

消費者委員会 この一年と今後の取り組み

2010年9月10日

委員 佐野真理子

【1年の活動成果】

前例のない消費者委員会という行政機関がスタート。情報収集から検討方法まですべてが初めての試み。新しい仕組みによる試行錯誤の中、「意見書」「提言書」「建議書」を提出した。

個別テーマの検討を従来の手法とは異なる方法で実施した。意見・提言・建議等は、それぞれ委員が提起し、委員の間で方向性を検討し、それぞれ委員で文案を練り、起草し、手を入れ、まとめた。これは、消費者委員会の特徴である。専門調査会等も基本的に同様の審議方法で検討が進んでいる。

事務局による調査活動の推進と調査結果の意見・提言・建議への活用。調査テーマの数は少ないが、地方消費者行政の実態調査、自動車リコール制度の実態調査など、事務局スタッフと消費者委員会委員による緊密な調査活動が推進された。

【今後の取組課題】

「消費者行政一元化」「縦割りの排除」「消費者目線」など、消費者庁と消費者委員会を特徴づける制度の整備が進んだとは言え、この改革は、日々の努力と幅広い消費者・市民団体との緊張感ある連携なしには一步も進まない。発足以降一年の経験は、制度が変わったからといって一朝一夕ではパラダイム転換はなしえないことを示した。粘り強く取り組む必要性。

今後の課題として次のような取り組みを提起していきたい。

消費者の意見をきちんと受け止め、それを直接消費者行政に届け、消費者政策に反映させる。その一環として「消費者の意見の申出制度」「異議申立制度」「日本版スーパーコンプレインツ制度」等の導入が必要。また「公聴・広報体制の整備充実」は急務。

委員の間で情報の共有化を図り、認識の違いを明確にし、議論を通してそれを調整し、適正な検討を推進していくための「打ち合わせ会」について、そこでのテーマや議事概要などの公開を図る。

消費者委員会には、勧告・建議をはじめ、意見・提言の提出など、監視機能

の発揮が期待されている。各種専門調査会等の審議推進にあたっては消費者委員会としての視点を打ち出す独自の調査が求められることもある。この取り組みを推進するために委員会と事務局との連携・推進が強く求められ、そのための体制整備が急務となっている。消費者庁とともに消費者委員会への予算増と事務局調査スタッフの人員増が是非とも必要。

全国の消費者・市民団体から多くの「意見書」「要望書」が消費者委員会に寄せられている。現在までのところ、それら意見・要望書は委員の間で検討の際の参考にされるが、寄せられた一つ一つの意見・要望に応える体制となっていない。少なくともどのような意見・要望が寄せられているのか、公開していくことが必要。

個別具体的な課題としては、消費者委員会が「消費者基本計画策定に向けての意見」(3月3日)で提起した「重点施策10項目」や、「消費者基本計画の検証・評価・監視についての視点」(3月25日)で提起した「視点」を重視し、緊急に発生した消費者問題も含め、それに対応する体制を整備すること。特に、事故防止をはじめ、契約被害の防止、高齢社会進展における高齢者問題の深刻化、子どもを守る取り組みは重要。

これらを遂行する上で重要なのは、事態の進展へ向け消費者委員会や消費者庁だけではなく、地方消費者行政の現場の取り組みを踏まえた連携を構築すること。地方消費者行政の充実強化は待ったなし。

1年を経過して「消費者委員会の活動が見えにくい」との指摘が出ている。この指摘を重く受け止めている。消費者委員会の「見える化」をどう図るか。「広報・公聴体制」の整備強化とともに、「参加型機関」としての意義を活かした運営が求められる。現在、委員会終了後に傍聴者や消費者団体との意見交換の場が設定されることがあるが、この取り組みの考え方を拡大させ、消費者・市民団体、NGO、高齢者関連団体、乳幼児関連団体、その他、関連機関とのテーマごとのネットワーク構築を目指すこと。

これまで試行錯誤で取り組んできたが、今後の1年が消費者委員会の機能発揮の勝負どころとなる。ここで再度、消費者委員会のなすべきことを委員相互で再確認し、これからの消費者問題解決への道筋をつけていきたい。

以上