

消費者行政推進基本計画について

平成 20 年 6 月 27 日
閣 議 決 定

消費者行政推進基本計画を別紙のとおり定める。

消費者行政推進基本計画

～消費者・生活者の視点に立つ行政への転換～

(目次)

1. はじめに	1
2. 新組織が満たすべき6原則	3
3. 消費者が頼れる分かりやすい一元的な相談窓口の設置	6
(1) 一元的な相談窓口の設置	6
(2) 国、地方一体となった消費者行政の強化	6
4. 消費者庁(仮称)の設置とその機能	8
～消費者庁は、政策全般を監視するための強力な勧告権を持つとともに、 消費者に身近な問題を取り扱う法律を幅広く所管・共管～	
(1) 消費者庁の設置と組織法	8
(2) 情報の集約分析機能、司令塔機能	8
(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	9
(4) 個別作用法の所管	10
5. 消費者庁の体制の在り方	14
(1) 内部組織の在り方	14
(2) 消費者政策委員会(仮称)の設置	14
(3) 消費者庁の規模	15
6. 消費者庁創設に向けたスケジュール	16
～来年度から消費者庁を発足～	

1. はじめに

「消費者を主役とする政府の舵取り役」として、消費者行政を一元化する新組織の創設は、消費者の不安と不信を招いた個々の事件への政府全体の対応力の向上を目指すのみならず、明治以来の日本の政府機能の見直しを目指すものである。明治以来、我が国は各府省庁縦割りの仕組みの下それぞれの領域で事業者の保護育成を通して国民経済の発展を図ってきたが、この間「消費者の保護」はあくまでも産業振興の間接的、派生的テーマとして、しかも縦割り的に行われてきた。しかし、こうした古い行政モデルは見直しの対象となり、規制緩和など市場重視の施策が推進されるようになった。その結果、今や「安全安心な市場」、「良質な市場」の実現こそが新たな公共的目標として位置付けられるべきものとなったのである。それは競争の質を高め、消費者、事業者双方にとって長期的な利益をもたらす唯一の道である。

消費者行政を一元化する新組織の創設はこの新たな目標の実現に向けて政府が積極的に取り組むことを自らの行動を通して示すものにほかならない。それはまた、政府がこれまでの施策や行政の在り方を消費者基本法（昭和43年法律第78号）の理念である「消費者の利益の擁護及び増進」、「消費者の権利の尊重及びその自立の支援」の観点から積極的に見直すという意味で、行政の「パラダイム（価値規範）転換」の拠点であり、真の意味での「行政の改革」のための拠点である。これにより、消費者・生活者が主役となる社会を実現する国民本位の行政に大きく転換しなければならない。

新組織は何よりもまずこれまでの縦割りの体制に対して消費者行政の「一元化」を実現することを任務とし、そのために強力な権限と必要な人員を備えたものでなければならない。しかし、この組織が機動的に活動できる賢い組織として消費者行政において司令塔的役割を果たすためには、何よりも地方自治体との緊密な協力が必要であり、消費生活センターの強化充実を前提にした緊密な全国ネットワークが早急に構築されなければならない。行政の「パラダイム（価値規範）転換」のためには中央・地方を貫く、消費者の声が届く連携・協力のネットワークの創出が不可欠である。

この度創設される新組織は行政のこうした大きな転換の重要な起点であり、発足後

も「消費者の利益の擁護及び増進」のために継続的にその活動を強化充実していかなければならない。実際、すべてを一挙に、限られた時間の中で実現することはできない。こうした強化充実のためには消費者の声を真摯に受け止める仕組みの存在と消費者による強力な後押しが欠かせない。消費者がよりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与することがあってこそ、新組織はその存在感を高めることができる。

新組織の創設は、転換期にある現在の行政の関係者が「公僕」としての自らの活動の意味を再考する重要なきっかけを作るものであるとともに、消費者の更なる意識改革をも促すものである。その意味でこの改革は「消費者市民社会¹」というべきものの構築に向けた画期的な第一歩として位置付けられるべきものである。

