

消費者委員会のこれまでの1年間と今後について  
(消費者委員会各委員より)

本資料は、および平成 21 年 9 月 1 日から平成 22 年 8 月 31 日までの 1 年間の消費者委員会の活動および今後について、各委員より寄せられた見解につき、とりまとめたものである。

なお、松本委員長については、「平成 21～22 年度消費者委員会活動報告」の「はじめに～委員長巻頭言」を参照されたい。

## 消費者委員会のこれまでの1年間と今後について

消費者委員会委員 池田 弘一

### 1. これまでの1年間

昨年9月に消費者庁とともに発足した消費者委員会は、一部、国民生活審議会などの既存の審議会機能を引き継いだものの、期待されている機能や活動範囲等が広く、また必ずしも明確ではなく、ほぼゼロからのスタートであったと言えます。そうした状況のなか、限られた人員と予算で、食品の安全確保や表示、未公開株、自動車リコール、有料老人ホーム、訪問販売、原因究明機関のあり方など、極めて幅広い消費者問題について、精力的に検討を行うことができたと思います。とりわけ本年3月の新しい消費者基本計画の策定にあたっては、国民にわかりやすい計画づくりに大きな役割を果たすことができました。

### 2. 今後について

消費者委員会は、消費者基本計画の着実な実施など、実効ある消費者政策の実現に向けて、消費者行政の司令塔である消費者庁と適宜役割分担しながら、消費者行政全般の推進と監視を図っていくことが必要です。限られた予算・人員が当面続くと思われるなかで、まずは、消費者庁と消費者委員会との役割分担を明確にし、消費者委員会が取り上げる課題の範囲や優先順位を定め、計画的に活動を行っていくことが重要です。

また、消費者委員会は単に消費者の意見を代弁するといったスタンスだけでは、その存在感は示せないと思います。消費者委員会やその下部組織の委員に、安全で良質な商品・サービスの提供に努力している事業者を加え、事業者側の実態や取り組み、意見等も踏まえて、現実的な意見を関係省庁や地方自治体等に働きかけ、国民に発信していくことが重要です。さらに、多くの健全な事業者と一部の悪質な事業者とを分けて考え、悪質な事業者には規制・取り締まりを強化して、市場から退出させる措置が必要です。

消費者と事業者とのコミュニケーションの向上を図ることで、改善される消費者問題も多いと思います。消費者委員会委員の一人として、引き続き、消費者と事業者とのWIN-WINの構築に取り組んで参りたいと存じます。

## この1年間を振り返って

消費者委員会委員 川戸 恵子

消費者庁・消費者委員会ができて1年、その前に消費者行政推進会議委員として、消費者のための行政組織を作ろうと一生懸命やってきたのを加えると、よくここまで来たものだ、としみじみ思う。

ところで、先日「国会で問題になるかもしれません」とある人が委員会への出欠表を持ってきた。私の委員会への出席率は今年4月～8月間で50%（この1年間ではない）。ま、この間は本職の参議院選挙対応が忙しかったからこんなものだろうとは思いつつ、「委員会への出席率が勤務評定とは！これまでの審議会と同じ扱いじゃないの」と少々悲しくなった。行政に対して初めて消費者目線で様々な問題を提起しようと、他の委員の方は委員会への出席はもちろん、打ち合わせ、下部組織の部会や専門調査会での活動、消費者の皆さん方とのパイプ等々、本当に頭が下がるほど毎日一生懸命に取り組んでいられる。その結果が消費者基本計画の策定だったり、自動車リコール制度改善への建議へと実ったわけだ。

ひるがえって私自身は？というところ、そもそも私は「縦割り行政に横串を」を実行したいために、消費者委員会委員をお引き受けした。「消費者問題には素人です。でも皆さんが消費者問題解決に向けて一生懸命やられている、その環境整備に関して働きます」とはじめから宣言してこの仕事にあたってきた。委員会出席はままたらなくても、電話やメールで十分仕事ができる時代。政治主導で行政が行われている時代。微力かもしれないが私の立ち位置はこれだと信じて、もう少し「横串実現」に向けて努力を続けていこうと思っている。それからもう一つ、次の目標は消費者委員会の発信力の強化。新大臣にも期待しよう！

## 消費者委員会のこれまでと今後

消費者委員会委員 佐野 真理子

消費者委員会は消費者庁と連携して消費者行政を推進する、と同時に、同庁を含む消費者行政全般を監視し、消費者目線から適正化を促す、そのような緊張感ある2つの役割を併せ持った前例のない行政機関です。前例がないだけに、活動そのものがモデルともなり、試行錯誤の連続でした。

