

## 「第4期消費者基本計画の構成(案)」に関する意見

①意見募集期間: 令和元年8月13日から9月3日まで

②御意見の提出概要: 12の個人・団体から51件の意見が提出

※対象箇所の章番号や丸数字の選択に限り、記載ミスと思われる場合においては、提出された方々の御意見を修正しています。

意見 No.	意見	
	対象箇所	意見(複数の箇所に御意見のある場合などは分けて記載いただき、1行につき1意見を記載してください。)
1	第1章	全体として第4期消費者基本計画をどのように実施していくのか、消費者庁の具体的なアクション、思い、意気込みのような表明がある方が温度を感じる基本計画になるように思います。
2	第1章	消費者に関する政策ありき、事業ありきから脱却し、真に消費者に役立つ政策、事業へ転換できる計画策定が必要と考えます。 (そのためには、全ての消費者の意見を吸いあげる仕組みづくりが重要)
3	第1章	「消費者庁設置後10年目の節目であり、消費者行政が新たなステージに入るタイミングで、」とあるが、「消費者庁設置後10年」は、消費者一般、事業者一般、国民の直接の関心事項とは言えない。消費者行政が新たなステージに入ることであれば、むしろその背景を記述すべきではないか。
4	第2章	「これまでの取組における教訓と、課題の整理」を項目として加えてください。 ＜理由＞「①第1期から第3期までの計画における取組」に関しては、これまでの消費者基本計画の策定や検証・評価・監視(PDCA)において、消費者庁が「消費者行政の司令塔」として他省庁等に対してきたこと、できなかったことの総括を加える必要があります。「これまでの取組における教訓と、課題の整理」を項目として第2章①の次に加えてください。
5	第2章 ①	第1期から第3期までの計画における取組とその振返りが必要であり、重要です。 (振返りからの課題抽出と、その解決施策を第4期に反映させることが重要)
6	第2章 ①	「第1期から第3期までの計画における取組」 ・「これまでの政策効果の把握と分析、今後の課題の検討」を追加してください。 (理由)これまでの基本計画の第1期から第3期までの期間を通じてどのような政策成果があったのか、効果の測定と、達成できていない部分の・検証・評価等を行うことが、今後の政策課題を明確化することになると考えます。消費者庁創設10年の区切りに、消費者行政の司令塔としてできたこと、できなかったことを、できる限り客観的な数値等で総括する必要があります。
7	第2章 ②	取り巻く環境の変化については、全て消費者目線の表現にすべきではないかと考えます。 (例えば、少子化から多子化支援の施策、高齢者の活力を引き出す施策、全ての消費者に平等な社会構築の施策、全ての消費者に役立つ科学技術を進展させる環境づくり、全ての消費者の国際化施策、良好な自然環境を保持するための啓蒙施策等)
8	第2章 ②	地方の過疎化(コミュニティの衰退や、地域交通の衰退による買い物弱者の発生) ⇒過疎化は地方だけではなく、都市部でも顕著になりつつある課題。「地方、および一部都市部」としてはいかがでしょうか。
9	第2章 ②	キャッシュレス化や信用スコアの活用等、個人情報保護の観点の追記をご検討ください。
10	第2章	＜具体例＞の国際化に関し、基本計画を作成する際には、越境取引、訪日・在留外国人に対する日常消費生活に於ける多言語対応の観点に言及すべきである。同様に、自然災害の激甚化に関し、気候変動への対応のみならず、有事の際の訪日・在留外国人向けの多言語でのアナウンスについても言及すべきである。
11	第3章 ①	SDGsの「誰一人とりのこさない」の理念について、消費者庁が考える具体的なアクションや思いをぜひともご記載ください。
12	第3章 ① ③	SDGsの「誰一人とりのこさない」の理念を消費者施策の基本方針にして、第4期消費者基本計画を進めていただきたい。子どもの事故防止、高齢者の消費者被害防止、商品・サービスに応じた取引の適正化、消費者向け教育・普及活動、消費者志向経営、更に、適切な法適用の確保と執行力の強化を消費者庁に強く望みます。

意見 No.	意見	
	対象箇所	意見(複数の箇所に御意見のある場合などは分けて記載いただき、1行につき1意見を記載してください。)
