

「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

5年後見直しを見通して、2014年度も消費者行政強化の視点で計画を見直し、着実に各施策を実施してください。

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すすめるための重要な計画として注視してきました。

現在の消費者基本計画は、2014年度までの5年間の対象です。本年度も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見直すことが、新たな消費者基本計画(2015～2019年度)を策定するためにも重要であると考えます。

2013年度は、食品表示法と消費者裁判手続特例法の成立、地方消費者行政活性化基金の上積み(2014年度当初予算で30億円)と地方消費者行政強化作戦の策定、消費者教育の推進に関する基本的な方針の閣議決定、都府県や政令指定都市における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設置など、消費者行政の充実・強化が幾つも実現しました。とりわけ、消費者裁判手続特例法が成立し、消費者の長年の願いであった集団的消費者被害回復に係る訴訟制度の創設が決まったことは大いに評価できます。

これら2013年度の施策実施状況の整理に基づき、閣議決定を経て消費者基本計画(以下、「計画」)の見直しが確定した後は、2014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) アレルギー表示制度をわかりやすく改善してください。

重点施策5〈食品表示法〉

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

昨年度、食品表示法が制定され、現在は食品表示基準の策定が課題となっています。この中で、食品の安全に直接関わる問題として、アレルギー表示制度をわかりやすく改善することが、重要であると考えます。

現行の制度は2002年に施行されたものであり、その後、市場に出回る商品が変化したり、食に関わる常識が変わってきたりしています。また、義務表示と推奨表示の関係や、代替表示、特定加工食品表記、拡大表記のルールについても複雑でわかりにくいという指摘がみられています。施行から10年以上経過していることもあり、制度全体を見直す必要があると考えます。

(2) 健康食品等の機能性表示は、慎重に検討をすすめてください。

重点施策6〈いわゆる健康食品の表示等〉

施策番号76-2〈表示・規格・計量の適正化を図るための施策〉

施策番号76-2は、いわゆる健康食品等の機能性表示のしくみを検討することとし、実施時期を「平成25年度に検討を開始し、平成26年度に実施します」と記していま

す。この課題については、消費者・国民の安全の確保を最優先することが重要だと考えます。健康食品等の機能性表示の検討は慎重にすすめることとし、期限優先ではない対応をお願いします。

2. 環境について

(1) 2013 年度の被害発生件数を把握し、着実に対策を推進してください。

施策番号 60-2 〈消費者取引の適正化を図るための施策〉

施策別整理表の実施状況で、2013 年度の被害発生件数が●になったままです。数字の把握をお願いします。今後、気候変動対策が進展したり、社会的な関心が高まる中で、CO₂ 排出権取引が健全におこなわれる状況は必須です。他の金融商品等の対策と合わせて、着実に対策を推進してください。

(2) キャンペーンの効果性を毎年度測定し、事実に基づいて改善を図ってください。

施策番号 140 〈環境に配慮した消費行動と事業活動の推進〉

新しいキャンペーンマークは、取り組みの趣旨がわかりにくいと考えます。IPCC (気候変動に関する政府間パネル) の報告にもあるように、CO₂ 削減は「待ったなし」の状況にあります。国民運動は毎年同じような内容で繰り返されています。年度ごとにキャンペーンの効果性を測定し、事実に基づいて改善を図るようにしてください。

(3) 化学物質と環境に関するリスクコミュニケーションを計画的にすすめてください。

施策番号 141 〈環境に配慮した消費行動と事業活動の推進〉

2013 年度「化学物質と環境に関する政策対話」は、年度末に 1 回しか開催されませんでした。この対話も含め、リスクコミュニケーションが有効におこなわれるよう、計画的な取り組みをすすめてください。

(4) 改正容器包装リサイクル法では、小売店舗での容器包装の店頭回収を明確に位置づけてください。

施策番号 143 〈環境に配慮した消費行動と事業活動の推進〉

現在、容器包装リサイクル法の改正について審議がおこなわれています。その中でも意見が出されていますが、スーパーマーケットなどの小売店舗での容器包装の店頭回収について、法制上明確な位置づけをしてください。

