

「消費者基本計画工程表の改定素案（令和4年3月）に対する意見」への対応関係

消費者基本計画工程表の改定素案（令和4年3月）に対する意見 （令和4年3月31日 消費者委員会）	消費者基本計画工程表改定案 における対応等
<p>1. 工程表全体に関する事項</p> <p>(1) 社会状況の変化に伴う新たな消費者問題への対応</p> <p>12月意見で指摘した通り、コロナ禍やデジタル化等の社会状況の変化に伴って生じている新たな消費者問題への対応を進めることが重要である。特に、デジタル化の進展に伴う取引形態や決済方法の多様化と、若年者、高齢者、障害者及び外国人等、それぞれの消費者の置かれた状況及びぜい弱性が多様であることが相まって、多種多様な消費者問題が発生していることから、工程表の記載を充実させるとともに、これに基づき取組を進めること。</p> <p>また、消費者政策における各施策は、例えば、食品の産地偽装対策・トレーサビリティの推進とエンシカル消費における認証ラベルの普及、キャッシュレス決済の安全・安心確保と子供を含む若年者への消費者教育など、互いに関連し、連携して対応すべき施策が多く存在する。次期計画の策定を見据えた中長期的な課題として、施策間の連携を積極的に図り、適切に検証・評価をするとともに、後述する指標・目標の設定を行うこと。</p> <p>なお、昨今の目まぐるしく変化する国際情勢についても、その影響を注視しつつ、物価の高騰や寄付金詐欺等、消費者行政として対処すべき事項については、必要に応じ工程表に記載すること。（消費者庁及び関係省庁等）</p>	<p>コロナ禍におけるライフスタイルの変化やデジタル化の進展等、消費者を取り巻く環境が大きく変化したことに的確に対応するため、「新しい生活様式」の実践に関する記述を追加する消費者基本計画の変更を令和3年6月15日に閣議決定したところ、「消費者基本計画等の実施状況に関する検証・評価及び消費者基本計画工程表の改定に向けての意見」（令和3年12月17日 消費者委員会）（以下、「12月意見」という。）におけるご指摘も踏まえて、変更基本計画に基づき、工程表全般について記載の充実を図りました。</p> <p>具体的には、第368回消費者委員会本会議（令和4年3月10日）において提示した消費者基本計画改定素案（以下、「改定素案」という。）に記載の通り、例えば、コロナ禍等の影響により孤独・孤立化した消費者の消費者被害の防止等といった新たな消費者問題への対応が求められたことから、Ⅲ章（1）③「新型コロナウイルス感染症の感染拡大等の緊急時における対応の強化」において、「新型コロナウイルス感染症の流行下において孤独孤立した消費者に対するサポートなど深刻化を防止する対策を講じる」旨を追記するとともに、新規に「孤独・孤立に起因する消費者被害の防止等のための啓発及び見守り活動等の推進」を工程表の施策に追加し、孤独・孤立に起因した消費者被害を防止する取組みについて記載しました。</p> <p>今般のご指摘を踏まえ、次期計画を見据え、消費者を巡る情勢の変化等を注視するとともに、施策間の連携、関係府省庁間の連携を積極的に図るよう、取り組んでまいります。</p>
<p>(2) 消費者政策におけるEBPMの推進</p> <p>12月意見で指摘した通り、施策を検証・評価できるようにするためには、定量的なアウトカム指標等の設定を積極的に行うとともに、具体的な目標設定を行うことが重要である。今回の改訂素案において、12月意見を踏まえ、アウトカム指標等の設定を積極的に行ったことは評価できるが、なお、抽象的な指標やアウトプット指標の設定にとどまっていたり、今後の対応に委ねられていたりするものも見受けられる。引き続き定量的な指標及び具体的な目標の設定に努めるとともに、こうした指標・目標の設定を短期的に行うことが容易でないものについては、継続した検討を行うこと。</p> <p>また、中長期的な課題として、消費者政策におけるEBPMの推進に関する諸外国の取組について調査・研究を行い、PIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム）情報と犯罪の認知・検挙等に関する情報や、行政処分、行政指導等の情報など各省庁等が保有する行政記録情報や民間が保有する様々な情報とを組み合わせ、時系列的に分析すること等により、消費者政策における課題や政策効果の把握を速やかに行うことができるよう取組を進めること。（消費者庁及び関係省庁等）</p>	<p>12月意見におけるご指摘を踏まえ、KPIの見直しを含めた検討を各府省庁に依頼し、その結果、改定素案において59 施策について KPI の見直しを行っているところ、今般の改定後においても、引き続き、定量的な指標及び具体的な目標の設定に向けて検討を行ってまいります。</p>

