

2010（平成22）年2月23日

消費者基本計画（素案）に対する意見

全国消費者行政ウォッチねっと

消費者基本計画（素案）に対する意見は以下のとおりです。

第1 総論について

1 1頁25行目

消費者庁がより積極的に司令塔機能を果たし、各省庁へのリーダーシップを発揮しながら行政の「パラダイム転換」を意欲的・能動的に推進するという事を、もっと明確に記載して下さい。

第2 別紙（具体的施策）について

1 施策番号2について

素案の記載だけでは検討のポイントや方向性が見えてきません。たとえば、調査機関は「独立」だけでなく、「公正」、であることや「消費者の信頼を受ける」ことが必要です。また、縦割りの弊害を克服し、鉄道や航空機だけでなく、エレベーター事故、遊具等、あらゆる事故に対応できる体制を整える必要があります。さらに、単なる調査機関を作るだけでなく、被害者に対する精神的なケアも配慮したトータルな制度設計を行うという視点も重要です。

基本計画においてもこれらのポイント・方向性を盛り込んでください。

2 施策番号12について

事故情報データベースを消費者が被害防止に有効に役立てるためには、具体的なメーカーや商品名まで公開する必要があると考えます。今後、こうした情報の公表の在り方について具体的な検討を行ってください。

3 施策番号30について

消費者契約法における規制の在り方については、民法（債権関係）改正の法制審議会における議論の動向に過度に縛られることなく、特別法である消費者法の在り方を消費者保護の視点で検討していく必要があります。法制審議会での意見表明にとどまらず、消費者庁が主体となった、より積極的な検討の姿勢を望みます。

4 施策番号32について

クレジット取引については、法改正から現在までの間に、改正法の主なターゲットとなった個別クレジットの分野での被害は減少し、逆に包括クレジットの分野での相談が増えつつあります。こうした現状を踏まえ、決済代行やブランドカードなど複雑化・国際化したクレジット被害をはじめとする包括クレジット被害に迅速に対応する必要があります。こうした被害の動向に注視しつつ、あるべき方策についての検討を速やかに行うべきです。

5 施策番号33について

改正特商法では、電子メール広告の送信についてのオプトイン規制が導入され、すでに施行後1年が経過しますが、迷惑電子メール広告は一向に減少する傾向は認められず、改正法の効果は皆無に等しいと考えます。

原因は海外の電子メール広告規制が不十分であるためと考えられますので、至急国際的な対応を実現していく必要があります。単なる「厳正な執行」にとどまらず、この点についても基本計画に明確に記載して下さい。

6 施策番号38について

「弁済情報提供等事業者の登録制度の創設」とありますが、このような制度を認めれば、多重債務や貧困が原因で、やむを得ず家賃の滞納をしてしまった多数の消費者が新たな入居先を失い、ホームレス化することは目に見えています。現在でも年間の破産申立件数は13万件という数字であり、このような登録制度が実現すれば年間数万人単位の人がホームレス化する可能性があります。このような事態は到底認められることではありません。したがって同制度の創設には断固反対します。

7 施策番号58について

警察庁が製品等の利用により生じた事故等について、「捜査を推進し、責任の所在を明らかにすることにより再発防止を図る」とありますが、航空機事故や鉄道事故等の複合的な要因によって発生する事故においては、刑事責任の追及だけでは再発防止にはならず、むしろ真の事故原因を見落とす危険性すらあります。

施策番号2の事故原因調査機関の制度を検討するにあたっては、刑事責任や警察の捜査との関係性についても十分な見直しが必要と考えられるのであり、基本計画の中に「刑事責任追及による再発防止」を安易に書き込むことには反対です。

8 「新」

消費者事故等の発生を幅広く把握するためには、我が国の検死制度（死因究明制度）そのものを見直し、より正確に死因を把握する制度作りが不可欠です。事故原因究明制度のあり方を検討する際には、その一環として、検死制度のあり方についても全面的に見直す旨の項目を新設して下さい。