

# 高齢消費者被害救済における 消費者委員会の役割

草 地 未 紀

- I はじめに
- II 消費者委員会について
- III 高齢消費者被害と消費者委員会
- IV おわりに

## I はじめに

草地（2010a）、草地（2010b）において、どんなに消費者保護に関する新しい法律や相談窓口を用意しても、それらを必要とする市民に周知され、積極的に利用される存在でなければ宝の持ち腐れであり、特に高齢者については、高齢者に特有のアクセス障害もあって制度から取り残されているのではないかと、ということを指摘した。そして、この問題を少しでも解消するためには、地域包括支援センターの力を借りながら、高齢消費者被害救済のための公私協働型リーガル・ネットワークを構築することが必要であることを提案した。その後、同様の問題意識や危機感が専門家に広がっている<sup>1</sup>ことは、草地（2017）で紹介したところである。

その中でも触れたが、守屋＝仁木＝草地＝一葉（2013）のアンケート調査においては、すでに構築されているネットワークもしくは近い将来の構築を目指すネットワークの中心を担う存在は自治体であり、最前線で働く地域包括支援

---

1 この頃の数年間、筆者にも本学周辺自治体などから、講演の依頼が相次いだ。市民を対象とした講演のみならず、消費生活相談員や民生委員などの専門家を対象とした講演もあり、市民の高齢消費者被害への関心の高まりはもちろん、早急に問題に対処しなければならないという危機感のようなものが関係者に広がっていることを感じていた。

センターや消費生活センターの職員もそれを望んでいることがみてとれる。したがって、高齢消費者被害を早期に発見して予防し、もし被害が生じてしまった場合も速やかにそれらを救済するためには、各地域の法律専門職、福祉、介護や医療に関する専門スタッフ、消費者問題に取り組む相談員などの橋渡しをすることや、強力な権限を発動することなどは、地方行政をつかさどる各自治体の役割であると考えられる。

ただし、そのような一定の結論を得たとはいえ、実際にこのようなネットワーク形成が全国津々浦々まで浸透しているとはいえ、高齢消費者被害の発生を食い止めることに成功しているわけでもない。そうであるとすれば、高齢消費者被害救済のための公私協働型リーガル・ネットワークを全国どこでも実効的に機能させるためには、各自治体よりも一段上の存在、国レベルの機関の関与が必要になるということではないか。

この新たな問題を考察するにあたって、どのような組織の活用が可能か見渡してみたところ、2009年に消費者庁と同時に創設され、幅広い取り組みをおこなっている消費者委員会が目にとまった<sup>2</sup>。消費者行政自体を担うのはもちろん消費者庁なのであるが、後述するように、消費者庁と時に連携し、消費者庁を時に監視するという稀有な存在として位置づけられる消費者委員会こそが、ネットワーク構築の舵取りをした方がよいのではないかと考えたからである。消費者委員会が、まもなく10年を迎えることから、いま、より研究対象とされるべきであろう。そこで、まずは消費者委員会に焦点を当て、その成り立ち

---

2 本稿の契機となったのは、2015年2月、内閣府消費者委員会事務局の当時の担当者の方から依頼があり、「高齢者の消費者被害を防止するための地域と行政の連携」について、ヒアリング調査を受ける機会を得たことであった。熱心に質問してくださるのに対し、草地(2010a)や草地(2010b)の中で主張してきたこと、その後の講演会時に各種専門家の方々と意見交換した際に、現状や独自の取組みなどについて教えていただいたことを踏まえ、「高齢消費者被害救済のためのネットワーク形成のためには、現場で働いてくださる専門家の方々が行動しやすいように、各自治体がまとめる役割を果たすべきであろう」という見解を述べたところ、消費者委員会事務局の担当者の方は、「その役割を担うのは、消費者委員会ではだめですか」という質問をされた。そのとき、筆者は、咄嗟にうまく答えることができなかった。もちろん、2009年に消費者庁と同時に消費者委員会が創設されたことは知っていたが、詳細については不勉強な点もあり、また、「現場で働く専門家とは次元の違う、もっと高くて遠いところにある組織ではないか」という認識でいたからである。

や現状についてまとめたうえで、高齢消費者被害の予防や救済のための公私協働型リーガル・ネットワークに関して消費者委員会がどのような役割を担うことが期待されるかについて、検討することとする。

## II 消費者委員会について

### (1) 消費者委員会の創設

草地（2000）（244）頁などでも指摘してきたとおり、古くから、わが国には消費者問題を一括して管轄する行政機関が存在せず、個別事案ごとの縦割り行政による解決が図られてきたことから、根本からの予防や救済がおこなわれず、消費者行政の一元化は消費者法学における大命題であったといえる<sup>3</sup>。そのような長年の課題を解決するべく、2009年に消費者庁が発足し、同時に消費者委員会が設置された。その経緯をみておく。

2007年9月26日に、福田康夫内閣が発足し、国民生活の基本である「食べる」、「働く」、「作る」、「守る」、「暮らす」の5分野において、法律や制度など行政のあり方が消費者や生活者の視点から十分なものとなっているかを総点検することを指示した矢先の2007年12月から2008年1月にかけて、いわゆる「中国産冷凍ギョウザによる中毒事件」が発生し、食の安全に対する国民の不安がさらに高まることとなった（原＝木村2017：8頁）。

福田元総理は、2008年1月18日、第169回国会冒頭の施政方針演説において、次のように述べた。「今年を『生活者や消費者が主役となる社会』へ向けたスタートの年と位置付け、あらゆる制度を見直していきます。現在進めている法律や制度の『国民目線の総点検』に加えて、食品表示の偽装問題への対応など、

---

3 内閣官房消費者行政一元化準備室（2009）6頁では、実際に消費者行政にたずさわる立場からも、「従来、消費者行政は、事業者の保護育成を主な目的とする各省庁が、派生的なテーマとして、所管する分野ごとにいわゆる『縦割り』の形で規制を行ってきた。すなわち、『消費者の保護』は、事業者の育成・保護を通じた国民経済の発展を図る中で、事後的かつ個別的に行われてきたという側面が強い。その必然の結果として、消費者保護法といわれる法律はその総数すら不明である上、所管部局・所管事項も複雑多岐にわたっており、消費生活相談等を行いたい消費者の側から、『分かりにくい』『使いづらい』といった不満が従前から強く寄せられている」との反省がなされている。

各省庁縦割りになっている消費者行政を統一的・一元的に推進するための、強い権限を持つ組織を発足させます。併せて消費者行政担当大臣を常設します。新組織は、国民の意見や苦情の窓口となり、政策に直結させ、消費者を主役とする政府の舵取り役になるものです」と(原=木村2017:9頁)。

