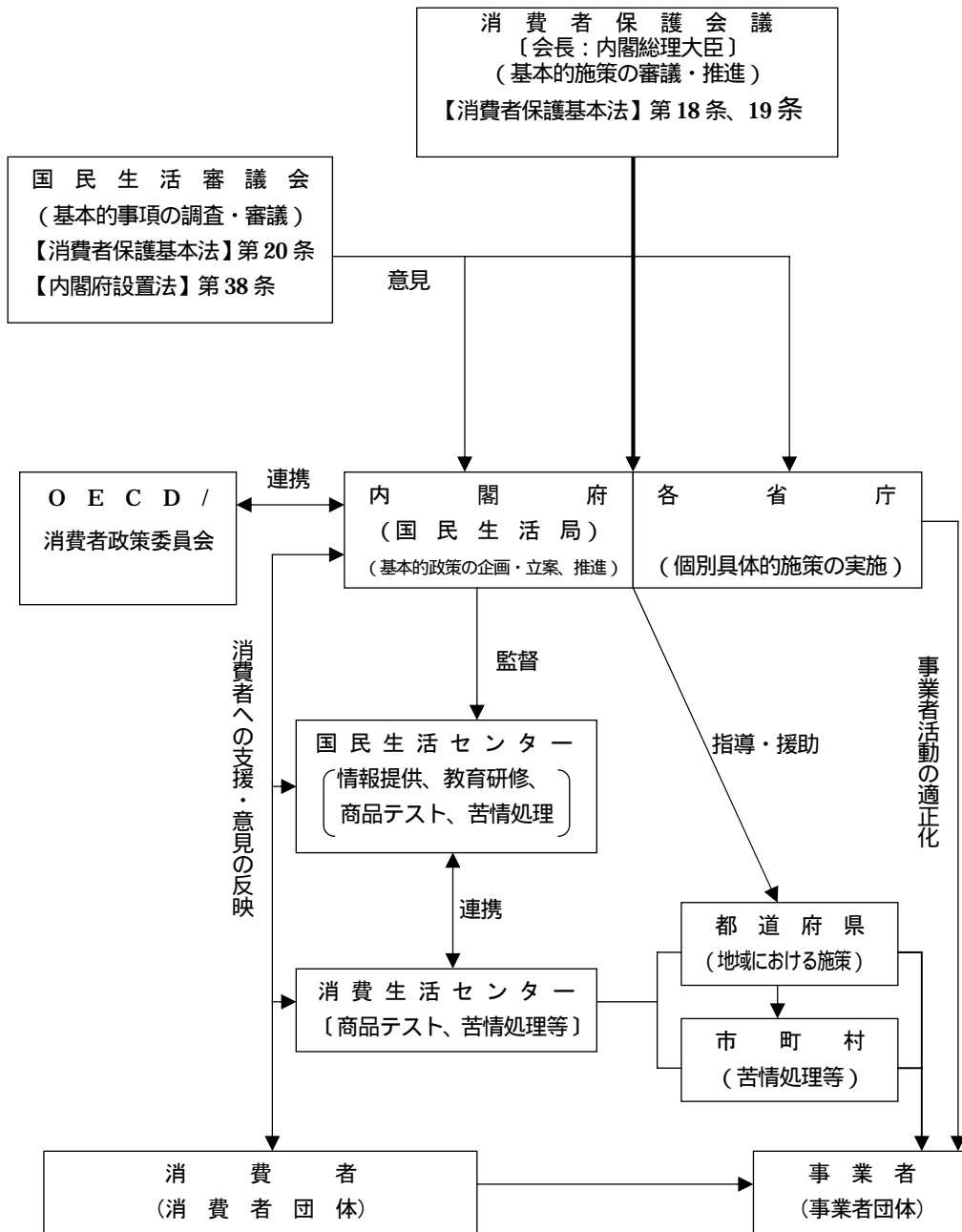
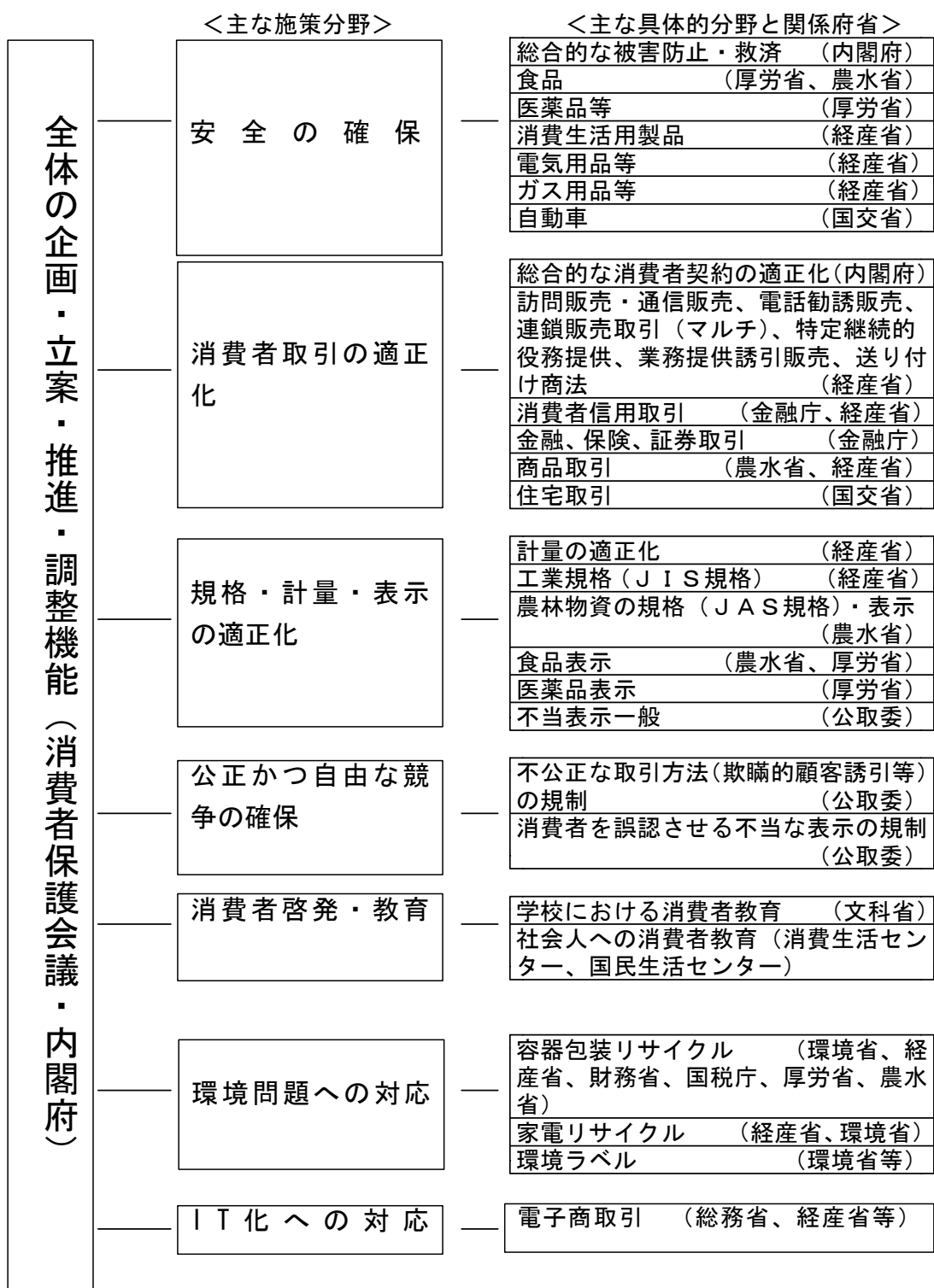


