

## 「消費者基本計画工程表改定素案」に関する意見

意見 No.	施策名	項目名	意見
1	1. 消費者事故等の 情報収集及び発生・ 拡大防止	KPI(アウトカム指標)	KPIに事故情報データベース登録数やSNSの反応を記載しているが、数が減ったときに、事故が減ったのか、取り組みが不十分な結果なのか評価できないはずで、そんな意味のない数を出しても無意味ではないか。
2	1. 消費者事故等の 情報収集及び発生・ 拡大防止	KPI(アウトカム指標)	「事故情報データバンクに登録された事故情報件数」が効果として事故の減少率を出すのであれば、その比較の目標数値を示してください。
3	1. 消費者事故等の 情報収集及び発生・ 拡大防止	KPI(アウトカム指標)	「消費者の意識変化」「消費者の行動変化」は中期以降にありますますが、どのように評価するのか不明瞭であり、その方法を明確に記載してください。また、初期においても消費者が取得している情報によって、消費者の意識変化や行動変化は起こると考えますので、初期にも記載が必要です。
4	1. 消費者事故等の 情報収集及び発生・ 拡大防止	KPI(アウトカム指標)	SNSのエンゲージメントとは「いいね」の数で共感したと考えるのか等、その評価についての明確な記載が必要です。
5	1. 消費者事故等の 情報収集及び発生・ 拡大防止	取組	消費者庁の取り組みとして行われてきた「子どもの事故防止」は重要であり、加筆してください。
6	1. 消費者事故等の 情報収集及び発生・ 拡大防止	取組	事業者の啓発協力についても、重要な施策であると考えます。事業者との連携についてもKPIを設けて取り組むべきです。
7	1. 消費者事故等の 情報収集及び発生・ 拡大防止	KPI(アウトカム指標)	消費者に向けての素早い情報発信や注意喚起、知らせたい人に届くよう、「事故情報データバンク」に登録された事故案件等の活用も検討してください。また、多くの事業者への啓発協力も大切な施策になると思われますので事業者との連携等についてもKPIを設けてください。
8	1. 消費者事故等の 情報収集及び発生・ 拡大防止	KPI(アウトカム指標)	KPIとして「1事故情報データバンクに登録された事故情報件数」「2注意喚起の認知度」が掲げられているが、取組の効果を計るには「注意喚起によってどの程度事故が減少したのか」という事実に基づく指標も必要ではないか。
9	1. 消費者事故等の 情報収集及び発生・ 拡大防止	取組	<p>消費者庁リコール情報サイトや同メールサービスは、事業者が実施する「回収等」「改修等」「注意喚起」の措置の情報を集約して提供することを目的としている。消費者事故等による被害を未然に防止するためには、注意喚起等の内容を幅広く周知することが重要であるが、「リコール情報サイト」という名称のウェブサイト上に注意喚起等の情報を掲載した場合、直感的に当該注意喚起等が「リコール」であるという誤解を与えかねないなど、不測の事態をもたらすことが懸念される。また、事業者からの掲載依頼方法について、リコール情報サイトのトップページ上、必ずしも明らかではない。</p> <p>f「事業者からの掲載依頼の促進や情報発信ツールの改善などに取り組む」との記述につき、掲載依頼の促進にあたっては、①リコール情報サイトの名称や仕様の変更(例:リコール・注意喚起情報サイト)、②従来のメールによる申請方法に加え、オンライン申請システムの新設(例:注意喚起等に関する情報を掲載しているURLアドレスがある場合は、当該URLを入力することで掲載手続を完了できる仕組み)、③掲載依頼方法の分かりやすい周知(例:トップページに「事業者向け」というタブを作成)を検討してはどうか。</p>

意見 No.	施策名	項目名	意見
10	1. 消費者事故等の 情報収集及び発生・ 拡大防止	—	消費者の安全の確保に関連する重点項目が「消費者事故等の情報収集及び発生・拡大防止」のみになっているのは極めて不十分である。全体意見とも重複するが、「消費者基本計画」本体の「第5章 重点的な施策の推進」の「1.(1)消費者の安全の確保」に対応するかたちで重点項目を充実させるべき。今回の案では、事故情報の収集と消費者への注意喚起のみが施策の重点とされ、消費者の安全に関する施策の最終目標が「消費者の行動変化」のみとなっており、極めて不十分。前述の通り項目を充実させ、目標や指標には、少なくとも「製造事業者等による適切な対応」、「関係府省庁における製品・サービスの技術基準の改正や規制等の強化」に関して掲載されるべきである。
11	1. 消費者事故等の 情報収集及び発生・ 拡大防止	取組	消費者事故の情報収集の充実に関し、入力データの質の向上について取り組む内容について明記すべき。
12	1. 消費者事故等の 情報収集及び発生・ 拡大防止	取組	保健所、警察機関、消防機関を所管している省庁である厚生労働省、警察庁、消防庁は、身体生命に関する重大事故等の端緒情報がはいるため、消費者庁との連携が特に重要です。消費者庁は情報を一元的に集約し、重大事故に繋がる可能性を早期に把握して消費者に対しスピード感を持って注意喚起をしてください。そのために、消費者庁ではウェブサイト、SNSの活用、動画の提供などしていますが、残念ながらまだ十分に消費者には届いていません。多種類のSNSの活用や、関係省庁からの情報発信力も活用するなど、さらに消費者に届く施策を具体的に記載してください。
13	1. 消費者事故等の 情報収集及び発生・ 拡大防止	取組	消費者の生命・身体に係る消費者事故等の発生・拡大防止に向けた取組は、消費者への注意喚起の強化が必要ですが、加えて、事業者が製品等の改善を図ることも欠かせません。事故情報を製品等の改善につなげていくことを取組に明記してください。

意見 No.	施策名	項目名	意見
14	2. 特定商取引法の 執行強化等	目標	<p>目標を「特定商取引法及び預託法を厳正かつ適切に執行する」から「特定商取引法及び預託法の厳正かつ適切な運用を確保するため、執行強化を図る」と改めるべき。</p> <p>理由：現状、相談件数90万件前後に対し、特商法に係る処分件数は100件未満とごくわずかであり、令和2年度より年々減少基調にある。直近のアウトプット・アウトカムKPIを踏まえれば、まさに計画にある「法執行の強化・迅速化」が求められる状況となっている。3月16日の会見で長官から特商法の処分の「件数が増えることが、いいことなのか」との発言があったが、被害者本人が洗脳された状態で消費者相談センターや警察による対応が困難な中で、更なる被害拡大を防ぎたい一心で通報・相談しているマルチ被害者の家族としては強い憤りを覚える。いわゆる「ものなしマルチ」被害による若者の自死事件が大きく報じられていることも重く受け止めるべき。長官発言により多くの悪質事業者の恐怖心・緊張感も失われたおそれがあり、項目名と平仄を合わせる形で、改めて目標を再設定すべき。</p>
15	2. 特定商取引法の 執行強化等	KPI(アウトプット指標)	<p>「国による特定商取引法に基づく行政処分の件数」を「特定商取引法に関する相談件数および同法60条に基づく申出件数に対する国による特定商取引法に基づく処分件数(事案数、事業者数)」を指標とすべき。</p> <p>理由：長官会見等で繰り返し記者より指摘されているが、国による特定商取引法に基づく行政処分の件数が、事案数、事業者数でみると実態としてより少ない件数となっている。消費者委員会が昨年12月に求めているEBPMの考え方、KPI充実の観点に照らし、処分件数はより実態に即したブレークダウンを行うとともに、「件数が増えることが、いいことなのか」「本来そういう事業者がいなくなるということがいいこと」との長官の発言も踏まえて、そうした悪徳事業者の多寡に対しどれだけ処分できているかを示すことが長官のご趣旨にも即しているものとする。</p> <p>なお、KPIは単に工程表に掲載するための指標でなく、それを踏まえて分析し、毎年の改善を図っていくPDCA実践のためのものであることから、不十分な取り締まりにより悪質な業者が数多く野放しにされている現状を認識した上で、なぜ行政処分が減ってしまっているのかを分析し、体制強化、専門人材増など、課題に正面から応える「実効的な対策」をとるべき。</p>
16	2. 特定商取引法の 執行強化等	KPI(アウトカム指標)	<p>アウトカム指標については、初期「1取締体制の拡充」、中期「1被害の減少」、終期「1被害の大幅減少」とすべき。 「PIO-NETを通じて動向を把握」を「PIO-NET等を通じて動向を把握」とすべき。</p> <p>理由：マルチ商法を全面禁止する等、劇的な規制強化を行えば、違反行為の大幅な減少は可能かもしれないが、必要な対応策も出されていない中では、悪徳事業者およびその違反行為による被害の解消どころか、被害の減少を実現することも簡単ではない。現実を見据え、まずは取締体制の拡充を図りながら取締を強化し、被害の減少や業界のコンプライアンスの向上につなげることが必要。また被害者に被害の自覚がないことが多いマルチ商法被害の実態はPIO-NETのみでは読み取れないことから、新たに専用相談窓口を設置し、そこでの相談動向その他のデータも把握すべき。</p>

意見 No.	施策名	項目名	意見
17	2. 特定商取引法の 執行強化等	取組	<p>令和5年「特定商取引法及び預託法の厳正かつ適切な執行」を「特定商取引法及び預託法を厳正かつ適切な運用を確保するための執行強化」と改めるとともに、下行に「そのための体制を大幅に強化する」と追加すべき。</p> <p>理由：現状、相談件数90万件前後に対し、特商法に係る処分件数は100件未満とごくわずかであり、令和2年度より年々減少基調にある。直近のアウトプット・アウトカムKPIを踏まえれば、まさに計画にある「法執行の強化・迅速化」が求められる状況となっている。3月16日の会見で長官が特商法の処分の「件数が増えることが、いいことなのか」との発言があり、多くの悪質事業者の畏怖心、緊張感が失われたおそれがあることも踏まえ、項目名と平仄を合わせる形で、取組を強化することを改めて示すべき。そしてそのために夏に向けて体制強化の実現に取り組んでいただきたい。全国レベルで処分の効果が期待できる国レベルの体制強化は不可欠である。</p>
18	2. 特定商取引法の 執行強化等	取組	<p>令和5年「dマルチ被害者等向け支援窓口の設置」の追加 令和6年「d」を追加</p> <p>理由：マルチ被害者本人は洗脳されて被害の自覚がなかったり、忠告に耳を傾けてもらえない状態であったりすることが多い。2021年のマルチ取引に係る約8000件の苦情・相談のうち、家族など本人以外による苦情・相談が4分の1※を占めるが、本人以外が消費者相談センター（や警察）に相談しても「本人の協力が必要」などと言われてしまい、解決につながらないのが現状（PIO-NETの件数のみならず相談結果の確認・分析が必要）。またマルチ商法対応は専門性・特殊性が顕著である。このため、基本計画でいう「実効的な対策」として、マルチ被害者の家族を中心とした第三者向け伴走支援窓口の設置がぜひとも必要である。</p> <p>※令和5年3月30日衆議院消費者問題に関する特別委員会コメント(3h16m付近) <a href="https://www.shugiintv.go.jp/jp/index.php?ex=VL&amp;deli_id=54479&amp;media_type">https://www.shugiintv.go.jp/jp/index.php?ex=VL&amp;deli_id=54479&amp;media_type</a></p>
19	2. 特定商取引法の 執行強化等	目標	<p>目標を「特定商取引法及び預託法を厳正かつ適切に執行する」から「特定商取引法及び預託法の厳正かつ適切な運用を確保するため、執行強化を図る」と改めるべきです。</p> <p>理由：特定商取引法に基づく執行件数が減少しています。3月16日の消費者庁長官会見では、長官から特商法の処分の「件数が増えることが、いいことなのか」との発言がありましたが、この回答は受け入れもの難しいです。</p> <p>3月2日の長官会見で専門誌記者より「消費生活相談員の方からはですね、もう行政処分がなされないためにやりたい放題だと。野放しで法改正後、事業者が増加してトラブルが増えて、状況が悪化していると」指摘がありましたが、消費生活相談の現場はこれのご指摘通りの状況です。長官が特商法の処分の「件数が増えることが、いいことなのか」など発言してしまったことは、悪質業者、詐欺的業者を増長させてしまったのではと懸念しています。いわゆる「ものなしマルチ」被害による若者の自死事件が起こってしまったことを消費者庁は重く受け止めて、不実告知、事実の不告知、勧誘目的隠匿など違法勧誘を行う事業者を迅速に行政処分できるだけの執行強化を図っていただきたい。</p>

意見 No.	施策名	項目名	意見
20	2. 特定商取引法の 執行強化等	目標	<p>目標を「特定商取引法及び預託法を厳正かつ適切に執行する」から「特定商取引法及び預託法の厳正かつ適切な運用を確保するため、執行強化を図る」と改めるべき。</p> <p>理由：現状、相談件数90万件前後に対し、特商法に係る処分件数は100件未満とごくわずかであり、令和2年度より年々減少基調にある。直近のアウトプット・アウトカムKPIを踏まえれば、まさに計画にある「法執行の強化・迅速化」が求められる状況となっている。3月16日の会見で長官から特商法の処分の「件数が増えることが、いいことなのか」との発言があったが、被害者本人が洗脳された状態で消費者相談センターや警察による対応が困難な中で、更なる被害拡大を防ぎたい一心で通報・相談しているマルチ被害者の家族としては強い憤りと脱力感を覚える。長官発言により、多くの悪質事業者の畏怖心・緊張感も失われたおそれがあり、項目名と平仄を合わせ、取り締まり強化を図ることを目標として明確に設定すべき。</p>
21	2. 特定商取引法の 執行強化等	KPI(アウトプット指標)	<p>「国による特定商取引法に基づく行政処分の件数」を「特定商取引法に関する相談件数および同法60条に基づく申出件数に対する国による特定商取引法に基づく処分件数(事案数、事業者数)」を指標とすべき。</p> <p>理由：長官会見等で繰り返し記者より指摘されているが、国による特定商取引法に基づく行政処分の件数が、事案数、事業者数でみると実態としてより少ない件数にとどまっている。消費者委員会が昨年12月に求めているEBPMの考え方、KPI充実の観点に照らし、処分件数はより実態に即したブレークダウンを行うとともに、「件数が増えることが、いいことなのか」「本来そういう事業者がいなくなるということがいいこと」との長官の発言も踏まえ、単なる処分件数でなく、悪徳事業者の多寡に対しどれだけ処分できているかを示すことがより適切な指標になると考える。</p> <p>なお、消費者政策課長も先日おっしゃっていたが、KPIは毎年の改善を図っていくPDCA実践のためのものであることから、不十分な取り締まりにより悪質な業者が数多く野放しにされている現状を認識した上で、なぜ行政処分が減ってしまっているのかを分析し、体制強化、専門人材増など、課題に正面から応える「実効的な対策」をとるべき。</p>
22	2. 特定商取引法の 執行強化等	KPI(アウトカム指標)	<p>アウトカム指標については、初期「1取締体制の拡充」、中期「1被害の減少」、終期「1被害の大幅減少」とすべき。 「PIONETを通じて動向を把握」を「PIONET等を通じて動向を把握」とすべき。</p> <p>理由：マルチ商法を全面禁止する、米国のように当局に強い権限をもたせる等、劇的な規制強化を行えば、違反行為の大幅な減少は1?2年で可能かもしれないが、必要な対応策も検討されていない現状に鑑みるに、悪徳事業者およびその違反行為による被害の解消どころか、被害の減少を実現することも簡単ではない。現実を見据え、まずは取締体制の拡充を図りながら取締を強化し、被害の減少や業界のコンプライアンスの向上につなげる必要がある。 また被害者に被害の自覚がないことが多いマルチ商法被害の実態はPIONETのみでは読み取れないことから、新たに専用相談窓口を設置し、そこでの相談動向その他のデータも把握すべき。 先日「マルチに関する消費者相談センターへの相談の4分の1は家族から。相談員が一番理解している。188の普及に努める」旨の国会答弁があったが、どれだけが解決につながったか、相談結果の内実こそみていただきたい。自分は「何を期待してセンターに来られましたか。被害の自覚があればお金を取り返す努力をしますが、そうでないと何もできません。件数として1件登録しておきます」と言われただけであったし、ほかの被害者家族に聞いても似たようなもの。相談員に伺っても、現状の権限や役割では、洗脳された被害者の救済は現状困難である。</p>

意見 No.	施策名	項目名	意見
23	2. 特定商取引法の 執行強化等	取組	<p>令和5年「特定商取引法及び預託法の厳正かつ適切な執行」を「特定商取引法及び預託法を厳正かつ適切な運用を確保するための執行強化」と改めるとともに、下行に「そのための体制を大幅に強化する」と追加すべき。</p> <p>理由：現状、相談件数90万件前後に対し、特商法に係る処分件数は100件未満とごくわずかであり、令和2年度より年々減少基調にある。直近のアウトプット・アウトカムKPIを踏まえれば、まさに今こそ計画にある「法執行の強化・迅速化」が求められる状況となっている。3月16日の会見で長官が特商法の処分の「件数が増えることが、いいことなのか」との発言があり、多くの悪質事業者の畏怖心、緊張感が失われたおそれがあることも踏まえ、項目名と平仄を合わせる形で、取組を強化することを改めて示すべき。</p> <p>そしてそのために夏に向けて体制強化の実現に取り組んでいただきたい。全国レベルで処分の効果が期待できる国レベルの体制強化は不可欠である。</p> <p>また、専門人材を含めた人員増強を進めることは大前提とした上で、取り締まり強化を緊急に図るために、手間のかかる正式の行政処分以外に、地方自治体のように、行政指導により事業者に対する「事実確認」とその結果の報告を求めることで(事業者の自発的な会員処分も遡及することになり)結果としてより多くの事案の解決を図ることはできないか。(対外的には件数のみ公表)</p>
24	2. 特定商取引法の 執行強化等	取組	<p>令和5年「dマルチ被害者等向け支援窓口の設置」の追加 令和6年「d」を追加</p> <p>理由：マルチ被害者本人は洗脳されて被害の自覚がなかったり、忠告に耳を傾けてもらえない状態であったりすることが多い。2021年のマルチ取引に係る約8000件の苦情・相談のうち、家族など本人以外による苦情・相談が4分の1を占めるが、本人以外が消費者相談センター(や警察)に相談しても「本人の協力が必要」などと言われてしまい、解決につながらないのが現状(PIONETの件数のみならず相談結果の確認・分析が必要)。またマルチ商法対応は専門性・特殊性が顕著である。このため、基本計画でいう「実効的な対策」として、マルチ被害者の家族等の相談窓口の設置がぜひとも必要である。</p> <p>窓口といっても様々な形がありうるところ、そこに不十分な取り締まり体制の強化の一端を担わせる一案としては、法曹・消費者団体等に委託して窓口を開設し、被害者等からの通報・相談を受けたら事案の内容を整理、必要に応じ事業者に「事実確認」とその結果報告を要求、事業者が事実確認を行う(必要があれば自発的に内部処分等は正を行う)、結果を消費者庁に報告、要すれば消費者庁は更に調査・処分を行うといった仕組みがありうるのではないか。</p> <p>参考として、厚労省の医療広告のネットパトロール事業では、消費者団体に事業を委託し、外部からの通報や自ら行うネットパトロールによって探知した、ネット上の不適切な医療広告表示について、医療機関に制度説明と照会を行い、医療機関が表示を修正もしくは拒否したという結果を厚労省・都道府県に報告し、都道府県等の保健所が更に対処する形となっていると承知。</p>
25	2. 特定商取引法の 執行強化等	目標	<p>特定商取引法及び預託法の適切な運用を図るため、「執行強化」とすべき。</p> <p>理由：成年年齢の引き下げ、コロナ過による経済不安などからマルチ取引被害が増えている一方で、特商法に係る処分件数は令和2年度より年々減少基調にある。3月16日の会見で長官から「特商法の処分の件数が増えることがいいことなのか」との発言があったが、処分されず野放し状態となっている現状の中で被害相談をしているのかと落胆すると共に、強い憤りを覚える。</p> <p>いわゆる「ものなしマルチ」被害による若者の自死事件の報道、報道には至らないが自死未遂があることも重く受け止めるべき。</p>

