

消費者庁及び消費者委員会設立10周年記念式における宮腰内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全）訓示

来る9月1日、消費者庁及び消費者委員会は設立10周年を迎えます。共にお祝いを申し上げたいと思います。

今ほど、消費者庁及び消費者委員会創設時のメンバーと意見交換をしてまいりました。内田初代消費者庁長官、原初代消費者委員会事務局長、さらには、松山準備室長を始めとする準備室の皆さんが創設に情熱を持って取り組まれ、消費者行政の発展に貢献しておいでのなったことを改めて痛感を致しました。また、さらには、創設時の問題意識も、今もそのまま通用する部分があるということも痛感をさせていただきました。

ここで、消費者庁の生みの親とも言える福田元総理の消費者行政一元化の原則を改めて紹介したいと思っております。

原則の1、国民目線の消費者行政の充実強化は、地方自治そのものであることを忘れてはならない。いかに地方消費者行政が大切かということだと思えます。

原則の2、消費者庁の創設は、決して行政組織の肥大を招くものであってはならない。

原則の3、新たな消費者行政の体制強化は、消費活動はもちろん産業活動を活性化させるものでなければならない。

この3原則の重要性は決して弱らせるものではありませんが、設立10年という機会に、いま一度原点に立ち返り、その後の変化と今後の動向を見極め、これからの消費者行政、消費者庁並びに消費者委員会の在り方を考える必要があるというふうに思います。

まず、消費者とは誰かということでございます。

10年前と比較いたしまして、消費者層そのものが変化をしているということでございます。伝統的な消費者とは、高齢者を始めとしたいわゆる社会的弱者であった時代であります。

消費者庁設置の直接のきっかけとなったのは、パロマとシンドラの一の問題でありました。私はその当時、経済産業委員会の筆頭理事として、特にパロマの問題について深く関わりました。

また、現代的な消費者とは、オンラインサービスなどの普及により誰もが国境を越えた消費者となる時代であります。また社会的価値、SDGsあるいはエシカル消費等に目を向けた賢い消費者が出現する時

代でもあるというふうに思います。

そして、これからの消費者行政の在り方について、消費者庁内部でも議論を重ねていただきました。

まず、消費者庁は、消費者行政の司令塔たりえているのかという点について、現場や業界を所管する各省庁との連携が十分であるかどうか、専門家として他省庁に物申す力があるのかどうか、出先機関がなくとも、地方消費者行政を動かすことができるかなどについて現状を深く認識する必要があると思っております。

また、厳正な法執行や悪徳業者の退治を引き続き実施することは当然であります。単に消費者を保護するだけではなく、企業に対して消費者保護が企業統治の観点からも、企業価値向上の観点からもメリットがあることをもっと積極的にアピールする必要があります。そのため、業界団体を始めとした経済界とも積極的に対話を進めていく必要があります。

さらに、来年度から徳島のオフィスを恒常的な戦略本部とし、新たな課題である国際業務を担ってもらうことになりました。

今後の10年、20年を見据え、他の役所からはもちろん消費者からも業界からも一目置かれるような存在となるため、消費者庁は日々新

たな課題に取り組むべきであるというふうに考えます。

そのためにも、人材育成は最大の課題であります。国際人材を含め戦略的に今日からでも人材育成に全力を尽くしていく必要があります。何より現場重視の姿勢を第一に、伊藤長官の下で果敢に、そしてしぶとく挑戦をし、令和の時代に飛躍・発展できるよう、職員一人一人が努力を重ねていただきたいと思います。

改めて、設立10周年を祝い、私からの訓示とさせていただきます。

(以上)