

## 消費者行政推進基本計画の概要 ～消費者・生活者の視点に立つ行政への転換～

### 1. はじめに

- ・ 消費者行政の新組織の創設は、消費者の視点からの真の意味での「行政の改革」の拠点
- ・ 新組織が強力な権限と必要な人員を備えるとともに、消費生活センターの強化充実を前提にした緊密な全国ネットワークが早急に構築される必要
- ・ 新組織の活動の継続的な強化充実には、消費者の声を真摯に受け止める仕組みが不可欠

### 2. 新組織が満たすべき6原則

- ・ 消費者の視点で政策全般を監視し、「消費者を主役とする政府の舵取り役」として、新組織を創設
- ・ 新たな消費者行政は、消費者に安全安心を提供すると同時に、産業活動を活性化
- ・ 新組織は、以下の6原則を満たすべき

①消費者にとって 便利で分かりやすい	<ul style="list-style-type: none"> <li>・生産者サイドから消費者・生活者サイドへの視点の転換の象徴</li> <li>・強力な権限と責任、一元的窓口、情報収集と発信の一元化を実現</li> <li>・「取引」「安全」「表示」などの問題を幅広く所管</li> </ul>
②消費者・生活者 がメリットを十分 実感できる	<ul style="list-style-type: none"> <li>・一元的窓口、執行、勧告などの機能を持つ消費者行政全般の司令塔</li> <li>・消費者に身近な問題を取り扱う法律を所管し、その他の法律も関与</li> <li>・すき間事案への対応や横断的な規制体系の整備のための新法の制定</li> <li>・父権訴訟、違法収益の剥奪等、被害者救済のための法的措置を検討</li> </ul>
③迅速な対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>・相談や法執行等に迅速な対応</li> <li>・緊急時には、緊急対策本部を設置し、勧告等</li> </ul>
④専門性の確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各省庁や民間の専門家の活用等により幅広い「専門性」を確保・育成</li> </ul>
⑤透明性の確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>・有識者から成る機関を設置し、新組織や各省庁の行政に消費者の声を反映</li> </ul>
⑥効率性の確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者の立場から強力な指導力を発揮する機動的な賢い組織</li> <li>・関係機関への事務の委任や地方への権限移譲</li> <li>・新組織が所掌する事務の地方における円滑かつ確実な遂行に配慮</li> <li>・行政組織の肥大化を招かぬよう、機構・定員及び予算を振り替え</li> <li>・実績評価方式により、定期的に政策を評価・見直し</li> </ul>

### 3. 消費者が頼れる分かりやすい一元的な相談窓口の設置

#### (1) 一元的な相談窓口の設置

- ・ 地方の消費生活センター等を高齢者を含めすべての消費者が相談できる一元的な相談窓口と位置付け、全国ネットワークを構築

(共通の電話番号の設置、緊急事案について、代表的な窓口が365日24時間対応し得る体制の構築等)

⇒ 地方の消費生活センターを法的に位置付け

#### (2) 国、地方一体となった消費者行政の強化

- ・ 新組織の創設と併せて、地方分権を基本としつつ、地方の消費者行政を抜本的に強化。特に当面、思い切った取組をしっかりと行っていく必要
- ・ 全国ネットワークの構築に伴い、地方の消費生活センターを法的に位置付けることを踏まえ、国は相当の財源確保に努める
- ・ PIO-NET等の国の直轄事業を充実するとともに、地方交付税上の措置や税制上の措置等を検討

## 4. 消費者庁（仮称）の設置とその機能

### (1) 消費者庁の設置と組織法

- ・ 内閣府の外局として「消費者庁（仮称）」を設置。消費者行政担当大臣を置くことを明記
- ・ 強力な総合調整権限、勧告権、幅広い企画立案機能や充実した調査・分析機能を付与
- ・ 各府省庁の縦割りを超えて幅広い分野を対象に、新法を企画立案

### (2) 情報の集約分析機能、司令塔機能

- ・ 消費者・事業者等からPIO-NET情報や事故情報を一元的に集約・分析・原因究明
- ⇒ 上記の情報を基に、消費者庁が司令塔として迅速に対応方針を決定し、政府一体として被害の拡大防止、再発防止、被害救済の実現を目指す

### (3) 消費者被害の防止やすき間事案への対応等のための新法

- ・ 消費者相談に対する行政の対応を規定した、新法の成立に向けて取り組む
- ① 消費生活センター等に一元的窓口を設置し（法的に位置づけ）、相談情報を消費者庁に集約
- ② すき間事案について、消費者庁による事業者調査及びその結果の公表等の措置

### (4) 個別作用法の所管（別紙参照）

- ・ 消費者に身近な問題を取り扱う法律について、以下により移管（一部移管を含む）・共管
- ・ 事故情報の報告・公表、食品表示、消費者信用等の分野において、横断的な体系化に取り組む

#### (i) 「表示」に関する法律

⇒ 消費者の商品選択の機会の確保にとつての表示の重要性、被害実態を踏まえた対応の重要性、省庁横断的な調整の必要性等から、消費者庁が所管。ただし、各省庁から提案も可能。法執行の一部を各省庁に委任

#### (ii) 「取引」に関する法律

⇒ 行為規制中心の法律は、被害実態を踏まえた対応の重要性、省庁横断的な調整の必要性等から、消費者庁が所管。ただし、参入規制を持ついわゆる「業法」は、企画立案を共管、処分に対して勧告、事前協議等

#### (iii) 「安全」に関する法律

⇒ 重大事故情報報告・公表制度は、消費者庁が所管し、消費生活用製品から他分野に拡大。安全基準の設定については、各省庁が消費者庁に協議した上で決定

- ・ 別紙以外の幅広い法律について、引き続き消費者庁による関与について検討を行う必要

## 5. 消費者庁の体制の在り方

### (1) 内部組織の在り方

- ・ 総合調整等を担当する企画部門、個別作用法に係る調査・執行までを担う執行部門、緊急時の司令塔機能、情報収集・発信を担当する部門が必要

### (2) 消費者政策委員会（仮称）の設置

- ・ 有識者から成る消費者政策委員会を設置し、消費者の声を反映
- ・ 委員会は、消費者政策の企画立案、重要な行政処分等に係る諮問答申、意見具申等を実施

### (3) 消費者庁の規模

- ・ 「消費者を主役とする政府の舵取り役」を担うにふさわしい規模
- ・ 法律の移管等に伴い、機構、定員、予算を各府省庁から移し替え
- ・ 相談情報の分析や表示基準等の調査分析などに従事する非常勤職員を確保

#### 食品安全委員会

- ・ どこに設置するかについては引き続き検討
- ・ リスク評価の科学的客観性は担保。リスクコミュニケーション等に関し、消費者行政との連携強化

## 6. 消費者庁創設に向けたスケジュール

- ・ 来年度から消費者庁を発足
- ・ 設置法、新法、各個別作用法の改正法案をできるだけ臨時国会に提出。次期通常国会以降も順次提出
- ・ 内閣府において消費者庁の司令塔機能を先行実施
- ・ 消費者庁の立ち上げを円滑に進めるため、内閣官房に分野ごとのチームを編成

法律名		具体的内容
「表示」	景品表示法	消費者庁へ移管
	JAS法	表示基準の企画立案、執行を消費者庁に移管 表示基準策定・改正に当たり、農林水産省にあらかじめ協議・同意。 農林水産省は、案を備えて表示基準の策定・改正を要請可、法執行の一部につき農林水産大臣に委任
	食品衛生法	表示基準の企画立案、執行を消費者庁に移管 表示基準策定・改正に当たり、厚生労働省にあらかじめ協議。厚生労働省は、表示基準の策定・改正を要請可
	健康増進法	表示基準の企画立案、執行を消費者庁へ移管 表示基準の策定・改正に当たり、厚生労働省に協議。
	家庭用品品質表示法	表示の標準の企画立案、執行を消費者庁に移管 表示の標準策定に当たり、経済産業省にあらかじめ協議。 経済産業省は、案を備えて表示の標準の策定・改正を要請可 法の執行の一部につき、経済産業省に委任
	住宅品確法	表示等の企画立案、表示基準の策定は共管 執行は国土交通省が行うが、消費者庁が勧告
「取引」	消費者契約法	消費者庁に移管
	無限連鎖講防止法	
	特定商品預託法	
	電子消費者契約法	内閣府所管部分について消費者庁に移管
	特定商取引法	消費者保護に係る企画立案、執行を消費者庁に移管。消費者庁は執行を一元的に行う。経済産業省は、商一般等の立場から連携
	特定電子メール法	消費者保護の観点から行う措置命令等については、消費者庁へ移管
	金融商品販売法	消費者庁も所管に加わる
	出資法	
	業法	
	貸金業法	企画立案は共管、登録・免許、検査、処分は各省庁が行うが、消費者庁は処分について勧告権を持ち、そのための検査権限を持つ。また、処分について事前協議を受ける。
割賦販売法		
宅建業法		
旅行業法		
「安全」	製造物責任法	消費者庁へ移管
	食品安全基本法	消費者庁へ移管。ただし、食品安全委員会の設置等に関する規定の所管については、引き続き検討。
	消費生活用製品安全法	重大事故情報報告・公表制度を移管 安全基準の策定に当たり協議を受ける
	食品衛生法	安全基準の策定に当たり協議を受ける
	有害物質家庭用品規制法	
消費者・生活者が主役となる 社会の構築等に関する法律	国民生活安定緊急措置法	内閣府所管部分について消費者庁に移管
	買占め及び売り惜しみ防止法	
	物価統制令	
	消費者基本法	消費者庁へ移管
	国民生活センター法	
	個人情報保護法	
	公益通報者保護法	
特定非営利活動促進法	望ましい所管の在り方について引き続き検討	