意見 No.	施策名	項目名	意見
26	2. 特定商取引法の 執行強化等	KPI(アウトプット指標)	<p>「国による特定商取引法に基づく行政処分の件数」を「特定商取引法に関する相談件数および同法 60 条に基づく申出件数に対する国による特定商取引法に基づく処分件数(事案数、事業者数)」を指標とすべき。</p> <p>理由: 長官会見等で繰り返し記者より指摘されているが、国による特定商取引法に基づく行政処分の件数が、事案数、事業者数でみると実態としてより少ない件数となっている。消費者委員会が昨年 12 月に求めている EBPM の考え方、KPI 充実の観点に照らし、処分件数はより実態に即したブレークダウンを行うとともに、「件数が増えることが、いいことなのか」「本来そういう事業者がいなくなるということがいいこと」との長官の発言も踏まえて、そうした悪徳事業者の多寡に対しどれだけ処分できているかを示すことが長官のご趣旨にも即しているものと考え。</p> <p>なお、KPI は単に工程表に掲載するための指標でなく、それを踏まえて分析し、毎年の改善を図っていく PDCA 実践のためのものであることから、不十分な取り締まりにより悪質な業者が数多く野放しにされている現状を認識した上で、なぜ行政処分が減っているのかを分析し、体制強化、専門人材増など、課題に正面から応える「実効的な対策」をとるべき。</p>
27	2. 特定商取引法の 執行強化等	KPI(アウトカム指標)	<p>アウトカム指標については、初期「1 取締体制の拡充」、中期「1 被害の減少」、終期「1 被害の大幅減少」とすべき。</p> <p>「PIO-NET を通じて動向を把握」を「PIO-NET 等を通じて動向を把握」とすべき。</p> <p>理由: マルチ商法を全面禁止する等、劇的な規制強化を行えば、違反行為の大幅な減少は可能かもしれないが、必要な対応策も出されていない中では、悪徳事業者およびその違反行為による被害の解消どころか、被害の減少を実現することも簡単ではない。現実を見据え、まずは取締体制の拡充を図りながら取締を強化し、被害の減少や業界のコンプライアンスの向上につなげる必要がある。また被害者に被害の自覚がないことが多いマルチ商法被害の実態は PIO-NET のみでは読み取れないことから、新たに専用相談窓口を設置し、そこでの相談動向その他のデータも把握すべき。</p>
28	2. 特定商取引法の 執行強化等	取組	<p>令和 5 年「特定商取引法及び預託法の厳正かつ適切な執行」を「特定商取引法及び預託法を厳正かつ適切な運用を確保するための執行強化」と改めるとともに、下行に「そのための体制を大幅に強化する」と追加すべき。</p> <p>理由: 現状、相談件数 90 万件前後に対し、特商法に係る処分件数は 100 件未満とごくわずかであり、令和2年度より年々減少基調にある。</p> <p>直近のアウトプット・アウトカム KPI を踏まえれば、まさに計画にある「法執行の強化・迅速化」が求められる状況となっている。3 月 16 日の会見で長官が特商法の処分の「件数が増えることが、いいことなのか」との発言があり、多くの悪質事業者の畏怖心、緊張感が失われたおそれがあることも踏まえ、項目名と平仄を合わせる形で、取組を強化することを改めて示すべき。そしてそのために夏に向けて体制強化の実現に取り組んでいただきたい。全国レベルで処分の効果が期待できる国レベルの体制強化は不可欠である。</p>

意見 No.	施策名	項目名	意見
29	2. 特定商取引法の 執行強化等	取組	<p>令和5年「dマルチ被害者等向け支援窓口の設置」の追加 令和6年「d」を追加</p> <p>理由: マルチ被害者本人は洗脳されて被害の自覚がなかったり、忠告に耳を傾けてもらえない状態であったりすることが多い。2021年のマルチ取引に係る約8000件の苦情・相談のうち、家族など本人以外による苦情・相談が4分の1※を占めるが、本人以外が消費者相談センター(や警察)に相談しても「本人の協力が必要」などと言われてしまい、解決につながらないのが現状(PIO-NETの件数のみならず相談結果の確認・分析が必要)。またマルチ商法対応は専門性・特殊性が顕著である。このため、基本計画でいう「実効的な対策」として、マルチ被害者の家族を中心とした第三者向け併走支援窓口の設置がぜひとも必要である。</p> <p>※令和5年3月30日衆議院消費者問題に関する特別委員会コメント(3h16m 付近)</p>
30	2. 特定商取引法の 執行強化等	目標	<p>目標を「特定商取引法及び預託法を厳正かつ適切に執行する」から「特定商取引法及び預託法の厳正かつ適切な運用を確保するため、執行強化を図る」と改めるべき。</p> <p>理由: 現状、相談件数90万件前後に対し、特商法に係る処分件数は100件未満とごくわずかであり、令和2年度より年々減少基調にある。直近のアウトプット・アウトカムKPIを踏まえれば、まさに計画にある「法執行の強化・迅速化」が求められる状況となっている。3月16日の会見で長官から特商法の処分の「件数が増えることが、いいことなのか」との発言があったが、被害者本人が洗脳された状態で消費者相談センターや警察による対応が困難な中で、更なる被害拡大を防ぎたい一心で通報・相談しているマルチ被害者の家族としては強い憤りを覚える。いわゆる「ものなしマルチ」被害による若者の自死事件が大きく報じられていることも重く受け止めるべき。長官発言により多くの悪質事業者の畏怖心・緊張感も失われたおそれがあり、項目名と平仄を合わせる形で、改めて目標を再設定すべき。</p>
31	2. 特定商取引法の 執行強化等	KPI(アウトプット指標)	<p>「国による特定商取引法に基づく行政処分の件数」を「特定商取引法に関する相談件数および同法60条に基づく申出件数に対する国による特定商取引法に基づく処分件数(事案数、事業者数)」を指標とすべき。</p> <p>理由: 長官会見等で繰り返し記者より指摘されているが、国による特定商取引法に基づく行政処分の件数が、事案数、事業者数でみると実態としてより少ない件数となっている。消費者委員会が昨年12月に求めているEBPMの考え方、KPI充実の観点に照らし、処分件数はより実態に即したブレークダウンを行うとともに、「件数が増えることが、いいことなのか」「本来そういう事業者がいなくなるということがいいこと」との長官の発言も踏まえて、そうした悪徳事業者の多寡に対しどれだけ処分できているかを示すことが長官のご趣旨にも即しているものとする。</p> <p>なお、KPIは単に工程表に掲載するための指標でなく、それを踏まえて分析し、毎年の改善を図っていくPDCA実践のためのものであることから、不十分な取り締まりにより悪質な業者が数多く野放しにされている現状を認識した上で、なぜ行政処分が減ってしまっているのかを分析し、体制強化、専門人材増など、課題に正面から応える「実効的な対策」をとるべき。</p>
32	2. 特定商取引法の 執行強化等	KPI(アウトカム指標)	<p>アウトカム指標については、初期「1取締体制の拡充」、中期「1被害の減少」、終期「1被害の大幅減少」とすべき。 「PIO-NETを通じて動向を把握」を「PIO-NET等を通じて動向を把握」とすべき。</p> <p>理由: マルチ商法を全面禁止する等、劇的な規制強化を行えば、違反行為の大幅な減少は可能かもしれないが、必要な対応策も出されていない中では、悪徳事業者およびその違反行為による被害の解消どころか、被害の減少を実現することも簡単ではない。現実を見据え、まずは取締体制の拡充を図りながら取締を強化し、被害の減少や業界のコンプライアンスの向上につなげることが必要。また被害者に被害の自覚がないことが多いマルチ商法被害の実態はPIO-NETのみでは読み取れないことから、新たに専用相談窓口を設置し、そこでの相談動向その他のデータも把握すべき。</p>

意見 No.	施策名	項目名	意見
33	2. 特定商取引法の 執行強化等	取組	<p>令和5年「特定商取引法及び預託法の厳正かつ適切な執行」を「特定商取引法及び預託法を厳正かつ適切な運用を確保するための執行強化」と改めるとともに、下行に「そのための体制を大幅に強化する」と追加すべき。</p> <p>理由：現状、相談件数90万件前後に対し、特商法に係る処分件数は100件未満とごくわずかであり、令和2年度より年々減少基調にある。直近のアウトプット・アウトカムKPIを踏まえれば、まさに計画にある「法執行の強化・迅速化」が求められる状況となっている。3月16日の会見で長官が特商法の処分の「件数が増えることが、いいことなのか」との発言があり、多くの悪質事業者の畏怖心、緊張感が失われたおそれがあることも踏まえ、項目名と平仄を合わせる形で、取組を強化することを改めて示すべき。そしてそのために夏に向けて体制強化の実現に取り組んでいただきたい。全国レベルで処分の効果が期待できる国レベルの体制強化は不可欠である。</p>
34	2. 特定商取引法の 執行強化等	取組	<p>令和5年「dマルチ被害者等向け支援窓口の設置」の追加 令和6年「d」を追加</p> <p>理由：マルチ被害者本人は洗脳されて被害の自覚がなかったり、忠告に耳を傾けてもらえない状態であったりすることが多い。2021年のマルチ取引に係る約8000件の苦情・相談のうち、家族など本人以外による苦情・相談が4分の1を占めるが、本人以外が消費者相談センター（や警察）に相談しても「本人の協力が必要」などと言われてしまい、解決につながらないのが現状（PIO-NETの件数のみならず相談結果の確認・分析が必要）。またマルチ商法対応は専門性・特殊性が顕著である。このため、基本計画でいう「実効的な対策」として、マルチ被害者の家族を中心とした第三者向け伴走支援窓口の設置がぜひとも必要である。</p>
35	2. 特定商取引法の 執行強化等	取組	<p>特定商取引法の執行強化が、掛け声だけになっているのではないのでしょうか。生ぬるいと感じます。執行強化により消費者被害が減少することが目標ですが、分野によってはむしろ被害が増加していませんか。</p> <p>ものなしマルチで、若者が借金を苦に命を絶つといった悲惨な出来事があったとしても、それをしっかり受け止めて執行強化をするといった姿勢が見られなかったことは残念です。例えば全国で「ものなしマルチ被害情報収集キャンペーン」をするとか、全国の都道府県に呼びかけて全国一斉に「ものなしマルチ一斉処分」の取組をするなどインパクトのある取組をしないと、撲滅できません。ハエたたきやモグラたたきのような行政処分では焼け石に水ではないのでしょうか。</p> <p>そもそも、ものなしマルチを禁止する法改正も必要です。特商法の改正検討に消極的な今の消費者庁の姿勢は大変残念です。</p>

意見 No.	施策名	項目名	意見
36	2. 特定商取引法の 執行強化等	取組	<p>重点項目2. 特定商取引法等の執行強化等の令和5年度取組に「経済のデジタル化に伴う欺まう的な販売手法への対処や新たな課題への対応の含め、実効的な対策を検討し、制度改正等の必要な措置を講ずる。」を追記する。</p> <p>(理由) 追記部分は消費者基本計画に書かれていることに他ならない。 今、SNS広告が事実上の勧誘手段となり消費者被害発生の原因になっていることに対応できていない現状をしっかりと受け止め、必要な措置を講ずるべき時である。 マルチ商法では、モノなしマルチ、後出しマルチの被害が若者に広がっている現状に対して制度改正を含めた対策を検討すべき時である。 旧来からの電話勧誘・訪問勧誘についても、高齢化の進行を踏まえて新たな被害防止策を検討すべきだ。G7の中で唯一、Do-Not-Call制度がない状況を放置すべきでない。</p>
37	2. 特定商取引法の 執行強化等	KPI(アウトカム指標)	<p>KPI(アウトカム指標)の設定についての不十分さ 「重点項目2. 特定商取引法等の執行強化等」について 同項目については、「特定商取引法・・・を厳正かつ適切に執行する。」との点が目標として設定されている。そしてそのKPI(アウトカム指標)として、〈初期〉「違反行為の解消」〈中期〉「1公正な取引の確保」〈2・・・消費者被害額の推計額〉〈最終〉「消費者利益の保護」などと設定されている。 このうち「2・・・消費者被害額の推計額」は消費者被害の多寡に直結し得うる指標であるため、この場合のアウトカム指標の一つとしては一応妥当であると考えられるが、このままでは施策の達成度が客観的かつ明確に判断できないため具体的な数値を適切に設定していく必要がある。 他方で、KPI(アウトカム指標)の各欄には「※PIO-NETを通じて動向を把握」との記載があるものの、その内容が明らかにされていない。仮にこのようにPIO-NETのデータを活用するのであれば、特定商取引法の取引類型ごとの相談件数の減少をアウトカム指標とする等、より具体的に直接的な指標を検討するべきである。</p>
38	2. 特定商取引法の 執行強化等	目標	<p>目標を「特定商取引法及び預託法を厳正かつ適切に執行する」から「特定商取引法及び預託法の厳正かつ適切な運用を確保するため、執行強化を図る」と改めるべき。</p> <p>理由：現状、相談件数90万件前後に対し、特商法に係る処分件数は100件未満とごくわずかであり、令和2年度より年々減少基調にある。直近のアウトプット・アウトカムKPIを踏まえれば、まさに計画にある「法執行の強化・迅速化」が求められる状況となっている。3月16日の会見で長官から特商法の処分の「件数が増えることが、いいことなのか」との発言があったが、被害者本人が洗脳された状態で消費者相談センターや警察による対応が困難な中で、更なる被害拡大を防ぎたい一心で通報・相談しているマルチ被害者の家族としては強い憤りを覚える。いわゆる「ものなしマルチ」被害による若者の自死事件が大きく報じられていることも重く受け止めるべき。長官発言により多くの悪質事業者の畏怖心・緊張感も失われたおそれがあり、項目名と平仄を合わせる形で、改めて目標を再設定すべき。</p>

意見 No.	施策名	項目名	意見
39	2. 特定商取引法の 執行強化等	KPI(アウトプット指標)	<p>「国による特定商取引法に基づく行政処分の件数」を「特定商取引法に関する相談件数および同法60条に基づく申出件数に対する国による特定商取引法に基づく処分件数(事案数、事業者数)」を指標とすべき。</p> <p>理由: 長官会見等で繰り返し記者より指摘されているが、国による特定商取引法に基づく行政処分の件数が、事案数、事業者数でみると実態としてより少ない件数となっている。消費者委員会が昨年12月に求めているEBPMの考え方、KPI充実の観点に照らし、処分件数はより実態に即したブレークダウンを行うとともに、「件数が増えることが、いいことなのか」「本来そういう事業者がいなくなるということがいいこと」との長官の発言も踏まえて、そうした悪徳事業者の多寡に対しどれだけ処分できているかを示すことが長官のご趣旨にも即しているものと考え。</p> <p>なお、KPIは単に工程表に掲載するための指標でなく、それを踏まえて分析し、毎年の改善を図っていくPDCA実践のためのものであることから、不十分な取締まりにより悪質な業者が数多く野放しにされている現状を認識した上で、なぜ行政処分が減ってしまっているのかを分析し、体制強化、専門人材増など、課題に正面から応える「実効的な対策」をとるべき。</p>
40	2. 特定商取引法の 執行強化等	KPI(アウトカム指標)	<p>アウトカム指標については、初期「1取締体制の拡充」、中期「1被害の減少」、終期「1被害の大幅減少」とすべき。</p> <p>「PIO-NETを通じて動向を把握」を「PIO-NET等を通じて動向を把握」とすべき。</p> <p>理由: マルチ商法を全面禁止する等、劇的な規制強化を行えば、違反行為の大幅な減少は可能かもしれないが、必要な対応策も出されていない中では、悪徳事業者およびその違反行為による被害の解消どころか、被害の減少を実現することも簡単ではない。現実を見据え、まずは取締体制の拡充を図りながら取締を強化し、被害の減少や業界のコンプライアンスの向上につなげることが必要。また被害者に被害の自覚がないことが多いマルチ商法被害の実態はPIO-NETのみでは読み取れないことから、新たに専用相談窓口を設置し、そこでの相談動向その他のデータも把握すべき。</p>
41	2. 特定商取引法の 執行強化等	取組	<p>令和5年「特定商取引法及び預託法の厳正かつ適切な執行」を「特定商取引法及び預託法を厳正かつ適切な運用を確保するための執行強化」と改めるとともに、下行に「そのための体制を大幅に強化する」と追加すべき。</p> <p>理由: 現状、相談件数90万件前後に対し、特商法に係る処分件数は100件未満とごくわずかであり、令和2年度より年々減少基調にある。直近のアウトプット・アウトカムKPIを踏まえれば、まさに計画にある「法執行の強化・迅速化」が求められる状況となっている。3月16日の会見で長官が特商法の処分の「件数が増えることが、いいことなのか」との発言があり、多くの悪質事業者の畏怖心、緊張感が失われたおそれがあることも踏まえ、項目名と平仄を合わせる形で、取組を強化することを改めて示すべき。そしてそのために夏に向けて体制強化の実現に取り組んでいただきたい。全国レベルで処分の効果が期待できる国レベルの体制強化は不可欠である。</p>

