

平成28年2月12日

久慈市議会議長 中平 浩志 様

久慈市議会議員 豊巻 直子

政務活動費を使用した研修会への参加について（報告）

政務活動費を使用して、下記研修会に参加したので報告します。

記

1. 研修会名 平成27年度 岩手県消費者大会
2. 日 時 平成27年10月28日（水）10：30～15：00
3. 場 所 岩手県盛岡市 サンビルホール・会議室
4. 主 催 岩手県消費者大会実行委員会
5. 研修日程
 - (1) 基調講演 「安心して暮らせる社会をめざして
～税制・社会保障・雇用問題を考える」
大阪経済大学経営学部客員教授 岩本 沙弓先生
13：10～14：45 ホール
 - (2) 分科会 第4分科会 消費者問題
『消費者被害にあわない』から『消費者が主役の社会を作る』
へ転換していくために」
不来方法律事務所 石橋 乙秀 弁護士
10：30～12：20 7階 5号会議室
6. 報告内容
 - (1) 基調講演「安心して暮らせる社会をめざして
～税制・社会保障・雇用問題を考える」
大阪経済大学経営学部客員教授 岩本 沙弓先生
 - ①米為替報告書によるアベノミクスの評価 2015年4月
 - ・第1の矢：適切な財政政策や構造改革とセットになっていない金融政策への過度の依存は、日本の回復とデフレからの脱却をリスクに晒す
 - ・第2の矢：消費増税による民間所得の下落、賃金低下など実体経済が低迷
 - ・第3の矢：今後は、政府は輸出に過度に依存することを回避する必要がある。外需よりも内需に。それが不十分なのは、政策に偏りがある。
 - ②有効求人倍率を見ると、正規雇用1.075、非正規を含め1.19倍
(5月)
 - ③就職件数を見ると、前年同月比-10.4%であり、2012年以降マイ

ナス。就職に結びつかない求人だけが増えている。

- ④「年金積立管理運用独立行政法人」によると、日本の年金運用額は他国に比べて非常に高い。増税の悪影響で株価が押し下げられるため、株価を維持するため、年金改革に着手したのか。
- ⑤「2008年経済財政諮問会議資料」から見ると、主要国の年金制度のうち、積立金比率の高い3か国のうち、カナダ、スウェーデンは、株式、外国資産比率を5割以上、ただし基金は小規模。米国は安全性を重視。巨額の公的年金を市場運用することによる市場への影響等の配慮から、全額非市場性国債で運用。
- ⑥「日本銀行の資料」を読むと、資金需要のない中で異次元の量的緩和を行っても、供給された資金は金融部門に留まることがわかる。（資料のマネタリベース：日本銀行が供給する通貨とマネーストック：民間に出回っている資金の経過を見ると）
- ⑦「財務省の一般会計税収、歳出総額及び公債発行額の推移」によれば、消費税を導入以来、歳出額に歳入増が及ばず、わにが口を開いたグラフになる。
- ⑧「中小企業白書2014」によると、休廃業企業数・解散企業数ともに、長期的に増加傾向。近年は、休廃業企業数が解散企業数の倍以上で推移。
- ⑨「米為替報告書2014年10月」によれば、世界経済のためにも日本の経済政策は主に国内需要の増加に取り組むことが不可欠。（暗に増税、金融政策を批判）
- ⑩トマ・ピケティ「21世紀における資本」によると、高い所得を得ている層は、貯蓄と投資をする結果、賃金と給与だけに依存する人々との差が出現。格差を是正するのは、世界的な資産への累進税制。
- ⑪国際労働機関（ILO）労働条約と生活水準の改善を目的とする。条約の批准状況は、日本はひどい状況。『高福祉・高負担』の欧州で条約批准が多い。『低福祉・低負担』の米国、中国・インドのような新興国では少ない。欧米型の『高福祉・高負担』をめざすのであれば、ILOの批准数を欧州並みに上げてから増税を語るべし。あるいは、米国と同じ『低福祉・低負担』でいくなら、消費税はなし。
- ⑫日本における労働生産性は、2000年から2011年の間に16.4%上昇、この間の実質賃金の上昇率はわずか、0.4%。生産性に見合うだけの賃金上昇が無かったため、消費が低迷、需要が減退した。主な原因は非正規労働者規制の甘さ。ILO条約175号「パートタイム労働に関する条約」（同一労働・同一賃金）の批准が必要である。

(2) 分科会 第4分科会 消費者問題

『消費者被害にあわない』から『消費者が主役の社会を作る』

へ転換していくために」

不來方法律事務所 石橋 乙秀 弁護士

- ① コンシューマー・シティズンシップ（消費者市民社会）は、シティズンシップ（市民教育）に由来。市民教育は、市民権だけでなく共同社会の成員資格・地位身分（義務や貢献の養成の側面も）
- ② コンシューマー・シティズン（消費者市民）は、コンシューマー・シティズンシップ（消費者市民社会）の基礎。
コンシューマー・シティズン（消費者市民）とは、倫理的、社会的、経済的、環境的考慮に基づきさまざまな選択をする個人である。また、家族的、国家的、地球レベルで責任をもって行動し、公正で持続的な発展の維持に貢献する人。
コンシューマー・シティズンシップ（消費者市民社会）とは、個人が消費者としての役割において、倫理的な問題、多様な見方、地域的プロセス、将来の状況を考慮して社会の発展と維持に積極的に参加する資格・地位、個人が自身のニーズや幸福を求めるのに国際的な地域、国家、地元地域、家族の規模と同様に地球規模で責任を負うことを含む資格・地位である。
- ③ 日本における「消費者市民社会」
2008年の国民生活審議会で登場。6月の消費者行政推進基本計画の中に盛り込まれた。消費者の視点で社会を変えていこうというもの。
- ④ 課題
脆弱な消費者の権利の擁護 高齢者・障がい者・若者
主体的な消費者は消費行動や事業者及び行政への働きかけを通じて、社会、経済、環境に影響を及ぼす。
地方・地域の自立と循環
地方・地域間の協働
「消費者教育推進法」による教育 消費者市民を育て消費者市民社会をめざす