

2012年5月30日 第8回検討会

山内 明子

論点整理「Ⅱ 3.総合力の充実」に関連して

(1)消費者団体の役割をどのように認識し、消費者からの視点や知見を行政にどのように反映させる仕組みを作っていくか

1. 消費者団体の役割

消費者基本法第7・8条、『消費者の8つの権利と5つの責任』（CI）←資料

○消費者主体の社会を形成していく上で、消費者団体が消費者の権利を実現し、その利益を擁護していく役割を消費者の視点に立って果たすこと、消費者の役割を果たせる消費者を育成していくことが必要。

① 消費者被害・トラブルへの対応～市場チェックの役割

- ・相談活動、ADRの実施
- ・約款チェック→差し止め申し入れ・訴訟
- ・集団的消費者被害の回復にかかわる取り組み
- ・企業活動の評価 → 社会的責任経営志向の企業を育て応援する
- ・業界団体・行政との意見交換・要請

② 政策形成過程への参画～社会システムづくりへの主体的参画

- ・行政の審議会・委員会等に参加し消費者の立場から発言する
- ・パブリックコメントの提出
 - ←政党・議員の消費者問題への理解を高める
 - ←専門家とのネットワーク、人材育成

③ 消費者力向上の取り組みと情報提供～市場環境の整備と主体づくり

- ・消費者力向上の取り組み
- ・消費生活アドバイザー・コンサルタント、相談員の養成
- ・わかりやすい情報提供
 - 基礎知識（消費者問題、クーリングオフ・消費者契約法、商品・食品の安全・価格・品質・表示・広告など、税財政・社会保障制度・公共料金の仕組みなど）や相談窓口の紹介
- ・調査・研究

2. 消費者の視点を反映させるしくみ

① 消費者団体の強化を通じて～多くの消費者に支えられ、消費者の実情をつかめる組織

- ・消費者の苦情相談を受け付け、助言し、場合によっては救済する活動を通じ消費者の実情をつかめ、政策要求の実現に貢献できる団体を強化する。
- ・個人消費者が、この活動プロセス（問題を抱え相談、助言を受ける、救済される）に参加するなかで、責任を自覚し組織の担い手に育つといった環境を整える。

← 消費者団体の基礎的活動として、消費者からの苦情・相談に対応する（情報を受ける、救済を図る）ことが定着することが重要。

② 直接、より広範な消費者の意見を聞く仕組み

- ・消費者活動サポーターのデータベース構築と活用

地方消費者グループフォーラムへの参加者や、消費生活アドバイザー・コンサルタント、相談員資格を持っている方の中から、本人の了解を得て登録。各種審議会や委員会、意見交換会（国、地方）への参加候補。テーマ別に意見をもらえるモニターとして登録する。

- ・WEBご意見箱の設置と意見募集

←返信したくなるような、ツイッターによる情報発信。

←「いいね！」したくなるような、Facebookによる情報発信。

- ・大臣・長官記者発表を受けた、テーマ別のツイッターつぶやき分析

③ 職員が消費者視点を身に付ける

- ・職員研修で、消費者志向の考え方について学ぶ（消費者団体のへの出向も）

(2)消費者団体をはじめ、民間活動の発展を支援できる体制をどのように作っていくか

1. (1)の役割発揮のために克服すべき消費者団体の組織的課題

- ・団体の維持・拡大：活動を知らせる→理解し支援する人の拡大・会員拡大
- ・運営の担い手育成
- ・財政基盤の強化
- ・ネットワーク強化

2. 民間活動の発展を支援する体制（公益実現のための消費者団体活動支援）

- ① 事業活動のプロトタイプの構築 ～全国・ブロック・県レベルで活動する団体
- ・有償での消費者相談事業の実施
(専門家の協力の下で。例：ADR、集団的消費者被害回復に関わる訴訟制度)
 - ・地方自治体の相談業務の受託
 - ・付加価値情報・サービスの有償提供
 - ・相談員育成・研修

←行政の支援

モデル事業として、初期費用の支援を行う。

※直接の支援が困難な場合は、民間助成事業支援のコーディネーター

- ② 地域のボランティアな活動組織に対する支援の促進

- ・現物給付：会場確保、講師紹介、講師費用などの支援と拡充
- ・「地方消費者行政活性化基金」を利用した民間団体活動支援
- ・消費者行政の事業での協働パートナーとしての位置づけ
人材育成プログラム：消費者モニター・リーダー・市民講座講師養成
ネットワーク・交流の場づくり（意図的に、新しい団体との連携を）
消費者啓発推進員や消費者センター運営委員として

