

「消費者基本計画」の検証・評価（平成25年度）及び計画
の見直しに向けての意見書

2014年（平成26年）4月18日

日本弁護士連合会

当連合会は、消費者庁が行う「消費者基本計画」の検証・評価（平成25年度）及び計画の見直しに向けて、以下のとおり意見を述べる。

1 全国消費生活情報ネットワークシステム（P I O—N E T）（重点施策12、施策番号1）

P I O—N E Tの入力段階では、相談者と向き合いながら聴き取りをする相談業務の流れを害さないようなスムーズな入力作業ができる入力システムとすることが重要である。

複雑なキーワードの付与の事務処理負担を軽減することも望ましいが、キーワード付与をなくした場合、問題事案の発見や法執行のための調査分析において手口の共通性や問題点の検索機能が低下することが危惧される。そこで、検索機能を確保するためのシステム上の措置と入力研修の強化を併せて進めが必要である。

【参照】

「消費者基本計画」の検証・評価（平成24年度）及び計画の見直しについての意見書（2013年5月9日）

2 事故情報データバンク（施策番号2）

実施時期に関連して、まず直ちに取り組むべきことの一つとして、関係行政機関、関係機関、地方公共団体等に情報が集まるよう、一般消費者に対し、事故情報収集の重要性について教育・啓発に取り組むことを明記すべきである。

3 事故情報の公表・報告（重点施策13、施策番号4・12）

消費者事故等の未然防止及び拡大防止、さらには発生した被害の救済に向け、消費者事故等に該当しないと判断された誤使用情報、重大事故等あるいは重大製品事故に該当しないため十分収集されていない情報（いわゆる「ヒヤリハット情報」）あるいはインシデント情報についても広く収集を行うよう、収集する範囲の一層の拡大・強化を図るとともに、収集された事故に関する詳細情報につき、関係機関と

の共有のみならず、国民の共有財産として消費者に公表・公開する範囲を一層拡大すべきである。

【参照】

「消費者基本計画」の検証・評価（平成24年度）及び計画の見直しについての意見書（2013年5月9日）

4 事故情報の分析（施策番号5・6）

消費者庁が収集する事故情報に関し、迅速かつ適切な分析を行うとともに、注意喚起や情報公表基準を策定するなどして、広く消費者に十分かつタイムリーな注意喚起や情報提供がなされるよう、情報分析・情報提供方法の向上を図るべきである。

【参照】

「消費者基本計画」の検証・評価（平成24年度）及び計画の見直しについての意見書（2013年5月9日）

5 リコール（重点施策1、施策番号7・8）

- (1) 製品リコール情報を含む消費者事故に関する注意喚起情報（以下「リコール情報等」という。）が速やかに消費者に周知徹底され、かつ消費者による消費者事故の未然防止行動に確実につながるよう、消費生活用製品安全法等の改正を含め、以下の方策を早急に実施すべきである。
 - ①販売店などの流通事業者に対する、製品購入者へのリコール情報等の通知等、周知義務の導入。
 - ②リコール情報等の消費者への周知において行政、製造事業者、流通・販売事業者のそれぞれ担うべき責任と役割を明確にしたガイドラインの速やかな策定・実施。
 - ③リコール情報等が全国の全ての消費者に確実に届くよう、消費者庁が関連省庁と連携し、さらに各省庁と連携している地方公共団体の関係機関を活用した恒常的な注意喚起情報の伝達体制の構築。
 - ④消費者が当該製品等により生ずるおそれのある危険の内容を認識し、適切に消費者事故の未然防止行動をとることができるリコール情報等の内容、表現及び伝達方法の改善。
 - ⑤消費者がリコール情報等や製品等による事故リスクに关心を持ち、自ら製品事故に遭遇しないよう行動するとともに、製品事故そのものの未然防止・拡大防止のためにヒヤリハット情報を含めた消費者事故に関する情報を積極的に行

政機関に提供できるようにするための消費者教育の推進・充実。

- (2) 消費者事故等の未然防止及び拡大防止の観点から、消費者事故等に該当しないと判断された誤使用情報、重大事故等あるいは重大製品事故に該当しないため十分収集されていない情報（いわゆる「ヒヤリハット情報」）あるいはインシデント情報についても収集の強化を図るとともに、収集された消費者事故に関する詳細情報を関係機関と共有・連携し、迅速・適切かつ効果的な注意喚起策を講ずることができる体制を整備するべきである。

【参照】

リコールを含めた消費者事故等の未然防止のための注意喚起徹底策に関する意見書
(2012年11月16日)

6 子どもの事故防止（施策番号9）

子どもの製品事故について、安易に保護者等の監督不足の問題とすることなく、全ての製品は子どもにとって安全なものとして設計・製造されなければならないとの視点から、子どもの事故防止を最大限に図るべきである。

子どもの事故情報の未然防止及び拡大防止の観点から、消費者事故等に該当しないと判断された誤使用情報、重大事故等あるいは重大製品事故に該当しないため十分収集されていない情報（いわゆる「ヒヤリハット情報」）あるいはインシデント情報についても収集の強化を図るとともに、収集された消費者事故に関する詳細情報を関係機関と共有・連携し、迅速・適切かつ効果的な注意喚起策を講ずることができる体制を整備するべきである。

7 キッズデザイン（施策番号10）

子どもの事故防止に資する「キッズデザイン」の考え方は、製品の安全設計の基本の1つに位置付けられなければならず、子ども専用の製品に限らず、全ての製品について子どもが触れる可能性を考えた上での安全設計がなされなければならないとの視点から、最新の安全性確保手段を取り入れるべく、安全規格・基準の見直しを行うとともに、これに不適合な製品が流通しないような方策をとるべきである。

8 消費者安全調査委員会（重点施策13、施策番号13-2・13-2-2・13-2-3）

- (1) 消費者安全の確保に必要な消費者事故等の調査を漏れなく速やかに実施するため、また、十分に自ら調査を行うことを可能とするため、人的・物的体制を一

層整備することが必要である。

- (2) 調査申出件数の増加に伴い、申出に対して迅速かつ適切に対応することができる体制を整備することが必要である。
- (3) 消費者事故等の情報件数の増大に幅広く対応可能となるよう、情報点検チームの体制の一層の充実・強化を図るべきである。
- (4) 調査委員会の事故調査と刑事責任追及のための刑事手続が競合する場合の規律が示されておらず、調査委員会による事故原因関係者からの事情聴取や意見陳述の結果の刑事手続における利用制限も明確にされていない。警察による事故調査との関係の調整もいまだ不十分である。事故調査のために必要な事故現場等の検証や事故原因関係者からの事情聴取等が十分に実施できるよう速やかに法制度の整備等を含めた体制を確立すべきである。

【参照】

「消費者安全調査委員会」による消費者事故等の調査についての意見書（2012年3月2日）

9 窒息事故（施策番号13-4）

- (1) こんにゃく入りゼリーを含む窒息事故の多い食品について、死亡事故数が顕著である乳幼児や高齢者に対しては、注意喚起をしても再発防止の実効性を確保することは期待しにくく、また保護者や介護者に対する注意喚起を行っても限界があるため、窒息を防止するための規格や基準（安全基準）を設定して規制する措置を速やかに講じるべきである。
- (2) 窒息事故防止の注意喚起の方法が不適切であり、その改善が求められる。

【参照】

こんにゃく入りゼリーの規制を求める意見書（2011年2月17日）

10 昇降機事故（施策番号15）

エレベーター事故やエスカレーター事故が多発していることを踏まえ、事故原因の徹底した究明を早急に行うとともに、調査報告書等における意見が安全基準の具体的見直しや事業者に対する具体的な措置や指導の強化に直ちに反映されるよう、同種事故の再発防止に向けた取組を迅速・適切に行うべきである。

【参照】

「消費者基本計画」の検証・評価（平成24年度）及び計画の見直しについての意見書（2013年5月9日）

1 1 捜査機関との協力等（施策番号 16）

製品等の利用により生じた事故等について、事故調査機関には、検査機関による責任追及とは異なる、同種事故の再発防止に向けた危険要因の解明と除去という重大な機能があることを前提に、その機能を迅速・適切に発揮することの妨げとなることのないよう、検査機関との間で、協力ないし情報共有すべき範囲や、検査又は調査の手順を明確にするような基準や運用を早急に確立すべきである。

また、事故調査のために必要な事故現場等の検証や事故原因関係者からの事情聴取等が十分に実施できるよう、速やかに法制度の整備等を行うべきである。

1 2 国民生活センター及び製品評価技術基盤機構（施策番号 17・18）

国民生活センターや製品評価技術基盤機構における商品テストや原因究明について、製品事故の被害者が容易に原因究明を依頼できるよう、当該被害者の被害救済に資する意味でも迅速・適切に全ての事故原因が究明されるものとなるよう、また科学技術の進歩の中、複数の分野の専門家が原因究明に関与する必要がある場合にも十分に検討可能となるよう、技術的専門性においても人的体制においても一層の体制強化を図るべきである。また、不十分な原因究明に対し、再調査や不服申立等のできる制度を検討すべきである。

