

## 「消費者の日」記念講演 (H19.5.24)

### みんなで築こう 身近な安全・安心

#### ●消費者被害を防ぐための地域におけるリーダーの育成●

講師 内閣府国民生活局消費者企画課 課長補佐 山崎速人さん

### はじめに

私は、今回で2度目の松山ですが、感想としては、大らかで、ゆったりとしたところで、温暖な土地柄だなと感じています。しかし、やはり、人がいるところには悪質商法による被害があります。

一緒に、どのようにしたら消費者が被害にあうことを防げるかを考えていきたいと思います。

### 身近な安全・安心

まず、はじめに消費者月間の全国統一テーマが「みんなで築こう 身近な安心・安全」ということで、その話をさせていただきます。

昔からあったのかもしれませんが、消費者に身近な事故がここ数年多発している印象があります。昨年6月の男子高校生のエレベータ死亡事故をはじめパロマのガス瞬間湯沸器の一酸化炭素死亡事故、シュレッダーの事故など、これらにはそれぞれ担当する役所があり、検討や指導が行われていますが、消費者にどうやったら危険な商品であることを伝えられるかということが将来的な検討課題となっています。

昨日も国民生活センターからこんにゃくゼリーの事故の発表があり、今年の3月と4月に小学生が一人ずつ亡くなるなど、様々な事件事故が起こっており、非常に深刻な事態だと感じています。

最近、「ヒヤリ・ハット」と言い、「ヒヤリ」と「ハット」と言うことですが、「危なかったなあ」ということが少なからずあると思います。しかし、その時は、せいぜい家族・知人の中で話題になったりするくらいで終わってしまいます。「ヒヤリ・ハット」の情報は、みんなで共有して責任を持って指導するところに届けることが大事です。内閣府では国民生活センターに全国の消費生活センターから寄せられた情報をPIO-NETというシステムで収集しており、情報の積み重ねが重大事故を防ぐと考えていますので、「ヒヤリ・ハット」の情報は、ぜひ消費生活センターにお伝えいただければと思います。

内閣府としても様々な事件を受けて、検討を行い身近な安全安心の確保ということで委員会を設け、5月17日に報告書を取りまとめております。特に重要なのは事故情報の収集・活用ということであり、「安全安心のための書き込み自由の事故情報データベース(仮称)」、これを構築できればと考えています。

今回こんにゃくゼリー事件が起こり、PIO-NETで把握しましたが、場合によってはこういうシステ

ムを使えばもっと早く情報が共有化され、危険な情報の発信や指示ができたかもしれません。



近年、商品自体の高度化や性能の向上により、今まで考えられなかった事故が起こっています。

結局、どうするかというと、私達一人ひとりが気をつけるということであり、事故に至らなかったからまあいいか、ではなくて、そういったことがあれば、関係するところへ届ける、教えるということが大事なのではないかと思っています。

特に、今後ますます役所がいくら気をつけても、危険な製品等が出回る可能性がありますので、皆様のご協力によって、事件等により傷つく人が一人でも減るように進めていただければと思います。

### 地域におけるリーダーの育成

#### ◇地域における消費生活リーダーの役割

そもそも消費者リーダーというものは何かといいますと、色々あると思います。消費生活専門相談員或いは消費生活アドバイザーという資格を持った人をリーダーと呼ぶのか、場合によっては弁護士をリーダーと呼ぶのか、また資格ではなくても一定の研修を受講されて、地域の核になって消費者問題に関する活動をしている人を指すのか。基本的には限定的にこれというふうには考えない方が良いのではないかと考えています。どんな方でも消費生活に関することに携わっている人がいれば、その方がリーダーとして活動していただくのが一番良いのではないかと思います。何かで困っている場合、誰かに相談すれば解決することが多く、また、聞いてもらったことよってほっとするという側面もあることから、とにかく誰か聞いてあげる人が必要だと思います。

大阪教育大学の鈴木真由子助教授を座長とする「消費者教育の講師育成に関する研究会」というの

があり、私は、オブザーバーという立場で参加しており、平成19年3月に『消費者教育の講師育成に関する実態調査報告書』を出していますが、基本的には講師・リーダーの育成というのは決まった考え方や方針、実績があるわけではいことから、今年の実態の把握を中心に進められました。

