

消費者団体ほか関係団体との意見交換会でいただいたご意見への対応（案）

平成 24 年 10 月 日
消 費 者 委 員 会

本年 8 月から 9 月にかけて計 3 回にわたって行われた消費者団体ほか関係団体との意見交換会でいただいたご意見については、今後の活動の参考にさせていただきます。なお、参加団体（10 団体）から重ねてご指摘があった課題についての、委員会としての考え方は次のとおりです。なお、意見交換会の議事録を消費者委員会のホームページに掲載しておりますので、あわせてご参照いただければ幸いです。

（消費者委員会ホームページ）

<http://www.cao.go.jp/consumer/iinkai/index.html>

1. 委員会の建議（監視）機能の強化

- ・ 監視機能の強化
 - ・ 「審議会機能」の消費者庁への移管
 - ・ 3 条委員会化、委員会の主務大臣（消費者行政監視担当大臣）の設置
- ・ 消費者行政に対する監視機能を強化することを最優先に考え、今後とも、消費者の声に耳を傾けつつ、重要な消費者問題について関係省庁に対して積極的に建議・提言等を行っていきます。さらに、建議・提言等の実施状況に関するフォローアップを継続的にしっかりと行い、実効性の確保を図っていきます。
 - ・ 「審議会機能」の消費者庁への移管については、本年 8 月に報告書がまとめられた「国民生活センターの国への移行にともなう検討会」（以下、「検討会」）でも議論されたところです。その中で河上委員長から申し上げた通り、消費者庁等からの諮問に応じて当委員会が様々な消費者問題に触れることは、委員会活動のうえでも有益であり、監視機能と審議会機能は密接不可分なものであると考えます。審議会機能を分離して、消費者庁に移管することは必ずしも得策ではなく、また現実的とも思われません。むしろ消費者庁との連携・調整が重要な課題であると考えます。
 - ・ また、消費者委員会の 3 条機関化や「消費者行政監視担当大臣」の設置といった意見も出されておりますが、検討会においても指摘されたように、総合調整権限を有する内閣府特命担当大臣のもとで、消費者庁、消費者委員会、国民生活センターのそれぞれの権限が有機的に結合することで、消費者行政

の司令塔機能が十分に発揮されることが重要であると考えます。

2. 委員会・事務局の体制強化

- ・事務局体制の充実・強化
- ・担当委員による課題別チームの設置
- ・外部専門家の有効活用
- ・消費者行政の専門家の育成 等

- ・多岐にわたる消費者行政の課題に精通し、消費者の視点から課題を分析し、委員会での調査審議を支援するための事務局体制の強化は、消費者委員会立ち上げ時から一貫した最重要課題です。委員会事務局としても厳しい財政状況の中で奔走しておりますが、消費者団体並びに関係団体からの一層のご支援をお願いいたします。
- ・消費者を取り巻く諸課題に対して機動的に取り組み、かつ各委員の専門性を十二分に発揮するため、消費者委員会で調査審議を行うに当たっては、従前から課題毎に担当委員を決め、担当委員を中心に検討を進めてきております。
- ・外部専門家等の有効活用については、
 - －消費者契約法への取組において、消費者問題に精通した司法書士を委嘱調査員として事務局に採用し、業務に参画させる
 - －投資詐欺勧誘問題などでは、有識者ヒアリング等を通じて、常時、外部の知見を活用するといった形をとっています。今後とも、充実・強化していきます。
- ・当委員会の調査審議活動、消費者庁や国民生活センターとの連携、地方自治体や現場との交流等を通じて、消費者問題に対する強い意欲と優れた専門能力を有する職員の育成に取り組んでいます。国民生活センター等で職員研修が行われる際には積極的に参加します。

3. 消費者庁や国民生活センターとの連携

- ・消費者庁、国民生活センターとの連携強化、情報共有
- ・消費者庁の行う検討との重複排除、両者の協力推進

- ・消費者庁、消費者委員会、国民生活センターの3機関は、それぞれの持ち味（機能）を活かし、良い意味での緊張関係と連携関係をもとに、消費者問題に取り組むことが重要であると考えます。すでに、国民生活センターが収集・分析する相談情報の動向につき定期的に情報共有・意見交換を行い、委員会の調査審議に積極的に活用したうえで、建議・提言等に反映しています。今後も国民生活センターが有する問題意識を、委員会としてもより一層共有できるよう、連携を強化していきます。
- ・当委員会の調査審議と消費者庁の検討会等における検討の重複を避けるため、

