

消費者行政新未来創造プロジェクト検証 専門調査会報告書

概要

令和元年5月
消費者委員会事務局

○本専門調査会は、平成29年11月に設置され、下記審議経過のとおり、消費者庁、独立行政法人国民生活センター（以下「国民生活センター」という。）、徳島県、その他の関係者からのヒアリングを実施し、議論した。

○専門調査会の多くは徳島県で開催し、東京の会議室とテレビ会議接続した。

委員名簿

（平成31年4月1日現在）

(座長)	樋口 一清	法政大学客員教授
	内田 俊一	公益財団法人国立京都国際会館館長、元消費者庁長官
	木田 聖子	株式会社チャイルドハート代表取締役
	遠山 利恵子	NPO法人えひめ消費者ネット理事
(座長代理)	新川 達郎	同志社大学大学院総合政策科学研究科教授
	野口 貴公美	一橋大学大学院法学研究科教授
	野々山 宏	弁護士、独立行政法人国民生活センター前理事長
	萩原 なつ子	立教大学社会学部教授
	長谷川 雅巳	一般社団法人日本経済団体連合会ソーシャル・コミュニケーション本部長
	唯根 妙子	一般財団法人日本消費者協会専務理事

※岩崎一雄氏（一般社団法人日本経済団体連合会政治・社会本部長（当時））が、平成29年12月21日から平成30年5月31日まで、専門調査会の委員として在任。

※なお、消費者委員会の池本誠司委員長代理、大森節子委員、長田三紀委員がオブザーバーとして、調査・審議に参画。

審議経過

第1回	消費者行政新未来創造プロジェクトに関するヒアリング／本専門調査会における今後の審議の観点について
第2回	本専門調査会における今後の審議の観点について／「公益通報受付窓口（市区町村）及び内部通報制度（事業者）の整備促進」に関するヒアリング／「消費者志向経営の推進」に関するヒアリング／「見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会）の構築」に関するヒアリング／その他
第3回	とくしま消費者志向経営推進組織からのヒアリング／消費者志向自主宣言企業からのヒアリング／「研修事業・商品テスト」に関するヒアリング／「栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育」に関するヒアリング
第4回	「食品ロスの削減」に関するヒアリング／「子どもの事故防止」に関するヒアリング／「障がい者の消費行動と消費者トラブルに関する調査」に関するヒアリング／「食品に関するリスクコミュニケーション」に関するヒアリング
第5回	「若年者向け消費者教育の取組」に関するヒアリング／「行動経済学等を活用した消費行動等の分析・研究」に関するヒアリング／「倫理的消費（エシカル消費）の普及」に関するヒアリング
第6回	「若者の消費者被害の心理的要因からの分析」に関するヒアリング／「シェアリングエコノミーに関する実証実験等」に関するヒアリング／その他
第7回	消費者行政新未来創造オフィスの体制・業務・役割分担等に関するヒアリング／消費者行政新未来創造オフィスの働き方改革の拠点に関するヒアリング
第8回	全国展開のモデルプロジェクトの今後の展望に関するヒアリング／徳島県とオフィスの連携・役割分担についてのヒアリング
第9回	オフィスの消費者行政への寄与についてのヒアリング
第10回	取りまとめに向けた検討

第1. 検証の対象

- 消費者庁：各プロジェクト、消費者行政新未来創造オフィス（以下「オフィス」という。）での働き方改革に関する取組
- 国民生活センター：研修事業、商品テスト
- ※東京で行われているもの（国会対応、危機管理、法執行、司令塔機能、制度整備等）は対象外

第2. 検証の観点

「消費者行政の進化等の観点」

- ⇒①目的・目標との関係でどれだけの成果があがっているか
 - ②成果が国・全国の地方公共団体の消費者行政に展開・活用できるものとなっているか
 - ③成果を国・全国の地方公共団体の消費者行政に展開・活用しているか
 - ④徳島県で取組が行われた意義が発揮されているか
- などといった点を重視