発足1年が経ち、改めて、期待される機能発揮へ向け、少しでも消費者問題の解決に寄与できる取り組みを展開したいと思います。

消費者委員会はこの1年、「地方消費者行政」「消費者基本計画」「未公開株」「こんにゃくゼリー」「自動車リコール制度」などに関して委員会としての「意見」「提言」「建議」を関係行政機関の大臣に提出してきました。委員自らが起草し、委員相互で検討し、事務局が綿密に実施した調査結果を検討し、それを踏まえ行政機関に改善点を提起しました。

取り組みの過程では課題も浮き彫りになりました。消費者委員会に設置された各種専門調査会の審議に関する対応のあり方、委員会の独自調査を推進するにあたっての体制整備の緊急性、何よりも複雑・多様で幅広い消費者問題についての委員間の情報共有化…。これらは消費者委員会が十分に役割を果たしていくための前提的課題です。消費者の意見が直接消費者行政に届き、政策に反映されることを保証した制度を早急に創設していくことも重要です。

その意味で、今後の1年は、これらの課題にどう取り組み、実現させるか、消費者委員会の正念場の年となります。消費者委員会が機能を発揮する、その勝負どころとして位置づけ、深刻化する消費者問題に、消費者とともに挑戦していくことを訴えたいと思います。

## 1年を振り返って

### 消費者委員会委員 下谷内 富士子

消費者・生活者のための新しい消費者行政への取り組みがこの1年であった。1年を振り返り、またこれからの1年をいかに考えるかを考えてみたい。

消費者委員会に求められる機能は1．建議勧告、2．監視、3．審議会機能とであろう。いままでの官僚主導による審議会ではなく、消費者目線を重視した3つの機能に、責任の重大さと、消費者にとってわかりやすい消費者行政の在り方に微力ながら取り組んできたつもりである。

委員会の重要な機能である建議は自動車リコール制度についての1件のみとなっているが、こんにやく入りゼリーによる窒息事故等や、未公開株等投資詐欺被害対策についての提言を行った。1年目としては、建議は重要であるが、いま何を発信すべきかが重要なことだと考える。いままでの提言も委員会で何度も検討も重ねて出した結果である。2年目は重要機能である自ら調査、建議、勧告を積極的に図ることが重要であると考え。委員としては責任の重大さを痛切に感じている。

委員会機能が十分に果たされるためには、事務局体制の充実が必要である。現在の事務局は少ない人数で省庁等と粘り強い交渉をしながら職務を担当している。事務局員の協力がなければ委員会の機能も果たされない。予算・人員のさらなる増加を求めたい。

消費者委員会がよくわからない、何をしているのかわからないという声は多く聞かれた。委員会のテーマや情報の発信がうまく伝わらなかったことも一因と思われる。委員会のPR機能が欠けているが、さらに積極的に地方懇談会や広報活動を行い、多くの意見を身近に受け止め、情報の発信が必要であろう。

委員会に対しての多くの意見や期待に応えるべく真摯に立ち向かっていきたい。

## 消費者委員会の1年

消費者委員会委員 田島 眞

消費者委員会の1年を1委員の立場から振り返ってみたい。当方は、2つの部会、新開発食品調査部会と食品表示部会を担当させていただいた。両者とも3回の会合を重ねることができた。新開発食品調査部会は、特定保健用食品の審議を主目的とするが、審議の結果、はじめて申請品目の却下（結果的には業者による取り下げ）の判断を下した。食品安全委員会で安全性確認が行われたものを、この製品は、消費者の不利益につながるという理由で却下したもので、消費者委員会ならではの判断となった。食品表示部会では、遺伝子組換えパパイアの表示に2回の慎重審議を経て、道をつけたことが特筆されよう。加工食品の原料原産地表示の拡大についても、一定の成果をあげることができた。利害が相反する消費者側委員と業界側委員との意見を集約することができたのも、部会活動が円滑に進行した証である。今後も円滑な運営に期待したい。

委員会規程により、部会の結論が委員会の結論となることが定められており、委員会では形式的に結果報告が行われた。しかしながら、部会といえども委員会の下部組織であるので、形式的報告でなく、委員の意見を聴取する機会を設けた方が、委員会と部会との議論の共有ができるのではないかと考えている。

消費者委員会の今後については、中長期的な課題の設定が必要ではないかと感じている。消費者委員会は様々な課題を取り扱うが、何を優先的に取り上げ、何を長期的視点に立って取り上げるかを整理する必要がある。委員も課題毎に、担当を決め、その下に事務局の担当を決め、チームとして活動していくというのも一方法ではないだろうか。

活動2年目に入り、世間から忘れられた存在になるのか、再び脚光を浴びるかの別れ道である様な気がしている。

## 初めての試み ～消費者委員会の1年～

消費者委員会委員長代理 中村 雅人

非常勤の民間人が消費者行政全般を監視するため、自ら調査審議し、大臣らに建議ができるという、今までの日本になかった新しい機関（消費者委員会）が2009年9月1日に誕生した。消費者行政を消費者目線で行う行政機関の必要性を永年訴えてきた者として、消費者庁と消費者委員会の誕生は、夢の実現であった。