13	第3章 ②	「Society5.0への対応」を、「政策推進の基本的な方向」として強調する必要はないと考えます。 ＜理由＞「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会」報告書では、「I 基本理念に直接関わる提言」として項目だてされたのは、「消費者政策によるSDGs実現への貢献」と「『消費者問題』の捉え方を考え直す」の2点でした。今回の案で、「第3章 第4期基本計画の期間中における政策推進の基本的な方向」の中に「Society5.0への対応」が入っていますが、これは背景として捉えるべき要因であり、取り上げるとすれば、第2章「②消費者・消費者行政を取り巻く環境の変化」に移すべきと考えます。なお、文章に「科学技術の発展は消費者にとって利便性向上とリスクの両面があることを踏まえ、両者の適切なバランスを図った良質な社会基盤を官民一体で整備する」とありますが、デジタル技術がますます進展する社会情勢の中で、消費者政策としては消費者の権利や利益が守られる方向で取り組むべきであり、利便性があっても、リスクが消費者の権利を侵すものであれば、「やらない」判断をすべきと考えます。
14	第3章 ②	「Society 5.0への対応」に関し、利便性向上とリスクの適切はバランスを図ることは極めて重要である。この記載を残すべきである。
15	第3章 ③	「消費者問題の原点に立ち返った」は意味が不明確なので、削除すべきである。 また、「着実な法整備と執行力の強化」は、「消費者法制を適時適切に整備するとともに、消費者の利益を擁護するため法執行力の強化を図る」とすべきではないか。原案には、「それに基づいて」とあるが、新たに整備された消費者法制についてのみ執行力を強化するわけではないと考えられる。
16	第3章・第5章 ③・④・⑥	消費者問題の原点に立ち返った迅速・的確な施策の推進として、「安全・安心の確保」と「着実な法整備と執行力の強化」を掲げておられる。この2項目は、貴庁に先ず、期待する重要な柱です。関連した問題として、ゲノム編集食品の届け出・表示に関して不安を感じている消費者の声に対応をお願いします。6月の消費者委員会の部会で貴庁から「表示の義務化は困難」との見解が示されました。現状ではゲノム編集と突然変異とを見分ける検査方法がないと説明されました。検査方法がないのが理由とは消費者として納得できかねます。ゲノム編集技術が安全でも、「食べたくない」と考える消費者が店頭で選択できる権利の確保は必要ではないでしょうか。更に、消費者に信頼がされるゲノム食品を世に出す意向なら、その橋渡しこそが貴庁の役割ではないかと考えます(リスクコミュニケーションの必要性)。
17	第3章	「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会」報告書に記載された通り、「EBPMの観点からの政策立案」を項目として立てるべきである。
18	第4章 ②	「網羅的・包括的な消費者法制の整備」とあるが、「網羅的・包括的で明確かつ予見可能性が確保された消費者法制の整備」とすべき。網羅性・包括性が強調されるあまり、明確性・予見可能性が阻害されては、事業活動の萎縮を招く可能性がある。少なくとも、基本計画を作成する際に明確性・予見可能性への言及がなされるべきである。
19	第4章 ②	(意見) このような視点を踏まえて政策を実施することに賛成である。 (理由) 消費者関連の法律は、多くの個別の法律に分かれていることから、消費者はもとより、事業者、法律実務家等にも、俯瞰しにくく、わかりにくいものとなっている。また、法律が個別の分野に分かれていることから、いわゆる「規制のすき間」も生じやすくなり、また、別々に発展している各分野の法律の関係を整理・整備する必要性も生じている。 消費者庁関連三法の制定にあたって、参議院(消費者問題に関する特別委員会)では、その附帯決議において、表示、取引、安全の分野における横断的な新法の制定を含めた検討を行うべきとしていたが(平成21年5月28日同委員会附帯決議第27項)、この点は、第3期基本計画の期間中には十分な対応がなされなかった。 本年6月には、内閣府消費者委員会が、消費者法分野におけるルール形成の在り方等検討ワーキング・グループ報告書を踏まえて、「消費者法(取引分野)におけるルール形成の在り方等に関する消費者委員会意見」を发出し、中長期的な視点から、公正な市場を実現するためのルール作り等に関連した視点を低維持して、これを踏まえて今後の消費者政策を推進していくことを求めているところである。 これらの点を踏まえ、次期基本計画において、「網羅的・包括的な消費者法制の整備」という視点を考慮して、消費者政策を推進することは妥当である。
20	第4章	④として「主体的に取り組むグループ、消費者団体の育成に取り組む、地方行政と市民が円滑に連携できるよう進めます。」といった多様なステークホルダーを支援する項目を起こして欲しい。