¹ 「消費者市民社会」とは、個人が、消費者としての役割において、社会倫理問題、多様性、世界情勢、将来世代の状況等を考慮することによって、社会の発展と改善に積極的に参加する社会を意味しており、生活者や消費者が主役となる社会そのものと考えられる。

2. 新組織が満たすべき6原則

消費者の視点で政策全般を監視し、「消費者を主役とする政府の舵取り役」として、消費者行政を一元的に推進するための強力な権限を持った新組織を創設する。新組織は、行政に対する消費者の信頼性の確保を重視し、以下の6原則を満たす必要がある。

新たな消費者行政の展開は、消費者に安全安心を提供すると同時に、ルールの透明性や行政行為の予見可能性を高めることにより、産業界も安心して新商品や新サービスを提供できるようになり、産業活動を活性化させるものである。消費者の利益にかなうことは、企業の成長をもたらし、産業の発展につながるものである。

原則1：「消費者にとって便利で分かりやすい」

新組織は、「生産者サイドから消費者・生活者サイドへの視点の転換の象徴」となるものであり、消費者にとって便利で分かりやすいものとする。

具体的には、新組織は、消費者問題全般にわたり強力な権限と責任を持つとともに、高齢者を含めすべての消費者が迷わず何でも相談できるよう一元的窓口を持ち、情報収集と発信の一元化を実現する。こうした取組により、消費者からの信頼性の確保を図る。

原則2：「消費者・生活者がメリットを十分実感できる」

消費者被害の実態を踏まえ、被害防止や救済に結び付けられる仕組みを構築することにより、「消費者・生活者がメリットを十分実感できる」ものとする。また、物価に関する基本的な政策や、消費者や生活者が主役となる社会を構築する上で重要な制度など、消費者・生活者の利益に大きな影響を及ぼす行政分野を幅広く担当する。

新組織の担う消費者行政は、商品・金融などの「取引」、製品・食品などの「安全」、「表示」など、消費者の安全安心にかかわる問題を幅広く所管する。

新組織は、一元的な窓口機能（苦情相談の解決を含む）、執行、企画立案、総合調整、勧告などの機能を有する消費者行政全般についての司令塔として位置付ける。

さらに、消費者教育や啓発に係る地方支援、専門家の育成、国際的な連携（消費者

被害に関する各国間の情報ネットワークの構築等) などに取り組む。

消費者に身近な問題を取り扱う法律は、新組織が所管するとともに、その他の関連法についても、新組織が関与する。

また、すき間事案への対応や横断的な規制体系の整備のため、新法の早急な制定に向け取り組む。さらに、父権訴訟、違法収益の剥奪^{はく}等も視野に入れつつ、被害者救済のための法的措置の検討を進める。

原則 3 : 「迅速な対応」

新組織は、消費者からの相談や法執行、更には法律や政策の企画立案に至るまで、「迅速な対応」を行う。

緊急時には、新組織を担当する大臣を中心に、警察等を含め関係府省庁との緊密な連携の下、緊急対策本部を設置するとともに、各府省庁への勧告等の機能を有効に活用する。これにより、食品による危害事案などにも適切に対処する。

原則 4 : 「専門性の確保」

新組織においては、各府省庁や民間からの専門家の活用（例えば、公募制等を含む）を積極的に行うなど、消費者行政に関する幅広い「専門性」を確保・育成する。また、各府省庁や民間に蓄積された専門性を活用する。

原則 5 : 「透明性の確保」

新組織の運営に消費者の意見が直接届く透明性の高い仕組みを導入する。具体的には、有識者から成る機関を設置し、消費者等が新組織や各府省庁の消費者行政（企画立案、法執行等）をチェックし、消費者の声を反映させる。

原則 6 : 「効率性の確保」

新組織は、消費者の立場に立って強力な指導力を発揮する機動的で賢い組織とする。このため、今後、以下のような取組を進める。

消費者行政を総合的に取り扱う新組織の創設により、各府省庁の重複や、時代遅れの組織を整理する。

新組織を簡素で効率的な仕組みとするため、例えば、窓口機能、情報収集、法執行を中心に、関係機関への事務の委任や地方自治体への権限移譲などを進める。その際、新組織が所掌する事務の地方における円滑かつ確実な遂行を可能とするよう配慮する。また、新組織の創設が行政組織の肥大化を招かぬよう、法律、権限、事務等に移管する府省庁から機構・定員及び予算を振り替える。

