

2010年2月23日

消費者庁企画課御中

全国消費者団体連絡会
〒102-0085 東京都千代田区六番町15
プラザエフ6F
電話 03-5216-6024
FAX 03-5216-6036
EMAIL webmaster@shodanren.gr.jp

新たな「消費者基本計画（素案）」に対する意見

I. 「消費者基本計画（素案）」の全体的な評価

今回、総論について消費者基本法の基本理念である「消費者の権利の尊重と自立の支援」をベースに再整理した点は評価しますが、本来、消費者基本計画の構成は、現行の消費者基本計画と同様に、総論の下に「新たな消費者基本計画における戦略的課題と最重点事項」の項を立て、それに関連する具体的施策を中心に記載するべきと考えます。

なお、消費者政策のアクションプランである消費者基本計画において重要となるのは各論（具体的施策）部分です。各論には、消費生活に関する施策をできるだけ分野横断的・省庁横断的に盛り込み、消費者政策の前進を計画的に達成していくことが重要ですが、今回の素案では、政府の消費者行政の重点や方向性などのポイントが明確になっておらず、各論部分は「各省庁から出された施策を消費者庁事務局がそのままホッチキス止めしただけ」との印象が否めません。

消費者基本計画は、それまで国の消費者行政の方針として「消費者保護推進の具体的方策」を消費者保護会議で形式的にとりまとめ承認していたにすぎなかったことを反省し、新たに消費者基本法において政府の具体的なアクションプランとしての消費者基本計画を位置づけ、毎年度検証・評価・監視を行うこととして作られた枠組みです。このような本来の策定の経緯や意義から見ても、今回のような各論の水準で5カ年計画がスタートすることは、消費者基本計画の形骸化につながりかねず、ひいては消費者庁・消費者委員会の設立趣旨までも無視し捨て去りかねないものと言わざるをえません。消費者庁には、消費者基本計画策定における分野横断的・省庁横断的課題や重点課題の設定、各省庁から出された具体的施策の適切な整理などの面においても、消費者行政の司令塔としての役割発揮を求めます。また、各省庁には、「行政のパラダイムの転換」の視点のもと、消費生活に関する課題を幅広く消費者基本計画に盛り込むことを求めます。

素案の各論部分には、総じて以下のような問題があり、大幅な修正が必要と考えます。

- 素案に盛り込まれている具体的施策は、全般的に、①情報提供・法執行などの各省庁のルーティン課題（「継続的に実施する」「毎年実施する」とされている事項）か、②各省庁ですでに取り組むことを決めている課題が大半で、昨年12月に「盛り込むべき課題」の意見募集を行ったにもかかわらず、いわゆるチャレンジ課題、分野横断的・省庁横断的に取り組む課題が少ない。また、現行の基本計画には示されている各テーマにお

ける重点課題も設定されておらず、各テーマについて政府として目指す5ヵ年の方向性（例：製品の安全性確保のために、政府としてどういう方向を目指すのか）が明確になっていない。

- 消費者庁関連法の附則・附帯決議に位置づけられた項目ですら具体的施策に盛り込まれていない（例：「各府省庁における消費者担当部局の強化（参議院附帯決議2項）」「表示、取引、安全の分野における横断的な新法の制定（参議院附帯決議27項）」）。あるいは、記述ぶりが不自然に変更されている（例：「適格消費者団体に対する資金確保その他の支援措置」（消費者庁及び消費者委員会設置法附則5項））。
- なぜその省庁だけなのかという項目（例：施策番号29「食品安全に関するリスク管理…農林水産省」、92「食品安全の情報提供…農林水産省」）や、なぜその分野だけなのかという項目（例：施策番号104「金融サービス利用者相談室」、111「農林水産分野の温室効果ガス削減」、132・133「電気通信分野における不招請勧誘・適合性原則」）、全体のバランスとの関係で非常に細かい項目（例：施策番号91「エステ関係団体」、153「警備業務における苦情の解決」）が散見される。あらためて行政全体の視点から再整理する必要がある（例えば、金融サービス利用者相談室の在り方の検討を行うのみでなく、各省庁が行っている消費者相談の在り方について横断的・総合的に検討する必要がある）。
- 具体的施策の書きぶりについて、抽象的な事項、ワンセンテンスが長く具体的に何をするのか不明な事項が多い。また、日本語として意味不明な事項も見受けられる（例：施策番号4、116、131など）。
- 具体的施策はできるだけ数値目標含めた具体的な書き方を追求すべき。数値目標化が困難な場合には実施時期を区切って明示する、平成22年度に実施することを具体的に明記するなどの工夫をはかるべき。原案のままでは今後、意味のある検証・評価になりにくい（例：施策番号161～163など）。
- 具体的施策に盛り込む必要のない、各省庁にとっての本来業務・基本的業務が盛り込まれており、これらは削除すべき（例：施策番号100、119、120など）。

上記の点を修正する際、施策ごとに、いつ、どの時点までに、どの担当省庁が、どのような基準で、どのレベルまで施策を推進し、最終的にどのようにするのかを、具体的でかつ効果測定が行える記述にするよう、重ねて要請します。

II. 「消費者基本計画（素案）」の総論部分について

今回、消費者基本法の基本理念である「消費者の権利の尊重と自立の支援」をベースに全面的に書き直したことは評価します。その上で、以下の点について修正を求めます。

1. 「消費者基本計画」策定の趣旨 ～消費者政策の新たなステージ～

現在の記述では、現行基本計画を閣議決定してから平成21年9月に消費者庁が創設されるまでの間の消費者行政の状況に対する記述がありません。消費者庁・消費者委員会設立の背景となった「消費者行政に対する不信感の高まりとその反省」という視点についても、触れておくべきだと考えます。