21	第4章	④として「消費者行政の体制・予算の確保」を追加してください。 ＜理由＞第4章①～③で挙げられているのはいずれも重要なことですが、これを進める上では国の消費者行政の体制・予算の確保が重要です。特に消費者庁については設立以来、事務局の大半を他省庁や民間からの出向者に依拠する組織体制となっていますが、消費者問題の専門性確保という観点からも、体制(特に生え抜き人材)の拡充と予算の確保が必要です。

意見 No.	意見	
	対象箇所	意見(複数の箇所に御意見のある場合などは分けて記載いただき、1行につき1意見を記載してください。)
22	第4章	・「地方消費者行政関係政策に充てられる財源確保」を追加してください。 (理由)地方消費者行政の基盤の充実、高齢化等による社会保障関係費など、地方の消費者行政の推進には、財源確保は重要なことです。
23	第5章	① 消費者問題のテーマとして、食品ロス削減等だけでなく、プラスチックごみ問題、エネルギー消費問題なども消費者視点の課題として重点課題の項目に設定してください。
24	第5章	① 「食品ロス削減の包括的推進」について 賞味期限切れの食品を販売する店舗においては、まだ食べられるのに捨てている食品に対する食品ロスに対しては有効ではあるが、価格ダウンを期待する消費者の購買意欲を促進させることのないよう配慮が必要。 このような販売店舗は、食品生産量が需要に対し適正量になるまでの当面の措置であることを前提とすべき。  その1つの施策として、賞味期限切れ食品を販売する店舗等への食品の流入方法を明確にする。 例えば、流通業者・製造業者等による流出業者の明確化と流出業者から流出食品に対する安全保障の提出、賞味期限切れ食品を販売する店舗へ流出する理由(商品の仕入れ過多・消費者の購買意欲低下による在庫増etc.)の提出、および今後流出を低減するための施策等を提出することをルール化するなど。 ただし、食品製造業者は賞味期限切れ販売店舗へ流出する必要がないよう適正量を生産するとともに、消費者への適正量の供給により適正価格に反映することを、食品ロス低減推進法とも関連させることにより必要以上の食品の生産を抑制する内容を検討項目に加えていただくことをご提案します。
25	第5章	① 「食品ロス削減の包括的推進」について 食品ロス削減推進法では、フードバンクへの支援が明記され、その在り方が一層具体的に検討されていくことを期待されます。事業者からフードバンクへというルートのみならず、今後は個人からフードドライブによる寄贈も増加することでしょう。家庭の食品の保存方法は事業者のような水準が保たれにくいと考えられ、こうした寄贈を無にしないためにも、一般家庭から食品を受け入れる際のガイドラインが必要と考えます。それとともに、一般消費者への寄贈の際のルールも、啓発を通じて周知することが必要です。
26	第5章	① 「食品ロス削減の包括的推進」について フードバンク活動については、支援を必要とする側のニーズの反映が、課題となります。福祉行政と連携しながら、適切な食品を、必要なところに届けられるようなシステムが肝要です。
27	第5章	① 「食品ロス削減の包括的推進」について 賞味期限切れの食品を販売する店舗等が、話題となっています。賞味期限は多少切れても大丈夫ということで、安さにひかれて購入する消費者がいます。一方で、不安が残るので買わないという消費者の声も、多く聞きます。法に抵触するかしないかという問題ではなく、そうした食品が出回るルート等、行政として事業者へのヒアリングを行うと共に、三分のルールの見直しを迅速に進めてください。
28	第5章	① 「食品ロス削減の包括的推進」について 食品ロスに関する正しい知識を消費者が身につけられるような教育の場(教育現場、販売店舗、製造メーカーなど)と、年齢等に応じた食品ロスの具体的な内容のマトリックスを作成し、見える化を図ることが必要です。さまざまな場でわかりやすく実践しやすい啓発を、促進すると考えます。
29	第5章	② デジタル・プラットフォーマーにおける個人情報保護の追記をご検討ください。
30	第5章	② 個人間取引におけるトラブルへの対応、並びに消費者の多様な背景(若者・高齢者・障がい者・災害被災者など)を踏まえた、消費者トラブル抑止のための取組は、貴庁の主要施策の一つです。貴庁が司令塔の立場を発揮して関係省庁と連携して推進していただきたいと考えます。
