

## 第5期消費者基本計画策定に向けた意見

一般社団法人 全国消費者団体連絡会  
事務局長 郷野 智砂子

消費者法のパラダイムシフトが求められる中で、消費者基本計画も抜本的な見直しが必要です。第5期消費者基本計画について、消費者にとって安全で安心な暮らしを担保するためには消費者庁のみが施策を講ずるのではなく、各省庁においても当事者意識を持ちながら横断的な消費者基本計画の検討が進められることを期待します。

### 1. 計画策定の全体に向けた意見

今回、消費者庁で取りまとめられた「第5期消費者基本計画に向けた考え方の整理について」に記載の内容をテキストとして、計画策定の全体に向けた意見を述べます。

#### (1) 今回の計画策定にあたっての考え方について

- ・ 消費者法のパラダイムシフトが求められる中で、消費者基本計画も大転換を図る必要があるという観点で検討をスタートさせるものだと思います。第5期消費者基本計画については、消費者庁以外の省庁にも自らの課題として組み立て実行してほしいと考えます。

#### (2) 消費者政策が目指すべきところ（目標）について

##### ① 消費者が信頼できる公正な環境の確保

- ・ 「事業者による自主的なルール整備や悪質事業者の排除」とありますが、きちんと信頼を得るために各業界で積極的に取り組むことを求めます。また、いかに悪質事業者を排除できるのかを事業者と共に考えていくことも重要です。そのうえで、いくら事業者が自主的なルールを整備しても、悪質事業者（いわゆる極悪層）はルールを守りません。悪質事業者対策は行政（消費者庁）が責任をもって実行すべきであることは当然です。
- ・ 悪質事業者の排除は当然ですが、消費者被害を発生させた事業者に対しては、その事案の程度に応じた罰を与えるという視点が必要だと考えます。

##### ② 見抜ける消費者の増加・消費者力の成長

- ・ 自ら学び行動する、自立した消費者の育成については、将来を見据えて早い段階での消費者教育が重要です。例えば、小学校ではお金の使い方・スマートフォンを持つタイミング、中学校では金銭管理・クレジット等売上の仕組み・消費者被害の背景、高等学校では契約の重要性・責任ある消費・スマートフォンを持つタイミングなど、各段階に応じた消費者教育も重要だと考えます。
- ・ 「消費者力」の実践と消費者市民社会の構築について、高齢者や障がい者などに対して、地域で見守ることも重要です。またデジタル化が進んだ中で情報格差の問題もあり、そこにもきちんと目が行き届く社会でなければならないと考えます。

- ・ 「消費者の脆弱性」に焦点があてられています。消費者基本政策の各施策も「合理的な判断のできる消費者」像を起点とせず、誰もが脆弱性を持つ消費者であるということを前提とした検討が必要です。

### ③ 持続可能で包摂的な社会の実現

- ・ 非対症療法かつ実効性の高い新たな規律手段の検討とありますが、実効性を確保するための分かりやすく、抜け道を許さない施策を盛り込んでほしいと考えます。
- ・ 事業者が悪質商法に手を染めることを躊躇させられるような法制度の整備が必要だと考えます。

### (3) 2025 年度以降の消費者政策の進め方について

- ・ デジタルトランスフォーメーションは、消費生活相談員の採用が困難な状況にあり、公務員自体の志願率も低下する中で、人手不足による消費者行政の水準低下を防ぐための重要な施策ですが、制度検討においては利用者(消費者)にとってDX化することでどのような影響があるかという視点を必ず盛り込むことが必要だと考えます。
- ・ 消費者基本計画のEBPM活用について、具体的にどのように進めるのか、また進捗に対して国民からの意見徴収をこれまでと同じように、継続して実施するのかについて、確認したいと考えます。

## 2. 個別課題についての全国消団連事務局認識

羅列的ではありますが、現時点での事務局認識を紹介します。なお、文中で(意見××に関連)とあるのは、私たちが2023年春に提出した第4期消費者基本計画工程表に対する意見で触れた内容であることを示しています。

