# 我が国の消費者政策

(「ハンドブック消費者」一部改訂版)

目次

我が国の消費者政策・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	1
[1]消費者問題の推移と消費者政策・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
[2] 消費者基本法 · · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	4
1. 消費者保護基本法から消費者基本法へ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
2. 法律の概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
(参考) 1.「消費者の権利」	6
2. ケネディ大統領の4つの権利 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
3. 国際消費者機構(CI)の8つの権利と5つの責任·····	
3. 消費者白書の刊行・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
[3] 消費者庁・消費者委員会の設置・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
1. 消費者庁・消費者委員会設置の経緯・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
2. 消費者庁について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
3. 消費者委員会について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
(参考) 消費者委員会からの主な建議・意見表明の内容(2020年7月末時点)	
[4]「消費者基本計画」の概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
1. 第4期消費者基本計画 · · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	
2.「消費者基本計画」の検証・評価・監視・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
[5] 消費者政策の推進体制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
1. 国の体制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
2. 地方公共団体の体制/消費生活センター・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
3. 独立行政法人国民生活センター・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
4. 消費者団体、事業者団体等・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
[6] 消費者関連法制 · · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	
1. 消費者契約法	
2. 消費者安全法	
3. 特定商取引に関する法律(特定商取引法)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
4. 特定商品等の預託等取引契約に関する法律(預託法)	
5. 不当景品類及び不当表示防止法 (景品表示法) ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	51
6. 食品表示法	
7. 製造物責任法	
8. 民法	
9. 約款	
[7]情報の収集・発信・通知、分析・原因究明の体制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
1. 情報の収集・発信・通知・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
2. 情報の分析・原因究明・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
[8]消費者政策関連制度等・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
1. 消費者支援功労者表彰制度・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
2. 消費生活相談に関する資格認定制度等・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	

# 我が国の消費者政策

# [1] 消費者問題の推移と消費者政策

我が国の経済社会の変化に伴い、消費者問題の様相にも変化が見られます。

#### 1. 1960 年代

1960 年代には、経済が高度成長を遂げ、大量生産・大量消費が広がる中で、欠陥商品による消費者危害の発生や不当表示事件が発生しました(ニセ牛缶事件 (1960 年)、サリドマイド事件 (1962 年)等)。こうした動きに対応するため、政府においても消費者問題への取組が本格化し、個別分野における法令の整備(薬事法 (1960 年)、割賦販売法 (1961 年)、不当景品類及び不当表示防止法 (1962 年、以下「景品表示法」という。)等)が進められるとともに、消費者政策担当部局が相次いで設置されました (経済企画庁国民生活局 (1965 年))。

1968年5月には消費者保護基本法が制定され、消費者政策の基本的枠組みが定められました。また、地方公共団体においても、消費者保護基本法でその責務が規定されるとともに、地方自治法で消費者保護が地方公共団体の事務として規定(1969年)されたことを受け、消費者政策専管部局や消費生活センターの設置が進められ、その後、地域の実情に応じた施策を講じるため、都道府県・政令指定都市等で消費者保護条例が順次制定されていきました。

#### 2. 1970 年代

1970 年代には大衆消費社会を背景とした製品の安全性の問題が更に大きくなるとともに、マルチ商法など新たなタイプの消費者問題が発生し、被害を引き起こしました。こうした中で、消費者問題も商品の品質・性能及び安全性に関するものから、商品の販売方法や契約等に関するものへと比重がシフトしました(訪問販売等に関する法律(1976 年、現特定商取引に関する法律(以下「特定商取引法」という。))等)。

また、1970 年 10 月には、消費者問題の情報提供や苦情相談対応、商品テスト、教育研修等を担う機関として国民生活センター(現在の独立行政法人国民生活センター。以下「国民生活センター」という。)が設立されました。

#### 3. 1980 年代

1980年代は、経済の情報化、サービス化、国際化等の動きが加速するとともに、クレジットカードの普及等により消費者による金融サービスへのアクセスが容易になりました。これを受け、消費者問題も、クレジットカードの普及等による多重債務等に係る問題が増加するなど、その内容が変化し複雑化しました。これに対して、消費者信用取引の適正化や消費者契約の適正化等のための施策等が実施されました(訪問販売等に関する法律の改正等)。また、いわゆる「バ

ブル経済」の中で資産形成取引に伴う問題が急増したため、これに対応する法令が整備されました(特定商品等の預託等取引契約に関する法律(1986年、以下「預託法」という。)等)。

### 4. 1990 年代~2004 年頃

1990年代は、消費者と事業者との間の一般的な民事ルールの整備が進み、製造物責任法(1994年)、消費者契約法(2000年)などが制定されました。また、情報通信技術の高度化等の技術革新が急速に進展し、特にインターネットやICT機器の発展・普及は消費者の消費生活に大きな変化をもたらしました。情報通信技術の高度化や多様化は消費者の利便性を向上させた一方で、情報リテラシーが不十分であること等に起因する新たな消費者問題が発生しました。この状況を受けて、電子消費者契約法(2001年)、個人情報保護法(2003年)等が整備されました。

他方、2001年のBSE (牛海綿状脳症)問題発生等の食の安全に対する国民の信頼感を揺るがす 事件に対応するため、食品安全基本法 (2003年)が制定され、食品安全委員会が設立されました。

# 5. 2005 年頃~2009 年 (消費者庁・消費者委員会設置)

2005年4月には、2004年6月の消費者基本法の制定(消費者保護基本法を36年ぶりに改正)を受け、消費者政策の計画的な推進を図るため、2005年度から2009年度までの5年間を対象とする消費者基本計画が定められました。政府は、この計画に基づき消費者政策を展開してきました。

しかしながら、2000 年代半ば以降、いわゆる食品偽装問題や中国産冷凍餃子事件、悪質商法による被害の増加等、消費者の身近なところで大きな不安をもたらす消費者問題が多数発生し、国民の安全・安心を確保するために消費者行政の在り方を大きく転換することが求められました。このような状況を踏まえ、事業者の保護育成を通じた行政を国民一人一人の立場に立ったものへと改めるため、各府省庁の所管分野に横断的にまたがる事案に対して、消費者行政の「司令塔」として機能し、各行政機関の権限の円滑な調整を行い、必要な事案に対しては、自ら迅速に対応する新たな組織の設立が求められました。

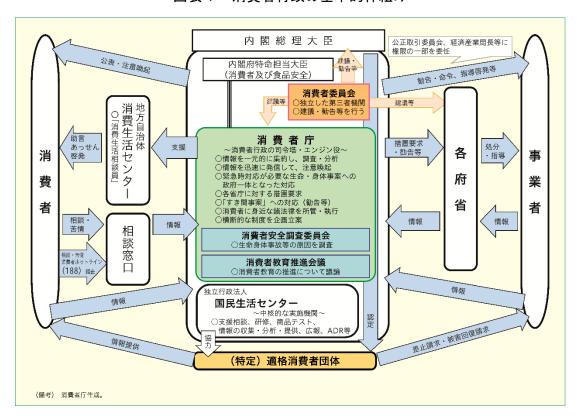
こうした状況の中、消費者庁・消費者委員会が 2009 年 9 月に設置され、消費者政策は新たなステージを迎えました。

### 6. 2009 年(消費者庁・消費者委員会設置)以降

消費者庁関連三法(消費者庁及び消費者委員会設置法、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、消費者安全法)の成立後、消費者庁及び消費者委員会設置法に規定された所掌事務を遂行するための体制整備が進められました。その後、消費者安全調查委員会(2012年10月)の設置や、消費者教育の推進に関する法律の制定及び同法に基づく消費者教育推進会議の設置(2012年12月)等、体制の拡充を経て、消費者行政は(図表1)の枠組みで推進されています。

また、消費者安全法の改正により、消費者の財産被害に係る「すき間事案」への行政措置が 2013 年 4 月から導入されています。そのほか、食品表示法 (2013 年) や消費者の財産的被害の集団 的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律 (2013 年) の制定、特定商取引法の 2 度 にわたる改正 (2012 年、2016 年)、消費者契約法の 2 度にわたる改正 (2016 年、2018 年) や食 品ロスの削減の推進に関する法律 (2019 年) の制定など、消費者行政の充実に向けた様々な取 組がなされています (2009 年の消費者庁及び消費者委員会設置から 10 年の消費者政策の展開に ついては、令和元年版消費者白書特集「消費者庁及び消費者委員会設立 10 年」を参照。)。

2020 年3月には、2020 年度から 2024 年度までの5年間を対象とする第4期消費者基本計画 が策定されました。



図表 1 消費者行政の基本的枠組み

(出典:令和元年版消費者白書)

# [2]消費者基本法

# 1. 消費者保護基本法から消費者基本法へ

従来の消費者政策は「消費者の保護」として捉えられ、産業振興の間接的、派生的なテーマと して行われてきました。高度経済成長が大量生産・大量消費社会の出現をもたらし、消費者問題 が社会的課題として顕在化する中で、1968年に消費者保護基本法が制定されました。同法にお いては、国及び地方公共団体は「消費者の保護に関する施策」を実施することとされ、消費者の 「保護」を通じて消費者の利益の擁護及び増進を確保することが基本理念として定められまし

しかし、消費者保護基本法の制定以降、更なる経済成長、広範な分野にわたる規制改革の推進、 IT化や国際化の進展等により消費者を取り巻く環境は著しい変化を遂げました。

このような変化の中で、消費者政策の基本的な考え方や施策の内容を抜本的に見直し、21 世 紀にふさわしい消費者政策として再構築することが不可欠であるとの認識の下、国民生活審議 会消費者政策部会において、2002年6月から「21世紀型消費者政策の在り方」についての議論 が開始されました。

そして、21 世紀にふさわしい消費者政策のグランドデザインを提示することを目指し、国民 生活審議会消費者政策部会での議論が行われ、2003 年5月に国民生活審議会消費者政策部会報 告「21世紀型消費者政策の在り方について」として取りまとめられました。

同報告書では、消費者の位置付けの転換、消費者の権利を位置付けることが必要とされ、これ を踏まえ、①消費者政策の理念を明確化、②行政・事業者の責務と消費者の役割を明確化、③施 策に関する規定を充実、④苦情処理体制の明確化と裁判外紛争解決の位置付け、⑤行政の推進体 制を充実・強化を始めとして消費者保護基本法の総合的な見直しが提言されました。

この提言も踏まえ、同法の改正機運が高まり、各政党においても同法の見直しが議論されまし た。そして、2004年通常国会において、議員立法により同法が改正され、2004年5月26日に成 立、同年6月2日に消費者基本法として公布・施行されました。

### 2. 法律の概要

#### (1)消費者の権利と基本理念

消費者基本法第2条では、消費者政策の基本理念として、国民の消費生活における基本的な需 要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、

- ・安全の確保
- ・選択の機会の確保・必要な情報の提供
- 教育の機会の確保
- ・意見の反映
- ・被害の適切かつ迅速な救済

が重要であり、これらを消費者の権利として位置付けています。そして、「消費者の権利の尊重」 と「消費者の自立の支援」を消費者政策の基本と規定されています(図表2)。

社会経済情勢の変化や新たに発生する様々な課題に対し、国、地方公共団体、事業者、そして 消費者がそれぞれの役割を果たし、消費者が常に安心して消費活動を行うことができる社会の 実現に向けて、様々なルールや規制、仕組みの運用状況について不断に確認していくことが必要

# 図表 2 消費者基本法の全体構成

#### 第1条 目的

消費者利益の擁護・増進に関し、

- 消費者の権利の尊重及び
- その自立の支援
- その他の基本理念を定める
- 国、地方公共団体及び事業者の責務等 を明らかにする
- その施策の基本となる事項を定める ことにより、

総合的な施策の推進を図る

#### 第2条 基本理念

- 消費者の権利の尊重
- 安全の確保
- 選択の機会の確保 必要な情報の提供
- ・教育の機会の提供
- 意見の反映
- 被害の效済
- 消費者の自立を支援

#### 第3条~第8条 責務等

- 国の責務
- 地方公共団体の責務
- 事業者の責務
- 消費者等の努力規定

# 第11条~第23条 基本的施策

第11条 安全の確保

第12条 消費者契約の適正化等 第13条 計量の適正化

第14条 規格の適正化

第15条 広告その他の表示の適正化等

第16条 公正自由な競争の促進等

第17条 啓発活動及び教育の推進

第18条 意見の反映及び透明性の確保 第19条 苦情処理及び紛争解決の促進

第20条 高度情報通信社会の進展への的確な対応

第21条 国際的な連携の確保

第22条 環境の保全への配慮

第23条 試験、検査等の施設の整備等

#### 第9条~第10条の2、第24条~第29条 消費者行政推進の仕組み

第 9条 消費者基本計画の策定 第10条の2 年次報告

第10条 関係法令の制定、財政上の措置

第24条 行政組織の整備及び行政運営の改善

第25条 国民生活センターの役割 第26条 消費者団体の自主的な活動の促進 第27条・28条 消費者政策会議

第29条 消費者委員会

(出典:令和元年版消費者白書)

# (2) 消費者政策の推進体制 (消費者政策会議)

- ・消費者政策を計画的・一体的に推進するために、消費者基本計画を策定
- ・2004年の法改正で、従来の「消費者保護会議」が「消費者政策会議」へと改組
- ・国民生活センターは、情報提供等の中核的機関として積極的役割を果たす ことなどが規定されました。

# 問合せ先

○消費者庁消費者政策課 電話 03-3507-9186

# (参考)

### 1. 「消費者の権利」

「消費者の権利」という概念は、1962年に米国のケネディ大統領が、「消費者の利益の保護に関する連邦会議の特別教書」において、4つの権利(後記2.を参照。)を提示して以来、諸外国においても一般的なものとなっています。諸外国においては、欧州経済共同体の理事会で採択された「消費者の保護及び啓発のための第一次政策プログラム」(1975年)に規定されています。また、法令としては、韓国、中国、イタリアの消費者保護法等において消費者の権利が規定されています。

「消費者の権利」は、消費者として確保されるべき基本的な事項を理念的・宣言的に示すものです。これにより直接に具体的な権利・義務関係が生ずる性格のものではありませんが、「消費者の権利」を明記することにより、行政、事業者、消費者のそれぞれが消費者の利益の擁護及び増進のためにとるべき行動の方向性が明確になり、個別法令の整備や施策の充実を促進する上での指針となるという意義があります。

# 2. ケネディ大統領の4つの権利(1962年)

- ① 「消費者の利益の保護に関する連邦議会への特別教書」において、以下の4項目が 「消費者の権利」(Consumer Rights) として提示されました。
  - 安全への権利
  - 情報を与えられる権利
  - 選択をする権利
  - 意見を聴かれる権利
- ② 同教書では、「消費者の権利」の実現に支障がないようにすることは、連邦政府の責任であり、その責任を果たすため、立法及び行政措置をとることが必要とされています。
- ③ 上記に基づき、公正包装及びラベル表示法 (1966 年)、消費者信用保護法 (1968 年)、消費者製品安全法 (1972 年)等が制定されました。

- 3. 国際消費者機構 (CI) の8つの権利と5つの責任 (1982年)
  - ① 消費者団体の国際的組織である CI (Consumers International:国際消費者機構)が、次の8項目を「消費者の権利」として提唱しました。
    - 生活のニーズが保証される権利
    - 安全への権利
    - 情報を与えられる権利
    - 選択をする権利
    - 意見を聴かれる権利
    - 補償を受ける権利
    - 消費者教育を受ける権利
    - 健全な環境の中で働き生活する権利
  - ② また、前述の「消費者の権利」とともに、次の5つを「消費者の責任」(Consumer Responsibilities) として提唱しました。
    - 批判的意識を持つ責任
    - 主張し行動する責任
    - 社会的弱者への配慮責任
    - 環境への配慮責任
    - 連帯する責任

# 3. 消費者白書の刊行

2012 年8月に消費者基本法が改正され、政府が講じた消費者政策の実施の状況について、毎年国会に報告書を提出することとされました。消費者庁では、2013 年6月に消費者基本法に基づく初めての報告を行い、「平成25年版消費者白書」として公表しました。

さらに、2010 年から消費者庁に通知された消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果について、消費者安全法の規定に基づき半年ごとに国会に報告していましたが、2014年から消費者基本法と消費者安全法それぞれの法律に基づいた報告を合冊し、国会に報告しています。

消費者白書は、上記の法定の報告のほか、その時々の消費者政策における重点課題を取り上げる「特集」、消費者問題の動向、消費者の意識や行動などを掲載しています。

# 消費者基本法 (抜粋)

#### 第10条の2

政府は、毎年、国会に、政府が講じた消費者政策の実施の状況に関する報告書を提出しなければならない。

# 消費者安全法 (抜粋)

- 第13条 内閣総理大臣は、前条第1項又は第2項の規定による通知により得た情報その他消費 者事故等に関する情報が消費者安全の確保を図るため有効に活用されるよう、迅速かつ適確 に、当該情報の集約及び分析を行い、その結果を取りまとめるものとする。
- 2 内閣総理大臣は、前項の規定により取りまとめた結果を、関係行政機関、関係地方公共団体 及び国民生活センターに提供するとともに、消費者委員会に報告するものとする。
- 3 内閣総理大臣は、第1項の規定により取りまとめた結果を公表しなければならない。
- 4 内閣総理大臣は、国会に対し、第1項の規定により取りまとめた結果を報告しなければならない。

# 問合せ先

○消費者庁参事官(調査・物価等担当)

電話 03-3507-9177

<消費者白書>

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\_research/white\_paper/

# [3] 消費者庁・消費者委員会の設置

# 1. 消費者庁・消費者委員会設置の経緯

過去、消費者行政においては、事業者の保護・育成を主な目的とする各府省庁が、付随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ました。すなわち、消費者の保護は、事業者の保護・育成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ありました。

このような産業保護・育成中心の行政は、戦後の貧困からの脱却に大きな役割を果たしており、 急速な経済発展は日本モデルとして世界から注目を集めました。また、当時の経済政策下では、 主として所得の拡大を通じて生活水準を高めることを目指すものとされており、国民の期待も 標準的な生活に置かれていました。

しかしながら、グローバル化、複雑化した社会においては、消費者問題は複雑化の傾向にあり、 複数の府省庁の所管分野にまたがる事案も数多く発生するなど、これまでの行政では適切に対 処することが困難な状況でした。加えて、食の安全・安心という消費生活の最も基本的な事項に 対する消費者の信頼を揺るがす事件や、高齢者の生活の基盤である資産を狙った悪質商法によ る消費者被害等が相次いで発生してきました。

こうした社会状況の変化等を踏まえ、これまでの行政をパラダイム(価値規範)転換し、国民 1人1人の立場に立ったものとするため、各府省庁の所管分野に横断的にまたがる事案に対し、 いわば消費者行政の司令塔として機能し、各行政機関の権限の円滑な調整を行うとともに、必要 な事案に対しては、自ら迅速に対応する新たな組織の設立に向けた検討が開始されました。

この新組織の検討は、有識者により構成された消費者行政推進会議(座長:佐々木毅学習院大学法学部教授(当時))において進められ、2008年6月に、同会議の取りまとめに沿った形で「消費者行政推進基本計画」が閣議決定されました。

同計画は、①内閣府の外局として消費者庁を設置すること、②一元的な相談窓口を設置した上で、消費者庁に情報の集約分析機能、司令塔機能を持たせること、③消費者被害の防止やすき間事案への対応などのための新法を策定すること、④消費者庁は、「表示」「取引」「安全」など、消費者に身近な問題を取り扱う法律を所管することなどを主な内容とするものです。

その後、この計画で示された内容を踏まえ、第 170 回国会(2008 年)に消費者庁の設置等を目的とするいわゆる「消費者庁関連3法案」(以下「関連3法案」という。)が提出されました。関連3法案は、「消費者庁設置法案」(以下「設置法案」という。)、「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」(以下「整備法案」という。)及び「消費者安全法案」(以下「安全法案」という。)の3法案から構成されており、①設置法案は、内閣府の外局として消費者庁を設置し、その中に消費者政策委員会を設置するというもの、②整備法案は、従来は各府省庁が所管していた、「表示」(食品衛生法、JAS法、景品表示法など)、「取引」(特定商取引法、消費者契約法など)、「安全」(消費生活用製品安全法、食品安全基本法など)に関する法律を消費者庁に移管するというもの、③安全法案は、都道府県への消費生活センターの必置、同センター等を通じた消費者事故等に関する情報の消費者庁への一元的集約、各省庁への措置要求などを通じての消費者庁の調整権限、他の法律に基づく措置がない「すき間事案」に対処する消費者庁

の勧告・命令権限等を定めたものです。

関連3法案は、衆議院及び参議院にそれぞれ設置された消費者問題に関する特別委員会において審議され、消費者政策委員会を消費者委員会と改めて権限を強化し、設置法案の題名を「消費者庁及び消費者委員会設置法」案と改めるなどの所要の修正を経て、第171回国会(2009年)において成立しました。

