

「消費者基本計画」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おこない、消費者行政強化の視点で計画を毎年見直すこと、その上で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各施策を実行していくことが重要であると考えます。

2012年度は、消費者教育推進法、改正特定商取引法、改正消費者安全法などの成立と施行、地方消費者行政活性化基金の上積み（60.2億円）と1年間延長の決定、消費者行政の体制のあり方についての取りまとめ、消費者団体と消費者庁・消費者委員会との定期的な意見交換の継続など、消費者行政の充実・強化が幾つも実現しました。とりわけ、消費者教育推進法において「消費者市民社会」の形成が謳われたことは画期的であり、今回の消費者基本計画の見直しでも、消費者市民社会の形成を積極的に支援する施策が新たに盛り込まれたことは評価できます。

これら2012年度の施策実施状況の整理に基づき、閣議決定を経て計画の見直しが確定した後は、2013年度も計画に沿って着実に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. 食品の安全と表示について

(1) 重点施策2〈食品と放射能に関するリスクコミュニケーション等〉

東日本大震災に伴う原発事故が発生してから2年以上、食品の放射性物質基準が設定されてから1年以上が経過しました。食品中の放射性物質に関わる消費者の不安はいまだに存在していますが、この問題に対するマスコミ等の情報は、事故発生から基準設定までの時期に比べて著しく減っています。このような状況の変化を考慮し、いっそうの工夫をこらしてリスクコミュニケーションをすすめる必要があると考えます。

平成25年度食品安全委員会の運営計画では、「消費者団体等の関係者との連携の充実・強化」「少人数・参加型の効果的な意見交換会等の実施」等、積極的にリスクコミュニケーションに取り組むことが記されています。消費者基本計画においても、同様の視点を盛り込んで、連携して対応していただきたいと考えます。

(2) 施策番号69, 70, 73, 75〈表示・規格・計量の適正化を図るための施策〉

食品表示に関しては4月5日に食品衛生法、JAS法、健康増進法における表示に関する規定を統合する食品表示法案が閣議決定されたところであり、現在、新法公布に向けた作業及び栄養表示義務化に向けた環境整備について、一部議論が進められています。

一方、「加工食品における原材料の原産地表示」「栄養成分の表示」「遺伝子組換え食品表示」「食品添加物の表示」については、消費者庁の説明では、今後検討すべ

き課題として、実態調査を含め、準備が整ったものから検討を開始するとされています。

この、今後行われる議論に関しては、拙速に義務拡大といった議論をすすめることなく、「消費者にとっての表示はどうあるべきなのか」といった視点を大切に議論を進めていただきたいと思います。

また、その際には現行の食品表示および制度、食品表示一元化検討会を含めた過去におけるさまざまな議論の経緯、コーデックス食品規格委員会や諸外国における制度など、食品表示を取り巻くさまざまな情報について、整理を行い、消費者・国民にとって有益な表示制度となるよう、充実した検討が行われることを望みます。

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〉

東日本大震災における原子力発電所事故を機に、生協では、「原子力発電に頼らないエネルギー政策への転換」を掲げ、組合員とともに、家庭や地域における省エネルギーの取り組み、再生可能エネルギー拡大の取り組みなどを推進しています。原子力発電に頼らない形での温室効果ガス削減の積極的な目標と計画を明らかにするとともに、消費者が再生可能エネルギーに電力を含めて電力の種類を選択できる社会づくりを確実にすすめてください。

また、環境省で「HEMS 利用の価値向上のための調査事業」等が実施されていますが、国民運動の展開が実際に家庭部門の省エネ・CO₂削減につながっていることを定量的にも明らかにし、より効果的な国民運動が展開できるよう、各省庁の連携、官民の協働を強めてください。

(2) 施策番号 141 〈環境に配慮した消費行動と事業活動の推進〉

情報提供や各種ツールが充実してきていますが、一般消費者に対する広報・周知は十分とはいえません。情報を活用するための人材の育成や場の設定を進めてください。

(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〉

消費者が、日常生活の中で、無理なく 3R に取り組めるようにするためには、消費者接点としてのスーパーマーケット等の小売り店舗で取り組みが促進できるよう支援することが大切です。例えば、容器包装を削減した商品を環境に配慮した商品として評価する仕組みや、容器包装の店頭回収がより促進できるよう廃棄物処理法上で「廃棄物ではなく資源物である」ことの位置づけを明確にすることなど、取り組みやすい条件づくりをすすめてください。

(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〉

インターネットはほぼすべての世代で利用が進んでおり、一方で情報量が膨大なことから、受け取られない情報がほとんどであると言われていています。インターネットを通じた情報提供では、ニーズや利用状況を細かく把握して、対応を行うことが必須です。実際のアクセス数の情報も公開し、より多くの方に読まれるよう、継続的にサイト運用やコンテンツの改善に取り組んでください。

