

## 消費者教育の推進に関する基本的な方針の変更に向けての意見

令和 4 年 9 月 2 日  
消費者委員会

消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号）第9条に基づく消費者教育の推進に関する基本的な方針（以下「基本方針」という。）は、消費者教育を総合的・一体的に推進するため、国や地方公共団体の施策の指針となるだけでなく、消費者団体、事業者、事業者団体、教職員、消費生活相談員、地域福祉関係者、その他の幅広い消費者教育の担い手全ての指針となるものである。したがって、その内容は、消費者教育全般を範囲とし、それぞれの方向性を示すものとなっている。

ところで、基本方針は、おおむね5年ごとに検討が加えられるものとなっている（同法第9条第7項）が、「令和3年の地方からの提案等に関する対応方針」（令和3年12月21日閣議決定）に基づき消費者基本計画と基本方針の対象期間を一致させるため、次期基本方針に限り、令和5年度から11年度までの7年間を対象期間として策定されることとなった<sup>1</sup>。

消費者委員会は、基本方針の変更にあたり、以下のとおり指摘する。これらの事項について議論を深め、基本方針に盛り込まれることを期待する。

また、今般策定される基本方針においては、対象期間が7年間と長いこと等から、期間中に社会環境の変化に即した重点課題を適宜示し、必要に応じ新たな課題への対応を含む基本方針の見直しも検討すべきである。

なお、当委員会としては、本意見の基本方針変更案への反映状況等について引き続き検討し、必要に応じ、意見表明を行っていくこととする。

## 記

## 1. SDGs 達成に向けて、消費者市民社会の一員として行動する消費者の育成

消費者市民社会の一員としての行動は、SDGs、エシカル消費、サステナブルの考え方（以下「SDGs等の考え方」という。）と目指す方向性が同じであり、人・地域・社会・地球環境等に配慮した考え方及び行動を促す消費者教育を実施するこ

<sup>1</sup> 「令和3年の地方からの提案等に関する対応方針」（令和3年12月21日閣議決定）において、「消費者基本計画（消費者基本法9条1項）と消費者教育の推進に関する基本的な方針（消費者教育の推進に関する法律9条1項）については、両者の対象期間を一致させるため、次期消費者教育の推進に関する基本的な方針の対象期間について、消費者教育推進会議の意見を聴いた上で検討し、令和3年度中に結論を得る。その結果に基づいて必要な措置を講ずる。」とされたところであり、これを踏まえ、令和4年2月9日の消費者教育推進会議において、次期基本方針に限り対象期間を5年から7年に変更することを決定した。

とが重要である。

消費者が、消費者市民社会の一員として、自らの行動が社会・経済及び地球環境等により良い影響を与え得ることを認識し、「自立した消費者」として考え、行動できることが重要である。

#### 【実現に向けての観点】

- ・ 小学校、中学校、高等学校、特別支援学校から大学、専門学校、職域において各段階に応じた消費者教育を実施すること。
- ・ SDGs 等の考え方に基づく消費行動には、持続可能な社会を目指すためのあらゆる取組が含まれることについての理解増進を図ること。
- ・ 消費者が、社会的課題を自分事として捉え、消費行動により課題解決につながる消費者教育を推進すること。
- ・ 社会課題解決のためには、消費者、事業者、行政等が連携・協働することの重要性についての普及啓発を行うこと。
- ・ 日常の生活で実践できるエシカル消費の基本的な考え方や、その具体例をより積極的に紹介すること（例：食品ロス、プラスチックごみの削減、エシカルファッション、水産エコラベルの普及等）。

## 2. デジタル社会における消費者被害の未然防止と被害回復に向けた対応

社会経験が少ない子ども・若年者に加えて、高齢者、障害者、生活困窮者、外国人等脆弱性を抱える消費者には、社会における孤独・孤立化や、消費者被害にあった場合に相談が困難なケースや被害に気付かないケース等がみられる。特に若年層に関しては、成年年齢の引下げに伴い、その消費者被害の未然防止に取り組む必要性が高まっている。

誰一人取り残さない社会を実現するため、脆弱性を抱える消費者が必要な情報を入手できるようにするとともに、周囲の人々が脆弱な消費者を支援できるよう、必要な消費者教育を実施していくことが重要である。

また、社会のデジタル化に伴い、多様で複雑な契約、決済、サービス形態が絶えず出現している。デジタル化の前には誰もが脆弱性を持ち得るとの認識に立ち、消費者被害の未然防止及び被害回復とデジタルの積極的活用といった双方の観点から、デジタルリテラシーに関わる消費者教育を充実させることが重要である。

#### 【実現に向けての観点】

- ・ 小学校、中学校、高等学校、特別支援学校から大学、専門学校、職域において各段階に応じた消費者教育を実施すること。（再掲）

- ・消費者被害の未然防止の観点から、消費者法分野の教育を充実させること。また、契約の成立時期等契約に関する理解を深めるための教育に力を入れること。
- ・誰もがバイアスによる脆弱性を持ち得ることから、行動経済学、心理学の知見を踏まえ、消費者被害の未然防止に向けた消費者教育を実施すること。
- ・デジタルリテラシーに係る消費者教育については、デジタル取引の仕組みの構築の仕方によっては、消費者に即時に意思決定させる等バイアスを生じさせる可能性があることを消費者が理解し、自らを守る視点と、デジタルを積極的に利活用する視点の両方を踏まえ、継続的に最新情報を反映させていくこと。
- ・地方公共団体における取組については、多様な意見や資源を活用するため、関係行政機関、消費者団体、事業者、事業者団体の連携・協働を一層推進すること。

### 3. 消費者教育の効果測定

消費者教育の推進にあたっては、EBPM の考えに立ち、必要なデータ収集や KPI 設定を行い、施策の効果測定を実施することが重要である。

#### 【実現に向けての観点】

- ・PIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム）情報を積極的に活用すること。また、行政機関が保有する情報の活用を検討すること。
- ・効果測定については、アウトプットにとどまらず、対象者の理解度・課題解決力の向上、対象者の行動変容（家庭内の食品ロスを2分の1にする等）、被害件数の増減等のアウトカムを重視すること。前提として、適時にデータを蓄積した上で、消費生活における考え方や行動についても併せて把握・分析し、その結果を消費者教育の施策へと活用すること。
- ・新未来創造戦略本部で実施された取組について、他の分野での効果測定調査等を参考に発展させるなどした上で横展開することを検討すること<sup>2</sup>。
- ・適切な KPI の設定が容易でない施策については、調査研究の実施とそれを踏まえた新たな対応を検討すること。
- ・基本方針と、消費者基本計画工程表に掲げる消費者教育の施策との連携に留

<sup>2</sup> 知識定着率の高い学校や、生徒の自立意識の高い学校の取組を調べ、基礎的な知識のみならず、情報リテラシー、金銭管理、リスク管理、持続可能な消費の実践など、検討すべき消費生活の側面を定量的に把握し、消費者教育の進捗やあり方を検討できるようにしていくこと。（令和2年12月消費者庁「徳島県における「社会の扉」を活用した授業の実施効果に関する報告書（平成29年度～令和元年度総括）」25頁より抜粋）

意すること。

以上

## SNSを利用して行われる取引における消費者問題に関する建議

令和 4 年 9 月 2 日  
消費者委員会

デジタル化の進展に伴い、多様な機能と利用のしやすさから、近年、SNS<sup>1</sup>の利用率が増加し、コミュニケーションのツールとして一般化してきており、その利用者層も、若年層だけでなく幅広い年代層に広がっており、また、事業者による販売促進ツールとしても使用されている。

これに伴い、SNS関連の消費生活相談件数も年々増加しており、2021年には合計で約 5 万件の相談が寄せられ、年齢層別の内訳を見ると、20歳代からの相談が最も多いものの、40歳代、50歳代からも多くの相談が寄せられている。特に若年層に関しては、成年年齢の引き下げに伴い、その消費者被害の未然防止に取り組む必要性が高まっている。20歳代を契約当事者とする情報商材や転売ビジネスに関する消費生活相談に着目すると、その数は2016年から2021年までで増加傾向が見られ、かつ、その多くにSNSが関連していることがうかがえる。その内容は、SNS上の投稿や広告等をきっかけにしたものや、SNSのメッセージでのやりとりを経て契約し、トラブルが発生しているもの等が見られる。中でも、SNSのメッセージを利用して勧誘が行われる取引での消費者トラブルは増加傾向にある。また、SNSのメッセージによる勧誘において、メッセージに記載された内容が事実と異なっている等のものも見られる。

このようなSNSの急速な普及に伴って増加している消費生活相談の状況等に鑑み、SNSを利用して行われる取引における消費者問題への対応等について、「デジタル化に伴う消費者問題ワーキング・グループ報告書」（以下「本報告書」という。）を踏まえ、早急に対応すべき点について、本建議に至ったものである。

当委員会は、消費者庁及び消費者委員会設置法（平成21年法律第48号）第6条第2項第1号の規定に基づき、内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全）に対し、次のとおり建議する。また、本建議への対応について、内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全）に対し、令和5年3月までにその実施状況の報告を求める。

また、当委員会としても、今後、本報告書に盛り込まれた内容を踏まえ、関係省庁等の取組を注視し、消費者政策について調査、審議等を行っていく。

<sup>1</sup> SNSとは、「ソーシャルネットワーキングサービス」の略称であり、登録した利用者同士が連絡し交流することができる会員制サービスである。本建議において、「SNSのメッセージ」とは、メッセージング機能などを想定している（LINE、Twitter、Instagram、Facebook）。

## 第1 SNSのメッセージを含むインターネットを利用した広告表示に対する法執行の強化等

### (建議事項1)

1. 消費者庁は、デジタル化に伴う消費者被害の未然防止の観点から、SNSのメッセージによる広告表示を含め、特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号。以下「特定商取引法」という。）第11条（表示義務）及び同法第12条（誇大広告等の禁止）などの通信販売に関する規定の執行を強化すること。
2. 消費者庁は、SNSのメッセージから契約に至る場合において、特定商取引法第11条に基づき販売業者又は役務の提供の事業を営む者（以下「販売業者等」という。）が広告に表示しなければならない事項を、消費者がSNSのメッセージ上で容易に認識できる場所に表示させることを徹底させること。
3. 消費者庁は、形式的な契約当事者以外の事業者も含めて事業者が販売業者等と連携共同して事業を行っている場合において、特定商取引法の執行を強化すること。
4. 消費者庁は、近時、特定商取引法上の執行とともに消費者安全法（平成21年法律第50号）上の注意喚起を行っているが、両法に限らず、関係する法制度を連携させた運用を図ること。

### (理由)

1. （1.について）デジタル化の進展等に伴い、SNSの利用率が増加し、コミュニケーションのツールとして一般化してきており、また、事業者による販売促進ツールとしても使用されている。これに伴い、SNSをきっかけとした消費生活相談件数も年々増加している。

SNSのメッセージについては、電子メールと同様に、URLを表示すること等により紹介しているサイト（リンク先）を一体として、通信販売についての「広告」に該当し得ると考えられる。

通信販売の広告において、「住所」は「現に活動している住所」、「電話番号」は「確実に連絡が取れる番号」を記載することを要するが、記載されている住所や電話番号によっても、事業者との連絡が取れないため、消費者被害の救済が図れないケースがある。

また、SNSのメッセージを利用した情報商材や転売ビジネスの消費者被害に関し、消費者安全法に基づく注意喚起がなされており、消費者庁が確認した事実として、勧誘メッセージにおける、虚偽・誇大な広告・表示等に関

するものが含まれている<sup>2</sup>。

なお、自社サイトの広告表示に対する特定商取引法第12条に関する処分事例として、東京都が令和2年1月21日に株式会社WAVEに対して行った行政処分がある。その中では不適正な取引行為として、「『月収120万円稼げる最新ビジネス』、『まずは週30万円！月収120万円・・・つまり年収1,000万円越えをクリアして頂きます！！』、『開始翌日から収益発生在即金力』などと自社サイトに記載し、あたかも短期間で大金が稼げるかのように著しく事実に相違する表示を広告していた」ことが認定されている。