(5) 国の WEB サイトの役割を明確にし、閲覧実績をもとに改善を重ねてください。

施策番号 144 〈環境に配慮した消費行動と事業活動の推進〉

WEB サイトは設けているだけでは、閲覧されません。来訪数や動線を把握し、サイトの改善をおこなうようにしてください。また、各種団体・自治体においても、同じような内容の WEB サイトがあります。それらとの役割・機能の違いを明確にし、国としておこなうべき内容を精査してください。

(6) 「生きものマーク」の検証のしくみを検討してください。

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」が自己宣言にとどまっているため、消費者は、「本当に環境保全や生物多様性につながっているのか」を検証することができません。何らかの基準やガイドラインと、それをチェックするしくみがあれば、信頼感を高め、普及もすす

むものと考えますので、しくみの検討をお願いします。

(7) 住宅省エネラベルの周知を図り、表示義務化を検討してください。

施策番号 149, 150 〈環境に配慮した消費行動と事業活動の推進〉

省エネ対策として、住宅の省エネ化は非常に効果的ですが、住宅省エネラベルは任意の表示であり、また、消費者にほとんど知られていません。住宅省エネラベルは、適合した場合に表示できる制度となっていますが、消費者への周知を図るとともに、表示の義務化についても検討をお願いします。

(8) 環境に関する自己宣言のガイドラインを検討してください。

施策番号 152 〈環境に配慮した消費行動と事業活動の推進〉

自己宣言による環境ラベルは、場合によっては「商品・サービスが実態以上に環境配慮をしているかのような見せかけの表示（グリーンウォッシュ）」になる可能性も含んでいます。消費者が正しく判断できるよう、環境に関する自己宣言についてのガイドライン等が必要であり、この事業の成果に期待します。

3. 消費者行政・法制度について

(1) 「特定適格消費者団体がその権限を濫用して」との記述は削除してください。

重点施策 8 〈消費者被害救済制度〉

施策番号 110 〈消費者被害の救済と消費者の苦情処理・紛争解決の促進〉

「特定適格消費者団体がその権限を濫用して事業者の事業活動に不当な影響を及ぼさないようにするための方策」と特記されていますが、現在の適格消費者団体の活動が事業者の事業活動に不当な影響を及ぼしている事実はないと考えます。この記述の問題は、消費者委員会本会議（第 158 回）でも指摘されたところです。「特定適格消費者団体がその権限を濫用して」との記述は削除し、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観点から、特定適格消費者団体の認定・監督に関する指針等の検討をすすめてください。

消費者被害の救済のために必要なその他の行政手法についても、着実に検討をすすめてください。

(2) 「財源の確保」に加え、地方消費者行政活性化基金の活用効果の指標化も計画に記載してください。

重点施策 10 〈地方消費者行政〉

2014 年度当初予算により、地方消費者行政活性化交付金 30 億円が措置されたことは評価に値します。地方消費者行政における地方公共団体の積極的な取り組みを下支えするため、2015 年度当初予算においても 30 億円以上の予算措置がなされるよう、「財源の確保の検討」をひき続きすすめてください。

一方で、総務省の「消費者取引に関する政策評価」（2014 年 4 月 18 日）では、地方消費者行政活性化交付金の効果（特に定量的な効果）の把握ができていないことが指摘され、消費者庁は、「効果把握のための指標を設定した上で、その効果を検証すること。それを踏まえ同交付金の交付に当たって活用する仕組みを構築すること」との勧告を受けています。基金等の活用効果の指標化に関する検討も、2014 年度の取り組みに記載してください。

(3) どこに住んでいても質の高い消費生活相談が受けられるよう、相談業務の委託に関する基準を検討してください。

重点施策 11 〈消費生活相談業務の一層の質の向上と体制の整備〉

地方消費者行政活性化基金の成果により、消費生活センターや消費生活相談窓口の整備がすすむ中で、相談業務の民間委託もすすんできている一面があります。景表法等改正法案では「内閣府令で定める基準に適合する者に委託することができる」としていますが、どこに住んでいても質の高い消費生活相談が受けられることを制度的に担保できる基準の導入が必要です。2014年度の取り組みには、関係者への情報周知だけでなく、この基準の検討を含めた「円滑な施行に向けた必要な準備」も記載してください。

(4) 適格消費者団体への支援措置の整備を計画に記載してください。

施策番号 42 〈消費者取引の適正化を図るための施策〉

2013年の法改正により、消費者団体訴訟制度における差止請求の対象が食品表示法にも拡大されることになりましたが、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も、計画の具体的施策に記載してください。

