

## 消費者庁において平成23年度に実施した政策評価の結果の政策への反映状況について

### <規制の事前評価>

	(担当課)	(ページ)
政策名：①消費者安全調査委員会（仮称）の設置	消費者安全課	1
②財産分野の重大な消費者被害の発生・拡大防止のための対応の強化	消費者制度課	3
③貴金属等の訪問購入に関する規制の強化	取引対策課	5

### <実績評価方式による事後評価>

政策名：消費者政策の推進	(担当課)	(ページ)
施策名：①消費者の利益の擁護及び増進のための政策の調整	消費者政策課	7
②消費者行政の基本的政策等の企画・立案・推進	消費者制度課	9
③個人情報保護に関する施策の推進	消費者制度課	11
④財産分野の消費者情報に関する集約・分析・提供	消費者政策課	13
⑤地方消費者行政の推進	地方協力課	15
⑥消費者の安全確保のための施策の推進	消費者安全課	17
⑦消費者取引対策の推進	取引対策課	19
⑧物価対策の推進	消費生活情報課	21
⑨消費者表示対策の推進	表示対策課	22
⑩食品表示対策の推進	食品表示課	24

## 消費者安全調査委員会（仮称）の設置

### 規制の目的・内容・必要性

#### （規制の目的）

消費者安全法の改正により消費者安全調査委員会（仮称）（いわゆる8条機関）を設置し、生命・身体分野の消費者事故等の原因を究明し、再発・拡大防止の知見を得るための事故調査を行うために必要な権限を設ける。なお、当該権限は調査を実施するために必要な限度において行使するものである。

#### （規制の内容）

消費者安全調査委員会（仮称）は、生命・身体被害分野の消費者事故等の発生・拡大の防止及び消費者事故が発生した場合における被害の軽減を図るために当該事故等の原因を究明する必要がある場合、必要な限度において、報告徴収、立入検査、質問、物件提出・留置、物件保全・移動禁止、現場立入禁止の処分をすることができる。

#### （規制の必要性）

消費者安全調査委員会（仮称）が調査等を行う場合、通常、任意で調査を行うが、事故の原因関係者等の任意の協力が得られない場合等においては、当該調査権限を行使する必要がある。

### 代替案

各事業所管省庁において分野ごとに行っている行政処分を前提とした調査とは別に事故調査のための当該規制の権限を規定し、各事業所管省庁がこれを実行する独立した体制（例えば、審議会等）を整備するとともに、事業所管省庁から独立した第三者が、事業所管省庁から独立した視点で、消費者安全の確保のために、事業所管省庁が行った調査結果を検証する体制を整備することが必要になるが、こうした体制の整備の実現は困難であり、同様の行政目的を達成しうる代替案はおよそ想定し難い。

### 規制の費用

#### 遵守費用

事故等調査における物件提出については、規制を受ける者の負担となるが、事故品であることが想定されるため、物件本来の財産的価値を保っていると考えるににくい。また、遵守費用として、物件提出のほか、強いて挙げるとすれば、事故等原因に関係があると認められる者から報告徴収を受ける際に関係者を拘束する時間、報告徴収に対し書面で回答する場合の紙代等の諸費用、事故現場や原因関係者の事務所その他必要な場所に立ち入って商品等、帳簿、書類及びその他の事故に関係のある物件を検査し関係者に質問する際に関係者を拘束する時間、事故の関係者に質問する際に拘束する時間、物件の保全、移動禁止並びに現場への立入禁止をした場合に生じる機会費用が考えられる。

#### 行政費用

事故等調査を行うためには、消費者安全調査委員会（仮称）の委員手当を含む委員会運営に関する費用、同会を補佐する事故調査室（消費者安全課内に設置）の新設に関する費用、同会の専門委員及び同会を補佐する事故調査室員が事故調査を実施するための費用（実験・分析等の委託費を含む）が発生する。消費者安全調査委員会（仮称）が行う調査等は、通常、任意で行うものと考えており、その場合には規制の費用は発生しない。また、事故の原因関係者等の任意の協力が得られない場合については、調査権限を行使することになるが、前述の事故調査を行うための体制や予算が規制の行使にも活用できる。

なお、事故調査のために必要な費用（平成24年度予算案）は次のとおりである。

- ・消費者安全調査委員会（仮称）の委員会運営に関する費用  
約1,500万円
- ・事故調査を実施するための費用 約7,000万円
- ・その他、事故調査室（消費者安全課内に設置）の人件費

#### その他の社会的費用

特に想定されるものはない。

### 費用便益分析

### 規制の便益

消費者安全調査委員会（仮称）が、生命・身体分野の消費者事故等の原因を究明し、さらにその結果を踏まえて、再発・拡大防止のための提言等を行い、消費者庁を始め、関係行政機関が適切な施策・措置を講じることにより、同種・類似の消費者事故の再発・拡大防止が図られることが期待される。

### 政策評価の結果

本法の改正により、これまで原因究明、再発・拡大防止の対応が十分ではなかった消費者事故等について、消費者安全調査委員会（仮称）が、生命・身体分野の消費者事故等の調査結果を踏まえて、再発・拡大防止のための提言等を行い、消費者庁を始め、関係行政機関が適切な措置を講じることにより、同種・類似の消費者事故の再発・拡大防止が図られることが期待される。

消費者安全調査委員会（仮称）の設置により、人件費や事故調査のための費用が発生するが、当該機関による事故調査は、これまで、おおよそ何ら対応が取られてこなかった消費者事故等を未然に防止することにつながり、結果として費用を便益が上回ると考えられる。



### 政策への反映状況

評価結果を受けて、本政策を盛り込んだ「消費者安全法の一部を改正する法律案」を平成24年2月14日に国会に提出した。

## 財産分野の重大な消費者被害の発生・拡大防止のための対応の強化

### 規制の目的・内容・必要性

#### (規制の目的)

消費者安全法を改正し、個別法・個別業法では対応できない財産被害事案（以下「すき間事案」という。）について、新たな手口に対しても機動的な対応を可能とするための措置等を設けることにより、消費者の財産被害の発生・拡大を防止することを目的とする。

