

I

消費者政策の現状と これからの展開

1. 消費者庁の発足と 国民生活センターの業務展開

2009年9月に消費者庁及び消費者委員会が発足し1年が経過した。消費者庁等の発足を契機として、消費者行政は、地方の消費生活相談の現場を含めて新たな段階に進みつつあり、国民・消費者の期待は一層高まっている。

こうした大きな変革期にある中、国民生活センターは、2010年10月に「創立40周年」を迎えた。今後とも国民・消費者に貢献する組織として、消費者庁や消費生活センター等と緊密に連携しながら積極的に業務を推進していく。

1 消費者庁の発足と 消費者行政の進展

(1)消費者庁の発足—消費者行政の司令塔

2009年通常国会において消費者庁設置関連3法が成立し、同年9月に消費者庁及び消費者委員会が発足した。消費者庁は、消費者行政の司令塔として自らが所管する法律を執行するとともに、自動車のフロアマットやこんにゃく入りゼリーの問題など従来の縦割り行政では取り上げられにくかったテーマに取り組んでいる。また、国民生活センターによる消費者への注意喚起に際して、自ら有する権限に基づき各省庁への要請等を行っている。

(2)国による地方消費者行政の支援

近年弱体化の傾向にあった地方消費者行政を底上げ・強化するために、2008年度補正予算では、地方自身の取組みを支援するための基金の造成及び国民生活センターを通じた国直轄の支援事業に係る予算が措置された。

また消費者庁では、2010年2月、地方自治体への期待や消費者庁としての取組み等を示した「地方消費者行政の充実・強化のためのプラン」を策定するとともに、消費者担当大臣を本部長とする「地方消費者行政推進本部」を設置し、プランに盛り込んだ施策の具体化や地方自治体への働きかけ等を行った。特に基金の効果的な活用や制度的課題については、推進本部の下にワーキンググループを設置し集中的な取組みが行われ、その結果、基金の取崩し期限の1年延長を可能とするとともに、その用途を相談員報酬引上げにも拡大した。

(3)安全問題への対応

近年、「安全・品質」に関する消費生活相談が増加しており、2009年度は過去最高の件数となった（約12万件）。

消費者庁発足後の消費者の安全に関する問題とそれらへの対応としては、主に以下のものが挙げられる。

○2009年11月、米国で自動車のフロアマットにアクセルペダルが引っ掛かったという事例が報告され、日本でも大きな問題となった。国民生活センターでは、消費者庁の依頼を受け「乗用車用フロアマットのアクセルペダル等への影響に関する調査」を実施し、2010年3月に公表した。本件では、自動車業界に対してアクセルよりもブレーキを優先させる機能の搭載等を要望した。

○消費者庁による「子どもを事故から守る！プロジェクト」において、子どもの事故の未然防止に向けた課題が検討され、その成

果として、2010年4月、遊具の事故原因の調査・分析結果が公表された。国民生活センターでは、子どもが使用のおそれのあるアクセサリやローラー付シューズの事故等について消費者への注意喚起を行った。

- 消費者庁による「食品SOS対応プロジェクト」において、こんにゃく入りゼリー等による窒息事故リスクの低減に向けた検討が進められた。国民生活センターでは、消費者庁の依頼を受け、ミニカップタイプのこんにゃく入りゼリーの販売実態等について調査を実施し、2010年5月に公表した。また7月には、消費者庁より関係機関等に対し再発防止に係る改善要請等が行われた。

(4)消費者取引適正化に向けた法制面の進展

①改正特商法・割販法の本格施行

悪質商法対策の充実を目的として特定商取引法・割賦販売法が改正され、2009年12月に本格施行された。指定商品・役務制の廃止のほか、訪問販売・クレジット取引・インターネット取引に関する規制強化等が実現した。消費生活相談の現場では、これらの法律に基づき助言やあっせんを行うことも多く、相談の解決が進むことが期待されている。

②貸金業法の完全施行

貸金業法は、多重債務問題の解決を目的として2006年12月に改正され段階的に施行されてきたが、2010年6月に完全施行された。既に施行済の罰則強化、取立等の行為規制強化、財産的基礎要件の引上げ等に加えて、個人の貸付総額を年収の1/3以下に抑える「総量規制の導入」や出資法の「上限金利の引下げ（29.2%→20%）」が実施された。

③商品取引所法等の改正—商品先物取引法へ

商品先物取引に関する利用者保護等のため、2009年通常国会に商品取引所法等の改正案が提出され、同年7月3日成立した。本改正では、不招請勧誘の禁止、海外先物取引への参入規制、プロ・アマ規制等が導入された。