参考 くまち・ひと・しごと創生本部の平成28年9月1日付「政府関係機関の地方移転にかかる今後の取組について」（抜粋）>

- 「徳島県に、消費者行政の新たな未来の創造を担うオフィス（以下『消費者行政新未来創造オフィス（仮称）』という。）を置き、実証に基づいた政策の分析・研究機能をベースとした消費者行政の発展・創造の拠点とする。徳島県及び周辺（関西、中国・四国）地域の協力を得て、全国の都道府県及び消費者の利益に資する高い成果を創り出すことで、新たな人の流れを生み出すとともに、消費者行政を進化させ、それにより地方創生への貢献を目指す。これまで行ってきた迅速な対応を要する業務、対外調整プロセスが重要な業務（国会対応、危機管理、法執行、司令塔機能、制度整備等）は東京で行う。」
- 「『消費者行政新未来創造オフィス（仮称）』の取組は、徳島における同オフィスの恒常的な設置、規模の拡大に向けた試行としても位置づけ、3年後を目途に検証・見直しを行って、結論を得る。検証・見直しは、今後の徳島県を中心とする交通・通信網、消費者行政を支える人的資源とそのネットワーク及び政府内の各府省庁共通のテレビ会議システムなどの整備状況のほか、同オフィスの設置が消費者行政の進化や地方創生にどの程度貢献したかの実績を踏まえて行う。」
- 「消費者委員会については、消費者庁や（独）国民生活センターの徳島県での取組につき、消費者行政の進化等の観点から成果を検証し、提言・助言を行う。その際、徳島県にて専門調査会を開催するなど、地方の現場の視点が反映されるような取組を行う。上記3年後目途の検証・見直しに当たって、消費者行政の進化等の観点から、意見を述べる。」

消費者庁の取組

平成31年4月末日時点

◆全国展開を見据えたモデルプロジェクト

- ①「若年者向け消費者教育の取組」
- ②「見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会）の構築」
- ③「倫理的消費（エシカル消費）の普及」
- ④「食品ロスの削減」
- ⑤「子どもの事故防止」
- ⑥「栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育」
- ⑦「消費者志向経営の推進」
- ⑧「公益通報受付窓口（市区町村）及び内部通報制度（事業者）の整備促進」
- ⑨「食品に関するリスクコミュニケーション」
- ⑩「シェアリングエコノミーに関する実証実験等」

◆基礎研究プロジェクト

- ①「行動経済学等を活用した消費行動等の分析・研究」
- ②「障がい者の消費行動と消費者トラブルに関する調査」
- ③「若者の消費者被害の心理的要因からの分析」
- ④「過疎地域等の消費活動特性等に関する調査・分析」

◆オフィスの働き方改革に関する取組

国民生活センターの取組

平成31年4月末日時点

◆研修事業

- ・主として関西、中国・四国地域の対象者を中心とした研修
- ・徳島独自の研修

◆商品テスト

- ・地震による転倒の防止策（平成29年度）
- ・錠剤、カプセル状の健康食品の品質等に関する実態調査（平成30年度）

	成果(観点①)	展開・活用可能性(観点②)	展開・活用状況(観点③)
全国展開を見据えたモデルプロジェクト	<ul style="list-style-type: none"> ○ 効果的な普及・啓発方法のモデルケース ○ 教材 等 <p>※調査対象によっては徳島県の地域性に適さないものもあった</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 消費者庁が普及・啓発方法を検討する際に有益な基礎資料にできる ○ 全国の地方公共団体が参考にできる 等 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 事例集等の公表や徳島県以外での働きかけを行っている(その段階にまで至っていないものもある)・・・多くは具体的効果が見える段階にまで至っていない ○ 国の計画に位置付け、具体的な工程を示す必要あり
基礎研究プロジェクト	<ul style="list-style-type: none"> ○ 新しい知見・データ等 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 施策の立案・実施で活用できる 	<ul style="list-style-type: none"> ○ いくつかのプロジェクトはまだ進行中 <p>⇒今後分析の結果を活用することが重要</p>
働き方改革に関する取組	<ul style="list-style-type: none"> ○ 東京より休暇取得多く、超過勤務少ない ○ 休暇取得で地元事業者の工場見学等 <p>⇒業務時間短縮で生まれた時間で地域貢献等に期待</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 東京等でも参考にできる 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 東京でLAN更改等を実施 <p>※無線LANを導入し、ペーパーレス会議等を行えるようにした</p>