Ⅷ 消費者政策の実効性確保

1. 我が国の消費者行政機構



2. 我が国の主な消費者施策



3. 主な消費者関連法令

(1)安全の確保

分野	法令	担当省庁
総合的な被害防止・救済	製造物責任法	内閣府
食品の安全	食品衛生法	厚生労働省
	農薬取締法	農林水産省
	飼料の安全性の確保及び品質の改善に関する法律	農林水産省
医薬品等の安全	薬事法	厚生労働省
	毒物及び劇物取締法	厚生労働省
家庭用品の安全	消費生活用製品安全法	経済産業省
	有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律	厚生労働省
電気用品等の安全	電気用品安全法	経済産業省
	電気事業法	経済産業省
ガス用品等の安全	ガス事業法	経済産業省
	特定ガス消費機器の設置工事の監督に関する法律	経済産業省
	液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律	経済産業省
	高圧ガス保安法	経済産業省
	熱供給事業法	経済産業省
自動車・鉄道の安全	道路運送車両法	国土交通省
	道路運送法	国土交通省
	自動車事故対策センター法	国土交通省
	鉄道営業法	国土交通省
建築物等の安全	建築基準法	国土交通省
	消防法	総務省

(2)消費者取引の適正化

分野	法令	担当省庁
総合的な消費者契約の適正化	消費者契約法	内閣府
無限連鎖講の規制	無限連鎖講の防止に関する法律	内閣府、警察庁、法務省
訪問販売・電話勧誘販売等の適正化	特定商取引に関する法律	経済産業省
割賦販売の適正化	割賦販売法	経済産業省
消費者金融の適正化	利息制限法	法務省
	出資の受入れ、預り金及び金利等の取締りに関する法律	金融庁、法務省
	貸金業の規制等に関する法律	金融庁

商品取引の適正化	海外商品市場における先物取引の受託等に関する法律	経済産業省、農林水産省
	商品取引所法	農林水産省、経済産業省
	特定商品等の預託等取引契約に関する法律	経済産業省
証券取引の適正化	証券取引法	金融庁
	有価証券に係る投資顧問業の規制等に関する法律	金融庁
	抵当証券業の規制等に関する法律	金融庁
保険契約の適正化	保険業法	金融庁
金融商品販売の適正化	金融商品の販売等に関する法律	金融庁
旅行契約の適正化	旅行業法	国土交通省
住宅取引の適正化	宅地建物取引業法	国土交通省
	住宅の品質確保の促進等に関する法律	国土交通省
	マンションの管理の適正化の推進に関する法律	国土交通省
電子商取引の適正化	電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律	経済産業省
	特定電子メールの送信の適正化等に関する法律	総務省

(3) 規格・計量・表示の適正化

分野	法令	担当省庁
計量の適正化	計量法	経済産業省
不当表示の適正化	不当景品類及び不当表示防止法	公正取引委員会
食品表示の適正化	農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律	農林水産省
	栄養改善法	厚生労働省
	食品衛生法	厚生労働省
家庭用品等の表示の適正化	工業標準化法	経済産業省
	家庭用品品質表示法	経済産業省
医薬品等の表示の適正化	薬事法	厚生労働省
住宅等の表示の適正化	宅地建物取引業法	国土交通省
ホテル・旅館・旅行業等の表示の適正化	旅行業法	国土交通省

(4) 公正かつ自由な競争の確保

分野	法令	担当省庁
公正かつ自由な競争の確保	私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律	公正取引委員会
	不当景品類及び不当表示防止法	公正取引委員会
	不正競争防止法	経済産業省

(5) 環境問題への対応^x

分野	法令	担当省庁
良好な環境の確保	容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律	環境省、経済産業省、財務省、国税庁、厚生労働省、農林水産省
	特定家庭用機器再商品化法	環境省、経済産業省

(6) IT化への対応

分野	法令	担当省庁
IT化の進展に伴う消費者保護	電子消費者契約法	経済産業省
	特定電子メールの送信の適正化等に関する法律	総務省

(備考) 内閣府国民生活局「ハンドブック消費者2002」等より作成。

4. 地方消費者行政の現状

(1) 消費生活センターの設置数

	平成 11 年	平成 12 年	平成 13 年	平成 14 年
都道府県	159	163	166	167
政令指定都市	15	16	16	16
市町村	238	252	267	280
計	412	431	449	463

注) 各年 4 月 1 日現在において、週 4 日以上消費生活相談を行っている箇所数

(2) 消費生活センター職員数の推移

(単位：人)

	職員区分	平成 11 年	平成 12 年	平成 13 年	平成 14 年
都道府県	事務職員	630	589	575	586
	消費生活相談員	569	566	576	577
	商品テスト職員	160	154	147	136
政令指定都市	事務職員	120	140	143	151
	消費生活相談員	130	180	181	185
	商品テスト職員	13	15	15	15
市町村	事務職員	665	720	746	785
	消費生活相談員	657	721	759	812
	商品テスト職員	17	18	20	19
計		2,961	3,103	3,162	3,266

注) 各年 4 月 1 日現在の数値

(3) 消費者行政関係予算

(単位：百万円)

	平成 11 年度	平成 12 年度	平成 13 年度	平成 14 年度
都道府県	8,820	8,899	7,957	8,125
政令指定都市	1,599	2,031	1,598	1,655
市町村	5,559	5,610	5,913	4,935
計	15,978	16,540	15,468	14,715