上記東京都の処分事例は自社サイトの広告表示に関する事例であるが、SNSのメッセージによる広告上にも上記に類似の広告事例があることを踏まえると、SNSのメッセージによる広告表示を含め、特定商取引法第12条の執行を強化することが求められる。

このため、SNSのメッセージによる広告表示を含め、特定商取引法第11条及び同法第12条などの通信販売に関する規定の執行を強化することが求められる。

2. (2.について) 情報商材等の事案では、例えば、クレジットカード決済が利用される場合「SNS→SNS上にリンクされたURLをタップ→決済代行業者のサイトでカード情報の入力」という経過をたどって申込みに至るケースもある。

このため、上記のように、SNSのメッセージから契約に至る場合において、SNSを端緒として販売を行う事業者に対し、消費者がSNSのメッセージ上で容易に認識することができる場所に、特定商取引法11条に基づき広告に表示しなければならない事項を表示させることを徹底させることが求められる。

3. (3.について) 消費者庁によると、事業者が販売業者等と連携共同して

<sup>2</sup> SNSのメッセージについて、消費者安全法において、虚偽・誇大な広告・表示等に当たるとされた事例として、「どなたでも手出しナシで確実に稼いで貰えるお仕事をご紹介します」、「カンタンにいつでもどこでも稼げちゃうので毎日忙しい方や初心者さんにオススメです」、「短期間しか稼げない旬なものではなく、長期的に稼げる先のあるお仕事ですので、是非これを機に〇〇さんも生活を変えてもらいたいです!!」、「お仕事をこなしていくことで報酬も増えていきますが、始めた月は大体1日2万円ほどとお考え下さい」などと、あたかも、費用として9,800円を支払って本件ビジネスを始めれば、すぐに、誰でも簡単に、確実かつ継続して1日2万円程度を稼ぐことができるかのように表示しているものがある。(出典：消費者庁 令和3年4月28日「無在庫での転売ビジネスのノウハウを提供するなどどうたい、多額の金銭を支払わせる事業者に関する注意喚起」)

事業を行っていると思われるのであれば、その事業者は「販売業者等」として特定商取引法の規制を受けるとされている。また、契約当事者以外の事業者（処分例では、他の販売業者等と連携共同して通信販売を行っていた統括事業者等）についての執行実績もある。

このため、形式的な契約当事者以外の事業者も含めて事業者が販売業者等と連携共同して事業を行っている場合において、特定商取引法の執行を強化することが求められる。

- 4.（4.について）近時、特定商取引法上の執行とともに消費者安全法上の注意喚起を行う運用が見られるが、このように関係する法制度を連携させて対処することは適切と考えられ、両法に限らず、関係する法制度を連携させた運用を図ることが必要と考えられる。

以上を踏まえ、消費者庁は、上記建議事項1に基づく措置を講ずべきである。

なお、本報告書においては、「通信販売ではあるが、積極的な勧誘がなされる類型については、SNSのメッセージによる勧誘と電話による勧誘の類似性を念頭に置きつつ、勧誘規制等を検討することが必要である」と指摘されている。この点については、更に深く検討することが必要であると考えられることから、引き続き、当委員会において調査、審議等を行っていくこととする。



## 第2 電話勧誘販売に該当する場合の解釈の明確化及び周知

### (建議事項2)

消費者庁は、当初の契約に加えて更に高額な契約を勧誘する事例や、WEB会議ツールによる勧誘事例にあるように、新たな手口やツールを利用して勧誘を行う取引が出現していることを踏まえ、消費生活センター等における消費者トラブルの解決に資するため、電話勧誘販売に関する解釈を事例に即して分かりやすく関係団体等に対し周知すること。

### (理由)

1. 情報商材等の消費者トラブルにおいては、初めから高額契約を勧誘するのではなく、無料又は少額な情報商材等を契約させた後、情報商材等の説明をするためなどと称して消費者に事業者からの電話連絡の予約等をさせ、その電話によって高額なサポート契約等を勧誘する事例（以下「二段階型事例」という。）があるとの指摘がある。二段階型事例において、電話勧誘販売に該当すると考えられる場合であっても、販売業者等が電話勧誘販売の該当性を認めないケースがある。

具体的には、一段階目の契約での電話のサポートを実施すると称して、SNSで販売業者等が消費者に電話をかけることを要請し、その電話において新たな高額サポート契約等の勧誘をしたのにもかかわらず、先に購入したデータ書籍(PDF等)に高額契約について価格・契約内容の記載があったから勧誘目的での電話勧誘販売には当たらない、と主張するケースや、一段階目の契約に関する電話サポートを実施するとして、事業者が購入者宛に電話をかける日時を調整させ、先に購入したマニュアルに商品のカタログがあり、それを見た上で消費者が電話予約をしてきた日時に電話したので電話勧誘販売の適用除外にあたる、と主張したりするケースがある。また、WEB会議ツールにより勧誘がなされるケースもある。

2. 特定商取引法に関する通達において、「『電話をかけ』とは、電話により通話状態に入ろうとすることをいい、通話には録音音声や人工音声によるものも含まれる。インターネット回線を使って通話する形式(映像を伴う場合も含む。)を用いた場合であっても『電話』に該当する。」とされている。特定商取引法第2条第3項中、「政令で定める方法」により消費者が電話をかけることを要請された場合として、特定商取引に関する法律施行令(昭和51年政令第295号)第2条において、販売業者等が販売目的を明らかにしないで、消費者に電話をかけさせる場合等が規定されている。なお、

特定商取引法第 26 条第 7 項第 1 号において、電話勧誘販売の規定の適用除外が規定されている。

3. 販売業者等が電話勧誘販売の該当性を認めないことが消費生活センター等での消費者トラブルの解決の妨げになっているという指摘がある。1. の二段階型事例や、WEB 会議ツールによる勧誘事例にあるように、新たな手口やツールを利用して勧誘を行う取引が出現しており、そのような場合に消費生活センター等において、具体的な事例に即して、電話勧誘販売に該当するか否かを判断し難いとの指摘があるため、電話勧誘販売に該当する場合の解釈を事例に即して分かりやすく、販売業者等のみならず、関係事業者（クレジットカード会社等）、関係団体（消費生活センター等）に対し周知することが求められる。

以上を踏まえ、消費者庁は、上記建議事項 2 に基づく措置を講ずべきである。

### 第3 消費者への注意喚起及び関係事業者等への情報提供

#### (建議事項3)

消費者庁は、消費者安全法を活用し、SNSのメッセージを利用した消費者事故等の発生に関する情報について、消費者への注意喚起を積極的に推進するとともに、消費者被害の発生又は拡大の防止を図るため、関係事業者等へ情報提供をすること。

#### (理由)

消費者安全法上の注意喚起においては、販売業者等に加えて、背景に存在し関与していた事業者名も併せて公表する等、幅広く事業者等に関する情報提供を行ったものがある。また、事業者名を掲載したり、具体的な手口や画面例を掲載している。こういった運用は、消費者被害の未然防止の観点から注目される場所である。

このため、引き続き同法を活用し、積極的な注意喚起を行うことが重要である。その際、注意喚起に関する情報が幅広く活用されることが重要であり、関係事業者等（SNS事業者等）にわかりやすい形で情報提供する等、注意喚起の方法を工夫することが求められる。

以上を踏まえ、消費者庁は、上記建議事項3に基づく措置を講ずべきである。

## SNSを利用して行われる取引に関する消費者委員会意見

令和 4 年 9 月 2 日  
消費者委員会

消費者委員会は、令和 4 年 9 月、デジタル化に伴う消費者問題ワーキング・グループから別添の「デジタル化に伴う消費者問題ワーキング・グループ報告書」の提出を受けた。

本報告書においては、SNSに関連する消費生活相談件数が年々増加していることを受け、SNSに関する情報商材、副業等のもうけ話等の消費者被害の実態を中心に把握し、課題の整理を行い、関係法令における対応や今後考えられる対策、事業者等の自主的取組の在り方について、適切な取りまとめが行われたものと考えている。SNS事業者による自主的取組を実効的なものとするためには、行政及び関係団体とSNS事業者が適切に連携することが重要である。

本報告書を踏まえ、「SNSを利用して行われる取引における消費者問題に関する建議」を発出するとともに、同建議を補足する事項について、以下のとおり消費者委員会意見を述べる。

1. 関係省庁においては、本報告書の内容を踏まえ、SNS事業者における自主的取組を積極的に後押しすることを求める。
2. SNS事業者は、例えば、LINE公式アカウントでは、情報商材の取扱を禁止していることや、第三者のための広告媒体として使用を禁止していること等、各社それぞれ一定の禁止行為等を定めている。一方で、かかる自主ルールが厳格に適用されなかったために消費者被害が発生した例も報告されている。消費者被害の防止の観点からは、モニタリングや違反行為への対応を一層強化すること等、SNS事業者において利用規約等の自主ルールの実効性を確保するための取組等が進められることが期待される。

具体的には、以下のような取組が期待される。

- (1) SNS事業者と消費生活相談に関わる行政機関等（独立行政法人国民生活センター等）との間で連携の仕組みや、消費者からの情報提供窓口等を設け、そこで提供された情報を活用して、モニタリング又は調査を実施し、その状況を公表すること等により、利用規約等の違反行為に対するチェックの実効性の向上に努めるといったことが期待される。

- (2) SNSにおける勧誘メッセージには、販売業者等に関する情報が掲載されていないケースもある。このため、SNS上の表記に関して、例えば、消費者が販売業者等を適切に選択することに資するという観点から好事例を示すことにより、情報の表示を促進するとともに、そうした表示方法等についてSNSのユーザーである消費者に対しても丁寧な周知を図ることによって、消費者が販売業者等を適切に選択することにつながるといった取組が期待される。
- (3) 消費者被害の防止の観点から、SNS事業者がSNSのユーザーに対して関係省庁等が注意喚起等によって発信する情報を積極的に周知し、注意喚起を広めることでユーザーの保護につながることを期待される。
3. 本報告書において、今後の検討課題とされた、決済、情報開示請求、デジタルリテラシーの向上については、いずれもデジタル社会における消費者トラブルの未然防止、被害回復の観点から重要な課題と考えられる。消費者委員会としても、今後、本報告書に盛り込まれた内容を踏まえ、関係省庁等の取組を注視し、消費者政策について調査、審議等を行っていく。

以上

消公協第 171 号  
令和 4 年 8 月 5 日

消費者委員会  
委員長 後藤 卷則 殿

消費者庁長官 新井 ゆたか  
(公 印 省 略)

一般乗用旅客自動車運送事業（東京都特別区・武三地区）の運賃の  
改定案について

一般乗用旅客自動車運送事業（東京都特別区・武三地区）の運賃の改定案につ  
いて、これを物価問題に関する関係閣僚会議に付議するに当たり、貴委員会の意  
見を求めます。

**一般乗用旅客自動車運送事業（東京都特別区・武三地区）の  
運賃の改定案に関する消費者委員会意見**

令和4年9月16日  
消費者委員会

消費者委員会は、本日、公共料金等専門調査会から、本件に関する意見の報告を受けた。

消費者庁において、本意見を踏まえ、国土交通省とともに適切に対応することを求める。

## 一般乗用旅客自動車運送事業（東京都特別区・武三地区）の 運賃の改定案に関する公共料金等専門調査会意見

令和4年9月16日  
消費者委員会公共料金等専門調査会

消費者委員会は、令和4年8月5日付で消費者庁より「一般乗用旅客自動車運送事業（東京都特別区・武三地区）の運賃の改定案について」の付議を受けた。公共料金等専門調査会では、東京都特別区・武三地区（武蔵野市・三鷹市）の一般乗用旅客自動車運送事業（以下「タクシー」という。）の運賃の改定案（以下「本改定案」という。）について、令和4年8月8日に国土交通省及び一般社団法人東京ハイヤー・タクシー協会へのヒアリングを行い、調査審議した。これらの結果を踏まえ、上記付議についての公共料金等専門調査会の意見は以下のとおりである。

