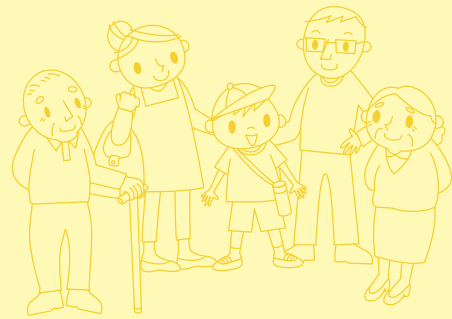


消費者行政の 役割と今後の展望



特集 1

消費者庁の役割と今後の展望

板東 久美子 Bandou Kumiko 消費者庁長官

1977年文部省入省。1998年～2000年秋田県の副知事を務める。その後、文部科学省初等中等教育局財務課長、高等教育局高等教育企画課長、大臣官房人事課長、大臣官房審議官等を歴任し、2006年に内閣府男女共同参画局長に就任。2009年文部科学省生涯学習政策局長、2012年高等教育局長を経て、2013年7月文部科学審議官、2014年8月消費者庁長官就任。



消費者庁発足の背景と理念

消費者庁は、昨年(2014年)9月に創設5周年を迎えました。「消費者行政の舵取り役として、消費者が主役となって、安心して安全で豊かに暮らすことができる社会を実現する」という消費者庁の使命、創設の理念を改めて肝に銘じて業務に取り組んでいきたいと思えます。

消費者行政を一元化した組織の創設は、消費者の利益擁護にかかわる方々の長年の願いでしたが、2008年1月の福田総理(当時)の施政方針演説で、創設の方針が明らかにされました。これは、当時、深刻な製品事故、食品表示偽装、食品被害等が起きる中で行政の対応が問題視され、省庁の縦割りを越えた総合的・機動的な対応やそのための体制づくりが強く求められたことが背景にあります。しかし、それだけでなく、従来各省庁の産業振興の間接的・派生的なものと扱われていた消費者行政を、消費者の視点から一元化することにより、国民本位の行政への転換をめざすというねらいがありました。

同年6月には「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～」が閣議決定され、「消費者を主役とする政府の舵取

り役となる」消費者行政を一元化する新組織のあり方が示されました。計画では、新組織を、安全・安心で良質な市場の実現という新たな目標の実現に政府自らが積極的に取り組むことを示すものであるとともに、施策や行政のあり方を消費者の利益の擁護・増進等の観点から積極的に見直すという、行政のパラダイム転換の拠点と意義づけています。同時にそれは、消費者のさらなる意識改革も促し、「消費者市民社会」の構築に向けた第一歩と位置づけました。行政も、事業者も、消費者も変わる——これが消費者庁創設に期待された効果といえましょう。

この理念の下、消費者庁の創設の準備が進められ、同年9月には、消費者庁関連3法案が国会に提出されました。法案は2009年5月に成立し、同年9月1日に消費者庁と消費者委員会はスタートを切りました。

消費者庁の役割・業務

消費者庁は、「消費者庁及び消費者委員会設置法」(2009年6月5日公布、9月1日施行)に基づき、内閣府の外局として設置されました。同法では、その任務を、消費者基本法の消費者の権利の尊重および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のできる社会の実現に向けて、消費者の利益の擁護・増進、消費者による自主的・合理的な選択の確保、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としています。

消費者庁は、この任務を果たすため、消費者行政を一元的に推進する「司令塔」「舵取り役」として機能することが期待されています。これを具体的に実現するものとして、①被害・事故の情報を一元的に集約し、調査・分析 ②被害・事故の発生・拡大防止のための情報を迅速に発信、注意喚起 ③各省庁に適切な措置をとることを要求 ④各省庁の行政・制度の間隙にある事案に自ら対応 ⑤消費者の利益の擁護・増進のための諸法律を所管し、執行 ⑥横断的な制度を企画立案などの業務を行っています。

①の情報としては、消費者安全法による省庁・地方公共団体からの報告、PIO-NETの消費生活相談情報、消費生活用製品安全法による報告、事故情報データベースの情報、医療機関ネットワークによる情報、リコール情報など多様なものがあります。これらの情報は、被害防止のための情報発信、注意喚起はもとより、法執行、政策・制度の立案などにさまざまな活用が図られています。

□ 消費者庁の所管法と法整備・執行

① 主な所管法

消費者に身近な法律は消費者庁が所管するとの考えの下、創設時に多くの法律が移管されたり、共管となりました。その後の制定法を加えると、消費者庁所管法は、36本に及びます。その主なものとして、次のようなものがあります。