徳島で行われた意義(観点④)	徳島で行う上での課題
<p>知事の強いリーダーシップの下、様々な関係者の積極的な協力により</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ オフィスの物的人的体制の整備等 ○ 関係者への働きかけの円滑化 ○ 調査対象者の確保 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 本州等とのアクセス ○ 東京の様子・状況が分かりにくい ○ 県外の有用な人材・組織の協力が得られるか

1. 研修事業について

成果	課題
<ul style="list-style-type: none"> ○ 関西、中国・四国を中心とした一部の受講者の移動の負担軽減 ○ オリジナル研修で受講者増等 <p>⇒徳島県での研修実施に一定のニーズがあること等を明らかに</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○受講者数 <ul style="list-style-type: none"> ・相模原・他の地域に比べて少ない ・徳島県からの受講者減 等 ○ 関西、中国・四国からの受講者の一部も移動の負担が重い ○ 運営の効率性 ○ 研修内容の充実性



今後も継続する場合には、研修事業全体の効果的・効率的な運営のために、徳島県で実施する研修の内容・場所・体制・方法・回数等の見直しが必要

2. 商品テストについて

成果	課題
<ul style="list-style-type: none"> ○ 徳島県内の実証フィールド調査で地域に即した問題状況の把握等 <p>⇒徳島県を実証フィールドとして活用できるテーマがあることを明らかに</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 実証フィールド調査が必要な調査は限定的 ○ 地域的特性の影響補正の必要 ○ 効率性（試験は県外で実施等県内で工程完結しない等）



商品テスト全体の効果的・効率的な運営のために、今後も人員を常駐させ続ける必要性の検討も含め、必要が生じた都度実証フィールド調査等を実施する方法によることも視野に入れた見直しが必要

消費者庁について

- 本報告書作成時点で、全体として見たときには、今後、国及び全国の地方公共団体における消費者行政に展開・活用できる可能性を有する成果を上げているという意味で、消費者行政の進化に寄与
- もっとも、展開・活用に向けた具体的な取組が開始される段階にまで至っていないプロジェクトもあるため、今後そのような具体的な取組を実施していくことが重要
- 今後の取組・オフィスの在り方を検討することも重要
- 上記各事項を実行する上で、中央組織としての東京の消費者庁の体制・機能強化が必要となると考えられ、その場合には対応を検討すべき

国民生活センターについて

- 国民生活センターの徳島県での取組については、研修事業において徳島県において研修を実施することについて一定のニーズがあること等を明らかにしたことや、商品テストにおいて徳島県を実証フィールドとして活用できるテーマがあることを明らかにしたことなどの点で、消費者行政の進化に寄与
- もっとも、研修事業については受講者数、運営の効率性及び研修内容の充実性について課題があり、特に受講者数との関係では成果として不十分といわざるを得ない。また、商品テストについては実証フィールドの活用が必要なテーマが限定的であること、調査結果の地域的特性の影響の補正が必要であること、及び、商品テスト全体の効率的な運用への影響が懸念されることといった課題がある。そのため、それぞれ見直しが必要
- 全国各地での研修の充実等を踏まえた見直し及び調査結果への地域的特性の影響の補正などを行うにあたっては、中央組織としての東京・相模原の国民生活センターの体制・機能強化が必要となると考えられ、その場合には対応を検討すべき

消費者委員会について

- 消費者庁、国民生活センターが地域に密着したフィールドで消費者政策を展開し、第三者的立場に立つ消費者委員会が検証するという政策推進の1つのモデルが構築されたことにも意義があった
- 今後も、オフィスにおける消費者庁、国民生活センターの取組の状況、それらの取組の成果の国及び全国の地方公共団体の消費者行政への展開・活用の状況等を注視することが重要