<p>2. 消費者法令の企画・立案等</p> <p>(1) 消費者契約法及び消費者裁判手続特例法</p> <p>平成30年の消費者契約法改正に際しての国会の附帯決議1等を受けて検討の上、取りまとめられた消費者庁の「消費者契約に関する検討会報告書」及び「消費者裁判手続特例法等に関する検討会報告書」を踏まえた取組を着実に進めていくことが重要である。令和4年3月、消費者契約法及び消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律の一部を改正する法律案が国会に提出されたところであるが、消費者契約法については、「消費者契約に関する検討会報告書」において改正の方向性が示されたものの改正法案に反映されていないと見受けられる事項が複数ある。これらについては、国会の附帯決議でも触れられている上述した消費者のせい弱性の多様化を踏まえ、きめ細かく対応することが必要と考えられることから、同報告書において将来の検討課題とされた事項とともに、数度の改正経緯から見えてきた課題を踏まえ、消費者契約法の規定の在り方についての抜本的議論の必要性も視野に入れて、引き続き検討する旨工程表に記載すること。消費者裁判手続特例法については、改正法案の実現に向け万全を期すこと。(消費者庁)(I(2)①ウ、(4)①関係)</p>	<p>改定素案のI章(2)①ウ「消費者契約法の見直しに向けた対応」において、令和4年3月に、「消費者契約法及び消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律の一部を改正する法律案」が閣議決定され、第208回国会に提出した旨を追記していたところ、今般のご指摘を踏まえ、<u>「報告書において将来の検討課題とされた事項とともに、数度の改正経緯から見えてきた課題を踏まえ、消費者契約法の規定の在り方についての抜本的議論の必要性も視野に入れて、幅広い観点から検討を進める」旨を追記</u>しました。</p> <p>引き続き、KPIに掲げる<u>「令和6年度までに消費者契約法の認知度を50%とすることを旨とする」、「令和6年度までに消費者団体訴訟制度の認知度を40%とすることを旨とする」等</u>の目標に向けて、両法の周知広報活動等にも取り組んでまいります。</p>
<p>(2) 特定商取引法及び預託法</p> <p>特定商取引法等の契約書面等の電子化については、消費者庁の「特定商取引法等の契約書面等の電子化に関する検討会ワーキングチーム」において出された消費者団体等の意見を踏まえて丁寧に検討を進め、同検討会が結論を得た場合には、可能な限りその結論を工程表に反映させること。なお、同検討会の検討状況を踏まえた上で、「特定商取引法及び預託法における契約書面等の電磁的方法による提供についての建議」(令和3年2月4日)に基づき、消費者委員会においても、実施状況について聴取する予定であることを付言する。</p> <p>また、特定商取引法の執行強化については、送り付け及び定期購入に関する消費生活相談件数をKPIとして新たに設定したことは評価できる。引き続き行政処分件数や消費生活相談件数の変化を把握して、特定商取引法及び預託法の執行強化に努めること。(消費者庁)(I(2)①ア、Ⅲ(1)⑤関係)</p>	<p>12月意見におけるご指摘を踏まえ、改定素案のI章(2)①ア「特定商取引法等の執行強化等」において、<u>「契約書面等の電磁的方法による交付については、消費者からの承諾の取り方、電磁的方法による提供の在り方について、オープンな場で広く意見を聴取した上で検討を行うため、「特定商取引法等の契約書面等の電子化に関する検討会」を令和3年7月から開催した」旨を追記</u>しており、引き続き検討を進めてまいります。</p> <p>また、12月意見におけるご指摘を踏まえ、改定素案において、<u>KPIについて、特定商取引法の行政処分件数等に加えて「送り付け、定期購入に関する消費生活相談件数」を新たに設定</u>しましたので、引き続き、消費生活相談の動向、その他社会情勢等を注視しながら適切に対応してまいります。</p>
