

消費者庁消費者政策課

「消費者基本計画工程表」素案に関する意見御担当者様

## 「消費者基本計画工程表」素案に関する意見

日本生活協同組合連合会  
執行役員 二村 睦子

日本生活協同組合連合会では、「消費者基本計画」は5年間の消費者行政の骨格を決め、各分野の施策を具体的に進めるための重要な計画として注視しています。

当連合会は事業や活動を通じて、組合員の普段の暮らしを支えるとともに、社会が直面するさまざまな問題・課題に向き合い、協同の力で社会的な役割を果たしてきました。今後も「生涯にわたる心ゆたかな暮らし」「安心して暮らし続けられる地域社会」「誰一人取り残さない、持続可能な世界・日本」の実現をめざしていることから、組合員（消費者）の暮らしがより良いものになるよう、工程表に対して意見を申し述べます。

### I 消費者被害の防止

#### (1) 消費者の安全の確保

##### ①事故の未然防止のための取組

##### エ 子供の不慮の事故を防止するための取組

「子どもを事故から守る！プロジェクト」がどれだけ促進されたのか、また取り組んだ結果、子どもの不慮の事故がどれだけ減少したのかを評価できる数値等を KPI や目標に追加してください。

子どもを不慮な事故から守るためには家庭、学校、地域、消費者団体、事業者、地方公共団体等と、あらゆる団体が連携しながら取り組みを進めることが重要です。「子どもを事故から守る！プロジェクト」の着実な展開はもとより、その結果として子どもの不慮の事故がどれだけ減少したのかが評価指標として重要です。プロジェクトの促進と事故減少が評価できる数値等を KPI や目標に追加してください。

生命・身体に危害を及ぼす製品やサービス自体への取組・対策を追加してください。

第4期消費者基本計画の事故の未然防止のための取組(P.23)には「物質や商品・サービスの危険性については、①設計、製造、提供、使用等の適正性を欠いたために事故が生じ得るものと、②それ自体が生命・身体に危害を及ぼすものがあり、それぞれに応じた取組・対策を実施する。」とあります。子ども安全メール等での注意喚起は使用等の適正性への対応に有効だと考えますが、消費者としては安全な製品、サービス自体が提供されることが一番望ましいです。生命・身体に危害を及ぼす製品やサービス自体への取組・対策を追加してください。

##### ④食品の安全性の確保

##### イ リスク評価機関としての機能強化

リスク評価に必要な体制整備等に関する評価ができるように数値等を KPI に追加してください。

食品の安全性の確保には、人材・予算等の体制整備・強化といった食品安全行政の強化が必要です。リスク評価に必要な体制整備等に関する評価ができるように数値等を KPI に追加してください。

## ウ 食品安全に関するリスク管理

食品の安全性の確保に向けて、食品安全行政の1つであるリスク管理機関の機能の強化に資する施策等を追加してください。

食品の安全性の確保には、人材・予算等の体制整備・強化といった食品安全行政の強化が必要です。リスク評価に必要な体制整備だけでなく、リスク管理機関においても体制整備・強化をしてください。

## エ 食品の安全性に関するリスクコミュニケーションの推進

消費者が食品のリスクに関する正しい知識や理解が得られるよう、広く消費者へ情報提供等を行い、その理解度等の評価をKPIや目標を追加してください。

意見交換会等への参加は開催会場や人数等に限りがあるため、そこで提供される情報等は一部の人に限定されます。食品のリスクに関する知識や情報等は、より多くの消費者が知っておく必要があることから、広く消費者へ発信することが必要です。ポスターやパンフレット、ウェブサイト、SNS、メールマガジンなどを活用して、消費者へ分かりやすく情報を発信してください。そして、理解度についても意見交換会等の参加者に限定せず、世論調査等を用いて評価するようKPIや目標を追加してください。

## オ 食品中の放射性物質に関する消費者の理解の推進

食品中の放射性物質に関する消費者理解の増進について、連携主体として事業者も追記してください。

「風評被害に関する消費者意識の実態調査（第13回）」における放射性物質を理由に福島県産品の購入をためらう人の割合は10.7%と、第1回の調査（19.4%）から低くなっていますが、東北全域（第13回2.6%）と比較すると依然として高い状況です。自治体や消費者団体の連携も必要ですが、実際に商品を販売する事業者団体等との連携も重要なことから、連携主体に事業者も追記してください。