1 3 製品火災等に関する情報収集（施策番号 19）

火災の被害に遭った者が具体的な火災についての火災原因判定書等の開示請求を行う場合、自らの個人情報として十分な開示が受けられるよう、公表・開示の運用を改善すべきである。また、消防機関の調査能力や鑑識能力の格差をなくし、全ての消防機関が十分な火災原因の調査を行えるよう体制の整備が必要である。

1 4 食品安全基本法第 21 条第 1 項に規定する「基本的事項」（施策番号 20）

食品安全基本法第 21 条第 1 項に規定する「基本的事項」について、予防原則を導入すべきである。

【参照】

消費者のための食品安全確保に資する基本的事項の改正を求める意見書（2012年2月17日）

1 5 リスクコミュニケーション（重点政策 2、施策番号 21・21-2）

リスクコミュニケーションに当たっては、消費者の意見も参考すべきであり、また、放射性物質に対する一般消費者の理解を促進させるに当たっては、現行制度の安全性という結果のみを強調するのではなく、その根拠を示して、理解を促進するようすべきであり、他方、低線量被ばくについて、専門的安全性を強調することなく、科学的に安全性が確認されていないことを前提に、放射性物質の含まれる食品については、過剰摂取を控えるように注意喚起を促すなど、適切な情報提供を行うべきである。

【参照】

- ・消費者のための食品安全確保に資する基本的事項の改正を求める意見書（2012年2月17日）
- ・消費者の食品に対する安全・安心の確保のために放射性物質汚染食品による内部被ばくを防止する施策の実施を求める意見書（2011年10月19日）

16 食品安全に関するリスク管理（施策番号22）

牛肉生食の規格基準、牛肝臓の規格基準以外に、馬肉、鳥肉及び豚肉の生食の規格基準も早急に策定すべきである。

【参照】

牛肉等の生食による食中毒防止のための規格基準の早期策定及び監視指導の強化等を求める意見書（2011年7月14日）

17 リスク評価機関の機能強化（施策番号23）

食品安全委員会について、消費者の意見を反映させるために消費者の意見を代表する委員を選任すべきである。

【参照】

食品安全基本法・食品安全委員会構想に関する意見書（2002年12月21日）

18 トレーサビリティ（施策番号24）

米、牛以外の食品についてもトレーサビリティを強化すべきである。

19 毒物混入事件（施策番号29）

製造場所の表示に代えて記載が認められている現行の製造所固有記号制度では、被害製品を迅速に特定できないことから、毒物混入事件発生時の対応の合理化の点からも廃止すべきである。

【参照】

新食品表示制度に対する具体的な提言についての意見書（2013年2月14日）

20 食品表示（施策番号34），食品表示基準の策定（重点施策5，施策番号34・69・73）

食品表示基準の策定に当たっては、単に分かりやすさ、実行可能性、小規模事業者への過度の負担だけでなく、次のような基本理念に基づいて策定すべきである。なお、栄養成分表示の義務化に当たっては、トランス脂肪酸の表示を義務化すべきである。

- (1) 消費者の安全確保のために必要かつ十分な内容とすること。
- (2) 食品の内容を可能な限り正確にかつ分かりやすく表すものとすること。
- (3) 消費者の自主的かつ合理的な選択を可能とするために必要かつ十分な内容とすること。
- (4) 消費者の健康増進目的を達成するために必要かつ十分な内容とすること。
- (5) 消費者の選択を誤らせるなどの紛らわしい表示や不正な表示を防止すること。
- (6) 我が国及び諸外国の食文化に基づいて形成してきた各食品の概念を尊重すること。

【参照】

- ・消費者のためとなる新たな食品表示法を求める意見書（2012年11月15日）
- ・新食品表示制度に対する具体的な提言についての意見書（2013年2月14日）

21 加工食品の原料原産地等の見直し（施策番号34・70・75）

- (1) 遺伝子組換え食品、添加物、製造所所在地について義務表示を緩和する例外規定を整理して、食品表示をより正確にかつ分かりやすくすべきである。
- (2) 原料原産地を表示すべき加工食品を拡大し、新たに、水の表示、放射性物質のベクレル表示をする場合の表示基準を義務化すべきである。
- (3) 「食品衛生法第19条第1項の規定に基づく表示の基準に関する内閣府令」における表示基準のうち、アレルギー表示に関する規定を外食にも及ぼす旨の改定を直ちに行うべきである。

【参照】

- ・消費者のためとなる新たな食品表示法を求める意見書（2012年11月15日）
- ・新食品表示制度に対する具体的な提言についての意見書（2013年2月14日）
- ・外食メニューの表示の適正化に資する法制度の整備を求める意見書（2014年2

月 21 日)

2 2 原料原産地表示ガイドライン（施策番号 34・72）

単なるガイドラインではなく、次のとおり法規制をすべきである。

すなわち、農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（「JAS法」）に基づく品質表示基準について、次の方法で、外食に適用する改定を直ちに行うべきである。その上で、食品表示法における食品表示基準の策定に当たって、これらの改定内容を盛り込むべきである。

- (1) 食品の販売（飲食店における提供を含む。）における食品の表示に当たっては、人を誤認させる表示をしてはならないとの規定を置くこと。
- (2) 外食において、原産地、原料原産地、原材料を表示する場合は、JAS法の品質表示基準に従うべきこと。

【参照】

- ・消費者のためとなる新たな食品表示法を求める意見書（2012年11月15日）
- ・新食品表示制度に対する具体的な提言についての意見書（2013年2月14日）
- ・外食メニューの表示の適正化に資する法制度の整備を求める意見書（2014年2月21日）

2 3 健康食品表示・広告の留意事項について（重点施策 6、施策番号 34・76）

健康食品の表示・広告における留意事項については、保健機能食品もその対象であること、健康増進法、景品表示法以外に薬事法違反となることもあること、いわゆる健康食品が保健機能食品と誤解されないようにすることを周知すべきである。

【参照】

- 「いわゆる健康食品に関する景品表示法及び健康増進法上の留意事項について（案）」に対する意見書（2013年11月29日）

2 4 健康食品の機能性表示（重点施策 6、施策番号 34・76-2）

いわゆる健康食品の機能性表示を緩和するべきではなく、保健機能食品制度（特定保健用食品、栄養機能食品）の合理化を推進すべきである。

【参照】

- いわゆる健康食品の表示・広告規制の在り方についての意見書（2013年11月22日）

2 5 健康食品に対する消費者への情報提供（施策番号 7 7）

消費者の健康食品に対する理解は極めて不十分であり、そのため、本来必要な医療機会を失わせたり、薬との併用による健康被害の発生といった安全に関する問題や送りつけ商法に利用されたりするなどの取引被害の問題等が生じている。そこで、これらの被害に対処するべく、消費者に対する適切な情報提供の対策を検討するとともに、健康食品販売に関する広告の適正化についての対策も併せて検討すべきである。

具体的には、

- (1) 健康増進法第 3 2 条の 2 第 1 項で定められている広告禁止の範囲について次のとおり変更すべきである。
 - ①同条第 1 項の健康増進効果等には、医薬品の効能効果の広告を含まないことを明記すべきである。
 - ②同条第 1 項の健康増進効果等について、事実に反する広告、その効果について科学的な確証のない広告を禁止すべきである。
 - ③保健機能食品以外の食品について、保健機能食品と紛らわしい名称、栄養成分の機能及び特定の保健の目的が期待できる旨の広告を禁止すべきである。
- (2) いわゆる健康食品に対する広告規制の執行力の強化について、①不実証広告規制、②適格消費者団体の差止請求権を健康増進法に導入すべきである。そして、②の差止請求権の実効性を確保するため、適格消費者団体と関係機関との協力体制を整備し、適切な予算措置を講じるとともに、事業者が合理的根拠を示す資料を提出しない場合は表示違反があったものとみなす立証責任軽減規定を置くべきである。

【参照】

いわゆる健康食品の表示・広告規制の在り方についての意見書（2 0 1 3 年 1 1 月 2 2 日）

2 6 エステ、美容医療サービス（重点施策 1 4、施策番号 3 9・3 9-2・3 9-3・1 5 3-3）

- (1) 美容医療上のインフォームド・コンセントについて、厚生労働省は、2 0 1 3 年 9 月 2 7 日付け「医政発第 0 9 2 7 第 1 号」にて、その在り方に関する考え方を明らかにしているところ、被害実態に照らし、なお不十分であるので、その見直しを検討すべきである。
- (2) 消費者庁は、美容医療とエステ両方について、景品表示法上の不当表示に関する

る告示・ガイドラインの整備を速やかに実行すべきである。

- (3) 消費者庁及び都道府県は、美容医療並びにエステに関する景品表示法上の不当表示に対し、消費者被害を多発させている問題事例を速やかに調査・把握し、迅速かつ適切な措置命令等の執行を積極的に推進すべきである。
- (4) 担当省庁が厚生労働省のみ挙がっているが、被害実態からすると、むしろ消費者庁が主として担当すべきである。
- (5) 無資格で医療法上の医療行為に該当する施術を行っている施設については、厳正な取締りが必要である。
- (6) 景品表示法上の優良誤認表示・有利誤認表示に該当する表示広告については、迅速に措置命令を含む厳正な取締りを行うべきである。
- (7) 美容医療について、厚生労働省は、バナー広告による誘導のような特殊ケースを除き、ホームページ上の情報提供を、医療法上の広告とみなさないとする現行解釈を改め、直接的に医療法上の規制を及ぼすべきである。
- (8) エステ・美容医療双方について、消費者庁及び都道府県は、インターネット上の広告について不当表示による消費者の欺瞞的誘引が行われることのないように、景品表示法上の措置命令による厳正な執行を行うべきである。