#### (規制の内容)

すき間事案において、消費者に重大な財産被害を生じさせている事業者に対して、内閣総理大臣（消費者庁）が当該被害を生じさせている取引の取りやめその他必要な措置を講ずるよう勧告することができるようにする。

また、当該勧告に正当な理由なく従わない場合、その勧告に係る措置をとるべき旨を命じることができるようにする。

#### (規制の必要性)

すき間事案の被害の状況を見ると、被害金額が高額なものもあり、また、その被害が全国的に拡大しているが、事業者に対する行政措置がない状況を踏まえると、被害の発生・拡大防止のため、早急に本法の改正を行い、事業者に対する勧告・命令の措置を設ける必要性が高いと考えられる。

### 代替案

他の個別法・個別業法等では対応できない事案に対して、消費者被害の発生・拡大の防止の観点から、分野横断的に適用される消費者安全法を改正するものであり、同様の行政目的を達成しうる代替案は想定されない。

### 規制の費用

#### (1) 遵守費用

本法の改正は、個別法・個別業法では対応できないすき間事案において重大な財産被害が発生させた事業者措置を講ずるものであり、一般の事業者にとって特別な負担を課すものではなく、遵守費用は特に想定されない。

また、事業者が、対象が架空である取引等の不当な取引を行うことにより、消費者の財産に重大な被害を及ぼす事案を対象とし、その要件も明確化することから、事業者の正常な事業活動を萎縮させるという副次的な影響はない。

#### (2) 行政費用

本法の改正による勧告・命令を執行するための執行体制の整備等を行う必要はあるが、費用負担の増加は執行体制の整備等必要な範囲にとどまる予定である。なお、勧告・命令の対象となる事業者は、架空取引など刑法上の詐欺罪に該当し得るような行為を行う者がほとんどであると考えられる。このため、執行体制の整備等に係る費用としては、こうした事業者への対応に慣れた職員の雇用や立入調査時の対応等の職員の研修などに係る経費にとどまるものと考えられる。

#### (3) その他の社会的費用

特に想定されるものはない。

### 費用便益分析

### 規制の便益

すき間事案について、消費者の重大な財産被害の発生・拡大を防止する措置を設けることにより、消費者安全法の目的である消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に寄与することになる。

また、上記のような悪質な事業者を排除することによって、事業者の適正な事業活動が確保されることにより、良質な市場の形成に資することになる。

### 政策評価の結果

本法の改正によって、遵守費用は特に想定されず、執行を担う消費者庁に新たな事務負担に係る費用が発生するが、その費用は必要な範囲に留まる。

一方で、改正によって、悪質な事業者が規制されることにより、消費者の財産被害の発生・拡大が防止されることにより、消費者のみならず、事業者の適正な事業活動にとっても、好影響が期待される。

以上のことから、本法の改正による便益は消費者・事業者双方にとって大きいと考えられる一方、費用は限定的なものであるから、今回の法改正は適切であると考えられる。

**政策への反映状況**



評価結果を受けて、本政策を盛り込んだ「消費者安全法の一部を改正する法律案」を平成 24 年 2 月 14 日に国会に提出した。

## 貴金属等の訪問購入に関する規制の強化

### 規制の目的・内容・必要性

#### (規制の目的)

訪問購入における商取引を公正なものとし、消費者被害を未然に防止するため、購入業者の勧誘等に係る規制や売主による契約後一定期間内の解約（いわゆるクーリング・オフ）を認めるといった措置などを内容とする特定商取引法の一部改正を行う。

#### (規制の内容)

##### ①指定物品制

本法の規制の対象となる物品について、法律で訪問購入業者による取引の対象となる物品であって政令で指定するものとし、規制対象となる具体的な物品を指定する。

##### ②訪問購入業者に対する行為規制

訪問購入業者に対する行為規制として、(1) 事業者名・勧誘目的等の明示義務、(2) 再勧誘の禁止、(3) 契約書面の交付義務、(4) 不実告知・重要事項不告知を伴う勧誘・解約妨害の禁止、(5) 威迫・困惑を伴う勧誘の禁止などの規定を設ける。

##### ③クーリング・オフ期間内の物品の引渡しの拒絶についての告知等

訪問購入業者は、売主に対し、クーリング・オフ（後述）期間内は、物品の引渡しを拒むことができる旨を告げなければならないとの規定を設けるとともに、物品を業者に引き渡した後にクーリング・オフを申し込んだ売主から求めがあった場合は、業者は、第三者に物品を引き渡していたか否かなどを通知しなければならないとの規定を設ける。

##### ④訪問購入業者に対する業務停止命令及び指示

主務大臣は、訪問購入事業者が本法に違反する行為を行った場合には、当該事業者に対し必要な措置をとることを指示することや業務停止命令を発することができるとする。

##### ⑤クーリング・オフ

8日間のクーリング・オフ期間を設け、売渡し（購入）の契約締結後も、期間中は、売主が物品を訪問購入業者に引き渡すことを拒むことができるとする。また、期間中に、業者が物品を第三者に転売した場合であっても、第三者が善意無過失（第三者が引渡しを受けた物品が、クーリング・オフされ得る物品であることを過失なく知らない）の場合を除き、売主がその物品の所有権を主張できることとする。

##### ⑥契約の解除等に伴う損害賠償等の額の制限

売主の債務不履行や約定解除によって訪問購入契約が解除される時、及び売主に債務不履行があるものの契約が解除されないときに、損害賠償額の予定または違約金の定めがある場合においても、請求される損害賠償の額を制限する規定を設ける。

##### ⑦差止請求権

訪問購入業者による勧誘や解除妨害の際の不実告知、物品の引渡しの局面での不当行為等に対し、消費者契約法（平成12年法律第61号）に規定する適格消費者団体が、当該行為の停止のほか予防に必要な措置をとることを請求できるとの規定を設ける。