# 参 考 资 料

＝消費者の不安・不信が市場の縮小をもたらす＝

(参考資料1)

(1) 冷凍餃子中毒事件の影響

1月末に冷凍餃子による中毒事件の発生後、消費者が、餃子や冷凍調理食品を買い控える傾向が4月に入っても続いている。

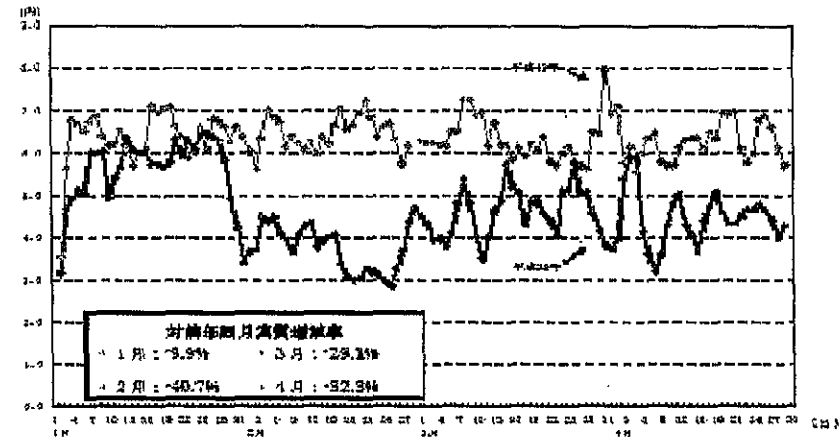
<家計消費支出(前年同期比)>

	ぎょうざ(冷凍品は別)	冷凍調理食品
2月	40.7%減	30.0%減
3月	29.1%減	27.0%減
4月	32.1%減	26.9%減

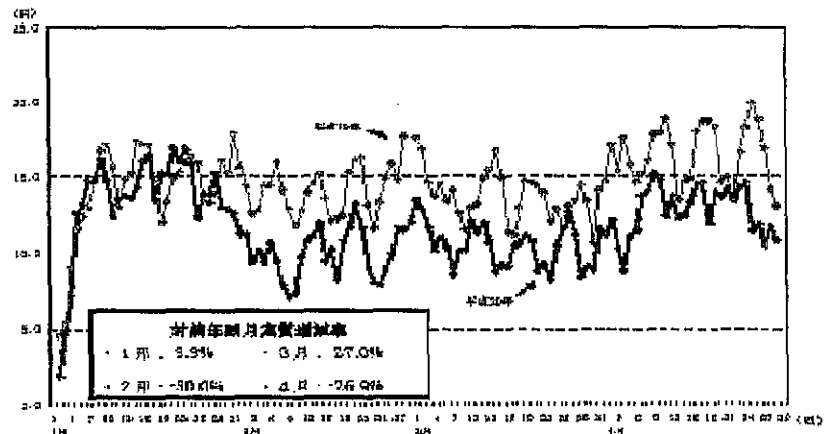
(備考) 総務省「家計調査」二人以上世帯

中国産冷凍ぎょうざが原因と疑われる健康被害の発生が消費者の購入行動に影響したとみられる主な品目の動き

1 ぎょうざの支出金額の推移

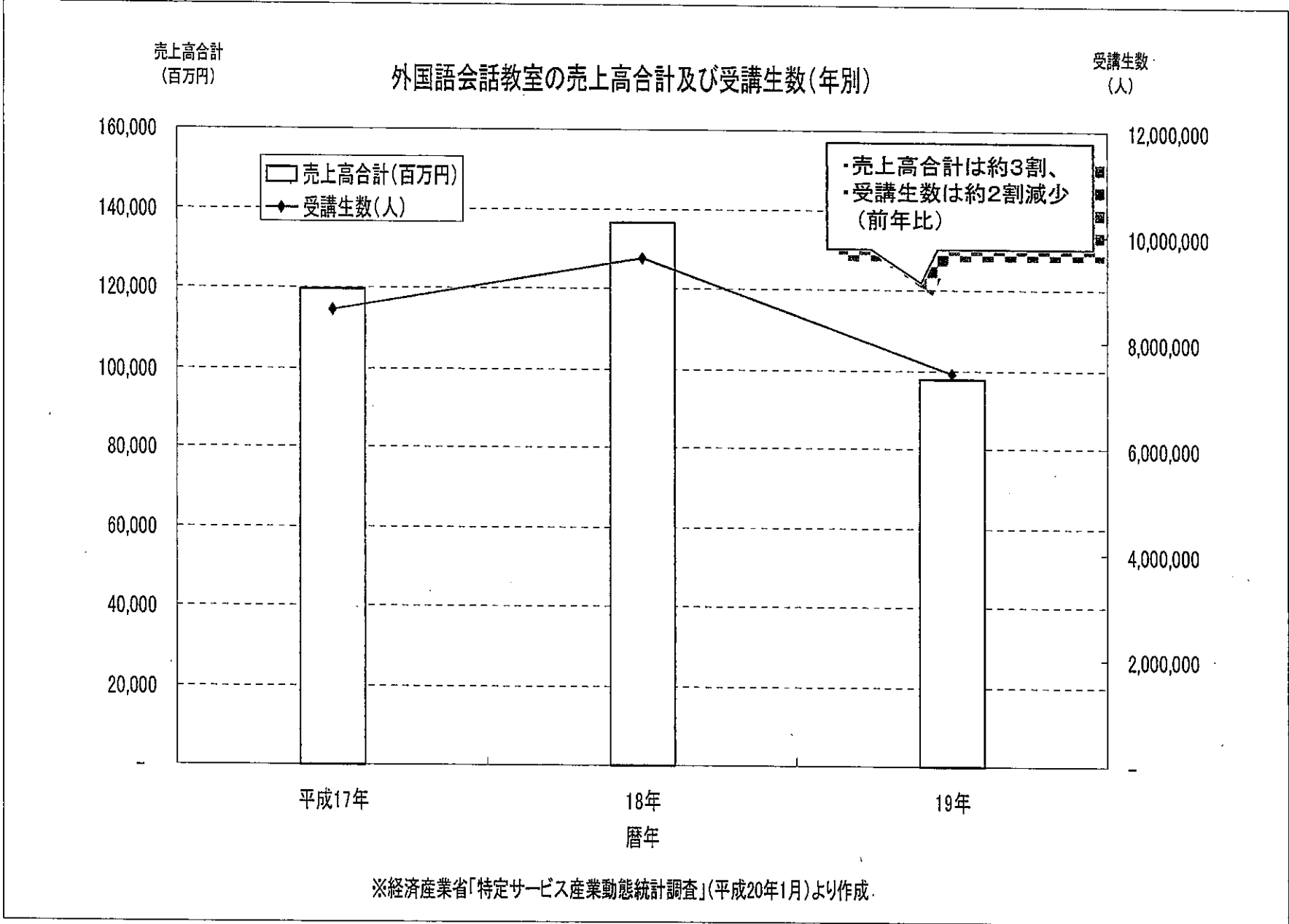


2 冷凍調理食品の支出金額の推移



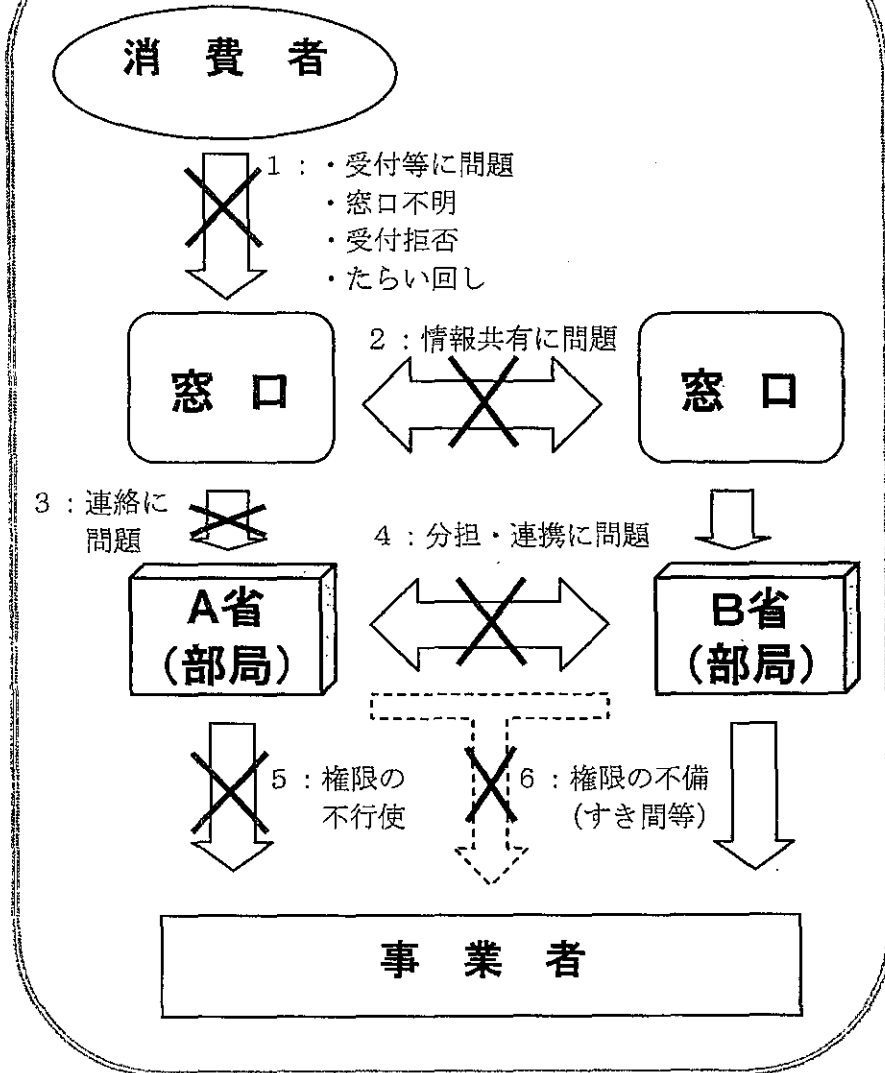
(注) 1. 1の「ぎょうざ」とは、焼きぎょうざ、蒸しぎょうざ、水ぎょうざ、揚げぎょうざのほか、生も含む。ただし、冷凍品は「冷凍調理食品」に含まれない。  
2. 支出金額は、日移動平均値である。

## (2)NOVA事件の影響



～ これまでの消費者行政の問題点と新組織の創設を通じた対応の方向 ～ (参考資料2)

これまでの消費者行政の体制・対応の問題点



新組織の創設を通じた対応の方向

1. **一元的な相談窓口の設置**
2. 3. **情報の一元化**
4. 5. **消費者に身近な問題を取り扱う法律を幅広く所管・共管**
6. **新法の立案等(一般法、すき間事案への対応、被害救済等)**
1. ~ 6. **強力な総合調整権限、勧告権の付与**

## 主な消費者問題と今後の対応の方向

(参考資料3)

主な事件のあらまし	今後の対応の方向
