

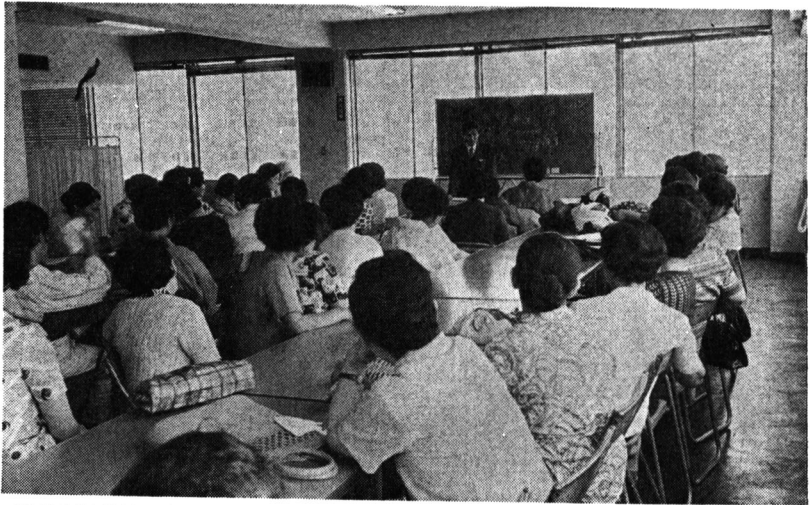
第3章 「工業化」以後

第16表 生活学校の地域的分布とその変遷

地域	年度										
	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	
横 浜	15	15	16	17	22	23	19	19	17	12	
川 崎	7	9	1	3	4	7	6	7	11	27	
横 須 賀	1	1	2	3	3	2	1				
平 塚	11	13	12	14	15	15	16	16	16	15	
鎌 倉					1	1	1	1	1	1	
藤 沢	1	1	1	1	1	1	1				
小 田 原	5	3		2	2	2	1	1	1	1	
茅 ヶ 崎	1	1	1	2	2	1	1				
相 模 原						2	4	3	2	1	
秦 野	1	2	1	2	2	2	3	2	2		
厚 木		1	9	10	6	5	4	4	5	5	
伊 勢 原		1	1	1	1	1	1	2	2	2	
海 老 名		1	1	2	3	4	5	4	3	3	
座 間		1		1	1	1	5	3	1		
寒 川	1	1	1		1	1	1	1			
松 田				1	1	1	1	1	1	1	
真 鶴							1	1	1	1	
総 数	43	50	46	59	65	69	71	65	63	69	
参 加 人 員	1544	1922	1613	2715	5036	3444	3207	2788	3494	2914	

1) 上表は、各年度の神奈川県新生活運動推進協議会「総会資料」から作成 2) この外に事業所(職場)の生活学校が1970~73年度まで各1、1973年度に南足柄に1あるが省略した

生活で取り扱う商品や行政サービスの中からテーマを選び、業者や行政との対話を通じて問題(例えば欠陥車問題)の解決を社会的に図っていく運動で、それによって「生活者としての主体性」を確立しようとするものである。この運動の母胎は新生活運動であるが、高度成長下の消費者被害の発生を契機に、一九六四年から消費者運務団体として再発足したものであった。したがって、当初の生活学校には、既存の婦人会や自治会などを母胎にしたものが多い。この運動は、地域で三十人から百人の主婦がグループをつくり、それが集まって市町村には連絡会を、県には推進協議会を置いている。生活学校は発足以来事務局を行政内に置き、また運営面や財政面でも行政側の援助を受けるなど、自主的な団体とはいきれないが、それでも最近では自治体の援助に頼らず、自前の会員だけで運営するグループが増えていく。この生活学校は、現在全国に二千、十万人の主