意見 No.	施策名	項目名	意見
42	2. 特定商取引法の 執行強化等	取組	<p>令和5年「dマルチ被害者等向け支援窓口の設置」の追加 令和6年「d」を追加</p> <p>理由: マルチ被害者本人は洗脳されて被害の自覚がなかったり、忠告に耳を傾けてもらえない状態であったりすることが多い。2021年のマルチ取引に係る約8000件の苦情・相談のうち、家族など本人以外による苦情・相談が4分の1を占めるが、本人以外が消費者相談センター(や警察)に相談しても「本人の協力が必要」などと言われてしまい、解決につながらないのが現状(PIO-NETの件数のみならず相談結果の確認・分析が必要)。またマルチ商法対応は専門性・特殊性が顕著である。このため、基本計画でいう「実効的な対策」として、マルチ被害者の家族を中心とした第三者向け伴走支援窓口の設置がぜひとも必要である。</p> <p>私の場合、妻が20年以上化粧品のマルチをやっているが、当初は私自身マルチの知識がなく、なんとなく胡散臭いが、妻がそこまでやりたいというのであれば仕方がないと、消極的ながらやりたいようにさせてきた。妻の家族は当時は猛反対、「目つきがおかしい」「こんなことをやらせるために大学まで行かせたんじゃない」など散々なことを言われながらも、すでにマインドコントロールされた妻には何を言っても無駄、結局そのまま20年以上続けている。</p> <p>この間我が家の家計は急速に悪化、子供二人の成長に伴い、いよいよやりくりだけではどうにもならない段階になり、何とか妻に目を覚まして欲しいと思い、妻の家族にも現状を伝え、マルチをやめるよう説得するため協力してもらおうと思ったが、20年もやっていると、妻の家族は「娘があんなに頑張っているんだから、それを否定するなんて」というスタンスに変化してしまった。結局誰にも相談できず、ただ苦しい家計のまま、耐え忍ぶ毎日である。</p> <p>このような家庭はマルチでは決して珍しくないはずである。そして、親族はただ一人で悩みを抱え込み、自分さえ我慢していれば、かろうじて家庭崩壊にならずに済む、と自らを犠牲にする。あるいは、耐えられずに家庭崩壊、離婚などに至る。果たしてこれが真実な仕事と言えるだろうか? マインドコントロール、洗脳された人間に、専門知識のない人間がたった一人で立ち向かうなど、まず不可能である。</p> <p>是非とも国には本気でこの問題に取り組み、マルチに苦しめられる親族に寄り添い、サポートできる体制を整えていただくよう、強く希望する。</p>
43	2. 特定商取引法の 執行強化等	目標	<p>目標を「特定商取引法及び預託法を厳正かつ適切に執行する」から「特定商取引法及び預託法の厳正かつ適切な運用を確保するため、執行強化を図る」と改めるべき。</p> <p>理由: 消費生活センターへの相談件数90万件前後に対し、特商法に係る処分件数は100件未満とごくわずかです。私の母はマルチ会員ですが、それが原因で両親は離婚、長女は現在も母と絶縁しています。母の妹も仲裁に入ろうと頑張ってくれましたが罵倒されていました。他の親族からの忠告には耳を傾けず、子どもである私たちには1000万円もの借金をしていました。このような家庭崩壊を促すような販売方法を野放しにしておくわけにはいきません。</p>
44	2. 特定商取引法の 執行強化等	KPI(アウトプット指標)	<p>「国による特定商取引法に基づく行政処分の件数」を「特定商取引法に関する相談件数および同法60条に基づく申出件数に対する国による特定商取引法に基づく処分件数(事案数、事業者数)」を指標とすべき。</p> <p>理由: 私の母のような大手のマルチであれば一定数被害報告は上がると思います。一方で、会員数が少ない悪質マルチ事業者も存在しています。会員本人はマインドコントロールされているケースが多く申出や相談につながりづらいです。親族が頑張って申出制度を利用してもなかなか行政処分に繋がらなければ親族としてはできることはありません。相談件数や申出件数に応じた処分件数をKPIとすることで、苦しんでいる親族も救われる部分があるのではと思います。</p>
45	2. 特定商取引法の 執行強化等	KPI(アウトカム指標)	<p>アウトカム指標については、初期「1取締体制の拡充」、中期「1被害の減少」、終期「1被害の大幅減少」とすべき。 「PIO-NETを通じて動向を把握」を「PIO-NET等を通じて動向を把握」とすべき。</p> <p>理由: 私のケースで言えば苦しんでいるのは20年以上です。このような被害はマルチ商法が流行った30年以上前から引き続き苦しみです。そうした苦しむ親族が一人でも減るよう、取締体制の強化と最終的な被害の大幅減少を強く要望します。</p>

意見 No.	施策名	項目名	意見
46	2. 特定商取引法の 執行強化等	取組	令和5年「特定商取引法及び預託法の厳正かつ適切な執行」を「特定商取引法及び預託法を厳正かつ適切な運用を確保するための執行強化」と改めるとともに、下行に「そのための体制を大幅に強化する」と追加すべき。
47	2. 特定商取引法の 執行強化等	KPI(アウトプット指標)	<p>令和5年「dマルチ被害者等向け支援窓口の設置」の追加 令和6年「d」を追加</p> <p>理由: マルチ会員の親族は消費生活センターへ相談をと河野大臣は仰っていましたが、親族は契約者本人でないため相談しない人も多いです。加えて親族が身内のことを相談するハードルは非常に高いです。それでも勇気を出して相談しても、本人に来てもらえないかなどと話をされ、どのようにすれば本人を辞めさせらるかなどの根本的な課題解決に向けた相談を乗ってもらうことはなかなかできません。せいぜい被害事例としてPIO-NETに登録してもらう程度です。マルチ事業者に母の違法行為を通報し、強制脱会も相談しましたが親族である母に何かありましたか？と連絡がいただけでした。何ら解決はしませんでした。親族の悩みを親身に聴き、親族が何を最終ゴールとしているのか(会員の強制脱会、マインドコントロール解除、事業者の行政処分、会員である親族の上位会員への処分、など)を引き出し、解決に向けて中長期的に伴走する。またそうやって得られた課題解決事例を公開することで、さらなる被害者を減らすような取り組みを要望します。</p> <p>参考として、クレジットカウンセリング協会の取り組みが参考になると考えています。</p> <p>※令和5年3月30日衆議院消費者問題に関する特別委員会コメント(3h16m付近)  <a href="https://www.shugiintv.go.jp/jp/index.php?ex=VL&amp;deli_id=54479&amp;media_type=">https://www.shugiintv.go.jp/jp/index.php?ex=VL&amp;deli_id=54479&amp;media_type=</a>  ※日本クレジットカウンセリング協会: <a href="https://www.jcco.or.jp/">https://www.jcco.or.jp/</a></p>
48	2. 特定商取引法の 執行強化等	KPI(アウトカム指標)	<p>「国による特定商取引法に基づく行政処分の件数」を「特定商取引法に関する相談件数および国による特定商取引法に基づく行政処分の件数」に修正してください。</p> <p>理由:  マルチ商法の被害は契約者のみならず、マルチ商法の会員となり勧誘する側の者も被害者になります。特に勧誘する側の会員の多くは洗脳状態にあり多額の借金を抱えたり、中には破産する場合があります。しかし、その状態になっても洗脳状態にあるため被害の認識はなく消費生活センター等への相談にもいきません。また、その状態を目の当たりにした家族が消費生活センター等に相談しても本人でないために何の対応もしてもらえず、被害件数にも上がりません。このため、マルチ商法の被害件数は実情とはかけ離れた少ない件数にしかありません。これを実情に近づけるためには、消費生活センター等にも家族の相談を正式な被害案件として対応して頂き、件数にも上げて頂く必要があります。</p> <p>私の息子も洗脳され、会社も辞めて破産までしましたが被害の認識はなく、今でも活動を継続しています。この事で消費生活センターに相談しても本人ではないため、これといった対応はして頂けていません。このような状態の会員に対しては消費生活センターからマルチ業者に本人の退会勧告をするような権限を与えて欲しいと思っています。</p>
49	2. 特定商取引法の 執行強化等	KPI(アウトカム指標)	PIO-NETを通じて動向を把握することで効果がわかるとして記載がありますが、PIO-NETだけの情報では不十分です。特に若者の被害については、消費生活相談に訪問や荷電を行わない傾向がわかっており、PIO-NETの情報根拠だけでは被害を拾えないと考えます。効果が十分分析できるよう、PIO-NET以外の端緒情報も加えてください。
50	2. 特定商取引法の 執行強化等	取組	特商法改正後も、定期購入被害は減少しない状況です。また、若者のマルチ取引についても、規制が必要で、特商法については、全体的に見直し等の法改正が必要です。法改正について検討することを取り組みに入れてください。

意見 No.	施策名	項目名	意見
51	2. 特定商取引法の 執行強化等	—	<p>今回の工程表、「2. 特定商取引法の執行強化等」「6. 高齢者、障害者等の権利擁護の推進等」「7. 成年年齢引下げに伴う総合的な対応の推進」に関し、以下の通り、意見を提出する。</p> <p>上記、いずれの政策も進めていただきたい。</p> <p>もっとも、高齢者、障害者等の権利擁護というのであれば、高齢者、障害者等の訪問販売被害、インターネットを通じた定期購入などの通信販売の規制を強化して高齢者、障害者等を保護する必要性は高い。成年年齢引下げに伴う総合的な対応の推進というのであれば、20代の若年者に多い連鎖販売(マルチ取引)に対する規制強化が必要である。</p> <p>これらの問題は、特定商取引法の規制を強化することで対応できるはずである。現行の特定商取引法の執行を強化しても、悪質な業者の訪問販売や、詐欺的なマルチ取引、インターネットのターゲティング広告を利用した勧誘(これは現行の位置づけでは通信販売にあたることになると思われるが、不意打ち的に消費者に広告を送り付け勧誘するという点で、電話勧誘販売に類似するものといえる。)に対して現行法では対応が不十分である。</p> <p>消費者白書においても、特定商取引法関連の被害は減少していない。</p> <p>そのため、特定商取引法関連の被害に対応するため、特定商取引法の執行強化等ではなく、特定商取引法寒冷被害に対応するために、「特定商取引法の抜本的な改正に向けての検討」を工程表の項目に加えるべきである。</p>
52	2. 特定商取引法の 執行強化等	取組	<p>特商法改正後も契約行為に不慣れな高齢者や契約に関する十分な知識が身につけていない若者等の消費者被害を増加させることがないよう厳格に対応することを求めてきましたが、高齢者の定期購入被害は減少せず、若者のマルチ商法による被害も増加傾向にあります。昨年度の「消費者基本計画工程表素案」に関する意見では、契約書面の電子化に関しての問題提起をおこない、2022年12月28日には「特定商取引に関する法律施行規則の一部を改正する命令(案)第10条1項第1号及び同第4号」については、当会からも意見書を提出しています。契約書面の電子化で起きた被害の把握と被害防止に向けた取組みを継続し、必要であれば契約書面の電子化について再度見直しを行うようにしてください。</p>
53	2. 特定商取引法の 執行強化等	目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>・素案:「特定商取引法及び預託法を厳正かつ適切に執行する」</li> <li>・代案:「特定商取引法及び預託法の厳正かつ適切な運用を確保するため、執行強化を図る」</li> </ul>
54	2. 特定商取引法の 執行強化等	KPI(アウトプット指標)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・素案:「国による特定商取引法に基づく行政処分件数」</li> <li>・代案:「特定商取引法に関する相談件数および同法60条に基づく申出件数に対する国による特定商取引法に基づく処分件数(事案数、事業者数)」</li> </ul> <p>何とかしたい想いで申出制度を利用される親族の方もいらっしゃいます。それらに応じた処分を執行していただくことを強く求めます。</p>
55	2. 特定商取引法の 執行強化等	KPI(アウトカム指標)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・素案: 初期「1違反行為の解消」、中期「1公正な取引の確保」、終期「1消費者利益の保護」</li> <li>・代案: 初期「1取締体制の拡充」、中期「1被害の減少」、終期「1被害の大幅減少」</li> </ul> <p>被害の減少は簡単なことではなく、まず取締体制の拡充から図っていくべきです。</p>

意見 No.	施策名	項目名	意見
56	2. 特定商取引法の 執行強化等	取組	<p>・素案:「a特定商取引法及び預託法の厳正かつ適切な執行」          ・代案:「a特定商取引法及び預託法を厳正かつ適切な運用を確保するための執行強化」+「そのための体制を大幅に強化する」+「dマルチ被害者等向け支援窓口の設置」の追加</p> <p>取組内容もこれまで記載してきた目標やKPIと合致した取組を要望します。          加えて、マルチ会員の親族を中心とした第三者向け伴走支援窓口の設置を求めます。</p>
57	2. 特定商取引法の 執行強化等	取組	<p>マルチ商法の販売員は法令違反をしていることがほとんどである。金銭的被害だけでなく家族崩壊まで至ってしまうことも多くあります。『被害者に落ち度があったではなく、加害(マルチ商法側)が悪い』とならなければ法治国家ではありません。現在の法律では警察の検挙にならないことが多くあります。被害者自身のみならず、親族も思い悩んでいること。長年、マルチ商法被害が声に出しにくい問題であることを踏まえ、法改正を強く望みます。</p>
58	2. 特定商取引法の 執行強化等	目標	<p>「悪質商法等による消費者被害を防止するため、関係機関等とも連携し、特定商取引法及び預託法を厳正かつ適切に執行する」とありますが、「特定商取引法及び預託法の厳正かつ適切な運用を確保するため、執行強化を図る」と改めてください。悪質商法についての相談件数の多さや被害のわりに、処分件数はとても少ないです。執行強化がされないと、悪質業者がどうせ執行されないなどと甘く見て増長し、被害が拡大することも十分考えられます。</p>
59	2. 特定商取引法の 執行強化等	KPI(アウトカム指標)	<p>素案では、初期「1違反行為の解消」、中期「1公正な取引の確保」、終期「1消費者利益の保護」となっていますが、これを初期「1取締体制の拡充」、中期「1被害の減少」、終期「1被害の大幅減少」とすべきです。まずは取り締まり体制の強化で被害減少や業界のコンプライアンスを向上させる必要があります。例えばマルチ商法では、「この商品で病気が治る」など薬機法違反にあたる内容で商品説明をしたりするケースも見受けられます。こういった違法な勧誘販売に関しても、取り締まり体制を強化してください。</p>
60	2. 特定商取引法の 執行強化等	KPI(アウトカム指標)	<p>マルチ商法の被害はPIO-NETだけでは把握できません。被害者自身が被害に気付いていなかったり、被害を受けても友人知人や親戚などに勧誘されたために消費生活センターに相談しにくく、泣き寝入りしたりしているケースもあるからです。新たに相談できる専用の窓口が必要です。</p>
61	2. 特定商取引法の 執行強化等	取組	<p>令和5年「特定商取引法及び預託法の厳正かつ適切な執行」を「特定商取引法及び預託法を厳正かつ適切な運用を確保するための執行強化」と改め、「そのための体制を大幅に強化する」と追加してください。現状では相談件数が約90万件あるのに対し、処分件数が100件くらいとかなり処分件数が少なく、「法執行の強化・迅速化」が求められる状況が求められる状況です。このままでは悪質業者に「相談されてもどうせ処分されない」と甘く見られかねません。悪質な行為や違法行為に対してきちんと処分されるよう、国レベルで執行強化と体制強化をしてください。</p>

意見 No.	施策名	項目名	意見
62	2. 特定商取引法の 執行強化等	—	昨今宗教二世の問題が取りざたされていますが、マルチ商法においても二世の問題を考える必要があります。実際に、親がマルチ商法にはまって家庭崩壊した、具合が悪くてもマルチ商法のサプリを飲めば治ると言われ、病院に連れて行ってもらえなかった、親がクラスメイトの親を勧誘したために避けられるようになったなど、親がマルチ商法に吞まれたことで子どもが適切な養育をされなかったり辛い思いをさせられたりするケースがあります。そういった子どもたちが安心して相談できるようにし、適切な支援を受けられるようにする必要があります。今回の消費者基本計画工程表に含まれる範囲ではないかもしれませんが、未来を担う子どもたちが安心して生活できる社会にしていくために、今後マルチ商法二世の問題にも取り組んでください。
63	2. 特定商取引法の 執行強化等	取組	特定商取引法(以下、特商法)及び預託法を厳正かつ適切に執行することは重要であり、賛同する。
64	2. 特定商取引法の 執行強化等	取組	悪質商法による消費者被害は減少しておらず、また急速に進むデジタル化に伴ってますます複雑化していることから、特商法の抜本的な見直しが必要であり、それに向けた検討に関する取組みについて加筆すべき。
65	2. 特定商取引法の 執行強化等	取組	特商法の契約書面の電子化について、施行2年後の見直しに向けて工程表に反映させるべき。
66	2. 特定商取引法の 執行強化等	KPI(アウトプット指標)	PIO-net相談情報急増指標事業者に対し、調査し調査内容を公表した割合。調査結果に基づき行政処分を行った割合をKPIとするべきだと考えます。 PIO-netで相談が急増しているにもかかわらず、取り締まられることが無いため、現状では悪質事業者のやり得を生んでいます。違法行為を取り締まり、マスコミ、SNS、ネットチャンネルなど一般消費者の目につきやすいところで広報してください。
67	2. 特定商取引法の 執行強化等	KPI(アウトプット指標)	行政処分の公表を、マスコミ、SNS、ネットチャンネルなど、多様な消費者が目にする媒体で広報した内容と回数を評価指標としてください。 悪質事業者が消費者に届けている媒体を研究し、同等の媒体で被害に遭わない広報を行ってください。
68	2. 特定商取引法の 執行強化等	KPI(アウトカム指標)	法執行については、法執行件数と、PIO-NET(全国消費生活情報ネットワークシステム)情報の急増指数等のデータと見比べ、その効果を検証してください。また、他の重点項目では法律の理解促進の観点から、説明会や情報発信等の回数をKPIに入れていることを踏まえ、同様のKPIの採用を検討してください。
69	2. 特定商取引法の 執行強化等	取組	特商法に関する消費者被害は減っていません。インターネットを悪用した脱法的な勧誘や複雑な取引となり、一度被害に遭うと被害回復が困難な状況にあります。特にマルチ取引に関しては早急な規制強化が必要です。特商法の改正を目指し、早期に検討を開始していただくことを具体的に記載してください。