注)平成 11、12、13 年度は最終予算額、平成 14 年度は当初予算額。

5. 地方消費者行政における組織等整備状況の推移

(1) 地方公共団体における消費者行政専管課・係等の設置状況の推移

	昭和 40年	昭和 50年	昭和 60年	平成 元年	平成 10年	平成 11年	平成 12年	平成 13年	平成 14年
都道府県	19 41.0%	47 100%	47 100%	47 100%	47 100%	47 100%	47 100%	47 100%	47 100%
政令市	3 50.0%	9 100%	10 100%	11 100%	12 100%	12 100%	12 100%	12 100%	12 100%
その他の 市・特別区		232 36.6%	231 34.8%	206 30.9%	230 33.8%	236 34.6%	245 35.9%	245 35.9%	261 38.0%
町 村		41 1.6%	72 2.8%	70 2.7%	82 3.2%	137 5.4%	170 6.6%	170 6.7%	210 8.3%

注1 上段は団体数、下段は全団体数に占める割合

注2 各年4月1日現在

(2) 消費生活センター設置数の推移

	昭和 40年	昭和 50年	昭和 60年	平成 元年	平成 10年	平成 11年	平成 12年	平成 13年	平成 14年
都道府県	2	93	130	157	161	159	163	166	167
政令市	0	8	13	16	14	15	16	16	16
その他の市・特別 区	0	50	119	180	224	230	243	256	269
町 村	0	5	8	8	8	8	9	11	11
合 計	2	156	270	361	407	412	431	449	463

注) 各年4月1日現在において、週4日以上消費生活相談を行っている箇所数

(3)消費者保護条例制定団体数の推移

	昭和 50年	昭和 60年	平成 元年	平成 10年	平成 11年	平成 12年	平成 13年	平成 14年
都道府県	25	47	47	47	47	47	47	47
政令市	4	7	7	9	9	9	9	9
その他の市・特別 区	33	49	50	57	57	59	55	56
町 村	0	0	1	1	1	1	1	2

注)各年4月1日現在

6. 消費者行政の在り方に関する審議会等の提言

①消費者取引問題研究会報告書「消費者政策の積極的な推進に向けて」（抄） （平成14年11月 公正取引委員会）

第6 公正取引委員会の調査・提言機能の強化及び関係機関との連携強化

2 他の行政機関等との連携強化

(1) 内閣府国民生活局及びその他の行政機関との連携強化

現在、我が国の消費者政策は、内閣府が消費者政策全体の総合調整機能を担い、各行政機関がそれぞれの権限や機能に応じた役割を担っており、公正取引委員会も、競争政策の観点から業種横断的に消費者政策を推進している。しかし、最近の食品の虚偽表示では、虚偽表示を行った事業者に対して複数の行政機関がそれぞれ法執行を行うなど、関係行政機関相互の連携が必ずしも十分でない点が指摘されている。これらの消費者政策の担当機関は、必ずしも有機的に連携を取り合いながら機能しているとは言い切れず、ときに非効率が生じる場合もある。そこで、消費者問題に対して各機関が効率的かつ迅速な対応ができるよう、それぞれが収集した情報を提供し合ったり、適切な事案については共同調査を実施するなど、情報収集・法執行の両面で、各機関が連携を強化すべきである。

各行政機関は、消費者政策全体の企画・立案を行っている内閣府国民生活局との協力体制を密にすることにより、効率的に消費者取引の適正化に取り組むことが可能となる。（以下略）

②食品の表示制度に関する懇談会 中間取りまとめ（抄） （平成14年8月 農林水産省、厚生労働省）

3 現行の食品の表示制度の問題点

食品の表示制度は、食品衛生法、JAS法、景表法など複数の法律に基づくものであることから、その表示のルールも、食品衛生法に基づくものは飲食に起因する衛生上の危害の発生の防止を目的とし、JAS法に基づくものは品質に関し消費者の選択に資することを目的とするなど、それぞれ目的が異なっている。また当初は、表示項目が重複することも少なかったため、制度発足以来、各府省が互いに十分な連携をしないまま、それぞれの表示制度を充実してきた経緯がある。

しかし、食品衛生法に基づく表示とJAS法に基づく表示とが、制度発足当時と比較して相当オーバーラップしてきていることもあって、現行の食品の表示制度については以下のような問題が顕在化してきている。

表示制度が複数の法律に分散して規定されており、一覧できないため、消費者、事業者双方にとって分かりにくいこと

それぞれの表示制度に基づく表示項目や表示内容が、それぞれの府省ごとに決定される仕組みであるため、整合性が取れておらず、用語や定義の統一性が欠けているものがあること。また、解釈等に関する情報提供などの運用面でも統一性に欠ける

こと

監視体制や是正措置もそれぞれの制度によって異なり、連携が十分でないこと

このため、表示ルールの設定・改廃や解釈、監視等については、全体として整合性があり、連携の取れたものとする必要があるとともに、その表示ルールについては、消費者、事業者双方にとって分かりやすいものとする必要がある。

7. 消費者保護会議の概要

(1) 概要

消費者保護会議は、消費者保護基本法（昭和43年法律第78号）第18条及び第19条に基づき設置され、

消費者の保護に関する基本的な施策の企画に関する審議
同施策の実施の推進
に関する事務をつかさどる。

(2) 組織

ア 消費者保護会議は、会長及び委員をもって組織される。

会長：内閣総理大臣

委員：関係閣僚等（関係行政機関の長等15名。内閣総理大臣が任命）

イ 消費者保護会議には、会長及び委員を助けるため、幹事が置かれる。

幹事：関係行政機関の職員（事務次官級。内閣総理大臣が任命）

また、同幹事会の申合せにより、関係行政機関の担当課長をメンバーとする消費者行政担当課長会議が設置されている。

(3) 第34回消費者保護会議の決定事項

第34回消費者保護会議（平成13年12月11日）においては、今後取り組むべき469の消費者関連施策を決定した。

そのうち、特に中心となる施策として、消費者の安全の確保と情報開示、IT化・電子商取引の普及に対応した市場ルール等の整備、市場ルールの実効性確保、消費者教育・情報提供の充実、公正かつ自由な競争の確保を掲げた。

(4) 消費者保護会議の法的根拠

①消費者保護基本法（昭和43年5月30日法律第78号）（抄）

（消費者保護会議）

第18条 内閣府に、消費者保護会議（以下「会議」という。）を置く。

2 会議は、消費者の保護に関する基本的な施策の企画に関して審議し、及びその施策の実施を推進する事務をつかさどる。

第19条 会議は、会長及び委員をもって組織する。

2 会長は、内閣総理大臣をもって充てる。

3 委員は、内閣官房長官、関係行政機関の長及び内閣府設置法（平成11年法律第89号）第9条第1項に規定する特命担当大臣のうちから、内閣総理大臣が任命する。

4 会議に、幹事を置く。

- 5 幹事は、関係行政機関の職員のうちから、内閣総理大臣が任命する。
- 6 幹事は、会議の所掌事務について、会長及び委員を助ける。
- 7 前各項に定めるもののほか、会議の組織及び運営に関し必要な事項は、政令で定める。