鶴見生活学校の食品添加物学習風景（1965年7月）

山口定子氏蔵

婦が参加しているといわれるが、神奈川県内の学校の歩みを数字で示すと第十六表のとおりである。

県下の生活学校は一九七六（昭和五十）年学校数（七十二）と開設市町村の数（十七）で最高の広がりを示したが、この年五校以上の学校をもつ市町は、横浜（十九）、平塚（十六）、川崎（六）、座間（五）、海老名（五）で、これら五市で全体の七割に達する。この分布から明らかのように、生活学校とは都市の消費者、主婦を主体とした運動であるといえる。このうち、最大の数を誇る横浜市では、六九年に生活学校連絡会を結成し、毎年共同のテーマを設定して共同研究を重ね、それに即した消費者運動を展開している。例えば、結成の翌年には、「生鮮食品の価格」問題をテーマに取り上げて研究をすすめると共に、当時問題になった食肉販売表示公正競争規約の制定を県に働きかけて、実現させている。このとき制定された神奈川県内の規約は、全国の都道府県の基準となったといわれる。また翌七三年には、「身近な環境汚染」というテーマで過剰包装問題にとりくみ、さらに、同年末には、石油パニックのなかで他の消費者団体と共に、便乗値上げ反対、売惜しみ防止の運動に専念している。このように、生活学校も消費者グループと同様、行政の手で育成さ

第17表 かながわ生協の発展

年 度	組 合 員	出 資 金	供 給 高	店 数
	人	万円	百万円	
1960	8,469	396	87	6
65	18,736	7,156	547	6
70	40,702	15,781	2,323	12
75	120,955	67,324	20,582	33
80.3	263,000	247,000	46,200	50

『かながわ生協35周年 お母さんたちのあゆみ』から作成

れながら、のちには消費者運動の有力団体として自主性と行動力を強めていった。

生活協同組合の運動 また、生活協同組合（以下、生協と略す）の問題にふれなければならぬ。京浜地方には、戦前からの伝統をもつ生協運動があり、敗戦直後は華ばなしの復活

ぶりを見せたが、その後長い沈滞を余儀なくされた。その生協が組織の再建と拡大に踏み出したのは、一九六〇年代の後半であった。地域生協の雄である横浜生協は、一九六七（昭和四十二年）、活動方針を十五項目にまとめ定式化した。この方針は画期的なものといわれ、その後の横浜生協の発展の礎石となるものであった。いまそのうちのいくつかを列挙すると、

- 一 生協運動は消費者運動である。
- 二 活動の対象は家庭の主婦である。
- 三 生協運動は組合員自身がすすめる運動である。

四 活動の中味は「よりよいものをより安く」の活動である（『かながわ生協35周年 お母さんたちのあゆみ』）。

要するに生協とは、「台所を握っている主婦が組合員」であり、「台所を守る運動体」だといっているのである。試みに横浜生協の発展をいくつかの指標によって示すと、この方針が確定されたあとの発展はめざましいものがある（第十七表）。

この横浜生協の発展に刺激されて、県内の主要都市にも次つぎと共同購入の生協が誕生した。一九六九年には湘南市民生協（藤沢）、七一年に浜見平生協（平塚）・みどり生協（横浜）・相模原生協（相模原）、七四年に西湘市民生協（小田原）、七五年にんぼく生協（相模原）、七七年にかな川みなみ生協（横浜）などである。この他にいくつかの医療生協も生まれている。七五年には、横浜生協 核に、川崎、御幸、湘南市民、浜見平の五生協が合同して、かながわ生協と改称し、組合員を十二万人にし



昭和40年代からつくづく横浜生協白幡店

県史編集室蔵

ている。そして、七八年には組合員が二十万人を突破し、全国第三位のマンモス生協となった。

さて、このような発展過程のなかで、横浜生協は創意に富んだ共同購入運動を展開して、「横浜方式」の名を全国に高からしめた。その横浜方式には次のようなものがある。

一つは産地直買の共同購入で、清酒、米などを産地の福島県の酒造業者や県内農協と契約して、組合員にうまいものを安く供給しようという運動である。第二には危険な添加物であるサルチル酸やハム・ソーセージの着色剤、発色剤などを追放して、無公害食品を購入または開発する運動である。清酒はさきの福島の業者と、ハム・ソーセージは鎌倉ハムと提携して行われた。このうち、サルチル酸については、「横浜方式」が関東、東北に広がり、業界でも使用を自主的に禁止するまでになった。第三に、独占商品排除の運動も、横浜生協があみ出した新しい運動である。これは、「味と好みの切り換え運動」といわれて、食品、洗剤などの独占商品に対抗して、生協独自で開発した代替品（C O O P 商品）を、組合

