

消費者委員会のこれまでの活動実績と 今後のあり方について

平成24年4月10日

消費者委員会委員長
河上 正二

1. 消費者委員会のこれまでの活動実績

(1) 建議・提言等(参考資料3)

- ・消費者委員会は平成21年9月の発足以来、様々な消費者問題について調査審議を行い、建議や提言等を実施。
- ・建議・提言等については、一定期間経過後に関係省庁等より改善状況等について報告を聴取。
- ・これらの取組により制度改正や運用の強化が図られるなど、一定の成果。

(建議)

①自動車リコール制度、②有料老人ホームの契約問題、③地方消費者行政の活性化、④投資用マンションの勧誘被害、⑤消費者安全行政の抜本強化、⑥住宅リフォームに関する消費者問題、⑦エステ・美容医療に関するトラブル、⑧公共料金問題について関係省庁に対する建議をとりまとめ(計8件)。

(提言)

①未公開株取引被害、②こんにやく入りゼリー事故、③決済代行業を経由したインターネット取引被害、④特定保健用食品の表示許可制度、⑤消費者契約法改正、⑥貴金属等の訪問買取被害、⑦住宅用太陽光発電システムの販売等に関する提言をとりまとめ(計7件)。

(意見等)

消費者基本計画の策定、同計画の検証・評価及び計画の見直し、国民生活センターの在り方の見直し等の際して意見等を取りまとめ(計17件)

(2) 消費者基本計画の策定及び検証・評価・監視(参考資料4)

- ・平成22年3月に閣議決定された「消費者基本計画」では、毎年度、計画に盛り込まれた施策の実施状況について、「消費者委員会の消費者行政全般に対する監視機能を最大限に発揮しつつ、検証・評価・監視を行います」と記載。
- ・消費者委員会は、委員会として重要と考える施策について、毎年度2回にわたり関係省庁ヒアリングを行うとともに、委員会としての意見等を取りまとめ。

(3) 諮問・答申案件(参考資料5)

- ・消費者庁等が所管する個別の法律に基づく諮問に応じ、消費者委員会が調査審議を行い答申。
- ・これまでに消費者基本計画の策定や特定保健用食品の表示許可等、計26件について答申。

(4) 勧告機能(消費者安全法二十条の規定によるもの)

- ・これまでのところ実績なし。

(5) 消費者等の声の反映(参考資料6～8)

- ・消費者委員会の活動に消費者等の声を反映させるため、消費者団体や地方等との意見交換を実施するとともに、要望書等を受付。
- ・消費生活センター・国民生活センターに寄せられた情報(PIO-NET情報)や消費者団体や地方等から寄せられた主要な意見・要望等を委員会の調査審議において取り上げ検討。

2. 消費者行政全体の機能強化に向けた消費者委員会のあり方

(1) 委員会の「審議会機能」のあり方(次頁図1及び参考資料9)