<p><b>【中国産冷凍ギョウザ事件】</b></p> <p>○中国から輸入された冷凍ギョウザを摂食した者が有機リン中毒を発症した事例</p>	<p>① 一元的な情報集約、危険情報の早期発信のシステム作り</p> <p>② 事業者からの報告、公表制度の整備</p> <p>③ 行政の早急な対応を可能にする仕組み作り（法整備を含め）</p>
<p><b>【こんにやく入りゼリー事故】</b></p> <p>○一口サイズのいわゆる「ミニカップ」に入ったこんにやく入りゼリーが、その大きさや形状、硬さにより窒息事故を引き起こした事例</p>	<p>① 一元的な情報集約、危険情報の早期発信のシステム作り</p> <p>② 事業者からの報告、公表制度の整備</p> <p>③ すき間をなくすための法整備</p>
<p><b>【おもちゃ回収事例】</b></p> <p>○中国製のおもちゃにつき、米国の業界基準値を超える鉛が含まれていたとして、輸入業者により自主回収が行われた事例（具体的な被害については不明）</p>	<p>① 一元的な情報集約、危険情報の早期発信のシステム作り</p> <p>② 事業者からの報告、公表制度の整備</p> <p>③ すき間をなくすための法整備。複雑な法律の是正（食品衛生法の対象範囲の拡大、規格基準の強化については、食品衛生法施行規則、告示の改正により対応済み）</p>
<p><b>【ガス機器一酸化炭素中毒事故】</b></p> <p>○ガス瞬間湯沸かし器につき、安全装置の不正改造等を原因とする一酸化炭素中毒事故が複数発生したが、長期間にわたり適切な対応がなされなかった事例</p>	<p>① 一元的な情報集約、危険情報の早期発信のシステム作り</p> <p>② 事業者の報告義務の強化・徹底</p> <p>③ 早急な原因究明を確実にを行うシステム作り</p> <p>④ 消費者等が行政をチェックする仕組み作り</p>
<p><b>【プール事故】</b></p> <p>○児童がプールの排水口に引き込まれて死亡した事故。約40年間に60名近い者が同種の事故で死亡</p>	<p>① 一元的な情報集約、危険情報の早期発信のシステム作り</p> <p>② 事業者からの報告、公表制度の整備</p> <p>③ すき間をなくすための法整備</p> <p>④ 行政が民間委託を行う際の適切な監督等の実施</p>