意見 No.	施策名	項目名	意見
70	2. 特定商取引法の 執行強化等	取組	通信販売取引における広告規制の強化、取消権の導入などが行われましたが、定期購入の苦情はいまだに多く寄せられています。また、インターネット通販では、SNSやアフィリエイトなどを利用した悪質な広告により誘導され不十分な表示により誤認して取引に至りトラブルになっているケースが増加の一途です。自らの意思で自由に選択して申し込んだとは言えません。悪質な事業者への迅速な執行及びその周知を徹底することで、事業者、消費者に対して、被害の未然防止を図ってください。
71	2. 特定商取引法の 執行強化等	取組	「特定継続的役務提供」については指定役務制を維持していますが、指定役務以外についても、消費者被害が多発し、消費者保護がなされていない現状にあります。また、特定継続的役務提供に該当しない美容医療に関する苦情の検証を行う必要があります。「特定継続的役務提供」の改正のための検討が必要です。
72	2. 特定商取引法の 執行強化等	取組	令和4年度の消費者白書によると、消費生活相談のうち特商法の対象取引分野が、約55%という高い比率を占めており、とりわけ訪問販売・電話勧誘販売の割合は認知症等の高齢者の消費者トラブルの中で48.6%と多数を占めています。また、インターネット通販に関する相談が23.0%となっており、デジタル社会の進展、さらにはコロナ禍の影響もあって、インターネット通販におけるトラブルが増加しています。そして、若者のマルチ取引被害の相談も増加傾向です。消費者被害の未然防止のためには特商法の改正が喫緊の課題です。令和5年度の取組として明記してください。
73	3. 社会経済情勢の 変化に対応した消費 者契約法を含めた消 費者法制の整備等	—	靈感商法の記載が必要ではないか。
74	3. 社会経済情勢の 変化に対応した消費 者契約法を含めた消 費者法制の整備等	KPI(アウトカム指標)	消費者契約法の認知度も重要ですが、その中身を理解しているかどうかを最も重要であると考えます。そのため、(参考)の学術研究の数だけでは、社会的な認知の向上が進んでいるか分かりません。認知度を向上させるためには、マスコミの報道や、周知活動、消費者への意識調査など、様々な説明を通じて取り組むべきであり、これらの取り組みを加筆してください。
75	3. 社会経済情勢の 変化に対応した消費 者契約法を含めた消 費者法制の整備等	KPI(アウトプット指標)	消費者契約法の中身を知ってもらうために、消費者への意識調査、報道機関の協力を要請する等、様々な機会を通じて取組む課題として、KPI(アウトプット指標)への加筆を検討してください
76	3. 社会経済情勢の 変化に対応した消費 者契約法を含めた消 費者法制の整備等	KPI(アウトカム指標)	消費者契約法を含めた消費者法制の整備のKPIとして、(参考)消費者契約法等に関する学術研究の数が挙げられているが、学術研究が増えることと消費者法制の整備がどのように関係するのかが分かりにくい。有識者との意見交換を踏まえて、学術的に消費者法制を整備することが目的であれば、KPI指標としては、有識者との意見交換を踏まえた学術論文数の増加のように直接的な表現にした方が分かりやすい。
77	3. 社会経済情勢の 変化に対応した消費 者契約法を含めた消 費者法制の整備等	取組	目標にある消費者契約法を始めとする消費者法制について事業者の意識向上を図るために、事業者又は事業者団体に対して消費者契約法に関する研修・講演を実施することは大変意義のある取組だと思うが、更なる推進のため、要望に応じて個別の事業者に対しても実施する様、対象を拡大願いたい。

意見 No.	施策名	項目名	意見
78	3. 社会経済情勢の変化に対応した消費者契約法を含めた消費者法制の整備等	取組	昨年12月に成立した改正消費者契約法及び不当寄付勧誘防止法について、今後の見直しを見据えた取組み方針について工程表に記載すべき。
79	3. 社会経済情勢の変化に対応した消費者契約法を含めた消費者法制の整備等	KPI(アウトプット指標)	事業者の消費者法制に関する研修参加を義務化してください。事業者の消費者法制研修参加率をKPIとしてください。宗教法人等の不当寄付勧誘も同様です。 違法行為に対し、もぐらたたき的に行政処分を行ったり、適格消費者団体が差止請求を行っても限界があります。情報量・交渉力に格差がある事業者と消費者が対等に適切な消費者市場を形成するためには事業者側にルール周知が必要です。健全な消費市場を確保する前提だと考えます。
80	3. 社会経済情勢の変化に対応した消費者契約法を含めた消費者法制の整備等	取組	消費者庁の「消費者契約に関する検討会報告書」の公表及びその後の意見募集等により改正法案が示されましたが、1年9か月かけた検討会の報告書の内容の多くが反映されませんでした。消費者の心理に着目した取消権をはじめとした重要な課題について、今後さらに検討することを具体的に記載してください。また、今回の改正の周知・広報について、消費者はもちろんですが、特に事業者に徹底することを記載してください。
81	3. 社会経済情勢の変化に対応した消費者契約法を含めた消費者法制の整備等	取組	キャッシュレス決済及び電子商取引における安全・安心の実現は、緊急の課題です。現在の消費者トラブルはほとんどがキャッシュレス決済と電子商取引関連です。法律の適用のない新たな決済の仕組みに対する規制の策定や消費者啓発等の具体的施策を年度ごとに記載してください。
82	3. 社会経済情勢の変化に対応した消費者契約法を含めた消費者法制の整備等	取組	消費者契約法の骨太な改正を目指して「消費者法の現状を把握し将来の在り方を考える有識者懇談会」が継続的に開催されていますが、改正の検討に入るスケジュールが見えません。法改正に向けたスケジュールを示してください。
83	3. 社会経済情勢の変化に対応した消費者契約法を含めた消費者法制の整備等	KPI(アウトカム指標)	昨年度は、消費者契約法の認知度のKPIを50%に設定していましたが、達成していませんことから初期は50%でよいと考えます。初期50%達成を目指した上で、中期と最終の指標を設けてください。
84	4. 景品表示法の厳正な運用及び執行体制の強化	取組	令和5年の取り組みの「インターネット上の広告に対する監視を通じた職権探知の強化を実施する。(消費者庁)」に賛同し、期待します。

意見 No.	施策名	項目名	意見
85	4. 景品表示法の厳正な運用及び執行体制の強化	取組	目標にある「不当表示の未然防止の取組」の1つとして、取組に「d消費者団体、事業者団体等に対して景品表示法の理解を促進するよう、研修や講師派遣等を実施する。」とあり、大変意義のある取組だと思うが、更なる推進のため、要望に応じて個別の事業者に対しても実施する様、対象を拡大願いたい。
86	4. 景品表示法の厳正な運用及び執行体制の強化	目標	悪質なネット上の誇大広告に対して、規制強化する景品表示法改正が閣議決定されました。景品表示法の執行体制強化の取組において、消費者庁はPIONET情報を活用すると共に、景品表示法違反被疑情報提供フォームを積極的にアピールしてほしいです。消費生活センター相談時に、相談員も入力フォームを相談者に勧めることで、広く件数を集めることができると思います。
87	4. 景品表示法の厳正な運用及び執行体制の強化	取組	d消費者団体、事業者団体等に対して景品表示法の理解の促進するよう研修や講師派遣等を実施することに加えて、事業者団体に属していない、事業者の指導が届きにくい広告を発信しているインフルエンサーやアフィリエイターに対し直接啓発する取組みも重要です。是非、取組に加えてください。
88	4. 景品表示法の厳正な運用及び執行体制の強化	取組	インターネット上の広告に関する取組みについて、アフィリエイト広告及びステルスマーケティングに関する施策の効果を検証し、引き続き課徴金制度などの課題について検討することを工程表に記述すべき。
89	4. 景品表示法の厳正な運用及び執行体制の強化	取組	エシカル消費に関連して、事業者のエシカルな取組みについての説明、主張、表示が公正であることはエシカル消費実践の大前提である。この点を景表法の観点から記述すべき。
90	4. 景品表示法の厳正な運用及び執行体制の強化	KPI(アウトプット指標)	初年度から措置命令件数、課徴金納付命令件数、行政指導件数を目標にしてください。 高齢者を対象とした効果に根拠のない健康食品や、コロナ関連除菌殺菌効果を謳った雑貨品・家電などが横行しました。適切に処分されたのでしょうか。消費者庁の通報窓口に通報された件数と、対する調査数、処分数も公表してください。
91	4. 景品表示法の厳正な運用及び執行体制の強化	取組	消費者庁の「景品表示法検討会報告書」において中長期的な課題とされた特定適格消費者団体への情報提供やデジタル表示の保存義務等について、早期に検討を開始することを工程表へ記載してください。
92	4. 景品表示法の厳正な運用及び執行体制の強化	KPI(アウトプット指標)	法執行の検証については、法執行件数だけでなく他のデータとを組み合わせることにより、その効果検証することが必要と考えます。地方公共団体の執行力強化も重要であることから、地方公共団体における執行件数を参考指標として活用してください。
93	4. 景品表示法の厳正な運用及び執行体制の強化	取組	ステルスマーケティングについては、令和5年3月に決定した「一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示」に基づき、厳正な法執行を行うとともに、法執行の件数等について継続的に把握してください。アフィリエイト広告については、令和4年6月に改正された「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針」を踏まえ、指導・助言等を適切に実施するとともに、これらの件数等について継続的に把握してください。その上で必要であれば、景表法改正も検討することを記載してください。

意見 No.	施策名	項目名	意見
94	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	aの「国際基準(コーデックス規格)との整合性の観点も踏まえて検討し、…」に関連して、「b加工食品の原料原産地表示制度」、「d遺伝子組換え食品表示制度」については、国際基準との整合性がとれていない表示制度であるため、普及啓発・理解促進のみ明記するのではなく、国際整合性の観点からわが国独自の表示制度の見直しを検討することにも言及していただきたいです。
95	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	KPI(アウトカム指標)	aに関して、輸出促進、輸出の際の負担軽減に関するKPIを設定していただけると事業者にとっても意義を見出しやすいのではないかと考えます。
96	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	<p>「a 消費者にとって見づらい等の食品表示における課題を解決し、分かりやすく活用される食品表示とするため、食品表示の全体像に関する報告書(令和元年8月消費者委員会食品表示部会)を踏まえ、消費者の表示の利活用の実態等の現状把握を行うことを目的とした調査等を実施し、その結果を踏まえた検討を行う。その際、食料供給のグローバル化の進展に対応するため、国際基準(コーデックス規格)との整合性の観点も踏まえて検討し、議論の結果を順次、食品表示基準等の見直しに反映させる。(消費者庁)」について、以下のとおり意見を申し上げます。</p> <p>→まず、現在の食品表示制度が、消費者にどれくらい理解されているのかを調査して把握する必要があると考えます。その上で、消費者にとってのメリットを検討し、事業者の実行可能性を検討するという事になるのではないのでしょうか。</p> <p>はじめに改正ありきではなく、十分な議論を積み重ねる必要があると考えます。</p> <p>また、取組としては、消費者に対する具体的な普及啓蒙活動についても言及頂きたいと考えます。</p>
97	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	目標	<p>「食品を摂取する際の安全性の確保及び一般消費者の自主的かつ合理的な食品の選択の機会を確保するため、時代に即した食品表示制度に改善し、これを適切に運用する。」を「食品を摂取する際の安全性の確保及び一般消費者の自主的かつ合理的な食品の選択の機会を確保するため、安定的かつ時代に即した食品表示制度に改善し、これを適切に運用する。」に改める。</p> <p>理由: 消費者の選択に資するためには、消費者の理解が必要。制度や基準が安定的でないといかに理想を高くしても活用できない。更に、表示の変更は些細なものでも多くの事業者には包材の変更を強いることとなるため、安定的な制度運用に努めて、社会全体としてのコスト増大を避ける必要がある。</p>

意見 No.	施策名	項目名	意見
98	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	<p>aの、「その際、食料供給のグローバル化の進展に対応するため、国際基準(コーデックス規格)との整合性の観点も踏まえて検討し、議論の結果を順次、食品表示基準等の見直しに反映させる。」部分を削除すべき。</p> <p>理由:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>食品表示の全体像に関する報告書(令和元年8月)にもあるとおり、コーデックス規格があったとしても、各国が国内法にて独自の食品表示基準を作ることは可能であり、極めて例外的なWTOパネルの判例(コーデックスで認められた「いわし」表示をEU規則で禁止していた例)を根拠として、改正事項を増やすべきではない。これまでも制度や基準の改正時にはTBT協定に基づくWTO通報が行われており、国際基準との整合性は確保されている。</li> <li>不要不急の制度改正は、多くの消費者や輸出に携わっていない中小事業者に混乱や不便、包装材更新の費用負担を強いることとなるので行うべきでない。</li> <li>我が国の国内表示基準を国際規格に反映していく形のグローバル化は望ましいが、一方的に国内基準を国際基準に合せていくことは輸入促進に大きく役立つ懸念がある。例えるなら、グローバル化のために自主的な関税撤廃を行う行為と同等である。結果的に、国内の消費者が求めていた情報が少なくなり、輸入の増大から、国内生産にも負の影響が懸念される。</li> </ol>
99	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	<p>aの、「その際、食料供給のグローバル化の進展に対応するため、国際基準(コーデックス規格)との整合性の観点も踏まえて検討し、議論の結果を順次、食品表示基準等の見直しに反映させる。」</p> <p>↓</p> <p>「その際、食料供給のグローバル化の進展に対応するため、今後国際基準(コーデックス規格)との整合性の観点も踏まえた具体的な検討が必要かどうか、有識者による検討会を開催して議論する。」に修正する。</p> <p>理由:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>食品表示の見直しは、様々な面で多大なコストを要することから、「見直しありき」ではなく、まずは、これまで日本の食習慣を勘案しながら策定し国内的にも国際的にも問題の生じていない現在の表示基準について、真に国際基準(コーデックス規格)に合わせる必要があるのかどうか、しっかり議論することが必要である。(その上で、工程表への位置づけを検討すべきである。)</li> <li>特にグローバル化への対応の観点からの食品表示の見直しについては、輸出できるのは一部の企業であって、大半の中小・小規模事業者は国内向けであるので、こうした事業者への負担を十分考慮すべきである。</li> </ol>
100	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	<p>「国際基準(コーデックス規格)との整合性の観点も踏まえて検討し、議論の結果を順次、食品表示基準等の見直しに反映させる」について</p> <p>消費者庁の調査事業である「食品表示に関する消費者意向調査」の結果からは、消費者の食品表示の理解度は向上していないと思われます。このような状況で輸出拡大を目的とした食品表示基準等の性急な見直しが行なわれるのであれば消費者の利益にならないと考えます。過去に実施された論議を振り返った上で、消費者の商品選択に役立ち、利用しやすい、合理的な表示制度を目指す観点で慎重に検討を進めるべきです。</p> <p>「議論の結果を『順次』反映させる」という表現について、頻繁な制度改正は消費者の理解推進を妨げ、事業者負担も大きいので再考すべきです。</p>
101	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	KPI(アウトカム指標)	<p>「保健機能食品及び特別用途食品の製品数」について</p> <p>保健機能食品等については、消費者が制度を正しく理解した上で製品を適切に選択し利用できるための普及啓発が最も重要ではないでしょうか。</p> <p>保健機能食品の一つである機能性表示食品の中には安全性や有効性の根拠が十分でないことや、表示や広告の問題が指摘されるものもあり、製品数が増えることは必ずしも消費者の利益につながらないと考えます。むしろ届出や広告に関するガイドラインの改善や執行強化を優先すべきではないでしょうか。</p> <p>また、保健機能食品等の製品数は市場動向にも左右されると思われ、消費者庁が製品数をKPIにするのは違和感があります。</p> <p>以上の理由から本KPIは工程表から削除すべきです。</p>

意見 No.	施策名	項目名	意見
102	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	<p>a.の「消費者にとって見づらい等の食品表示における課題を解決し、分かりやすく活用される食品表示とするため、…(中略)…現状把握を行うことを目的とした調査等を実施し、その結果を踏まえた検討を行う。」</p> <p>↓</p> <p>(変更案)</p> <p>「消費者にとって見づらい等の食品表示における課題を解決し、分かりやすく活用される食品表示とするため、…(中略)…現状把握を行うことを目的とした単なるアンケートではなく消費者の本音を引き出す精度の高い調査・検討等を実施し、かつその結果を踏まえた消費者に対する食品表示の普及啓発教育を促進し、浮上した課題に対して検討を行う。」</p> <p>理由</p> <p>消費者にとって見づらい等の食品表示における課題を解決し、分かりやすく活用される食品表示とするのは、消費者庁の姿勢として適切と考えます。</p> <p>現在の表示制度について消費者の利活用の実態等の現状把握も重要と考えますが、その際には消費者の本音を捉える調査方法の工夫が絶対に必要です。</p> <p>また、そうした調査を踏まえた施策が、単に食品表示制度の変更ありきで議論されることが多いと考えます。日本の伝統的な食習慣を踏まえ、まずは現在の食品表示制度を消費者に正しく理解して頂くよう普及啓発および教育することが第一です。その上で、消費者がどうしても分かりにくいと感じる制度があれば、変更を視野に入れ適宜検討していくべきと考えます。</p>
103	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	<p>a.の「消費者にとって見づらい等の食品表示における課題を解決し、分かりやすく活用される食品表示とするため、…(中略)…検討を行う。その際、食料供給のグローバル化の進展に対応するため、国際基準(コーデックス規格)との整合性の観点も踏まえて検討し、議論の結果を順次、食品表示基準等の見直しに反映させる。」</p> <p>↓</p> <p>(変更案)</p> <p>「消費者にとって見づらい等の食品表示における課題を解決し、分かりやすく活用される食品表示とするため、…(中略)…検討を行う。その際、食料供給のグローバル化の進展に対応するため、国際基準(コーデックス規格)や諸外国の表示制度を参考にしながら我が国の実情に合わせて議論を進め、食品表示基準等の評価および見直しに反映させる。」</p> <p>理由</p> <p>a.の冒頭にある、消費者にとって分かりやすく活用される食品表示と、食料供給のグローバル化は、全く別次元の話であり文章が繋がらず恣意的な意図が感じられません。</p> <p>国際基準(コーデックス規格)との整合性の観点も、それが消費者にとって見づらい等の食品表示における課題や分かりやすく活用される表示に繋がるのか、甚だ疑問です。</p> <p>したがって、コーデックスありきとするのではなく、国内の消費者が自主的かつ合理的に選択できる食品表示制度とは何かを考え、日本の食習慣から構築されてきた現状の食品表示制度についてまずは評価を行い、その上で必要な見直しを検討し反映させるべきと考えます。</p>

