

2011年9月29日

消費者委員会のあり方に関する意見

日本生活協同組合連合会

2011年9月、消費者庁と消費者委員会が発足してから2年を迎え、消費者委員会は新体制に変わりました。

日本生協連は、消費者のくらしの安全・安心を求める立場から、消費者庁・消費者委員会の創設をはじめとする消費者行政強化への支援を進め、2010年8月末には、消費者庁・消費者委員会の発足1年にあたって、意見書を提出しました。

消費者委員会は、消費者問題について調査審議し、建議等を行うとともに、消費者庁や関係省庁の消費者行政全般に対してチェック機能を有する独立した第三者機関です。設置後2年を経て消費者委員会の新体制発足にあたり、委員会の活動に期待する立場から、以下5点の改善が必要と考え、意見を申し述べます。

1. 消費者委員会の事務局体制の抜本的強化が必要です。

消費者委員会の事務局体制（人員・予算）は、現在、独自採用の職員ではなく民間からの出向者によって支えられ、期待される役割と比べてまだまだ脆弱です。消費者行政関連業務は年々専門化していることから考えても、委員会や委員会に設置された部会、専門調査会等の議論を専門的見地からサポートする能力を有する人材の確保、調査機能の強化が必要です。継続して専門的な業務が担える事務局体制を構築するため、事務局人員・予算については、重要事項を独自に情報収集し分析する専門家の調査・監視体制を充実させるとともに、民間からの出向者に過度に頼らず独自の行政職員を増やすことも必要です。

2. 消費者委員会に期待される監視機能のさらなる向上が必要です。

消費者委員会には、各省庁の施策に対する監視機能の強化も求められます。現状では、各省庁が従来担っていた審議会機能の対応に追われ、この2年間で出した建議は6件にとどまっています。建議以外に提言や意見書、調査報告書もまとめられていますが、各省庁への監視組織として消費者委員会に当初期待された役割が発揮されるよう、さらなる活動の強化を求めます。

監視機能を向上させるために、委員会の事務局体制の抜本的拡充が直ちに望めない場合は、消費者委員会の一部審議会機能を消費者庁など各省庁に返上することも検討してください。ただし、審議会機能を返上する場合でも、各省庁での検討結果が不十分であれば、消費者委員会として監視権限等を行って意見を述べることは必要です。そのためにも、専門的な業務が担える事務局体制の整備は不可欠です。

また、委員会が出した建議や意見書、報告書などは、各省庁の施策に反映されて初めて成果として意味を持ちます。施策に反映された例では、有料老人ホーム前払金に係る契約の問題に関する建議（2010年12月17日）において、短期解約特例制度（いわゆる90日ルール）の法制化を求めたことを受けて、厚生労働省が老人福祉法を改正しました。一方、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（2011

年4月15日)では、関係省庁の対応の取りまとめと各種施策を実施するための詳細な工程表の報告を消費者庁に求めましたが、2011年8月5日の消費者庁の報告は取り組みの取りまとめと工程表についても、地方消費者行政の強化を担保すると言えない内容にとどまりました。消費者委員会の建議に従って施策をさらに具体化し、着実に実施するよう、消費者庁に対するフォローアップを継続することが求められます。

3. より開かれた委員会となるために、広報活動の強化や外部との連携強化を期待します。

前述のような視点に立って成果を検証する一方、成果を社会にわかりやすく伝える努力も必要です。消費者委員会が本来の監視機能を発揮して生まれた成果は、消費者の日々の生活に実際に活用されてこそ意味を持つと言えます。広報活動の強化については、なお一層の努力が求められます。

また、消費者・消費者団体、地方自治体、事業者などとの連携も消費者行政強化のためには不可欠です。消費者委員会のホームページ上に消費者が直接情報や意見を書き込めるしくみや、寄せられた要望・意見に対して委員会として回答する双方向コミュニケーションのしくみを確立し、消費者や消費者団体との意見交換の場を定期的に設けるなど、外部との連携強化を意識的に実施してください。

4. 消費者委員会で取り上げる案件、および選定方法を明確にすることが必要です。

消費者庁・消費者委員会設置関連法の附則・附帯決議において、法施行後3年以内に取り組みべき課題が多数位置づけられています。消費者庁・消費者委員会・国民生活センターの機能整理もその一つであり、2012年は、この機能整理に優先的に取り組むことが期待されています。

これらの課題については、委員会および各部会、専門調査会等で検討が進められてきましたが、取り扱う案件の選定基準や優先順位について社会的な発信や説明が不十分と考えます。消費者委員会の情報発信力を強化し、委員会が取り組むべき課題や審議内容について、具体的な審議スケジュールも含め、一般消費者にわかるように明確に発信することが必要です。

5. 消費者庁との連携強化も必要です。

消費者庁・消費者委員会ともに事務局体制が十分でない中、消費者委員会に設置されている部会、専門調査会、調査会などでは協力して運営している事案もあります。しかし、例えば消費者庁・国民生活センターの機能一元化の議論など、同一の事案について消費者委員会と消費者庁で別々に検討されている状況も見受けられます。消費者委員会の事務局は、両組織の運営効率化の視点をより意識しながら、消費者庁と協力できるところは、事前協議等をしながら進めることが必要です。

以上