第18表 「味と好みの切り換え運動」品目一覧

独占商品	CO-OP 商品
味の素	旭 味
花王洗剤	テルスター
カルピス	ミルシー
雪印バター	コンパンド・バター
キッコーマン醬油	キノエネ醬油
ライオン歯みがき	サンスター
カゴメケチャップ	森永ケチャップ
マルコメみそ	ひかりみそ

前掲『あゆみ』から

員に安い値段で普及する運動である。それには第十八表のようなものがあつた。要するに、横浜生協の発展のうらには、「よりよいものをより安く」という、台所を守る運動としての不断の努力と創意があつたのである。

以上、一九六〇年代の神奈川県下の消費者運動を、消費者グループ、生活学校、生協という三つの団体を中心に述べてきたが、むろん他にも多数の団体があり、その活動も多様である。また、三団体の活動もこれにつきるものではない。この時期は消費者運動の歴史の上でも「告発の時代」といわれたように、国民の消費生活面に、高度成長の弊害が全面的に吹き出していた。一例を食品公害にとつても、ユリア樹脂食器問題（一九六六年）、漂白パン問題（六七年）、サルチル酸（六八年）、チクロ（六九年）、カドミウム汚染米（七〇年）、ジュース裁判（七一年）、AF2（七二年）、石油たんぱく（七三年）など、毎年のよ

うにマスコミを騒がせる重大事件が相次いだ。

これらの問題に、県内の消費者団体もそれぞれの立場から、多様なとりくみと運動を展開している。

三 石油パニック下の運動

石油パニック

一九七三（昭和四十八）年十月、第四次中東戦争を契機に石油パニックがはじまった。中東産油国の原油価格の大幅引上げと輸出制限は、国民生活に大混乱をひきおこした。この石油危機を「千載一遇のチャンス」

として、暴利をむさぼる石油元売り業者や悪徳商社のモノ隠しによって、灯油をはじめ洗剤、トイレットペーパー、砂糖、小麦粉など生活物資が店頭から姿を消し、消費者はパニック状態におちいった。

パニックの襲来を、当時の湘南市民生協の善行団地店舗では次のように伝えている。

昨秋、関西から襲ったモノ不足パニックは、同生協でも十一月二十日の朝から始まった。開店三十分前というのに店頭に四、五〇人の主婦が並んだ。顔ぶれを見るとなじみの組合員ではなく、見たこともない人たちが多く、大部分が車で駆けつけている。異様な雰囲気の中で開店すると客はトイレットペーパーに殺到、一パック（四ロール）八十八円のもの約四百パックもあっという間に売り切れた。関西でのパニックを心配はしていたが、目のあたりに見て事態の重大さに驚き、井之川専務をはじめ役員はトイレットペーパー仕入れに走った。しかし手の打ち方は遅れた。……一週間後の二十七日には四百人が開店前に店頭を埋め尽くし、井之川さんがハンドマイクを持って「トイレットペーパー、洗剤はありません」と説得しても無言のまま。その日は砂糖、小麦粉まで陳列ケースから消えた（『神奈川新聞』昭和四十九年五月五日付）。

消費者団体の活動

さて、このパニック騒ぎが広がる中で、消費者団体が動き出した。十二月六日、まず横浜で県生協連合会が二千人の主婦を集めて灯油等生活物資獲得消費者大会を開き、「灯油よこせ」の石油かんデモを行うと同時に、石油元売り十二社との集団交渉で灯油の緊急出荷を実現した。つづいて、翌年一月二十六日、洗剤不足が深刻化するなかで、県生協連、横浜市消費者の会、住宅公団自治協などの共催で、「隠し洗剤追及、便乗値上げ反対」の決起集会を開いた。当日は横浜だけでなく川崎、湘南でも集会が持たれ、洗剤メーカーと交渉して緊急放出させた。これ以後、横浜を中心に労働団体とも共同して、千名規模の集会が再三開かれ、政府・自治体に生活物資の確保と物価対策を要求した。