②消費者保護会議運営規程（昭和46年10月12日 消費者保護会議会長決定）

第1条 消費者保護会議において審議する事項は、次のとおりとする。

- (1) 危害の防止に関する重要な施策
- (2) 計量の適正化に関する重要な施策
- (3) 規格の適正化に関する重要な施策
- (4) 表示の適正化に関する重要な施策
- (5) 公正自由な競争の確保等に関する重要な施策
- (6) その他消費者保護会議に関し特に重要な施策

第2条 内閣官房長官は、前項に掲げた事項のうち特に必要と認めたものについて審議するため、関係委員会議の開催を要請することができる。

第3条 関係委員会議は、前項の事項に関係のある委員及び内閣官房長官である委員をもって構成する。

8. 内閣府設置法等

(1) 内閣府設置法

(任務)

第三条 内閣府は、内閣の重要政策に関する内閣の事務を助けることを任務とする。

2 前項に定めるもののほか、内閣府は、皇室、栄典及び公式制度に関する事務その他の国として行うべき事務の適切な遂行、男女共同参画社会の形成の促進、消費生活及び市民活動に係る施策を中心とした国民生活の安定及び向上、沖縄の振興及び開発、北方領土問題の解決の促進、災害からの国民の保護、国の治安の確保、国の防衛を通じた国の安全の確保、金融の適切な機能の確保、政府の施策の実施を支援するための基盤の整備並びに経済その他の広範な分野に係る施策に関する政府全体の見地からの関係行政機関の連携の確保を図るとともに、内閣総理大臣が政府全体の見地から管理することがふさわしい行政事務の円滑な遂行を図ることを任務とする。

3 内閣府は、第一項の任務を遂行するに当たり、内閣官房を助けるものとする。

(所掌事務)

第四条 内閣府は、前条第一項の任務を達成するため、行政各部の施策の統一を図るために必要となる次に掲げる事項の企画及び立案並びに総合調整に関する事務（内閣官房が行う内閣法（昭和二十二年法律第五号）第十二条第二項第二号に掲げる事務を除く。）をつかさどる。

一～十五 略

2 前項に定めるもののほか、内閣府は、前条第一項の任務を達成するため、高齢化の進展への対処、障害者の自立と社会参加の促進、交通安全の確保並びに消費者の利益の擁護及び増進に関する政策その他の内閣の重要政策に関して閣議において決定された基本的な方針に基づいて、当該重要政策に関し行政各部の施策の統一を図るために必要となる企画及び立案並びに総合調整に関する事務をつかさどる。

3 前二項に定めるもののほか、内閣府は、前条第二項の任務を達成するため、次に掲げる事務をつかさどる。

一～三十四 略

三十五 国民生活の安定及び向上に関する経済の発展の見地からの基本的な政策の企画及び立案並びに推進に関すること。

三十六 一般消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策の企画及び立案並びに推進に関すること。

三十七～六十一 略

(内閣総理大臣の権限)

第七条 内閣総理大臣は、内閣府の事務を統括し、職員の服務について統督する。

2～6 略

7 内閣総理大臣は、第三条第二項の任務を遂行するため政策について行政機関相互の調整を図る必要があると認めるときは、その必要性を明らかにした上で、関係行政機関の長に対し、必要な資料の提出及び説明を求め、並びに当該関係行政機関の政策に関し意見を述べることができる。

(特命担当大臣)

第九条 内閣総理大臣は、内閣の重要政策に関して行政各部の施策の統一を図るために特に必要がある場合においては、内閣府に、内閣総理大臣を助け、命を受けて第四条第一項及び第二項に規定する事務並びにこれに関連する同条第三項に規定する事務(これらの事務のうち大臣庁等の所掌に属するものを除く。)を掌理する職(以下「特命担当大臣」という。)を置くことができる。

2 特命担当大臣は、国務大臣をもって充てる。

第十二条 特命担当大臣は、その掌理する第四条第一項及び第二項に規定する事務の遂行のため必要があると認めるときは、関係行政機関の長に対し、必要な資料の提出及び説明を求めることができる。

2 特命担当大臣は、その掌理する第四条第一項及び第二項に規定する事務の遂行のため特に必要があると認めるときは、関係行政機関の長に対し、勧告することができる。

3 特命担当大臣は、前項の規定により関係行政機関の長に対し勧告したときは、当該関係行政機関の長に対し、その勧告に基づいてとった措置について報告を求めることができる。

4 特命担当大臣は、第二項の規定により勧告した事項に関し特に必要があると認めるときは、内閣総理大臣に対し、当該事項について内閣法第六条の規定による措置がとられるよう意見を具申することができる。

(設置)

第三十七条 本府に、国民生活審議会を置く。

(国民生活審議会)

第三十八条 国民生活審議会は、次に掲げる事務をつかさどる。

- 一 内閣総理大臣又は関係各大臣の諮問に応じ、国民生活の安定及び向上に関する経済の発展の見地からの基本的な政策、一般消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策並びに市民活動の促進に関する重要事項を調査審議すること。
- 二 前号に規定する重要事項に関し、内閣総理大臣又は関係各大臣に意見を述べること。
- 三 略

(2) 内閣府本府組織令

(政策統括官の職務)

第三条 政策統括官は、命を受けて、次に掲げる事務を分掌する。

- 一 略
- 二 高齢化の進展への対処、障害者の自立と社会参加の促進、交通安全の確保並びに消費者の利益の擁護及び増進に関する政策その他の内閣の重要政策に関して閣議において決定された基本的な方針に基づいて、当該重要政策に関し行政各部の施策の統一を図るために必要となる企画及び立案並びに総合調整に関すること。
- 三 略

(国民生活局の所掌事務)

第六条 国民生活局は、次に掲げる事務をつかさどる。

- 一 国民生活の安定及び向上に関する経済の発展の見地からの基本的な政策の企画及び立案並びに推進に関すること。
- 二 一般消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策の企画及び立案並びに推進に関すること。
- 三 物価に関する基本的な政策の企画及び立案並びに推進に関すること。
- 四 市民活動の促進に関すること。

(消費者企画課の所掌事務)

第三十三条 消費者企画課は、次に掲げる事務をつかさどる。

- 一 一般消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策の企画及び立案並びに推進に関すること(消費者調整課の所掌に属するものを除く。)
- 二 消費者保護会議の庶務に関すること。

(消費者調整課の所掌事務)

第三十四条 消費者調整課は、次に掲げる事務をつかさどる。

- 一 一般消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策で地方公共団体が

行う消費者行政及び一般消費者の組織活動に係るものの企画及び立案並びに推進に関すること。

二 一般消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策並びに物価に関する基本的な政策に関する情報の提供に関すること。