【課題】

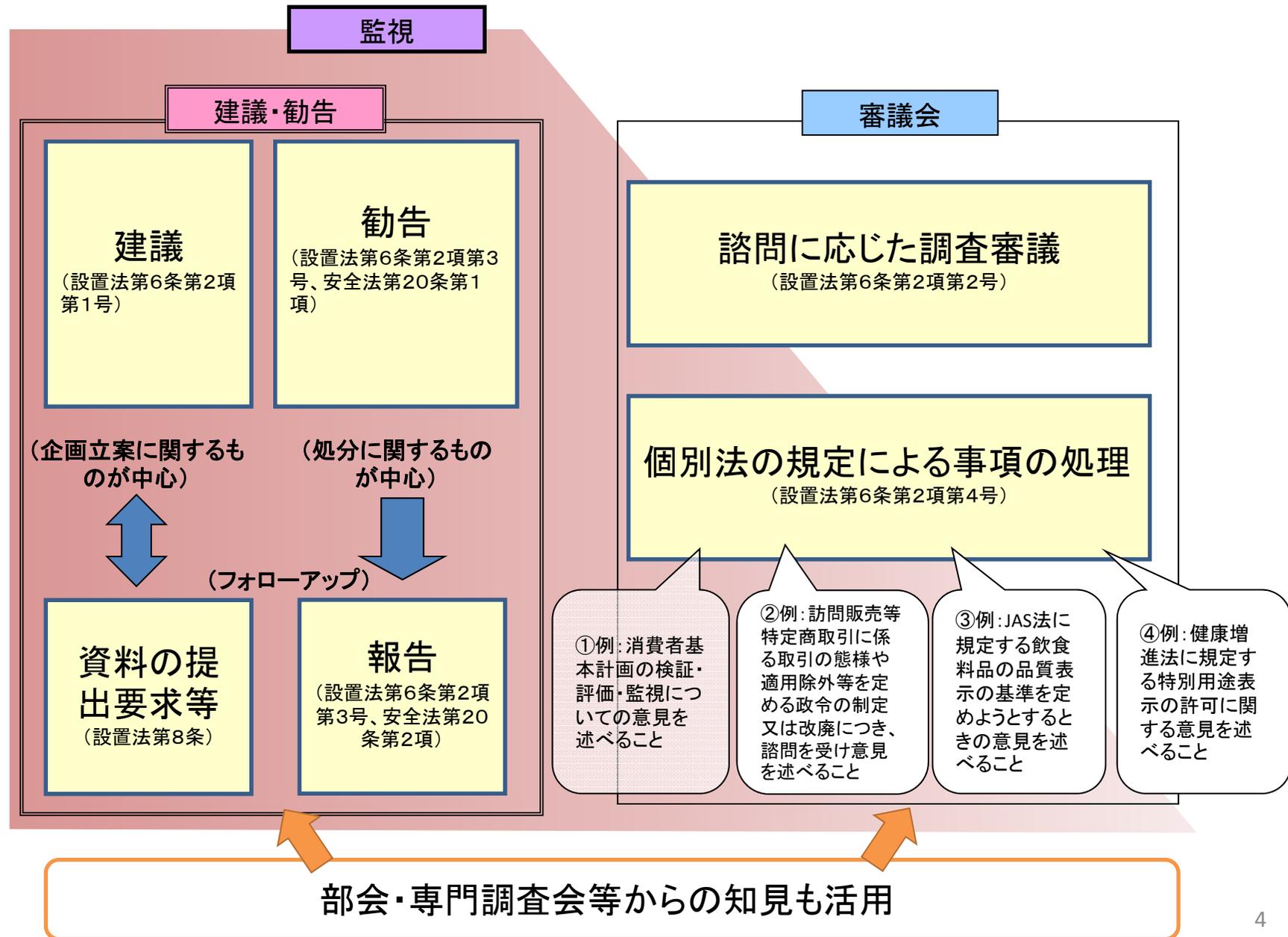
委員会の「監視機能」を強化するため、委員会が有する「審議会機能」のあり方を見直すべき(消費者庁に移管すべき)との意見があったことについてどのように考えるか。

- ⇒そもそも「監視機能」と「審議会機能」を明確に区分することは可能か(例:消費者基本計画の検証・評価・監視への意見等)。
- ⇒「審議会機能(諮問・答申)」を行う中で入手できる様々な情報や部会・専門調査会等における専門委員等の知見の蓄積は、委員会が建議・提言等を行う際にも活用できる(例:消費者基本計画の検証・評価・監視に際する各省庁ヒアリング、食品表示部会における原料原産地表示の検討等)。
- ⇒また、委員会の「審議会機能」と消費者庁が政策の企画立案のために設置している検討会等との関係を整理することが必要。