### （2）取引及び表示の適正化並びに消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保

#### ②商品やサービスに応じた取引の適正化

##### タ 電気・ガスの小売供給に係る取引の適正化

LPガス事業の取引実態の把握と消費者への情報提供等を計画に追加してください。

LPガスについては事業者のホームページに料金メニューが表示されていない、同一事業者であっても別アパート・マンション等で料金が異なるなど、不透明・不適正な取引実態が指摘されています。また不透明であるが故に消費者がこの問題を把握できていません。不透明・不適切な取引実態について適正に把握すること、そうした実態等を消費者へ情報提供することを計画に追加してください。

#### 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

##### ア 食品表示制度の適切な運用等

食品表示制度の理解促進や活用方法のための普及啓発方法について、その具体的な方法を記載してください。

近年、機能性表示食品などが増加し、消費者は手軽に購入できるようになりました。しかし、消費者がこうした保健機能食品等の情報やリスクについて学ぶ機会がなく、誤った方法・量の摂取による健康被害が発生しています。また、この間、加工食品の原料原産地表示制度、遺伝子組換え表示制度、食品添加物表示制度の見直しが行われ、食品表示制度が複雑なものとなっています。消費者が食品表示制度を理解するための普及啓発方法について、その具体的な方法等を記載してください。

消費者が食品表示をさらに活用できるよう、消費者にとって分かりやすい制度となっているか定期的に検証することを計画に追加してください。

食品表示制度があまりにも複雑であったり、あるいは分かりにくいものであったりすると消費者がそれを日常生活で活用することは困難です。消費者にとって、より分かりやすい食品表示になるよう定期的に検証することも計画に追加してください。

## ⑥詐欺等の犯罪の未然防止、取締り

### サ 振り込め詐欺救済法に基づく被害者の救済支援等

振り込め詐欺救済法に基づく返金制度について、広報・周知の実施状況を KPI に追加してください。

振り込め詐欺救済法に基づく返金制度について、制度そのものが知られていません。被害者への返金額だけでなく、制度そのものの広報・周知の実施状況や周知率等を KPI に追加してください。

## ⑧公正自由な競争の促進と公共料金の適正性の確保

### イ 公共料金等の決定過程の透明性及び料金適正性の確保

電気料金の経過措置については、消費者の選択が保証される状況にあることを慎重に見極めた上での解除となるよう消費者委員会等でも検討を行うべきです。また、解除を行う際には、解除以前に想定した競争環境の維持に問題が生じていないかなどの検証方法と市場の監視方法について具体的な施策についても追加すべきです。

家庭向けの電気・ガス等の料金体系の変更、とりわけ値上げは消費者にとって重要な問題です。そのため、電気の経過措置料金が解除された場合、不適切な営業活動等が発生していないか消費者トラブルの状況を事後監視することはもちろんですが、解除以前に想定した競争環境の維持に問題が生じていないかなどの検証や市場の監視をしていくことが重要です。検証や監視方法について具体的な施策を追加してください。

## ⑨情報通信技術の活用拡大と消費者被害の防止の両立

### エ インターネット上の消費者トラブルへの対応

調査研究等や「インターネット消費者取引連絡会」の内容等を広く周知してください。

インターネット技術・サービスの技術革新のスピードは早く、次々と新しい消費者トラブルも発生しています。こうした消費者トラブルは、消費者が新しい技術・サービス内容を理解していなかったり、事業者が法令やガイドライン等を知らなかったりする場合があります。このことから、消費者トラブルの内容やインターネット消費者取引連絡会で共有された課題等は、被害防止の観点から事業者、消費者ともに知っておくべきだと考えます。そのためにも、調査研究等の内容を事業者、消費者どちらにも広く周知してください。

