

消費者行政に係る体制の在り方について

(2012年3月23日ヒアリング資料)

明治学院大学法学部消費情報環境法学科准教授 角田真理子

I. 消費者庁・消費者委員会設置から現在までの取組について

「消費者にとって便利で分かりやすい」、「消費者・生活者がメリットを十分実感できる」「迅速な対応」「専門性の確保」「透明性の確保」「効率性の確保」6つの原則の観点からの評価

- ・消費者庁は、いわゆる縦割り行政を解消するために消費者行政全般の司令塔として創設されたが、その役割を果たせていない
- ・消費者委員会については、建議等の状況をみると一定の監視機能は果たされていると評価できるが、審議会機能などは十分とは言えない

II. 国民生活センター業務に関する留意点等について

1. 消費生活相談（「消費者苦情こそが改革の指標になる」という考え方に基づいている）

○消費生活相談は、国民生活センターの中核をなすもの

- ・相当の直接の相談を行っていないければ、各地消費生活センターへの十分な支援も困難
- ・柔軟な運用ができるスキルの習得
- ・消費者トラブルは、全国規模で起こる→全国レベルでの対応が必要な相談が多数
- ・国際的な消費者トラブルも増加している→各地消費生活センターでの対応は困難
- ・事例的な内容だけでは、未然防止や拡大防止の発想は生まれない
- ・経由相談（共同処理、移送）だけでは、内容に偏り

→直接消費生活相談に対応する機会を質・量ともに充実させることが必要

→できるだけ限定されないものが拾えるようにする（センサー機能）

→「あっせん」を行うことで臨床経験を充実させる

→職員・相談員の現場経験の充実および職員、相談員の教育システム・研修機会の充実

2. 消費生活相談情報等の収集・分析・提供

○悪質商法の手口等の一般への情報提供と制度等問題の指摘や制度改正要望等

- ・P I O - N E Tは、基本情報として評価が高い
- ・消費者トラブルの手口公表や注意情報など消費者への迅速でわかりやすい情報提供は、評価が高い
- ・問題の指摘や要望は、消費者関連法の立法、各種制度の改正等の契機などとして有用

- ・消費者関連判例情報の収集と評価→消費生活相談処理に役立つ評釈として有用

→引き続き行われることが期待される

3. 広報・普及啓発

○身近な消費者問題についての独自の情報提供

- ・内容豊富でわかりやすいHP
- ・月刊「国民生活」、「くらしの豆知識」は、消費者問題に関わる基本書として有用
- ・本格的な消費者教育教材として、広く活用されている

→引き続き行われることが期待される

4. 商品テスト

○消費者目線に立った数少ないテスト機関

- ・地方自治体の商品テストはほとんど機能していない
- ・消費者目線での商品テストは評価が高い
- ・各地消費生活センターからのテスト依頼への相談処理に使える報告書は評価が高い

→各地消費生活センターからの依頼の全件実施は継続が必要

→事故調査委員会ができて注意喚起のためのテストも継続が望ましい

→取引分野に偏りがちな消費生活センターのあり方を変革するためにも再評価が必要

5. 研修

○消費者行政のレベルアップのために不可欠

(国民生活センターの研修の評判は高い)

- ・特に各地消費生活センター等の消費生活相談処理の水準の高度化に有用

→法律偏重・取引偏重の傾向から相談実務に即した実践的なものに変える工夫必要

- ・国や地方自治体の職員研修としても有用
- ・企業職員研修も有用

→カリキュラムを多様化し、充実させることが必要

○消費者フォーラムの開催

→消費者団体、研究者、行政関係者など消費者問題関係者等が、幅広い消費者問題につ

いて自由に研究発表し意見交換を行う場があることも重要。従来の年 1 回か定期的に開催なども

6. 調査研究

○消費者問題に関する調査研究機能の拡充必要

- ・「国民生活研究」発行など消費者問題を踏まえた調査研究業務も重要な役割

7. ADR（紛争解決委員会）

○幅広い消費者分野をカバーする ADR 機能も不可欠

Ⅲ. 消費者行政の体制の在り方等について

1. 消費者庁の体制強化

○消費者の声に謙虚に耳を傾け、やるべきことをやること

- ・本来やるべきことが十分にできていないという評価
(例えば、全国消費生活相談員協会「会員実態調査報告書」(2011年12月)の消費生活相談員が、国民生活センターの消費者庁への一元化に反対する理由)
- ・基本は、法執行や企画立案
- ・各省庁の組織、人員構成がそのまま温存されている

→法執行体制を消費者庁としての総合的視点でより積極的に行う必要

→機能に即した組織、人材配置の見直し等の組織改革が必要

→法執行や企画立案した内容をよりわかりやすく情報提供することも必要

○人材の育成

- ・消費者問題、消費者行政に精通した職員がほとんどいない

→戦略的に消費者行政の専門家を採用・育成することが必要

消費者分野の専門家（消費者プロパー）の育成等

○その他の強化すべき機能

- ・消費者庁の司令塔機能を支える有識者会議が存在しない
→総合的な理念をリードし、消費者庁自身を評価する仕組みが必要
→消費者委員会の審議会機能を一部移すことも考えられる
- ・調査研究機能、国際関係業務が不十分

→調査研究機能、国際関係業務の充実が必要

2. 消費者委員会の体制強化

○事務局体制の強化と審議会機能の充実

- ・消費者委員会の審議会機能は、十分とは言えない
- ・事務局機能も十分とは言えない

→審議会機能の一部を消費者庁に移すことも考えられる

→事務局機能の拡充必要

→国民生活センターとの更なる連携の強化も必要

3. 国民生活センター

○将来にわたり、基本的機能を維持し拡充できること

- ・消費者行政の中核的機関であり、その機能（消費者情報の収集と発信の機能、具体的には、①直接の消費生活相談対応の実施、②消費生活相談情報の分析、③消費者トラブル情報の発信等）が維持されないと消費者行政全体が後退
- ・消費者行政の強みは、現場力を政策に反映させること（オンブズマン的機能）
- ・柔軟な業務運営ができる体制が維持されることが不可欠

⇒組織・業務運営の独立性、独自性が保てることが重要

- ・業務運営（特にその中核を担う消費生活相談対応が現状どおり、もしくはそれ以上にできる体制が不可欠）
- ・人事（年功序列人事等の見直しも）等