【今後の方向性】

| 現状 | 改善策 |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">・委員会は「監視機能」と「審議会機能」を担当・専門的・技術的な事項については部会・専門調査会等を活用・個別法の規定に基づく事項以外に、消費者庁からの諮問に応じて調査審議を行う機会が少ない(消費者庁は検討会等を設置して対応) | <ul style="list-style-type: none">・委員会の「審議会機能」は残し、それから得られる知見を建議・提言等にも活用・消費者庁の検討会等との役割分担の明確化・例えば、消費者庁の中長期的課題や各省庁横断的な課題等についても「審議会」として調査審議を行い、同庁の企画立案機能の強化に貢献(その際、委員会事務局体制に制約があることから、諮問・答申に関連する調査審議については、消費者庁の十分な協力を得る)・特定保健用食品の表示許可に係る諮問は特に必要のある場合に限定する(平成21年9月から本年3月末までの委員会に対する諮問件数は92件) |

(図1) 消費者委員会の「監視機能」と「審議会機能」のイメージ



(2) 委員会の情報収集・分析機能の充実・強化

【課題】

国民生活センターの情報の活用や、地方・関係団体等からの情報収集が不十分との指摘があったことについてどのように考えるか。

⇒最新の消費者行政上の重要課題を迅速かつ的確に取り上げていくため、委員会の情報収集・分析機能の充実・強化を図ることが必要。

⇒PIO-NET情報や関係省庁等からの報告以外の情報収集ルートのさらなる開拓・強化が課題。

【今後の方向性】

① 国民生活センターが収集・分析する情報の一層の活用をどう図るか

| 現状 | 改善策 |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">・国民生活センターは要請に応じ、委員会（部会等含む）の場で説明・委員会と国民生活センター間での定期的な意見交換の実施（月1回程度、同センターの公表資料等に基づき議論）・国民生活センターの公表資料やPIO-NET情報の提供 等 | <ul style="list-style-type: none">・委員会と国民生活センター間での意見交換の内容の充実（同センターが収集・分析した情報やその問題意識に基づく課題の発掘等） <p>⇒問題拡大を予防するための建議・提言等につなげる</p> |

(2) 委員会の情報収集・分析機能の充実・強化(続き)

【今後の方向性】

② 現場(地方、関係団体等)からの情報収集、連携関係をどう強化するか

| 現状 | 改善策 |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ・地方消費者委員会の開催^(注1)、地方懇談会への参加^(注2) ・関係団体(消費者団体、事業者団体、弁護士会等)との意見交換の実施^(注3)、要望書等の受付^(注4) 等 | <ul style="list-style-type: none"> ・これら会合の開催頻度の向上/定例化、成果の有効活用 ・地方や関係団体等との交流における消費者庁との連携 ・一般消費者等の実態調査の拡充 等 |

(注1)2～3ヶ月に1回程度、(注2)主催者側の求めに応じ随時、(注3)概ね半年に1回程度、複数回に分けて実施、(注4):随時

③ 国民生活センター、地方・関係団体等との意見交換や要望書等を通じて寄せられた意見を委員会の調査審議にどのように活用するか

| 現状 | 改善策 |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ・提出された要望書等については全て全委員に配布するとともに、表題・発信元をHPで公表 ・主要な意見等を委員会の調査審議において取り上げ、検討 ・数多くの意見の中から委員会で取り上げるべき課題を整理(スクリーニング)する機能やそれらを深掘りするための調査・分析機能の面で課題 | <ul style="list-style-type: none"> ・委員会で取り上げるべき課題をスクリーニングするための企画・運営会議の開催(4月より) ・調査・分析機能強化のための事務局体制の充実(後述) 等 |

(3) 委員会の建議・提言等の実効性の向上

【課題】

消費者庁との連携が不十分であるとの指摘があったことについてどのように考えるか。

⇒委員会による建議・提言等の実効性を向上していくため、消費者行政の「司令塔」である消費者庁とは、各々の独立性を堅持しつつも、さらに連携・協力関係を強化することが必要。

