

消費者庁・ 内閣府消費者委員会創設15年に寄せて

2009年の消費者庁及び消費者委員会の創設以来15年が経過したが、消費者トラブルが複雑化の中で、消費者問題に関する中核の実施機関たることを使命とする国民生活センターも含めた3者の役割は一層重大となってきた。

国民生活センターは、中期目標管理法として、5年ごとに主務官庁である消費者担当大臣（消費者庁）から中期目標を設定され、それに基づき中期計画、年度計画を策定し、目標の実現を図っている。令和5年度から設定された現在の中期目標では、相談対応、情報分析、商品テスト、教育・研修、裁判外紛争解決手続（ADR）といった事業のほか、消費生活相談のデジタル化の推進、情報提供の充実などが新たに掲げられている。国民生活センターがこうした目標の実現に向けて消費者問題に対応してゆく過程では、消費者庁と協働して事業を進めたり、消費者委員会の種々の検討に際し求めに応じて状況説明を行う等で協力したりするほか、注意喚起時の両機関への情報提供、商品テスト等による個別案件での協力などは不可欠であり、今後も一層両機関との連携を推進していきたい。

消費者問題は時代とともに変遷し、近年ではデジタル化の進展に伴う消費者トラブルの増加が著しい。また、製品事故等に関しても、新たな商品・サービスの提供が

進む一方で、十分な情報提供がされないことなどに起因した事故やトラブルも後を絶たない。さらに、これらは、海外の事業者や輸入品へのアクセスが容易になっていることから、国際的な広がりも著しくなっている。

では、トラブルに遭う消費者側の行動の本質も変わったのだろうか。筆者は、20年ほど前に某大学において非常勤講師として消費者保護論を講じていたことがある。その際、悪質商法等についての授業で（学生向けに）典型例として友人関係を利用したマルチ商法、疑似恋愛に仮託した恋人・デート商法などのトラブルを取り上げたが、現在類似のトラブルに巻き込まれる消費者側の行動・心理は、基本的な部分で当時とそれほど変化しているとは思わない。他方、悪質商法を展開する側の手口が、消費者心理の分析や技術の高度化等を利用して急速に発達、変化してきたということではないだろうか。

こうした現状に対して、これまでも消費者庁・消費者委員会は、消費者契約法等関係法令の改正、執行力の強化などデジタル社会を見据えた多くの政策・提言を行ってきた。また、国際消費者政策研究センターにおける消費者行動に関する研究成果等とその政策への反映についても関心と期待を持っている。



山田 昭典（やまだ・あきのり）
独立行政法人国民生活センター理事長

さらに、消費者庁、消費者委員会において消費者政策に関するパラダイムシフトが議論されてきている。経済・社会の変動技術の高度化などによる消費者が置かれた取引環境、消費者意識の変化に応じて、期待される消費者像、消費者政策としてなすべきことも変化するのは当然であろう。今後の消費者政策を進めるにあたって、何が必要とされているかをしっかりと確認し、消費者庁には、消費者政策の司令塔として政府全体を束ねて政策を推進すること、消費者委員会には、独立した専門家集団として実態の把握に努め積極的な提言・発信を続けることを期待する。

（なお、本稿は、筆者の個人的見解であり、筆者の属する機関の見解を述べたものではないことをお断りしておく。）