(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〉

容器包装リサイクル法に関連しては施策番号 143 〈3R の推進〉で述べましたが、リサイクルは事業者の取り組みと同時に消費者の協力なくしては成り立ちません。ひき

続き、消費者に対する啓発や情報提供、特に地方自治体や消費者接点のある流通事業者等との協力、協働をすすめて下さい。また、使用済小型電子機器等の再資源化の促進に関する法律に関しては、自治体によって取り組み方が違うため、国が積極的に自治体を支援するとともに、消費者が自分の住んでいる自治体の取り組み方を理解できるようきめ細かな情報提供を自治体と連携してすすめてください。

(6) 施策番号 147〈環境に配慮した消費行動と事業活動の推進〉

「生きものマーク」の取り組みは、消費者にとっても意味のある取り組みと考えますが、一般の消費者にはあまり知られていません。取り組みの促進とともに、積極的な情報提供をお願いします。

また、現時点では、生きものマーク自体が自己宣言に留まっているため、取り組みが拡大してくると、消費者から見て、「本当に環境保全や生物多様性につながっているのか」が分かりにくい場合がでてくる可能性があります。何らかの基準やガイドラインと、それをチェックする仕組みがあれば、信頼感を高めることになると考えます。

3. 消費者行政・法制度について

(1) 重点施策 8〈消費者被害救済制度〉

集団的消費者被害回復に係る訴訟制度の実効性を確保するためには、制度の担い手となる特定適格消費者団体への支援が欠かせません。特定適格消費者団体への財政支援措置の検討を、消費者基本計画の重点施策に追加してください。

消費者被害の救済のために必要な行政手法（「財産の隠匿・散逸防止策」及び「行政による経済的不利益賦課制度」）も、集団的消費者被害回復に係る訴訟制度とともに早期実現が望まれます。2013 年度に「更なる検討」をおこない、2014 年度には具体的な法整備に着手することを、実施時期に明記してください。

(2) 重点施策 10〈地方消費者行政〉

「地方消費者行政に対する国の財政措置の活用期間に関する一般準則」は、各自治体の消費者行政が定着するまでは継続的な財政支援が必要であるとの認識を消費者庁が明示する一方で、自治体に対しては、円滑かつ計画的に自主財源への移行の道筋をつけるよう促す目的があります。2013 年度と 2014 年度の取り組みには、財源の確保に向けた検討とともに、自治体の自主財源への円滑かつ計画的な移行のあり方についての検討も明記してください。

(3) 重点施策 15〈特定商取引法〉

新たに規制の対象に置かれた訪問購入取引については、厳正な執行だけでなく、広く一般消費者への普及・啓発も重要です。訪問購入規制の消費者への普及・啓発を、2013 年度と 2014 年度の取り組みに追加してください。

また、消費者委員会は、特定商取引に関する法律施行令の一部改正についての答申（2013 年 1 月 23 日）の中で、「訪問購入に係る消費者被害の発生状況についての実態把握を重点的に行い、その結果を消費者委員会に報告すること」、「規制対象外物品等において消費者被害が拡大すると認められる場合には、これを訪問購入規制の適用対象とすることも含め、必要な見直しを機動的に行うこと」などを前提条件として挙げています。公共料金等に関する施策と同様、本施策についても消費者庁と消費者委員会との緊密な連携が特に望まれることから、担当省庁等に消費者委員会を追加してください。

(4) 施策番号 42 〈消費者取引の適正化を図るための施策〉

2013年4月5日に国会提出された食品表示法案において「著しく事実に相違する食品表示が差止請求の対象とされた」とありますが、立証責任は適格消費者団体が負うこととなります。制度の実効性を確保するためには、行政機関による支援措置の整備が必要です。差止訴訟の対象拡大の検討だけでなく、適格消費者団体への支援措置の整備を、具体的施策に追加してください。

(5) 施策番号 44-2 〈消費者取引の適正化を図るための施策〉

訪問購入規制について、改正特定商取引法の施行(2013年2月)をもって「実施済み」となっていますが、広く一般消費者への普及・啓発はこれからが本番です。「実施済み」ではなく「一部実施済み」とした上で、訪問購入規制の消費者への普及・啓発を具体的施策に追加してください。

また、重点施策 15 と同様、担当省庁等に消費者委員会を追加してください。

(6) 施策番号 121・122 〈地方公共団体への支援・連携〉

重点施策 10 と同様、具体的施策⑤には、財源の確保に向けた検討とともに、自治体の自主財源への円滑かつ計画的な移行のあり方についての検討も明記してください。

(7) 施策番号 128 〈消費者団体等との連携〉

現行の差止請求に加えて、集団的消費者被害回復に係る訴訟制度が導入されれば、(特定)適格消費者団体への情報面における支援措置はいっそう重要になります。適格消費者団体へのPIO-NET 端末の設置について、実施時期は「引き続き検討し、具体化を進める」とされていますが、実施予定年度を明記し、なるべく早く設置をおこなってください。

