

消費生活論

第6講 「日本の消費者行政」

三輪 聖子（岐阜女子大学）

【目的】

消費者庁と消費者委員会創設の経緯を知り、消費者行政について理解する。

【学修到達目標】

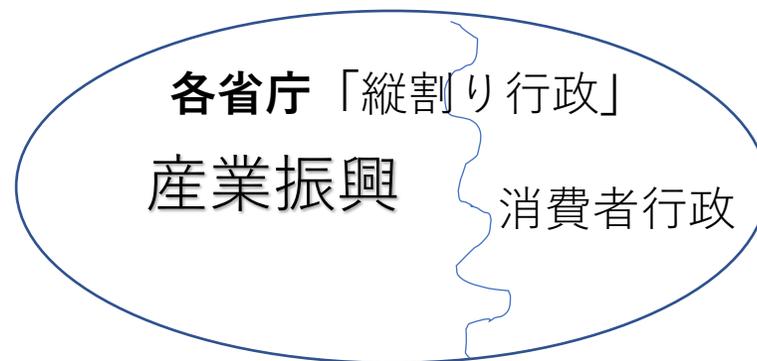
- ・ 消費者庁設立の経緯について説明できる。
- ・ 消費者行政とは何か説明できる。
- ・ 独占禁止法について説明できる。

2-4 消費者庁、消費者委員会の創設

2000年以降 消費者事件は次々と発生

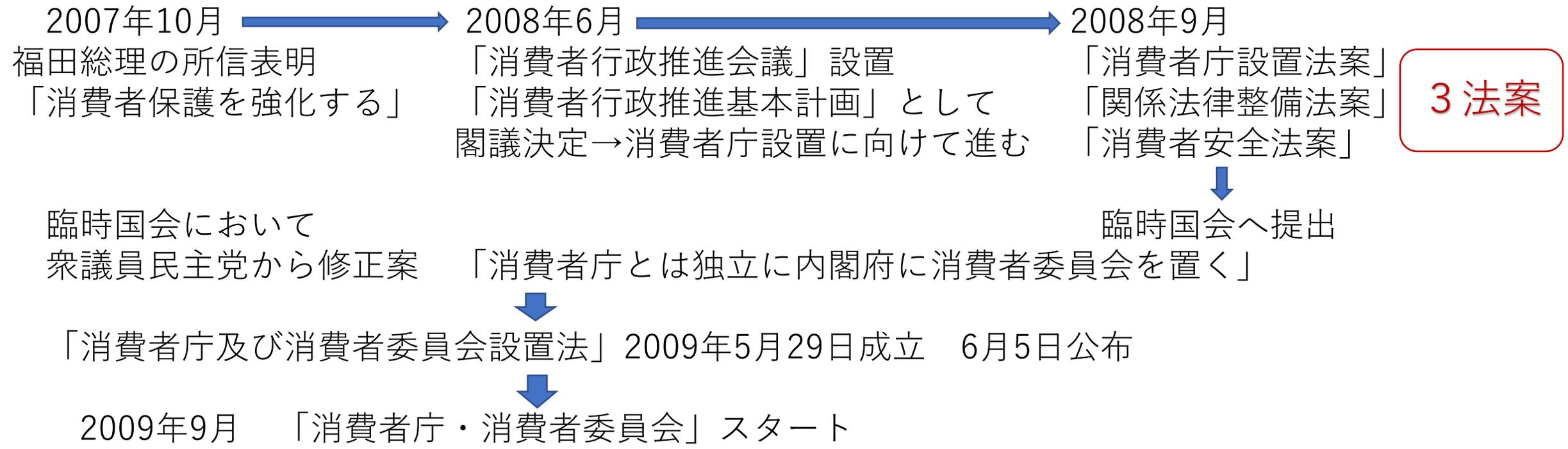
- | | | |
|-------|------------------------|---------------------------------|
| 2006年 | シュレッダーによる幼児の指切断事故 | シンドラ社エレベーター事故 |
| | パロマガス瞬間湯沸かし器一酸化炭素中毒 | 「ロコ・ロンドン取引」の被害表面化 |
| 2007年 | NOVA事件 | ミートホープ事件等の食品偽装表示事件発覚(白い恋人、赤福など) |
| | こんにゃく入りゼリーの窒息死亡事故情報を公表 | |
| 2008年 | 中国製冷凍餃子中毒事件 | ゼロゼロ物件トラブル増加 |

