

消費者庁創設10年を迎えて思うこと

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・相談員協会 (NACS)
代表理事 副会長

永沢 裕美子



消費者庁設立から10年が経ちました。前年の2008年1月18日、テレビで中継される福田康夫総理大臣の所信表明演説に釘付けになったことを改めて思い出しています。生産者・供給者の立場から作られてきた法律や制度や行政そして政治を国民本位のものに改め、国民の安全と福利のためにあるべき役所をその本来の形に戻すことに全力を傾注し、その旗振り役として消費者行政を統一的・一元的に推進するための強力な権限を持つ新組織を創り、消費者を主役とする政府の舵取り役をさせるというくだりは、消費者団体のみならず多くの国民が心を揺さぶられたのではないのでしょうか。翌2月には消費者行政推進会議が立ち上がり、精力的な審議の結果、6月には「消費者行政推進会議取りまとめ～消費者・生活者の視点に立つ行政への転換～」が福田総理に提出され、消費者庁創設の青写真となりました。

消費者庁創設は多くの人の大きな期待を集めて動き始めましたが、その後、福田総理の突然の辞任や政権交代など、政治に振り回される中での船出となりました。創設から2ヶ月が経過した2009年11月発行の機関紙「NACS NEWS」には「前政権の意向で9月にスタートしたことが拙速すぎたことは明白で、基本的機能の事故情報の一元的集約、分析原因究明、発信においても、いまだに大慌てで構築中である」という辛口コメントが見られます。2011年3月には東京電力福島第一

原発事故が発生し、消費者庁が食の安全と放射能という難しい問題を担当し、少ない人数で国民への情報提供に奔走していました。色々な意見・評価があるとは思いますが、食を始めとする様々な安全に関わる情報の地道な提供を通じて、消費者庁は国民に知られる存在となりつつあることは確かだと思います。

それ以降の消費者庁の取り組みを概観すると、阿南久長官(2012年～14年)の時代は、特に高齢者の被害防止に精力的に取り組み、長官自らが全国各地を歩かれてカモカモダンスを披露されていた姿が記憶に残っています。続く板東久美子長官(2014年～16年)の時代は消費者教育、とりわけ若年者への消費者教育(成年年齢引下げに向けた環境整備)の分野で見える形での前進がありました。そして岡村和美長官(2016年～2019年)の時代は、悪質な事業者や消費者の誤認を誘引する表示に対する執行に厳正に取り組みされたことを評価したいと思います。

ところで、推進会議が「取りまとめ」の中で示した構想では、消費者行政の強化のための施策として、消費者行政の旗振り役としての消費者庁の創設とともに、「消費者が頼れる分かりやすい一元的な相談窓口の設置」を掲げていました。一元的な相談窓口については、今日、全国どこからでも最寄りの消費生活センターにつながる「消費者ホットライン(188)」での受付が行われるようになっていますが、ホットライン(188)の認知度¹は

全体で9.2%、20代では3.3%にとどまっております。国民への周知という点ではまだまだという状況です。

188の周知以上に急務なのが消費生活相談体制の確立と質の向上です。どこに住んでも質の高い相談・救済を受けられることは、全ての国民に保障されるべき権利です。ところが、消費者庁創設と同時期に制定された消費者安全法では、消費生活相談は住民に最も身近な市町村で受けるという建てつけになっていることもあり、また、自治体によって財政状況や首長の消費者行政への理解にばらつきがあることもあって、体制整備に大きな地域格差が生じているのが実情です。すべての市町村に消費生活センターが設置され、そして、住民が相談してよかったと思えるような質の高い相談・救済がそこで行われるためには、すべての自治体において安定した予算が確保されることが必要であることは言うまでもありません。消費者庁には、国からの交付金等の継続的支援はもちろん、自治体が必要な予算を確保できるよう、首長や議会の理解を促す取り組みを今後も進めていっていただくことを要望します。

最後に、推進会議の「取りまとめ」では、新組織が満たすべき原則として「消費者にとって便利でわかりやすい」「消費者がメリットを十分実感できる」「迅速な対応」「専門性の確保」「透明性の確保」「効率性の確保」の6項目が挙がっていました。どの項目も引き続き重要ですが、11年目を迎えた消費者庁には特に「専門性の確保」、消費者問題や政策に精通した専門人材の育成と登用に力を入れていただくことを要望します。また、この6項目に加えて、消費者問題の外縁を拡大し、広く一

般国民が「自分事」として共感し参加できる機会の提供をお願いしたいと思います。消費者庁はこの度、地方消費者行政強化作戦2020を策定するにあたり、政府が積極的に進めるSDGsの17の目標の中から「エシカル消費の推進」や「食品ロス削減の推進」等を地域での消費者教育の目標として新設しました。近年、消費者団体が弱体化したと言われていますが、自分たちの活動を振り返ってみた時、地域に根ざした、消費者と繋がった活動を展開できてきたかといえば、十分とはいえなかったと反省するところがあります。NACSとしても、こうした取り組みに会員が地域住民の一人として参加し、時に教育や啓発の担い手となって自治体やセンター、その他の団体・市民グループとも連携し協働できるよう支援していきたいと考えております。地域住民を巻き込んだ消費者活動を広げ、自治体の首長や議会の地方消費者行政への理解へと繋げることが遠回りでも、自治体の自主財源の確保への近道なのだろうと思います。



<NACSでも188の周知・啓発を始めました>

消費者庁に許諾をいただき、NACSバージョンの188バッジ(写真)を作成しました。原価(1個300円)でお分けしています。ご希望の場合は、件名に「188バッジの件」と記入いただき、nacs-koho@nacs.or.jp宛にメールにてご連絡ください。

1 消費者庁「消費者意識基本調査」(2018年度)