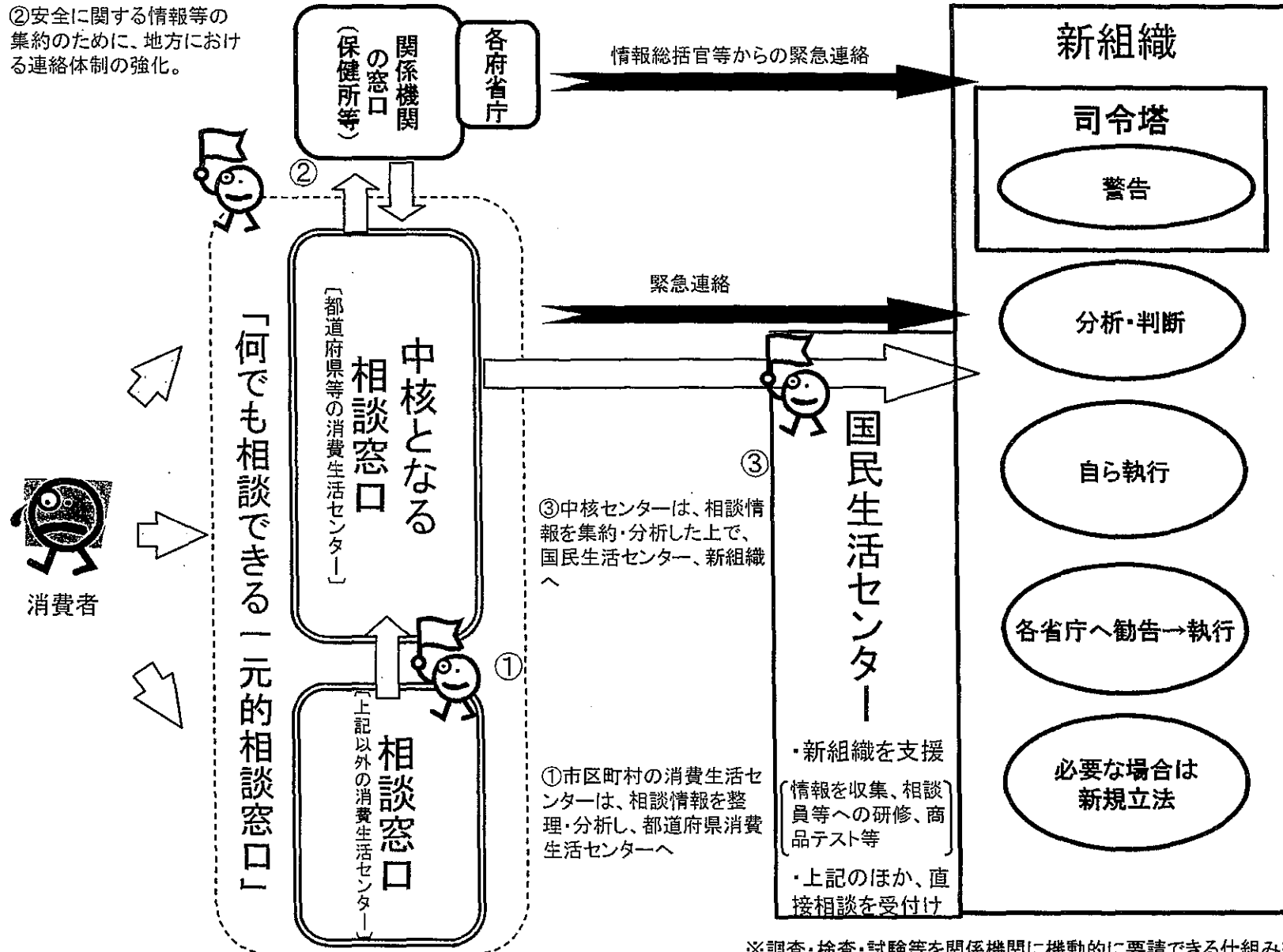


<p><b>【NOVA事件】</b></p> <p>○英会話教室である同社の解約時の清算方法については、消費者から苦情・相談が多く寄せられていたところ、最高裁で同社の敗訴が確定し、清算方法を変更するに至るまで、多数の被害者が発生した事件</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 一元的な情報集約、被害情報の早期発信のシステム作り</li> <li>② 行政の早急な対応を可能にする仕組み作り（法整備を含め）</li> <li>③ 消費者等が行政をチェックする仕組み作り</li> <li>④ 不公正取引に関する申出制度の整備</li> </ul>
<p><b>【悪質住宅リフォーム問題】</b></p> <p>○住宅リフォームについて、十分な判断ができない消費者等を対象に、不要な工事を実施した上で、高額な工事代金を支払わせる事例や、一人の消費者に次から次へと契約させる事例等が発生している問題</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 一元的な情報集約、被害情報の早期発信のシステム作り</li> <li>② すき間をなくすための法整備</li> <li>③ 適切な法執行の徹底</li> <li>④ 不公正取引に関する申出制度の整備</li> </ul>
<p><b>【和牛預託商法問題】</b></p> <p>○和牛預託商法とは、和牛の飼育から得られた利益を配当するとして、和牛の持分権を購入させる商法。オーナーは所有する和牛を実際に目にする必要がないことから、飼育の実態を伴わない詐欺的な取引が行われるようになり、多数の契約者が被害にあった問題。その後、1997年に規制対象となった後も、飼育の実態を伴わない経営を続けていた一部業者に対する監督が適切に行われず、処分に時間がかかった</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 消費者等が行政をチェックする仕組み作り</li> <li>② 取締機関との連携</li> <li>③ 不公正取引に関する申出制度の整備 （業法による規制については、当該商法は、特定商品預託法施行令の改正により手当て済み）</li> </ul>
<p><b>【L&amp;G（円天）事件】</b></p> <p>○「円天」と呼ばれる電子マネー形式の擬似通貨や高額配当と引き換えに、協力金名目の出資金を集めるといった一種のマルチ商法（ねずみ講）による詐欺的事件。2007年に出資法違反容疑で強制捜査を受け、その後破たん</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 取締機関との連携</li> <li>② 不公正取引に関する申出制度の整備 （業法による規制については、当該商法は、金融商品取引法の制定により手当て済み）</li> </ul>

# 一元적窗口と新組織との関係

(参考資料 4)

②安全に関する情報等の集約のために、地方における連絡体制の強化。



※調査・検査・試験等を関係機関に機動的に要請できる仕組みを構築する。

## 都道府県等の消費者行政の現状

### 1. 消費者行政関係予算・職員数

厳しい財政事情を反映して消費者行政関係予算並びに、全体の職員数は減少傾向にある。

#### (1) 消費者行政関係予算の推移

(単位:百万円)

区分 年度	都道府県	政令指定都市	その他の 市町村	合計
				(うち都道府県・政令指定都市の予算 における「消費生活協同組合助成費」)
10	9,971	1,714	4,693	16,379(2,946)
14	7,962	1,709	5,327	14,999(1,295)
18	5,158	1,644	4,803	11,605(501)
19	4,606	1,403	4,820	10,830(317)

(注) 1. 「その他の市町村」には、東京都の特別区を含む。  
2. 平成19年度は当初予算額

(参考) 平成16年度まで、内閣府(旧経済企画庁)から地方消費者行政の推進費等の生活情報体制整備等交付金(昭和60年度創設。平成10年度交付額:343百万円、平成14年交付額:745百万円)が交付されていたが、平成17年度に廃止となった。

#### (2) 消費者行政担当職員数(都道府県及び市区町村)の推移

(単位:人)

年度	事務職員	消費生活相談員	商品テスト職員	合計
10	10,172	2,383	213	12,768
14	10,397	3,081	186	13,664
18	7,113	3,732	112	10,957
19	6,572	3,539	101	10,212

(注) 各年度とも4月1日現在で、「消費者行政本課」及び「消費生活センター」に配属されている職員数(他業務との兼務職員等を含む)。

### 2. 消費生活センターの設置状況

消費生活センターは、人口規模の比較的大きい市を中心として整備が進んでいる。

(消費生活センター設置数の経年推移)

年度	都道府県立	市町村立				合計
		政令指定都市	その他の市区	町	計	
10	161	14	224	8	246	407
17	165	20	326	13	359	524
18	152	22	342	15	379	531
19	148	24	350	16	390	538

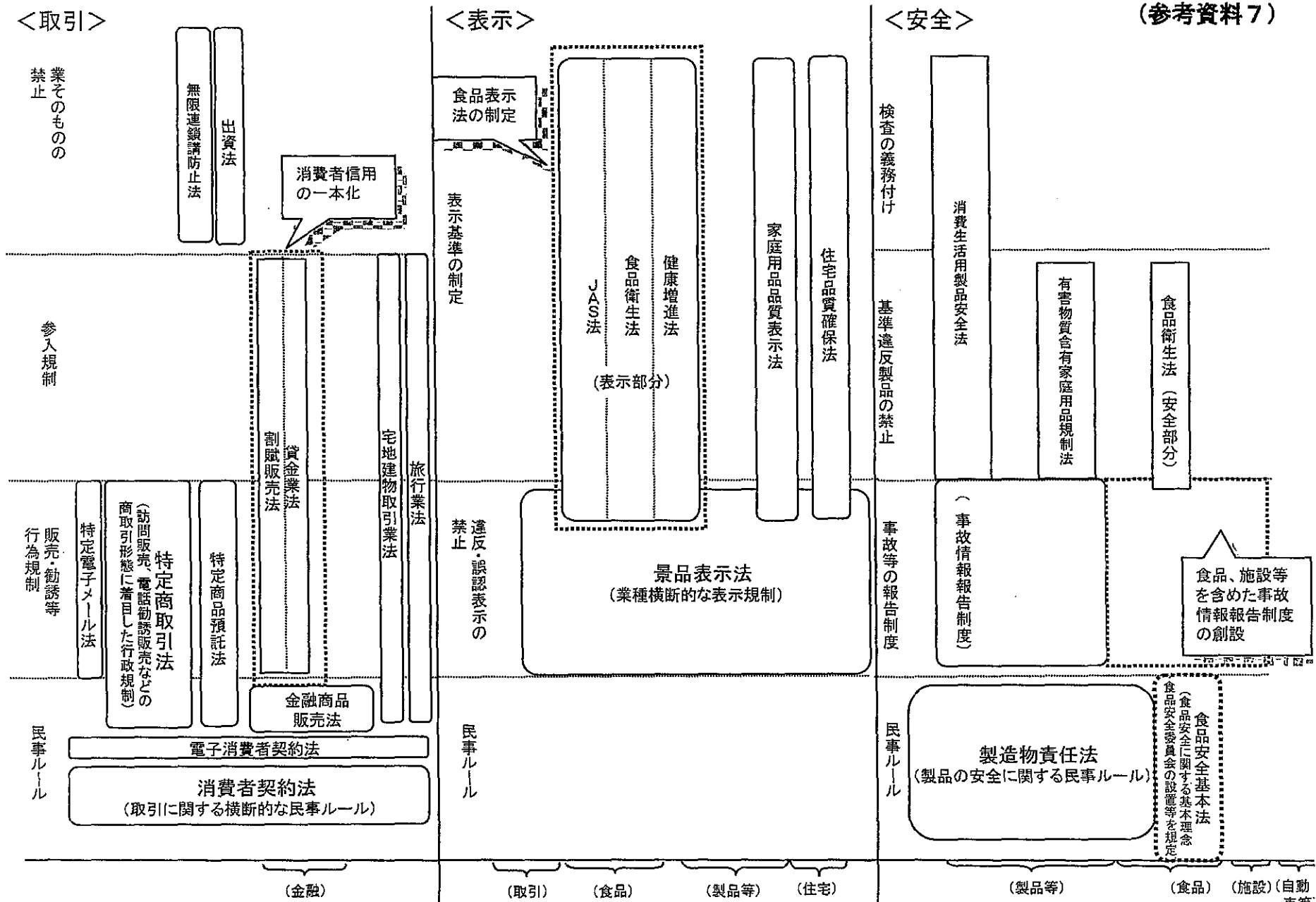
(注) 各年度とも4月1日現在。ここでは、便宜上、相談業務を週4日以上行っているものを「消費生活センター」として計上している。