政府 ⇒ 問題点



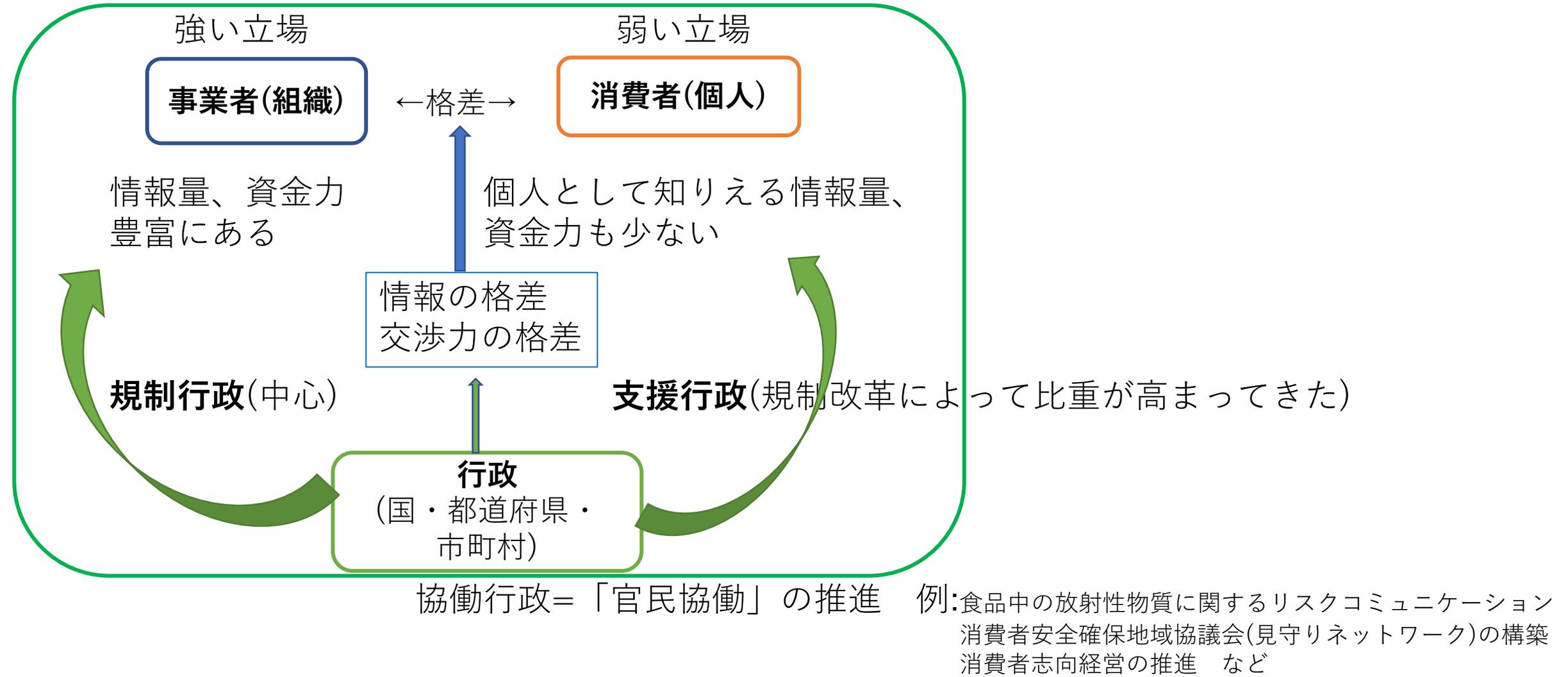
消費者の立場を優先して
考える省庁がなかった

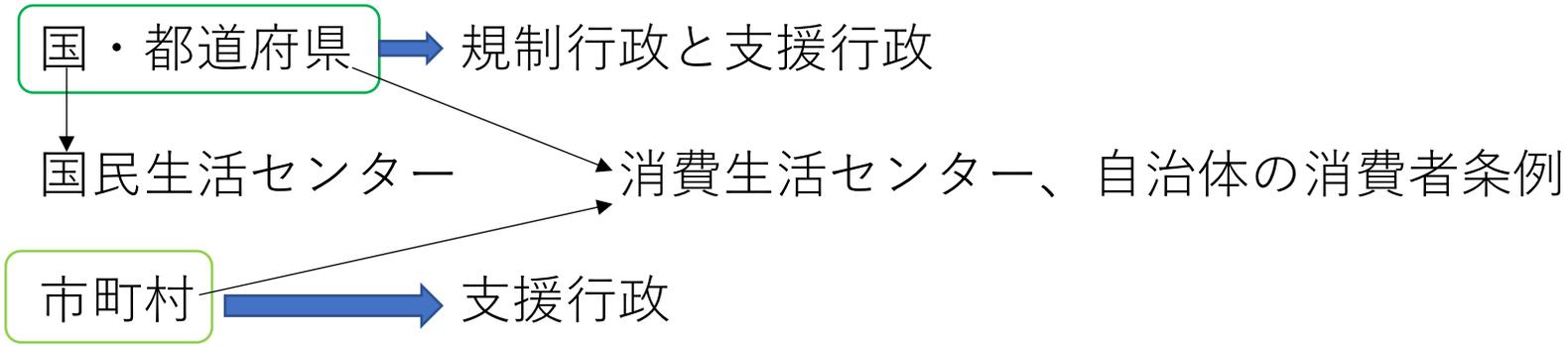
消費者庁 設置に向けて



2-5 消費者行政

1. 消費者行政とは





コラム 法治国家の消費者行政

法治国家(日本国憲法)
(法律=主権者・国民の意思表示)

資本主義社会(事業者は自由に活動できることが原則)

行政が事業活動を規制する



→ 法律に基づく必要がある
(消費者基本法)

