

## 次期「消費者基本計画(素案)」に対する意見の概要

## 1 意見募集の概要

## 募集期間

平成27年1月29日(木)から2月19日(木)

## 募集の周知

報道発表、e-Govウェブサイト及び消費者庁ウェブサイトへの掲載、消費者庁twitter、地方公共団体、消費者団体等へのメールによる情報提供等により周知

## 受付方法

電子メール、ファックス

## 2 寄せられた意見の概要

意見提出者・団体等の数(23名、30団体・事業者)

内訳 個人

23名

消費者団体

16団体

事業者・事業者団体

11団体・事業者

その他団体

3団体

## 意見の内訳(素案の対象箇所ごとの意見数)

基本計画及び工程表の項目	件数
基本計画・工程表全般	29
第1章 はじめに	10
第2章 消費者を取り巻く環境の変化と課題	20
第3章 消費者政策の基本的方針	1
1 消費者政策の推進により目指すべき姿	10
2 消費者政策を推進する上で考慮すべき視点	29
第4章 5年間で取り組むべき施策の内容	1
1 消費者の安全の確保	65
2 表示の充実と信頼の確保	70
3 適正な取引の実現	92
4 消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成	72
5 消費者の被害救済、利益保護の枠組みの整備	47
6 国や地方の消費者行政の体制整備	32
第5章 計画の効果的な実施	7
(その他)	2
合計	487

注) 1つの意見で複数の項目への意見として提出されたものは、最初の項目に計上。

意見募集で寄せられた意見一覧

回答 No.	素案の対象箇所	意見
1	本文：総論	消費者庁が設立されて5年経過し、各種法制度の整備も進展している。また各施策における関係者の意見反映等、行政、消費者、事業者間のコミュニケーションの機会も増加したと認識している。しかしながら食品の表示偽装、個人情報漏洩、食品への異物混入等の問題は依然続いており、更に、消費者問題が近年ますます複雑化・多様化・高度化することにより消費者の安全・安心への不安は払拭されていない。消費者基本計画の下、消費者市民社会の実現に向け、消費者行政の一層の充実を望みます。
2	本文：総論	本計画の内容については基本的に賛成する。次期計画期間を、消費者市民社会の実現に向けたステージアップの期間と位置づけ、新たな社会の変化にも迅速に対応する消費者行政の充実と、健全で安全・安心な消費社会の実現に向けた施策の確実な実行を期待する。健全で安全・安心な消費社会の構築に向け協力をしていきたい。
3	本文：総論	本計画の計画期間は5年間となっており、工程表も示されているが、社会や経済の環境変化が激しい中、定期的に検証や評価を行い、期中であっても計画の見直し・変更・前倒しを検討・実施していただき、実効性のある消費者政策を推進していただきたい。
4	本文：全体	消費者基本計画、KPI、工程表の枠組みは評価するが、基本計画に「重点施策」を担当省庁をできるだけ明記した上で具体的に盛り込むことが必要と考えます。その際、消費者委員会の建議、提言などを十分に反映させる。 素案では、検証・評価もしづらいと考えます。
5	本文：全体	全体的に抽象的であり、実効性に疑問がある。工程表に記載された個別の施策及び担当省庁を計画本体に盛りこむべきである。
6	本文：全体	消費者政策は私たちの消費生活に密接に係わるものであり、その推進計画を改定するにあたっては、特に消費者の意見を幅広く収集し、反映させていくプロセスに意を尽くさなければなりません。ところが、今回の改定プロセスにおいては、国民や消費者団体からの意見聴取の機会がほぼパブコメの3週間に限られました。「行政の在り方を国民一人ひとりの立場にたったものに転換していく」観点から大変残念に思っています。そのことがこの5年でどの程度進んだのか、改めて振り返り、評価を書き込むべきである。
7	本文：全体	消費者政策を効果的に推進するためには、関係省庁で統一的な計画を立て、具体的な目標と施策、実施期間などを共有して取り組む必要があります。消費者を取り巻く環境変化として第2章で「高齢化」、「情報化」、「グローバル化」などが指摘されていますが、それら変化が暮らしに及ぼす影響に対して、政府全体としてどのように対策を打っていくのが見え難い構成になっています。この3点は重点的に取り組むテーマとして政府全体として対応方針を記述することが必要である。重点が分かるよう、柱建ての工夫が必要である。
8	本文：全体	消費者行政の司令塔・エンジン役となって本計画の検証、評価、見直しを進めていくことを明示すべきです。 また、「行政のパラダイム転換」がこの5年でどの程度進んだのか、改めて振り返り、評価を書き込むべきである。消費生活相談窓口の現場で、「消費者庁創設から5年経つけど消費者庁が出来て良かったと思うことはない」等の消費者の声を耳にします。多くの国民、特に消費者団体に所属

		<p>している消費者は、長年消費者庁が創設されることを切望し、共に国民の安全・安心な社会を築いていこうと、少々おこがましい表現ですが、「消費者庁を育て、見守って（監視して）いこう」と期待しています。国民に対して、これまで実施してきたこと、実施できなかったこと、道半ばのことを含め、進捗状況の評価を明示すべきです。</p> <p>更に平成26年4月18日付けの総務省勧告の中で、「個別施策の体系化・構造化」を次期消費者基本計画に反映することが求められています。しかし、今回の素案では体系化・構造化が不明確に感じられます。体系化・構造化の観点を明確に示していただきたい。</p>
9	本文・工程表	<p>工程表に記載されている個別施策の内容が、具体性に欠けている。KPIも曖昧すぎる記述が目立つ。基本計画本体のみ閣議決定にかけられるのであれば、最低限、個別施策及び担当省庁を基本計画本体に書き込むべきである。</p> <p>章番号、項目番号とは別に、個別施策に括弧書きするなどして、「通し番号」を振るべきである。そのことにより、検証、評価等を効率的に行うことができる。</p>
10	本文：全体	<p>KPIの適切な設定と活用について 基本計画及びその工程表において、長期的な展望を視野に入れつつ消費者政策をさらに推進していくため、具体的な政策目標の設定、個別施策の体系化・構造化、効果把握のための指標としてKPIを設定し、工程表を策定したことは評価する。しかしながら、基本計画及びその工程表のKPIには、「政策目標としてのKPI」と「効果把握のための指標としてのKPI」が混在した記載になっており分かりにくい。これを明確に分けて記載すべきである。その観点から、「政策目標としてのKPI」について、できる限り数値を設定することは重要である。しかし、「効果把握のための指標としてのKPI」であるトラブル・相談件数の数、行政処分の状況などは、消費者政策として重点的に取り組むべき項目として参考数値と捉えるべきものであり、目標数値とすることは適切ではない。また、数値をどのように扱っていくかを必要に応じ明記することによって、より実効性の高いKPIとなるものと考えます。実効性を確保する観点から、P.31の「2計画の検証・評価・監視」にどのようにKPIを管理、活用、公表していくかを記載すべきである。</p>
11	本文：全体	<p>KPIの適切な設定と活用について</p> <p>KPIとして示されている行政処分の状況、トラブル・相談の件数、内容などは、各事業者が商品を開発・提供するのにあたって有益な情報となり得るものである。すでに消費者庁ウェブサイト等において公表をされているものもあるが、これらの情報についての事業者への連携の方策についても検討していただきたい。</p>
12	本文：全体	<p>消費者政策の計画・実行にあたり、消費者政策の実効性の担保には、経済界の参加が不可欠であるという認識を持っていただきたい。</p> <p>過度な規制は健全な事業者を萎縮させるだけであり、無誤謬性、網羅性、正確性を事業者に求め過ぎることは非現実的かつ実効性がないものになってしまう。</p> <p>また、国際的な競争を強いられる中で、国内事業者だけを規制すると、国内事業者の競争力を失わせ、一方規制の執行が及ばない海外事業者と消費者との取引が増加するという事態を招きかねない。</p> <p>目的と解決手段とが合致した、バランスのとれた政策を目指すべきである。</p>

13	本文：全体	<p>意見募集に際しては、意見提出期間は、公示の日から起算して30日以上でなければならないことが基本であり、広く関係者から意見を受け、一つひとつ検討をして判断し反映させていくことが大切であると理解しています。しかしながら、今回の消費者政策の基本計画改定については、平成17年、平成22年に続く5年に一度の計画改定という性格のものであるにも関わらず、国民や消費者団体が意見を出す機会は3週間に限られてしまっています。消費者庁の使命は、「消費者行政の『舵取り役』として、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を実現する。」とウェブサイトにあります。が、「行政の在り方を国民一人ひとりの立場にたったものに転換していく」はずの消費者庁自身がやっていることがこのようなことでいいのか、はなはだ遺憾に思います。</p>
14	本体・工程表：全体	<p>この次期消費者基本計画および工程表素案は、消費者とともに努力する姿勢に乏しく、消費者に対して上から目線で、貴省の考え方を押し付ける論述で成り立っています。このような姿勢を正すことが、まず大切だと思います。</p>
15	本体・工程表：全体	<p>何の罪もない消費者への詐欺や不法行為、そして殺傷事件。それらは民法等の現在法に固執するため法の弊害が生じ、多くの被害者が苦しみから脱出できません。</p> <p>今回のパブリックコメントにしても、対象項目の明記を求められています。</p> <p>抜本的な考えを変える必要があり、法の弊害で被害者が苦しみから脱出できないのであれば、今ある法や制度で解決できないのに、現在法を基にして改正しても、抜本的な解決は不可能だと思います。</p> <p>そして、この1秒を苦しんでいる被害者がおり、自殺に追い込まれる被害者や遺族もいるはずで。そしてこの1秒でも、多くの犯罪被害が発生しています。被害者には余裕がありません。</p> <p>謝罪や賠償は加害者から被害者や遺族へ向けられる強化を図るか、それとも、被害者が一般民事事件同様に犯罪や不法行為が存在する事件も請求し、時効の延長を執らねばならないのか。</p> <p>国へ請願を提出します。その請願も書き換える場合がありますが添付します。</p> <p>長文ですが、是非とも御一読いただき、法の考え方そのものを変えてください。さもなければ、いくら同じことを何年間続けようともさほど変化はありません。</p>
16	本体・工程表：全体	<p>消費者政策は消費生活に密接に関わるものであることを考えますと、今回の次期基本計画の改定プロセスにおいて国民や消費者団体が意見表明できる機会はほぼ3週間のパブコメに限られていました。最低1か月の期間を必要と考えます。</p>
17	本体・工程表：全体	<p>施策ごとにKPI（重要業績評価指標）が設定されていますが、工程表の実施スケジュールでは5年間同じ取組をするような項目が多いと感じました。KPIを設定したものの、5年後の到達目標が明確になっていないことがこのような工程表になったのではないのでしょうか。再度の検討をすべきと考えます。</p>
18	本文・工程表：全体	<p>今回の計画は、平成17年と平成22年に策定された計画に続く第三次の消費者基本計画です。しかし、5年に一度の計画改定にも関わらず意見募集期間が3週間と限られ、広範な消費者の意見を反映しにくい策定プロセスになっています。この点については誠に遺憾です。</p>

19	本文・工程表：全体	K P Iは、施策ごとに設定された目標の達成度を評価するための指標です。この趣旨に沿って、できるだけ実効的な K P I となるよう見直していただきたい。
20	本体・工程表：全体	工程表についても閣議決定し、閣議決定を経て確定した後は計画と工程表に沿って着実に各施策を実施していただきたい。
21	本文・工程表：全体	消費者政策は私たちの消費生活に密接に係わるものであり、その推進計画を改定するにあたっては、特に消費者の意見を幅広く収集し、反映させていくプロセスに意を尽くさなければならないと考えます。ところが、今回の改定プロセスにおいては、国民や消費者団体からの意見聴取の機会がほぼパブリックコメント実施期間の3週間に限られております。「行政の在り方を国民一人ひとりの立場にたったものに転換していく」観点から大変残念と言わざるを得ません。「行政のパラダイム転換」がこの5年で、どの程度進んだのか、改めて振り返り、評価を書き込むべきである。
22	本文・工程表：全体	全ての K P I について次の基準を念頭にし、それぞれの項目について見直しが必要 1．関連法やガイドライン等の施策制定・見直しの実施状況 2．関連法やガイドライン等の施策の周知状況と運用・実施状況 3．法執行の成果、ガイドライン等への監視の成果の状況 4．消費者被害の件数及びその後の未然防止措置の実施状況とその成果
23	本文・工程表：全体	用語解説集があった方が中高生等若い世代にも分かりやすい。
24	工程表：全体	各項目とも、基本計画と整合性をとり、より具体的な施策とし、重点施策については期限の明記を図るべきである。
25	工程表：全体	施策毎の K P I が設定されていますが、進捗と効果が計れるよう到達目標の設定が必要である。
26	工程表：全体	5 年間の工程で、各々の施策をどの程度まで進めるのかの指標が織り込まれていない。 K P I を基準にして、どの年度にどこまで達成を目指すのかの落とし込みが必要である。
27	工程表：全体	消費者政策の指令塔を任ずる消費者庁は本来主体的に政策立案し、更に各省庁へ深掘りした政策執行等具体的計画の提出を求め、消費者政策を効果的に推進するために具体的な目標と施策、実施期間などを共有して取り組む必要があります。しかしながら現状は各省庁から提出された政策を羅列するにとどまり、主体的指導性の欠落が見受けられます。工程表の施策についても、各省庁の5年間の計画が、ただ矢印が延びているばかりで、全体に今後5年間に向けた意欲が感じられません。具体的に「いつまでに」、「誰が」、「何を」ということが見えないなど、工程表において実施スケジュールが示されておらず、到達目標値が明確でないため、検証・評価には適しません。 K P I 指標も施策の効果を把握するには不十分なものが多く、見直し、再考が必要と思います。更に言うなら、素案の第4章以下に施策の内容が掲げられ、施策名の項目ごとに、 K P I が掲げられていますが、その内容と工程表に挙げられた K P I の内容が一致しません。 K P I は文字通り「重要業績評価指標」であるのなら、素案の K P I を適切に示した工程表の K P I であるべきである。工程表の後の説明にしても、 K P I に反映されている内容ではありません。各担当省庁を交え消費者庁の主導で、検討の上、文字通りの「重要業績評価指標」を掲げていただきたい。
28	工程表：前書き	K P I (重要業績評価指標) を施策ごとに具体化し、さらに、可能な限り、目標を設定したのは大きな進歩ですが、その指標が、施策の重要業績評価として適切か、また評価が同一施策内にとどまらず、横断的に比較で

		きるよう、増減率や達成率として示すなど、K P I を設定した目的を達成できるよう、各施策において検討が必要です。
29		「行政の在り方を国民一人ひとりの立場にたったものに転換していく」という消費者庁の存在理由がこの5年の間にどの程度進んだのか、自己評価をしっかりと書き込むべきです。
30	本文：第1章 1	「行政のパラダイム（価値規範）転換」について、改めてその具体的内容、これまでの行政のどの部分をどのように転換するのか、その理由、それによって実現しようとする社会について、丁寧に説明すべきである。
31	本文：第1章 1	「行政のパラダイム（価値規範）転換」が、この5年間で、消費者庁の立法実績だけでなく全省庁でどのように実現したかの検証を、具体的に書き込むべきである。 その上で、消費者庁、消費者委員会だけでなく、全ての省庁が「行政のパラダイム（価値規範）転換」を推進し、実現していくことを明確に宣言すべきである。
32	本文：第1章 1	「1 消費者政策の更なる充実に向けて」の結論が抽象的であり、内容に乏しい。行政のパラダイム（価値規範）転換や、消費者市民社会の実現に向けたものであるなど、目指すべき方向性を明確に記載すべきである。 今回の素案は、前回の消費者基本計画に比べ、工程表（素案）の内容を含めて全体として具体的な施策に欠け、抽象的である。
33	本文：第1章	「消費者行政を推進する基本的な枠組みができつつあるものの・・・（略）・・・いまだ課題が多く残されている」とされています。課題の中に行政機関の執行力を高める必要があることも書き込む必要があります。
34	本文：第1章	「最近では、SNS・・・発信する消費者も現れてきている一方で、」は不要ではないでしょうか。その後に記述されている消費者・事業者間の構造格差とはレベルの違う内容と思われ、並列すべき話ではありません。
35	本文：第1章 1	「消費者行政を推進する基本的な枠組みができつつあるものの」、行政機関の執行力を高める必要があること、並びに地方公共団体の執行力などの格差をなくすために支援を行うことも明記する必要があります。 例えば、景品表示法の改正で、措置命令の権限が都道府県まで広まりました。このこと自体は評価しますが、それを実施できる力のある地方公共団体は限られています。法律の適用と執行力を高めるためには、地方公共団体への支援が必要である、と明示していただきたい。
36	本文：第1章 1	制度の枠組みはできつつあるが、「消費者庁を始めとした行政機関の執行体制の確立をはかることが重要である」ことを明記すべきです。  (理由) 「制度運用の担い手育成」では、抽象的に過ぎます。制度運用の担い手の中心は、消費者庁を始めとした行政機関であるのですから、そのことを明示し、執行力を高めることが大きな課題であることを明確にする必要があります。
37	本文：第1章 1	「高齢者や障害者などの社会的弱者を狙った悪質商法などによる～推進が必要となっている。」の後に、「特に、高齢者を中心とした特殊詐欺の被害は、平成26年には過去最高の550億円にも達しており、警察庁との連携を一層強める。」等と記載することを提案します。  (理由) 特殊詐欺の被害は深刻さを増しており、警察庁を先頭に政府をあげて対応を強める意志を示す必要があると考えます。

38	本文：第1章 2	<p>消費者庁、消費者委員会が創設されたことにより、以前と比べて消費者基本計画の意義、位置付けが変化しており、次期消費者基本計画では消費者庁の司令塔機能との関係や消費者庁に移行される予定の総合調整機能との関係など検討し、これを明確にすべきである。</p> <p>新しい価値観による消費者政策を実現していく上では、消費者基本計画の根拠となっている消費者基本法そのものの見直しも検討すべきである。</p>
39	本文：第1章 2	<p>平成26年4月の総務省の「消費者取引に関する政策評価書」における勧告では、消費者庁に対し「その司令塔機能を発揮して」政府全体の具体的施策目標を設定し、個々の施策の体系化、構造化を図り、これを次期消費者基本計画の改定に反映し、推進することを求めている。基本計画（素案）では、現行の消費者基本計画と比べて、消費者庁の司令塔機能をより強く発揮することを明記し、どの部分が従来と比べて施策の体系化、構造化が図られているかを明らかにすべきである。</p>
40	本文：第2章	<p>第4章4(5)に「環境の保全に配慮した消費行動と事業活動の推進」の項目があるが、第2章でも指摘しておくことが必要と考えます。</p>
41	本文：第2章	<p>格差社会の問題は、今後の消費者政策の検討にあたって密接不可分に関係することがらであるから、一項を設けて指摘すべきである。</p> <p>すなわち、格差社会が深刻化すれば、多重債務問題や貧困ビジネスといった貧困に絡んだ問題が多発するのみならず、フェアトレード、社会的責任投資、エシカル消費等の消費行動を選択できる消費者層が衰退することになる。そうなれば、消費者市民社会の基礎が根底から覆ることになりかねない。行政が消費者と協力して様々な消費者政策を講じようとしても、これに対応できない消費者が圧倒的に多ければ、政策遂行事態が困難となる。</p> <p>こうした格差社会が消費者政策にもたらす悪影響に鑑みるならば、消費者政策の一環として格差社会の解消に向けた方策を検討も必要となるはずである。例えば、給付型が稀で貸付型がほとんどを占める現在の奨学金制度を放置すれば、格差社会がさらに拡大し、固定化することになると思われるが、将来の消費者市民を育てるという観点から、こうした問題にも目を向けていく必要がある。</p>
42	本文：第2章	<p>日本経済の動向に対する認識は、従来の経済成長至上主義を踏襲し、いわゆるアベノミクスの「トリクルダウン理論」を過度に評価するものとなっている。人口減少下の高度資本主義社会においては経済成長を追い求めるのは非現実的であり、むしろ生活の質を重視した「成熟社会」に脱皮することこそが急務であるという認識を基礎とした記述をすべきである。</p>
43	本文：第2章 1	<p>こうした認識は、従来の経済成長至上主義を踏襲し、いわゆるアベノミクスの「トリプルダウン理論」を正当化するものである。人口減少下の社会においては経済成長を追い求めるのではなく、生活の質を重視した「成熟社会」に脱皮することこそが急務であり、そうした認識を取り入れるべきである。</p>
44	本文：第2章 1	<p>貧困と格差拡大の問題を情勢認識として記述すべきである。また社会的な弱者が消費者被害に遭い、一層格差を拡大させていく側面があることも指摘すべきである。</p>
45	本文：第2章 2	<p>「・・・早期発見に努めることが重要となっている。」に続けて、「このような状況から、地域での高齢者等の見守りネットワークの構築が急がれる」と加筆することが必要と考えます。</p>
46	本文：第2章 2	<p>高齢者、障がい者、単独世帯の増加に伴い、それにつけ込む悪質商法が増加している原因を明らかにする必要がある。その一つである不招請勧誘への対応・対策と、判断能力の低いことを利用する勧誘によって契約した</p>

		場合における救済の民事ルールの検討が特に必要であることを明記すべきである。
47	本文：第2章 4	情報格差（デジタルデバイド）についても言及すべき。情報通信技術の発展・普及により利便性は飛躍的に向上しているが、その反面、高齢化の進展でますます高度化していく情報に対応できなくなる消費者・高齢者も増加している。そのことで発生する機会の喪失による不公正・不利益に対しては早急な対策が必要である。
48	本文：第2章 4	「電子商取引」に関する消費者トラブルの対応として、「的確な対応」、「消費者政策の実施に…活用する」だけでは抽象的であり、より積極的に、公正な電子商取引の構築と、被害の防止と救済が必要であることを記載すべきである。
49	本文：第2章 5	P.6の末尾で、「多言語対応など」としているが、企画旅行などサービスの安全性についても懸念が示されている（運転手の過重労働）。「多言語化対応」ととどまらず、「商品やサービスの安全確保」も盛り込むべきと考える。
50	本文：第2章 5	グローバル企業に対して国内法規制が十分機能しなくなっている現状も指摘するべきである。
51	本文：第2章 5	越境消費者トラブルの増加に伴い、国境を超えた取引を安心して行うために、グローバル企業に対する国内法が十分機能しない現状に問題があることも明記すべきであり、検討事項とするべきである。国内法が適用されないことで消費者が泣き寝入りをするようなことのないよう、法律の改正を望みます。
52	本文：第2章 6	生活必需品の中に、電気やガソリンなども加えるべきである。
53	本文：第2章 6	社会・意識の変化の背景として、東日本大震災とともに福島第一原発事故も入れるべきである。
54	本文：第2章 6	「平成23年3月に発生した東日本大震災は、我が国の社会や人々の意識に大きな影響・変化を与えた」、「東日本大震災の発生後は、風評被害も発生している」とあります。 社会・意識の変化の背景として、東日本大震災とともに福島第一原発事故の発生も入れるべきである。特に、風評被害の原因になっている原発事故発生ことは避けて通るべきではないと考えます。また、震災などの大規模災害時の消費物資の物流の在り方にも配慮する必要があります。
55	本文：第2章 7	P.7の15行目に「環境に配慮した商品・サービスの選択を～」の記述があるが、「エネルギー」の文言も必要と考えます。全体にエネルギー問題の記述が少なく施策の明記もない。ガスの自由化に伴い、安全確保の体制の構築をどう考えるかの課題もあります。
56	本文：第2章 7	個人情報、プライバシーの保護だけでなく、共生社会を作るため、絆を結ぶためには、行き過ぎた個人情報保護が妨げになっていることにも配慮すべきである。
57	本文：第2章 7	個人情報及びプライバシーへの「消費者の意識が高まっている」ことが記述されていますが、それ以前に個人情報へのリスクが高まっていることを書くべきである。
58	本文：第2章 7	「第2章 4の高度情報通信社会の進展」にも関連すると思われませんが、「消費者が個人情報への意識が高まっている」とあります。しかしその前に、パーソナルデータの利活用等「個人情報へのリスクが高まっている」ことを明記すべきです。

59	本文：第2章 7、第4章4 (1)	<p>消費者基本計画（素案）P.7、P.23にある「エシカル消費」の教育を、「地域」、「伝統」といった視点を加味して実施する（事例紹介など）。</p> <p>エシカルは近年英語圏で使われる表現で、日本でも来るオリンピックを契機に東京からエシカルを広めていこうという動きが一部にある。</p> <p>エシカルは大量消費や大量廃棄などを省みての活動であるが、元々日本においても「もったいない」ということで、ものを大切に扱ってきた。これは各地（地域）で行われてきたことであり、エシカルには未来に向けて、過去からの「もったいない」（伝統的な知恵や技術）に現在の知識・技術・経験などを加えてリニューアルした「もったいない」が含まれている。</p> <p>ふるさとの「もったいない」を見直し、ふるさとを愛する心やものを大切にすることを育てる。</p>
60	本文：第3章	<p>第1章・第2章の前提を踏まえ、第3章においては消費者庁が今後消費者行政をどうしていきたいのかが明確に書かれていなければなりません。司令塔・エンジン役の果たす役割は、他省庁との調整を図ることで事業団体や消費者団体との連携をとることでなく、明確なビジョンを持ち、施策を体系化・構造化していくことにあります。第3章においては、消費者庁の明確なビジョンを示していただきたい。</p> <p>また、明確なビジョンを示すには、「～が必要である」「～が重要である」といった表現でなく、「～に取り組む」「～の施策を講じる」といった表現が適切である。それはまさに司令塔としての矜持ある意思表示になると思います。</p>
61	本文：第3章 1	<p>我が国食品製造事業者は、国民にとって生活の基本となる安全な食品を安定的に供給するため、日々食品の品質・衛生管理を徹底するとともに、コンプライアンスの向上等に取り組んでいます。また、我が国食品製造事業者は、消費者との良好な信頼関係の構築や消費者の適正な商品選択に資する等の観点から、食品表示はもとより、自主的・主体的な取組として、お客様相談窓口、ウェブサイト等を通じて、消費者への情報提供の強化に努めてきているところです。今般の「消費者基本計画（素案）」の「第3章 消費者政策の基本方針 1 消費者政策の推進により目指すべき姿」において、事業者や事業者団体が、消費者を重視した消費者志向経営を進めることにより、消費者と事業者による健全な市場の実現が期待されるとされており。まさに消費者の利益の増進と食品企業の健全な発展とは、いわば車の両輪であり、消費者と事業者との建設的で相互発展的関係を構築していくことが必要と考えます。また、「行政においては、消費者のみならず、消費者団体や事業者・事業者団体のこれらの自主的取組を支援・促進することが必要である」とされていますが、我が国食品製造業は、事業所数の99%が中小零細事業者によって担われている、ということ十分に踏まえて対応していただくことが重要であると考えます。</p>
62	本文：第3章 1	<p>消費者の情報不足・年齢等による判断力の低下などを勘案して、努力義務だけでなく保護の対象でもあることを明記していただきたい。</p>
63	本文：第3章 1	<p>消費者市民社会を形成するために必要なこととして、消費者市民としての主体者意識の形成であることに言及すべきである。</p>
64	本文：第3章 1	<p>「自主的取組を支援・促進」ととどまらず、財政的支援を行うことも含めた消費者団体への支援策の検討を明記すべきである。</p>
65	本文：第3章 1	<p>「勧誘を受けるかどうか」を選択できることは重要である。目指すべき姿に書き込まれると共に、各施策分野で不招請勧誘の禁止を検討項目として入れていただきたい。</p>

66	本文：第3章 1	「信頼を獲得することなくしては、事業活動は継続できないと考えられる」とありますが、そうでもない現状もあり、「継続できないような経済社会を作り出していくべきである」と目指すべき目標的に書いた方がよいと考えます。
67	本文：第3章 1	「また、勧誘を受けるかどうか」は（P）ペンディングになっていますが、次ページのサービスを消費するかまでは削除した方がよい。非常に分かりにくい文言で誤解を生みます。 加えて、さらに以降、「自覚して」、「目指す」と言った表現については、言いたいことは理解しますが、上から目線であり、消費者と共に歩む姿勢の欠落が感じられます。書き方の工夫を求めます。
68	本文：第3章 1	「勧誘を受けるかどうか」についても、消費者が自主的かつ合理的に選択できる旨の記述を維持すべきです。（理由）不意打ちの勧誘にあった場合、勧誘を受ける商品・役務の内容や価格水準などについて、消費者は予備知識を備えていないことが通例であるため、客観的・合理的に選択することが困難となります。「消費者の自己決定権の下で消費者が自主的かつ合理的に選択できる」ためには、勧誘を受けるかどうか消費者が選択できることが必要と考えます。
69	本文：第3章 1	「消費者による自主的かつ合理的な選択」というとき、その消費者のニーズは一人ひとり違い、多様化していること、そのニーズに応える世の中を実現するには、様々な事業者が様々な特色を持って商品やサービスを提供しており、幅広い選択肢が存在することが前提となる。したがって、P.8 冒頭行「消費者の自己決定権の下で消費者が自主的かつ合理的に選択でき」の部分は、「消費者の自己決定権の下で【ニーズの異なる】消費者が【幅広い選択肢の中から】自主的かつ合理的に選択でき」とすべきである。
70	本文：第3章 1	消費者政策の推進により目指すべき姿として、「選択肢の多様性」も加えるべきである。 多様な消費者のニーズに応えようとする様々な事業者による様々なサービスや商品が生み出されることによって、消費者が選択可能な選択肢の幅が広がり、消費者は豊かな消費生活を営むことができる。事業者が多様性がなければ、多様なニーズを持つ消費者の一部は、自らのニーズに応える事業者に出会うことができず、画一的統一的なサービス・商品を半ば強制的に享受しなければいけなくなる。事業者の多様性が伴って初めて、消費者による自主的かつ合理的な選択が可能となること踏まえ、選択肢の多様性も目指すべき姿として記載すべきである。
71	本文：第3章 2	地方公共団体の消費者行政は、その基盤がなお不十分である。財政的支援を含めて、国による積極的な支援が求められていることを明記すべきである。
72	本文：第3章 2	消費者庁が内閣府から移管される消費者問題に関する事項の総合調整事務については、大きな課題であると考えます。「その後は、消費者庁において総合調整機能を発揮し、更なる消費者政策の推進を図るべきである」と簡単に新聞報道的に書かれていますが、そのことの持つ意味を明記する必要があると思います。消費者行政の舵取り役である消費者庁の方向性を明らかに示すべきです。
73	本文：第3章 2	消費者政策を考慮すべき視点以降の文で事業者への配慮がみられ、お願いが目立ちます。消費者庁として無論、健全な事業活動を推進・展開する事業者活動への適切な指導は是とすべきですが、それらは『お願い』ではなく「指導」「規制」「監視」の視点が必要と考えます。過度の事業者