## 新組織の形態に関する論点整理

	内閣府に置く独立官庁型(消費者庁)	行政委員会型
原則1 消費者にとって便利で分かりやすい	○一元的窓口や、情報収集、発信の一元化を行うのにふさわしい組織	○同左
原則2 消費者がメリットを十分実感できる		
対象分野(経済取引、安全、表示等)	○消費者問題全般(経済取引、安全、表示等)をカバーすることができる	○同左(公正取引委員会型では、取引分野のみ対象)
基本政策の企画・立案	○消費者基本法など基本政策を担当	○消費者基本法など基本政策の企画・立案を担当するのは困難
総合調整	○各省施策の総合調整は可能	○総合調整権限を持つことは困難
勧告	○担当大臣が、各省大臣へ勧告可能	○一般に、各省大臣への勧告権限はない
原則3 迅速な対応(緊急時の司令塔)	○担当大臣、長官の明確な責任体制 ○緊急時に迅速な対応	○合議制組織であり、責任の明確性や迅速性に課題がある
原則4 専門性の確保	○民間採用や他省庁からの人材活用など、消費者行政に関する幅広い専門性の確保・育成が可能	○左に加え、独立性が強いことから、科学的知見に基づく客観的評価がより可能
原則5 透明性の確保	○「消費者政策委員会」的なものの活用により、消費者の意見を反映できる	○委員会に消費者委員を入れれば、消費者の意見を反映しやすい
原則6 効率性の確保	○新たに大規模な執行組織を作るのは、非現実的、組織肥大化の批判 ○執行業務の多くについて、地方自治体への権限委譲、委任や、他省庁の出先への委任 → 地方分権との両立 ○最低限の自前の執行組織は必要 → 国民生活センターの活用等も検討	○同左

# 消費者庁が所管する法律の体系

(参考資料7)

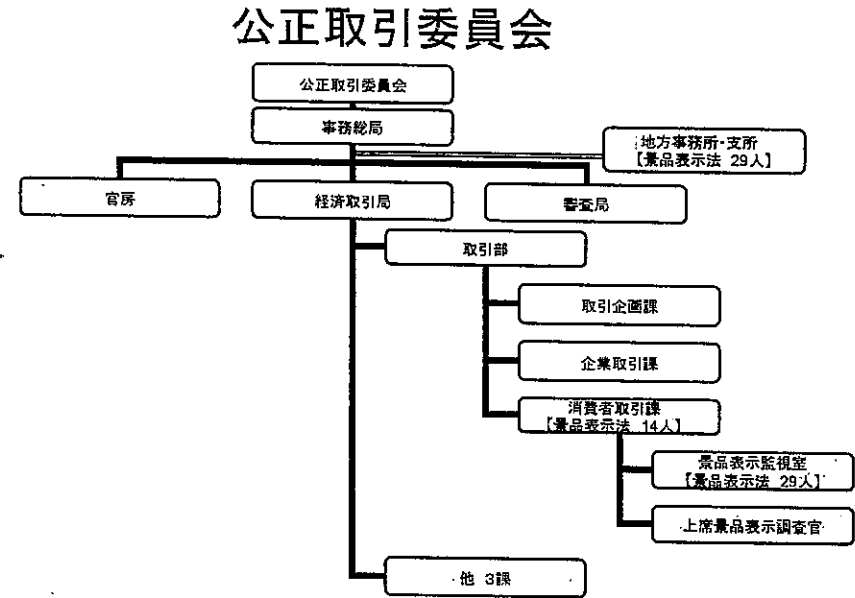
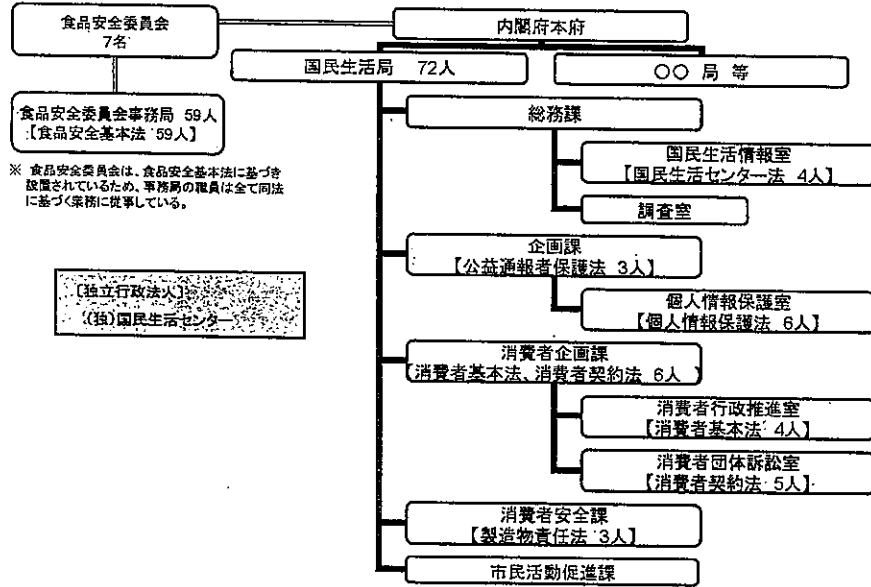


(注1) 上記法律には、共管や消費者庁が協議を受けるものを含む。  
 (注2) 上記以外に消費者や生活者が主役となる社会の構築、物価行政に関する法律を所管する。

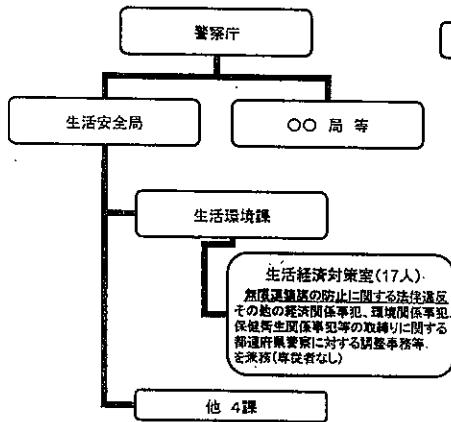
# 主な消費者関連法担当部局

\* 主に、第3及び第4回消費者行政推進会議ワーキング・グループにおいてヒアリングを行った法（参考資料8）  
 律を説明した府省庁の担当部局及び人員配置について掲載。