④保険法の抜本改正

保険契約に関する商法の規定は、明治32年の商法制定後、明治44年に一部規定が改正されてから約100年間実質的改正が行われてこなかったが、2008年5月、保険契約に関する規定を商法から削除し、新たな法典とする保険法案が成立し、2010年4月に施行された。

(5)新たな「消費者基本計画」の制定

2010年3月30日、今後5年間（2010～2014年度）を対象とする新「消費者基本計画」が閣議決定された。本計画は、消費者庁等の発足により新たなステージに入った消費者政策において極めて重要な役割を担うものとなる。

本計画では、今後5年間に講ずべき施策として、消費者事故に関する独立・公正・網羅的な調査機関のあり方、消費者契約の不当勧誘・不当条項規制のあり方、消費者団体訴訟の対象拡大、事業者の不当収益をなく奪し被害者を救済する制度の検討など計171項目の具体的施策が列挙され、毎年度実施状況を検証し必要があれば見直すこととされている。

2 国民生活センターの業務展開

(1)裁判外紛争解決手続（ADR）の実績

2009年4月にスタートした国民生活センター ADRへの申請件数は、2010年7月末現在で126件（2009年度106件、2010年4～7月20件）となっており、うち99件の手続が終了している（和解成立49件、和解不成立34件、その他16件）。申請の約4割は消費生活センター等を経由したものとなっている。

国民生活センター ADRでは、他の同種紛争に解決指針を提供すること等を目的として、取り扱った案件の結果の概要を定期的に公表している。こうした公表をきっかけとして各自治体の苦情処理委員会等の活動が活性化していくことが期待される。

(2)地方の相談体制強化に向けた支援

国民生活センターでは、2008年度の二次にわたる補正予算等に基づき、地方の相談体制の強化に向けた支援を継続して実施している。

①相談専門家による巡回訪問

本事業は、実務経験豊富な相談員が、相談体制が十分に整っていない市町村等を巡回し相談対応等に関して直接助言を行うことで、現場の相談担当者の実務能力の向上を支援するものである。2009年2～3月に7県で実施したモデル事業の結果を参考に、2009年度より対象地域を大幅に拡大し本格実施した。2009年7月～2010年3月までの9ヵ月間に、各自治体の協力を得て392名の消費生活相談専門家が289市町村において2,203回の巡回を行った。2010年度は市町村から更に多くの希望が寄せられており、巡回を希望する市町村数及び巡回回数とも前年度を大幅に上回る見込みである。

②相談員養成講座を全国主要都市で開催

地方の相談体制を強化・充実するためには、全国各地で質の高い相談員をより多く育成することが不可欠である。

このようなことから国民生活センターでは1974年度より相談員養成講座を実施してきたが、2009年度からはこの規模を大幅に拡充し、全国主要6都市で実施している（2009年度講座修了者253人、前年度比5.3倍）。

しかし、地方の相談の現場からは、相談処理のレベルアップのために更に多くの研修を実施してほしいとの声が寄せられており、こうした声にしっかりと応えるために研修事業の強化に取り組んでいくこととしている。

③土日祝日の相談窓口の開設

2010年1月12日より、誰もがアクセスしやすい一元的な消費者相談窓口として、国による「消費者ホットライン」(0570-064-370)がスタートした。しかし、土日祝日の相談への対応が十分でないと考えられたことから、国民生活センターでは、その補完として1月16

日より「土日祝日相談」の受付を開始した。

現在、「土日祝日相談」には、毎月概ね1,000件程度の相談が寄せられており、電話回線20回線を用意して対応を行っている。

④商品テスト機能の充実・強化

国民生活センターでは、2009年度、消費生活センター等による苦情相談処理のためのテストを81件（207商品）、消費者へ注意喚起するためのテストを16件（379商品）実施したほか、各地センターからの技術的な相談を計655件受け付けた。

各地センターからのテスト依頼に十分に答えられるよう、引き続きテスト実施体制の拡充・強化に取り組むこととしている。

(3)PIO-NETの刷新と改善

PIO-NET（全国消費生活情報ネットワーク・システム）は、1984年に運用を開始して以降、大幅な改修を行ってこなかったが、近年、相談件数が大幅に増加し、また相談内容が複雑・高度化してきたことを受け、より時代に適したものとしていく必要が生じていた。

このようなことから国民生活センターでは新たなシステム「PIO-NET2010」の開発に着手し、2010年3月29日より新システムの運用をスタートさせた。PIO-NET2010では相談員ごとに1台のPIO-NET端末を配備し（約3,350台）、相談情報の入力と検索を1台の端末でできるようにすることで利便性を向上させるとともに、オンラインによる修正等を可能とし担当の行政職員の業務負担の軽減を図った。