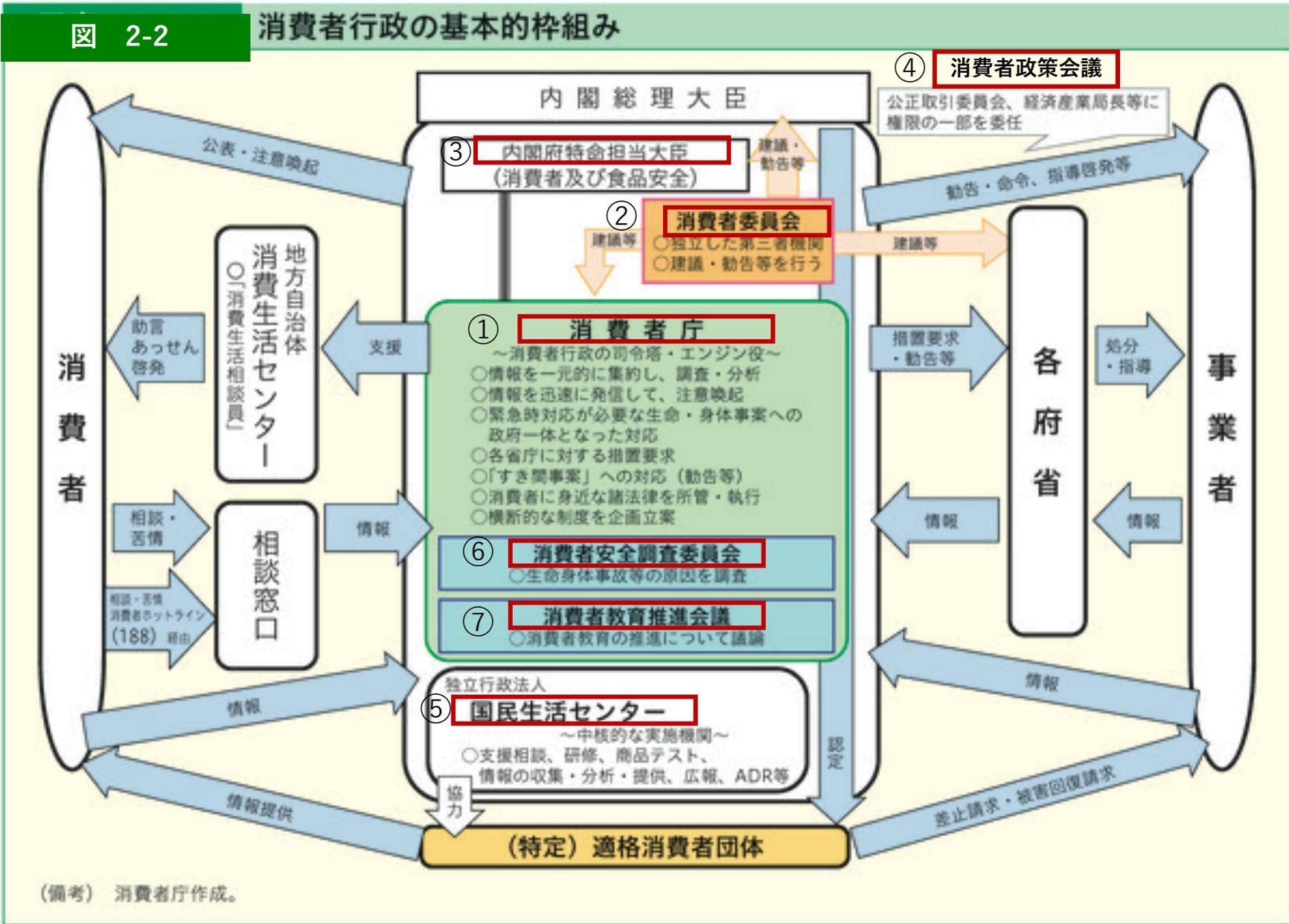
2. 消費者行政の範囲



消費者基本法の基本的施策(第二章) P159

- ・安全の確保
- ・消費者契約の適正化等
- ・計量の適正化
- ・規格の適正化
- ・広告その他の表示の適正化等
- ・公正自由な競争の促進等
- ・啓発活動および教育の推進
- ・意見の反映および透明性の確保
- ・苦情処理および紛争解決の促進

3. 消費者行政の基本的枠組み



出典:
『消費者白書』 2019年
掲載図表のURL
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/2019/img/zuhyo-1-2-1-4.jpg

①消費者庁

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。

②消費者委員会

消費者委員会は、独立した第三者機関として、主に消費者の意見を政策に反映させることを目的として、平成21年（2009年）9月1日に内閣府に設置された。

各種の消費者問題について、自ら調査・審議を行い、消費者庁を含む関係省庁の消費者行政全般に対して意見表明（建議等）を行い、内閣総理大臣、関係各大臣又は消費者庁長官の諮問に応じて調査・審議を実施する。

③消費者担当大臣 2020年10月 井上信治 氏

④消費者政策会議

消費者政策会議は、消費者基本法（昭和43年法律第78号）第27条に基づいて設置され、①消費者基本計画の案の作成②消費者政策の推進に関する基本的事項の企画に関する審議③消費者政策の推進、実施の状況の検証・評価・監視に関する事務をつかさどる。

組織は会長：内閣総理大臣、委員：内閣府特命担当大臣(消費者及び食品安全担当)、内閣官房長官、関係行政機関の長及び内閣府特命担当大臣のうちから、内閣総理大臣が指定する者

