平成25年5月16日

消費者庁消費者政策課
御中

「消費者基本計画」の見直しに対する意見

公益社団法人
日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会
消費者提言特別委員会（通称 ＮＡＣＳ）
〒152-0031東京都目黒区中根2丁目13番18号
第百生命都立大学駅前ビル
電話03-3718-4678（代）fax03-3718-4015
eメール advisor-consultant@nacs.or.jp

現在、「消費者基本計画」の見直しに対する意見が募集されています。消費者基本計画は消費者政策全般にわたるものですが、その中のいくつかの項目について意見を述べさせていただきます。

項目	施策番号	公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 消費者提言特別委員会意見
今年度の意見募集方法について		平成23年および24年は「消費者基本計画」の見直しのみならず「具体的施策の実施状況に関する検証および評価」についても意見募集の対象でしたが、今年は、「消費者基本計画」の見直しについてのみの意見募集となっており、「具体的施策」については「施策別整理表」として参考資料の扱いになっていますが、従来同様両者を対象とすべきであると考えます。 パブリックコメントは、国の行政機関が政令や省令等を定めようとする際に、事前に、広く一般から意見を募り、その意見を考慮することにより、行政運営の公正さの確保と透明性の向上を図り、国民の権利利益の保護に役立てることを目的としており、行政手続法第38条を根拠としています。現在、政令等でなくても広くパブリックコメントが実施されており、国民が広く行政機関の取り組みに対する国民の声を反映することができる貴重な機会と考えます。消費者基本計画は消費者に関わる施策であり、その実施状況の検証・評価は国民にとって重要な関心事であると考

		えます。
「施策別整理表（具体的施策の実施状況）」について		「施策別整理表」は「実施状況」を記載されていますが、平成23年および24年の「平成 23 年度の具体的施策の実施状況に関する検証及び評価の結果」で行われていた「評価」及び「消費者基本計画の見直しに向けての考え方」は示されていません。したがって、この「施策別整理表」は施策の実施という事実のみを示すものであり、「消費者基本計画」に求められている「『消費者基本計画』の検証・評価・監視」としての役割を満たすものとはいえません。
「消費者基本計画」の具体的施策の記載について		今年度の実施内容について「～します」という形式で記載しており、これまでの実施内容や程度との関係が見えないため、これから具体的に何を変えようとしているのかが見えません。「『消費者基本計画』の検証・評価・監視」に「施策の実施についての工程を明確化します」と記載されていることを実現する記載方法も考えられます。
検証・評価基準について		「消費者基本計画」には「『消費者基本計画』の検証・評価・監視」のなかで、検証・評価を行うに当たっては、「分かりやすい基準」を導入することが求められていますが、いまだ実現されているとは言い難いです。消費者政策については検証・評価基準を策定することは難しいですが、消費者政策に関わる多くの人たちの協力を得て、検証・評価基準を策定する努力が必要であると思います。
重点施策 ①重点施策の策定		具体的施策が非常に多いことから優先的に取り組む必要のあるものを重点施策として策定する考え方は評価します。
重点施策 ②三項目の分け方		なぜこの三項目なのでしょうか。特に「消費者の自助・自立の促進を図る『消費者力向上の総合的支援』」に掲げられている九項目は必ずしも表題の項目にふさわしいものとはいえないように思われます。「消費者基本計画」には「消費者政策の基本的方向」について「１．消費者の権利の尊重と消費者の自立の支援」、「２．地方公共団体、消費者団体等との連携・協働と消費者政策の実効性の確保・向上」、「３．経済社会の発展への対応」として設定していることから、従来の消費者政策との関連においてこれらの重点施策を組み込むことで消費者政策を戦略的に進めていくことができると考えます。

重点施策 ③重点施策と個別の施策との関係の整理		重点施策は従来の個別の施策と関連しているものも少なくなく、従来の施策に追加する形で設定されているため、従来の施策と重点施策の関係がわかりにくくなっています。これは、従来から多い具体的施策をさらに増加させてしまう結果になりかねません。従来の施策を整理して重点施策として落とし込むことが必要であると考えます。 また、前年度の具体的施策内容とその検証・評価結果をふまえた計画が立てられるべきです。このことは、どの施策にも共通することですが、特に重点施策としたものについては、その重要性を鑑みて、適切な個別施策の計画と成果を求められるもののはずです。施策の進捗管理も精緻に行うべきと考えます。
施策を絞る必要性		消費者基本計画には非常に多くの具体的施策が設定されています。人も資金も限られることから、優先的に取り組む施策、あるいは類似の施策をまとめるなど、工夫によって施策を絞って効果的な施策の実現を望みます。
新規項目の設定		今回、新規に追加された施策がいくつか見られますが、いずれもその説明が記載されていません。また、現在、具体的施策の検証・評価基準が明確化されていないことから、施策の成果が見えにくいものが多いです。施策の成果をモニタリング・検証することを新規の施策として設定することで「検証・評価基準」の明確化と同時に施策の成果を図る取り組みになると考えます。
消費者の安全･安心の確保	2	消費者庁には国民に対して情報配信サービスの仕組みがありません。唯一あるのが「子ども安全メール」です。他省庁のようにメールによる情報提供システムの構築を望みます。また、施策等に関する意見・要望をメールで受付ける仕組みもありません。合わせて望みます。
消費者の安全･安心の確保	2	消費者団体の活動推進のためにも、PIO－NET 端末の消費者団体へ早期配置を希望します。
消費者の安全･安心の確保	5・6	消費者への情報提供をどのような方法で行うのか、明らかではありません。国民生活センターや消費者庁のＨＰでは、消費者被害や事故情報の一部を発表し注意喚起していますが、年間９０万とされる相談件数のうち、まだ広く知らされていない情報は多くあるはずです。ＰＩＯＮＥＴに集められた情報を集約し、消費者被害の発生の状況を把握したうえで、それらをどのような方法で情報を消費者に届けるのか明確にして欲しいです。 消費者センターや、市民センター、地域の自治会などでの講座

