

1. 消費者関連法について概要

(1) 連邦取引委員会法 (the Federal Trade Commission Act (1914 年制定))
連邦取引委員会法 (以下、「法」と言う。) は、不公正な競争方法・取引方法を禁止し、連邦取引委員会の権限、手続等を規定している。

(2) 消費者用製品安全法

消費者用製品に関し、不合理な危険がある場合の安全基準の策定、実現可能な基準が策定されない場合の製造の差し止め、重大な危険がある場合のリコール命令の権限を消費者製品安全委員会に対し付与している。

(3) その他の法令

ア 表示

羊毛製品表示法、毛皮製品表示法、繊維製品識別法、タバコ表示・広告に関する 1966 年連邦法、公正な包装及び表示に関する法律 等

イ 消費者信用等

貸付に係る真実告知法、公正クレジット請求法、公正信用報告法、クレジットカードにおける公正な情報開示に関する法律、信用機会平等法、公正な負債回収慣行に関する法律、電子送金法、消費者リース法、1991 年連邦預金保険会社の改善に関する法律、住宅ローン消費者保護法、家屋所有と資産保護法、信用借換組織法 等

ウ 通信

1992 年電話の情報開示及び紛争解決に関する法律、電話勧誘及び消費者向け詐欺、虐待防止法、1996 年情報通信法、

エ 個人情報保護

子供のオンライン上のプライバシー保護法、個人識別情報窃取抑止法、グラハム・リーチ・ブリレイ法

オ 製品安全

連邦食品・医薬品・化粧品法、国家交通自動車安全法、交通に係るリコール促進・説明責任・文書証明に関する法律

2. 主な連邦行政機関

(1) 連邦取引委員会 (the Federal Trade Commission: FTC)

消費者問題について、最も広範な権限をもつ連邦機関。消費者保護局 (Bureau of Consumer Protection) が担当しており、不公正、欺瞞的及び

詐欺的な取引から消費者を保護している。同局は、連邦取引委員会法等議会によって制定された法律のほか、FTC 自身が定めた取引規則の執行も行っている。

同局の活動は、個別企業に対する調査、業界全体に対する調査、行政・連邦裁判所への訴追、規則の制定、消費者及び事業者教育等多岐にわたっている。

(組織図については、別紙参照)。

(2) その他の連邦機関

消費者製品安全委員会 (the Consumer Product Safety Commission: CPSC)

CPSC は、消費者製品から生じる不合理なリスクの軽減を図ることを主な任務としており、家庭・教育・レクリエーション製品について所管している。

連邦通信委員会 (the Federal Communications Commission: FCC)

FCC は、全ての通信市場における競争の促進と公益の保護を所管しており、ラジオ・テレビ・ワイヤー・衛星・ケーブルによる州際及び国際通信に関し、政策の立案及び実施を行っている。

食品医薬品局 (the Food and Drug Administration: FDA)

FDA は、食品、化粧品、医薬品、医療機器及び放射線放射機器 (電子レンジ等) について、人体に害を及ぼすことがないよう審査を行っている。また、家畜及びペット向けの飼料・薬品についても、同様の業務を行っている。

道路交通安全局 (the National Highway Traffic Safety Administration: NHTSA)

NHTSA は、自動車事故による死亡、傷害及び経済的損失の軽減を図ることを主な任務としており、自動車及び自動車部品の安全基準の策定・執行、交通安全プログラムの実施等を行っている。

その他

連邦準備委員会 (the Federal Reserve Board: FED)

証券取引委員会 (the Securities and Exchange Commission: SEC)

等

3. 州における消費者保護機関

各州も種々の消費者保護法を整備しており、これらの法律は典型的には各州の司法長官により執行されている。

(例) ニューヨーク州 消費者保護委員会 (New York State Consumer Protection Board)

ニューヨーク州議会は 1970 年に消費者保護委員会 (CPB) を設置した。同委

員会は、州の消費者保護のため、消費者問題の全般に関与している。

消費者保護委員会は、調査、研究及び分析を行うとともに、個々の苦情相談に応じている。設立以来、ニューヨークの消費者被害について、累計で 10 億ドル以上を保護し、また、何十万もの消費者苦情を処理してきた。

消費者保護委員会は、次の 3 つの部門が主に以下の点で活躍している。

「消費者支援部」は通話料無料の消費者苦情ホットラインを有しており、毎年およそ 20,000 もの消費者苦情を解決している。

「テレマーケティング部」は、消費者から選択されているテレマーケティング会社の約 200 万の登録リストを監視し、消費者が希望しない電話を受けるとのならないよう、調査・規制している。

「戦略のプログラムオフィス」は、支援教育部及びユーティリティ規制活動部で構成されている。支援教育部は、消費者に影響する立法を分析し、消費者に関連する問題を調査・研究し、州全体としての消費者教育プログラムを実践している。