		への配慮が全体に目立つように感じます。全体的に見直し検討が必要です。
74	本文：第3章 2	<p>「消費者の多様性と消費者を取り巻く環境の変化」を項目として加えるべきである。消費者が求めるものは一律でなく、インターネット等により消費者が得られる情報が格段に増えたり、事業者に対して消費者の交渉力が大きくなっているという事象も多く出現してきたりしている。そのような時代において、消費者政策はどうあるべきか、消費者の多様性や環境の変化について考察し、よりよい消費者政策に研究結果を反映していくことが必要である。</p>
75	本文：第3章 2	<p>何らかの制度の新設・見直しを行う必要がある場合には、以下の点を考慮することを追加するべきではないでしょうか。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・様々な立場の利害関係者から十分に意見を聞き、それぞれに与える影響を精緻に分析し、明らかにした上で進めること。</li> <li>・適用は最低限必要な範囲にとどめること。</li> <li>・可能な限り、客観的、定量的な指標や立法事実に基づき検討を行うこと。</li> <li>・現実的に執行が可能な制度設計にすること。</li> </ul> <p>具体的には新たな項目として以下のような文言を追加してはどうでしょうか。</p> <p>「消費者被害を防止し、また被害に遭った消費者を救済するために制度を新設し、又は見直す場合、当該制度の適用を最低限必要な範囲にとどめることを前提に、事業者を含む様々な立場の利害関係者から十分に意見を聞き、それぞれに与える影響を精緻に分析し、明らかにした上で、設計を進めることが重要である。</p> <p>また、そうした精緻な分析にあたっては、可能な限り、客観的、定量的な指標や、立法事実に基づき評価を行うことが求められる。そして、制度の設計にあたっては、執行の実現可能性を慎重に検討することも重要である。」</p> <p>(理由)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・制度を設計にあたっては、影響の生じるすべての範囲を見渡してその影響度合いをみなければ、被害の防止、被害者の救済は図られても、他方で過剰な規制により、事業者の提供する商品・サービスが必要以上に制限され、消費者の選択の機会が奪われたり、事業の不振によって事業者の従業員(消費者)の給与が下がるといったことにより、結果として他の多くの消費者の利益が損なわれるおそれもある。そうした事態を回避するためには、上記の1つ目と2つ目の点が肝要と考えます。</li> <li>・客観的、定量的な指標や立法事実に基づき制度を設計しなければ、達成しようとした目的を達成することができない不合理な制度を構築することになってしまうおそれがある。そうした事態を回避するためには、上記の3つ目の点が肝要と考えます。</li> <li>・実際に制度を運用する段階において現実には執行が不可能なものであれば、折角の制度も絵に描いた餅となってしまうことから、4つ目の点も明記が必要と考えます。</li> <li>・様々な立場の人の意見を聞くという要素は、現在の案においても(1)の「行政と消費者・消費者団体及び事業者・事業者団体との間、消費者・消費者団体と事業者・事業者団体との間の連携が重要」といった記載の中</li> </ul>

		<p>に一部表れていると言えるが、ここでは、この後続く例示などを見ると制度の運用の場面での話しを意図しているものと読めることから、別途、制度の新設・見直しにあたっての視点として明記をすべきと考えます。</p> <p>・制度の設計に関しては(3)で言及が、制度の見直しに関しては(4)で言及があるが、上記の視点は、規制改革や新たに生じる消費者問題への対応のときに限って必要となるものではないので、これらの中に組み込むのではなく、別の項目を立てて記載することが適切と考えます。</p>
76	本文：第3章2	<p>考慮すべき視点として、「事実の正確な把握と消費生活相談内容の分析」を追加すべきである。</p> <p>消費者政策に関係して、特に法令の見直しにおいて、消費生活相談の増加等が必要の一つとして挙げられることが多いが、実際に何が問題となっていて最終的にどうなったのかや背景事情等、後に分析に役立つ情報が不足していたり、解決のために現行法においてどのような選択肢が取り得て、それらを選択するにあたってどのような障害があるのかといった分析が不十分なことも多い。実効性のある対策や解決策を検討するためにも、事実の正確な把握と消費生活相談内容の分析をしっかりと行うという視点を持ち、必要に応じて消費生活相談の環境整備を行うべきである。</p>
77	本文：第3章2(1)	<p>「消費者政策を全体として(中略)との連携が重要である」とありますが、具体的な施策を工程表に書きこむべきと考えます。</p>
78	本文：第3章2(1)	<p>消費者政策を推進するために、消費者庁と消費者委員会の連携と体制の強化を強調すべきである。</p>
79	本文：第3章2(1)	<p>消費者行政の総合調整事務については、今通常国会提出予定の法案において、内閣府から消費者庁に移管されることとなります。「なお、・・・」として事実のみ簡単に触れられていますが、そのことの持つ意味を書き込むべきである。第5章「効果的な実施」にも、消費者庁が消費者行政の司令塔役・エンジン役となって本計画の検証、評価、見直しを進めていくことを書くべきである。</p>
80	本文：第3章2(1)	<p>「消費者庁には、内閣府から消費者問題に関する事項の総合調整事務を移管することとしており、」としているが、これはどういうことを意味するのか、脚注なりで解説が必要ではないでしょうか。</p> <p>総合調整事務が内閣総理大臣経由ではなく、消費者担当大臣又は消費者庁長官経由に変わるという意味なのではないでしょうか。</p>
81	本文：第3章2(1)	<p>「消費者政策を全体として効率的・効果的に推進していくためには・・・連携が必要である。」とありますが、それらを効果的に現した具体的な施策が工程表に見られません。具体案を工程表に書き込むべきです。行政と消費者、行政と事業者、事業者と消費者の相対する二者間同士ではなく、三者が連携して取り組むような枠組みも考えるべきです。</p>
82	本文：第3章2(1)、第4章4、6(2)	<p>行政・消費者・事業者の連携について</p> <p>素案において、行政・消費者・事業者の連携の重要性を指摘している点については評価できるが、連携に当たっては、三者が一体となって取り組むことが重要である。</p> <p>然るに、P.9第5段落では、「行政と消費者・消費者団体及び事業者・事業者団体との間、消費者・消費者団体と事業者・事業者団体との間の連携」と記されており、行政と消費者、行政と事業者、消費者と事業者の二者間の連携を意図した書きぶりになっている。</p> <p>とりわけ、第4章4に記載されている「消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成」については、消費者市民社会の実現に向けた消費者教育の一層の進展や模倣品の購入を防止し健全な市場を創設するための取組など、行政、事業者、消費者の三者が連携し、取組を進めることが有用</p>

		である。二主体間の連携に加えて、「三者による一体的な取組を行うこと」が分かる記載を追記すべきである。
83	本文：第3章2(1)、第4章4、6(2)	行政・消費者・事業者の連携について 同第6段落では、連携の例示として、行政から消費者・事業者への制度や施策等の周知といった一方的な形での連携が記載されている。 施策の効果的な立案、実施には、行政と事業者・事業者団体が双方向で、目的を明確にした対話を行うことが不可欠である。単なる情報提供としての連携ではなく、「事業者、事業者団体から意見を聴取し、両者の相互理解のもと、より望ましい消費者政策の推進に向けた連携を行うこと」を追記すべきである。 なお、素案P.30では、PIO-NETを「事業者の指導への活用を促進」との記載があるが、PIO-NETにより収集された情報を適切な形で三者間で共有することにより、消費者被害発生未然防止や消費者教育の充実につながると考えます。
84	本文：第3章2(1)、第4章4(1)、工程表：4(1)	消費者教育における連携の強化およびポータルサイトの運営の充実に向けた方策の設定について 消費者の利益の擁護・増進を図るためには、消費者自身が自主的かつ合理的に選択・行動することができるための知識、リテラシーを身に付けることが不可欠である。そのために、消費者、消費者団体によるものもとより、行政、事業者・事業者団体がより一層、消費者教育に取り組んでいくことが重要であり、とりわけ、行政・消費者・事業者が連携して取り組んでいくことが求められる。 消費者教育については、すでに、各事業者自身が消費者の自立支援及び社会貢献の一環として取組を行うとともに、三者の連携の下、消費者教育フェスタ等が開催されてきました。 基本計画においては、施策の実効性を高めるため、過去に行われてきた取組の実績、評価を記載するとともに、今後取り組むべき課題について、具体的なテーマをいくつか設定し、それに基づき推進していくことが必要である。
85	本文：第3章2(1)、第4章4(1)、工程表：4(1)	消費者教育における連携の強化およびポータルサイトの運営の充実に向けた方策の設定について 消費者庁による消費者教育ポータルサイトは、消費者教育の充実に向けて機能を果たしていると考え。工程表P.50において、今後の施策として「充実した消費者教育ポータルサイトの運営」とある。 今後の運営、活用の在り方については「消費者教育推進会議」でも検討されてきていることでもあり、施策としての効果を高めるとともに、事業者・事業者団体としても協力の方法を検討することができることからどのように充実させていくかの推進の方向性、方法を記載すべきである。
86	本文：第3章2(1)	「経済界の議論への参加による実効性の担保」を明確に記載すべきである。 消費者政策が実効性のあるものとするためには、企業実務の実態をよく知る実務担当者の議論への参加が欠かせない。
87	本文：第3章2(1)	「事業側の実務担当者の議論への参加」と「それによる実効性の担保」を盛り込むべきである。 消費者政策の実効性を担保するには、ビジネス現場の実情を踏まえて、検討している施策が現実的かつ効率的なものになるよう注意する必要がある。事業側の実務担当者を議論に参加させ、実効性を担保すべきである。

88	本文：第3章 2(1)	<p>電気通信サービス（総務省）、旅行業法（観光庁）、美容医療（厚労省）、商品先物・プロ向けファンド等金融商品（金融庁）など、他省庁と共管している、消費者にとって重要なサービスに関して、法律改正等について、消費者庁の動きが見えにくい。連携はもちろん消費者庁が司令塔としての役割を果たすべきである。</p> <p>また、消費者政策を効果的に推進していくために、事業者・事業者団体・消費者・消費者団体との連携は不可欠であり、定期的な意見交換や必要に応じた説明会などを開催する必要がある。さらに、情報収集のために、行政の窓口の充実や、消費者団体・事業者団体の情報収集機能を支援する必要がある。</p>
89	本文：第3章 2(2)	<p>生活を安心して営むことができる地域社会の形成においては、地方公共団体や関係部局などのほかに、最も地域に根付いた組織である町内会や自治会の取組も重要視されるべきである。</p> <p>また、そのためにも町内会・自治会への支援策に対して具体的な言及がされるべきである。</p>
90	本文：第3章 2(2)	<p>「消費者行政部局だけで取り組むのではなく、・・・幅広い関係者と連携」については、具体的な施策を工程表に書き込むべきである。</p>
91	本文：第3章 2(2)	<p>地方公共団体間の格差が大きくなっています。「いつでも、どこに住んでいても・・・」を実現していくために、地方公共団体間格差を埋める計画を準備すべきである。「地方の自主的な取組への支援」に止まらず、積極的な手立てを第4章6(2)にも書き込むべきである。</p>
92	本文：第3章 2(3)	<p>規制改革の中に、電気料金をはじめとする公共料金の自由化を加えるべきである。</p> <p>家庭用電気料金は、現在規制部門として認可制度の中にあるが、自由化が進む中で、生活・生産の欠かせないベースとなっている電気の料金が適正であることのチェックをどのように進めて行くか課題である。</p>
93	本文：第3章 2(3)	<p>成長戦略として行われる規制緩和（投資型クラウドファンディングや商品先物取引の販売規制の緩和等）が一般消費者に及ぼす影響を想定し、予想される消費者被害を防止するための策を、監督を所管する官庁と連携し、消費者庁においても消費者への事前対策的な注意喚起等を積極的に講じる。ということを書き込むべきである。</p>
94	本文：第3章 2(3)	<p>現行の「規制改革」は、成長戦略・経済活性化が主眼であり、新たな事業活動の創生に力点が置かれている。安全性の確保に関しても、より効率的な手法で安全性を確保する方針が示される等、安全性を軽視する規制緩和策となっている。今回、「規制改革の推進に当たっては、産業の発展と消費者利益の擁護増進が両立するよう適切に対応することが必要」としているが、そもそも規制改革の主目的が産業発展であり、両立は困難と言える。消費者利益の擁護と増進を図る司令塔として、消費者被害の発生や消費者の不安の惹起等の副作用がもたらされる「規制改革」は、行わない旨を記載すべきである。</p>

95	本文：第3章 2(3)	<p>下から11行目規制改革の評価が過大です。</p> <p>文中「新たな商品・サービスを多様な選択肢が提供される・・・」サービスをより早くより安価に享受でき、消費者ニーズに応じた多様な削除する必要があります。より早く安価になるとは限りません。消費者庁がここまで言い切る根拠は何でしょうか。言い切るべきではないと考えます。</p> <p>更に、「規制改革の推進に当たっては、その基本的な考え方として、より効率的な手法で安全性を確保することが挙げられていることから」と言う文言は削除してください。より効率的な手法が「安全性を確保」とは限らないし、むしろそうなるように施策を講じるのが消費者庁の役目であり、単に規制改革会議で挙げられたことを容認したように記載するのはあまりにも主体性がなさ過ぎます。</p> <p>「消費の安定的な増加をかえって阻害する可能性がある」とありますが、分かりにくく、曖昧な表現です。「消費者被害が発生する可能性がある」と具体的で分かりやすい表現にして下さい。</p> <p>さらに、成長戦略として行われる商品先物取引の訪問電話勧誘、65歳未満に解禁などの規制緩和が一般消費者に及ぼす影響を想定し、予想される消費者被害を防止するための策を、監督を所管する官庁と連携し、消費者庁においても消費者への事前対策的な注意喚起等を積極的に講じることを明記すべきです。</p>
96	本文：第3章 2(3)	<p>「規制改革が消費者に与える影響の考慮」という見出しの変更</p> <p>素案本文の内容は、規制改革によってもたらされる産業と消費者へのメリット・デメリットを併記した上で、産業の発展と消費者の利益の擁護・増進の両立を考慮すべき事項として挙げており、妥当である。</p> <p>しかしながら、当該項目の見出しは、規制改革が消費者に与える不利益への配慮を殊更重視した印象を招きかねず、本文全体の内容に照らし、バランスを欠いている。</p> <p>したがって、見出しを「産業の発展と消費者の利益の擁護・増進の両立」と修正すべきである。その方が、平成20年4月23日に当時の福田総理が消費者庁の創設に向けて示した守るべき3原則の一つである「新たな消費者行政の体制強化は、消費活動はもちろん、産業活動を活性化するものでなければならない」の趣旨に沿ったものと思われる。</p>
97	本文：第3章 2(3)	<p>規制改革により規制が強化された場合の副作用として、規制強化により規制対応コストが増加し、価格に転嫁され、消費者の負担が増加するというものも挙げられる。これを記載し、バランスを考慮する必要性について明記すべきである。表示は原則として自由領域であるという前提に立つべきであり、すべての分野について表示ルールを定めることは非現実的である。無闇に行政によるガイドラインを増やせば、あらゆる事業者の表示を画一的・統一的なものに縛り、かえって消費者にとって幅広い選択肢がなくなるという結果を招きかねない。景品表示法にかかる現在のガイドラインについて、企業実務の担当者を議論に加えて見直しを図るべきである。例えば、メニュー表示に係るガイドライン等、同じガイドライン中に解釈の違いが垣間見えたり、一般消費者の考えとすることに疑問を生じる考え方が示されていたり、現実の企業実務が全く考慮されていないと思われるものが含まれているガイドラインが存在する。企業実務の担当者を加え、見直しを図るべきである。時代や環境の変化によって変遷する「一般消費者」の考えや感覚を定期的に客観的に調査し、それをガイドラインに反映させるべきである。</p>

98	本文：第3章 2(4)	<p>「新たな消費者問題が発生した」場合だけでなく、「新たな消費者被害の発生が予見される」場合にも、と修正すべきである。</p> <p>(理由)</p> <p>アベノミクスの成長戦略として様々な規制緩和が実施されるが、これによって国民(消費者)はこれまでは晒されていなかったリスクに晒される、つまり事業者が提供する消費やサービスによって一般消費者が身体や健康、財産に損害を被る可能性が高まることは容易に予想される。</p> <p>規制緩和は立法府で決まったことであり仕方ないとしても、その結果生じる影響を国民(消費者)に知らせ、国民(消費者)に自ら備えるように促す役割・責任が政府にはあるのではないだろうか。問題(被害が広範囲に発生)が顕在化してから対応するのでは遅きに失する。消費者庁は、当該規制を担当する監督官庁に任せっきりせず、消費者に対して、かくかくしかじかの規制緩和が行われるから、十分注意せよ、といった注意喚起や情報提供を率先して行う等、プロアクティブな対応を採られるべきと考える。</p>
99	本文：第3章 2(4)	<p>事業者団体との連携が強調されていますが、それより事業者を監督している省庁との連携をすべきです。</p>
100	本文・工程表：第4章	<p>掲げられている各種KPIに関して、・事故の件数など、マイナスからゼロにどのくらい近付いたかを計る指標が多いように見受けられるが、そうしたネガティブな観点からの指標ばかりでなく、ゼロからプラスにどれだけ振れたかを計るようなポジティブな観点での指標も志向されるべきではないでしょうか。</p> <p>・「消費者トラブル・消費生活相談の件数」を掲げている項目が多いが(消費者基本計画(素案)P.13、15~17、19~22)、その中で事業者に責任のあるもの、同項目に密接に関わっているもののみを抽出し、その部分のみをKPIとして計測することとすべきではないでしょうか。</p> <p>・目的を達成するための「手段」への注力度合を計るものよりも、「目的」の達成度合いを計るKPIをきちんと定めるべきではないでしょうか。</p>
101	本文：第4章 1	<p>消費者の安全の考え方の中に、製品の安全性だけでなく、生産過程の安全性の確保についても食品だけでなく範囲を広げていくことを加えるべきである。</p> <p>特に電力生産における原子力発電所事故については、影響が広範かつ深刻に受け止められることから特記すべきである。</p>
102	本文：第4章 1	<p>危険性のある物質や商品に関する情報の提供、消費者への啓発・注意喚起については、テレビやラジオを利用することが効果的である。</p> <p>今後は、消費者庁において、テレビやラジオ等のメディアと連携し、リコール情報や注意喚起情報を含めた製品事故情報又は製品安全に関する情報を、毎週定期的にテレビやラジオで報道する体制を構築すべきである。</p>
103	本文：第4章 1	<p>消費者の安全の確保については、近年医薬部外品による集団的消費者被害が相次いでいることから、以下の施策も実施すべきである。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・いわゆる医薬部外品である美白化粧品による白斑被害に対し、事故情報の収集を強化するとともに、徹底した原因究明を早急に行い、同種被害の発生・拡大防止策を迅速・適切に進めるべきである。</li> <li>・医薬部外品からの被害発生事例を踏まえ、医薬部外品の承認に係る審査が慎重かつ充分に行われるように、独立行政法人医薬品医療機器総合機構(PMDA)による承認審査の抜本的な見直しを行うべきである。</li> <li>・医薬部外品、化粧品(以下「医薬部外品等」という。)による副作用被害の報告制度について、医師や医療機関等にも報告義務を課すこと、医薬部外品等との関連性が疑われる症例を広く報告対象とすること、副作用被</li> </ul>

		<p>害の拡大防止のための専門機関を設ける等、行政における体制を整備・強化することを検討すべきである。</p> <p>・医薬部外品等による副作用被害について、入院を要件としない副作用被害の救済制度を設けるべきである。</p>
104	本文：第4章 1	<p>本項目においては、主として食品等の製造物の安全のみを取り上げているが、生活の基盤であり、生命・身体・財産の重大な損害につながる「住宅・宅地」の安全についての施策も掲げるべきである。特にリフォーム工事については、建物の新築工事に比べて規制が乏しいために、危険なリフォーム工事被害も増加していることから、リフォーム工事における安全性確保の仕組みの構築が急がれるところである。</p>
105	本文：第4章 1	<p>住宅（建物）の安全のみでは「住」の安全を確保することは難しく、「宅地（地盤）」の安全性の確保も不可欠である。地盤に起因する大規模被害が発生し、今後も異常気象と相まって発生が懸念される場所、地盤に関わる情報の集約・公開するための法的整備はまだ不足している。地盤情報の公開、その前提としての地盤情報の集約・充実が重大な施策である。</p>
106	本文：第4章 1	<p>「消費者の安全の確保」の項目には、これら「住宅・宅地の安全性確保」についても独立の項目として加えるべきである。</p>
107	本文：第4章 1（1）	<p>両項目について、「電気・ガス」という商品についても想定して行くべきである。</p>
108	本文：第4章 1（1）	<p>通信販売サイトでは、販売事業者の所在地等が不明確な例があることに鑑み、サーバーの管理者・販売サイト・オークションサイト等の管理者らに対する情報開示請求権を認める方向で検討すべきである。</p>
109	本文：第4章 1（1）	<p>事業者による安全対策について</p> <p>家庭用品による事故を防ぐため、危険性のある物質や商品に関する情報の提供等を行っていくことは、事業者としても重要であると考えており、製品による事故の未然防止に向け、すでに業界団体等では消費者が安全に製品をご使用いただくための「チラシ」等を作成し、ウェブサイトでの公開や配付などの取組を行っている。</p> <p>基本計画素案では、「家庭用品による事故を防ぐため、家庭用品メーカー等の事業者が各種製品群の安全対策を講ずるためのマニュアルの普及を行う。」とある。ここでの「マニュアル」は厚生労働省作成の安全確保マニュアルを指すものと理解しているが、素案の文章ではマニュアルの普及を行う主体が分かりにくく、混乱を招きかねない。</p> <p>「家庭用品による事故を防ぐため、関係省庁は、家庭用品メーカー等の事業者が各種製品群の安全対策を講ずるためのマニュアルの普及を行う。」と記載すべきである。</p>
110	本文・工程 表：第4章 1（1）	<p>家庭用品の事故を防ぐため、「安全確保マニュアル作成の手引き」の作成が計画されていますが、そもそも情報提供の方法として「警告表示」をきちんと位置付けていただきたい。また、消費者教育としても取り上げるべきである。</p>

111	本文・工程表：第4章1(1)	家庭用品の事故を防ぐため、「安全確保マニュアル作成の手引き」の作成が計画されていますが、そもそも情報提供の方法として「警告表示」をきちんと位置付けるべきではないでしょうか。その場合、幼児や高齢者、日本語を理解できない外国人にも理解できる絵表示の普及を検討することを明記していただきたい。さらに、消費者啓発・教育としても取り上げるべきです。
112	本文・工程表：第4章1(1)	消費者基本計画(素案)の該当項目、ページでは、事故の未然防止のための取組として、家庭用品の事故と危険ドラッグの販売抑制とが同じ枠組みのように記載されていますが、設計における頑健性の具備や情報提供の適正化を目指す家庭用品とそもそも存在そのものの違法性に関する検討が必要なものは、「事故」の性質が異なり、対策が異なるものではないでしょうか。 工程表では両者を分けて取組が記載されています。消費者基本計画の方も分けてそれぞれにあった方向性を示すべきと思います。
113	工程表：第4章1(1)	化学物質を一元的に管理する「化学物質一元化法」の制定を図ること(消費者庁、経産省、環境省、関係省庁)を追加すべきである。
114	工程表：第4章1(1)	「高齢者を事故から守るプロジェクト」の展開(消費者庁、経済産業省、厚生労働省、関係省庁)を追加すべきである。
115	工程表：第4章1(1)	誤使用又は重大ではない事故と判断された情報、ヒヤリハット情報及びインシデント情報についても収集の強化を図るとともに、収集された消費者事故に関する詳細情報を関係機関と共有・連携し、迅速・適切かつ効果的な注意喚起策を講ずることができる体制を整備すべきである。
116	工程表：第4章1(1)	子どもの製品事故について、安易に保護者等の監督不足の問題とすることなく、全ての製品は子どもにとって安全なものとして設計・製造されなければならないとの視点から、子どもの事故防止を最大限に図るべきである。
117	本文：全体	消費者委員会が行った建議・提言への対応が盛りこまれていない部分がある。例えば以下の部分については建議・提言を活かす形で修正すべきである。 リコールについて 基本計画(素案)の第4章1(2)で「事業者への指導の強化」の記述があるが、工程表では、「迅速かつ的確な収集・公表」にとどまっている。消費者委員会では「事業者等を通じた情報周知の方策」とし、販売事業者等の責務についても求めている。より具体化を図られたい。
118	本文：第4章1(2)	リコールに関しては、流通業者に対する製品購入者へのリコール情報等の通知義務を課すこと、リコール情報が消費者に届くための行政及び事業者の責任及び役割を明確にしたガイドラインを作成することや消費者庁及び関係行政機関との連携による恒常的な注意喚起情報伝達体制の確立等の具体的方策を計画に組み込むべきである。
119	本文：第4章1(2)	消費者が事故情報等に関心を持ち、自ら製品事故に遭遇しないよう行動し、製品事故そのものの未然防止・拡大防止のためにヒヤリハット情報を含めた消費者事故に関する情報を積極的に行政機関に提供するための消費者教育の推進・充実を計画に組み込むべきである。
120	本文：第4章1(2)	「製造物責任法に関する裁判例等の情報を分かりやすく取りまとめ、公表する」という文言のあとに、「その取りまとめを国の安全施策に反映させる」という文言を追加していただきたい。 取りまとめて公表するだけでは意味がありません。安全施策に反映してこそ、情報収集の意味があるはずである。

121	本文・工程表：第4章1(2)	リコール情報の周知強化が書き込まれていますが、具体的な施策を工程表に書き込むべきである。リコールに係わる各主体の役割を定めたり、回収率の公表などを制度化すべきである。また「見守りネットワーク」の活用も検討すべきである。
122	本文・工程表：第4章1(2)	現状の自動車リコール制度は「保安基準への不適合」、「改善措置の実施」が前提となるため時間がかかる問題があります。安全側の視点に立ち、原因や改善措置とは切り離して速やかにリコールの届出を行うよう制度改善を計画すべきである。
123	本文・工程表：第4章1(2)	製造物責任法に関する裁判例等の情報収集、公表にとどまらず、同法改正について検討すべきである。欠陥や因果関係に関する推定規定を新設したり、責任期間を民法不法行為責任と同じレベルに延長することなどを具体的に検討し、同法の実効性を強化すべきである。
124	本文・工程表：第4章1(2)	製造物責任法については、「裁判例等の情報を分かりやすく取りまとめ、公表する」ととどまらず、裁判例等の分析を通じた法改正の課題について検討する旨を記載いただきたい。  (理由) 製造物責任法が制定されて20年が経過しています。この間の製品被害の変化(老朽品によって生ずる製造物被害、発展する科学技術により開発される製品がある中で、開発危険の抗弁規定が被害救済の障害になっていること等)をふまえ、公正迅速な被害救済を可能とする観点から、法改正の課題について検討を行うべきと考えます。
125	工程表：第4章1(2)	製造物責任法に関する裁判例を収集・整理・公表することは重要ですが、その結果を役立てていくことの方が更に重要です。「判例収集・整理の結果を法律の見直し等に役立てること」を盛り込んでいただきたい。
126	工程表：第4章1(2)	事故情報の収集を様々なネットワークで行う仕組みを開発すべきである。以前から意見があるように、国土交通省の自動車の不具合情報の収集システムに倣って、同様の情報収集システムを備えるべきである。特に、食品の安全や表示にかかる情報は事故発生時のみの対応ではなく、日常的に収集する窓口を設けることが必要と考える。食品表示法の改正や機能性表示制度のスタートに鑑みて、情報収集の仕組みを考えていただきたい。
127	工程表：第4章1(2)	リコール情報の周知強化については、「消費者庁リコール情報サイト」等を通じた情報発信しか具体的施策の記述がありません。リコールに関わる各主体の役割を定めたり、回収率を公表すること、「見守りネットワーク」の活用を検討することなども工程表に追記していただきたい。
128	工程表：第4章1(2)	リコール情報については、本当に伝えたい消費者に情報が届いていないこと、届いていたとしても行動を起こさないことが問題となっています。「周知強化」だけでなく、「効果的な周知方法の検討」と「消費者がリアクションを起こすための支援・仕組みづくり」を加えていただきたい。
129	本文：第4章1(3)	消費者安全調査委員会の体制強化と適切かつ迅速な事故調査を行うとしている点は大いに賛成であるが、現在の体制では限界があることは明らかである。 人員の大幅拡充により、委員の下に技術面と法律面の専門家スタッフを複数配置すること、更に事故の積極的な発見のためにモニタリング体制を強化すること、少なくともこの二点が必要と考えます。
130	本文：第4章1(3)	消費者安全調査委員会は、必要な消費者事故等の調査を漏れなく速やかに実施するため、情報分析及び調査を行う人的・物的体制を一層整備することが必要である。