意見 No.	施策名	項目名	意見
104	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	<p>令和5年取組aにある 「その際、食料供給のグローバル化の進展に対応するため、国際基準(コーデックス規格)との整合性の観点も踏まえて検討し、議論の結果を順次、食品表示基準等の見直しに反映させる。」</p> <p>の箇所を以下のように修正をお願いしたい。</p> <p>「その際、食料供給のグローバル化の進展に対応するため、消費者・事業者の声を十分聴取し、効果と負担のバランスを整理した上で、有識者による検討会を開催し、合理的でシンプルでかつ、わかりやすい食品表示制度の在り方を検討する。」</p> <p>(修正理由) 令和5年の工程表であり、議論等が十分でない中で、「議論の結果を順次、食品表示基準等の見直しに反映させる」という記述は踏み込み過ぎであり、不適切と考える。修正案の記述ぶりは、3月23日の消費者庁による資料(はじめに「本取組のねらい」及びご説明)を踏まえたもの。 まず、丁寧な意見・声の積み上げを行うべき。</p>
105	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	<p>a の、「その際、食料供給のグローバル化の進展に対応するため、国際基準(コーデックス規格)との整合性の観点も踏まえて検討し、議論の結果を順次、食品表示基準等の見直しに反映させる。」</p> <p>↓</p> <p>「その際、食料供給のグローバル化の進展に対応するため、国際基準(コーデックス規格)との整合性の観点も踏まえて、「有識者による検討会」の場で、消費者・事業者双方に資することを目的として、我が国の実情に鑑みた議論を行う。その結果を食品表示基準等の見直しに反映させる。」</p> <p>理由: 1. これまで、日本の食習慣を勘案しながら消費者とともに策定してきた現在の食品表示基準を十分に尊重しつつ、国際基準(コーデックス規格)に合わせることで、消費者の理解・利益がどの程度得られるのかを十分に議論しなければならない。 2. また、食品表示制度の変更は、事業者にも包材変更による多大なコスト増を強いることになり、ひいてはこれが消費者を含む社会全体の負担増にも繋がる。これに見合うだけのメリットが生まれるのかも十分議論するべきである。 3. 食品表示基準等の見直しの都度、表示切替が発生する場合、事業者の負担が増加する。このため五月雨式ではなく一度の切替で済むように、見直しをまとめていただきたい。事業者の実行可能性に配慮した形で食品表示基準等の見直しの検討をお願いしたい。</p>
106	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	<p>令和5年取組aにある 「その際、食料供給のグローバル化の進展に対応するため、国際基準(コーデックス規格)との整合性の観点も踏まえて検討し、議論の結果を順次、食品表示基準等の見直しに反映させる。」</p> <p>の箇所を以下のように修正をお願いしたい。</p> <p>「その際、食料供給のグローバル化の進展に対応するため、消費者・事業者の声を十分聴取し、効果と負担のバランスを整理した上で、有識者による検討会を開催し、合理的でシンプルでかつ、わかりやすい食品表示制度の在り方を検討する。」</p> <p>(修正理由) 令和5年の工程表であり、議論等が十分でない中で、「議論の結果を順次、食品表示基準等の見直しに反映させる」という記述は踏み込み過ぎであり、不適切と考える。修正案の記述ぶりは、3月23日の消費者庁による資料(はじめに「本取組のねらい」及びご説明)を踏まえたもの。 まず、丁寧な意見・声の積み上げを行うべき。</p>

意見 No.	施策名	項目名	意見
107	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	目標	食品表示制度について、「時代に即した食品表示制度に改善し・・・」とありますが、どのような表示制度にしていきたいのか、特に保健機能食品及び特別用途食品制度に関してはKPIも取り組みも詳しく書かれているので、目標を具体的に記載してください。
108	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	KPI(アウトカム指標)	中期「2保健機能食品及び特別用途食品の製品数」について、認知度の向上なのか製品数を伸ばしたいのか、具体的に記載ください。
109	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	KPI(アウトカム指標)	初期・中期・最終に示されている「認知度」「理解度」「満足度」は不明瞭で、分けて考えることができません。具体的な表現に修正もしくは解説が必要と考えます。
110	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	a「食料供給のグローバル化の進展に対応するため、国際基準(コーデックス規格)との整合性の観点も踏まえて検討」の部分について、食品表示基準等の見直しをする際には、消費者にとって選択し易くわかりやすい食品表示が維持されるようにしてください。また食品表示は、各国の状況に応じた基準が設定されている現状を尊重し、安易に国際基準との整合性による見直しをすべきではないと考えます。
111	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	k 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、ガイドブックの事業者に向けた周知や活用を働きかけることを加筆してください。基本的には、インターネット販売における食品表示にも食品表示法を適用すべきと考えます。
112	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	l 保健機能食品及び特別用途食品については、その制度を適切に運用することも重要ですが、現状にも問題があり、制度自体を見直す必要があると考えます。トクホや機能性表示食品等それぞれの現状課題を明確化し、見直しをする取り組みを加筆してください。
113	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	「一般消費者の自主的かつ合理的な食品の選択の機会を確保する」ため、遺伝子組み換え食品、ゲノム編集食品等、消費者にわかりやすい食品表示を目標に消費者の声に耳を傾け改善されることを望みます。インターネット販売における食品の情報提供については、より細かな監視体制の強化、インターネット販売でのトラブル防止のための罰則強化等も検討してください。

意見 No.	施策名	項目名	意見
114	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	目標	この間、加工食品の原料原産地表示制度、遺伝子組換え表示制度、食品添加物表示制度の見直しが行われ、食品表示制度が複雑なものとなっています。食品表示を活用できるよう、消費者にとって分かりやすい制度となっているか定期的に検証することが重要です。 目標の中で、「時代に即した食品表示制度に改善」と触れられていますが、その具体的な取り組み方針について、工程表へ記載されることを希望します。
115	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	KPI(アウトカム指標)	中期に「2保健機能食品及び特別用途食品の製品数」とあるが、質の向上ではなく、数の増加をKPIとするのだとしたら、それはおかしいのではないかと感じます。数が増えればよいというものではない。
116	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	令和5年の取組c)について、加工食品の原料原産地表示制度に基づく表示は、例えば「輸入又は国産」等、消費者にとってわかりにくい表示が見られる。消費者、事業者の状況を十分確認し、 unnecessaryな表示は排除して、一括表示がより見やすいものとなるよう、制度の見直しを実施していただきたい。
117	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	KPI(アウトカム指標)	「最終」に、「2保健機能食品及び特別用途食品の認知度の向上」とあるが、消費者が保健機能食品等に過剰な期待をいだいたり、サプリメント類の過剰摂取による被害が懸念されるなどの状況から考えると、「認知度の向上」よりも「理解度の向上」をKPIとするべきではないかと感じます。
118	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	目標	「時代に即した食品表示制度」というものが、具体的にどのような表示制度になるのかがみえない。消費者に理由がきちんと説明できる食品表示制度となる必要があり、また事業者の負担がそのために大きく増えてしまうようなことがないようにしていただきたい。
119	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	食品表示の一連の一元化対応が終わり、表示ミスの防止と作業の効率化を図るためにシステム改修を検討している。食品表示基準等の見直しにより表示が変更となる場合、事業者としてはまた大規模なシステム改修に対応することになり、事業者の負担が増大することが予想される(最終的には販売価格に影響する可能性がある)。「順次、食品表示基準等の見直しに反映させる。」と記載があるが、添加物表示の在り方についての見直し等に合わせてなど、見直し変更する場合は一度での対応としてもらいたい。

意見 No.	施策名	項目名	意見
120	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	a「食料供給のグローバル化の進展に対応するため、国際基準(コーデックス規格)との整合性の観点も踏まえて検討する」と記載があるが、国際基準(コーデックス規格)に合わせるということだけで、グローバル化につながるということにはならないと思われる。 また、「順次、食品表示基準等の見直しに反映させる」、とあるが、順次だと事業者の負担が大きいため、一度の切り替えとしてほしい。
121	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	a「議論の結果を順次、食品表示基準等の見直しに反映させる」と記載があるが、議論をする際には、有識者だけの会議だけではなく、消費者・事業者双方と議論を行い、透明性のある議論をして、その結果を反映させた内容としてほしい。
122	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	a の、「その際、食料供給のグローバル化の進展に対応するため、国際基準(コーデックス規格)との整合性の観点も踏まえて検討し、議論の結果を順次、食品表示基準等の見直しに反映させる。」 ↓ 「その際、食料供給のグローバル化の進展に対応するため、国際基準(コーデックス規格)との整合性の観点も踏まえて有識者による検討会を開催し、消費者・事業者双方に資することを目的とした議論を行う。その結果を食品表示基準等の見直しに反映させる。」  理由： 1. これまで、日本の食習慣を勘案しながら、消費者とともに策定してきた現在の表示基準を、国際基準(コーデックス規格)に合わせることで、消費者の理解・利益がどの程度得られるのかを十分に議論しなければならない。 2. 食品表示制度の変更は、事業者にも包材変更による多大なコスト増を強いることになり、ひいてはこれが消費者を含む社会全体の負担増にも繋がる。これに見合うだけのメリットが生まれるのかも十分議論するべきである。 3. 食品表示基準等の見直しの都度、表示切替が発生する場合、事業者の負担が増加する。このため一度の切替で済むように、見直しをまとめていただきたい。事業者の実行可能性に配慮した形で食品表示基準等の見直しの検討をお願いしたい。
123	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	「国際基準(コーデックス規格)との整合性の観点も踏まえて検討し、議論の結果を順次、食品表示基準等の見直しに反映させる」について  頻繁な法令改正は消費者が表示制度の理解・普及の推進に逆効果を与えると思い、再考すべきと考えます。 また、事業者側が制度の理解やパッケージの切り替えなどで人件費、材料費などの負担増になるため、消費市場の安定化にマイナス影響を与えることを懸念します。 また、輸出拡大を目的とした食品表示基準の見直しについては、国別の表示ルールが存在する限り、結果的に輸出国毎に表示内容を変更する必要があり、「輸出拡大」につながらないと考えます。
124	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	目標	「国民の健康の保護及び増進並びに食品の生産及び流通の円滑化並びに消費者の需要に即した食品の生産の振興に寄与する。」について  消費者意向調査を十分に行った上での検討が必要と考えます。消費者になじまない表示制度は結果的に消費者並びに消費市場に混乱を招くことになりかねません。表示制度を見直すならば、よりシンプルな表示ルールとするほうが消費者の食品表示に関する理解が深まると考えます。

意見 No.	施策名	項目名	意見
125	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	g「『食品添加物の不使用表示に関するガイドライン』について、より一層積極的な普及啓発に取り組む」との記述につき、本ガイドラインは潜脱を防止する観点等から依然として包括的・抽象的な表現であり、食品関連事業者等が自己点検を行う際に利用することが必ずしも容易ではない。 本ガイドラインの内容をそのまま紹介するような説明会等の開催に限らず、例えばノーアクションレター制度を参考とし、官民の意見交換会(例:業界団体との対話)を開催して対談の内容を啓発活動に活用するなど、より実務に沿った分かりやすい周知・啓発が重要である。
126	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	原料原産地表示に関して、多くが「製造」で記載されており、産地が知りたい私たちからすると、欲しい情報とずれが生じていると思います。「製造」場所では無く、産地で記載して欲しいです。また「中国産」「中国製造」を隠すために、「外国産」「外国製造」としているという話も聞いています。まったく意味がありません。また、単純に「外国製造」という表示では、あまりに情報量が少なすぎます。 逆に、この表示は「任意表示」とされてはいいかがでしょうか。そうならば、優良企業は表示して頂けると幸いですし、記載がない製品は「書けないんだな」という理解が出来ます。 別に、国産品、国内製造のものだけを買いたいという訳では無く、自分が好きな産地の物を買いたいだけですので、法律の改訂をよろしくお願いします。
127	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	保健機能食品及び特別用途食品について トクホマークが信頼の目印になっていますが、疾病リスク低減表示も認められており、今後増えることが予想されます。一般消費者が店頭で目にする多くの商品だけに、過度な期待を抱いたり、誤認したりすることの無いよう、表示の適正性の確保により一層努めてほしいです。機能性表示食品は、機能性の表示表現が多岐にわたり、消費者の選択の幅が広がりました。消費者庁のウェブサイトで届出情報が開示されていますが、高齢者をターゲットとした商品が多いにもかかわらず、高齢者ほどネットで検索することに不慣れです。誇大広告も見受けられ、広告のみで商品进行判断してしまう高齢者が多く、インターネットに頼らない情報伝達も必要なのではないのでしょうか。
128	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	j食物アレルギーに関する取組について 最近メディア等で紹介されている「昆虫食」は、現在は「任意表示が可能」となっていますが、原材料が甲殻類と似た成分であるということです。話題になっているからと購入する消費者もいます。症例がたくさん出てから義務表示にするのではなく、早期に対策を取る必要があるのではないのでしょうか。
129	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	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、国際的なルールを踏まえつつ、消費者に分かりやすい制度となるよう更なる取組みを求める。
130	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	インターネット販売における食品表示のあり方については、まずアレルギーなど安全性に直結するものから表示の義務化を図るべきであり、そうした方向性、検討の工程を記載すべき。

意見 No.	施策名	項目名	意見
131	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	偽装表示をなくすためにも有効な、産地情報・生産履歴の保持・伝達(いわゆるトレーサビリティ制度)をどう食品全体に広げるかについて、積極的に検討することを記述すべき。
132	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	保健機能食品及び特別用途食品に関わる制度全体の課題整理と、抜本的見直しのための検討の工程を記述すべき。
133	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	わかりやすく、活用される食品表示とするために、以下の2点について取組を検討してください。 ①コロナ禍により食品等のインターネット販売が急速に拡大する中、食品の安全性の確保、消費者が正しく食品の選択ができるよう、消費者への情報提供を充実させる必要性が求められています。インターネット販売においては、少なくとも容器包装と同様の表示、またはそれ以上により詳細な情報の掲載が望ましいと考え、見直しを早急に行う必要があります。取組みの具体的な内容を工程表に記載してください。 ②消費者が手に取って見る容器包装の一括表示欄等には、ぜひ視認性の向上が得られる「ユニバーサルデザイン推奨の字体」の活用を希望します。
134	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	2022年度に完全施行された加工食品の原料原産地表示制度は、複雑で消費者にとってわかり難い表示になっています。2年後(令和6年度)を目途に、表示に対する消費者ニーズの変化状況や事業者の状況等を確認し、制度導入の効果について検証を行い必要に応じて、制度の拡大や廃止も含めて、幅広く見直しを実施してください。
135	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	2023年度から施行される「遺伝子組換え食品表示制度」についても、任意表示「遺伝子組換えでない」が厳格化されたことで、消費者が誤認する可能性があるため、消費者への分かり易い普及啓発が求められます。特に関心のない消費者(若者、高齢者など)にも届くような情報発信の方法などについて、具体的な取組みを示してください。
136	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	取組みの中で「食料供給のグローバル化の進展に対応するため、国際基準(コーデックス規格)との整合性の観点も踏まえて検討し、議論の結果を順次、食品表示基準等の見直しに反映させる。」については、重点項目5のどのKPI(アウトプット指標、アウトカム指標)にも対応するよう見えない。 本取組については食品業界に非常に大きな影響を及ぼすため、まずは目的を明確にし、有識者、食品事業者を交えた透明性のある議論の中で、表示見直しは事業者、生活者ともに納得の上でそのコストを負担できる内容にすべきというコンセンサス形成を行うべきである。

意見 No.	施策名	項目名	意見
137	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	<p>「順次、食品表示基準等の見直しに反映させる」とあるが、頻繁な変更は包装資材のロスだけでなく、人員の確保、管理システムの改修、販売先への伝達内容の更新等、食品サプライチェーン全体での大きな負担となっており、このコストが全体的な物価高騰に影響する可能性がある。このため、食品表示法第一条に定められた以下の目的に直接的な影響を与えない事項については、「順次」ではなく、まとめて変更することを強く希望する。</p> <p>&lt;食品表示法 第一条より&gt;          …国民の健康の保護及び増進並びに食品の生産及び流通の円滑化並びに消費者の需要に即した食品の生産の振興に寄与することを目的とする。</p>
138	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	目標	<p>「時代に即した食品表示制度に改善」とありますが、具体的な改善の方向性を示してください。</p>
139	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	<p>c 加工食品の原料原産地表示制度については、表示に対する消費者ニーズの変化状況を確認するとしています。原料原産地表示が真に消費者が求めている表示になっているか、わかりやすく商品選択に資するものであるかを幅広い世代を対象に調査してください。必要に応じて、制度の拡大や改廃も含めて、幅広く見直しを実施するという積極的な取り組み姿勢を評価します。</p>
140	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	<p>d 新しい遺伝子組み換え食品表示制度が2023年4月からスタートしましたが、消費者には改定前よりわかりづらくなっています。遺伝子組み換え食品制度について消費者の認知度、理解促進のKPIを設置する必要があると考えます。</p>
141	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	<p>e ゲノム技術応用食品については、アレルギー源になるのではないか、など安全性に関して心配する声があります。「開発した事業者に対し積極的に表示等の情報提供を行うよう働き掛けを行う」とありますが、消費者が表示を見て商品を選択できるように表示の義務化を求めます。</p>
142	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	<p>e フードテックの研究開発が進められています。様々な研究が進められていることから、実用化された時に備えて表示に関しても今から関係省庁と検討を開始してください。</p>

意見 No.	施策名	項目名	意見
143	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	h 食物アレルギー表示は命に係わる表示です。「くるみ」のアレルゲン表示の義務化を事業者に徹底することは勿論です。さらに、子どもに関わる保育園や教育現場でも食物アレルギーへの理解促進を取組に加えてください。
144	6. 高齢者、障害者等の権利擁護の推進等	—	<p>本工程表素案に賛同する。理由は以下述べるとおりである。</p> <p>消費者の中で高齢者の判断力の低下と成年年齢18歳とする引下げによる消費者契約に関する知識、経験の不足によって認識と違った契約を締結して思わぬ被害を受けるということが懸念される。</p> <p>高齢者や障害者の判断力の低下を補うために民法では補助、保佐、後見の制度がある(民法第15条、第11条、第8条)。まだ判断能力が衰える前に公証人による任意後見契約を締結する制度もある。</p> <p>このように、消費者が不利益や被害を受けないために法制度が整備されてはいるが認知度が低いことや面倒だとして保護制度を利用しない事例があるので、当局は制度の認知度を一層向上するとともに利用促進を図るべきである。</p> <p>警察による特殊詐欺グループの徹底検挙をするとともに高齢者が被害に遭わないために防止装置のついた電話機を設置して予防したり、金銭に関する不審な電話があったら独りで対応せず家族等第三者(後見人等)に相談する習慣づけるように家族等で話し合いをする等しておくことが必要である。特殊詐欺の被害予防方法等についてテレビ等で日常報道されているにも係わらず、被害が発生していることは残念である。</p> <p>警察庁の資料によると、特殊詐欺の被害者の63.7%は65歳以上の高齢者であるということであり、判断力の低下している高齢者を狙った悪質巧妙な手口で多額な金銭を騙し取っていることは許せないことである。</p> <p>前述の後見人制度の利用がこの特殊詐欺被害の予防にも有効であると思う。</p>
145	6. 高齢者、障害者等の権利擁護の推進等	取組	想定した実績となっていない原因を明らかにして、適格な対策をすすめるとともに、手続き等の簡素化や、支援団体等の紹介を通じて認知度をあげる取組をさらにすすめてください。
146	6. 高齢者、障害者等の権利擁護の推進等	取組	今後、増加が見込まれる高齢者や障害者を中心とした消費者トラブルの防止については社会の安定を図る上でも重要な取組である。その為に成年後見制度や市民後見制度、見守りネットワークの充実は有効と考えるが、一長一短もあり総合的な観点が必要でない。この点、各省庁連携の下、消費者庁が中心となり全体の整合性を取りながら推進頂く事を期待したい。
147	6. 高齢者、障害者等の権利擁護の推進等	目標	生活環境や栄養状態が悪化し生活を改善する気力を失い、助けを周囲に求めることをしないセルフネグレクトは、高齢者に限らず、若い年代にも広がっています。ゴミ出しが出来ない等で発覚したことから、悪質商法の契約をしていたり、複合的な問題を抱えていることもあります。高齢者や障害者等の権利擁護と同様に、セルフネグレクトも権利擁護のサポート対象とすることを、目標に入れてください。セルフネグレクトは、福祉の面からアプローチが必要で、セルフネグレクトの人が心を開けるような自治体の取組み、生活支援が必要です。