そして、2009年9月1日には消費者庁及び消費者委員会設置法(以下「設置法」という。)が 施行され、消費者庁と消費者委員会が設置されました。

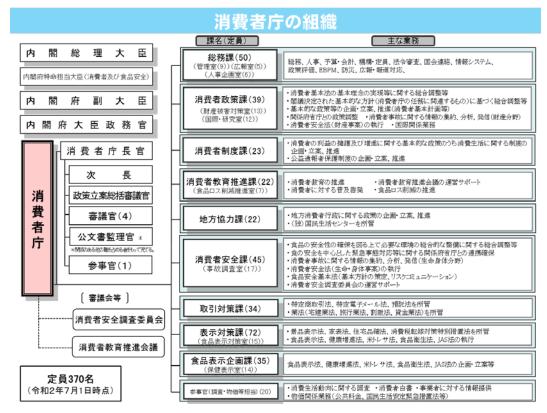
# 問合せ先

- ○消費者庁総務課 電話 03-3507-9151
- ○消費者委員会事務局 電話 03-3507-8855

# 2. 消費者庁について

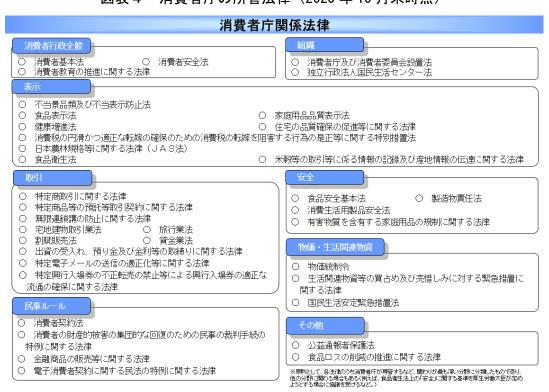
消費者庁は、いわゆる官房業務を担当する総務課のほか、消費者問題の解決に向けて、主に消費者行政に関する企画調整機能を果たす部門(消費者政策課、消費者制度課、消費者教育推進課、地方協力課、参事官(調査・物価等担当))と、消費者安全法、特定商取引法、景品表示法など、主に所管法令の執行に関する事務を行う部門(消費者安全課、取引対策課、表示対策課、食品表示企画課)の2部門から成っています(図表3)。また、2020年10月末時点で、37の法律を所管しています(共管を含む。)(図表4)。

図表3 消費者庁の組織(2020年7月1日時点)



(消費者庁作成)

図表4 消費者庁の所管法律(2020年10月末時点)



(消費者庁作成)

消費者庁の任務は、設置法第3条において、「消費者基本法第2条の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」とされており、まさに消費者行政全体の司令塔としての役割を果たしてい くことが期待されています。

消費者庁設置から10年の間に、消費者庁は、

- ①消費者行政の一元化
- ②地方消費者行政の充実及び消費生活相談体制の整備
- ③府省庁横断的な消費者政策の一体的推進
- ④消費者市民社会の実現に向けた取組
- ⑤消費者の意見を消費者政策に反映させる仕組み
- ⑥消費活動のみならず産業活動を活性化
- 等の各課題に取り組み、その役割を果たしてきました。

今後の消費者政策上の新たな課題として、

- (1) 新技術を活用した新たなビジネスモデルへの対応
- (2)消費者問題の国際化への対応
- (3) 人口・世帯構成の変化とトラブルに巻き込まれやすい消費者の増加への対応

が挙げられます。また、今後は「持続可能な開発目標(SDGs)」の目指す「誰一人取り残さない」 持続可能な社会の実現に向けた貢献も求められますが、現時点における消費者の認知度や関心 は高いといえず、一層の普及・啓発への取組が必要です(令和元年版消費者白書「特集」参照。)。

# 【「消費者庁新未来創造戦略本部」の開設について】

2017年7月、消費者庁と国民生活センターは、「政府関係機関の地方移転にかかる今後の取組について」(2016年9月まち・ひと・しごと創生本部決定)に基づき、徳島に「消費者行政新未来創造オフィス」(以下「新未来創造オフィス」という。)を開設しました。

新未来創造オフィスでは、徳島県等の協力の下、全国展開を見据えたモデルプロジェクトとして、若年者向け消費者教育や高齢者等の見守りネットワークの構築等、基礎研究プロジェクトとして、行動経済学を活用した消費行動等の分析・研究(健康と生活に関する社会実験)、障がい者の消費行動と消費者トラブルに関する調査等を実施し、成果を挙げてきました(図表 5)。

これらの成果を踏まえ、2020 年 7 月 30 日に、新たな恒常的な拠点として、「消費者庁新未来 創造戦略本部」(以下「戦略本部」という。)を開設しました。戦略本部は、①全国展開を見据え たモデルプロジェクトの拠点、②消費者政策の研究拠点、③新たな国際業務の拠点として位置付 け、また、災害時のバックアップ機能を担わせるとともに、働き方改革の拠点としても位置付け ています(図表 6)。

戦略本部では産官学から多様な人材を集め、海外の法制や、消費者心理・行動等に関する様々な 知見も取り入れつつ、消費者行政の新たな課題への対応も見据えた取組を進めていく予定です。

また、新未来創造オフィス及び戦略本部における成果は、全国展開により効果的な政策立案につなげ、全国の消費者のために役立てていくこととしています。

# 図表 5 新未来創造オフィスにおけるプロジェクトの成果(概要)

	プロジェクト名	地方及び全国の消費者行政の進化に資する成果				
	若年者向け消費者教育の取組 【消費者教育推進課】	<ul> <li>・消費者庁作成教材「社会への扉」を活用した授業の実践報告会を開催</li> <li>・「社会への扉」の徳島県における活用事例集を公表</li> <li>・徳島県における「社会への扉」を活用した授業の実施効果に関するアンケート調査を実施し、報告書を公表</li> <li>・特別支援学校における消費者教育の在り方に関する論点を整理し、取りまとめを公表</li> </ul>				
	見守りネットワーク (消費者 安全確保地域協議会) の構築 【地方協力課】	・協議会の設置支援(徳島県内全市町村での協議会設置) ・協議会の円滑な設置につながるポイントを含む設置事例集の公表 ・協議会設置後の見守り事例の収集と協議会の現状を把握するためのアンケート調査を実施				
	倫理的消費(エシカル消費) の普及 【消費者教育推進課】	・徳島県との共催により「エシカル・ラボ in 徳島」、全国の高校生等がエシカル消費に関する独自の 取組について発表する「エシカル甲子園2019」を開催 ・エシカル消費に関する普及・啓発事例、取組事例(高等学校・事業者等39事例)を収集し、公表 ・徳島県において倫理的消費(エシカル消費)に関する意識調査を実施し、報告書を公表 ・徳島県における倫理的消費(エシカル消費)の認知度は、26.4%(2017年度)から40.9%(2019年度) まで上昇				
全国	食品ロスの削減 【消費者教育推進課】	・徳島県内のモニター家庭を対象とする食品ロス削減の実証事業を実施し、報告書を公表 ・実証事業の結果を活用した啓発資料(チェックシート付冊子、ポスター)を作成し、公表 ・徳島県内外の地方公共団体やイベント等において周知活動を実施				
全国展開を見据え	子どもの事故防止 【消費者安全課】	・子供の事故防止に関する意識・行動について、子供の発達段階に応じた調査を実施し、報告書を公表 ・調査結果を踏まえ、徳島県内市町村に対し現状のヒアリングを行うとともに有効な啓発手法を提示 ・調査結果を分析した「子どもの事故防止プロジェクト・レポート」を公表 ・子どもの事故防止プロジェクト関係者ネットワーク会議構成員等と連携した啓発活動の実施				
えたモデルプロジ	栄養成分表示等の活用に向け た消費者教育 【食品表示企画課】	・「栄養成分表示の活用推進フォーラムinとくしま」の開催 ・栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育に関する調査事業を実施し、報告書を公表 ・地域特性をいかした栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育に関する調査事業を実施し、常 書を公表 ・各調査事業の結果について周知するため「栄養成分表示等に関するプロジェクト成果報告会」を履				
エクト	消費者志向経営(愛称: サス テナブル経営)の推進 【参事官(調査・物価等担当)】	・四国四県の事業者の「消費者志向自主宣言・フォローアップ活動」への参加を支援(54事業者が 同活動に参加) ・消費者志向経営を推進する地方組織である「とくしま消費者志向経営推進組織」(徳島県)の設置 及び「えひめ消費者志向おもいやり経営」(愛媛県)の推進を支援				
	公益通報受付窓口(市区町村) 及び内部通報制度(事業者) の整備促進 【消費者制度課】	・四国四県等における通報受付窓口(内部・外部)整備の支援(徳島県、愛媛県、香川県内全市町村の通報受付窓口(内部・外部)整備、徳島県内全市町村共通の通報受付窓口(外部)・同県内の事業者団体における共通の通報受付窓口の整備等) ・地方公共団体等におけるマニュアル、研修教材等の作成支援(職員向けeラーニング教材(徳島県。 兵庫県加古川市も参考として活用)、民間事業者向け通報対応マニュアル(徳島県)等) ・研修会の内容の充実化(事例集の作成・公表、ワークショップ(事例研修会)の導入等)				
	食品に関するリスクコミュニ ケーション 【消費者安全課】	・食品安全に関するリスクコミュニケーション手法の検討のためのアンケート調査の実施・分析 ・分析結果を踏まえ、以下の二つの「徳島モデル」を開発し、それぞれ全国展開を実施 ①効果的なシンポジウム型リスクコミュニケーションの取組(基調講演+公開ミニ講座) ②リスクコミュニケーター養成に関する社会心理学的要素も織り込んだ実践的なシラバス				
	シェアリングエコノミーに関する取組等 【消費者政策課】	・啓発用バンフレット「共創社会の歩き方 シェアリングエコノミー」の公表 ・「若者が活用しやすい消費生活相談に関する研究会」の開催及びSNSを活用した消費生活相談の試 験的実施				
	行動経済学等を活用した消費 行動等の分析・研究 【参事官(調査・物価等担当)】	<ul><li>・モニターの生活満足度、健康に関する意識、日常の消費行動に関する特徴を調べるためにアンケート調査を実施し、報告書を公表</li><li>・とくしま生協の購買データを用いた「ナッジ」の効果分析に関する調査を実施し、報告書を公表</li><li>・行政の情報提供による消費行動への影響と効果的・効率的な情報提供の在り方に関する調査を実施し、報告書を公表</li></ul>				
基礎研究プロジェクト	障がい者の消費行動と消費者 トラブルに関する調査 【参事官(調査・物価等担当)】	・障害者本人及び支援者に対する消費行動と消費者トラブルに関するアンケート調査を実施し、報告書を公表 ・消費者トラブルの詳細をヒアリングにより収集し、未然防止・早期解決のための事例集を公表 ・事例集を使った障害者本人・支援者への出前講座を実施し、その成果を啓発出前講座実践事例と して公表				
	若者の消費者被害の心理的要 因からの分析に係る検討会 【参事官(調査・物価等担当)】	・商品やサービスについて勧誘を受けたことがある全国の18〜29歳の若者を対象として、アンケート調査及びヒアリング調査を実施し、検討会報告書を公表 ・購入・契約に至りやすい「リスキーな心理傾向」を測るチェックシート等を作成し、公表				
	過疎地域等の消費活動特性に 関する調査 【参事官(調査・物価等担当)】	・徳島県内の過疎地域等の居住者を対象とした消費行動に関するアンケート調査等を実施し、報告書を公表 ・全国の大学生を対象としたキャッシュレス決済に関するアンケート調査及び消費行動調査を実施し、結果を公表				

(出典:令和2年版消費者白書)

# 図表6 「消費者庁 新未来創造戦略本部」の業務・体制イメージ

徳島県による全面的な協力 / 消費者行政の進化に大きく貢献 / 地方から国際的な情報発信

# 消費者庁 新未来創造戦略本部

1. 全国展開を見据えたモデルプロジェクトの拠点

◆徳島県を実証フィールドとしたモデルプロジェクトを引き続き実施

#### ・ 見守りネットワークの効果分析 等

2. 消費者政策の研究拠点

◆消費者政策の中核的な役割を果たす研究部門として、 学術機関・関係学会等と連携しながら、研究を行う ・認知症と消費者被害に関する研究 等

# 3. 新たな国際業務の拠点

◆新たに必要性が高まっている国際業務 (国際交流・国際共同研究等)を行う

国際比較法研究等(※2019年9月に「G20消費者政策国際会合」を徳島県と共催)

#### 4. 非常時のバックアップ機能

◆首都圏における大規模災害発生時のバックアップ 機能としても位置付け

#### 5. 消費者庁の働き方改革の拠点

◆フリーアドレス、ペーパーレス、テレワークの 促進等、働き方改革を引き続き推進

# 国際消費者政策研究センター

費者行政の発展・創造及び発信・交流の拠点

国内外の産官学民による、新たな未来に向けた消

- ・消費者政策の研究
- •国際共同研究 等

#### 組織体制等

- ・現地を総括する戦略本部の次長として審議官を置く
- ・規模を拡大
- ※消費者庁、地方公共団体、企業、学術機関からの 客員研究員も含めた多様な人員構成とし、人材交 流・人材育成の拠点としても位置付け
- ・引き続き、徳島県知事の強力なリーダーシップの下、 徳島県による全面的な協力を得る

(出典:令和2年版消費者白書)

# 問合せ先

○消費者庁総務課

電話 03-3507-9151

# 3. 消費者委員会について

消費者委員会は、消費者庁を含めた関係府省庁等の消費者行政全般に対して監視機能を有する独立した第三者機関として、設置法に基づき 2009 年 9 月 1 日に消費者庁と同時に設置されました。

消費者委員会は内閣府に置かれ、「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、内閣総理大臣が任命する 10 人以内の委員で組織されます。委員の任期は2年とされ、2019 年9月には第6次消費者委員会(委員長:山本 隆司 東京大学大学院法学政治学研究科教授)が発足したところです。

また、特別の事項を調査審議させるため必要があるときは臨時委員を、専門の事項を調査させるため必要があるときは専門委員を、それぞれ消費者委員会に置くことができるとされており、食品表示部会、新開発食品調査部会、公共料金等専門調査会等の下部組織を設置して調査審議を行っています。さらに、委員会には事務局が置かれ、事務局長のほか、所要の職員が置かれています。

消費者委員会の所掌事務としては、設置法第6条において、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について、自ら調査審議を行い、内閣総理大臣や関係各大臣等に建議を行うことができるほか、消費者安全法第43条の規定に基づいて内閣総理大臣に対する勧告が行うことができるなど、いわゆる審議会等としては強力な権限が付与されています。このほか、内閣総理大臣、関係各大臣等の諮問に応じて、消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策等に関する重要事項に関して、調査審議をすることも定められています。

なお、設置法第8条において、消費者委員会はその所掌事務を遂行するために必要があると認めるときは、関係行政機関の長に対し報告を求めることができるほか、資料の提出などその他必要な協力を求めることができるとされています。

消費者委員会は設置以来、2020 年 3 月末までに計 318 回開催されており、各種の消費者問題 について積極的に調査審議を行っています。これまでに 21 件の建議やその他多数の意見表明を 行ってきており、これにより関係府省庁等において法令改正や取組の強化が図られるなど、着実 に成果を挙げてきています。

### (参考) 消費者委員会からの主な建議・意見表明の内容(2020年7月末時点)

# 1. 建議(21件)

- ・いわゆる「販売預託商法」に関する消費者問題についての建議
- ・身元保証等高齢者サポート事業に関する消費者問題についての建議
- ・健康食品の表示・広告の適正化に向けた対応策と、特定保健用食品の制度・運用見直しに ついての建議
- ・商業施設内の遊戯施設における消費者安全に関する建議
- ・電子マネーに関する消費者問題についての建議
- ・美容医療サービスに係るホームページ及び事前説明・同意に関する建議
- ・教育・保育施設等における事故情報の収集及び活用に関する建議
- ・クレジットカード取引に関する消費者問題についての建議
- ・詐欺的投資勧誘に関する消費者問題についての建議
- ・地方消費者行政の体制整備の推進に関する建議
- ・消費者事故未然防止のための情報周知徹底に向けた対応策についての建議
- ・「健康食品」の表示等の在り方に関する建議
- ・地方消費者行政の持続的な展開とさらなる充実・強化に向けた支援策についての建議
- ・公共料金問題についての建議
- ・エステ・美容医療サービスに関する消費者問題についての建議
- ・住宅リフォームに関する消費者問題への取組についての建議
- ・消費者安全行政の抜本的強化に向けた対応策についての建議
- ・マンションの悪質な勧誘の問題に関する建議
- ・地方消費者行政の活性化に向けた対応策についての建議
- 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
- ・自動車リコール制度に関する建議

### 2. 提言·意見等(108件)

- ・食品表示の全体像に関する提言
- ・消費者行政新未来創造オフィスの取組についての消費者行政の進化等の観点からの提言
- ・プラットフォームが介在する取引の在り方に関する提言
- ・消費者行政における執行力の充実に関する提言〜地方における特商法の執行力の充実に 向けて〜
- ・事故情報の更なる活用に向けた提言~消費者安全専門調査会報告書を受けて~

- •若年層を中心とした消費者教育の効果的な推進に関する提言
- 適格機関投資家等特例業務についての提言
- ・「悪質なお試し商法」に関する意見
- ・消費者基本計画工程表の素案(令和2年5月)に対する意見
- ・次期消費者基本計画案(令和元年12月)及び工程表策定に向けての意見
- ・いわゆる「販売預託商法」に関する消費者問題についての消費者委員会意見
- ・北海道旅客鉄道株式会社の運賃の改定案に関する消費者委員会意見
- ・消費税率引上げに伴う鉄道運賃の改定案(北海道旅客鉄道株式会社を除く)に関する消費者 委員会意見
- ・消費税率引上げに伴う東京都特別区に係るタクシー運賃の改定案に関する消費者委員会意見
- ・消費税率引上げに伴うバス運賃の改定案に関する消費者委員会意見
- ・産業構造審議会商務流通情報分科会割賦販売小委員会中間整理についての意見
- ・消費者法(取引分野)におけるルール形成の在り方等に関する消費者委員会意見
- ・消費税率の引上げに伴う定形郵便物等の上限料金の改定案に関する消費者委員会意見
- ・消費者基本計画工程表の改定素案(平成31年2月)に対する意見
- ・消費者基本計画の実施状況に関する検証・評価及び計画工程表の改定に向けての意見
- ・電気の経過措置料金解除に関する消費者委員会意見
- ・次期消費者基本計画策定に向けた基本的な考え方についての意見

# 3. 答申(124件)

- ・国民生活安定緊急措置法施行令の一部改正についての答申
- ・消費者基本計画工程表の策定に係る意見(意見の求めに対する回答)について
- ・特定保健用食品の表示許可に係る答申について
- ・食品表示基準の一部改正に係る答申について
- ・家庭用品品質表示法に係る告示改正についての答申
- ・消費者基本計画についての答申
- ・消費者基本計画工程表の改定に係る答申(意見の求めに対する回答)について
- ・公益通報者保護法の規律の在り方や行政の果たすべき役割等に係る方策についての答申について

# 問合せ先

○消費者委員会事務局 電話 03-3507-8855

# [4]「消費者基本計画」の概要

消費者基本法では、消費者政策の基本理念として「消費者の権利の尊重」及び「消費者の自立の支援」を掲げるとともに、その基本理念を具体的に実現する手段として、政府は、長期的に講ずべき消費者政策の大綱となる「消費者基本計画」を閣議決定で定めることとされています。

また、本計画に基づき関係府省庁が講ずる具体的施策について、その実施状況を検証・評価するための工程表を作成し、毎年改定するとともに、計画の検証・評価に際しては、政府の消費者政策を監視する観点から消費者委員会の意見を聴かなければならないとされています。このように、PDCA サイクルを機能させつつ、関係府省庁と連携し、消費者基本計画及び工程表に盛り込まれた施策を着実に推進しています。

# 1. 第4期消費者基本計画

# (1) 消費者政策において目指すべき社会の姿

第4期消費者基本計画では、消費者政策において目指すべき社会の姿等として、

- ①消費者の安全・安心の確保
- ②誰一人取り残さない社会的包摂の実現
- ③未来の創造等に向けた消費生活の実現
- ④多様な主体の連携による重層的な体制の整備

が示されています (図表 7)。その上で、消費者政策が中長期的に目指すべき消費者が主役となる社会の実現に向けて、「消費者被害の防止」、「消費者の自立と事業者の自主的取組の加速」、「協働による豊かな社会の実現」、「デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応」及び「災害・感染症拡大など緊急時対応」の5点を消費者政策の基本的方向として掲げています。

また、消費者政策の着実な推進に向け、PIO-NET に登録された消費生活相談情報を始めとする「情報」、地域において見守りネットワークを支える職員等を始めとする「人材」、地方消費者行政強化交付金を始めとする「財政」、執行関係法令を始めとする「法令等」の手段を的確に活用し、関連する他の行政分野の政策及びそれに関連する機関との有機的な連携を確保しつつ、行政のみならず、事業者・事業者団体や消費者・消費者団体を含む多様な関係者により、重層的かつ多段階的な取組を展開することとしています(本計画に位置付けられた消費者政策の基本的方向や具体的な取組例などについては、図表7及び令和2年版消費者白書第2部第1章第1節「消費者基本計画」を参照。)。

# 図表7 第4期消費者基本計画の概要

### 【第1章 消費者基本計画について】

- 1. 消費者問題の歴史と消費者基本計画策定までの経緯
- 2. 消費者庁・消費者委員会設置とその後10年間の消費者政策の展開
- 3. 新たな消費者基本計画の策定

# 【第2章 消費者政策をめぐる現状と課題】 〈現状認識〉

# 1. ぜい弱な消費者の増加など消費者の多様化

- 高齢化の進行等
- ○成年年齢の引下げ
- ○世帯の単身化・地域コミュニティの衰退等
- ○訪日外国人・在留外国人による消費増加

# 2. 社会情勢の変化

- ○デジタル化の進展・電子商取引の拡大
- ○自然災害の激甚化・多発化、新型コロナウ イルス感染症の拡大
- ○持続可能で多様性と包摂性のある社会への 関心の高まり