この報告書の中には、リーダーの活動とはどのようなものなのかということで、A、B、Cと報告書の中にあるのですが、Aは弁護士などの専門家が市民などに啓発する、Bが弁護士とまでいなくても消費生活相談員や行政職員が啓発する、Cが自発的な活動として研修を受けた又は詳しい市民が市民に対して啓発する、となっています。AとBは専門家が啓発、Cは市民同士の啓発ですが、皆さん色々とお考えをお持ちだと思います。松山は野球の土地柄ですけれども、野球に例えれば、プロの野球選手が子供を教えるのか、それとも近所の野球をちょっとやったおじさんが教えるのかということになります。つまり、すごく高度な知識能力を持っているけれどもいつも来られない人が教えるのか、高度な知識能力がなくてもある程度知識を持った人が日々の活動の中で教えるのかという問題ではないかと思えます。専門家というのは全国でもそんなに数多くなく、各都道府県にもたくさんいるわけではなく、どうしても限界があります。やはり市民同士で教えあうということによりすそ野が広がって行くというふうにも考えられます。

### ◇リーダー育成の現状

全国各県、どの県でもリーダーの育成講座は、色んな名称で行われており、くらしのリーダー研修会、リーダー専門講座、消費生活大学など様々なものがあります。東京の世田谷区では先駆的な取り組みを行っており、講座を受講した人がネットワークを作って登録されており、区の講座に常に派遣されています。

### ◇リーダー育成の課題

課題としましては、リーダー育成後に、そのリーダーがどこでどういうふうに活躍するか、行政の方の課題かもしれませんが、講座で学んだことをどう生かすかということが示されていないということです。それを何とかしていくというのが一番大きな課題だと思います。

都道府県レベルではほとんどの自治体で講座を実施しているのですが、市町村レベルではほとんど実施されていません。ただ実施していないところでも育成の必要性は感じている。感じているがやっていない。理由は予算的な問題があるそうです。予算がないということは優先度を低く見ているということかもしれませんが、予算がなくてやっていないということだそうです。

講座のカリキュラムについても悪徳商法などの問題に関する知識は教えているようですが、講座終了後リーダーが講座を開くときにどういう指導法でやるかということのカリキュラムが組み立てられていないということが問題のようです。

### ◇今後に向けて

最後に、同報告書の提言ですが、国、都道府県、市町村、それぞれにおいて役割を明確にしていく必要があるのではないかと考えています。

特に、国はどのような目的・意義でリーダーを育成すべきかを明確化するとともに、カリキュラム・ガイドラインを示すこと。場合によっては、講師を派遣すること。それから講座の修了者に対して身分保証をすること。例えば、都道府県、市町村が作った資格に加えて、更に、より高度な資格を国が与えらるか、そういういくつかの段階にしておく、自分がリーダーになろうという気持ちがより強まるのではないかとするような話しも出ています。

一方、都道府県は、養成講座の企画・実施や、更に市町村が行うリーダー養成講座への講師の派遣、更に市町村への講座の運営や講師活動のノウハウの支援、フォローアップの講座の開催などが必要になる、とこの報告書では言っています。

結局はかにかに多くの方が消費者問題に目を向けて下さるか、それによって、被害を防ぐかということがなんと言っても重要であります。

そのためには、行政の責任は大きく、私ども、それから愛媛県さんも大きいわけですが、ここにお集りの高い意識をもった方々が中心となって身近な生活の中から来る色んな問題に対して日常的に消費者問題に係る知識のない方に伝えていただくことは極めて重要であります。「口コミ」という言葉もありますけれども、実際、人と人の話の中で、伝えられること感じられることが、すごく効果的です。もちろんCMとか新聞とか、マスメディアによって伝えられることも多いんですが、そういう取り組みをしていただくことが重要なわけです。