A 消費者行政全般にかかわる法律

消費者行政の背骨を成すものとして消費者基本法があり、消費者政策の基本理念、国・地方公共団体・事業者・消費者の責務、政府による消費者基本計画の策定などを定めています。

また、消費者安全法は、消費者被害の防止、

安全の確保のための国・地方の行政の基本的な枠組みを定めるもので、消費者庁の設置法とともに公布・施行されました。その中には、事故等情報の集約や被害の防止措置、地方公共団体における消費生活相談体制などを定めています。

消費者教育推進法は、消費者教育の理念を被害防止、自立支援のみならず消費者市民社会の実現まで及ぼし、推進の基本的枠組みを定めており、消費者行政全体にもかかわるものとなっています。

B 表示に関する法律

景品表示法は、消費者の選択を誤らせるような不当な表示等を一般的に規制するものです。一方、食品表示法や家庭用品品質表示法のように対象に応じた必要な表示のルールを定め、それに従った表示を求めるものがあります。

C 取引に関する法律

消費者トラブルが多い類型の取引の適正化のため、特定商取引法のように行為規制と民事ルールを定める法律があります。割賦販売法、貸金業法など消費者にかかわりの深い業法も、消費者保護のための規制を盛り込んでおり、業を所管する官庁と共管しています。

D 安全に関する法律

一般的な枠組みを定めるものとしては消費者安全法がありますが、製品等の基準策定や重大事故の報告制度を定め、対象に応じた安全確保を図るものとして、消費生活用製品安全法などがあり、関係省庁と共管しています。

E その他の消費者の利益の擁護・増進に関する法律

消費者の利益を民事的に確保することも重要であり、民法の特則である消費者契約法や製造物責任法、集団的被害回復のための民事裁判手続の特例である消費者裁判手続特例法も所管しています。その他、消費者保護に関係深い公益通報者保護法や個人情報保護法があります。

② 法整備

消費者庁創設以来、次のように法改正、新法制定が活発に行われています。

- * 特定商取引法の改正(2012年8月22日公布、2013年2月21日施行)：規制対象となる新たな取引類型として「訪問購入」を追加。
- * 消費者基本法の改正(議員立法)(2012年8月22日公布、12月13日施行)：毎年、国会に対し、政府が消費者政策実施状況に関し報告書を提出することを義務づけ。
- * 消費者教育推進法の制定(議員立法)(2012年8月22日公布、12月13日施行)：消費者教育の基本理念や国・地方公共団体の責務等を規定。
- * 消費者安全法の改正(2012年9月5日公布、10月1日施行)：事故調査のため消費者安全委員会の創設や、財産被害に係る隙間事案への行政措置を導入(2013年4月1日施行)。
- * 食品表示法の制定(2013年6月28日公布、2015年4月1日施行)：食品衛生法、JAS法、健康増進法の表示に関する規定を一元化し、新たな食品表示制度を整備。
- * 消費者裁判手続特例法の制定(2013年12月11日公布、公布から3年以内に施行)：多数消費者に生じた財産的被害を集団的に回復するため、特定適格消費者団体による新たな裁判手続を創設。
- * 消費税転嫁対策特別措置法(2013年6月12日公布、10月1日施行)：消費税の転嫁を阻害する表示等の行為を是正。
- * 景品表示法等の改正(2014年6月13日公布)
 - 景品表示法改正部分(同年12月1日施行)：不当表示に対する監視指導体制の強化と事業者の表示等管理体制整備を義務づけ。
 - 消費者安全法改正部分(公布から2年以内に施行)：消費生活相談体制強化や高齢者等の見守りのための消費者安全確保地域協議会の構築。
- * 景品表示法の改正(2014年11月27日公布、公布の日から1年6月以内に施行)：課徴金制度の導入。

③ 法執行

法の適切な執行により違反行為を是正し、法

律の実効性を確保することは、目前の被害を食い止めるだけでなく、将来に向けた被害の防止のためにも重要です。消費者庁は、景品表示法、特定商取引法、食品表示法などに基づく処分、消費者安全法による注意喚起などの適切な執行に努めています。また、地方公共団体や関係省庁地方機関とも効果的な役割分担と緊密な連携を図っています。執行件数は年により異なりますが、2014年度は、景品表示法の措置命令30件、特定商取引法の業務停止命令および指示は40件となっています。