三 国民生活センターの組織及び運営一般に関すること。

(3) 内閣法

第六条 内閣総理大臣は、閣議にかけて決定した方針に基づいて、行政各部を指揮監督する。

(4) 国家行政組織法

第十五条 各省大臣、各委員会及び各庁の長官は、その機関の任務を遂行するため政策について行政機関相互の調整を図る必要があると認めるときは、その必要性を明らかにした上で、関係行政機関の長に対し、必要な資料の提出及び説明を求め、並びに当該関係行政機関の政策に関し意見を述べることができる。

9. 最近の各省庁の取組状況

(1) 警察庁

悪質な生活経済事犯の重点的な取締りの推進

消費者に直接被害を及ぼす悪質な生活経済事犯について、あらゆる法令を適用し、重点的な取締りを推進している。

(注) 生活経済事犯とは、金融事犯、資産形成事犯、環境事犯、特定商取引等事犯、保健衛生事犯、知的財産権侵害事犯、不動産事犯、国際経済事犯、税法事犯、不正アクセス事犯、諸法令事犯をいう。

生活経済事犯の取締り状況

検挙概要

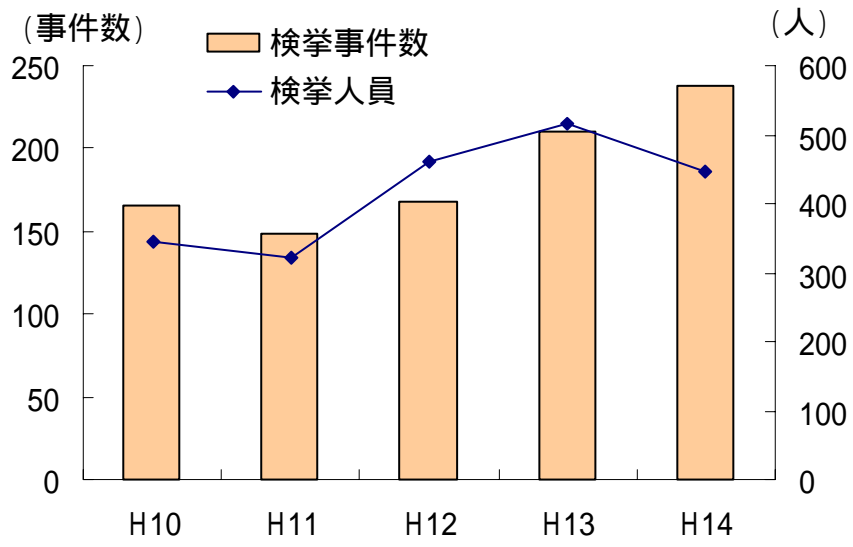
事 犯	H14		H13 (参考)	
金 融 事 犯	245 事件	470 人	216 事件	540 人
うち ヤミ金融事犯	238 事件	446 人	210 事件	517 人
資 産 形 成 事 犯	9 事件	116 人	24 事件	119 人
環 境 事 犯	2,922 事件	4,574 人	2,435 事件	3,878 人
うち 廃棄物事犯	2,467 事件	4,023 人	2,085 事件	3,445 人
特 定 商 取 引 等 事 犯	107 事件	279 人	116 事件	282 人
保 健 衛 生 事 犯	239 事件	426 人	169 事件	250 人
知 的 財 産 権 侵 害 事 犯	246 事件	435 人	173 事件	340 人
不 動 産 事 犯	39 事件	69 人	47 事件	157 人
国 際 経 済 事 犯	16 事件	31 人	9 事件	22 人
税 法 事 犯	6 事件	24 人	4 事件	11 人
不 正 ア ク セ ス 事 犯	51 事件	69 人	35 事件	51 人
諸 法 令 事 犯	1,685 事件	2,134 人	1,297 事件	1,519 人
合 計	5,565 事件	8,627 人	4,525 事件	7,169 人

生活経済事犯の特徴

①ヤミ金融事犯の大量摘発

事件数は 238 事件で統計開始(平成 2 年)以降最多
被害人員等も 12 万 2 千人で統計開始(平成 8 年)以降最多
「トイチ金融」、「090 金融」など手口が悪質巧妙化

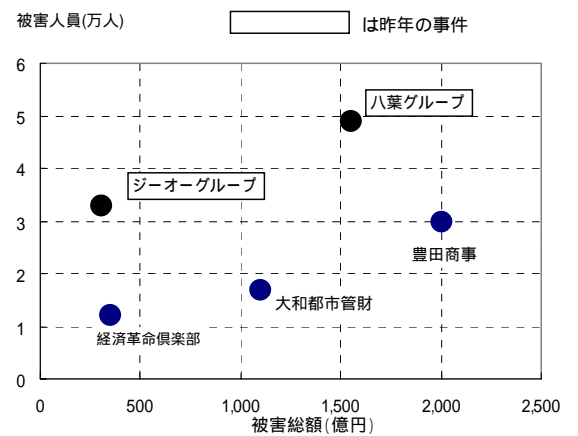
【最近5年間におけるヤミ金融事犯の検挙状況】



② 市民被害の大型詐欺事件の摘発

「元本保証」、「高配当、高利回り」を強調し、多数の市民から金銭をだまし取る事件の摘発が相次ぐ
 資産形成事犯の被害額は過去 10 年で最多の約 1,890 億円
 中高年の主婦層に被害が多発

【市民被害の大型詐欺事件】



③ 「食の安全に係る事犯」が全国で多発

食品の産地等の虚偽表示事件が多発 ~ 6 事件を検挙
 無認可の食品添加物の製造販売事件の発覚 ~ 業界大手企業を検挙
 発ガン性物質等を含有する農薬の違法販売 ~ 21 事件を検挙

④ 特定商取引等事犯

検挙事件数、検挙人員ともほぼ横ばい状態
 内職斡旋名下に主婦らに高額な教材等売りつける「内職商法」が増加傾向
 「点検商法」、「アポイントメント商法」事犯の検挙が目立つ

【過去 5 年間における特定商取引等事犯の検挙状況】

	H10	H11	H12	H13	H14
検 挙 事 件 数	108	91	97	116	107
検 挙 人 員	340	290	300	282	279

今後の推進事項

① 生活経済事犯の取締り

「消費者被害防止活動の強化期間」の実施
 「重要生活経済事犯の取締り強化期間」の実施

② 消費者保護活動

広報・啓発活動の推進
 関係機関・団体との連携の強化

(2) 公正取引委員会

景品表示法の事件処理状況

(単位: 件)

区 分 年 度	排 除 命 令			警 告			注 意		
	景品	表示	合計	景品	表示	合計	景品	表示	合計
平成 12 年度	0	3	3	119	201	320	25	123	148
平成 13 年度	0	10	10	122	257	379	9	74	83
平成 14 年度 (4 月～12 月)	0	21	21	76	226	302	3	83	86

