

消費者基本計画の検証・評価、及び計画の見直しに対する意見

日本生活協同組合連合会

日本生協連は、消費者基本計画について、5年間の消費者行政の骨格を決め各分野の施策を具体的に進めるための重要な計画として注視してきました。

日本生協連としては、施策全体について適切な検証と評価を行い、適宜、消費者行政推進の視点で計画を見直すこと、その上で今後の計画推進にあたっては消費者庁がリーダーシップを発揮し、政府、各省庁が一丸となって実行していくことが重要と考えます。

この度の東日本大震災への対応のため、検証・評価と見直しが遅れているのはやむを得ないこととして理解できますが、多岐の分野にわたる膨大な施策についての意見を募る際は、時間的な余裕をもたせるなどの配慮が必要です。今後、閣議決定を経て2011年度の取り組みを含む取組方針や計画の見直しが確定した後は、先送りすることなく、各施策を実施してください。

以上を前提として、各施策に対する意見を申し述べます。

1. 食品の安全について

(1) 施策番号 20〈食品の安全を確保するための施策〉

食品安全基本法第21条第1項に規定する「基本的事項」の起案は、消費者庁設置に伴い、食品安全委員会から消費者庁に移行したものです。2010年度は、改定の議論をする場を作ったとのことですが、基本的事項は改定されていません。食品の安全性を確保していくには、社会情勢にあわせた総合的な政策が必要です。基本的事項の改訂は、先送りすることなく、早急に行ってください。

(2) 施策番号 21〈食品の安全を確保するための施策〉

食品の安全性に関するリスクコミュニケーションは、関連各省庁とも継続していることを評価いたします。しかしながら、各省庁とも個別に行っていることが多く、効果的な連携が図られているとはいえません。各省庁の専門性を生かし、消費者の疑問に総合的に答え、コミュニケーションを図れる場を多く作るよう要望します。

2. 環境について

(1) 施策番号 140〈環境に配慮した消費行動と事業活動の推進〉

東日本大震災による原子力発電所の事故・停止と、自然エネルギーの導入拡大の方向を踏まえて、2010年6月に策定した政府の「エネルギー基本計画(第2次見直し)」の見直しと、2020年の温室効果ガス排出量の削減対策の見直しと削減目標見直しの是非の検討が必要です。こうした検討にあたっては、国際的な日本の責任・役割をきちんと果たすことを前提に、消費者・国民の意見を十分反映することが必要です。

同時に、温室効果ガスの総量削減は必須であり、上記の検討を進める間でもCO₂削減の取り組みを強化することが必要です。今年の夏の東京電力・東北電力の電力不足に対応した節電では、使用上限を示した企業や家庭の節電対策が効果を上げようとしています。そうした点からも、単純な啓発キャンペーンだけでは限界があるのは明白です。キャップアンドトレードを含むCO₂の排出量の規制や、家庭の省エネや創

エネを排出権としてクレジット化するなどの経済的手法を具体化すべきです。

(2) 施策番号 142 〈環境に配慮した消費行動と事業活動の推進〉

今年、カーボンフットプリントの試行事業が最終年度の3年目ですが、残念ながら認定や表示された商品の数が少なく、消費者が日常的に目に触れることがほとんどありません。その要因として事業者の算定の作業負荷が大きいことが言われています。普及するまでは、厳密さだけでなく算定のしやすさも十分考慮し、事業者が算定しやすいよう国が共通のデータベースや算定ソフトを作るなどして、表示した商品数を増やし、同時に消費者にそうした仕組みをわかりやすく伝える取り組みを積極的に行うことが必要です。

(3) 施策番号 143 〈環境に配慮した消費行動と事業活動の推進〉

「環境にやさしい買い物キャンペーン」はマンネリ化し、また参加する小売業の取り組みにもバラつきがあり、国民運動としての盛り上げや統一感が感じられません。主要な小売業（小売業界や商店街）が参加し、共通テーマを明確にして協調するとともに、各小売業が競って3Rの取り組みをアピール・推進する企画を検討すべきです。そうした事業者の取り組みが消費者の3Rの取り組みを進める力になります。

なお「3R推進全国大会」は、毎年、各県持ち回りで開催されていますが、このイベントの効果を検証してください。

(4) 施策番号 144 〈環境に配慮した消費行動と事業活動の推進〉

「リ・スタイル」は、「月に2回程度約5000人にメールニュース配信」「月に約17000のアクセス」とのことですが、この結果に対する評価が書かれていないので、評価を記載し効果を検証してください。

(5) 施策番号 145 〈環境に配慮した消費行動と事業活動の推進〉

国が一般国民にポスターやパンフレットをどのように配布しているのか、その方法や効果を明らかにしてください。

一括して各種リサイクル法といっても、例えば毎日のゴミやリサイクルに関わる容器包装リサイクル法と、家電リサイクル法や自動車リサイクル法などでは、消費者の暮らしの中で出会う場面は違います。それぞれの場面にあった形で、国が自治体や関係事業者と連携して各法律の内容を消費者に普及することが有効と考えます。

(6) 施策番号 151 〈環境に配慮した消費行動と事業活動の推進〉

2010年度の具体的施策の実施予定で、参考指標がパンフレットの配布数等の啓発関連だけしかありません。国は多量発生事業者に毎年報告書の提出を求めているのですから、再生利用率などを指標にして評価することが可能だと考えます。その関係で、2012年の食品循環資源の再生利用率の目標達成年が迫っていますが、達成見通しを明らかにして下さい。また、再生利用率が著しく低い（例えば20%以下の）食品関連事業者への指導強化を含めて、底上げを図ってください。

