしっかりしている。単なる「悪質商法に気をつけましょう」と言うだけでなく、高齢者の生き様まで描かれており大変見ごたえがありました。

本日のフォーラムは「地域のネットワークを作り広げていこう」をテーマとしています。自分の知識として受け止めるだけでなく、それを地域に広めていくには自分がどう行動すればよいか考えながら参加してほしい。

事例1として「高齢者の未公開株・社債募集の被害」について紹介。

Aさん（78才・男性）はB社の社債を数回にわたり1200万円で購入。その後B社との連絡が取れなくなった。B社は全くの詐欺であった。

悪質業者はまず高齢者と地道に人間関係、信頼関係をつくり、それを利用する巧妙な手口で近づき、勧誘してきます。それを超えるつながりを作っていないと太刀打ちできない。また、高齢になると判断力が鈍るのではなく、きっぱり断る気力の低下があり、そこを業者が付け込んできます。これらを踏まえてどうしていくか考えていく必要があります。

消費者には行政による悪質業者の取り締まり、情報提供などを期待しますが、あちこちで悪質業者は出ては消え、出ては消えて、全部を取り締まることや、すべての高齢者に情報を伝えるのは難しいのが現状です。そこで、地域での見守り、注意喚起が必要となります。高齢者とのつながりをしっかり作っていく、消費者センターへの情報提供をするなど官民のつながりをどうつくっていくか考えていきましょう。

事例2、インターネット取引被害の紹介。

①中学生の子どもがインターネットのゲームサイトに会員登録してゲームをし、2ヶ月で20万円の請求がきたとの相談がありました。親がクレジットカードの番号を入力しています。インターネットで商品の購入や情報提供などの契約する仕組みを親も含め十分に理解していません。学習し知識を得ると同時に周りの人にも伝えるという行動につなげることが大切です。

②痩せる健康食品を1か月分3万円で購入、「効果がないときは返金します」とあったので申し出をしたが、3か月以上続けないと効果はわからないと言われた。

この例はアフィリエイトによる広告で広告を出した人と販売者は別であり、責任の所在がはっきりしません。インターネットの世界は広がっており、責任の所在が分かりにくく、トラブルがおこります。1人が気を付けるだけでなく、地域の中に話を出していきましょう。

この事例でも行政だけでは取締り、情報提供が行き届かないので、地域のみんなが知り、伝えることが必要です。

自分だけが被害に遭わないためだけに学ぶのではなく、発信する消費者をふやすためにどうしていったらよいか考えていきましょう。

「消費者市民社会」の実現にむけて

国民生活白書（平成20年度版）で「消費者市民社会」が資料の①から④で紹介されています。（1）から（4）で分かりやすく説明します。

（1）「消費者市民社会」の目標

自分だけでなく、地域に発信し、行動につなげる社会をつくるのが消費者市民社会である。（消費者行政推進基本計画、消費者教育推進法2条第2項）

消費者市民社会は何を実現しようとしているのかについて考えます。

(2) 消費者個人が合理的な選択・被害に遭わない選択

消費者一人ひとりが学んで、安全・安心なきちんとしたものを選べるようにする、多くの消費者がそうすれば、地域のまじめな事業者が伸びていきます。

悪質商法だけでなく、食品の表示・安全など安全・安心な生活をおくるためのすべての購買行動に実践する必要があります。

(3) 社会的価値に配慮した選択・行動

消費者が社会的価値に配慮した選択・行動をとることにより社会構造の変革につながります。

例えば、この商品は地球環境にやさしいか、地場産業の育成になるか、国家間の格差・平和共存に配慮しているか、高齢者・障害者支援、災害被災地支援につながるかなど、社会的価値を意識しての消費行動が必要です。