(5) 経済産業省と農林水産省に対し、商品先物取引の不招請勧誘規制緩和の再考を求めてください。

施策番号 47 〈消費者取引の適正化を図るための施策〉

商品先物取引法についての脚注に「勧誘を要請しない一般顧客への訪問・電話による勧誘（不招請勧誘）の原則禁止等についての規定を導入し」とありますが、現在、この規定を緩和する方向で商品先物取引法施行規則および商品先物取引業者等の監督の基本的な指針が改正されようとしています。この改正案に対しては、消費者委員会が「消費者保護の観点から見て、重大な危険をはらむものであることに鑑み、かかる動向を看過することができず、深く憂慮し、その再考を求める」との意見を本年4月8日にとりまとめました。総務省の「消費者取引に関する政策評価」（2014年4月18日）でも、2009年の商品先物取引法改正による不招請勧誘の禁止の導入などの効果については「一定程度発現している」と認められています。消費者庁は、消費者取引の安全を確保し、消費者被害の未然防止・拡大防止を図る観点から、商品先物取引法施行規則の改正に関する関係省庁課長会議などにおいて、不招請勧誘の規制緩和の再考を経済産業省と農林水産省に求めてください。

(6) 自主財源化計画策定への支援を計画に記載するとともに、財源の移行が確実におこなわれるまでは、国の財政支援を継続してください。

施策番号 121・122 〈地方公共団体への支援・連携〉

消費者庁の「地方消費者行政強化作戦」（2014年1月30日）では、都道府県ごとに当面の政策目標（①相談体制の空白地域解消、②相談体制の質の向上、③適格消費者団体の空白地域解消）の達成をめざし、2014年中に策定する自主財源化計画において対応を記載することとされています。計画の具体的施策には、この自主財源化計画策定への国の支援も明記してください。一方で、自主財源化計画を策定しても、地方公共団体の財政状況が改善されなければ施策の継続は困難です。自主財源への移行が確

実におこなわれるまでは、消費者行政に目的を特化した交付金による国の財政支援を継続してください。

(7) 消費者団体訴訟制度の周知・広報活動をすすめ、特定適格消費者団体への支援の内容を早急に具体化してください。

施策番号 127 〈消費者団体等との連携〉

「差止請求事例集」を2013年度に作成し、同事例集を用いて差止請求事例集解説セミナーを開催するなど、消費者団体訴訟制度の周知・広報活動に取り組んでいることは評価できます。ひき続き、同制度の国民への周知・広報活動をすすめてください。

また、消費者裁判手続特例法の成立を受けて、「特定適格消費者団体による被害回復業務の適正な遂行に必要な資金の確保、情報の提供」に対する支援が計画の具体的な施策に盛り込まれましたので、これらの支援の内容を早急に具体化してください。

4. 消費者教育について

(1) 消費者教育推進地域協議会と消費者安全確保地域協議会との連携を計画に記載し、既存のネットワークも活用した効率的かつ効果的な運営を検討してください。

重点施策 7 〈消費者教育〉

消費者安全法の改正について、現在、国会で審議中です。法案では「消費者安全確保地域協議会を組織することができる」とされていますが、消費者被害を未然に防止するためには、地域において消費者教育推進地域協議会との連携も欠かせないと考えます。消費者教育推進地域協議会の設置の推進・支援だけでなく、消費者安全確保地域協議会との連携の検討も、2014年度の取り組みに記載してください。検討にあたっては、学校や福祉、防犯関連などで地域にすでにあるネットワークも活用した効率的かつ効果的な運営のあり方を他の所管省庁や関係機関と協議し、モデル事例の収集と公表もおこなってください。

(2) 消費者教育の効果測定のための指標を早急に検討してください。

施策番号 89 〈消費者教育の体系的・総合的推進〉

「消費者教育の体系イメージマップ」の公表をもって、この施策は「実施済み」となっていますが、消費者教育の効果測定手法の検討は「実施済み」ではないと考えます。総務省の「消費者取引に関する政策評価」(2014年4月18日)でも、消費者教育・啓発の効果把握が不十分であることが指摘され、消費者庁は「消費者教育施策の推進を図るための目標及び当該目標の達成状況を測るための指標を設定した上で、消費者教育推進法に基づく円滑な施策の推進が図られるよう評価・検証を行うこと」との勧告を受けています。実施時期の記述は「一部実施済み」と改め、消費者教育推進基本方針の中間的な見直しに向けて、消費者教育推進のための指標化の検討を早急にすすめてください。