【今後の方向性】

| 現状 | 改善策 |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">・建議・提言等の提出及びこれらの実施状況についての報告聴取(フォローアップ)・消費者庁所管法令に基づく諮問に応じた調査審議・答申の実施・消費者庁は要請に応じ、委員会(部会等含む)や委員間打合せの場において説明・消費者庁は、随時必要な情報を委員会に提供 等 | <ul style="list-style-type: none">・消費者庁における建議・提言等の指摘事項やフォローアップへの取組強化を期待・委員会は、消費者庁が「司令塔」としての機能を発揮することを「審議会」として積極的に後押し(中期的課題や各省庁横断的な課題に関する調査審議の強化等)・企画・運営会議を通じて消費者庁との機動的な意見交換を実施 等 |

(4) 委員会の情報発信力/認知度の向上

【課題】

委員会による情報発信が不十分であり、委員会活動に対する一般的な認知度も低いとの指摘があったことについてどのように考えるか。

⇒消費者の声が委員会により届くようにし、それらを確実に消費者行政に反映していくため、建議・提言等の内容やその成果等に関する情報発信力を強化し、委員会活動への認知度を向上することが必要。

【今後の方向性】

| 現状 | 改善案 |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">・委員会における調査審議の全面公開・委員間打合せ概要の開示・HP等を通じた委員会活動状況の広報・委員長記者会見の定例化、記者・編集委員等との意見交換会の実施・地方消費者委員会、関係団体との意見交換会等の開催 等 | <ul style="list-style-type: none">・HPの内容や見やすさの改善・委員長や委員によるメディアを活用した情報発信の強化・地方消費者委員会、関係団体との意見交換会等の開催頻度の向上・定例化 等 |

3. 以上を実現するための委員会体制の強化のあり方

(1) 機動的かつ効果的な委員会の運営

【課題】

- ・委員会の調査審議に消費者行政上の重要課題を迅速かつ的確に取り上げていくため、より機動的かつ効果的な委員会の運営を行うことが必要。

【今後の方向性】

| 現状 | 改善策 |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">・全委員が出席する本委員会及び委員間打合せを原則として毎週交互に開催・専門的・技術的な事項等については部会・専門調査会等を活用 | <ul style="list-style-type: none">・委員会で取り上げるべき課題をスクリーニングするための企画・運営会議を開催(4月より)・同会議において委員会に寄せられた意見・要望等についての検討を行うほか、消費者庁や国民生活センター、関係団体等との機動的な意見交換のチャンネルとしても活用等 ⇒同会議での整理を踏まえて委員会全体で検討・建議・提言等のフォローアップなど、課題への取組における継続性の確保 |

(2) 委員会事務局の人的体制の拡充(次頁図2)