【参照】

美容医療・エステにおける表示・広告の在り方及び安全性確保に関する意見書（2013年12月19日）

2.7 悪質商法対策（重点施策15・16、施策番号41）

「高齢者などを狙った悪質商法対策の充実・強化を図るため、特定商取引法の趣旨及び消費者被害の実態を踏まえ、同法の厳正な執行」を行うとする点について、

- (1) 実施については、被害件数が多数に上ることからすれば、依然として法執行が不十分である。
- (2) 執行のみならず、高齢者などを狙った悪質商法対策という観点では、そもそも、指定権利制を廃止するなどして特商法の適用対象を拡大させる改正も必要である。

【参照】

- ・特定商取引に関する法律の執行強化及び同法適用除外取引類型における被害への対応について（要請）（2011年7月29日）
- ・特定商取引に関する法律の適用対象の拡大を求める意見書（2012年5月1日）
- ・特定商取引法の指定権利制の廃止を求める意見書（2013年12月19日）。

2 8 預託商法（施策番号4 1－3）

特定商品預託法の政令改正後の被害状況を見守り、必要に応じて法改正を検討すべきである。

【参照】

預託商法被害と特定商品等の預託等取引契約に関する法律の改正の在り方に関する意見書（2013年3月14日）

2 9 消費者契約法改正（重点施策3，施策番号4 2）

本施策の実施については「具体的な施策」に掲げられているとおり「民法（債権関係）改正の議論と連携して検討」することが必須であるところ、民法改正議論は2013年2月に法制審議会が中間試案をとりまとめ、現在は改正要綱案のとりまとめに向けた審議（第3ステージ）が進行中である。また、中間論点整理で論点とされていた「消費者契約の特則」が、中間試案において新民法の立法対象から除外されたことから、これらを消費者契約法において立法する必要性が高まったと思われる。

また、内閣府消費者委員会は、2003年8月に「『消費者契約法に関する調査作業チーム』論点整理の報告」を公表し、消費者契約法の実体法部分の改正検討が必要な論点をとりまとめた。

消費者庁においては、上記のような状況を踏まえ、具体的な立法作業を速やかに進めなければならない。

また、消費者契約法の実体法部分の見直しの対象としては、「具体的な施策」に明示されている「情報提供、不招請勧誘の規制、適合性原則」を含む消費者契約の不当勧誘・不当条項規制の在り方が広く検討される必要があるのみならず、民法改正論議の進展に伴う消費者契約の特則規定の立法などが広く検討されなければならない。

【参照】

- ・消費者契約法の実体法規定の見直し作業の早期着手を求める意見書（2011年1月24日）
- ・消費者契約法日弁連改正試案（2012年2月16日）
- ・民法（債権関係）改正に関する意見書（その4）— 消費者に関する規定部分 —（2012年10月23日）

3 0 訪問買取に関する法規制（重点施策 15，施策番号 44-2）

「被害実態の正確な把握に努めつつ検討」という点については、貴金属やバイクなどが適用対象とされているものはもちろん、適用除外とされたものも含めて、具体的な被害がなくなっているのかについて検証する必要がある。適用対象とされたものについては、クリーニング・オフ後の対象物品の現実的回復がなされているかについても検証する必要がある。また、買取りではなく、商品券による交換取引として同様の被害を生じさせている事案などについても、引き続き検証すべきである。

【参照】

「消費者基本計画」の検証・評価（平成 24 年度）及び計画の見直しについての意見書（2013年5月9日）

3 1 クレジット取引（施策番号 45）

クレジット会社の加盟店に関する不適正与信防止義務や業務適正化義務などが機能しているのかについては疑問があり、具体的な検証をすべきである。

また、決済代行については、登録制が導入されているが、具体的な効果としては何ら機能しておらず、一部業界団体での取組についても、具体的な被害防止等には至っていない。

決済代行等について、「同法の運用」としか記載されていないので、「同法ないし制度改正」も含めたものにすべきであるとともに、決済代行のみならず、マンスリーカリクリア方式のクレジット取引についても、同様に、制度改正の検討をすべきである。

【参照】

- ・クレジットカード取引等の適正化実現のため割賦販売法の改正を求める意見書（2013年7月19日）
- ・「消費者基本計画」についての意見書（2010年1月21日）。

3 2 金融商品取引法の執行（重点施策 16，施策番号 48・62）

複雑な仕組債等の被害が多数発生していることから、デリバティブ性のある金融商品については、その商品内容についても規制を及ぼすべきであり、その販売・勧誘についても、厳重な規制を及ぼすべきである。

【参照】

投資信託・投資法人法制の見直しに関する意見書（2012年6月15日）

3 3 金融商品取引法の執行、破産申立て（重点施策 16、施策番号 48）

2010年4月以降、55社に対し、51件の業務改善命令、29件の業務停止命令、23件の登録取消し、5件の資産の国内保有命令を発出しており、一定の処分を行ってはいるものの、これらは氷山の一角に過ぎない。多くの処分は被害が拡大した後に行われたものであることからすると、さらに情報収集に努め、被害が拡大する前に適切に処分することが強く求められる。

また、破産手続開始申立てについては、2008年に金融機関等の更生手続の特例等に関する法律第490条第1項及び第495条第1項に基づき、日本ファースト証券株式会社に対して行われた。しかし、2010年5月の法改正により破産手続開始の原因となる事実がある場合、金融商品取引業者全般に対し、当局による破産手続開始の申立てを可能にする権限が認められたものの、改正法によっては、いまのところ破産手続開始申立てが行われていない。

破産手続開始申立ては、悪質ファンド等の資産流出を防ぐのに一定の効果があるものであり、上記の情報収集の充実と合わせれば、投資家保護により資することが予測されることから、積極的に運用を行うべきである。

【参照】

「消費者基本計画」の検証・評価（平成24年度）及び計画の見直しについての意見書（2013年5月9日）

3 4 高齢者などを狙った悪質な生活経済事犯対策（重点施策 16、施策番号 49）

高齢者の消費者被害の拡大防止対策の推進に当たっては、消費生活センター及び地域包括支援センター等の関係団体との連携（ネットワークづくり）に重点をおいた取組を行うべきである。

【参照】

高齢者の消費者被害の予防と救済のためのネットワークづくりに関する意見書（2013年12月19日）

3 5 追い出し屋規制法案（施策番号 53）

家賃債務保証や滞納家賃の取立てをめぐる消費者相談等の状況にかんがみ、家賃債務保証業に対する義務的登録制など適正な業務を確保するための必要な規制を行い、全ての賃貸事業者につき不当な取立て行為を行わないよう規制するとともに、家賃等弁済情報提供事業の禁止を含む抜本的な措置を講じる立法の制定に向けた取組を検討することを求める。同立法の内容を踏まえて、賃貸住宅管理業者登録規

程（2011年9月30日国土交通省告示998号）及び賃貸住宅管理業務処理準則（同999号）を改正されたい。

【参照】

賃借人居住安定化法案（追い出し屋規制法案）の制定を求める意見書（2012年6月28日）

3 6 住宅リフォーム（施策番号55・56）

住宅リフォーム工事を請け負う者に対し、不招請勧誘の禁止、契約締結前の見積書の作成・交付、契約締結時の契約書の作成・交付、契約内容変更時の変更内容記載書面の作成・交付を義務付けるべきである。

【参照】

リフォーム被害の予防と救済に関する意見書（2011年4月15日）

3 7 既存建物の耐震基準適合に向けた対応（施策番号なし）

安全な住宅に居住する権利を確保するため、住宅安全基本法（仮称）の制定を検討するべきである。

また、大地震の発生が懸念される今日、現行法の耐震基準を満たしていない建築物（既存不適格建築物）を解消するために、1981年6月1日施行の新耐震基準に準拠していない建築物の所有者に対し、耐震診断受診義務及び一定期間内の改修ないし除却義務を課すとともに、これらの費用について国ないし地方自治体が相応の負担を検討すべきである。

【参照】

「消費者基本計画」の検証・評価（平成24年度）及び計画の見直しについての意見書（2013年5月9日）

3 8 宅地（地盤）の安全性確保に向けた対応（施策番号なし）

東日本大震災によって甚大な宅地（地盤）崩落等の被害が生じているところ、こうした被害の中には宅地造成の瑕疵あるいは不十分さに起因するものが少なくないことが指摘され、また、近時発生するといわれる関東・関西・九州等での大地震による被害予防の必要性が指摘されている。

宅地（地盤）崩落等は、ひとたびこれが生じれば生命身体侵害及び住居喪失等、人間の生存の基盤が全て失われ、基本的人権及びその基盤を一挙に失わせるものである。宅地（地盤）の安全性確保及び被害予防のためには、少なくとも、現在の宅