		の他に、地方自治体が発行する広報誌を利用するなどが考えられます。地域のセンターなどに出向くことができない高齢者にも情報が届くような手段と配慮が必要です。 　新聞やテレビ、ラジオなどの広報媒体を上手く使うなどして、繰り返し消費者に注意喚起を行うことが必要と考えます。 　商品テスト情報に関しては、まだまだ実施件数が少ないように感じます。タイムリーな情報提供が実施されることを期待します。
消費者の安全･安心の確保	7	消費者被害の発生・拡大を防止し、消費生活の安全を確保するための省庁横断的な緊急時の対応として、重大な被害の場合は新聞やテレビ等マスコミを利用して国民に迅速に周知するなど、同じ被害の発生を防ぐための注意喚起が必要です。
消費者の安全･安心の確保	11	首から提げるだけでウイルスなどを除菌できるとした「ウイルスプロテクター」の消費者被害が今も起きています。化学製品の危険有害性が消費者に正確に伝わっていない結果の消費者被害と思われます。2003 年７月、国際連合から勧告されましたＧＨＳという化学品の分類及び表示に関する世界調和システムに関して、国民にまだ周知されていない状況と思われます。利用促進及び普及啓発を施策に掲げていますが、消費者向けの啓発も早急に進めるべきです。
食の安全･安心を確保するための	23	リスク評価機関の機能強化や、リスク管理機関を一元化した「食品安全庁」の検討に関しては、国のＴＰＰ（環太平洋経済連携協会）交渉が進む中、輸入食品の増加も予想されます。消費者の安全・安心を確保するため食品安全庁の新設を希望します。
消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	42	「民法（債権関係）改正」の議論は、内容が多岐に亘り、まだまだ時間がかかりそうです。まずは、消費者契約法の不招請勧誘の禁止、適合性原則の導入など、消費者契約法の改正議論は、消費者庁が主体的に取り組むべきです。
消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	43	関係省庁における執行状況の公表に関しては、消費者庁ホームページに掲載されていることは評価します。ただ、司令塔として消費者庁は、各省庁への取り組みに対する働きかけの強化が必要です。
消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	60	未公開株、社債、ファンド取引等の詐欺的商法に対して情報収集から取り締まりまでを一貫して、かつ迅速に行う体制作りを早急に行うことに賛成です。 　この種の事業者は無登録、無届で一定期間募集を行い、ある程

		度資金を集めた段階で連絡が取れなくなると言った手法が常套手段です。ここ数年、このような業者が、複数の業者を装って、勧誘されている商品が特別で希少価値のあるようなものと錯覚させる劇場型の勧誘方法をとり、高齢者を中心に被害が多発しています。金融庁では悪質業者の実名を公開していますが、一般国民に周知されるまでには至っていません。早急な被害救済とより実効的な情報提供・注意喚起により被害の未然防止・拡大防止がされることを望みます。
消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	60-2	CO２排出権取引への投資に係る諸問題について、相談の実態や類似の取引に対する規制の状況を踏まえ、効果的かつ早急な対策を希望します。 最近、消費者相談の窓口にもCO２排出権への投資に関する相談が増えています。被害者の多くは高齢者で、販売目的を告げられないまま来訪を受け、何度か訪問を受けるうちに断り切れず、契約の内容もよく理解できないまま、老後資金として蓄えていたお金を投資し、わずかな期間でほとんどの投資資金を失ってしまう事例もあります。契約内容はCO２排出権取引そのものではなく、CO2の排出権のCFD取引を行うものです。消費者が業者の保証金を預け業者がその何十倍もの取引を行う証拠金取引であり、また、欧州の市場などで実際に取引されているユーロ建てのCO2排出権の価格市場をもとに取引されるとされているので、為替変動も受けることから、投資経験のない高齢者には仕組みを理解することは困難な取引と思われます。 また、CO２排出権取引は商品先物法の指定商品でもなく、金融商品取引法の金融商品・金融指標にも含まれないため、取扱業者には届出義務も登録義務もなく、実際に業者が注文通りの取引を行っているのか、取引実態があるのかも消費者が知ることは困難であるのが実態です。 以上の理由から、早急に被害実態を調査し、早急に効果的な対策を図ることが必要と思われます。
消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	70	特定の産地への風評被害を避けるためにも、特定の原産地を避けるためでなく、特定の原産地を選ぶための原料原産地の表示の拡大を希望します。また、万一の事故発生時に、拡大被害防止のためにトレーサビリティー機能が必要だと考えます。