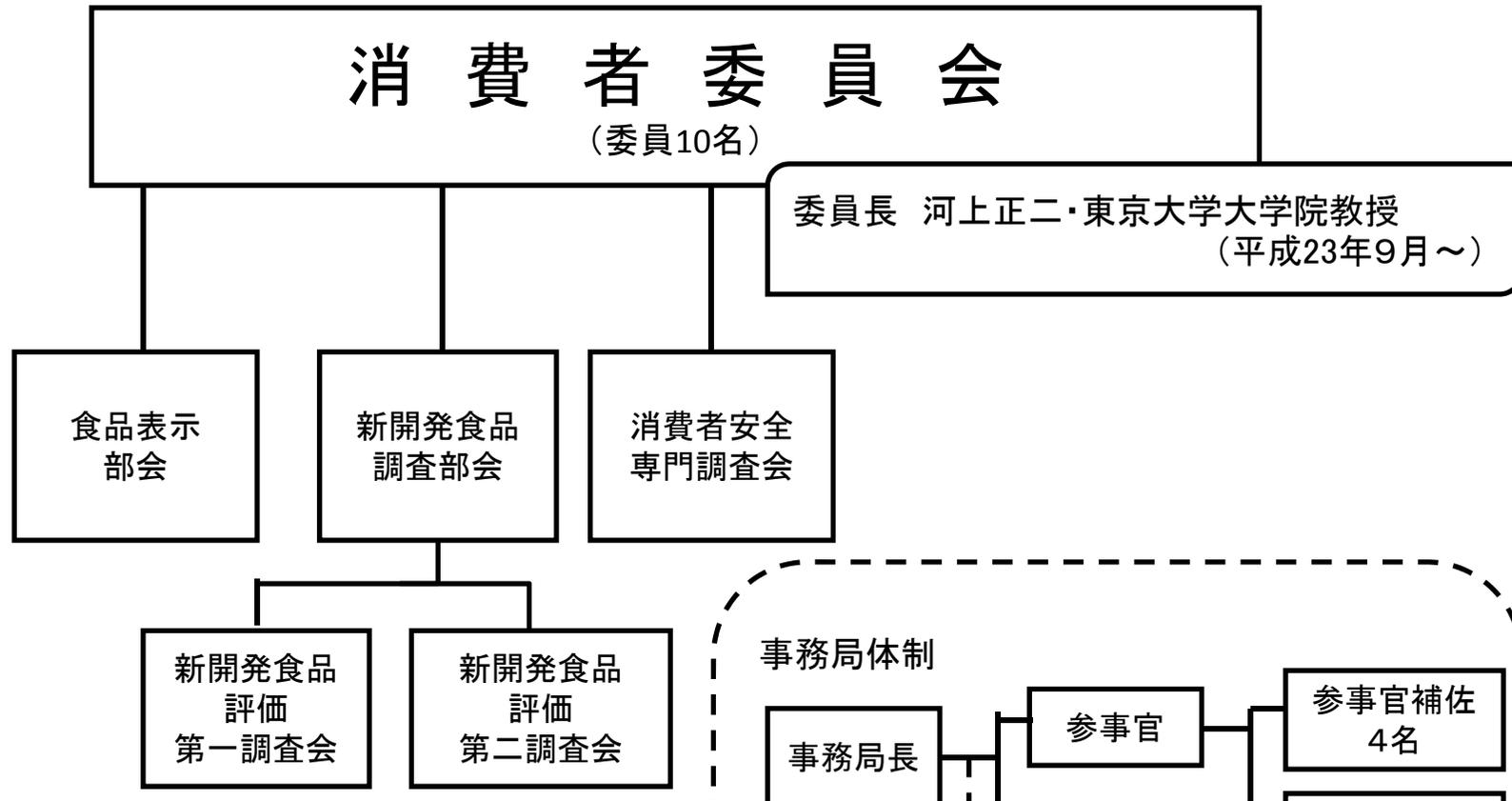
【課題】

- ・委員会の情報収集・分析機能を充実・強化し、建議・提言等の実効性を向上させていくため、委員会の活動をサポートする事務局体制(特に人員面)の拡充が必要。
- ・「消費者目線」を持ちつつ、専門的な情報収集・分析や企画・立案を行うことができる人材の育成・確保が重要。

【今後の方向性】

| 現状 | 改善策 |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">・事務局定員は11名(平成24年度、併任の者を除く)。さらに、民間からの出向等による政策調査員等(13名)を活用・地方や関係団体等との連携やその意見・要望等の情報収集・分析等を行うための専門性の蓄積に課題 | <ul style="list-style-type: none">・「取引」、「安全」、「表示」の3分野での対応が常時可能となる事務局体制の構築・地方や関係団体等との連携、意見・要望等の情報収集・分析を専門的に担当する人材を確保・「諮問・答申」に関連する業務については、消費者庁の協力を得て実施・専門性を有する外部人材の活用・専門的・技術的業務(新開発食品部会関係業務等)の外部機関への委託等による業務の整理合理化(4月より)・委員会事務局、消費者庁、国民生活センターの三者間で人事ローテーションを組んで連携を図るとともに、消費者行政の専門家を育成 |

(図2)消費者委員会の審議体制



(注)

○委員長をチーム長とした消費者契約法に関する調査作業チームにて消費者契約法について検討中

(注)

- 事務局長は他の職を占めるものをもって充てられる
- 事務局定員11名(平成24年度、併任の者を除く)
- このほかに政策調査員等13名(平成24年4月現在)