こうしたなかで、川崎生協の九十八人の組合員と主婦連は、石油元売り十二社を相手どってヤミカルテル訴訟をおこした。

つまり、公正取引委員会（以下、公取委と略す）の告発どおり、十二社は独禁法に違反して価格と販売数量のヤミカルテルを結び、消費者に大きな損害を与えたというのであった。ちなみに、公取委の発表によれば、一九七三（昭和四十八）年度に独占禁止法違反で公取委の排除勧告を受けたヤミカルテルは六十四件に達し、史上最高を記録している。

以上のような行動のほかに、県下の各地でさまざまな団体が、生活防衛のために創意に富んだユニークな運動を展開している。鎌倉では一月半ば、消費者団体をはじめ婦人、労組、商工、自治会など十九団体、三千人が、大同団結して「鎌倉消費連絡会」を結成し、大手洗剤メーカーと交渉して安定供給、値下げ、福祉施設への無料放出を約束させるなどの運動にとりくんだ。高座郡綾瀬町では自治会、婦人、消費者、労組などの諸団体が共同して「物価と暮らしを守る町民会議」を結成し、灯油の一括購入、LPガスの価格引下げ、町農協と提携した農産物の直買、不用品交換などを、町ぐるみではじめて注目を浴びた。

一方、横浜市消費者の会（会員五百人）は、「値上げには不買運動で対抗しよう」と、値上げの先鞭をつけたライオン油脂とキッチンマン醬油の全製品のボイコットを決め、他団体にも同調を呼びかけた。この運動は主婦連や地婦連のライオン油脂ボイコット運動と重なって、威力を発揮した。また藤沢では、以前から消費生活研究会（会員四百人）が、商品知識を身につけて市内商店の試買調査、価格調査を励行して、毎年選考会を開き優良店、優良店員選びを実施してきたが、これも石油パニック下では、消費者の「選ぶ権利」の行使として大きな関心を集めた。

こうした運動のなかで生まれた横浜生協の家計簿運動を紹介しよう。同生協の家計簿運動は、一九六六年以来のものだが、「たたから家計簿」として注目を浴びた。内容が七十項目に細分され、その中には税金や公共料金、社会保障費まであって、台所のやりくりだけでなく、政府の発表する物価指数に対抗して、行政の監視やひいては主婦の物価意識の変革にも役立つと

第19表 1973年12月値上がり商品（円）

公共料金	
健康保険料	3,640→6,840
厚生年金	4,288→7,220
給食費	1,400→1,550
英字新聞	200→280
食品関係	
砂糖(1キロ)	170→250
しょうゆ(2リットル)	260→320
小麦粉(1キロ)	75→98
食パン(1個)	70→90
菓子パン(〃)	27→32
干しうどん(250g)	30→50
もち米(1キロ)	335→550
もち(1枚)	800→1,100
カルピス	270→380
即席ラーメン	40→60
食用油(1キロ)	330→450
牛乳(1000cc)	140→180
〃(500cc)	75→100
その他	
ノート(1冊)	80→100
レコード	2,000→2,200
灯油(18リットル)	380→450
石油ポリ容器	700→1,300
バスクリン	300→350
着物仕立て代	2,500→5,000
髪染粉	160→200

『神奈川新聞』昭和49年1月31日付「血のにじむ家計簿」から

ところで、石油危機後の日本経済は省資源、省エネルギーを中心とする総需要抑制政策のもとに、一転して長期不況と低成長の時代に突入した。そして石油パニック下に制定された石油二法の発動で、灯油をはじめとする主な生活物資は政府の統制下におかれ、いわゆる「標準価格」が設定された

る」(『神奈川県議会の百年』)というものであった。この決議は地方議会では、同年七月の京都に次ぐ二番目のものであった。暴騰、公害の激増などに失敗が相次ぎ、県民に大きな悪影響を与えた。……国民の圧倒的多数が田中内閣退陣を強く求めている。共産の四党共同提案で可決していた。その決議の内容は、「田中内閣は大資本奉仕の列島改造、大会社の買占めの横行、物価の

石油パニック以後

石油パニックは、国民を生活不安のどん底におとし入れた田中内閣の退陣によって、一応の終止符が打たれた。神奈川県議会は、早くも一九七三年十二月の通常県会で、田中内閣退陣決議を社会、公明、民社、