### 1. 結論

- 本改定案は、運賃の値上げを行うものであり、利用者に一定程度の負担を生じさせるものであるが、改定案の算定は、所定の算定方法に沿ってなされたものとして妥当であると認められる。
- 本改定案の運賃の値上げ幅は小さくないものである。そのため、
  - ①国土交通省及びタクシー業界は、消費者利益の擁護・増進の観点から、消費者への分かりやすく丁寧な説明に努められたい。また、当該地区における各事業者の運賃届出の結果によるタクシー運賃の引上げ状況について、国土交通省は把握すべきである。
  - ②本改定案による運賃の値上げが、タクシー乗務員の労働環境の改善に適切に反映されているか、国土交通省は監視すべきである。
- 既に導入されている事前確定運賃、一括定額運賃、相乗りタクシー等に加え、国土交通省においては事前確定型変動運賃等の新たな制度についての検討が進められている。国土交通省は、これら新たな制度を導入する場合には、消費者利益の確保につながるよう留意し、また、引き続き、運賃規制全般について不断の見直しを続けるべきである。
- 公共料金等専門調査会は、後記3. で指摘する留意事項の対応状況等について、運賃規制全般についての不断の見直しの状況も含めて、本改定案による運賃改定実施後、検証に必要なデータ等が整う令和6年中に、国土交通省へのヒアリングを含めた検証を行う。



## 2. 理由

### (1) 本改定案申請に至る経緯について

- 国土交通省及び一般社団法人東京ハイヤー・タクシー協会の説明によれば、東京都特別区・武三地区のタクシー運賃は、平成19年の運賃改定以降、消費税率引上げに伴う2度の改定（平成26年及び令和元年）及び平成29年の運賃組替え以外は運賃改定を実施しておらず、適正利潤込みの経常収支率は平成19年の運賃改定実施前（平成18年度）の水準をこれまで一度も上回ることなく推移してきた。
- 平成19年の運賃改定直後の年度（平成20年度）に比べて、運送の効率化が図られているが、タクシー乗務員の労働環境の改善、ユニバーサルデザインタクシーの導入、配車アプリやキャッシュレス決済等の導入等のタクシーのサービスの質や安全性の向上のために必要な投資を進めてきたところであり、更なるサービスの向上やタクシー乗務員の労働環境の改善及び公共交通としてのタクシーを維持するための乗務員の確保のためには、運賃改定が必要な状況である。

### (2) 本改定案について

- 東京都特別区・武三地区は、特定地域及び準特定地域における一般乗用旅客自動車運送事業の適正化及び活性化に関する特別措置法（平成21年法律第64号）第3条の2第1項に基づく準特定地域に指定されている。そして、準特定地域におけるタクシーの運賃の範囲を変更するには、能率的な経営の下における適正な原価に適正な利潤を加えた運賃を標準とすること等の基準に適合する必要がある（同法第16条第2項）。
- タクシー運賃の改定を行う場合は、総括原価方式の考え方にに基づき、原価の精査を行った上で、適正な利潤を含めた総括原価と総収入が均衡することを確認するプロセスが必要となる。平成29年の運賃組替え時は、収入増加を目的としない運賃組替えであるとして、これを省略した。そのため、「一般乗用旅客自動車運送事業（東京都特別区・武三地区）の運賃組替えの事後検証に関する消費者委員会意見」（令和2年11月26日）では、「今後、運送収入の増加を図るための運賃・料金の改定に当たって、総括原価方式により査定がなされる場合には、運賃水準をより適正なものとする観点から厳密に査定すること」を求めた。
- 今回の改定案申請に当たっては、国土交通省において、総括原価方式に基づいて査定を行ったとの説明がなされた。なお、運賃改定に当たっては、申請のあ

った前年度の実績を用いることを基本としているが、新型コロナウイルス感染症による影響を踏まえ、令和4年7月31日までの申請分については、同影響を受けた期間の実績を用いずに、令和元年の実績を使用して算出したとの説明がなされた。

- 本改定案の改定率は14.24%であって、改定内容は別紙のとおり。<sup>1</sup>
- 国土交通省から示された総括原価方式により算定された結果によれば、原価計算対象事業者30社における令和元年を実績年とした推定額で総収入が約371億3,400万円、総括原価が約422億8,300万円であるところ、本改定案による運送収入の増加を反映させた総収入は約422億8,300万円となることから、本改定案による改定後の総収入が総括原価を超えないことが確認された。
- なお、燃料油脂費の算定に当たっては、近年の原油価格高騰を踏まえ、令和3年度下半期の燃料価格を反映させるとともに、国土交通省が実施しているタクシー事業者に対する燃料価格激変緩和対策事業<sup>2</sup>の効果を加味していることも確認した。また、タクシー乗務員の労働環境改善が重要であることから、改定率14.24%のうち、約8%を賃金アップなどタクシー乗務員の労働環境改善に必要な費用増と見込んでおり、人件費に適切に反映するとの説明があった。
- このように、今回の運賃改定は、運賃の値上げを行うものであり、利用者一定程度の負担を生じさせるものであるが、総括原価方式により適切に算定されていることが確認されたことから、本改定案における値上げは妥当であると認められる。
- 以上の審議結果により、1.の結論とするものである。

### 3. 留意事項

#### (1) 運賃改定に関する丁寧な周知及び実施状況の把握

- 本改定案は改定率が14.24%であり、運賃の値上げ幅が小さくないものであることから、消費者の理解を得るための丁寧な周知が必要である。国土交通省は、今回の運賃値上げが消費者のサービス利便性の確保・向上やタクシー乗務員の労働環境改善に資することについて、消費者に対して積極的な周知を行うべきである。また、タクシー業界は、利用者への丁寧な情報提供・説明を行うべきである。
- 事業者は、上限運賃から下限運賃までの運賃幅から選択して運賃を決定する

<sup>1</sup> 改定率に対し運賃と距離の両方を変更することにより本改定案を決定している。

<sup>2</sup> 近年の原油価格の高騰を受け、国民生活等への不測の影響を緩和し、今後の需要回復局面において、タクシーの供給を順調に回復するための下支えとして、LPガスを使用するタクシー事業者に対して、燃料高騰相当分を支援する事業。本事業による支援により今回の燃料油脂費の算定額が抑制されている。

ことから、国土交通省は、各事業者の運賃届出の結果によるタクシー運賃の値上げ状況を正確に把握すべきである。また、本改定案による運賃値上げが消費者に与える影響についても、国土交通省はフォローアップすべきである。

## (2) 消費者のサービス利便性の確保・向上

○下記の取組が進められていることが確認された。これらの取組は、消費者の利便性、快適性及び安全性を確保し、向上させるものと評価できる。今後も、国土交通省及びタクシー業界は、地方公共団体等とも連携し、利用者のニーズに応じて一層の取組を進めるべきである。

- ・ユニバーサルデザイン車両の導入やタクシー乗り場の改善
- ・配車アプリやキャッシュレス決済の普及
- ・ドライブレコーダーや先進安全自動車の導入
- ・事前確定運賃、一括定額運賃、相乗りタクシー等の新サービスの導入
- ・その他のサービス（子育てや介護等に資するサービス）の推進

○なお、デジタル化に伴うサービスは積極的に進められるべきであるが、デジタルによるサービス利用に不慣れな消費者が取り残されないように、国土交通省及びタクシー業界は、将来においても多くの消費者がメリットを享受できるように十分に配慮しながら取組を進めるべきである。

## (3) 消費者等の意見の反映

○国土交通省において、東京都特別区・武三交通圏タクシー準特定地域協議会に対して意見招請を行い、同協議会が改定に当たっての意見を回答している等、継続した取組等が確認された。

○タクシーの利便性向上に向けて、国土交通省は、同協議会のみならず、地方公共団体等との連携や消費者からの意見聴取を不断に行う等、消費者等の意見の反映を一層進めるべきである。

## (4) サービスの質・安全性の確保及びタクシー乗務員の労働環境の改善

○タクシーのサービスの質・安全性及びタクシー乗務員の労働環境は、タクシーの運賃と並んで、消費者のタクシー利用に影響を与えるものである。

○国土交通省は、今回の運賃値上げの趣旨である、消費者のサービス利便性の確保・向上や安全性の確保、タクシー乗務員の賃金引上げ等の労働環境の改善に適切に反映されているかについて、継続的に事業者の監視を行うべきである。

○さらに、現在検討が行われている労働時間等の規制<sup>3</sup>の見直し<sup>3</sup>がなされた場合には、国土交通省は、当該見直しを踏まえた対応を適切に行うべきである。

<sup>3</sup> 自動車運転者の労働時間等の改善のための基準（平成元年労働省告示第7号）

#### 4. 持続可能な経営環境のための取組

- デジタル化の進展や、新型コロナウイルス感染症の拡大、国際的なエネルギー情勢に伴う燃料油脂費を始めとする様々なコストの上昇等、社会・経済状況は常に変化している。また、中長期的には、更なる脱炭素化や人口減少等の社会環境の影響を見据える必要がある。
- 国土交通省は、その変化に応じた必要な対応を行うとともに、タクシー業界も、その変化に応じて柔軟な業態の変革等がなされることに期待したい。
- さらに、既に導入されている事前確定運賃、一括定額運賃、相乗りタクシー等に加え、国土交通省においては事前確定型変動運賃等の新たな制度についての検討が進められている。国土交通省は、これら新たな制度を導入する場合には、消費者利益の確保につながるよう留意し、また、引き続き、運賃規制全般について不断の見直しを続けるべきである。

以上

(別紙)

## 改定内容

項目	区分	現行(上限運賃)		改定(上限運賃)	
		初乗	加算	初乗	加算
距離制運賃	特大車	1.052 km 500 円	195m 80 円	1.096 km 570 円	224m 100 円
	大型車	1.052 km 460 円	213m 80 円	1.096 km 530 円	240m 100 円
	普通車	1.052 km 420 円	233m 80 円	1.096 km 500 円	255m 100 円
時間距離 併用運賃 ※	特大車	時速 10 km以下の走行時間について 1 分 10 秒までごとに 80 円		時速 10 km以下の走行時間について 1 分 25 秒までごとに 100 円	
	大型車	時速 10 km以下の走行時間について 1 分 20 秒までごとに 80 円		時速 10 km以下の走行時間について 1 分 30 秒までごとに 100 円	
	普通車	時速 10 km以下の走行時間について 1 分 25 秒までごとに 80 円		時速 10 km以下の走行時間について 1 分 35 秒までごとに 100 円	
時間制 (時間貸し 切り)	特大車	初乗 60 分まで	5,100 円	初乗 60 分まで	5,820 円
		加算 30 分までごとに	2,400 円	加算 30 分までごとに	2,740 円
	大型車	初乗 60 分まで	4,900 円	初乗 60 分まで	5,590 円
		加算 30 分までごとに	2,270 円	加算 30 分までごとに	2,590 円
	普通車	初乗 60 分まで	4,700 円	初乗 60 分まで	5,360 円
		加算 30 分までごとに	2,150 円	加算 30 分までごとに	2,450 円

※信号待ちや渋滞など時速 10km 以下の走行速度になった場合の運送に要した時間を運賃に換算し、距離制運賃と併算

府消委第 138 号  
令和 4 年 9 月 16 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

答 申 書

令和 4 年 8 月 23 日付け消表対第 1123 号をもって当委員会に諮問のあった「家庭用品品質表示法第 3 条第 1 項の規定に基づき定める家庭用品の品質に関する表示の標準となるべき事項の変更について」は、家庭用品品質表示法の趣旨に鑑み妥当であり、その旨答申する。