##### ⑧報告及び立入検査

主務大臣は、特定商取引法の施行のために必要があると認めるときは、購入業者に対し、報告徴収や立入検査を実施することができるとする。

#### (規制の必要性)

近年、貴金属等の訪問購入に関して、執拗な勧誘を断り切れないまま契約を結ばされる事例や、解約を受け付けない旨の書面を理由に解約を拒否する業者の存在など、悪質な訪問購入事業者による被害が、高齢者を中心に増加している。また、消費者から全国の消費生活センターに寄せられる貴金属等の訪問購入に係る相談件数は激増しており、有効な法的措置がない状況では、今後ともこの消費者トラブルは継続するものと考えられる。

したがって、この消費者トラブルの状況を踏まえ、訪問購入業者の勧誘等に係る行為規制及び訪問購入の契約に係る民事規定等の措置を講じる必要がある。

### 代替案

本規制案「①指定物品制」に対しては下記（イ）、本規制案「②訪問購入業者に対する行為規制」に対しては下記（ロ）（ハ）の代替案が考えられる。

（イ）消費者トラブルの発生を未然に防止するために、訪問購入の規制対象物品を、現時点でトラブルとなっている貴金属等に限った指定物品制とするのではなく、全物品とする。

（ロ）上記「②訪問購入業者に対する行為規制」の本規制案に加え、訪問購入業者に行政機関への登録義務を課し、事業が適切に遂行可能かどうか事前に要件等を厳しく審査する制度を設ける。

（ハ）上記「②訪問購入業者に対する行為規制」の本規制案に加え、事前に消費者に対して来訪承諾を得た訪問購入業者以外は原則として訪問を認めないという不招請勧誘の禁止規定を設ける。



	本規制案	費用便益分析	代替案
指定物品制	<p><b>1. 費用</b>  <b>(1) 遵守費用 (2) 行政費用</b>                      指定された物品においてのみ、その他の規制の内容による費用が発生する。                      これに加えて、行政費用については、実際に発生している消費者トラブルの状況を踏まえて、対象物品を指定することで、指定物品を追加する際には、政令改正の業務が発生し、2～3ヶ月の期間を要するが、現行の体制で対応できる程度と想定される。</p> <p><b>2. 便益</b>                      消費者トラブルが多発する物品に限定して、消費者被害の未然防止により消費者利益が保護されることが可能となる。</p>	<p>－代替案（イ）－</p> <p><b>1. 費用</b>  <b>(1) 遵守費用 (2) 行政費用</b>                      全ての物品において、その他の規制の内容による費用が発生する。</p> <p><b>(3) その他の社会的費用</b>                      全物品を対象とすることにより、本来、法令を遵守している業者であっても訪問購入の市場への参入を抑えることにより、市場が縮小する可能性がある。つまり、私的自治として自由とされている民間取引が必要以上に抑制され、社会経済全体に負の影響を及ぼすことが想定される。</p> <p><b>2. 便益</b>                      全物品を対象とすることにより、現時点での消費者トラブルの発生状況にかかわらず、消費者被害の未然防止により消費者利益が保護されることが可能となる。</p>	
訪問販売業者に対する行為規制	<p><b>1. 費用</b>  <b>(1) 遵守費用</b>                      ・事業者名・勧誘目的等の明示義務について、現行法令では行うことを義務付けられていないため、これらを明示していない業者にとっては、追加的な業務となるが、勧誘は、通常、業者名や勧誘目的を告げることから始まるため、通常の業者には特段の費用は発生しない。                      ・書面の交付義務により、訪問購入業者には、書面の作成等の費用が発生する。</p> <p><b>(2) 行政費用</b>                      購入業者に課せられる規制の遵守状況について監督・指導するといった業務が発生。</p> <p><b>2. 便益</b>                      勧誘や契約の締結等において取引が適正化され、売主である消費者の利益が保護されることが予想される。</p>	<p>－代替案（ロ）－</p> <p><b>1. 費用</b>  <b>(1) 遵守費用</b>                      本規制案の費用に加え、行政機関への登録において、行政機関への事業計画書の作成・提出や登録申請手数料などの費用が新たに発生する。</p> <p><b>(2) 行政費用</b>                      規制案の費用に加え、随時、業者からの登録申請に対応するため、新たに受付・審査業務が発生する。</p> <p><b>2. 便益</b>                      悪質な業者が一定程度排除されることにより、消費者被害が本規制案以上に抑制される可能性がある。</p>	<p>－代替案（ハ）－</p> <p><b>1. 費用</b>  <b>(1) 遵守費用</b>                      本規制案の費用に加え、業者は消費者から求めがない限り、訪問購入ができなくなり、従来より営業の機会が減少することになる。</p> <p><b>(2) 行政費用</b>                      本規制案の費用と同様。</p> <p><b>(3) その他の社会的費用</b>                      法令を遵守している業者にとって、現存する取引機会が奪われ、私的自治として自由とされている民間取引が必要以上に抑制され、社会経済全体に負の影響を及ぼすことが想定される。</p> <p><b>2. 便益</b>                      勧誘行為自体に厳しい規制を課すことから、悪質な業者による不当な勧誘行為が一定程度排除されることにより、消費者被害が上記本規制案以上に抑制される可能性がある。</p>
	<b>政策評価の結果</b>		
	<p>規制の便益の面に関しては、本規制案・代替案のいずれの案によっても、「訪問購入」という、これまで法的措置を講じることが不可能であった取引の適正化と消費者被害の未然防止により、消費者利益の保護が可能となる。</p> <p>他方、規制の費用の面に関しては、代替案は、悪質な業者の活動抑制と参入阻止を狙い、訪問購入の対象になるとは言い難いものも含めた全物品を規制の対象とし、また、新たに行政機関への登録義務などを課す措置である。その場合、本来、法令を遵守している業者の活動も抑制され、現存する取引機会が奪われ、民間取引が必要以上に抑制されることが想定される。また、登録制度を置くことにより、登録申請を行う事業者側の費用が発生するだけでなく、受付・審査を行う行政側にも多大な費用が発生することとなるが、登録制を義務付けたとしても、登録制に従わない悪質な訪問購入業者を完全に市場から排除できるわけではない。その一方で、本規制案は、訪問購入業者に対して、不当な勧誘行為等に係る規制を課すものであるが、通常の訪問購入業者や行政機関に対しては、特段の費用は発生しない。</p> <p>よって、両案の効果と費用について比較すれば、本規制案は、便益がほぼ同等である代替案よりも概ね費用が小さく、優れていると考える。</p>		
	<b>政策への反映状況</b>		
	<p>評価結果を受けて、本政策を盛り込んだ「特定商取引に関する法律の一部を改正する法律案」を平成24年3月2日に国会に提出した。</p>		