いわれている。毎年数千世帯の組合員が家計簿をつけており、その中から一定数を集計して物価の変動を追跡している。それによれば、石油パニックの広がった一九七三年十二月の一月の物価値上りは第十九表のとおりである。この「横浜方式」も、パニック下の消費者運動の強力な武器として全国的に反響をよんだ。

願・陳情でみると、合成洗剤（十一件）、サッカリン（七件）、TBZ・OPP・DP（各五件）、照射食品（二件）の使用禁止など、食生活にかかわる商品の危害防止を求めたものが多い（生活物資に係る危害の防止に関する県議会への請願・陳情）。

それにもまして重要なことは、これらの消費者団体が横に連携して共同行動と組織的団結を強めていることであろう。生協の合同については前にもふれたが、一九七三年には神奈川県消費者の会連絡会（十六団体）、ついで七五年には神奈川県消費者団体連絡会（十七団体）という二大組織が発足している。そして、七四年以来、毎年県消費者大会を開いて、運動の総括と発展を図っている。

三千人台を維持している。

一方、生協はこの間に、西湘市民、けんぽく、かな川みなみの三生協が創設されて、飛躍的發展を遂げている。

第20表 消費者団体の状況

年 度	消費者団体	生活学校
1972	75	48
74	91	65
76	100	71
79	112	69

第14表、第16表等から作成

が、標準価格とは「高値安定」の別名にすぎなかった。こうして国民は、節約と消費抑制を強いられ、労働運動や各種住民運動も、不況と低成長という新しい状況への対応を欠き、一時的後退を余儀なくされた。しかしそうしたなかで、消費者運動だけは衰えを見せず、むしろこれからの市民運動として定着した観がある。

神奈川県 の 状況 を み て 見 よ う 。

第二十表を見られたい。消費者団体、生活学校とも一九七四年以降着実に伸びている。消費者団体の数は現在都道府県では全国第七位である。団体別ではとくに消費者グループの増加が著しい。生活学校は学校数では七十台に達し、会員数はパンク時には五千人にふくれたが、その後はほぼ

「隔絶した経済力」をもつ資本に対抗して、消費者の権利を確保し、消費者被害からいのちと暮らしを守るためには、政党政派をこえたこのような団結しかないというのが、消費者運動がその経験から得た教訓であった。

四 消費者行政の展開

消費者保護基 消費者問題に対する政府の施策は、一九六〇年代に入ってようやくはじまった。すなわち、一九六一（昭和**本法の成立** 三十七）年に、経済企画庁に国民生活向上対策審議会が設置され、同審議会に「経済の成長発展ならびに技術の革新に伴う消費生活の多様化傾向、新しい消費物資の出現、販売競争の激化などに対処し、消費者保護のためにとるべき

対策の基本方向」が諮問された。

この諮問に対する答申は、一九六三年、「消費者保護に関する答申」として提出されたが、つづいて六四年には、臨時行政調査会が、「消費者行政の改革に関する意見」をまとめ、一 経済企画庁に消費者局を設置、二 消費者の意見が反映される評議会の付置、三 地方自治体に消費者行政の専管課の設置、などをもちこんだ勧告を行った。

このような経過を経て、六五年ようやく、経済企画庁に国民生活局消費者行政課が新設され、消費者行政がスタートしたのである。

しかし、消費者行政が法的に整備され、総合的な施策を展開するようになるには、一九六八年の消費者保護基本法（以下、基本法と略す）の成立をまたねばならなかった。この基本法の制定によって、消費者問題に関連のある一連の法律——食品衛生法、薬事法、電気用品取締法、計量法、家庭用品品質表示法、景品表示法の一部が改正され、また翌年には、地方自治法の

一部が改正されて、その第二条で、地方公共団体の事務として消費者保護が加えられたのである。

消費者保護基本法は、国際的にはケネディ大統領が一九六三年に発表した消費者の四つの権利——一 安全を求める権利、二 知らされる権利、三 選ぶ権利、四 意見を聞いてもらう権利——を参考にして制定されたといわれるが、当初から宣言文といわれたように、違反者に対する罰則規定を欠き、法としての実効性に疑問が持たれた。これがあとで見ると、地方自治体の条例づくりが大きく影響してくる。また、同法は内容的には商品及びサービスによる直接的な危害の防止という意味での消費者保護と、消費者教育の推進を二本の柱としているが、改正された関連法律の権限を、一部を除いて都道府県に移譲しないため、その点でも実効性の稀薄なものとなっている。

