

センターからの

岡山県消費生活センター

〒700-0807 岡山市北区南方2丁目13-1
きらめきプラザ5階

TEL 086 (226) 1019 (2021.2月発行)

お便り

50周年
記念
増刊号

消費生活に関するご相談は

●岡山県消費生活センター相談ダイヤル

岡山 …… **086 (226) 0999** 火曜日～日曜日 9:00～16:30

津山分室 …… **0868 (23) 1247** 月曜日～金曜日 9:00～12:00・13:00～16:30

●消費者ホットライン **局番なし 188** (身近な消費生活相談窓口につながります。「188泣き寝入り」で覚えてください。)

●岡山県消費生活センター **FAX:086 (227) 3715**

e-mail: syohi@pref.okayama.lg.jp

Twitter アカウントID @SyohiOkayamaken

●消費のアドバイス 山陽新聞 毎月1回掲載

消費生活センター50周年(巻頭)

岡山県消費生活センターは、1970(昭和45)年6月に中四国地域でトップを切って設置されました。場所は、表町の上之町ビルの3階です。当初は年間500件から600件程度の相談だったようです。その後、1976(昭和51)年に石関町の県総合福祉センターに移転しました。

1970年代の日本は、高度成長期にあり、大量生産、大量消費の社会到来とともに欠陥商品による深刻な消費者危害が発生したり、不当表示事件が大きな社会問題になりました。その後、1973(昭和48)年にはオイルショックを契機とした狂乱物価などの消費者問題も発生しました。

現在の「きらめきプラザ」には2005(平成17)年9月に移転し、ちょうど15年が経過しました。このきらめきプラザには様々な相談機関が入居しており、合同で研修会を開催するなど機関同士の連携も図られているところです。

当センターの相談事例を見ますと、架空請求や、悪質な訪問販売など、消費者の安全・安心を脅かす事例は後を絶ちません。そうしたことから、消費者のみなさんから寄せられる消費者トラブルによる被害や苦情などに対し、問題解決のための助言などを行っています。また、一人一人が地球や社会に配慮した消費行動を実践できる消費者市民社会の実現のための消費者教育を推進していく拠点としての役割も担っています。

最近では、通信販売などインターネットの利用が当たり前になり、フリマアプリなどの個人間取引や消費者が海外の事業者と直接取引を行うことも可能になっています。また、決済手段については、電子マネー、QRコード決済など多様化が進み消費者の利便性が向上しています。

一方で、こうした新しい取引や決済手段が普及することにより、新しい種類の消費者トラブルが発生してきています。広告や勧誘をうのみにせず、幅広く情報を収集したり、商品を比較検討したりして、これまで以上に「しっかり考えて購入する」ことが大切になっています。

当センターでは、「消費者市民」である皆様の、消費生活の安全・安心のため、これまで以上に、お役に立つことを目指しています。

これからも、県内の消費生活センターと連携しながら、相談機能の充実と専門性強化とともに、被害防止のための啓発セミナーや消費者教育へと様々な施策で消費者問題に取り組んでいきますので、積極的に御活用ください。

岡山県消費生活センター 所長 上野 和也

岡山県消費生活センターのあゆみ

岡山県・センターの動き	年	全国の動き
●岡山県消費生活センター設置 (岡山市表町) 	昭和43年(1968年)	●消費者保護基本法制定 ●国民生活センター設立
●岡山県消費生活問題研究協議会設置	昭和45年(1970年)	
●津山地方振興局へ消費生活相談員を配置	昭和48年(1973年)	●第1次オイルショック
●法律相談日の開始	昭和49年(1974年)	
●岡山県消費生活センター移転 (岡山市石関町) 	昭和50年(1975年)	
●「消費者の日」制定記念大会を開催 一日センター長に池田厚子さんを迎える 	昭和51年(1976年)	●訪問販売等に関する法律(訪問販売法)公布
●「消費者の日」(5月30日)制定	昭和53年(1978年)	
●くらしの相談員(民間ボランティア)制度発足	昭和58年(1983年)	●貸金業の規制等に関する法律(貸金業規制法)制定
●豊田商事関係特別相談日設置	昭和60年(1985年)	●豊田商事事件
●全国消費生活情報ネットワークシステムPIO-NET稼働	昭和61年(1986年)	
	昭和63年(1988年)	●「消費者月間」(5月)制定

