

# 現在の消費者行政の問題点と 基本計画に盛り込むべき政策

## 資料3

平成30年2月6日・第3回第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会

全国消費者行政ウォッチねっと  
事務局長 拝師徳彦（弁護士）

## 「全国消費者行政ウォッチねっと」とは



【名称】全国消費者行政ウォッチねっと（略称 ウォッチねっと）

【ウェブサイト】 <http://watch-net.jp/>

【発足】 2009年9月30日

【代表幹事】山根香織（主婦連合会）/青山理恵子（日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会）/増田悦子（全国消費生活相談員協会）/宇都宮健児（弁護士）/小澤吉徳（司法書士）（以上、順不同）

【参加団体】 40団体（2013年8月5日現在）

【目的】 消費者の生活の安全・安心を実現するため、消費者庁をはじめとする消費者行政全般が消費者目線で活動するよう消費者の立場に立った監視を行うとともに、消費者の権利を守るための提言活動や法制度整備の促進その他の活動を行うことを目的とする。

【活動内容】

- ・消費者行政評価（消費者庁・消費者委員会・国民生活センター等を消費者の視点から点数付け）
- ・その他消費者行政に関連する問題についての意見書発出等

## 現在の消費者行政の問題点

高度情報通信社会での「出遅れ」

地方消費者行政の財政的基盤の脆弱性

地域連携の構築や地域における人材育成・活用の遅れ

各政策の効果検証が不十分

生命身体被害の未然予防・再発防止に必要な情報収集が不足

横断的取り組みの遅れ(消費者庁の司令塔機能の力不足)

## 高度情報通信社会での「出遅れ」

- ◎ ネットトラブルの「超」高止まり

「インターネット通販」に関する相談件数

2014年度 203,019件    2015年度 209,094件    2016年度 208,841件

(国民生活センター「(2014~2016)年度のPIO-NETにみる消費生活相談の概要」より)  
とダントツで第1位が続いている。

- ◎ SNSへの対応不足

消費者庁ではTwitter,Facebookを活用しているのみ。

Twitter 232,930人    Facebook フォロワー1,150人    (2018/1/6現在)

- ◎ 検索エンジン事業者・プラットフォーム事業者の責任・役割があいまい

Ex.アダルトサイトの不当請求にあった消費者がスマホで解決方法を検索したところ、「無料相談」「返金可能」をうたうサイトを見つけ、電話した。実際は探偵業者であり、数万円で「アダルトサイト業者の調査」を依頼させられたケース。

## 地方消費者行政における財政的基盤の脆弱性

- ◎ 平成21年から地方消費者行政活性化交付金（平成27年からは推進交付金）により財政支援を行ってきたが、消費者行政予算（狭義）の中の自主財源はむしろ減少している。

	全自治体計	自主財源
H21	13,951,591	9,853,207
H27	14,590,814	9,663,017

（単位：千円 消費者庁 地方消費者行政の現況「平成28年度 地方消費者行政の現況調査」より）

- ◎ 交付金措置等により窓口整備は進んできたが、小規模自治体では消費生活センター化の動きが鈍く、質の向上の程度に差が生じている。
  - ※ 平成28年4月1日現在の人口規模別の消費生活センター設置率を見ると、1万人未満28.8%、1万人以上2万人未満37.6%、2万人以上3万人未満48.8%、3万人以上5万人未満57.3%に対し、それ以上の規模の設置率はいずれも7割を超えている（平成29年版消費者白書 図表Ⅱ-1-7-6より）。
- ◎ 交付金の活用期間の終了に伴い窓口の縮小を検討している自治体が出始めている。地方消費者行政の財政的基盤の脆弱性が消費者行政全体の弱体化につながるおそれ。

## 地域連携の構築や地域における人材育成・活用の遅れ

- ◎ 地域協議会の構築が進まない理由
  - ・ 地域連携以前に消費生活相談窓口体制の充実・維持だけで精一杯な自治体が多い
  - ・ 庁内連携が不十分（他の関連部署の理解が得られていない）
  
- ◎ 人材育成・活用が進まない理由
  - ・ 人材活用のイメージをもたずにサポーター養成講座のみを実施
  - ・ 人材育成・活用のコスト負担への抵抗

## 各政策の効果検証が不十分

## ◎ 注意喚起情報と被害予防の関係は？

製品	症状	消費者庁による 注意喚起日	注意喚起前の事故状況	注意喚起後の事故状況	注意喚起の 効果	備考
扇風機	発煙・発火	2011.5.26	年間5・6件程度発生	喚起直後に微増、その後は年間3～11件発生	疑問	
電子レンジ加熱式湯たんぽ	やけど	2011.11.30	年間2件程度発生	喚起直後に6件、その後は年間1, 2件	疑問	
その他湯たんぽ	やけど	2011.11.30	年間15・6件程度発生	喚起直後に26件、その後は17～39件と増加	なし	
首掛式 乳幼児用浮輪	窒息 おぼれ	2012.7.25	注意喚起直前に1件のみ。 それ以前はゼロ。	2年後に1件発生。	疑問	
ウィルスプロテクター	やけど	2013.2.18	注意喚起直前に数件	喚起直前から激増。その後ほぼゼロに。	あり	マスコミ報道の影響か。