## 消費者の利益の擁護及び増進のための政策の調整

### 政策の概要

消費者庁が司令塔としての機能を十分に発揮するよう、消費者庁内及び関係行政機関の政策の調整を図る。具体的には、消費者政策担当課長会議などの既存の枠組みの活用や、具体的な事案に応じた関係省庁・機関の会議の設置により、情報共有や機動的な対応を促進する。

### 評価結果の概要等

#### 1 目標の達成状況の分析

消費者基本計画の工程表に示された平成 22 年度の実施予定その他の消費者の利益の擁護及び増進に資する施策の着実な実施に当たり、平素の密接な情報交換・連絡から関係機関連絡会議の開催まで、施策に応じて関係機関と機動的に連携し、消費者の立場に立った政策を推進した。

#### 2 各観点からの検討

##### （1）必要性

消費者の利益の擁護及び増進のため、政策の調整等が必要な施策に積極的に取り組む必要がある。

##### （2）効率性

消費者基本計画等に盛り込まれた様々な施策の実施に当たり、概ねどの施策についても限られた資源の中で一定の効果をあげられるよう努めた。

##### （3）有効性

消費者基本計画の工程表に示された平成 22 年度の実施予定を、関係機関等との連携の下、おおむね着実に実施し、消費者の利益の擁護及び増進を図ることに資することができた。

とりわけ、インターネット消費者取引研究会、財産分野の消費者事故等情報や悪質商法についての注意喚起等においては、平成 22 年度に関係機関とも連携しながら予定。

##### （4）優先性

本項目内の各施策間の優先性について、限られた人的資源の中でどのように優先順位付けをして戦略的に取り組んでいくかが目下の課題。

##### （5）関係課室間の連携

本政策項目内の施策の実施に当たり、関係機関・行政庁・課室の連携を行わなかった施策はない。

#### 3 総合的な評価

1に記載のとおり、さまざまな施策の実施に取り組んだ。

#### 4 課題と今後の取組方針

引き続き、消費者の利益の擁護及び増進のため、消費者基本計画に定められた施策その他様々な政策課題に対し、関係機関との連携を積極的に図りながら取り組む。

ただし、限られた資源の中で取り組む施策の優先性を考慮し、特にインターネット消費者取引や財産分野における悪質商法に関する注意喚起等、課題が具体化しつつある政策課題については、一層本格的に取り組むべく、平成 24 年度機構定員・予算要求を行っていく。



### 政策への反映状況

#### 【改善・見直し】

< 予算要求 >

○平成24年度予算要求額：89百万円 [平成23年度予算額：233百万円]

※関係する主な行政事業レビュー点検結果の概算要求への反映状況

・「消費者事故等初動対応」について、印刷発注の効率化も含め、効率的・効果的な消費者への注意喚起が行えるよう、予算執行の局面で随時検討する



消費者庁・事後評価① 担当課：消費者政策課（旧担当課：政策調整課）

<その他の具体的取組>

- 「インターネット消費者取引に係る公告表示に関する景品表示法上の問題点及び留意事項」をとりまとめ、公表（平成23年10月）
- 広告表示に対するネット上の監視活動の強化を継続的に実施
- 越境取引に関する消費者相談窓口「消費者庁越境消費者センター（CCJ）」を開設（平成23年11月～）
- 「インターネット取引連絡会」の運営を開始（第1回：平成23年7月23日、平成23年度内に4回開催）
- 消費者安全法第15条第1項に基づく注意喚起
  - ・「鉱山の採掘」や「鉱物」に関する権利の勧誘に関する注意喚起（平成23年10月）
  - ・「医療機関債」の勧誘に関する注意喚起（平成24年1月）
  - ・風力発電に係る「土地の権利」を巡る投資勧誘に関する注意喚起（平成24年2月）
  - ・「太陽光発電事業」の「合同会社加盟店」の募集に関する注意喚起（平成24年2月）
  - ・国内で取扱いの少ない「外国通貨の両替」の勧誘に関する注意喚起（平成24年3月）
- 消費者政策担当課長会議を開催（平成24年2月）

## 消費者行政の基本的政策等の企画・立案・推進

### 政策の概要

消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に資するため、消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策並びに消費者の利益の擁護及び増進を図る上で必要な環境の整備に関する基本的な政策の企画・立案・推進等を行う。

### 評価結果の概要等

<事後評価／実績評価方式>

#### 1 目標の達成状況の分析

消費者基本計画の工程表に示された平成 22 年度の実施予定をおおむね達成できた。

#### 2 各観点からの検討

##### (1) 必要性

消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に資するため、消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策並びに消費者の利益の擁護及び増進を図る上で必要な環境の整備に関する基本的な政策の企画・立案・推進等を行う必要がある。

##### (2) 効率性

行政事業レビュー点検結果（平成 21 年度）も踏まえながら、消費者基本計画に盛り込まれた施策の実施について、コスト縮減など効率的な取組を行うよう努めた。

##### (3) 有効性

消費者基本計画の工程表に示された平成 22 年度の実施予定をおおむね達成しており、消費者団体訴訟制度における事業者の不当な行為に対する差止請求権の行使等を通じた消費者被害の未然防止・拡大防止、公益通報者保護制度を通じた事業者の不当行為の是正・抑止、消費者教育を通じた消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保、国際的な連携の強化による一層の情報共有などの点から、消費者の利益の擁護及び増進を有効に図ることができた。