岡山県消費生活
センター館内



入り口



生活情報サロン



相談

岡山県・センターの動き

年

全国の動き

- 岡山県消費生活条例公布
- 岡山県消費生活センター移転(岡山市南方)



- 岡山県消費生活基本計画策定

- 新岡山県消費生活基本計画策定

- 岡山県消費者教育推進計画策定
- 消費者教育コーディネーターを県消費生活センターへ配置

- 消費者教育コーディネーター人材養成講座開催

- 第3次岡山県消費生活基本計画策定

- 第3次岡山県消費生活基本計画変更

平成7年(1995年)

- 阪神・淡路大震災
- 「製造物責任法」施行

平成12年(2000年)

- 消費者契約法制定
- 訪問販売法改正、特定商取引に関する法律(特定商取引法)と改称

平成15年(2003年)

- 「ヤミ金融対策法」公布

平成17年(2005年)

- 消費者基本計画策定

平成18年(2006年)

平成21年(2009年)

- 消費者庁及び消費者委員会設置
- 消費者安全法制定

平成22年(2010年)

- 「消費者ホットライン」全国で運用開始
- 消費者基本計画策定

平成23年(2011年)

- 東日本大震災

平成24年(2012年)

- 消費者教育の推進に関する法律施行

平成26年(2014年)

- 消費税5%から8%に変更

平成27年(2015年)

- 第3期消費者基本計画(2015~2019年度)策定
- 食品表示法施行
- 消費者ホットライン3桁化「188」の導入

平成28年(2016年)

平成30年(2018年)

- 民法改正(成年年齢引き下げ:令和4年(2022)年4月施行)

平成31年(2019年)

令和2年(2020年)

- 全世界で新型コロナウイルス感染症が大流行



センター



電話相談室



研修室



学習室

「アフターコロナ時代の豊かな消費生活の実現に向けて」 ——消費生活センター50年のあゆみと今後の役割——



岡山商科大学 名誉教授
鳥越 良光

1. 消費生活センターの誕生とかかわり

先ずは、半世紀にわたり消費者の権利を守る筈として消費生活センターは重要な役割を果たし、県民の健全な消費生活の実現に貢献されてきたことに敬意を表します。さて、岡山県消費生活センターは中四国で最初に、1970年6月に表町商店街(上之町)にオープンしました。当時は日本経済の高度成長期のピーク時で、大量生産―大量販売―大量消費の花盛り、戦後の物不足で苦しんだ生活の反動で人々はこぞって消費に幸せを求め、住宅をはじめ家電製品、衣服、食料品、自家用車等のいわゆる三種の神器、3Cと言われた商品を競って購入しました。

ところが、生産者優先の体制の中での経済成長のため、数々の消費者問題を引き起こすことになりました。例えば、不良マッチ、森永ヒ素ミルク中毒事件、ニセ牛缶事件、欠陥自動車問題、果実飲料表示問題、カラーテレビの二重価格問題、SF商法による被害、トイレットペーパー騒ぎ等々の消費者問題が多発し重大な社会問題に発展しました。

こうした中で、国は1968年5月に消費者の憲法とも言われている「消費者保護基本法」を制定し、消費者の権利を守る筈として各県に消費生活センターの開設を求め、岡山県は中四国の中で最初に消費生活センターを上之町にオープンさせました。

私は大学院で商品学やマーケティングを専攻していたので、テレビのニュースでセンターの開設を知り、何かお手伝いできればと思いセンターに足を運びました。センター長の太田素太郎氏や藤田義次部長とお会いし、囑託職員としてお手伝いをすることになりました。私の主な仕事は『くらしのニュース』(月刊)を作ることになり、創刊号から36号まで編集させていただきました。

発足当時は、前例なしの新行政のため手探りで県民の期待に応えるべく職員一丸となって、商品テスト、消費者相談、消費者講座、消費者教育、展示等の在り方について議論しながら開拓者精神で真剣に取り組んでいました。