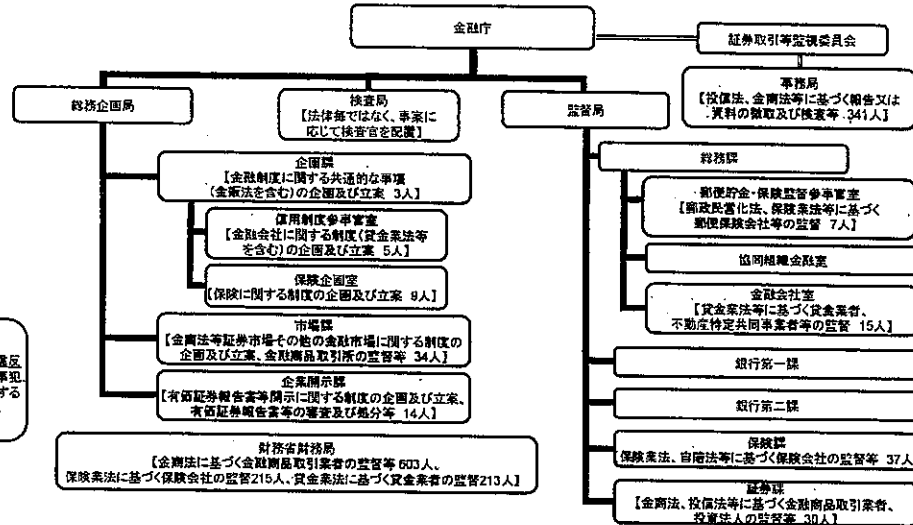
\* 人数については、他法律の業務を兼務している者を含む。



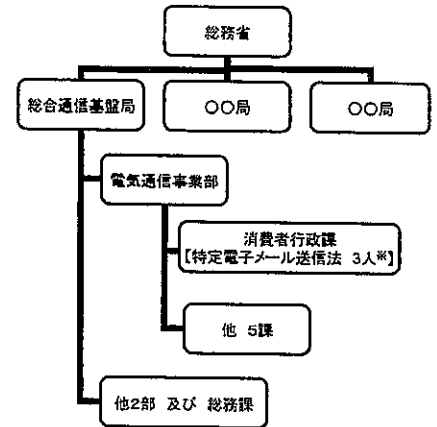
## 警察庁



## 金融庁



## 総務省

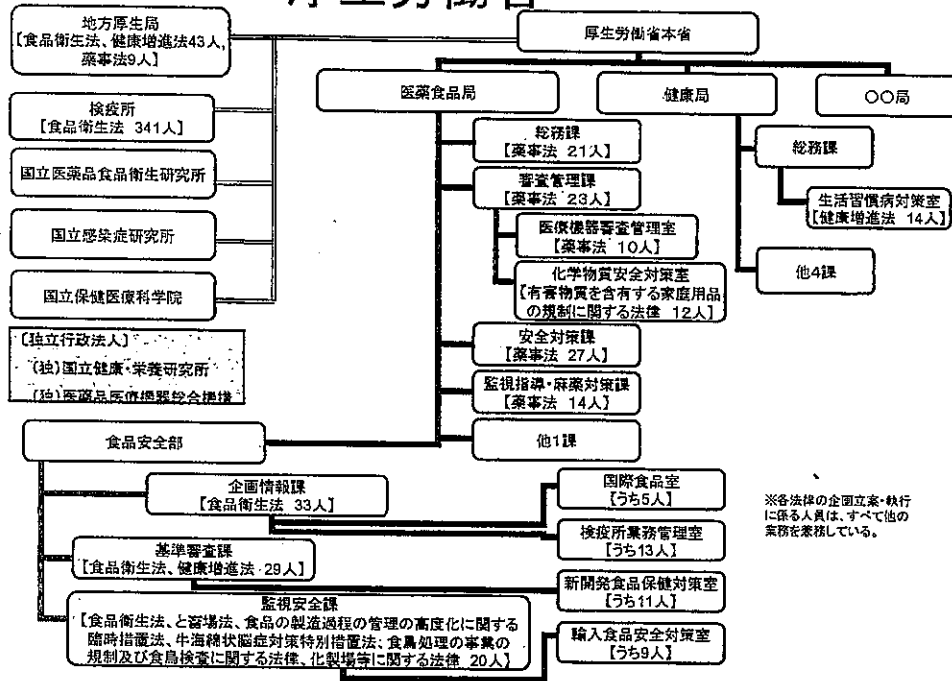


※ 他の法律と業務

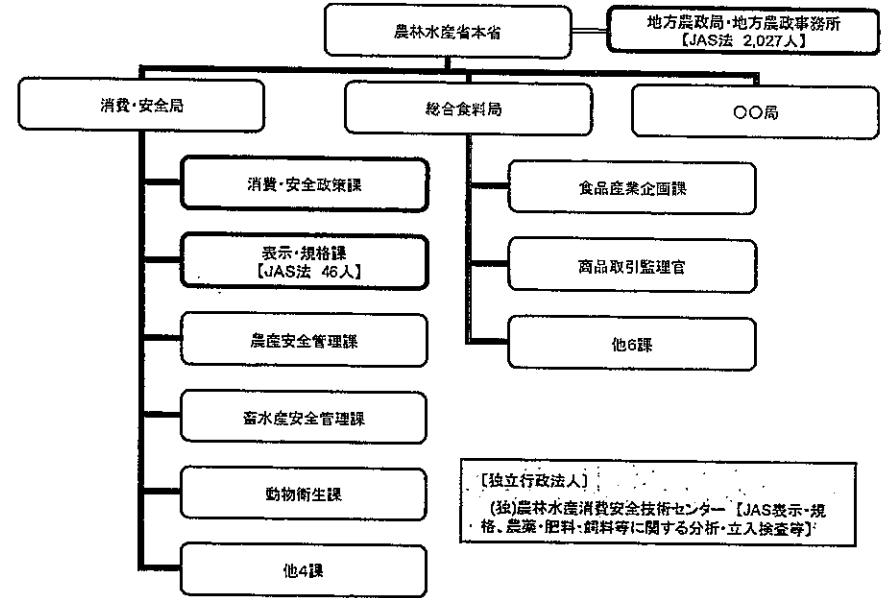
※1 金融庁・財務局において当該法律の企画立案・執行に携わっている者の中には、他の法律を併せて担当している者が含まれている。

※2 財務局において金商法・保険業法・貸金業法を執行している者の間での計数の重複がある。

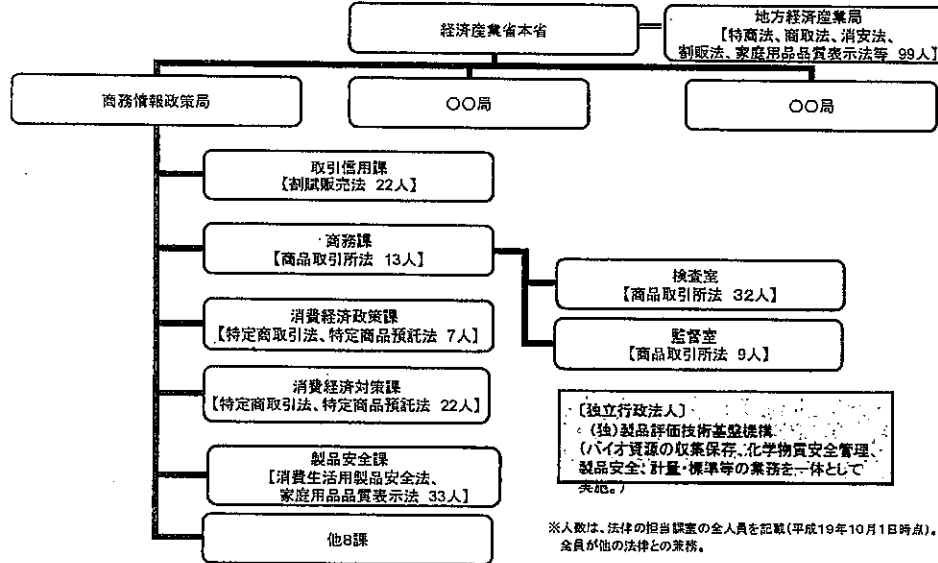
# 厚生労働省



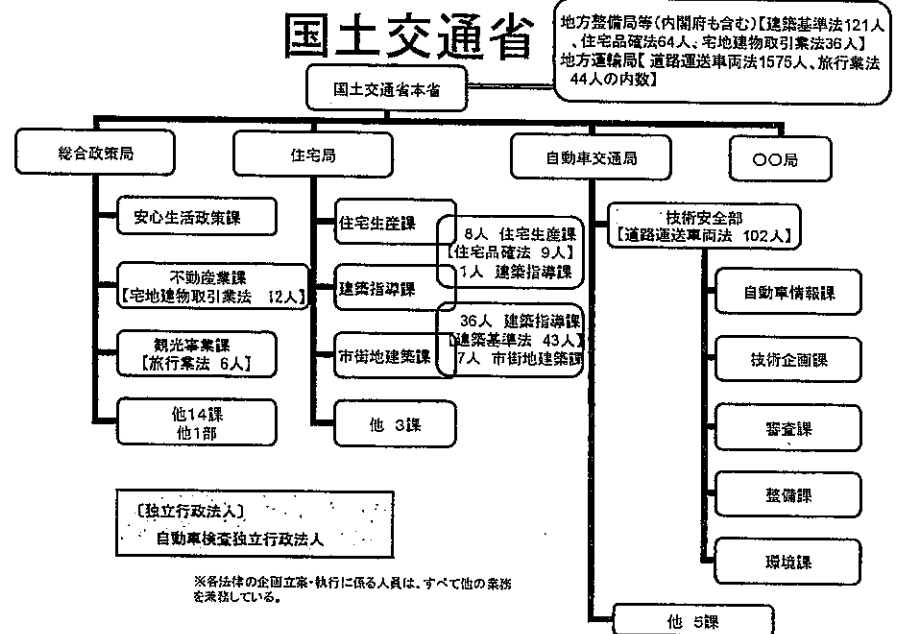
# 農林水産省



# 経済産業省



# 国土交通省



# 消費者行政推進基本計画

～消費者・生活者の視点に立つ行政への転換～



## (目次)

1. はじめに	1
2. 新組織が満たすべき6原則	3
3. 消費者が頼れる分かりやすい一元的な相談窓口の設置	6
(1) 一元的な相談窓口の設置	6
(2) 国、地方一体となった消費者行政の強化	6
4. 消費者庁(仮称)の設置とその機能	8
～消費者庁は、政策全般を監視するための強力な勧告権を持つとともに、 消費者に身近な問題を取り扱う法律を幅広く所管・共管～	
(1) 消費者庁の設置と組織法	8
(2) 情報の集約分析機能、司令塔機能	8
(3) 消費者被害の防止やすき間事案への対応等のための新法	9
(4) 個別作用法の所管	10
5. 消費者庁の体制の在り方	14
(1) 内部組織の在り方	14
(2) 消費者政策委員会(仮称)の設置	14
(3) 消費者庁の規模	15
6. 消費者庁創設に向けたスケジュール	16
～来年度から消費者庁を発足～	