しかし、このように不十分な消費者保護の制度であっても、その背景に国民の間における「ぼろ大な消費者被害の集積」と、それに触発された消費者意識の高揚、消費者運動の発展があったことを忘れてはならないであろう。

神奈川県

消費者行政

国の消費者行政の展開に呼応して、神奈川県でも一九六七（昭和四十二年六月、企画部内に消費生活課が設置され、消費者行政のスタートが切られた。そして、翌六八年四月、消費生活相談、商品テスト、消費者教育、資料（情報）提供等の事業を行う消費生活センターの制度が発足し、最初のセンターが横浜に設置された。これは東京都についても全国で二番目の開設であった。さらにその年から一九七一年までに、藤沢、川崎、平塚、横須賀、小田原、厚木の六か所で開設された。このほかセンターのない地域には、「かもめ号」という車の移動センターや消費者コーナーという窓口が設けられた。県内一円にわたる消費生活センターの開設は、消費者行政の推進の上でも、また消費者運動の発展にとっても、画期的なものとなった。

もともとセンターの開設は、消費者団体の側から強く求められていたもので、それは消費者団体にとっては活動上の物的施



県内各地に消費生活センターが設立された、写真は県下4番目の平塚消費生活センター（1970年）
『県政写真ニュース』261号から

設を確保することであり、また一般消費者にとっても苦情相談、生活相談での「かけこみ寺」の役割を果たすものであった。一方、行政側にとっても同センターは、消費者問題の実態の把握や生活相談、消費者教育の推進の上での拠点となった。とくに消費者教育の面では、消費者啓蒙のための各種宣伝物の発行、消費生活の展示会、暮らしの講座や指導者養成など、多彩な事業が実施されている。ここで巣立った主婦たちが、消費者運動のなかの草の根グループとして活躍していることはすでに述べたとおりである。

消費生活センターの活動は、その大部分が消費者保護のためのサービス(給付)行政であるが、消費者行政のもう一つの側面である企業に対する規制行政はどうであろうか。規制行政は基本法によれば、危害の防止、計量の適正化、規格・表示の適正化、公正自由な競争の確保、取引条件の規制などを目的にして、多くの関係法に則して行われているが、この面では県の施策は給付行政ほどには進んでいない。その主要な原因は、関係法令の不備と自治体への権限

移譲がなされていないところにあるが、知事権限で可能な分野についても、消費者被害の複雑さや深刻さに適確に対応できない憾みがある。とくにその商品が、全国的規模で流通している大企業製品については、この感が深い。

石油パニック

次に石油パニック下の県の消費者行政の問題に移ろう。物価の暴騰とモノ不足が一段と深刻化した一九七四

と県の対策

(昭和四十九)年一月十八日、神奈川県では知事を本部長とする県民生活安定緊急対策本部を設置した。それ

は県庁機構の総力を挙げて、この非常事態に対処しようとするものであった。このことは、副知事を副本部長に、知事室長、総務、企画調査、民生、衛生、農政、商工、土木、建築、警察など、庁内のほとんどの部局を網羅した陣容にもあらわれている。対策本部の業務は、一 石油の安定供給確保対策の推進に關すること、二 生活物資の需要安定対策の推進に關すること、三 市町村の情報交換、連絡等に關すること、四 その他県民生活の安定に關し必要とする事項であった。そして、具体的な任務としては、パニック下に制定された「生活関連物資等の買占め及び売り惜しみに対する緊急措置に關する法律」及び「国民生活安定緊急措置法」(生活一法)に基づいて、違法行為に対する監視と指導にあたり、共に、殺到する消費者の苦情処理と相談にこたえようというものであった。本部が発足してから解散するまでの約半年の間に、県に寄せられた苦情や相談の件数は千百三十七件にのぼった。

