



Title	消費生活センター：豊かな消費生活のための啓発や商品テストなど
Author(s)	
Citation	大阪公衆衛生. 1969, 23, p. 32-33
Version Type	VoR
URL	https://hdl.handle.net/11094/84367
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

■施設をたずねて

消費生活センター

豊かな消費生活のための 啓発や商品テストなど

昨年5月の消費者保護基本法の成立をきっかけとして、消費者利益の擁護とその増進をはかるための総合的なセンター、「消費生活センター」設置の動きが各地にみられる。大阪では、さる8月5日、北区桜橋にオープン、主婦や高校生など毎日100人前後の人が見学に訪れ、センターへよせられる期待は大きい。

豊かな消費生活をするために、またかしこい消費者になるために、センターのおこなう業務は、消費者の啓発、相談および苦情処理、商品テスト、消費者問題の調査研究などにわかれていて、府の職員10名と、財団法人関西消費者協会から出向の職員2名がおのこの業務を分担している。

入口をはいるとすぐ左手に相談コーナーがあり、ここでは、消費生活相談、買い物相談、苦情相談などをうけつけている。9月実績をみると、相談苦情受付件数は84件、種類別にみると、やはり食料品が42%とトップ、ついで、衣料品、寝具12%、電気、ガス、石油

器具6%とつづく。特選あずきのかんづめ、あけてみたらとんでもないくずあずきだったといったような苦情ももちこまれたそう。PRがゆきとどいているのか、他府県から相談をもちかけてこられる方もあるという。

ブルーの床面に、明るい色彩のはえる展示ホールは約60坪、食品コーナー、家庭用品コーナー、品質表示コーナーなどにわかれている。パンフレットによると、じょうずな買い物をし、じょうずに使うための商品知識、または生活設計や衣食住など生活の参考になる商品の実物やパネル、写真などが展示してあるということだが、消費生活センターという名称から想像したのとはうらはらに、いたってありふれた内容である。

例えば、繊維コーナーでは、種類、用途、特徴、商標名、洗濯のしかたなどがそれぞれの繊維について説明されているが、これなど、主婦を対象とした雑誌な



どでもみかけるものにすぎない。見学者は、展示物を一通りみて、読んでみるが、それだけに終わってしまいそうな気がする。

ここには府の公報コーナーが併設されている。展示ホールの約半分をしめるこのコーナーにある長さ10メートルの大パノラマや、航空映画、大阪の百年史など、工夫のあとのうかがえるもので楽しい。ホール奥の府勢コーナーは、濃いブルーの壁に、各テーマにちなんだ写真屏がしゃれていて、警察、衛生、労働、住宅、所得、産業など14のテーマにわかれ、それぞれの扉をあけるとテープがまわりだし、説明が聞けるようになっている。

大研修室では、ちょうど30人程の主婦が集まっていて、「電化生活を楽しく」という映画が上映されていた。ここでは、消費生活講座、くらしの1日講座など、主婦を対象に、生活を合理化し、快適な日常生活ができるように、消費者問題、衣食住、生活設計などについて、理論と実験、実習を組み合わせた講座が開催される。

大、小の研修室につづく実験実習室では、冷凍食品を使って調理講習が行なわれ、にぎやかな風景である。ガラスごしにのぞいた電気、繊維、化学などの試験室では、不当表示、規格違反、有害、あるいは、危険性などから消費者を保護するために、食品、繊維製品、電気用品等に関して、品質、性能、安全性などについて、商品テストが行なわれる。しかしながら、テストの結果について、センターがどの程度の権限を有するのかという点になると問題があるらしい。結果がかんばしいものでなかった場合でも、公けにするわけにはいかないそうで、その苦情をもちこんだ人に伝えられるだけとか、大阪人らしからぬもったいない話である。

めまぐるしい技術革新の結果、多種多様な商品がうみだされ、新たな消費者問題が生まれつつある中で、スタートしたばかりのこのセンターの果たす役割はますます増大するであろう。