

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

消費者基本法（昭和 43 年法律第 78 号）においては、消費者政策の実施の状況の検証、評価及び監視について、それらの結果の取りまとめを行おうとする場合には、消費者委員会の意見を聴かなければならないとされている。このため、消費者委員会としては、消費者基本計画（以下「計画」という。）及び具体的な施策を定める工程表（以下、計画と工程表を合わせて「計画等」という。）の実施状況や、計画等に盛り込むべき新たな課題等に係る検討を、調査審議の重要な柱の一つと位置付けてきた。

令和 2 年 7 月に消費者政策会議で決定された工程表においても、「消費者委員会は、本工程表に記載されている施策の実施状況について、K P I を含めて随時確認し、検証、評価及び監視を行う。」とされている。

消費者委員会としては、個別施策に係るヒアリングの結果や最近の被害の実態等を踏まえ、計画等の実施状況に関する検証・評価において、特に留意すべき事項や工程表の見直しに向けて具体的に検討すべき課題について、下記のとおり意見を述べる。関係省庁等においては、下記の各項目について十分に検討の上、可能な限り工程表の改定素案等に反映されたい。

なお、消費者委員会としては、引き続き令和 4 年 1 月以降も、コロナ禍やデジタル化等の社会状況の変化に伴う消費者問題等についてヒアリングを行うとともに、今後、消費者庁において策定される工程表の改定素案に対し、更なる意見表明を行うことを予定している。

記

1. 工程表全体に関する事項

(1) コロナ禍やデジタル化等の社会状況の変化に伴う新たな消費者問題に関する記載の拡充

消費者問題は、日々、変化しており、消費者政策もそれに対応して行われなければならない。特に、新型コロナウイルス感染症について、日本国内で最初の感染者が確認されてから間もなく 2 年となるが、この間、感染症の拡大に伴って外出自粛や人との接触をなるべく避ける行動が求められる中で、

在宅時間の増加、インターネット通販の利用拡大、デジタル化の加速、消費行動や価値観の変化等、消費者に大きな影響が生じた。さらに、その後のワクチン接種の進展等により日常生活の回復を目指す中であっても、ライフスタイルの変化やデジタル化の進展等に伴う消費者に対する影響は続いており、今後もそうした消費者への影響を踏まえた対応が必要である。

そのため、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について、工程表の全般にわたって改めて検討し、必要に応じて記載を充実させること。とりわけ、情報技術の発展が急速に進んでいるデジタル取引については、消費者の利便性を向上させる事業活動に配慮しつつも、技術が高度に複雑化し、情報が利活用されることに伴って生じたデジタル取引ならではのぜい弱性を踏まえた消費者への望ましい情報提供の在り方等に関し、国際的な動向も踏まえた今後の取組を検討すること。また、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に由来する消費者問題が見られる。こうしたぜい弱性の多様化を踏まえた消費者被害の防止及び消費者への支援の在り方について、引き続き記載を充実させること。(消費者庁及び関係省庁等)

(2) 消費者政策におけるEBPMの推進

消費者政策の企画・立案に当たってもEBPM(証拠に基づく政策立案)を推進していく必要がある。その際には、事前分析と事後検証の二つの観点からデータの収集やKPIの設定を行うことが重要である。

工程表の改定に当たっては、これまでの消費者委員会意見¹を踏まえて、以下の四つの基準を念頭にKPIの見直しを行うこと。

- (i) 法令及びガイドライン等の見直しや改訂の実施状況
- (ii) 消費者や事業者等への、法令及びガイドライン等の周知状況
- (iii) 消費者関連法令の執行等、行政処分の実施状況
- (iv) 関連する取組全体の効果としての消費者被害の発生状況

見直しに当たっては、現状のKPIについての検証・評価を行うとともに、より効果的なKPIの設定方法等についても検討の上、指標を設定すること。具体的には、事前分析と事後検証を適切に行えるようにするため、施策概要に記載された取組を内容に応じ区分した上で、それぞれに対応した複数かつ定量的な指標を設定するとともに、会議や説明会の開催件数等のアウトプット指標ではなく、認知度や理解度等のアウトカム指標の設定を積