#### 〈課題分析〉

- ○ぜい弱な消費者の増加や一時的弱者の発生を 踏まえ、重層的かつきめ細かな対策を講じる 必要
- ○デジタル化の進展による電子商取引の拡大を 踏まえ、政策面・制度面からの対応が必要
- ○持続可能な社会の実現に向け、消費者と事業 者との「協働」を促す必要

### 【第3章 政策の基本方針】

- 1. 消費者政策において目指すべき社会の姿等
  - (1)消費者の安全・安心の確保
  - (2) 誰一人取り残さない社会的包摂の実現
- 2. 今期計画における消費者政策の基本的方向
- (1)消費者被害の防止
  - 厳格な法執行等による消費者保護
  - 消費者が必要な情報を得られる環境整備
  - 消費者の特性に応じたアプローチ
- (2)消費者の自立と事業者の自主的取組の加速
  - 消費者教育その他の普及啓発
  - 事業者の自主的な取組支援の枠組み構築

- (3) 未来の創造等に向けた消費生活の実現
- (4) 多様な主体の連携による重層的な体制の整備
- (3)協働による豊かな社会の実現
  - 持続可能な社会の形成 消費者と事業者とのWIN-WIN関係の構築
  - 協働を支える地域の枠組みの構築
- (4) デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応
  - ・デジタル化により実現するSociety5.0への対応
- 国際化の進展への対応 (5) 災害・感染症拡大など緊急時対応

#### 【第5章 重点的な施策の推進】

- (1)消費者被害の防止
  - 消費者の安全の確保
  - 取引及び表示の適正化等
  - ・ぜい弱性等を抱える消費者の支援
  - 消費者の苦情処理等のための枠組み整備
- (2)消費者による公正かつ持続可能な社会への
  - ・食品ロス削減等
  - 環境の保全
  - その他の持続可能な社会形成に資する取組
  - 事業活動におけるコンプライアンス向上
- (3)消費生活に関連する多様な課題への機動的・ 集中的な対応
  - デジタル・プラットフォーム等の利用と消費 者利益の保護・増進の両立
  - 国際化の進展への対応
  - ・新型コロナ感染症拡大・災害など緊急時対応
- 参画等を通じた経済・社会構造の変革促進 (4)消費者教育の推進及び消費者への情報提供の 実施
  - 消費者教育の推進
  - 消費者政策の啓発活動の推進
  - (5)消費者行政を推進するための体制整備
    - 消費者の意見反映・消費者政策の透明性確保
    - ・国等における体制整備・地方における体制整備

#### 【第4章 政策推進のための行政基盤の整備】

#### 情報

- PIO-NETの刷新
- 事故情報等の一元化
- ・ICTの導入 等

# 人材

- 消費生活相談員
- 見守りネットワーク 構成員(消費生活協 力員等)
- 消費者教育コーディ ネーター 等

#### 財政

- 地方への財政支援
- 地方での自主財源確
- 保への働きかけ
- モデル事業の展開

# 法令等

- 法令・自主規制のべ ストミックス
- 新たな消費政策に関 する研究推進 等

(出典:令和2年版消費者白書)

# 2. 「消費者基本計画」の検証・評価・監視

「消費者基本計画」においては、重点的に進めるべき施策の概要を示す一方、当該施策にとどまらず、具体的な施策については、工程表を消費者政策会議において別途定め、消費者政策を検証可能な形で体系的・包括的に推進するとしており、工程表は当該消費者基本計画の対象期間内の取組予定及びKPI(重要業績評価指標:Key Performance Indicator)を明示し、国民の意見を反映させるための取組を進めるとともに、消費者委員会の意見を聴取した上で毎年度改定するとされています。

# 問合せ先

○消費者庁消費者政策課 電話 03-3507-9186

# [5] 消費者政策の推進体制

・消費者ホットライン 等

(188)

#### 1. 国の体制

#### (1)消費者庁・各府省庁

消費者庁の役割は、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の 実現に向けた政府の「舵取り役」として、消費者行政を統一的・一元的に推進するための強い権 限を保持し、それを適切に行使することにあります(図表8)。

具体的には、自らが所掌する消費者関連法令を執行すること、消費者事故等に関する情報を一元的に集約し調査・分析を行うこと、消費者事故等に関する情報を迅速に発信して消費者の注意を喚起すること、各府省庁に対し措置要求を行うとともにいわゆる「すき間事案」については事業者に対する勧告等の措置を講じることなど、消費者行政の司令塔としての役割を担っています。そして、各府省庁は、相互間の情報共有を進めながら、的確な役割分担や協働の取組により、それぞれの業務を着実に遂行しています。

また、消費者基本法に基づき、内閣総理大臣を会長とし全閣僚及び公正取引委員会委員長を委員とする消費者政策会議が設置されており、「消費者基本計画」の案の作成や同計画の検証・評価・監視の取りまとめなどを行う際に会議が開催されています。2019年度では6月に開催され、2015年度から2019年度までの5か年を対象とする「第3期消費者基本計画」の検証・評価とそれに伴う計画の見直しが行われました。2020年度から2024年度までの「第4期消費者基本計画」については、検討会が設置され、2020年3月に最終取りまとめを行った後、閣議決定されています。

〈消費者政策の範囲の広がり〉 一般的な事業者 悪質事業者 配慮を要する消費者 これまでの消費者政策の主なターゲット ・成年年齢の引下げ ・外国人対応 災害時・感染症拡大時 デジタル化や 緊急時等への対応 消費者・事業者の協働による 経済社会構造の変革 一般的な消費者 →より柔軟で多様な政策手法 →関係省庁、事業者、業界団体等、 多様な主体との連携強化 〈政策推進のための行政基盤〉 情報 人材 財政 法令等

図表8 消費者政策の基本的方向

(消費者庁作成)

・法令・自主ルール 等

※2020年7月に、徳島に「消費者庁新未来創造戦略本部」を発足

・地方への財政支援 等

·消費生活相談員 等

# (2)消費者委員会

消費者委員会は、消費者行政全般に対して監視機能を有する独立した第三者機関として、内閣府に置かれ、内閣総理大臣が任命する10人以内の委員(任期2年)で組織されています。同委員会は、消費者行政に関わる重要事項について自ら調査審議し、内閣総理大臣や関係各大臣等に建議を行うこと、内閣総理大臣や関係各大臣等の諮問に応じて調査審議を行うこと、内閣総理大臣に対して勧告・報告要求を行うことなどの役割を担っています。

同委員会が設置されて以来、消費者政策の重要な課題に関し調査審議が行われ、各種の建議等が発出されています(詳細は16ページ参照)。

# 問合せ先

- ○消費者庁消費者政策課 電話 03-3507-9186
- ○消費者委員会事務局 電話 03-3507-8855

# 2. 地方公共団体の体制/消費生活センター

# (1)地方における体制整備

消費者行政の現場は地域にあり、地方消費者行政の体制強化は消費者政策における最重要政 策課題の1つです。

このため、消費者庁は、「地方消費者行政強化作戦」(2015年3月24日)を踏まえ、相談体制の空白地域解消や消費生活センターの設立促進、消費生活相談員の配置促進などの相談体制の質の向上等を目指す地方公共団体の取組を支援してきました。この結果、相談窓口未設置の地方公共団体が解消されるなど着実な成果を挙げています。

しかし、いまだ地方消費者行政の推進体制はぜい弱であるとの声も聞かれることから、消費者 庁では、引き続きどこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、消費者の安全・安心が確 保される地域体制を全国的に維持・拡充することを目指し、「地方消費者行政強化作戦」を改定 し、2020年度から 2024年度までの5年間を対象期間とする「地方消費者行政強化作戦 2020 (2020年4月1日)」を定めました(図表9)。

消費者庁としては、「地方消費者行政強化作戦 2020」を推進するため、地方公共団体等による 消費者行政推進のための計画的・安定的な取組を支援していきます。

# 図表 9 地方消費者行政強化作戦 2020 の概要

**趣旨** 2020年4月 消費者庁

- 第4期消費者基本計画(令和2年3月31日閣議決定)を踏まえ、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、消費者の安全・安心が確保される地域体制を全国的に維持・拡充することを目指し策定(対象期間は、2020~2024年度)
- ▶ 地方の自主性・自立性が十分発揮されることに留意しつつ、地方消費者行政の充実・強化のための交付金等を通じて、地方における計画的・安定的な取組を支援
- ▶ 毎年度、進捗状況の検証・評価を行うなど、PDCAによる進捗管理を徹底

#### 政策目標 都道府県ごとに以下の目標を達成することを目指し、地方公共団体の取組を支援

#### <政策目標1>消費生活相談体制の強化

#### 【消費生活センターの設置促進】

1-1 設置市区町村の都道府県内人口カバー率90%以上

#### <政策目標2>消費生活相談の質の向上

#### 【消費生活相談員の配置・レベルアップの促進】

- 2-1 配置市区町村の都道府県内人口カバー率90%以上
- 2-2 相談員資格保有率75%以上
- 2-3 相談員の研修参加率100%(各年度)
- 2-4 指定消費生活相談員を配置(全都道府県)

#### <政策目標3>消費者教育の推進等

#### 【若年者の消費者教育の推進】

- 3-1 消費者教育教材「社会への扉」等を活用した全国での 実践的な消費者教育の実施
- 3-2 若年者の消費者ホットライン188の認知度30%以上(全国)
- 3-3 若年者の消費生活センターの認知度 75%以上(全国)

#### 【地域における消費者教育推進体制の確保】

- 3-4 消費者教育コーディネーターの配置の推進(全都道府県、 政令市)
- 3-5 消費者教育推進地域協議会の設置、消費者教育推進計画の策定(都道府県内の政令市及び中核市の対応済みの割合50%以上)

3-6 講習等(出前講座を含む)の実施市区町村割合75%以上

#### 【SDGsへの取組】

- 3-7 エシカル消費の推進(全都道府県、政令市)
- 3-8 消費者志向経営の普及・推進(全都道府県)
- 3-9 食品ロス削減の取組の推進(全都道府県、政令市)

#### <u>< 政策目標4> 高齢者等の消費者被害防止のための見守り活動</u> の充実

#### 【消費者安全確保地域協議会の設置】

4-1 設置市区町村の都道府県内人口カバー率50%以上

#### 【地域の見守り活動の充実】

- 4-2 地域の見守り活動に消費生活協力員・協力団体を活用 する市区町村の都道府県内人口カバー率50%以上
- 4-3 見守り活動を通じた消費者被害の未然防止、拡大防止

# <u><政策目標5>特定適格消費者団体、適格消費者団体、消費者団体</u> 体の活動の充実

#### <政策目標6>法執行体制の充実(全都道府県)

#### < < < < < < < < < < < < < < < < < > < < ○政策目標7>地方における消費者政策推進のための体制強化 【地方版消費者基本計画】

7-1 地方版消費者基本計画の策定(全都道府県、政令市) 【消費者行政職員】

7-2 消費者行政職員の研修参加率80%以上(各年度)

(出典:令和2年版消費者白書)

#### (2) 地方消費者行政の現況

# ① 消費生活に関する相談の窓口

#### 1)「消費生活センター」

消費者安全法に規定される消費者からの苦情に関する相談、あっせん及び情報提供等の事務を行うため、都道府県・市区町村により設置されています。同法では、都道府県には必置義務、市区町村にも設置の努力義務が規定されています(同法第10条)。

消費者安全法に規定する「消費生活センター  $(^{(\pm 1)})$ 」は、2019 年 4 月 1 日時点で、全国で 1,150 の地方公共団体に計 858 か所設置  $(^{(\pm 2)})$  されています。

- ※地方公共団体の中には、「消費生活センター」とは別に、相談やあっせん等の業務ではなく、 事業者に対する指導等、法執行業務等を担当する「消費者行政担当部署」が存在する団体もあ ります。また、「消費者行政担当部署」の所掌事務が「消費生活センター」に一元化されてい る場合もあります。なお、消費者被害救済委員会等の行政型ADRを設置している団体もあり ます。
  - (注1)「消費生活センター」の基準として、ア)消費生活相談の事務を1週間につき4日以上 行うことができること、イ)消費生活相談員を消費生活相談の事務に従事させること、ウ) 電子情報処理組織その他の設備(PIO-NET等)を備えていること、とされています。

(注2) 広域連合、一部事務組合又は広域的連携により消費生活センターを設置している地方公共団体については、設置地方公共団体として整理。

#### 2)「相談窓口」

また、消費者安全法上の「消費生活センター」の基準は満たさないものの、消費生活に関する相談に対応する相談窓口を設置している市区町村は、2019年4月1日時点で638となっており、1)で紹介した「消費生活センター」を設置している市区町村数(政令市を除く。)1,083と合計すると 1,721 団体であり、全ての地方公共団体に消費生活に関する相談の窓口が設置されています (注3)。

(注3) 広域連合、一部事務組合又は広域的連携により相談窓口又は消費生活センターを設置している地方公共団体については、設置地方公共団体として整理。

以上1)、2) で紹介した「消費生活センター」・「相談窓口」の設置状況をまとめたものが以下の表となっています。

# <地方公共団体における「消費生活センター」·「相談窓口」の設置状況>

2019年4月1日時点

		都道府県	政令指定都市	市区町村	合 計
地方公共団体数		47	20	1,721	1, 788
	消費生活センター設置	47	20	1, 083	1, 150
	相談窓口設置	_	_	638	638

# <地方公共団体における「消費生活センター」の設置数>

2019年4月1日時点

	都道府県	政令指定都市	市区町村	広域連合、	合計
				一部事務組合	
消費生活センター数	88	31	728	11	858

(注) 1つの地方公共団体に2つ以上の消費生活センターが設置されている場合もある。

# 3)「消費者ホットライン」

消費生活センター等の消費生活相談窓口の存在や連絡先を知らない消費者に、近くの消費生活相談窓口を案内することにより、消費生活相談の最初の一歩をお手伝いするものとして、「消費者ホットライン」の運用を2010年から全国で開始しました。

2015 年7月1日からは、消費者による利用を促すため、より覚えやすい局番なしの3桁の電話番号「188 (いやや!)」の運用を開始し、誰もがアクセスしやすい一元的な相談窓口を整備しています。さらに、消費者にとって消費者ホットラインがより身近でアクセスしやすいものとなるよう、イメージキャラクター「イヤヤン」の発表や「消費者ホットライン 188 の日 (5月 18

日)」を設定するなど、あらゆる機会において積極的に周知しています。



# ② 消費者行政担当職員・相談員

# 1)担当職員の配置状況

地方公共団体の消費者行政を担当する事務職員は、都道府県、政令指定都市、市区町村を含めると、2019 年4月1日時点で5,213人となっています。

# 2) 消費生活相談員の配置状況

消費生活相談員は、2019年4月1日時点では全国で3,379人が配置されています。そのうち、都道府県が580人、政令指定都市が256人、政令指定都市を除く市区町村が2,543人となっています。

消費生活相談員の数は徐々に増えていますが、消費生活相談員それぞれの質の向上も重要な課題です。2014年の消費者安全法改正では、消費生活相談員の職の法定化や、消費生活相談員に対する研修の実施、都道府県による市町村に対する助言、協力その他必要な援助の実施、「指定消費生活相談員」制度の創設等が規定され、消費生活相談員の質の向上を目指しています。

### <地方公共団体における担当職員・相談員の配置状況>

2019年4月1日時点

	都道府県	政令指定都市	市区町村	合 計
消費者行政担当職員数	991	247	3, 975	5, 213
うち、専任職員数	776	213	424	1, 413
消費生活相談員数	580	256	2, 543	3, 379

(注)消費者行政を主として担当する部署 (「消費者行政本課」) 及び「消費生活センター」に おける配置状況。

### ③ 組織

消費者行政の専管・部署の設置状況については、2019年4月1日時点では、45の都道府県と17の政令指定都市において専管部署が設置されています。市区町村(政令指定都市を除く1,721)においては、364(21.2%)が専管部署を設置しています。

# <消費者行政の専管部署の設置状況>

2019年4月1日時点

		都道府県	政令	市区町村	広域連合·	全 体
			指定都市		一部事務組合	
専管	部署無し	2	3	1, 357	5	1, 367
専管部署有	部局レベル	1	0	0	0	1
	課レベル	16	11	126	1	154
	室レベル	4	1	52	1	58
	係レベル	24	5	186	1	216
り	合計	45	17	364	3	429

# ④ 法執行

消費者の安全・安心を確保するためには、消費者からの苦情・相談やあっせんに適切に対応するとともに、被害をもたらしている事業者の行為を是正し、被害の拡大の防止を図る必要があります。そして、国においても消費者関係法令の執行を行っていますが、各都道府県を始めとする地方公共団体に執行権限が委譲されている法令もあります。また、地方公共団体において、条例を制定し、独自に執行を行っているところもあります。

2018年度の主な法律の執行実績については、例えば景品表示法に基づく行政指導等は926件、特定商取引法に基づく行政処分件数は73件行われました。

# ⑤ 予算

地方公共団体における「消費者行政予算(消費者行政本課及び消費生活センター以外の部署を含む予算)」2019年度(当初予算)については、都道府県では69.5億円、政令指定都市では25.0億円、市区町村では82.4億円となっており、総額は176.9億円となっています。

#### <消費者行政予算の動向>

(億円)

	都道府県	政令指定都市	市区町村	合 計	増減率
2018 年度(最終予算)	65. 9	23. 7	81. 9	171.5	
2019 年度(当初予算)	69. 5	25. 0	82.4	176. 9	3.1%

# ⑥ 条例の制定

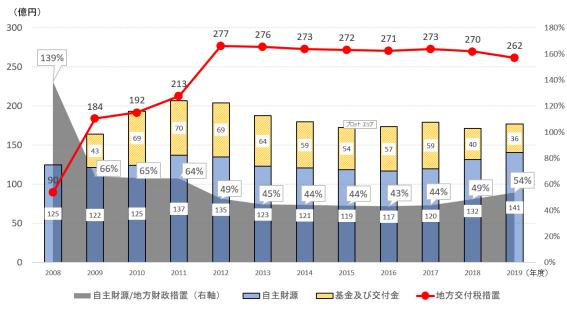
消費生活条例は、地方公共団体が消費者行政を実施する場合の基本的な枠組みを定めると同時に、消費者の権利・役割、並びに事業者及び行政の責務を明らかにしています。2019 年4月1日時点の制定状況は、都道府県及び政令指定都市では全地方公共団体で制定されています。

#### (3) 国による地方消費者行政の支援

国では、2008 年度に地方消費者行政活性化交付金により各都道府県に「地方消費者行政活性 化基金」(以下「基金」という。)を造成し、2009 年度から 2011 年度までの3年間を地方消費者 行政の「集中育成・強化期間」と位置付け、主に、「消費者教育・啓発事業」、「相談員配置・増 員等(人件費)」、「消費生活センター・相談窓口設置」の体制整備事業に活用されました。基金は、その後、活用期間の延長と金額の上積みが重ねられるとともに、2014年度補正予算からは、単年度ごとの「地方消費者行政推進交付金」に移行しました。2017年度までに累計約540億円を措置し、消費生活センターの設置や消費生活相談員の増員等の地方消費者行政の充実が行われました。

同時に、地方消費者行政は自治事務として位置付けられているところ、地方公共団体において 安定的な取組が可能となるよう、消費者行政の推進に係る地方交付税措置が消費者庁設置前の 2008 年度の約 90 億円から 2018 年度には約 270 億円まで増額されました。これにより、地方消 費者行政の推進に充てられている地方の一般財源が徐々に拡大し、交付金による取組と相まっ て地方消費者行政が充実していくことが期待されたところですが、2017 年度まで自主財源が約 120 億円程度で横ばいとなっており、地方の一般財源に裏付けられた消費者行政予算による地方 の自主的、安定的な取組への移行には課題が残っています(図表 10)。

また、2017 年度には、「地方消費者行政推進交付金」による新規事業立ち上げの最終年度を迎えましたが、2018 年度からは、「地方消費者行政強化交付金」を創設し、これまでに整備してきた消費生活相談体制の維持・充実のための事業を引き続き支援するとともに、国として取り組むべき重要な消費者政策の推進に資する取組を支援しています。引き続き地方消費者行政の地方の一般財源による取組を促すとともに、交付金による支援を通じて、地方消費者行政の充実・強化を図ることとしています。



図表 10 地方消費者行政予算の推移

(注)地方交付税措置は、国から地方に交付される普通交付税(単位費用)における消費者行政経費

(消費者庁作成)

# 問合せ先

○消費者庁地方協力課 電話 03-3507-9174

# 3. 独立行政法人国民生活センター

国民生活センターは、1970年10月に特殊法人として設立され、2003年10月に独立行政法人国民生活センターとなりました(独立行政法人国民生活センター法(2002年12月4日公布、最終改正2019年6月14日)による。)。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し、及びその利用を容易にすることを目的とし、次に挙げる各事業を行っています。また、2004年6月に公布・施行された消費者基本法では、消費生活に関する情報の収集・提供、苦情相談などの中核的な機関としての役割が明記されました。

# (1) 広報事業

毎月、記者説明会を開催して、情報提供しています。

消費生活関連情報の専門誌『国民生活』を毎月ウェブサイトに公開する他、毎日の生活に役立つ知識・情報をコンパクトにまとめた小冊子『くらしの豆知識』(年刊)を発行しています。