#### 3 総合的な評価

消費者基本計画の取りまとめ担当課として、工程の明確化（「工程表」の公表）を行い、具体的施策の実施状況に関する検証・評価の結果を毎年見直しに反映させるという新たなプロセスを取り入れながら、計画に掲げられた各施策の着実な実施を促すなど、平成 23 年度における同計画の改定につなげた。担当する各具体的施策についても、上述のとおり、工程表に示された実施予定に基づき着実に実施し、次年度以降の基本的な政策の企画・立案・推進につなげた。

これらにより、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に資するための取組を行うことができた。

#### 4 課題と今後の取組方針

消費者基本計画の「平成 22 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」（平成 23 年 7 月閣議決定）を踏まえ、今後も、引き続き、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に向けた取組を行う。

具体的には、消費者庁及び消費者委員会設置法附則に掲げられた集団的消費者被害救済制度及び適格消費者団体への支援の在り方について検討を深めるほか、公益通報者保護制度の推進（消費者委員会の意見への対応を含む）、消費者教育、国際的な連携の強化などに更に取り組んでいく。



## 政策への反映状況

### <予算要求>

○平成24年度予算要求額：287百万円〔平成23年度予算額：185百万円〕

※関係する主な行政事業レビュー点検結果の概算要求への反映状況

・「消費者基本計画の作成等のための経費」について、印刷発注の効率化も含め、効率的に予算を執行できるよう随時検討する。なお、平成23年度の消費者基本計画（平成23年7月8日一部改定）及び消費者基本計画の検証・評価の印刷・製本に当たっては、一般競争入札を実施した

・「公益通報者保護制度の周知・啓発及び通報・相談体制の整備促進」について、広報資料の作成経費、説明会・研究会の経費について削減を行うことによって予算の減額を図った

・「公益通報者保護制度の運用に関する情報収集・調査研究」について、調査内容を精査・更新し、平成24年度の予算要求では、毎年実施する必要がある調査及び消費者委員会からの意見で求められている調査に厳選して、要求を行った

### <機構・定員要求>

○EPA等の二国間における国際的な連携強化のため、平成24年度機構・定員要求において増員を要求（定員要求：課長補佐クラス1名、係長クラス1名）

### <その他の具体的取組>

○「集団的消費者被害回復に係る訴訟制度の骨子」についての意見募集（平成23年12月）

○消費者の財産被害に係る行政手法研究会取りまとめ（「財産に対する重大な被害の発生・拡大防止のための行政措置について」）（平成23年12月）

○上記研究会取りまとめを踏まえ、重大な財産被害を生じさせた事業者に対する行政措置の導入等を内容とする消費者安全法改正法案を国会に提出（平成24年2月）

○消費者教育推進会議取りまとめ（「消費者教育推進のための課題と方向」）（平成24年4月予定）

○OECD消費者政策委員会、消費者保護及び執行のための国際ネットワーク（ICPEN）等、国際会合における各プロジェクトに継続的に参画

## 個人情報保護に関する施策の推進

### 政策の概要

誰もが安心して高度情報通信社会の便益を享受するための制度的基盤である「個人情報の保護に関する法律」（平成 15 年法律第 57 号）の円滑な遂行のため、関係行政機関、地方公共団体と密接に連携しつつ法制度の普及・定着を図るとともに、個人情報保護法制の国際的な協調を図り、我が国の制度について国際的な理解を深めるための取組を実施。

### 評価結果の概要等

#### 1 目標の達成状況の分析

個人情報保護制度に対する理解・浸透の向上を図るために、リーフレットの配布、法の施行状況（平成 21 年度）の概要の公表・配布、個人情報保護法説明会の開催を行った。リーフレットについては 40 万部印刷し、地方公共団体や消費生活センター等に配布したところ、非常に分かりやすいと好評で、追加で配布して欲しいという要望が多方面からあった。配布可能部数を超える要望があったが、ウェブページからリーフレットを印刷していただくなど冊子の印刷費用の削減に努めた。法の施行状況（平成 21 年度）の概要の配布も、同様に効率的に行った。

個人情報保護法説明会は、平成 22 年度においては 13 都道府県で開催した。消費者庁が各種の資料を用いて、法に関する説明や疑問への回答を行うことにより、参加者が個人情報保護法の正しい解釈を直接確認でき、個人情報保護制度の円滑な遂行に大きく貢献している。説明会の参加者に対して行ったアンケートでは「有益であった」「まあ有益であった」との回答割合が 90%となるなど、一定の成果を上げている。

#### 2 各観点からの検討

##### （1）必要性

「個人情報の保護に関する法律」（平成 15 年法律第 57 号）は、個人情報の有用性に配慮しつつ、個人の権利利益を保護することを目的とし、誰もが安心して高度情報通信社会の便益を享受するための制度的基盤として、平成 15 年 5 月に公布され、平成 17 年 4 月に全面施行された。

同法については、法の誤解等に起因して法の定める以上に個人情報の提供が差し控えられる、いわゆる「過剰反応」の存在が今なお一部で指摘されており、事業者及び国民に対する広報・啓発に積極的に取り組むことが求められている。

個人の権利利益を保護し、国民が安心して ICT（情報通信技術）の利便を享受できる社会の実現のため、行政が個人情報保護に関する施策を推進する必要がある。

##### （2）効率性

作業の実施にあたっては、外部協力者の活用、一般競争入札による契約等により、効率的な施策の推進に努めた。

##### （3）有効性

個人情報保護制度に対する理解・浸透の向上を図るために、リーフレットの配布、法の施行状況（平成 21 年度）の概要の公表・配布、個人情報保護法説明会の開催といった活動を行ったところ、有用・有益であったとの意見が多く、期待される政策効果に照らし、成果があったといえる。

#### 3 総合的な評価

個人情報保護法制の普及・定着を図るため、各種媒体を用いてきめ細かな対応を実施するなど、施策の目標は概ね達成できた。

#### 4 課題と今後の取組方針

個人情報保護法は、全面施行後 6 年余りを経過したところであるが、事業者からの漏えい事案が引き続き注目を集める等、国民の不安感には根強いものがあり、個人情報の取扱いに対する苦情・問い合わせは依然として多くある。また、新たな「消費者基本計画」（平成 22 年 3 月 30 日閣議決定）において、「個人情報保護法については、消費者委員会における法改正も視野に入れた問題点についての審議を踏まえ検討」することとされている。さらに、個人情報の取扱いに係る国際的なルールの検討も、急速に進展している。