地（地盤）状況の正確な把握、宅地の造成基準や現実の工事の適正を確保する制度の確立、及び消費者へ地盤情報の開示・十分な説明等が不可欠である。

【参照】

宅地被害者の救済及び予防のための法改正等を求める意見書（2012年3月15日）

3 9 脱法ハウス（違法貸しルーム）（施策番号なし）

いわゆる脱法ハウス（違法貸しルーム）について、建築基準法を遵守するよう所有者を指導するとともに、当該物件の居住者についても、借地借家法の適用があることを前提として、その居住の権利を保障されたい。また、建築基準法に適合させるための改築や取り壊し等によって、不当に居住の権利を侵害することのないようするべきである。

4 0 住宅確保要配慮者に対する住宅政策（施策番号なし）

低額所得者、被災者、高齢者、障がい者、子どもを育成する家庭その他住宅の確保に特に配慮を要する者に対しては、住宅確保要配慮者に対する賃貸住宅の供給の促進に関する法律等に基づく諸施策が実施されているところであるが、以下とおり、施策を拡充されたい。

- (1) 公営住宅をはじめとする公的賃貸住宅の供給の促進
- (2) 家賃補助（住居確保給付）の手続の簡素化、対象者を離職者以外へ拡大
- (3) 公的保証制度の拡充
- (4) 居住支援協議会の活用

4 1 有料老人ホーム（重点施策17、施策番号58・58-2）

- (1) 厚生労働省及び都道府県は、2012年4月施行の改正老人福祉法により新設された同法第29条第6項（権利金その他の金品の受領禁止）、同条第8項（90日ルールの明確化）の有料老人ホーム又はサービス付き高齢者向け住宅として登録されている各施設における実施状況についてフォローアップ調査を行い、なお問題のある事例については、厳正に対処すべきである。
- (2) 厚生労働省は、老人福祉法第29条第6項の関係で、初期償却（いわゆる保険分）を容認するという現行解釈の妥当性に関し、改正法施行後の各施設における契約終了時の返還金精算状況と、その運用による各施設の安定的操業継続との関係について、相当期間にわたりフォローアップ調査を実施すべきである。

- (3) 消費者庁は、従前から存在する有料老人ホームの表示広告に関する景品表示法上のガイドラインにつき、2011年10月20日施行の改正高齢者住まい法により、サービス付き高齢者向け住宅の制度が創設されたことを踏まえ、同制度を対象として取り込む形で、改めて各施設の状況を調査した上で、新たな表示ガイドラインに改訂すべきである。
- (4) 消費者庁は、サービス付き高齢者向け住宅、有料老人ホーム、これらのいずれの登録も受けない施設のいずれについても、問題のある事例については、景品表示法上の不当表示規制を厳正に執行すべきである。

【参照】

有料老人ホーム及びサービス付き高齢者向け住宅における入居一時金の想定居住期間内の初期償却に関する意見書（2012年6月15日）

4.2 インターネットによる旅行契約（施策番号59）

- (1) 安全を疎かにしてコストを削減し安値のツアーを設定する事業者についての指導を徹底すべきである。
- (2) 観光庁は、消費者に情報を確実に伝えようとする意識が低いと考えられる。「実施済み」とされる施策（ホームページによる情報提供）についてみても、観光庁ホームページにおいて、消費者啓発記事やネガティブリストにたどり着きにくいことから、改善を検討すべきである（なお、国土交通省のホームページはトップページに行政処分歴検索サイトのバナーがあり、分かりやすい。）。
- (3) 国土交通省のネガティブリストの旅行業者ページに、観光庁のネガティブリストへのリンクを貼るべきである。なお、観光庁発足前の行政処分は国土交通省のネガティブリストに載っており、それ以降のものは観光庁のネガティブリストに掲載されているため、双方にアクセスしなければならない。消費者が情報に容易にアクセスできるようにするために、旅行業者のホームページにもネガティブリストをリンクさせるべきである。
- (4) インターネットによる旅行契約は、①旅行業者により手配・企画旅行として提供されるもの、②自らは契約主体とならない場貸しサイトを経由するもの、③海外OTA（オンライン・トラベル・エージェンシー）により提供されるものなどがあり、例えば旅行業法の適用の有無など消費者保護の観点から差異があるにもかかわらず、消費者には分かりにくい。消費者がどのような主体に申し込んでいるのか、それぞれの主体により、消費者の権利義務にどのような差異があるのか等について、事業者に分かりやすい表示を義務付けるべきである。

(5) 近時海外O T Aとの間で旅行に関する契約をする消費者が増え、キャンセル料に関するトラブルなどが増加傾向にある。海外O T Aには旅行業法の適用はないにしても、本来日本の消費者との契約に関しては、消費者契約法などの強行法規の適用があると思われ、日本で活動する海外O T Aに、キャンセル料等に関する消費者保護のルールを守るよう指導を行うべきである。

【参照】

「消費者基本計画」の検証・評価（平成24年度）及び計画の見直しについての意見書（2013年5月9日）

4.3 詐欺的商法対策（重点施策16、施策番号60）

詐欺的投資勧誘事犯は相変わらず高い水準で発生しており、これに対しては、厳正な対処が必要である。よって、警察庁、法務省等関係省庁の連携を今まで以上に強化し、摘発等の強化に努めるべきである。

また、本施策の担当省庁に厚生労働省も含めるべきである。

本施策については、高齢者虐待防止法第27条第1項に基づく高齢者の財産被害の防止、介護保険法第115条の45第1項に基づく高齢者の権利擁護等の趣旨を踏まえ、地域包括支援センター及び社会福祉協議会等との継続的な連携が重要である。

【参照】

高齢者の消費者被害の予防と救済のためのネットワークづくりに関する意見書（2013年12月19日）

4.4 CO2排出権取引（重点施策16、施策番号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等を踏まえ、効果的な対応策について、「直ちに検討に着手します」とあるものの、具体的な検討結果及び成果が見られず、極めて不十分である。CO2排出権取引への規制については、金融商品取引法の規制対象として規制すべきである。また、特定商取引法における指定権利制を直ちに廃止すべきである。

【参照】

- ・特定商取引に関する法律の執行強化及び同法適用除外取引類型における被害への対応について（要請）（2011年7月29日）
- ・CO2（二酸化炭素）排出権取引商法の適切な規制を求める意見書（2011年1月15日）

- ・特定商取引に関する法律の適用対象の拡大を求める意見書（2012年5月1日）
- ・特定商取引法の指定権利制の廃止を求める意見書（2013年12月19日）

4.5 マルチ商法（重点施策15、施策番号61）

マルチ取引について「効果的な対応策について検討」することになっているにもかかわらず、実態調査と注意喚起で、「実施済み」とされているのは、対応策としては不十分である。より具体的に、「特商法の適用要件及び規制内容の修正等の効果的な対応策を検討する」と記載して、特定商取引法の改正を検討すべきである。

【参照】

連鎖販売取引に関する法規制の強化を求める意見書（2012年4月13日）

4.6 詐欺的投資勧誘に対する差止命令申立て（重点施策16、施策番号62）

2010年4月以降、5社（その役員を含む。）に裁判所に対する差止命令申立てが行われ、全件について禁止及び停止命令が発令されている。

金融商品取引法第192条第1項の申立て、及び同法第187条に基づく調査については、一定の活用がなされていると考えられるが、被害実態からすれば、極めて少ないことは明らかである。消費者庁、警察庁などの同種情報を有する関係諸機関とさらに連携を緊密にし、情報を早期に収集して、対象を積極的に調査し、差止命令の積極的運用を強化すべきである。

【参照】

「消費者基本計画」の検証・評価（平成24年度）及び計画の見直しについての意見書（2013年5月9日）

4.7 消費者信用分野における諸問題（施策番号63）

各関連法令の施行状況や各業態等における取引実態などを踏まえ、より具体的な検証結果を公表すべきである。

【参照】

- ・クレジットカード取引等の適正化実現のため割賦販売法の改正を求める意見書（2013年7月19日）
- ・特定商取引に関する法律の執行強化及び同法適用除外取引類型における被害への対応について（要請）（2011年7月29日）

4.8 不正利用口座に関する情報提供（重点施策16、施策番号64）

犯罪利用預金口座等に係る資金による被害回復分配金の支払等に関する法律（振り込め詐欺救済法）に定める口座凍結は一定の効果が生じている。さらに被害者の被害回復に資するようにするため、例えば、口座の残金等、代理人弁護士から口座情報について問い合わせがあれば回答する運用にするなど、代理人弁護士等が制度を利用しやすくなるよう金融機関等に行政指導等を行うべきである。

【参照】

「消費者基本計画」の検証・評価（平成24年度）及び計画の見直しについての意見書（2013年5月9日）

4.9 商業・法人登記制度の悪用防止（施策番号なし）

ここ数年、株式会社の法人格及び商業・法人登記の制度並びに信用力を悪用した業者による被害（例えば未公開株商法、社債商法等）が増加しているのであるから、商業登記規則第61条を改正し、取締役会設置会社における取締役、監査役、執行役及び会計参与（以下「取締役等」という。）についても、設立又は就任時の登記の申請書には、当該取締役等が就任の承諾をした事実を証する書面（承諾書等でその名称等は問わない。以下同じ。）の印鑑につき、市町村長の作成した証明書の添付を義務付ける等の対策を講じるべきである。

