

「消費者基本計画工程表」素案に関する意見

意見No.	氏名・法人名	職業（差し支えない範囲で御記入ください。）	対象箇所			ページ番号	意見（複数の箇所に御意見のある場合などは分けて記載いただき、1行につき1意見を記載してください。）
1	(公社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント相談員協会 消費者提言特別委員会		全体				「今後の取組予定」は、5年間の年度毎の予定と思いますが、ほとんどが、5年間をひとくりに記載されています。段階的な評価、検証に基づく推進が予定されていないということでしょうか。「工程表」の態をなしていない。日々のモニタリングでは結果が見えないので、長期的に取り組むべき達成目標に対して、方策を立てて、定期的にモニタリングする指標を確認しつつ、工程（方策）を見直していくのが、工程表の役割。現状の工程表では、5年後に目標が達成できなかった場合に、どこを見直すべきなのかといった検証ができないのではないのでしょうか。
2	(公社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント相談員協会 消費者提言特別委員会		全体				II工程表の構成について【補足2】高度情報通信社会の進展により、AI、IoT、ビッグデータ等を活用した商品・サービスが普及する中、本工程表においても、これらに関連する施策を位置付けている、とありますが、全体に具体的な施策が見られないのではないのでしょうか。今後5年間にAI、IoT等は著しく発展し、消費者に対するサービスも多く変化すると思われます。消費者がとり残されないためにも、関連する消費者教育等も必要と思います。
3	(公社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント相談員協会 消費者提言特別委員会		全体				各施策に対する予算も付記してください。
4	(公社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント相談員協会 消費者提言特別委員会		I	(1)		1ページ	事故の未然防止のための取組ア、身近な化学製品等に関する理解促進
5	(公社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント相談員協会 消費者提言特別委員会		I	(1)		15ページ	オ 道路運送車両法に基づく自動車のリコールの迅速かつ着実な実施
6	(公社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント相談員協会 消費者提言特別委員会		I	(1)	④	30ページ	オ 食品中の放射性物質に関する消費者理解の増進
7	(公社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント相談員協会 消費者提言特別委員会		I	(2)	①	37～38ページ	特定商取引法等の法執行
8	(公社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント相談員協会 消費者提言特別委員会		I	(2)	①	38ページ	特定商取引法等の法執行
9	(公社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント相談員協会 消費者提言特別委員会		I	(2)	①	38ページ	商品やサービスに関する横断的な法令の厳正な執行、見直しア、特定商取引法等の執行強化等
10	(公社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント相談員協会 消費者提言特別委員会		I	(2)	②	46ページ	商品やサービスに応じた取引の適正化ア電気通信サービスに係る消費者保護の推進
11	(公社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント相談員協会 消費者提言特別委員会		I	(2)	②	57ページ	商品やサービスに応じた取引の適正化 サ住宅リフォーム等における消費者保護

12	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会	I	(2)	②	商品やサービスに応じた取引の適正化 美容医療サービス等の消費者被害防止	59ページ	消費者庁の取組として、一定の美容医療契約が特定継続的役務提供として特定商取引法の規制対象とされたことは評価できますが、省令の施行規則で定める「方法」が限定的過ぎると思います。今後、PIO-NETで挙げられている事例なども十分考慮し、省令の施行規則の定める「方法」について再考し、修正していくことを盛り込むことも必要と考えます。
13	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会	I	(2)	⑤	食品表示による適正な 情報提供及び関係法令の 厳正な運用	73～75ページ	今回の素案では、ゲノム編集食品は野放しにされる可能性が高く、遺伝子操作された作物が何も表示されることなく食卓に並ぶことになり不安です。ゲノム編集は、別の遺伝子を挿入する方法と、切断して遺伝子の働きを壊す方法の2つがあると理解しています。遺伝子を挿入する方法で開発した食品は規制の対象とし、遺伝子組み換え食品と同様に厚生労働省の安全審査が必要となりました。しかし、遺伝子を切断して遺伝子の働きを壊す方法は、自然に起こる突然変異や従来の品種改良と見分けがつかないという理由で規制の対象外とされています。ゲノム編集食品であることが消費者にわかる表示をするようにしてください。消費者にとって知る権利・選択する権利を確保するため表示の義務化を検討してください。