131	本文：第4章 1(3)	調査を完了した場合の勧告に限らず、調査の過程等の再発防止策等の意見についても、これを尊重した速やかな対処がなされるべきであり、消費者安全調査委員会はその実施状況についてフォローアップを行うことが重要である。
132	本文：第4章 1(3)	昇降機、遊戯施設における事故の原因究明、再発防止については、事故原因の徹底した究明を早急に行うとともに、結果等が安全基準の見直し、事業に対する措置・指導の強化に直ちに反映されるよう、同種事故の再発防止に向けた取組を迅速・適切に行うべきである。
133	本文：第4章 1(3)	国民生活センターにおける商品テストの実施については、製品事故の被害者が容易に原因究明を依頼でき、迅速・適切に全ての事故原因が究明されるよう、技術的専門性においても人的体制においても一層の体制強化を図るべきである。
134	本文：第4章 1(3)	製品等の利用により生じた事故等については、事故調査機関は、責任追及とは異なる再発防止に向けた事故原因の究明という重大な機能があることを前提に、事故調査機関と捜査機関との間で、協力的な情報共有すべき範囲や、捜査又は調査の手順を明確にするような基準や運用を確立すべきである。
135	本文：第4章 1(3)	製品火災対策の推進及び火災原因調査の連絡調整については、消防機関の調査能力や鑑識能力の格差をなくし、全ての消防機関が十分な火災原因の調査を行えるよう、体制の整備が必要である。
136	本文：第4章 1(3)	消費者安全委員会は、小手先の見直しでは限界がある。専門家スタッフの大幅拡充はじめ、抜本的見直しを進めるべきである。さらに、消費者行政の司令塔として、他府省庁の事故原因究明機関との一層の連携強化や、他府省庁の事故原因究明機関との統合等も視野に入れた機能強化策を記載すべきである。
137	本文・工程 表：第4章1 (3)	消費者安全調査委員会が効果的に役割を果たせるように、過去の事件の捜査記録や裁判記録にアクセスできるようルールを改善を計画すべきである。
138	本文・工程 表：第4章1 (3)	消費者安全調査委員会の体制強化の方向性を明確に示す必要があります。 例えば、的確かつ迅速に事故の調査をするために、「平成27、28年度は、事故調査に要する時間を平均 力月にすることを目標とする」、「平成29、30年度は、平成27、28年度に事故調査で取り扱った案件の類似の事故の発生がないこと（ゼロが無理であれば、前年比50%などでも可）」とするなど、課題が明確になるようなKPIの設定を望みます。
139	本文・工程 表：第4章1 (3)	消費者安全調査委員会の体制強化を工程表にも具体的指標をもって記述すべき。「調査等の実施」は計画に書き込むまでもない、本来の業務である。 また、計画P.14、6行目から7行目に「迅速な捜査を推進」とあるが、捜査と原因調査はその目的、理念をまったく異にするものであることは、消費者事故調設置前に設置された事故調査機関の在り方に関する検討会での議論および取りまとめでも、確認済みのことであり、原因調査の項に「捜査」という言葉はふさわしくないため、削除すべきである。所管官庁における調査の充実が望まれることに、現時点では異論はないが、「検討会」でも確認したとおり、中立性、独立性は事故調査において最重要ともいえる属性であることから、中、長期的には、中立、独立した事故調査機関を目指すべきである。5年の計画であるならば、そのような、在るべき事故調査の実現に向けた検討などを、工程に書き込むべき。

140	本文・工程表：第4章1(3)	食品表示法の差止請求権を円滑に行使するために、公的検査機関による適格消費者団体への支援等を課題としていただきたい。
141	工程表：第4章1(3)	化粧品による身体被害は深刻な食物アレルギーを引き起こす原因となる場合もあり、近年大きな問題となっています。被害事例を収集し、原因究明までの時間を短縮することによって被害の拡大防止につなげることができます。化粧品による身体被害に関する原因究明調査と拡大防止措置に関する施策を追加していただきたい。
142	工程表：第4章1(3)	リコール対象台数のみが「重要業績評価指標」として適切かどうか疑問です。併せて不具合情報の分析と監査、リコール件数などから、メーカーの迅速かつ着実な実施状況を見ることはできないものか検討が必要です。
143	本文：第4章1(4)	「福島第一原子力発電所の事故に伴う風評被害の状況を踏まえ、消費者が食品の安全性についての知識を獲得し、理解を深めるよう、食品と放射性物質に関する正確な情報を多様な手法により提供する」とあります。しかし、現在の状況は、風評被害がもたらしているのではなく、原発事故がもたらしているものであり、風評被害で片付けることに問題を感じます。また、消費者に「正確な情報を多様な手法により提供」とありますが、現在行っているリスクコミュニケーションは、一方的な情報を伝えているだけのものにすぎません。そのため「風評被害」ではなく、「被害」とすべきであり、「消費者が食品の安全性についての知識を獲得し、理解を深めるよう、食品と放射性物質に関する正確な情報を多様な手法により提供する」は「消費者とともに食品と放射性物質に関する正確な情報を集め、共有する努力をする」とすべきです。
144	本文：第4章1(4)	5段落目でHACCPと様々な制度と取組、6段落目でコンプライアンスと食品衛生関係事犯が述べられておりますが、昨今の食品事故や食材偽装食品問題を考慮し、段落を逆にすべきです。また、HACCPは万能ではなく導入できる企業も限られていることを考えるならば「様々な制度と取組」の記述の充実を望みます。
145	本文：第4章1(4)	素案本文にはリスクコミュニケーションについての記載がなく、工程表への記載にとどまっています。リスクコミュニケーションはリスクアナリシスの要素であり、食品安全基本法に基づく食品安全行政を推進するには欠かせないものです。リスクコミュニケーションを積極的に推進することを計画に盛り込んでいただきたい。
146	本文：第4章1(4)	食品の安全性の確保に関する施策の策定に当たっては、急性障害のみならず、晩成障害も重視すべきであり、予防原則を導入すべきである。
147	本文：第4章1(4)	リスク評価機関の機能強化のため、食品安全委員会について、消費者の意見を反映させるために消費者の意見を代表する委員を選任すべきである。
148	本文：第4章1(4)	食品と放射性物質に関する正確な情報を多様な手法により提供している点は賛成できる。 しかしながら、東日本大震災の福島第一原子力発電所の事故に起因する食品の放射性物質の問題について、「風評被害」としてしまっている点は問題である。低線量被ばくによる健康被害の有無、程度については科学者の間でも意見が一致しておらず、「健康に影響はない」というだけでは、放射性物質における確率的影響を殊更軽視していると言わざるを得ない。放射性物質に対する消費者の理解を深めるためには、以上の事実を前提とした上で、現行制度の安全性という結果のみを強調するのではなく、その根拠を示して理解を促進させるようにすべきである。特に低線量被ばくについては、殊更に安全性を強調するのではなく、科学的に安全性が確認さ

		れていないことを前提に、放射性物質の含まれる食品については過剰摂取を控えるように注意喚起を促すなど、適切な情報提供を行うべきである。
149	本文：第4章 1(4)	事件発生時における被害製品の迅速な特定による被害拡大防止という観点からも、現行の製造所固有記号制度は廃止すべきである。
150	本文：第4章 1(4)	「食品の事故情報について事業者に報告義務を課す制度導入へ向けて検討する」旨を追加すべきである。
151	本文：第4章 1(4)	輸入食品が相当程度を占める我が国の状況を踏まえて、輸入食品の安全性確保のための検査・監視体制の強化を図っているが、実際の検査等の実施率は数%に止まると言われている。 輸入食品の増加傾向に鑑み、安全性確保のための検査・監視体制の抜本的強化の取組を具体例を示して記載すべきである。
152	本文：第4章 1(4)、4 (2)	食品の安全性の確保は、事業者のみならず、消費者の理解があつて、初めて安全性の確保ができると言えるので、消費者とのリスクコミュニケーションや食の安全を専門とする消費者団体などに情報提供やコミュニケーションを推し進めるということを、明記する必要があると思います。また、これらの事業を推進するために、消費者団体に対して、財政的支援も含めた積極的支援が必要だと思えます。
153	本文・工程 表：第4章1 (4)	輸出国対策・輸入国対策が行われたとしても違反食品が国内に流通する可能性は完全には排除できません。国内流通時対策として「国内流通品の収去検査など監視体制の強化」も加えていただきたい。また、健康被害が生じる場合などの消費者への情報発信やホットラインの創設など被害防止策も書き込んでいただきたい。
154	本文・工程 表：第4章1 (4)	これまで行われてきた「風評被害に関する消費者意識の実態調査」の検証に基づいて、消費者のニーズに合わせた効果的なコミュニケーションの実施が行われるべきである。
155	本文・工程 表：第4章1 (4)・	食品テロなのか、個人の犯罪なのか、製造過程における異物混入なのかといった事態の程度に合わせた対応が必要になります。事業者の製造工程、流通工程で脆弱性を検証して適切な対策を講じるなどフードディフェンスを整えていくと共に、食品業界のコンプライアンスの徹底を行っていただきたい。
156	本文・工程 表：第4章1 (4)	流通食品への毒物混入の疑いがある事案を認知した際には、消費者の健康被害を最小限に抑えるために消費者に適切な情報提供がされているかについての監視指導を行っていただきたい。また、政府がホットラインを開設し被害情報の収集に努めていただきたい。
157	本文・工程 表：第4章1 (4)	国産農作物を汚染する恐れのある危害要因に関する調査や低減対策については、危害要因の調査を平成27年度、低減対策については、平成27年度の結果を踏まえて平成28～30年度、対策の評価を平成31年度に実施など、具体的な進捗管理ができる計画を立てるのが妥当だと思います。また、農林水産省のみならず、環境省も関連すると思われるため総合的に記述していただきたい。

158	本文・工程表：第4章1(4)	KPIの中で、「関係府省間の連携強化を図るための各種会議の開催状況」は、削除していただきたい。会議の開催は直接的には、国民にとってなんのメリットもありません。会議のアウトカム(成果)をKPIとすることが必要です。例えば、「連携強化の会議を開催することによって、緊急時の連絡体制が整い、判断、情報発信の迅速化(前年比80%)ができる」など具体的に会議に何を求め何を成果とするかが必要です。会議のみ開催しても実のないものであれば為にする会議でしかなくなります。
159	本文・工程表：第4章1(4)	KPI「食品の安全性に関する消費者の理解度(意見交換会における参加者の理解度等)」に関し、食品の安全に関する消費者の理解度促進のために、消費者団体等オピニオンリーダー的な消費者との意見交換会等の開催は重要と思いますが、それらの開催回数等で計られる数値がKPIとなるのであれば、現実と乖離した理解度の把握となるのではないのでしょうか。啓発前の消費者の意識調査と共に、一般消費者への啓発の効果を測定するシステムが必要と考えます。意見交換会でのアンケート結果等は一般消費者の理解度とはなりません。
160	工程表：第4章1(4)	「食品の事故情報の報告を事業者に課す国レベルの制度創設の検討」(消費者庁、厚生労働省、農林水産省、関係省庁)を追加すべきである。
161	工程表：第4章1(4)	厚生労働省の「食品等の規格基準等の設定や食品の監視指導の実施」のKPIには、「食品中の農薬等の残留基準の設定件数」ではなく、「ポジティブリスト制度導入にあたって設定された暫定基準値の本基準の設定」を掲げ、達成可能な目標件数を設定していただきたい。
162	工程表：第4章1(4)	消費者への情報提供や啓発活動自体は重要ですが、意見交換会はリスクコミュニケーションを目的として実施していただきたい。そのため、意見交換会に参加した人の理解の程度を評価するのではなく、参加者が「役に立つ知識が得られた」、「良い意見交換ができた」と思えるかどうかを指標にしていきたい。
163	工程表：第4章1(4) ・第4章2(3)	P.14の施策とP.26の施策は重複している。 ・安全性の確保と表示の充実とで目的が異なるのであれば、施策内容は変わるはずですが、例えば、安全性の確保であれば、直接使用農薬や周辺の田畑における使用農薬の管理、表示の充実であれば、産地情報に重点をおいたトレースを管理するなどが重要です。 ・適正実施率をKPIに設定するのは良いと思いますが、目標値を定めて、目標に達しない場合には、法律の内容、運用を見直すのが妥当です。この工程表では、5年間の成果が見えません。
164	工程表：第4章1(4)	「『食品業界の信頼性向上自主行動計画』策定の手引～5つの基本原則～」は、食の安全を守るために食品関係事業者が求められる事項をまとめた基本マニュアルです。しかし、作成が平成20年であり、現状起きている問題の中にはカバーしきれないものがあるように思います(海外委託工場での問題等)。また、普及が進まない理由として、特に中小事業者には取り組みにくい部分があることが考えられます。改訂を加えた上で、更に周知徹底を図っていく必要があると思います。
165	工程表：第4章1(4)	、 、 はバラバラに取り組むのではなく、食品衛生関係事犯(偽装、意図的な異物混入)が発生する背景を踏まえて、防止策(ハード、ソフト面)を検討するのが有効と思います。
166	本文：第4章2	第4章2の表示の充実に関しては、本人が意識せずに利用に同意していた、本人が知らないうちに利用されていた、といったことがないようにするため、商品についての表示だけでなく、個人情報の利用範囲や、個人情報は含まない各利用者の購入履歴などの情報の利用範囲についての表示も目立ち、また分かりやすくなることを施策の対象としていただきたい。

167	本文：第4章 2	「消費者に誤解させるような表示がなされないようにする必要がある」とありますが、これから施行されようとしている「機能性表示食品」や「健康な食事・認証マーク」は、消費者に誤解を与える表示です。まずは、このような表示を止めるべきです。
168	本文：第4章 2	「商品・サービスの種類に応じた表示基準を定めることが適当」とありますが、この間、新設されたり企図されている表示は、消費者が望むものではなく事業者が売り込みやすいものばかりです。消費者が望む表示制度に耳を傾けるべきです。
169	本文：第4章 2	「消費者、事業者双方の表示制度への理解を深めることが重要である」と述べていますが、現在の食品表示制度は、食品添加物の表示では具体的な物質名が表示されるケースはまれであり、遺伝子組み換え食品ではほとんどの食品に表示義務がなく、加工食品では原料原産地表示がほとんどないという状態です。消費者が理解しようとしても分からない表示が多すぎます。このような状態をなくすことこそ優先すべきです。
170	本文：第4章 2	「消費者に誤解させるような表示がなされないようにする必要がある」は、「消費者に誤解させるような表示をなくすよう消費者の声に真摯に耳を傾けるよう努力する」に、また「その商品・サービスの種類に応じた表示基準を定めることが適当である」は、「消費者が知ることができ、選ぶことができる表示基準を定める必要がある」に、さらに「消費者、事業者双方の表示制度への理解を深めることが重要である」は、「消費者が求める食品表示制度を確立するとともに、それに対する事業者の表示制度への理解を求めることが重要である」に、それぞれ修正すべきです。
171	本文：第4章 2	消費者基本計画（素案）において、「表示の充実と信頼の確保」の表題の下に、表示の適正化に取り組む政策が記載されているが、公正競争規約制度に関する政策の記載が不十分であると思料します。すなわち、公正競争規約は消費者が自主的かつ合理的な商品選択を可能とするため景品表示法の規定に基づき設定されているものであり、「事業者が講ずべき景品類及び表示の管理上の措置についての指針」（平成26年11月）において、公正競争規約を遵守するための必要な措置を講じている場合は、新たな措置が求められるものではないとされたことから明らかなように、公正競争規約は不当表示等の排除・未然防止のために機能しているものです。特に食品に関する表示の適正化が喫緊の課題となっており、本年6月までに施行される食品表示法及びこれに基づく食品表示基準は、商品本体の包装容器の表示の適正化が対象とされ、平成25年秋以降のレストラン等でのメニュー等における不当表示など一般の広告物における表示の規制は対象外であります。また、現在検討中の食品の機能性表示制度の導入についても、広告等における消費者に誤認される表示の発生が少なからず予想されますが、これも食品表示法上規制の対象外です。これらの広告物等における不当表示の規制は、専ら景品表示法によることとなり、同法の執行はますます激化するものと思料します。このような状況を踏まえると、当面の食品表示だけでなく、商品・サービス一般の表示について、表示媒体の如何を問わず、多数の事業者が自主的に行う普段の監視・不当表示の排除・未然防止等を目的とする公正競争規約の厳正な運用は、煩瑣の一途を極める景品表示法の執行の一翼を担うものとしてその果たすべき役割は非常に大きいものがあり、その一層の活用が重要であると考えます。かかる観点から、消費者の自主的で合理的な選択に資するよう表示の適正化を推進するためには、公正競争規約制度のより一層の活用が重要であり、そのために以下の政策を講ずるべきことを消費者基本計画に盛り込むべきである。公正競争規約の遵守、厳正な運用を検証する

		<p>ため、商品や広告物についての表示の実態を調査する。 公正競争規約は個別の業界の商品特性や取引の実態に即して細かく定められているものであり、当該業界特有の表示の適正化のために有効に機能しているところ、公正競争規約が設定されていない業界で特に消費者トラブルの多いところについては、表示の適正化のために公正競争規約の設定・運用が重要であり、当該業界における公正競争規約の設定を推進する。 インターネット広告等新たな媒体における表示の実態や特定の事項を強調する表示の実態等を調査し、調査結果を踏まえ、公正競争規約が表示の実態に合致しているかの検証を行い、合致していない場合には公正競争規約の変更あるいは新規設定を推進する。 今後の食品表示法に基づく食品表示基準の制定や、食品の機能性を表示する制度の制定に適切に対応するよう公正競争規約の見直しに遺漏のないよう留意する。特に広告一般における誤認表示の排除に万全を期することとし、その際には、不実証広告規制に十分に対応できるものでなければならない。公正競争規約は特定事項の表示基準を定め、根拠を有さない場合の表示を禁止しており、機能性表示を行う場合の表示基準を公正競争規約に盛り込むことにより同表示の適正化が図られることから、機能性表示に関し、公正競争規約に盛り込むなど公正競争規約の活用を推進する。 公正競争規約が景品表示法違反行為の未然防止に寄与していることを、消費者、事業者に広く周知し、公正競争規約の啓発・普及を行う。 平成 26 年 11 月の課徴金制度に係る改正景品表示法の成立時における衆参両院の付帯決議を履行すべく、公正競争規約を運用している公正取引協議会の事業活動を財政面を含め支援する。 公正競争規約の的確な運用のためには、その運用を阻害する未加入事業者に係る景品表示法違反行為に対して厳正に対処すること、また、公正取引協議会の会員が行う非会員の行為に対する申告に対し、当該会員がどのような措置が採られたかを認識することが重要である。かつて景品表示法にも適用があった独占禁止法第 45 条の規定（報告者への通知）を景品表示法に盛り込む景品表示法の改正を検討する。</p>
172	本文：第 4 章 2	<p>消費者の選択する権利を尊重する立場から、自由化が予定されている電力の電源についても表示の対象として記述すべきである。</p>
173	本文：第 4 章 2	<p>「不当表示」については、単に消費者の自主的合理的選択の確保という点だけでなく、不当表示による誘引が多くの詐欺的消費者被害の呼び水となっているため、被害の事前抑止のためにその規制が重要である点を指摘すべきである。</p>
174	本文：第 4 章 2	<p>「不当表示」については、近時のインターネットを通じた消費者取引件数の右方上がりの増大傾向に照らし、かかる取引においては勧誘・説明の過程を経ずにインターネット上の情報のみで取引が行われることが多いため、表示の適正化が特に重要であることが指摘されるべきである。</p>
175	本文：第 4 章 2	<p>表示は原則として自由領域であるという前提に立つべきであり、すべての分野について表示ルールを定めることは非現実的である。 無闇に行政によるガイドラインを増やせば、あらゆる事業者の表示を画一的・統一的なものに縛り、かえって消費者にとって幅広い選択肢がなくなるという結果を招きかねない。 景品表示法にかかる現在のガイドラインについて、企業実務の担当者を議論に加えて見直しを図るべきである。例えば、メニュー表示に係るガイドライン等、同じガイドライン中に解釈の違いが垣間見えたり、一般消費者の考えとすることに疑問を生じる考え方が示されていたり、現実の企業実務が全く考慮されていないと思われるものが含まれているガイドラインが存在する。企業実務の担当者を加え、見直しを図るべきである。 時代や環境の変化によって変遷する「一般消費者」の考</p>

		えや感覚を定期的に客観的に調査し、それをガイドラインに反映させるべきである。表示情報の多さと消費者にとっての分かりやすさとは必ずしも比例するものではないことに配慮すべきである。事業者が多様な消費者のニーズに応えて、自主的に工夫すべき領域と、画一的・統一的な規制領域とは峻別すべきである。
176	本文：第4章2	表示は、あらゆる事業者があらゆる媒体において行うものであり、事業者が自らの商品やサービスについて消費者に情報提供する貴重な手段である。消費者によって表示に求めるニーズは少しずつ異なることから、事業者は自らの商品やサービスの情報を、消費者のニーズや自らの事業の特徴に応じて表示する。したがって、表示は原則として多様で自由な領域であり、あらゆる表示の内容や記載方法を画一的統一的に予め決めようとするれば、事業者間の差がなくなり、かえって消費者の選択肢を狭めてしまう可能性がある。表示に関する政策を検討するにあたっては、そのような点に注意すべきである。
177	本文：第4章2	景品表示法に係る既存のガイドラインについて、事業者から広く意見を募った上で、実務担当者を参加させて見直しを行うべきである。 既存のガイドラインは、時代の経過とともに内容が古くなったものや、一般消費者の認識と乖離してきているものなどが存在する。既存ガイドラインについての意見を広く求めるとともに、企業側の実務担当者を交えて見直しの議論を行うべきである。
178	工程表：第4章2	購入した炊飯器の内釜はふっ素コーティングしている為買い替えが定期的に必要なにも関わらず、インターネットの部品販売部門に掲載されていない。明らかに、買い替えさせようとしています。もっと、丁寧な、部品買い替え制度を作るように指導していただきたい。
179	本文：第4章2(1)	景品表示法の改正において課徴金制度が導入されたが、本制度の導入により悪質事業者による不当表示等の抑止につながることを期待したい。一方で、善良な事業者、特に中小規模の事業者等にとっては、課徴金という制裁的側面ばかりが意識され、事業活動の委縮・停滞や混乱につながる懸念される。事業者に対して景品表示法の内容の周知徹底や、景品表示法違反となる事例の明示、課徴金の対象となる違反事例やガイドラインの明示等の啓発活動を十分に行っていただきたい。
180	本文：第4章2(1)	景品表示法については、行政の調査権限等の権限強化及び課徴金制度の導入等の改正がなされたところであり、また、有利誤認又は優良誤認に当たる表示については、適格消費者団体による差止請求（新法施行後はこれに加えて損害賠償請求）が可能となっている。 しかしながら、仮に同法違反の広告が行政指導等により改善された場合であっても、改善までに事業者は同法に違反する広告によって多額の利益を上げている場合があり、課徴金も最大で3年分の売上の3%であり、事業者が得た利益、つまりは消費者が被った損害と比べて十分な手当がなされているとは言い難い。 そこで、同法の普及啓発と厳正な運用については、事業者がそもそも同法に違反する広告をしなければ、損害は発生しないという観点から、事業者が同法に違反する広告を行うことを予防するという点を何より重視して施策を実行すべきである。
181	本文：第4章2(1)	景表法について、法改正を踏まえ、厳正な執行が謳われている点は大いに賛成であるが、課徴金の運用は必ずしも中心的なものとはならず、むしろそれに至る調査過程が重要である。 具体的には、不実証広告に関する規定をてこととして、誇大広告や根拠の疑わしい「数値的データ」の濫用、更には別法人を隠れみのとした広告と

		研究データの使い分けなど、不当表示の実態解明を進めるべきであり、人員や地域の状況によっては、適格消費者団体の差止請求の行使と協力していく必要があります。
182	本文：第4章 2(1)	不十分な説明による消費者被害の予防・救済のためには、行政規制によって事業者の不当表示を規制するだけでは不十分であり、消費者契約法が定める民事ルールにおいて、消費者に対する事業者の情報提供義務・説明義務及びかかる義務に違反した事業者に対しては個々の消費者が自らの損害を賠償請求できる旨を明定することで、消費者取引市場における事業者・消費者間の情報力格差の自律的な是正を図ることが必要不可欠である。
183	本文：第4章 2(1)	景品表示法について、課徴金制度施行後は、その実施状況と効果を継続的にモニタリングすることにより、課徴金率、算定期間、規模基準、認定要件、自主申告による減額、自主返金による減免等の制度の構造について継続的に検証を行っていき、さらに、却って不当表示抑止のための執行力が制度全体の効率として低下することが無いかどうか、継続的に検証を行い、人員の不足が明らかであるならば、増員等も検討されるべきである。
184	本文：第4章 2(1)	不当表示抑止のためには、競業事業者等からの申告だけでなく、消費者団体等や被害を受けた一般私人等からの申告についても適切・迅速に対応できる体制を整備すべきである。また、現在のPI0-NETの入力に際して、情報が不当勧誘のみに分類され、これに先立つ不当表示の存在が入力されない可能性があるため、不当表示の存在の有無について重点的に探索できるよう対処すべきである。
185	本文：第4章 2(1)	「公正競争規約」は、その内容（新設や改廃等）について、現在よりも一層、消費者団体等の意見が反映されるように運営に配慮されるべきである。
186	本文：第4章 2(1)	「景品表示法違反の未然防止等の観点から、業界自ら自主的かつ積極的に守るべきルールとして定めた「公正競争規約」が積極的に活用され、適切な運用が行われるよう関連団体等を支援する。」となっているが、更に昨年11月の課徴金制度に係る改正景品表示法の成立時における参議院の付帯決議の中にある七、「全ての不当表示を行政機関のみで監視することは困難であることに鑑み、不当表示の未然防止を図る手段として、事業者自らが表示の自主ルールの設定を可能とする公正競争規約制度のより一層の普及を促進すること。」と決議された「公正競争規約制度のより一層の普及を促進すること」の部分の内容も入れていただきたい。
187	本文：第4章 2(1)	景品表示法のガイドラインの整備及び周知について 第4章2の柱書記載のとおり、「適正な表示が行われ、それに対する信頼が確保されることが必要」であることは当然である。 もっとも、現状ではどのような表示が景品表示法上の不当表示にあたるのかという適法・違法の線引きが、必ずしも明確ではない。各事業者がコンプライアンスを徹底し、景品表示法上の不当表示を確実に無くすためには、この点について商品や役務の種類ごとに分かりやすく示したガイドラインが整備・周知される必要がある。 また、課徴金制度の導入が決まったことも踏まえれば、企業の表示に関する実務に萎縮効果や混乱を生じさせないためにも、景品表示法違反か否かの判断に資する分かりやすいガイドラインの整備及び周知は急務である。 したがって、ガイドラインの整備及び周知について、施策として基本計画の本文及び工程表に明記すべきである。