今後ともそのようなことにご留意をいただくことをお願いし、また、皆様のご活躍を祈念いたしまして話を終わらせていただきます。長い間どうも有り難うございました。

### おわりに

好評を博した山崎速人さまの講演概要です。紙面の都合上、全てを掲載できなかったことをご承ください。

◎「消費者の日」記念集会（記念講演、消費者のつどい）のビデオをお貸しします。消費生活センターまで御連絡ください。（送料は利用者負担）

**不安に感じたらすぐに最寄りの市町の相談窓口や愛媛県消費生活センターに相談しましょう。**

**愛媛県消費生活センター**

TEL 089 - 925 - 3700

FAX 089 - 946 - 5539

e-mail seikatu-center@pref.ehime.jp

# 新しい「金融商品取引法」とは

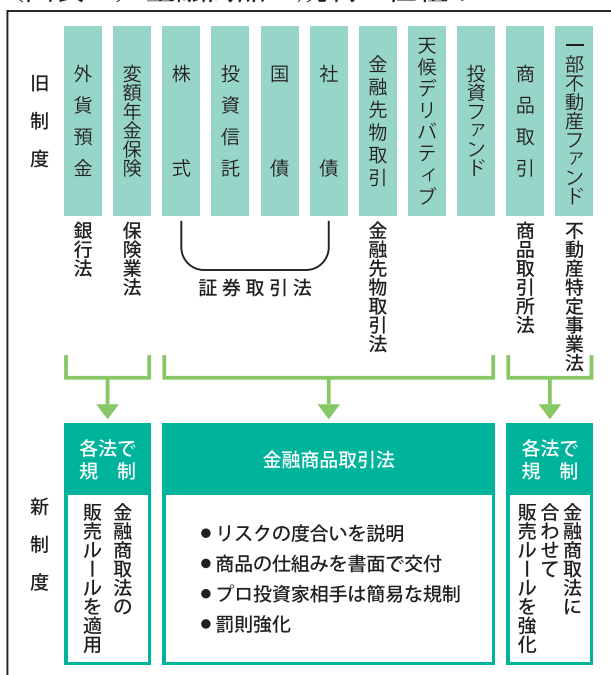
愛媛県金融広報アドバイザー 岸本 宏三郎

## 1. 金融商品取引法とは

金融商品取引法とは、投資家の保護を主な目的として、現行の「証券取引法」などを抜本的に改正して成立したものです。（2006年6月成立、2007年9月頃施行予定）

これまで、株式は証券取引法、金融先物取引は金融先物取引法などと、金融商品ごとに法律が定められていましたが、法律の隙間を突く金融商品が相次いで登場し、投資家が損失を被る案件が多くなってきました。そこで、金融商品ごとに定めていた勧誘や販売のルールを一本化し、横断的な法制を整備することによって、投資家保護ルールの徹底と利用者利便の向上、「貯蓄から投資」に向けての市場機能の確保および金融・資本市場の国際化への対応を図るため改正されたものです。（図表1）

（図表1）金融商品の規制の仕組み



『金融商品なんでも百科 平成18年度版』（金融広報中央委員会発行）抜粋

## 2. 投資家保護のための主な改正点（金融商品取引業者等への取引規制）

### （1）広告規制

金融商品の利点だけを強調するだけでなく、手数料や元本損失等が生じる可能性がある場合は、利点と同程度のスペースと文字・数字の大きさで表示することを定めています。

### （2）契約締結前・締結時の書面交付義務

金融商品の契約締結前と締結時には必ず書面を交付し、商品の仕組みを説明したうえで、元本がどの程度失われる恐れがあるのかなど、リスクの

度合いまで明らかにしなければなりません。

### （3）適合性の原則

顧客の知識、経験、財産の状況および投資目的に照らして不相当と認められる勧誘をしてはならない旨を定めています。

### （4）不招請の勧誘の禁止

勧誘の要請をしない顧客に対して訪問や電話による勧誘をしてはならない旨を定めています。（当面、対象商品は店頭金融先物取引に限られる予定です。）

### （5）再勧誘の禁止

勧誘を受けた顧客が締結しない旨の意思を表示したにもかかわらず、勧誘してはならない旨を定めています。（当面、対象商品は金融先物取引に限られる予定です。）

※（2）（3）（4）（5）は顧客が特定投資家（プロ）の場合、除外規定があります。

## 3. その他の主な改正点

### （1）特定投資家（プロ）と一般投資家（アマ）との区分

機関投資家などを中心とするプロ向けの販売については規制を緩和し、一方、個人投資家を中心とするアマ向け販売については規制による投資家保護を図っています。

### （2）開示制度の整備

市場の透明性向上を図るため、2008年4月1日以降に開始する事業年度から、上場企業に四半期（3ヵ月ごと）決算の開示を義務付けるほか、財務諸表に係る内部統制の強化が図られます。

### （3）取引所制度・罰則等

取引所の上場審査や売買審査などの自主規制機能が強化されます。また投資家保護の観点から、不公正取引、有価証券届出書の虚偽記載、インサイダー取引などの罰則も強化されます。（図表2）

（図表2）罰則強化

違反行為	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 不公正取引、風説の流布・偽計、相場操縦</li> <li>● 重要事項に虚偽記載のある有価証券届出書などの提出</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● インサイダー取引</li> <li>● 有価証券届出書などの不提出</li> </ul>
現行	懲役：5年以下 罰金：（個人）500万円以下 （法人）5億円以下	懲役：3年以下 罰金：（個人）300万円以下 （法人）3億円以下
改正	懲役：10年以下 罰金：（個人）1000万円以下 （法人）7億円以下	懲役：5年以下 罰金：（個人）500万円以下 （法人）5億円以下

## 4. おわりに

金融商品取引法の柱である投資家保護は、投資家が自己の責任と判断で、今よりも公正かつ公平に金融商品の取引ができることを目指しているものであって、金融商品の価値自体を保証するものではありません。

