

平成24年5月18日

消費者庁消費者政策課
御中

「消費者基本計画」の「検証・評価」(平成23年度)及び計画の見直しに対する意見

公益社団法人

日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会

消費者提言特別委員会 (通称 NACS)

〒152-0031東京都目黒区中根2丁目13番18号

第百生命都立大学駅前ビル

電話03-3718-4678 (代) fax03-3718-4015

eメール advisor-consultant@nacs.or.jp

現在、「消費者基本計画」の「検証・評価」(平成23年度)及び計画の見直しに対する意見が募集されています。消費者基本計画は消費者政策全般にわたるものですが、その中のいくつかの項目について意見を述べさせていただきます。

項目	施策番号	公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 消費者提言特別委員会意見
	総	「検証」と「評価」の内容と基準が不明確です。 「検証」とは、「実施機関が施策を実施したかどうかを消費者庁が調べて客観的な証拠によって証明すること」であり、「評価」とは、「消費者庁が、必要性、効率性又は有効性などの観点から、当該施策の実施結果について、自ら評価すること」とするのが妥当だと考えます。特に「自ら評価すること」は消費者庁の司令塔機能から重要な役割ではないでしょうか。 また平成23年度は実施状況と評価が一つの項目に記載されており、実施機関の実施報告なのか、消費者庁の「検証・評価」なのかが一層不明確になっています。 「検証・評価」の基準の明確化を早急にはかるべきです。
消費者の安全・安心の確保	1	消費者団体の活動推進のためにも、PIO-NET 端末の消費者団体へ早期配置を希望します。

消費者の安全・安心の確保	12	究明した重大事故の原因について、新聞やテレビ、ラジオなどの広報媒体を使うなどして、繰り返し消費者に対する注意喚起を行うことが必要です。医療事故に対しても注意喚起に繋がるよう、構築された医療の情報システムの情報を、専門家だけでなくPIO-NET情報と同様に一般市民も活用できるシステムとしてください。
食の安全・安心を確保するための施策	20	消費者基本法における基本的事項が不明確です。リスク分析手法における消費者庁の位置づけを明確にしたうえで、基本的事項を明確化すべきです。
食の安全・安心を確保するための施策	21	改正食品安全基本法において、リスクコミュニケーションの司令塔は消費者庁となりましたが、実態として機能しているとは言えません。もっと積極的に消費者庁がリーダーシップを取って、各府各県省庁が連携したリスクコミュニケーションを展開すべきと考えます。
食の安全・安心を確保するための施策	23	リスク分析手法はE F S Aなどにおいても、科学的なリスク評価と社会的管理措置を分離することにより、食品の安全性の担保を図っています。食品安全庁が設置された場合のリスク分析との整合性を、検討を含めて早急な計画の着手が必要です。
食の安全・安心を確保するための施策	33	輸入食品についても、放射性物質の基準が順守されているかどうかのモニタリングを強化すべきと考えます。
消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	42	「民法（債権関係）改正」は、課題も多岐に渡り、分量も膨大で、検討にはまだまだ時間がかかります。まずは、消費者契約法の不招請勧誘の禁止、適合性原則の導入など、消費者契約法の改正議論を開始し、消費者庁が主体的に取り組むことを明記すべきです。
消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	69	食品表示に関する一元的な法律の制定など法体系の在り方については、まず第1に目的をはっきりさせたいと、一元化すべき法律と記載に必要な事項の優先順位や情報提供のあり方を検討されるよう要望します。
消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	70	特定の産地への風評被害を避けるためにも、特定の原産地を避けるためだけでなく、特定の原産地を選ぶための原料原産地の表示の拡大を要望します。
消費者に対する啓発活動の推進と消費生活に関する教育の充実	87	消費者教育は多くのところで取り組んでいますが、統一的な視点での消費者教育を消費者庁がリーダーシップを取って行うべきと考えます。 「連携して消費者教育を体系的に進める体制の確立」の施策について、関連する施策（施策番号90）、重複する施策（施策番号88）があり、それらとの関係が見えません。

		<ul style="list-style-type: none"> ・施策番号90の一部には、「消費者教育の推進体制の整備」が盛り込まれていますが、施策番号87も「連携して体系的に進める体制を確立する」があります。これらの関係を見えるように記載すべきではないでしょうか。 ・「今後の取り組み方針」のなかに、「ポータルサイトの充実等」の記載がありますが、施策番号88は、「ポータルサイトの拡充」が盛り込まれています。これらは施策の重複と考えられ、効率性から疑問がありますので、見直し、もしくは検証・評価の結果への説明が必要です。
消費者に対する啓発活動の推進と消費生活に関する教育の充実	88	<p>「ポータルサイトの拡充等」という施策についての評価が十分ではないと考えます。</p> <p>「実施状況等」によりますと、消費者庁では、関係省庁や地方自治体に情報提供等の依頼を行っているようですが、消費者団体、NPO、事業者（団体）なども多くの有益な消費者教育の教材の作成などを行っており、依頼先の拡大が必要であると考えます。これらは施策番号87に見られる連携の実践でもあるのではないのでしょうか。</p>
消費者に対する啓発活動の推進と消費生活に関する教育の充実	90	<p>「教育委員会と消費者行政担当部局との連携」という施策について、連携の範囲が狭いのではないのでしょうか。施策自体の見直しが必要と考えます。</p> <p>ここでの連携は行政内での連携にとどまっています。現在、「社会的責任に関する円卓会議」の場で、政府をはじめ、消費者団体、事業者団体、NPO等マルチステークホルダーが協働して社会課題の解決のための議論や実践を行っていますが、そこでは消費者教育も含まれています。文科省が「社会的責任に関する円卓会議」の協力を得て、消費者教育フェスタを実施しているのもその一環です。施策番号90の連携の拡大という視点での施策の見直し、もしくは新規施策として策定の必要があると考えます。</p>
消費者に対する啓発活動の推進と消費生活に関する教育の充実	91	<p>関連する施策（施策番号92）があり、それらとの関係が見えませんが、施策番号91は「学校教育及び社会教育における消費者教育の推進方策についての検討指針の作成」となっていますが、施策番号92は「学校教育及び社会教育における取組状況調査」となっており、関連性が高いと思われます。本来これらの施策は一緒に実施すべき性質のものではないのでしょうか。もし、指針を作成するにあたって、実態調査が必要な場合は指針の作成前、あるいは指針の効果測定をしたいのであれば、指針作成後の実態調査となり、いずれも関連して実施するのが効率性からは望ましいと考えます。</p>

