

消費者問題シンポジウム in 小田原

平成 27 年 12 月 12 日（土）13：30 ～ 16：30

於：おだわら市民交流センター UMECO

公開シンポジウム「消費者被害と消費者行政の在り方」

司 会 内閣府消費者委員会事務局長 黒 木 理 恵

1. 開会挨拶

NPO 法人消費者支援かながわ副理事長 上 村 政 行

2. 基調講演「消費者委員会の活動と消費者行政の在り方」

講 師 内閣府消費者委員会委員長、東京大学大学院教授 河 上 正 二

3. 報告「神奈川における消費者被害救済・予防

～弁護士・弁護士会の活動と適格消費者団体を目指す活動」

報告者 弁護士 武 井 共 夫

～～ 休 憩（約 10 分） ～～

4. パネルディスカッション

官民連携に向けて ～消費者被害から消費者を守るための体制づくりについて～

<コーディネーター>

内閣府消費者委員会委員長、東京大学大学院教授 河 上 正 二

<パネリスト>

NPO 法人神奈川県消費者の会連絡会代表理事 今 井 澄 江

かながわ中央消費生活センター消費生活相談員 大 岡 智 子

消費者庁総務課課長補佐 阪 口 理 司

弁護士 武 井 共 夫

神奈川県県民局くらし県民部長 渡 邊 正 義

5. 総括コメント

内閣府消費者委員会委員長、東京大学大学院教授 河 上 正 二

（配布資料リストは裏面）

【配布資料】

- 資料 1 「消費者委員会の活動と消費者行政の在り方」河上委員長資料
- 資料 2 「神奈川における消費者被害救済・予防～弁護士・弁護士会の活動と
適格消費者団体を目指す活動」武井弁護士資料
- 資料 3 パネリスト阪口課長補佐資料
- 資料 4 パネリスト渡邊部長資料

★ 記録のため、会場内の写真撮影を行います。撮影した写真は、内閣府公式 Facebook や消費者委員会ホームページ等に掲載する場合がございます。ご了承ください。

消費者シンポジウム in 小田原

2015.12.12

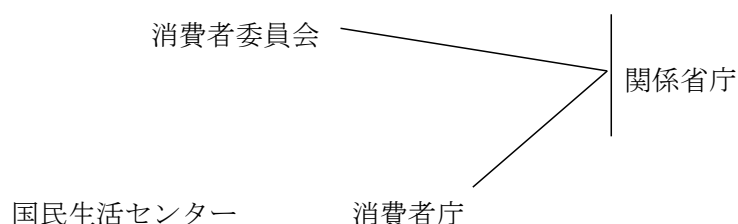
「消費者委員会の活動と消費者行政の在り方」

消費者委員会委員長(東京大学教授) 河上 正二

I 消費者委員会の活動

(1) 消費者委員会とは (→【参考資料1】「リーフレット等」参照)

- a. 消費者委員会とはどのような機関か
- b. 審議会機能・行政監視機能・国民とのパイプ機能
- c. 基本的立場と「消費者(生活者)目線」?



(2) 消費者委員会の活動と最近の動向

- a. 第4次委員会の始動
- b. 従来の建議から (→【参考資料2】参照)
- c. 現在の取り組み

消費者契約法・特定商取引法の見直し (→【参考資料3】参照)

cf. 広告勧誘・つけ込み型勧誘 / 事前拒絶者勧誘禁止ルールなど

<参考>

1 本年9月1日に内閣府消費者委員会の新たな委員が任命され、10名のうち、2名(河上と阿久澤良造委員)が留任となっている。2名の留任は、おそらく、新食品表示制度への移行が完成途上であること、消費者契約法・特定商取引法の答申に向けた審議が道半ばであることに配慮されたものと思われる。同9月7日に、第4次委員会として最初の本会議(第203回)が開催され、河上が委員長に選出され、その指名によって池本誠司委員が委員長代理に就任した。また、第3次委員会から引き継ぐ形で、諮問等に応じて直ちに活動を開始する必要のある食品表示部会・新開発食品調査部会(部会長に阿久澤委員が指名された)のほか、公共料金等専門調査会、消費者契約法専門調査会、特定商取引法専門調査会、特定保健用食品の在り方に関する専門調査会などの下部組織の継続が確認され、すみやかな審議開始に向けた準備が進められている。当面は、各委員の間での意見交換等を通じ、今後取り組むべき課題や問題意識の共有が必要であるが、さしあたって継続して取り組むべき課題や、従来の建議等のフォローアップ、新基本計画の検証作業などが待ち構えており、およそ停滞は許されない。