ウェブサイト、メールマガジン等では消費者問題の最新情報や商品回収情報、全国の消費生活 センター等消費生活相談窓口の情報提供等、毎日の暮らしに役立つ情報を提供しています。

また、高齢者・障害者を対象としたメールマガジン「見守り新鮮情報」を発行しています。

# (2)情報収集・分析事業

地方公共団体の消費生活センター等とネットワークで結んだ「全国消費生活情報ネットワークシステム (Practical Living Information Online Network System (PIO-NET:パイオネット))」により、消費者からの消費生活相談を収集・分析し、関係行政機関等に情報提供しています。

## (3)相談事業

全国の消費生活センター等からの経由相談に幅広く対応するとともに、消費者ホットライン等を活用した地方支援として、消費者からの苦情・問合せ等に対し、助言や情報提供、必要に応じてあっせん業務も行っています。苦情が多発するような問題については、必要な調査、分析を行って、被害の未然防止・拡大防止のため、消費者への注意喚起、行政機関や事業者団体等への改善要望等を行っています。また、「越境消費者センター(CCJ)」や「訪日観光客消費者ホットライン」等も運営しています。

### 【国民生活センター越境消費者センター (CCJ)】

国民生活センター越境消費者センター (CCJ: Cross-Border Consumer Center Japan) は、海外事業者との取引でトラブルに遭った消費者からの相談を受け付けています。越境消費者センター (CCJ) は、2011年11月に消費者庁の調査事業として設置され、2015年度からは国民生活センターの恒常的事業として運営されています。

(ウェブサイト https://www.ccj.kokusen.go.jp/)

#### (4) 商品テスト事業

全国の消費生活センター等で受け付けた苦情相談の解決のため、衣食住・乗り物等消費生活に 関する幅広い商品について、生活実態を踏まえた商品テストを実施しています。また、被害の未 然防止・拡大防止のため、消費者への注意喚起のためのテストを実施するとともに、行政機関や 事業者団体等に商品改善や規格・基準等の改正を要望しています。

# (5)教育研修事業

全国の消費生活センター等の人材育成・資質向上に寄与するため、消費生活相談員のレベルアップを図る研修や、行政職員を対象とした研修事業を各地で展開しています。また、消費者教育の担い手となる消費生活相談員、行政職員、教員等への研修も行っています。

このほか、2016 年度から、消費者安全法に基づく登録試験機関として、「消費生活相談員資格試験」(国家資格)を実施しています。この資格試験は、当センターが 1991 年度から実施してきた「消費生活専門相談員資格認定試験」も兼ねています。

# (6) ADR 事業

2009 年 4 月から、独立して職権を行う公正・中立な紛争解決委員会(以下この項において「委員会」という。)を設置し、消費者紛争のうち、その解決が全国的に重要である紛争(重要消費者紛争)の解決手続を実施しています。

委員会が行う紛争解決手続には、和解の仲介(あっせんや調停に相当)と仲裁の2種類があります。これらの手続については、時効の完成の猶予や訴訟手続の中止といった法的効果が付与されています。また、相談処理では解決が困難な紛争にも対応できるよう、出席や資料提出の要求、義務履行の勧告などができる仕組みになっています。

手続が終了すると、国民生活の安定・向上のため必要があるときには、委員会は同種のトラブルの解決や未然防止のために、結果の概要を公表しています。

### (7)特定適格消費者団体立担保支援事業

特定適格消費者団体が、財産の散逸・隠匿のおそれがある悪質事案においても被害回復を図れるよう 2017 年 10 月から、特定適格消費者団体に代わって仮差押えに必要な担保を立てることができるようになりました。

#### 問合せ先

○独立行政法人国民生活センター総務部企画課 電話 03-3443-6284

# 4. 消費者団体、事業者団体等

# (1)消費者団体の役割

消費者団体の主な役割は、消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見を表明することであり、消費者基本法では、消費者に対する啓発及び教育、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めるものとされています。

また、消費者教育の推進に関する法律では、消費者団体は、学校、地域、家庭、職域その他の 様々な場において行われる消費者教育に協力するよう努めるものとされており、今後の活躍が 期待されています。

# 問合せ先

- ○消費者庁地方協力課 電話 03-3507-9174
- ○消費者庁消費者教育推進課 電話 03-3507-9149

# (2) 適格消費者団体/特定適格消費者団体

適格消費者団体とは、消費者被害の未然防止・拡大防止のため、事業者の不当な行為に対して 差止請求権を適切に行使することができる適格性を備えた消費者団体で、一定の要件を満たし ている者として内閣総理大臣の認定を受けたものです。全国に 21 団体 (2020 年 7 月末時点) あ ります。なお、これまで適格消費者団体による差止請求訴訟は、73 事業者に対して提起されて います (2020 年 7 月末時点)。

特定適格消費者団体は、適格消費者団体のうちから新たな認定要件を満たす団体として内閣総理大臣の認定を受けた法人です。全国に3団体(2020年7月末時点)あります。なお、これまで特定適格消費者団体による共通義務確認訴訟は、5事業者に対して提起されています(2020年7月末時点)。

# 問合せ先

○消費者庁消費者制度課 電話 03-3507-9166

### (3) 事業者団体の役割

事業者団体は、消費者基本法において、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者 との間に生じた苦情の処理の体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の 作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとされています。

# 問合せ先

○消費者庁参事官(調査・物価等担当)

### (4) 主な団体の活動

消費者政策に関する主な団体の概要は以下の通りです。

### ① 公益社団法人全国消費生活相談員協会

(Japan Association of Consumer Affairs Specialists (JACAS: ジェイカス))

公益社団法人全国消費生活相談員協会(JACAS)は各地の消費生活センター等で消費生活相談業務等に従事している消費生活相談員を中心に1977年に設立されました。1987年には、内閣総理大臣の許可を得て、社団法人として活動を始めました。創立30周年を迎えた2007年11月には、内閣総理大臣より消費者契約法の「適格消費者団体」として認定され、2012年4月1日に公益社団法人となりました。北海道、東北、関東、中部、北陸、関西、九州の7支部で組織しており、2020年3月末時点で約1,800余名の会員が全国で活動しています。会員は主として国民生活センターの付与する資格「消費生活専門相談員」の有資格者です。会員及び消費生活問題専門家の資質向上、消費者教育・啓発等を目的に各種事業を行っています。主な活動として、「週末電話相談」や「電話相談110番」を実施して消費者被害の救済を図る一方、寄せられた相談の中から、消費者契約法の不当条項などに該当する条項の使用停止や改善を求める「適格消費者団体」としての活動も積極的に行っています。さらに、消費者教育研究所を中心に消費者教育を推進し、「消費者問題出前講座」を全国各地で実施するなど、消費者被害の未然防止や拡大防止に努めています。

また、ブックレット等の消費者教育・啓発のための教材の出版、各府省庁への要望書やパブリックコメントなどへの提言も積極的に行っています。

主な事業は次のとおりです。

- 1) 適格消費者団体としての活動
- 2) 週末電話相談の実施:週末電話相談専用電話

東京 03-5614-0189 (土曜・日曜 10:00~12:00、13:00~16:00)

大阪 06-6203-7650 (年末年始を除く日曜 10:00~12:00、13:00~16:00)

北海道 011-612-7518 (年末年始を除く土曜 13:00~16:00)

- 3) 消費者被害の実態把握とその救済を目的とした電話相談 110 番事業
- 4) 受託による相談対応業務
- 5) 消費者教育・啓発のための講座、ブックレット等の作成
- 6) 会員及び消費生活問題専門家の資質向上のための研修
- 7) 関係行政機関、業界団体等への消費生活向上に関する提言活動
- 8) 消費生活問題に関連するシンポジウムの開催
- 9)機関紙の発行等
- 10) 消費者教育研究所の活動

# 問合せ先

○公益社団法人全国消費生活相談員協会

住所 〒103-0012 東京都中央区日本橋堀留町 2-3-5 グランドメゾン日本橋堀留 101

電話 03-5614-0543 FAX 03-5614-0743 ウェブサイト http://www.zenso.or.jp/

### ② 公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

(Nippon Association of Consumer Specialists (NACS:ナックス))

公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会(NACS)は、1988年6月に設立され、2011年4月に消費者団体として初めて公益法人に認定された消費生活に関する専門家団体です。会員は主として消費生活アドバイザー、消費生活コンサルタントによって構成され、全国7支部約2,500名の会員を有しています。

NACS は消費者利益と企業活動の調和を図りながら健全な消費社会の実現を目指し、「消費者トラブルの解決」「消費者啓発」「消費者と行政・企業・関連団体等との連携」を中心に幅広い活動を展開しています。この活動の一環として、2006 年2月には、経済産業省から認定個人情報保護団体の認定を取得しました。また、2008 年3月には、裁判外紛争解決手続の利用の促進に関する法律に基づく法務大臣の認証を取得しました。

1)消費者トラブルの解決

ウィークエンド・テレホン

東京 03-5729-3711 (日 11:00~16:00)

大阪 06-4790-8110 (土 10:00~16:00)

電話相談なんでも 110番 (時代に合わせたテーマで毎年 10月実施)

Consumer ADR

2)消費者啓発

学校における消費者教育の実施、消費者啓発テキストの作成 学校、自治体、企業への講師派遣、消費者啓発セミナーの開催

3) 企業の消費者志向推進

賛助会員企業等との消費者情報交換会の実施

「消費者志向 NACS 会議」「消費者志向経営エキスパート養成講座」の開催

4) 行政・消費者団体との関わり

福祉サービス第三者評価、消費者関連団体との連携

5) 環境問題への取組み

講座開催、エコプロダクツ展での情報発信等

6)調査・研究・提言

「消費生活研究」の発行

消費者政策に対する提言:パブリックコメント等の提出

消費者機構日本 (COJ) への協力

# 問合せ先

○公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

住所 〒150-0002 東京都渋谷区渋谷 1-17-14 全国婦人会館 2F

電話 03-6434-1125 FAX 03-6434-1161

# ③ 一般財団法人日本消費者協会

一般財団法人日本消費者協会は、1961 年9月に設立された消費者啓発活動の推進機関で、消費者リーダーの養成、一般消費者の消費者力の向上、消費者相談等により、暮らしの改善や充実した消費生活のための事業を実施しています。2013 年 10 月1日に一般財団法人に移行しました。

1)消費生活コンサルタント養成講座の実施

消費者リーダーや消費生活センター等の相談員を始め、幅広く消費者問題の専門家を養成するため、講座を開設しています。現在年1回の開講とし、毎週土曜日日中に全13回にわたるスクーリング形式で行います。(オンライン講義も併用)

2) 消費者力検定試験

消費者、事業者問わず、若者から高齢者まで幅広い対象に向けて、消費社会を生きるうえで知っておくべきこと、役立つことを学び、さらに消費行動を通じて社会に貢献する意識の向上も目的とします。

消費生活関連知識の自己チェックや更なる消費者力向上を目指して、個人での受験と合わせ、学校や企業などでの団体受験も実施。取得した点数により、級認定をしています。

3) コンシューマー・オフィサー養成講座

企業内に消費者志向の意識を有する専門家を養成することを目的として、消費者対応を 総合的に集中して学ぶ養成講座を実施しています。

4)消費生活相談員新資格指定講習会

消費者庁から指定機関として認定され、2016 年度から5年間開催する本講習会を実施しています。

5) 消費者啓発用の小冊子他、出版物の作成

消費者力検定対策テキスト、過去問題ワークブック

悪質商法関連を始めとした消費者啓発用小冊子

葬儀に関する報告書及びエンディング関連冊子

美容医療サービス契約用法規対応様式書類

6)消費者相談の実施

消費生活に関する各種苦情・問合せなどに、消費生活コンサルタントが対応します。 消費者相談室電話番号:03-5282-5319(祝祭日・年末年始・相談員の研修日を除く、火~ 金の10:00~12:00、13:00~16:30)

7) 消費生活相談員等の研修

消費生活相談員や行政職員、消費生活コンサルタント等を対象に、実務に役立つタイムリーな内容を取り上げ、2日間の研修会を年2回開催しています。

8) 講師の派遣

消費者力アップのためのサポートに講師派遣を実施。市民講座や消費者力検定対策講座のほか、高齢者見守りや地域サポーター、消費生活推進員養成などにも広く活用されています。

# 問合せ先

○一般財団法人日本消費者協会

住所 〒101-0051 東京都千代田区神田神保町 1-18-1 千石屋ビル3階 電話 03-5282-5311 FAX 03-5282-5315 ウェブサイト https://jca-home.jp/

# ④ 一般社団法人全国消費者団体連絡会

一般社団法人全国消費者団体連絡会は、「消費者の権利とくらしを守り向上を目指すため全国 の消費者組織との連絡を図り、消費者運動を促進すること」を目的に 1956 年に結成され、消費 生活に関する諸問題や制度及び消費者運動の進め方について、調査研究、情報交換、政策提言等 を行っている団体です。会員団体数は 2020 年 3 月時点で 48 団体(地域単位の消費者連絡組織 26、全国的消費者組織 15、消費者問題に関る非営利組織 7)。毎年開催されている全国消費者大 会の事務局を担うなど、会員団体の枠を超えた幅広い消費者団体のネットワークとなっていま す。

また、国際的な消費者組織である CI (国際消費者機構) に正会員として加盟し、世界的なレベルで消費者利益の保護と促進のための提言、教育、調査等を行っています。2013 年4月に法人格を取得しました。

1)調査・研究・提言

消費者・生活者の視点から、行政の審議会、検討会等への参加、意見書等の提出、会員 向けの学習会、研究会の開催等。

2)消費者団体交流

会員向け交流会の開催。全国消費者大会事務局。

3) 他団体交流・啓発

行政、生産者団体、事業者団体、法律家、専門家等との交流促進。

4) 情報収集・提供、消費者啓発

一般消費者向けにウェブサイトの運営。会員向けに機関紙「消費者ネットワーク」やメ ールニュースの配信など。

5) その他

CI(国際消費者機構)を通じた海外情報の収集と国内への紹介等。

# 問合せ先

○一般社団法人全国消費者団体連絡会

住所 〒102-0085 東京都千代田区6番町15 プラザエフ6F

電話 03-5216-6024 FAX 03-5216-6036

ウェブサイト http://www.shodanren.gr.jp/

### ⑤ 公益社団法人消費者関連専門家会議

(The Association of Consumer Affairs Professionals (ACAP:エイキャップ))

公益社団法人消費者関連専門家会議(ACAP)は、企業や団体の消費者関連部門の責任者や担当

者で構成する組織として 1980 年 10 月に設立され、2012 年から公益社団法人となりました。企業の消費者志向経営の推進、消費者対応力の向上、消費者、行政、企業相互の信頼の構築に向けて、各種研修、調査、消費者啓発、対外交流等幅広い活動を行っています。ミッション(使命)として「社会、経済の健全な発展と国民生活の向上に寄与する」、ビジョン(目的)として「消費者志向経営を推進し、消費者市民社会の実現をめざす消費者志向事業者団体」を掲げています。<活動の概要>

- 1)消費者志向経営の推進に関するセミナー、研修 ACAP 主催および行政・団体等との共催セミナー 企業、事業者を対象とした研修 出張講座・講師派遣
- 2)消費者問題に関する啓発展示事業 消費者啓発資料の常設展示コーナーの設置、運営 消費生活展への出展・参加、啓発資料の配布
- 3) 消費者問題に関する調査研究・情報提供事業 ACAP 研究所における研究会活動 調査活動による情報提供、意見表明等 交流事業の推進 情報提供、コミュニケーション活動の推進
- 4)消費者問題に関する提言募集・表彰事業 ACAP消費者問題に関する「わたしの提言」の募集・表彰 ACAP消費者志向活動表彰の募集・表彰
- 5) 消費者志向経営のための支援事業

「ISO/JIS Q 10002 (苦情対応マネジメントシステム)」普及・社内構築支援普及のための講座や第三者意見書発行事業を展開

消費者対応の体制整備や対応力向上のための事業者相談事業の推進

# 問合せ先

○公益社団法人消費者関連専門家会議

住所 〒160-0022 東京都新宿区新宿 1-14-12 玉屋ビル 5 F

電話 03-3353-4999 FAX 03-3353-5049

ウェブサイト https://www.acap.or.ip/

### ⑥ 一般財団法人日本産業協会

一般財団法人日本産業協会は、企業や行政等で苦情処理又は相談業務を通じて消費者に適切なアドバイスをすることや、消費者の意向を企業経営に反映させること等の能力を持った人材の養成を目的とした「消費生活アドバイザー」制度の創設を受けて、1980年に通商産業大臣(当時)の事業認定を得て、第1回の消費生活アドバイザー資格の試験実施を開始しました。

2000 年には、訪問販売等に関する法律に基づく「訪問販売取引等適正化業務」を行う法人に指定され(現在は、特定商取引法第61条の「特定商取引適正化業務」を実施する指定法人とな

っています。)、消費生活アドバイザー試験の実施をはじめ申出制度の普及・相談業務等を行っています。なお、2009 年 9 月の消費者庁の設置に伴い、消費生活アドバイザー資格は、内閣総理大臣及び経済産業大臣の事業認定資格となるとともに、消費者安全法施行規則により、地方公共団体の消費生活センターで消費者相談等に従事する者の資格の 1 つに指定されています。また、2016 年度以降は登録試験機関として、「消費生活相談員資格試験」(国家資格)を兼ねています。

- 1) 消費生活アドバイザー資格試験及び資格更新研修の実施並びに資格の付与
- 2) お客様対応専門員 (CAP) 資格試験の実施
- 3) 特定商取引法に定める申出制度に係る助言
- 4) インターネット通信販売等適正化(消費者庁委託事業) など

# 問合せ先

○一般財団法人日本産業協会

主な事業は次のとおりです。

住所 〒101-0047 東京都千代田区内神田 2-11-1 島田ビル 3 階電話 (消費生活アドバイザー制度) 03-3256-7731 (申出制度の相談窓口) 03-3256-3344

FAX 03-3256-3010

ウェブサイト http://www.nissankyo.or.jp/

# [6]消費者関連法制

# 1. 消費者契約法

## (1) 法律の制定・改正等の背景と経緯

近年、商品・サービスの多様化により消費者の選択の自由が拡大する反面、消費者と事業者と の間にある情報・交渉力の格差を背景に、消費者契約(消費者と事業者との間で締結される契約) に関するトラブルが増加しています。

こうした中、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差に鑑みて、消費者が消費者契約の取り消しや消費者契約の条項の無効を主張できる場合を類型的に定めた消費者契約法(2000年5月12日公布、最終改正2018年6月15日)が、消費者契約を包括的に適用対象とする民事ルールとして2000年に成立し、2001年4月1日から施行されています。そして、事業者の不当行為自体を抑止する方策として、消費者全体の利益擁護のため、内閣総理大臣の認定を受けた適格消費者団体に、事業者の不当な行為に対して差止めを求める権利を認める消費者団体訴訟制度が2006年の同法改正により創設され、2007年6月から導入されています。

また、2008年の法改正により、2009年4月1日から景品表示法(1962年5月15日公布、最終改正2014年11月27日)、同年12月1日から特定商取引法(1976年6月4日公布、最終改正2016年6月3日)に、2013年の法改正により、2015年4月1日から食品表示法(2013年6月28日公布、最終改正2018年12月14日)に消費者団体訴訟制度が導入されました。食品表示に関する不当表示に対しても、差止請求を行うことができるようになり、消費者被害の未然防止・拡大防止がより一層図られることとなりました。

また、2016年の法改正では、2017年6月3日から事業者が知って締結した過量契約の取り消しが可能となり、不実告知における重要事項の範囲が拡大されるなど、消費者が取消権を行使できる要件が拡大されています。また、消費者の解除権を一切認めない条項や消費者の不作為をもって当該消費者が新たな消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたとみなす条項の無効主張を認めることになりました。

さらに、2018年の法改正では、2019年6月15日から社会生活上の経験不足の不当な利用、加齢等による判断力の低下の不当な利用など、取り消しできる不当な勧誘行為の類型を追加するとともに、無効となる契約条項の追加をして、契約の取り消し、条項の無効主張の要件が緩和されています。

### (2)消費者契約法の概要

#### ① 適用範囲

消費者契約(消費者と事業者との間で締結される契約)に当たる限り、適用除外を設けず全取引を対象とするが、労働契約については適用しない(第2条、第48条)。

### ② 消費者契約の締結過程に係るトラブルの解決

消費者契約の締結について勧誘するに際し、事業者の以下に掲げる一定の行為により消費 者が誤認し、又は困惑した場合等について、消費者は契約の申込み又は承諾の意思表示を取り 消すことができる。

### 1)「誤認」類型

- ア) 重要事項(当該消費者契約の目的となるものの内容又は取引条件であって、消費者の当該消費者契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきもののほか、当該消費者契約の目的となるものが消費者の生命、身体、財産その他の重要な利益についての損害又は危険を回避するために通常必要であると判断される事情)について、事実と異なることを告げること(第4条第1項第1号)
- イ) 当該消費者契約の目的となるものに関し、将来における変動が不確実な事項(将来におけるその価額、将来において当該消費者が受け取るべき金額など)につき断定的判断を提供すること(第4条第1項第2号)
- ウ)ある重要事項(当該消費者契約の目的となるものの内容又は取引条件であって、消費者の当該消費者契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきもの)又は当該重要事項に関連する事項について当該消費者の利益となる旨を告げ、かつ、当該重要事項について当該消費者の不利益となる事実(当該告知により当該事実が存在しないと消費者が通常考えるべきものに限る。)を故意又は重大な過失によって告げないこと(第4条第2項)

