

行財政政策

SDGsの目標とターゲット



8.5



9.1



12.7



16.2 16.5 16.6 16.7

◇背景と考え方

- 衆議院・参議院ともに国政選挙の投票率は右肩下がり で低下している。なかなか回復しない日本の低投票率の理由は「政治への関心の低下」と「若者の選挙離れ」が主な要因として挙げられている。

この間、行政は投票率向上に向けた啓発活動に取り組んでいるが効果が上がっているとは言えない状況である。若者が投票に行かない理由として、一般的には「投票所に行くのが面倒」「選挙に関心がない」「どの候補者にすればいいかわからない」などが挙げられているが、神奈川における若年層の意識調査を行い投票率低下の要因を確認し、効果的な施策を実施することが望まれている。

- 世界的に、成年年齢を18歳とするのが主流の中、日本でも近年、憲法改正国民投票の投票権年齢や、公職選挙法の選挙権年齢などが18歳以上と定められた。そのため、市民生活に関する基本法である民法においても、18歳以上の人を大人として取り扱うのが適当とされた。民法では、未成年者が親の同意を得ずに契約した場合には、契約を取り消すことができるが、成年年齢が引き下げられたことにより、18歳からこの「未成年者取消権」は行使できなくなった。契約には様々なルールがあり、安易に契約を交わすとトラブルに巻き込まれる可能性も出てくる。残念ながら契約に関する知識や社会経験の少ない若者を狙う悪質な事業者も少なくない。

国民生活センターによると、去年4月から今年の3月29日までに全国の消費生活センターなどに寄せられた消費者相談のうち、18歳と19歳が契約者となっていた相談は合わせて9,060件で、前年同時期と比べ1,200件余り増加している。(NHKニュース 2023.4.1)

- デジタル行政基盤の実現による利便性向上や包摂的なセーフティネットの構築、多発する自然災害への対応、医療や教育などの現場におけるICT技術の活用など、国民生活に関わる様々な分野におけるDXの推進は、持続可能な社会への構造変革につなげるという観点からも重要な課題である。デジタル行政基盤の実現に向けては本人確認を確実にすることが求められる。そのため、マイナンバーが記載され顔写真がついたマイナンバーカードの普及は大変重要な政策となっている。総務省HPによると2023年5月14日時点のマイナンバーカードの申請率は76.9%となっている。

○ 公契約（自治体による物品の購入や工事の発注、業務委託など）の年度別実績額は近年、1995 年のピーク時の 6 割程度で推移している。このうち中小企業等の契約比率は全体の 70%程度を占めている。また中小企業等の常用雇用者が多い地域ほど公契約実績比率が高く、公契約は中小企業等の経営基盤を支えているともいえる。公契約の受発注において適正な労働条件を確保させる一定のルールを設けることは、地域における中小企業等に雇用される労働者の労働条件の下支えとなり、公契約を受注する企業にとっても優秀な人材を確保することに資する。こうしたルールは労働条件の下支えだけでなく、ダンピング受注による手抜き工事や下請け業者へのしわ寄せを防ぎ、提供されるサービスの質の担保や維持・向上、安全対策の不徹底などによる重大事故やサービスの提供停止などを防ぐことにも寄与している。自治体にとっても、企業や労働者、あるいは地域住民からの税収となって還元される。新型コロナウイルス感染症の影響に鑑み、中小企業庁は都道府県知事に対して、官公需の発注にあたって柔軟な納期・工期の設定や適切な予定価格の見直しなどを要請している。平時から各自治体が公契約条例を制定していくことが、緊急時においても安心かつ信頼できる公共サービスの確保と地域経済活性化につながる。公契約は労働者の適正な労働条件を確保するだけでなく、公契約の大部分を受注する中小企業と地域で暮らす住民、そして自治体などの関係者に好循環を生み出している。

○ 連合は、2017 年 11 月、行き過ぎたクレームや暴言・暴力といった迷惑行為など、消費者行動の実態を把握するため、「消費者行動アンケート」を行った。接客業務従事者の半数以上（56.9%）が「暴言」「威嚇・脅迫的な態度」「説教など、権威的な態度」「従業員を長時間拘束」などの消費者による迷惑行為を「受けたことがある」とし、一般消費者の約 6 割（58.4%）がそうした行為を実際に見聞きしたことがあることが明らかになった。また、カスタマーハラスメントを受けている従業員に対する上司の不適切な対応が、事態をより深刻にしている事例もあるという。事業者と消費者との関係において、情報の非対称性などの問題から、消費者は保護されるべきである。しかし、関係機関が連携してよりよい消費社会を実現するためには、事業者と消費者がお互いを思いやり、倫理的な消費者行動を促すことが必要であり、法的な対応やガイドラインの作成、消費者教育などの具体策が求められる。

◇重点政策

26. 国政・地方選挙ともに投票率の向上が課題となっているが、その中でも若者の投票率の低下が深刻化している。このまま若年層の投票率が下がり続ければ、若年層の意見や思いが反映されていない政策がすすむこととなり、偏った世代の政策になってしまう恐れがある。民主主義の根幹をなす全世代への公民権行使啓発の意味からも、県として若年層の政治に関する意識調査を行い、原因を究明するとともに「かながわ選挙カレッジ活動」の拡充や県の審議会に「若者枠」を設置する等、関係機関と連携し若年層の投票率向上に取り組むこと。