2 また、本年8月末に任期満了を迎えた第3次委員会から第4次委員会への「留意事項」

として、次のような点が挙げられており、新たに発生する諸課題とともに、これらの点にも引き続き留意することが求められている。具体的には、下部組織の運営に関し、(1) 食品表示部会では、引き続き食品の表示に関する諮問などに応じた調査・審議をおこなうこと、(2) 新開発食品調査部会では、特定保健用食品の認可手続きを滞りなく進め、審査の合理化・迅速化、審査内容・手続きの透明化等を図ること、(3) 消費者契約法専門調査会で「中間取りまとめ」を踏まえて、最終取りまとめに向けた検討を深めていくこと、(4) 特定商取引法専門調査会で「中間整理」を踏まえ柔軟に検討を行っていくこと、(5) 特定保健用食品等の在り方に関する専門調査会で、特定保健用食品を含む健康食品全般の表示・広告や、特定保健用食品の制度及び運用の見直し等に関し、今年度末の最終報告に向けて検討を行うこと、(6) 公共料金等専門調査会で電気の小売料金全面自由化に向けた課題の検討や各電力会社の電気料金値上げ後のフォローアップ等を行うこと、などが挙げられている。言うまでもなく、すでに発出した建議についてのフォローアップも重要な課題である。さらに、消費者庁との連携・協力の下、第3期消費者基本計画の工程表の改定等に向けて、関係省庁に対するヒアリングの実施等によりフォローアップも、早速取り組まねばならない。

さらに、第3次委員会が取りまとめた「消費者行政における新たな官民連携の在り方ワーキング・グループからの報告書」等を参考に、消費者団体等を含む多様な主体との連携や国際的な観点からの連携についても、各論的に具体的検討を行う必要がある。

3 以上の諸点は、いずれも第4次委員会の継続的課題として重要なものばかりである。我が国の消費者政策の実現にとって必要な基本的制度枠組みが出来上がりつつある現在、これからの大きな課題は、これに血肉を通わせること、つまり、地方消費者行政を更に充実させるネットワーク作り、具体的な諸制度の運用の適正化、それを担う人材の育成などである。産業振興が声高に叫ばれる中、相対的劣位にある消費者の權益を守るために、きちんとしたセーフティーネットを張ることは、人的・物的資源の限られた中では困難な課題ではあるが、しっかり実現していかなければならないと考えているところである。市場の発展と市場における安全・安心は車の両輪だからである。消費者庁・消費者委員会も設置から7年目を迎え、その活動も、ようやく軌道に乗ってきた観がある。今後、取り組まねばならない課題は山積しているが、国民生活センターとも連携しつつ、丁寧に、それぞれの機関の持ち味を活かして活動を展開することが望まれる。

4 消費生活の安全と安心は、いつの時代にも社会生活の基本的インフラであり、高齢者・子供といった相対的劣位にある消費者を守ることや、被った被害回復のためのツールを整備することは極めて重要である。

同時に、今一つ、注意すべき潮流にも留意する必要がある。すなわち、今日の消費者が、単なる保護の対象としてのみ存在せず、様々に、その個性の発揮を望み、他者との差別化や多様化を求めていることである。弱者保護や被害者救済とともに、これまで以上に、消費者個人個人の実質的選択権の確保や、そのための事業者からの情報提供の在り方への配慮が問われよう。消費者教育推進法によって、「消費者市民」が語られ、市場における消費者の賢明な選択が、より実り豊かで公正な市場や環境に配慮した市場を形成する原動力となることが認識されるようになってきたことを考えると、この点についても、しっかりと議論を積み重ねなければならぬ。

5 最後に、消費者への適切な情報提供との関連で、一言しておきたい。様々な施策の中で、最終的に、国や事業者から消費者に対して提供される情報の質が大きな意味を持つことは多言を要しない。消費者契約法の改正、特定商取引法の改正における議論でも、適切な情報の提供が重要な意味を持つことになる。もちろん、情報アプローチだけでは如何ともしがたい子供や認知症高齢消費者への対応のような問題が存在することは否めないが、基本的には、正確でバランスのとれた、わかりやすい情報が提供されることで、はじめて消費者の実質的選択権が確保されることになるからである。すでに投資取引では常識となった「適合性原則」の背後にある根本思想が、「事業者が自ら提示する表示・推奨については、常に合理的根拠を持つべきである」というところにあることは示唆的である。

一般的にも、広告を含めた、さまざまな「表示」において、事業者が欺瞞的で誇大な内容によって消費者の判断や選択を誤った方向に誘導することのないよう十分配慮する責務を負うことは明らかである。市場の適正化にとって、広告表示などの在り方は、きわめて重要であり、これを監視する、最適任者は「消費者」自身であることに注意を喚起しておきたい。

II 消費者行政の在り方

(1) 消費者行政における国と地方自治体の役割

★消費者政策への投資は、最大の投資効果をもつ政策であること

産業振興だけが、市場を活性化させるものではない！

安全・安心な市場の確保と産業振興は「車の両輪」

a. 消費者基本法における国と地方自治体の役割

b. 自治体によって担われるべき行政課題（「自治事務」）……経済支援の在り方

c. 広域化する消費者問題への対応

★地方の連携と消費者庁による調整が鍵

d. 新たな官民連携の在り方

(→【参考資料4】「WG 報告書」参照)

