

消費者庁・消費者委員会創設15年の 振り返りと期待すること

全国消費者行政ウォッチねつとは消費者庁・消費者委員会が発足した2009年9月に設立された。以降、毎年9月ないし10月に記念集会を行い、その一年間の消費者行政の評価を行ってきた。この立場から、消費者庁・消費者委員会の15年について振り返りつつ、課題を確認したい。

1 消費者庁

組織は拡大方向に

消費者庁は、設立当初、定員204名、9課、独自の審議会なし、地方組織なしという体制でスタートした。現在は定員465名、課等12（10課＋参事官付2）、審議会等3、地方組織1（「新未来創造戦略本部」という）、それなりの規模に成長している（令和6年4月1日現在）。

もともと各部署の現状を見ると、法改正や執行等のポリシー・スピードはいまだに不十分といわざるをえない。その要因の一つが人手不足であると考えられ、今後、地方組織増設も含め、さらに組織拡大していく必要があるだろう。

他方で、各部署の縦割りの弊害への組織的対応も必要ではないか。

消費者関連法（消費者庁所管の） 制定・改正

消費者庁の発足から10年間の法改正等は、全部で7本であったが、その後は以下の通り、5年間で7本となっている。消費者問題の実状に即応した実効性ある立法ができているかはともかくとして、それなりに大き

な制度改革を含むものが多く、設立当初と比較すると、規模に応じた企画能力がついてきたと言えるのではないかな。

【過去5年の法改正等】

- ◎公益通報者保護法改正
- ◎取引DPF法制定
- ◎特定商取引法・預託法改正
- ◎消費者契約法・消費者裁判手続特例法改正
- ◎消費者契約法・国民生活センター法改正
- ◎寄付新法制定
- ◎景品表示法改正

消費者庁に期待すること ～司令塔機能の発揮～

不十分な司令塔機能

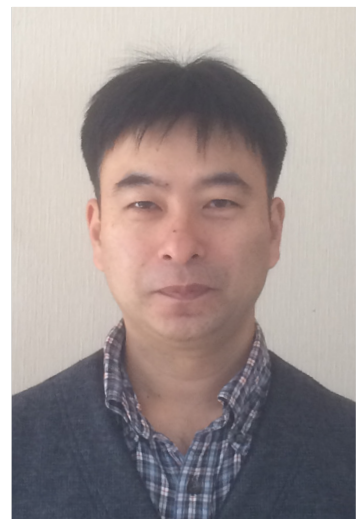
当初から消費者庁の使命とされている司令塔機能は、いまだに不十分だと考えている。

とりわけ、最近ではデジタル社会への対応の名のもとに規制緩和を進めようとする動きが強く、これに抗するどころか同調する動き（※）があることに強い懸念を持っている。

今後は、庁自身はもちろん、他省庁が消費者を置き去りにしたデジタル化対応を行わないよう、司令塔としての役割をしっかりと果たしていただきたい。

司令塔機能を発揮するために

消費者庁が司令塔機能を発揮するためには、消費者団体の政治的発言力を強めることが必須である。にもかかわらず、これまで消費者庁は、



― 拝師 徳彦（はいし・のりひこ）
全国消費者行政ウォッチねつと事務局長 弁護士

適格消費者団体以外の消費者団体の育成・活動支援をほとんど行っていなかった。消費者庁が、消費者団体の強い後押しの中で創設されたことを改めて想起すべきである。

2 消費者委員会

消費者委員会は、消費者行政に対する監視役として設置された組織である。

設立当初は積極的に建議を发出する等、期待された役割をそれなりに果たしてきたと思うが、最近では必ずしも踏み込んだ建議、意見が出ていないのではないかと懸念している。例えば2022年9月2日付の「SNSを利用して行われる取引における消費者問題に関する建議」は、日本弁護士連合会や消費者団体から特定商取引法改正を求める声があったにもかかわらず、法改正に踏み込んだ提言が出せなかった。

今後はさらに消費者団体等との連携を深めつつ、本来の役割に立ち返った意見発信を期待したい。

※ 消費者庁取引対策課が設置した「デジタル社会における消費者取引研究会」では、消費者被害の現場を知る弁護士や相談員等が不在のまま議論が行われている。