府消委第 149 号  
令和 4 年 10 月 5 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

答 申 書

令和 4 年 9 月 16 日付け消表対第 1188 号をもって当委員会に議決の求めのあった下記事項については、住宅の品質確保の促進等に関する法律（平成 11 年法律第 81 号）の趣旨に鑑み妥当であり、その旨答申する。

記

住宅の品質確保の促進等に関する法律第 3 条第 1 項の規定に基づき定める日本住宅性能表示基準（平成 13 年国土交通省告示第 1346 号）の一部改正について

以上

消公協第209号  
令和4年10月5日

消費者委員会  
委員長 後藤 卷則 殿

内閣総理大臣 岸田 文雄  
(公 印 省 略)

### 諮問書

消費者庁及び消費者委員会設置法（平成21年法律第48号）第6条第2項第2号の規定に基づき、下記の事項について、貴委員会の意見を求めます。

### 記

1. 消費者利益を擁護する観点から、電気料金のうち、託送料金の妥当性について
2. 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会を確保する観点から、電力市場における競争環境整備に向けた諸課題（内外無差別の卸取引など）について

以上



## 電力託送料金の妥当性に関する公共料金等専門調査会意見

令和4年11月28日  
消費者委員会公共料金等専門調査会

託送料金は、日本では、小売電気事業者が送配電事業者の送配電設備を利用する際の利用料であり、その料金については送配電事業が地域独占であることから、経済産業大臣が認可する仕組みとなっている。託送料金の制度に関しては、事業者において値下げに向けた効率化インセンティブが十分に働きにくいのではないかとの問題意識<sup>1</sup>から、経済産業省において制度改革が議論され（この間、消費者委員会でも消費者庁の諮問を受けて平成28年7月、令和2年8月及び令和3年7月の3度にわたって意見を発出<sup>2</sup>）、令和5年度から新たな託送料金制度（レベニューキャップ制度）が導入されることになった。

現在、経済産業省電力・ガス取引監視等委員会では、レベニューキャップ制度の導入に向けて、一般送配電事業者の収入の見通し（収入上限）を含む事業計画について審議が行われている。この事業計画は、令和5年度から5年間の第1規制期間における託送料金水準を決定する前提となるものであり、審査された事業計画に基づき託送料金約款の認可申請が行われる。

レベニューキャップ制度の導入に向けた準備が進む中、現下の資源・燃料価格の急騰に起因する物価高騰、とりわけ電気料金の上昇により国民生活の負担感が増している。こうした状況の中で、消費者に請求される電気料金の約3～4割を占める託送料金の水準が適正な査定を踏まえて設定されるかどうかは、消費者にとって重大な問題であり、国民生活への影響も大きい。かかる状況を踏まえ、令和4年10月5日、内閣総理大臣から消費者委員会に対して、「消費者利益を擁護する観点から、電気料金のうち、託送料金の妥当性について」の諮問がなされた。そこで、審議を行っている電力・ガス取引監視等委員会にお

<sup>1</sup> 託送料金については、総括原価方式の下、一般送配電事業者から値上げの申請がある場合に、国が審査を行い認可を行う仕組みとなっているところ、事業者が値上げを必要とする場合には厳格な審査が行われる一方、それ以外の場合には料金や費用の適正性が必ずしも十分に検証されないこと、また、認可された料金水準の下で、一般送配電事業者が効率化努力を行うことなどにより超過利潤が一定の水準を超えた場合、経済産業大臣の変更命令により料金の引下げを求める仕組みとなっていることが、事業者における効率化インセンティブが働きにくい要因として指摘されていた。

<sup>2</sup> 平成28年7月26日 電力託送料金の査定方法等に関する消費者委員会答申  
令和2年8月28日 賠償負担金・廃炉円滑化負担金の算入に伴う電力託送料金変更案の算定に関する消費者委員会意見  
令和3年7月16日 電力託送料金制度等の詳細設計の在り方に関する消費者委員会意見

いて、消費者の視点から必要な論点を取り上げられているかにつき、本専門調査会で検証を行うこととなった。10月7日、11月10日、17日の計3回にわたり、本専門調査会を開催し、精力的に調査<sup>3</sup>・審議を行った。下記の通り、上記諮問に対する本専門調査会としての意見を取りまとめた。

#### 託送料金の査定方法について

消費者の視点からは、最終的に電気料金として請求される金額やその中で託送料金が占める金額、託送料金の水準の適正性、託送料金を引き下げる効率化がなされているのか、効率化に向けての行政の監視は十分かといった観点が重要である。電力・ガス取引監視等委員会が実施している査定については、料金制度専門会合への消費者庁・消費者団体の参加や審議の公開等<sup>4</sup>、消費者参画の機会が確保されている一方で、消費者の視点から見ると、以下の点について疑問点や留意事項が残る。

##### (1) 統計的手法やトップランナー的補正による査定

電力・ガス取引監視等委員会は、収入上限の審査に係る各費用区分の査定に当たり、個別査定に加え、効率的な一般送配電事業者の実績値等を用いた統計的な査定を行うため、一般送配電事業者間比較の観点から重回帰分析で算出した平均的な推計費用にトップランナー的補正を行うことで効率化を促す手法等を採用している。一般送配電事業者が提出した事業計画がそのまま認められないよう、一定の工夫がなされているほか、設備拡充・更新投資は「投資量」と「単価」に分けて、特に単価については過去実績や事業者間比較により分析・査定が行われている。他方、もともと地域独占で競争が働いていない一般送配電事業者<sup>5</sup>間の比較の妥当性、トップランナー的補正が中央値や10社中第3位の値をベースとしていることの妥当性については明確な説明<sup>6</sup>がなされておらず、明らかにされる必要がある。また、第4位以下の事業者によるキャッチアップを促すだけでなく、先行事業者（第1位から第3位）に更なる取組を促す観点からの検討も必要である。

<sup>3</sup> 電力・ガス取引監視等委員会の協力を得て、各電力会社から託送原価に関するデータの提供を受けて分析を実施。ただし、提供を受けたデータの範囲内での分析であることに留意。

<sup>4</sup> 資源エネルギー庁により、パブリックコメントも実施されている。

<sup>5</sup> 電力自由化の際、発電部門や小売部門と異なり、送配電部門は規模の経済性が働いたため、競争によって二重投資がなされることで逆にコスト増となり非効率であるとの考え方の下、規制の下での効率化が図られることとなった。

<sup>6</sup> 電力・ガス取引監視等委員会事務局からは、イギリスにおける取組等を踏まえた上で決定したとの説明があった。

さらには、各社から提出されている事業計画について、各論での統計的手法を用いての査定の積み上げがなされているところ、全体としてどのように効率化が図られているかについて明確な説明が必要である。

## (2) 効率化の確認態勢

- ① 設備拡充・更新投資など既存のネットワークに係る費用の部分（各年固有の事情に基づく突発的な費用（災害対策等）を除く）については当初提出された事業計画において、一般送配電事業者が妥当性をどのように判断したのか明らかでない。既存のネットワークを軸とする CAPEX 及び OPEX 及びその他費用は、平成 29 年度～令和 3 年度と比較すると、ほとんどの一般送配電事業者において、令和 5 年度～令和 9 年度のコストは増加している【別添 1】<sup>7</sup>。一般送配電事業者は、効率化で削減する姿が示されるのではなく費用が増加している点について明確に説明すべきである。
- ② そうした状況に鑑みれば、統計的手法やトップランナー的補正のみではなく（一般送配電事業者間の横並びの比較にとどまらず）、これまでの経年で評価することによって一般送配電事業者ごとに全体として毎年効率化が行われて費用が低減しているかどうかを精査しつつ、事業者としてどのように費用を管理し、それを達成しようとしているのか、どのような体制で費用低減、効率化を図り、管理しているのかなど、その取組についても確認することが必要である。OPEX や CAPEX 等の項目ごとに査定するだけでなく、全体としてコスト削減の努力が図られているかどうかを確認することが重要である。
- ③ その際、送電費、変電費及び配電費等のそれぞれについて工事種別ごと（例：送電費であれば架空送電工事等）に、「投資量（数量）」と「単価」に分け、単価（特に全体へのインパクトが大きな大規模な工事種別の精査が必須）が経年で変化しているかに着目して精査することが必要である<sup>8</sup>。また全体コストを評価するためにはこの単価も、一つの物品の単位当たりコストにとどまらず、各工事種別に含まれる資材費、工費、移動・保管にかかる費用などを含めた工事単位ごとの価格として評価する必要がある。その場合、実質的な競争入札が行われているか、効率化のために調達方法にどのような工夫がなされているかを評価すべきである。投資量が確保されることは、ネットワークの維持・更新に必要であることから、特

<sup>7</sup> 電力・ガス取引監視等委員会の協力を得て、各電力会社から託送原価に関するデータの提供を受けて分析を実施。ただし、提供を受けたデータの範囲内での分析であることに留意。（別添 2～4 も同様）

<sup>8</sup> 別添 2-1 において、年度によってばらつきのある単価がある点について、年度ごとの工事の状況等を精査する必要もある。

に上記に示した範囲における単価、価格についてコスト削減の努力が図られているか否かを検証することが求められる。【別添 2-1~2-3、3】

### (3) 工事発注に係る競争性の実効性の確保

実際の工事発注に当たっては、競争入札の導入割合を高めることが目標として掲げられることが多いが、単に競争入札の導入割合を見るだけでなく、1社入札ではなく複数の企業が入札に参加している実態があるか、毎年同じ企業による受注が繰り返されていないか、入札のシェアが固定化していないか、また同じ企業が数年おきに順番で落札しているような実態がないかなど、入札の実態を細かく精査することが必要である。その際、固定化等の実態が明らかとなった場合には、その背景や効率化への寄与などを確認した上で、競争性を確保することが必要である。

競争の実態等を見るために一般送配電事業者について工事種別ごとに落札金額上位3社の状況を年度ごとに見てみると、順位や事業者が固定している傾向が見られるほか、近年その傾向が高まっているケースも一部見られる【別添4】。またこの間、1位の企業が変わらず、かつシェアもほぼ一定というケースも見られる。コスト削減のためにどのような取組を行っているかを確認することも必要である。特に規模の大きな工事種別、例えば配電工事等の実態についてより詳しく精査すべきである。

### (4) 次世代投資の計上費用の検証

- ① 次世代投資については、一般送配電事業者から総計約200件の計画が提出され、個別査定が行われているが、まずは発送電分離の考え方を踏まえ、厳に送配電に関わる計画に限定されるべきであり、発電や小売に係る費用を計上することは認められない。
- ② 離島について、「再生可能エネルギーアイランド化」があげられているが、現下の化石燃料価格の高騰を考えれば、再生可能エネルギーによる電力供給は、離島のエネルギーコストを大きく下げていく可能性が高い。そのため、第1規制期間において次世代投資として捉えた場合でも、実施に当たっては実験的な取組を避け、事業としての導入が行われるべきである。また、こうした案件の投資効果については、引き続き精査が必要である。
- ③ 今回、各社とも「次世代スマートメーター」に係る費用計上が多く見られるが、スマートメーターは10年ごとの更新が必要であり、これが新しく次世代へ投資する活動なのか、事業のルーティンなのか、慎重な検討が必要である。もし仮に、次世代投資と位置付けるとしても、現在議論されて

いるように現行スマートメーター導入費用以上にかかる費用のみを精査し、かつ、「次世代スマートメーター」導入によって削減される多くの費用と総合で判断するべきである。また、スマートメーターが未だ設置されていない需要家も存在するが、そうした需要家へは「次世代スマートメーター」の導入を先行的に実施し、厳に二重投資を避けるべきである。この令和7年度以降<sup>9</sup>を予定している次世代スマートメーターの先行的導入のためのスケジュールも併せて示すことが適当である。