また、各政策については、実績評価方式により、費用対効果の観点から定期的に評価・見直しし、無駄のない、実効性のある政策を実行していく。

3. 消費者が頼れる分かりやすい一元的な相談窓口の設置

(1) 一元的な相談窓口の設置

地方の消費生活センター及び国民生活センターを高齢者を含めすべての消費者が何でも相談でき、誰もがアクセスしやすい一元的な消費者相談窓口と位置付け、全国ネットワークを構築する。窓口では、相談受付から助言・あっせん、紛争解決まで、一貫して対応する。一元的な消費者相談窓口の整備は、事業者の利便性を高めることにもつながると期待される。

一元的な消費者相談窓口に共通の電話番号を設けるとともに、消費者の生命・身体にかかわる事故の発生など緊急な対応を要する事案について、全国ネットワークの代表的な窓口が、365日24時間対応し得る体制を構築する。

このため、地方の消費生活センターを法的に位置付け、都道府県等の消費生活センターは中核センターとして、また、市区町村の消費生活センターは消費者に最も身近な最前線の窓口として、新組織及び国民生活センターと連携しつつ、ともに一元的な消費者相談窓口として機能させる。

国民生活センターは、国の中核的实施機関として、消費者相談（国民生活センターへの直接相談や、消費生活センターから持ち込まれる困難事案の解決支援）、相談員等を対象とした研修、商品テスト等を拡充するとともに、P I O - N E T²を刷新し、事故情報データベースを創設するなどシステム整備を加速する。また、広域的な消費者紛争の解決（ADR³）のための体制整備を進める。こうした取組と並行して、業務運営の改善、内部組織の見直しや関係機関との人事交流の拡大など運営面、組織面、人事面の改革を進める。

(2) 国、地方一体となった消費者行政の強化

国民目線の消費者行政の強化充実は、地方自治そのものである。消費者の声に真摯に耳を傾け、それに丁寧に対応していくことは、地方分権の下で、地方自治体が地域住民に接する姿勢そのものであり、国民目線の消費者行政の推進は、「官」主導の社会か

² 全国消費生活情報ネットワークシステム (Practical-living Information Online Network System) の略。

³ Alternative Dispute Resolution (裁判外紛争解決手続) の略。

ら「国民が主役の社会」へと転換していくことでもある。霞が関に立派な新組織ができるだけでは何の意味もなく、地域の現場で消費者、国民本位の行政が行われることにつながるような制度設計をしていく必要がある。このため、新組織の創設と併せて、地方分権を基本としつつ、地方の消費者行政の抜本的な強化を図ることが必要である。また、消費者にとって身近な地方自治体から国に対して、消費者のための政策を提案できる仕組みを構築し、消費者の意見ができる限り反映されることが重要である。

しかしながら、地方の消費者行政部門の状況を見ると、予算は大幅に削減され、総じて弱体化している。地方の消費者行政をこの1、2年の間に、飛躍的に充実させるためには、特に当面、思い切った取組をしっかりと行っていく必要がある。

地域ごとの消費者行政は、自治事務であり、地方自治体自らが消費者行政部門に予算、人員の重点配分をする努力が不可欠である。同時に、消費生活センターを一元的な消費者相談窓口と位置付け、緊急時の対応や広域的な問題への対応等のために全国ネットワークを構築することは、国の要請に基づくものであり、法律にも位置付けを行うことを踏まえ、国は相当の財源確保に努める。

国がこれまで行ってきた直轄事業（PIONETの整備、研修、消費者教育や啓発への支援等）についても充実するとともに、地方自治体が消費者行政に取り組む誘因を強化するため、地方交付税上の措置や民間が消費者行政に貢献しやすくなるような税制上の措置を検討する。