他方、PIO-NET2010は、システムの全国統一化のために旧システムとは全く異なるシステム設計を行っており、入力や検索の操作方法も大幅に変更になったことから、各地の消費生活センターからは、その使い勝手等について多くの指摘が寄せられた。これを受け国民生活センターでは、ネットワーク回線の改善・強化、検索システムの増強等の改善措置を順次実施しているところであるが、今後

とも対応可能なものから速やかに改善していくこととしている。

(4)「事故情報データバンク」の運用開始

消費者庁と連携し、2009年12月より商品やサービスに関する事故情報を幅広く収集する「事故情報データバンク」の運用を開始した。本バンクは、消費生活センターのみならず関係省庁等が保有する事故情報を一元的に集約・共有するものであり、これらの情報を消費者庁や国民生活センター等で分析し、法執行や情報提供に活用していくこととしている。また、ホームページを通じて国民・消費者からの閲覧・検索も可能となっている。

(5)「早期警戒指標」の高度システム化に向けて

国民生活センターでは、悪質な事業者や問題商法を早期に発見するため、2009年6月より「早期警戒指標」（急増指標、特商法指標）を導入しているが、現在、当該指標を効果的に利用するためのツールとなる「早期警戒情報システム」（仮称）を開発中であり、2010年12月から運用を開始する予定である。本システムは、PIO-NETデータとオンタイムでリンクすることで最新の相談情報を事業者別や商品・手口別に集計することができ、さらに表やグラフにより相談の地域的分布や契約当事者の属性等が分かりやすく表示される。これにより各自治体の消費者行政部門等が、問題のある事業者や手口等を発見・分析しやすくなり、迅速な対応を行うことが可能となる。

(6)情報セキュリティの強化と内部統制の推進

2010年4月、国民生活センターでは、情報セキュリティポリシー関連規程を大幅に改定し、情報セキュリティに関してより実効性の高い組織環境を構築した。具体的には、政府における統一的基準への準拠、情報の重要性分類の簡略化及び管理体制の整備等である。

今後とも、職員への教育等を含め情報管理

を徹底していくこととしている。

(7)積極的な情報提供等

国民生活センターでは、2009年度計26回の記者説明会を開催し、消費者への注意喚起として63件の公表を行った。これらに関する主な報道回数は、在京6紙で221回、テレビ・ラジオで75回におよび、その他報道機関からの取材件数は約2,000件に達した。

消費者に対して迅速に注意喚起情報を提供することは、国民生活センターに課された重大な役割である。消費者被害の未然防止・拡大防止のため、今度とも、関係省庁等への政策提言も含めて情報発信機能の強化に取り組むこととしている。

(8)事業仕分けを受けて

2010年4月に行われた「事業仕分け」では、国民生活センターのほぼすべての事業が仕分け対象となった。仕分け結果では、基本的に国民生活センターの意義・役割については理解されたが、その一方、効率的な業務遂行といった観点からは、消費者庁との役割分担や、商品テスト事業の体制整備、研修施設のあり方について改善に向けた指摘を受けた。これらの指摘については真摯に受け止め、その対応を検討しているところである。

国民生活センターは、相談事業、情報事業、商品テスト事業及び研修事業等の各事業が双方向かつシームレスに機能することで相乗効果を発揮し、消費者行政の中核的实施機関としての役割を果たしてきた。しかし、一層大きくなる国民・消費者からの期待に応えていくためには、その機能の強化・拡充が不可欠であり、独立行政法人として人員・予算とも極めて厳しい制約を受ける中であっても、業務の効率化とともに全力を挙げて取り組んでいくべき課題となっている。

2. 最近の消費生活相談の傾向と特徴

●消費者庁、消費者委員会が設立・発足

2009年9月1日、消費者庁が設立され消費者委員会が発足した。

それに先立ち、消費者庁の設立が確実なっ頃から、国民生活センターに寄せられる苦情から、一般消費者の消費者庁に対する強い期待が感じられるようになった。消費者庁ができればきっと自分の被害も救済されるに違いない。消費者庁ができたのだから、今までとはちがうはずだという期待感である。苦情相談の内容としては以前から見られるようなものであっても「このように悪質な業者は行政処分してほしい」「問題がある取引が行われないように国が何とかしてほしい」など消費者被害の防止や救済を求める声が聞かれるようになった。

これまでも、相談受付・処理において相談者の消費者行政への期待を感じることは当然あったが、それが以前よりも一層強くなったことを実感した。

●消費者ホットライン開始

消費者庁は、2010年1月12日（火）からナビダイヤルシステムによる「消費者ホットライン」を全国で開始した。「0570-064-370」に電話をかけると最寄りの消費生活相談窓口につながる仕組みである。