- ④ 一般送配電事業者各社間にはこれまで投資の取組を進めてきたところと取組が遅れているところとが存在している。例えば、「需給予測の精緻化」など、本来送配電事業者の基本的な事業であり通常の業務の範囲内であるべきところ、今回は次世代投資として計上されている。海外では、これまで取組を積極的に進めてきた事業者に配慮し、取組の進んでいるところにボーナス加点する等の仕組みも導入されているが、日本では、むしろ全般的に取組が遅れている。今後そうした制度の導入を検討するとしても、海外との比較などの客観的な指標が用いられるべきであり、日本の事業者間の先行後行により適用されるべきではない。
- ⑤ 次世代投資は、送配電事業者の基本的な責務である、電力の安全性、安定性を強化していくことが重要であり、こうした観点から、N-1電制、ノンファーム接続、再給電方式、配電網の高度化や次世代スマートメーターなど、再生可能エネルギーの拡大やレジリエンス強化の推進を積極的に位置づけている点は評価できる。他方、個別査定により効率化係数の対象外とするか否か、仕訳先のスクリーニングやコストの妥当性の審査が行われる中で、次世代投資案件として効率化係数の対象外とすることにした案件については、その投資による費用対効果の面を含め、次世代投資案件として認める理由について、明確な説明が必要である。

また、次世代投資として計上された費用については、計画段階では精度の高い費用を計上することが難しいことは理解するが、発注段階になれば競争入札によって価格が下がるのが通常である。したがって、今後、将来における調達コストのモニタリングを含め、コスト管理が適切に行われているかどうか、投資効果や計画履行状況の検証を実施していく必要がある。次世代投資についてのこうした検証やモニタリングは、現在検討されている電力会社内の第三者委員会ではなく、後述する独立した委員で構成される外部のプロセスで公開の下、継続して行われるべきである。

#### コスト削減の実効性の向上について

<sup>9</sup> 令和4年5月31日 次世代スマートメーター制度検討会取りまとめ

#### (5) コスト削減の実効性の向上

消費者利益の擁護を図るため、上記に示した疑問点の速やかな解消に向け、電力・ガス取引監視等委員会は独立性をもって必要な対応を早急に行い、今回の事業計画の値の妥当性及びその査定方法の適切さについて、消費者の理解・納得を得られるよう分かりやすい形で説明する必要がある。

加えて、今後とも継続して消費者からの信頼を得るために、経営上のガバナンスを効かせられるよう、電力会社及びその利害関係者、監督官庁から独立した社外のメンバーによる第三者機関<sup>10</sup>が各社のコスト削減の状況を定期的にモニタリングするといった手法を含め、第1規制期間においてコスト削減の実効性を高めるための方策を検討すべきである。その上で、場合によっては規制期間の期中における料金水準の見直しも排除することなく検討すべきである。

### その他制度面等について

#### (6) 廃炉円滑化負担金相当金等

制御不能費用に計上されている原発の廃炉円滑化負担金相当金や賠償負担金相当金、電源開発促進税については、本来託送料金とは関係のない費用であることから、政策的観点から託送料金で徴収している費用については、送配電ネットワークの整備に要する費用とは区別した形で明示すべきである<sup>11</sup>。

#### (7) 固定費の配分

- ① これまでも消費者委員会において意見として発出している<sup>12</sup>が、固定費の低圧部門（家庭用等）、特別高圧・高圧部門（産業用）への配分に当たっては現在、3種需要種別が共通して利用する設備コストは「2：1：1法」、特別高圧部門以外の需要種別が利用する設備コストは「2：1法」によって配分されているが、この配分方法は各常用種別のピーク需要の比較割合に応じた配分に大きなウェイトを置くことによって、低圧部門に過大

<sup>10</sup> 第三者の要件の例として、一般送配電事業者の利害関係者ではないこと、一般送配電事業者によって指名された者ではないこと、査定能力を保有していること、査定を行う権限が与えられていること、が考えられる。

<sup>11</sup> 令和3年7月16日 電力託送料金制度等の詳細設計の在り方に関する消費者委員会意見

<sup>12</sup> 平成28年7月26日 電力託送料金の査定方法等に関する消費者委員会答申及び令和3年7月16日 電力託送料金制度等の詳細設計の在り方に関する消費者委員会意見

な固定費を配分することになっている懸念があるところであり、一般消費者に過大な負担を課さないよう、配分手法の見直しの検討が必要である。

- ② 電圧別に必要な設備コストに関する実績データ等のエビデンスを踏まえた上で、より公平な配分基準に修正することを速やかに検討すべきである。

#### (8) 発電側課金の検討

送配電設備の増強要因の変化にもかかわらず、託送料金制度は、発電事業者が託送料金を負担しない構造である。このため、発電側課金を導入して、託送料金の一部について発電事業者負担を求めることが検討されてきた。その後、再生可能エネルギーに最優先の原則で取り組むという方針の下、令和4年中に導入の可否を含めて結論を得る方向性が示されている<sup>131415</sup>。

発電側課金は、発電事業者ネットワークコストを意識した事業展開を促すことで、送配電設備に要する費用の抑制、ひいては消費者負担の低減が期待されている。このため、最終負担者である消費者の利益の増進に資するよう検討することが必要である。

一方で、再生可能エネルギー発電事業者が新たに負担することとなるコストは、小売事業者への販売価格に上乗せせざるを得ないため、消費者の負担につながる可能性が高く、再生可能エネルギー発電事業者の負担増や投資抑制を招き<sup>16</sup>、国が進める再生可能エネルギー最優先の原則に逆行する効果をもたらす可能性がある。また、これまで、日本の発電設備の約9割を占める既存の大規模発電設備は、総括原価の下に建設された送配電設備を自由に利用してきた経緯がある。したがって、送配電設備の効率的な増強と発電事業者間負担、今後伸ばしていくべき電源間の公正性等の観点を中心に十分を考慮し、特に再生可能エネルギーの拡大を阻害することがないように制度設計を行うべきである。

#### (9) 賃金の適正性の確保

<sup>13</sup> 令和3年10月22日 閣議決定「第6次エネルギー基本計画」

<sup>14</sup> 令和3年12月24日 資源エネルギー庁 再生可能エネルギー大量導入・次世代電力ネットワーク小委員会

<sup>15</sup> 令和4年4月21日 電力・ガス取引監視等委員会 制度設計専門会合

<sup>16</sup> 課金分を再エネ賦課金で賄う案も検討されている（令和4年11月15日 資源エネルギー庁 再生可能エネルギー大量導入・次世代電力ネットワーク小委員会）が、制度変更を遡及的に行うことは、行政コストの増加につながるうえ、賦課金の低減も行われず、国民負担が増加する。再エネ投資の制度リスクとして受け止められ、投資を抑制し、ファイナンスコストを上昇させるおそれがある。

各一般送配電事業者は、コスト効率化を進めていくとしているところであるが、その際、原材料費等の価格転嫁を適正に進めつつ、人への投資の観点から、下請事業者も含めた賃金<sup>17</sup>を適正化していくことも、政府が進める成長と分配の好循環を実現する上で重要である<sup>18</sup>。

#### 消費者への丁寧な説明等に関する意見

##### (10) 消費者の理解・納得

- ① 目下、電気料金が高騰し、国民生活への負担感が増大している中で、電気料金の構成や内訳にとどまらず、値上がりしている要因について消費者への分かりやすく丁寧な説明がこれまで以上に必要である。加えて、託送料金に、どのような費用が含まれているかについて消費者が十分に理解しているとは言い難い。消費者が納得できるよう、繰り返し様々な機会をとらえて分かりやすく説明することが重要である。

経済産業省及び各一般送配電事業者は、電力の安定的な供給を前提としつつも、同じ電力供給の品質であっても地域独占によって選択肢が限られる消費者に対し、いかに効率的に提供するための工夫、努力をしているのか、その成果がどのような形で実を結び、消費者の利益につながっているのか、上記に示した各項の意見を踏まえ、分かりやすさに努めた説明を行うべきである。

- ② 今回、託送料金制度が総括原価方式からレベニューキャップ制度に変更され、消費者にとって何がどう変わるか、どのような制度で、どういったメリット・効果があるかということも十分に理解されているとは言いがたい。経済産業省及び消費者庁は、電力自由化や発送電分離の趣旨・目的を含め、レベニューキャップ制度の内容・趣旨や電気料金のうち託送料金を構成する関連費用の負担の在り方等の検討経緯を、消費者が改めて十分に理解し納得できるように、消費者にとって分かりやすく、丁寧な情報発信を積極的に行うことなどの取組を一層進めるべきである。

##### (11) 幅広いステークホルダーの参画の機会の確保

一般送配電事業者が規制期間に達成すべき目標のうち、一部の目標項目については、地域ごとのニーズを踏まえるため、ステークホルダー協議を行う

<sup>17</sup> 下請事業者の賃金水準を調べることには困難を伴うが、このような調査も必要になるであろう。

<sup>18</sup> 「公共料金等の新規設定や変更の協議に当たっての消費者庁における主なチェックポイント」(令和4年8月19日消費者庁)に準じ、料金の算定に賃上げが適正に見込まれることが求められる。



ことが求められており、各一般送配電事業者においてはそれを踏まえた対応が行われているとされている。しかし、実際に協議に参加しているステークホルダーの範囲は限定されており、取り上げられる視点も狭く、広く消費者の意見が聴取されているとは言えない。海外事例<sup>19</sup>なども参考に、一般送配電事業者において、生物多様性や景観問題も視野に、消費者や消費者団体、環境団体、次世代を担う若年世代等、幅広いステークホルダーを巻き込んだ丁寧な協議を日常的に行うよう、地域コミュニティの中での合意形成の取組を強化していくことが求められる。

消費者利益の擁護を図るため、消費者委員会では、レベニューキャップ制度の運用後においても、上記に指摘した事項の対応状況等について、電力・ガス取引監視等委員会へのヒアリングを含めた適切なフォローを行う。

以上

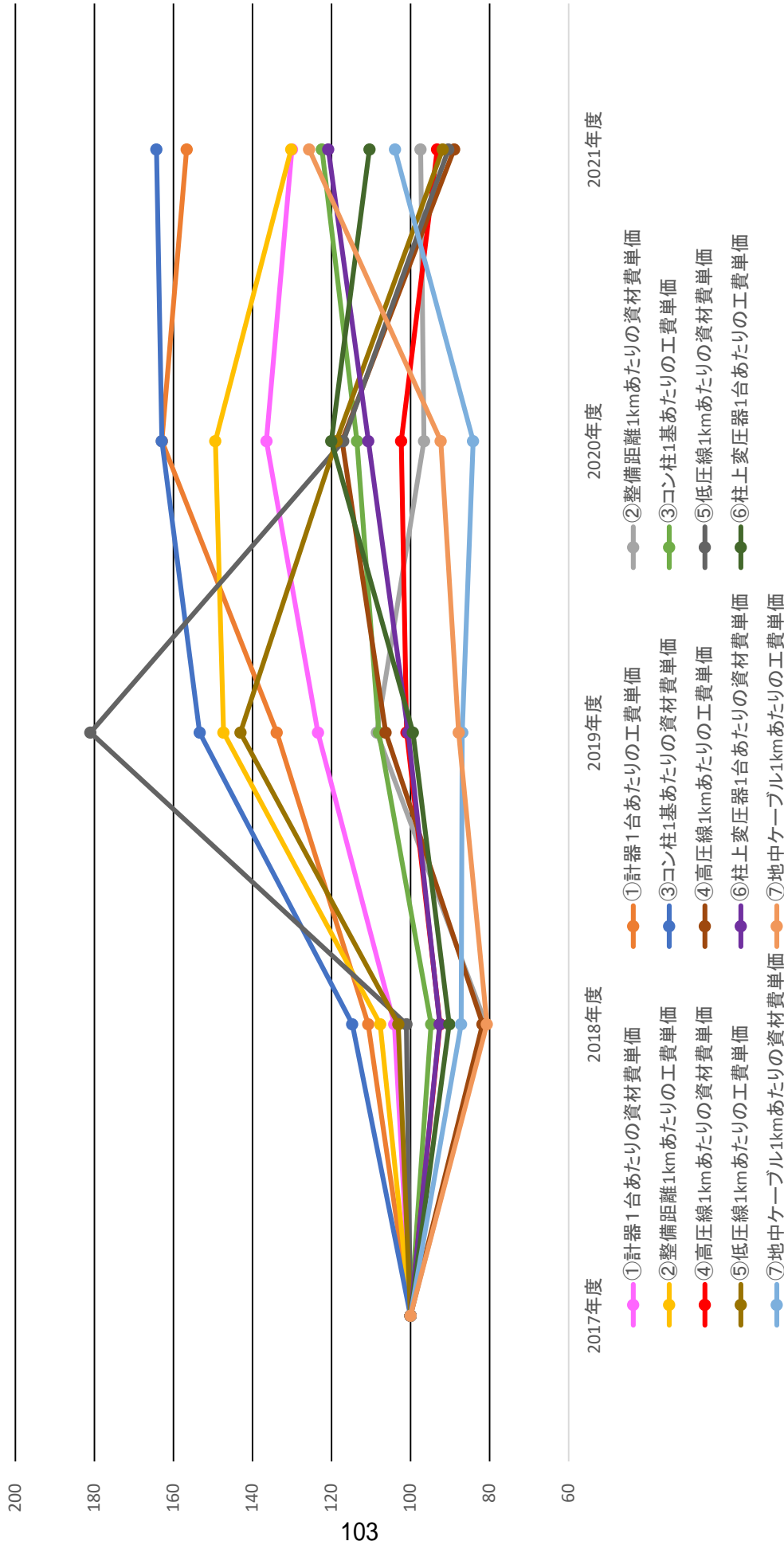
<sup>19</sup> ドイツの送配電事業者では幅広いステークホルダーを巻き込んだコンサルテーションを地域に公開しつつ実施し、景観や生物多様性などの地元の懸念を、設備投資の方法の選考の過程で取り入れている事例もある。