<p>(3) 公益通報者保護法</p> <p>令和4年6月の改正公益通報者保護法の施行に向け、指針等の周知・広報、ガイドラインの改訂、認証制度の見直し等の所要の業務を着実に進めるとともに、法改正による効果を含む公益通報者保護制度の実効性を適切に検証・評価するため、その基礎となる各種調査を定期的実施すること。(消費者庁)(II(4)①関係)</p>	<p>12月意見におけるご指摘を踏まえ、改定素案のII章(4)①「公益通報者保護制度を活用したコンプライアンス確保の推進」において<u>「各種団体へ講師派遣を行うとともに、令和3年12月から令和4年3月まで、事業者新たに課されることとなる内部公益通報対応体制整備義務などについて、民間事業者や国・地方公共団体などに向けて消費者庁主催の説明会を開催した」旨を追記</u>するとともに、今後の取組予定においても、<u>「説明会の実施、広報資料の作成・配布等による制度の周知・啓発」及び「内部公益通報制度に係る認証制度の見直しの検討」</u>を追記しました。</p> <p>更に、今般のご指摘を踏まえ、今後の取組予定に<u>「実態調査等の実施」</u>を追記しました。</p> <p>引き続き、KPIに掲げる<u>「令和6年度に大企業労働者・中小企業労働者における公益通報者保護法の認知度を65%・55%とすることを旨とする」、「令和6年度に市区町村・中小企業の内部公益通報窓口の設置率を75%・55%とすることを旨とする」等</u>の目標に向けて、取り組んでまいります。</p>

<p>3. デジタル化への対応</p> <p>(1) 取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律</p> <p>令和4年5月の取引DPF消費者保護法の施行に向け、周知・広報、施行令及び施行規則の制定、指針案の公表等が進められているところである。KPIを新たに設定したことは評価できるが、施行後の実効性確保のためには、取引デジタルプラットフォーム提供者の取組状況をモニタリングすることが重要であることから、モニタリングの手法及び結果の開示方法について検討すること。また、取引デジタルプラットフォーム官民協議会が適切に機能することが重要であり、消費者をはじめとするステークホルダーが官民協議会における議論を適切に評価できるよう、可能な限り情報開示されるように取り組むこと。</p> <p>なお、同法の国会附帯決議において今後の課題とされた事項についても、引き続きその検討を進めること。(消費者庁)(Ⅲ(1)①、(2)①イ関係)</p>	<p>12月意見におけるご指摘を踏まえ、改定素案のⅢ章(1)①「デジタル・プラットフォームを介した取引等における消費者利益の確保」において、<u>「関係行政機関、取引デジタルプラットフォーム提供者の事業者団体、消費者団体等を構成員とする官民協議会の立ち上げに向けた準備会を開催し、内閣府令や取引デジタルプラットフォーム提供者が講ずべき措置等に係る指針等について意見交換を行った」旨を追記するとともに、今後の取組予定に「デジタル・プラットフォーム企業が介在する消費者取引における環境整備等に関する検討会」において検討事項とされた課題及び同法に対する附帯決議において適切な措置を講ずるべきとされた事項について、法の施行状況を注視しつつ適切に検討を行う」旨を追記しました。</u></p> <p>更に、今般のご指摘を踏まえ、同法の円滑な施行のため、<u>「官民協議会において取引デジタルプラットフォーム提供者の取組状況の共有、同法の施行状況の取りまとめ及び共有等を行い、議事を原則公開して情報開示に努める」旨を追記しました。</u></p> <p>12月意見におけるご指摘を踏まえ、改定素案において、<u>KPIについて、同法の認知度を新たに設定</u>しましたので、引き続き、当該指標を注視しつつ、適切に対応を行ってまいります。</p>