(3) 連携のためのコーディネーターの育成・普及も計画に記載してください。

施策番号 97 〈地域における消費者教育の推進・支援〉

消費者教育推進会議の地域連携推進小委員会では、地域における消費者教育のコーディネーターやサポーターの機能と役割、人材確保、育成・普及のあり方などについて検討をおこなっています。地方消費者行政活性化基金の2014年度先駆的プログラムにおいても、国から提案する政策テーマのひとつが「消費者教育の推進」であり、

コーディネーターの育成も例示されています。多様な主体による連携の場づくりだけでなく、連携のためのコーディネーターの育成・普及も、計画の具体的施策に記載してください。

（４）地域の消費者教育における消費生活センターの拠点化を、新規施策として計画に記載してください。

新規施策〈地域における消費者教育の推進・支援〉

上記小委員会では、消費生活センターの消費者教育の拠点化の具体的方法についても検討をすすめています。第6回消費者教育推進会議（2014年3月24日）における進捗状況報告では、消費者教育を担当する行政職員と消費生活相談員、コーディネーターなどの関係者が協力し、アウトリーチ的な手法も用いて消費者教育に「関心の薄い層」にアプローチすることが課題として提言されています。これは、国会で審議中の景表法等改正法案がめざす、地域の見守りネットワーク構築とも密接に関連する課題です。「地域の消費者教育における消費生活センターの拠点化や地域における消費者教育のネットワーク構築を通じて、消費者教育の推進を図る」施策を、計画の「地域における消費者教育の推進・支援」に追加してください。

5. 公共料金について

料金の妥当性を継続的に検証してください。また、自由化後の電気・都市ガス料金、自由料金であるLPガス・灯油・ガソリン価格についても動向を監視し、料金体系の公開を義務づけてください。

重点施策4〈公共料金等〉

施策番号 67-2〈消費者取引の適正化を図るための施策〉

「据え置きが続いている公共料金等を含め、料金の妥当性を継続的に検証する具体的方策の検討と実施」については、重点施策整理表および施策別整理表の実施状況欄に明確な記載がありません。2013年度の実施状況を同整理表に記載するとともに、計画における実施時期は「継続的に実施」ではなく検討年度と実施年度を明記してください。

家庭用エネルギーについては、価格の高騰が消費者の生活に大きな影響を及ぼしています。この傾向は、公共料金である電気、都市ガス、また、自由料金であるLPガス、灯油、ガソリンのいずれにおいても、みられます。

家庭向けの電気料金や都市ガス料金については、今後、料金の自由化が予定されていますが、自由化後に、行政による価格動向の監視や事業者ごとの料金体系の（ホームページなどでの）公開の義務づけなど、料金の適正性を確保し、消費者へのわかりやすい情報公開を促進するための具体的施策を検討し、実施するよう、消費者庁から関係省庁に働きかけてください。例えば、経済産業省のガスシステム改革小委員会がこの7月にとりまとめる予定の報告書において、上記のような施策が盛り込まれるよう、消費者庁から働きかけてください。

また、自由価格とされているLPガス、灯油、ガソリンについても、生活に必需性が高いことから、行政による価格動向の監視や料金体系の公開の義務づけなど、上記と同様の具体的施策を検討し、実施するよう、関係省庁へ働きかけてください。

6. その他

個人情報保護法の改正について、より広範な消費者の意見の反映に努めてください。
施策番号 166, 177 〈高度情報通信社会の進展への的確な対応〉

ビッグデータの利活用をめぐっては、2013年、鉄道の乗降履歴データが利用者に無断で販売されていたことが明らかになり、社会的な反響を呼びました。12月20日には「パーソナルデータの利活用に関する制度見直し方針」（IT総合戦略本部）が決定され、本年6月には個人情報保護法改正案の大綱がとりまとめられようとしており、計画もこれに沿って見直しがされています。しかし、今回の制度の見直しについては、消費者へのわかりやすい説明が適時適切におこなわれてきたとは言えません。消費者庁は説明会や意見交換会を開催するなどして、今からでも、より広範な消費者の意見の反映に努めてください。

以上