31	第5章	② 「多様化する消費者問題への対応」 ・「個人間取引における消費者トラブル」は、「オンラインプラットフォームを介した個人間の取引に関するトラブル」などの表現にしてください。 (理由)「個人間取引における消費者トラブル」という表現は、誤解を生じさせるおそれがあります。「個人間取引」は基本的に消費者トラブルではありませんし、消費生活センターで受け付けることはしていません。その線引きをするにあたって、相談者に説明を尽くすために時間を費やすことがあります。 ③ 消費者トラブルとしてとらえるケースは、考えられる限り、プラットフォームが関与しています。 ・従って、「個人間取引における消費者トラブル」を③の産業のデジタル化・技術革新への対応の「オンラインプラットフォームの台頭への対応」の次に移動することを提案します。 プラットフォームは、単なる取引等の媒介者にとどまらず、市場支配力を背景に、多数の消費者(個人)や事業者が参加する市場そのものを設計し運営しています。消費者は、相手の消費者を信頼して取引をするのではなく、プラットフォームを信頼して取引しています。そのため、③への移動が妥当と考えます。
32	第5章	② 若年者の消費者教育 近年の消費者被害の悪質化や複雑化に対応できる十分な教育を行うことが難しい状況です。学習指導要領に取り上げられてはいるものの新指導要領における負荷増大や、学校の働き方改革を推進しても可能な教育環境が十分ではないため、対応が必要と考えます。

意見 No.	意見	
	対象箇所	意見(複数の箇所に御意見のある場合などは分けて記載いただき、1行につき1意見を記載してください。)
33	第5章 ②	〈特殊詐欺の取締り、被害防止の推進〉TVや新聞、雑誌による特殊詐欺の手口、それに対する対応が連日報道され、関係省庁による様々な対策が実施されているにもかかわらず、高齢者をターゲットとした特殊詐欺は後を絶ちません。いたちごっこのごとく詐欺集団による新たな手口で、判断力が減少し、かつ孤立しやすく情報の届きにくい高齢者の詐欺被害が発生し続けています。高齢者が孤立しないために、行政を中心とした見守り、町内会や民生委員をも含めた体制作りが必要と考えます。さらに詐欺加害者に対してはさらなる取り締まりの強化を期待します。
34	第5章 ③	キャッシュレス化への対応を加えることを提案いたします。
35	第5章 ③	サーバー型電子マネーの増加に伴い消費者被害が多発する可能性があります。このため早急に被害防止と被害救済策を講じる必要性があります。
36	第5章 ③ ④	<p>[意見] 「データ社会への対応」及び「消費生活における安全・安心の確保」のため、国民全体のIT・パーソナルデータ活用の実態と便益についての理解向上のための施策を本「基本計画の構成」に含め実施していただきたい。</p> <p>[理由] Society 5.0の進行が進む中、事業者側と消費者側の情報の非対称性が大きくなっていると感じる。  たとえば、2019年6月のYahoo!スコアリングのメディア報道や2019年8月のリクナビDMPフォロー事件の際のメディア報道(とりわけ、8月中旬までの報道)を見る限り、ネット上の一般市民の論調は様々で、あたかもスコアリング自体が日本社会で突如開始されたかのように論じた論調も含まれていた。しかし、社会を見渡せば、融資審査、住宅ローン、クレジットカードの審査をはじめとして、機械によるスコアリングというのは、それが最終的な判断となるか否かは別として広く行われているというのが実態と理解している。膨大な融資審査等を仮にすべて人の手を行うならば、結局人件費がかかり、それは消費者に対して「より高額な利息」「より高額なクレジットカード年会費」という形で転嫁されるだけである。  そうした実態について誰が説明をするのかということは現時点では十分に議論されているとは思えないし、一部のメディアの論調では、各事業者だけが説明義務を負うかのように論じている。が、総務省、経済産業省、個人情報保護委員会を含めた政府全体が旗振りをしてパーソナルデータ活用の推進を行っている現在では、実態について、各事業者に対して個別に説明をすることを求めるのではなく、まずは国による教育・啓発活動を通じて、「現代社会の中のさまざまな利便、たとえばフェイスブックやGメール等は個人情報を対価とすることで金銭を支払わずに受けられるようになっている」という事実を伝えていく活動をしていくべきと考える。  プライバシーというのは、突き詰めれば「消費者の合理的な期待を超えた態様で、消費者のパーソナルデータの利活用(提供を含む)をされない権利・利益」であることからすれば、消費者の期待を、利活用が進められている現在の社会の実態に合った水準と合うように調整する必要があると考えるからである。端的に言えば、便益は享受したいが、パーソナルデータの提供は断るといっては、社会実態に即しておらず、ある意味その消費者の「わがまま」であり、その「わがまま」を言う分の社会的コストは当該消費者が負担すべきものである。