私たちは、金融市場の国際化や今年10月からの「ゆうちょ銀行」の誕生などによって多様な金融商品に接する機会が今まで以上に多くなってきます。引き

続き『自分の資産は自分で守る』を基本原則に、一人ひとりのライフプランにあったバランスのとれた資産運用を心がけましょう。

将来、金融商品の利用者の保護は、今回対象となっていない預金、融資、保険などすべての金融商品が一元化された法律のもとでなされることが期待されています。

金融商品取引法は、施行までに政令等によって規制が一部変更される可能性があります。

## お金について学びませんか？

参加者募集

子どもの金融・金銭教育に関する講演会等を次のとおり開催します。  
多数の皆さんの参加をお待ちしています。

### くらしとお金の講演会

日 時：平成19年7月13日(金) 13時30分～15時10分〈受付13時00分〉  
場 所：西条地方局 7階 大会議室〈西条市喜多川796-1〉  
講 演：「子どもとお金の話 していますか？ ～なぜ、今 金銭教育が必要なの？～」  
講師：NPO法人「マネー・スプラウト」代表 羽田野 博子 氏

お問合せ・申込み：住所、氏名、電話番号を明記の上、電話、FAX、E-mailでお申し込みください。  
愛媛県県民環境部管理局県民生活課へ 電話：089-912-2337 FAX：089-921-0631  
E-mail：kenminseikatsu@pref.ehime.jp

### 知るぼると・キッズお金のセミナー

日 時：平成19年7月21日(土) 13時30分～15時00分〈開場13時00分〉  
場 所：いよてつ高島屋 9F ローズホール〈松山市湊町5-1-1〉  
講 演：「仕事ってなに？ お金ってなに？」  
講 師：シンクタンク・ソフィアバンク副代表 藤沢 久美 氏  
対 象：小学4年生から6年生までの児童とその保護者（先着50組・100名）

### 知るぼると・キッズ体験学習講座

日 時：平成19年8月7日(火) 13時00分～15時30分〈開場12時50分〉  
場 所：日本銀行松山支店〈松山市三番町4-10-2〉  
内 容：体験学習「来て見て なにこれ!? にちぎん あれこれ」  
講 話「だいじょうぶ? お金の使い方」講師：金融広報アドバイザー 丹下 紘 氏  
対 象：小学生児童とその保護者（先着15組・30名）  
お問合せ：愛媛県金融広報委員会(事務局:日本銀行松山支店) TEL.089-933-6308

## 6月のねだん・くらしにかかる主なもの (県職員価格調査から)

(この調査は毎月10日に実施しています。)

区分	品 目	規格・量目等	平均価格 (円)	前月比 (%)	売られていた値段(円)	前年同月 平均価格(円)
食	うるち米	5kg国内産 精米 単一種類 コシヒカリ	2,013	101.4	1,780 ~ 2,380	2,081
	キャベツ	普通品 1kg	133	70.0	52 ~ 235	215
	ほうれんそう	普通品 1kg	703	138.4	128 ~ 1,238	702
	トマト	普通品 1kg	390	82.6	193 ~ 652	486
品	牛 肉	100gロース国産(銘柄牛を除く)	674	103.1	490 ~ 990	584
	牛肉(米国産)	100gロース 米国産	-	-	販売なし	-
	牛肉(オーストラリア産)	100gロース オーストラリア産	365	126.3	248 ~ 418	265
	鶏 肉	ブロイラー もも肉 100g	110	97.3	88 ~ 136	112
	豚 肉	100gロース	238	99.6	168 ~ 399	213
石油製品	プロパンガス	一般家庭用10m <sup>3</sup>	6,307	99.1	5,628 ~ 6,825	6,293
	灯 油	配達価格18ℓ	1,608	102.0	1,500 ~ 1,737	1,610
	ガソリン	現金売り レギュラー 1ℓ	141	102.2	135 ~ 146	139
日用雑貨	紙おむつ	乳幼児用 Mサイズ 50~60枚入り	1,333	96.9	980 ~ 1,598	1,277
	トイレトーパー	古紙114mmx55m~65m 12ℓ-ℓ入り 1袋	344	96.6	258 ~ 458	336
	ティッシュペーパー	400枚(200組)入り5箱組	331	99.4	238 ~ 502	342

(注)「売られていた値段」は、県職員が価格調査を実施した店舗で売られていた価格帯です。  
物価に関するお問合せやご相談は、愛媛県庁県民生活課(089-921-0631)へお気軽にお寄せ下さい。

発行：愛媛県県民環境部管理局県民生活課

(〒790-8570 松山市一番町四丁目4番地2) 089-921-0631 (兼FAX)  
愛媛県消費生活センター (〒791-8014 松山市山越町450番地) 089-926-2603