## 2.既存ネットワークの物品費・工費の単価の変化(1)

●2017年度から2021年度にかけて、単価は多くの品目で上昇傾向

①東京電力PG 配電系統 単位あたり資材／工費 単価インデックス(2017年=100)



※ 東京電力PGのCAPEX(配電系統)における統計査定の対象項目となっている品目の物品費・工費の単価(①)

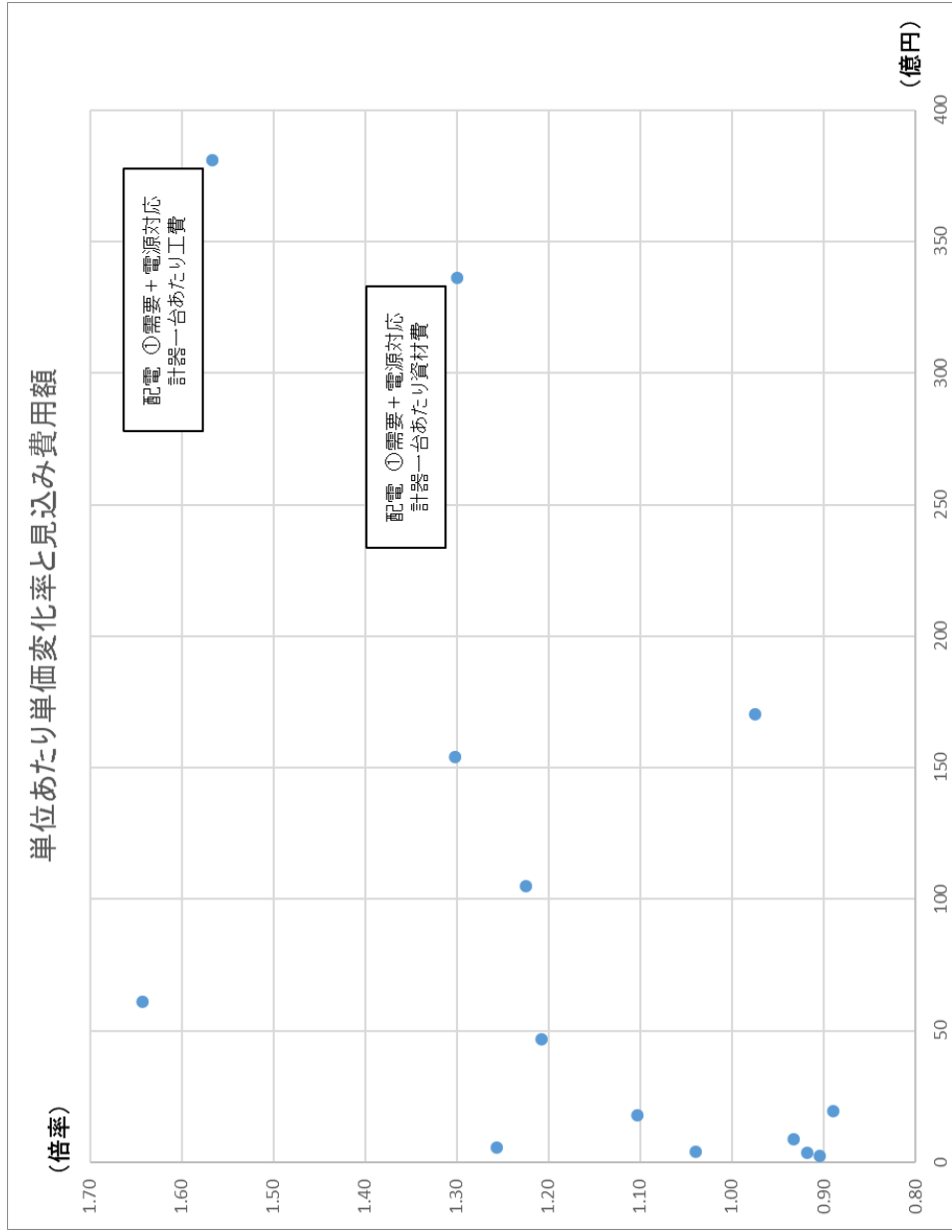
(備考)電力会社から電力・ガス取引監視等委員会に提供されたデータをもとに、消費者庁の協力を得て公表した消費者委員会事務局資料



## 2.既存ネットワークの物品費・工費の単価の変化(3)

別添2-3

- 規模の大きな工事種別(需要+電源対応の工費と資材費)のコストが上昇(グラフの右上の部分)  
→ 全体費用に対するインパクトが大きいが分かる



※ 縦軸は、①②で用いた単価の2017年度に対する2021年度の変化率。横軸は、各品目の見込み費用額(2023年度から2027年度)の平均年額。

(備考)電力会社から電力・ガス取引監視等委員会に提供されたデータをもとに、消費者庁の協力を得て公表した消費者委員会事務局資料

### 3. 物品費・工事費の単価の変化と収入見通しに盛り込まれた費用額 別添3

- 2017年度から2021年度における単価上昇について、適切に規制期間(2023年度から2027年度)における単価の見積もり  
に反映することで、費用削減の余地の可能性があるのではないか

物品費・工事費の単価の変化と収入見通しに盛り込まれた費用額

	2017-2021年度 の単価の変化 (倍率)	2023-2027年度 の平均年額 (億円)	年あたり インパクト (億円)
北海道電力	0.97	189	-6
東北電力	1.03	487	13
東京電力	1.29	1314	297
中部電力	1.30	537	123
北陸電力	1.02	121	2
関西電力	1.24	431	84
中国電力	1.11	382	38
四国電力	1.23	151	28
九州電力	0.96	403	-17
沖縄電力	1.02	46	1

※1 「2017-2021年度の単価の変化(倍率)」は、14品目の単価変化率についての2023年度から2027年度までの見込み費用額を用いた加重平均

※2 「年あたりインパクト」は、その単価上昇がなかった(2017年の単価が維持された)と仮定した場合の「2023-2027年度の平均年額」と各事業者の事業計画に  
盛り込まれた費用額(平均年額)の差

● 工事種別ごとに落札金額上位3社の状況を年度ごとに見てみると、順位や事業者が固定している傾向が見られるほか、近年その傾向が高まっているケースも一部見られる

### 東京電力PG

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
架空送電工事	1位	A社	A社	D社	F社	A社	A社
	2位	D社	D社	A社	E社	F社	B社
	3位	E社	E社	B社	B社	C社	C社

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
地中送電66kV工事	1位	A社	D社	D社	A社	A社	A社
	2位	F社	B社	B社	A社	B社	B社
	3位	C社	E社	A社	B社	C社	C社

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
変電工事	1位	A社	A社	A社	A社	A社	A社
	2位	C社	C社	C社	C社	B社	B社
	3位	B社	B社	B社	B社	C社	C社

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
配電架線工事	1位	A社	A社	A社	A社	A社	A社
	2位	B社	C社	B社	B社	B社	B社
	3位	D社	B社	C社	C社	C社	C社

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
送電鉄塔	1位	C社	B社	C社	A社	A社	A社
	2位	B社	A社	A社	C社	C社	B社
	3位	A社	C社	B社	B社	B社	C社

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
送電電線	1位	A社	A社	A社	A社	A社	A社
	2位	B社	B社	B社	C社	B社	B社
	3位	F社	E社	D社	B社	B社	C社

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
地中送電154kV	1位	D社	A社	B社	A社	B社	A社
	2位	A社	C社	A社	C社	B社	B社
	3位	B社	B社	C社	B社	C社	C社

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
変電変圧器	1位	A社	B社	A社	A社	A社	A社
	2位	B社	A社	B社	B社	B社	B社
	3位	-	C社	C社	C社	C社	C社

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
変電遮断器GOB	1位	A社	A社	A社	C社	A社	A社
	2位	B社	B社	E社	B社	C社	B社
	3位	C社	E社	C社	E社	A社	C社

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
変電遮断器GIS	1位	A社	A社	A社	D社	A社	A社
	2位	-	D社	D社	A社	D社	C社
	3位	-	-	E社	-	B社	-

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
コンクリート柱	1位	C社	C社	C社	C社	A社	A社
	2位	D社	D社	D社	A社	B社	B社
	3位	E社	E社	E社	B社	C社	C社

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
アルミ電線	1位	A社	A社	B社	B社	A社	A社
	2位	B社	B社	A社	C社	C社	C社
	3位	C社	C社	C社	A社	B社	B社

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
柱上変圧器	1位	A社	A社	A社	A社	A社	A社
	2位	D社	D社	D社	D社	B社	B社
	3位	C社	C社	C社	C社	C社	C社

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
配電ケーブル	1位	E社	E社	E社	F社	F社	F社
	2位	B社	F社	F社	C社	D社	D社
	3位	A社	B社	C社	D社	C社	B社