<参考> 報告書から

1 問題の背景

消費者問題は極めて多様で、複合的かつ広域的に発生している。日々生起する諸問題に適切に対処することは容易ではない。しかも、商品・取引の多様化・複雑化・高度情報化によって、消費生活におけるリスクあるいはリスク要因も多様であり、ひいては、生活の安全・安心と被害救済の在り方も、一様ではない。問題の側面も、①製品の欠陥、施設の安全性、食品の安全性、②取引上の財産的被害(不当勧誘・詐欺的商法)・投資被害など、③消費者の特性に応じた被害(高齢消費者被害・幼児被害など)、④IT化に伴うリスク要因の変化など、⑤グローバル化に伴う問題などを数え上げるだけでも、多方面に及ぶことが容易に理解されよう。具体的な問題局面での対応策も、①被害の予防、②被害の救済、③市場の環境整備、のそれぞれで異なってくる。加えて、具体的な対処となると、行政的規制(指導・執行を含む)、刑事法的規制、民事法的規制(事前の差止め・事後的救済を含む)と手法も様々で、これらを効果的に組み合わせ、ことに当たらねばならないが、いずれ

にしても、多くの専門知や経験知・現場知が必要であって、そのための人的組織・物的資源が整っていないからではない。

これらの、多くの課題は、それぞれに重要であって、可能な限り推し進める必要はあるが、これに万全を期することは不可能に近い。近時、深刻な問題となっている高齢消費者の不当勧誘による財産的被害からの予防や救済の問題の一つをとっても、事件は現場で起きているわけであるから、国や地方公共団体の消費者関連職員を総動員しても、できることには限界がある。国家的財政の厳しさは言うまでもなく、人的資源・専門的知見等においても、なんらかの補完が必須であることは明らかであろう。ここに、官民連携による制度的補完による公益目的のより良い実現(いわゆる「保障行政」)を求める契機がある。

2 あるべき官民連携を求めて

消費者政策の効果的実現をめざした連携の主体となる「公的機関」は、国・地方公共団体あるいは、その下部組織などであるが、それらによる「公助」に加えて、民間の中間的団体による「共助」、さらに消費者個人の自覚的行動による「自助」が求められている。問題は、その効果的連携の可能性と、そこでの公による「支援の在り方」をどのように考えていくかである。単に、行政のスリム化・効率化や財政上の負担削減をめざすだけの民営化やアウトソーシング、行政事務の無責任な「丸投げ」などが「連携」の名の下に行われたり、民間のボランティア精神に大きく依存する形で持続可能性の乏しい仕組みが場当たり的に選択されたりしたのでは、官民連携による制度的補完の意味はないと言わねばならない。

したがって、行政(公)が公益目的のより良い達成のために果たすべき具体的役割と課題が明らかにされる必要があり、その連携の具体像が互いに共有されて、それぞれのなすべき活動の方向性を探ることが、きわめて重要な課題となる。

(2) 行政の果たすべき役割と消費者からの期待

cf.内閣府政府広報室『消費者行政の推進に関する世論調査』から(→【参考資料5】)

人々は、「行政」に何を求めているか

cf.消費者安全法における「基本方針」から(→【参考資料6】参照)

(3) 行政組織とセンターなどの「消費者相談」

a. 消費者相談が目指すものは何か

b. 消費者自身による自立的解決への支援と、弱者の権利擁護

★窓口の消費者相談員は、消費者の「単なる代弁者」ではない！

「行政のくせに消費者だけの味方をするのか！」、

「消費者センターのくせに、消費者の代わりに事業者と戦わないのか！」

は、いずれも間違った考え方に由来する言い分。

c. 「助言」と「あっせん」

d. 複雑化・専門化する消費者相談

★相談窓口での質疑応答は、消費者教育実践の最大の機会！

→事業者の不正な行為をただす仕事は、むしろ行政職員が為すべき職務

e. 行政職員の消費者マインド

★行政職員と消費者相談員の連携と良好な関係がセンター活動の基本
情報の共有と相互理解のために

(4) 消費者市民としての参加

★消費者の市場監視と賢明な選択的行動が社会を変える

「わがままなだけの消費者」と、「身勝手な悪徳事業者」は同類！

→安全・安心・公正な市場の形成は、事業者・消費者・行政のすべての力で

III これからの消費者行政

(1) 自助・共助・公助の適切な組み合わせ

★問題は、質の高い情報の共有と管理

(2) 新たな官民連携と消費者の主体的参加

★消費者団体の「自主性」を育てることこそ大事

消費者の立場を考慮した専門家集団の「目利き機能」の発揮

★「事業者」もまた、消費者問題のエキスパート

★「自ら学び、考え、行動する」中で消費者市民は育つ

(3) 専門化する消費者相談とその課題

行政職員・相談員の研修の充実と質の向上のために

コーディネーター、情報交換の「場」の管理者としての行政の立ち位置

広域化する消費者問題と行政の果たす役割

学ぶ消費者 「消費者教育」の意義

<小田原シンポからの発信>

- ★悪質事業者から消費者の権利を守り抜く消費者相談員とこれを支え抜く行政へ
- ★官民連携で、高齢消費者・児童消費者らを見守る体制を構築する地方消費者行政を
- ★賢明な消費者から支持される事業者活動を応援する
- ★市場と環境を考える「消費者市民」の育成を……消費者教育の新たな役割