たとえば、当該消費者に対してのみ特別な対応をすることの社会的コスト、及びほかの消費者がパーソナルデータを提供することによって作りだされ洗練されている商品・サービスを当該消費者だけがパーソナルデータの提供無に享受するということがそうした「わがまま」に対するコストである。そこで、世の中がどうなっているのかをまず消費者にしっかりと国が周知・啓発し、一定の水準を超えた場合は、「わがまま」であり、その「わがまま」に社会が付き合うコストは自身が負担すべきなのである。  他方、現実に行われているパーソナルデータの利活用の水準(=消費者の合理的な期待の範囲)を超えた態様でパーソナルデータの利活用を行う事業者については、特に丁寧に消費者に対してパーソナルデータの利活用の状況に説明する義務を課すのは当然である。なぜなら、そうした「超過分」についての説明義務は確かに事業者には負担させるのが、社会的なコスト分配の観点から適正だからである。</p> <p>そして、上記の「国による教育・啓発活動」としては、具体的には、小・中学校といった義務教育の過程が適切と思われる。たとえば、「ポケモンGO」といったゲームも含めてパーソナルデータが収集される場面は子供のときから現在では生じている(たとえば、「ポケモンGO」であれば、位置情報等が取得されているはずである)。そこで、子供のころからそのようなリテラシーをまず身に付けさせるべきだからである。加えて、社会全体で取り組んでいる「パーソナルデータの利活用」によるプライバシーのトレードオフについては、社会が義務として課している教育、義務教育という場面で周知するのが適切だからである。</p> <p>以上長くなりましたが、ぜひ以上の点につき、貴委員会にてご検討いただけますと幸いです。</p>
37	第5章 ④	<p>全国的な相談員の確保と人的な体制、及び専門職として継続可能な処遇改善</p> <p>全国的に、各地の消費生活センターにおいて相談業務の中心となる消費生活相談員の資格の取得者が不足し、相談業務における喫緊の課題となっていることから、相談員資格の裾野を広げ人材確保に繋がるような対応策の検討をお願いします。</p> <p>また、消費生活相談員の資格を取得し、各地の消費生活センターの相談員として採用されても、処遇が十分ではなく他の業種に転職する人材も少なくないことから、継続的に相談員業務に勤務できるような水準に処遇改善の検討をお願いします。</p>
38	第5章 ④	<p>高齢者の協働ネットワークの構築(高齢者の見守り強化)</p> <p>消費生活推進員や自治会・町内会、民生委員・児童委員、事業者等による高齢者の見守り強化について、現実の地域の負荷や個人情報の保護を踏まえた効率的効果的な検討をするとともに、「出前講座」や各種啓発物による地域での見守り人材の育成や相互の関係づくり推進に関連した検討をお願いします。</p>

意見 No.	意見	
	対象箇所	意見(複数の箇所に御意見のある場合などは分けて記載いただき、1行につき1意見を記載してください。)
39	第5章 ⑤	〈美容医療サービスの消費者被害防止〉美容医療の自由診療で、施術前にインフォームドコンセントを尽くし、当日施術は行わないことをクリニックに徹底すべきと思います。美容クリニックに脂肪吸引の相談に行き、その日の内に施術を行い、高額な施術費用を支払うケースが消費生活相談に入っています。一定の美容医療契約については、特定商取引法の継続的役務契約で規制されるようになりましたが、1回の脂肪吸入施術と一か月後の美肌施術、関連ダイエット食品提供などになると全体としては痩身関連の美容施術と捉えるも個々の施術として、法律の規制が及びません。消費者と事業者の情報格差を鑑みても、美容医療事業者に対して、クリニックの説明を受けたその日の施術を禁止する業界規制を作るよう関係省庁は図っていただきたいと思います。
40	第5章 ⑥	基本計画を作成する際には、第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会の最終報告書に記載されている「商品やサービスの情報について消費者が容易に、理解しやすい形で入手できるよう、ICタグや二次元バーコード(QRコード)等の新たな技術を利用した詳細な製品情報の提供等の新しい表示仕組み」を事業者側の選択肢として認める制度の検討を記載すべきである。
41	第5章 ⑦	〈事故情報の収集及び発生・拡大防止〉事故情報データベースに収集される事故データは、消費者生活すべての分野に及び、また、警察・消防・病院を含め、全公的機関の有する事故データや消費者団体がなどが収集している事故情報も加え、すべての消費者事故情報の一元化を図ってほしい。原因究明につなげる仕組みを確立するため、収集された事故データの分析・原因解明に十分な人員を配置してほしい。被害の予防、注意喚起を図るために、消費者、事業者などから事故データ・原因解明等の情報へのアクセスがスムーズに行えるようお願いしたい。