## 1. はじめに

「消費者を主役とする政府の舵取り役」として、消費者行政を一元化する新組織の創設は、消費者の不安と不信を招いた個々の事件への政府全体の対応力の向上を目指すのみならず、明治以来の日本の政府機能の見直しを目指すものである。明治以来、我が国は各府省庁縦割りの仕組みの下それぞれの領域で事業者の保護育成を通して国民経済の発展を図ってきたが、この間「消費者の保護」はあくまでも産業振興の間接的、派生的テーマとして、しかも縦割り的に行われてきた。しかし、こうした古い行政モデルは見直しの対象となり、規制緩和など市場重視の施策が推進されるようになった。その結果、今や「安全安心な市場」、「良質な市場」の実現こそが新たな公共的目標として位置付けられるべきものとなったのである。それは競争の質を高め、消費者、事業者双方にとって長期的な利益をもたらす唯一の道である。

消費者行政を一元化する新組織の創設はこの新たな目標の実現に向けて政府が積極的に取り組むことを自らの行動を通して示すものにほかならない。それはまた、政府がこれまでの施策や行政の在り方を消費者基本法（昭和43年法律第78号）の理念である「消費者の利益の擁護及び増進」、「消費者の権利の尊重及びその自立の支援」の観点から積極的に見直すという意味で、行政の「パラダイム（価値規範）転換」の拠点であり、真の意味での「行政の改革」のための拠点である。これにより、消費者・生活者が主役となる社会を実現する国民本位の行政に大きく転換しなければならない。

新組織は何よりもまずこれまでの縦割りの体制に対して消費者行政の「一元化」を実現することを任務とし、そのために強力な権限と必要な人員を備えたものでなければならない。しかし、この組織が機動的に活動できる賢い組織として消費者行政において司令塔的役割を果たすためには、何よりも地方自治体との緊密な協力が必要であり、消費生活センターの強化充実を前提にした緊密な全国ネットワークが早急に構築されなければならない。行政の「パラダイム（価値規範）転換」のためには中央・地方を貫く、消費者の声が届く連携・協力のネットワークの創出が不可欠である。

この度創設される新組織は行政のこうした大きな転換の重要な起点であり、発足後

も「消費者の利益の擁護及び増進」のために継続的にその活動を強化充実していかなければならない。実際、すべてを一挙に、限られた時間の中で実現することはできない。こうした強化充実のためには消費者の声を真摯に受け止める仕組みの存在と消費者による強力な後押しが欠かせない。消費者がよりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与することがあってこそ、新組織はその存在感を高めることができる。

新組織の創設は、転換期にある現在の行政の関係者が「公僕」としての自らの活動の意味を再考する重要なきっかけを作るものであるとともに、消費者の更なる意識改革をも促すものである。その意味でこの改革は「消費者市民社会<sup>1</sup>」というべきものの構築に向けた画期的な第一歩として位置付けられるべきものである。

---

<sup>1</sup> 「消費者市民社会」とは、個人が、消費者としての役割において、社会倫理問題、多様性、世界情勢、将来世代の状況等を考慮することによって、社会の発展と改善に積極的に参加する社会を意味しており、生活者や消費者が主役となる社会そのものと考えられる。

## 2. 新組織が満たすべき6原則

消費者の視点で政策全般を監視し、「消費者を主役とする政府の舵取り役」として、消費者行政を一元的に推進するための強力な権限を持った新組織を創設する。新組織は、行政に対する消費者の信頼性の確保を重視し、以下の6原則を満たす必要がある。

新たな消費者行政の展開は、消費者に安全安心を提供すると同時に、ルールの透明性や行政行為の予見可能性を高めることにより、産業界も安心して新商品や新サービスを提供できるようになり、産業活動を活性化させるものである。消費者の利益にかなうことは、企業の成長をもたらし、産業の発展につながるものである。

### 原則1：「消費者にとって便利で分かりやすい」

新組織は、「生産者サイドから消費者・生活者サイドへの視点の転換の象徴」となるものであり、消費者にとって便利で分かりやすいものとする。

具体的には、新組織は、消費者問題全般にわたり強力な権限と責任を持つとともに、高齢者を含めすべての消費者が迷わず何でも相談できるよう一元的窓口を持ち、情報収集と発信の一元化を実現する。こうした取組により、消費者からの信頼性の確保を図る。

### 原則2：「消費者・生活者がメリットを十分実感できる」

消費者被害の実態を踏まえ、被害防止や救済に結び付けられる仕組みを構築することにより、「消費者・生活者がメリットを十分実感できる」ものとする。また、物価に関する基本的な政策や、消費者や生活者が主役となる社会を構築する上で重要な制度など、消費者・生活者の利益に大きな影響を及ぼす行政分野を幅広く担当する。

新組織の担う消費者行政は、商品・金融などの「取引」、製品・食品などの「安全」、「表示」など、消費者の安全安心にかかわる問題を幅広く所管する。

新組織は、一元的な窓口機能（苦情相談の解決を含む）、執行、企画立案、総合調整、勧告などの機能を有する消費者行政全般についての司令塔として位置付ける。

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（消費者

被害に関する各国間の情報ネットワークの構築等) などに取り組む。

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。

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取り組む。さらに、父権訴訟、違法収益の剥奪<sup>はく</sup>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る。

### 原則3：「迅速な対応」

新組織は、消費者からの相談や法執行、更には法律や政策の企画立案に至るまで、「迅速な対応」を行う。

緊急時には、新組織を担当する大臣を中心に、警察等を含め関係府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、各府省庁への勧告等の機能を有効に活用する。これにより、食品による危害事案などにも適切に対処する。

### 原則4：「専門性の確保」

新組織においては、各府省庁や民間からの専門家の活用（例えば、公募制等を含む）を積極的に行うなど、消費者行政に関する幅広い「専門性」を確保・育成する。また、各府省庁や民間に蓄積された専門性を活用する。

### 原則5：「透明性の確保」

新組織の運営に消費者の意見が直接届く透明性の高い仕組みを導入する。具体的には、有識者から成る機関を設置し、消費者等が新組織や各府省庁の消費者行政（企画立案、法執行等）をチェックし、消費者の声を反映させる。

### 原則6：「効率性の確保」

新組織は、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とする。このため、今後、以下のような取組を進める。

消費者行政を総合的に取り扱う新組織の創設により、各府省庁の重複や、時代遅れの組織を整理する。

新組織を簡素で効率的な仕組みとするため、例えば、窓口機能、情報収集、法執行を中心に、関係機関への事務の委任や地方自治体への権限移譲などを進める。その際、新組織が所掌する事務の地方における円滑かつ確実な遂行を可能とするよう配慮する。また、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る。

また、各政策については、実績評価方式により、費用対効果の観点から定期的に評価・見直しし、無駄のない、実効性のある政策を実行していく。

### 3. 消費者が頼れる分かりやすい一元的な相談窓口の設置

#### (1) 一元的な相談窓口の設置

地方の消費生活センター及び国民生活センターを高齢者を含めすべての消費者が何でも相談でき、誰もがアクセスしやすい一元的な消費者相談窓口と位置付け、全国ネットワークを構築する。窓口では、相談受付から助言・あつせん、紛争解決まで、一貫して対応する。一元的な消費者相談窓口の整備は、事業者の利便性を高めることにもつながると期待される。

一元的な消費者相談窓口に通用の電話番号を設けるとともに、消費者の生命・身体にかかわる事故の発生など緊急な対応を要する事案について、全国ネットワークの代表的な窓口が、365日24時間対応し得る体制を構築する。

このため、地方の消費生活センターを法的に位置付け、都道府県等の消費生活センターは中核センターとして、また、市区町村の消費生活センターは消費者に最も身近な最前線の窓口として、新組織及び国民生活センターと連携しつつ、ともに一元的な消費者相談窓口として機能させる。