3. 消費者行政・法制度について

(1) 施策番号 42 〈消費者取引の適正化を図るための施策〉

今後の取組方針で「民法改正論議と連携した消費者契約法の不当勧誘・不当条項の在り方及び消費者団体訴訟制度における差止請求の拡大について検討する」とされていることは評価します。さらに具体的な取り組みに着手されることを期待します。

(2) 施策番号 109 〈消費者の意見の消費者行政への反映と透明性の確保〉

消費者基本計画を見直し、各省庁が実施している消費者相談のあり方について横断的・総合的な検討を行うことを具体的施策に追加すべきです。

(3) 施策番号 110 〈消費者被害救済のための制度の創設に向けた検討〉

「集団的消費者被害救済制度研究会報告書」の取りまとめや「集団的消費者被害救済制度専門調査会」での調査・審議などの取り組みを予定通り実行されていることは評価します。集団的消費者被害救済制度の検討にあたっては、手続追行主体たる適格消費者団体が必要な費用回収ができるような仕組みの検討を希望します。実施時期についても、予定通り 2012 年度の通常国会に法案を提出し、法制化してください。

(4) 施策番号 121 〈地方公共団体への支援・連携〉

2011 年度以降の検証・評価の参考指標として、地方における消費者関連施策の目に見える充実や消費者行政関連予算および人員の増加、「現場」での同種の消費者被害減少などを採用し、支援・連携の成果をより明確に判断できるようにすることが必要です。

(5) 施策番号 122 〈地方公共団体への支援・連携〉

消費者委員会が 2011 年 4 月 15 日付けでおこなった「地方消費者行政の活性化に向けた対応策についての建議」を踏まえて関係省庁の対応を取りまとめ、2011 年 7 月までに消費者委員会に報告できるよう各種施策を実施するための詳細な工程表を作成すべきです。

(6) 施策番号 127 〈消費者団体等との連携〉

適格消費者団体による差止請求関係業務の遂行に必要な資金確保について、意見交換や情報共有に加え、財政支援のあり方を含めた具体的な支援策の検討が必要であると考えます。実施時期についても、適格消費者団体の現状にかんがみ、平成 24 年 9 月を前倒しして実施することが望まれます。

(7) 施策番号 128 〈消費者団体等との連携〉

消費者基本計画の見直し案が作成され、PIO-NET 端末の設置が実施時期（平成 23 年度内に利用可能となるよう具体化）付きで明記されたことは、適格消費者団体の適切な運営に資するものとして評価します。

(8) 施策番号 129 〈消費者団体等との連携〉

各地の消費者団体等と協力して全国 8 ブロックで「地方消費者グループ・フォーラム」を開催 2010 年度に開催されたことについては、大変意義があったことと評価します。地域で消費者問題に携わる者の交流・連携をいっそう促進するため、2010 年度の実施方法や成果を検証し、2011 年度の開催に生かすことが必要です。

また、消費者行政における消費者団体の役割や育成・支援のあり方について消費者庁としての考え方を早急に明確にし、消費者団体の相談活動に対する財政支援についても検討することが必要です。

4. 消費者教育について

(1) 施策番号 87、90、94、97 〈消費者教育の体系的・総合的推進〉

文部科学省と連携した会議やモデル事業の開催、文部科学省や国民生活センターも

参加した教材の作成等、他省庁との連携が進んだことは評価できます。一方、消費者庁自身が実施する具体的な事業は不十分と考えます。特に社会人や高齢者への消費者教育や自治体等地域レベルでの推進については、消費者庁も実践的な事業を実施すべきです。

(2) 施策番号 87～91、93、94、96～101、103、104

「今後の取組方針」には、2011 年度に実施する具体的な事業計画も含めて明記すべきです。ほとんどの記述が抽象的な表現にとどまっており、今後実施することが不明確です。工程表に書かれている計画を反映させることは当然ですが、2010 年度の評価をふまえより具体的な方針を示してください。

(3) 施策番号 87 〈消費者教育の体系的・総合的推進〉

工程表に沿って、消費者教育に関する各種の事業を実施することを「今後の取組方針」に明記してください。例えば、学校教育現場と地方消費者行政・消費生活センターが連携した消費者教育の取り組みをモデル的に実施する、全国で使用できる教材を作成する、先進的な教育手法を検討し実践する等、文部科学省と連携して実施することで、より地域での消費者教育が広がることを期待します。

消費者教育に関する法制の整備については、施策番号 87 に加えるのではなく個別の施策とし、位置づけを明確にすべきです。その上で、具体的な検討スケジュールを示してください。消費者教育の理念を明確にし、国全体として総合的に消費者教育を推進するため、消費者教育に関する法制の整備を急ぐべきだと考えます。

(4) 施策番号 89 〈消費者教育の体系的・総合的推進〉

消費者教育手法について、実践的な調査研究を実施したことは評価できます。ただし、調査結果の普及方法や今後の具体的な活用方法が示されていません。調査結果を有効に生かすための具体的な計画を示してください。

(5) 施策番号 94 〈学校における消費者教育の推進・支援〉

専門家、文部科学省、国民生活センターと連携した教材作成や、普及にあたって教育委員会に協力を依頼するなど、より効果的に実施したことは評価できます。教育現場でより広く活用されるよう、文部科学省と連携し、具体的な事業が展開されることを期待します。

(6) 施策番号 96 〈地域における消費者教育の推進・支援〉

消費者庁では「高齢者の消費者トラブル見守りガイドブック」を配布していますが、他省庁の事例にあるように、その教材を使った出前講座の実施と終了後の評価や、アンケートによる教材の活用状況調査を実施するなど、より効果的な普及について検討すべきです。

以上