#### 2)「困惑」類型

- ア)事業者に対し、消費者が、その住居又はその業務を行っている場所から退去すべき旨の 意思を示したにもかかわらず、退去しないこと(第4条第3項第1号)
- イ)事業者が勧誘をしている場所から消費者が退去する旨の意思を示したにもかかわらず、 消費者を退去させないこと(第4条第3項第2号)
- ウ)消費者が社会生活上の経験が乏しいことから、進学、就職、結婚などの社会生活上の重要な事項や容姿、体型その他の身体の特徴又は状況に関する重要な事項に対する願望の実現に過大な不安を抱いていることを知りながら、事業者がその不安をあおり、正当な理由がある場合でないのに、物品、権利、役務その他の消費者契約の目的となるものが願望を実現するために必要である旨を告げること(第4条第3項第3号)
- エ)消費者が社会生活上の経験が乏しいことから、勧誘を行うものに対して恋愛感情その他の好意の感情を抱き、かつ勧誘を行う者も消費者に対して同様の感情を抱いているものと誤信していることを知りながら、事業者がこれに乗じ、消費者契約を締結しなければ勧誘を行う者との関係が破綻することになる旨を告げること(第4条第3項第4号)
- オ)消費者が、加齢又は心身の故障によりその判断力が著しく低下していることから、生計、 健康その他の事項に関し現在の生活の維持に過大な不安を抱いていることを知りながら、 事業者がその不安をあおり、正当な理由がある場合でないのに、消費者契約を締結しな ければ現在の生活の維持が困難となる旨を告げること(第4条第3項第5号)
- カ)消費者に対し、事業者が霊感その他の合理的に実証することが困難な特別な能力による 知見として、そのままでは消費者に重大な不利益を与える事態が生ずる旨を示してその 不安をあおり、消費者契約を締結することにより確実にその重大な不利益を回避するこ

とができる旨を告げること (第4条第3項第6号)

- キ)消費者が消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をする前に、事業者が消費者契約 を締結したならば負うこととなる義務の内容の全部又は一部を実施し、その実施前の現 状の回復を著しく困難にすること(第4条第3項第7号)
- ク)消費者が消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をする前に、事業者が調査、情報の提供、物品の調達その他の消費者契約の締結を目指した事業活動を実施した場合において、正当な理由がある場合でないのに、当該事業活動が消費者のために特に実施したものである旨及び当該事業活動の実施により生じた損失の補償を請求する旨を告げること(第4条第3項第8号)

#### 3)過量契約取消権

事業者が消費者契約の締結について勧誘するに際し、物品、権利、役務その他の当該消費者 契約の目的となるものの分量、回数又は期間が当該消費者にとっての通常の分量等を著し く超えるもの(過量)であることを知っていた場合、又は消費者が既に同種契約を締結し、 当該同種契約の目的となるものの分量等と当該消費者契約の目的となるものの分量等とを 合算した分量等が過量であることを知っていた場合において、その勧誘により消費者契約 の申込み又はその承諾の意思表示をしたこと(第4条第4項)

## (3) 消費者契約の契約条項に係るトラブルの解決

消費者契約において、以下に掲げる消費者の利益を不当に害することとなる条項を無効とする。

- ① 事業者の債務不履行による損害賠償責任を全部免除し、又は当該事業者にその責任の有無 を決定する権限を付与する条項(第8条第1項第1号)
- ② 事業者の債務不履行(事業者、その代表者又はその使用する者の故意又は重過失の場合) による損害賠償責任を一部免除し、又は当該事業者にその責任の限度を決定する権限を付与する条項(第8条第1項第2号)
- ※ただし、前記①、②の条項のうち、消費者契約が有償契約である場合において、引き渡された目的物が種類又は品質に関して契約の内容に適合しないことによる損害賠償責任(契約不適合責任)を免除するものについては、事業者が履行の追完をする責任又は代金等を減額する責任を負う場合や、他の事業者が同様の責任を負う場合には、第8条第1項第1号又は第2号を適用しない(第8条第2項)。
- ③ 消費者契約における事業者の債務の履行に際してされた当該事業者の不法行為による損害 賠償責任を全部免除し、又は当該事業者にその責任の有無を決定する権限を付与する条項(第 8条第1項第3号)

- ④ 消費者契約における事業者の債務の履行に際してされた当該事業者の不法行為(当該事業者、その代表者又はその使用する者の故意又は重過失の場合)による損害賠償責任を一部免除し、又は当該事業者にその責任の限度を決定する権限を付与する条項(第8条第1項第4号)
- ⑤ 事業者の債務不履行により生じた消費者の解除権を放棄させ、又は当該事業者にその解除権の有無を決定する権限を付与する条項(第8条の2)
- ⑥ 事業者に対し、消費者が後見開始の審判等を受けたことのみを理由とする解除権を付与する条項(第8条の3)
- ⑦ 消費者契約の解除に伴う損害賠償額の予定又は違約金を定める条項であって、これらを合算した額が、当該契約と同種の契約解除に伴い当該事業者に生ずべき平均的な損害の額を超えるもの(当該超える部分)(第9条第1号)
- ⑧ 消費者が消費者契約に基づき支払うべき金額を期日までに支払わない場合における損害賠償額の予定等を定める条項であって、未払額に課される金利のうち年14.6%を超えるもの(当該超える部分)(第9条第2号)
- ⑨ 消費者の不作為をもって消費者が新たな消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたものとみなす条項その他の法令中の任意規定の適用による場合よりも消費者の権利を制限し又はその義務を加重する条項であって、信義則に反して消費者の利益を一方的に害する条項(第10条)

#### (4) 事業者・消費者の努力

事業者は、以下に掲げる措置を講ずるよう努めなければならない。

- ① 消費者契約の条項を定めるに当たっては、契約内容が、その解釈について疑義が生じない明確なもので、かつ、消費者にとって平易なものになるよう配慮すること(第3条第1項第1号)
- ② 消費者契約の締結について勧誘するに際しては、消費者の理解を深めるために、契約の目的となるものの性質に応じ、個々の消費者の知識及び経験を考慮した上で、契約の内容についての必要な情報を提供すること(第3条第1項第2号)

また、消費者は、消費者契約の内容について理解するよう努めるものとすること(第3条第2項)

# 問合せ先

○消費者庁消費者制度課

電話 03-3507-9166

<消費者契約法>

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\_system/consumer\_contract\_act/

## 2. 消費者安全法

# (1) 法制定の経緯

2008 年 6 月に閣議決定した「消費者行政推進基本計画」を踏まえ、同年 9 月に国会に提出された関連 3 法案が、2009 年 5 月に成立しました。消費者安全法(2009 年 6 月 5 日公布、最終改正 2014 年 6 月 13 日)は、この消費者庁関連 3 法の 1 つで、消費者庁設置に際して新たに制定された実体法であり、消費者庁設立の趣旨を法律の形で示すものです。

消費者庁設置に際して、従前の消費者行政の問題点として、縦割り行政や産業育成主体の行政の在り方を背景に、消費者にとって相談窓口が一元化されていない不便、行政機関間における情報共有の不備、各行政機関の権限のすき間に落ちる事案の存在、権限不行使の問題等が指摘されました。これらの問題を改善するため、消費者庁を設置することによって、消費者に身近な法律は消費者庁が自ら所管するとともに、情報の一元的集約・分析体制を整備し、いわゆる「すき間事案」にも対応できる措置を定め、また消費者庁が消費者行政の司令塔として各府省庁等(各大臣)に措置要求できるようにする等の仕組みが整備されました。

### (2) 消費者安全法の概要

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、基本方針の策定について定めるとともに、消費生活相談等の事務の実施、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・拡大防止のための措置等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法律です(第1条)。

消費者安全法に基づき、行政機関の長、都道府県知事、市町村長及び国民生活センターの長は、 内閣総理大臣(消費者庁)に対し、重大事故等が発生した旨の情報を得たときは直ちに、消費者 事故等(重大事故等を除く。)が発生した旨の情報を得た場合であって、当該消費者事故等によ る被害の拡大又は同種・類似の消費者事故等の発生のおそれがあると認めるときは速やかに、通 知をすることになっています。消費者庁は、これら関係機関から集められた事故情報を一元的に 集約し、その分析を行うほか、消費者事故等による被害の拡大又は同種・類似の消費者事故等の 発生の防止を図るため、消費者への注意喚起等、各府省庁等(各大臣)に対する措置要求、事業 者に対する勧告及び命令、譲渡等の禁止又は制限、回収等の命令等の措置をとることができます。

さらに、国及び地方公共団体の機関であって、消費者の利益の擁護及び増進に関連する分野の 事務に従事するもの(以下「関係機関」という。)は、当該地方公共団体の区域における消費者 安全の確保のための取組を効果的かつ円滑に行うため、当該関係機関のほか地域で活動する様々 な団体や個人を構成員とする消費者安全確保地域協議会を組織することができ、同協議会は、消 費者安全の確保のため、消費生活上特に配慮を要する消費者の状況を見守る等の必要な取組を 行うことを定めるとともに、地方公共団体の長は、地域で活動する民間の団体又は個人のうちから、「消費生活協力団体」又は「消費生活協力員」を委嘱することができる等も規定し、地域の 見守りネットワークの構築を図っています。

# (3) 2012 年改正の概要

消費者安全法については、①消費者事故等の調査機関の設置、②消費者の財産被害に係る「すき間事案」への行政措置の導入という立法当時からの課題に応えるため、2012 年に一部改正がなされました。具体的には、同年2月「消費者安全法の一部を改正する法律案」が第180回通常国会に提出され、国会において一部修正の上、同年8月に同法律案は可決・成立しました。

# ① 消費者事故等の調査機関の設置

生命又は身体の被害に関する消費者事故等について、事故及び被害の原因を究明するための調査や、被害の拡大又は同種類似の事故等の発生防止のため講ずべき施策又は措置について、必要に応じて勧告や意見具申等を行う消費者安全調査委員会が消費者庁に設置され、調査のために必要な権限や、消費者安全調査委員会への申出制度等が整備されました(消費者安全調査委員会については、69ページを参照。)。

# ② 消費者の財産被害に係る「すき間事案」への行政措置の導入

多数の消費者の財産に被害を生じさせる又は生じさせるおそれのある特定の消費者事故等(多数消費者財産被害事態)が発生した場合に、他の法律で対処できないときは、内閣総理大臣(消費者庁)が事業者に対して行政措置(勧告・命令)をとることができるようになりました。

消費者庁は、消費者被害の発生・拡大を防止するため、この改正法を厳正に執行しています。

対象となる者		消費者	行政機関	各大臣	事業者		
措置等の内容		注意喚起	情報提供	措置要求	勧告 ・ 命令	譲渡等の 禁止・制 限、回収 等命令	
生命身体	消費者	他法律の措置あり	0	0	0		
	事故等	すき間事案	0	0			
	重大事故等	他法律の措置あり	0	0	0		
		すき間事案	0	0		0	0
財産事案	消費者事故等	他法律の措置あり	0	0	0		
		すき間事案	0	0			
	多数消 費者財	他法律の措置 あり	0	0	0		
	産被害 事態	すき間事案	0	0		0	

## (4) 2014 年改正の概要

高齢者の社会的孤立、認知力の低下、生活困窮を背景に、高齢者等の消費者被害が深刻化していることから、地域の見守りネットワークの構築やどこに住んでいても質の高い相談が受けられる体制の整備、消費生活相談員の確保と資質向上等を図るため、消費者安全法が2014年6月13日に改正され、2016年4月1日から施行されています。

## 1)消費者安全確保地域協議会等

関係機関が、見守り等の活動を行う消費者安全確保地域協議会を組織できるようにし、地方公共団体の長は、地域で活動する「消費生活協力団体」又は「消費生活協力員」を委嘱できるものとしました。

### ② 消費生活相談等の事務の実施

市町村による消費生活相談等の事務の実施について、都道府県が市町村に対して助言、協力等の援助を行うこととし、都道府県及び市町村の消費生活相談の事務の一部を一定の基準に適合する者に委託できるものとしました。

### ③ 消費生活相談員の職の法定化等

消費生活センターについては、消費生活相談員資格試験に合格した者等である「消費生活相談 員」が相談等の事務に従事することとし、消費生活相談員資格試験を実施する登録試験機関制度 を設けました。

# 問合せ先

- ○消費者庁消費者政策課(財産被害対策室) 電話 03-3507-9186
- ○消費者庁消費者安全課 電話 03-3507-9202
- ○消費者庁地方協力課 電話 03-3507-9174

# 3. 特定商取引に関する法律(特定商取引法)

## (1) 法律の制定・改正の経緯

特定商取引法(1976年6月4日公布、最終改正 2016年6月3日)の前身である訪問販売等に関する法律は、1970年頃から「訪問販売」や「通信販売」、「連鎖販売取引」といった販売形態での消費者トラブルが増加し、社会問題化してきたため、訪問販売、通信販売、連鎖販売取引に一定のルールを設けることにより、販売業者と消費者との間に生じるトラブルを未然に防止することを目的として、1976年に制定されました。

その後の主な改正の経緯は以下のとおりです (一部政令改正に関するものを含む。)。

# ① 1984 年改正

割賦販売法(1961年7月1日公布、最終改正2020年6月24日)の改正に合わせて、クーリング・オフの期間が4日間から7日間に延長されました。

# ② 1988 年改正

指定商品のほか、役務と権利も規制対象とする、クーリング・オフ期間を8日間に延長する、 キャッチセールスとアポイントメントセールスを訪問販売に含め規制対象とするなどの改正が 行われました。

### ③ 1996 年改正

「電話勧誘販売」の規定を新設するなどの改正が行われました。

### ④ 1999 年改正

「特定継続的役務提供」の規定を新設するなどの改正が行われました。

## ⑤ 2000 年改正

法律名が特定商取引に関する法律に改称されました。 また、「業務提供誘引販売取引」の規定を新設するなどの改正が行われました。

#### ⑥ 2002 年改正

「電子メールによる一方的な商業広告の送りつけ問題」に対応するため、通信販売、連鎖販売取引及び業務提供誘引販売取引に関する規制に関して、「広告メールの受信を希望しない旨の意思表示を行った者への再送信の禁止」及び「広告への表示事項の追加」を内容とする改正が行われました。

# ⑦ 2003 年改正

特定継続的役務提供の指定役務にパソコン教室と結婚相手紹介サービスが追加されました。

#### ⑧ 2004 年改正

悪質な勧誘に対する規制の強化(勧誘目的の明示の義務付け等)、民事ルールの整備等の改正 が行われました。

### ⑨ 2008 年改正

悪質商法対策の充実・強化を図る観点から訪問販売、通信販売、電話勧誘販売については別の 法律で消費者被害の是正ができるもの等を除き、原則全ての商品・役務を扱う取引を規制対象と する「指定商品・指定役務制の廃止」、訪問販売業者に当該契約を締結しない旨の意思を示した 消費者に対しては、契約の勧誘をすることを禁止する「再勧誘の禁止」、訪問販売によって通常 必要とされる量を著しく超える商品等を購入する契約を結んだ場合、契約後1年間は契約の解 除を可能とする「過量販売解除」の導入等の改正が行われました。

#### ① 2012 年改正

2010年度から2011年度にかけて、業者が突然消費者の自宅等を訪れ、貴金属等を強引に買い取る取引(押し買い)について、消費者からの苦情相談件数が急増しました。そのため、「訪問購入」の規定を新設し、訪問購入業者に対して、不当な勧誘行為等の禁止や書面の交付義務といった規制が掛かるとともに、訪問購入に関する売主(消費者)によるクーリング・オフが可能となりました。

### ⑪ 2016 年改正

次々と法人を立ち上げて違反行為を行う事業者への対処として、業務停止を命ぜられた法人の取締役やこれと同等の支配力を有すると認められるもの等に対して、停止の範囲内の業務を、新たに法人を設立して継続すること等を禁止するなどの強化を行いました。あわせて、所在不明の違反業者に対する公示送達による処分を可能としたほか、違反事業者に対して消費者利益を保護するために必要な措置を指示できることを明示する指示事項の明確化、電話勧誘販売における「過量販売解除」の導入、訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売における指定権利制の見直し、特定継続的役務提供の指定役務への美容医療の追加などの改正が行われました。

#### (2)特定商取引法の概要

特定商取引法は、消費者トラブルが生じやすい7つの取引類型(訪問販売、通信販売、電話勧

誘販売、連鎖販売取引、特定継続的役務提供、業務提供誘引販売取引、訪問購入)について、事業者による不公正な行為等を規制するための「氏名や勧誘目的等の明示義務」、「不当な勧誘行為の禁止」、「契約等に係る法定の重要事項を記載した書面の交付義務」、「広告表示規制」等といった行為規制と「申込みの撤回又は契約の解除(いわゆるクーリング・オフ)」、「契約の解除時の損害賠償額の制限」等のトラブル防止のための民事ルールを定め、消費者取引の公正を確保するための法律です。行為規制に違反した場合には、業務改善等の指示や業務停止命令、業務禁止命令といった行政処分や、罰則の対象となります。

特定商取引法の執行は、消費者庁(取引対策課)と消費者庁から権限の一部委任を受けた各経済産業局が連携を密にして行っており、全国的に被害が及んでいる事案については消費者庁が、地域的に複数の都道府県域に被害がまたがる事案については各経済産業局が厳正に対処しています。

このほか、都道府県等も自治事務として特定商取引法の執行を行っており、当該都道府県等の域内に被害が認められる事案について対処しています。

なお、2019年度の特定商取引法に基づく国の行政処分件数は89件です。

# ① 訪問販売

訪問販売とは、事業者が店舗等の営業所等以外の場所(例えば、消費者の自宅等)で行う商品の販売、特定権利の販売又は役務(サービス)の提供のことをいいます。

最も一般的な訪問販売は、消費者の住居をセールスマンが訪問して契約を行うなどの販売方法です。

また、営業所等で行われた契約であっても、「訪問販売」に該当する場合があります。例えば、路上等の営業所以外の場所で消費者を呼び止めて営業所等に同行させて契約させる場合(いわゆるキャッチセールス)や、電話や郵便、SNS等で販売目的を明示せずに消費者を呼び出したり、「あなたは特別に選ばれました」などと、他の者に比べて著しく有利な条件で契約できると消費者を誘って営業所等に呼び出したりして契約させる場合(いわゆるアポイントメントセールス)がこれに当たります。

そのほか、喫茶店や路上での取引に加え、ホテルや公民館を一時的に借りるなどして行われる 展示販売のうち、期間、施設等からみて、店舗に類似するものとは認められないものも訪問販売 に該当します。

訪問販売に対しては、1)氏名等の明示の義務付け、2)再勧誘の禁止等、3)書面交付の義務付け、4)禁止行為(不実告知、重要事項不告知、威迫困惑、公衆の出入りしない場所での勧誘)等の行為規制が定められており、これらの行為規制に違反した場合には業務改善等の指示や業務停止命令、業務禁止命令といった行政処分のほか、一部については罰則の対象となります。また、民事ルールとして、1)クーリング・オフ(8日間)、2)過量販売解除等、3)不実告知や重要事項不告知によって誤認して契約を締結した場合の取消し(1年間)、4)損害賠償等の額の制限が定められています。

## ② 通信販売

通信販売とは、事業者が郵便、電話等の通信手段により申込みを受けて行う商品の販売、特定

権利の販売又は役務の提供のことをいいます。例えば新聞や雑誌、テレビ、インターネット上のウェブサイト(インターネット・オークションサイトを含む。)等による広告や、ダイレクトメール、チラシ等を見た消費者が、郵便や電話、ファクシミリ、インターネット等で購入の申込みを行う取引方法をいいます(ただし、「電話勧誘販売」に該当する場合は除きます。)。

通信販売に対しては、1)広告の表示義務(価格、支払方法、販売業者の氏名・連絡先、返品特約の有無等)、2)誇大広告の禁止(商品、権利、役務の種類、内容、効能、効果等について、「著しく事実に相違する表示」や「実際のものより著しく優良であり、若しくは有利であると人を誤認させるような表示」を禁止)、3)電子メール・ファクシミリ広告のオプトイン規制(消費者があらかじめ承諾しない限り、事業者による電子メール・ファクシミリ広告の送信を原則禁止)、4)前払式通信販売の承諾等の通知等の行為規制が定められており、これらの行為規制に違反した場合には業務改善等の指示や業務停止命令、業務禁止命令といった行政処分のほか、一部については罰則の対象となります。また、民事ルールとして、契約の解除等(例えば、「返品の可否」「返品の条件」「送料負担の有無」の事項について広告に明瞭に明示していない場合は、商品が届いてから8日間は消費者の送料負担により返品が可能)が定められています。

## ③ 電話勧誘販売

電話勧誘販売とは、事業者が消費者に電話をかけ、若しくは特定の方法により電話をかけさせ、 その電話において行う勧誘によって消費者からの売買契約若しくは役務提供契約の申込みを郵 便等により受け、又は郵便等により契約を締結して行う商品の販売、特定権利の販売若しくは役 務の提供のことをいいます。事業者が電話をかけて勧誘を行い、その電話の中で消費者からの申 込み(又は契約の締結)を受けた場合だけでなく、電話を一旦切った後、郵便、電話等によって 消費者が申込みを行った場合でも、電話勧誘によって消費者の購入意思の決定が行われたと判 断できる場合には、「電話勧誘販売」に該当します。