こうした環境整備を図るとともに、消費者の利益の擁護及び増進のために、国、地方、消費者、事業者がそれぞれ貢献できる新たな仕組みを構築すべきである。例えば、消費者・生活者が主役となる社会の構築に向け、広範な主体が対話を通じて認識を共有し、協働して社会的課題の解決に当たる「円卓会議」を設置することなどについて取組を進める。

4. 消費者庁（仮称）の設置とその機能

～消費者庁は、政策全般を監視するための強力な勧告権を持つとともに、消費者に身近な問題を取り扱う法律を幅広く所管・共管～

(1) 消費者庁の設置と組織法

新組織の形態については、各府省庁の施策の総合調整や各省大臣への勧告を行うことを可能とし、責任体制を明確にし、緊急時の迅速な対応等を可能とするため、内閣府の外局である「庁」とすることが望ましい。具体的には、「消費者庁」（仮称、以下単に「消費者庁」という）を設置する。

このため、組織法の中で、内閣府の外局として消費者庁を設置すること、「消費者の視点から政策全般を監視」するため、強力な総合調整権限、勧告権を付与することを規定する。また、既存の法律、新法を問わず具体的な法案等を含む幅広い企画立案機能を規定する。消費者の目線に立って、各府省庁の縦割りを超え幅広い分野を対象とした横断的な新法等を企画立案することは、消費者庁の重要な任務である。さらに、勧告権を実効あるものとするため、充実した調査・分析機能を備える必要がある。

同時に、消費者行政担当大臣を置くことを明記する。

(2) 情報の集約分析機能、司令塔機能

消費者庁は、消費生活センターからの情報、国民生活センターのPIO-NETや事故情報データベースを通じた情報、さらには関係機関（保健所、警察、消防、病院等を含む）からの情報などを一元的に集約・分析する。また、関係機関等の商品テスト機能を活用し、原因究明を行う。

同時に、消費者庁は事故情報に関する事業者からの報告を受け、調査の上、迅速、的確にそれを公表する。また、企業の従業員等からの通報、広く国民・消費者からの不正取引に関する申出等を受け付ける。

こうした取組を通じ、消費者庁は、消費者、事業者、その他の関係者からの情報を集約し、多角的、総合的に事実確認を行う。こうした情報分析を迅速に行うために、分野別に専門性を備えた情報分析官を配置する。

消費者庁は、一元的に集約・分析した情報を基に、司令塔として迅速に対応方針を

決定する。具体的には、次のような取組が考えられる。

- ① 自ら所管する法律により対処可能なものは迅速に対処する。
- ② 事業を所管する府省庁が事業者に指導監督等を行うことが必要な場合は、所管府省庁に対応を求める。さらに、必要な場合には、所管府省庁への法執行の勧告等を行う。
- ③ 複数府省庁が連携して対応する必要があると判断される場合は、連携の在り方を調整し関係府省庁に指示する。緊急時には、緊急対策本部を主宰し、政府としての対処方針を決定し、その実施を促進する。
- ④ 対応すべき府省庁が明らかでない場合や緊急の場合等には、後述の新法等に基づき自ら事業者に対して安全確保措置等を促す。
- ⑤ 悪徳商法の拡大や、食品・製品等による消費者の生命・身体への被害の拡大が予想される場合には、原因究明が尽くされる前においても早期警戒警報を流すなど、情報発信機能を担う。
- ⑥ 以上に加え、既存制度のすき間を埋めるために、制度の改正や新たな制度の創設が必要な場合は、消費者庁において必要な措置を検討し速やかに方針を決定する。

これまで個別事案への対応は、緊急の場合も含め、ともすれば各府省庁ごとにそれぞれの所掌の範囲内で縦割りの的に処理されてきたが、上記のように、消費者庁が司令塔となり、消費者庁が決定した対応方針に従って政府一体となって対処することにより、迅速な被害の拡大防止、再発防止、被害救済の実現を目指す。

消費者庁は、こうした政府の対応状況について適時にフォローアップし、公表する。これを通じて、国民に対して情報提供、注意喚起を行い、国民、消費者の信頼の確保に努める。