188	本文・工程表：第4章2(1)	改正景品表示法が春から施行されますが、衆参附帯決議にもあるように、実効性を持ち得ているかどうかについて一定期間後に評価を行う必要がある。そのことについて計画に盛り込んでいただきたい。
189	本文・工程表：第4章2(1)	改正景品表示法が実効性を持ち得ているかどうかについて一定期間後に評価を行う必要があります。そのことについて計画に盛り込んでいただきたい。
190	本文・工程表：第4章2(1)	景品表示法が改正され、都道府県へ措置命令権限が付与されました。「不当な表示を行った事業者に対し、都道府県や事業所管省庁等と連携し、課徴金制度を適切に・・・」とありますが、「第1章 1 消費者の更なる充実に向けて」でも指摘したように、法に基づいた厳正な執行ができない地方公共団体があるのは確かです。厳正な運用の為には、マンパワーや経済的な支援が必要です。「連携」だけでなく、「支援していく」を加えていただきたい。
191	工程表：第4章2(1)	景品表示法運用にあたって不適正表示を情報提供した提供者に、調査結果を通知する「申告制度」の導入を図ること(消費者庁)を追加すべきである。
192	工程表：第4章2(1)	<p>景表法を効率的、実効的に運用し、不当表示による消費者被害を防止するために、消費者からの情報提供は極めて重要である。情報提供を効果的に活用し、かつ行政の透明性は確保する必要から、景表法に申告制度を復活させるべきである。</p> <p>景表法が独禁法の特別法であったときには、独禁法の申告制度が景表法にも適用されていた。何人でも、違反事実があると思うときは、報告し、措置を求めることができ、報告者に対して公正取引委員会は、その報告に係る事件についてどのような措置をとったか、あるいは措置をとらなかったかを報告者に通知することになっていた。また、申告した結果について通知を受けたが、その結論に納得がいかないなど、報告者から申告の処理に係る疑問、苦情その他の申出を受け付けるため、申出受付窓口を設置していた。受け付けた申出は審理会で点検し、その結果を申出の日から原則として2ヶ月以内に申出をした人に連絡することとされていた。ところが、景表法が独禁法から切り離され、消費者庁に移管されたときに、申告制度の部分は独禁法本体にのみ残り、景表法からは制度として消滅してしまっている。消費者が主役となる社会の形成を謳う消費者庁が景表法を所管し、運用するのであれば、当然、公正取引委員会の時代に備えていた、このような極めて国民の側にたった制度を、再び景表法に導入すべきである。</p> <p>この内容は、計画書本体第4章4(4)及び対応する工程表にて記述することも可能であろう。</p>
193	本文：第4章2(2)	<p>国民生活センターのウェブサイト等において、美容医療サービスに関する相談が多数寄せられていることが報告されており、そのサービスを受ける端緒がインターネット広告であった事例も複数紹介されている。中にはインターネット広告で割引を謳いながら、実際には高額な契約を強いるといった被害事例も紹介されている。</p> <p>現代社会において、インターネットによる情報収集は必要不可欠なものとなっており、上記のような被害を予防するためには、よりウェブサイトによる情報提供が適切になされるべきであり、ガイドラインに違反した広告が発見された場合には、適正かつ迅速な行政指導による対応がなされることにより、同広告が速やかに改善され、消費者が適正な情報を得られる環境が整備されるよう指導を徹底すべきである。</p> <p>また、上記ガイドラインに違反するような広告には、同時に景品表示法</p>

		にも違反する場合も考えられ、同法違反による行政指導等も徹底されるべきである。
194	本文：第4章 2(2)	「美容医療サービス」等につき、書面交付義務や誇大広告禁止等の規制を課すべく、特定継続的役務提供の追加指定を行う方向で検討すべきである。
195	本文：第4章 2(2)	「美容医療」については、厚生労働省は、バナー広告からの誘導に限らず、端的にウェブサイト上の情報自体も含めて、これら全てを医療法上の広告として扱うこと、また、既存の厚生労働省のガイドラインだけでなく、消費者庁も景品表示法の不当表示の観点から、独自のガイドラインを策定して周知すべきである。
196	本文：第4章 2(2)	「美容医療」、「エステ」については、ウェブサイトや雑誌広告を通じた不当表示による誘引が目立つ分野であるので、措置命令、さらに課徴金制度施行後は、課徴金納付命令も視野に入れた厳正な執行が行われるべきであり、不意打ち的勧誘によって過剰与信を組まされる被害が多いため、消費者庁及び都道府県は、この消費者取引面の違法行為について厳正な監督を遂行すべきであり、安全面についても、訴訟等を通じて施術後の合併症や副作用の被害報告が多く挙がっていることから、厚生労働省及び都道府県は厳正な監督・指導を行うべきである。
197	本文：第4章 2(2)	「有料老人ホーム」に関しては、既に景品表示法上のガイドラインが策定されているところであるが、不当表示に起因する契約トラブルが未だに頻発しているため、消費者庁は、その実施状況を改めて検証し、その見直しも含めて検討を行うべきである。また、見直しに当たっては「サービス付き高齢者向け住宅」についても取り込んだ形で、その表示・広告実態の調査を行った上で見直しが行われるべきである。
198	本文・工程 表：第4章2 (2)	第3章基本的視点に言うような「消費者市民」を増やしていくために、選択の基盤となる表示が必要になります。電力自由化が予定されていることから、再生可能エネルギーの選択が可能となるよう制度整備を計画化すべきである。
199	本文・工程 表：第4章2 (2)	美容医療等の「自由診療」の広告等については、医療広告ガイドライン等の継続的な周知はもちろん、都道府県による違反事例の是正など適切な執行を行うことが必要である。
200	本文・工程 表：第4章2 (2)	家庭用品品質表示法 繊維製品品質表示規程の一部が改正されますが、現在使われている洗濯絵表示は5年ごとに見直されているものの、昭和43年に制定された規格を使っています。改正後に使われる記号は今までのものとは全く異なることから、新取扱い表示の普及・啓発活動には力を入れていただきたい。KPIIとして家庭用品品質表示法に係る講師派遣を年度平均10回としていますが、回数が少なすぎると思います。
201	本文・工程 表：第4章2 (2)	美容医療等「自由診療」の広告等については、医療広告ガイドライン等の継続的な周知はもちろん、違反事例に対しては機動的に都道府県が行政指導を行うように必要な措置を講ずるべきです。

202	工程表：第4章2(2)	「家庭用品品質表示法の見直し」の項目の中に「製品指定制度の見直し」(消費者庁)を追加すべきである。
203	本文：第4章2(3)	「インターネット販売等における食品表示の在り方などの個別課題(P)について順次実態を踏まえた検討を行う」とあるが、インターネット販売等における食品表示の在り方を検討する場合、また、新たに他の個別課題を取り上げる場合は、消費者庁において、まず事業者から実行可能性について十分ヒアリングを行った上で、検討を進めていただきたい。
204	本文：第4章2(3)	食品表示法が一昨年成立したが、栄養表示の義務化、加工食品の原料原産地表示の取り扱い、外食やインターネット販売の取り扱いなど、依然今後の検討課題になっているものがいくつかある。消費者視点での表示が第一であることは言うまでもないが、消費者にとっての必要な情報と、その分かりやすさとのバランス及び求められる表示への対応に要する事業者のコスト負担とのバランスについて十分な検討が必要です。検討の際には消費者、事業者両者の意見を十分に聞いていただきたい。また、消費者に対しても食品表示に関する知識を深め、表示内容を正確に読み取る能力を向上させるための啓発や理解促進活動が必要である。食品表示に関する消費者トラブルの回避につなげる上でも検討していただきたい。
205	本文：第4章2(3)	食品の新たな機能性表示制度が今春より実施される予定である。新制度導入により更に複雑化することでもあり、消費者に対してこの機能性表示制度の理解促進を図り、消費者が適切な食品を選択し安全に摂取できるよう教育・啓発をしっかりと行っていただきたい。
206	本文：第4章2(3)	<p>今般の「消費者基本計画(素案)」において、「新たな食品表示制度について、消費者、事業者等への普及啓発を行い、円滑な施行とその定着を図るとともに、インターネット販売等における食品表示の在り方などの個別課題(P)について順次実態を踏まえた検討を行う。」とされており、取り組むべき施策の内容として適切と考えております。新たな食品表示制度の円滑な施行とその定着が図られるためには、食品事業者、消費者等のいずれの関係者にとっても混乱のないように十分な普及啓発が行われることが必要と考えます。</p> <p>特に、食品製造事業者が、適切な食品表示を作成するために必要な正しい理解が得られるように、食品表示基準のみならず、Q &amp; A等の整備を速やかに進めていただき、事業者に向けた説明会、相談窓口(ワンストップで回答できる体制が必要)、ウェブサイト等での情報提供等を通して周知徹底をお願いしたい。</p> <p>また、「インターネット販売等における食品表示の在り方などの個別課題(P)」の検討を進めるに当たっては、平成22年の消費者基本計画(平成26年6月27日一部改定)において重点施策と位置付けられた食品表示に関して「消費者の表示利活用の実態等を調査しつつ、消費者、事業者双方にとって分かりやすい表示とすることを旨とし、表示の実行可能性、国際基準との整合性等を十分に踏まえ、関係者の理解を得ながら策定を行います。」とされた策定方針が重要であると考えます。事業者が施策の予見可能性を高められるように、引き続き、この策定方針を今回の消費者基本計画においても継続していただきたい。なお、実態を踏まえた検討とするためには、食品事業者にヒアリング等を十分に行うことで事業者の実行可能性を担保できるようにすることが必要と考えます。</p>
207	本文：第4章2(3)	食品表示法11条に規定された適格消費者団体の差止請求権については触れられていないが、強力な執行を支えるためには、積極的な活用が図られることが必要である。そのためには食品表示の真偽確認などのインフ

		ラを行政庁としても整備して、適格消費者団体の利用のために提供するなど、あるいは民間検査機関利用の支援を行うといった工夫が必要である。
208	本文：第4章 2(3)	<p>新たな食品表示制度について、検討課題を具体的に明示すべきである。そして、次の検討課題を実現すべきである。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・遺伝子組換え食品、添加物、製造所所在地について義務表示を緩和する例外規定を整理して、製造所固有記号を廃止するなどして食品表示をより正確かつ分かりやすくすること。</li> <li>・原料原産地を表示すべき加工食品を拡大し、新たに、水の表示、放射性物質のベクレル表示をする場合の表示基準を義務化すること。</li> <li>・アレルギー表示に関する規定を外食にも及ぼす旨の改定を直ちに行うこと。</li> <li>・食品の販売（飲食店における提供を含む。）における食品の表示に当たっては、人を誤認させる表示をしてはならないとの一般的規定を置くこと。</li> <li>・外食において、原産地、原料原産地、原材料を表示する場合は、食品表示基準に従うとすること。</li> <li>・インターネット販売、カタログ販売等の通信販売、自動販売機による販売について、容器包装にされた表示が見えない場合に表示に代わる代替手段の確保を義務付けること。</li> <li>・外食、中食に対して食品表示を義務化すること。</li> </ul>
209	本文：第4章 2(3)	いわゆる健康食品に対する広告規制の執行力強化のため、健康増進法に不実証広告規制及び 適格消費者団体の差止請求権を導入すべきである。また、差止請求権の実効性を確保するため、適格消費者団体と関係機関との協力体制を整備し、適切な予算措置を講じるとともに、事業者が合理的根拠を示す資料を提出しない場合は表示違反があったものとみなす立証責任軽減規定を置くべきである。
210	本文：第4章 2(3)	表示・広告の適正化のため、健康増進法第32条の2第1項で定められている広告禁止の範囲について、健康増進効果等には医薬品の効果効果の広告を含まないことを明記すべきである。健康増進効果等については、事実と反する広告、その効果について科学的な確証のない広告を禁止すべきである。保健機能食品以外の食品については、保健機能食品と紛らわしい名称、栄養成分の機能及び特定の保健の目的が期待できる旨の広告を禁止すべきである。
211	本文：第4章 2(3)	食品表示の適正化に関する監視指導、表示違反の摘発等の職務について、都道府県等食品衛生監視員によるもののほか、農林水産省の表示・規格指導官（「食品表示Gメン」）を消費者庁に移管し、上記職務の遂行を行うものとすべきである。
212	本文：第4章 2(3)	食品表示の適正化に関する監視指導、表示違反の摘発等の職務について、これを補助するため、消費者食品表示監視員制度（仮称）を創設すべきである。
213	本文：第4章 2(3)	食品表示違反に対する適格消費者団体による差止請求制度の実効性を確保するために適切な予算措置を講じるとともに、事業者が合理的根拠を示す資料を提出しない場合には表示違反があったものとみなす立証責任軽減規定を置くべきである。
214	本文：第4章 2(3)	「インターネット販売等における食品表示の在り方などの個別問題（P）」とありますが、個別の今後の検討課題としては「加工食品の原料原産地の取扱い、遺伝子組換え表示、添加物表示の取扱い」があり、インターネット販売等に加えてこれらの検討課題についても書き込むべきである。

215	本文：第4章 2(3)	特別用途食品（病者用食品、えん下困難者用食品）の見直しや介護食品の創設など、高齢化に対応した表示の再検討も課題である。また、厚生労働省でスタートする「健康な食事」マークと栄養表示の連動など、食育も含めて統合させて、健康な食生活と食品表示について消費者教育の強化を進めていただきたい。
216	本文：第4章 2(3)	食品表示法に規定された適格消費者団体による差止請求権が行使できるよう支援策を具体化する必要があります。
217	本文：第4章 2(3)	「加工食品の原料原産地表示、食品添加物、遺伝子組換え食品表示の見直しを図る」旨を追加すべきである。
218	本文：第4章 2(3)	「インターネット販売等における食品表示の在り方などの個別問題（P）」とあるが、広告における食品表示はインターネットに限らず他の媒体の広告すべてに関係するものであることから、他の媒体とイコールフットイングになっているか注意すべきである。
219	本文：第4章 2(3)	「インターネット販売等における食品表示の在り方などの個別課題（P）」について順次実態を踏まえた検討を行う」とあるが、広告における食品表示という論点はインターネット販売に限られないことから、インターネット販売について検討を行うのであれば、他の様々な販売方法においても同様に検討を行う必要があることに注意すべきである。異なる手段間の政策がイコールフットイングとなっているか確認すべきである。
220	本文：第4章 2(3)	食品表示法が施行されるにあたって、機能性表示食品については本当に大丈夫だろうかとの懸念がある。 臨床試験をした上で届け出をする事業者がどれだけいるか、現状がそうであるように、多くは他の研究を引用してこれを根拠とするのではないが、その研究が果たして科学的根拠のあるものかの確認は、消費者はおよそできない。効能効果だけでなく、安全性の担保、事故情報の取り扱いなど、今後、厳格に監視する必要がある。 消費者庁には、事業者や消費者からの問い合わせ対応、説明会、Q & A作成などの支援、消費者からの情報収集窓口の充実が求められる。 そして、根拠のある機能を超えた表示等について、監視体制を強化し、景品表示法とともに厳格な執行が必要である。
221	本文：第4章 2(3)	第4章2(3)の12行目の次に、以下の具体策を盛り込んでいただきたい。「なお、特定保健用食品の表示許可制度については、表示・広告の適正化及び更新制の導入について検討する、また、どのような商品群を適正なものとするかなどのガイドラインの策定などについても検討する。」消費者委員会では、特定保健用食品について更新制の導入を提言している。（平成23年8月12日）しかし、いまだ具体化していない。制度導入から20年が経ち、表示の根拠が確保されているのか疑問である。ぜひ、検討を重ねていただきたい。
222	本文・工程表：第4章2(3)	食品表示法による大きな変更点のひとつが、加工食品への栄養表示の義務化です。これが円滑に実施されるよう、費用負担の大きい栄養成分分析に代えて利用可能なデータベースを整備するなど中小事業者に対して適切な支援を行っていただきたい。また、消費者が栄養表示を暮らしに活かし、健康増進に役立てられるように啓発活動を進めていただきたい。5年間の猶予期間内に円滑に実施できるよう、計画と工程表に盛り込んでいただきたい
223	本文・工程表：第4章2(3)	新たな食品表示制度は施行3年後に、機能性表示制度は施行2年を目途に施行状況を検討し、必要な見直しを行うとあります。健康被害や表示の不具合が見られた場合は、それを待たずに速やかに見直しを行っていただきたい。

224	本文・工程表：第4章2(3)	新たな食品表示制度は施行3年後に、機能性表示制度は施行2年を目途に施行状況を検討し、必要な見直しを行うとありますが、健康被害や表示の不具合が見られた場合は、それを待たずに速やかに見直しを行っていただきたい。
225	本文・工程表：第4章2(3)	食品の機能性を表示する制度に関し、いわゆる健康食品も含めて、相談体制の強化を進めていただきたい。消費者からの情報が一元的に収集され、改善に生かされる体制・ホットラインの開設が必要である。
226	本文・工程表：第4章2(3)	食品の機能性を表示する制度に関し、いわゆる健康食品も含めて、監視の強化策や留意事項の周知徹底策について具体化していただきたい。
227	本文・工程表：第4章2(3)	関係機関の連携による食品表示の監視・取締りは強めていくべきであるが、消費者からの情報が一元的に集約され、対策に活かされる体制の構築が必要である。ワンストップ体制は食品表示法公布の際の附帯決議にも盛り込まれており、地方公共団体等の関係機関における食品表示相談窓口の体制が拡充されるよう情報共有を進めていただきたい。
228	本文・工程表：第4章2(3)	食品表示の分野において残された検討課題とされるものについては、具体的な個別スケジュールを明確化し、迅速に見直しを図られるべきである。素案は「インターネット販売等における食品表示の在り方などの個別課題については、順次実態を踏まえた検討を行なう」との記載のみであり、工程表においても「実態を踏まえた個別課題の検討」が5年継続の計画とされているが、開始される加工食品の原料原産地表示の拡大の議論はどの時点で取りまとめるか、またその他の課題である遺伝子組換え食品、食品添加物等についても、具体的な検討の開始時期とその後のスケジュールを明確にすべきである。そもそもそれらの課題は、一元化検討の更にそのずっと以前から、改善の必要性が強く言われてきたものばかりであり、実態調査の繰り返しに年月をかけることなく、速やかに検討が進められ、消費者の知る権利を実現する適切な改善がなされなければならない。食の安全と表示を担う場が切り分けられたが、そのことによる弊害が目立つようになってきている。安全・安心を確保し、消費者が適切に自身の望む食品を選択するために表示の充実が必要であることを鑑みれば、安全と表示は消費者重視の一点で密接に連携・協議の上、施策の充実を図らなければならない。このことも明記すべきである。新たな機能性表示については、医薬品との垣根が曖昧になることによる健康被害の発生等、様々な懸念がある。事故情報の収集体制や行政処分の罰則化等を明記し、監視機能の強化を図るべきである。新たに始まる「健康な食事マーク制度」においても、安全や品質を担保しているとの誤った認識や不適切な使用が広がらぬよう、監視することを盛り込む必要がある。
229	工程表：第4章2(3)	食品表示法の「申出制度」の運用にあたって申出者に調査結果を通知する制度を導入すること(消費者庁、農林水産省)を追加すべきである。
230	工程表：第4章2(3)	食品表示について「加工食品の原料原産地表示、食品添加物の表示、遺伝子組換え表示の見直しの検討」(消費者庁、厚生労働省、農林水産省、関係省庁)を追加すべきである。

231	工程表：第4章2(3)	<p>「(3)食品表示による適正な情報提供及び関係法令の厳正な運用」の  では、「併せて、インターネット販売等における食品表示の在り方などの個別課題(P)について順次実態を踏まえた検討を行う。」とされています。この施策を進めるに当たっては、平成22年の消費者基本計画(平成26年6月27日一部改定)において重点施策と位置付けられた食品表示に関して「消費者の表示利活用の実態等を調査しつつ、消費者、事業者双方にとって分かりやすい表示とすることを旨とし、表示の実行可能性、国際基準との整合性等を十分に踏まえて、関係者の理解を得ながら策定を行います。」とされた策定方針が重要であると考えます。「インターネット販売等における食品表示の在り方などの個別課題(P)」の検討においては、事業者が施策の予見可能性を高められるように、この策定方針を今回の消費者基本計画工程表に記載していただきたい。</p>
232	工程表：第4章2(3)	<p>平成22年の消費者基本計画(平成26年6月27日一部改定)における施策別整理表(平成26年6月、P.205、施作番号69・73)の「消費者基本計画における具体的な施策」として「栄養表示の義務化については、対象成分を始め栄養成分の表示の在り方について検討を進めます。小規模事業者に義務化が過度な負担とならないよう、食品関連事業者に対する支援措置等環境整備を図ります。」と記載されています。今般の消費者基本計画工程表(素案)においては、栄養表示の義務化に向けた「支援措置等環境整備」が含まれておりません。我が国食品製造業は、事業所数の99%が中小零細事業者によって担われているという実態を踏まえるならば、新たな食品表示制度の普及啓発を行い、理解促進を図るとともに、引き続き、公的なデータベースの整備や支援ツールと適切な表示のための支援体制の充実等の「支援措置等環境整備」についても、具体的な施策やスケジュールを今回の消費者基本計画工程表に記載していただきたい。</p>
233	工程表：第4章2(3)	<p>平成22年の消費者基本計画(平成26年6月27日一部改定)における施策別整理表(平成26年6月、P.222、施作番号79-2)の「消費者基本計画における具体的な施策」として「食品表示法を実効的なものとするため、問合せ対応等のワンストップ体制等を早急に整備します」と記載されています。今般の消費者基本計画工程表(素案)においては、新たな食品表示制度の円滑な施行に向けたワンストップ体制等の整備が含まれておりません。</p> <p>我が国食品製造業は、事業所数の99%が中小零細事業者によって担われているという実態を踏まえるならば、新たな食品表示制度の普及啓発を行い、理解促進を図るためには引き続き、「ワンストップ体制等の早急な整備」を進める必要があると考えます。「ワンストップ体制等の早急な整備」について、具体的なスケジュールを今回の消費者基本計画工程表に記載していただきたい。</p>
234	工程表：第4章2(3)	<p>新たな機能性表示制度について、2年後に期待されるとある施行状況の検討は、表示に限定せず広告等も含めた機能性表示制度トータルで行うべきである</p>

235	工程表：第4章2(3)	<p>食品表示法の施行に向けて、制度が実効的に運用できるよう、既存の適格消費者団体等の意見を聞きながら、綿密な準備を進めるべきである。適格消費者団体の差止請求権が食品表示法に位置付けられ付帯決議においても差止請求の実効性を担保するため、適格消費者団体に対して食品表示に関する情報提供、その他の支援を行うこととされています。実効性のあるものとするため次のことを実現できるよう工夫すべきである。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 食品関連事業者が表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料を提出しないときは、原則として「著しく事実に相違する表示」があったものと同様の取り扱いがなされる。</li> <li>2. 保健所やFAMIC等、食品に関する検査機能を有する公的機関に対して、検査等の協力を要請できる。</li> <li>3. 制度を活用するために食品購入等の必要な費用について財政的支援を受けられる。</li> </ol>
236	本体：第4章3	<p>インターネットの利用で、悪徳サイトから消費者の保護を行う仕組制定の意見です。インターネットには様々な勧誘サイトがありますが、悪質かどうかの見分けがつきにくいのが実情です。利用者が悪質サイトを発見した場合、そのサイトをネット運営会社にワンタッチ登録し、他のネット利用者が閲覧時に、そのサイトが悪質であることが判るサービスの仕組をネット運営会社に設置させる義務を課して頂いたら、悪徳サイトの制限で被害者防止とインターネットの信頼性が保たれるのではないのでしょうか。</p>
237	本文：第4章3	<p>「3 適正な取引の実現」の中の各項のKPIとして、当該分野についての相談件数（例えば「特定商取引法、消費者契約法等に関する消費トラブル・消費生活相談の件数・内容」）等が含まれている。</p> <p>これについては、それまで眠っていた被害の掘り起こしができるようになった結果増加したのか、実際に被害が増加した結果相談件数が増加したのかが明らかでなければデータとしての意味は低くなってしまふ。</p> <p>そこで、データの意味付けについては基本的に後者と捉えるものとした上で、相談類型や被害金額、被害者の年齢等に分類し、分類ごとの相談率（被害に遭った場合に消費生活相談に行く人の率）を算出して当該タイプの被害件数を推計する等の手法を検討するべきである（消費者被害額の推計の手法が参考になると思われる）。</p>
238	本文：第4章3	<p>「すべての消費者取引に係る不招請勧誘の禁止への検討に取り組む」旨を盛り込むべきである。</p>
239	本文：第4章3	<p>法令の見直しにあたっては、立法事実の検証を十分に行うべきである。また、立法事実の検証にあたっては、消費生活相談の内容を精緻に調査するなどし、問題の所在がどこにあるのが明確にすべきである。</p> <p>立法事実の検証を行い問題の所在を明らかにした上で、問題の所在と検討している解決策が結び付いているか検証をすべきである。</p> <p>端から法令を守るつもりがなく、詐欺を行うような一部の事業者の存在を理由として、正常な取引を行う事業者を規制するようなルールを作るべきでない。</p> <p>手段の特性に着目した検討を行う際は、他の手段とイコールフットイングになっているか注意すべきである。</p> <p>議論・検討にあたっては経済界を参加させ、実効性を担保すべきである。</p> <p>法規制以外の選択肢も考慮し、総合的に勘案してどのような方法が最適かを慎重に検討すべきである。</p>

240	本文：第4章3	「適正な取引」が取引のうち多くを占めている状態において、「不適正な取引」が一部あることを理由に全体の規制を強化することのないよう、問題の所在がどこにあるのか、立法事実はあるのか、検討する施策が問題に対応する解決策となっているかについて慎重に確認すべきである。
241	本文：第4章3	インターネットに着目した政策の議論を行うに際しては、関連事業者の意見を広く聞き、議論に参加させるようにすべきである。
242	本文・工程表：第4章3	甚大で深刻な被害から消費者を守るため法律で定められていた商品先物取引の不招請勧誘禁止規制が経済産業省の省令で解禁された。弁護士の先生方や各種団体からも問題が指摘されている。消費者庁と消費委員会は反対をしていたとのことだが、マスコミ情報ではなぜかいつの間にか承認している。消費者庁の意見や立場が分からない。どういうプロセスで何を誰が決めて行ったのか明らかでない。談合が何かと取引したのか。このように法律でないと国会のチェックが効かず、役人の自由になる現実。このような内容は法律にすべきではないでしょうか。しかし、解禁されるからには被害を防ぐしかない。厳格な運用の確認と被害状況の確認を毎月単位で行い、公表し、被害の兆候が現れたら即座に制度を見直すのである。これをこの計画と工程表に示すことが必要である。施行は6月からなのでまだ被害防止策は検討する時間はある。でも解禁の前に撤回するという大ナタを振るえば消費者庁の株も上がると思う。
243	工程表：第4章3	すべての消費者取引における不招請勧誘の禁止の検討を図る旨（消費者庁、経済産業省、総務省、金融庁、関係省庁）を追加すべきである。
244	本文：第4章3(1)	消費者基本計画（素案）には、見直しをする法律として消費者契約法と特定商取引法が挙げられており、割賦販売法が挙げられていない。 また、消費者基本計画工程表（素案）のP.38には「健全なクレジット取引の推進のため、法令改正の必要性の検討も含め適切に対応を進める」との記載があるが、P.33の具体的な計画には消費者契約法等と異なり、法改正を行う場合における法案の提出時期等が定められていない。 割賦販売法は、割賦販売小委員会が作成した平成26年12月25日付「中間的な論点整理」において指摘されているようにマンスリークリア取引（特に海外のアクワイアラーを経由したオフアス取引）における悪質事業者の増加は顕著であり、今後も増加の一途であることが予想されることから、規律の在り方について消費者契約法等と同様に期限を定めた具体的見直しが行われるべきである。
245	本文：第4章3(1)	現在、民法改正検討が進められており、特に消費者保護に関係の深い、消費者や企業の契約ルールを定める債権関係規定（債権法）が改正内容になっている。非常に消費者にとって影響の大きい話である。法律の改正検討や改正された法律の運用のためのマニュアルや手引き、普及や改正内容の検証など消費者保護の観点から記載すべきことは沢山あるはずであるので「民法改正」を記述すべきである。
246	本文：第4章3(1)	「民法の見直し」について、現在民法改正の要綱仮案が提出され、つい最近、約款が明らかとなったが、事実上事業者が自由に変更できるような案となっていることは問題であることを指摘すべきである。
247	本文：第4章3(1)	訪問販売及び電話勧誘販売の勧誘段階における基本的ルールとして、不招請勧誘を規制方向で検討すべきである。
248	本文：第4章3(1)	近時被害が多発している取引類型について、特定商取引法の執行強化、同法の適用対象拡大、その他同法適用除外取引を対象とする各所管業法の改正を含めた所要の措置を講じる方向で検討すべきである。

249	本文：第4章 3(1)	特定商取引法第2条を改正し、「販売」、「役務を有償で提供」に加えて、「その他一切の有償取引を規制対象取引」とする方向で検討すべきである。
250	本文：第4章 3(1)	特定継続的役務提供について、消費者被害が多発している全ての類型の継続的役務提供を追加指定する方向で検討すべきである。
251	本文：第4章 3(1)	特定商取引法第2条に定める指定権利制を廃止する方向で検討すべきである。
252	本文：第4章 3(1)	悪質なマルチ取引に対する実効性のある規制を設ける方向で検討すべきである。
253	本文：第4章 3(1)	<p>消費者契約に関する民事ルールである消費者契約法を拡充し、消費者取引市場における事業者・消費者間の情報力格差の自律的な是正と消費者取引の適正化の促進を図る必要がある。</p> <p>そこでは、情報通信技術の発達や高齢化の進展という観点のみならず、民法（債権関係）改正に対する対応という観点からも、消費者契約法が定める民事ルールについて、その大幅な拡張が図られなければならない。</p> <p>法改正により、誤認取消しに関する「勧誘」要件の削除、重要事項の動機付け部分への拡張、困惑取消しに関する非身体拘束型困惑惹起行為への拡張、高齢者の判断能力の低下等につけ込んだ不当勧誘行為に対するつけ込み型不当勧誘取消権の新設、情報提供義務違反・説明義務違反、不招請勧誘・再勧誘、適合性原則違反といった被害の多い不当勧誘行為に関する損害賠償請求権の明定、平均的損害の立証責任の転換など既存の不当条項規定の見直し、法定解除権の排除条項など新たな不当条項リストの立法化、継続的契約に関する中途解約権の明定、抗弁権の接続規定の明定などを実現すべきである。</p>
254	本文：第4章 3(1)	電話勧誘拒否登録の導入に必要な措置を講じるべきである。
255	本文：第4章 3(1)	<p>法令の見直しのプロセスについて</p> <p>本文で言及されている、消費者契約法及び特定商取引法の見直しについては、拙速な見直しが行われることがあってはならない。十分な立法事実に基づき、現在行われている企業実務や見直しによる影響、一般法である民法の改正内容及びその施行後の状況、その他の法令等との関係なども踏まえ、慎重かつ丁寧な検討が行われなければならない。</p> <p>見直しの検討過程においては、一読、二読といった形で論点について何周か検討を行い、適切なタイミングでパブリックコメントを実施して広く国民の意見を聞くなど、当然のデュープロセスが確保されることも重要である。</p> <p>このような法令の見直しのプロセスの充実を図ることは不可欠であり、基本計画にその旨を反映すべきである。また、工程表（素案）のスケジュールは、拙速な審議、法案提出につながりかねず、適切な工程を踏むことが担保されるようなスケジュールに修正すべきである。</p>
256	本文：第4章 3(1)	<p>現行法令の周知徹底について 近年、消費者裁判手続特例法の創設や景品表示法への課徴金制度の導入といった、消費者被害の救済・違反事業者への制裁を目的とした立法が重ねられている。このような事後的な対処を目的とした法整備は、立法政策としては重要であるが、今後は、そもそもの違法行為及び被害を防ぐための予防的な法の執行、運用及び周知等について、今以上に重点が置かれるべきである。その意味で、第4章2(1)において、「景品表示法の普及啓発活動を実施」とされていることは妥当である。もっとも、同法の普及啓発活動は、本来であれば課徴金制度の導入を検討する前に、充分になされている必要があった。既存の法律の周</p>