14	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会	I	(2)	⑤	ア 食品表示制度の適切な 運用等	74ページ	食品アレルギーの対象品目の見直しは迅速な対応が必要と考えます。これまでの3年毎に実施している実態調査が3年毎で良いのか、方法はこれまで通りで良いのかなど、抜本的な見直し（たとえばビッグデータの活用）が必要と思います。そういったことを計画するのが工程表を作成する意義だと思いますし、資源を投入する価値があると思います。
15	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会	I	(2)	⑥	詐欺等の犯罪の未然防止、 取締り「架空請求対策パッケージ」 の推進等による被害防止	82ページ	「①悪質事業者から消費者への接触防止のための取組」の中に、「郵便事業者への消費者への注意喚起の要請」を追加してください。この10年間ほど、郵便ハガキを使用した架空請求が後を絶ちません。郵便事業者が、管内の消費者への啓発チラシ配布や啓発ポスターの店内掲示など、消費者への注意喚起をする事での接触防止の効果は大きいと考えます。
16	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会	I	(2)	⑥		82ページ	迷惑電話防止機能や録音機能のついた機器を消費者に知ってもらい、使用を促進させるために
17	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会	I	(2)	⑨	情報通信技術の活用拡大と 消費者被害の防止の両立 ア 特定商取引法の通信販売 での不法行為への対応	100ページ	KPIの目標で、「悪質事案に対して迅速かつ厳正に対処 特定商取引法等の厳正かつ適切な執行」と掲げられていますが、昨年度の同法の執行では、同様な悪質事業者への措置内容に一貫性が見られない事案があるように思いました。今後は、より客観性を重視した法執行をすることを加筆していただければと思います。
18	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会	I	(3)	①	成年年齢引き下げを見据えた 総合的な対応の推進	108ページ	成年年齢引き下げの対応について、文科省の具体的な取組が必要であると思います。中学校・高校での、消費者教育の充実は文言として記載すべきではないでしょうか。
19	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会	I	(4)	①	消費者団体訴訟制度の 推進	119ページ	適格消費者団体の活動の支援を、民間基金や寄付、「地方消費者行政強化交付金」の活用等と記載がありますが、現状はそのいずれの支援も大変厳しい状況です。国の予算として、別個に計上し支援をする方向性も示していただきたいと考えます。本制度を効果的に定着させるためにも、「地方消費者行政強化交付金」等も新規に設立される適格消費団体だけでなく、現在活動中の団体への活用の検討もお願いしたい。
20	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会	II	(1)	①		130ページ	関係省庁の取組：環境教育等とも連携した学校給食における食品ロス削減を含む3R推進の取組を推進する。【環境省】 カフテリア方式や弁当持参の学校があることから、学校給食等とするべき。また、家庭での食事も追記する必要があると考えます。 ↓ 環境教育等とも連携した学校給食等及び家庭での食事における食品ロス削減を含む3R推進の取組を推進する。【環境省】
21	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会	II	(1)	①		131ページ	「関係省庁の取り組み」の最後。「賞味期限内にもかかわらず、様々な理由により食品関連事業者による販売が困難となった加工食品などの」ところの「様々な理由」とは、何ですか？その理由を解決しないと、ロスは減らないのではないでしょうか。
22	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会	II	(1)	①		131ページ	「災害備蓄食料の更新」や「販売が困難となった加工食品」をフードバンク活動や無償で提供する取組に対して支援をすることは、否定はしませんが、まずは、一人ひとりが食べ物を最後まで食べる責任を果たすということが一番先に考えるべきではないでしょうか。フードバンクなど支援を目的とする活動は、ロスを減らすためにあるのではないかと思います。支援を第一の目的に賞味期限内のものを届けるということが大事だと思います。
23	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会	II	(1)	①		131ページ	・商品を手前から取る、野菜や果物を触りまくって商品を傷めない、野菜を半分や1/4で足りる時は1個買いをしないなどを推進する必要があることから、下記を追記する必要があると考えます。 ・商品購入時における食品ロス削減に向けた消費者の行動変容を促す取組の推進。【消費者庁、関係省庁】