さらに、事業者が欺まん的な方法で消費者に電話をかけさせて勧誘した場合も該当します。電話をかけさせる方法として、政令では以下のものを規定しています。

- ア) 郵便等の一定の方法により契約の締結について勧誘するためのものであることを告げずに 電話をかけることを要請すること
- イ) 郵便等の一定の方法により他の者に比して著しく有利な条件で契約を締結できることを告げ、電話をかけることを要請すること

電話勧誘販売に対しては、1)氏名等の明示の義務付け、2)再勧誘の禁止、3)書面交付の 義務付け、4)禁止行為(不実告知、重要事項不告知、威迫困惑)等の行為規制が定められてお り、これらの行為規制に違反した場合には業務改善等の指示や業務停止命令、業務禁止命令とい った行政処分のほか、一部については罰則の対象となります。また、民事ルールとして、1)ク ーリング・オフ(8日間)、2)過量販売解除等、3)不実告知や重要事項不告知によって誤認 して契約を締結した場合の取消し(1年間)、4)損害賠償等の額の制限が定められています。

### 4) 連鎖販売取引

連鎖販売取引とは、例えば物品の販売又は役務の提供であって、ビジネスに不慣れな個人を販売員として勧誘し、さらに、他の個人を販売員として勧誘し入会させれば、特定利益が得られる

と言って特定負担を伴う取引をするものです。具体的には、「あなたが勧誘して組織に加入する人の提供する取引料の〇〇パーセントがあなたのものになります」、「他の人を勧誘して入会させると1万円の紹介料がもらえます」などと言って人々を勧誘し(このような利益を「特定利益」といいます。)、取引を行うための条件として、金銭的負担をさせる(この負担を「特定負担」といいます。)場合であれば「連鎖販売取引」に該当します。

実態はより複雑で多様な契約形態をとっているものも多くありますが、入会金、保証金、サンプル商品、商品等の名目を問わず、取引を行うために何らかの金銭負担があるものは全て「連鎖販売取引」に該当します。

連鎖販売取引に対しては、1)氏名等の明示の義務付け、2)禁止行為(不実告知、重要事項不告知、威迫困惑、公衆の出入りする場所以外での勧誘)、3)広告における表示義務、4)誇大広告等(「著しく事実に相違する表示」や「実際のものより著しく優良であり、又は有利であると人を誤認させるような表示」)の禁止、5)電子メール広告のオプトイン規制、6)書面交付の義務付け等の行為規制が定められており、これらの行為規制に違反した場合には業務改善等の指示や業務停止命令、業務禁止命令といった行政処分のほか、一部については罰則の対象となります。また、民事ルールとして、1)クーリング・オフ(20日間)、2)中途解約、3)不実告知や重要事項不告知によって誤認して契約を締結した場合の取消し(1年間)が定められています。

# ⑤ 特定継続的役務提供

特定継続的役務提供とは、役務提供事業者が、特定継続的役務(1)身体の美化又は知識若しくは技能の向上その他のその者の心身又は身上に関する目的を実現させることをもって誘引が行われるものであり、2)役務の性質上、目的が実現するかどうか確実ではない役務)を、一定期間(いわゆるエステティックサロンといわゆる美容医療の場合は1か月、他は2か月)を超える期間にわたり提供することを約し、消費者が一定額(5万円)を超える金銭を支払うことを約する契約のことです。現在、特定継続的役務として政令で、いわゆるエステティックサロン、いわゆる美容医療、いわゆる語学教室、いわゆる家庭教師、いわゆる学習塾、いわゆるパソコン教室、いわゆる結婚相手紹介サービスの7つが指定されています。

特定継続的役務提供に対しては、1)書面交付の義務付け、2)誇大広告等(「著しく事実に相違する表示」や「実際のものより著しく優良であり、又は有利であると人を誤認させるような表示」)の禁止、3)禁止行為(不実告知、重要事項不告知、威迫困惑)、4)書類の備付け及び閲覧等の行為規制が定められており、これらの行為規制に違反した場合には業務改善等の指示や業務停止命令、業務禁止命令といった行政処分のほか、一部については罰則の対象となります。また、民事ルールとして、1)クーリング・オフ(8日間)、2)中途解約権、3)不実告知や重要事項不告知によって誤認して契約を締結した場合の取消し(1年間)が定められています。

### ⑥ 業務提供誘引販売取引

業務提供誘引販売取引とは、「仕事を提供するので収入が得られる」などという口実で消費者を誘引し、仕事に必要であるとして、消費者に商品等を買わせるといった金銭負担を負わせる取引(いわゆる内職商法)のことです。例えば、次のようなものがあります。

- ・販売されるパソコンとコンピューターソフトを使用して行うウェブサイト作成の在宅ワーク
- ・販売される着物を着用して展示会で接客を行う仕事
- ・販売される健康寝具を使用した感想を提供するモニター業務
- ・購入したチラシを配布する仕事
- ・ワープロ研修という役務の提供を受けて修得した技能を利用して行うワープロ入力の在宅ワ ーク

業務提供誘引販売取引に対しては、1)氏名等の明示の義務付け、2)禁止行為(不実告知、重要事項不告知、威迫困惑、公衆の出入りする場所以外での勧誘行為)、3)広告における表示義務、4)誇大広告等(「著しく事実に相違する表示」や「実際のものより著しく優良であり、又は有利であると人を誤認させるような表示」)の禁止、5)電子メール広告のオプトイン規制、6)書面交付の義務付け等の行為規制が定められており、これらの行為規制に違反した場合には業務改善等の指示や業務停止命令、業務禁止命令といった行政処分のほか、一部については罰則の対象となります。また、民事ルールとして、1)クーリング・オフ(20日間)、2)不実告知等によって誤認して契約を締結した場合の取消し(1年間)、3)損害賠償額の制限が定められています。

## ⑦ 訪問購入

訪問購入とは、購入業者が、店舗等の営業所等以外の場所(例えば、一般消費者の自宅等)で 消費者から物品(政令で定めるものを除く。)を購入する取引のことをいいます。

訪問購入に対しては、1)氏名等の明示の義務付け、2)不招請勧誘の禁止、3)勧誘意思の確認義務、4)再勧誘の禁止、5)書面交付の義務付け、6)物品の引渡しの拒絶に関する告知、7)禁止行為(不実告知、重要事項不告知、威迫困惑)、8)第三者への物品の引渡しについての相手方に対する通知、9)物品の引渡しを受ける第三者に対する通知等の行為規制が定められており、これらの行為規制に違反した場合には業務改善等の指示や業務停止命令、業務禁止命令といった行政処分のほか、一部については罰則の対象となります。また、民事ルールとして、1)クーリング・オフ(8日間)、2)物品の引渡しの拒絶等が定められています。

# 問合せ先

○消費者庁取引対策課

電話 03-3507-8800 (代)

<特定商取引法ガイド> https://www.no-trouble.caa.go.jp/

## 4. 特定商品等の預託等取引契約に関する法律(預託法)

### (1) 法制定の経緯

投資や資産形成に関する悪質商法の被害に対応するため、預託等取引契約の締結及びその履行を公正にし、預託者が受けることのある損害の防止を図ることにより、預託等取引契約に係る預託者の利益の保護を図ることを目的とした、預託法が制定されました。同法は1986年5月第

104回通常国会にて成立し、同年5月23日に公布され、同年11月22日に施行されました。

### (2)預託法の概要

預託法は事業者が消費者に対して、3か月以上の期間、対象の物品を預かること、又は施設利用権を管理すること及び対応する利益の供与又は一定の価格での買い取りを約束し、消費者がこれに応じ物品を預け又は施設利用権を管理させることを約束する契約(預託等取引契約)を規制する法律です。また、預託等取引契約には、預けておくだけで利益が出るといった「顧客誘引力」や利益を捻出できる運用ができるか否か不明な「取引破綻リスク」が内在するものであり、消費者が不当な損害を被ることがあることから、預託法において行政規制及び民事ルールを規定しています。

## ① 本法律の対象

# 1)対象となる契約

当事者の一方が相手方に対して3か月以上の期間、対象の物品を預かること又は施設利用権を管理することに関し、当該預託もしくは施設管理に関し財産上の利益を供与することを約する取引又は3か月以上の期間経過後一定の価格で買い取ることを約する契約。

## 2)対象となる物品(特定商品)

- ・ 貴石、半貴石、真珠及び貴金属真珠及び貴金属(金、銀及び白金並びにこれらの合金をい う。)並びにこれらを用いた装飾用調度品及び身辺細貨品
- ・ 盆栽、鉢植えの草花その他の観賞用植物(切花及び切枝を除く。)
- ・ 哺乳類又は鳥類に属する動物であって、人が飼育するもの
- ・ 自動販売機及び自動サービス機
- ・ 動物及び植物の加工品(一般の飲食の用に供されないものに限る。)であつて、人が摂取するもの(医薬品(医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律(昭和 35 年法律第 145 号)第2条第1項の医薬品をいう。)を除く。)
- 家庭用治療機器

## 3)対象となる物品(施設利用権)

- ゴルフ場を利用する権利
- ・ スポーツ又はレクリエーションの用に供するヨット、モーターボート又はボートを係留す るための係留施設を利用する権利
- ・ 語学を習得させるための施設を利用する権利

### ② 法律の内容

主な行政規制として、1)重要事項(特定商品又は施設利用権の価格、特定商品の保有状態等) について不実のことを告げる行為や故意の不告知、威迫困惑行為、債務の履行拒否・不当遅延等 の不当な行為の禁止、2)預託等取引契約締結前に預託等取引契約の概要及び財産の状況を記載 した書面の交付、契約締結時に契約の内容及びその履行に関する事項を記載した書面の交付の 義務、3)業務・財産状況を記載した書類を事務所に備え置き、預託者の求めに応じ閲覧させる 義務があります。これらに違反した場合には業務改善等の措置命令や業務停止命令といった行 政処分のほか、一部については罰則の対象となります。

また、民事ルールとして、契約締結後一定の期間 (14 日間) であれば、無条件で契約解除ができるクーリング・オフ制度及びクーリング・オフ経過後であっても将来に向かって契約の解除を行うことができる中途解約権について規定しています。

# 問合せ先

○消費者庁取引対策課 電話 03-3507-8800(代)

# 5. 不当景品類及び不当表示防止法 (景品表示法)

# (1) 法律の制定・改正の背景と経緯

景品表示法 (1962 年 5 月 15 日公布、最終改正 2019 年 12 月 16 日) は、過大な景品類の提供や虚偽・誇大な表示 (不当な表示) による不当な顧客誘引を防止するため、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれのある行為の制限及び禁止について定めることにより、一般消費者の利益の保護を図ることを目的としています。

同法制定の経緯としては、1950 年頃から、我が国の経済が統制経済から自由競争を基調とする経済に復帰し、事業者間の販売競争が激しくなった結果、抽選券付の販売等が過熱してきたことによります。例えば、「チューインガムで1,000万円が当たる」といった多額の景品類の提供等を行うことで販売拡大を行おうとする傾向がみられ、また、1960年には、「牛肉の大和煮」の缶詰の大部分に馬肉等が混入されていることが発覚した、いわゆる「ニセ牛缶事件」があり、過大な景品付販売や欺まん的表示の規制を望む声が高まりました。公正取引委員会は、この過大な景品付販売や欺まん的表示について、独占禁止法上の不公正な取引方法として規制を行ったものの限界があり、世論からの特別法の制定により規制を行うべきだとの声もあって1962年に景品表示法が施行されたものです。

景品表示法は、制定後今日まで、経済情勢の変化に応じて規定の見直しを行いつつ運用されてきました。2009年の改正は、2009年9月1日の消費者庁設置とともに公正取引委員会から消費者庁に景品表示法の移管が行われるに当たって行われたものであり、競争政策ではなく、消費者政策のための法律であることも明らかにするため目的規定の改正を行ったほか、規制の主体が公正取引委員会から内閣総理大臣に改正されるなど所要の改正が行われました。また、食品表示の不正事案が多発したことから、2014年には二度にわたって改正が行われました。6月13日に公布された改正では、不当表示に対する監視指導体制の強化のために、都道府県知事に措置命令権限を付与するといった権限強化を図るとともに、食品表示等に関するコンプライアンス強化のため、事業者における表示に関する管理体制の明確化を図り、事業者が必要な措置を講じていない場合に指導・助言、勧告及び公表を行う制度を設け、同年12月から施行されました。さらに11月27日に公布された改正では不当な表示による顧客の誘引を防止するため「課徴金制度」を導入して、2016年4月1日から施行されています。

### (2) 景品表示法の概要

#### ① 景品類の提供に係る規制について

内閣総理大臣は、不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を確保するため必要があると認めるときは、告示によって景品類の価額の最高額や総額等を制限し、 又は景品類の提供を禁止することができます。

懸賞の方法により提供する景品類の最高額及び総額は、次表の範囲内でなければなりません。

	懸賞による取引価額	景品類の最高額	景品類の総額
一般懸賞	5,000 円未満	取引価額の 20 倍	懸賞に係る売上予定
一权恋貝	5,000 円以上	10 万円	総額の2%
<b>北回販賞</b> ※	取引価額にかかわら	20 玉田	懸賞に係る売上予定
共同懸賞※	ず	30 万円	総額の3%

<sup>※</sup>一定地域の小売業者等の相当多数が共同で行う場合など。

内閣総理大臣は、事業者が一般消費者に対して懸賞の方法によらないで提供する景品類(以下「総付景品」といいます。)の最高額についても定めています。総付景品の最高額は次表の範囲内でなければなりません。総額については制限されていません。

取引価額	景品類の最高額		
1,000 円未満	200 円		
1,000 円以上	取引価額の 2 /10		

なお、取引に付随しないで新聞広告等により告知し、郵便はがき等で応募させ、くじの方法等により賞品、賞金等を提供する方法は、「オープン懸賞」と呼ばれていますが、これについては、 提供する賞品等の具体的な金額の上限等の規制はありません。

## ② 不当な表示に係る規制について

景品表示法は、事業者が、自己の供給する商品・サービスについて、一般消費者に対し商品・サービスの内容が実際のもの又は事実に相違して他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示す表示(優良誤認表示)、取引条件について実際のもの又は他の事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示(有利誤認表示)、及び、その他一般消費者に誤認されるおそれがある表示(内閣総理大臣が指定するもの)であり、これらの表示によって不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあるものを不当な表示として禁止しています。ここでいう「一般消費者」とは、商品・サービスについてそれほど詳しい知識等を有していない、一般レベルの常識のみを有している消費者が基準となります(なお、特定の需要者を対象とした商品・サービスについては、その対象となっている需要者一般がその商品・サービスについての一般消費者となります。例えば、子どもによって選択される商品であれば、子どもが一般消費者ということになります。)。

なお、不当表示か否かの判断に際しては、表示を行う事業者の主観的意図はもちろん、その故

# 意・過失も問題とされません。

景品表示法違反行為に対して、消費者庁、都道府県知事等は措置命令の措置を採っているほか、 消費者庁は課徴金納付命令の措置を採っています。

#### ③ 公正競争規約について

事業者又は事業者団体は、違反行為を未然に防止することを目的として、景品表示法の規定に 基づき、消費者庁長官及び公正取引委員会の認定を受けて、業界の自主規制ルールである公正競 争規約を設定することができます。

公正競争規約の運用機関である事業者団体(以下「公正取引協議会等」という。)の中には、 規約の参加事業者に対し、規約に従い適正な表示をしている商品へ「公正マーク」を表示するこ とや、規約への参加事業者であることを示す「会員証」を店頭に表示することを認めているとこ ろがあり、消費者は、表示が適正かどうかを判断する際に、「公正マーク」や「会員証」を参考 にすることができます。

また、公正取引協議会等においては、表示に関する消費者からの相談や苦情を受け付けており、 消費者と規約の参加事業者との間に生じた表示に関するトラブル等を解決するため、消費者に 対するアドバイスや規約への参加事業者に対する指導等を行っています。

公正競争規約は、2020 年7月1日時点で、景品類に関するもの 37 件、表示に関するもの 65 件、合計 102 件が認定されています。

#### ④ 課徴金制度について

課徴金制度は、不当表示を行った事業者に経済的不利益を課すことにより、事業者が不当表示を行う動機を失わせ、不当表示に対する抑止力を高めることを目的として導入され、優良誤認表示又は有利誤認表示をした事業者に対して、課徴金を国庫に納付することを命じるものです。

課徴金額は、事業者が不当表示をした商品・サービスの「売上額」に3%を乗じた金額です。 また、消費者の被害回復を促進する観点から、消費者への返金による課徴金額の減額等の措置 や違反行為を自主申告した事業者に対し、課徴金額の2分の1を減額する制度が設けられてい ます。

# 問合せ先

○消費者庁表示対策課 電話 03-3507-9233

#### 6. 食品表示法

### (1) 法律の制定の背景・経緯

これまで、食品の表示について一般的なルールを定めている法律には、食品衛生法(1947年12月24日公布)、農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律(1950年5月11日公布。現在の法律名は、「日本農林規格等に関する法律」。)並びに健康増進法(2002年8月2日公布)があり、3法それぞれに基づく複数の表示基準が定められ、用語の定義が異なる等、分かり

にくいものとなっていました。このため、食品の表示に関する包括的かつ一元的な制度とするため、上記の3法の食品の表示に関する規定を統合し、2013年に食品表示法が制定され、2015年から、食品表示法に基づく新たな食品表示制度がスタートしました。なお、具体的な表示のルールは、食品表示法に基づく食品表示基準(2015年3月20日公布)に定められています。食品表示基準には、これまで上記3法の下に定められていた58本の表示基準を統合するのみならず、消費者と事業者双方にとって分かりやすい表示となるよう、従来の食品表示制度の改善等も盛り込まれました。

これまでの食品表示制度からの主な変更点は以下のとおりです。

### <主な変更点>

- 加工食品と生鮮食品の区分の統一
- 製造所固有記号の使用に係るルールの改善
- アレルギー表示に係るルールの改善
- 栄養成分表示の義務化
- 栄養強調表示に係るルールの改善
- 原材料名表示等に係るルールの変更
- 販売の用に供する添加物の表示に係るルールの改善
- 通知等に規定されていた表示ルールの一部を基準に規定
- 表示レイアウトの改善
- 新たな機能性表示制度の創設

# (2) 食品表示法の概要

食品表示法は、食品表示の適正を確保し、消費者の利益の増進を図るとともに、国民の健康の保護及び増進、食品の生産及び流通の円滑化、消費者の需要に即した食品の生産の振興に寄与することを目的とする法律であり、上述のとおり具体的なルールは食品表示基準に定められています(図表 11)。

図表 11 食品表示法の概要

# 食品表示法の概要

食品を摂取する際の安全性及び一般消費者の自主的かつ合理的な食品選択の機会を確保するため、食品衛生法、JAS

#### 法及び健康増進法の食品の表示に関する規定を統合して、食品の表示に関する包括的かつ一元的な制度を創設。 ○ 内閣総理大臣(食品全般)、農林水産大臣(酒類以外の食品)。 財務大臣(酒類)は食品表示基準に違反した食品関連事業者に対し、表示事項を表示し、遵守事項を遵守すべき旨を指示、その旨を 〇法の目的 ・食品表示の適正を確保し、消費者の利益の増進を図るとともに、国民の健康の保護及び増進、食品の生産及び流通の円滑化、消費者の需 公表。 ○ 内閣総理大臣は指示を受けた者が、正当な理由なく指示に従わ なかったときは、命令。また、緊急の必要があるとき、食品の回収 等や業務停止を命令、その旨を公表。 要に即した食品の生産の振興に寄与すること 〇 基本理念 ・消費者の権利(安全確保、選択の機会確保、必要な情報の提供)の尊 重と消費者の自立の支援を基本 ・食品の生産の現況等を踏まえ、小規模の食品関連事業者の事業活動 に及ぼす影響、食品関連事業者間の公正な競争の確保に配慮 表示の適正を確保するため必要がある場合、立入検査、報告徴 収、書類等の提出命令、質問、収去 -ルの届出 食品表示基準の策定等 ○ 食品関連事業者等は、食品の安全性に関する食品表示基準に従った表示がされていない食品の自主回収を行う場合、行政 消費者が食品を安全に摂取し、自主的かつ合理的に選択するため、以下について、食品表示基準を策定 ① 名称、アレルゲン、保存の方法、消費期限、原材料、添加物、栄養成分の量及び熱量、原産地その他食品関連事業者等が表示すべき事項 ② 表示の方法その他を表示する際に遵守すべき事項 機関へ届出し、国がその旨を公表。 ※令和3年6月1日施行。 内閣総理大臣等に対する申出等 ○ 何人も、食品の表示が適正でないため一般消費者の利益が 害されていると認めるときは内閣総理大臣等に申出可 〇適格消費者団体には、著しく事実に相違する 食品表示基準の遵守 表示行為・おそれへの差止請求権 (参考)食品表示基準(内閣府令) 食品関連事業者等は、食品表示基準に従った表示がされていない食品 の販売をしてはならない。 ○食品表示法に基づき、加工食品、生鮮食品、添加物の区分 ごとに具体的な表示ルールを規定

(消費者庁作成)