この頃には、主に内閣府において、すでに新組織の創設について検討が開始されていたようであるが、それが大きく動いたのは、消費者庁構想の具体化に向けた有識者の議論の場として消費者行政推進会議の設置が決定し、そして、その事務局として消費者行政一元化準備室が内閣官房に設置された2008年2月6日であろう(原=木村2017:13頁)。

消費者行政推進会議<sup>4</sup>では、2008年4月23日の第6回会合において、福田元総理から、今後の取りまとめの指針として、「消費者庁(仮称)の創設に向けて」<sup>5</sup>が発表された(原=木村2009:16頁)。そこには、「6つの基本方針」と「守るべき3原則」が示されていた。

それを受けて、2008年6月13日の第8回会合においては、「取りまとめ」<sup>6</sup>が発表された。この中において、まず、「新組織が満たすべき6原則」が掲げられている。それは、①「消費者にとって便利でわかりやすい」こと、②「消費者がメリットを十分実感できる」こと、③「迅速な対応」、④「専門性の確保」、⑤「透明性の確保」、⑥「効率性の確保」である。少し具体的に内容をみると、①は、新組織は、消費者問題全般にわたって強力な権限と責任を持つとともに、消費者が迷わず何でも相談できるよう一元的な窓口を持ち、情報収集と発信の一元化を実現することによって、消費者からの信頼を得ることである。②は、新組織の担う消費者行政は、商品や金融などの「取引」、製品や食品などの「安全」、「表示」など、消費者の安全安心に関わる幅広い問題であること、新組織を消費者行政全般についての司令塔として位置づけること、さらに、消費者教育や啓発に係る地方支援、専門家の育成、国際的な連携など

4 メンバーや審議過程については、首相官邸HP内の消費者行政推進会議ページ(<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/shouhisha/index.html>)で閲覧可能である。

5 <http://www.kantei.go.jp/jp/singi/shouhisha/shouhisha.html>参照。また、原=木村(2017)17-18頁にも全文が掲載されている。

6 <http://www.kantei.go.jp/jp/singi/shouhisha/dai8/8gijisidai.html>参照。原=木村(2017)20頁以下にも詳しくまとめられており、さらに148頁以下には全文が掲載されている。

に取り組み、消費者に身近な問題を取り扱う法律は、新組織が所管するとともに、その他の関連法についても新組織が関与すること、また、すき間事案への対応や横断的な規制体系の整備のため、新法の早急な制定に向けて取り組んだり、父権訴訟や違法収益の剥奪等も視野に入れつつ被害者救済のための法的措置の検討を進めたりするということである。③は、新組織は、消費者からの相談や法執行、さらには法律や政策の企画立案に至るまで、迅速な対応をおこなう、緊急時には、新組織を担当する大臣を中心に、警察などを含め関係省庁との緊密な連携の下、緊急対策本部を設置するとともに、各省庁への勧告等の機能を有効に活用するということである。④は、新組織においては、各省庁や民間からの専門家の活用を積極的におこなうなど、消費者行政に関する幅広い専門性を確保し育成すること、⑤は、新組織の運営に消費者の意見が直接届くような仕組みを導入すること、⑥は、新組織を簡素で効率的な仕組みとするため、たとえば、窓口機能、情報収集、法執行を中心に、地方自治体への権限移譲や関係機関への事務の委任などを進めたり、新組織の創設が行政組織の肥大化を招かぬよう、法律、権限、事務等を移管する府省庁から機構、定員及び予算を振り替えたりすることである。

この「取りまとめ」は、ほぼそのままの内容で「消費者行政推進基本計画」<sup>7</sup>として2009年6月27日に閣議決定された（原＝木村2017：18頁）。

これらを受け、2008年9月19日、当時の内閣は、「消費者安全法案」、「消費者庁設置法案」、「消費者庁設置法の施行に伴う関係法律の整備に関する法律案」のいわゆる消費者庁関連3法案<sup>8</sup>を閣議決定し、同29日に国会に提出した。これに対し、当時の野党である民主党も2009年3月12日に「消費者権利院法案」<sup>9</sup>を国会に提出して、同17日から審議がおこなわれることとなった（池田2009：4頁）。

まず、消費者安全法案は、「消費者の消費生活における被害を防止し、その

7 <http://www.kantei.go.jp/jp/singi/shouhisha/kakugi/080627honbun.pdf>参照。

8 これらの法案については、内閣府HP第170回臨時国会（<http://www.cao.go.jp/houan/170/index.html>）を参照。

9 衆議院HP衆法 第171回国会 8 消費者権利院法案（[http://www.shugiin.go.jp/internet/itdb\\_gian.nsf/html/gian/honbun/gl7101008.htm](http://www.shugiin.go.jp/internet/itdb_gian.nsf/html/gian/honbun/gl7101008.htm)）を参照。法案のポイントは民主党HPアーカイブ（<http://archive.dpj.or.jp/news/files/090312point.pdf>）に端的にまとめられている。原＝木村（2017）62頁も参照。

安全を確保するため、内閣総理大臣による基本方針の策定、都道府県及び市町村による消費生活相談等の事務の実施及び消費生活センターの設置、消費者事故等に関する情報の集約、消費者被害の防止のための措置等を講ずる」ことを目的として提出された。具体的には、地方公共団体による消費生活センターの設置や相談員の適切な処遇その他人材の確保及び資質の向上を促すこと、行政機関、地方公共団体、国民生活センターは消費者事故発生などの情報を内閣総理大臣に通知し、内閣総理大臣は得た情報を集約して分析し取りまとめた結果の概要を公表すること、消費者被害の発生・拡大の防止を図るため、内閣総理大臣は消費者に注意喚起する情報を公開したり、速やかな措置の実施を所管大臣に求めたりすることなどが盛り込まれた。

次に、消費者庁設置法案は、「消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に向けて、消費者の利益の擁護及び増進、商品及び役務の消費者による自主的かつ合理的な選択の確保並びに消費生活に密接に関連する物資の品質の表示に関する事務を一体的に行わせるため、内閣府の外局として消費者庁を設置する」ことを目的として提出された。具体的には、内閣府の外局として消費者庁を設置し、その庁に消費者庁長官を置くこと、消費者庁は、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に向けて、消費者の利益の擁護及び増進、商品及び役務の消費者による自主的かつ合理的な選択の確保並びに消費生活に密接に関連する物資の品質に関する表示に関する事務を任務とすること、消費者庁に「消費者政策委員会」を置くことなどが盛り込まれている。消費者政策委員会は、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に関する有識者のうちから内閣総理大臣が任命した15人以下の委員で構成され、事務処理のための事務局を置く組織であり、内閣総理大臣、関係各大臣または長官の諮問に応じ、消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策などに関する重要事項を調査審議し、意見を述べるのが任務であるとされた。