24	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会	II	(1)	①	131ページ	フードバンクの必要性を、食品ロス削減という観点からだけではなく、SDGsの「貧困をなくそう」 「飢餓をゼロに」といった目標に絡めて、その必要性を事業者や消費者に説明することが必要です。 廃棄処分となるものだけではなく、必要な食品を寄付等で集めているところもあり、ニーズの把握を踏まえた支援を行っていただきたいと思います。
25	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会	II	(2)	①	136ページ	脱炭素社会づくりは喫緊の課題であり、電力自由化により消費者自身が「再生可能エネルギーの選択」や「省エネルギー」に取り組むとともに、RE100など「脱炭素」に積極的に取り組む企業の商品・サービスを消費者が選択することで、企業の「脱炭素」「再生可能エネルギーへのシフト」を応援していくべきです。
26	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会	II	(2)	①	136ページ	脱炭素社会づくりは喫緊の課題です。環境省のみで幅広い国民にアプローチすることは難しく、消費者庁も担当省庁に参画し、消費生活センターなどと連携し「Cool Choice」キャンペーンのツールを活用していくべきと考えます。 一方、「Cool Choice」キャンペーンには、「再生可能エネルギーを選択しよう」というアクションが全く盛り込まれていないことが問題です。電力自由化の結果、消費者も電力の選択ができるようになった現状をふまえ、再生可能エネルギーへのシフトも推進していくべきです。
27	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会	II	(2)	②	138ページ	プラスチックごみの削減は環境省のみで幅広い国民にアプローチすることは難しく、消費者庁も担当省庁に参画し、消費生活センターなどと連携し「プラスチック・スマート」キャンペーンのサイトなどを活用しながら、取り組みを拡大していくべきと考えます。
28	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会	II	(2)	②	138ページ	② 海洋プラスチックごみ削減に向けた国民運動（「プラスチック・スマート」キャンペーン）の推進について 【今後の取組予定】○環境省の取組に、以下を追記する必要があると考えます。 ・プラスチック製品の賢い利用と削減を目指し、環境教育等と連携した脱プラスチックの暮らしの推進及び生物多様性保全に向けた理解の促進。
29	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会	II	(2)	②	138ページ	海洋プラスチックごみ削減に向けた国民運動（「プラスチック・スマート」キャンペーン）の推進 昨日（5/15）世界遺産の北海道知床半島で、子熊がレジ袋をくわえている映像がテレビニュースで放映されていました。人間だけの問題ではありません。海洋環境でもありません。プラスチックごみ削減のためには、海洋にプラスチックごみが流出する前に食い止めることが、環境汚染防止、対策の効率化、実施コストの低減などの面から非常に有効です。
30	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会	II	(2)	③	139ページ	3Rの取組においては、環境省、経済産業省が事業者の取組を進めていますが、消費者庁はこれら事業者の取組情報を消費者につなぎ、理解者を増やしていく役割を担うべきと考えます。
31	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会	II	(2)	④	141ページ	生物多様性に配慮した事業活動を広げていくためには、消費者の理解とサポートが必要です。消費者庁も担当省庁に参画し、環境省が進めている事業者の取組を消費者につなぎ、キャンペーンを拡大していく役割を担うべきと考えます。 例えば、消費生活センターによる「My行動宣言」の配布枚数をKPIに加えることも一案ではないでしょうか。
32	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会	II	(2)	⑤	142ページ	有機農産物を始めとする環境に配慮した食品への関心や取り組みを消費者に広げていくためには、消費者庁も担当省庁に参画し、農林水産省が進めている有機農産物の認知度向上の取組をエシカル消費のキャンペーンなどに取り込み、拡大していく役割を担うべきと考えます。 また「有機食品を週1回以上利用する消費者の割合」を令和12年には25%に引き上げる、との目標は低すぎると思われます。消費者庁が協力することで、せめて50%を目指してはどうでしょうか。
33	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会	II	(3)	①	146ページ	II（2）の①～⑤において指摘した通り、エシカル消費の普及では、認証ラベルに特化することなく、関係省庁の取り組みなども情報提供しながら、幅広い視野から消費行動の変容を促進していくことを期待します。
34	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会	II	(3)	①	148ページ	○農林水産省の取組 水産エコラベルについて、 以下2点の追記が必要と思われます。 ・水産エコラベル貼付商品アイテム数の増加に向けた推進 ・消費者への普及啓発の促進と情報発信