このように、情報の集約・分析や対応方針の決定を消費者庁が一元的に担うことに伴い、各府省庁から組織、定員、予算を消費者庁に移し替える。

(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

さらに、消費者庁の設置に合わせ、消費者からの苦情相談の受付から法執行に至る

までの行政の対応を規定した新法の成立に向けて取り組む。

この新法の中で、国及び地方自治体が、国民生活センター及び消費生活センターに、消費者が何でも相談できる一元的な消費者相談窓口を設置すること及びその窓口が実施する業務、果たすべき機能を規定する。これにより、消費生活センターを法的に位置付ける。

また、消費生活センターで受け付けた苦情相談に関する情報を消費者庁に集約すること、重篤情報は消費者庁に緊急通知することを規定するとともに、消費生活センターと保健所等関係機関の地域における連携について規定する。

さらに、苦情解決のために必要な法執行を確保するため、消費者庁自らが迅速に対応することはもとより、各府省庁に迅速な法執行を促す勧告等を行うとともに、すき間事案については、自ら対応することを可能にするために、事業者調査及びその結果の公表、その他の措置を採ることを規定する。

上記の新法に加え、父権訴訟、違法収益の剥奪^{はく}等も視野に入れつつ、被害者救済のための法的措置の検討を進めることも重要である。

(4) 個別作用法の所管

個別作用法については、消費者に身近な問題を取り扱う法律は消費者庁が所管することとし、各府省庁から消費者庁に移管（一部移管を含む）・共管する（別紙1）とともに、安全にかかわる事故情報の報告・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（一般法の立案等）に取り組む。

消費者庁がこうした法律を所管することにより、以下のような効果が期待される。

- ① 一元化された消費者被害情報を基に、すき間のない迅速な対応を実現するとともに、必要な場合には新規立法に向けて直ちに取り組む。
- ② これまで各府省庁の所管業種、所管物資ごとに分断され、個別に行われてきた規制を横断的に体系化することにより、他分野に比べ遅れた分野の規制を改善する。また、各府省庁の法律で錯そうした規制を行ってきたものについては一元化し、分かりやすいものに変更する。
- ③ 消費者に分かりやすい広報・啓発を実施する。

- ④ 執行の現場である各地方組織の間の連携を強化する。

など

(i) まず、「表示」に関する法律については、

- ① 表示は、消費者に対し、商品・サービスの選択の基礎を与えるものであり、商品やサービスの性能や効果について誤解がないようにするため、商品やサービスの選択に当たって必要な情報が表示されること及び消費者を誤解させるような不当な表示がなされないようにする必要があること
- ② 消費者被害の実態を踏まえ機動的に対応することが重要であること（業界、企業に関する情報の重要性は相対的に小さいこと）
- ③ 各府省庁をまたがる横断的な調整が必要であること（分野ごとの規制の整合性確保、複数の法律が錯そうしている分野における一元化、すき間事案への対応等）

などから、消費者庁が所管する。ただし、表示の基準作りに関しては、製造、流通プロセスに関する情報等も重要であることから、表示基準策定に当たり、各府省庁の知見を活用する。

(ii) 次に、「取引」に関する法律については、民事ルールや被害救済ルール中心の法律及び消費者保護のための行為規制中心の法律は、

- ① 消費者被害の実態を踏まえ機動的に対応することが重要であること（業界、企業に関する情報の重要性は相対的に小さいこと）
- ② 各府省庁をまたがる横断的な調整が必要であること

などから、消費者庁が所管（共管を含む）する。

参入規制（免許制、登録制等）を持ついわゆる業法についても、当該参入規制が専ら消費者等の保護のための行為規制を担保するために設けられている法律や、一元的な新法に組み込むことを目指すべき法律は、消費者庁が所管（共管を含む）する⁴。具体的には、こうした法律は、業等の健全な発展と利用者保護の両方を目的としていることから、行為規制の企画立案については、消費者庁と業所

⁴ 一方、当該参入規制が単に取引ルールの遵守を担保するのみにとどまらず、例えば、公共的なサービスの安定的な供給等のために、事業経営の健全性の確保といったことを目的とするような法律については、原則、各府省庁が所管し、消費者庁が一定の関与を行う。