消費者庁設置法の施行に伴う関係法律の整備に関する法律案は、消費者庁の設置に際して、「関係する個別作用法における内閣総理大臣（消費者庁長官）の権限等を規定するとともに、内閣府設置法、関係省庁設置法等を改正して所掌事務等を変更するため、関係法律を一括して改正することにより整備する」ことを目的として提出された。具体的には、従来、各省庁が所管していた「表

示」(食品衛生法やJAS法など)、「取引」(特定商取引法や消費者契約法など)、「安全」(消費生活用製品安全法や食品安全基本法など)に関する各法律の所管を消費者庁に移管するという内容である(内閣官房消費者行政一元化準備室2009:7頁)。

他方で、民主党案の「消費者権利院」は、「国民生活と消費者の権利をまもり、消費者の視点で行政部局を強力に監視し、いわゆるオンブズパーソン的な役割を担う消費者権利官を中心として、消費者問題に迅速に対応する新たな機関」として提案された。消費者権利院は、民間から任用された消費者権利官を長として都道府県各1人の地方消費者権利官によって構成され、消費者政策委員会のように消費者庁に置くのではなく、人事院のように内閣の各省庁から独立した組織とし、「内閣の外から消費者目線で行政機関を強力に監視」する役割を担うことが想定されていた。主な業務と権限は、消費生活に関する相談やあっせん、それらに関する情報を収集し公表すること、国や地方の長に対して資料提出や調査を求めること、消費者問題にかかる処分勧告、裁判所に対して差止命令や財産保全命令の申し立てをすること、国会や内閣に対する立法を提言することなどとされた。

これらの法案は、衆参両議院で審議がおこなわれ、いくらかの修正<sup>10</sup>を経て、衆議院で2009年4月17日に、参議院で5月29日に、それぞれ全会一致で可決された。

まず、「消費者庁設置法案」は、「消費者庁及び消費者委員会設置法」と名称変更されて成立したので、その内容のみておく。

消費者庁は、「内閣府の外局」として設置され(2条1項)組織の長として消費者庁長官が置かれる(2条2項)<sup>11</sup>。そして、消費者基本法2条に定められた「消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのっとり、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に向けて、消費者の利益の擁護及び増進、商品及び役務の消費者による自主的かつ合理的

10 主な修正内容については、内閣官房消費者行政一元化準備室(2009)8-9頁の「表1」に簡潔にまとめられている。原=木村(2017)196頁も同様。

11 内閣官房消費者行政一元化準備室(2009)10頁によると、長官のもとに、次長、審議官2名、参議官2名、8課の機構、202名の定員から構成された。同頁に組織図(図1)も掲載されている。

な選択の確保並びに消費生活に密接に関連する物資の品質に関する表示に関する事務を行うことを任務とする」(3条)。そして、これを実現するために、「消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策の企画及び立案並びに推進」(4条1項1号)、「消費者の利益の擁護及び増進に関する関係行政機関の事務の調整」(4条1項2号)、「消費者安全法の規定による消費者安全の確保」(4条1項4号)、各府省庁から移管される法律に関する事務(4条1項5号ないし20号)などの事務を所掌する。

これにより、「消費者庁は、消費者事故等の情報の一元的な集約・分析を行い、自ら所管する法律に基づき迅速な法執行を行う」とともに、「他省庁が法律に基づく措置を有する場合には、消費者安全法に基づき、消費者庁の主任の大臣たる内閣総理大臣が各省庁に対し措置要求を行う一方、各省庁の『すき間』となる事案については自ら対応を講じることにより、消費者行政の司令塔として機能する」ことが予定されている(内閣官房消費者行政一元化準備室2009:9頁)。

法案段階では消費者庁に「消費者政策委員会」を置くことされていたが、衆議院での審議において、「機能を大幅に強化し、独立性も強化した形の『消費者委員会』として、消費者庁の外、内閣府に置くこと、また、消費者委員会には、受動的に諮問されるのを待って答申を行うという従来型の審議会の機能から一歩進んで、自ら調査審議を行い、自発的に政府に対して建議を行う等の機能を持たせること等が合意され」た(原=木村2017:65頁)。

このように、名称が変更され、より独立性の高い機関となったのは、2009年の通常国会での成立を目指すために、「民主党の消費者権利院法案の考え方をできるだけ取り入れる方向で調整が進められた」からであるとされる(原=木村2017:77頁)。これにより、民主党が修正された政府案に合意し、全会一致による成立が実現したのである<sup>12</sup>。

消費者委員会の組織や業務については、(2)でみる。

次に、「消費者庁設置法の施行に伴う関係法律の整備に関する法律案」は「消費者庁及び消費者委員会設置法の施行に伴う関係法律の整備に関する法律」として成立した。これは、「消費者庁及び消費者委員会設置法の施行に伴い、内

---

12 中村(2009a)92頁、石戸谷(2009a)93頁、池田(2009)4頁など。

閣府設置法などの行政組織に関する法律と、農林物の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（JAS法）などの消費者庁が所管することとなる法律について、一括して、必要となる規定を整備する」ものとなっている（内閣官房消費者行政一元化準備室2009：12頁）。

最後に、「消費者安全法」も成立した。消費者安全法は、「消費者の消費生活における被害を防止し、その安全を確保するため、内閣総理大臣による基本方針の策定について定めるとともに、都道府県及び市町村による消費生活相談等の事務の実施及び消費生活センターの設置、消費者事故等に関する情報の集約等、消費者安全調査委員会による消費者事故等の調査等の実施、消費者被害の発生又は拡大の防止のための措置その他の措置を講ずることにより、関係法律による措置と相まって、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に寄与すること」を目的とする（1条）。

すなわち、「消費者庁が消費者行政の司令塔として各省庁に措置要求できるようにする等の仕組みが整備された」が、これらの対策の多くはこの法律に依拠するものであり、「消費者安全法において、消費者に身近な消費者行政窓口を整備するために、地方消費者行政と消費生活センターの位置付けを定め、行政機関が認識した消費者事故等の情報が消費者庁に通知されることによって情報を集約し、消費者庁においてこれを分析・公表する仕組みについて定め、『すき間事業』については消費者庁が事業者に対して措置をとり得ることとし、他の省庁が所管する法律に基づく措置が可能である場合において、その実施を消費者庁から他省庁に求めることができる」とされる。この意味で、消費者安全法は、「消費者庁の役割や機能を定める基本的な法律」と位置付けられている（消費者庁消費者政策課他編2013：3頁）。