【参考】

1. 消費者の視点から見た電気料金

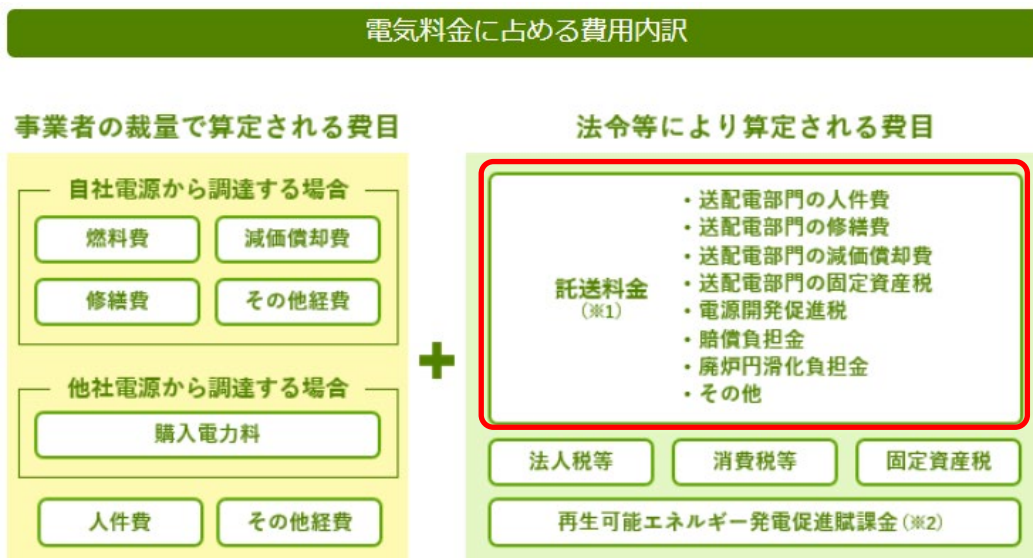
(1) 家庭向け電気料金の推移



出所：総務省消費者物価指数より作成

(2) 電気料金の内訳

【図表 1】

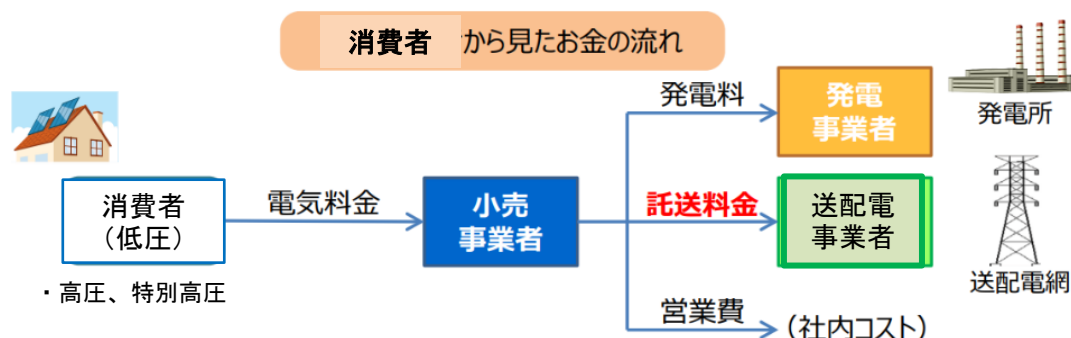


出所：資源エネルギー庁 HP 掲載資料を基に作成



- 託送料金は、電気を送る際に利用する送配電網の利用料金として、小売電気事業者を通じて、一般送配電事業者に支払うこととなる費用である。

【図表 2】



出所：資源エネルギー庁 HP 掲載資料を基に作成

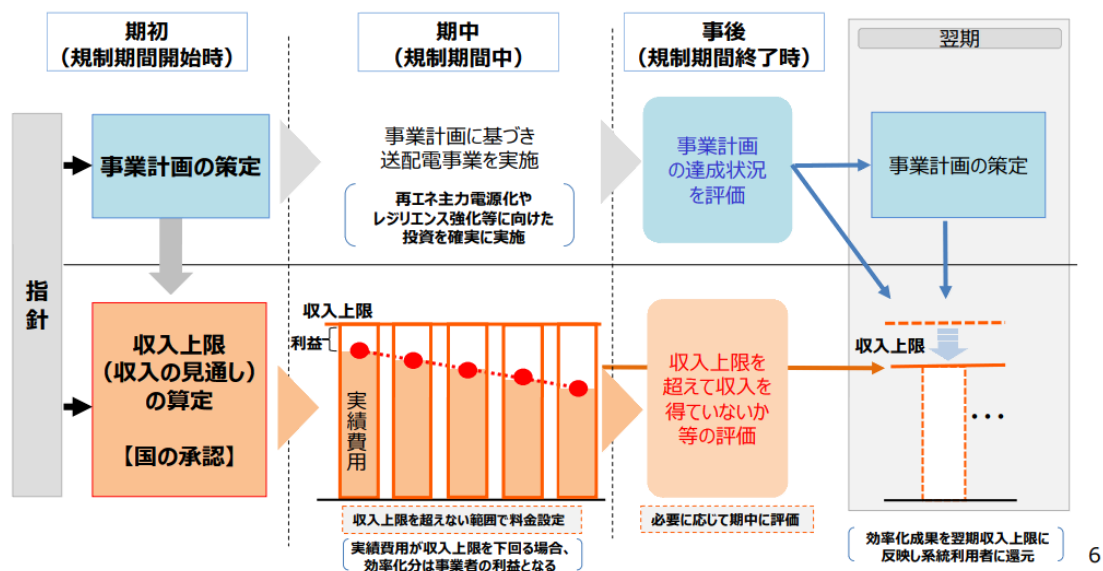
## 2. レベニューキャップ制度の全体像

- レベニューキャップ制度は、一般送配電事業者における必要な投資の確保（送配電網の強靱化）とコスト効率化を両立させ、再エネ主力電源化やレジリエンス強化等を図ることを狙いとしている制度である。規制期間中（5年間）、一般送配電事業者が承認を受けた収入上限（収入の見通し）を超えない範囲で柔軟に託送料金を設定できるものであり、実績費用が収入上限を下回る場合、一般送配電事業者の利益の一部とし、コスト効率化のインセンティブとするものである。

【図表 3】

### レベニューキャップ制度の全体像

- レベニューキャップ制度では、国が示した指針に沿って、一般送配電事業者が、一定期間に達成すべき目標を明確にした事業計画を策定し、実施に必要な費用をもとに収入上限を算定した上で、国に計画を提出する。
- 一般送配電事業者は、一定期間ごとに収入上限について承認を受け、その範囲で柔軟に料金を設定できることとする。



出所：電力・ガス取引監視等委員会説明資料より

- 託送料金に含まれる費用は、レベニューキャップ制度導入に当たり、「一般送配電事業者による託送供給等に係る収入の見通しに関する省令」に基づき、下記のとおり算定されることとなる。

【図表 4】

①第1区分費用 (OPEX 査定対象費用)	主に送変配電部門の人件費・委託費
②第2区分費用 (CAPEX 査定対象費用)	主に送変配電部門の新規投資に係る減価償却費及び固定資産税
③第3区分費用 (その他費用・廃炉等負担金)	その他費用、主に修繕費、託送料、固定資産除却費、離島供給費用、廃炉等負担金等
④次世代投資に係る費用	脱炭素化、レジリエンス強化、デジタル化、効率化等の便益をもたらす先進的な取組費用
⑤制御不能費用	主に送変配電部門の既存投資に係る減価償却費及び固定資産税、容量拠出金等の調整力の確保

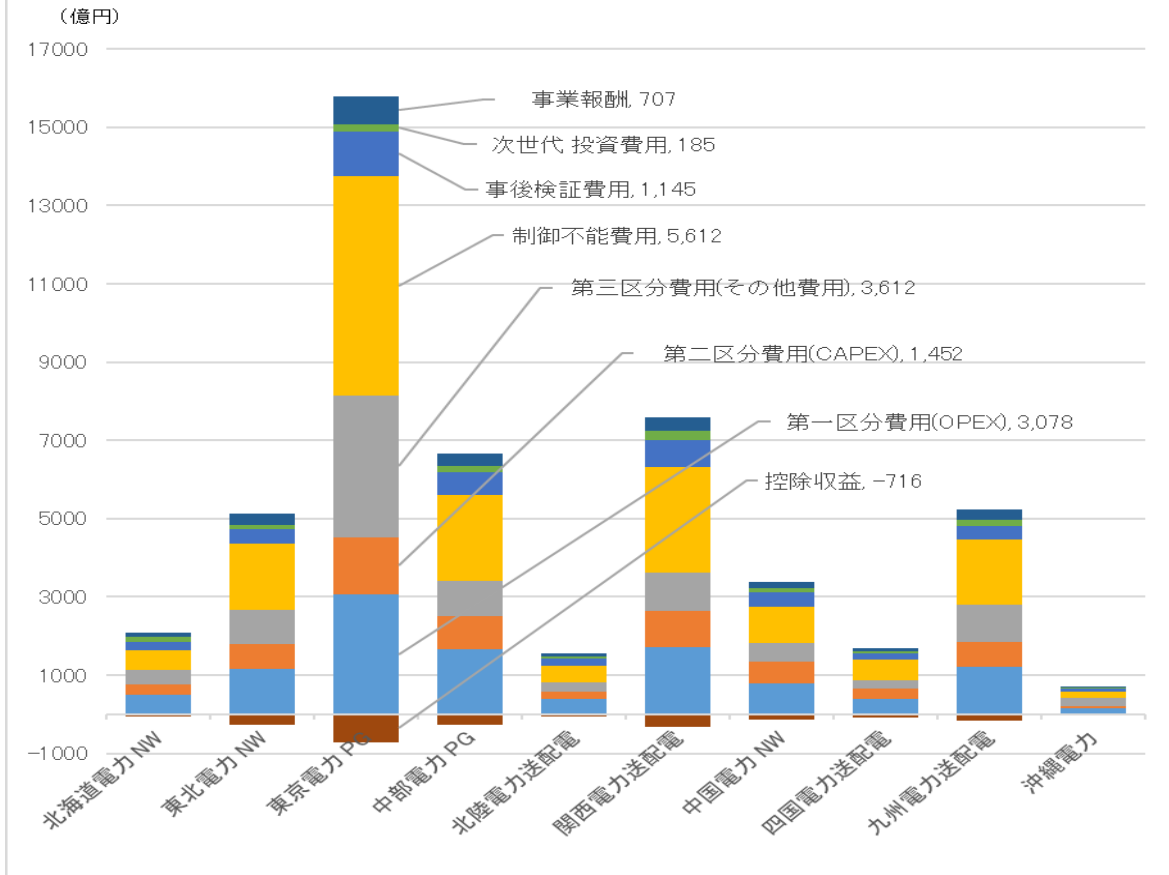
	に係る費用、賠償負担金相当金、廃炉円滑化負担金相当金、税金等
⑥事後検証費用	主に需給調整市場の調達費用等の調整力の確保に関する費用
⑦事業報酬	
⑧控除収益（▲）	主に電気事業雑収益

- 一般送配電事業者は、次に掲げる事業計画の策定が求められている。

【図表 5】

(1) 目標計画	
(2) 前提計画	
(3) 事業収入全体見通し	
(4) 費用計画	
①第1区分費用 (OPEX 査定対象費用)	⑤制御不能費用
②第2区分費用 (CAPEX 査定対象費用)	⑥事後検証費用
③第3区分費用 (その他費用・廃炉等負担金)	⑦事業報酬
④次世代投資に係る費用	⑧控除収益
(5) 投資計画	
①設備拡充計画 (連系線・基幹系統、ローカル系統、配電系統)	
②設備保全計画 (リスク量算定対象設備、リスク量算定対象外設備)	
③その他投資計画 (送配電設備以外の投資対応)	
④次世代投資計画	
(6) 効率化計画	

### 一般送配電事業者から提出された収入の見通し(令和4年7月)



出所：各社の提出様式、事業計画等により電力・ガス取引監視等委員会作成資料を基に作成

(単位：億円)

	北海道電力 NW	東北電力 NW	東京電力 PG	中部電力 PG	北陸電力 送配電	関西電力 送配電	中国電力 NW	四国電力 送配電	九州電力 送配電	沖縄電力	合計
第一区分費用(OPEX)	498	1,167	3,078	1,671	388	1,710	777	405	1,203	144	11,043
第二区分費用(CAPEX)	276	626	1,452	842	196	931	577	251	642	68	5,860
第三区分費用(その他費用)	360	871	3,612	898	225	991	478	226	962	204	8,827
制御不能費用	491	1,699	5,612	2,195	433	2,690	917	513	1,662	159	16,371
事後検証費用	226	360	1,145	588	195	692	358	157	329	88	4,137
次世代 投資費用	122	118	185	145	42	221	108	66	168	20	1,194
事業報酬	107	280	707	320	72	347	154	69	279	39	2,374
控除収益	-65	-274	-716	-274	-57	-309	-139	-87	-172	-8	-2,101
収入の見通し計	2,015	4,846	15,076	6,386	1,494	7,273	3,230	1,600	5,071	714	47,705