⑤国民生活センター

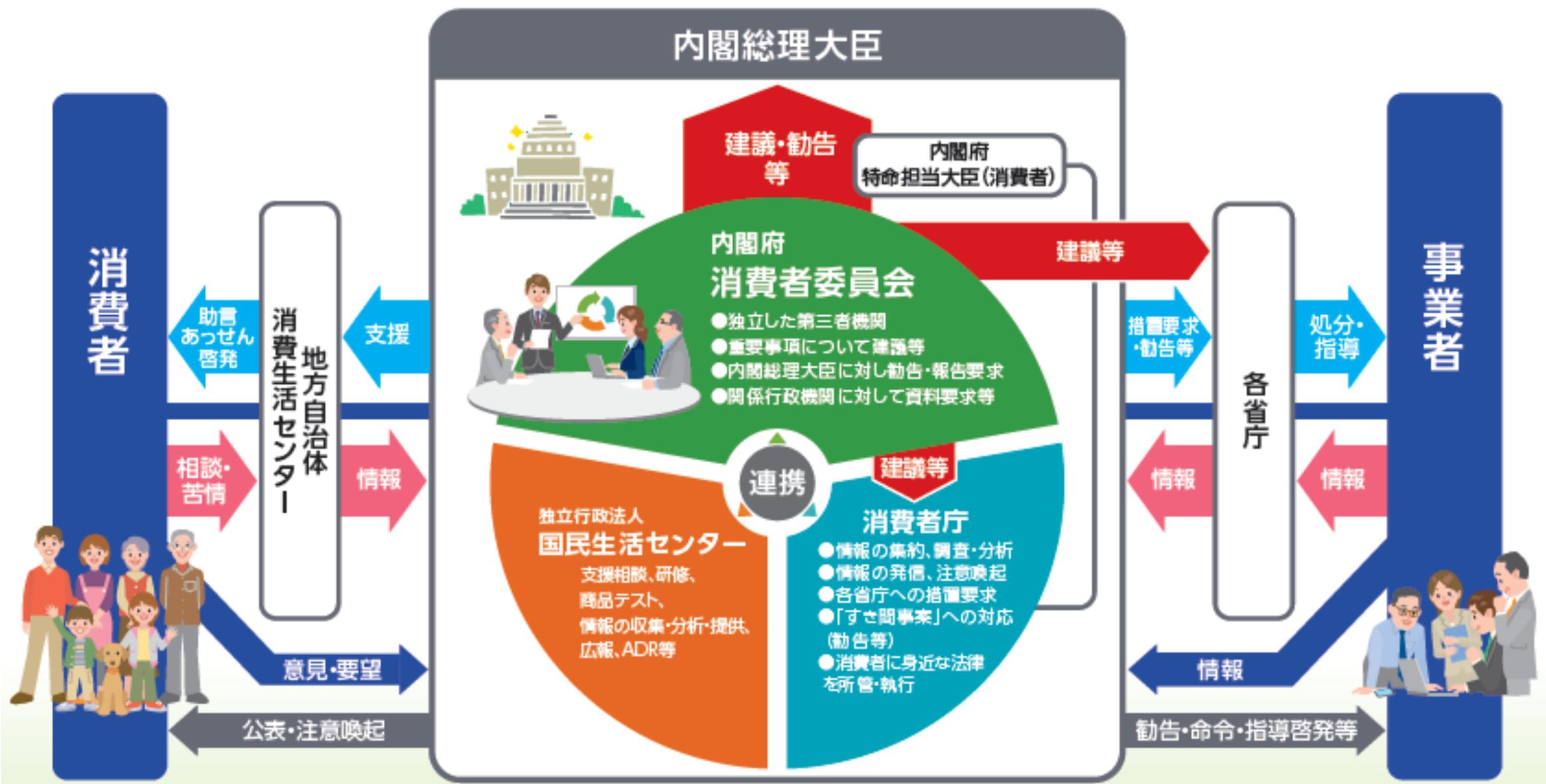
国民生活の安定及び向上に寄与するため、総合的見地から、国民生活に関する情報の提供及び調査研究を行うとともに、重要消費者紛争について法による解決のための手続を実施する。

⑥消費者安全調査委員会

消費者安全調査委員会は、平成24年10月1日に設置され、消費生活上の生命・身体に係る事故の原因を究明するための調査を行い、被害の発生又は拡大の防止を図る。

⑦消費者教育推進会議

推進法は、消費者教育を総合的かつ一体的に推進することを目的として制定され、消費者教育推進会議は、消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して、委員相互の情報の交換及び調整を行うことが事務のひとつとして規定されている。



建議：消費者庁及び消費者委員会設置法第6条第2項第1号の規定に基づき、内閣総理大臣、関係各大臣又は消費者庁長官に対して行う意見表明

2-6 公正かつ自由な競争の推進と独占禁止法、競争行政

消費者基本法の基本的施策に 「第16条 公正自由な競争の促進等」 を定めている



自由競争、市場メカニズムなどの経済システムを推進することが必要と考えられるようになってきた

消費者(買い手)

- ・ より品質の良い
- ・ より安い

商品・サービスを求める



事業者(売り手)

- ・ 品質の向上
- ・ 生産コストの効率化を図る

消費者に選んでもらえる商品・サービスを提供しようと競争する

自由な競争・公正な競争が必要

消費者の選択を誤らせるような不当表示や広告は規制されなければならない

広告・表示の適正化
消費者契約の適正化

独占禁止法→公正取引委員会

課題

消費者行政についてまとめなさい。