消費者に対する啓発活動の推進と消費生活に関する教育の充実	87	消費者教育を　各ライフステージにおいて　効果的に実施するとして、関係省庁、学識経験者、消費者団体、教育関係者で構成された消費者教育推進会議を開催し体制つくりをされるとあります。高齢者、子育て中の母親などに対しては、草の根的に啓発活動を行っている消費者団体に属さないいわゆる市民講師、その実施の場が高齢者のサロン、子育てサロンであるため、連携が密な福祉関係者（社会福祉協議会や民生委員協議会）の意見も聴取してすすめていただきたく要望します。また町内会、学校等で市民講師が消費者教育を実施する際には　いわゆる安全(セイフティ)教育の一環として、警察と連携して実施することが少なくありません。 地域警察との連携も視野にいれて、消費者教育を考えていただきたく思います。
消費者に対する啓発活動の推進と消費生活に関する教育の充実	87	「小学生から大学生、そして成人に至るまでの各ライフステージに応じた消費者教育」となっていますが、社会人に対する消費者教育も入れることが必要であると考えます。
消費者に対する啓発活動の推進と消費生活に関する教育の充実	96	金融経済教育について、「金融経済教育の内容を消費者教育の内容に盛り込むこと」や「金融経済教育と連携した消費者教育を推進する」ことが追加されている点は評価します。
消費者に対する啓発活動の推進と消費生活に関する教育の充実	106・106-2	成年後見制度の活用は望ましいが、その担い手である専門家後見人が不足している現状も踏まえ、従事する専門家のすそ野を広げることも必要と考えます。
地方公共団体への支援・連携	121・122	④及び⑤は引き続き検討しますとなっていますが、いつまで検討するのか、期限を明示してほしいと思います。なお、「継続的に実施する」と「引き続き実施する」との文言の違いが分かりにくいので、分かりやすい書き方を希望します。
消費者団体等との連携	128・129	消費者団体の活動推進のためにも、PIO－NET 端末の消費者団体への早期配置を希望します。PIO－NET 端末に集められた相談事例などの情報は、国民の財産ではないでしょうか。当協会では、消費者相談・ＡＤＲを行っておりますが、PIO-NET は重要な情報と考えます。この制度については充分留意しながらも団体の活動が円滑にできるよう、早急な検討を望みます。 消費者団体が行う公益的な活動についての育成・支援の在り方の検討をすすめ、早急に具体化、実現して下さい。

事業者や事業者団体による自主的な取組の促進	131・132	消費者の安全・安心な生活の確保のためには健全な事業者の存在が欠かせません。事業者や事業者団体の支援育成の強化にも努めて、消費者行政の司令塔機能を果たして下さい。
行政組織体制の充実・強化	136	地元の消費生活センターをご存じない相談機関の担当者も散見しています。他の相談機関との情報交換の場も必要だと痛感しています。消費者庁が核になって取組んでください。
高度情報通信社会の進展への的確な対応	160	電気通信分野において、「電気通信サービスの利用者の利益の確保・向上の関する提言」を受けて、電気通信サービス向上推進協議会が策定した「電気通信事業者の営業活動に関する自主基準」を踏まえて、電気通信事業者及び代理店による勧誘の適正化を推進する事、又実際に一定期間内に状況が改善されない場合、必要な措置を検討し、確実に実行するとのことですが、切に実効性のある対応を要望いたします。 電気通信サービス向上推進協議会の自主基準では、「勧誘に際しての説明義務」「適合性を考慮した説明」「再勧誘の禁止」「不実告知、故意の事実の不告知の禁止」「申込の撤回」等について細部まで定めていますが、相談現場には「訪問販売において、断ったにもかかわらず再度訪問して、事実と異なる説明をうけ契約をさせられた」「通信速度がいまより速くなる、との説明を受け契約したが、実際にははるかに遅い速度だった。すぐに解約したいと告げたが、高額な解約料を請求された」などの苦情が入っています。特に苦情の多くは、代理店による勧誘の場合が多く、事業者の代理店への適切な指導を希望します。 電気通信は日進月歩で進歩し、契約内容も複雑でわかりにくいのが実情です。ただでさえ分かりにくい契約内容ですので、適合性等を考慮した勧誘の適正化の推進を要望します。

以上