(注) 1 「警告」とは、違反行為又は違反するおそれのある行為について、関係事業者には正措置を採るよう指導するもの。

2 「注意」とは、違反につながるおそれのある行為について、事業者の注意を喚起する必要がある場合に行うもの(平成 12 年度から処理件数に追加)。

(3) 経済産業省

特定商取引法の運用状況

平成15年3月18日現在

(単位: 件)

		8年度	9年度	10年度	11年度	12年度	13年度	14年度	合計
行政区分		2	8	13	8	4	20	23	78
経済産業省	(注2) 指示	2	7	12	6	0	12	7	46
	業務停止命令	0	1	0	0	0	1	2	4
都道府県	指示	0	0	1	2	4	7	14	28
				(東京1)	(静岡2)	(静岡3) (長崎1)	(静岡3) (東京3) (宮城1)	(静岡4) (東京7) (山梨1) (新潟1) (神奈川1)	(静岡12) (東京11) (長崎1) (宮城1) (山梨1) (新潟1) (神奈川1)
報告徴収 (経済産業省分のみ)		4	16	21	8	47	58	105	259
警告(ネット上での違反広告に対する警告メール)		-	-	196	1,497	634	10,271	6,651	19,249
(注3) インターネット上の広告サイト		-	-	196	1,497	634	9,127	3,173	14,627
(注4) 迷惑メール		-	-	-	-	-	1,144	3,478	4,622

(注) 1 7年度以前は報告徴収1件のみ。

(注) 2 平成14年2月から、特定商取引法の運用を強化し、指示をした段階で事業者名を原則公表することとしたところ。なお、従前から、業務停止命令をした場合には、公表しなければならぬものとされている。

(注) 3 インターネット上の広告サイトについて

平成10年度からインターネット・サーフ・デイを実施(インターネット上の広告サイトについて、年1回一定のテーマの下に抽出して点検を行い、特定商取引法上記載すべき事項が一部欠落しているようなサイトにつき警告メールを送信。)

さらに、平成13年度から、ネット上の広告サイトの点検・警告を継続的に行う、常時モニタリングを実施。

(注) 4 迷惑メールについて

平成14年2月以降、消費者からの情報提供に応じて、電子メールによる広告をチェックし、特商法上の要件を充たしていない場合には警告メールを送信。

10. 国民生活センターから関係行政機関等への情報提供実績

	平成9年度	平成10年度	平成11年度	平成12年度	平成13年度
中央省庁・国会	189	121	190	164	140
警察	69	65	67	66	35
裁判所	14	5	7	7	12
弁護士会	28	30	23	23	44

11. 事業者名の公表について

(1) 「特定商取引に関する法律」における事業者名公表

特定商取引法は、事業者の業務の全部又は一部を停止すべきことを命じたときは、その旨を公表しなければならない旨規定している（第8条等）。

しかし、消費者の被害の未然防止、抑止力強化等の観点から、一定の場合に命令を行わなくても事業者名を公表することとし、その基準を次のとおり明確化している。

- 特定商取引に関する法律の規定による経済産業大臣の指示と販売業者等の名称等の公表について（平成14年2月 経済産業省大臣官房商務流通審議官通達）
（抄）

近年、社会経済の激しい変化や消費生活の多様化を背景とし、消費者取引を巡るトラブルについても、新たな形態のトラブルの増加や法に違反する行為の悪質化が進んでいる。

このため、法の規定に違反し、又は法の規制する行為をした販売業者等が、かかる行為を繰り返す蓋然性が認められる場合には、購入者等が受けることのある損害を未然に防止するとの観点からは、当該販売業者等の名称等を公表する必要性は高いものと考えられる。

また、当該販売業者等に係る行為が重大である場合には、当該行為が社会的に許されるものではないことを広く世の中に知らせ、他の販売業者等が同様の行為に及ぶことを防止することにより、取引の公正を確保し、よって購入者等が受けることのある損害を未然に防止するとの観点からは、同様に、当該販売業者等の名称等を公表する必要性は高いものと考えられる。

略

ただし販売業者等の名称等を公表することにより、当該販売業者等の権利競争上の地位その他正当な利益が害されるおそれがあることから、公表に当たっては、あらかじめ当該販売業者等に対する事前告知の手續を執る等、公正かつ透明性のある手續を整える必要がある。

1. 略

2. 公表に係る判断基準

法第7条、第14条、第22条、第38条、第46条及び第56条の規定に基づき経済産業大臣が販売業者等に対し指示を行う場合において、経済産業大臣は、次の各号のいずれかに掲げる事項があると認めるときは、原則として、当該指示をした際に、当該販売業者等に係る名称等を公表する

こととする。

- (1) 当該販売業者等が当該指示に係る行為を繰り返す蓋然性
- (2) 当該販売業者等に対する当該指示に係る行為の重大性

3 . 公表に係る事項

上記 2 . の規定により経済産業大臣が公表を行う場合には、次の事項を記載した文書（以下「公表用資料」という）を公表することとする。

当該指示をした日

当該指示の名宛人たる販売業者等の氏名又は名称（当該販売業者等が法人の場合には、代表者の氏名を含む）及び所在地

当該指示に係る販売業者等の行為の概要

当該指示の概要

その他経済産業大臣が特に必要と認める事項

4 . 公表に係る事前告知手続

- (1) 上記 2 . の規定により経済産業大臣が公表を行う場合には、経済産業大臣は、あらかじめ、当該販売業者等に対し、指示をした際に当該販売業者等の名称等を公表することがあり得る旨を告知することとする。

なお、当該告知をする時期は、原則として、当該指示に係る弁明の機会を当該販売業者等に付与するときとする。

以下略

(2) 「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律」（JAS 法）における事業者名公表

JAS 法は、平成 14 年改正以前は農林水産大臣等の指示に従わない場合に限り事業者名等を公表することができる旨規定していたが、平成 14 年改正において、当該規定が削除され、これに伴い、事業者名等を公表する基準を次のとおり明確化している。

○農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律第 19 条の 8 の規定に基づいて定められた飲食料品等の品質表示基準の違反に係る同法第 19 条の 9 の指示及び公表の指針（平成 14 年 6 月農林水産省食品表示制度対策本部決定）（抄）

2 公表の指針

- (1) 指示をした場合には、原則として公表する。ただし、行政機関の保有する情報の公開に関する法律（平成 11 年法律第 42 号）に照らしても不開示と判断されるような例外的な場合があれば、公表しないこととする。

る。

(2) 公表する事項は、以下の事項とする。

違反した事業者の氏名又は名称及び住所

違反事実

指示の内容

(3) なお、消費者利益の保護の観点から、違反の事実を早急に公表する必要性が高い場合であって、違反事実が確認されている場合には、指示を行わなくても公表(2)の及びの(事項)する場合がある。