意見 No.	施策名	項目名	意見
148	6. 高齢者、障害者等の権利擁護の推進等	取組	2025年には国内で約700万人、65歳以上の5人に1人が認知症になるといわれています。高齢になっても安心してお金を使える環境、認知機能が低下してもITやデジタル技術を駆使したサービスなど、適切なサポートによって便利に暮らしていける社会基盤をつくることを取組に加えてください。
149	6. 高齢者、障害者等の権利擁護の推進等	取組	成年後見制度について、活用の周知だけではなく、消費者から利用について意見を集め、利用しやすい制度となるよう改善の検討について記述すべき。
150	6. 高齢者、障害者等の権利擁護の推進等	取組	見守りネットワークや成年後見制度における地域連携ネットワークの整備状況だけでなく、具体的な取組事例の収集等を行って、各連携が実効的なものとなっているかについて把握し、より一層地域の支援を行ってください。
151	6. 高齢者、障害者等の権利擁護の推進等	取組	独居の高齢者の身元保証や日常生活支援、死後事務等に関するサービスは、少子高齢化の進展により、消費者委員会が発出した当時(平成29年1月31日)の需要よりさらに高まっています。しかし、ガイドラインの策定や法整備がされていません。これらのサービスに関しては本人が苦情を伝えることができないため、被害が顕在化しません。全国介護保険・高齢者保健福祉担当課長会議で事務連絡や注意喚起の内容を再周知していただきましたが、消費者がこれらのサービスを安心して利用できるよう、消費者へのさらなる注意喚起や情報提供を行うとともに、関連する消費生活相談の状況も注視しながら、起こり得る消費者問題を先取りして、必要な措置を検討・実施することを明記してください。
152	6. 高齢者、障害者等の権利擁護の推進等	KPI(アウトプット指標)	高齢者、障害者等の消費者被害を防止する取組みとして、福祉部門都との連携による見守りネットワークの構築をKPI(アウトプット指標)に設定してください。
153	7. 成年年齢引下げに伴う総合的な対応の推進	KPI(アウトカム指標)	被害の未然防止のための行動ができる若年者の割合とは具体的にどのような数値によって計るのか明確化してください。
154	7. 成年年齢引下げに伴う総合的な対応の推進	取組	注意喚起だけでは問題の解決には繋がらない大きな課題ですので、若者の利用頻度が高いお店との連携を強化するとともに、広報活動や若者向けアプリ等の導入については、若者世代にヒアリング等を実施し、使ってもらうために継続的な改善をすすめてください。 相談体制についても、大学や高校等の教育現場と連携して問題点の洗い出し、相談しやすい環境づくりをすすめてください。

意見 No.	施策名	項目名	意見
155	7. 成年年齢引下げに伴う総合的な対応の推進	KPI(アウトカム指標)	成年年齢引下げに伴う対応には、事業者の取り組みも不可欠であると考えます。ぜひ、自主規制の遵守状況等、事業者側の取り組みに関するKPIの設定を希望します。
156	7. 成年年齢引下げに伴う総合的な対応の推進	目標	国民生活センターのPIO-NETにおける、成年年齢引下げ後(2022年4月～10月)の18歳、19歳の消費者トラブルは「脱毛エステ」「出会い系サイト・アプリ」が上位を占め、前年同期よりやや増加しています。未成年取り消しができない分、解決は難しくなっています。引き続き、地域や学校などでの消費者教育や、若者向けアプリの周知を徹底し、消費者被害の未然防止を図ってほしい。
157	7. 成年年齢引下げに伴う総合的な対応の推進	取組	成年年齢引き下げに関連する取組みは、引き続き各省庁が連携した実践的な取組みを明記し、社会経験の少ない若者や周りの大人に対しての施策の遂行につなげるべき。その上で消費者被害の状況把握を行い、被害防止策の改善を行うことを明記すべき。
158	7. 成年年齢引下げに伴う総合的な対応の推進	取組	若年者の与信が過剰にならないよう、事業者の取組が不可欠です。自主規制の遵守状況等の事業者の取組に関するKPIの設定を検討する必要があります。
159	7. 成年年齢引下げに伴う総合的な対応の推進	取組	成年年齢引下げに伴う対応には、引き続き、官民学の連携により、消費者教育の徹底が必要です。高等学校の新学習指導要領公民科の新科目「公共」では資産運用が、「家庭基礎」「家庭総合」においても資産形成が加わりました。金融サービスの利用に伴うトラブルが多発している状況のなか、高校生が金融サービスの基本を学ぶ事例、講座等が必要です。また、将来を見据えた金融教育の一環に、年金教育も取り入れる必要があると考えます。そのためにも、学校教員向けの講座も必要であることを記載してください。学校の教職員は消費者教育の推進役です。教職員の消費者教育の指導力を高めるために、現場の業務で忙しく研修の活用が困難な現職の教職員に対して、専門知識を有する消費生活相談員や弁護士、司法書士等外部講師を活用した消費者教育を受けるよう体制整備が必要です。
160	7. 成年年齢引下げに伴う総合的な対応の推進	KPI(アウトカム指標)	若年者の契約等消費生活(消費者被害)に関する知識の正答率の増加を目指すことは当然ですが、定着度もKPIに設定してください。理解したことをしっかり身に付けてこそ契約の場面で役立てられるからです。
161	8. 消費者団体訴訟制度の推進	取組	c 適格消費者団体の認定手続きに対する支援について、適切かつ迅速に取り組んでください。
162	8. 消費者団体訴訟制度の推進	取組	d 地方消費者行政の交付金を通じた、適格消費者団体の設立に向けた取り組みの支援を要望します。このことについて地方自治体の理解の促進に力を入れてください。
163	8. 消費者団体訴訟制度の推進	取組	「消費者裁判手続特例法等に関する検討会報告書」において将来の検討課題とされた事項について、具体的に工程表に記述すべき。

意見 No.	施策名	項目名	意見
164	8. 消費者団体訴訟制度の推進	KPI(アウトカム指標)	アウトカム指標に適格消費者団体に差止請求事例集、被害回復事例集など成果をまとめ、各団体と消費生活センターに情報提供する。 消費者団体訴訟制度の成果を、事業者団体・消費者団体・自治体横断的に活用できる情報提供を行う。全体でどんな成果が上がっているのか、俯瞰しての情報提供は行われておらず成果共有し被害予防に活用すべきと考えます。団体訴訟制度説明会でも活用できる。
165	8. 消費者団体訴訟制度の推進	KPI(アウトカム指標)	アウトカム指標に適格消費者団体に消費者庁や地方自治体が事業委託や情報交換などの支援を行っている率を入れる。 そもそも、行政と民間の役割分担として消費者団体訴訟制度が創設されている。地方の各団体の財政基盤は厳しく専門家のプロボノ活動で成り立っている。自主的な活動の継続を確保する意味でも公的資金による支援は必要だと考えます。
166	8. 消費者団体訴訟制度の推進	取組	消費者庁の「消費者裁判手続特例法等に関する検討会報告書」において将来の検討課題とされた事項の今後の検討方針について、具体化してください。
167	9. 食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進	—	食品ロスについて、その実態を毎年公表するとともに、「勿体ない」「資源を無駄にしない」ことを訴える標語を国民に募集して広く国民に対し周知と関心を高めて、食品ロスを2030年までに半減目標達成に向けて、国民及び食品関連事業者等が一致協力することが必要であることを強調することが求められる。
168	9. 食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進	取組	フードバンクやフードドライブ活動等、食品ロス軽減のための活動も盛んに行なわれていますが、食品ロス削減を支える団体の支援としてスタートアップ団体の支援で終わらず、資金面での支援や公共の遊休施設等を含めた継続的な支援策を今後の取組み予定に加えてください。
169	9. 食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進	KPI(アウトカム指標)	食品ロスの削減については、消費者と事業者の双方の取り組みが重要であると考えます。賞味期限や消費期限への理解度や「てまえどり」をはじめとした消費者側の取り組み状況や、「3分の1ルール」の緩和など事業者側の取り組み等について、具体的に状況を把握するためのKPIについて検討されることを望みます。
170	9. 食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進	取組	食糧資源の乏しい当国にとって、食品ロスを削減することは社会の安定という点においても非常に重要な取組と認識しているが、この取組を推進するに当たっては一部の意識の高い消費者による行動だけでは不十分であり、意識が低い消費者の行動がポイントと考える。 この点、官民連携で推進している「てまえどり」は意識が低い消費者にも浸透しつつあり、こういった実効性のある取組を企画、継続、拡大していくことが肝要である。なお、このような観点からすると、一時期広がりを見せた3010運動はコロナの影響もあってか停滞気味であるが、今回のコロナの5類移行を機に改めて注力すべき取組の一策と考える。

意見 No.	施策名	項目名	意見
171	9. 食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進	KPI(アウトプット指標)	「事業系食品ロス、家庭系食品ロス共に…(中略)…半減する」との目標を踏まえて、KPIが主に「事業系食品ロス削減」「家庭系食品ロス削減」のいずれ(または双方)を目的としているのかを明確に記載してはどうか。明確に記載したほうが、取組みの意義・効果が分かりやすく、企業・消費者の双方が取り組みやすいと史料。
172	9. 食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進	KPI(アウトプット指標)	6「フードバンク活動の推進のための…(中略)…支援回数」とのKPIについて、支援によってフードバンクの活動がどのような側面・項目で改善されたのか(例:運営の安定化、支援世帯の拡大、支援物資の拡大)が重要。支援回数をKPIとする場合、併せて、農林水産省が注力しているフードバンク活動支援の取組みを「取組」欄に追記してはどうか。
173	9. 食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進	取組	農林水産省が注力している、事業者による食品ロスのフードバンクへの寄贈強化に向けた取組みや、仕組み構築の検討を「取組」に追記してはどうか。工程表に明示されることで、企業内での社内調整や推進に有効と史料。 寄贈強化に向けた仕組みの構築として、例えば、寄贈を実施する企業へのさらなるインセンティブの提供、故意や重過失が認められない場合の食品寄付の免責規定等の法的支援の検討が挙げられる。
174	9. 食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進	取組	食品衛生の観点や食料品の特徴による留意点等を踏まえつつ、未利用食品の有効活用に向けて、賞味期限切れ商品の提供や販売に関するガイドラインの整備(消費者理解増進を含む実用的な制度構築)について検討が必要。
175	9. 食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進	取組	地方公共団体による食品ロス削減に向けた先進的な取組みを推進する一方、企業と行政の連携・協働の拡大等に向けて、各自治体に共通した食品ロス削減事例の共有や協力体制の整備が重要である。
176	9. 食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進	取組	取組f 宴会シーズンの食べきりの推進とありますが、食べきりたくても食べきれない場合が多いようです。消費者の自己責任で持ち帰りができるように、より多くの事業者にごみバックへの理解を深めてほしいと思います。
177	9. 食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進	取組	事業者による賞味期限延長に向けた技術開発等を後押しし、事業者の取組努力と成果を評価(表彰)する仕組みの構築を望みます。
178	9. 食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進	取組	賞味期限の設定において、事業者による過度に低すぎる安全係数の設定を防ぐ仕組みや、新たなガイドライン等の構築を望みます。

意見 No.	施策名	項目名	意見
179	9. 食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進	取組	I取組i食品ロス削減推進サポーターの育成について 食品ロス削減を実践できる消費者を増やすための施策として意義ある取組ですが、自治体によりサポーター制度の認知度にばらつきがあるようです。育成したサポーターの活動の場を広げるため、自治体への広報活動の強化を望みます。iの地方公共団体の基本計画策定に向けた説明会開催の支援の一環に、サポーター制度の活用を盛り込むことが効果的ではないでしょうか。
180	9. 食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進	目標	「2030年度までに食品ロス量を半減する(2000年度比)。」とあります。KPI(アウトカム指標)の最終には家庭系216万トン、事業系273万トン/2030年度とあります。令和2年度(2020年度)の食品ロスは家庭系247万トン、事業系275万トンと事業系では目標値に近いものとなっているため、2030年までの目標値には違和感があります。目標年または目標値の再考を希望いたします。
181	9. 食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進	目標	消費者、事業者ともに食品ロスの削減について理解と関心を深め、国民運動として食品ロスの削減を推進することに賛同します。事業者の商習慣を見直し、消費者庁のHPなどで紹介されている一部の事業者の斬新的な取り組みを広く一般化すること、賞味期限が近い商品はフードバンクのみならず、一般消費者へもダンピングなどの方法で商品をすべて売り切ること、などが考えられます。消費者も一律ではなく、コスト面や環境に関心の高い消費者も多くいると思われます。これらの消費者と先進的な事業者がこのようなビジネスモデルを一般化することにより、多くの賛同を得られると思われま
182	9. 食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進	取組	食品ロスの削減の推進にあたり、賞味期限及び消費期限の関する消費者への周知についても工程表に明記すべき。
183	9. 食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進	KPI(アウトカム指標)	食品ロス削減の進捗状況を見える化することが必要です。中期が空白になっていますがKPIを設定してください。
184	9. 食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進	取組	d事業者も消費者も食品表示の賞味期限を原因として廃棄してしまい食品ロスに繋がっています。食品ロス削減のための商習慣の見直しを迅速に進めるべきです。そして、事業者の取り組みの情報を消費者に提供してください。
185	9. 食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進	取組	規格外野菜の廃棄も食品ロスの原因となっています。加工して流通させたりフードバンクへの提供等が進んでいますが、見た目だけで判断しないよう消費者への啓発と市場での流通の促進を関係省庁で取り組んでください。
186	10. エシカル消費の普及啓発	—	エシカル消費者の育成に向けて消費者教育を小、中、高の学校教育に実施していることは消費者市民社会構築に有益でありさらに充実することは重要である。今後さらに充実を図ることが求められる。

意見 No.	施策名	項目名	意見
187	10. エシカル消費の普及啓発	取組	d & o KPIのエシカル消費の認知度・実践の意向などの割合が向上するように、消費者にとってより身近に生活の中で目に触れ、啓発につながるような具体的取り組みを記載ください。
188	10. エシカル消費の普及啓発	取組	e「環境負荷低減に資する農作物が選択されるよう」の表現には違和感があります。「環境負荷低減に資する農作物への理解が進み」のような表現に変更してください。
189	10. エシカル消費の普及啓発	KPI(アウトカム指標)	すでに海洋に流出した(プラスチック)ごみについては、劣化が進みマイクロプラスチックとなる前に回収を進める必要があります。回収する海洋ごみの量はむしろ増やすべきであり、毎年回収される海洋ごみの量の目標を「毎年減少」とするには時期尚早です。海洋ゴミの回収量を減らすことによって、回収されない海洋ゴミの量が増えることにもつながりかねません。
190	10. エシカル消費の普及啓発	取組	ゼロカーボンアクション30は多岐にわたっており、消費者により理解を深める必要があります。そのために、30の取り組みを分けて考えることも必要と思われる。取組を広めるにあたり、例えば季節ごとにいくつかの項目をピックアップして紹介する、店頭POP表示や商品の利用を通して周知するなど、行動につながりやすくなるような工夫をしてください。
191	10. エシカル消費の普及啓発	目標	エシカル消費の実践による効果は、食品ロス削減、プラスチック削減、温室効果ガス削減、省エネ・節電等に現れますので、取組状況を把握するKPIを参考指標として設定してください。エシカル消費の対象範囲は、人権問題、環境問題など範囲が広いので、これらの諸問題との関係についても継続的に検討してください。
192	10. エシカル消費の普及啓発	目標	持続可能性に配慮した商品の認証ラベルは「水産エコラベル」だけでなく、公正な価格取引された商品認証の「フェアトレード」や、適切に管理された森林資源で作られた商品認証の「FSC認証」、持続可能な農業を営む農園で育てられた商品認証の「レインフォレスト・アライアンス認証」などがあります。こうした認証ラベルがついた商品を購入することはエシカル消費の行動の1つですが、認証ラベルの存在や意味を知らない消費者も多くいます。持続可能な開発目標(SDGs)では複数の目標において、地球規模で環境資源を守ることを掲げています。水産エコラベルに限定せず、複数の認証ラベルについて消費者への周知及び認知度や活用度について、それらを把握するKPIを設定されることを望みます。
193	10. エシカル消費の普及啓発	取組	エシカル消費は持続可能な社会の維持、発展に不可欠であり、その為には一部の意識の高い消費者による行動だけでは不十分であり、情報提供を行なってもなおエシカル消費に興味が無い、若しくは意識が低いといった消費者を含む国民全体の行動とすることが肝要である。この点、現在の取組はエシカル消費醸成の為の取組が大半を占めているが、消費者の倫理観に頼らない施策を同時並行的に企画実行することが重要と考える。