管府省庁の共管とする。また、登録、免許等のいわゆる入口規制と出口である登録取消し等の処分については、二重行政を避けるため、業所管府省庁の所管としつつ、消費者庁は強力な勧告権及び勧告を行うか否かを判断するために必要な調査を行う権限を持つこととし、その旨を個別の業法に明記する。また、消費者庁は、処分について事前協議を受けるべきである。

さらに、不正取引に関する申出制度の整備を進める。

(iii) 「安全」に関する法律については、民事ルールを定める法律は、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、消費者庁が所管する。

危害の発生についての報告制度、情報収集、情報分析（商品テストを含む）、危害の発生に即応した司令塔機能、緊急避難措置に関する法律は、

- ① 消費者被害の実態を踏まえ機動的に対応することが決定的に重要であること
- ② 各府省庁をまたがる横断的な調整が必要であること

などから、消費者庁が所管する。特に、重大事故報告・公表制度については、消費者庁が所管し、消費生活用製品以外の製品、食品、サービス、施設等の分野に広げていくこととする。この重大事故報告・公表制度を含め、消費者庁は、安全に関する情報を一元的に集約・分析するとともに、情報を早期に発信・公表することなどにより、食品を始めとした消費者の「安全」を確保する。

安全基準の設定については、製造、流通プロセスに関する情報を踏まえることが重要であるが、同時に消費者被害の実態等を反映することが必要であることから、各府省庁が消費者庁に協議した上で決定することを各法律に規定する。

食品安全基本法（平成15年法律第48号）は、消費者が日常的に消費する食品の安全に関する基本法であることから、消費者庁に移管する。ただし、食品安全委員会の設置等に関する規定の所管については、引き続き検討する。

(iv) 消費者庁が消費者からの苦情相談に関する情報や被害情報等を一元的に収集した上で、調査・検査・試験等を、(独)製品評価技術基盤機構、(独)農林水産消費安全技術センター、(独)国立健康・栄養研究所等の関係機関に、機動的に要請できる仕組みについて早急に検討し、その結果、必要に応じて、関係法令における、独立行政法人等の関係機関の調査・検査・試験等の規定に関して所要の措置

を採る。

(v) これらの法律等と並んで、消費者庁は、法律に基づく緊急時の物価対策や公共料金（個別公共料金の改定等に係る調整や公共料金制度改革）など物価に関する基本的な政策を所管する。物価の安定は、消費者の利益の擁護及び増進のために不可欠な条件であり、消費者を取り巻く状況を踏まえ、機動的に対応することが必要である。また、緊急時の物価対策は、「取引」に関する行為規制の一つである。こうしたことから、これらの物価関係法令を消費者庁が所管することで、より効果的な対応が可能になる。

(vi) また、消費者や生活者が主役となる社会を構築していく上では、個人としての権利が尊重される環境の整備等が必要であり、こうした制度にかかわる重要な法律を幅広く所管することも必要である。

なお、特定非営利活動促進法（平成10年法律第7号）については、その望ましい所管の在り方について引き続き検討する。

(vii) 個別作用法の移管（一部移管を含む）や共管に伴い、当該法律及びそれに関連する事務・事業の企画立案、執行等（間接部門を含む）に必要な組織、定員、予算を消費者庁に移し替える。

(viii) さらに、別紙1に掲げる法律以外にも、幅広い法律について、今後も引き続き消費者庁による関与について検討を行う必要がある（別紙2は消費者行政推進会議が示した例）。また、その取組を定期的にチェックすることが必要である。

5. 消費者庁の体制の在り方

(1) 内部組織の在り方

消費者庁には、消費者行政の企画を担当する部門、消費者行政の執行を担当する部門、情報の収集、調査、発信を担当する部門が必要と考えられる（別紙3）。

企画部門は、各府省庁の消費者政策の総合調整（食品安全を含む）、すき間事案への対応や横断的な規制体系の整備のための新法、消費者被害の救済のための新法、民事ルールを扱う法律、消費者基本法に基づく基本計画等の企画立案を行うとともに、各府省庁の法執行への勧告等を担う。