		<p>知及び運用が徹底されないまま、拙速に次の見直しを検討することは、事業者には不要な混乱を生じさせるばかりか、消費者被害の救済という観点からも非効率である。以上を踏まえ、近年の立法を中心とした既存の法律の周知及び適格な運用が、法律の見直しに先んじて行われるべきであることを、本項に明記すべきである。</p>
257	本文：第4章3(1)	<p>民法、商法等の基本法制の見直しについて</p> <p>民法は、私法の一般法として抽象的な「人」概念を前提にデフォルトの法律関係を規律するものである。また、商法は、民法の特別法として商事に関する特則を定めるものであり、社会の様々なレベルの経済活動を支える重要なインフラである。</p> <p>消費者利益の擁護・増進を図る政策目的は重要であるが、民法・商法で規律すべきものではなく、消費者契約法、特定商取引法をはじめとする関係の特別法によって手当てすべきものである。</p> <p>この点、「民法、商法等の基本法制の見直しにおいても消費者利益の擁護・増進を図る観点を含めて見直しの検討を行う」とする部分は、以上のような基本的な考え方を変更するかのような印象を与えかねず、誤解の生じないような表現に修正をするか、記載を削除すべきである。</p>
258	本文・工程表：第4章3(1)	<p>消費者庁として消費者契約法の改正にまで踏み込んでいただきたい。</p>
259	本文・工程表：第4章3(1)	<p>高齢化、独居化の進行といった環境変化は本計画の策定の前提となる課題として挙げられているところである。そのような実態を踏まえ、消費者の被害防止という観点から、不招請勧誘禁止の制度的導入を具体的に検討すべきであり、その旨の記載いただきたい。</p>
260	工程表：第4章3(1)	<p>現在、民法改正検討が進められており、特に消費者保護に関係の深い、消費者や企業の契約ルールを定める債権関係規定（債権法）が改正内容になっている。非常に消費者にとって影響の大きい話である。法律の改正検討や改正された法律の運用のためのマニュアルや手引き、普及や改正内容の検証など消費者保護の観点から記載すべきことは沢山あるはずであるので「民法改正」の検討、施行、検証、普及などを記述すべき。</p>
261	工程表：第4章3(1)	<p>現在の悪質商法の多くが電話勧誘や訪問販売の形態をきっかけとすることは明らかであり、抜本的な被害予防のためには不招請勧誘の禁止を制度的に導入する必要がある。そのための具体的な検討を行うべきである。</p>
262	工程表：第4章3(1)	<p>マルチ商法（連鎖販売取引）については、表面的な相談件数全体は漸減しているが、未だ収束したと言える状況には無い。例えば、大手マルチ業者の専売商品を下取りする市場が形成されており、必要のない商品を組織内でのレベルの維持のために大量に購入している会員が多数存在するという実態がうかがわれる。もともとマルチ商法は、他の消費者被害と異なり、問題が生じた場合に受ける消費者の精神的・社会的なダメージが大変大きいのであるから、更なる業界の適正化のための検討を行い、マルチ被害を撲滅する方向で改正を検討すべきである。</p>
263	工程表：第4章3(1)	<p>特定商取引法の見直しにあたっては、立法事実を検証するとともに、経済界を議論に参加させ、実効性のある制度を検討すべきである。</p>
264	工程表：第4章3(1)	<p>特定商取引法の見直しについて、実務実態をよく知る関連事業者を議論に参加させるとともに、立法事実の有無について十分に検証を行うべきである。</p>
265	工程表：第4章3(1)	<p>特定商取引法の見直しの際、マルチ商法への対応は、キャッシングや借金を前提とした加入の禁止、ピラミッド型のシステムの禁止、学生の加入禁止を検討すべきである。</p>

266	工程表：第4章3(1)	昨今の電気通信事業者に関する消費生活センターへの苦情・相談の高止まりを鑑み、電気通信事業法を改正し、電気通信事業者が行う訪問販売や電話勧誘販売について特定商取引法と同様にクーリングオフ制度や再勧誘禁止等の消費者保護規定を設けるべきである。
267	工程表：第4章3(1)	消費者契約法の見直しにあたっては、全ての事業者に幅広く大きな影響を与えるものであるから、拙速な改正は行わず、慎重に議論すべきである。
268	工程表：第4章3(1)	消費者契約法の見直しについて、全ての事業者に大きな影響を与えるものであることから、実務への影響を十分に確認するとともに、改正ありきではない慎重な議論を行うべきである。
269	工程表：第4章3(1)	消費者契約法の改正は民法改正待ちになるのではなく、不招請勧誘の禁止・適合性原則の導入、第9条第1号における「平均的な損害」の立証責任は、事業者側が負うようにするなど消費者契約法の改正を早期に図るべきである。
270	工程表：第4章3(1)	介護支援専門員（ケアマネジャー）及び訪問介護員（ホームヘルパー）を含む介護職員に対する研修において、聴覚障害当事者も研修を受けられるよう、手話通訳、要約筆記等、本人が必要とする情報保障・意思疎通支援が受けられるよう、合理的配慮の提供を含めていただきたい。 また、聴覚障害者、ろう重複障害者も高齢化が進み、成年後見人制度の必要性は今後更に高まっていくことが想定されます。成年後見制度の活用を推進するためにも、利用者である障害者にとって制度が分かりやすいものとなるよう、制度の「分かりやすい版」の作成や、啓発DVDには手話通訳、字幕を付ける等、障害者の情報アクセシビリティに配慮すべきです。
271	本文：第4章3(2)	平成26年6月の消費者基本計画の27ページには重点施策として「有料老人ホーム」が挙げられていた。有料老人ホームなどの施設入所契約においては、いまだに高齢者やその家族が入所前に得ていた情報と入居後に得た情報に大きな格差が存在し、この格差が事業者とのトラブルの原因となっている。よって、施設入所契約における消費者への情報提供の在り方等について、ルールの見直しや整備等を行い、事業者に対する都道府県の指導強化を徹底すべきである。
272	本文：第4章3(2)	介護サービスを受けることは高齢者にとって重要な消費活動である。保険事業でもあるが、様々な付加サービスもある。この境界も分かりづらい。高齢者にとって消費支出の大きな部分を占めることにもなるので無駄・過剰なサービスは避けなければならない。また、虐待もなく安全であることも求められる。また、ケアプランの作成から消費者の参加、プライバシーの保護、サービス決定プロセスの情報公開が高齢者の意思に基づく選択のためには重要である。介護商品・サービスの費用負担をしているという意味で、心身機能の衰えた高齢消費者の権利を擁護したり、身体の安全を確保するには、消費者としての側面を重視した契約やサービス提供の憲章や工夫が必要と考えられることから取組が求められ、その点についての記載すべきである。
273	本文：第4章3(2)	多様な決済手段に関連する消費者トラブルへの対応については、具体的な検討状況を踏まえて方向性を明示すべきである。 具体的には、クレジットカード取引におけるマンスリークリアの保護が不十分であること、多様な決済手段として電子マネーや決済代行の問題があることが現在の検討課題となっている。少なくとも、これらの問題点が存在し、何らかの手当が必要だということは明確に位置付けるべきである。

274	本文：第4章 3(2)	P.19の(2)の16行目に「プロ向けファンドに関する制度の見直しの検討等を行う」としているが、「消費者保護の観点からも十分に検討を行う」とすべきである。
275	本文：全体	消費者委員会が行った建議・提言への対応が盛りこまれていない部分がある。例えば以下の部分については建議・提言を活かす形で修正すべきである。 有料老人ホームの前払い金に係る契約について 基本計画(素案)の第4章3(2)に記述がない。最近、再び問題が生じており、フォローアップが必要である。
276	本文：全体	消費者委員会が行った建議・提言への対応が盛りこまれていない部分がある。例えば以下の部分については建議・提言を活かす形で修正すべきである。 美容・医療サービスについて 基本計画(素案)の同上に記述はあり、「指針等の周知徹底と必要に応じた改訂を行う」とあるが、消費者委員会の建議では「事前説明の指針の策定など必要となる方策」としている。より具体化を図られたい。
277	本文：第4章 3(2)	行政処分の厳正な執行が必要なボリュームで行われているかどうかは、消費者行政の重要な判断材料となるはずであるが、計画案ではこれに対する検証指標が欠落している。 本来執行すべき案件の推計を行い、KPIの一つとして執行率を導入すべきである。
278	本文：第4章 3(2)	次のように修正すべきである。 「高齢者を中心に詐欺的取引の被害が多発した、いわゆるプロ向けファンド(適格機関投資家等特例業務)に関する制度については、金融審議会投資運用等に関するワーキング・グループでの検討結果等を踏まえ、投資家の保護の観点から、法令改正も含め適切に対応を進める。」
279	本文：第4章 3(2)	「住宅については・・・ガイドライン等の周知や注意喚起などにより・・・」とあるが、この注意喚起が、「誰の」「誰に対する」「どのような内容に係るもの」なのかが不明である。通常、注意喚起とは、客観的にも悪質性があるとの評価が確立した行為等につき、当該行為により被害に遭わないよう消費者に対し、あるいはそのような行為をしないよう事業者に対し、なされるものである(同じ消費者基本計画(素案)のP.19では、例えば金融につき「詐欺的な事案や詐欺的な商法について投資家に対する注意喚起」と、より具体的に記載されている)。注意喚起の内容等が不明瞭な場合、「注意喚起」の名目で、客観的にも評価が定まっていない行為態様につき、貸與人側や事業者側に過度な要求がなされる可能性が懸念されるところである。したがって、この部分は「ガイドライン等の周知」で足りるのであって、あえて具体的な内容を伴わない「注意喚起」の文言を使う必要はないものと考えます。なお、借入人の居住安定のための取組が重要であることは言うまでもないが、これに関しては事業者や業界団体等においても、専門家の育成や業務標準化基準の作成などを先行的かつ自主的に進めていることに留意されたい。
280	本文：第4章 3(2)	割賦販売法を以下のように改正し、クレジットカード取引の適正化を実現する方向で検討すべきである。 ・マンスリークリア方式のクレジットカード取引についても、苦情発生時の加盟店調査義務及び加盟店情報報告制度、未払金の支払拒絶に関する抗弁の接続、弁済金の支払請求時の書面交付義務の規制を及ぼすべきである。 ・抗弁の接続等の規制対象となるための条件として必要とされる取引金額

		<p>について、同法施行令で定める「4万円以上」、「3万8,000円以上」という条件に関し、同一月内の同一販売店等における「反復継続する取引」の合計額をもって「支払総額」又は「現金販売価格又は現金提供価格」とみなすことができるようにすべきである。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・弁済金の支払請求時の書面交付義務をリボルビング方式に限定することなく、支払方法を問わずクレジットカード取引全体に適用することができるようにすべきであるとともに、同書面の記載事項として、「取引商品・役務・販売業者・役務提供者」を追加すべきである。</li> <li>・クレジットカード会社が苦情発生時の加盟店調査義務を懈怠した状態において不正なクレジットカード取引を締結した場合に既払金返還義務を課すなど、加盟店調査義務を実効性のあるものとすべきである。</li> <li>・決済代行業者の割販法上の法的位置付けを明確化するとともに、決済代行業者に対しても加盟店調査義務を課すようにすべきである。</li> <li>・クレジットカード会社が消費者との間に生じた苦情・紛争について、積極的に解決に向け必要な体制を整備し、適切に処理・対応することについて努めるべきことを法制度化すべきである。</li> <li>・チャージバック制度の存在を広く消費者に告知して、その積極的活用を促す等の措置を講ずるとともに、消費者被害救済を可能とするようなチャージバックルールを制定すべきである。</li> </ul>
281	本文：第4章 3(2)	<p>「美容医療サービス」等につき、書面交付義務や誇大広告禁止等の規制を課すべく、特定継続的役務提供の追加指定を行う方向で検討すべきである。</p>
282	本文：第4章 3(2)	<p>無登録業者による詐欺的な事案や詐欺的な商法に対する対策として、以下の法整備を行うべきである。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・民事法規定の整備 1．金融商品取引法若しくは金融商品販売法に、無登録業者が金融商品を販売する契約を無効とし、又は、これを取り消すことができる旨の規定を置くべきである（一部実現済み）。 2．金融商品を販売する行為（登録業者による場合を除く。）には、自社の株式や社債を販売する場合を含め、特定商取引法が適用されることを、明確にすべきである。</li> <li>・罰則の強化 1．無登録で金融商品取引業を行った者についての罰則を強化すべきである。 2．無登録業者の営業行為に、金融商品取引法の広告規制・書面交付義務・適合性の原則・説明義務の違反に相当する行為がある場合及び不招請勧誘に該当する行為がある場合は、刑を加重する定めを置くべきである。</li> <li>・迅速な行政対応を可能にするための法整備 1．金融庁、証券取引等監視委員会及び消費者庁に、無登録業者に対する報告徴求及び立ち入り検査の権限を認めるべきである。また、報告拒否や検査拒否等については、罰則を設けるべきである。 2．金融庁、証券取引等監視委員会及び消費者庁に、無登録業者に対する行政処分（業務停止）の権限を認めるべきである。また、裁判所を通じた財産保全命令制度を設けるべきである。 3．金融機関の更生手続の特例等に関する法律を改正し、破産手続開始の原因となる事実がある場合に当局から破産手続開始の申立てを行える範囲を、金融商品取引業者全般だけでなく、無登録業者にも拡大すべきである。</li> </ul>
283	本文：第4章 3(2)	<p>プロ向けファンドに関する制度の見直しとして、以下の法整備を行うべきである。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・金融商品取引法第63条に定める適格機関投資家以外の者に対する私募及び投資運用業について、金融商品取引法施行令第17条の12第1項を改正して、「適格機関投資家以外の者」を「適格機関投資家の役員及びその親族と一定の要件をみたす法人」に限定し、個人投資家への勧誘を禁止すべきである。</li> </ul>

284	本文：第4章 3(2)	クラウドファンディングについて、以下の法整備を行うべきである。 ・非上場株式の募集又は私募の取扱いであってインターネットを通じて行われる少額のもののみを行う者を「第一種少額電子募集取扱業者」、ファンド持分の募集又は私募の取扱いであってインターネットを通じて行われる少額のもののみを行う者を「第二種少額電子募集取扱業者」として、金融商品取引業者としての登録要件（財産規制等、金融商品取引法第29条の4及び第46条の6等）を緩和する旨の提案及び日本証券業協会の自主規制規則を緩和し、非上場株式の募集又は私募の取扱いのうち、インターネットを通じて行われる少額のものについて禁止措置を解除する旨の提案について、規制緩和の必要性や合理性、規制緩和に当たって必要と考えられる前提条件（事業型ファンドへの適切な規制、第二種金融商品取引業者への規制の実効、海外の仲介者に対する規制の実効等）につき、慎重な検討を行うべきである。特に、電話・訪問勧誘を禁止すべきである。 ・第一種少額電子募集取扱業者及び第二種少額電子募集取扱業者の制度を導入する場合には、クラウドファンディングが詐欺的な行為に悪用されたり、事業の継続や成長が見込まれず社会的な意義も認められない事業者への不適切な資金提供の場となることのないよう配慮した制度整備を求めます。 ・上記規制は、第一種少額電子募集取扱業者及び第二種少額電子募集取扱業者だけでなく、第一種金融商品取引業者及び第二種金融商品取引業者が、インターネットを通じて非上場株式又はファンド持分の募集又は私募の取扱いを行う場合にも適用すべきである。
285	本文：第4章 3(2)	商品先物取引について、不招請勧誘禁止規制を維持すべきである。
286	本文：第4章 3(2)	一般投資家に販売される投資信託について、一般投資家に適さない複雑な仕組みの商品やリスクの高い商品が販売されることのないよう、商品規制（商品の内容を画する運用規制を含む。）に関する規定を整備すべきである。
287	本文：第4章 3(2)	電気通信事業法については、店舗販売においても不十分な説明等によって、利用者の利益が損なわれる事態が多発していることから、店舗販売における保護規定も含めて、書面交付義務、クーリング・オフ制度、過量販売規制、不実告知の禁止及びそれらの違反に対する行政処分、罰則等の導入を含めた改正を早急に実現すべきである。
288	本文：第4章 3(2)	リフォーム被害の原因は、主として、契約内容が不明確であること及びリフォーム工事による安全性確保の制度が乏しいこと、さらには、救済制度が完備されていないことにあるから、以下のような施策を実施すべきである。 ・500万円未満の工事のみを行うリフォーム業者に対しても営業許可制度を適用できるように建設業法を改正するべきである。 ・リフォーム工事を請け負う者に対し、工事内容・代金額等の重要な事項を記載した契約書を作成・交付すべき義務を課し、その義務を実効あらしめるための担保的制度（例えば、書面交付義務違反時の無条件解除権等の民事効規定）を設けるべきである。 ・リフォーム工事についても、建築士による設計・監理及び建築確認・検査制度を厳格に要求するべきである。 ・リフォーム被害の救済を図るため、リフォーム業者に営業実態に応じた営業保証金を供託させる制度、又は被害発生時に備えた強制加入の賠償責任保険制度を設けるべきである。 ・リフォーム被害防止のための、不招請勧誘の禁止や特定商取引法上のクーリング・オフ期間の長期化など、消費者保護の観点からの法制度の整備ないし強化を行うべきである。
289	本文：第4章 3(2)	「美容医療サービス等の自由診療」については、事前の説明と承諾（インフォームド・コンセント）に関し、平成25年9月27日付け「美容医療

		サービス等の自由診療におけるインフォームド・コンセントの取扱い等について」(医発第 0927 号 1 号)が存在するが、多数の被害実態に照らし内容が不十分であるので見直しが早急に検討されるべきである。
290	本文：第 4 章 3 ( 2 )	有料老人ホーム及びサービス付き高齢者向け住宅については、記載が存在しないが、特に前者については、未だに一時金返還に関する被害相談が少なくないので、各地方公共団体はその施行状況につき実態調査の上でなるべく監督・指導を行うべきである。
291	本文：第 4 章 3 ( 2 )	商品・サービスの特性に応じた取引のルールの整備について 個別の商品・サービスに関する消費者トラブルへの対処を検討するにあたっては、商品・サービスの特性に応じ、個々の業法等における手当ての要否等が検討されることは理解する。 その際には、立法事実があるのかどうかを検証した上で、実務への影響を十分に踏まえた慎重かつ丁寧な検討作業が行われるべきであり、基本計画にその旨を反映すべきである。
292	本文：第 4 章 3 ( 2 )	割賦販売法に関して、「関係事業者へ遵守を徹底させる」とあるが、近年、特に海外事業者の振る舞いが問題となっていることから、海外事業者 に国内事業者と同等の規制を課し、これを執行することを K P I として掲げるべきではないか。  (理由) 第 4 章 5 ( 3 ) においても言及されている通り、消費者政策においてはグローバル化への対応は特に重要な施策の一つと考える。 割賦販売法に関しても、「加盟店に起因する相談の 3 割以上が海外アクワイアラー経由の取引」である旨、経済産業省の報告書 ( <a href="http://www.meti.go.jp/committee/sankoushin/shojo/kappuhanbai/pdf/report_01_01.pdf">http://www.meti.go.jp/committee/sankoushin/shojo/kappuhanbai/pdf/report_01_01.pdf</a> ) において述べられていることから、特に海外事業者への対策を重視する方針を明記し、これを評価の指標の一つとすべきと考える。
293	本文：第 4 章 3 ( 2 )	電気通信事業法の改正が進んでいるが、現状の改正に留まらず、常に進化し続ける電気通信サービスについては、消費者庁が、消費者トラブルについていち早くキャッチし総務省に迅速に情報提供し、速やかな見直しをすることが必要である。商品先物取引については、不招請勧誘禁止規定の撤廃を消費者庁が容認したかのように受け取られるが、消費者保護の観点から望ましいことではない。基本計画においても消費者の主権の支援は、経済の活性化に優先すべきとの姿勢を貫くべきである。特商法においては、新たな消費者被害が次々に発生し、脱法的な勧誘方法が横行している現状から、速やかな改正が必要である。また、訪問販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引などにおける従来からの悪質な勧誘方法については、より厳格な規制をかける必要がある。
294	本文・工程 表：第 4 章 3 ( 2 )	経済産業省と農林水産省は、1 月 23 日、商品先物取引法施行規則等を改正し、商品先物取引法における不招請勧誘の禁止を定めた規制の緩和を平成 27 年 6 月 1 日から実施することを発表しました。この規制緩和により、消費者被害が再び増加することも懸念されます。このため、施行後 1 年後を目途に実施状況を確認し、必要に応じて見直しをする(委託者保護に欠ける深刻な事態が生じた場合には施行後 1 年以内であっても必要な措置を講ずる)とされています。計画と工程表には「商品先物取引法の円滑かつ適正な執行を行う」とだけ記されていますが、上記の「施行後 1 年後を目途とした実施状況の確認と必要に応じた見直し」を追記していただきたい。

295	本文・工程表：第4章3(2)	電気通信サービスについては、電気通信事業法の改正と所要の制度整備について触れられていますが、「ICTサービス安心・安全研究会報告書」に盛り込まれた課題（取消しルールの導入やSIMロック解除の推進など）について、計画に盛り込んでいただきたい。
296	本文・工程表：第4章3(2)	エステ・美容医療サービスの消費者被害が深刻な状況である。5年間かけてアンケート調査を行うのではなく、自由診療への実効的な法規制を検討すべきである。
297	本文・工程表：第4章3(2)	投資型クラウドファンディングについては、金融庁において必要な監督上の対応を取ることはもちろんですが、消費者庁においても、消費者に対してこの種の投資のリスク（投資資金の回収の困難さ等）を積極的に注意喚起すべきである。
298	本文・工程表：第4章3(2)	金融審議会「投資運用等に関するワーキング・グループ」で検討するとされていますが、既に報告書が1月28日に公表されています。その内容を踏まえた記述に変更する必要があります。報告書では販売対象者が限定されました。被害が多発したことに鑑み、金融庁任せにするのではなく、消費者庁も積極的に国民に周知するべきである。
299	本文・工程表：第4章3(2)	美容医療サービスについては、施術の内容を含め医療の原点に戻って検討すべきです。美容医療サービスの消費者被害が深刻な今、自由診療への法規制の措置も必要ではないでしょうか。特に美容医療等の「自由診療」の広告等については、医療広告ガイドライン等の継続的な周知はもちろん、都道府県による違反事例の是正など適切な執行を併せて行うことが必要です。 他方、消費者に対して、リスクが大きい行為であることをもっと啓発していくべきです。
300	工程表：第4章3(2)	介護サービスを受けることは高齢者にとって重要な消費活動である。保険事業でもあるが、様々な付加サービスもある。この境界も分かりづらい。高齢者にとって消費支出の大きな部分を占めることにもなるので無駄・過剰なサービスは避けなければならない。また、虐待もなく安全であることも求められる。従って、ケアプランの作成から消費者の参加、プライバシーの保護、サービス決定プロセスの情報公開が高齢者の意思に基づく選択のためには重要である。介護商品・サービスの費用負担をしているという意味で、心身機能の衰えた高齢消費者の権利を擁護したり、身体の安全を確保するには、消費者としての側面を重視した契約やサービス提供の憲章や工夫が必要である。このため、高齢消費者保護の観点から見て、介護サービスの検証や改善の工夫についてのスケジュールを記載すべきである。
301	工程表：第4章3(2)	工程表(素案)に記載されている「ICTサービス安心・安全研究会報告書(平成27年12月)」では、端末等の物品に関する初期契約解除ルールの取扱いについて「店舗販売の場合における端末等の物品に係る制度化は、現時点では行わないこと」とされましたが、同時に「端末等の物品に係る制度化を行わないこと等に起因する苦情・相談が発生した場合には、事業者、代理店が苦情・相談等の減少に自主的に取り組むことを期待し、その効果等を本研究会等の場において注視し、仮に、そうした取組では十分でないということになった場合には、中間とりまとめにおいて示されたような制度的措置の検討を改めて行うことが適当である」とも明記されました。この「苦情・相談件数」を工程表のKPIに追加し、「必要に応じた制度的措置の検討」を工程表に追記していただきたい。
302	工程表：第4章3(2)	「適合性の原則」を順守しなかった電気通信事業者、代理店の事例及び事業者名を公表すべきである。

303	工程表：第4章3(2)	クレジットカードの利用範囲や取引金額が拡大している状況等において、「安全・安心なクレジットカードの利用環境の整備」に関するKPIに相談・苦情の件数を減少させるということは、指標としてそぐわないものと思料する。
304	工程表：第4章3(2)	KPIの「商品先物取引に関する苦情受付件数・相談・苦情件数を、取引高も考慮しつつ平成26年度と比較して減少させる」から「取引高も考慮しつつ」という文言を削除すべきである。
305	工程表：第4章3(2)	今般、商品先物取引法において、勧誘規制の見直しが行われました。不招請勧誘規制を緩和するものであることから、顧客保護について継続的に状況を見守る必要があります。単に「法の迅速かつ適正な執行を行う」のみならず、「顧客保護の適正性をはかること」を明記していただきたい。
306	工程表：第4章3(2)	不招請勧誘の禁止規定を大幅に緩和する商品先物取引法施行規則の一部を改正する省令改定は撤回すべきである。
307	工程表：第4章3(2)	美容医療サービス等において、実際に消費者被害が発生しているのであれば、5年の計画ではなく、2年ぐらいで終わるように計画すべきです。例えば、平成27年度地方公共団体へのアンケート調査、平成28～29年度必要な指針の改定、平成30年度指針改定の効果の測定というように具体性をもたせていただきたい。
308	工程表：第4章3(2)	工程表(素案)のP.35では、「賃借人の居住の安定を図るために必要な取組の検討・実施」が「<家賃債務保証に係る賃借人の居住の安定を確保するための取組の検討>」という表題の中で記載されており、当該取組の対象が、家賃債務保証を利用した賃貸借(よってその具体的対象は家賃債務保証会社)である旨明確に整理されている。しかし、その資料部分であるP.39の3(2)では、そのような表題抜きに「民間賃貸住宅の賃貸借における消費者保護」の中で、「家賃債務保証会社に対し、業務の適正な実施に当たって遵守することが望ましい事項、不当な取り立て行為を行わないこと等を周知する等、賃借人の居住の安定を図るための取組を検討し、可能なものから順次実施する。」と記載されていることから、「賃借人の居住の安定を図るための取組」の対象が誰を指すか不明となってしまう(冒頭の「家賃債務保証会社に対し」の文言は、その直後の「業務の適正・・・周知する等」にかかり、「賃借人の居住の安定を図るための取組」にはかかっていない)。したがって、資料の当該部分(P.39)は工程表(P.35)の記載と矛盾しないよう、家賃債務保証に係る賃貸借に限定される旨、記載を整理する必要があると考えます。なお、賃借人の居住の安定を図るための取組が重要であることは言うまでもなく、これに関しては事業者や業界団体等において、専門家の育成や業務標準化基準の作成などを先行的かつ自主的に進めているが、より全体的な取組については、賃貸人や管理業者等についても不当な取り立て行為等を罰則付きで規制することを内容とした「賃借人の居住の安定化の推進に関する法律案」が国会で廃案とされた経緯等を踏まえ、広く関係当事者の中で、時間をかけて議論していく必要があるものと考えます。
309	工程表：第4章3(2)	取組の具体化として、賃貸住宅における賃借人の居住の安定を図るため早期に、家賃債務保証業の義務的登録制の創設、家賃関連債権の取立てに関する不当な行為の禁止、いわゆる家賃滞納データベースの禁止等を含む規制等の措置を講ずるための法案を国会に提出すべきである。併せて、賃貸住宅管理業者についても、義務的登録制とすることなどの法案の制定を検討すべきである。