また、昨今、本店所在地に営業実態がないにもかかわらず、あたかも都心の一等地に会社があるかのように装う例があるが、本店としての機能（書面備置義務等）を有さない場所を本店とすることについて一定の制限をすべきである。加えて、代表取締役の住所地に訴状等を送達する場合にマンション名や部屋番号が分からぬことから送達に困難を来している例もあるため、マンション名、部屋番号を覚知できるようにすべきである。

【参照】

商業・法人登記制度に関する意見書（2012年4月13日）

5.0 適格機関投資家等特例業務の適切な規制整備（施策番号なし）

適格機関投資家等特例業務について、金融庁は、問題があると認められた業者リストを公表しているが、同リストに挙げられた業者数は異常に多く、悪質な適格機関投資家等特例業者が、金融庁への届出があることをもって消費者を信用させ、詐欺的投資被害を多発させている現状に鑑みると、悪用防止へ向けた適切な規制を整備すべきである。

【参照】

適格機関投資家等特例業務（金融商品取引法第63条）に関する意見書（2014年2月20日）

5.1 公共料金（施策番号67, 67-2）

国民の日常生活とライフラインに関わる公共料金の価格設定に関し、関係所管官庁は、2013年7月の「公共料金等専門調査会報告」及びこれを受けた内閣府消費者委員会の同年7月30日付け「公共料金問題に関する提言」の内容を重視し、更なる公共料金の決定過程の透明性と消費者参画の機会の実質的確保、料金の適正性確保を目指すべきである。

5.2 景品表示法の執行（施策番号80）

- (1) 都道府県知事に措置命令権限を付与する景品表示法改正の動向を踏まえ、公正取引委員会支局を含む都道府県における広告表示の執行体制を強化すべきである。
- (2) 不当表示の情報入手については、PIO-NET等から入る消費者被害の実態を踏まえ、その集計データから特に問題のある領域について、不当表示の存在の有無について重点的に探索するという作業を消費者庁自体が日常的に取り組むべきである。
- (3) 課徴金制度導入の動向を踏まえ、消費者庁表示対策課の執行部門の人員規模の抜本的拡大を検討すべきである。
- (4) 課徴金制度導入の動向を踏まえ、事業者の予測可能性を確保すべく、優良誤認表示、有利誤認表示の適用要件の可能な限りの明確化を図るため、更なる表示ガイドラインの充実を目指すべきである。

5.3 消費者教育の推進体制の確立（重点施策7, 施策番号87）

「消費者教育の推進に関する法律」に基づいて設置された消費者教育推進会議及び3つの小委員会において消費者教育の充実が検討されているところであるが、法の趣旨を生かすためにも着実に実施されたい。

5.4 消費者教育の推進に関する基本的な方針の確実な実施（重点施策7, 施策番号87-2）

消費者教育推進会議及びその小委員会において、消費者教育の効果的な推進方策が具体的に明らかになるよう、十分検討を尽くすべきである。

5.5 消費者教育の効率的・効果的な実施（重点施策7、施策番号89）

「実施済み」とされているが、イメージマップは適宜改定・発展させるとともに、実践的な教育ガイドブックを作成するなど、今後も消費者教育を効率的・効果的に実施するという目的のために、継続的に検討を行う必要がある。

5.6 地方における消費者教育推進体制の整備（重点施策7、施策番号90）

地方公共団体によって消費者教育の推進に差が生じないように、地方における消費者教育の現状を十分に把握した上で、推進体制の整備を促進すべきである。

5.7 大学等における消費者教育の推進（重点施策7、施策番号91・95）

施策番号91は「実施済み」とあるが、「大学等及び社会教育における消費者教育の指針」を各学校に配布するだけではなく、教材の作成や教員への研修などを通じて指針の内容が具体化できるよう、引き続き取組を進めるべきである。

また、大学生等に対する消費者問題の情報提供については、文部科学省だけではなく消費者庁も積極的に関与した上で、周知徹底を図るべきである。

5.8 消費者教育についての事例集の更新（重点施策7、施策番号92）

文部科学省だけではなく消費者庁も連携して同様の取組を行うべきである。

5.9 地域における消費者教育の推進（重点施策7、施策番号96～98・140～152）

消費者教育推進法の成立を受けて、より一層充実した消費者教育の実施が望まれる。

6.0 関係機関の連携による法的トラブルの解決の強化（施策番号99）

現在の取組をさらに一層強化するとともに、成果を定期的に具体的に公表するなど、その推移を可視化し、実質的に消費者庁、ひいては国民が監視できる体制にすべきである。

6.1 融資保証金詐欺や架空請求詐欺等への対策（施策番号100）

情報提供や注意喚起だけでは、繰り返される同種の詐欺に対して対抗する手段として不十分であり、被害救済のためのより効果的な法制度を検討すべきである。

例えば、特定商取引法の広告表示及び違反に対して民事効を定めるべきである。さらに、発信者情報開示の問題の解決のために、直ちにプロバイダ責任制限法及び特定商取引法を改正すべきである。

【参照】

- ・インターネットを用いた商取引における広告の適正化を求める意見書（2012年2月27日）
- ・消費者の救済のための発信者情報開示制度に関する意見書（2010年10月23日）

6.2 生活経済事犯の被害情報の広報・啓発（施策番号101）

国民に対する広報啓発活動は、生活経済事犯による被害発生を未然に防止するために重要な役割を果たしており、従前から行われてきたリーフレットの作成、ウェブサイトへの情報掲載、ラジオ、インターネット及びテレビによる各種広報啓発活動は今後も積極的に実施されたい。特に、昨今では、インターネットを利用した生活経済事犯の発生が増加している現状に鑑み、インターネット上の様々なルート（ホームページ、動画配信、ブログ、メールマガジン、フェイスブック等）を通じて広報啓発活動を積極的に推進されたい。

また、これまでに行ってきました活動内容やその効果について検証し、より効果的な広報啓発活動を推進すべきである。

【参照】

- レターパック及び宅配便を利用して現金を送付させる詐欺への対応に関する要請書（2013年9月12日）

6.3 リスクマネー供給のあり方（施策番号なし）

新規・成長企業へのリスクマネー供給のあり方等に関し、事業化段階等におけるリスクマネー供給促進策の一つとして、投資型クラウドファンディングに係る制度整備が行われることとなっているが、関係機関の間で、情報交換・意見交換を行い、投資家保護に欠けることのないよう、投資家保護を図るべきである。また、流通市場における虚偽記載等に係る損害賠償責任の見直しについても、投資者保護の観点から慎重な対処を求めるべきである。

【参照】

- 「金融審議会 新規・成長企業へのリスクマネーの供給のあり方等に関するワーキング・グループ報告」に関する意見書（2014年2月20日）

6.4 インターネットの子ども・教育関係者向け啓発（施策番号102）

現在、インターネットに関する知識・認識は、保護者、教職員の方が子どもに追いついていない状況にあり、早急に保護者・教育者への啓発を普及させることが望ましい。

【参照】

「消費者基本計画」の検証・評価（平成24年度）及び計画の見直しについての意見書（2013年5月9日）

6.5 高齢者の権利擁護の推進（施策番号106）

成年後見制度を利用していない高齢者に対する助言制度など、意思決定の支援制度の拡充も併せて検討すべきである。

6.6 介護職員等に対する研修における消費生活センターとの連携等（施策番号107）

高齢消費者被害の予防と早期発見のための見守りネットワークも併せて推進すべきである。

【参照】

高齢者の消費者被害の予防と救済のためのネットワークづくりに関する意見書（2013年12月19日）

6.7 消費者からの情報の受入れ（施策番号109）

そもそも公益通報者保護や個人情報保護に限らず消費者行政全体に対する消費者の声を聞く窓口を消費者庁自体に設置すべきである。

公益通報者保護制度の相談ダイヤルは国民の間でほとんど浸透していないのではないかと考えられる。

【参照】

今後の消費者行政組織体制の在り方に関する意見書（2012年5月1日）

6.8 集団的被害回復訴訟制度等（重点施策8、施策番号110）

(1) 2013年12月に成立した「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」（集団的消費者被害回復に係る訴訟制度）の迅速かつ円滑な施行に向けて、制度の担い手となりうる適格消費者団体の意見を

踏まえて準備を行うべきである。

- (2) 特定適格消費者団体による通知・公告や仮差押えの実効性を担保するために必要な財政的措置を講じるべきである。また、制度の円滑な運用と消費者の混乱回避のため政府において2段階目の手続遂行に資する統一的なシステムを開発するとともに、統一的・効果的な制度周知及び個別事案にかかる情報提供のためテレビ報道枠の確保等政府による広報に努めるべきである。
- (3) 2013年に全国的に発覚した有名なホテル、百貨店等の経営するレストラン等の飲食店におけるいわゆる食品の虚偽・誤認表示事案において、消費者目線を欠いた業界の慣行等により消費者を偽り、その判断を誤らせる不当な表示が放置されてきた実態が明らかとなつたが、表示に対する事業者の姿勢を正すとともに同様の事態の発生を抑止するため、速やかに景品表示法に課徴金制度を導入すべきである。また、課徴金制度を通じて直接的・間接的に消費者の被害回復に資する仕組みを盛り込むべきである。

【参照】

- ・不当景品類及び不当表示防止法の課徴金制度導入等に伴う制度設計に関する意見書（2014年2月21日）
- ・「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案」に対する会長声明（2013年4月19日）
- ・「集団的消費者被害回復に係る訴訟制度案」に対する意見書（2012年8月31日）