### ●消費者政策

#### ①消費者の脆弱性

消費者担当セクションや課題を持つ省庁全てに

- ・ 施策の基本に「消費者の脆弱性」をおき、事業者などへの「消費者の脆弱性」に関する周知と対応検討の推進が必要です。

法務省(最高裁)に対して

- ・ 「消費者の脆弱性」を起点として「消費者像」を整理し、消費者被害に関する裁判の判決に反映できるよう、各種消費者保護関連法の解釈への変更を進めてください。

#### ②孤立・孤独・貧困

全省庁に対して

- ・ 孤独・孤立、貧困状態と消費者被害の関連性の整理、国・自治体・支援団体など関係者の連携による具体的な対策強化が必要です。

#### ③消費者被害防止

消費者庁に対して

- ・ 消費者契約法、特定商取引法など、消費者関連法の抜本的改正を進めてください。
- ・ 若者に重大な被害を及ぼすのみならず、加害者になる危険性も高いことから、マルチ取引（連鎖販売取引）の規制強化を進めてください（意見7に関連）。
- ・ 製品安全をめぐる行政規制の見直し強化を早急に進めるとともに、以下の点について、製造物責任法の改正を求めます。

ネット取引という新たな形態の出現により、責任を負うべき主体を拡大して消費者への賠償に漏れがないようにするべきです。

自然農産物等を含めすべての動産や、ソフトウェア、デジタル製造ファイルも対象製造物に含めるべきです。

技術が高度化すればするほど欠陥や因果関係の立証が困難になります。したがって証拠開示手続きを充実させるべきです。

それでも立証が困難な事案が想定されるので、欠陥や因果関係の推定規定が設けられるべきです。

- ・ 消費者事故等による被害の未然防止、拡大防止のために消費者への周知方法を工夫しながら、情報発信・注意喚起強化をはかってください（意見1～5に関連）。
- ・ 子どもの事故の未然防止のための情報収集の一本化を行い、分析をすると共に事業者への製品改善の情報提供と国民への周知を計画に位置付けてください。
- ・ 全国各地の見守りネットワークの充実に向けて、全国社会福祉協議会と国民生活センターの間でも中央レベルでの協力関係の構築を進めてください。

国土交通省に対して

- ・ 業界団体に対して、「リフォーム詐欺」に加担しないよう注意喚起を行うとともに、警察や消費者庁と連携しながら、建設業法の届け出制限の枠を掻い潜って行われるリフォーム詐欺について、監視を強化してください。また、所管の法律でも「リフォーム詐欺」に対応できるような手法を検討することを計画化してください。

経済産業省、農林水産省、国土交通省、消費者庁、公正取引委員会に対して

- ・ アウトサイダーに対して、公正取引協議会などが進める消費者保護施策の周知徹底を図ってください。

#### ④デジタルの進展と消費者保護

経済産業省、総務省、消費者庁、デジタル庁、公正取引委員会に対して

- ・ デジタル化の進展に対して、各省庁がそれぞれの守備範囲に応じて、様々な施策を実行しています。消費者にとって各省庁がバラバラに施策に取り組んでいるように受け取れません。関係省庁で連携を取りながら、デジタル化進展する中で消費者保護施策を組み立てることを求めます。

消費者庁・デジタル庁に対して

- ・ デジタル化がさらに進展し日常生活の中にも入り込む中で、消費者間の情報格差拡大に加えて、自らの個人情報消費者自身が自身で管理しなければなりません。デジタル社会での消費者保護について、特に消費者自身が取り組まなければならないことの周知が必要です。
- ・ AI や仮想空間での「責任」問題について、検討を開始してください。

- ・ インターネット取引のうち、CtoCに関するルール策定と消費者・モール運営事業者などへの普及を計画化してください。

## ⑤国際貿易・越境取引

消費者庁に対して

- ・ 越境取引の拡大に伴う海外製品事故に対応できるよう、製造物責任法を改正するべきです。

外務省に対して

- ・ WTOなどの貿易交渉について、消費者の権利と安全に関与する項目が議題化される場合が多いが、決定までに明らかにされることが少ないことから、消費者保護に関わるルールの検討状況と内容を文書として明らかにし、国民の意見を聴取してルール策定に反映させるべきです。

## ⑥消費者教育

金融庁に対して

- ・ 奨学金の返済が滞ることで、信用情報のブラックリストに載り、その後の生活に支障をきたしたケースを見聞きします。金融教育の中で、特に「信用」に関わる教育の充実を図るべきです。

総務省に対して

- ・ 他省庁では、会議開催と傍聴案内など、メールマガジンなどでの発信を継続して実施しており、消費者が情報に触れる機会を増やすことに繋がっています。総務省はかつてメールマガジンを発信していましたが、現在は取りやめています。情報通信など消費者の権利に関わる各種会議体を設けていますが、消費者がジャストインタイムでその情報に触れることができません。メールマガジンなど消費者への情報提供ツールの検討を進め、論議の過程から消費者が関心を持って関わることのできる広報を進めるべきです。