<p>(2) アフィリエイト広告等</p> <p>令和4年2月に公表された消費者庁の「アフィリエイト広告等に関する検討会報告書」を踏まえ、景品表示法の指針の改定や、同法と他の関係法令との連携による執行強化等に向けた所要の取組について工程表に記載すること。また、今後の検討課題とされたステルスマーケティングについての実態把握及び検討実施について、消費者庁の「景品表示法検討会」における検討の予定とともに工程表に記載すること。(消費者庁及び関係省庁等)(Ⅰ(2)③ア、Ⅲ(1)①、(2)①イ関係)</p>	<p>12月意見におけるご指摘を踏まえ、改定素案のⅢ章(1)①「デジタル・プラットフォームを介した取引等における消費者利益の確保」において、<u>「検討会の報告書への対応として、アフィリエイト広告について、景品表示法第26条に基づく広告主が講ずべき措置に関する新たな指針の策定等を行うことにより、アフィリエイト広告における不当表示の未然防止・早期是正に向けた取組」を行う旨を追記</u>しました。</p> <p>更に、今般のご指摘を踏まえ、今後の取組予定に<u>「景品表示法検討会におけるステルスマーケティングへの対応の検討等を行う」旨を追記</u>しました。</p>
<p>4. 成年年齢引下げ後を見据えた対応</p> <p>(1) 成年年齢引下げ後の対応の継続</p> <p>KPIについて、上述した消費者政策におけるEBPMの推進の観点から検討し、定量的なアウトカム指標等の設定を行うこと。また、「成年年齢引下げに伴う若年者の消費者被害防止に向けた対応策に関する意見」(令和3年12月17日)及び12月意見において指摘した内容を踏まえて、令和4年4月の成年年齢引下げ後の具体的な取組方針を明確化することが重要である。そのため、成年年齢引下げを踏まえた対応について一貫性を確保する観点から、少なくとも第4期基本計画期間中は、成年年齢引下げ後の取組内容についても整理した上、工程表に記載すること。(消費者庁、金融庁、法務省、文部科学省、経済産業省及び関係省庁等)(Ⅰ(3)①関係)</p>	<p>12月意見におけるご指摘を踏まえ、改定素案のⅠ章(3)①「成年年齢引下げを見据えた総合的な対応の推進」において、関係省庁が連携して<u>人気アニメとタイアップしたテレビCM・動画等の政府広報を行った旨を追記</u>するとともに、消費者庁の取組として、<u>「社会への扉」の活用促進等の実践的な消費者教育の推進、若年者に必要な情報が確実に届くようにSNS・イベントを活用した情報発信、消費者ホットライン188の広報、若者にも被害が多い詐欺的な定期購入商法に係る特定商取引法改正による対策強化について追記</u>しました。</p> <p>更に、今般のご指摘を踏まえ、施策名称を「成年年齢引き下げに伴う総合的な対応の推進」に変更した上で、<u>2022年度以降今後3年間の「成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育推進方針—消費者教育の実践・定着プラン」に基づき、これまでの高等学校段階を中心とした消費者教育の取組を、大学や事業者と連携して、社会人も含めた若年</u></p>

	<p>者への切れ目のない対応へと進展させるとともに、若年者主体の活動の推進や、親世代を含めた若年者周辺の人への啓発等、社会全体で若年者を支える取組を実施する。」旨を追記しました。</p> <p>12月意見におけるご指摘を踏まえ、改定素案において、<u>KPIに新たに「10代～20代の若者における消費生活相談件数」を設定</u>しており、引き続き、同指標を注視しつつ、若年者の消費者被害の防止に向け、関係省庁連携して取り組んでまいります。</p>
<p>(2) 若年者に対する消費者教育の推進</p> <p>「成年年齢引下げに伴う若年者の消費者被害防止に向けた対応策に関する意見」において指摘した通り、「社会への扉」等を活用した授業の効果を検証し、教材の改訂や教育プログラムの改善につなげていくため、生徒・学生の理解度及び定着度について把握するための方策について、検討すること。また、成年間近の若年者のみならず、幼児期から発達の段階に応じて消費者教育を行うことが重要であることから、令和4年4月の成年年齢引下げを契機として、小学校、中学校、高等学校等における消費者教育の取組を一層推進するとともに、成年年齢引下げがもたらす影響等について、幼児・若年者の保護者等に向けた周知・広報の充実を図ること。(消費者庁、文部科学省及び関係省庁等)(IV(1)①、②関係)</p>	<p>今般のご指摘を踏まえ、IV章(1)②「学校における消費者教育の推進」において、<u>「成年年齢引下げ後については、「成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育推進方針－消費者教育の実践・定着プラン－」に基づき、若年者に対する調査を含め、必要な施策を実施する」旨を追記</u>しました。