## (2) 消費者委員会の組織と業務

(1)でみたように、消費者庁関連3法案において、もっとも大幅に修正がなされて設置されたのが、消費者委員会であろう。

上述のとおり、消費者委員会は、2009年5月29日に成立した「消費者庁及び消費者委員会設置法」によって創設されることとなった。6月3日には、これまでの内閣官房消費者行政一元化準備室に加えて、内閣府に「消費者庁・消費者委員会設立準備室」が設置され、7月1日には「消費者委員会設立準備参与

会」が立ち上げられた。また、消費者委員会の設立日は、8月11日に閣議決定された「消費者庁及び消費者委員会設置法の施行期日を定める政令」によって、9月1日と定められた<sup>13</sup>（原＝木村2017：68-71頁）。

「消費者庁及び消費者委員会設置法」によると、消費者委員会は、内閣府に置かれ（6条1項）、「消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策に関する重要事項」などに関して「自ら調査審議し、必要と認められる事項を内閣総理大臣、関係各大臣又は長官に建議すること」（6条1項1号）、「内閣総理大臣、関係各大臣又は長官の諮問に応じ、前号に規定する重要事項に関し、調査審議すること」（6条1項2号）、「消費者安全法第43条<sup>14</sup>の規定により、内閣総理大臣に対し、必要な勧告をし、これに基づき講じた措置について報告を求めること」（6条1項3号）、「その他消費者に関わる個別の法律の規定により「その権限に属させられた事項を処理すること」（6条1項4号）を所掌事務とする。

消費者委員会は、10人以下の委員で組織され（9条1項）、各委員は独立して職権をおこなう（7条）。委員は「消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に関して優れた識見を有する者」のうちから、内閣総理大臣によって任命される（10条1項）。委員の任期は2年で（11条1項）、再任も可能である（11条2項）。消費者委員会の長は「委員長」であり、委員の互選で決定される（12条1項）。また、消費者委員会の事務を処理するため、事務局が置かれている（13条1項）。

消費者委員会には、当初から大きな期待が寄せられていたが、非常にスピード感のある新法律の成立と新機関の創設であったことから、なお検討すべき課題も多く残されている<sup>15</sup>。

たとえば、佐野（2009）13頁は、消費者委員会が「消費者行政全般に対する監視機能」という役割を担うには、「外に対して幅広い情報を収集できるアン

13 法案成立からわずか3カ月程度の準備期間しかなかったこと、また、2009年7月21日に衆議院解散、8月30日には総選挙があり、政権交代が生じたことなどから、消費者委員会設立に関わられた方々のご苦勞は想像に難くない。詳しくは、松本（2009）5頁、佐野（2009）13頁など。

14 消費者庁消費者政策課他編（2013）233頁参照。

15 「消費者庁及び消費者委員会設置法」には、消費者委員会の委員について施行後2年以内に常勤化を図ることなど、5つの検討事項が附則として盛り込まれ、また、衆参両議院合わせて57という異例とも言える多数の附帯決議がつけられていた。

テナ機能の整備と、消費者及び地方自治体から提起されるきたんない意見をきちんと受け止める『意見の申出制度』の導入が必要」であり、「開かれた行動する消費者委員会」となるべきであるという。そして、課題の1つとして、「地方消費者行政の推進」を挙げる。「『消費者行政が地方自治そのものである』との観点から、地方での実効性ある消費者施策の導入が重要」であると。

宇都宮（2009）17頁は、消費生活センターの相談員の劣悪な待遇を例に挙げて、これまでの地方消費者行政では予算や人員が縮小され続けてきたことから、それを改善しなければ地方消費者行政の充実強化は実現しないということを指摘したうえで、「消費者委員会は、地方消費者行政の継続的な発展に結びつくような体制と財政の在り方を検討し提言していく必要がある」という。

池田（2009）11頁は、「法案審議の過程で地方公聴会が開かれたことからわかるように、消費者行政を円滑かつ実効性を伴ったものにするには、『地方』という視点を抜きにすることはできないが、『地方』が内包している問題は従前から指摘されてきたものだけには限られない」ため、これまであまり指摘されてこなかった問題点である消費者生活条例の「モデル条例構想」に対する具体的な対策を提起し、「それを消費者庁と消費者委員会に期待する」とした。

これらの意見に共通するのは、消費者委員会には、「地方」消費者行政への大きな関与が期待されているということである。

### Ⅲ 高齢消費者被害と消費者委員会

#### (1) 消費者委員会の実際

Ⅱでみたような経緯を経て、消費者委員会は発足したのであるが、当初は、「うまく機能していない」とか「存在感が乏しい」などといった批判が多かったようである<sup>16</sup>。

そこで、批判にさらされながらも、今日まで、実際にはどのような業務をおこなってきたのかを概観する<sup>17</sup>。

消費者委員会には、消費者庁を含む消費者行政全般に対する監視機能と、従

---

16 森（2010）6頁は、国会議員の立場から、消費者委員会の予算不足や人員不足について指摘し、当時政権与党となったばかりの民主党に対して、鋭い意見を突き付けている。

来の国民生活審議会などを引き継いだ審議会機能とがあるとされる。発足から半年後の成果としては、前者については「頻繁に委員会が開催され、委員からの活発な意見が出されていて、消費者の声の反映という意味では大きな前進」と評価されたが、後者については「この半年間で活動したのは、残念ながら新開発食品調査部会のみだった」という。その理由として、「消費者委員会には、附則や附帯決議による多数の宿題があり、企画立案の事項も多い」ことや、消費者庁と同様に守備範囲が広い割に「人員も予算も限られている」ことがあるため、「両者の役割分担を運用でより明確化することが効果的ではないか」と指摘された(石戸谷2010: 6-7頁)。

その後、消費者委員会発足1年後となる2010年8月27日に、「自動車リコール制度に関する実態調査報告—ユーザー目線によるリコール制度の運用を目指して—」という報告書を発表し、調査の結果浮かび上がった問題について、国土交通大臣と消費者担当大臣に対して、初めて建議<sup>17</sup>をおこなった(中村2010: 5-6頁)。とはいえ、委員の中からは、「せっかく与えられた自ら発議して調査し建議勧告できる機能なのだから、毎月1件は建議等するべきだし、その気になればできると思っていた」が、「調査力不足」であること、「行政の一部局」であるために、「建議を受けた後の関係省庁の対応がどうしても気になり」、相手が「それは無理だと明言しているのを無視して建議する程、委員会内で十分な審議・調査をしたという自信がなかった」ということ、「10人の委員の意見の合致が困難」であり、「様々な立場の、キャリアも感覚も違う10人が毎週2、3回会って協議することを通して、委員の誰かが起案した建議案を採択までこぎつけるのは至難のことで痛感した」ということが所管として示された(山口2010: 11頁)。