## ⑦消費者法整備

消費者庁に対して

- ・ 消費者法全体での各法の役割の明確化と、その場合に消費者契約法の改正についてどのように考えるのか、検討を進めるべきです。
- ・ ISO 22458:2022「消費者の脆弱性-包括的サービスの設計と提供に関する要件とガイドライン」の邦訳による普及とJIS規格化を進めるべきです。
- ・ 特定商取引法などの罰則についての厳罰化を進めるべきです。

## ⑧地方消費者行政充実強化

消費者庁に対して（現在の課題として掲載いたします）

- ・ 計画的な消費者施策の実施のため、「地方版消費者基本計画」が策定されるように、未策定の県と政令市に働きかけてください。加えて、計画の中に指標（数値目標・KPI）を設定している事例についても情報提供してください。

- ・ 消費生活相談のDX化について、国は現場の状況を把握し、自治体の意見を丁寧に聞いて、コミュニケーションの強化を図り、速やかに情報提供・共有をしてください。併せて、DX化による変更が、相談者（消費者）の利便性に繋がるよう、DX化で創出しようとしている消費生活相談体制等について、消費者への周知と意見の聞き取りをしてください。
- ・ 消費生活相談員の人材確保、処遇改善は喫緊の課題であり、国は人件費に関する財政支援の継続と、働き方も含む抜本的な消費生活相談員の採用政策をとりまとめてください。
- ・ 地方消費者行政強化交付金について、自治体のニーズを把握し、活用しやすい事業メニューにしてください。
- ・ 若年層の消費者被害の未然防止のためにも、国、自治体ともに早期からの消費者教育を実践してください。効果的な消費者教育のために消費者教育コーディネーターの複数配置のための予算措置に取り組んでください
- ・ 地域での見守りや消費者教育の周知のためにも地域サポーター制度の設置と活用を促進してください。また、自治体の消費者行政担当職員の役割を再確認し、人事政策の中に消費者行政担当のフルタイム職員の人材確保を位置づけ、見守り活動などの運営や関係団体との連携を強化してください。

## ●環境・エネルギー関係

### ①脱炭素社会の実現に向けた取組の実現に向けて

経済産業省、環境省に対して、

- ・ 消費者の行動変容（生活スタイルの転換）が重要です。節約という観点だけでなく、エネルギーの効率的な利活用という観点からの省エネ強化に向けた周知、啓発と実践に関わる情報提供を強化すべきです（意見 26 と関連）。

経済産業省に対して、

- ・ 省エネ法改正による非化石エネルギーの導入拡大に向けて、省エネの取り組み状況、化石エネルギーから非化石エネルギーへの転換の進捗を確認しながら確実に取り組んでください（意見 26 に関連）。

消費者庁に対して

- ・ 環境省が中心となって進めているデコ活の活用と合わせて、消費者の実践のスピードを上げるための消費者教育や認知力向上の強化が必要です。

全省庁に対して

- ・ 現計画でもSDGs目標達成の取組は特出ししてきたが、気候変動による影響の顕在化によりより対策が急がれます。SDGsの中でも特に自然への対策（目標 6, 13, 14, 15）の強化が、その他の目標達成の早道につながることを認識し、持続可能な生活スタイルへの変換を目指し、出来るだけ早く実践するよう促すべきです（参考：SDGs ウェディングケーキモデル）。

### ②生活に多大な影響がある公共料金の料金透明化、取引適正化に向けて監視体制の強化

経済産業省（及び資源エネルギー庁、電力ガス取引監視等委員会）、公正取引委員会に対して

- ・ 電力システム改革を推進すべき大手電力の多くの不正事案、LP ガス取引の不透明に対する監視体制を強化する必要があります（20230406 全国消団連意見 27、28 と関連）。
- ・ 電力システム改革の検証に関連して、従来の小売電気事業者（旧一電）と新電力の公正な競争環境確保と料金の透明化（適正な価格）、消費者の選択の機会を確保する必要があります（意見 27,28 に関連）。

経済産業省に対して

- ・ GX 経済移行債、カーボンプライシング（脱炭素の取り組みとして）について、商品やサービスの値段など消費者への影響・メリット・デメリットの見える化、投資先企業の適正な審査と検証も確実に実施してください（意見 26 に関連）。