6.9 金融ADR（施策番号115）

単に広報のみに止まらず、裁判外紛争解決機関として、金融機関に対する監督指針等に基づき、中立・公正な紛争解決を図るとともに、苦情・紛争の分析結果を、金融機関の監督や再発防止策に結びつけるような制度設計をすべきである。

【参照】

- 「消費者基本計画」の検証・評価（平成24年度）及び計画の見直しについての意見書（2013年5月9日）

7.0 金融サービス利用者相談室（施策番号118）

金融庁にとって、重要な情報収集窓口であるので、さらにこれを広報し、情報収集に努めるべきであり、収集した情報の具体的社名などの公表等も被害防止の観点から検討されるべきである。そこで相談情報を踏まえて、さらに以下のような施

策を検討すべきである。

(検討すべき施策)

- (1) 複雑な仕組債等被害が多数発生していることから、デリバティブ性のある金融商品については、その商品内容についても規制を及ぼすべきであり、その販売・勧誘についても、厳重な規制を及ぼすべきである。
- (2) 保険商品については、乗合代理店に対する法規制が十分ではないことから、これについてもその実態に即した法規制を及ぼすべきである。
- (3) 保険商品については、その給付内容が社会通念上保障内容に含まれていると思われるものが含まれていないケースがあるなど、その商品内容に問題があるものがあり、これについても適切な規制が行われるべきである。

【参照】

「消費者基本計画」の検証・評価（平成24年度）及び計画の見直しについての意見書（2013年5月9日）

7 1 国民生活センター（施策番号119）

国民生活センターの相談支援機能を強化するためには直接相談を復活させるべきである。

【参照】

国民生活センターの業務・事業見直しに対する意見書（2011年2月18日）

7 2 地方消費者行政（重点施策10、施策番号121・122）

(具体的施策②について)

活性化基金の延長と消費者教育推進法の施行の下で、相談窓口の整備に関する取組はもちろん、地域の消費者市民の育成に関する各自治体の特徴的な取組事例を収集・提供することが求められる。

(具体的施策③について)

地方消費者行政担当職員の増員や独自財源の増額など、地方自治体自身が消費者行政の重要性を自主的に判断し、予算と人員を配置する動きは依然として不十分である。地方消費者行政推進本部から各自治体の首長に向けた発信を、これまで以上に推進することが求められる。

(具体的施策④について)

これまでの取組を評価するとともに、今後の推進をさらに期待する。

(具体的施策⑤について)

小規模市町村の消費生活センターの整備は、近隣自治体との連携や都道府県との連携を推進するため、さらに強力な支援が必要である。

地域住民の意思に基づく充実強化を図るためにには、単に地域住民に委ねるだけでは不十分である。消費生活センターの重要性、消費者行政と関連部局との連携の重要性、消費者行政と消費者団体・地域住民との連携の重要性などを十分に周知した上で、地域住民の声に基づく充実・強化が推進されることが必要である。

(具体的施策⑥について)

地方消費者行政の取組を下支えする実効性のある支援の検討が引き続き重要であり、そのための国の予算からの継続的援助も引き続き必要である。その際、活性化基金の成果と課題を適切に検証することが不可欠である。

【参照】

- ・地方消費者行政の持続的強化を求める意見書（2012年6月14日）
- ・「地方消費者行政の充実・強化のための指針～地域社会の消費者問題解決力の向上を目指して」（原案）に対する意見書（2012年6月28日）

7 3 消費者ホットライン・相談窓口の周知（施策番号123）

消費生活センターや相談窓口の周知はいまだ不十分である。窓口の存在だけでなく、消費生活センターや相談窓口の機能・役割についても周知する必要がある。

【参照】

- 「消費者基本計画」の検証・評価（平成24年度）及び計画の見直しについての意見書（2013年5月9日）

7 4 都道府県の法執行強化（施策番号124）

国における法執行強化とともに、都道府県における法執行強化は必須のテーマである。当然ながら、都道府県における法執行には予算も人員も必要であるから、まずは首長がこの点の重要性について理解を深め、地方行政の中での位置付けを高めることが必要になる。消費者庁関連三法案の国会審議においてもこの点が議論され、参議院消費者問題に関する特別委員会附帯決議第20項（2009年5月28日）において「地方公共団体における消費者行政の推進に関しては、消費者庁関連三法制定の趣旨を地方公共団体の長及び議会議長が参加するトップセミナーの実施等を通じて周知徹底し、全国あまねく消費生活相談を受けることができ、消費者の安全・安心を確保する体制が確立するよう、万全を期すること。」と謳われたところである。

次に、研修はもちろん必要であるが、多人数を集めて一般的な研修を行うだけでは十分ではない。地方消費者行政ブロック会議においては、経済産業局も交えて各都道府県課長と法執行の強化についての意見交換を実施しているが、さらに連携策を推進する必要がある。その際、消費者問題は広域的に発生するので、国における執行力を強化するとともに、特定の事案について国の執行と地方の執行の関係についての役割分担の明確化が求められる。例えば、継続的に苦情の多い業者を一定範囲リストアップし、内容を分析するとともに国と関連都道府県で執行の実務的打ち合わせを行い、手順を決定することを検討することが考えられる。

【参照】

今後の消費者行政組織体制の在り方に関する意見書（2012年5月1日）

7.5 地方公共団体との情報共有のための体制整備（施策番号126）

地方公共団体との情報共有のための体制整備においては、適時・十分な情報提供と意見交換の機会の確保、方法を工夫・検討すべきである。そのためには、具体的にどのような方法、機会において地方公共団体との情報共有が行われたのかについて検証し、回数や情報共有の方法が十分なのか否かを検討する必要がある。「各種説明会や連絡会議の場等」が、適時性（情報提供が遅くないのか、十分な情報共有手法であるのか）を含め、地方公共団体側からの意見・要望を聞くなどして検証の上、必要に応じて改善すべきである。

7.6 適格消費者団体に対する支援の強化（重点施策8、施策番号127）

各地の適格消費者団体の知見や経験を活かし、地元に密着したイベントや消費者教育活動が実現するよう、委託事業の在り方を見直すべきである。

7.7 適格消費者団体へのPIO-NET端末の設置（重点施策8、施策番号127・128）

適格消費者団体が限られた人的・物的資源を有効かつ効果的に活用するためにはPIO-NET端末で優先的に取り組むべき課題を把握することが重要である。したがって、適格消費者団体へのPIO-NET端末配置を早急に進めるべきである。

7.8 消費者団体訴訟制度の周知等の強化（重点施策8、施策番号128）

消費者への消費者団体訴訟制度の周知をはかるため、テレビ報道枠の確保等により積極的でアピール力のある仕組みを工夫すべきである。

7 9 消費者団体等との連携や消費者団体等相互の連携の強化（施策番号 129）

在京の消費者団体等に偏らない意見交換の在り方を工夫すべきである。

また、地域ごとの消費者団体等の連携を支援する取組を進めるべきである。

8 0 公益通報者保護制度（施策番号 130）

公益通報者保護法を改正すべきである。

改正においては、以下のように、通報者の範囲の拡大、通報対象事実の範囲の拡大、外部通報の要件の緩和、外部通報先の範囲の拡大等により保護される範囲を広げるとともに、韓国における公益通報者保護法で立法化されているような、公益通報を理由とした不利益取扱い等を行った事業者等に対する罰則及び民事上・刑事上の責任追及から公益通報者を保護する制度の導入、通報を受けた行政機関の取るべき措置の規定等についても検討すべきである。

- (1) 通報者の範囲を、労働者のみならず、役員、取引先事業者、退職者も含めるよう拡大すべきである。
- (2) 通報対象事実の範囲を、一部の法律の中での犯罪行為等に限定するのではなく、英國公益開示法にならい、「法的義務違反」、「個人の健康や安全に対する危険」、「環境破壊」さらに「これらの事項に関する情報の隠匿」を対象として広く規定すべきである。そして、通報対象事実の発生する時期、時間的切迫性等の通報の障害となる要件を排除すべきである。
- (3) 外部通報の要件につき、一般的な保護規定を導入し、真実相当性の要件を排除し、通報時において真実であると信じるに足りる合理的な理由がある場合に通報者を保護すべきである。
- (4) 外部通報先の範囲につき、行政機関への通報においては、通報先を処分・勧告権限を有する行政機関に限定すべきではなく、消費者庁を通報先として、消費者庁が通報を受け付け、必要に応じ処分・勧告権限等を有する他の行政機関を通じて違法行為等の是正を図る制度を導入すべきである。

また、行政機関以外の外部に対する通報において、通報先についての通報対象事実の発生等の防止のために必要であるとの制限、及び事業者の正当な利益を侵害しないとの制限を削除すべきである。

- (5) 公益通報者保護法に反した不利益取扱い、契約の解除、解雇等を行った者に対する罰則を導入すべきである。
- (6) 不利益取扱いの禁止に関し、公益通報者に対する損害賠償等における民事責任