## (3)「ぜい弱性」や「生きづらさ」を抱える消費者を支援する関係府省庁等の連携施策の推進

### ①成年年齢引下げを見据えた総合的な対応の推進

成年年齢引下げについて、民法の改正内容及び関連する法律等を正しく周知することを計画に追加してください。

民法の改正によって成年年齢が引下げられますが、成年年齢の引下げに関する世論調査（平成 30 年度内閣府）によると、16～22 歳の若者成年年齢が引下げされることは 87.4% が知っていたと回答していますが、そのうち引下げの時期までは 69.5% が知らないと回答しており、制度の周知は十分とは言えません。また未成年者の契約の取消権の認知度も 43.4% が知らないと答えており、18～19 歳の消費者被害の増加が懸念されています。さらに 20 歳未満の飲酒や喫煙を禁止する法律と混同されることが予想されます。民法の改正内

容の周知及び消費者教育の徹底および、関連する法律等についても合わせて周知することを計画に追加してください。

## ②認知症施策の推進

### ③障害者の消費者被害の防止策の強化

「高齢者・障がい者の消費者トラブル 見守りガイドブック」の活用を計画に追加してください。

2020年2月に発行された「高齢者・障がい者の消費者トラブル 見守りガイドブック」は、被害事例や気づきのポイント、関係者の連携など内容も分かりやすく、その内容の周知や活用は被害を防止するうえで有効だと考えます。そのためガイドブックの活用を計画に追加することを検討してください。

## （４）消費者の苦情処理、紛争解決のための枠組みの整備

### ①消費者団体訴訟制度の推進

国による適格消費者団体・特定適格消費者団体に対する財政面の支援を計画に明記してください。

適格消費者団体・特定適格消費者団体は、消費者被害防止・救済等に対して大きな役割を發揮しています。また、適格消費者団体等による事業者への申し入れや差し止め請求は、事業者自身が消費者志向経営を行う契機にもなっています。悪質な消費者トラブルが絶えない中で、集団的な被害回復に関わる仕組みは公益的活動といえます。しかし、適格消費者団体等のほとんどは、収入の多くを寄付で賄っており財政基盤は脆弱です。民間の資金だけでは、団体の運営・活動を支えることはできません。適格消費者団体等の役割と成果を踏まえ、国における財政面の支援を強化することを計画に明記してください。

## Ⅱ 消費者による公正かつ持続可能な社会への参画等を通じた経済・社会構造の変革の促進

### （１）食品ロスの削減等に資する消費者と事業者との連携・協働

#### ①食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進

事業者等が食品ロス削減に資する様々な取組が行えるよう、懸念やリスクを最小限にする制度やガイドラインを整備することも計画に追加してください。

食品ロス削減に向けて、飲食店等における持ち帰りについて安全に食べるための注意事項の周知は大切です。しかし、持ち帰った食品によって事故が発生した際に外食業者に指導が入る可能性は残されています。また、フードバンク活動では企業等が適切に管理している食品であっても、事故等の発生を恐れてフードバンクへの食品提供をリスクと考えて実施できないという声を聞きます。事業者側が食品ロス削減に向けて様々な取組が行えるよう、懸念やリスクを最小限するなど制度やガイドライン等を整備することも計画に追加してください。

#### ②食育の推進

食育を推進するにあたり、国、事業者、消費者が一体的に推進することを計画に追加してください。

日本人の食塩摂取量の平均値は9.5g(国民健康・栄養調査(平成29年))となっており、厚生労働省が発表した日本人の食事摂取基準(2015年版)の目標量18歳以上男性8g/日未満、18歳以上女性7g/日未満と比較して多いです。生活習慣病対策として減塩の取り組みは優先度が高いと考えられ、「減塩」商品を増やすなど事業者と消費者が一体的に進めることが有用です。食育推進基本計画に基づき食育を推進するにあたり、国や事業者、消費者が一体的に取り組むことを計画に追加してください。

## **(2) 環境の保全に資する消費者と事業者との連携・協働**

### **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**

目標値の「プラスチック・スマート」キャンペーン取組延べ登録件数を再検討してください。

「プラスチック・スマート」キャンペーンを推進するための目標が「取組延べ登録数 1,000 件を達成する」と記載されていますが、「プラスチック・スマート」のホームページを確認すると、すでに 1,000 件を超えています。また、「国民運動」として広く個人・企業・団体・行政などのあらゆる主体が取り組みを進める目標として「取組延べ登録数 1,000 件」はあまりに低いと考えます。今後も「プラスチック・スマート」キャンペーンを展開するのであれば目標値を再検討してください。