発足から16カ月が経過した頃にも、当時の委員長が、消費者委員会のおこなう調査審議について、以下のように述べている。調査審議を「消費者庁や他の

17 当然ながら、これまでの消費者委員会のすべての成果を精査することはできない。消費者委員会の業務内容に関する資料については、消費者庁HP (<http://www.cao.go.jp/consumer/>) に掲載されている。また、原=木村(2017)82頁からの年表にわかりやすくまとめられている。

18 原=木村(2017)105頁以下には、2017年6月30日までの建議、提言、意見などの一覧表が掲載されている。

省庁から諮問を受けずに独自に行う場合」は、「関係省庁に問題意識が欠けていることが多い」。この調査審議が「消費者委員会ならではの固有の機能であり、今後、消費者庁との機能分担の面からはこの機能をより重視していく必要がある」が、そのためには、当該問題について「独自に調査できる事務局の体制強化が不可欠」であるにもかかわらず、スタッフ増員は実現していない。「課された役割と消費者からの期待は大きいが、委員は全員非常勤だし、事務局も、定員内職員は発足当初わずか2人、現在でも6人にすぎず、あとは「非常勤の職員や企業・団体・自治体からの出向者で何とかまかなっている状態」であり、「2009年の政権交代前に見られた消費者行政の充実に向けての与野党の熱気は一体どこに行ってしまったのだろうか」と嘆きたくなる惨状である」と（松本2011：8-9頁）<sup>19</sup>。

発足から2年が経ち、最初の委員の任期が満了した際に、中村（2011c）19頁で、それまでの成果が簡潔にまとめられており、中心的な機能である監視機能は、6本の建議となって発揮され、それぞれ建議に基づく制度改善や法律改正が図られこと、また、審議会機能としては、12の専門調査会などを立ち上げ審議できたことが報告されている。

同時に、改めて問題点も指摘されている。まず、広範な任務と、それに見合わない人員や予算である。一例として、特定保健用食品の審査は次々とやってくるが、「専門的な審査を、現状小規模な消費者委員会のルーティーンワークとする必要があるのだろうか」という疑問が呈されている。次に、委員が常勤化されていないことである。「消費者庁及び消費者委員会設置法」の附則には、施行後2年以内に委員の常勤化を図ることが明記されているが、「この問題は、どうなっているのか、につき国民に伝わっていない」という<sup>20</sup>。さらに、「広報が下手で、予算もほとんどない」ことも指摘されている（中村2011c：19-21頁）。

また、佐野（2011）25頁は、「国民生活センターの消費者庁への一元化問題<sup>21</sup>

19 中村（2011a）10頁も、「よく『消費者委員会の活動がみえない』と言われるが、活動していないからではなく、それが国民に伝わっていないところに問題がある。さらには、消費者委員会という独立した行政機関が存在することすら周知されていないし、聞いたことはあっても、消費者庁との区別がついていない人も1人や2人ではない」という現状を示し、その理由として、広報に関する問題提起をしている。しかし、中村（2011b）では、消費者委員会がいくつかの成果を出すことができたとの報告もなされている。

に示されたように、監視機能を持つ消費者委員会と、施策実施を担う消費者庁の意見が対立的に推移したときどうするか、その論点や検討経緯を国民に全てオープンにするとともに、その解決について手続きを整備することの必要性」があるという。「役割の異なる二つの機関は一人の大臣が管轄する」との現状を端的に表現した指摘<sup>22</sup>は、非常に重要であると思われる。

この頃から、消費者委員会の監視機能や審議会機能と並んで重要な機能である、消費者の声を消費者行政に反映させるというパイプ機能にも重点を置いている。取り組みのひとつとして、消費者委員会の場を通じて消費者団体などの意見を聴く機会を設け、「とりわけ、第一次委員会<sup>23</sup>では年1回のペースで開催していた関係団体等との意見交換会は、第二次委員会<sup>24</sup>では年2回のペースで実施し、対象団体も適格消費者団体を含めた消費者団体、事業者団体、報道関係者等に幅を広げている」。また、「2012年1月からは、消費者委員会の委員が地方に出向き、直接、消費者、関係団体等と意見交換を行う『地方消費者委員会』を開催している」（河上2017：10頁）。

こうして、ようやく消費者委員会の立ち位置のようなものが定まってきたように思われる。2012年から2013年度の消費者委員会活動報告(河上2017：28頁)では、以下のような委員長の小括がなされている。「消費者委員会は、いわば消費者行政全般に目を光らせる目付役であるが、実際の作業の多くは消費者庁にやっていただく必要がある。その意味で、消費者委員会は、消費者庁の『良心』のようなものであり、消費者庁が適切に司令塔機能を果たして国民の支持を得るように見守り、必要に応じて苦言を呈し、関係省庁等に対してものが言いやすいよう支援する、いわば『黒子』的役割を当委員会が果たすことでもよ

---

20 もっとも、消費者委員会内部では議論がされており、「委員は、それぞれの現場で消費者問題に取り組んでいる。その現場感覚があるからこそ議論ができる。それは、非常勤のメリットを行政が活用しているうまい制度である。これを常勤にして職務に専念させると、逆に現場感覚が鈍ってくる」という理由から、「非常勤のままがいいということで一致した」という(中村2011c：20頁)。

21 この件も、非常に重要な議論であるが、本稿では扱わない。拝師(2012)、池本(2012)など参照。

22 松本(2012)6頁でも同様の指摘がなされている。

23 2009年9月から2011年8月の期間を指す。

24 2011年9月から2013年8月の期間を指す。

いかと考えている。対立ばかりが目立つ無責任な評論家集団に堕することは、むしろ避けなければならないと思う。一部の方から、消費者委員会は、『影が薄い』、『存在感がない』、『消費者庁との調整にばかり明け暮れていて大胆な提言ができていない』、『学者ばかりで現場感覚がない』等々と、なかなか手厳しいご意見も頂戴した。これらは委員会への大きな期待の裏返しでもあろうが、望むらくは、むしろ着実な実績と国の消費者政策全体の改善に及ぼした影響によって評価していただければと思う。消費者委員会は、国民に向かって何かをアピールする場ではなく、関係省庁等の消費者行政が適切に実施されているかを見定め、必要な意見と支援をなす場であるから、目立たないのはやむを得ないことかも知れない。現場感覚のなさは、意識して現場の方々との情報交換を強化することで補うほかない。むしろ、消費者委員会としての本来の機能を十分に生かし切れていないのではないかという反省点こそ、慎重に目配りしたい。もちろん、情報収集や広報の工夫については、今後一層の改善を試みるべきであろう」と<sup>25</sup>。