310	工程表：第4章3(2)	住宅リフォーム被害の対策として建設業許可の建築一式工事の1、500万円、建築一式工事以外の建設工事の500万円の規制を撤廃し、建築工事の請負いを業（あくまでも請負業であり、売買ではない。）とするものは、仮にそれが少額であっても建設業許可を受けなければならないとすべきである。
311	工程表：第4章3(2)	リフォーム等の工事の請負者は、発注者が注文する工事計画が建築基準法等に適法でない場合は、その旨を注文者に申し出なければならない、適法でない内容の工事を請負ってはならない（ただし、注文者が建築士の作成した工事計画を採用して注文する場合はこの限りでない。）旨を法律若しくは通達などで規定すべきである。
312	工程表：第4章3(2)	KPIに「募集金額」「苦情・相談件数」を追加すべきである。（理由）アベノミクスの成長戦略の目玉として導入される本制度は、一般の国民（消費者）をリスクの極めて高い取引に晒すという危険を冒しての規制緩和である。したがって、この規制緩和に起因する消費者トラブルの発生件数を把握するとともに、そうした危険に国民を晒すことに見合う成長資金の供給が果たしてあったのかどうかを検証することが必要と考える。
313	工程表：第4章3(2)	平成28年度後半以降に「法令改正を踏まえた、プロ向けファンドに関する、投資者保護を含めた金融商品取引法の適切な運用」を追加すべきである。 KPIに「苦情・相談件数」を追加すべきである。  （理由） 金融審・投資運用等に関するWG報告書では、拒否要件の追加や行為規制の導入、販売対象者の限定等が提案されており、この方向で法令改正が行われる見通したが、果たしてこの見直しで多発した被害が収束するのか、経過観測が必要であると考えます。
314	本文：第4章3(3)	インターネットにおける不正規広告について 計画書文中には、ステルスマーケティングに関する記述がないように思われます。ステルスマーケティング問題は、消費者にとっても事業者にとっても大きな問題です。バイラルマーケティング、ステマなどとも呼ばれインターネットで現状の改善が望まれております。 ステルスマーケティング広告は、製品に虚像の"ゲタ"を履かせることで消費者から正常な判断材料を隠すものです。広告倫理を逸脱し、過大に宣伝された商品が流通すれば、本当に良い製品・サービスが隠されてしまい、消費者にとっての不利益となります。広告提供者名が潜伏する事により広告倫理からの逸脱も容易となります。 韓国公正取引委員会は「事実上の詐欺」とし、ブログなどを用いたステルスマーケティング広告の摘発を行いました(注1)。ステルスマーケティング広告からの消費者保護は、既に国際的な流れとなっております。ステルスマーケティングの取締りは、広告ばかり過大な製品の蔓延による国際競争力の低下や、消費者の猜疑心による購買意欲の低下を防止するための取組です。 事業者の立場としては、ステルスマーケティングを用いた、風評の流布についても検討していただきたいと考えております。食品レビューサイトなどにおいて、ステルスマーケティング業者に金銭を支払わなかった事業者は、悪評を書かれるなどといった噂がまことしやかにささやかれており不安の種となっております。 現在インターネットに根付いたステルスマーケティングを一掃し、また将来におけるステルスマーケティングを抑止する方策を望みます。

		注1. 日経BPの記事 <a href="http://pc.nikkeibp.co.jp/atcl/NPC/15/262980/012800008/">http://pc.nikkeibp.co.jp/atcl/NPC/15/262980/012800008/</a>
315	本文：第4章 3(3)	食品の偽装表示対策に加え、原発事故での放射能など食品安全の観点から見た表示がとても重要です。産地情報の伝達方法として、産地表示、例えば件別産地表示の義務化を進める又はその検討をしていただきたい。また、放射性物質の測定結果の表示も求めるような施策を記載していただきたい。
316	本文：第4章 3(3)	電子商取引では不特定多数への広告と「勧誘」とが一体化している現実を認め、特商法や消費者契約法の改正を行うべきである。またインターネット取引によることになる通信販売については、解約権を消費者に保障すべきであり、更には消費者のパーソナルデータの保護にも一層注力すべく、法改正を行っていく必要がある。サクラサイトの撲滅に向けて、行政的取締りの強化充実を図るべきである。とりわけインターネット特有の問題、すなわち相手方事業者の特定が困難な場合があること(いわゆるくもぐれ問題)や財産の保全が困難であることなどは、既に以前からの課題として指摘されていながら未解決である。特に後者は法律の附帯決議等でも数次にわたって対策が求められてきた。前者については特商法上の氏名等表示義務の存在を踏まえ、発信者情報開示をネット取引事業者に義務付け、通信の秘密保護に関わらず、その身元開示を受忍すべきという立法が考えられる。後者については、消費者庁の下で検討した消費者の財産被害に係る行政手法研究会報告書のうち、悪質事業者の財産保全の方策を具体化する方向で検討すべきである。
317	本文：第4章 3(3)	インターネット取引における広告に関しては、重要事項についての不実表示や不利益事実の不表示、断定的判断を提供する表示等が多く存在しており、これらの事案があった場合に当該契約の申込みの取消しを可能とする民事ルールを導入する特定商取引法の改正を行うべきである。
318	本文：第4章 3(3)	特定商取引法による広告メールへの規制と特定電子メール法による広告メールへの規制とにおいて、それぞれ重複・差異が生じていることによる広告メール規制の分かりにくさの解消などについても本文で言及し、KPIの1点目の表現もそうした要素を読み取れるものに変更するべきではないでしょうか。
319	本文：第4章 3(3)	インターネットを利用した取引であることと、問題の所在とが一致しない場合に、インターネットを利用した取引であることを理由に規制強化を行うことがないように注意すべきである。
320	本文・工程 表：第4章3 (3)	個人情報やビッグデータとしての利用が目前に迫っています。ビッグデータの利活用による問題も焦眉の急です。また、マイナンバー制度も論じられているのでこれらにも消費者庁として何等か言及すべきです。結果としての施策より事前安全施策の環境整備の主導が求められます。消費者への啓発、注意喚起の実施は消極的過ぎます。

321	本文・工程表：第4章3（3）	<p>以下の内容を追加記載すべきである。 情報通信技術の進展に対応し、様々なコンテンツの著作権者の保護と利用者・消費者の権利のバランスをとる必要が生じている。消費者利益の擁護・増進の観点から、著作権関連法令等の見直しを図る。【KPI】情報通信技術の進展に対応した、著作権関係法令の、消費者の権利保護の観点からの整備・見直しの実施状況。 上記意見の背景 情報通信技術の進展により、著作権法が制定された時点では想定できなかった状況が生まれている。本来、利用者・消費者の私的な範囲では、様々なコンテンツを消費者が私的に享受すること、複製を行うことは自由であった。しかしながら、技術の進展により、消費者がコンテンツを享受する方法は、多様化、IT化され、著作権法で想定していた、私的な享受、複製ではなく、著作物の「利用」と分類されてしまう事態が起こっている。そのことによって、実質上は単に所有するコンテンツの享受に過ぎない行為が、著作権者の許諾の必要な行為であるかどうか曖昧となり、結果として消費者の利益・利便性が制限されている。著作権法を所管する文部科学省文化庁は、著作権者の利益擁護側のスタンス立つ官庁であり、審議会に消費者代表が1～2名参加した程度では、権利者と消費者の保護のバランスを保つことが到底できない状況が続いている。このような場合こそ、消費者庁が司令塔機能を発揮すべきではないか。 参考 平成26年5月27日、自由民主党政務調査会、知的財産戦略調査会、コンテンツ小委員会の「7の提言」の6番目（1）に本意見と同趣旨の提言が含まれている。 追加意見 上記「意見」に書いた趣旨に沿って、消費者基本計画（素案）第2章4、第3章1、2（3）、（4）等に追記すべきである。</p>
322	工程表：第4章3（3）	<p>電子商取引において被害を受けた消費者が、加害業者に対して適切に責任を追及する機会が保障されるよう、プロバイダ責任制限法（特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律）の改正を行い、情報開示請求権の要件としての権利侵害の「明白性」の要件を外すとともに、一定期間の通信履歴の保存義務を法定すべきである</p>
323	工程表：第4章3（3）	<p>インターネット上の消費者トラブルの特徴として、新規事案が突発的に生じることが挙げられます。例えば、ビットコインなどについては、今後類似の事案が続発する可能性があります。このような事案に対処するためには、トラブルを迅速に把握し、機動的に対策を打ち出す仕組みが必要と考えられます。「インターネット上の消費者トラブルへの対応」の中に「インターネットトラブルの早期把握と対策立案のための仕組みづくり」を追加していただきたい。</p>
324	本文：第4章3（4）	<p>特殊詐欺事案に対する対策として、以下の法整備を行うべきである。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・携帯音声通信事業者による契約者本人確認等及び携帯音声通信役務の不正な利用の防止に関する法律ないし犯罪収益移転防止法を改正し、固定電話・IP電話（インターネットプロトコル電話）を適用対象とするとともに、固定電話・IP電話のレンタル業者に対しても、本人確認義務を課すなどの規制を行うべきである。</li> <li>・取締役、監査役又は執行役の就任の登記申請について、当該登記の申請時の本人確認資料として印鑑登録証明書を要求すべきである。</li> </ul>
325	本文：第4章3（4）	<p>警察との連携が何より重要である。各地方公共団体では、それぞれに警察との連携を図っていると思うものの、消費生活相談の現場と直接に情報交換したり、双方がそれぞれの仕事について理解することなど十分な連携が図られているとは考えられない。例えば、実被害がないから対処できないと、相談者対応を積極的に取り組まないのではなく、例え现阶段で実被害がないとしても、調べてみる姿勢が必要であり、今後は更に双方の役割</p>

		を認識して、効果的に連携を進めることが求められる。消費者庁は、モデルケースやガイドライン等を作成、各地方公共団体、警察へ提供したらどうでしょうか。
326	本文：第4章 3(5)	「食品に対する消費者の信頼（中略）新たな消費者のニーズを踏まえた」JAS規格等を検討し、制度化を図る」とありますが、「新たな消費者のニーズ」の内容が不明です。誰にでも理解できる説明を求めます。
327	本文：第4章 3(5)	新たなJAS規格の検討・制度化が挙げられているが、「市場の拡大に資する観点から」とあるように、新たなJAS規格の導入は産業振興目的といえるものであり、「消費者基本計画」として取り上げるべきではない。
328	本文：第4章 4	<p>約7年前 永年に築いた建築会社の経営者から倒産・破産・復権に至る道を余儀なくし、建築業界での復活をかけ大阪で業界企業への就職をしたところ、驚愕の悪質手口が横行する実態を目の当りにし、何故こんな悪質商法が平然と日常茶飯事に行われているのかが疑念になり、止める法律や施策を模索しました。自分なりの手法で、業界状況を調査した結果は大阪府内の建築会社の大半が消費者を騙し悪質手口のあの手この手の“悪ノ総合商社”の看板がふさわしい工事会社が軒を並べあっているのが実態と言っても過言ではない状態です。</p> <p>昨年念願の想いで消費者問題に特化する資格を取得し、業界や他業界を始め自治体、消費生活センターに協力を求め半年間賢明に公益的な啓発活動をしてきました。最前線に向かったの発信となりましたが、業界は当然の予測通り「そんな活動してなんのメリットがあるの？消費者に気付かれないなら被害と違うし被害と感じてない。問題視するほうがおかしい話やる！」と事業者の言い分です。また自治体等に対しては協力姿勢での、ごあいさつを兼ねてロビー活動を行ってきましたが、「そんな事は私達専門職としてやってるから、個人のあなたの話が仮にいい話だったとしても聞くことは出来ないし参考にもする事は無い。消費者団体や公益法人団体として正式に来られているのなら聞きますが」ひどい自治体では、「消費生活コンサルタントさんにそんな話を聞かされても全く聞きたくない話で、あなたが消費生活専門相談員の資格者の方なら少しは聞かしてもらうけど」と「何の権限でこの場に来られているの？勘違いしてはるのと違う？」との発言は決して消費者行政の在り方ではなく協力や支援や推進からは果てしなく遠い立場に置かれていると感じています。</p> <p>建築業界や業界団体の裏表を知る専門家が消費者の被害の救済と被害の拡大防止を基本に未然防止となる啓発活動のボランティアを最前線で取り組む者に対して、消費生活センター職員の立場にあぐらをかいて物申されるのは、いかがなものかと強く感じています。</p> <p>消費者団体や業界団体に会員登録などをしていても、専門知識をもって現場に立てば偽装工事や手抜きと判断がつく精通者であって、啓発活動の実践を行動力をもって行って消費者からは求められる人材が、悪質業者同様に行政からも全く必要ともされなく“面倒くさい者”扱いとされるのは、消費者基本法や消費者教育推進法に反した方向になっています。</p> <p>よって文言の中に、消費者団体とありますが、この部分を「消費者団体及び消費者問題に特化する専門家になる有資格者」と付け足していただきたい。</p> <p>意見の補足として 現状の消費生活コンサルタントの称号資格は昔と違い講習を受講すれば</p>

		合格する資格ではなく長期間に及ぶ講義を受けた最終日に 90 分間の筆記テストで概ね 6 割以上の点数と卒業論文のそれぞれの得点が合格点の達成者が合格者となるものであり偏見をもたれる資格ではありません。
329	本文：第 4 章 4	この項目の中に、パブリックコメントという制度の納得性を高めること、出された意見の取り扱い、政策への反映の仕方、情報開示などについて、新たな項目を立てるべきである。
330	本文：第 4 章 4	本項に定める内容が前 3 項に記載する各課題の解決のためにも重要である旨を明記すべきではないでしょうか。
331	本文：第 4 章 4	消費者が主役がでなく、行政側が事業者側に直接指導し、消費者を救済されるよう導くような社会形成をしていただきたい。現在、消費者が被害を受け消費生活センターに通報しても、消費者と事業者の話し合いの場を作るしかできない。このため契約書や規約に盛り込まれた、認識困難な消費者不利益事項や説明文が認識が分かれる記載を作り、これらを盾に異議申し立てを受け付けない。挙句の果てに「会社の決定事項」と開き直る有様です。国民生活センターは相談内容に応じて弁護士に相談するよう薦めますが、それだけで多くの労力を必要とし、被害金額を超える案件がほとんどです。小さな消費者からの通報であっても十分検討し、行政指導できる体制を作っていただきたい。
332	本文：第 4 章 4 ( 1 )	消費者教育推進法の施行以降、消費者教育実施に向けた仕組みの整備は進展してきている。次期計画期間においては、消費者庁と文部科学省が連携して実質的な施策を着実に進めることを期待したい。特に地域における推進機構としての消費者教育推進地域協議会の設置を促進することや学校教育の中での消費者教育の充実などに更に注力するべきである。
333	本文：第 4 章 4 ( 1 )	消費者教育は関係する各主体が相互理解と共通認識に基づいて協働・連携することが効果的であり、そのためには各主体への支援及び連携促進に向けたコーディネート機能の強化が必要である。行政によるコーディネート機能を強化していただきたい。
334	本文：第 4 章 4 ( 1 )	消費者教育の推進においては、ともすれば総花的で対象・目的・実施策が曖昧となり、行政・事業者などの各活動がかみ合っていないことが多い。消費者教育に関する対象・目的・実施策・成果目標などを具体的かつ明確に設定する必要があると考えます。また、それらをコーディネートする行政や、各地方公共団体・民間・事業者等の役割や期待を明確にさせていただくことも重要である。
335	本文：第 4 章 4 ( 1 )	食生活関連では、食品ロス削減、食育の推進が記載されているが、商品・サービス等の表示や安全性についても正しく理解できる消費者を育てることも、消費者教育の一環として本項に明記していただきたい。
336	本文：第 4 章 4 ( 1 )	消費者市民としての主体形成の重要性に言及すべきである。
337	本文：第 4 章 4 ( 1 )	今般の消費者基本計画においては、消費者教育に関し、専ら悪質な取引等により被害に遭わないようにするという視点に基づき、行政や消費者団体側で実施する内容が記載されている。しかし、宅地建物の取引の分野で消費者問題として取り上げられることの多い民間賃貸住宅については、その権利義務の内容は、基本的には当事者間の契約に基づき律せられるところである。もちろんその内容が強行法規に反していたり、信義則に反し消費者に一方的に不利益なものであってはならず、その点は事業者側や業

		<p>界団体側でもしっかりと対応する必要があるが、その一方で、適正な取引の実現や安全・安心な住生活の確保等のためには、消費者側においても、「契約」の意味内容の認識や契約に伴う権利義務等に対する基本的な認識等が不可欠である。したがって、「消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成」のためには、契約の意義や契約に基づく権利義務等の基本的な認識を通し、消費者側においても契約関係の一方当事者として責任ある行動を確保するという視点も、消費者教育において積極的に位置付ける必要があると考えます。また、例えば、会員事業者に対する教育研修等を充実させるとともに、以上のような観点から、はじめて民間賃貸住宅を借りようとする者向けのガイドブック等を作成し、地域の学校等に配布し出前授業を行うなどの取組も積極的に進めるなどの事業者側における消費者教育への取組についても、消費者基本計画の中で適正に位置付けられるべきであると考えます。</p>
338	本文：第4章4(1)	<p>製品の安全及び安全使用については、次の三点が必要不可欠と考えますのでいずれかの箇所に網羅いただきたい。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 製造者（メーカー）の適正な品質及び取扱注意事項の明確表示。</li> <li>2. 販売業者（販売店）の販売における使用方法の説明責任。</li> <li>3. 使用者（消費者）の使用方法に従った使用。</li> </ol> <p>従いまして、これらの三点が等しく理解されることを望みます。取り扱い事項や使用方法を間違った場合には、使用者（消費者）にも一定のリスクが生じることを基本計画に網羅いただきたい。</p>
339	本文：第4章4(1)	<p>いまや学校教育において、消費者教育をすることが強く求められています。学習指導要領に記載するだけでなく、それが実行されるように、各教育委員会、学校に対して、文部科学省とともに制度やガイドラインを作成すべきである。</p> <p>地域連携については、改正消費者安全法でも示されている、地域安全確保協議会の設置などとも有機的に結び付けて、地方が安心・安全を確保できるための体制作りが必要であり、その体制を継続して機能させていくための、地方公共団体の支援が不可欠と考える。そのための行政職員の量と質の確保をすることが必要である。</p> <p>また、消費者市民社会の実現に向けての取組は、消費者の意識改革も必要である。理念だけではなく実態を踏まえた意識改革を促すことが求められる。</p>
340	本文・工程表：第4章4(1)	<p>消費者安全確保地域協議会については工程表に記述がありますが、消費者教育推進地域協議会や消費者教育推進計画については記述がありません。地域における消費者教育推進計画の策定や消費者教育推進地域協議会の設置への国の支援についても、計画と工程表に追記をしていただきたい。</p>
341	本文・工程表：第4章4(1)	<p>「消費者市民社会」という概念自体が、まだ広く知れ渡っていないとは言えないことから、消費者庁が中心となって、「消費者市民社会」の概念の理解の普及・促進を図る必要がある。そのためには、消費者教育推進会議の中に設置された消費者市民小委員会については今後も継続して、「消費者市民社会」の概念の理解の普及・促進に引き続き努めるべきである。</p>
342	本文・工程表：第4章4(1)	<p>学習指導要領の消費者教育の位置付けについて、抜本的に改定される必要がある。</p> <p>具体的には、改定に当たり、消費者教育に充てる時間の確保、教職員に対する研修の強化及び地域における人材活用の方法の充実、生徒が現在社会を生き抜く力（基本計画（素案）では「主体的に社会に参画し自立して社会生活を営むために必要な力」とされている。）を身に付けられる</p>

		<p>内容にすることが必要である。</p> <p>このような視点を踏まえて改定された学習指導要領を周知・徹底することによって、消費者教育の推進は図られるべきである。</p>
343	本文・工程表：第4章4(1)	<p>消費者教育は消費者市民社会の概念を踏まえて体系化されなければならない。そこで、従前から個別に行われてきた消費生活に関する教育（環境教育、食育、国際理解教育、法教育、金融教育、法教育など）を「消費者市民社会」の概念を踏まえて整理・体系化し、効率的かつ効果的な消費者教育を行えるようにする必要がある。そのためには、学校教育において、「消費者市民社会」の視点を盛り込んだ単一科目を設定することも検討される必要がある。</p>
344	本文・工程表：第4章4(1)	<p>消費者教育を推進するためには、消費者教育を行う人材を積極的に育成する必要がある。学校教育の場面において、学校の教員に対する研修を強化すること、消費者教育を教員免許取得の必修科目とすること、社会教育の場面においては、国民生活センター及び各地の消費生活センターと連携して人材育成を図り、また、消費者庁が主導して消費者教育の講師としての適任資格を創設することも検討すべきである。</p>
345	本文・工程表：第4章4(1)	<p>消費者被害の防止については、新鮮な内容の教材を迅速に提供することが極めて重要である。そのためには、消費者庁が各担当部署や国民生活センターに蓄積された情報を集約して問題意識を共有化し、迅速に教材を作成・提供する体制をより充実させるべきである。</p>
346	本文・工程表：第4章4(1)	<p>特に高齢者に対して、健康食品や表示の情報が行き届いていない状況があります。消費者教育の課題として位置付けていただきたい。</p>
347	本文・工程表：第4章4(1)	<p>成人教育（社会教育、生涯教育）の充実を検討していただきたい。学生の時の教育では、実際に本人が契約をすることがないため、実感を伴いません。企業に教育を促す施策や社会人向けの学習機会を増やす方法（事業者への支援など）などが必要である。</p> <p>現在の基本計画では社会教育主事への消費者教育の実施等の記載がありました。生涯学習センターや公民館等の社会教育施設で広く消費者教育が実施されるためには、例えば、消費者教育を社会教育主事資格の必須科目にするという具体的な取組が必要と考えます。</p>
348	本文・工程表：第4章4(1)	<p>日本型食生活の推進は大切ですが、一方で日本人の塩分摂取量は目標量を大きく上回っています。生活習慣病対策として、食品業者への低減策を促すと共に国策として減塩の取組を進めていただきたい。</p>
349	本文・工程表：第4章4(1)	<p>消費者教育推進会議で検討された課題を地方公共団体の消費者教育推進計画の策定に盛り込むことは、消費者教育及び消費者市民社会の概念を普及・推進させていくための大きな牽引力となります。工程表P.51「教育行政（学校教育・社会教育）と消費者行政の連携・協働（基礎的な情報の整備と体制作り）」においてもKPIに「各都道府県における消費者教育推進地域協議会の設置状況」を採択しているように、国と地方で理念・課題を共有化していくことがフレーム作りとしても肝要です。各都道府県の特徴にあわせた消費者教育推進計画を策定し、消費者（生活者）により身近な施策を実施していくことが、血の通った消費者政策にもつながっていくこととなります。周知についても、地方公共団体のウェブサイトや広報誌等を活用することで波及効果も増してくると考えられます。生活の場へ届けるための、効果的な推進体制の整備が必要です。</p>

350	本文・工程表：第4章4(1)	<p>成人以降の消費者教育の充実の一環として、企業における従業員教育において、消費者教育が位置付けられるよう、施策を検討していただきたい。</p> <p>(理由)          学生の時の教育では、実際に本人が契約をすることがない(少ない)ため、実感をとまいません。地方公共団体や消費者団体で行う成人向けセミナーへの参加は、高齢者が多いのが特徴であり、若い世代の参加者がなかなか集まりません。          企業内において、消費者教育が促進されるよう、行政による呼びかけやバックアップが必要と考えます。</p>
351	工程表：第4章4(1)	消費者意識基本調査の「消費者教育・啓発の受講経験」を、工程表のKPIに追記していただきたい。
352	工程表：第4章4(1)	企業・事業者団体を通じた従業員に対する消費者教育も重要だと考えます。「多様な主体の参画・連携及び成果の共有」に「企業・事業者団体等」の記述はありますが、消費者教育の対象が従業員に対するものかどうか定かではありません。～に加え、「従業員に対する消費者教育」、「消費者視点を持つ人材の育成」を追記していただきたい。
353	工程表：第4章4(1)	消費者教育推進会議の地域連携推進小委員会では、地域における消費者教育のコーディネーターやサポーターの機能と役割、人材確保、育成・普及の在り方などについて検討を重ねてきました。コーディネーターやサポーターの育成・普及は急務であることから、工程表に追記していただきたい。
354	工程表：第4章4(1)	消費者市民社会の実現に向けた取組については、これまで、子どもやその親に対して、食育・産地見学、農業体験、環境活動、福祉助け合いの取組などを実施してきました。多様な主体の例示として「生活協同組合」を、工程表に追記していただきたい。
355	工程表：第4章4(1)	情報化社会の進展により、インターネット等を利用して消費者自身が加害者となるような事例も見られます。消費者のネット・リテラシーを高め、自覚ある利用を促すため、学校教育を通じたインターネット・通信機器関連の消費者教育充実のための施策を追加していただきたい。
356	本文：第4章4(2)	「消費者志向経営の促進」と明記いただいたことを評価したい。ただし、「消費者志向経営」の意味合いを正確に理解頂く上で、一部表現の修正が必要と思われるので検討していただきたい。消費者志向経営には、コンプライアンスを始め多くの企業活動が含まれるが、地方の中小の事業者等はこれらの内容を知る機会も少ないと思われる。消費者庁主導により、情報到達度の低い事業者への普及・啓発活動を活発化していただきたい。普及活動の際は協力したい。
357	本文：第4章4(2)	「消費者志向経営」を後押しする施策として、消費者志向の社内体制を構築するための苦情対応マネジメントシステムISO10002の導入促進、優良企業を表彰する制度の導入やPIO-NETで入手された消費者情報を事業者が活用できるよう検討していただきたい。
358	本文：第4章4(2)	消費者団体と事業者・事業者団体等のそれぞれの役割期待を明確にするために、(2)消費者団体(3)事業者・事業者団体というように別項目に分けて記述していただきたい。
359	本文：第4章4(2)	事業者・事業者団体による自主的な取組の促進＝公益通報者保護制度の推進という取上げ方であるが、自主的な取組の中には各種法律、ガイドライン、企業行動規範等のコンプライアンス体制構築に向けた多様な取組が

		含まれると考えます。公益通報者保護制度の普及推進とその認知のみをもって自主的な取組全般の進捗を測るのはいかがなものでしょうか。
360	本文：第4章4(2)	意見交換が重要との御認識があり、消費者からすると大変心強いが、消費者が何を求めているのか、どんなことで困っているのかなどの問題点が実際に反映されているのかを知る機会がない。 地域や消費者からの充実を図るためには、行政や地方公共団体の協力や支援が不可欠なため、意見交換やその後のフィードバックをしていただき、問題解決に向けた取組・内容の見える化をしていただきたい。
361	本文：第4章4(2)	「消費者団体の自主的な取組を支援・促進する」とあるが、具体的な支援策と促進手段を明記すべきである。 また、消費者団体と事業者・事業者団体の連携・共同の支援・促進についても同様に具体的な施策に言及すべきである。
362	本文：第4章4(2)	基本計画(素案)においては、消費者団体の「自主的な取組」が強調されているが、多くの消費者団体の活動の財源は個々の消費者からの寄附や会費が中心となるとともに、活動の担い手となる人材の確保にも課題が多く、自主的な取組だけでは自ずと限界があることから、消費者団体の育成や活動に直結するような財政的支援も含めた支援策の検討と実施がなされるべきである。
363	本文：第4章4(2)	景品表示法上の差止請求権のうち、特に「優良誤認表示」について、広告内容の客観的真實性の有無につき主張・立証事項が専門技術的事柄に及ぶ場合には、適格消費者団体は消費者庁のような不実証広告規制のような権限も有しないため、申入れあるいは差止めの上で立証に困難を来す可能性がある。 そこで、差止訴訟の手續上の権限として適格消費者団体が相手方事業者に対して証拠提出を求める手續を設けるか、表示事項の合理的根拠資料を相手方事業者が訴訟において提出しない場合には優良誤認表示と推定する規定の新設等の立証手段強化の方策が検討されるべきである
364	本文：第4章4(2)	消費者行政の円滑な執行において、消費者団体の果たす役割は大きく、消費者団体の自主的な取組を支援・促進し、消費者団体の活性化を図るのは、喫緊の課題である。特に、最近では長年にわたって懸案とされたきた各種法律の制定・改正(「消費者教育推進法」、「食品表示法」、「消費者安全法」、「景品表示法」等)が相次いでおり、制度の周知や実効性の確保において、消費者団体の役割は一層高まっている。しかし、消費者団体の現状は、財政基盤の脆弱さや高齢化による組織の弱体化に直面しており、国等による財政支援を含めた活性化措置が急がれているところである。既に、消費者行政に対しては「消費者行政活性化基金」等の活用により消費者行政の拡充が図られているところであるが、消費者団体に対しても「消費者団体活性化基金」の新設等、具体的支援策を掲げ、国の本気度を示すべきである。
365	本文・工程表：第4章4(2)	消費者庁等設置法附則第5項の適格消費者団体への支援策が何ら具体化されていません。新しく立ち上がる団体に対しての支援については、一定の対策がとられてきましたが、既存の団体への支援策は、ほとんどありません。基盤確立に向けた具体策を盛り込んでいただきたい。
366	本文・工程表：第4章4(2)	現在の公益通報者保護法は、保護の対象が狭いほか、仮に対象になったとしても通報者が十分に守られないルールとなっており、抜本的な改正が必要である。したがって同法については「法改正」を明記すべきである。 また、これについては、KPIとして「官民の通報窓口に対する通報件数」を加えるべきである。信頼されている窓口には通報が多く寄せられる傾向が顕著であり、公益通報保護法が個別の相談窓口の信頼性向上につな