意見 No.	施策名	項目名	意見
194	10. エシカル消費の普及啓発	取組	取組e 環境負荷低減という視点で商品を選択する消費者は、残念ながら日本においてそれほど多くないと思われる。環境負荷低減に資する農産物が、安心・安全で品質の高い農産物であり、自分たちの健康にも資するということを多くの人たちに知ってもらうことで、消費が伸びていくと思います。環境負荷低減の見える化だけでなく、こうしたメリットも併せて消費者に伝えることを望みます。
195	10. エシカル消費の普及啓発	取組	eの「環境負荷低減に資する農作物が 選択されるよう」の部分について「みどりの食料システム戦略」の目標達成手段の一つとらえていますが、エシカル消費が配慮の対象とする「人」や「社会」「動物福祉」に触れる必要があるのではないのでしょうか。
196	10. エシカル消費の普及啓発	目標	水産エコラベルの認証数の増加だけでなく、FSCなどの森林認証マーク、農産物等についてはフェアトレード、有機JAS、レインフォレストアライアンス認証マークなど、また、繊維製品に関するGOTS認証マーク、パーム油に関してはRSPOなどエシカル消費につながる認証マークについても認証数の増加を目標にすることを望みます。
197	10. エシカル消費の普及啓発	取組	真に社会のためになるエシカル消費が行われるには、事業者のエシカルな取組みについての説明、主張、表示が公正であることが大前提である。この点の取組みをセットにしなければ、エシカル消費の正しい普及は実現できない。この点を加筆すべき(景表法の項目への加筆も必要)。
198	10. エシカル消費の普及啓発	KPI(アウトプット指標)	エシカル消費の普及には、認証エコラベルについての活用度などを把握することが重要であることから、水産エコラベルだけでなく、他のものについてもKPIとして記述すべき。
199	10. エシカル消費の普及啓発	—	本協会も参加している全国消費者団体連絡会の地方消費者行政プロジェクトが毎年行なっている都道府県の消費者行政調査報告書によると、地方消費者行政強化交付金の活用として、「エシカル消費の普及・促進」は都道府県、区市町村で比較的活用されています。その効果を確認するためにも、エシカル消費の消費者意識調査を継続的に行なってください。また、各地域の取組み事例の紹介も行ってください。
200	10. エシカル消費の普及啓発	KPI(アウトプット指標)	4 水産エコラベルの認証取得に触れていますが、環境に配慮したラベルはFSCなど多くあります。エシカル消費の普及啓発として、現在、使われているラベルも含めることが必要であると考えます。
201	11. 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	KPI(アウトカム指標)	公益通報者保護制度の定着・推進のためには、労働者の理解度の向上とともに、事業者における社会的責任の認知と体制整備にむけたフォローも必要となることから、事業者の規模別による体制の整備状況を把握するKPIを設定してください。
202	11. 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	目標	公益通報者保護法改正により、退職後1年以内の退職者や現役の役員が追加されたことを評価します。一方、行政への通報をどこに通報したら良いかわからなかったり、公益通報対象となる法律がわからない場合、消費者庁の通報先 行政機関検索で機関を検索して通報するだけでは、通報者の思いが伝えられるか、通報した結果、不利益扱いを受けかねません。各地の弁護士会では、労働相談を設けている弁護士会もありますが、公益通報者保護と弁護士相談は欠かせないものと思います。地域によっては、地域の弁護士会に労働相談が設けられていない場合もあります。弁護士相談を誰もが受けられる取組を充実させていただきたいと思えます。

意見 No.	施策名	項目名	意見
203	11. 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	取組	相談窓口の充実とともに、寄せられた相談の分析を行い、制度の改正について検討することを記述すべき。
204	11. 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	取組	公益通報者保護制度は非常に重要な制度であり、効果が発揮されています。しかし、活用はまだ十分とは言えません。令和4年6月の改正公益通報者保護法の施行に向け、国民に改正内容や指針等の周知・広報をしてください。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してください。
205	11. 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	目標	公益通報は消費者の安全・安心に資するものです。今回、重点項目として取り上げられたことを評価します。通報した職員が不利益を受けないように、公益通報者保護制度の認知度向上とコンプライアンス確保に務めてください。
206	12. 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	KPI(アウトプット指標)	消費者がデジタルプラットフォームでの取引でトラブルに遭わないようにするため、消費者に向けた注意啓発等のアウトプットも必要です。消費者に向けた取り組みを加筆してください。
207	12. 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	KPI(アウトカム指標)	新しい生活様式の実践の中でインターネットでの取引が日常化し、消費者間の取引も増加していることから、消費者に向けた注意喚起等についてもKPIを設定してください。
208	12. 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	取組	c.インターネット上の広告に対する監視を通じた職権探知強化 DPFを介した取引においても、販売している事業者が悪質誇大広告が認められた場合は、消費生活センターで景品表示法違反被疑情報提供フォームの情報提供を促すように求め、消費者庁が法の執行に繋がる情報を迅速に入手するような体制作りを希望します。
209	12. 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	取組	SNS上の広告はターゲティングの精度が高い・広告の自動最適化ができる・出稿できる広告形式が豊富であるという特徴をもっているため、個々の消費者に異なる広告が送られてきた場合、若年層など脆弱な消費者に与える影響は大きいです。先頃、某事業者が若年層へのターゲティング広告機能制限の強化を発表したことでターゲティング広告による影響が大きいことがわかります。SNS事業者と連携したターゲティング広告の機能制限の検討を行うことを取組に加えてください。
210	12. 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	取組	インターネット上の広告の規制について、インフルエンサーに対する理解促進の研修や意見交換を行うことを記述すべき。
211	12. 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	取組	通新販売の申し込み段階における表示のガイドラインが運用されたが、引き続き悪質事業者が後を絶たない現状がある。プラットフォームの責任明確化と自主規制の義務化、景表法・消費法学習の義務化など行ってほしい。研修参加率をKPI化してほしい。

意見 No.	施策名	項目名	意見
212	12. 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	取組	「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」の施行後の取引DPF提供者の取組状況のモニタリングが重要です。取引デジタルプラットフォーム官民協議会における議論について、消費者等に理解してもらうため、適切に情報提供をしてください。
213	12. 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	取組	インターネット上の取引で消費者同士の取引も増えており、トラブルになるケースがあります。消費者同士の取引への対応を取組に追加してください。
214	13. 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費者教育推進のための体制整備	—	エシカル消費者の育成に向けて消費者教育を小、中、高の学校教育に実施していることは消費者市民社会構築に有益でありさらに充実することは重要である。今後さらに充実を図ることが求められる。
215	13. 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費者教育推進のための体制整備	目標	<p>「消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進による 消費者被害の防止・減少（消費者市民社会の実現）」</p> <p>↓</p> <p>（変更案）</p> <p>「消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進による 消費者被害の防止・減少および消費者リテラシーの向上（消費者市民社会の実現）」</p> <p>理由</p> <p>消費者教育の推進に関する基本的な方針（2013年6月閣議決定）にもある通り、「消費者は被害者にだけなり得るのではなく、場合によっては、加害者になり得る場合もある。これからの消費者教育は、そのような場合も含め、消費生活に必要な情報リテラシーの向上を図ることも必要である。」と考えます。昨今の飲食店舗への迷惑行為事件にも見られるように、各ライフステージに応じた様々なリテラシーを向上させることも必要であることから、加筆すべきと考えます。</p>
216	13. 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費者教育推進のための体制整備	取組	学校教育の中での消費者教育と共に家庭での消費者教育も必要であると考えるので加筆してください。
217	13. 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費者教育推進のための体制整備	KPI(アウトカム指標)	消費者教育は、エシカル消費をはじめとしたSDGsを推進するための基礎となるものであり、将来を担う世代の消費者力を高めるために重要です。消費者教育推進に欠かさない日常的な教育や相談等を担う人材については、教育部門とさらに連携を強め、適正な人員配置による教育推進を評価するKPIを設定してください。
218	13. 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費者教育推進のための体制整備	KPI(アウトプット指標)	KPIとして「6消費者教育ポータルサイトのアクセス件数、教材件数、取組件数、講師派遣団体数【件数の増加】（消費者庁）」が掲げられているが、アウトプット指標として「件数」に限らず、個別具体的な取組（各ポータルサイトに掲載されているサイト等）を積極的に公開していくことも、消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に資するのではないかと。
219	13. 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費者教育推進のための体制整備	KPI(アウトプット指標)	KPIとして「10大学等における消費者関連（消費者問題に関する啓発・情報提供以外）の取組の割合【取組割合の増加】（文部科学省）」が掲げられているが、アウトプット指標として「取組割合」に限らず、個別具体的な取組（各大学等で開講されている講座等）を積極的に公開していくことも、消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に資するのではないかと。
220	13. 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費者教育推進のための体制整備	—	先日発表された「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（令和5年3月28日変更）では対象期間が5年間から7年間に変更になっているが、消費者を取り巻く環境変化が激しい時代において7年とはかなり長い期間であり、期中において方針の見直しが必要になってくる。工程表についても、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の期中見直しに合わせ、活動の検証やKPIの見直しなどを柔軟に進めていただきたい。

意見 No.	施策名	項目名	意見
221	13. 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費者教育推進のための体制整備	取組	消費者教育の推進に関する基本的な方針(2023年改正)に「消費者自身が『加害者』になってしまう例も見られる中、消費者教育の重要性は高まっているといえる」との記載があるように、消費者被害の防止・減少に向けては、消費者自身の行動も重要である。 例えば、迷惑行為動画の撮影やSNS等への投稿、誹謗中傷等によって、消費者が安心して商品・サービスを消費できる環境が脅かされたり、企業のイメージダウンや売上減少、株価下落につながったりするなどの実被害が発生している。消費者自身の情報発信に伴うリスクや責任に関する啓発を消費者教育の「取組」に織り込んではどうか。
222	13. 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費者教育推進のための体制整備	取組	各年度の取組については、「ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進」という総花的な表現ではなく、具体的な取組を示していただきたい。 b. について、先般公表された「基本方針」において、対象として職域、内容として情報教育強調されたと理解している。そうした方針を具体化して進展させるための取組として、令和5年度以降の各年度においてどのようなことを考えておられるのかを具体的に示していただくことが、消費者教育の現場には役立つと思うので、検討いただきたい。
223	13. 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費者教育推進のための体制整備	KPI(アウトカム指標)	デジタル化の進展に伴い、全世代に対して情報リテラシーや多様化する決済手段に関しても消費者教育として取り上げていく必要がある。よりわかりやすい消費者教育ポータルサイトでの情報提供、消費者教育コーディネーターの積極的な配置・育成を実施し、取組みの効果をKPIとして位置付けるべき。
224	13. 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費者教育推進のための体制整備	取組	都道府県(政令市を含む)と市町村の消費者教育コーディネーターでは、役割が異なることを踏まえ、各消費者教育コーディネーターの定義及び役割を明確に示し、連携・連携協働できる仕組みを構築することが必要です。また、地方公共団体の消費者教育コーディネーターと連携する外部機関(学校・地域団体・外部消費者団体等)の中核となるコーディネーターを明確に位置付け、スムーズに連携できる仕組みを構築することで、より実効性を持った消費者教育の推進につながります。消費者教育コーディネーターの活動には、各コーディネーターとの連携が重要です。引き続き、消費者教育コーディネーターが意見交換できる場を増やし、消費者教育コーディネーターの育成、配置の促進を期待します。 地域の消費者教育の担い手として、コーディネーターの配置の支援が記載されていますが、コーディネーターの配置が継続的になるように財政的な支援が必要です。また、コーディネーターが十分に力を発揮して役割を果たすには、コーディネーターに権限があることも重要です。権限の付与が必要であることを記載してください。
225	13. 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費者教育推進のための体制整備	取組	施策に小・中・高等学校等と記されていますが、幼児等を加え、幼児教育の推進も明確にするために付け加えてください。 地域における親子向け講座は、地域の消費生活センターと子育て支援団体との連携が必須です。消費者教育ポータルサイトや消費者庁のウェブサイトの閲覧は一部の方に限られています。広く利用促進させるため、子ども家庭庁と消費生活センターとの連携を記載してください。
226	13. 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費者教育推進のための体制整備	取組	「社会への扉」が難しいという現場からの声を受け、令和3年6月に公表された特別支援学校(知的障害)向け教材は大変わかりやすいもので、特別支援学校に限らず、中学校、高等学校、専門学校、大学など全ての世代における教育・啓発講座でも活用するよう、今後、この教材の周知と活用を積極的に行っていく必要があります。また、生徒及び教員に対し、実践的な講座等を継続的にきめ細かく行っていく必要があります。
227	13. 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費者教育推進のための体制整備	取組	高等学校の新学習指導要領公民科の新科目「公共」では資産運用が、「家庭基礎」「家庭総合」においても資産形成が加わりました。金融サービスの利用に伴うトラブルが多発している状況のなか、高校生が金融サービスの基本を学ぶ事例、講座等を引き続き実施してください。また、小学校、中学校、高等学校の学校教員向けの講座も必要であること明記してください。

意見 No.	施策名	項目名	意見
228	13. 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費者教育推進のための体制整備	取組	小学生や中学生がゲーム課金トラブルやゲームのアカウント交換サイト等で実際取引をして被害に遭っており、被害が増加しています。家庭での消費者教育の充実が求められるため、保護者に対しても保護者会等で外部講師を活用した消費者教育講座を実施する必要があります。
229	13. 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費者教育推進のための体制整備	取組	「幼児期から高齢期までの各ライフステージに応じ」という観点では学校教育以外での知識のアップデートを重視すべきです。とりわけ情報通信サービスは多くの人々が利用せざるを得ない状況となりましたが、若年者、高齢者に限らず、きちんと理解したうえで、適切なサービスを選択できている人ばかりではありません。例えば総務省が毎年作成している「電気通信サービスQ&A」を活用して消費者への啓発活動をより促進すべきです。
230	13. 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費者教育推進のための体制整備	KPI(アウトプット指標)	2023年4月1日より「こども基本法」が施行されました。すべての子どもが個人として等しく、健やかに成長することや、子どもが置かれている環境に関わらずその権利が擁護されることなどが目的に謳われています。国民への周知と教育現場の教師への理解促進をKPIに追加してください。
231	14. 地方消費者行政の充実・強化、消費生活相談のデジタル化に向けた地方公共団体への支援等	KPI(アウトカム指標)	<p>KPI(アウトカム指標)の設定についての不十分さ  「重点項目14.地方消費者行政の充実・強化、消費生活相談のデジタル化に向けた地方公共団体への支援等」について  同項目の目標としては、「地方消費者行政の機能を強化し、相談体制を充実させる。」との点、及び「地方消費者行政を中核として、消費者被害の未然防止・拡大防止を実現する。」との2点が設定されている。  そしてそのKPI(アウトカム指標)としては「消費生活センター設置市区町村の都道府県内人口カバー率【90%以上】」等が設定されている。しかし、この場合のアウトカム指標としては、こうした形式的な指標にとどまらず、消費者被害に遭った消費者が実際にどの程度消費生活センターを利用したか(注2)といった実質的かつ直截に政策の成果を確認し得る指標こそが重要であると考えられる。  工程表素案においては、こうした視点からのアウトカム指標の設定が全体として不十分であり、さらなる検討を求める。</p> <p>注2  消費者庁「令和3年度消費者意識基本調査」48頁問21参照。ここでは、被害を受けた商品・サービスについての相談又は申出をした相手を質問している。</p>
232	14. 地方消費者行政の充実・強化、消費生活相談のデジタル化に向けた地方公共団体への支援等	取組	消費生活協力員・協力団体として、地域の消費者団体の活用の推進と、そのための支援を検討することを加筆してください。
233	14. 地方消費者行政の充実・強化、消費生活相談のデジタル化に向けた地方公共団体への支援等	取組	消費者のくらしに近い地方消費者行政の機能を強化し、消費者被害の未然防止・拡大防止を実現するためには、いつでも安心して、相談に対応できる人材の確保が必要になります。消費生活相談員の人材育成や処遇改善等に関する地方公共団体の取組みを支援するため設定したKPIをもとに課題を把握し、さらにスピード感をもって強化してください。

意見 No.	施策名	項目名	意見
234	14. 地方消費者行政の充実・強化、消費生活相談のデジタル化に向けた地方公共団体への支援等	取組	a 国における財源の確保、地方における人員・予算の確保に向けた自主的な取り組みへの支援を要望します。
235	14. 地方消費者行政の充実・強化、消費生活相談のデジタル化に向けた地方公共団体への支援等	取組	b 消費生活相談員の処遇について、地方での実態を把握してください。会計年度任用職員制度の適用状況を調査し、処遇改善につながる支援をしてください。
236	14. 地方消費者行政の充実・強化、消費生活相談のデジタル化に向けた地方公共団体への支援等	取組	d 消費生活相談員の人材不足が喫緊の課題となっています。国として人材育成を早急に取り組んでください。
237	14. 地方消費者行政の充実・強化、消費生活相談のデジタル化に向けた地方公共団体への支援等	—	相談業務の広域連携は様々なパターンで実施されていますが、状況を把握し、より有効で合理的な広域連携の施策を提示できるようにしてください。広域連携体制は行政職員の果たす役割が重要になります。消費者行政担当職員の資質向上の取り組みをしてください。
238	14. 地方消費者行政の充実・強化、消費生活相談のデジタル化に向けた地方公共団体への支援等	取組	d 消費者安全確保地域協議会の設立支援はもとより、活動内容の充実が求められます。福祉部署、教育部署との連携促進を期待します。
239	14. 地方消費者行政の充実・強化、消費生活相談のデジタル化に向けた地方公共団体への支援等	KPI(アウトカム指標)	消費者安全確保地域協議会のKPI目標値の人口カバー率は、大規模自治体の設置により50%が達成しても、多くの小規模自治体を取り残されます。地域格差が生じることも課題とするべきです。
240	14. 地方消費者行政の充実・強化、消費生活相談のデジタル化に向けた地方公共団体への支援等	KPI(アウトプット指標)	「3.消費者相談員担い手確保事業【1600人/毎年度】について、総数ではなく、担い手を必要としている地域の担い手育成に資するようなお金の使われ方がされているのかの検証をしていただくことを希望します。この事業が継続するためにも、効果を公表して、担い手不足に苦しんでおられる自治体の支持を得ていくことが必要と考えます。