□ 消費者庁の政策・施策

消費者庁は、消費者の安全・安心の確保に向けて、事故等の情報収集と発生・拡大防止、表示の適正化と充実、食品の安全確保、取引の適正化と悪質商法への取り締まり強化、消費者教育やリスクコミュニケーションの推進、被害救済制度の整備、消費者行政・相談の体制整備などを進めてきました。このような安全・安心に向けた対策の推進を多様な消費者一人一人の立場に立って強化するため、消費者行政が消費者にとってもっと「身近」で「頼りになる」「見える」ものとなっていく必要があります。消費者庁創設後5年間を検証した結果も踏まえ、この消費者行政がめざす方向に沿った具体的な施策の展開を図っているところです。

「身近な行政」としては、地域の現場における対応力の強化が重要であり、「地方消費者行政強化作戦」による、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられる地域体制等の強化、高齢者等の被害防止のための「地域の見守りネットワーク」の整備、多様な主体の連携・協働による消費者教育の推進などを進めています。このため、地方消費者行政推進交付金等による地方の取り組みを支援しています。また、消費生活相談をいっそう身近なものとするため、消費者ホットラインの今夏からの3桁化に取り組んでいます。

「頼りになる行政」としては、緊急時の情報取

集力の強化、調査・監視体制の強化などによる司令塔機能の強化、越境取引やインターネット取引のトラブルへの対応の強化、消費者志向の事業者活動の推進などを行うこととしています。

「見える行政」としては、被害額等の指標・データの整備、リコール情報等の伝達手段の充実や食品表示関係のデータベースの整備など分かりやすい情報提供のしくみの構築、多様なツールによる情報発信力の強化などを推進しています。

□ 今後の課題と展望

前述のように、消費者行政の基本的な骨格を成す法整備は進んできました。しかし、制度は適切に運用され、実効性を上げることが重要であり、「実際によく動く体」を作っていく必要があります。法制度の中には、まだこれから施行される、あるいは施行されたばかりのものも多く、制度のねらいをしっかりと実現する点では、関係機関や消費者・事業者への周知徹底、執行体制の強化、不断の改善などの努力が欠かせません。

また、消費者を取り巻く環境は、超高齢社会、高度情報社会、グローバル化の進展など、大きく変化しており、高齢者の被害やネット取引・越境取引関係等のトラブルの増加、複雑化・多様化が進むことが予測されます。消費者政策は、このような変化の中で生じている課題に積極的に対応し、多様な消費者にとって、安全・安心で豊かな消費生活ができる基盤を強化していくことが強く求められています。また、消費者の自立の支援に加え、消費者が公正で持続可能な社会の形成に積極的に参画する「消費者市民社会」の実現に向けた取り組みも重要になってきます。

このようなさまざまな課題への対応のために重要なポイントの1つは、関係省庁、地方公共団体、消費者・消費者団体、事業者・事業者団体など、多様な分野の多様な主体の連携協働です。これについては、何よりも、地域の最前線の取り組み、連携体制の強化が重要です。地方の消費生活センターや相談体制の質量にわたる

充実や、多様な分野の幅広い関係者が連携した高齢者等の見守りネットワークの整備の加速、消費者教育コーディネーターの整備などによる多様な主体が連携協働する消費者教育の推進を図っていく必要があります。新しい「地方消費者行政強化作戦」も策定し、このような取り組みを促進していこうとしています。さらに、事業者における消費者志向経営の推進、消費者における消費者市民社会に向けた取り組みの推進、消費者団体の活躍支援も必要です。

また、新たな課題への積極的で迅速な対応も重要です。新たに生じた消費者問題については、早期の把握・分析や情報共有、注意喚起や必要な措置に努めていきたいと思えます。対応強化のための法整備や体制整備も重要です。現在、消費者委員会で消費者契約法と特定商取引法の見直しについてご審議いただいておりますが、その審議結果を踏まえて、必要な法改正に取り組んでいきたいと考えています。また、従来手薄だったグローバル化への対応の強化も必要であり、越境取引に関する相談体制の充実、在日・訪日外国人に対する相談・情報提供体制の充実、国際的な連携協力の強化などを推進する必要があります。

今年度からスタートした新しい消費者基本計画および工程表は、このような認識の下にさまざまな施策を掲げています。KPI(重要業績評価指標)で施策の実施状況を点検評価し、常に改善、見直しをしながら、政府全体の施策の着実に積極的な推進を図っていくこととしています。

消費者政策のさらなる前進に向けて、消費者庁はいっそうその司令塔機能を強化していくことが求められています。今回、内閣官房・内閣府の業務の見直しにより、消費者庁に消費者問題と食品安全に関する総合調整機能を移管する法案が国会に提出されており、消費者庁の責務もさらに大きくなります。消費者委員会や国民生活センターと密接に連携しながら、そして常に原点に立ち返りながら、いっそうの役割を果たしていきたいと思えます。