<p>消費者に対する啓発活動の推進と消費生活に関する教育の充実</p>	<p>91</p>	<p>重複する施策（施策番号95）があり、それらとの関連性が見えません。</p> <p>施策番号91は「学校教育及び社会教育における消費者教育の推進方策についての検討および指針の作成」であり、施策番号95は「大学生等及び社会教育における消費者教育の指針の普及・啓発の実施」がありますが、この二つの施策の実施予定と実施状況を見ますと、同じ対象者に対し、指針の普及・啓発が行われています。効率性に課題があると言わざるを得ません。</p>
<p>消費者に対する啓発活動の推進と消費生活に関する教育の充実</p>	<p>94</p>	<p>「新学習指導要領を反映した副読本や教材の作成等学校における消費者教育の支援」の施策について、省庁別に詳しい内容を記載しているのは説明責任の観点で優れていますが、消費者庁の司令塔機能としての役割が見えません。</p> <p>現在消費者教育は多くの主体が取り組んでいるが、関係省庁にまかせるのではなく、統一的な観点での消費者教育について司令塔機能を発揮し、消費者庁はこれらの取組みへの判断を示すことが必要ではないでしょうか。また、施策番号87「連携して消費者教育を体系的に進める体制の確立」の実践としても重要であると考えます。</p> <p>「評価」の項目に消費者庁の判断を記載することで、利害関係者は消費者庁の司令塔機能の確認を行うことができると考えます。</p>
<p>消費者に対する啓発活動の推進と消費生活に関する教育の充実</p>	<p>95</p>	<p>施策の実施にあたって、アンケートを実施していますが、「実施状況及び評価」にはそれらの記載がありません。少なくとも「評価」についてはアンケートを踏まえた消費者庁の判断を行うことが評価になるのではないのでしょうか。なお、「評価」については消費者庁の判断を記載すべきと考えますが、この施策のみならず他の施策についても判断の記載は見られず、検証・評価の方法として検討が必要であると考えます。</p>
<p>消費者に対する啓発活動の推進と消費生活に関する教育の充実</p>	<p>96</p>	<p>消費者庁、金融庁、公正取引委員会、文科省等の実施状況の報告になっていますが、消費者庁の司令塔機能の役割を見出すことができません。消費者教育の教材に関する消費者庁の役割は、各府省庁で取り上げられたテーマの適切性や優先順位を検証し、消費者相談の内容と照らし合わせながら評価し、次年度以降の各府省庁の取組みにフィードバックしていくことなのではないのでしょうか。</p>
<p>消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保</p>	<p>105</p>	<p>食品の安全性の情報の中に、食品に含まれる放射性物質の安全性に関する情報も含め、情報提供をすべきと考えます。</p>

<p>消費者の意見の消費者政策への反映と透明性の確保</p>	<p>108</p>	<p>具体的施策に沿った実施内容になっていないのではないのでしょうか。「消費者団体基本調査」の資料を配布するのは消費者団体についての基礎資料を配布したにすぎません。“消費者代表を置くべき”審議会等に“必要な”消費者代表を置くことができたのかの「検証・評価」ができていないと思われます。平成22年度においては各府省庁の審議会等の実態調査が行われていましたが、そこでは、消費者代表とされている委員が本当に消費者代表なのか疑問の審議会等も存在していましたが、それらに対しての消費者庁の評価はなされておらず、いまだに問題が解消されていません。たとえば消費者委員会は、事業者代表も学者もすべて消費者代表としてカウントされています。これでは極端に言えば、消費者委員会が全員事業者代表でも消費者代表ということになってしまいます。「評価」においてはこのような実態上の課題を発見し、次年度の施策の見直しに反映していくべきではないでしょうか。</p>
<p>消費者団体等との連携</p>	<p>128</p>	<p>消費者団体の活動推進のためにも、PIO-NET 端末の消費者団体への早期配置を希望します。</p>
<p>消費者団体等との連携</p>	<p>129</p>	<p>消費者団体が行う公益的な活動についての育成・支援の在り方の検討をすすめ、早急に具体化、実現して下さい。</p>
<p>行政組織体制の充実・強化</p>	<p>137</p>	<p>単に会議開催の報告となっています。消費者政策担当課長会議は消費者庁が各府省庁における司令塔機能を果たすべき重要な会議であるにもかかわらず、その実態を評価し、課題を抽出し、次年度につなげるというプロセスを見出すことができません。</p>
<p>行政組織体制の充実・強化</p>	<p>139</p>	<p>消費者委員会の活動については、この間、効果的に建議が出されており、成果が見えてきたと思います。そのような活動の一層の発展をはかることが必要であり、臨機に対応すべきテーマもあるかと思いますが、一方で中期的な事業課題を基本計画において明確にし、計画的な活動を推進されることを要望します。</p>

以上