の免責、公益通報に関する刑事責任の減免等の制度を導入すべきである。

(7) 行政機関が採るべき措置について、行政機関が相当期間内に調査し、措置をとることを明記すべきである。

【参照】

- ・公益通報者保護法の見直しに関する意見書（2011年2月18日）
- ・公益通報者保護法に関する意見書－消費者庁の「公益通報者保護制度に関する実態調査報告書」を受けて－（2013年11月21日）
- ・外食メニュー表示の適正化に資する法制度の整備を求める意見書（2014年2月21日）

8 1 白斑被害（施策番号なし）

- (1) いわゆる美白化粧品による白斑被害に対し、事故情報の収集を強化するとともに、徹底した原因究明を早急に行い、同種被害の発生・拡大防止策を迅速・適切に進めるべきである。
- (2) 医薬部外品からの被害発生事例を踏まえ、医薬部外品の承認に係る審査が慎重かつ充分に行われるよう、独立行政法人医薬品医療機器総合機構（PMDA）による承認審査の抜本的な見直しを行うべきである。
- (3) 医薬部外品、化粧品（以下「医薬部外品等」という。）による副作用被害の報告制度について、医師や医療機関等にも報告義務を課すとともに、医薬部外品との関連性が疑われる症例を広く報告対象とすることや、医薬部外品等による副作用被害の情報を広く一元的に収集し、調査・分析・公表することができる副作用被害の拡大防止のための専門機関を設ける等、行政における体制を整備・強化することを検討すべきである。
- (4) 医薬部外品等による副作用被害について、入院を要件としない副作用被害の救済制度を設けるべきである。

【参照】

医薬部外品等による副作用被害の防止及び救済制度の在り方についての意見書（2014年4月18日）

8 2 関連団体の支援等の状況の公表（施策番号132）

訪問販売、通信販売等の自主行動基準の整備等が円滑に行われるよう関連団体を支援するとともに、問題のある事業者の活動に対して、特に高齢者や子どもに対する訪問販売等による被害抑制の視点から改善を指導するというものであるが、その

実施状況について公表すべきである。

8 3 消費者行政組織体制（施策番号 134）

(1) 消費者庁及び消費者委員会設置法附則第3項は、「政府は、この法律、消費者庁及び消費者委員会設置法の施行に伴う関係法律の整備に関する法律（平成二十一年法律第四十九号）及び消費者安全法（以下「消費者庁関連三法」という。）の施行後三年以内に、消費者被害の発生又は拡大の状況、消費生活相談等に係る事務の遂行状況その他経済社会情勢等を勘案し、消費者の利益の擁護及び増進を図る観点から、消費者の利益の擁護及び増進に関する法律についての消費者庁の関与の在り方を見直すとともに、当該法律について消費者庁及び消費者委員会の所掌事務及び組織並びに独立行政法人国民生活センターの業務及び組織その他の消費者行政に係る体制の更なる整備を図る観点から検討を加え、必要な措置を講ずるものとする。」と規定している。

施策番号 134 は、この条項を受けての施策である。

(2) しかし、違法な食品表示に対する不十分な執行状況、公益通報者保護法、個人情報保護法等の見直しが進展していないなど、消費者庁が所管している各法律の執行、見直し、点検・評価が不十分であり、次年度の基本計画には具体的な方針を明示すべきである。

(3) 消費者の利益及び擁護の増進に関する法律についての消費者庁の関与の在り方、消費者行政に係る体制の更なる整備等について、消費者委員会と協力して引き続き検討を行うことになっているが、この点に関する総合的な検討がなされた形跡はない。

消費者庁・消費者委員会も発足して 5 年になる。この時点で総合的に検討することを基本計画に明示すべきである。

【参照】

- ・新たな「消費者基本計画（素案）」に対する意見書（2010年2月18日）
- ・今後の消費者行政組織体制の在り方に関する意見書（2012年5月1日）

8 4 消費者を主役とした行政の実現に向けた施策の強化と公表（施策番号 135・136・137）

いずれも現在の取組をさらに一層強化するとともに、成果を定期的に具体的に公表するなど、その推移を可視化し、実質的に消費者庁、ひいては国民が監視できる体制にすべきである。

8.5 公正取引委員会の体制強化・機能拡充とフランチャイズ契約への対応強化（施策番号138）

独占禁止法第24条の差止請求訴訟を中心とする同法中の民事手続規定の実効性を図るべく、その強化の方法につき検討すべきである。

また、消費者が新たに加盟することの多いフランチャイズ契約の適正化を図るべく、従来の被害実態を踏まえてフランチャイズ・ガイドラインの内容の再検討を行うとともに、同ガイドラインの内容に照らし問題があると思料される悪質契約事案については、迅速かつ厳正に対応すべきである。

8.6 消費者委員会の事務局体制の充実強化（施策番号139）

消費者委員会が消費者行政全般についての監視機能を十分に発揮できるよう、事務局体制のさらなる充実・強化を図るべきである。

8.7 高度情報通信技術を活用した取引への対応強化（施策番号153）

高度情報通信技術を活用した取引は、それを支えるICT（Information and Communication Technology）の進歩のスピードが速く、また、消費者問題も日々新しい問題が生じてきており、継続した取組が必要である。

施策の記述は、一般論でなく現実に生起している具体的問題を挙げて、目標を定めてその取組に当たり、達成の有無、程度を検証できるようにすべきである。

8.8 インターネット取引等（重点施策16、施策番号153－2・171）

（具体的施策①について）

「決済代行業者登録制度」が実施されているが、この対策ではサクラサイトの決済代行に代表される決済代行業界が抱えている問題を解決するには全く不十分である。

この制度は、業界団体による任意の登録制度であり、強制力もなく、また実際の組織率も、問題の多い決済代行業者が加盟していないなど、実効性に大きな疑問がある。

そもそも、決済代行業者登録制度は、決済代行業者が市場に登場した初期の頃、連絡先等が判明せず、消費者の苦情の持ち込み先が不明であったという現象が生じていた点にのみ対応したものに過ぎない。

決済代行業者をめぐる問題の本質は、不適切な経済活動に、クレジットカード等

の決済手段を提供してしまうという点にある。詐欺的取引や、禁制品の取引など、不適切な資金異動をクレジットカード等の決済システムから排除するための方策を検討し、実施すべきである。

即ち、決済代行業者については、(ア)表示義務のみならず、(イ)アカウトアーリング業務を正面から割賦販売法に取り込み、適正な業務執行が確保できる法的枠組の検討が必要である。その場合、民事効も同時に充実させ、消費者に不当な決済業務による被害回復や紛争解決の法的手段を付与することも検討すべきである。

(具体的施策②③について)

すでに公表されている「インターネット消費者取引に係る広告表示に関する景品表示法上の問題点及び留意事項」は、フリーミアム、口コミサイト、フラッシュマーケティング、アフィリエイトプログラム、ドロップシッピングといった、ネット上の新種の取引形態に限って基本指針を示したにとどまる。

実際には、ネット上で広告を展開し、通信販売の方法で商品を販売するサイトが膨大に存在し、その中には、景表法等の規制に抵触する広告が多く含まれている。消費者庁が実施している監視活動(パトロール)によって是正できるものはごく一部に過ぎない。

健康食品、投資勧誘、情報商材等、問題が多発する類型ごとに、事業者が守るべき表示の留意事項を明示するガイドラインを策定し、これを遵守させる取組が必要である。

また、この際、表示事項については、表示内容の適正ばかりでなく、分かりやすい表示など表示方法や態様についても、合理的で適正なルールを再構築することも検討すべきである。

(具体的施策④について)

「実施済み」とあるが、消費者庁越境消費者センター（C C J）は、実証調査の一環として外部委託の方式により開設されたものにすぎない。既に、調査開始から2年以上が経過し、相談数も増加の一途にあるから、早期に、恒常的でより処理能力の高い機関が設置される必要がある。

また、同センターの業務状況からすれば、海外の消費者相談機構や規制当局との連携・協働が紛争の予防や解決の実効性向上のために必須であると考える。消費者庁において、提携先開拓の重要性を再認識し、さらに重点的にこの課題に取り組むべきである。

(具体的施策⑥について)

同施策は、平成24年度消費者基本計画で追加されたものであるが、現在まで特

に目立った進展が見られない。越境消費者紛争は、増加の一途にあり、施策事項のための調査の充実とその結果の公表、試験的にでも具体的な施策を実施していくことが必要である。

【参照】

- ・インターネットを用いた商取引における広告の適正化を求める意見書（2012年2月17日）
- ・越境取引における消費者紛争窓口の恒常化等に関する意見書（2013年7月17日）

8 9 迷惑メール（施策番号154）

（具体的施策①について）

直罰化の拡大、民事的な差止め、損害賠償請求権、違法なメールに対する発信者情報開示請求権等の法改正を含めた、抜本的な対策を検討されたい。

現在の迷惑メールの跋扈ぶりを見る限り、今までの措置では不足していることが明らかである。

（具体的施策②について）

「『特定電子メールの送信の適正化等に関する法律』を厳正に運用します」として、「継続的に実施します」としているが、実際には、行政指導も十分していない状況である。

現在、日本で送受信されるメールの半数以上が、迷惑メールという状況であり、行政指導は意味をなしていない。運用体制を抜本的に見直すべきである。

【参照】

「消費者基本計画」の検証・評価（平成24年度）及び計画の見直しに向けての意見書（2013年3月13日）

9 0 迷惑メール（その2）（施策番号155）

送信元プロバイダに情報を開示させて、行政指導をすること、迷惑メールの送信が多いプロバイダからのSMTPの受信を拒絶する等の措置を、立法を含めて検討するべきである。