### **④生物多様性の保全と持続可能な利用の促進**

持続可能な開発目標 (SDGs) や「MY 行動宣言」の普及が評価できる数値等を KPI に追加してください。

近年、気候変動や海洋プラスチックごみ等に関する問題が私たちの生活を脅かしています。こうした問題に対応するために消費者と事業者が連携・協働して、資源やエネルギーの循環的な利用を行うこと、温室効果ガスの発生や天然資源の消費を抑制することなど、環境への負荷をできる限り低減した循環型社会を形成することが重要です。消費者が、より循環型社会の形成や環境負荷の低減に資する行動ができるよう、SDGs や「MY 行動宣言」を普及させ、それが評価できるように KPI を追加してください。

### **⑥各種リサイクル法等の普及啓発**

KPI として定めた具体的な 3R 行動の実施率について、第 4 期消費者基本計画の工程表で評価できるものに再検討してください。

持続可能な社会の実現に向けて、各種リサイクル法や 3R 全般にわたる活動について普及啓発することは重要です。しかし、KPI および目標として定めた具体的な 3R 行動の実施率が令和 7 年度となっており、第 4 期消費者基本計画の工程表では評価できません。今回の工程表で進捗や評価がわかるように KPI や目標を設定してください。

## **(3) その他の持続可能な消費社会の形成に資する消費者と事業者との連携・協働**

### **①エシカル消費の普及啓発**

持続可能性に配慮した商品の認証ラベルについて水産エコラベルだけでなく、その他の認証ラベルについても消費者へ周知し、その認知度を KPI に追加してください。

持続可能性に配慮した商品の認証ラベルは「水産エコラベル」だけでなく、公正な価格取引された商品認証の「フェアトレード」や適切に管理された森林資源で作られた商品認証の「FSC 認証」、持続可能な農業を営む農園で育てられた商品認証の「レインフォレスト・アライアンス認証」などがあります。こうした認証ラベルがついた商品を購入することはエシカル消費の行動の 1 つですが、認証ラベルの存在や意味を知らない消費者も多くいます。持続可能な開発目標 (SDGs) では「目標 12 つくる責任 つかう責任」「目標 13 気候変動に具体的な対策を」「目標 14 海の豊かさを守ろう」「目標 15 陸の豊かさも守ろう」と地球規模で環境資源を守ることを目標に掲げています。水産エコラベルに限定せず、認証ラベル全般について消費者への周知及び認知度を計画に追加してください。

## **Ⅲ消費生活に関連する多様な課題への機動的・集中的な対応**

### **(1) デジタル・プラットフォームその他デジタルサービスの利用と消費者利益の保護・増進の両立**

### **②「データ駆動社会」におけるビッグデータ (パーソナルデータを含む。) の適切な管理と効果的な活用**

## **ア 情報信託機能の社会実装・普及に向けた施策の推進**

情報銀行の社会実装を推進するうえで、消費者に対して、その仕組みや個人情報等の取り扱い、リスク等の周知を計画やKPIに追加してください。

パーソナルデータ等を情報銀行で活用する取り組みが始まっていますが、情報の組み合わせによっては個人の特定や本人の認識していない情報が無断で活用される危険性もあります。また、情報銀行に関する情報も消費者に十分に伝わっているとはいえません。情報銀行の社会実装を推進するうえで消費者に対して、その仕組みや個人情報等の取り扱い、リスク等の周知を計画やKPIに追加してください。

## **③デジタル・プラットフォームその他の技術革新の成果の消費生活への導入等における消費者への配慮等**

### **ア 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**

「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)の取りまとめにあたり、年代別など利用者の階層分け等を行うことを追記してください。

デジタル・プラットフォームの利用に当たって、若年者と高齢者ではその利用方法が異なるように、年代等によって留意する事項が異なります。そのため、ガイドブックを取りまとめるにあたり、年代別など利用者の階層分け等を行うなど考慮することを追記してください。