しかし、委員の一人としてかかわってみて、この1年、国民の期待通りに活動できていないことを認めざるを得ない。その原因の一つに、大修正された消費者庁及び消費者委員会設置法が成立する前に予算が成立したため、その後法案修正、附則、附帯決議で消費者委員会に加えられた権限・機能に見合う予算がないまま解散総選挙・政権交代となったことを指摘しておく。

そのような中でも、消費者基本計画の策定に早い段階から関与し、国民の声を反映させる従来のパブコメ&公聴会方式を大幅に越えた意見を的確に反映させることができた。引き続き消費者基本計画の検証・評価・監視を開始した。消費者庁の工程表策定にも、意見を反映することができた。今までになかった作業である。

自動車リコール問題については、初の法律上の資料要求権限を行使し、報告書をまとめ、消費者目線から現在の自動車リコール制度を見直す建議（第1号）を発表した。さらに、関係省庁に対し、建議事項に対する実施状況を2010年12月までに報告するよう要求し、言いつばなしで終わりではないことを示した。

課題は山積している。次の1年が新しい勝負である。



## 消費者委員会 1年をふりかえって

消費者委員会委員 日和佐 信子

消費者に関する政策を審議する機能と消費者行政全体に対する監視機能を持った今までにない新しい組織である消費者委員会を、国民・消費者の期待に応じてどう運営していくかは、容易ではなかった。そもそも審議会機能と監視機能は、一つの組織にあっては矛盾する機能でもある。審議事項として取り上げなければならない課題が多いために、公開されている委員会での議論は毎回継続されて行われることはほとんどなく、とびとび、細切れになってしまう。早い段階から消費者委員会は何をやっているのか分からないとの批判が出されたが、その一つの要因は、議論の不継続性にあったと思う。委員会としても、新しい、今までになかった機能を有する組織の運営をどう行ったらいいのか、まさに試行錯誤であった。委員会の下に部会、専門調査会を立ち上げ、委員会と下部組織の役割分担が明確にされていく中で、運営の方向が見えてきた気がする。その中で、「消費者基本計画」を実質のあるものとして成立させ、点検を開始したこと、意見書、提言、建議がタイミングよく行われたこと、特に自動車リコール制度に関する建議は、委員、事務局の精力的な調査、検証の上に立案された大きな足跡だと思う。また、これらの文案は委員自らによって起草されていることも、重要な視点としたい。消費者行政の現場である地方消費者行政に関して調査会による検討が始まったこと。これらのことは、1年の成果としては、評価できると考えている。もちろん今後の課題も多い。消費者庁、国民生活センターとの役割分担と連携、消費者基本計画の検証、未公開株など具体的な消費者問題への対応、さらに国民・消費者に理解し、応援してもらうために、寄せられた意見書などの公開、打ち合わせ会議の要旨の公開など消費者委員会からの発信、消費者教育、消費者安全法の検証、消費者契約法の検証、食品の表示、などが今後の課題として挙げられる。

## 発足から一年をふりかえって

消費者委員会委員 山口 広

さまざまな分野で活動・研究をしてきた 10 名の委員が、自ら発議して、調査検討し、建議・勧告などを通して消費者行政の改善を図る。消費者委員会に付託されたこの役割を果たすべく、限られた陣容の事務局と協力しつつ、ほとんど毎日委員会関連の業務に従事してきました。

8 月末に自動車リコール制度の改善に向けた建議をし、国交省もこれを重く受け止めて改善を目指すことになりました。未公開株被害抑止のための提言は、なお不十分ですが対策がとられつつあります。本年 3 月末に閣議決定された消費者基本計画の策定にあたっては、消費者委員会の改善の意見が大幅に取り入れられ、よいものができました。その検証評価は今後の重要な課題の一つです。公開の場での討議や非公開の折衝等を通して、様々な分野の消費者問題について、関係行政庁に多少とも改善への問題意識を持っていただくことができたと思います。

このような成果の一方で、消費者委員会としての意見を建議・勧告・提言などとしてもっと発信できないのか。消費者の声を汲み取って行政に反映させるパイプ役の機能を強化できないか。消費者委員会運営の計画性や透明性を高めるべきだ。消費者庁や国民生活センターとの役割分担や協力のあり方も整備すべきだ。こんな改善の必要性を痛感します。

そのために、委員の中で常勤化は無理としても、あと少し委員会のために働くことができるという委員が、事前調査等の役割を分担することにしたらどうでしょう。増員されるべき委員会事務局や随時採用されるべき各分野に通暁した専門分野の調査員と協力して、委員自ら調査検討する機会を増やすことで、委員会の発信力を増強する必要があると思います。消費者基本計画の効果的な検証評価のためにも、更に委員会の運営上の工夫が必要だと思います。