経済産業省（資源エネルギー庁）、国土交通省、公正取引委員会、消費者庁に対して

- ・ LP ガス問題について、取引適正化・料金透明化に向けて実効性を確保するための監視・検査体制及び関係省庁との連携強化、消費者への広報・啓発を早急に進めるべきで、この問題を重点課題に加えてください（意見 27 に関連）。

### ③災害への備え

消費者庁に対して

- ・ 消費者自身の意識づけ、地域の連携強化のほか、自治体間連携などで力を発揮すべきです。

緊急災害本部が設置される内閣府をはじめ全省庁に対して

- ・ 災害時に対応できるように平時からあらゆるケースを検討しておく必要があります。全国複数で同時発生した場合を想定した対策強化と国民への対策の周知を進めてください。
- ・ 被災者支援について、諸外国の先進事例を学び、ジェンダーの観点に立脚した避難所運営などを実施するためのマニュアル作成と訓練の実施が必要です。

## ●食関係

### ①食ロス削減

消費者庁、農林水産省、環境省、厚生労働省、文部科学省、子ども家庭庁に対して

- ・ 食品ロス削減について、事業者側の目標は達成しており、家庭用削減の取り組みを強化していくとの話を聴きますが、家庭用削減を進めるためには、賞味期限について消費者が正しく理解するための周知啓発や、量目の見直し、3分の1ルールを含む商慣習や期限表示の見直しなど、フードチェーン全体で取り組みを行う必要があります。また学校教育の場においても、食材の大切さを理解し無駄なく活用する意識を育てる観点から、給食の場を利用した食育や、食品ロスの削減に向けた指導を強化して行うべきであると考えます（意見 17 に関連）。

### ② 食品表示

消費者庁に対して

- ・ 保健機能食品（栄養機能食品・特定保健用食品・機能性表示食品）の整理が必要。機能性表示食品の制度について、消費者への情報開示、透明性の観点において、届出方法、届出後の事後チェック機能、表示・広告規制、安全性や機能性の科学的根拠の確保などの制度運用がいずれも不十分であると考えます。現状の課題整理と監視指導強化・広告・宣伝ルールの整理などの見直しが必要です（意見 15 に関連）。

### ③ 食品をめぐる新技術

農林水産省、厚生労働省、消費者庁に対して

- ・ フードテックを応用した食肉代替品（細胞培養肉、植物由来、昆虫由来など）新規性が高いものについて、安全性や適切な表示の確保や消費者の受け止め、情報提供の在り方などを検討しながら取組む必要があると考えます。

### ●その他

消費者庁、環境省、農水省、経済産業省に対して、

- ・ エシカル消費について、定義が曖昧であり、今後グリーンウォッシュへの対策（根拠を明示させるなど）が必要であると考えます（意見 17～20 に関連）。

### ●消費者委員会に対して

消費者委員会は、現在、多様な消費者問題が顕在化する中で、実在の消費者の考えや行動をスタート地点として様々な声を集め、消費者行政の充実・強化に結実させる重要な役割を果たしています。

消費者委員会では、昨年「消費者団体の現状及び今後に向けた論点整理」として大変興味深い内容の報告書をまとめられました。その内容は、私たちが「消費者運動ビジョン」

「新・消費者運動ビジョン」でまとめた内容と通底しており、全国消団連としても継続的にこれからの消費者団体の在り方を検討していきたいと考えております。消費者団体が担う役割の重要性は今まで以上に高まっていると考えていますので、是非ご一緒に消費者の権利の確立と擁護に向けて、取り組みを進めていきましょう。

【参考資料】全国消団連 2023 年 4 月 6 日発出「消費者基本計画工程表素案」に関する意見  
～次頁より

## 「消費者基本計画工程表改定素案」に関する意見

一般社団法人 全国消費者団体連絡会

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)	「事故情報データベース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。
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)	「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。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。
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)	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。
4	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。
5	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。
6	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。
7	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。
8	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は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。
9	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。
10	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。
11	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。
12	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。

13	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。
14	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。
15	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。
16	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。
17	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な取り組みを記載ください。
18	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。
19	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ことが必要です。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。
20	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ます。取組を広めるにあたり、例えば季節ごといくつかの項目をピックアップして紹介する、店頭での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。
21	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)	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。
22	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。
23	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。
24	全体	—	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。

25	全体	—	「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。 特に産官学が連携して取り組んでいる「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。
26	全体	—	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。
27	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 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。
28	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。