4. 消費者教育について

(1) 総論第 3

重点的に取り組むべき施策(1)では、「消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会」を形成することを積極的に支援する施策を講じる、と記されています。ここでいう社会は、消費者教育の推進に関する法律が謳う「消費者市民社会」の定義そのものですから、消費者基本計画にも「消費者市民社会」と明記してください。

(2) 重点施策 7 〈消費者教育〉

消費者教育の推進に関する法律では、都道府県と市町村は、国が定める消費者教育の推進に関する基本方針を踏まえ、それぞれの区域における消費者教育推進計画を定めるよう努めることとされています。国が現在、基本方針案の検討中であることを考えれば、都道府県と市町村における推進計画の策定作業は、複数年度に及ぶものと思われれます。2014年度の取り組みにも「地方公共団体における推進計画及び消費者教育推進地域協議会の取組を推進」と明記してください。

(3) 施策番号 87-2〈消費者教育の体系的・総合的推進〉

消費者教育の推進に関する基本的な方針の策定後、消費者教育推進会議の継続開催だけでなく、地方公共団体での消費者教育推進計画の策定と消費者教育推進地域協議会の組織化への支援が必要です。地方公共団体への取組への支援を、具体的施策に追加してください。

(4) 施策番号 89〈消費者教育の体系的・総合的推進〉

消費者教育効果の測定方法や先進的教育手法等の検討について、「消費者教育の体系的イメージマップ」の取りまとめと公表、各都道府県・政令指定都市への配布をもって「実施済み」とされています。しかし、「消費者教育の体系的イメージマップ」の周知はまだ不十分ではないでしょうか。「実施済み」ではなく「一部実施済み」とした上で、このイメージマップの普及も含め、消費者教育の効率的・効果的な実施方法や効果測定について検討と検証を今後も実施してください。

(5) 施策番号 175〈消費者に対する普及啓発・情報提供〉

消費者政策の実施状況を取りまとめた「消費者白書」の発行は記念すべきことであり、高く評価します。一方で、日本の消費者行政や消費者運動の取り組みは、対外的な発信が弱いために諸外国の消費者団体にはあまり認知されていないのが実情です。「消費者白書」は英語でも概要版を作成し、公表することが望まれます。消費者基本計画には「広く国民や関係団体、諸外国に情報提供」と記載してください。

5. 公共料金について

(1) 重点施策 4〈公共料金等〉

「所管省庁における公共料金等に係る情報公開の実施状況についてフォローアップ」とありますが、一般消費者から見てわかりやすい形での情報公開であることが重要です。例えば、関西電力と九州電力の家庭用電気料金値上げ認可申請に関して、「費用と、料金メニュー毎の収入及び販売量の原価算定期間内の進捗状況について、一覧といった分かりやすい形での消費者への定期的公表（実績値や見込額）」の検討を求めた消費者庁の意見に対して、経済産業省は「ホームページ上での公表資料や電気料金審査専門委員会の資料等で情報公開をしている」旨の回答をしていますが、一般消費者が見て容易に理解できる内容の資料であるとは思えません。「消費者の視点から、わかりやすい情報公開のあり方についても検討」することを、消費者基本計画の重点施策に明記してください。

また、料金原価と実績の部門別評価を毎年実施し、規制部門の電気料金が不当に高い場合には適正な料金に確実に値下げさせるため、経済産業省は電気事業法第 23 条に基づく料金変更認可申請命令に係る基準を定めました。この基準に基づく発動の要否の検討結果についても、「消費者の視点から、わかりやすい情報公開」の実施状況のフォローアップをおこなってください。

(2) 施策番号 67-2〈消費者取引の適正化を図るための施策〉

消費者委員会は、2012 年 2 月 28 日の建議で、デフレ時代に見合った料金水準への「値下げ」を求めることができる仕組みのあり方（例えば、第三者機関からの「値下げ」の要請や消費者団体等からの「値下げ」の求め等の仕組み）について消費者庁に検討を求めました。具体的施策③に「据え置きが続いている公共料金等を含め妥当性

を継続的に検証する具体的方法の検討と実施」とありますが、実施時期は「継続的に実施」としか書かれていません。実施予定年度を明記し、なるべく早く検証をおこなってください。

6. その他

(1) 新規施策〈国際化の進展への対応〉

消費者庁が、国連消費者保護ガイドライン(1999年改定版)を翻訳し、ホームページに公開したことは、日本の消費者にとって大きな力になるものと高く評価します。国連貿易開発会議(UNCTAD)では、現在、このガイドラインを2014年に改定する方向で作業をすすめています。消費者団体の国際的な連帯組織である国際消費者機構(CI)も、このガイドラインの改定を重視して提言をとりまとめ、世界中の会員団体を通して、CIの提言への支持を各国政府に呼びかけています。「国連消費者保護ガイドラインの周知と、改定作業における日本の消費者の声の反映等」に関する施策を、消費者基本計画の「国際化の進展への対応」に追加してください。

以上