意見 No.	施策名	項目名	意見
241	14. 地方消費者行政の充実・強化、消費生活相談のデジタル化に向けた地方公共団体への支援等	取組	消費生活相談員の担い手確保のために、人材育成や処遇改善について地方公共団体による取組みを支援する検討を行うべき。特に、相談員の高齢化は課題であり、若年者に向けた取組みは重要であることから、具体的な取組みについて明記すべき。
242	14. 地方消費者行政の充実・強化、消費生活相談のデジタル化に向けた地方公共団体への支援等	取組	消費生活相談のデジタル化は、相談内容が迅速に施策に生かすことができる仕組み作りを行うことを記述すべき。
243	14. 地方消費者行政の充実・強化、消費生活相談のデジタル化に向けた地方公共団体への支援等	取組	どこに住んでいても質の高い相談・救済が受けられるよう体制整備のために、消費生活相談員の配置促進、資格保有率の向上等、地方公共団体を支援するとありますが、交付金の見直しによる財源不足で相談員を雇用できない、あるいは雇用したくても相談員を確保することができないなどにより、相談員数が減少しています。特に相談員不足は深刻です。相談員の量と質の確保のためには相談員の待遇改善が喫緊の課題です。相談員確保のために財政支援を含めた具体的な支援策を示してください。
244	14. 地方消費者行政の充実・強化、消費生活相談のデジタル化に向けた地方公共団体への支援等	取組	会計年度任用職員制度が導入され、多くの消費生活相談員は会計年度職員になり、3年が経過しました。消費生活相談員の処遇改善が図られたのか、実態が不明確です。本協会の会員からは処遇悪化や人員削減や勤務時間の制限などによる労働環境悪化、更新拒否などの報告もあります。新たな問題が発生していないか実態を把握し問題があれば地方公共団体へ要請する必要があります。早い段階で実態調査を実施し公表してください。
245	14. 地方消費者行政の充実・強化、消費生活相談のデジタル化に向けた地方公共団体への支援等	取組	消費生活相談のデジタル化については、イメージの公表はありますが、具体的な事項について情報提供がなく、全国の消費生活相談員は大きな懸念を持って注視しています。これまでの地方消費者行政強化作戦とどうリンクするのか、早急に具体的な情報を発信していただき、消費生活相談員の意見を聴取して、消費生活相談の役割を重視したデジタル化を図ってください。
246	14. 地方消費者行政の充実・強化、消費生活相談のデジタル化に向けた地方公共団体への支援等	取組	地方消費者行政の充実促進には、消費者団体との連携が欠かせません。消費者団体は高齢化や財政問題を抱えているところが増加しています。消費者団体への支援強化を取組に加えてください。
247	全体	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>・これまでの意見募集でも同様だが、改定される箇所、改定されない箇所が分かりにくい。</li> <li>・改定の趣旨やポイントが分かりにくい。これまでの工程表と大きく構成等が変わっているのは、消費者委員会の意見を踏まえたものと推察されるが、「参考」として単に消費者委員会の意見を紹介しているのみで、当該意見を踏まえ消費者庁としてどのように判断し、今回の改定素案を作成しているのかは明確に示されていない。分量もそれなりに多いものであることからすると、単に「改定素案」だけを示すのではなく、改定の趣旨や概要等を明確に示すなどして、なぜ今回の改定が行われるのか、今回の改定のポイントや狙いは何かなどをできるだけ分かりやすい形で意見を募るべきではないか。</li> </ul>

意見 No.	施策名	項目名	意見
248	全体	—	<p>基本計画を改定されることには異存ありませんが、基本計画の趣旨に沿った行政を行っているのかどうかの定期的な振り返りを是非お願いしたいです。</p> <p>・消費者基本計画工程表4ページ 持続可能な開発目標 目標9. 強靱なインフラ構築、包括的かつ持続可能な産業化の促進及びイノベーションの推進を図る</p> <p>→電気料金の値上げに関して、消費者庁が経産省との協議に応じない旨の報道が朝日新聞より流れています。 <a href="https://www.asahi.com/articles/ASR3S46JLR3SUTFK006.html">https://www.asahi.com/articles/ASR3S46JLR3SUTFK006.html</a></p> <p>・日本では電力自由化により火力発電の廃止が進み、電力の供給力が減少したことで停電リスクが生じ、「電力需給逼迫警報」が度々発令される事態に陥っています。今の現状は『目標9』で掲げる『強靱なインフラ構築』とは程遠い状況にあります。強靱なインフラ構築のためには電力会社に投資余力が必要ですが、電力各社は自己赤字で自己資本を食いつぶし、某事業者などは緊急融資を受けてかろうじて命脈を行っている状態です。このような状況の中、経産省との協議にすら応じないとは、消費者庁はあまりにも危機意識が欠如しているのではないのでしょうか？</p>
249	全体	—	<p>・新電力の倒産・撤退が相次いでいます。これは、規制料金のうち、燃料費調整額が上限に達したことによるものです。今の現状は『目標9』で掲げる『持続可能な産業化』とは程遠い状況にあります。今の状況は電力会社に原価割れの不当廉売を、行政側が強要しているようなものです。消費者庁の不作为により新電力が競争力を失い、そして倒産していつているように映っているのですが、消費者庁はどのように考えているのですか？</p>
250	全体	—	<p>・(これは消費者行政全般に言えることですが)消費者庁が起用している有識者やアドバイザーについて、中立性が欠けているように感じています。靈感商法検討会には信教の自由に関する専門家が見受けられませんが、消費者庁電気料金アドバイザーについては再エネ論者の方ばかりで不当競争や消費者法の専門家の方が居ないように見えます。同じ傾向の論者を集めたことにより、憲法の趣旨や一部の法律を逸脱した議論が散見されるように感じます。似たような色合いの有識者を集めると人民裁判のようになってしまうので、多角的な視点からの議論になるように有識者の選定を見直していただきたいです。</p>
251	全体	—	<p>誤植だと思われますが、目次の5.の文字ポイントが小さい。</p>
252	全体	—	<p>消費者基本計画工程表を、工程表本体とその評価書とに分けた上で、各重点項目について、「目標」「KPI(アウトプット指標)」「KPI(アウトカム指標)」「取組」といった区分を設けるとい、構成面における改定の方向性については評価する。</p>
253	全体	KPI(アウトカム指標)	<p>重点項目についての前記各区分の内容は、目標そのもの、あるいはその目的についての評価指標(KPI)について、施策の進捗状況をできる限り正確・客観的に測定・把握・評価するとの観点から、アウトカム指標の想定時間軸の明示や指標の設定等について、その実効性を向上させるようさらに十分な検討を行うべきである。</p>

意見 No.	施策名	項目名	意見
254	全体	—	<p>工程表素案の構成について  今回示された工程表素案は、前提として、工程表本体と評価書とに分けた上で、重点項目について、「目標」「KPI(アウトプット指標)」「KPI(アウトカム指標)」「取組」に区分している。また評価書においては「取組」欄の中に「実績」欄を設けている。</p> <p>こうした工程表の構成には様々な形式があり得るため、構成自体については一概に当否を判断することは容易ではない。しかし、少なくとも「目標」「KPI」「定義」といった項目のみが設けられ、これらの論理的な関係や思考過程が十分に整理されないまま「KPI」が羅列されていた従来の工程表と比べると、今回の工程表素案で示された構成は、より基本計画の推進過程の可視化が向上し、具体的な施策から目標達成に至る論理関係・思考過程が明確化し得るものとなっている。こうした構成は近時着目されているロジックモデル(施策の論理的な構造)の発想にも沿うものとなっており、この構成をさらに精緻化することで、より実効性の高い政策評価が可能となると思われる。</p> <p>したがって、工程表素案の構成の改定の方向性そのものについては、当連合会の意見KPI意見書に沿うものとして一定の評価ができる。</p>
255	全体	—	<p>個別の目標やKPIの設定について  KPI意見書で述べたとおり、KPIは個別の施策目標の達成のために適切な指標でなければならず、また、その達成度を検証できるよう具体的なものでなければならない。これらの視点からは、今回示された工程表素案の重点項目における目標とKPIの設定には、例えば、以下に述べるような不十分な点があり、なお十分な検討がなされるべきである。</p>
256	全体	KPI(アウトカム指標)	<p>KPI(アウトカム指標)の時間軸の不明確さ  KPI(アウトカム指標)の時間軸として〈初期〉〈中期〉〈最終〉が設定されているが、それぞれの程度の時間軸を想定しているのかが不明である。</p> <p>確かに、各重点項目により想定時間軸は異なる上、目標達成に向けた指標であるため、様々な要因により目標時間軸と達成時間軸が異なる結果となることも十分想定されるところであり、時間軸の明示が困難であることは一定程度理解できる。そもそも、PDCAサイクル(注1)はそのためのものでもある。</p> <p>しかし、いつ頃までにどの程度の達成を目指すのかが不明であると、まだ想定時間軸内であるというような釈明が可能となり、KPIが有名無実化されかねない。</p> <p>そのため、各重点項目における初期、中期、最終のおおよその想定時間軸を明らかにすべきである。</p> <p>注1  Plan(計画)－Do(実行)－Check(評価)－Action(改善)の4段階を繰り返すことにより業務を継続的に改善する手法</p>
257	全体	KPI(アウトカム指標)	<p>工程表素案においては、こうした視点からのアウトカム指標の設定が全体として不十分であり、さらなる検討を求める。</p>

意見 No.	施策名	項目名	意見
258	全体	—	<p>社長の逮捕が報道された某社の被害者の娘です。</p> <p>この会社は『がんやその他の病気に効く薬』として、飲料水をエサに『高価な薬なので未公開株を買って株主にならねば安価に買えない』とし未公開株購入に誘導し、また勧誘者に紹介料を出し勧誘を促すネットワークビジネスを展開していました。</p> <p>このようなネットワークビジネスで、お金の被害ばかりではなく、薬を信じた被害者が診療を受ければ助かる状態から重篤状態になり、亡くなる実害が出ています。このような被害がなくなるには、現在悪質なネットワークビジネスに関する処罰が軽い事にあります。</p> <p>また、ネットワークビジネス会社に加担する医師も報酬が高いせいか協力する医師が後を絶たない状況です。</p> <p>ネットワークビジネス会社に処罰、また過去に処罰を受けた会社は再犯の罪を重く加担する医療機関、医療従事者には医師免許や医療機関の取り消しを</p> <p>少なくともこれくらいの処罰がなければ、再犯する会社が後を絶たないと思います。どうぞご検討ください、命を金儲けにする会社が少しでも減るよう、切に願います</p>
259	全体	—	<p>KPI(アウトカム指標)と「取組」の各項目との関連性がわかるように示してください。また、KPIの数値については、明確な値があるとよりわかりやすくなるため、できるだけ設定するようにしてください。</p>
260	全体	—	<p>「第4次食育推進基本計画」に基づき、健康寿命の延伸につながる食育の推進について、重点項目に含めてください。</p> <p>特に産官学が連携して取組んでいる「自然に健康になれる食環境づくり」について、消費者に向けて十分な情報発信を行い、消費者教育を充実させながら、健康寿命の延伸につなげていくことは急務であると考えます。</p>
261	全体	—	<p>脱炭素社会の実現に向けては、各事業者等の取り組みだけでなく、「消費者」それぞれの取り組みの実践が重要になります。これまで工程表冒頭にSDGsと関連事項の施策が一覧表で示されているように、脱炭素社会の実現に向けて行動変容を促すための脱炭素関連施策の一覧表を作成し、集中して取り組めるよう重点項目に含めてください。</p>
262	全体	—	<p>(令和4年度改定の工程表 I -146P)</p> <p>I (2)⑧ 公正自由な競争の促進と公共料金の適正性の確保</p> <p>イ 公共料金等の決定過程の透明性及び料金の適正性の確保</p> <p>LPガスについては、引き続きLPガス価格の透明化、敷地内の無償配管、住宅設備の無償貸与の問題の解決に関係省庁とともに継続的な取組や進捗の確認など、必要な対策を講じるよう、重点項目に含めてください。</p>

意見 No.	施策名	項目名	意見
263	全体	—	(令和4年度改定の工程表 I-146P) I (2)⑧ 公正自由な競争の促進と公共料金の適正性の確保 イ 公共料金等の決定過程の透明性及び料金の適正性の確保 電気については、2022年度に大手電力会社によるカルテル、送配電事業者による情報漏洩と小売り電気事業者などによる不正閲覧、経産省の情報システムの不正閲覧と不祥事が立て続けに明らかになっています。これは公正自由な競争をないがしろにし、消費者被害にもつながりかねない重大な事態です。早急な対策が必要であり、状況の把握と対応、今後の対策への関与など、消費者庁としてどう取り組むのかを明らかにするために、重点項目に含めてください。
264	全体	—	従来の工程表の359項目の施策を削った点については反対する。これらの全項目についてKPI・ロジックモデルの設定をする必要はないかもしれないが、施策の各論としては残すべき。 【理由】消費者基本計画は消費者行政についての見通しを網羅的に把握できるものである必要があり、工程表には基本計画本体の各論として行政全体の各施策をフォローするという体裁が望ましいと考える。そのうえでKPI・ロジックモデルを緻密に設定する項目をピックアップして重点項目とするスタイルとするのがよいのではないかと。
265	全体	—	【令和4年と令和5年の工程表案の構成について】 令和4年の工程表と構成を変えてKPIの重点を絞り、前年度の170項目から14の重点施策に絞ったこと、アウトプットだけでなくアウトカムも重視するという考え方は理解できるが、その考え方について、参考資料の添付に留めることなく、工程表の改定を発表する際にしっかり説明をしていただきたい。
266	全体	—	第4期消費者基本計画では、今期における消費者政策の基本的方向の一つとして、「消費者の自立と事業者の自主的取組の加速」をあげているが、この政策に関するKPIが見当たらないのが残念である。事業者の消費者志向経営の推進、消費者と事業者の協働の推進、消費者市民社会の理解向上などは重要な政策であり、KPIとして追加を検討いただきたい。
267	全体	目標	これまで工程表に存在していた「6:詐欺等の犯罪の未然防止、取締り」の項目が削除されたことに反対する。令和元年に「オレオレ詐欺等対策プラン」が実施されたものの、警察庁ウェブサイトによれば、特殊詐欺被害の認知件数(既遂)は、令和2年から令和4年にかけて増加傾向にあり、既に令和元年を超えている。政府は「資産所得倍増プラン」を決定しているが、これに便乗した詐欺被害も見受けられるのであるから、「6:詐欺等の犯罪の未然防止、取締り」は、依然として「重点項目」のはずである。特殊詐欺被害者の88.2%(令和3年)が65歳以上の高齢者なのであるから、従来通り、特殊詐欺被害の認知状況及び検挙状況の具体的な目標を設定すべきである。

意見 No.	施策名	項目名	意見
268	全体	KPI(アウトカム指標)	警察庁ウェブサイトによれば、特殊詐欺被害の認知件数(既遂)は、令和2年から令和4年にかけて増加傾向にある。特殊詐欺被害者の88.2%(令和3年)が65歳以上の高齢者であり、88.9%において電話が用いられている。政府は「資産所得倍増プラン」を決定しているが、これに便乗した詐欺被害も見受けられる。こうした状況においては、KPI(アウトカム指標)として、特殊詐欺被害の認知件数に関する具体的な数値目標を設定すべきである。
269	全体	KPI(アウトカム指標)	警察庁ウェブサイトによれば、特殊詐欺被害者の88.2%(令和3年)が65歳以上の高齢者であり、88.9%において電話が用いられている。政府は「資産所得倍増プラン」を決定しているが、これに便乗した詐欺被害も見受けられる。平成20年には「振り込め詐欺撲滅アクションプラン」として、詐欺の原因となっていた携帯電話につき「携帯電話不正利用防止法」の改正が行われたことにより、特殊詐欺被害の認知件数は激減をした一方、令和元年の「オレオレ詐欺等対策プラン」にはこれほどの効果はなく、多少は認知件数が減少したものの、令和4年には令和元年を超えてしまっている。警察庁の公表資料によれば、特殊詐欺被害のほとんどは高齢者に対する固定電話に対する架電により行われていることは明らかである。「オレオレ詐欺等対策プラン」は、こうした抜本的な取り組みがなかったものといえる。したがって、具体的な取り組みとして、高齢者の特殊詐欺被害を予防するためにも、固定電話に対する迷惑電話をブロックする等の抜本的な対策が必要である。
270	全体	—	<p>「脱炭素社会、サーキュラーエコミーをはじめとする持続可能な経済社会実現に向けた消費者理解の増進」を重点項目として追記してはどうか。</p> <p>脱炭素社会に向けた消費者理解の増進を図り、行動変容を促していくことは、2050年カーボンニュートラルの実現をはじめとする持続可能な経済社会実現に不可欠の課題であることから、重点項目10「エンカル消費の普及啓発」の一部としての整理ではなく、新たな重点項目として扱うことが望ましい。</p> <p>消費者理解の増進にあたっては、持続可能な経済社会の実現を目指すことの意義に加え、製品・サービスの供給・消費のあり方やエネルギーの供給・消費のあり方をはじめとする目指すべき経済社会の姿について、国民負担も含めストーリー性のある分かりやすい説明を尽くすべきである。</p>
271	全体	取組	「自動運転に関する消費者理解の増進」を消費者政策の「取組」に織り込んでどうか。2022年度改定の消費者基本計画工程表に記載されている、車両技術や道路空間整備等に関する国交省、警察庁、法務省の取組みなどに加えて、自動運転の実現に向けては、国民一人一人の理解、社会的受容性を高めていくことが重要である。消費者に対する働きかけが重要であり、積極的に消費者啓発を推進すべき。
272	全体	—	重点項目によって、取組の内容が詳述されているところがある一方、抽象的総花的な記載にとどまっているところがあります。少なくとも令和5年度については、重点的に取り組む項目を具体的に記載いただき提示をいただくよう、お願いいたします。具体的に記載いただくと、現場も消費者庁と協働しやすくなります。
273	全体	—	キャッシュレス決済の増加、後払いシステム利用の増加など資金がない場合でもスマホで手軽にいつでも買物や投資、借金が可能なことによるトラブルが増加しています。金融教育は工程表の7.成年年齢引下げに伴う総合的な対応の推進、13.消費者教育の中に含まれているのでしょうか？取組に項目として明記することが必要だと考えます。

意見 No.	施策名	項目名	意見
274	全体	—	<p>「消費者基本計画工程表」から昨年度版までにあった359項目の施策を削り、14の重点項目のみに置き換わっている点については強く反対する。従来の工程表の施策の各論は維持・継続するべきである。各論部分を残した上で、重点項目部分をアップデートした形で作成し、その部分のみをパブリックコメントの対象にするということであれば納得できる。</p> <p>消費者基本計画は消費者行政についての見通しを網羅的に把握できるものである必要があり、工程表には基本計画本体の各論として行政全体の各施策が存在し、公表され、その実施状況が検証されるべきである。今後工程表が今回の案のような形となった場合、消費者行政全体の計画としての役割が大きく後退し、消費者基本計画の存在意義が失われる。</p> <p>また、今回の重点項目のまとめ方はあまりにも簡素化しすぎている。重点項目は、「消費者基本計画」本体の「第5章 重点的な施策の推進」に掲載された項目を網羅すべきである。時代の進展により新たな消費者問題の項目が必要になれば、柔軟に加筆するなどの対応をしていくことが望ましい。</p>
275	全体	取組	<p>施策の効果の検証には、KPI の設定が重要です。KPI の設定に当たっては、PIO-NET (全国消費生活情報ネットワークシステム) 情報の他、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を組み合わせ、設定してください。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に取組を進めてください。</p>
276	全体	—	<p>今年度から重点項目としての施策を登録して工程管理を行うことで、PDCAを回し、施策の目標の達成に繋がることを期待します。一方、第4期消費者基本計画で重点項目に登録されなかった施策についても取り組みを進めていただき、消費者が進捗の状況を知ることができる仕組みを整えてください。</p>

※個人の特定に繋がる可能性等のある記載につきましては、一部修文しております。