これらの動きを踏まえながら、消費者庁において引き続き、法の趣旨の正しい解釈の周知・徹底等の取組を行っていく。



### 政策への反映状況

#### 【改善・見直し】

##### <予算要求>

○平成 24 年度予算要求額：32 百万円 [平成 23 年度予算額：43 百万円]

※関係する主な行政事業レビュー点検結果の概算要求への反映状況

・「個人情報保護施策の総合的・一体的推進経費」について、縮減（各種連絡会議の開催予定数や 1 回の会議にかかる経費の見直しを行うこと等による予算の減額）

##### <その他の具体的取組>

○パンフレットを改訂し（平成 23 年 11 月）、配布するなどの、個人情報保護法説明会（平成 23 年 11 月～平成 24 年 2 月）の内容面の充実

## 財産分野の消費者情報に関する集約・分析・提供

### 政策の概要

消費者事故等に関する情報を消費者庁にて集約し、その情報を的確に分析し、必要に応じて消費者に対して情報提供を行う。具体的には、消費者安全法の趣旨に沿った消費者事故等の通知が行われるべく各省庁・地方公共団体等に同法を周知徹底し、消費者庁にて一元化された情報を的確に分析するために、有識者や独立行政法人国民生活センターとの情報共有、意見交換を実施し、分析の結果により適宜消費者に対して注意喚起等を行う。

### 評価結果の概要等

- 1 目標の達成状況の分析  
消費者事故等情報の集約・分析・提供に当たって、消費者基本計画の工程表に示された平成22年度の実施予定を概ね実施した。
- 2 各観点からの検討
  - (1) 必要性  
消費者事故等の未然防止・拡大防止のため、消費者安全法では消費者事故等の情報を消費者庁にて集約・分析し、必要であれば消費者への注意喚起を行うことが規定されている。
  - (2) 効率性  
消費者事故等の集約・分析に当たって、消費者事故等の情報を効率的に処理できる仕組みや効果的な分析のための手法の開発等が今後必要。
  - (3) 有効性  
消費者庁設置以前は、消費者の権利を損なう恐れのある情報の収集やその情報の共有が不十分であったため、消費者庁にて消費者事故等の情報を一元化し、適時適切な対応を取ることにより、消費者事故等の未然防止・拡大防止に役立っている。
- 3 総合的な評価  
1のとおり。
- 4 課題と今後の取組方針  
消費者事故等の未然防止・拡大防止のため、消費者庁が収集する情報を一層拡充させるとともに、分析の質を高めていく。とりわけ、財産分野の情報については、情報の体系的な通知・収集制度の構築や、消費者庁としての対応が必要な端緒情報の抽出を行うためのメルクマールの設定について検討を行うべく、24年度予算要求を行う。



### 政策への反映状況

#### 【改善・見直し】

<予算要求>

○平成24年度予算要求額：90百万円 [平成23年度予算額：97百万円]

※関係する主な行政事業レビュー点検結果の概算要求への反映状況

- ・「財産被害情報に関する消費生活相談実務者等との意見交換会開催」について、平成23年度には、平成22年度に引き続き情報検討ネットワークの効率的運用に努める。また、平成24年度に向けて、財産被害にかかる消費者事故等情報の効率的・効果的な収集・共有・分析のため、情報検討ネットワークの運用方法を抜本的に見直す
- ・「消費者情報の分析・発信」について、印刷発注の効率化も含め、効率的に予算を執行できるよう随時検討する



消費者庁・事後評価④ 担当課：消費者政策課（旧担当課：消費者情報課）

<その他の具体的取組>

- 財産分野の消費者事故等の情報に関する分析手法の検討について、「消費者庁に寄せられる財産分野の情報の処理及びそれに基づく対応の実施について」を取りまとめた（平成23年12月）
- 消費者安全法第12条に基づく消費者事故等の発生に関する情報の通知を同法第13条に基づき集約及び分析を行い、関係行政機関等へ情報提供を行った。また、その取りまとめ結果について公表し、国会に報告した（平成24年2月）
- 消費者安全法に基づく消費者事故等の通知及び消費生活用製品安全法に基づく重大製品事故等の報告によって入手した情報をもとに注意喚起を実施した
- 東日本大震災に関する被災地域からの相談概況について、消費者被害の拡大防止に資する情報提供を実施
- 消費者団体等と消費者庁の意見交換会開催（平成24年3月）
- 「消費者団体と消費者庁の情報・意見交換システム」の運用開始（平成24年3月）

## 地方消費者行政の推進

### 政策の概要

平成 23 年度末までの「集中育成・強化期間」における、地方消費者行政の課題及び消費者庁としての取組・地方公共団体への期待をまとめた「地方消費者行政の充実・強化のためのプラン」に基づく施策を、着実に推進していく。

「集中育成・強化期間」後の地方消費者行政支援について、消費生活センターの法制上の位置づけや適正な配置、相談員の配置や処遇などの望ましい姿や、地方との役割分担等を踏まえた国による人材面、ノウハウ面、情報面、財政面などの支援、連携、協働の在り方について、地方消費者行政・消費生活相談体制の実態調査や内閣府消費者委員会における審議を踏まえ、全般的に検討を行う。

「消費者ホットライン」について、その運用や活用状況を踏まえつつ、消費者の利便に資する形で引き続き実施し、消費生活センターや相談窓口の周知徹底に努める。更に、全国共通の電話番号から身近な相談窓口を案内する「消費者ホットライン」の実施を通じ、その運用や活用状況を踏まえつつ、消費者の利便に資する形で引き続き実施し、消費生活センターや相談窓口の周知徹底に努める。