また、<u>小・中・高等学校等における消費者教育の推進</u>も同施策に位置付けており、引き続き、取り組んでまいります。</p> <p>更に、今般のご指摘を踏まえ、I章(3)①「成年年齢引き下げに伴う総合的な対応の推進」において、<u>「親世代も含めた啓発等、社会全体で若年者を支える取組を実施する」旨を追記</u>しました。</p> <p>12月意見におけるご指摘を踏まえ、改定素案において、<u>KPIに新たに「10代～20代の若者における消費生活相談件数」を設定</u>しており、引き続き、同指標を注視しつつ、若年者の消費者被害の防止に向け、関係省庁連携して取り組んでまいります。</p>
<p>5. 地方消費者行政の充実・強化</p> <p>(1) 消費生活相談等の消費者行政のデジタル化</p> <p>社会の急速なデジタル化を踏まえ、消費者、消費生活相談員、消費生活センターを含む地方公共団体、関係省庁等多様な関係者間での合意形成を図りながら、消費者行政のデジタル化を一層促進することが重要である。消費者庁及び国民生活センターの「消費生活相談のデジタル化に係る中間的とりまとめ」を踏まえ、今後必要となる取組について、可能な限り工程表に記載すること。その際、上述した消費者行政におけるEBPMの推進の観点から、PIO-NETの情報を最大限活用し、政策の企画立案や法執行に活用するための検討を進めること。(消費者庁)(V(3)①、⑦関係)</p>	<p>12月意見におけるご指摘を踏まえ、改定素案のV章(3)⑦「消費生活相談情報の的確な収集と活用」において、<u>「相談者の利便性の向上、消費生活相談員の負担軽減等を図るため、次期の全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)について、民間企業で活用される業務システムを使った実証実験を踏まえ、詳細な検討を行う」旨及び「消費生活相談の業務見直し等を行い、地方公共団体がデジタル化を進める際のモデルを作成する。また地方公共団体への説明を行い、デジタル化の推進を支援する」旨を追記</u>しました。</p> <p>PIO-NET(全国消費生活相談情報ネットワークシステム)情報の活用につきましては、V章(3)⑦「消費生活相談情報の的確な収集と活用」において、消費生活相談情報の政策立案や法執行への効果的な活用のために必要な事項の整理などについて地方公共団体における実証実験を行う旨及び次期のPIO-NETについてその情報を最大限活用できる要件を検討し、導入を進めていく旨を追記しました。</p> <p>引き続き、消費生活相談のデジタル・トランスフォーメーションを進めるべく取り組んでまいります。</p>

<p>(2) 地方消費者行政への支援</p> <p>今後、少子高齢化の更なる進展や、それに伴う社会的資源の制約により、地方消費者行政の体制整備の取組に関する地方公共団体間の格差が生ずることが懸念される。地方消費者行政強化作戦2020の進捗状況の検証・評価について、達成率の低い都道府県については、各都道府県・市区町村のそれぞれのレベルで実態・要因等をより丁寧に分析した上で、支援策の在り方の見直しも含め改善策を検討すること。また、令和2年度から実施している先進的モデル事業について、事業の成果や課題等の検証・評価を十分に行った上で、モデルとなる事業を横展開するための方策について具体的に検討すること。(消費者庁)(V(3)①関係)</p>	<p>12月意見におけるご指摘を踏まえ、改定素案のV章(3)①「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」において、<u>消費生活相談員の処遇改善に向けて「指定消費生活相談員の活動費について地方消費者行政強化交付金の支援対象に追加した」</u>旨を、<u>消費者行政の担い手の育成・確保に向けて「消費生活相談員の担い手確保のための養成講座(試験対策及び実務的な研修)を実施した」</u>旨を追記しました。</p> <p>更に、今般のご指摘を踏まえ、<u>「消費生活相談員の配置促進や資格保有率向上のほか、研修参加率の向上等を目指して、現場のニーズをきめ細やかに把握しながら、地方公共団体の取組を支援する」</u>旨を追記しました。</p> <p>引き続き、<u>「消費生活相談の質の向上(相談員資格保有率75%以上、指定消費生活相談員を配置等)」</u>や<u>「地方における消費者政策推進のための体制強化(消費者行政職員の研修参加率80%以上等)」</u>といった地方消費者行政強化作戦2020における政策目標の達成に向けた取組を推進してまいります。</p>
