

4. 消費者庁（仮称）の設置とその機能

(1) 消費者庁の設置と組織法

- ・ 内閣府の外局として「消費者庁（仮称）」を設置。消費者行政担当大臣を置くことを明記
- ・ 強力な総合調整権限、勧告権、幅広い企画立案機能や充実した調査・分析機能を付与
- ・ 各省庁の縦割りを超えて幅広い分野を対象に、新法を企画立案

(2) 情報の集約分析機能、司令塔機能

- ・ 消費者・事業者等からPIO-NET情報や事故情報を一元的に集約・分析・原因究明
⇒ 上記の情報を基に、消費者庁が司令塔として迅速に対応方針を決定し、政府一体として被害の拡大防止、再発防止、被害救済の実現を目指す

(3) 消費者被害の防止やすき間事案への対応等のための新法

- ・ 消費者相談に対する行政の対応を規定した、新法の成立に向けて取り組む
 - ① 消費生活センター等に一元的窓口を設置し（法的に位置づけ）、相談情報を消費者庁に集約
 - ② すき間事案について、消費者庁による事業者調査及びその結果の公表等の措置

(4) 個別作用法の所管（別紙参照）

- ・ 消費者に身近な問題を取り扱う法律について、以下により移管（一部移管を含む）・共管
- ・ 事故情報の報告・公表、食品表示、消費者信用等の分野において、横断的な体系化に取り組む

(i) 「表示」に関する法律

⇒ 消費者の商品選択の機会の確保の重要性、被害実態を踏まえた対応の重要性、省庁横断的な調整の必要性等から、消費者庁が所管

(ii) 「取引」に関する法律

⇒ 行為規制中心の法律は、被害実態を踏まえた対応の重要性、省庁横断的な調整の必要性等から、消費者庁が所管。ただし、参入規制を持ついわゆる「業法」は、企画立案を共管、処分に対して勧告、事前協議等

(iii) 「安全」に関する法律

⇒ 消費者被害の実態を踏まえ整備することが必要であることから、消費者庁が所管。特に、重大事故情報報告・公表制度は、消費者庁が所管し、他分野に拡大。安全基準の設定については、各省庁が消費者庁に協議した上で決定

5. 消費者庁の体制の在り方

(1) 内部組織の在り方

- ・ 総合調整等を担当する企画部門、個別作用法に係る調査・執行までを担う執行部門、緊急時の司令塔機能、情報収集・発信を担当する部門が必要

(2) 消費者政策委員会（仮称）の設置

- ・ 有識者からなる消費者政策委員会を設置し、消費者の声を反映
- ・ 委員会は、重要政策の企画立案に係る諮問答申、重要案件の処分等に係る意見具申等を実施

(3) 消費者庁の規模

- ・ 「消費者を主役とする政府の舵取り役」を担うに相応しい規模
- ・ 法律の移管に伴い、機構、定員、予算を各府省庁から移し替え

食品安全委員会

- ・ どこに設置するかについては引き続き検討
- ・ リスク評価の科学的客観性は担保。リスクコミュニケーション等に関し、消費者行政との連携強化

6. 消費者庁創設に向けたスケジュール

- ・ 来年度から消費者庁を発足、内閣府において消費者庁の司令塔機能を先行実施
- ・ 本取りまとめ内容を基本として、直ちに、政府の基本計画として閣議決定