## (2) 高齢消費者被害における役割

(1)では、消費者委員会がこれまでおこなってきた業務を総論的にみてきたが、各論として、高齢消費者被害に関するものを河上(2017)から2件みしておく。

1つめの例として、「高齢消費者への詐欺的投資勧誘被害に対する総合的対策」がある(河上2017:212-215頁)。高齢者は「老後資金としてまとまった資産を保有し、また、判断能力低下や社会的接点の希薄化傾向が認められること」などから、詐欺的投資勧誘被害に巻き込まれやすいため、「高齢化が進む我が国において、詐欺的投資勧誘による被害を防止し、高齢者が安心できる生活環境を整えることは、行政が早急に取り組むべき喫緊の課題の一つ」とされる。

---

25 この後、現在に至るまで、消費者委員会は肅々と業務を遂行しているが、一度、大きな危機があった。2014年11月13日、自民党行政改革推進本部は、「内閣官房・内閣府のスリム化について(案)」という提言をとりまとめたのであるが、その中には、「消費者委員会の消費者庁への移管」も含まれていた(石戸谷2015a:51頁)。しかし、「公明党が、消費者委員会を消費者庁とは別に内閣府に置く意義を主張し、与党協議で自民党も了承したことから、それが与党案として総理に提言」された結果、消費者委員会については現状維持、すなわち、消費者庁へ移管されず、独立の機関として存続することとなった(石戸谷2015b:23頁)。

消費者委員会の調査と分析によれば、高齢消費者への詐欺的投資勧誘被害には、いくつかの特徴がある。第一に、手口が「劇場型勧誘」によるもので、「予め仕組まれた集团的・組織的詐欺あるいは第三者詐欺による取引の可能性が極めて高」いこと、第二に、「二次被害の発生」によって被害者の損害が拡大すること<sup>26</sup>、第三に、「未公開株社債やファンド持分」や「温泉付有料老人ホームの利用権」、日本ではほとんど取扱いがない外国通貨など、「新たな商材」が現れており、関係法令の「すき間」が狙われていること、第四に、「同一事業者による被害が、一定期間に集中し、広域に拡大する傾向がある」こと、第五に、事業者の追跡や捕捉ができず、関係法令の執行や被害回復を困難にしていること、である。

こうした特徴に配慮した対策として、消費者委員会は2013年8月6日、内閣府特命担当大臣（消費者）、国家公安委員会委員長、内閣府特命担当大臣（金融）、総務大臣、法務大臣、厚生労働大臣、経済産業大臣および国土交通大臣に対し、多角的な施策を求める建議をおこなった。その内容には、「関係法令の執行強化」、「詐欺的投資勧誘対策の制度整備」、「犯行ツール対策」、「注意喚起及び見守りの強化」が盛り込まれた。「犯行ツール対策」とは、犯行に使用される携帯電話、郵便物受取サービス、電話受付代行および電話転送サービスなどについて不正利用ができないようにする対策である。また、「注意喚起及び見守りの強化」とは、テレビなどを通じて高齢者に対して積極的に注意喚起をおこなうことや、二次被害の防止を図るために高齢者宅に「通話録音装置」を配置して情報や証拠の収集を図ることのほか、「地域包括支援センター、介護支援専門員、民生委員等の高齢者と身近に接する者や、都道府県警察消費者団体、事業者団体等の多様な主体が、高齢者への注意喚起・見守りを地域において密接に連携して行う体制の普及に努めること」も含まれている。

2つめの例として、「高齢者向け住まいにおける消費者保護」がある（河上2017：310-313頁）。超高齢社会の問題は多様であるが、住まいの問題は生活の基本であるため、重要であるとされる。

---

26 詐欺的投資勧誘被害の二次被害としては、たとえば、未公開株を購入したが上場されず、販売会社と連絡も取れなくなって損害を被った後日、損害金を取り返すという電話があり、そのためには別の会社への出資が条件と言われて新たにお金を渡したが、その会社とも連絡が取れなくなった、という場合が想定される。

消費者委員会は、2010年12月17日に「有料老人ホームの前払金に係る契約の問題に関する建議」をおこなっている。また、「現行消費者基本計画策定の際にもヒアリングを実施し、その際未届け施設も含む高齢者向け住まいの施設・サービスの利用に係る契約上の問題に関する実態把握と、退去時に高額な退去費用の支払が求められる等のトラブルを防止するための事業者に対する処分・指導等」, サービス付き高齢者住宅に関する「実態把握のための調査と消費者被害への対応などについて、基本計画に明記」するよう求めている(河上2017: 311頁)。「高齢者医療がパンク状態にあり、高齢者が介護ベッドから市場に出ざるを得ない状況が増えているときに、高齢者は決して経済的に恵まれている者ばかりではないため」、サービス付き高齢者住宅を含めて「安かろう悪かろう」の事態となりかねないという指摘(河上2017: 313頁)のように、今後はより深刻になっていくであろう高齢者の住宅に関する問題にも、消費者委員会がより深く関っていく必要がある。

消費者委員会は幅広い役割を担っていることもあり、現在のところ、高齢消費者に特化した活動や成果には、これ以上の目ぼしいものがないという状況である。

本稿では、紙幅の関係もあり、消費者委員会の実態を把握することに字数を割いてしまったが、その中で消費者委員会にできると考えたこと、すべきであると考えたことを挙げていくことで、高齢消費者被害救済に関する今後の課題を提示しておきたい。

まずは、高齢消費者被害の予防と救済のために、全国の消費生活センターに気を配り、予算や人員の確保、人材の育成などが適正におこなわれているかについてチェックすることである<sup>27</sup>。もしそれらが不足している場合は、消費者庁や国民生活センターに対して、適切な処置を求める。各自治体は、税金などによる収入額、消費者問題に執行できる予算の額、広さや地形など地理的な不便、高齢化率など、それぞれ異なる問題を抱えている。それらを限なくチェックし、とりまとめて代わりに意見を申し述べるができるのは、消費者庁から独立して消費者行政全般に対する監視機能を有する消費者委員会のみであろう。

次に、各自治体でおこなわれている高齢消費者被害への対応、特に公私協働型ネットワーク構築に関する情報を収集してデータベース化し、他の自治体は

いつでもそれを閲覧できるようにすることである。自治体ごとに抱える事情は違うが、似た規模の自治体や同じような問題を抱える自治体の取り組みは必ず大きなヒントとなる。消費者委員会が、同規模の自治体のみを集めて交流し情報交換できるような機会を設けることも可能となろう。消費者と消費者行政のパイプ役たる消費者委員会が、最前の現場で消費者被害の予防と救済について立ち向かう人々の、横のラインをつなぐパイプ役となることも必要な役割であると思われる。