【参考】海外の消費者団体の活動への政府支援

ドイツ、韓国、スウェーデン

<資料>消費者基本法、消費者の8つの権利と5つの責任

<資料>平成20年版『国民生活白書』より

《消費者基本法》 消費者の役割、消費者団体の役割

第七条 消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めなければならない。

2 消費者は、消費生活に関し、環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めなければならない。

第八条 消費者団体は、消費生活に関わる情報の収集及び提供ならびに意見の表明、消費者に対する啓発及び教育、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めることとする。

《消費者の8つの権利と5つの責任》 (国際消費者機構 Consumers' International)

消費者の8つの権利

- ① 生活の基本的ニーズが保障される権利 Basic needs
- ② 安全である権利 Safety
- ③ 知らされる権利 Information
- ④ 選ぶ権利 Choice
- ⑤ 意見を反映される権利 Representation
- ⑥ 補償を受ける権利 Redress
- ⑦ 消費者教育を受ける権利 Consumer Education
- ⑧ 健全な環境の中で働き生活する権利 Healthy environment

消費者の5つの責任(消費者憲章)

- ① 批判的意識 Critical awareness
商品やサービスの用途、価格、質に対し、敏感で問題意識を持つ消費者になるという責任
- ② 行動と参画 Action and involvement
自己主張し、公正な取引を得られるように行動する責任
- ③ 社会的責任 Social responsibility
自らの消費行動が、他者に与える影響、とりわけ弱者に及ぼす影響を自覚する責任
- ④ 環境への配慮 Ecological responsibility
自らの消費行動が環境に及ぼす影響を理解する責任
- ⑤ 連帯 Solidarity
消費者の利益を擁護し、促進するために、消費者として団結し、連帯する責任

第2-2-19表 海外の消費者団体は多様な収入源を確保し、幅広い活動を行っている

●海外の消費者団体の現状●

| 国 | アメリカ | 英国 | フランス | ドイツ | オランダ | スウェーデン | デンマーク | 韓国 | | | |
|---------|--------------------------------------|----------------------------------|--|---------------------------------------|----------------------|---|---------------------------------|-------------------------------|---------------------------|---|----------------------------------|
| 団体名 | 消費者連盟 Consumers Union | Which? (旧消費者協会) | 消費者委員会 National Consumer Council | 消費者総連盟 UFC Que Cholsir | 消費・住居・生活環境連合 CLCV | 消費者センター総同盟 VZBV | 消費者協会 | 消費者協会 Sveriges Konsumenter | 消費者委員会 | 韓国消費者同盟 | コンシューマーズコリア (旧消費者保護のための市民の集い) |
| 設立年 | 1936 | 1957 | 1975 | 1951 | 1952 | 2000 | 1953 | 1992 | 1947 | 1970 | 1983 |
| ミッション | 全ての消費者にとって公正、正当かつ安全な市場のために働くこと | 日常において消費者が組織が有するのと同じ力を持つようにすること | 声を聞いてもらえるようにすること、すべての人の待遇がよくなるように手助けすること | 消費者の集団的利益の代表 | 日常生活と生活環境の全ての領域での保護 | 商品・サービスの生産、質に関する透明性の向上、消費者と事業者の間の平等性の確保 | 市民と環境に配慮して消費生活の質と選択を高めること | 消費者利益を確実にすること | 消費者利益を擁護、促進すること | 消費者と消費者利益の擁護 | 消費者のために安全で公正な市場を創造すること |
| 会員 | 800万人 (延べ) | 104万人 | - | 12万人 | 3万人 | 消費者団体41団体 | 56万人 | 地域の消費者団体28団体と個人 | 市民団体32団体 | 3万 4,200人 | 5千人 |
| 主な活動 | 政策提言、商品テスト、雑誌 Consumers Reportの発行 | 政策提言、商品テスト、雑誌 Which?の出版、消費者相談 | 政策提言 | 消費者相談(全国300か所)、雑誌Que Cholsirの出版、商品テスト | 消費者相談、出版、情報提供、政策提言など | 情報提供、消費者団体の研修、政策提言など | 消費者相談、商品テスト、雑誌出版 | 雑誌 Konsument Marktの発行 | 雑誌Tankの出版、政策提言 | 政策提言、消費者相談、消費者教育、商品テスト、出版 | 政策提言、消費者相談、商品テスト、出版 |
| 法的権限 | なし | 団体訴訟、スーパーコンプレインツ | スーパーコンプレインツ | 団体訴訟 | 団体訴訟 | 団体訴訟 | 団体訴訟 | 団体訴訟 | 団体訴訟 | 団体訴訟 | 団体訴訟 |
| スタッフ(人) | 500 | 413 | 69 | 142 | N.A. | 100 | 256 | 15 | 72 | 53 | 40 |
| 総収入(円) | 2億5,523万ドル (285億) | 6,054万ポンド (134億) | 605万ポンド (13億) | 1,900万ユーロ (31億) | N.A. | 1,392万ユーロ (23億) | 3,026万ユーロ (49億) | 2,570万クローネ (4億) | 5,123万クローネ (11億) | 13億 2,000万ウォン (1億) | N.A. |
| 主な収入 | 会費89%、投資収益10% | 会費97%、投資収益 | 政府補助金58%、委託費32% | 購読料95%、会費4%、政府補助1%など | 会費、政府補助(55万ユーロ) | 政府補助61%、委託34%、出版収入3%、会費0.2% | 会費96%、委託事業1%(農業省、健康省、欧州委員会など)など | 購読料78%、政府補助14%、会費3%、委託費など | 購読料64%、補助金29%、訴訟・事業補助4%など | 会費、政府補助金67%(補助委託事業費、国庫補助委託事業費、ソウル市補助事業費、地方自治体補助費の計) | 会費、購読料、委託事業費 |