<p>(3) 高齢者や障害者等への見守り支援</p> <p>高齢者や障害者等のぜい弱性等を抱える消費者を保護するための取組が今後ますます重要となる中で、取組の実効性を向上させるためには、関連施策間で連携を強化することが不可欠である。社会福祉法に基づく重層的支援体制整備事業と消費者安全法に基づく消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)との連携が図られたことや、令和4年3月に閣議決定された第二期成年後見制度利用促進基本計画において消費生活センターが連携先として位置付けられたことなどは高く評価されるが、現場に近い市区町村レベルで十分な連携が行われるよう、現場の実態やニーズ等を把握した上で、必要な支援策等を検討すること。</p>	<p>12月意見におけるご指摘を踏まえ、改定素案のV章(3)②「地域の見守りネットワークの構築」において、<u>「令和3年10月1日、厚生労働省(社会・援護局地域福祉課)と消費者庁(地方協力課)の連名で、地方自治体への通知「重層的支援体制整備事業と消費者安全確保地域協議会制度との連携について」を送付し、地域における福祉部局及び消費者部局の更なる連携の重要性を示した」</u>旨を追記しました。</p> <p>更に、今般のご指摘を踏まえ、<u>地方公共団体等に対するキャラバンなどを通じ「現場のニーズを細やかに把握する」</u>旨を追記しました。</p> <p>引き続き、<u>「消費者安全確保地域協議会設置市区町村の都道府県内人口カバー率50%以上」</u>や<u>「地域の見守り活動に消費生活協力員・協力団体を活用する市区町村の都道府県内人口カバー率50%以上」</u>といった地方消費者行政強化作戦2020における政策目標の達成に向けた取組を推進してまいります。</p>
<p>また、身元保証等高齢者サポート事業に関する消費者問題についても、引き続き関係省庁等が連携して必要な取組を進めること。(消費者庁、厚生労働省及び関係省庁等)(I(2)①オ、②ス、V(3)②関係)</p>	<p>本年2月10日の第365回消費者委員会本会議におけるご意見も踏まえ、改定素案のI章(2)②ス「身元保証等高齢者サポート事業に関する消費者問題についての対応」において、<u>身元保証等高齢者サポート事業等に関する注意喚起・情報提供に係る取組状況を追記</u>しました。</p> <p>更に、今般のご指摘を踏まえ、今後の取組予定に<u>「消費者が安心して身元保証等高齢者サポート事業を利用できるようにするため、必要な情報が必要な人に届くよう、関係行政機関等と適宜適切に連携し情報提供」</u>を行っていく旨を追記しました。</p> <p>引き続き、関係省庁等で連携して取り組んでまいります。</p>

<p>6. 食品表示制度の適切な運用及び執行</p> <p>(1) 食品表示制度の適切な運用</p> <p>食品表示制度についての消費者及び事業者への普及・啓発は制度の適切な運用を図る上でも重要である。インターネット販売における食品に関する情報提供についてのガイドブックについては、作成のみならず作成後の周知・広報にも十分に取り組むこと。また、保健機能食品については、消費者の理解度が横ばいで推移していることから、更なる理解向上に向けた方策について検討を行うこと。(消費者庁)(I(2)⑤ア、Ⅲ(1)①、(2)①イ関係)</p>	<p>12月意見及び今般のご指摘を踏まえ、I章(2)⑤ア「食品表示制度の適切な運用等」において、今後の取組予定として「<u>インターネット販売における食品に関する情報提供について作成したガイドブック(令和4年度版)の作成・公表・普及啓発</u>」を実施していく旨を追記しました。</p> <p>また、12月意見におけるご指摘を踏まえ、改定素案に「<u>各種調査等を実施し、保健機能食品制度の発展・充実に向けて、具体的な検討を進める</u>」旨を追記しており、引き続き、KPIに掲げる特定保健用食品、栄養機能食品、機能性表示食品の理解度の向上に向けて、取り組んでまいります。</p>