¹ 「次期消費者基本計画の素案(平成27年2月)等に対する意見」(平成27年2月17日消費者委員会)及び「消費者基本計画工程表の素案(令和2年5月)に対する意見」(令和2年5月29日消費者委員会)

極的に行い、かつ、当該指標について具体的な目標を定めること。併せて、同種の取組については、比較して検証・評価することを可能にする観点から、できる限り同様の指標を定めること。(消費者庁及び関係省庁等)

また、次期計画の策定を見据えた中長期的な課題として、後述のSDGsの推進等の政府の重要政策における目標との整合性を確保したうえで、工程表の施策や目標の一層の体系化・構造化を進めること。さらに、諸外国の取組も参考にしつつ、PIO-NET(全国消費生活情報ネットワークシステム)情報とその他の情報との連携等による更なる利活用を検討²するとともに、KPIの定点観測が可能となるよう、消費者意識基本調査等の各種調査において、質問項目の見直しを含めた活用方策を検討すること。(消費者庁及び関係省庁等)

2. 消費者法令の企画・立案等

(1) 消費者契約法及び消費者裁判手続特例法

消費者庁において「消費者契約に関する検討会」及び「消費者裁判手続特例法等に関する検討会」が開催され、それぞれ令和3年9月、同年10月に報告書が公表された。各報告書を踏まえた今後の具体的な取組内容について、それぞれの報告書において将来の検討課題とされた事項についての検討方針を含めて、工程表に記載すること。(消費者庁)

(2) 特定商取引法及び預託法

特定商取引法等の契約書面等の電子化については、「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)を踏まえ、電磁的方法による提供の在り方並びにデジタル技術を積極的に活用した消費者の保護の拡充について、消費者庁「特定商取引法等の契約書面等の電子化に関する検討会」において検討を進めること。そのうえで、同検討会における検討状況について引き続き消費者委員会に報告するとともに、検討状況を踏まえた今後の具体的な取組内容について、工程表に記載すること。(消費者庁)

また、特定商取引法及び預託法の執行強化については、令和3年6月に成立した消費者被害の防止及びその回復の促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部を改正する法律を踏まえて、詐欺的な定期購入商法や送り付け商法の抑止に向けた具体的な取組内容について工程表における記載

² 例えば、検索キーワードを臨機応変に設定した上で行政処分や注意喚起等と紐づけて消費生活相談の推移の状況を把握し分析すること等が考えられる。

を充実させること。併せて、法改正による効果の検証・評価が可能となるよう指標を検討し、工程表に記載すること。(消費者庁)

(3) 公益通報者保護法

令和4年6月の改正公益通報者保護法の施行に向け、公益通報者保護法に基づく指針(令和3年内閣府告示第118号)及び同指針の解説(令和3年10月)の内容を事業者、公益通報対応業務従事者、労働者等に対して効果的に周知・広報するための方策を検討するとともに、法改正による効果の検証・評価が可能となるような指標を検討し、工程表に記載すること。

併せて、国の行政機関向け及び地方公共団体向けガイドライン³の改正・周知、改正法の施行に伴う消費者庁における体制・運用面での整備等、残された課題に関する今後の具体的な取組内容についても工程表に記載すること。(消費者庁)

3. デジタル化への対応

(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

来年度からの取引D P F消費者保護法の円滑な施行に向け、内閣府令、指針等について実効性のある規定となるよう「取引デジタルプラットフォーム官民協議会準備会」において十分な協議を進めるとともに、同法の周知に努めること。また、それらの実績、K P I及び施行後の具体的な取組内容について、工程表に記載すること。

併せて、同法の国会附帯決議において今後の課題とされたC to C取引への対応、オンラインによる手続が可能な裁判外紛争解決手続(ODR)の提供、SNSを利用して行われる取引における消費者被害の実態把握等の各事項について、その検討の時期や取組を工程表に記載すること。(消費者庁)