国民生活センターは、国の中核的実施機関として、消費者相談（国民生活センターへの直接相談や、消費生活センターから持ち込まれる困難事案の解決支援）、相談員等を対象とした研修、商品テスト等を拡充するとともに、P I O-N E T<sup>2</sup>を刷新し、事故情報データバンクを創設するなどシステム整備を加速する。また、広域的な消費者紛争の解決（A D R<sup>3</sup>）のための体制整備を進める。こうした取組と並行して、業務運営の改善、内部組織の見直しや関係機関との人事交流の拡大など運営面、組織面、人事面の改革を進める。

#### (2) 国、地方一体となった消費者行政の強化

国民目線の消費者行政の強化充実は、地方自治そのものである。消費者の声に真摯に耳を傾け、それに丁寧に対応していくことは、地方分権の下で、地方自治体が地域住民に接する姿勢そのものであり、国民目線の消費者行政の推進は、「官」主導の社会か

<sup>2</sup> 全国消費生活情報ネットワークシステム (Practical-living Information Online Network System) の略。

<sup>3</sup> Alternative Dispute Resolution (裁判外紛争解決手続) の略。

ら「国民が主役の社会」へと転換していくことでもある。霞が関に立派な新組織ができるだけでは何の意味もなく、地域の現場で消費者、国民本位の行政が行われることにつながるような制度設計をしていく必要がある。このため、新組織の創設と併せて、地方分権を基本としつつ、地方の消費者行政の抜本的な強化を図ることが必要である。また、消費者にとって身近な地方自治体から国に対して、消費者のための政策を提案できる仕組みを構築し、消費者の意見ができる限り反映されることが重要である。

しかしながら、地方の消費者行政部門の状況を見ると、予算は大幅に削減され、総じて弱体化している。地方の消費者行政をこの1、2年の間に、飛躍的に充実させるためには、特に当面、思い切った取組をしっかりと行っていく必要がある。

地域ごとの消費者行政は、自治事務であり、地方自治体自らが消費者行政部門に予算、人員の重点配分をする努力が不可欠である。同時に、消費生活センターを一元的な消費者相談窓口と位置付け、緊急時の対応や広域的な問題への対処等のために全国ネットワークを構築することは、国の要請に基づくものであり、法律にも位置付けを行うことを踏まえ、国は相当の財源確保に努める。

国がこれまで行ってきた直轄事業（P I O-N E Tの整備、研修、消費者教育や啓発への支援等）についても充実するとともに、地方自治体が消費者行政に取り組む誘因を強化するため、地方交付税上の措置や民間が消費者行政に貢献しやすくなるような税制上の措置を検討する。

こうした環境整備を図るとともに、消費者の利益の擁護及び増進のために、国、地方、消費者、事業者がそれぞれ貢献できる新たな仕組みを構築すべきである。例えば、消費者・生活者が主役となる社会の構築に向け、広範な主体が対話を通じて認識を共有し、協働して社会的課題の解決に当たる「円卓会議」を設置することなどについて取組を進める。



#### 4. 消費者庁（仮称）の設置とその機能

～消費者庁は、政策全般を監視するための強力な勧告権を持つとともに、消費者に身近な問題を取り扱う法律を幅広く所管・共管～

##### （1）消費者庁の設置と組織法

新組織の形態については、各府省庁の施策の総合調整や各省大臣への勧告を行うことを可能とし、責任体制を明確にし、緊急時の迅速な対応等を可能とするため、内閣府の外局である「庁」とすることが望ましい。具体的には、「消費者庁」（仮称、以下単に「消費者庁」という）を設置する。

このため、組織法の中で、内閣府の外局として消費者庁を設置すること、「消費者の視点から政策全般を監視」するため、強力な総合調整権限、勧告権を付与することを規定する。また、既存の法律、新法を問わず具体的な法案等を含む幅広い企画立案機能を規定する。消費者の目線に立って、各府省庁の縦割りを超え幅広い分野を対象とした横断的な新法等を企画立案することは、消費者庁の重要な任務である。さらに、勧告権を実効あるものとするため、充実した調査・分析機能を備える必要がある。

同時に、消費者行政担当大臣を置くことを明記する。

##### （2）情報の集約分析機能、司令塔機能

消費者庁は、消費生活センターからの情報、国民生活センターのPIONETや事故情報データベースを通じた情報、さらには関係機関（保健所、警察、消防、病院等を含む）からの情報などを一元的に集約・分析する。また、関係機関等の商品テスト機能を活用し、原因究明を行う。

同時に、消費者庁は事故情報に関する事業者からの報告を受け、調査の上、迅速、的確にそれを公表する。また、企業の従業員等からの通報、広く国民・消費者からの不正取引に関する申出等を受け付ける。

こうした取組を通じ、消費者庁は、消費者、事業者、その他の関係者からの情報を集約し、多角的、総合的に事実確認を行う。こうした情報分析を迅速に行うために、分野別に専門性を備えた情報分析官を配置する。

消費者庁は、一元的に集約・分析した情報を基に、司令塔として迅速に対応方針を

決定する。具体的には、次のような取組が考えられる。

- ① 自ら所管する法律により対処可能なものは迅速に対処する。
- ② 事業を所管する府省庁が事業者に指導監督等を行うことが必要な場合は、所管府省庁に対応を求める。さらに、必要な場合には、所管府省庁への法執行の勧告等を行う。
- ③ 複数府省庁が連携して対応する必要があると判断される場合は、連携の在り方を調整し関係府省庁に指示する。緊急時には、緊急対策本部を主宰し、政府としての対処方針を決定し、その実施を促進する。
- ④ 対応すべき府省庁が明らかでない場合や緊急の場合等には、後述の新法等に基づき自ら事業者に対して安全確保措置等を促す。
- ⑤ 悪徳商法の拡大や、食品・製品等による消費者の生命・身体への被害の拡大が予想される場合には、原因究明が尽くされる前においても早期警戒警報を流すなど、情報発信機能を担う。
- ⑥ 以上に加え、既存制度のすき間を埋めるために、制度の改正や新たな制度の創設が必要な場合は、消費者庁において必要な措置を検討し速やかに方針を決定する。

これまで個別事案への対応は、緊急の場合も含め、ともすれば各府省庁ごとにそれぞれの所掌の範囲内で縦割りの的に処理されてきたが、上記のように、消費者庁が司令塔となり、消費者庁が決定した対応方針に従って政府一体となって対処することにより、迅速な被害の拡大防止、再発防止、被害救済の実現を目指す。

消費者庁は、こうした政府の対応状況について適時にフォローアップし、公表する。これを通じて、国民に対して情報提供、注意喚起を行い、国民、消費者の信頼の確保に努める。

このように、情報の集約・分析や対応方針の決定を消費者庁が一元的に担うことに伴い、各府省庁から組織、定員、予算を消費者庁に移し替える。

### **(3) 消費者被害の防止やすき間事案への対応等のための新法**

さらに、消費者庁の設置に合わせ、消費者からの苦情相談の受付から法執行に至る

までの行政の対応を規定した新法の成立に向けて取り組む。

この新法の中で、国及び地方自治体が、国民生活センター及び消費生活センターに、消費者が何でも相談できる一元的な消費者相談窓口を設置すること及びその窓口が実施する業務、果たすべき機能を規定する。これにより、消費生活センターを法的に位置付ける。

また、消費生活センターで受け付けた苦情相談に関する情報を消費者庁に集約すること、重篤情報は消費者庁に緊急通知することを規定するとともに、消費生活センターと保健所等関係機関の地域における連携について規定する。

さらに、苦情解決のために必要な法執行を確保するため、消費者庁自らが迅速に対応することはもとより、各府省庁に迅速な法執行を促す勧告等を行うとともに、すき間事案については、自ら対応することを可能にするために、事業者調査及びその結果の公表、その他の措置を採ることを規定する。

上記の新法に加え、父権訴訟、違法収益の剥奪<sup>はく</sup>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ることも重要である。

#### (4) 個別作用法の所管

個別作用法については、消費者に身近な問題を取り扱う法律は消費者庁が所管することとし、各府省庁から消費者庁に移管（一部移管を含む）・共管する（別紙1）とともに、安全にかかわる事故情報の報告・公表、食品表示、消費者信用等の分野において、横断的な体系化（一般法の立案等）に取り組む。

消費者庁がこうした法律を所管することにより、以下のような効果が期待される。

- ① 一元化された消費者被害情報を基に、すき間のない迅速な対応を実現するとともに、必要な場合には新規立法に向けて直ちに取り組む。
- ② これまで各府省庁の所管業種、所管物資ごとに分断され、個別に行われてきた規制を横断的に体系化することにより、他分野に比べ遅れた分野の規制を改善する。また、各府省庁の法律で錯そうした規制を行ってきたものについては一元化し、分かりやすいものに変更する。
- ③ 消費者に分かりやすい広報・啓発を実施する。