## ◎ 執行関係の評価は「処分件数」だけでいいのか？

## 生命身体被害の未然予防・再発防止に必要な情報収集が不足

- ◎ 低迷し続ける消費者事故調の調査件数（5年間で報告書11件）
- ◎ 研究者等から、事故予防のための研究をしたくても情報が不十分との声
  - ← PIO-NET情報や事故情報データベースの情報では具体的な再発予防策を検討するのに不十分



## 横断的取り組みの遅れ (消費者庁の司令塔機能の力不足)

- ◎ 消費者教育における現場での「縦割り」
- ◎ 通達を出しても進まない地域連携(庁内連携の不足がネックの一つに)
- ◎ 食の安全・安心や適正表示の確保のための包括的対応の遅れ  
Ex. 「プエラリア・ミリフィカ」を含む健康食品による健康被害

## あるべき対応策（基本計画に盛り込むべき政策）

高度情報通信社会での「出遅れ」

ネット社会への対応強化

地方消費者行政の財政的基盤の脆弱性

財政支援の安定化

地域連携の構築や地域における人材育成・活用の遅れ

地域における人材(「消費者市民サポーター」)の計画的育成と網羅的配置・活動支援

各政策の効果検証が不十分

合理的・実効的なKPI設定のための調査研究

生命身体被害の未然予防・再発防止に必要な情報収集が不足

改善策提言のためのち密な情報取得の仕組みの確立と事故情報のオープンデータ化

横断的取り組みの遅れ(消費者庁の司令塔機能の力不足)

関係省庁の責任部署の明示と取り組み過程の透明化

高度情報通信社会での「出遅れ」

## ネット社会への対応強化

- ◎ SNSの積極的な利用(LINE,インスタグラムなど)。
- ◎ ネットでの検索結果に、消費生活センター等の「正しい有用情報」を優先掲載させる仕組みを導入。※
- ◎ プラットフォーム事業者の責任・役割の明確化(トラブル発生に応じた広告枠の提供等)。
- ◎ 発信した情報に対する消費者の反応チェックの仕組み導入。

※ 商品の購入やサービス利用でトラブルに遭った際、10歳代後半の70%、20歳代前半の63.2%が「インターネットを検索して参考になる情報を探す」と回答（平成29年版消費者白書より）

地方消費者行政の財政的基盤の脆弱性

## 財政支援の安定化

- ◎ 少なくとも国にとって不可欠なインフラ（PIO-NET入力やその前提としてのヒアリングのコスト）については恒久的財政支援を検討すべき。
- ◎ 小規模自治体支援のために都道府県の責任を明確にすると共に、特に手厚い財政支援を行うべき。

地域連携の構築や地域における人材育成・活用の遅れ

## 地域における人材(「消費者市民サポーター」[仮称]※) の計画的育成と網羅的配置・活動支援

※ 地域で中心的に消費者問題に取り組む人材として日弁連等で提唱（H25.11.21「消費者市民サポーター（仮称）の各地域での育成とその活動の支援を求める意見書」）

- ◎ 「消費者市民サポーター」の多様な役割を共有。
  - ・ 地域連携の担い手(情報伝達の促進役)
  - ・ 消費者モニター
  - ・ 地域における消費者教育の担い手
  - ・ 消費生活センターの「アウトリーチ」化の担い手
  - ・ 戸別訪問型アンケート調査の実施役(政策の効果検証の基礎データ収集)
  - ・ リコール製品のチェック、回収のサポート役
- ◎ 人材育成・活動支援のための費用に積極的財政支援が必要。

各政策の効果検証が不十分

## 合理的・実効的なKPI設定のための調査研究

- ◎ 基礎データのとり方・仕組みを含めて検討すべき。  
Ex. 「消費者市民サポーター」の育成, SNSの活用等
- ◎ 基本的には消費者の権利擁護にどれだけ貢献できたかをベースとすべきだが、財源確保の観点からは経済的なメリットについても見えるものにするべき。

生命身体被害の未然予防・再発防止に必要な情報収集が不足

## 改善策提言のためのち密な情報取得の仕組みの 確立と事故情報のオープンデータ化

- ◎ 病院への「被害者カウンセラー」（仮称）の配置
  - ・ 消費者事故被害者へのメンタルケアを行いつつ詳細な事故情報を聴取
- ◎ 事故情報のオープンデータ化
  - ・ 個人情報の開示に関する同意を得た情報について、一定の範囲の者(研究者等)に情報を開示

横断的取り組みの遅れ(消費者庁の司令塔機能の力不足)

## 取り組み過程の透明化

- ◎ 関係省庁内での調整について責任をもつ部署を明示したうえ、横断的取り組みへの対応状況の過程について透明化すべきではないか。
- ← これによって横断的取り組みがうまくいかない場合の原因説明が容易となり、実効性ある改善策が立てやすくなるのではないか。

横断的に取り組むべきテーマとしては  
消費者教育, 地域連携, 食の安全・安心, こどもの事故防止 など様々