(3) 事業者名公表を規定している都道府県条例

東京都消費生活条例

(公表)

第50条 知事は、事業者が第10条第3項若しくは第46条第2項の規定による要求又は第12条、第23条若しくは第48条の規定による勧告に従わないときは、その旨を公表することができる。

鹿児島県民の消費生活の安定及び向上に関する条例

(不当な取引行為の是正勧告)

第14条の3 知事は、事業者の不当な取引行為による被害の発生又は拡大を防止するため必要があると認めるときは、当該事業者に対し、当該不当な取引行為を是正するよう勧告するとともに、速やかに、当該不当な取引行為に関する情報を消費者に提供するものとする。

(4) 国民生活センターにおける事業者名公表の規定

国民生活センター情報提供規程(平成12年5月16日 規程第1号)(抜粋)

(公表)

第5条 センターは、国民生活の安定及び向上等を図るため、公共的利益に資する情報を、広く国民に提供(以下「公表」という。)することとする。

2 次の各号の一に該当する場合は、速やかに公表するよう努めなければならない。

(1) 特定の商品・役務に関し若しくは特定の事業者に関し、深刻な消費者被害が報告されており、かつ同種の消費者被害が多数発生するおそれがある場合

(2) 特定の商品・役務に関し若しくは特定の事業者に関し、深刻な消費者被害が報告されており、かつ同種の被害が再発するおそれがある場合

(3) 特定の商品・役務に関し若しくは特定の事業者に関し、同種の苦情等が多数報告されており、又は同種の苦情等が増加傾向にある場合

(4) 全各号のほか、国民生活の安定及び向上に寄与するために公表が必要と認

められる場合

(事業者名公表)

第6条 前条第2項に規定する公表において、消費者被害の再発防止若しくは未然防止のため必要と認めるときは、事業者を特定して公表(以下「事業者名公表」という。)することができる。

2 事業者名公表においては、その内容が真実若しくは真実相当性を有するものでなければならない。

12. 連邦量刑ガイドラインについて

(1) 連邦量刑ガイドラインとは

米国では司法の場で連邦法上有罪を受けた組織に対して懲罰的罰金額を算定する際の基準として、1991年に「連邦量刑ガイドライン」が発表された。これを受けて米国事業者の間で自主行動基準策定とその遵守体制を確立する動きが広まったと言われている。このため、我が国においても、実効性の高い自主行動基準を制定している事業者を支援する上で、行政法に係る罰則、不利益処分、政府調達等において自主行動基準の策定状況や社内体制の整備状況を明示的に考慮するという「連邦量刑ガイドライン」的な考え方を導入すべきとの意見が出ている。これらは消費者の被害救済、あるいは再発防止にとっても有益であり、また、本指針で検討したような消費者に向けたコンプライアンス経営を促進する上で必要であると考えられる。(国民生活審議会消費者政策部会の中間報告(2002年4月22日公表))

(2) 連邦量刑委員会が定めたコンプライアンスプログラム(7つの基準)

犯罪行為を合理的に予防することが可能となるような、遵守基準と手続きを設定すること。
(予防的手続きの成文化、倫理綱領の設定)

組織内で、遵守基準と手続きを監督する責任者として、特定の上位者を指名すること。
(企業倫理担当責任者の任命)

法律違反を行う恐れのある人物に、実質的に自由裁量的な権限を委譲しないよう適切な注意を払うこと。
(権限委譲者の適正な選任)

すべての従業員と関係者に、トレーニング・プログラムに参加させたり、資料配布するなど、遵守基準と手続きを周知徹底するために必要な措置をとること。
(教育・研修プログラムの実施)

基準遵守を達成するため合理的な手段として、犯罪的行為を発見できるように設定された監視システムや監査システム、あるいは従業員が報復を受けることなしに犯罪行為を報告できる報告システム等の合理的な措置を講ずること。
(企業倫理監査の実施、照会・報告ラインの運用)

適切な懲戒制度を通じて、成文化された基準の遵守を徹底すること。
(倫理綱領の周知徹底、罰則規定の整備)

犯罪行為を発見した場合に適切に対応できるよう、また将来同様の犯罪行為の再発を防止できるように、あらゆる合理的な措置を講ずること。
(緊急対応策と再発防止策の確立)

13. 国民生活審議会 消費者政策部会 自主行動基準検討委員会報告

「消費者に信頼される事業者となるために―自主行動基準の指針―」について

＜概要＞

（平成14年12月17日）

1. 審議の背景

企業不祥事の多発を背景に、消費者の事業者に対する信頼は大きく揺らいでおり、事業者には消費者の信頼を取り戻すための具体的取組みが求められている。事業者による自主行動基準の策定・運用はその有効な方策と考えられることから、その策定・運用を促進するための指針をとりまとめることとした。

2. 審議経緯

平成13年10月、国民生活審議会消費者政策部会の下に自主行動基準検討委員会（委員長：松本恒雄一橋大学大学院法学研究科教授）を設置して審議を開始し、平成14年4月に中間報告をとりまとめた。その後、各方面からのヒアリングも踏まえ、最終報告をとりまとめ、12月17日に消費者政策部会に報告の上、公表。

3. 報告書の構成

本報告書は、「 . 自主行動基準の指針」、「 . 自主行動基準の策定促進と実効性確保」、
＜別添＞から構成されている。

「 . 自主行動基準の指針」では、自主行動基準の意義と考え方、自主行動基準に求められる要件、消費者対応に関する自主行動基準の内容、自主行動基準策定・運用のための留意点と手順、事業者団体による自主行動基準策定の意義や留意点等について記述している。

「 . 自主行動基準の策定促進と実効性確保」では、自主行動基準の評価組織の育成、公益通報者保護制度等、自主行動基準策定の促進と実効性確保のための課題を示している。