<p>(2) 食品表示の監視・取締りの強化</p> <p>食品表示は、消費者の自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し、重要な役割を果たしており、その適正を確保することが必要である。「アサリの産地表示適正化のための対策」(令和4年3月消費者庁、農林水産省)に基づき対応するとともに、食品表示に対する消費者の信頼を回復するため、サプライチェーンの各段階における監視を含めて、引き続き関係省庁が連携して不適切な食品表示への監視、取締りの強化に一層取り組むこと。(消費者庁、警察庁、国税庁、農林水産省)(I(2)⑤ウ関係)</p>	<p>今般のご指摘を踏まえ、I章(2)⑤ア「食品表示制度の適切な運用等」において、「農林水産省が行った調査により、農林水産省が買い上げた熊本県産のアサリのほとんどが「外国産アサリが混入されている可能性が高い」と判定されたことを受け、<u>食品表示基準Q&Aを改正し、ルールの適用方法の厳格化を行った</u>」旨を追記するとともに、I章(2)⑤ウ「関係機関の連携による食品表示の監視・取締り」において、「<u>産地偽装等食品表示基準に違反する行為について、迅速な対応を行う</u>」旨を追記しました。</p> <p>食品表示の適正化を通じて、消費者の食品表示への信頼を確保できるよう関係省庁等と連携し、引き続き取り組んでまいります。</p>
<p>7. SDGsの達成に向けたエシカル消費の推進</p> <p>SDGsの達成に向けては、エシカル消費の実践を通じて、消費者一人一人の行動変容を促していくことが必要である。そのため、従来の周知・啓発の結果のみならず、認証ラベルの活用なども含めエシカルな商品・サービスに対する消費者の行動を調査・分析することに取り組むこと。また、消費者の適切な選択のためには、サプライチェーンの各段階において事業者が適切に活動し、それが消費者に適切に情報開示がされコミュニケーションが進むことが重要であることから、事業者の活動の実態把握に取り組むこと。</p> <p>食品ロス削減については、食品ロス発生量を2030年度までに2000年度比で半減させるという目標達成に向け、食品ロス発生量の内訳をより詳細に分析し、項目ごとに削減目標を設ける等、消費者や事業者の取り組むべき課題の一層の見える化について検討すること。また、サステナブルファッションの推進については、新たな取組として期待するとともに、具体的な今後の取組予定について、可能な限り工程表に記載すること。</p> <p>なお、エシカル消費の対象は、児童労働や強制労働等の人権問題、カーボンニュートラル等の環境問題など幅広く、国際情勢の影響も無視できないことから、その影響も踏まえつつ取組を進めること。(消費者庁、農林水産省、経済産業省、環境省及び関係省庁等)(II(1)①、(3)①関係)</p>	<p>12月意見及び今般のご指摘を踏まえ、II章(3)①「エシカル消費の普及啓発」において、「<u>エシカル消費に関する消費者意識調査の実施</u>」や「<u>事業者の取組や認証ラベルの情報提供を行う</u>」旨を追記するとともに、「<u>特設ページにおける「消費者行動18のヒント」の発信や、サポーター制度の創設、「わたしのサステナブルファッション宣言」リリース、「サステナブルファッションに関する日仏シンポジウム」の開催などを通じ、消費者の行動変容を促していく旨を追記</u>」しました。</p> <p>また、「<u>引き続き、エシカル消費の普及のため、情報発信の充実等を行う</u>」旨を追記しており、KPIに掲げる「<u>令和4年度調査において、エシカル消費の認知度を30%にする</u>」という目標に向けて、取り組んでまいります。</p> <p>ご指摘を踏まえ、KPIに掲げる「<u>食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合を80%以上とする</u>」、「<u>家庭系及び事業系食品ロス発生量を2030年度までに2000年度比で半減(家庭系:216万トン、事業系:273万トン)することを旨とする</u>」という目標に向けて、引き続き取り組んでまいります。</p>