(2) デジタル広告

消費者庁「アフィリエイト広告等に関する検討会」における検討状況を踏まえた今後の具体的な取組内容について、工程表に記載すること。また、内閣官房において令和3年4月、「デジタル広告市場の競争評価 最終報告」が取りまとめられた。同報告書を踏まえた関係省庁等における今後の取組内容について、工程表に記載すること。これらの記載に当たっては、「自主

³ それぞれ内部の職員等からの通報用及び外部の労働者等からの通報用の二種類が存在。

規制の実効的な整備・運用の在り方に関する消費者委員会意見」(令和3年8月19日)を踏まえて、アフィリエイト広告やターゲティング広告等に関する自主規制の整備や実効性の向上を促進するための方策について検討すること。(消費者庁、内閣官房及び関係省庁等)

(3) 通信分野の消費者保護

総務省において「消費者保護ルールの在り方に関する検討会」が開催され、令和3年9月、報告書が取りまとめられた。報告書を踏まえた今後の具体的な取組内容について、引き続き検討することとされた苦情相談の処理の在り方の検討の進め方を含めて、工程表に記載すること。(総務省)

(4) 食品表示におけるデジタルツール活用等

食品表示の在り方については、「食品表示の全体像に関する提言」(令和元年8月15日)を踏まえて、実証事業を含む各種調査等を進めるとともに、インターネット販売における食品に関する情報提供の在り方については、工程表への記載を充実させるとともに、Codexにおける議論を踏まえつつ取組を加速させること。(消費者庁)

また、保健機能食品制度の在り方については、消費者庁の「特定保健用食品制度(疾病リスク低減表示)に関する検討会」において、多くの委員から特定保健用食品制度の在り方といった全般的な課題に対応すべきとの意見が出されたことも踏まえ、その検討の方針を含めて、工程表への記載を充実させること。(消費者庁)

(5) デジタル化に対応した消費者教育の推進

消費者庁消費者教育推進会議の「社会のデジタル化に対応した消費者教育に関する分科会取りまとめ」(令和3年5月)や、消費者庁新未来創造戦略本部における「消費者保護のための啓発用デジタル教材開発に向けた有識者会議」の検討を踏まえた消費者教育の推進に係る具体的な取組内容について、学校教育における活用に向けた取組も含め、工程表に記載すること。(消費者庁、文部科学省)

(6) キャッシュレス決済への対応

キャッシュレス決済等の普及により、決済手段が多様化・複雑化し、これに関する消費者トラブルが増加していることから、キャッシュレス決済等に関する消費者問題についての対応等について取組状況の確認を行った上で、工程表への記載を充実させること。(消費者庁、金融庁、経済産業省)

4. 成年年齢引下げ後を見据えた対応

令和4年4月に成年年齢引下げに係る改正民法が施行されることから、成年年齢引下げ後を見据えた取組について、工程表の記載を充実させることが重要である。そのため、「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）を踏まえて、成年年齢引下げに向けた消費者教育や周知・広報活動等を強化するとともに、これまでの取組の効果や課題等について検証・評価を行った上で、令和4年4月の成年年齢引下げ以降の具体的な取組方針について検討し、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）

5. 地方消費者行政の充実・強化

（1）消費生活相談等の消費者行政のデジタル化

消費者庁及び国民生活センターにおいて「消費生活相談デジタル化アドバイザーボード」が開催され、令和3年9月、「消費生活相談のデジタル化に係る中間的とりまとめ」が公表された。本中間的とりまとめを踏まえた今後の取組内容について、その検討の進め方も含めて、工程表に記載すること。

その上で、消費者の利便性の向上、消費生活相談員等の負担軽減・力の発揮及び政策の企画・立案や法執行等への相談情報の利活用促進の観点から、次期 PIO-NET 刷新を含めた消費生活相談のデジタル化に向けた方針について検討を進め、可能な限り工程表に記載すること。（消費者庁）