＜別添＞では、各事業者が消費者対応に関する自主行動基準を策定する際の参考として、盛り込むことが望ましい内容を具体的に例示している。

また、事業者等に対するメッセージを冒頭に付し、消費者に信頼される経営の促進を求めている。

メッセージ

1. 企業経営は、消費者をはじめとする社会からの信頼と共感を基本としている。しかし、最近続発した企業不祥事は、事業者に対する信頼を大きく損ない、ひいては我が国の市場経済そのものへの不信にもつながりかねない深刻な事態をもたらしている。
2. 不祥事を組織の内部で隠蔽することは許されないことであり、また可能でもない。不祥事を隠蔽していた事実が後から発覚すれば、事業者は永年にわたって築き上げてきた信頼を一朝にして失い、市場からの撤退をも余儀なくされる。こうした現状を踏まえ、経営トップは、自ら率先垂範し、早急に自社の企業倫理を総点検するとともに、問題を未然に防止するための事前の対応に万全を期す必要がある。また、ひとたび問題が発生した場合は、社会に対して説明責任を果たし、有効な再発防止策を講じることが求められている。
3. 上記の要請に応え、事業者に対する消費者等からの信頼を獲得していくためには、事業者がコンプライアンス経営に積極的に取り組むことが不可欠である。事業者は自らの経営姿勢、経営方針を対外的に明らかにし、透明性の高い経営を行っていくことが極めて重要であり、そのための一手段として、自主行動基準の策定・運用を求めたい。自主行動基準とは、事業者が目指す経営姿勢や、消費者対応等に関する方針を具体的に文書化したものである。自主行動基準は、積極的に公表することが望ましい。
4. 自主行動基準の策定・公表により、事業者は自らの経営方針を消費者に明確に伝えることができ、消費者は、自主行動基準を通じて事業者の経営姿勢を評価することが可能となる。また、自主行動基準は、計画 - 運用 - 監査 - 見直し (Plan-Do-Check-Act) のマネジメントサイクルの中で、絶えず見直しをしていく必要があり、事業者は、自主行動基準の適切な運用のための継続的な努力を通じて、消費者からの高い信頼を得、競争力を高めていくことも可能となる。
5. 本報告書は自主行動基準の策定・運用のあり方を示した指針となっている。各事業者におかれては、この指針を踏まえ、自主行動基準の策定・運用に積極的に取り組まれることを強く期待している。この取り組みを通じ、事業者に対する消費者の信頼の再構築が促進されることを念願するものである。

< 概要 >

I. 自主行動基準の指針

1. 自主行動基準の考え方

(1) 自主行動基準の意義・考え方

- ・ 自主行動基準とは、個々の事業者が目指す経営姿勢や消費者対応等に関する方針を具体的に文書として明文化したもの。自主行動基準は積極的に公表されることが望ましく、公表を通じて、事業者は自らの行動原則等をステークホルダーに明確に伝え、それら関係者からの評価を受けることが可能。
- ・ 事業者は現在、倫理綱領等の策定を進めているが、自主行動基準はそれをさらに具体化したものと位置付けられる。

(2) 自主行動基準の要件・範囲

- ・ 自主行動基準には、明確性、具体性、透明性及び信頼性という要件が求められる。
- ・ 自主行動基準は様々な分野において策定できるが、特に消費者対応に関する自主行動基準においては、消費者から高い信頼を得るために、具体的なものを策定することが望まれる。
- ・ どの項目をどのように示すかは各事業者が業種・取引形態等を勘案して判断することであるが、盛り込むことが望ましい項目例としては、情報開示・提供、勧誘方針、契約条項、製品（食品を含む）の安全、環境への配慮、業界・取引類型の特性に応じた事項、個人情報の保護方針、相談・苦情処理などが考えられる。

(3) 法令等との関係

自主行動基準は、法令の遵守を明確化するという性格に加えて、法令の具体化・明確化、法令適用の自主的拡大、法令の上乗せという3つの役割を担う。

(4) 消費者と行政の役割

- ・ 消費者は、自主行動基準を通じて適切に事業者を評価し、その評価を消費行動に反映させていくことが期待される。
- ・ 行政は、自主行動基準の策定・運用の促進策を講じることが求められる。

2. 自主行動基準策定・運用のための留意点と手順

(1) 効果的な内部体制整備のための留意点

自主行動基準の策定・運用に当たっては、効果的な内部体制を整備する必要があり、情報の公開、責任の明確化、教育・研修等、ヘルプラインの設置、効果的な監査、継続的な改善、組織文化の変革という7点に留意するべきである。

(2) 効果的な自主行動基準策定の手順

効果的な自主行動基準策定の手順として、経営トップのコミットメントとリスクの体系的洗い出し、利害関係者の明確化、原案作成と意見聴取、自主行動基準の正式承認、自主行動基準の公表と教育・研修の徹底、自主行動基準の見直し、という6つのステップが重要である。

3. 事業者団体による自主行動基準の策定・運用

(1) 事業者団体による自主行動基準の意義

事業者団体による自主行動基準の策定・運用は、業界全体として消費者からの信頼性を高めるうえで重要である。その際、事業者団体による策定・運用プロセスをより透明化し、消費者参加を促すことが望ましい。

(2) 自主行動基準の策定・運用に当たっての留意点

事業者団体が自主行動基準を策定・運用する場合、消費者等の意見が反映される仕組みを導入するなど、公正な内部手続きを確保する必要がある。また、業界基準を設けるような場合、消費者保護を口実に独占禁止法上問題が生じないようにする必要があり、必要がある。

(3) 公正競争規約の拡充とその活用

公正競争規約は、景品表示法に基づいて、公正取引委員会の認定を受けて、業界が設定する景品と表示に関する自主ルールである。今後、景品表示法の見直しにより公正競争規約の範囲を拡大し、自主行動基準としての機能を高めることが期待される。

(4) 苦情処理体制の整備

事業者団体には、団体として作成した自主行動基準に則った苦情処理が適切に行える体制を整備することが期待される。

II. 自主行動基準の策定促進と実効性確保

1. 事業者における取組みの促進

- ・ 自主行動基準の策定・運用に携わる人材のネットワーク化の促進

2. 自主行動基準の実効性確保

- ・ 自主行動基準の普及啓発と自主行動基準を評価する組織の育成
- ・ 自主行動基準違反を何らかの形で法令とリンクさせることの検討

3. その他

- ・ 公益通報者保護制度の在り方についての早急な検討
- ・ 「連邦量刑ガイドライン」的考え方の導入の検討
- ・ 社会的責任投資の促進

(参考)

国民生活審議会消費者政策部会自主行動基準検討委員会 委員名簿

(敬称略、五十音順)

池田 耕一	松下電器産業株式会社法務本部企業倫理室長
稲岡 稔	株式会社イトーヨーカ堂常務取締役総務本部長
川本 敏	国民生活センター理事
澤藤 統一郎	弁護士
高 巖	麗澤大学国際経済学部教授
滝川 敏明	関西大学法学部教授
田中 宏司	立教大学大学院経済学研究科教授
ミッシェル タン	帝塚山大学法政策学部助教授
鍋嶋 詢三	社団法人消費者関連専門家会議顧問
南条 俊二	読売新聞論説副委員長
原 早苗	埼玉大学経済学部非常勤講師
坂東 俊矢	京都学園大学法学部教授
松本 恒雄	一橋大学大学院法学研究科教授
宮部 義一	日本経済団体連合会経済法規委員会消費者法部会長
山本 豊	上智大学法学部教授
山本 隆司	東京大学大学院法学政治学研究科助教授
吉岡 初子	主婦連合会事務局長

は委員長、 は委員長代理