2 消費者政策の基本的方向

(1) 消費者の権利の尊重と消費者の自立の支援

● 消費者の安全・安心の確保

リスクコミュニケーションの説明として括弧内に、施策策定時の消費者等の意見反映及び施策策定過程の透明性確保について書かれていますが、この点については、P4に「・消費者の意見の消費者政策への反映と透明性の確保」として別項で記述されており、内容が重複するため、「リスクについて情報・意見の交換を行うこと」のような簡潔な表現にしてください。

(2) 経済社会の発展への対応

● 環境に配慮した消費行動と事業活動の推進

現在の世界的な地球環境課題を踏まえつつ、今後5年間で目指す消費生活や政府の施策の方向性（2020年で25%のCO2削減（1990年比）と生物多様性保全）についても触れるべきです。

また、事業者へも環境配慮型製品の開発を求め、政府としてその支援にも積極的に係わる旨を記述してください。

3. 「消費者基本計画」の検証・評価・監視

検証・評価・監視にあたって、①消費者にわかりやすい評価基準を設定すること、②消費者団体等のアンケートやヒアリング等を行い、消費者の意見をよりの確に反映すること、③検証・評価の結果を次年度の具体的施策に反映すること、等を丁寧に記述したことは、評価できます。

なお、「消費者市民社会」という概念については、まだ社会的に共通イメージが形成されていない段階であり、追って論議を行い、ある程度まとまった段階で追記を検討すべきだと考えます。

また、消費者庁の取り組むべき課題は山積しており、消費者庁の体制が十分でない現状をかんがみれば、消費者庁は当面は「消費者庁工程表」で位置づけた課題を着実に実践することを優先すべきです。

III. 「消費者基本計画（素案）」の各論部分について

上記Iにおいて指摘した点の修正が必要です。まずは、消費者庁自身の課題でもある、消費者庁設置関連三法の附則・附帯決議、消費者庁工程表、「地方消費者行政の充実・強化プラン」で掲げている課題を盛り込むことが必須であり、その精査が必要です。その上で、以下の点について追記・修正が必要です。

～分野横断的・省庁横断的課題～

- 各府省庁における消費者担当部局の位置づけの明確化と体制強化
- 表示、取引、安全の分野における横断的な新法の制定
- 各省庁が行っている消費者相談の在り方についての横断的・総合的な検討（論点例）

- ・ 各省庁にある消費者相談窓口で集められた情報を、各省庁での施策に反映させる明確な仕組み作りの検討
- ・ 各省庁で集められた苦情情報を、消費者庁に一元的に集約することの検討
- 各省庁のホームページの消費者視点での見直し検討
- 貸借契約・携帯電話契約をはじめ、消費生活分野における個人情報の取扱いについての状況と監督官庁の対応の把握、及び規制の検討
- 改正特定商取引法で適用除外とされた部分について、消費者被害の状況と監督官庁の対応の把握、及び適用の検討

(例：電気通信事業法、放送法、宅建業法)

- 個人情報保護法について、以下の二つの視点からの見直し
 - ① 事業者が営業目的で個人情報を利用することを規制する
 - ② 過剰反応を防止する
- 各ADR機関が行う紛争解決について、消費者視点からの実績評価
- 被害防止の観点からだけでなく、文部科学省をはじめとした各省庁や各分野横断的な消費者教育の検討
- 各省庁が行っている消費生活関連の調査結果について一元的に紹介する仕組みづくり
- CO₂の25%削減に向けた新たに実施する施策を検討する（既存継続だけでは達成は困難）

など

～各分野での課題～（別紙参照）

- 製品安全
- 食品安全
- 環境
- 金融
- 通信
- 関係する団体の支援
- 地方消費者行政強化
- 行政機関の体制と機関間の連携の強化

など

IV. 今後の消費者基本計画の策定・見直しに向けて

消費者基本計画の策定において重要なことは、消費者基本法や今回の総論部分で整理した基本理念や基本的方向にのっとり、消費生活に関わる具体的施策を幅広く盛り込むことですが、その際、政府として目指す5ヵ年の消費者行政の方向性と重点課題について、各テーマ別（例：製品安全、食品安全、金融、通信、等）にも記述することが必要です。

今回の消費者基本計画策定までに、素案の抜本的改善に向けた最大限の努力を図るとともに、来年度以降も適宜計画を見直し、「①基本理念・基本的方向、②各テーマに政府として目指す5ヵ年の消費者行政の方向性・重点課題、③②に基づく具体的施策」という関係性が明確になるような計画の作り方を目指すべきだと考えます。

現行の消費者基本計画の策定時には、パブリックコメントの募集をはじめ、国民生活審議

会における審議や、消費者団体との共催による「フォーラム」での意見交換など、消費者や関係者との幅広い意見交換が行われました。今回、新たに策定される基本計画についても、今後の見直しに向けて、基本計画の内容について消費者団体等との意見交換を行う場を継続的に幅広く設定すべきです。

そして、消費者基本計画という枠組みが作られた経緯やその意義について、改めて消費者庁をはじめとする各省庁にて継続的に共有を図るべきだと考えます。

更に、消費者基本計画の重要性にかんがみて、今後の消費者基本計画案作成と検証・評価・監視については、担当課のみで行うのではなく、消費者庁として庁内全部局を挙げ、庁内横断的に取り組むべきであると考えます。

以上