35	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会	II	(4)	①	152ページ	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 近年、事業者の不祥事の大半は内部通報がきっかけで発覚するとマスコミ等では報じられています。さらに公益通報者保護制度が実効性向上のために、国民（主に従業員）、事業者、自治体に向けての周知徹底や啓発を行ってください。通報者がより保護されやすく、窓口整備、支援もお願いします。
36	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会	III	(1)	①	157ページ	デジタルプラットフォームを介した取引における消費者利益の確保 内閣官房の取組に「個人情報等の取得・利用に対する懸念」とありますが、モバイル端末の利用者が増えるに従い、位置情報の取得を権限とするプラットフォームが主流になってきました。個人が意識せずに承諾している膨大なデータをプラットフォームがAIで分析しターゲティング広告等に利用して、結果としてつけこみ型勧誘にならないか危惧されます。デジタル広告市場についての評価は、消費者の視点に立ったものになるようお願いします。

37	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会		Ⅲ	(1)		デジタルプラットフォームの利用に当たって消費者が留意すべき事項の理解増進	161ページ	消費者庁の取組として「消費者のデジタル化への対応に関する検討会」での議論等を通じ、「デジタルプラットフォームを介した取引の利用者向けガイドブック」(仮称)を取りまとめ、周知を図るとともに、必要に応じ、デジタル・プラットフォーム事業者及び消費者団体の意見を聴いた上で、ガイドブックを改定する、とありますが、ガイドブックを作った終わり、ではなく、その活用方法を具体的に示すべきと考えます。例えば、消費者団体等と連携しガイドブックを利用した勉強会などの開催など。 KPI
38	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会		Ⅲ	(3)	①		170ページ	新型コロナウイルス感染症の拡大により、旅行や結婚式、スポーツジム、コンサートやイベントなどの解約のトラブルが生じています。不当な違約金や解約手数料などで消費者が被害に遭うことのないよう、事業者に指導を行っていただきたい。4月1日より民法改正になったことから、消費者契約法と合わせて正しい解釈のもとで、契約解除がなされるよう事業者へ周知することを、明記してください。
39	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会		Ⅲ	(3)	①		170ページ	①新型コロナウイルス感染症の拡大等の緊急時における対応の強化 環境省の取組も必要と考えます。 ・新型コロナウイルス及び災害等の影響で、自治体のごみ分別ルールが形骸化する事例等があることから、原点に立ち戻った取組の検討及び実施
40	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会		Ⅳ	(1)	①		171ページ	(1) 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進 ○ 消費者庁の取組の6行目、「環境教育、食育、法教育、金融経済教育等の関連する他の分野の教育との連携を図る。」はとても重要な視点だと考えます。ここに、環境省と文部科学省を核とした関係省庁で推進しているESD(持続可能な開発のための教育)を加筆することを提案します。
41	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会		Ⅳ	(1)	②	学校における消費者教育の推進	175～176ページ	(4) 「関係府省庁等の連携による消費者教育の推進・○ 関係府省庁等の取組」の個所で、「成年年齢引下げに向けた動きがある中で、」の文言は、既に成年年齢引き下げは決定しているため、「成年年齢引下げに向けて」に修正してください。さらに、「令和2年度以降、小・中学校等における消費者教育充実のための教材等に係る検討を行う。」としていますが、検討を行うだけでなく、実際に作成し、効果を図っていく必要があると思います。
42	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会		Ⅳ	(1)	②	学校における消費者教育の推進	176ページ	(4) 「関係府省庁等の連携による消費者教育の推進・○ 文部科学省の取組」の個所で、「消費生活センター等と連携した学生に対する消費者教育の充実を図るため、大学等関係者が出席する会議等において、消費者教育教材の活用等を推進する。」の文言は、「学生、大学等関係者」だけではなく、小、中、高校を含めた「生徒、学校関係者」をも含むべきと考えます。
43	(公社)日本消費生活アドバイザー コンサルタント 相談員協会 消費者 提言特別委員会		Ⅳ	(1)	⑥	金融経済教育の推進	184ページ	KPIとして、各都道府県の金融広報アドバイザーの選任や活動(講座の実施数)の推移を追加することを提案します。(理由) 金融経済教育の担い手の育成の状況を見える化するため。金融広報アドバイザー制度と地域における消費者教育との連携を強化する効果も期待できます。