		<p>がっているかどうかの指標の一つになると思われる。</p> <p>本来の見直し時期大きくずれ込んでいることから、検討は平成 27 年度内に行い、必要な法改正を平成 28 年度中に行うべきである。</p>
367	本文・工程表：第 4 章 4 ( 2 )	<p>消費者問題の重要課題について被害の未然防止、拡大防止、被害救済の観点から機能することが期待される公益通報につき、通報者を保護する法制度を規定した公益通報者保護法について、この項目でしか登場していない。しかも、K P I として法律の認知度、通報窓口の整備状況等を挙げるのみである。</p> <p>消費者基本計画における同法の意義・位置付けがきちんとなされていないのは遺憾である。「第 4 章 5 年間で取り組むべき施策の内容」の「1 消費者の安全」、「2 表示の充実と信頼の確保」、「3 適正な取引の実現」の中にも公益通報者保護法の意義・位置付けを書き込むべきである。</p> <p>なお、工程表（素案）における公益通報者保護法の見直しは、既に法施行から 5 年後の見直し時期を過ぎており、通報者の範囲、通報対象事実の範囲、違反に対する罰則、保護措置など、この法律が機能するために改正が望まれている諸課題が現にあるのであるから、2 年後ではなく直ちにに取り組むよう訂正すべきである。</p>
368	本文・工程表：第 4 章 4 ( 2 )	<p>消費者団体・事業者団体・N P O の情報・意見交換の支援促進を具体的な施策として工程表に記載していただきたい。</p>
369	本文・工程表：第 4 章 4 ( 2 )	<p>消費者庁等設置法附則第 5 項の適格消費者団体への支援策が何ら具体化されていません。基盤確立に向けた具体策を盛り込んでいただきたい。</p>
370	本文・工程表：第 4 章 4 ( 2 )	<p>消費者を取り巻く環境の著しい変化もあり、消費者政策の分野・範囲は、広く高度専門的になってきています。時代の求める消費者問題・消費者政策を専門的に網羅していく方法のひとつとして、消費者庁のウェブサイトを活用できれば有益だと思います。K P I に採択されている「社会経済の変化等に対応した法令・ガイドライン等」は、活用しやすい方法で周知されることが望ましいのは言うまでもありません。例えば、消費者庁のウェブサイトを読めば、消費者基本計画に盛り込まれている政策に関する関係法令・ガイドライン等が参照できるようなインデックス的コンテンツがあれば、有益だと思います。同時に、関係資料のウェブサイトや資料にアクセスできるようにリンクされていれば、情報共有もされやすく消費者の利便性も向上します。消費者政策の専門家育成の自主的な取組を行うに際して、行政との情報共有を行いやすい方法をとれるよう周知が必要です。</p>
371	工程表：第 4 章 4 ( 2 )	<p>「消費者団体が行う公益的な活動についての育成・支援の在り方の検討」が平成 27～31 年度まで 1 つの矢印で表わされています。消費者団体の活動を育成・支援していただけることは大変有難いことですので、これを実現するためにも、期限と項目を明確化していただきたい。「在り方の検討と課題の抽出」、「施策の検討と実施」、「実施の検証」等を適切な期間に区切り、5 年間の中に盛り込んでいただきたい。</p>

372	工程表：第4章4(2)	<p>「消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成」のために事業者や事業者団体ができることは、「公益通報者保護制度の推進」に限りません。例えば、様々な団体が定めるマーク（SGマーク、STマーク、モバイルリサイクルマークなど）を消費者に周知し、消費行動に役立ててもらえるようにすることも必要だと考えます。また、洗濯絵表示の法制化とその周知にあたっては事業者の協力も重要です。マーク等表示の周知に対する事業者・事業者団体の取組の促進に関する施策を追加していただきたい。</p>
373	本文：第4章4(3)	<p>持続可能な消費の実践が求められるなかで、エネルギー教育について記載がないのは問題と考えます。3.11以降、エネルギーについては多くの関心と論議があるなか、電気及びガスの自由化が確実に進んでいくと見込んでいます。5年以内には大きな変化があると思われ、よりよい市場とよりよい社会の実現のために、環境に配慮したエネルギーの選択ができるよう消費者教育の充実が不可欠です。</p> <p>また、すでに自由化しているLPガスや石油、通信事業者、電気メーカーなどの参入で組み合わせ販売なども予想される中、消費者被害の拡大を防ぐことも求められており、安全・安心の裏付け、選択のための表示、公正な取引のための啓発や仕組み作りが不可欠と考えますので書き加えていただきたい。</p>
374	本文：第4章4(3)	<p>制度設計への消費者の参画にも言及すべきである。</p>
375	本文：第4章4(3)	<p>経済産業省は、「公正自由な競争の促進と公共料金の適正性の確保」については、特に、電気料金の値上げ申請に関して、その申請内容が、企業運営上のコスト削減努力が十分なされているのか、適正な需要予測、無駄と虚偽のないコスト計上を前提に厳しく審査し、また、自由化部門のうち産業用と業務用及び家庭など規制部門の各部門相互間の公平な負担配分が為されているかどうかまで掘り下げた上で審査を行うべきである。</p>
376	本文：第4章4(3)	<p>電気事業の新規事業者の参入自由化、実質的な競争条件の実現が十分に行われているかどうか、改めて検証して、更なる改善点について検討すべきである。</p>
377	本文：第4章4(3)	<p>消費者庁及び消費者委員会は、電気料金を巡る経済産業省が実施する施策が、十分に実施され、また実施されつつあるか、十分に検証・調査して、必要な改善点に対する意見を具申すべきである。</p>
378	本文：第4章4(3)	<p>持続可能な消費の実践が求められるなかで、エネルギー教育について記載がないのは問題と考えます。3.11以降、エネルギーについては多くの関心と論議があるなか、電気及びガスの自由化が確実に進んでいくと見込んでいます。5年以内には大きな変化があると思われ、よりよい市場とよりよい社会の実現のために、環境に配慮したエネルギーの選択ができるよう消費者教育の充実が不可欠です。</p> <p>また、すでに自由化しているLPガスや石油、通信事業者、電気メーカーなどの参入で組み合わせ販売なども予想される中、消費者被害の拡大を防ぐことも求められており、安全・安心の裏付け、選択のための表示、公正な取引のための啓発や仕組み作りが不可欠と考えますので追記していただきたい。</p>
379	本文：第4章4(3)	<p>「公共料金」に該当するサービスについて</p> <p>電力・ガスの小売事業の自由化等の動きにより、従来、公共料金として捉えられてきたものについても、他の一般的な商品・サービスと同様に市場において価格決定が行われるように至っている。</p> <p>基本計画では「決定過程の透明性、消費者参画の機会及び料金の適正性</p>

		の確保に向けた課題を検討し、実施する」との記載があるが、社会の変動に合わせ、公共料金としての適正性確保の対象として、いかなるものが相応しいかについても検討をすべきである。
380	本文・工程表：第4章4(3)	今後、電気・都市ガス料金が自由化されることにより、すでに自由化されているLPガス、灯油、ガソリン価格などを含め、すべての家庭用エネルギーが自由料金になります。家庭用エネルギーについては、自由市場を前提としつつも、それらが生活に不可欠な必需品であることから、基礎的なサービスを適正な価格で利用でき、適切な情報に基づいて選択する消費者の権利を確保するために、情報公開、苦情処理、物価動向のモニタリングと情報提供、行政による事後チェック、公正競争の確保、安全の確保など、行政が一定の関与をする新たな政策制度を検討する必要があります。そのための検討の場の設置を、計画と工程表に追記していただきたい。併せて、計画の見出し「～公共料金の適正性の確保」は、「～公共料金等の適正性の確保」に変更していただきたい。
381	本文・工程表：第4章4(3)	電気料金、都市ガス料金の自由化が進み、平成32年頃には家庭用エネルギーの全てが自由料金になる見通しである。生活に不可欠な必需品であり、自由市場を前提としつつも一定の行政関与が検討されるべきではないでしょうか。「電気料金・都市ガス料金の自由化動向も踏まえ、『公共料金の定義の見直し』を含めた、生活に不可欠なサービス・商品料金の在り方への行政の関与について政策・制度の検討を行う」ことを計画に入れ込んでいただきたい。
382	工程表：第4章4(3)	電気の小売料金自由化に向けた決定過程の透明性確保と消費者参画の機会確保については工程表に記述がありますが、都市ガスの小売料金自由化については記述がありません。都市ガス料金自由化の過程での透明性確保と消費者参画の機会確保についても、工程表に追記していただきたい。
383	本文：第4章4(4)	消費者を代表する委員とはどのような委員を指すのか。すべての人は消費者である。消費者代表だけではなく、多様なステークホルダーを代表する委員の参画を考えてみてはどうか。
384	本文：第4章4(4)	「パブリックコメント」などについての期間を十分とっていただきたい。
385	本文：第4章4(4)	【KPI】の4つ目の の末尾に、「及びパブリックコメントなどへの消費者による意見の提出状況」という文言を加えるべきである。
386	本文：第4章4(4)	情報発信については、ウェブサイトや紙媒体だけでなく、テレビ・ラジオを通じた情報提供が効果的であることから、その活用を図る方法や、財政的手当を具体的に提案し実行することが肝要である。
387	本文・工程表：第4章4(4)	消費者の意見反映に向けて意識調査を実施することとしていますが、生活実態を踏まえて政策推進していくため、合わせて国民生活に関する主要な経済指標を取りまとめて公表してはどうでしょうか。例えば 所得（一人当たり賃金伸び率）、 雇用（失業率、正規雇用比率）、 物価（消費者物価指数）、 労働時間、 所得格差、 環境指標・・・など。
388	本文・工程表：第4章4(4)	消費者の意見を適切に反映するための「消費者意識調査」は消費者被害額推計などと同様に継続的に調査し、施策状況や重要業績評価と連動して、評価の一端となり得るものであってほしいと思います。
389	工程表：第4章4(4)	調査は実施のみならず、調査によって消費者問題を抽出し、施策に生かしていかなければなりません。このような観点を文章に盛り込むとともに、KPIとして「調査結果に基づいて打ち出した施策数」を加えていただきたい。

390	本文：第4章 4（5）	「環境の保全に配慮した施策としては、やエシカル消費の普及啓発の取組があるが、それらに加え、温室効果ガス削減による低炭素社会の実現及び、、、、、、、情報発信や普及啓発を推進する。」とありますが、「それらに加え」の前の部分と後ろの部分は、逆になっています。持続可能な社会である消費者市民社会の実現のためには、後半の部分は基礎となるものなので、「エシカル消費の普及啓発の取組内容として、」とすべき。「その際、有機農産物を始めとする環境に配慮した農産物に対する理解と関心についても増進を図る。」とありますが、何故ここで「有機農産物」だけを取り上げてあるか疑問です。環境に配慮した農作物は「有機」だけではありません、地域で採れる旬のものを選ぶことも環境配慮です。さらに、食品ということなら、肉類、の魚などにも同じように環境配慮が求められます。さらに、海外からの輸入が多い木材や紙製品についても環境配慮が必要です。もっと広く、「環境に配慮した商品に対する理解と関心についても増進をはかる」とすべきではないかと思えます。
391	本文：第4章 4（5）	環境配慮は消費者市民としての（1）の消費者教育の一環と位置付けられており、全く別項目になっていることに違和感があります。
392	本文：第4章 4（5）	「消費者の理解を増進するための情報発信や普及啓発を推進する」には、事業者・事業者団体も併記すべきである。 また、その視点に立った双方の連携・共同およびその支援策についても明記するべきである。
393	本文：第4章 4（5）	「環境の保全に配慮した施策としては、ESDやエシカル消費の普及啓発の取組があるが、それらに加え、温室効果ガス削減による低炭素社会の実現及び資源の循環的な利用等により天然資源の消費を抑制し、環境へのできる限り低減される循環型社会に形成に向けた情報発信や普及啓発を推進する。」とありますが、「それらに加え」の前の部分と後ろの部分は、逆で、持続可能な社会である消費者市民社会の実現のためには、後半の部分は基礎となるものなので、「エシカル消費の普及啓発の取組内容として、」とすべきです。
394	本文：第4章 4（5）	「その際、有機農産物を始めとする環境に配慮した農産物に対する理解と関心についても増進を図る。」とありますが、何故ここで「有機農産物」だけを取り上げてあるか疑問です。環境に配慮した農作物は「有機」だけではありません、地域で採れる旬のものを選ぶことも環境配慮です。さらに、食品ということなら、肉類、魚などにも同じように環境配慮が求められます。さらに、海外からの輸入が多い木材や紙製品についても環境配慮が必要です。もっと広く、「環境に配慮した商品に対する理解と関心についても増進を図る」とすべきです。
395	本文・工程表：第4章 4（5）	今日のグローバル化した社会においては、私たちの消費行動が世界的な環境問題とつながりがあることを理解することが重要です。消費生活と地球規模の環境問題とのつながりについての啓発を強化する必要があります。
396	本文・工程表：第4章 4（5）	商品・サービスに関わる環境情報の中には、根拠が曖昧なものや消費者の誤解を招くような情報も見られます。こうした消費者の誤解を招きかねない環境情報を監視する仕組みの検討も、計画と工程表に追加していただきたい。また、計画と工程表には農産物についての記述がありますが、水産物についての記述がありません。水産物については、水産資源の枯渇、生物多様性の喪失が大きな問題となっており、この問題には消費者の行動も深く関わっています。これらの問題に関する消費者啓発や調査研究の実施についても、計画と工程表に追記していただきたい。

397	本文・工程表：第4章4(5)	「消費者市民」を増やしていくためには、消費者が自ら選択して公正で持続可能な社会の形成に積極的に参画できるような環境整備、例えば表示制度の整備が必要です。家庭用エネルギー料金の自由化も踏まえつつ、再生可能エネルギーを消費者がより選択しやすくなるような仕組みの検討を、計画と工程表に追記していただきたい。
398	本文・工程表：第4章4(5)	<p>環境保全の取組とは、一般的に以下のように分けられます。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 事業者等の事業活動による地球全体の温暖化又はオゾン層破壊の進行、海洋の汚染、野生生物種の減少その他の地球の全体又はその広範な部分の環境に影響を及ぼす事態に係る環境の保全のための取組。</li> <li>2. 公害などの環境保全上の支障のうち、事業者等の事業活動に伴って生じる相当範囲にわたる大気汚染、水質汚濁、土壌汚染、騒音、振動、地盤の沈下及び悪臭によって人の健康又は生活環境に係る被害が生ずる公害の防止のための取組。</li> <li>3. 天然資源の使用削減、再利用、リサイクル等（水を含む）のための取組。</li> <li>4. その他、事業者等の事業活動により環境に加えらるる影響であって、環境保全上の支障の原因となるおそれのある環境負荷の低減のための取組。</li> </ol> <p>しかしながら、今回の消費者基本計画での工程表P.66(5)環境の保全に配慮した消費行動と事業活動の推進の～では、その評価手法がイベント回数やウェブサイトへのアクセス数のみで、持続可能な開発のために求められる原則、価値観及び行動が、あらゆる教育や学びの場に取り込まれること、またそのことにより環境、経済、社会の面において持続可能な将来を実現するための行動の変革をもたらすことを目指すものとなっていないことは問題です。</p>
399	工程表：第4章4(5)	水銀条約の国内対策の具体化が5ヵ年計画で始ろうとしている。計画に沿って、国民・消費者への周知と実施施策への協力を促す計画を持つべきである。
400	本文：第4章5	消費者庁に設置された消費者の財産被害に係る行政手法研究会が取りまとめた報告書「行政による経済的不利益賦課制度及び財産の隠匿・散逸防止策について」を踏まえ、政府が専門調査会又は研究会を速やかに設置して、消費者庁に破産手続開始申立権を付与することが適切な事案の要件等を検討し、早期に立法による実現をすべきである。
401	本文：第4章5	報告書「行政による経済的不利益賦課制度及び財産の隠匿・散逸防止策について」を踏まえて、政府が諸外国の制度も参考にして、特に悪質商法による消費者被害救済のため、事業者の資産を迅速に保全した上で消費者の被害回復を図る制度を実現すべく、検討チームを速やかに立ち上げて、立法化に向けた具体的検討を開始すべきである。
402	本文：第4章5	「対象範囲の拡大等、幅広く消費者被害が救済できるよう製造物責任法の改正を検討する」旨を盛り込むべきである。
403	本文・工程表：第4章5	人口減少・高齢化、過疎化、情報化などの変化の中で、通信、郵政など生活を支える基盤についてユニバーサルサービスの在り方が問われています。問題意識として加えるべきである。

404	本文・工程表：第4章5	<p>「相談や紛争処理を行っている組織・団体の活用促進も重要」との記載に加え、相談や紛争処理を行っている消費者団体への財政面での支援を検討していただきたい。</p> <p>(理由)</p> <p>相談や紛争処理といった活動をしている消費者団体は、それらの活動の経費を会費・寄附金等で賄っており、活動の維持・発展に苦労しています。</p> <p>相談や紛争解決といった活動は、非常に公益性が高く、消費者団体が行う場合は消費生活相談員経験者等の専門家が関与しており、あっせんも積極的に行われているケースが多いと認識しております。</p> <p>また、それぞれの消費者団体は、これらの相談等で得た情報から実情に応じた政策提言も行っています。</p> <p>これらの活動の維持・発展のために、財政面での支援を検討していただきたい。</p>
405	本文・工程表：第4章5	<p>消費者の財産被害の回復に資する行政手法の研究を引き続き進めていただきたい。</p> <p>(理由)</p> <p>平成25年に消費者庁で取りまとめられた「消費者の財産被害に係る行政手法研究会」報告書では、「行政が直接消費者の被害救済を図るための手法・制度」、「(行政が)事業者の財産保全するための方法」等について、制度概要を提示し、検討課題を整理しています。</p> <p>景表法の課徴金制度については、平成26年11月に成立した改正景品表示法の法改正により、不当な表示をおこなった事業者に対する課徴金制度が導入されることになりましたが、多岐にわたる消費者被害の救済を進めるためには、更に行政手法の検討が必用であり、消費者被害救済のための行政手法の導入について、「消費者の財産被害に係る行政手法研究会」報告書をベースに制度の在り方について検討を進めていく旨を記載していただきたい。</p>
406	本文：第4章5(1)	<p>「消費者裁判手続特例法の施行に向けて、消費者団体訴訟制度の周知・広報を進める」とありますが、この制度の主旨を考えるならば消費者教育においても制度の周知を図るべきと考えます。</p>
407	本文：第4章5(1)	<p>消費者被害からの救済、苦情処理、紛争解決が円滑に行われる上で、適格消費者団体及び特定適格消費者団体の役割は重要である。「適格消費者団体及び特定適格消費者団体に対する支援」においては、事業者の活動に過度に影響が生じたり、健全な経済活動に必要な以上の負担を与えかねない特定適格消費者団体の公正性、中立性や問題対応力の資質が保たれるよう、認定においては資質、資格要件を厳格に検証されるとともに、認定後の監督・指導にも齟齬の無いよう取り組んでいただきたい。</p>
408	本文：第4章5(1)	<p>事業者の苦情体制整備とレベルアップのために、国際規格である苦情対応マネジメントシステムISO1002の導入促進、事業者ADR推進のためにISO10003の普及についても言及していただきたい。</p>

409	本文：第4章 5(1)	<p>消費者被害の救済として、相談窓口の拡充やADRや消費者裁判手続法などの選択肢を充実させ、これまで一定の効果はあったと思われる。しかし、最終手段である司法解決のハードルはいまだに高い。その原因としては、悪質な事業者に対する司法解決が、相手の特定が困難であることや執行可能性の不透明さにより費用倒れのリスクが高く、泣き寝入りとなるケースが多いことが挙げられる。インターネット取引が今後も増加している現代において、匿名性が今後も高くなることは容易に想定でき、取引の態様を見直し、現行の訴訟手続の限界を見直す必要があると考えます。そのためには、消費者被害における裁判手続での問題点等の検討を開始すべきである。</p>
410	本文：第4章 5(1)	<p>ADRは消費者にとって非常に期待すべき事項である。裁判せずとも効用が得られるからである。</p> <p>「ADRについては、商品・サービスにより、類似の紛争が多く典型的な処理が可能あるいは紛争処理に専門的知識を要するといったものもあり、そのような場合には、商品・サービス別のADRが有効である。例えば、金融分野や商品先物取引、住宅、不動産、建設工事などについては、ADRが整備されている。」と記載されているが、この案ではADRがどのようになって行くべきかが分からない。ADRの普及促進や実績や効果を上げていくことを記載すべきである。</p> <p>また、例示も「金融分野や商品先物取引、住宅、不動産、建設工事」と挙げられているが、他にも多くあるので、広範に記載すべきである。同じようなものを3つも並べるのではなく他にもいろいろあるので追加すべきである。なお、ADR機関としては以下が挙げられる。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・製品被害（家電製品PLセンター、生活用品PLセンター）</li> <li>・医薬品被害（医薬品PLセンター）</li> <li>・公害からの生命身体の安全（公害等調整委員会）</li> <li>・電子商取引やインターネット被害（ECネットワーク）</li> <li>・事故の賠償（交通事故紛争処理センター）</li> </ul>
411	本文：第4章 5(1)	<p>消費者被害の未然防止・拡大防止の役割を担っている適格消費者団体及び特定適格消費者団体に対する支援を考える方向性には、大いに賛成である。</p> <p>具体的には団体の活動が収益目的でないこと、特に差止関係業務はすべて寄付とボランティアワークに頼らざるを得ないこと、被害回復関係業務も団体の運営経費を賄うような利益を上げることが想定されないこと、にも関わらず公益を実現するものとして法律上位置付けられていることを十分踏まえるべきである。</p> <p>その上で、支援するかどうかではなく、財政基盤の充実強化が公益上必要であることを前提に、これらの団体の持続可能性の確保とそのための方策を強く打ち出す必要と考えます。</p>
412	本文：第4章 5(1)	<p>適格消費者団体の活動の中心は弁護士です。訴訟に関連する案件以外の事業者に関する情報もPIO-NETには登録されています。当該訴訟に関連する情報以外の検索ができないシステムであれば、問題はありますが、PIO-NET 端末の設置によってすべての情報の検索が可能であれば、弁護士の職務上利害関係人である事業者の情報を得ることができることになります。弁護士法上の規制では考えられない弁護士による横領等の事件が発生する現在、適格消費者団体へのPIO-NET 端末の設置には慎重に対応していただきたい。行政機関以外へのPIO-NET 端末の設置に伴い、適格消費者団体の業務円滑の実現よりも、利害関係人に関する情報入手の危険性を尊重して御検討を続けていただきたい。</p>

413	本文：第4章 5(1)	<p>消費者の被害救済のためには、まず何よりも、被害者となってしまった個々の消費者が、加害者である事業者に対して、自らの被った被害の回復を実現しやすい法的環境を整備することが必要である。</p> <p>この点、個々の消費者が事業者に対して、不当勧誘行為や不当条項で被った被害の回復を実現しやすいようにするためには、予見可能性の低い民法の不法行為規定や公序良俗規定では不十分であり、消費者契約に関する民事ルールを規定する消費者契約法を予見可能性の高いものへ拡張・整備することが必要不可欠である。</p>
414	本文：第4章 5(1)	<p>平成19年に運用が開始された消費者団体訴訟制度を担う適格消費者団体は、事業者の不当な行為に対する差止請求業務を通じて、消費者被害の未然防止・拡大防止に極めて大きな役割を果たしている。</p> <p>しかしながら、現在、適格消費者団体に対する行政からの直接的な財政的支援は一切なく、会員からの会費等の金銭的拠出と運営に携わる消費生活相談員、弁護士、司法書士、学者等の専門家をはじめとする会員のボランティアによる活動に支えられ、さらに、適格消費者団体が、消費者裁判手続特例法に基づく特定適格消費者団体として認定を受けて、集団的消費者被害回復に係る訴訟制度を担うことになった場合、業務量が格段に増加するだけでなく、簡易確定手続のための通知・公告費用を始め財政的負担は更に大きなものとなることから、多発する消費者被害救済の必要性に十分に応えるためには、財政基盤の充実が必要であることは言うまでもない。</p> <p>適格消費者団体及び特定適格消費者団体が、消費者被害を生まない社会を形成に寄与する極めて公益性の強い制度の担い手であることを踏まえ、直接的な財政的支援を含めた実効性のある積極的な支援策が検討・実施されるべきである。</p>
415	本文：第4章 5(1)	<p>適格消費者団体による差止請求制度（いわゆる消費者団体訴訟制度）の対象となる事業者の不当な行為については、より消費者被害の未然防止・拡大防止に資する制度とすべく、対象となる事業者の不当な行為の範囲を更に拡大することを検討すべきである。</p> <p>また、集団的消費者被害回復に係る訴訟制度については、我が国において初めて導入される制度であることから、本制度の実施状況を踏まえ、より実効性のある制度とするために、手続モデルとしてのオプト・アウト型の制度やオプト・アウト方式を組み込んだ総額判決制度の導入も含め、制度の拡充に向けた見直しを積極的に行うべきである。</p>
416	本文：第4章 5(1)	<p>適格消費者団体及び特定適格消費者団体に対する支援については、その在り方を検討し、それを踏まえた施策を実施するとしているが、現時点において具体的方針を打ち出せないのは問題と言わざるを得ない。</p> <p>適格消費者団体の活動は、差止請求等の取組等を通じ、消費者被害の拡大防止等消費者行政の一翼を担っており、更に今後、特定適格消費者団体の発足時には、消費者被害の集団的救済に向けた取組が期待されているところである。</p> <p>適格消費者団体の財政状況は厳しく、運営スタッフ等ボランティアで活動しているのが実情である。今後、特定適格消費者団体への移行に際し、財源問題がネックとなるのは必至であり、財政支援措置を含めた積極的な支援策を記載すべきである。</p>
417	本文：第4章 5(1)	<p>A D R実施主体に関する適切な記載について</p> <p>紛争解決にあたって、商品・サービス別のA D Rが有効であることは基本計画素案P.27の記載のとおりである。</p> <p>ただし、素案では、「例えば、金融分野や商品先物取引、住宅、不動産、建設工事などについては、A D Rが整備されている。」との記載がな</p>

		<p>されているが、ここで例示されている以外にも、自動車や家電製品に関するADRなど、有効に機能を果たしているものが存在する。</p> <p>今後5年間の指針となる消費者基本計画において、例え例示とはいえ、他の重要なADRの記載が抜けていると誤解を招きかねないことから、より詳細に記載を行うか、例示を削除すべきである。</p>
418	本文・工程表：第4章5(1)	<p>消費者裁判手続特例法に基づく新たな訴訟制度は複雑で、一般の消費者には理解しづらいのが実情です。消費者が救済を受ける権利の行使のためにできた新制度であり、消費者が制度を知り、まずは特定適格消費者団体に相談できる環境を醸成する必要があります。消費者庁は、消費者が活用しやすい制度設計とともに制度の周知・広報活動を着実に実施していただきたい。</p>
419	本文・工程表：第4章5(1)	<p>多岐にわたる消費者被害の救済を進めるためには、景品表示法に係る課徴金制度のみならず、被害を発生させた事業者の財産を保全したり、消費者の被害回復を直接図るなど更なる行政手法の検討が必要であり、「消費者の財産被害に係る行政手法研究会」報告書をベースに更に制度の在り方について検討を進めていく旨を計画と工程表に追記していただきたい。</p>
420	本文・工程表：第4章5(1)	<p>「相談や紛争処理を行っている組織・団体の活用促進も重要」との記述がありますが、消費者団体が行っている事業については、会費・寄附金から持ち出す費用構造になっているのが実態です。この活動の公益性を踏まえ、財政面での支援についても検討することが必要である。</p>
421	本文・工程表：第4章5(1)	<p>消費者裁判特例法の施行に向けて、消費者団体訴訟制度の周知・広報を進めるとありますが、消費者教育としても取り組む必要があります。</p>
422	本文・工程表：第4章5(1)	<p>平成25年の消費者庁「消費者の財産被害に係る行政手法研究会」報告書では、「行政が直接消費者の被害救済を図るための手法・制度」、「(行政が)事業者の財産保全するための方法」等について制度概要を提示し、検討課題を整理しています。景品表示法の課徴金制度については平成26年の法改正で導入されることになりましたが、多岐にわたる消費者被害の救済を進めるためには、更に行政手法の検討が必要である。同報告書をベースに制度の在り方について検討を進めていく旨を記載していただきたい。</p>
423	本文・工程表：第4章5(1)	<p>消費者団体が行っているADRも公益的役割を果たしており、公的支援を検討すべきである。また、PLセンターに関して記載していただきたい。</p>
424	本文・工程表：第4章5(1)	<p>多重債務問題の解決に向けた取組を行っている民間団体もあります。関係省庁だけでなく、連携して進めることが必要である。</p>
425	本文・工程表：第4章5(1)・(3)	<p>越境消費者トラブルを解決する取組として、相談できる相手国の拡大を図るべきである。KPIとして目標国数を設定すべきである。</p>
426	本文・工程表：第4章5(1)	<p>消費者団体が行っているADRも公益的な役割を果たしており、被害救済、苦情処理、及び紛争解決の促進に資しています。情報上、運営上の支援を図る必要があると思います。計画に記載いただきたい。</p>
427	本文・工程表：第4章5(1)	<p>消費者裁判手続特例法の施行後は直ちに特定適格消費者団体が新制度を活用できるよう、制度施行前に特定適格消費者団体を目指す団体への財政措置を含めた活動への支援を早急に実施すべきである。</p> <p>適格消費者団体設立の促進だけでなく、既存の適格消費者団体への支援を実施すべきである。</p>