さて、緊急対策本部も解散し、激しかったモノ不足騒ぎもようやく収まった一九七四年十月、県は「県民生活安定対策措置条例」を制定し、施行した。これは、消費者保護条例としては北海道に次ぐ全国二番目のものであった。この条例は、国の消費者保護基本法に基づいて、総則でまず県・市町村、事業者の責務と消費者の役割を明記し、つづいて第二章で消費者保護の施策として、危害の防止、規格・表示・包装の適正化、教育の推進、意見の反映、苦情処理を掲げ、さらに国の消費者保護基本法にはない訴訟の援助の一項を加えている。



物価高騰時に買物をする主婦—横浜線大口駅付近(1974年)

日本機関紙協会神奈川県本部蔵

さらに第三章では、価格の安定に関する緊急対策として、価格の動向調査、供給の協力要請、特定生活関連物資の指定、立入検査、生活物資調査員の設置を規定している。この第三章では、違反者に対して行政指導、勧告、公表という制裁措置を設けている点が注目される。

総じてこの条例は、早期につくられたため、消費者保護の面よりも「生活二法」を根拠にした物価・流通対策に重点が置かれており、パニックの直後だけに生活安定緊急対策の延長としての性格が強い。

県消費生活

石油パニックから一年後の一九七五(昭和五

条例の制定

七年四月、神奈川県では津田県政から長洲

県政にかわった。長洲県政の消費者行政の構想と計画は、一九七八年二月に策定された「新神奈川計画」のなかに、体系的に述べられている。このなかの基本施策の一項目に、「安定した消費生活の実現」という項を設けて、消費者行政の当面する課題と方向、計画を体系的にかつ詳細に述べらる。

課題と方向では、今日の高度工業社会のもとで、消費生活が生産に左右され、消費者の地位が事業者に対してますます低下し、消費者は高度化、複雑化する商品・サービスについて、極めて無力な存在であると述べて、消費者問題発生の原因を適確に指摘し、消費者の権利を擁護し、県民生活の安定向上を図ることが行政に課せられた重大な責務であると宣言している。そして、次の三点を施策の目標（基本計画）に掲げ、整備計画についても詳論している。

- 一 商品、サービスに関する被害を未然に防止するとともに、被害救済のための措置を講ずる
- 二 消費者の権利を確保するため、消費者運動の積極的な展開を支援するとともに、消費者意向の反映につとめる
- 三 生活必需物資を安定的に供給するため、流通機構の改善整備をはかるとともに、不公正な取引、不当な価格形成に対する監視、規制を強化する（『新神奈川計画』）

この「新神奈川計画」の構想と計画は、一九八〇年三月に制定された「神奈川県消費生活条例」に具体化された。この新条例は、旧条例である「県民生活安定対策措置条例」にかわって、新しく制定されたものであるが、新旧条例を比べると幾つかの点について大きな相違点がある。その主なものをあげると、

第一に、条例の制定過程で旧条例では消費者の意見の反映はなかったが、新条例には県内最大の消費者団体である県消団連の意見、要望を大きく取り入れて、いわゆる住民参加で制定されたことである。この点は、「行政主導型の条例が多い中で画期的なこと」（正田彬）だといわれる。

第二には、新条例の総則に消費者の五つの権利を明文化して、施策の基本にすえたことである。その権利とは、

- 一 消費生活に係る物資等によって生命及び健康を侵されない権利
- 二 消費生活に係る物資等に適切な表示を行わせる権利

- 三 消費生活に係る物資等について不当な取引条件を強制されない権利
 - 四 消費生活において被った不当な被害から速かに救済される権利
 - 五 消費生活に必要な情報を速かに提供される権利
- である。

第三には、被害の救済について消費者被害救済委員会を新たに設置して調停斡旋（二二・二三条）にあたらせるとともに、県民から知事への申出制度（二六条）を設けたことである。

第四には、「消費者の自主的行動を促進」（二八条）し、消費者運動を活発にして行政や企業への「社会的対抗力としての役割」を高めようとしている点である。

これらの点は、県民の行政参加によって、県政を「県民の共同作品」にしようという、長洲県政の政治姿勢のあらわれであろう。

ともあれ、新条例の制定を機に、神奈川県消費者運動と消費者行政も新しい段階を迎えている。激動の予想される一九八〇年代に向かって、今後の消費者問題はどうか、これは消費者運動と行政が、それぞれの立場でとりくまなければならぬ課題であろう。