ところで、消費者安全法は2014年に改正<sup>28</sup>がおこなわれ、「消費者安全確保地域協議会」を設置することが規定された（11条の3ないし11条の8）。これは、「従前から、増加する高齢者消費者被害への対策として、被害予防や早期救済の重要性が認識され、その方途として各地でいわゆる『見守りネットワーク』の構築が進められてきたところであったが、地域協議会は、これに法律上の位置づけを与え、さらに見守り対象者の個人情報取り扱いを整理・充実させようとするもの」である（川本2017：81頁）。

しかし、条文上、「消費者安全の確保のための取組を効果的かつ円滑に行うため、関係機関により構成される消費者安全確保地域協議会を組織することができる」という文言であり、設置は義務でないこと、また、安全確保地域「協議会が果たすべき役割と組織構成の在り方が地方自治体職員・関係者に理解されていないこと」、すなわち、「高齢者福祉部門の見守りネットワークに消費生

---

27 この点は、2012から2013年度の消費者委員会の活動報告（河上2017：18頁）においても、指摘されている。「全国の地方自治体にきめ細かく消費生活センターをはじめとした相談窓口を設置し、国民の誰もが、身近な窓口で消費者として抱える問題の相談ができる体制を構築することは、消費者安全法の重要な課題でもあり、その実現のために、『地方消費者行政活性化基金』や『住民生活に光をそそぐ交付金』などによる財政的手当てがなされてきた。しかし、消費者行政に対する取り組みについては、地域によってかなりの温度差があることが否定できず、用意された基金も時限措置であるために、なかなか抜本的体制強化やインフラ整備につながっていないくらいがある。いまや、各地方自治体のセンター等は、基金が切れた後の活動の行く末に頭を悩ませている現状がある。立ち上がったばかりのセンター等の活動支援や相談員の質の向上・処遇改善問題等に適切に対処するには、いましばらくは安定した財政的支援が不可欠である」と。

28 この改正については消費者庁HP（<http://www.caa.go.jp/region/index11.html>）を参照。

活センターの職員や相談員が参加して、消費者被害の発見と通報をお願いしているから、改めて」安全確保地域協議会を設置する必要がないとの意識があることから、全国の設置実績はあまり上がっているとはいえない（池本2017：78頁）。2017年末現在で、安全確保地域協議会の設置数は、23都道府県64か所に止まっている。

そこで最後に、この安全確保地域協議会に関する理解を広め、設置数を増やすことも、消費者委員会が地方消費者行政の推進のためにできることではないか。確かに、高齢者見守りネットワークと重複する部分も多く、これまで独自の取り組みをおこなってきて、一定の成果を出している地域ほど、「必要ない」と考えるであろう。しかし、逆にそのようなネットワークは成功例として全国で紹介し、一から新しい組織を作る必要はないことを説いたり<sup>29</sup>、個人情報保護など従来の仕組みでは不十分であったところを指摘したりすることができるのは、やはり「パイプ役」たる消費者委員会ではないであろうか。今後の安全確保地域協議会と消費者委員会の関係構築には、大いに期待するところである。

#### IV おわりに

I (1)で紹介したが、2008年4月23日の第6回会合において福田元総理が発表した「消費者庁（仮称）の創設に向けて」（原＝木村2009：17頁）のなかで〈守るべき3原則〉が示されていた。そのうちのひとつは、以下のような原則であった。それは、『「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」ということ。消費者の立場に立って強力な指導力を発揮する、機動的で賢い組織作りを目指していただきたい。消費者行政を総合的に取り扱う行政組織を作るということは、むしろ、各省の重複や、時代遅れの組織を整理することにもつながるものでなければならない」ということである。

これは、消費者庁に限らず、消費者委員会にとっても重要な原則であろう。いくら新しい組織を作っても、単にポストを増やすだけになってしまったり、

---

29 池本（2017）79頁は、「高齢者見守りネットワークと地域協議会とは同じ構成員であってよい。消費者被害防止の役割を位置付け、毎回短時間でも消費者被害の手口情報を学ぶ時間を確保し、チラシなど話題提供のグッズを配布することが効果的である」という。

広報が行き届かずに関古鳥が鳴いたりするのでは、目的を果たさないまま廃れてしまうことになる。法律も制度も、使われなければ意味がないのだということ、これまで主張してきたとおりである。

とりわけ、体力的な理由や、交通手段の確保が困難であるなどの理由で、問題や被害を抱えていても相談する窓口までたどりつけない高齢者のために手を差し伸べることができなければ、高齢消費者被害を減らすことなど不可能であるから、高齢者と窓口をつなぐための存在は、絶対に必要なのである。

消費者委員会が、その役割を直接的に担うことはもちろん困難であるし、現状ではとりまとめの役割を果たすことも難しいであろうが、消費者委員会に当初期待されていたように、地方消費者行政をとりまとめることこそが、消費者問題全般を解決していく道であると思われる。いまの消費者委員会は、「肥大化」もしていないし、むしろあらゆるパワーが足りていないというのが現状であるが、与えられた権限を余すことなく行使できる機関となるよう、知恵を絞らなければならない。

今後は、今一度、消費者庁、消費者委員会、国民生活センターの関係性を考察し、どのような職務の棲み分けをおこなっていくかを検討しながら、高齢消費者被害はもちろん、地方消費者行政の充実のための実効的な方策を模索していかなければならない。

#### 《参考文献》

- 拝師徳彦 (2012) 「消費者庁・国民生活センター 消費者庁と国センの一元化問題について (特集 消費者委員会・消費者庁・国民生活センター・地方消費者行政)」消費者法ニュース90号15-17頁。
- 原早苗 (2011a) 「最近の消費者委員会の活動状況 (特集 消費者行政と競争政策)」公正取引725号43-50頁。
- (2011b) 「**1** 消費者庁・消費者委員会の意義と役割(2)第一次消費者委員会の活動および今後の消費者委員会 (特集 検証 消費者庁・消費者委員会)」現代消費者法13号8-14頁。
- 原早苗 = 木村茂樹編著 (2017) 『消費者庁・消費者委員会創設に込めた想い』商事法務。
- 池田清治 (2009) 「**1** 消費者庁および消費者委員会の設置の意義と経緯——消費者行政の変遷と各国の動向—— (特集 消費者庁設置と地方消費者行政の充実)」現代消費者法5号4-12頁。
- 池本誠司 (2012) 「国民生活センターの在り方見直しの動向と課題—タスクフォース