（2）地方消費者行政への支援

令和3年度地方消費者行政の現況調査によれば、地方消費者行政予算に占める自治体の自主財源の増加は見られるものの、予算全体では減少している。また、消費生活相談員数は増加しているものの、資格保有者数は減少しているほか、消費者行政担当の事務職員数も減少している。引き続き、消費生活相談員の更なる処遇改善や消費者行政の担い手となる多様な人材を育成・確保するための方策を始め、地方消費者行政に対する必要な支援策について検討し、工程表に記載すること。（消費者庁）

（3）高齢者や障害者等の消費者問題への対応

高齢化やデジタル化等が進展する中で、高齢者や障害者等のせい弱性等

を抱える消費者を保護するための取組がますます重要となることから、成年後見制度の利活用促進や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等について取組状況の確認を行った上で、工程表への記載を充実させること。(消費者庁、厚生労働省)

また、地域共生社会の実現のための社会福祉法等の一部を改正する法律(令和2年6月成立)により改正された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)との更なる連携強化について検討を進め、具体的な取組について工程表に記載すること。(消費者庁、厚生労働省)

6. 事故情報の収集、通知制度の運用

「消費者事故対策に関する行政評価・監視－医業類似行為等による事故の対策を中心として－<結果に基づく勧告>」(令和2年11月17日総務省)を踏まえた今後の取組について、通知制度の意義の周知等に関する具体的な取組の内容を工程表に記載すること。(消費者庁、警察庁、総務省消防庁、厚生労働省)

7. SDGsの推進

(1) エシカル消費の普及啓発

消費者政策の立場からSDGsの達成に向けた貢献を行うため、人や社会・環境に配慮した消費行動の普及啓発を推進すること、また、食品ロスやファッションロスの削減等をはじめとして、様々な分野での事業者と消費者の連携・協働が重要である。

食品ロス削減については、「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」(令和2年3月31日閣議決定)の進捗状況を踏まえて、必要に応じて工程表を充実させること。また、サステナブルファッションの推進に向けては、「サステナブルファッションの推進に向けた関係省庁連携会議」における検討内容も踏まえて、具体的な取組を工程表に記載することとし、記載に当たっては、エシカル消費の普及・啓発に係る工程表における関連する記載との整合性を確保すること。(消費者庁、経済産業省、環境省及び関係省庁等)

(2) 消費者志向経営の推進

消費者志向経営の推進を通じた事業活動の健全化を図ることは、消費者被害の防止にもつながるものである。事業者と消費者の連携・協働の促進に向けた優良事例表彰の見直し・改善や消費者志向経営を実践する事業者の

資金調達の円滑化等について、「消費者志向経営の推進に関する有識者検討会」における検討内容も踏まえ、具体的な取組を工程表に記載すること。また、「事業者による消費者関連情報の積極的な活用を促すための対応策・環境整備に関する意見」（令和3年8月19日）も踏まえて、事業者と行政との対話に基づく共創体制の構築・整備や事業者による自主的な取組を応援する仕組みの充実等について検討し、工程表に記載すること。（消費者庁及び関係省庁等）

（3）循環型社会の形成やカーボンニュートラルに向けた取組

SDGsの達成に向け、循環型社会の形成に向けた取組等の環境の保全に資する取組を推進していくことが重要である。特に、2050年カーボンニュートラルに向けては、消費者が行動様式の変革や行動変容に取り組むことにより事業者の取組を後押しすることも重要であることから、地球温暖化対策計画（令和3年10月22日閣議決定）の内容を踏まえて、脱炭素社会づくりに向けたライフスタイルの変革に係る工程表を見直すこと。（環境省）

（以上）

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

消費者委員会は、消費者基本計画（以下「計画」という。）の具体的な施策を定める工程表の検証・評価及び見直しについて、令和3年12月17日に「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」（以下「12月意見」という。）を取りまとめ、12月意見の内容を、可能な限り工程表の改定素案等に反映することを求めた。

その後、消費者庁をはじめとする関係省庁等では、12月意見も踏まえて工程表の必要な見直しを実施することとし、取りまとめられた工程表の改定素案は、令和4年3月9日からパブリックコメントに付されている。