### 評価結果の概要等

#### <事後評価／実績評価方式>

#### 1 目標の達成状況の分析

- ・ P I O - N E T の刷新や都道府県・政令指定都市の消費者担当課等への追加配備を行うとともに、関係省庁等に対し消費生活センター等の連絡先や「消費者ホットライン」の周知を文書で依頼するなど、地方における消費生活相談窓口の体制の整備や情報を受け付ける体制の整備に努めた。
- ・ 「地方消費者行政活性化基金」を活用し、弁護士・金融機関等の専門家を講師とした多重債務問題研修の実施や多重債務相談窓口の設置など地方公共団体の取組への支援を行うとともに、地方の「現場」の関係者の意見等も踏まえ、要望があれば基金の活用期間を平成 23 年度末から平成 24 年度末まで 1 年延長することを可能とするほか、既存の消費生活相談員への報酬の引き上げへの活用を可能とするなどの見直しを決定した。また、平成 22 年度補正予算で措置された「住民生活に光を注ぐ交付金」についても、地方公共団体に積極的な活用を働き掛けた。
- ・ 消費者庁幹部や経済産業局などの国の機関と都道府県・政令指定都市の担当部局長との意見交換や情報交換の場として、「地方消費者行政ブロック会議」を全国 6 ブロックで開催し、法執行の強化の支援や連携などに努めるとともに、地域で消費者問題に携わる者の「交流の場」として、平成 22 年度より全国 8 ブロックで「地方消費者グループ・フォーラム」を開催した。また、全国知事会など「地方 6 団体」における会議に、政務三役をはじめとする消費者庁幹部が出席し、知事などの首長とも意見交換を行い、消費者行政の充実・強化を働きかけた。
- ・ なお、平成 22 年 7 月に「地方協力課」が新設されたこともあり、これまで以上に積極的に地方の「現場」へ出向き、意見交換等を行うことができた。

#### 2 各観点からの検討

##### (1) 必要性

消費者の安心・安全を確保するためには、消費生活の現場である地方公共団体における消費者行政の充実・強化が不可欠である。

##### (2) 効率性

地方公共団体における先進的な事例を発信し、地方公共団体が効果的・効率的に取組を実施するよう努めた。

##### (3) 有効性

「地方消費者行政活性化基金」の平成 21 年度における取り崩し額が約 37 億円であったのに対し、平成 22 年度には約 73 億円に増えるなど、施策の地方消費者行政の充実・強化への有効性が認められた。

##### (4) 関係課室間の連携

多重債務者対策及び法執行研修において、政策調整課、消費者安全課、取引・物価対策課、表示対策課及び食品表示課等の関係課との連携を図った。

#### 3 総合的な評価

平成 21 年度に続き、平成 22 年度においても、「地方消費者行政活性化基金」を活用した消費生活センターの設置や相談員の配置・増員や、地方公共団体の関係部署の連携や消費者団体等地域で消費者問題に携わる多様な主体の連携などの動きが見られ、全体として地方消費者行政の充実・強化の取組が前進しつつある。

#### 4 課題と今後の取組方針

引き続き「地方消費者行政の充実・強化のためのプラン」の推進及び地方公共団体首長への働きかけを行っていくとともに、地域の消費者問題に携わる団体・グループが広く集い、交流を図る場を設け、その活動の活性化を促していく。また、「集中育成・強化期間」後の地方消費者行政支援について、消費生活センターの法制上の位置付けや適正な配置、相談員の配置や処遇などの望ましい姿や、地方との役割分担等を踏まえた国による人材面、ノウハウ面、情報面、財政面などの支援、連携及び協働の在り方について、地域住民の意思に基づく充実強化が図られるよう、地域主権改革の理念を踏まえ、地方消費者行政・消費生活相談体制の実態調査や内閣府消費者委員会における審議結果なども参考とし、全般的に検討を行う。



#### 政策への反映状況

##### < 予算要求 >

○平成 24 年度予算要求：1,724 百万円[平成 23 年度予算額：241 百万円]

・全国を対象とした「地方消費者行政活性化基金」の上積み（一般会計、5 億円）

・東日本大震災の被災 4 県（岩手、宮城、福島、茨城）を対象とした緊急対応支援のための「基金」の上積み（東日本大震災復興特別会計、3.64 億円）をそれぞれ確保

※関係する主な行政事業レビュー点検結果の概算要求への反映状況

・消費者ホットラインの運営について、事業・予算内容については現状どおり。ただし、今後、案内実績など適切な活動指標の設定を検討

##### < 機構・定員要求 >

○震災復興のため、平成 24 年度定員要求において増員を要求

（定員要求：課長補佐クラス 1 名、係長クラス 4 名、一般職員クラス 1 名（うち、時限解除 3 名））

##### < その他の具体的取組 >

○積極的な地方の関係者との意見交換等の実施

○「地方消費者グループ・フォーラム」（全国 8 ブロック）の開催を通じ、地域で消費者問題に関わる団体・グループの交流を促進

○「消費者行政ブロック会議」（全国 6 ブロック）の開催を通じ、地方自治体との連携を強化

○「東日本大震災」で被害を受けた地方自治体をバックアップするため、放射性物質検査機器の貸与（平成 23 年 9 月～）の取組を実施

○消費生活相談員の資格の法的位置づけの明確化について検討会を立ち上げ、これまでに資格付与団体や地方自治体からヒアリングを実施（平成 24 年夏目途に中間とりまとめ予定）

○全国消費生活相談情報ネットワーク（P I O - N E T）の見直しのための検討会を立ち上げ、これまでに地方自治体等からヒアリングを実施（平成 24 年 6 月目途に中間とりまとめ予定）

○地元ニーズを踏まえつつ、引き続き被災地における相談窓口に各分野の専門家を派遣し（平成 24 年 3 月 31 日現在、2356 人（のべ日人）派遣）、相談体制の構築に対する支援を実施