- から検証会議中間整理へー（特集 消費者委員会・消費者庁・国民生活センター・地方消費者行政）」消費者法ニュース90号18-21頁。
- （2017）「高齢者見守りネットワークから消費者安全確保地域協議会へ（シリーズ1／セミ特集『クローズアップ！消費生活条例』）」消費者法ニュース111号78-80頁。
- 石戸谷豊（2009a）「動き出す消費者庁・消費者委員会（特集1 消費者省の設置を求める）」消費者法ニュース80号93-94頁。
- （2009b）「動き出した消費者庁・消費者委員会（特集 消費者法制をめぐる最新事情）」月報司法書士454号11-16頁。
- （2010）「消費者庁と消費者委員会の半年（特集 消費者庁・消費者委員会）」消費者法ニュース83号6-8頁。
- （2015a）「消費者委員会の取り組みと位置付け（シリーズI／消費者庁・消費者委員会）」消費者法ニュース102号51-53頁。
- （2015b）「消費者委員会から（シリーズI／消費者委員会）」消費者法ニュース103号23-26頁。
- 金子晃＝山口由紀子（2011）「2 消費者庁・消費者委員会が果たした役割と今後の課題(1)消費者庁・消費者委員会の検証と今後の課題——企画・立案機能、組織のあり方について——（特集 検証 消費者庁・消費者委員会）」現代消費者法13号20-30頁。
- 河上正二（2012）「消費者委員会（第二次）の一年と課題」小野秀誠＝滝沢昌彦＝小粥太郎＝角田美穂子編『松本恒雄先生還暦記念 民事法の現代的課題』商事法務3-22頁。
- （2015）「2 消費者委員会の役割と今後の展望：監視機能を持つ審議機関として（特集 消費者行政の役割と今後の展望）」国民生活ウェブ版34号5-8頁。
- （2017）『消費者委員会の挑戦—消費者の安全・安心への処方箋を求めて—』信山社。
- 川本真聖（2017）「消費者安全確保地域協議会の普及に向けて（シリーズ1／セミ特集『クローズアップ！消費生活条例』）」消費者法ニュース111号81-84頁。
- 木村茂樹＝山下善太郎＝扇慎太郎＝古川剛＝森大樹（2009）「消費者・生活者の視点に立つ行政への転換 消費者庁関連3法の制定」時の法令1843号6-27頁。
- 草地未紀（2000）「消費者保護政策の今日的展開：消費者契約法の成立と消費者の『自立』をめぐる」岡山大学大学院文化科学研究科紀要10巻1号(243)-(264)頁。
- （2010a）「高齢消費者被害の発見とその救済(1)」駿河台法学23巻2号(75)-(103)頁。
- （2010b）「高齢消費者被害の発見とその救済(2・完)」駿河台法学24巻1・2合併号(121)-(139)頁。
- （2017）「高齢消費者被害救済の現状と展望」駿河台法学30巻2号67-89頁。
- 松本恒雄（2009）「消費者庁・消費者委員会発足に当たって（特集1 消費者庁と消

- 費者委員会) 消費者法ニュース81号5-7頁。
- (2011)「消費者委員会の16か月とこれからの取り組み(特集1 消費者庁・消費者委員会・地方消費者行政)」消費者法ニュース86号7-9頁。
- (2012)「消費者委員会2年の軌跡と展望(特集1 消費者委員会)」消費者法ニュース91号5-7頁。
- 森まさこ (2010)「消費者庁に望むこと(特集1 消費者行政)」消費者法ニュース82号6-8頁。
- 守屋明=仁木恒夫=草地未紀=一藁幸 (2013)「高齢者の権利擁護における地域包括支援センターの役割—地域包括支援センターを対象とするアンケート調査結果の基本集計表—」駿河台法学27巻1号127-156頁。
- 内閣官房消費者行政一元化準備室 (2009)「消費者庁関連3法の概要(特集1 消費者庁の設置に向けて)」ジュリスト1382号6-18頁。
- 中村雅人 (2009a)「消費者庁・消費者委員会はこうして誕生した(特集1 消費者省の設置を求める)」消費者法ニュース80号90-92頁。
- (2009b)「2 消費者庁・消費者委員会の役割と課題(特集 消費者庁設置と地方消費者行政の充実)」現代消費者法5号13-20頁。
- (2010)「自動車リコール制度で初の建議(特集 消費者庁・消費者委員会)」消費者法ニュース85号5-9頁。
- (2011a)「消費者委員会の活動はなぜ見えないか(特集 消費者庁・消費者委員会・地方消費者行政)」消費者法ニュース86号10-11頁。
- (2011b)「消費者委員会創設の効果が出てきた(特集2 消費者委員会・国民生活センター・地方消費者行政)」消費者法ニュース87号22-23頁。
- (2011c)「消費者委員会の2年間(特集 消費者庁・消費者委員会・国民生活センター・地方消費者行政)」消費者法ニュース89号19-21頁。
- 中村雅人=石戸谷豊 (2009)「消費者庁・消費者委員会の創設と日弁連の活動 日弁連消費者行政一元化推進本部の解散にあたって」自由と正義60巻12号124-133頁。
- 佐野真理子 (2009)「開かれた行動する消費者委員会に(特集1 消費者庁と消費者委員会)」消費者法ニュース81号13頁。
- (2011)「『消費者の権利』その実現をめざして—山あり谷ありの2年間—(特集 消費者庁・消費者委員会・国民生活センター・地方消費者行政)」消費者法ニュース89号24-25頁。
- 消費者庁消費者政策課・消費者制度課・地方協力課・消費者安全課編 (2013)『逐条解説 消費者安全法[第2版]』商事法務。
- 宇賀克也 (2009)「消費者庁関連3法の行政法上の意義と課題(特集1 消費者庁の設置に向けて)」ジュリスト1382号19-36頁。
- (2011)「2 消費者庁・消費者委員会が果たした役割と今後の課題(3)消費者庁・消費者委員会の検証と今後の課題(特集 検証 消費者庁・消費者委員会)」現代消費者法13号41-48頁。

- 宇都宮健児（2009）「消費者庁・消費者委員会の発足と今後の課題（特集1 消費者庁と消費者委員会）」消費者法ニュース81号15-17頁.
- 山口広（2010）「消費者委員会発足から1年の所感（特集 消費者庁・消費者委員会）」消費者法ニュース85号10-12頁.
- 山本隆司（2010）「消費者庁・消費者委員会—消費者安全—消費者情報（特集1 安全確保のための取組—事故・インシデント等への対応を中心に）」ジュリスト1399号21-34頁.
- 吉岡和弘（2009）「動き出す『消費者庁』と『消費者委員会』（特集1 消費者庁の設置に向けて）」ジュリスト1382号37-44頁.