27. 成年年齢の引下げによる 18 歳・19 歳の未成年者取消権喪失に伴い、悪徳業者による被害拡大が報告されている。県として成年年齢引下げに伴う被害が拡大することのないよう十分な注意喚起を行うとともに、国・県・市と連携し実効性のある施策を速やかに実現すること。

＜消費者政策 16.2 16.6 補強＞

28. デジタル技術の活用による行政サービスの見直しにより、県民生活の利便性向上やデジタル・セーフティネットの構築につなげ、新たなデジタル行政基盤を指向すること。国がすすめているマイナンバーカードの普及にあたっては、引き続き国と連携し県民への周知をすすめるとともに、県民の不安を払拭するため、更なる個人情報の厳格な保護、なりすまし防止、また個人情報保護委員会の機能強化などの個人情報保護策を講じること。

＜デジタル行政政策 9.1 16.6 補強＞

29. 公契約における公正労働の確保は、地域で働く者の適正な労働条件の確保などディーセント・ワークの実現を促すとともに、その大部分を受注する地元の中小企業と地域で暮らす住民、そして地域のステークホルダーに好循環を生み出す仕組みである。県は、すでに公契約条例を制定している自治体における取り組み状況の把握、賃金実態調査の継続、データの蓄積等をすすめ、条例制定の必要性を検証し、公契約条例の制定に向け取り組みを推進すること。また、公契約条例制定の自治体はその効果を検証すること。

＜公契約関係政策 8.5 12.7 16.5 16.6 補強＞

30. 消費者による不当な要求が働く環境を著しく阻害している。悪質なクレームや暴力などのカスタマーハラスメントの防止に向けて、倫理的な消費者行動を促進するための施策を一層推進すること。また、カスタマーハラスメントに関わる実態調査等を行い、対策に関する研究等をすすめるとともに自治体としての認識を示すこと。

＜消費者政策 8.5 継続＞

【参考資料】

●かながわ選挙カレッジとは

神奈川県明るい選挙推進協議会（会長 根本俊男）では、若年層の低投票率を改善していくための対策として、平成 19 年度より学生自らが選挙事務等に携わる参加型の啓発活動「かながわ選挙カレッジ」を実施しています。

「かながわ選挙カレッジ」は、大学等に在籍する学生が当協議会の実習生として、1 年間、高校等への出前事業や啓発イベント等の企画・実施、明るい選挙推進協議会委員との交流等を通じて、選挙事務及び選挙啓発への理解を深めるとともに、政治参加や選挙、投票の重要性を認識し、同世代の方々に伝えていくことを目的としたものです。[令和 4 年度事業：参加人数 13 名]

（神奈川県HPより）

●成年年齢の引下げによる 18 歳・19 歳の知識や経験の不足に乗じた悪徳商法による被害を防止するため、悪意ある事業者に対する規制強化や違法行為への罰則強化をはかるとともに、出前講座による消費者教育を行う。

（連合 消費者庁に対する要請書より）

●各自治体においては、「公契約条例」を制定する。また、自治体の工事や業務委託の入札・契約に関わる条例や要綱などに、労働基準法等の労働法制や社会保障関連法規に違反した企業を、発注対象から除外する項目を設けるとともに、発注者の責任も明確にする。

（連合政策 背景と考え方より）

●連合は、2017 年 11 月、行き過ぎたクレームや暴言・暴力といった迷惑行為など、消費者行動の実態を把握するため、「消費者行動アンケート」を行った。接客業務従事者の半数以上（56.9%）が「暴言」「威嚇・脅迫的な態度」「説教など、権威的な態度」「従業員を長時間拘束」などの消費者による迷惑行為を「受けたことがある」とし、一般消費者の約 6 割（58.4%）がそうした行為を実際に見聞きしたことがあることが明らかになった。事業者と消費者との関係において、情報の非対称性などの問題から、消費者は保護されるべきである。関係機関が連携してよりよい消費社会を実現するためには、事業者と消費者がお互いを思いやり、倫理的な消費者行動を促すことが必要であり、法的な対応やガイドラインの作成、消費者教育などの具体策が求められる。

（連合政策 背景と考え方より）

●消費者庁は「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会」において、新たな消費者基本計画（2020年度～2024年度）の検討を行い、2018年12月に「最終報告書」をとりまとめた。連合は連合総研推薦委員を通じて、倫理的な消費者行動の促進、消費生活相談員の雇用の安定や処遇の改善などについて意見反映を行った。その結果、報告書に消費者庁として初めて「消費者（生活者）同士のトラブルや、常識的な程度を超えて執拗・過剰に苦情を申し立てるクレーマーへの対応について消費者教育に一定の効果を期待する」、「事業者との適切なコミュニケーションのとり方などについて消費者教育の内容を充実させるとともに、（中略）労働者問題を含むエシカル消費に係る消費者教育（中略）などについて必要な取組を進めるべきである」といった考え方が記載された。今後は、消費者庁などによる具体策の実行が求められる。

（連合政策 背景と考え方より）