両者間の役割分担や連携のあり方を見直します。その一環として、当委員会の審議会機能の活用について、当委員会と消費者庁が協力して取り組む体制づくりも検討します。

4. 委員会の情報収集・分析能力の強化

- ・消費者からの情報収集体制、意見・要望等の公聴体制の整備
 - ・意見・要望への回答の実施
 - ・独自の情報収集ルート、情報分析体制の整備
- ・本年1月から開始された地方消費者委員会（これまで、仙台、松山、船橋、名古屋、山口で実施。今後は大分で開催予定）や、消費者団体ほか関係団体との意見交換会の開催頻度、開催時間などの充実を通じて、消費者からの情報収集の強化を図っています。特に、消費者委員会委員が自ら地方に出向いて直接、現場の声を聞く地方消費者委員会は大きな役割を担っています。
 - ・委員会にいただいた意見・要望等については、タイトルについて消費者委員会のホームページ上で紹介しています。今後は消費者委員会の場でもご紹介し、委員会としての考え方を示していきます。
 - ・委員会あてにいただいたご意見については、当委員会の調査審議を進めるうえでの参考として活用しており、ご意見をもとに委員会の議題とし、委員会でのヒアリングを行った例もあります。それぞれの要望書に対する回答のあり方についても、それがどのように委員会の活動に反映されているかを分かりやすく示すような工夫もしていきたいと考えています。
 - ・独自の情報収集については、当委員会の「自ら調査」の機能を活用し、地方自治体、関係者ヒアリング、事務局による独自の消費者アンケート調査などを組み合わせ、現場からの情報収集に努めているところです。情報分析については上記「2. 委員会・事務局体制の強化」で示したような対応を行っています。

5. 委員会運営の透明化、情報発信力の強化

- ・中長期的な審議スケジュールの提示、関係団体等との協働
 - ・作業チーム、ワーキングチーム等の検討内容のオープン化
 - ・一般の消費者にも分かりやすい調査審議の実施
 - ・委員会活動（建議等のフォローアップ結果等を含む）の広報強化
 - ・地方消費者委員会の積極的な開催
- ・当委員会としての関心事項やスケジュール等については、委員間打ち合わせの概要や委員長の定例記者会見等（消費者委員会HP上に掲載）を通じて、

可能な限り、事前に示すよう努めているところです。

- 中長期的なスケジュールについては、建議・提言等のとりまとめやフォローアップ、消費者基本計画の検証・評価作業、個別の調査審議事項などを含め、できるだけ明示するように努め、とりまとめに当たり、消費者の意見を反映できるよう工夫します。
- 外部有識者のご意見を委員会の調査・審議に反映するため、ヒアリングの実施、作業チーム・ワーキングチームの開催などさまざまな手法を活用しています。検討結果については、適宜委員会に報告し、調査審議に生かしています。なお、消費者契約法に関する調査作業チームについては、本年9月実施分より議事概要を公表します。
- 一般の消費者にもわかりやすい調査審議、委員会活動の広報強化は大きな課題と認識しています。ホームページの充実や委員長記者会見の定例化を通じて広報強化に取り組んできているところですが、引き続き充実を図っていきます。なによりも、消費者団体ほか関係団体との頻繁な意見交換が大切と考えています。なお、当委員会の建議・提言等のフォローアップ結果については、ホームページ上に最新の情報がわかるようバナーを設置しています。
- 地方消費者委員会については、2、3ヶ月に1回程度のペースで、地元の方と相談のうえでテーマを選定し、開催を重ねていきたいと考えています。地方消費者委員会の開催がきっかけとなり、地元の方々の間で消費者問題をめぐる連携強化が図られることを期待しています。なお、開催の際には、知事、市長など、地方自治体のトップにできる限りお目にかかり、消費者行政の充実を図っていただきたいとのお願いをしております。
- また、地元の自治体や消費者団体のご要請に応じて、消費者委員会委員を講演会等のイベントに派遣することも行っています。その際、委員への謝金や交通費の負担は不要です。

ぜひ、地元からのお声かけをお待ちしています。

(以 上)