## **IV 消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施**

### **(1) 消費者教育の推進**

#### **②学校における消費者教育の推進**

消費者教育の推進、周知だけでなく、理解度等を評価するKPIを追加してください。

成年年齢が18歳に引き下げられることで、未成年者取消権が行使できないことによる被害増加などが懸念されています。そのため、その当事者である高校生、大学生への消費者教育がこれまで以上に重要となります。教材の配布・活用状況に加えて、どれだけ理解したかを評価する数値等をKPIに追加してください。

#### **④多様な主体（家庭、事業者・事業者団体）による消費者教育の推進**

家庭における消費者教育がより推進されるよう、消費者教育ポータルサイトの周知を計画に追加してください。

消費者教育を推進するうえで多様な主体、特に家庭で消費者教育が実施されることが重要です。家庭で消費者教育を実施するうえで消費者教育ポータルサイトの情報は有益ですが、それが周知されているとはいえません。市区町村の公共施設や町内会などの回覧版などに家庭でできる消費者教育教材や地域における親子向けの講座の情報提供をするなど、消費者教育ポータルサイトやその内容等について周知することや、そのKPIを計画に追加してください。

### **(2) 消費者政策に関する啓発活動の推進**

#### **①消費者トラブル抑止のための重層的・戦略的な普及啓発**

消費者に必要な情報が届くよう、さまざまな媒体や技術を用いて一人一人に確実に届く情報発信を検討してください。

消費者への情報提供の媒体として、ICタグや二次元コード等の新たな技術の利用は必要だと考えます。しかし、超高齢社会である現在、特定技術の利用ができないために情報が受け取れないような状態は避けるべきです。さまざまな媒体や技術を用いて、一人一人に確実に届く情報発信も行うべきであり、そうした取り組み等を検討してください。

## **V 消費者行政を推進するための体制整備**

### **(1) 消費者の意見の反映と消費者政策の透明性の確保**

#### **② 消費者団体との連携及び支援等**

消費者団体の自主的な取り組みの支援・促進について、具体的な施策を計画に追加してください。

消費者の関心・問題意識の多様化により、第4期消費者基本計画(第5章5(1)P.40)に記載されている「特定分野で活動を行う団体も含め、その自主的な取組を支援・促進する」がより重要になります。しかし、消費者団体の多くは寄付による財政やボランティアによって支えられており、財政や人材等、その運営の継続性に苦慮しています。消費者団体等が発信している情報を広く消費者に届けることを支援するなど、消費者団体の自主的な取組の支援・促進の具体策を計画に追加してください。

### **(2) 国等における体制整備**

#### **① 消費者行政体制の更なる整備等**

消費者庁が消費者行政の司令塔として十分な役割を果たすことを期待します。

消費者政策はあらゆる商品・サービスに対して、消費者の安全の確保、消費者契約や表示の適正化、消費者への教育・啓発、事業者との苦情処理・紛争解決、そして消費者を取り巻く環境の変化や新たな課題への対応と、求められている役割が多岐にわたっています。また、これらの役割を発揮するうえで専門的・総合的な知識等だけでなく、多くの府省庁等や関係機関・団体等との連携といった、司令・調整機能やリーダーシップの発揮も必要です。消費者庁がこうした役割・機能をより一層発揮できるよう、人材育成や財政強化といった体制整備がしっかりと進められることを期待します。

### **(3) 地方における体制整備**

#### **① 地方消費者行政の充実・強化に向けた地方公共団体への支援等**

地方の消費者行政をより充実したものにするために、国が率先して地方公共団体等を支援してください。

地方の消費者行政をより充実させるには、消費生活センターの機能強化や消費生活相談員のスキルアップが必要不可欠です。それに向けて国・地方公共団体等が一体となって、取り組みを充実・強化する必要があります。しかし実際には、消費者行政の担当職員は兼任者も多いことで施策等を十分に進めることができなかつたり、消費生活相談員のなり手不足によって質の高い相談体制を確保できなかつたりといった様々な課題もあります。地域でくらす消費者にとって、より身近でより頼れる地方消費者行政になるために、地方公共団体の自主財源確保の支援だけでなく、地方消費者行政強化交付金の活用で人員配置ができるなど、地方公共団体がより活用しやすい交付金の検討を進めるなど、国が率先して地方公共団体等を支援してください。

以上