(備考) 1. 各種資料により作成。
 2. 円換算はブルームバーグ(2007年末)の為替レート。
 3. 英国消費者委員会は、2008年10月に、政府の資金提供を受けていた政策提言型消費者団体のEnergy Watch、Post Watchと統合され、Consumer Focusとなっている。

目 次

スウェーデンにおける消費者団体支援

スウェーデンでは消費者行政を所管する統合・平等省が今まで消費者団体の組織力が弱かったことを踏まえ、消費者団体強化を消費者政策の柱の一つに掲げて、支援に乗り出している。現在、消費者団体支援には団体、活動費、プロジェクトという三つの名目がある。プロジェクト支援は2002年から開始され、更に団体支援、活動費支援に広げるために「消費者組織に対する国からの支援に関する政令」(Förordning (2007:954) om statligt stöd till organisationer på konsumentområdet) が制定され、2008年から団体・活動費支援が開始された。消費者庁がその執行を担当し、年間予算は2007年度650万クローナ(約1億円)、2008年度1,210万クローナ(約2億円)となっている。

1) 団体支援の条件としては、消費者団体が、①スウェーデンの消費者の利益擁護を主な活動目的としていること、②2年間の活動実績があること、③全国規模の活動を行っていること、④1,000人以上の会費を納めている会員がいることが必要であり、2008年には3団体にそれぞれ20万クローナが配分されている。

2) 活動費支援の条件としては、消費者支援のために活動しており、民主的かつ政治的に中立な立場で非営利活動を行っている団体を対象に、①スウェーデン、欧州及び世界市場におけるスウェーデンの消費者の影響力を高める活動を行っていること、②スウェーデンの消費者を代表している、あるいはスウェーデンの規格または国際規格の策定作業に関わっていることが挙げられ、2008年は6団体が20万～358万クローナの支援を受けている。

3) プロジェクト支援の条件は、活動費支援と同じ団体条件の下、①消費者利益に合致するもの、②消費者分野の知識向上に資するもの、③消費者の選択をよくするためのもの、④事業目的ではないものとなっており、2008年は20団体が3万～63万クローナの支援を受けている。また2009年は特に、子どものリスク軽減やサービスの安全に資するもの、社会的価値表示(フェアトレードなど)に関連するもの、障害者や若年層に資するもの、消費者法令の知識向上に資するものを優先的に配分するとしている。

3. 消費者行動を踏まえた消費者政策の設計が不可欠

これまで見てきたように、消費者被害は複雑化、多様化している中、潜在的な処理対象案件や相談案件などへの対応を的確に行うためには、消費者行政部門の体制拡充が必要である。そうした量的な面での対策に加えて、今後、消費者政策の実効性の確保を図っていくためには、より効率的な対応が必要になってくると思われる。

まず、昨今の消費者被害は、振り込め詐欺に代表されるように、消費者の意識や行動特性を巧みに利用したものが増えている。被害の防止に向けて消費者への注意喚起が繰り返し行われてきているが、それにもかかわらず被害が後を絶たないのが現状である。こうした消費者の行動様式、意思決定の仕方を悪用した被害の実態を捉えて、制度を改良していくことが不可欠である。