428	工程表：第4章5(1)	適格消費者団体及び特定適格消費者団体への支援についても、計画(素案)と工程表(素案)に明記されていますが、消費者裁判手続特例法が施行されれば、特定適格消費者団体への財政面での支援とともに情報面での支援も一層重要になります。現行の消費者基本計画には、適格消費者団体へのPI0-NET 端末の設置の検討が明記されていますので、引き続き、工程表に記載し、なるべく早く具体的な検討を実施していただきたい。
429	工程表：第4章5(1)	消費者裁判手続特例法に係るガイドライン等の策定にあたっては、各業界団体に対するヒアリングやパブリックコメントの実施等、各界各層の意見を幅広く聴取し、慎重な検討、周知徹底を行うべきである。
430	工程表：第4章5(1)	消費者団体訴訟制度の周知・広報にあたっては適格消費者団体からの意見を十分に反映して進めるべきである。特に、消費者裁判手続特例法の施行前に新制度の周知・広報を徹底するとともに、特定適格消費者団体を騙る制度悪用等を未然に防止するために必要な体制を整えるべきである。
431	工程表：第4章5(1)	適格消費者団体へのPI0-NET 端末の設置については、各種差止請求権の有効活用はもとより、消費者裁判手続特例法の施行時にはより多くの被害が発生している事案を把握するためにも、適格消費者団体に設置し、消費者裁判手続特例法運用開始以前に運用を通じた改善を図ることができるよう、可及的速やかに費用面も含めた諸準備を進めるべきである。
432	工程表：第4章5(1)	ADRについては、金融、商品先物取引、住宅、不動産、建設工事が記載されているが、他にも多くあるので、広範に記載すべきである。以下のような内容を追加すべきである。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・製品被害(家電製品PLセンター、生活用品PLセンター)</li> <li>・医薬品被害(医薬品PLセンター)</li> <li>・公害からの生命身体の安全(公害等調整委員会)</li> <li>・電子商取引やインターネット被害(ECネットワーク)</li> <li>・事故の賠償(交通事故紛争処理センター)</li> </ul>
433	工程表：第4章5(1)	「丁寧に事情を聞いてアドバイスを行う相談窓口の整備・強化」のKPIとしては相談窓口数、相談件数が、「多重債務者発生予防のための金融経済教育の強化」のKPIとしてはプログラム開発数とその実施回数と考えられます。
434	本文：第4章5(2)	「インターネットは、(中略)18歳未満の青少年に浸透している」とありますが、インターネットは高齢者も含む広い世代に普及しています。高度情報通信社会の進展という項目で記載するのであれば、18歳未満の青少年ばかりでなく広い世代の消費者利益の擁護・増進として取り組むべき課題と考えます。
435	本文：第4章5(2)	平成26年は特殊詐欺の年間被害総額が過去最悪を更新した。この背景には高齢者の電話番号や家族構成も掲載されている名簿の存在が指摘されている。また大手企業の個人情報流出事件などにおいても、報道によると転売・転々売先が特定できない程広がったことから、この情報を扱う名簿業者が幅広く存在していることが伺える。悪質商法被害は、一度被害にあった者の名簿が利用され二次被害、三次被害に遭うとされている。 悪質事業者のツールとされる、連絡手段である携帯電話、決済手段である預金口座には不正利用を防止するための法整備がなされているが、市場調査手段である名簿業者の規制がないことで被害が拡大しているおそれがあることから、早急に現況調査を開始し、関連法との検討を開始すべきで、本計画においても重要視すべきである。

436	本文：第4章 5(2)	<p>大いに賛成だが、青少年のネット問題には教育から規制、技術面の工夫、事業者の工夫といった総合的な対策が必要であることから、より一層の具体策を盛り込むべきである。</p> <p>また、パーソナルデータについては、消費者の同意を安易に擬制したり、消費者のプライバシーが侵害されても被害回復が出来ないといった現状を改める方向に法政策を動かすべきである。</p> <p>特に、「パーソナルデータの利活用に関する制度改正大綱」では不十分な検討結果しか現れていなかった名簿屋対策の問題について、中長期的な課題が残されている。具体的には、個人情報を脱法的に売買しているところに何らかの透明化と消費者のオプトアウトの機会を保障することが必要だと考えます。</p>
437	本文：第4章 5(2)	<p>パーソナルデータについては、その利活用を図ることが強調されることがあるが、消費者被害の背後に名簿業者の存在があることが指摘され、消費者保護の観点からはプライバシーに配慮した法規制が望まれるところであることから、機微情報、一般個人情報、準個人情報、個人識別性低減データ等のパーソナルデータの類型ごとに利活用と規制の在り方を定めた法規制を検討すべきである。</p>
438	本文・工程 表：第4章5 (2)	<p>社会保障と税の一体改革に伴い、「社会保障と税の公平化・効率化」を謳い文句としてマイナンバー制度が導入されます。情報の分散管理と銘打ってはいますが、諸外国での制度設計・運用に比較すると情報管理面での課題も山積していると思われます。「社会保障・税番号制度 国民ID制度 身元証明書制度 プライバシー保護制度への制度分割(マイナンバー法のすべて(八木晃二編著参照))」も一例だと思われます。なりすましや情報漏えいに対する対策や救済制度の整備も改めて行うことが肝要です。個人情報保護法に比べ、罰則規定は厳格になるようですが、将来的には情報の民間活用を視野に入れていることから考えても、利便性と同時に過失・犯罪への対策を行えるような具体的施策が必要です。長期的視野に立った施策を考えるべきです。</p>
439	工程表：第4 章5(2)	<p>個人情報保護法については、改正の骨子案がすでに公表され、今通常国会に改正案の提出が予定されています。マイナンバー制度についても、預貯金付番のための関連法案が今通常国会に提出される予定で、医療等分野へのマイナンバーの利用範囲・情報連携の範囲拡充も検討が進められています。これらの制度の導入にあたっては、消費者の知らされる権利や救済を受ける権利が十分に保護される仕組みを検討し、実施することを工程表に追記していただきたい。なお、計画にはマイナンバー制度についても記述がありますが、工程表には個別施策の記述がありません。工程表のKPIには、消費者意識基本調査の結果(個人情報の事業者への提供関連)も追加していただきたい。また、工程表に「法の定め以上に個人情報の提供を控えたり、(中略)いわゆる「過剰反応」が生じていることを踏まえつつ」とありますが、平成26年7月9日に発覚した顧客情報大量流出事件など個人情報の流出事案も後を絶たず、経済産業省は「個人情報の保護に関する法律についての経済産業分野を対象とするガイドライン」を平成26年12月に改正しました。「過剰反応」を記載するのであれば、「一方で、後を絶たない個人情報流出事案が消費者に与える不安感にも十分留意し」と、工程表に追記していただきたい。</p>
440	本文：第4章 5(3)	<p>越境消費者トラブルの相談対応を行う国民生活センターにおいては、充実した相談体制を組み、連携先となる海外機関との連携強化・拡大においては、その重要性に鑑み、消費者庁において可能な限り協力をすべきである。</p>

441	本文：第4章 5(3)	越境消費者紛争の実効的な解決のために、ADR制度の創設に向け、調査検討を速やかに進め、国際標準化活動としては、消費者契約に関するルールの国際共通化に向けた議論を開始すべきである。
442	本文：第4章 5(3)	越境取引がますます増加しトラブルも比例して増加することは確実である。消費者からの相談対応窓口の更なる充実が必要である。個別の解決・未然防止のために、海外諸国との実効性のある連携を国として行うよう求めます。
443	本文・工程 表：第4章5 (3)	国連貿易開発会議(UNCTAD)では、現在、国連消費者保護ガイドラインの改定作業を進めています。消費者団体の国際的な連帯組織である国際消費者機構(CI)も、このガイドラインの改定を重視して提言を取りまとめ、世界中の会員団体を通してCIの提言への支持を各国政府に呼びかけています。国連消費者保護ガイドラインの日本国内での周知と施策への反映を、計画と工程表に追記していただきたい。
444	本文・工程 表：第4章5 (3)	国連貿易開発会議(UNCTAD)では、現在、国連消費者保護ガイドラインの改定作業を進めています。国連消費者保護ガイドラインの日本国内での周知と施策への反映を、計画と工程表に追記していただきたい。
445	本文・工程 表：第4章5 (3)	越境消費者トラブルを解決する取組として、相談できる相手国の拡大が必要で、KPI欄に目標国数を明記することこそ、本来の重要業績評価指数となると考えられます。
446		国連貿易開発会議(UNCTAD)では、現在、国連消費者保護ガイドラインの改定作業を進めていると聞いています。国連消費者保護ガイドラインの改定される内容は、日本の消費者政策にも反映されるものと考えます。
447	本文：第4章 6	消費者が「身近な存在」として認識され、困ったときに「頼りになる」存在として機能するには、東京だけでなく地方事務所等の開設が不可欠である。現に、公正取引委員会においては、地域ブロックごとに地方事務所を開設し、地域における「身近な存在」で「頼りになる」機関として、実績をあげているところである。政府の重要な政策課題である「地方創生」を実現するためにも、消費者庁の地方事務所開設へ向けた考え方を記載すべきである。
448	本文：第4章 6	消費者ホットラインの3桁化にあたって、これまで以上に周知徹底すること、同時に受け皿である相談窓口の更なる充実、レベルアップを図る必要がある。なお、消費者対応窓口がない市町村は4箇所になっていると消費者庁は地方公共団体の消費者行政が進んでいるように発表しているが、実際には消費生活相談員もおらず、対応する職員も他の業務との兼務者が多いのが実情である。このような状況の改善が行われるよう、名実ともに充実した消費者行政が実現するよう、消費者庁が地方支援を継続して実施すべきである。 また、土日祝日の相談窓口開設を各地方公共団体へ促すこと、さらに消費者団体による相談窓口の活用をするべきである。そのための予算配慮等、手厚い支援が必要と考えます。
449	本文：第4章 6(1)	「消費者政策に関する専門家の育成に努める」という記述があるが、その具体的内容が何ら示されていない。消費生活相談員の専門性の向上に向けて、これまでに研修の充実や国家資格化や雇止めの抑止などの施策が行われてきたが、まだ道半ばである。引き続き、これらの施策を数年間かけて推進すべきである。
450	本文：第4章 6(1)	地方消費者行政活性化交付金によって地方公共団体の消費者行政予算は増加しているが、消費者行政担当職員は減少傾向が続いている。消費者庁は、地方の消費者行政担当職員が増員されるよう地方公共団体へ働きかけ

		ること、消費者庁と国民生活センターは、消費者行政担当職員の資質の向上に向けた抜本的な研修の充実に取り組むことが必要である。
451	本文・工程表：第4章6(1)	消費者行政の充実を図る上で、消費者団体・事業者との意見交換は必須である。中央だけでなく、地方での開催もKPIに設定して、政策の見直しに活かしていただきたい。
452	本文・工程表：第4章6(1)	疲弊した地方が多くあり、満足な消費者行政を担えない状況にあります。そのため消費者行政が単独でできない場合には、地域の既成組織を利用することも奨励すべきであり、記載すべきです。 まさに消費者安全法における地域協議会の設置等を積極的に奨励する必要があります。
453	工程表：第4章6(1)	工程表に、消費者庁における国際担当の体制強化が盛り込まれていますが、消費者庁内の国際担当者間の連携強化とともに、国際的な消費者課題でも消費者団体との連携が重要です。消費者団体との連携強化を、工程表に追記していただきたい。
454	工程表：第4章6(1)	消費者からの商品や役務、事業者等、所管の法律・制度、所管法に関わる違反疑い・事例などに関する情報・相談・提案を受け付ける体制を維持・強化して充実に努める(主な窓口は下表のとおり)。【消費者庁、関係省庁等】とありますが、「消費者ホットライン」を始め、「公益通報者保護制度相談ダイヤル」や「個人情報保護法質問ダイヤル」など、連絡先が電話番号のみの記載となっています。障害者権利条約では、手話や文字表記、触覚など、意思疎通のあらゆる形態、手段、様式をコミュニケーションと定義し、自ら選択するコミュニケーションにより、表現及び意見の自由についての権利を行使することができることを確保するためのすべての適当な措置をとること等を規定されています。聴覚障害者の情報アクセス・コミュニケーション保障の観点から、全国の官公庁等において、問い合わせ先に電話番号だけでなく、FAX番号及びEメールアドレスを併記するよう義務付けるべきと考えます。
455	本文：第4章6(2)	「消費者行政ホットライン」の3桁化の実施により消費者相談が、質的には複雑化し、量的にも大幅な増大が予想されます。しかしながら、「消費者行政及びこれに携わる者の資質向上を図る」としか記述されていません。量的な側面の充実も求めます。
456	本文：第4章6(2)	地方消費者行政の充実・強化を実効有らしめるため、各地域での必要な体制整備、推進に遅延や格差を生じさせないことが大切である。そのためにも「地方の自主的な取組への支援」に留まるのではなく、消費者庁が主体となって各地方公共団体をリードしていくことが重要である。
457	本文：第4章6(2)	新たな消費生活相談員資格試験制度については、消費者相談の現場に混乱や影響が生じないように進めていただきたい。更に、「消費者行政及びこれに携わる者の資質向上」という観点では、事業者としても協力できる領域であるので、各業界関係者からの講義等を組み込んだ実践的な研修を実施することを推奨したい。

458	本文：第4章 6(2)	<p>地方に出先機関を持たない消費者庁が、消費者行政を機動的に推進するためには、全国各地における被害情報の収集とPIO-NETを通じた集約が不可欠であり、そのためには各地の消費生活センターの拡充と相談員のレベルアップが重要である。</p> <p>全国各地で消費生活相談員と法律専門職として司法書士との連携構築を目的とするセミナーが開催され、いくつかの地域で継続的な勉強会や情報交換会が開催されるようになってきている。このような連携は、相談員にとっては抱えている事案を法的に整序したり、裁判例の動向を知っておいたりすることで、事業者との交渉を円滑に進めることができ、相談者にとっても「裁判」という選択肢を提示することができる。裁判の経過や結果は、担当した司法書士から再び相談員にフィードバックされることにより、消費者をめぐる地域司法はますます重厚となり、消費者の安心・安全な消費生活に寄与することが明らかである。</p> <p>よって地方における消費生活相談員と法律専門職との現場レベルでの「顔の見える連携」の構築を、消費者庁主導の下で推進すべきである。</p>
459	本文：第4章 6(2)	<p>平成12年から3年間は、山梨県でも意識的に取り組んできたが、4年目以降はせっかくの予算やメニュー提案が活かされていない。地方公共団体担当課の責任者、担当職員は頻繁に異動となる。消費者行政の在り方を認識できる行政職員研修が必要である。現状把握のため、地方公共団体への調査・聞き取り等が行われると思うが、行政職員への聞き取りだけでは、実態把握には不十分である。担当職員の認識の差が大きく、相談員とのコミュニケーションも不十分な場合がある。相談員待遇の問題等は相談員に聞かなければ把握できず、改善にはつながらない。地域で消費者行政調査をしている消費者団体の意見や実際に携わる相談員の直接の声を聞き取る必要がある。消費者行政の優先順位が相変わらず低い現状があり、首長の意識改革を促すための施策も必要である。</p>
460	本文：第4章 6(2)	<p>質の高い相談を受けられる体制の整備には大いに賛成だが、特に消費生活相談員の人材確保・向上については、その待遇改善が是非とも必要であり、将来的には専門職として育ていけるような存在を目指して、各種の施策を立案実行していく必要がある。</p> <p>具体的に相談員の各地方公共団体における正規雇用を推進・実現することが必要だと考えます。</p>
461	本文：第4章 6(2)	<p>北海道においては、平成17年支庁における地域相談所を廃止し、消費生活相談推進員を置くこととされたが、地方の相談の充実のため地域相談所を復活させるべき。</p>
462	本文：第4章 6(2)	<p>取り組むべき各施策が紹介されているが、末尾に「上記については、有効なものとなっているかどうかなど検証もしつつ、支援強化を図っていく」とすべきである。</p>
463	本文：第4章 6(2)	<p>消費生活相談員の専門性に配慮した任用を地方公共団体に働きかけ、地方公共団体における消費生活相談員の処遇を一層改善してください。PIO-NET入力業務に対する報酬を国が負担していただきたい。</p> <p>PIO-NETについて、相談員の負担軽減や情報分析機能の向上に資するため、国民生活センターと連携して、入力負担の軽減及び検索の精度向上・効率化及び相談件数の大幅な早期登録の実現を図るなど、抜本的な刷新に取り組んでくださっているところですが、相談業務の中で、相談カード(PIO-NET)入力は相談員にとって難儀極まりない状況にあります。</p> <p>1. 複雑な相談情報をいかに短い文章で問題点を明らかにしながらいかに整理、制限字数内のあるなかでの入力</p>

		<p>2．商品役務サービス（第一商品キーワード）の選択</p> <p>3．国民生活センターが決めたルールに従って入力できたかの確認</p> <p>4．誤字・脱字チェック</p> <p>相談情報を利用する関連省庁が、入力に関する費用を負担をすべきと考えます。</p> <p>相談員は相談対応をしているだけではありません。</p> <p>相談件数の大幅な早期登録の実現を求めるのであれば、それに見合う入力業務に対する報酬を支払っていただきたい。</p> <p>受益者である国が負担すべきである。国の税金で賄うよう御検討いただきたい。</p>
464	本文：第4章6（2）	<p>高齢者等の消費者被害に遭いやすい人の見守りのための地域ネットワークの形成促進に当たっては、特に次の点に留意すべきである。・既に存在する地域包括ケア実施のためのネットワーク等の利用。・行政において消費生活部門と高齢者福祉部門とが連携すること。・警察を含めた行政と高齢者の生活に密着して活動する民間関係者が連携・協働し、実効性のあるネットワークとなるように努めること。</p>
465	本文：第4章6（2）	<p>地方消費者行政活性化交付金に限らず、地方における消費者行政の計画的・安定的な取組が可能となるような継続的財政支援策を検討すべきである。今後の検討に当たっては、活性化基金や一般準則の成果や課題についても検証するべきである。</p> <p>地方公共団体における消費者行政担当職員の増員や自主財源の増額などの取組はまだ不十分であり、自主的取組の支援や首長に向けた発信をさらに推進すべきである。</p>
466	本文・工程表：第4章6（2）	<p>消費者庁の「地方消費者行政強化作戦」（平成26年1月30日）に基づいて自主財源化計画を策定しても、地方公共団体の財政状況が改善されなければ施策の継続は困難です。自主財源への移行が確実に進むまでは、消費者行政に目的を特化した交付金による国の継続的な財政支援が必要不可欠です。計画の「～地方消費者行政活性化交付金や人員・予算の確保に向けた地方の自主的な取組への支援により～」は、「～継続的な支援により～」に変更していただきたい。また、工程表の見出し「地方消費者行政の充実・強化に向けた地方公共団体への支援等」は、「～継続的な支援等～」に変更していただきたい。</p>
467	本文・工程表：第4章6（2）	<p>改正消費者安全法を活用した「見守りネットワーク」づくりを具体的に進めるためには「関係機関への周知」だけでは不十分ではないでしょうか。高齢化社会の進行はまったなしの状況にあります。具体的に動かすためにモデル事業などを積極的に計画化し、一刻も早く広がりをつくるベースづくりを展開していただきたい。</p>
468	本文・工程表：第4章6（2）	<p>改正消費者安全法を活用した「見守りネットワーク」づくり具体化に向けて、「関係機関への周知」だけでは動かないと考えます。具体的に動きを作るためにモデル事業などを積極的に計画化すべきである。</p>
469	本文・工程表：第4章6（2）	<p>消費者教育推進法や消費者安全法の改正等、地域での課題解決に使うことのできる制度枠組みが整備されてきており、他省庁の施策も含めて地方公共団体や地域の団体が連携して、それらを使っていくことが重要になっています。それらを上手に組み合わせることで課題解決に使うことのできる「コンシェルジュ」の育成を進めていくことが必要である。</p>
470	本文・工程表：第4章6（2）	<p>地域の見守りネットワークの構築に関するKPIが協議会の設置状況となっていますが、構成している消費生活協力団体、協力員の状況も設定すべきである。合わせて、協力員の養成手段を国の責任として地方公共団体に提供していただきたい。</p>

471	工程表：第4章6(2)	総務省の「消費者取引に関する政策評価」(平成26年4月18日)では、地方消費者行政活性化交付金の効果(特に定量的な効果)の把握ができていないことを指摘され、消費者庁は「効果把握のための指標を設定した上で、その効果を検証すること。それを踏まえ同交付金の交付に当たって活用する仕組みを構築すること」との勧告を受けました。地方消費者行政活性化交付金の活用効果を把握するための指標を、計画と工程表のKPIに追記していただきたい。
472	工程表：第4章6(2)	地方消費者行政活性化基金の成果によって消費生活センターや消費生活相談窓口の整備が進む一方、相談業務の民間委託も進んでいる一面があります。どこに住んでいても質の高い消費生活相談が受けられることを制度的に担保するため、相談業務の民間委託に関する基準の検討を、工程表に追記していただきたい。また、消費者意識基本調査の「消費生活センターの認知度」も、工程表のKPIに追加していただきたい。
473	工程表：第4章6(2)	重要性については、基本計画(素案)でも触れているが、工程表(87ページ以下)における具体策として、地方消費者行政の問題解決の効果や地方公共団体における自主財源の確保の状況等、地方消費者行政の体制・取組について具体的にどのように検証作業を行っていくのかを記載すべきである。
474	工程表：第4章6(2)	PIO-NET入力業務は、相談員相互の情報交換の意味とともに、消費者安全法に基づく消費者事故情報の国への通知の意義を有するものであるが、地方の相談窓口における入力の負担は相当大きい。全国からできるだけ漏れなく、迅速かつ正確な情報入力を確保するためには、PIO-NETの入力及び内容チェックに係る人件費の一定割合を国が継続的に負担することが検討されるべきである。
475	工程表：第4章6(2)	各種差止請求権の有効活用はもとより、今後施行される消費者裁判手続特例法においてより多くの被害が発生している事案を把握するためにも、適格消費者団体にPIO-NET端末を設置し、消費者裁判手続特例法運用開始以前に運用を通じた改善を図ることができるよう、可及的速やかに費用面も含めた諸準備を進めるべきである。
476	工程表：第4章6(2)	「地域における見守りに関する先進事例の収集と情報提供を行う」、「消費者安全確保地域協議会の設立支援及び消費生活協力員・消費生活協力団体の活用支援により」、ネットワークの構築を推進するとされているが、それだけではなく、協力員・協力団体となり得る人材育成や団体に対する支援が取り組むべき施策として掲げられるべきである。
477	工程表：第4章6(2)	消費者教育の推進の項目において、「地域における連携・協働を支援するコーディネーターや教職員への研修等による消費者教育の人事の育成、地域での消費者教育の担い手となる消費生活サポーター等の養成講座の実施の支援を行う」とされているが、本項目には人材育成に関する記述が見当たらない。地域ネットワークの形成のためにも地域で消費者問題について関心を持って行動する人材(消費者安全法における消費生活協力員等)の育成とその活動に対する継続的支援が不可欠であり、国において、消費生活協力員等の人材育成のため、研修カリキュラムの整備、都道府県など人材育成に取り組む地方公共団体に対する研修費等の財政援助、簡易な資格認定制度の整備等の具体的支援策が検討されるべきである。
478	工程表：第4章6(2)	消費者問題は複数都道府県にまたがり広域的に発生することがほとんどであることから、国における執行力を強化するとともに、国(消費者庁、経済産業省)と都道府県間の情報共有と連携を強化し、事案によって国と都道府県が役割分担するなどの対策が検討されるべきである。

479	本文：第5章	基本計画をコンパクトにし、工程表、KPIを作成したことは評価する。しかしながら「第4章 5年間で取り組むべき施策の内容」の内容に全く言及はないが工程表にKPIも含め詳細に記載されている施策も多数散見される。工程表の見直し時に新たな施策等が追加されるのは分かるが、すでに課題として認識し、予定されている施策は基本計画に記載すべきである（例：1（1）子供の不慮の事故を防止するための取組 他）。
480	本文：第5章	「工程表」の大多数が5年間通しての帯での記載となっており、段階的な実行計画がどの程度具体的に検討されるのか明確になっていない。
481	本文：第5章 1	「工程表では、各府省庁等の間で連携が必要な施策についてのそれらの関係を明確にすることと「把握のための指標として、KPIを可能な限り施策ごとに更に具体化する」ことが示されていますが、前者の調整役は消費者庁に期待され、後者は、担当府省庁の責任で具体化され実施されるべきで、そのことが評価されるべきでしょう。
482	本文：第5章 1（1）	適格消費者団体の活動がほぼボランティアに依存している現状に照らし合わせて、消費者裁判特例法のガイドラインは制度の担い手である適格消費者団体に過度に負担を強いるものであってはならない。そのためには、ガイドライン策定にあたっては、適格消費者団体に対する支援の視点をもって行うべきであり、あまりに煩雑な義務を課すことは制度の没却に繋がりがかねない。消費者裁判手続特例法の持続可能性のある円滑な施行と活用を実現するため、支援の在り方を具体的に検討し、その視点をもって制度設計を行うべきである。
483	本文：第5章 2	高齢化、高度情報化、グローバル化の進展など消費生活を取り巻く変化は大きなものがあります。次期期間中の平成31年までの変化も大きなものになると予想されます。毎年度の検証・評価・見直しが述べられておりますが、形だけのものとせず、国民の参加と機動性をもって充実させる方向でそのプロセスを書き込むべきです。
484	本文：第5章 2	毎年度の検証・評価・見直しが継続されますが、形だけのものとせず、国民参加と機動性を充実させる方向でそのプロセスについて書き込むべきである。「施策の実施状況の検証・評価を行うに際しては、消費者団体、事業者団体、地方公共団体等へのアンケートやヒアリング、意見交換等により意見を聴取する」とありますが、消費者基本計画そのものに対する認識や理解度は地域により格差があります。国民参加の機会がパブコメ3週間に限られた今回の改定プロセスの反省に立って、検証・評価・見直しにあたっては、地方数か所での意見交換会を実施するなど、広く国民が参加できるように充実させる方向で設計すべきである。
485	本文：第5章 2	「年1回、工程表を見直し、施策の追加・拡充や整理・・を行う」とあり、現行計画にはそのプロセスとして「パブコメ」、「関係機関や団体への情報提供とヒアリング」、「専門家への意見聴取」などと具体的に書き込まれていますが、工程表（素案）には記載がありません。また、現行計画以外にも、いつでも意見を聴く体制づくりや国民参加と機動性を充実させる方向でさらに有効なプロセス設計をすべきです。加えて、本計画を実効性あるものとするために、本計画に基づく施策の実施状況について、十分な検証・評価・監視を行うことの重要性に言及されたことは良いと思います。しかし、計画のそものが、具体性に欠きKPIの設定が曖昧（目標ではなく、作業内容が書かれているものが多いし、1年ごとの到達点不明）であるため、評価基準が定まっていません。これでは1年ごとに見直しができる体制にはないと思います。施策ごとに、検証・評価できる計画になっているかを現段階で早急に確認する必要があると思います。

486		<p>以前治療のため入院した時、入院保険金を請求したが、規程に合わないとか何とか言って支払って貰えなかった。裁判までするような額ではなく諦めたが、後になってお金もあまりかからなさそうで争える方法、ADR 何とかやあせんとやらがあることを知った。保険は生命保険から自動車保険、火災保険などたくさんあり多くの国民に関わる。いつもだが、保険契約の時についている小さな字と都合のいいことだけを並べる営業を改善してもらいたい。また、保険の規約などを分かりやすくするとともに、その後の苦情対応がきちんと機能するよう、保険会社の相談苦情窓口の設置やADRとかあせんとかなんかの周知などの徹底と推進について、契約の時の小さい字の改善なども含めて、今回の基本計画の文章や実施計画、矢印にも分かるように書くことが消費者のため実現の契機になるのではないか。でも小さい字は、保険以外の他の契約でも結構あるのでそれも問題。</p>
487	その他	<p>食品メーカーとして、最大限安全を担保出来る食品製造方法と安全確保&amp;管理システムに従って安心安全が保証された製品を継続的に提供して行かなければなりません。それでも万が一品質事故が発生した場合、昨今の事故例を見ると、本来、食品事故は法令に準拠し、科学的論拠に拠って合理的に判定して対処されるべきところを、感情論に振り回された過剰なバッシングがメーカーに対して行われ、故にメーカーも不必要且つ過剰な対応をせざるを得ない状況にあるのは、御理解頂いているかと思います。</p> <p>しかし、本来行われるべき合理的、科学的判断が不在のまま、感情論だけが先行し、過度の要求が通って行く様では、本来あるべき安全確保の形が形骸化して行き、科学先進国としての在り方が問われることになりかねません。この様な環境下では、メーカーは無効であり、勿論、品質事故は有ってはなりません。絶対ゼロにはならない事実を鑑みると、正しい科学的判断に基づいた行政指導は不可欠かと考えます。</p>