消費者委員会は、3月10日の消費者委員会において、工程表の改定素案について、消費者庁からヒアリングを実施した。このヒアリングの結果や、これまでに行った建議・提言その他の意見等の内容、過年度の工程表に記載された個別施策についてのヒアリングの結果や最近の被害実態等を踏まえ、工程表の改定素案に対して、下記のとおり意見を述べる。関係省庁等においては、下記の各項目について積極的に検討の上、可能な限り工程表の改定案等に反映されたい。

消費者委員会としては、本意見及びパブリックコメントの工程表への反映状況やその後の実施状況等について引き続き監視を行い、消費者被害の状況が深刻なものや取組が不十分と考えられるもの等については、今後、重点的に消費者委員会の調査審議を通じて取り上げていくとともに、必要に応じて建議等を行っていくこととする。

記

1. 工程表全体に関する事項

（1）社会状況の変化に伴う新たな消費者問題への対応

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。

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、連携して対応する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。

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）

（２）消費者政策におけるEBPMの推進

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。

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に取組を進めること。（消費者庁及び関係省庁等）

2. 消費者法令の企画・立案等

（１）消費者契約法及び消費者裁判手続特例法

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」

¹ 消費者契約法の一部を改正する法律案に対する附帯決議（平成30年5月23日衆議院消費者問題に関する特別委員会）及び消費者契約法の一部を改正する法律案に対する附帯決議（平成30年6月6日参議院消費者問題に関する特別委員会）

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ぜ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)

(2) 特定商取引法及び預託法

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。

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)

(3) 公益通報者保護法

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)

3. デジタル化への対応

(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

令和4年5月の取引D P F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。K P I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。

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)

(2) アフィリエイト広告等

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)

4. 成年年齢引下げ後の対応

(1) 成年年齢引下げ後の対応の継続

K P Iについて、上述した消費者政策におけるE B P M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覽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)

(2) 若年者に対する消費者教育の推進

「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)

5. 地方消費者行政の充実・強化

(1) 消費生活相談等の消費者行政のデジタル化

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)

(2) 地方消費者行政への支援

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)

(3) 高齢者や障害者等への見守り支援

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。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）

6. 食品表示制度の適切な運用及び執行

(1) 食品表示制度の適切な運用

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）

(2) 食品表示の監視・取締りの強化

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）

7. SDGsの達成に向けたエシカル消費の推進

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。

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。

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)

(以上)

府消委第 90 号
令和 4 年 6 月 10 日

内閣総理大臣 岸田 文雄 殿

消費者委員会
委員長 後藤 卷則

消費者基本計画工程表に係る消費者委員会の意見聴取について（意見）

令和 4 年 6 月 10 日付け消政策第 268 号をもって当委員会に意見を求めた消費者基本計画（令和 2 年 3 月 31 日閣議決定、令和 3 年 6 月 15 日変更）に基づく工程表の改定の案については、消費者基本法の趣旨に鑑み妥当であり、その旨回答する。

なお、本委員会として、次のとおり附帯意見を付すものとする。

【附帯意見】

消費者基本計画（以下、「計画」という。）の検証・評価・監視を通じて計画工程表を毎年度改定することは、PDCA サイクルに基づき消費者政策を効果的に推進する観点から、極めて重要な取組であると評価される。他方、急速に変化する消費者問題に迅速かつ柔軟に対応するとともに、消費者政策の実施状況に関する国民の理解を向上するためには、毎年度の計画工程表の改定作業を、より効率的かつ実効的に、消費者政策の実施状況が分かりやすい形で実施することが必要である。

このため、現行計画については計画期間がまもなく折り返しを迎えることから、次回以降の計画工程表の改定に当たっては、次期計画の策定を見据え、上記の観点を踏まえた取組に着手すべきである。具体的には、その時々々の消費者問題の状況等を踏まえて重点的に検証・評価・監視を行う施策を設定することや、施策の新設のみならず必要に応じて施策の統廃合を行うなどの重点化・効率化を図った上で、重点施策に係る KPI の設定やその進捗状況に関する分析を充実させることを検討すべきである。