(出典) 各社の提出様式、事業計画等により電力・ガス取引監視等委員会事務局作成、億円未満を四捨五入

※各社の金額は、期制期間平均によるもの

- 電力・ガス取引監視等委員会は、一般送配電事業者から提出された事業計画について、料金制度専門会合において検証・審議を進めている（令和4年7月29日以降計13回開催）。なお、審議内容はインターネット中継で常時公開されている。

府消委第 175 号  
令和 4 年 11 月 28 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

答 申 書

令和 4 年 10 月 5 日付け消公協第 209 号をもって当委員会に諮問のあった、消費者利益を擁護する観点から、電気料金のうち、託送料金の妥当性について、下記のとおり答申する。

記

別添「電力託送料金の妥当性に関する公共料金等専門調査会意見」の内容を踏まえ、消費者利益を擁護する観点から、経済産業省に対応を求めるなど、消費者庁において必要な取組を進めることが適当である。

府消委第 180 号

令和 4 年 12 月 13 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

答 申 書

令和4年11月30日付消食表第526号をもって諮問のあった、食品表示基準（平成27年内閣府令第10号）一部改正について、下記のとおり答申します。

記

食品表示基準（平成 27 年内閣府令第 10 号）の一部改正について、諮問された改正案（別添）のとおりとすることが適当とする。

○内閣府令第 号

食品表示法（平成二十五年法律第七十号）第四条第一項の規定に基づき、食品表示基準の一部を改正する内閣府令を次のように定める。

令和四年 月 日

内閣総理大臣 岸田 文雄

食品表示基準の一部を改正する内閣府令

食品表示基準（平成二十七年内閣府令第十号）の一部を次のように改正する。

次の表により、改正前欄に掲げる規定の傍線を付し又は破線で囲んだ部分をこれに順次対応する改正後欄に掲げる規定の傍線を付し又は破線で囲んだ部分のように改め、改正後欄に掲げるその標記部分に二重傍線を付した項を加える。



改正後

改正前

<p>[略]</p>	<p>(任意表示)                  第七条 食品関連事業者が一般用加工食品を販売する際に、次の表の上欄に掲げる表示事項(特色のある原材料等に関する事項)にあつては、酒類を販売する場合、食品を製造し、又は加工した場所で販売する場合及び不特定又は多数の者に対して譲渡(販売を除く。)する場合を除く。)が当該一般用加工食品の容器包装に表示される場合には、同表の下欄に定める表示の方法に従い表示されなければならない。</p> <p>特色のある原材料等に関する事項</p> <p>1 特定の原産地のもの、有機農産物(有機農産物の日本農林規格(平成十七年農林水産省告示第千六百五号)第三条に規定するものをいう。)、有機畜産物(有機畜産物の日本農林規格(平成十七年農林水産省告示第千六百八号)第三条に規定するものをいう。)、有機加工食品(有機加工食品の日本農林規格(令和四年財務省・農林水産省告示第十八号)第三条に規定するものをいう。)</p> <p>2 一・二 [略]</p>	<p>(任意表示)                  第七条 食品関連事業者が一般用加工食品を販売する際に、次の表の上欄に掲げる表示事項(特色のある原材料等に関する事項)にあつては、酒類を販売する場合、食品を製造し、又は加工した場所で販売する場合及び不特定又は多数の者に対して譲渡(販売を除く。)する場合を除く。)が当該一般用加工食品の容器包装に表示される場合には、同表の下欄に定める表示の方法に従い表示されなければならない。</p> <p>特色のある原材料等に関する事項</p> <p>1 特定の原産地のもの、有機農産物(有機農産物の日本農林規格(平成十七年農林水産省告示第千六百五号)第三条に規定するものをいう。)、有機畜産物(有機畜産物の日本農林規格(平成十七年農林水産省告示第千六百八号)第三条に規定するものをいう。)、有機加工食品(有機加工食品の日本農林規格(平成十七年農林水産省告示第千六百六号)第三条に規定するものをいう。)</p> <p>2 一・二 [同上]</p>
<p>[同上]</p>	<p>(任意表示)                  第七条 食品関連事業者が一般用加工食品を販売する際に、次の表の上欄に掲げる表示事項(特色のある原材料等に関する事項)にあつては、酒類を販売する場合、食品を製造し、又は加工した場所で販売する場合及び不特定又は多数の者に対して譲渡(販売を除く。)する場合を除く。)が当該一般用加工食品の容器包装に表示される場合には、同表の下欄に定める表示の方法に従い表示されなければならない。</p> <p>特色のある原材料等に関する事項</p> <p>1 特定の原産地のもの、有機農産物(有機農産物の日本農林規格(平成十七年農林水産省告示第千六百五号)第三条に規定するものをいう。)、有機畜産物(有機畜産物の日本農林規格(平成十七年農林水産省告示第千六百八号)第三条に規定するものをいう。)、有機加工食品(有機加工食品の日本農林規格(平成十七年農林水産省告示第千六百六号)第三条に規定するものをいう。)</p> <p>2 一・二 [同上]</p>	<p>(任意表示)                  第七条 食品関連事業者が一般用加工食品を販売する際に、次の表の上欄に掲げる表示事項(特色のある原材料等に関する事項)にあつては、酒類を販売する場合、食品を製造し、又は加工した場所で販売する場合及び不特定又は多数の者に対して譲渡(販売を除く。)する場合を除く。)が当該一般用加工食品の容器包装に表示される場合には、同表の下欄に定める表示の方法に従い表示されなければならない。</p> <p>特色のある原材料等に関する事項</p> <p>1 特定の原産地のもの、有機農産物(有機農産物の日本農林規格(平成十七年農林水産省告示第千六百五号)第三条に規定するものをいう。)、有機畜産物(有機畜産物の日本農林規格(平成十七年農林水産省告示第千六百八号)第三条に規定するものをいう。)、有機加工食品(有機加工食品の日本農林規格(平成十七年農林水産省告示第千六百六号)第三条に規定するものをいう。)</p> <p>2 一・二 [同上]</p>

別表第十四（第三条関係）

えび  
かに  
くるみ  
小麦  
そば  
卵  
乳  
落花生

別表第十八（第三条、第十八条関係）

形質	加工食品	対象農産物
高リシン 〔略〕	1 とうもろこしを主な原料とするもの（上欄に掲げる形質を有しなくなったものを除く。） 2 1に掲げるものを主な原材料とするもの	とうもろこし
エイコサペンタエン酸（EPA） （産生） ドコサヘキサエン酸（DHA） 産生	1 なたねを主な原材料とするもの（上欄に掲げる形質を有しなくなったものを除く。） 2 1に掲げるものを主な原材料とするもの	なたね

別表第十四（第三条関係）

えび  
かに  
「項を加える。」

小麦  
そば  
卵  
乳  
落花生

別表第十八（第三条、第十八条関係）

形質	加工食品	対象農産物
高リシン 〔同上〕	1 とうもろこしを主な原料とするもの（上欄に掲げる形質を有しなくなったものを除く。） 2 1に掲げるものを主な原材料とするもの	とうもろこし
〔新設〕		

## 附 則

### (施行期日)

第一条 この府令は、公布の日から施行する。

### (経過措置)

第二条 この府令の施行の日から令和七年三月三十一日までに製造され、加工され、又は輸入される加工食品（業務用加工食品を除く。）及び同日までに販売される業務用加工食品の表示については、この府令による改正後の食品表示基準別表第十四の規定にかかわらず、なお従前の例によることができる。

府消委第 9 号  
令和 5 年 1 月 20 日

内閣総理大臣 岸田 文雄 殿

消費者委員会委員長 後藤 巻則

答 申 書

令和 5 年 1 月 19 日付け消取引第 75 号をもって当委員会に諮問のあった特定商取引に関する法律施行令（昭和 51 年政令第 295 号）及び預託等取引に関する法律施行令（昭和 61 年政令第 340 号）の改正を行うことについては、特定商取引に関する法律（昭和 51 年法律第 57 号）並びに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（令和 3 年法律第 72 号）による特定商取引に関する法律及び預託等取引に関する法律（昭和 61 年法律第 62 号）の改正の趣旨に鑑み妥当であり、その旨答申する。

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】

### 1. 総論

特定商取引法等における契約書面等の電子化については、法律、政令、府省令及びガイドラインを一体に運用することが重要である。そのため、法施行に向け、法令改正に伴う制度の変更点について消費者に分かりやすくかつ丁寧に説明すること。また、法施行後においては、書面の交付と電磁的方法による提供との違いや、年齢等の消費者の属性にも着目して、消費者被害について把握し、法施行前後での比較を含めた分析を行い、その結果等も踏まえ必要に応じ見直しも含めて検討すること。

### 2. 各論

「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。以下「建議」という。）の建議事項1「（1）消費者の承諾の取得の実質化」及び「（3）クーリング・オフ期間の起算点の明確化と承諾の取得に関する立証責任」について、政令改正案<sup>1</sup>及び府省令改正案<sup>2</sup>において適切に手当てがなされていることや、

- ・電磁的方法による提供の承諾を得たときは、原則として当該承諾を得たことを証する書面を消費者に交付することを事業者に義務付けしている点
  - ・電磁的方法により提供した書面記載事項が消費者に到達していることを確認することを事業者に義務付け（以下「到達確認義務」という。）している点
- 等、建議を上回る手当ても行っていることなどは評価できる。

その上で、建議事項1「（2）電磁的方法による提供の具体的方法」<sup>3</sup>に関し、府省令改正案の一部について、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報告書」（令和4年10月6日）の内容と比較しても消費者保護の観点から配慮を要すべき点があることから、以下の事項について、特に留意すべきである。

---

<sup>1</sup> 「特定商取引に関する法律施行令及び預託等取引に関する法律施行令の一部を改正する政令案」

<sup>2</sup> 「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」及び「預託等取引に関する法律施行規則の一部を改正する内閣府令案」

<sup>3</sup> （2）では、「契約書面等の内容が消費者にとって重要なものであることが確実に分かるよう、できる限り書面と同様に、一覧性を保った形で閲覧可能であり、かつ、消費者にとって容易に保存可能であること」と指摘した。

(1) 電子計算機の種類等について

電子計算機の種類<sup>4</sup>等について、消費者の理解が得られるよう丁寧な説明を行うとともに、法施行後においては、電子計算機の種類等にも着目して、消費者被害について把握し、法施行前後での比較を含めた分析を行い、その結果等も踏まえ必要に応じ見直しも含めて検討すること。

(2) クーリング・オフ等の重要事項について

クーリング・オフ等の重要事項がぜい弱性等を抱える消費者も含めた全ての消費者に伝わるよう、クーリング・オフに係る事項について電子計算機の画面に分かりやすく目立つように表示すべきことをガイドラインに示すこと。併せて、その重要性を消費者が認識できるようにするため、ガイドラインに示す事項や到達確認義務について事業者に対して十分に周知すること。

なお、消費者庁は、本附帯意見への対応状況について、求めに応じて消費者委員会に説明すること。

(以 上)

---

<sup>4</sup> パソコン、タブレット型端末、スマートフォン等、電磁的方法により提供される書面記載事項を閲覧するために必要な電子計算機の種類

府消委第 28 号  
令和 5 年 3 月 3 日

内閣総理大臣 岸 田 文 雄 殿

文部科学大臣 永 岡 桂 子 殿

消費者委員会  
委員長 後 藤 卷 則

消費者教育の推進に関する法律第 9 条第 7 項の規定に基づく  
「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の変更について

令和 5 年 2 月 24 日付け消教推第 64 号及び 4 文科教第 1512 号をもって当委員会に意見を求めた「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の変更案については、消費者教育の推進に関する法律（平成 24 年法律第 61 号）の趣旨に鑑み妥当であり、その旨回答する。

以上