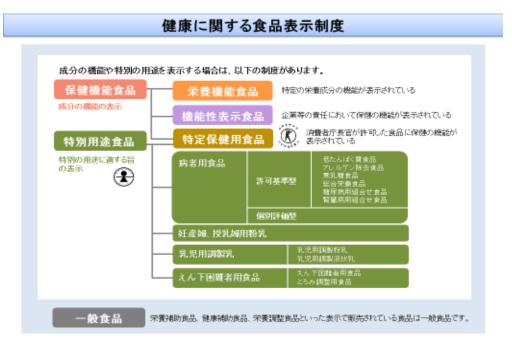
## ① 生鮮食品・加工食品の義務表示制度の概要

食品表示基準における「生鮮食品」とは、食品表示基準別表第2に規定する、米穀や野菜な どの農産物、食肉や生乳などの畜産物、魚類や貝類などの水産物等をいいます。消費者に販売 されている生鮮食品については、原則として名称と原産地の表示が義務付けられており、容器 包装の見やすい箇所や製品に近接した掲示その他の見やすい場所に表示する必要があります。 また、「加工食品」とは、製造又は加工された食品として食品表示基準別表第1に掲げるもの をいいます。消費者に販売されている容器包装に入れられた加工食品には名称、原材料名、添 加物、内容量等、消費期限又は賞味期限、保存方法、食品関連事業者の氏名又は名称及び住所、 製造所等の所在地及び製造者等の名称等、栄養成分(たんぱく質、脂質、炭水化物及びナトリ ウムの表示)の量及び熱量の表示が義務付けられており、食品表示基準に、その表示方法が定 められています。この他に、アレルギー表示、原産国名、原料原産地名、遺伝子組換えなど、 一定の要件に該当する製品に関して個別に表示を義務付けています。

#### ② 健康に関する食品表示制度の概要

健康に関する表示の制度には、栄養機能食品・特定保健用食品・機能性表示食品の3種類か らなる保健機能食品に関する制度、乳児や病者等に適する旨の表示(特別用途食品)に関する 制度があります(図表 12)。

図表 12 健康に関する食品表示制度



(消費者庁作成)

## (3) 食品表示制度の最近の動きの概要

#### ① アレルゲンを含む食品の表示

アレルギーをはじめとした過敏症 (アレルギー疾患) を惹起することが知られている物質 (アレルゲン) を含む食品に起因する健康危害が散見されている状況を考慮し、発症数や重篤度から勘案してアレルゲンを含むとして表示を義務付ける特定原材料 (7品目) と、表示を推奨する特定原材料に準ずるもの (21品目) を規定しています。

- 特定原材料(食品表示基準で定められているもの): えび、かに、小麦、そば、卵、乳、 落花生(ピーナッツ)
- 特定原材料に準ずるもの(消費者庁次長通知で定められているもの): アーモンド、あわび、いか、いくら、オレンジ、カシューナッツ、キウイフルーツ、牛肉、くるみ、ごま、さけ、さば、大豆、鶏肉、バナナ、豚肉、まつたけ、もも、やまいも、りんご、ゼラチン(2019年9月: アーモンドを追加)

### ② 原料原産地表示

2017 年 9 月に、新たな加工食品の原料原産地表示制度が施行されました。この新制度は、輸入品を除く全ての加工食品について、重量割合上位 1 位の原材料を義務表示の対象とし、当該原材料の原産地(当該原材料が加工食品の場合は製造地)の表示を義務付けています。また、対象原材料の原産地が複数の場合は、国名を重量順に表示することが原則となりますが、一定の条件を満たす場合は、過去の実績等を踏まえた「又は表示」、「大括り表示」をすることもできます。なお、本制度は現在、経過措置期間中で、2022 年 4 月 1 日から完全施行となります。

- 「又は表示」とは、原材料の原産地として使用する可能性のある複数国を、過去の一定 期間における産地別使用実績又は今後の一定期間における産地別使用計画における重量 割合の高いものから順に「又は」でつないで表示する方法です。
- 「大括り表示」とは、3か国以上の外国の原産地表示を「輸入」と括って表示する方法 です。

## ③ 遺伝子組換え食品の表示

遺伝子組換え食品の表示については、8つの農産物(大豆、とうもろこし、ばれいしょ、アルファルファ、てん菜、なたね、綿実、パパイヤ)及びそれを原材料とする33の加工食品群について、次のような内容の表示を義務付けています。

- 分別生産流通管理が行われた遺伝子組換え食品の場合→遺伝子組換え食品である旨
- 遺伝子組換え食品と非遺伝子組換え食品が分別されていない場合→遺伝子組換え不分別である旨

また、分別された非遺伝子組換え農産物を使用した食品の場合、任意で非遺伝子組換え食品である旨の表示をすることができます。この任意表示については、消費者の誤認防止や消費者の選択の機会の拡大の観点から見直しがなされ、2023年4月1日から新たな制度が施行されます。具体的な改正内容は、大豆及びとうもろこしについて、

- (i) 分別生産流通管理を実施し、遺伝子組換え農産物の混入を5%以下に抑えているもの(現行制度では、「遺伝子組換えでない」と表示できるもの)については、適切に分別生産流通管理している旨、事実に即した表示ができ、
- (ii) 遺伝子組換え農産物の混入がないと認められる場合には「遺伝子組換えでない」等の表示が認められる、というものです。

なお、上記8農産物を原材料とする加工食品のうち、33 加工食品群以外のものについても、 これらの表示を任意ですることができます。

# 問合せ先

○消費者庁食品表示企画課

電話 03-3507-9222

ウェブサイト https://www.caa.go.jp/policies/policy/food\_labeling/

#### 7. 製造物責任法

### (1) 法律の制定の背景・経緯

現代社会においては製品が高度化、複雑化し、製品の安全性確保を製造業者等に依存する度合いが大きくなっています。このため、製品事故被害者の円滑かつ適切な救済という観点から、製造業者等に「過失」がなくとも製品に「欠陥」があれば賠償責任を負わせることにより、被害者の立証負担を軽減することを目指して、製造物責任法(PL法、1994年7月1日公布、最終改正2017年6月2日)が制定されました。同法は、1994年6月第129回国会にて成立し、同年7月1日に公布され、翌年1995年7月1日に施行されています。

## (2) 製造物責任法の概要

製造物責任法は、製品の欠陥によって生命、身体又は財産に損害を被ったことを証明した場合に、被害者が製造業者等に対して損害賠償を求めることができることを定める法律です。

具体的には、製造業者等が、自ら製造、加工、輸入又は一定の表示をし、引き渡した製造物の 欠陥により他人の生命、身体又は財産を侵害したときは、過失の有無にかかわらず、これによっ て生じた損害を賠償する責任があることを定めています。そのため、その損害が当該製造物につ いてのみ生じた場合や、安全性に無関係な品質や性能の瑕疵は本法の対象外ということになり ます。また、製造業者等の免責事由や損賠賠償を求めることができる期間の制限についても定め ています。

欠陥とは、製造物が通常有すべき安全性を欠いていることをいいます。具体的には、①製造物を設計する段階で十分に安全性が配慮されていなかった場合や、②製造過程で粗悪な材料が混入するなどにより安全性を欠いた場合、また、③製造物の特性や内在する危険性等の情報を指示・警告していなかった場合などが欠陥に当たります。

なお、民法の改正に合わせて製造物責任法の損害賠償請求権の消滅時効期間が改正されています(2020年4月1日施行)。期間が、被害者が損害及び賠償義務者を知った時から3年、当該製造物の引渡しから10年である点は変わりませんが、長期の期間制限が消滅時効期間であることが明確化され、また、生命・身体の侵害による損害賠償請求権における短期消滅時効の期間が、損害及び賠償義務者を知った時から5年となりました。

# 問合せ先

○消費者庁消費者安全課 電話 03-3507-9202

# 8. 民法

# (1) 民法の制定・改正の背景と経緯

1896年(明治29年)に民法が制定された後、債権関係の規定(契約等)について約120年間ほとんど改正がありませんでした。その間、取引の複雑高度化、高齢化、情報化社会の進展等、社会・経済は大きく変化しました。また、多数の判例や解釈論が実務に定着し、基本的ルールが見えない状況となっていました。

そこで、2009年10月から5年余りの審議を経て、2017年6月2日に主に債権関係の大幅な見直しが行われた改正法が公布されました(2020年4月1日施行)。

改正は、主に2つの観点からの見直しがなされています。1つは「社会・経済の変化への対応」 の観点からの改正項目であり、次のような改正がありました。

- ① 消滅時効…業種ごとに異なる短期の時効を廃止し、原則として「知った時から5年」にシンプルに統一することによって、時効期間の判断を容易にした(第166条等)
- ② 法定利率…法定利率を従前の年5%から年3%に引き下げた上、市中の金利動向に合わせて変動する制度を導入することによって、法定利率についての不公平感の是正を図った(第404条)

- ③ 保証…事業用の融資について、経営者以外の保証人については公証人による意思確認手続を新設し、安易に保証人となることによる被害の発生防止を図った(第465条の6等)
- ④ 約款…定型約款を契約内容とする旨の表示があれば個別の条項に合意したものとみなすが、信義則(民法第1条第2項)に反して相手方の利益を一方的に害する条項は無効と明記し、定型約款の一方的変更の要件を整備することによって、取引の安定化・円滑化を図った(第548条の2等)

また、「国民一般にわかりやすい民法」とする観点からの改正項目として次の改正が挙げられます。

- ① 意思能力…重症の認知症などにより意思能力(判断能力)を有しないでした法律行為は無効であることを明記した(第3条の2)
- ② 将来債権の譲渡…譲渡時には発生していない債権(将来債権)の譲渡(担保設定)が可能であることを明記した(第466条の6)
- ③ 賃貸借契約…敷金を定義した上で、賃貸借契約が終了して賃貸物が返還された時点で敷金返還債務が生じること、その額は受領した敷金の額から賃料等の未払債務を差し引いた残額であることや、賃借人は原状回復義務を負うが通常損耗(賃借物の通常の使用収益によって生じた損耗)や経年変化はその対象に含まれないことなどを明記した(第621条等)

以上を含めて、改正の項目は小さなものまで含めると合計 200 項目程度に上ります。

# (2) 民法の概要

# ① 民法と消費者契約法との関係

民法 (1896 年 4 月 27 日公布、最終改正 2019 年 6 月 7 日) は、契約を結んだときにどのような権利を有し、義務を負うのか、他人の行為によって自分の権利を侵害されたときにどのような権利を有するのかなど、個人のみならず法人を含めた「人」と「人」との間の財産的な法律関係に関して定めています。特定の分野に限って適用される法律(特別法といいます。) もありますが、特別法がない限り、基本的に民法が適用されることになります。このような意味で、民法は一般法と呼ばれています。

消費者契約法は、消費者と事業者との間で締結される「消費者契約」に限って適用される点で、一般法である民法に対する特別法に当たります。消費者契約法に定められていない事項については、民法が適用されます。消費者と事業者との間で契約をめぐるトラブルが発生することがありますが、民法と消費者契約法は、その解決のための重要な手段となっているのです。

# ② 民法の規定による救済

民法は、自分が法律上有する権利や義務の内容を、法令に特別の定めがある場合を除いて、相手方と合意することによって自由に決めることができることを定めています。したがって、ある人が契約をするかどうか、誰と契約をするかは自由に決められますし、契約をする場合には法令の制限内においてその内容を自由に決めることができます(第521条)。そして、契約をすれば、

それを守らなければならないことが原則になります。しかし、不当な勧誘行為によって誤解をしたり断り切れなかったりして望まない契約をした場合には、その効力を否定したり、損害賠償を請求したりすることができる場合があります。民法上の制度として、次のようなものがあります。

### 1) 意思能力のない者による契約の無効

契約の当事者が意思表示をした時に、意思能力を有しなかったときは、その契約は無効とします。

### 2) 錯誤による契約の取消し

契約の意思表示が、勘違いによるものであり、その勘違いが契約の目的及び取引上の社会通念に照らして重要なものであるときは、取り消すことができます。ただし、勘違いが契約の動機についての勘違いであるときは、動機である事情が契約の基礎とされていることが表示されているときに限り、取り消すことができます。また、本人に重大な過失がある場合には、取り消すことはできません。

#### 3) 詐欺又は強迫による契約の取消し

相手方からだまされたり強く迫られたりして契約を結んだときに、そのような相手方の行為 がなければ契約をしなかったといえる場合には、契約を取り消すことができます。

## 4) 公序良俗違反による契約の無効

契約の内容が法制度の観点からみて許容できないほど不当なものである場合には、その契約の効力は否定されます。例えば、相手方の窮迫・軽率・無経験などにつけこんで著しく不相当な財産的給付をさせる契約を結んだ場合には、暴利行為として契約が無効となることがあります。

#### 5)信義誠実の原則(信義則)

信義則は、互いに相手方の信頼を裏切らないように、誠意をもって行動しなければならないという原則です。例えば、契約の締結に向けた交渉においてある事項を説明することが、信義則によって一方の当事者に義務付けられることがあります。また、契約が成立した後も、ある契約条項どおりの履行を相手方に請求することが相手方の信頼を害したり不当な結果をもたらす場合は、その事案の具体的な事情の下では信義則に反し許されないと判断される場合があります。

#### 6) 不法行為

故意又は過失によって権利を侵害された場合は、その結果生じた損害の賠償を請求することができます。例えば、不当な勧誘行為によって契約を締結し、そのために損害を被ったときは、その勧誘行為が不法行為に当たるとして損害賠償を請求することができる場合があります。

# 問合せ先

○法務省民事局参事官室

電話 03-3580-4111 (代)

### (参考) 成年後見制度

認知症、知的障害、精神障害などの理由で判断能力の不十分な方々は、不動産や預貯金などの 財産を管理したり、介護などのサービスや施設への入所に関する契約を結んだりする必要があ っても、自分でこれらのことをするのが難しい場合があります。また、自分に不利益な契約であ ってもよく判断ができずに契約を結んでしまい、悪質商法の被害に遭うおそれもあります。この ような判断能力の不十分な方々を保護し、支援するのが成年後見制度です。

## <制度の概要>

- 成年後見制度には、大きく分けると、法定後見制度と任意後見制度の2つがあります。
- 法定後見制度は、「後見」「保佐」「補助」の3つに分かれており、判断能力の程度など本人の事情に応じた制度を利用できるようになっています。法定後見制度においては、家庭裁判所によって選ばれた成年後見人等(成年後見人・保佐人・補助人)が、本人の利益を考えながら、本人を代理して契約などの法律行為をしたり、本人が自分で法律行為をするときに同意を与えたり、本人が同意を得ないでした不利益な法律行為を後から取り消したりすることによって、本人を保護・支援します。成年後見人等には、家庭裁判所が適任と判断した方が選任されます。本人が必要とする支援の内容などによっては、弁護士、司法書士、社会福祉士等の専門職や、法律又は福祉に関わる法人などが選任されます。また、成年後見人等を監督する成年後見監督人などが選ばれることもあります。最近は、本人に一定額以上の財産がある場合には、本人の財産を適切に管理するため、専門職が成年後見人等に選任されたり、後見制度支援信託等(本人の財産のうち、日常的な支払をするのに必要十分な金銭を預貯金等として成年後見人が管理し、通常使用しない金銭を信託銀行等に信託する仕組)が利用されたりするようになっています。
- 任意後見制度は、本人が十分な判断能力があるうちに、将来、判断能力が不十分な状態になった場合に備えて、あらかじめ自分が選んだ代理人(任意後見人)に、自分の生活、療養看護や財産管理に関する事務について代理権を与える契約(任意後見契約)を公証人の作成する公正証書で結んでおくというものです。そうすることで、本人の判断能力が低下した後に、任意後見人が、任意後見契約で決めた事務について、家庭裁判所が選任する任意後見監督人の監督のもと本人を代理して契約などをすることによって、本人の意思に従った適切な保護・支援をすることが可能になります。
- 後見開始の審判がされたときや、任意後見契約の公正証書が作成されたときには、家庭裁判 所や公証人からの嘱託によって、成年後見人等の権限や任意後見契約の内容などが東京法務 局後見登録課のコンピュータ・システムに登記され、本人、成年後見人等の一定の者からの請 求により、登記官が登記事項を証明した登記事項証明書(登記事項の証明書、登記されていな いことの証明書)を交付することによって登記情報を開示しています(成年後見登記制度)。

### 問合せ先

- ○法務省民事局参事官室・民事第一課電話 03-3580-4111 (代)
- ○各地の家庭裁判所 裁判所ウェブサイト http://www.courts.go.jp/

# 9. 約款

# (1) 普通取引約款

消費者取引において、多数の契約に用いるためにあらかじめ契約条項を定式化した約款が広く用いられていますが、通常約款は事業者が作成することから、消費者が不利な内容の契約を強いられるおそれもあります。そこで、法律による規制、行政による指導等を通じた約款適正化のための取組がなされています。

約款は、主として事業者が取引の相手方との契約内容をあらかじめ定式化したもので、大量の 取引を簡便・迅速に行うことを目的とするものです。大量反復性を特色とする今日の消費者取引 を迅速に処理するため、消費者取引においても広く用いられるようになってきています。ところ が、このような約款は、情報・交渉力の面で優位に立つ事業者が一方的に作成するのが普通であ ることから、事業者が自己の責任を軽減・免除したりするなど、自己に有利な内容を定めるおそ れもないとはいえません。消費者には、契約内容について事実上交渉する余地はなく、契約を結 ぶか否かについての選択が与えられているに過ぎません。これは、取引において、消費者が実質 的に契約の自由や選択の自由を制限されていることにほかなりません。そこで消費者取引に用 いられる約款の適正化を図るため、次のような取組がなされています。

# ① 立法による約款適正化

我が国では、主として業種ごとの個別法令(電気事業法、保険業法等)により約款が規制されていました。

このような規制には、その内容・方法がきめ細かいものになるという利点がありますが、規制の及ぶ業種・取引形態が限定され、また、新たに法令を制定するとしても、規制が事後的になるという問題があります。そこで、業種や取引形態を問わずに約款を包括的に規制する法令を整備することとして、2017年の民法改正(2020年4月1日施行)で約款に関する規定が整備されることになりました。

#### ② 民法による約款(定型約款)に関する規定

民法の対象とする約款(定型約款)の定義は次のように定められています(第548条の2)。

- ・ある特定のものが不特定多数のものを相手方とする取引で、
- ・内容の全部又は一部が画一的であることが当事者双方にとって合理的なもの
- を「定型取引」と定義した上、
- ・この定型取引において、契約の内容とすることを目的として、その特定の者により準備された 条項の総体を「定型約款」と定義しています。

具体的には、鉄道・バスの運送約款、電気・ガスの供給約款、保険約款、インターネットサイトの利用規約等がこれに該当します。

そして、定型約款が契約内容となるための要件として、定型約款を契約の内容とする合意があった場合、又は定型約款を契約の内容とする旨をあらかじめ相手方に表示していた場合(ただし、相手方への事前の表示が容易ではなく、容易かつ迅速にその利用契約の成立を認める公共的な必要性が高い取引類型として法律で定められたもの(鉄道による旅客運送取引等)については「公表」でも足りる。)が定められています。もっとも、相手方の利益を一方的に害する契約条項であって信義則(第1条第2項)に反する内容の条項については、合意しなかったものとみなされ、契約内容とならないことを明確にしています(第 548 条の 2)。

また、定型約款の変更については、その変更が相手方の一般の利益に適合する場合、又は、その変更が契約の目的に反せず、かつ、変更の必要性、変更後の内容の相当性、定型約款の変更がある旨の定めの有無及びその内容その他の変更に係る事情に照らして合理的なものである場合には、定型約款準備者が定型約款を変更することにより、個別に相手方と合意をすることなく契約の内容を変更することができると定められています(第548条の4)。

## ③ 行政等による約款適正化

我が国においては、業種所管行政庁により約款に関する指導等が行われています。その方法としては、1)法令に定められた約款の許認可権限等に基づき、適正な約款の作成等を指導するもの、2)約款を直接規制する法令はないが、当該業種に対する事業監督の一環として、適正な約款の作成等を指導するもの、があります。

なお、適格消費者団体は、約款を用いた場合でも、不当条項を含む消費者契約の締結について 差止請求をすることができ、約款の適正化に一定の役割を果たしています。

# 問合せ先

○消費者庁消費者制度課

電話 03-3507-9166 ※個別業種の約款については、所管行政庁

# [7]情報の収集・発信・通知、分析・原因究明の体制

## 1. 情報の収集・発信・通知

# (1)消費者安全法第12条等に基づき通知される情報

消費者庁設置につながる消費者行政一元化の議論の中で、従前の行政体制の問題として、消費者事故等に関する情報が各行政機関にそれぞれ個別に保有され、共有できるものとなっていないという課題がありました。消費者安全法の施行により、消費者庁がそれらの情報を一元的に集約・分析する体制が整備され、これに基づいて消費者に対する注意喚起等を行っています(図表13)。

行政機関の長、都道府県知事、市町村長及び国民生活センターの長は、重大事故等が発生した 旨の情報を得たときは、直ちに、内閣総理大臣(消費者庁)に対し通知しなければならないこと とされています(消費者安全法第12条第1項)(図表14)。重大事故等とは、消費者事故等の中 でも死亡や30日以上の治療を要するなど被害が重大であった事案や、事故の兆候のある事態の うち、そうした重大事故を発生させるおそれがあるものとして政令で定めるものを指していま す(同法第2条第7項)。