上記のような緩慢な措置では、現在、日本で送受信されるメールの半数以上が迷惑メールという状況を改善できない。

【参照】

「消費者基本計画」の検証・評価（平成24年度）及び計画の見直しに向けての意見

書（2013年3月13日）

9.1 インターネットオークション（施策番号156）

インターネットオークション詐欺については減少傾向のようであるが、それでもなお後を絶たない状況であり、現に行われている個々の犯罪についての被害を最小限にとどめるべく、ネットオークション事業者とより一層の連携を図り、いち早く情報を察知して、時機を失せず、注意喚起を促す体制を整えるべきである。

インターネットを利用したダフ屋についても刑事罰による規制が必要であり、迷惑防止条例等での積極的な検挙、それが困難であれば、新たな立法による規制も検討されたい。

【参照】

「消費者基本計画」の検証・評価（平成24年度）及び計画の見直しについての意見書（2013年5月9日）

9.2 フィッシング詐欺（施策番号157）

（具体的施策①について）

国外からのフィッシング詐欺に対しても十分に取締りができるような体制を整えるべきである。

（具体的施策②について）

具体的に何処に対してどのような支援を行うかを明らかにすべきである。

（具体的施策③について）

「フィッシング対策協議会」等関係機関と連携するとされているが、企業との連携は十分に図れているか疑問がある。例えば、同協議会の消費者向けフィッシング詐欺対策ガイドライン（2012年12月）では、電子メール中のリンクはクリックしないよう指導がなされているが、実際上、ほとんどの企業が電子メール中にリンクを貼っており、ガイドラインの実効性にはやや疑問がある。

【参照】

「消費者基本計画」の検証・評価（平成24年度）及び計画の見直しについての意見書（2013年5月9日）

9.3 青少年の安全・安心なインターネット利用（施策番号158）

青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備等に関する法律は、フィルタリングソフトウェアの活用等により、青少年が青少年有害情報を閲

観する機会をできるだけ少なくすることを謳っているところ、携帯電話インターネット接続役務提供事業者によるフィルタリングサービスの提供は普及している。

しかし、子どもは、携帯ゲーム機、音楽プレイヤーやスマートフォンのWi-Fi機能を利用して、前記接続役務提供事業者のフィルタリングサービスを介さずにインターネットに接続するようになっている。そこで、かかるWi-Fiによる子どものインターネット接続についてもフィルタリングの網を掛ける施策が必要である。

【参照】

「消費者基本計画」の検証・評価（平成24年度）及び計画の見直しについての意見書（2013年5月9日）

9.4 青少年の安全・安心なインターネット利用（その2）（施策番号159）

公開されているICTメディアリテラシー育成プログラムの内容は評価できる。「実施済み」とされているが、インターネットにおける子どもの被害態様が絶えず変化し続けていることから、今後も新たな被害態様に対応すべく、プログラムの内容をアップデートされたい。

【参照】

「消費者基本計画」の検証・評価（平成24年度）及び計画の見直しについての意見書（2013年5月9日）

9.5 電気通信取引分野についての規制強化（重要施策18、施策番号160）

- (1) 適合性原則の遵守は、自主ルールが抽象的であるし、さらにもっとも問題となる高額請求の場面における民事効とはなっておらず、紛争解決や被害回復の実効性が上がっていない。
- (2) 総務大臣は、2013年9月公表の「スマートフォン安心安全強化戦略」（利用者視点を踏まえたICTサービスに係る諸問題に関する研究会）において、業界の自主対応にもかかわらず「一定期間内に状況が改善されない場合には、クーリング・オフ等の民事的な効力を有する規定を設けるなどの制度的な対応を検討」と指摘しているが、2013年も引き続き電気通信分野における消費者の相談件数が増加している現状を踏まえれば、すでに「業界を挙げた自主的取組」では不十分であり、クーリング・オフ等の「制度的な対応」を早急に検討すべきである。

【参照】

電気通信事業における利用者保護の適正化を求める意見書（2014年1月16日）

9 6 電気通信取引における情報提供の強化（重要施策18，施策番号161）

- (1) 表示や勧誘の問題とも密接に関連するので、電気通信サービスと放送サービス取引の勧誘や契約締結過程の適正化に関する総合的、抜本的検討の場を設け、そこでしっかりと議論をすべきである。
- (2) その場合、情報提供や説明義務の問題に止まらず、クーリング・オフや不当な勧誘がなされた場合の意思表示の取消しや、不当な契約条項の効力について（約款規制も含む。）も導入に向けた議論をすべきである。

9 7 「電気商取引及び情報財取引等に関する準則」の改正に当たっての十分な告知・意見聴取（施策番号162）

「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」は取引当事者の予見可能性にも関わる重要なものであり、改定が予定されている場合にはできる限り早めに告知した上で、パブリックコメントの募集期間を可能な限り長めに設けるべきである。

9 8 電気通信消費者支援連絡会の活性化（施策番号163）

さらに開催頻度を増やし、議論できるテーマ、時間を拡大すべきである。

9 9 電気通信事業法への消費者保護規定の導入（重要施策18、施策番号164）

電気通信事業法に特定商取引法と同様の消費者保護規定を設ける必要がある。

1 0 0 個人情報保護法の改正等による個人情報保護の水準の向上（施策番号165・166）

現行の個人情報保護法について、内閣府消費者委員会の審議の他に、当連合会においても適切な情報流通の確保等の観点から意見書を提出しているところである。その後の実態も踏まえて、個人情報保護法の改正について、早急に着手すべきである。

【参照】

個人情報保護法制の改正に関する意見書（2006年7月20日）

1 0 1 放送番組における視聴者への配慮と有料放送についての規制強化（施策番号167）

- (1) 放送は、有限な電波を利用するものであることから公共性が高いことに鑑み、一部の事業者の販売活動のための顧客誘引のためだけに利用されることのないよう、放送番組の内容が予め視聴者に認識しやすくするとともに、視聴者の意見が番組に反映されやすくする制度も工夫、検討するべきである。
- (2) 有料放送サービス契約については、近時、飛躍的に契約件数等が伸びてきており、成熟した契約慣行や契約内容となっているとは言えない事情もあり、そのことが有料放送サービス契約の締結勧誘における紛争の背景や原因となっていると思われる点もある。

特に、通信サービス契約の勧誘と同時に抱き合わせで有料放送サービスの契約が勧誘され、トラブルとなる例も目立っていることから、これらの問題についても、総合的な検討と適正な慣行やクーリング・オフ、不当勧誘による意思表示の取消し等の民事ルールの整備が必要である。

102 パーソナルデータの利用・流通の促進による弊害の防止（施策番号177）

消費者基本計画において、パーソナルデータの利用・流通を促進することを謳うのは、そもそも方向性が逆である。

産業界がパーソナルデータの利用・流通の促進を望み、これが必要な趨勢であることは否定しないとしても、消費者基本計画においては、パーソナルデータの利用・流通が進むことによる弊害を除去することこそを目標に掲げるべきである。

例えば、「情報通信技術の進展により、ネットワーク上でのパーソナルデータの利用・流通や、ビッグデータの利活用が進みつつあるが、プライバシーの保護に欠けることとならないよう、プライバシー保護等に配慮したデータ利活用ルールの策定を進めます」等の表現に改めるべきである。

また、「利用者に分かりやすい形で説明」「利用規約等の分かり易い表示」とあるが、これらの表現は、利用者の同意を根拠に広くパーソナルデータの利用を正当化する制度を前提とするものである。現実には、事業者が定めたプライバシーポリシーを熟読する消費者はないに等しい。同意さえ取ればデータを利用できるという仕組みに依存せず、一定のパーソナルデータについては、約款による包括的な同意やオプトアウト方式ではなく、オプトインによる個別の同意を取りることを義務付ける必要があるのではないかと考えられる(EUの個人データ保護規則案では同意の取り方についてのルールが提案されている。)。消費者基本計画でも、単に「分かり易い表示」とするのではなく、同意の取り方についての具体的ルールを検討する旨を明示すべきである。

103 小規模福祉施設・小規模診療所における防火管理体制（施策番号173）

総務省・消防庁・厚生労働省は、小規模福祉施設（とりわけ高齢者施設等）や入院設備のある小規模診療所におけるスプリンクラー設備等の設置状況及び防火管理状況等の実態に関する従前の継続調査の状況を踏まえ、更に対応が不十分な小規模福祉施設・診療所に対しては、厳正な改善指導を実施すべきである。

104 探偵業への対応強化（施策番号174）

探偵業に関し、書面交付、契約締結時における重要事項の説明により、消費者取引における情報提供の適正化について、「継続的に実施します」とされているが、現在の実施状況等について、何ら具体的な検討もされていないとともに、その業務内容、価格根拠、中途解約時の清算など、消費者にとって分かりにくい部分も多い。単なる書面交付や説明だけでは不十分であり、情報提供の適正化のみならず、契約内容の適正化についても、十分な検討が必要である。

さらに、詐欺的投資被害を取り戻せるかのような広告をしている業者や面談なしで契約をしている業者などもあり、その被害実態について、適正な分析の上で適切に対応すべきである。