生協では以前から安全なもの、社会的価値に配慮した商品などについて学習しています。

(4) 地域の消費者・生活者と連帯して行動

ここが一番大事な部分です。

合理的な選択、被害に遭わない選択、社会的価値に配慮した選択・行動は、すべての消費者が簡単にできることではありません。弱い、情報が少ない消費者に頑張れという社会ではなく、主体的に行動する消費者が地域の一般消費者・生活者と連帯して行動することにより、地域住民全体の暮らしの安心・安全を目指す社会を「消費者市民社会」といいます。

○国民生活白書での「④消費者市民がやさしい眼差しをもって一般的な消費者・生活者と連帯し、また企業で働く人も消費者・生活者の視点を持って事業活動を見直し、社会構造をよくしていく社会である」は消費者市民社会の中核となる文言であり、地域のネットワークにつながります。

○消費者市民を増やし、ネットワーク作りにつながる具体的な例についてお話しします。

①環境問題の学習から団体構成員・地域住民への情報発信をしていく。

②最近の消費者被害の情報収集から見守りネットワークの役割分担へ

例えば、クーリング・オフについて伝えるとき、「できますよ」の助言だけでなく、分かり易い言葉で、本人の判断に直接結びつく様に話す。自分が学ぶことと、人にどう伝えれば良いか、違いを理解する。

③広告・契約書の検討から地域住民への情報発信・事業者への改善申入れ

例えば、適格消費者団体の活動

- ・第1段階 トラブルにつながるものかどうか、消費生活センターから最新の事例を学びます。正確に知って地域に知らせます。
- ・第2段階 問題だと思ふ事例を集め、専門家と一緒に検討します。
- ・第3段階 事業者に疑問点の問い合わせをします。ここで、会話のできる事業者と、つばねる事業者が見えてきます。誠実な事業者は見方につけます。
- ・第4段階 違法性が認められ、改善に応じない事業者に差し止め訴訟請求をします。

(5) 消費者行政の整備・強化

○会話の成り立たない悪質業者の取り締まりや指導は行政にきちんとやらしてもらわないといけない。消費者センターの窓口がきちんと完備されていないと、ネットワークが立ち行かなくなります。そういう意味で消費者は、消費者行政の実態調査を行い消費者行政

の整備・強化についてチェックし、上手く動いていないときは声を出していかないとい
け
ない。

また、行政の中には消費者行政、高齢者福祉部門と行政の中で連携することができ
る。地域のいろいろの核が集まって連携し、まさに官民の網の目でネットワークを作っ
て

いく必要があります。

まずは動いている団体が情報交換を行い、継続的にやっていくことが必要です。

○継続していやって行くには消費者教育推進法が制定されているので（6）についてお
話
しします。

（6）消費者教育推進法の制定と消費者教育

○消費者教育推進法第3条に消費者教育の基本理念がかかれています。

- ・主体的に消費者市民社会の形成に参画するよう、その育成を支援する。
- ・学校、地域、家庭、職域など多様な主体の連携と消費者省察との連携を確保して効果
的に行う
- ・現在および将来の社会経済情勢・地球環境その他多角的な視点で行う。

○地方自治体の責務についても法律で定められています。

- ・消費者教育の施策を策定し実施する、
- ・財政上の措置
- ・地域における消費者教育の推進

○政策目標があり、財政措置がある中で、地域で何をするのかというと

- ・地域における消費者教育の推進

・消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センターその他の該
当

道府県または市町村の関係機関を持って構成する「消費者教育推進地域協議会」を組
織
する。

○「消費者教育推進地域協議会」をつくり、自ら考え、行動する消費者の仲間を増やし
て

いきましょう。自ら学び、行動し、発信する消費者教育を要望するそのもととなるの
が

ネットワークである。

○具体的な課題

①社会人教育

単発の消費者教育も必要であるが、シリーズで学習してもらい、自分たちが発信する
こと例えば寸劇で発表するなど必要である。（家庭の主婦、団塊世代）

②学校教育 すべての若者が消費者教育を学ぶことになる。ネットワークの中で教材を
作り、学校の教職員に提供する。またはネットワークの中の専門家が生の声で伝えて
いく。