土日祝日は、開所していない都道府県等の消費生活センターが多いため、国民生活センターでは1月16日（土）より土日祝日相談窓口を開設して、開所していなかったり通話中の消費生活センターを補完している。相談受付は電話回線を最大20回線で行っている。相

談は、全国から寄せられている。平日に比べて平日昼間の時間帯に相談窓口を利用することが難しい「給与生活者」「男性」からの相談が多いのが特徴である。相談内容を見ると、パソコンや携帯電話でアダルトサイトを見て高額な代金を請求された、というものが非常に多い。

中にはクーリング・オフが主張できる事案もあることからいわゆる駆け込み寺の役割を果たしているのではないかと考えられる。

（参考：「国民生活センターの相談状況」64頁）

●改正特商法、割販法の施行

改正特定商取引法・割賦販売法は2009年6月11日に成立、6月18日に公布、12月1日より施行された。主な改正点は、特商法においては指定商品・サービス制の廃止、訪問販売規制の強化、割販法においてはクレジット規制の強化等が盛り込まれた点である。

特商法と割販法の改正について、2007年2月以降、産業構造審議会で審議されたことから各信販会社が自粛したのか、個品割賦購入あっせん契約に関する苦情は減少した。改正法施行後においても、個別クレジットに関する相談は多くない、という印象がある。

その一方で通信販売、特にインターネットをめぐる取引に関連して、クレジットカードを利用した相談が増えている。

●投資トラブル、減らず

投資に関する消費者トラブルが依然として後を絶たない。十分な説明を行なわなかったり、高リスクの商品を推奨するなどの不当な

勧誘が見られた。また未公開株や社債等に関する詐欺的な勧誘も多いことから、国民生活センターでは「未公開株に関するトラブル」（9月）「怪しい社債に関するトラブル」（11月）を公表し注意喚起を行った。

「怪しい社債」では、証券会社を介さず社債の発行会社が直接勧誘を行い、「元本保証をうたい、見知らぬ買い取り業者からも勧誘の電話が入る」等の相談が急増したことから、国民生活センターが調査した。その後、業者が解散により消滅した会社の社債を発行していることや契約当事者が高齢であること、相談者が支払った金額の平均が470万円と高額であること等が明らかになった。そこで国民生活センターでは、2010年3月、事業者名を特定し公表し注意喚起を行った（「商号変更後・会社解散後も旧社名で社債を発行する業者—アフリカントラスト、アフリカンパートナー名の社債には手を出さないで—」）。

●新型インフルエンザの影響

新型インフルエンザの世界的な大流行の影響を受け、日本でも夏頃から感染が拡大した。各地の消費生活センターには、新型インフルエンザ対策用にマスクに関する価格や品質に関する相談が目立った。「品質や衛生面に問題はないのか」「ネットで購入したが通常より価格が高いのではないか」等である。また「申し込んだのになかなか届かない」という苦情も見受けられた。マスクのほかには、新型インフルエンザの影響で旅行をキャンセルした際の解約料に関する相談も寄せられた。

●インターネット関連トラブルが増加

インターネットをめぐる消費者トラブルは増加する一方である。

パソコンや携帯電話で「無料だと思ってアダルトサイトを閲覧していたところ突然、登録となり高額な請求を受けた」という苦情が

非常に目立つ。中には「パソコンに代金を請求する画面が貼り付いて取れない」というケースも少なくない。

このようなアダルトサイトの利用料に関する請求のほか、インターネット関連のトラブルには、オンラインゲーム、アフィリエイトやドロップ SHIPPING、情報商材に関する苦情が多く寄せられた。特にアフィリエイトやドロップ SHIPPING、情報商材に関する苦情については業者が消費生活センター等の交渉に応じず、解決が図られないというケースも見られた。

●グリーン家電エコポイント、「手続きが遅い」「電話が繋がらない」等トラブル急増

エコポイント（正式名称は、エコポイント活用によるグリーン家電普及促進事業）は、地球温暖化対策の推進、経済の活性化及び地上デジタル放送対応テレビの普及を目的とし、エアコン、冷蔵庫、地上デジタル放送対応テレビを購入した場合は、一定の家電エコポイントを得ることができ、このポイントを使って商品券等と交換できる制度である。

登録の申請受付が2009年7月から始まって以降、エコポイントに関する相談が各地の消費生活センターに寄せられるようになった。主な内容は、「数ヶ月前に申請をしたが商品が届かない」「申請したが事務局から連絡がない。問合せでもテープが流れるばかりである」等である。エコポイント事務局は消費生活センターからの問合せに応じず、申請者本人からの申し出にのみ対応していた。苦情が多かったことから、消費者庁、グリーンエコポイント事務局、国民生活センターで話し合った結果、対応策が講じられることとなった。

（相談部）