また、岡山県消費者苦情処理委員会(委員長)、岡山県消費生活懇談会(会長)にも参画させていただき、消費者行政全般に関わることになりました。お陰様で、理論だけでなく現場の体験は、その後の私の人生にとって掛け替えのない道場となりました。

2. 経済的豊かさの落とし穴

私たち人間は何のために生きているのでしょうか?それは「豊かな人生、幸せな人生」を求めているのだと思います。すなわち目的は「豊かな人生、幸せな人生」であって、モノやカネ等はそのための手段に過ぎないのです。いかに多くのモノやカネ等を所有したとしても必ずしも豊かな幸せな人生を手に入れたことにはならないでしょう。

モノやカネ等による経済的豊かさはMOREの原理が働くため、無限大(∞)の欲望の追求となり、終わりなき戦いです。従って、モノや商品等を如何に多く所有しても豊かさ、幸せ感を味わうことは不可能です。結果は意に反し、満足ではなく精神的貧乏の追求に終わってしまいます。哲学者エピクロスによれば、貧乏とは「少ししかモノを持っていない人ではなく、無限の欲望があり、いくらあっても満足しない人」と説いています。

まさに、経済的豊かさの追求は競争原理のため、持てる者と持てない者の貧乏の格差拡大、使い捨て文化(浪費)による環

境・自然破壊等の原因になるでしょう。これは人類にとって大変不幸なことと言わざるを得ません。真の豊かさ・幸せ感とは経済的豊かさ(相対的価値)よりも精神的豊かさ(絶対的価値)の追求によってもたらされるものです。

3. アフターコロナ時代の消費生活の在り方

昨今のコロナ禍の中で感じることは、これまでの経済的豊かさ、つまり潤沢なモノやカネに囲まれ一見贅沢そうな消費生活が、私たちが求めてきた真に豊かな・幸せな人生だったか否かを見直す必要性を暗示させているのではないかと。今一度、これからの新しい生き方は何かを真剣に一人ひとり熟慮することから始めなければなりません。モノや商品等よりももっと大切なものがあることをコロナ禍は気付かせてくれたはず。モノやカネ等(手段)よりも家族、友人、仲間、愛、自由、自由時間、健康、命、環境、助け合い、思いやり、自然、連帯などカネやモノ等では測れない幸せ価値(目的)であることを実感させてくれたはず。

従って、アフターコロナ時代の新しい生き方は「少しのモノやカネ等でも心豊かな生活」すなわち「質素な生活」をエンジョイできる生き方が求められる時代の到来ではなからうか。そのための価値観の転換や法整備、制度設計が今後必要となるでしょう。これは新しい国づくりとも言えるでしょう。

4. 今後の消費生活センターの役割

前にも触れたように、人間は幸せになることを目的に誕生したものであって、決してモノやカネ等(手段)を誰よりも多く所有するために生きているのではないと思います。従って、探求すべきは経済優先のGDP(国内総生産)からGNH(国民総幸福量)への価値観の転換です。

振り返ると、これまでの消費生活センターは、戦後のモノ不足の中から商品等の購入及び使用の際の問題を中心に、それに伴う消費者被害を解消することに重点を置いて運営されてきました。その役割は十分果たしていると言えますが、モノ余りの時代を迎えて、センターの役割の見直しが必要ではないかと思えます。

その上、アフターコロナ時代に求められるセンターの役割はこれまでの消費者問題の事後処理ではなく、未然防止に向けた運営がより大切になります。その中心は消費者教育に重点を置いた運営に転換しなければなりません。従って、当然これまでの教育内容も方法も変更する必要があります。つまり如何に上手に商品を購入するか、使用するかよりも何のために商品が必要なのか、どう使用すれば幸せになれるのかを社会全体の視点から鳥の目の如く俯瞰的に思考できる真に賢い消費者づくりが求められるでしょう。また、方法としてはこれからのデジタル社会の進展に伴い情報の伝達及び広報にIT化を推進し、未然に消費者の権利を守ることが急務となります。こうした予防に重点を置いた機能転換は社会コストを低減させ費用対効果を高めることとなります。

終わりに、消費生活センター50周年に当たり、これから100周年に向けて益々県民の幸せな消費生活の実現のためにご活躍されますよう祈念して結びとさせていただきます。