執行部門は、「表示」、「取引」、「安全」の各分野における個別作用法に係る調査から執行までを担うとともに、物価政策等を担当する。

また、緊急時の司令塔機能、有識者から成る機関（後記参照）の事務局機能及び消費生活センター等から寄せられる情報の集約、分析と情報発信、国際的な連携や消費者教育・啓発に係る支援、国民生活センターの監督等の機能を担う部門を構築する必要がある。

(2) 消費者政策委員会（仮称）の設置

「消費者庁の運営に消費者の意見が直接届く透明性の高い仕組み」として、有識者から成る機関⁵である消費者政策委員会（仮称、以下単に「消費者政策委員会」という）を設置する。消費者政策委員会は、消費者政策（基本計画や新法等）の企画立案や消費者庁を含めた関係府省庁の政策の評価・監視に関することとともに、消費者庁が行う行政処分等のうち重要なものに関して、諮問への答申、意見具申を行う。このため、消費者政策委員会の下に専門調査会等の下部機関を置く。特に、行政処分の審議等を担当する下部機関は常時、機動的に対応できる体制が求められる。また、消費者と直接接点を持つ地方自治体の意見を政策に反映する仕組みを構築し、消費者の意見を政策にいかすことが重要である。

この消費者政策委員会の事務局は消費者庁が担当する。消費者庁は、収集した情報、分析結果等を迅速に報告することなどにより、消費者政策委員会をサポートする。

⁵ 国家行政組織法（昭和23年法律第120号）第8条に基づく審議会等と同様の機関。ただし、内閣府は、同法の適用を受けない。

(3) 消費者庁の規模

総合調整、勧告など新たに設けられる機能に対応した体制を整備することで、「消費者を主役とする政府の舵取り役」を担うにふさわしい規模とする。その際、法律の移管・共管や情報の集約分析機能、司令塔機能等の整備に伴い、所要の機構、定員、予算を各府省庁から移し替える。

また、消費者からの相談情報の分析や困難事案への助言、さらには科学技術に関する知見を要する表示基準等の調査分析などに従事する非常勤職員（相談員、研究者等）を確保し、常勤職員と合わせて、消費者庁の機能を十分に発揮できる体制とする必要がある。

なお、食品安全委員会については、どこに設置するのが適当か政府を中心に引き続き検討を行うこととするが、いずれにせよ、食品健康影響評価（リスク評価）やリスクコミュニケーションの在り方を中心に改革を進める必要がある。その際、リスク評価の科学的客観性を担保しつつ、消費者とのリスクコミュニケーション等に関しては、消費者行政との連携を強める仕組みを整備する。特に、食品の安全に関する緊急事態が発生する際には、食品安全に関する総合調整を担う消費者行政担当大臣の判断で緊急対策本部を機動的に設置できるようにする等の対応が必要である。

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～

来年度から消費者庁を発足させることとし、早急に必要な法案、予算、機構・定員の要求等の準備を進める。具体的には、本基本計画に定める方針に従い、臨時国会が開催されれば、設置法、消費生活センターの法的位置付け及びすき間対応等を規定する新法、さらには、別紙1で示された各個別作用法の改正法案についても、できるだけ臨時国会に提出する必要がある。さらに、臨時国会に提出できなかった法案等については、次期通常国会以降、順次、国会に提出する。

さらに、消費者庁の円滑な発足のため、所要の体制整備を行い、内閣府において消費者庁の司令塔機能を先行実施するとともに、一元的窓口の構築に向けた取組を行うなど、今年度中に前倒しして実施できることは、早急に着手する。

法案や予算等の準備、消費者庁の立ち上げを円滑に進めるため、内閣官房に相応の人員を配置し、必要に応じ内閣官房が中心になって分野ごと（例えば、表示、取引、安全、消費生活センターとの連携等）に、各府省庁の関係者等から成るチームを編成し、必要な調整を進めることとする。

なお、本基本計画の実施状況を監視し、提言等を行うため、今後とも、消費者行政推進会議を随時開催することとする。