42	第5章 ⑦	消費者相談を組み込み、「消費者相談や被害救済・紛争処理のための体制整備」としていただきたい。 (理由)被害にあう前段階において、コミュニケーションツールに電話を使用しない若年層や一人暮らしの高齢者向けの相談体制の強化が必要であるため。
43	第5章 ⑦	「被害救済や紛争処理促進のための体制整備」を「消費生活相談、被害救済や紛争処理促進のための体制整備」に変更してください。 (理由)消費生活相談は、消費者行政を支える国の基幹事務です。消費生活相談の体制の強化、質の向上に取り組むべきです。消費生活相談員の人材確保が困難になっている現状では、単に相談員の育成をすればよいのではなく、処遇改善や行政職員のサポートが必要です。小規模自治体の広域連携、消費生活相談員の確保、研修、処遇改善など具体的に検討をしていく必要があります。
44	第5章 ⑩	公益通報が、消費者の安全・安心に資するものであり、制度の実効性を向上させていくことは社会全体の利益を図る上で有用であることから、公益通報者保護制度については引き続き基本計画に記載し、継続して取り組むべきです。
45	第5章	項目として、「事業者における消費者志向経営の推進」を追加していただきたい。 (理由) 消費者志向経営は、「『持続可能な消費』に向けた行政・消費者・事業者の協働」に含まれるかと思うが、下記の観点から一つの項目として取り上げていただきたい。 ・行政や消費者が事業者の優れた活動や消費者志向経営推進の活動に関心を持ち、目を向けること ・消費者、行政、事業者の間の双方向コミュニケーションを三者が意識すること ・事業者の社会的課題を捉えた商品やサービスの改善開発に期待すること
46	第5章	項目として、「消費者問題のグローバル化への対応」を追加していただきたい。 (理由) グローバル化も消費者問題の多様化の大きなポイントのひとつであるため。
47	第5章	民間賃貸住宅にもIT化が進められている現状から、IT利用を急ぐあまり賃貸契約での消費者への情報提供がありません。賃貸トラブルの多さから見ても早急に対策をとるべきです。
48	第5章	近年悪質なクレマーの存在が社会問題化している。基本計画においても、これへの対応を記述すべきである。
49	第5章	「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会」報告書では、常識的な程度を超えて執拗・過剰に苦情を申し立てるクレマーへの対応について消費者教育に一定の効果を期待する意見もあるものとされています。 また、令和元年6月6日の参議院厚生労働委員会において、厚生労働省は、悪質なクレーム自体を減らしていくため、関係省庁とも連携しながら社会的な啓発活動に取り組んでいくものとされています。 これらを踏まえ、「第4期消費者基本計画の構成(案)」の「第5章 今後講ずるべき主要施策(今次基本計画における消費者政策の重点事項)」において、「⑪ 悪質クレームへの対応」に係る事項を掲げ、第4次消費者基本計画の中でこの問題に対する課題認識及び取組方針並びに具体的な施策内容を明確にしていきたい。

意見 No.	意見	
	対象箇所	意見(複数の箇所に御意見のある場合などは分けて記載いただき、1行につき1意見を記載してください。)
50	第6章	<p>実効的な検証・評価が行える消費者基本計画にしてください。</p> <p>&lt;理由&gt;これまでの消費者基本計画工程表に記載されている施策の大部分が、「〇〇を推進する」「〇〇を検討する」と総論的な記述である上、それを補うべき5ヵ年の工程も多くは5年間にわたり平板な矢印が引かれているという体裁になっていて、それぞれの項目においていつまでに何をするのか、計画の実効性が全く見えてこないという問題がありました。いつまでに何をするのか、年度毎により具体的な記述にしてください。</p> <p>また、KPIについては、施策の目標の達成度で評価しなければいけません。情報発信の数値などの記載は、その基にはなりますが、施策の目標自体ではありません。KPIの設定項目も抜本的に見直す必要があり、そのことも項目として加えてください。</p>
51	第6章	<p>消費者基本計画工程表は、毎年度検証、評価を行うとしていますが、基本計画に比べて工程表の存在が薄いように感じます。消費者基計画を実効性のあるものにするためにも、具体的施策である工程表をもっと大きく取り上げ、多くの検証、評価を貰うようにしても良いのではないかと思います。</p>