また、重大事故等以外であっても、行政機関の長、都道府県知事、市町村長及び国民生活センターの長は、消費者事故等が発生した旨の情報を得た場合であって、消費者事故等の態様、商品・サービスの特性その他の状況に照らし、当該消費者事故等による被害が拡大し、又は当該消費者事故等と同種若しくは類似の消費者事故等が発生するおそれがあると認めるときは、内閣総理大臣(消費者庁)に対し通知することとされています(同法第12条第2項)。重大事故等とは異なり、消費者事故等には、生命身体事故等だけでなく、財産事案も含まれます。

なお、2012 年の消費者安全法改正により、消費者安全調査委員会にも同様の通知義務が課されました(同法第29条第1項、第2項)。

消費者庁では通知された重大事故等については毎週1回、通知件数、通知機関別内訳、事故の概要等を公表しています。また、関係府省庁間で情報共有等の連携を行っています。

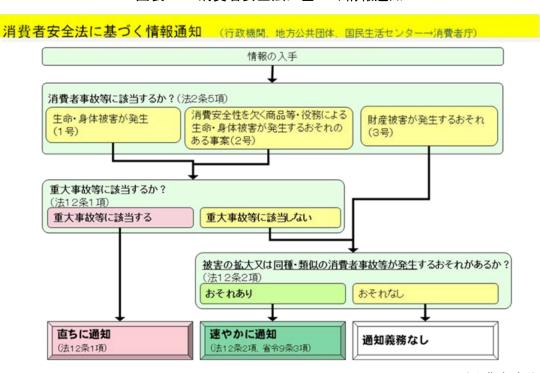
消費者の生命・身体に関する事故発生 事故情報の相談・通報等 関係省庁・ 事故情報データ 医療機関ネット 消費者相談窓口 事業者 バンク参画機関 地方公共団体等 ワーク参画機関 国民生活センク 消費生活センタ 消費者安全法に基づく通知等 個別法によらない任意の情報提供 重大製品 事故情報 事故情報 PIO-NET情報 消費者事故等の通知 事故の報告 の提供 の提供 (消費生活用製品※ ※消費生活用製品とは、主として一般消費者の生活の用に供 される製品のうち、他の法令で個別に安全規制が設けられ、その規制の対象となっているもの(食品・医薬品・乗 用事等)を除く製品。 消費者安全調査委員会 消費者庁(事故情報を一元的に集約し、分析)→ (生命身体事故等の原因を調査) 事故等原 事故情報のWeb掲載等 注意喚起情報の公表等 調査の申出 因調査報 告書等の 対応要請 記者発表 周知依賴 事故情報データバンク 周知依赖等 公表 SNS マスメディア 地方公共団体 事業者団体/ 子ども 閲覧 会員企業 安全メール

図表 13 生命・身体に関する事故情報の収集・活用の全体像

(出典:令和2年版消費者白書)

図表 14 消費者安全法に基づく情報通知

消費者



(消費者庁作成)

# 問合せ先

- ○消費者庁消費者政策課 電話 03-3507-9186
- ○消費者庁消費者安全課 電話 03-3507-9202

### (2) PIO-NET

全国消費生活情報ネットワークシステム (PIO-NET:パイオネット)とは、地方公共団体の消費生活センター等の消費生活相談業務 (自治事務)に対する支援、法執行への活用、国・地方公共団体の消費者施策の企画・立案及び国民・住民への情報提供等を通じて消費者被害の未然防止・拡大防止を図ることを目的として、国民生活センターが 1984 年度から運用しているネットワークシステムです。

PIO-NET は、国民生活センター及び消費生活センター等が受け付けた消費生活相談情報をデータベース化しています。登録される情報は「取引関連情報」と「危害・危険情報」に大別され、「取引関連情報」とは、商品(売買契約等)、役務(サービス・取引行為等)に係る相談情報であり、「危害情報」とは、商品や役務、設備等により、生命や身体に危害を受けたという相談情報、「危険情報」とは、けがや病気をしたわけではないが、そのおそれのある相談情報を指します。

# 問合せ先

○独立行政法人国民生活センター情報管理部 電話 03-3443-8663

#### (3)消費生活用製品安全法に基づき報告される重大製品事故に関する情報

消費生活用製品安全法 (1973 年 6 月 6 日公布、最終改正 2018 年 6 月 13 日) は、消費生活用製品 (主として一般消費者の生活の用に供される製品 (他の法令で個別に安全規制が設けられているものを除く。)) による一般消費者の生命又は身体に対する危害の防止を図るため、製品事故に関する情報の収集及び提供等の措置を講ずること等により一般消費者の利益を保護することを目的としています。消費者庁は、同法第 35 条第 1 項に基づき報告された重大製品事故に関する情報について、消費生活用製品の名称、型式及び事故の内容等を毎週 2 回公表しています。重大製品事故とは、消費生活用製品事故の中でも、死亡や 30 日以上の治療を要するなど被害が重大であった事案や火災の発生があった事案を指しており、同法第 2 条第 6 項に規定されています。なお、重大製品事故については、同法第 36 条第 4 項に基づき、経済産業省から独立行政法人製品評価技術基盤機構 (NITE) に対して当該製品の安全性に関する技術上の調査を行うよう指示されます。製品に起因すると判明したものについては、消費者庁が行う週 2 回の定期公表の際に、調査結果を踏まえ、事故内容等を公表しています。他方、原因不明又は製品起因ではないと判断した案件については、消費者庁及び経済産業省が主催する製品事故調査判定合同会議が判断の妥当性について審議を行い、その結果を公表しています。

# 問合せ先

○消費者庁消費者安全課 電話 03-3507-9202

# (4) 事故情報データバンク

事故情報データバンクは、生命・身体に関する事故情報を集約し、事故防止に役立てるためのデータ収集・提供システムであり、消費者庁と国民生活センターが連携し、関係機関の協力を得て、2010年4月から運用しているものです。消費者安全法の規定に基づく生命身体事故等の通知、PIO-NETデータにおける「危害情報」及び「危険情報」、消費生活用製品安全法の規定に基づき事業者から報告された「重大製品事故」の情報、参画機関\*から寄せられた生命・身体に関する事故情報が登録され、インターネット上で検索・閲覧することができます。

事故情報データバンク http://www.jikojoho.go.jp/ai national/



※参画機関:消費者庁、国民生活センター・消費生活センター等、日本司法支援センター(法 テラス)、厚生労働省、経済産業省、農林水産省、製品評価技術基盤機構(NITE)、 国土交通省、国土交通省国土技術政策総合研究所、日本スポーツ振興センター、 日本中毒情報センター

(2020年7月31日時点)

# 問合せ先

○消費者庁消費者安全課 電話 03-3507-9202

### (5) 医療機関ネットワーク

消費者が消費生活上で生命・身体に被害を生ずる事故に遭った場合、医療機関を受診したとし

ても、地方公共団体や消費生活センター、事業者等に連絡をしない可能性が考えられます。そこで、事故情報データバンク参画機関以外からも、事故情報が消費者庁に寄せられるよう、「医療機関ネットワーク事業」を実施しています。医療機関ネットワーク事業は、消費者庁と国民生活センターの共同事業として2010年12月から開始しています。参画医療機関を受診した患者の消費生活上の事故情報を医療機関から収集し、被害の拡大が懸念される事故を抽出して分析・評価し、消費者への注意喚起や製品等の改善・安全基準等の見直し要望等、同種・類似事故の再発防止に活用しています。

# 問合せ先

- ○消費者庁消費者安全課
  - 電話 03-3507-9202
- ○独立行政法人国民生活センター商品テスト部

電話 042-758-3165

# (6) 医師からの事故情報受付窓口

消費生活上での消費者の生命・身体に関する事故等について、医師から直接の情報提供を受け付ける窓口として、国民生活センターでは「医師からの事故情報受付窓口」(愛称:ドクターメール箱)を設置し、消費者庁と情報共有しています。

# 問合せ先

- ○独立行政法人国民生活センター商品テスト部 電話 042-758-3165
- ○国民生活センター医師からの事故情報受付窓口 ウェブサイト http://www.kokusen.go.jp/jiko\_uketuke/index.html

### (7) リコールに関する情報収集及び情報提供

リコール製品に起因する消費者事故等を防ぐために、消費者庁では消費者にリコール情報が届くよう、関係法令等に基づき関係行政機関が公表したリコール情報や、事業者が自主的に行っているリコール情報を集約し発信する「リコール情報サイト」を2012年4月から運用しています。

また、「リコール情報サイト」の登録情報について、一般向けのほか、高齢者向け用品や、子供向け用品及びアレルギー関連製品といった、消費者の特性に応じたリコール情報を送るメールマガジンの配信も行っています。

### 問合せ先

○消費者庁消費者安全課

電話 03-3507-9202

<消費者庁リコール情報サイト> https://www.recall.caa.go.jp/

## 2. 情報の分析・原因究明

## (1)消費者安全調査委員会

消費者庁の設置以前から、消費者の生命又は身体の被害に関する様々な事故が発生していました。しかし、消費者庁設置時に施行された消費者安全法では、事故の原因を究明し、再発・拡大防止のための事故調査を行う仕組みは十分とは言えませんでした。このことは、「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及び消費者安全法案に対する附帯決議(参議院)」(2009年5月28日)において、「消費者事故等についての独立した調査機関の在り方について法制化を含めた検討を行う」とされ、その後の検討課題となりました。このような背景から、2010年8月、消費者庁は、被害者の遺族や消費者団体を含めた有識者からなる「事故調査機関の在り方に関する検討会」を立ち上げ、関係府省庁や関係機関の協力も得ながら、同検討会において2011年5月に取りまとめがなされました。

この取りまとめを踏まえた、「消費者安全法の一部を改正する法律案」が国会に提出され、「消費者安全法の一部を改正する法律」として2012年8月29日に成立、同年10月1日に消費者庁に事故調査機関である「消費者安全調査委員会(以下「調査委員会」という。)」が設置されました。

調査委員会は、内閣総理大臣が任命する7人以内の非常勤の委員で構成される合議制の機関であり、下部組織として、事故調査の実務を担う事故調査部会が設置されています。また、調査委員会の設置と同時に、消費者庁消費者安全課に「事故調査室」が設置され、調査委員会の事務をサポートしています。

調査委員会は、生命又は身体の被害に関する消費者事故等の中から、事故等の発生・拡大の防止及び被害の軽減を図るために原因を究明する必要がある事故を選定し、調査を行います。その際、調査委員会は、調査権限を行使するなどして自ら調査を行うほか、他の行政機関等により調査が行われている場合には、その調査を評価(活用)して原因を究明します。また、必要に応じて、被害の発生・拡大防止のため講ずべき施策・措置について、内閣総理大臣や関係行政機関の長に勧告や意見具申を行うこともできます。

調査委員会発足以来、19件の調査等を開始し、うち16件の事案について報告書等の公表を 行うとともに、関係行政機関の長に対して意見を述べています(2020年6月末時点)。意見に ついては、その後の事故の発生状況はどのようになっているか、再発防止の取組がなされてい るかについて確認し、フォローアップを行っています(図表15)。

図表 15 調査委員会案件一覧(2020年6月末時点)

	案件				
	ガス湯沸器事故(東京都内)				
	幼稚園で発生したプール事故(神奈川県内)				
	機械式立体駐車場事故				
	家庭用ヒートポンプ給湯機の事案				
調	エスカレーター事故(東京都内)				
査	毛染めによる皮膚障害				
等	子供による医薬品誤飲事故				
を 終	ハンドル形電動車椅子を使用中の事故				
了し	エレベーター事故(東京都内)				
た	体育館の床板の剥離による負傷事故				
事案	玩具による乳幼児の気道閉塞事故				
_	家庭用コージェネレーションシステムの事案				
	電動シャッター動作時の事故				
	住宅用太陽光発電システムから発火した火災事故等				
	歩行型ロータリ除雪機による事故				
	水上設置遊具による溺水事故				
調査案の	幼児同乗中の電動アシスト自転車の事故				
	自動ドアによる事故				
	学校の施設又は物品により発生した事故等				

(消費者庁作成)

さらに、調査委員会の設置と同時に、消費者安全法に基づき事故等原因調査等(以下「調査等」という。)の申出制度が設けられました。この制度は、調査等が必要な事故を効果的に捕捉して、被害の発生・拡大防止につなげていくことを目的としており、消費者の生命・身体の被害に関する消費者事故等について調査等が必要と思われる場合は、誰でも調査委員会に調査等を求めることができます。申出がなされた事案は、消費者庁に一元的に集約される事故情報とともに調査等の端緒となり、調査委員会で必要に応じて検討が行われ、必要があると認められる事案については、調査等が開始されることとなります。申出制度の運用開始から2020年6月末までに受け付けた申出は、400件でした。

# 問合せ先

○消費者庁消費者安全課事故調査室 電話 03-3507-9127

## (2)独立行政法人国民生活センター

商品関連事故による消費者被害の救済に当たっては、消費者の立証負担を軽減するため、商品 関連事故を調査・分析することが重要です。国民生活センターは、消費者行政における中核的な 実施機関として、衣食住・乗り物等、消費生活に関する幅広い商品の高度専門性を必要とする分 析等を中心に、各地の消費生活センター等の依頼に基づいて商品関連事故の相談解決のための 商品テストを実施するほか、これまでの商品テスト経験を踏まえた技術的助言を行うことによ り、消費者被害の未然防止・再発防止にも役立てています。

# 問合せ先

○独立行政法人国民生活センター商品テスト部 電話 042-758-3165

# (3)独立行政法人製品評価技術基盤機構

経済産業省所管の独立行政法人製品評価技術基盤機構(NITE)は、製品に関する事故の未然・再発防止を図るため、製品事故に関する情報収集及び原因究明を行っています。重大製品事故については消費生活用製品安全法に基づく経済産業大臣の指示により、また、非重大製品事故については事業者等からの報告により、NITEが全ての製品事故を総合的・複合的な技術的知見をもって調査・分析します。重大製品事故の調査結果は、経済産業省に報告され、製品起因と判断されなかった案件については、製品事故調査判定合同会議による審議・評価を受けます。その上で、重大製品事故の調査結果の全てについて、経済産業省及び消費者庁のウェブサイトから公表されます。また、非重大製品事故の調査結果は、学識経験者などから構成されるNITEの事故動向等解析専門委員会による審議・評価を経た上で、NITEのウェブサイトなどから定期的に公表されます。

これらの製品事故を調査・分析した結果は、経済産業省による事業者へのリコール指示等の行政措置や、製品安全4法の技術基準改正などに活用されており、製品安全行政の適切な執行に貢献しています。

さらに、製品事故の再発を防止するための積極的な情報提供として、①技術的分析や再現実験映像を交えた毎月のプレスリリース、②製品安全に関する社告・リコール情報及びハンドブックのウェブサイト上での提供、③季節ごとに特徴的な製品事故について国民に対して注意喚起するリーフレットの作成及び消費生活センター、地方公共団体、消防などへの配布、④YouTube やTwitter を使った情報の発信を行っています。

## 問合せ先

○独立行政法人製品評価技術基盤機構(NITE)

製品安全センター

電話 03-3481-6566

ウェブサイト https://www.nite.go.jp/

https://www.nite.go.jp/jiko/index.html (製品安全・事故情報関係)

# (4) 医薬品、医療機器等関係

医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器及び再生医療等製品については、「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律(医薬品医療機器等法)」に基づき、これらの使用による保健衛生上の危害の発生及び拡大の防止のための措置を講じることが、製薬企業等に義務づけられています。

また行政機関では、必要に応じて、衛生研究所等で試験・検査を実施しています。

# 問合せ先

○厚生労働省医薬・生活衛生局 電話 03-5253-1111 (代)

# (5)独立行政法人農林水産消費安全技術センター

独立行政法人農林水産消費安全技術センター(FAMIC)は、食品の安全や消費者の信頼を確保するため、国民の健康の保護、消費者の利益の保護等を目的とする農薬取締法、飼料安全法、肥料取締法、JAS 法等に基づいて、農林水産大臣の指示により農薬、飼料等の農業生産資材の検査や食品表示に関する検査等を行っています。

# 問合せ先

○独立行政法人農林水産消費安全技術センター

電話 050-3797-1830

ウェブサイト http://www.famic.go.jp/

# [8]消費者政策関連制度等

## 1. 消費者支援功労者表彰制度

消費者利益の擁護・増進のために各方面で活躍されている方々を表彰する制度として、1985年に経済企画庁長官による「消費者保護功労者表彰制度」が開始されました。

消費者基本法の成立を機に制度の見直しを行い、2005 年度の表彰からは名称を「消費者支援 功労者表彰制度」(2004 年 10 月改正)と改め、最近数年の間に消費者支援活動を積極的に行い 顕著な成果を挙げられた方々を対象として実施してきました。

2009 年の消費者庁設置に伴い、内閣府特命担当大臣から内閣総理大臣決定による表彰制度 (2010年12月決定)に改め、内閣総理大臣表彰を設けたほか、個人だけでなく、団体も表彰対 象となりました。

# 問合せ先

○消費者庁消費者教育推進課 電話 03-3507-9149

# 2. 消費生活相談に関する資格認定制度等

### (1)消費生活相談員資格試験制度(国家資格)

消費生活相談員資格は、改正消費者安全法(2016年4月1日施行)により、2016年度から実施されている消費生活相談員資格試験の合格者に付与されます(図表16)。内閣総理大臣の登録を受けた登録試験機関が実施することになっており、「独立行政法人国民生活センター」及び「一般財団法人日本産業協会」が登録されています(2020年度時点)。

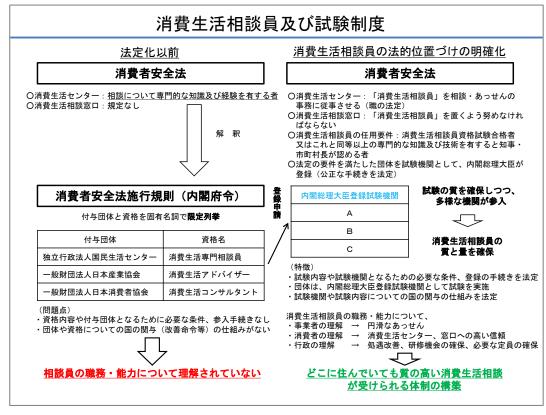
2016 年度以降、国民生活センターの「消費生活専門相談員資格認定試験」及び、日本産業協会の「消費生活アドバイザー資格試験」は、「消費生活相談員資格試験」を兼ねる形で実施されており、それぞれの合格者はそれぞれの資格に加えて消費生活相談員資格を同時に取得できます。

法の目的は、消費生活相談の「質と量」の確保による、地方公共団体における消費生活相談体制の強化です。消費者が安心して相談できるように、消費生活相談員の職を法律上明確に位置付けるものであり、2016 年4月1日時点で、消費生活アドバイザー、消費生活コンサルタント、消費生活専門相談員の各資格保有者については、円滑な移行のため、一定の要件を満たす場合に「みなし合格者」とする経過措置や、試験科目の一部が免除される場合があります。そのため、指定講習会実施機関(全国消費生活相談員協会、日本産業協会、日本消費者協会)では、2016 年度から 2020 年度までの 5 年間、指定講習会を実施しています。

# 問合せ先

○消費者庁地方協力課 電話 03-3507-9174

図表 16 消費生活相談員資格及び試験制度



(消費者庁作成)

### (2)消費生活専門相談員資格認定制度

この資格は、国・地方公共団体等において消費生活相談業務に携わる相談員の能力・資質の向上等を図ることを目的に、経済企画庁長官の認可事業として、1991年度より国民生活センターが資格認定試験を実施し(2001年度より内閣総理大臣の認可事業)、2020年1月時点で6,772名が「消費生活専門相談員」として認定されています。資格保有者の多くが全国各地の消費生活センター等で活躍しています。なお、「消費生活専門相談員資格認定試験」は、2016年度以降、消費者安全法に基づく「消費生活相談員資格試験」(国家資格)を兼ねて実施しています。

# 問合せ先

○独立行政法人国民生活センター教育研修部資格制度室

住所 〒108-8602 東京都港区高輪 3-13-22 電話 03-3443-7855

## (3)消費生活アドバイザー資格制度

一般財団法人日本産業協会が、企業や行政等で苦情処理又は相談業務を通じて消費者に適切なアドバイスをすることや、消費者の意向を企業経営や行政に反映させること等の能力を持った人材の養成を目的として、内閣総理大臣及び経済産業大臣の事業認定を得て、消費者相談業務に関する知識・技能について試験を実施し、その合格者に対して「消費生活アドバイザー」の称号を付与する制度です。1980年に第1回の試験が行われて以来、2019年度までの試験合格者数

累計は 17,319 名です。なお、「消費生活アドバイザー資格試験」は、2016 年度以降、消費者安全法に基づく「消費生活相談員資格試験」(国家資格) を兼ねて実施しています。

# 問合せ先

○一般財団法人日本産業協会

住所 〒101-0047 東京都千代田区内神田 2-11-1 島田ビル 3 階 電話 03-3256-7731

ウェブサイト http://www.nissankyo.or.jp/

## (4) 消費生活コンサルタント資格付与制度

一般財団法人日本消費者協会が、消費生活相談員、地域の消費者リーダーとして活動する人材の育成を目的として、消費生活問題全般についての講座及び試験を実施し、その合格者に対して「消費生活コンサルタント」の資格を付与する制度です。2019 年9月時点で3,495名 が資格を付与されています。

# 問合せ先

○一般財団法人日本消費者協会

住所 〒101-0051 東京都千代田区神田神保町 1-18-1 千石屋ビル 3 階 電話 03-5282-5311

ウェブサイト https://jca-home.jp/