## 消費者の安全確保のための施策の推進

### 政策の概要

消費者安全法の「重大事故等」、消費生活用製品安全法の「重大製品事故」については、毎週定期的に件数、事故概要等を公表している。事故情報データベースは、生命・身体に係る消費生活上の事故情報を関係機関等から一元的に集約して提供するシステムであり、事故の再発・拡大の防止に資する環境整備の一環として整備し、平成 22 年 4 月から国民の方にはインターネットから同データベースの事故情報を自由に閲覧・検索することができることとした。リスクコミュニケーションの推進については、消費者の日常生活における身近な問題をテーマとして、4 回意見交換会を開催し、また教育機関等において啓発資料を用いた講座を多数開催した。「医療機関ネットワーク」は、消費者の生命または身体に生ずる被害に関する事故等の概要等の詳細情報を医療機関から収集し、同種事故等の再発防止に活かしていくことを目指すものであり、平成 22 年 12 月に事業を開始した。

### 評価結果の概要等

#### 1 目標の達成状況の分析

事故情報データベース及び医療機関ネットワーク事業については当初より一定の参画機関の確保を目標に掲げており、着実に参画機関が得られたことで十分目標が達成された。また、リスクコミュニケーション事業や家庭用品品質表示法等については消費者基本計画の工程表に沿って適切に事業が進行しており、その他についても概ね計画どおりに事業が進められている。具体的には、消費者庁及び消費者委員会設置法附則に掲げられた集団的消費者被害救済制度及び適格消費者団体への支援の在り方について検討を深めるほか、公益通報者保護制度の推進（消費者委員会の意見への対応を含む）、消費者教育、国際的な連携の推進などに更に取り組んでいく。

#### 2 各観点からの検討

##### (1) 必要性

当該施策のいずれの事業についても、消費者庁の役割の一つである消費者事故等の一元的集約及び公表に係るものであり、関係行政機関や地方公共団体、あるいは事業者の協力は必要であるが、消費者行政の司令塔としての消費者庁が行う必要のあるもの。

##### (2) 効率性

当該施策のうち、事故情報データベース及び医療機関ネットワークの両事業については、国民生活センターとの共同事業であり、消費者庁は主に企画・調整の役割を担っており、消費者庁単独での支出は限られている。事故調査機関、リスクコミュニケーション、家庭用品品質表示に係る事業については、一部の業務を請負契約により運営しているが、契約に当たり、いずれも各事業者の適正を考慮した上で一般競争入札による価格競争を前提としているため、より少ないコストでの事業運営を目指した。

##### (3) 有効性

事故情報データベースはこれまでは存在しなかった一元的に消費者事故情報を公表するシステムであり、今後も利用範囲の拡大が望まれる。また、食品以外のリスクコミュニケーションについては、これまで国内での教育機関等における講座開催例が少なく、定着していなかったが、今後同趣旨の講座等の開催が期待される。その他の事業についても当初の目標値を達成しており、一定の有効性があったものと思われる。

#### 3 総合的な評価

消費者基本計画に基づきつつも、事業の実用性、有効性等を考慮しつつ不断の見直しを行い、適切に事業が進められてきている。

#### 4 課題と今後の取組方針

平成 21 年度・平成 22 年度同様、事業を確実に進捗するとともに、方法等について適時の見直しを行っていきたい。また、医療機関ネットワーク、事故調査機関、リスクコミュニケーションの各事業については必要な措置を行えるよう予算要求していく。



### 政策への反映状況

#### 【改善・見直し】

##### <予算要求>

○平成 24 年度予算要求額：307 百万円[23 年度予算額：59 百万円]

・執行実績踏まえつつ、より効率的な事業の実施について検討を加え、医療機関ネットワーク、リスクコミュニケーションの各事業については減額要求を行った

##### <機構・定員要求>

○食品と放射能に係るリスクコミュニケーション実施のため、平成 23 年度機構・定員要求において増員を要求。  
(定員要求：政策企画専門官 2 名、係長 1 名)

## 消費者取引対策の推進

### 政策の概要

#### ① 特定商取引法の厳正な執行

消費者トラブルの実態を踏まえ、経済産業局との密な連携の下、悪質事業者に対する行政処分（業務停止命令・指示）などを厳正に行う。

また、通信販売等について、特定商取引法の執行を補完する取組として、事業者に対し不適切な広告の改善を促すとともに、インターネット・サービス・プロバイダ（以下「ISP」という。）や金融庁などに対し違法な電子メール広告などの情報を提供することによりウェブサイトの削除や口座の停止などを促す。

#### ② 都道府県の法執行の強化

「地方消費者行政の充実・強化のためのプラン」（平成22年2月 消費者庁）に基づき、地方公共団体からの行政実務研修員の積極的な受入れ・都道府県の執行担当者を対象とした研修の充実などによる人材育成や、法解釈などの情報の「ネットワーク」の強化といった国と都道府県の連携強化を図る。

#### ③ 割賦販売法、貸金業法、宅建業法、旅行業法（以下「4業法」という。）により主務大臣が行う行政処分への対応

4業法に基づき主務大臣が行政処分を行う際の協議などに的確に対応する。

### 評価結果の概要等

#### 1 目標の達成状況の分析

##### ① 特定商取引法の厳正な執行

特定商取引法違反事案が巧妙化・複雑化している中で、経済産業局との密な連携の下で限られた人的リソースなどを効率的に活用し、平成22年度は、平成21年度よりも多い53件の行政処分を行い、悪質事業者による被害拡大の防止などが図られた。また、ISPや金融庁への通報も着実にやっている。

##### ② 都道府県の法執行の強化

- ・三重県、岐阜県より行政実務研修員の受け入れを行った。
  - ・平成22年6月21日から同月25日までの間、特定商取引法のケーススタディの充実により一層の「実戦志向」を図った「執行専門研修」を、地方公共団体で特定商取引法の執行に従事している職員を対象として実施した（約100名が参加）。
  - ・執行に必要な法令解釈スキルの向上を目指した「特定商取引法法令研修」を平成22年9月に実施した（約80名が参加）。
  - ・「地方消費者行政ブロック会議」を全国6ブロックで開催、経済産業局も交え、各都道府県部局長と法執行の強化について意見交換を実施した。
  - ・情報の「ネットワーク」の強化として、都道府県法執行担当者との間で共有している情報システム「特定商取引法執行NET」に、執行の際に必要な特定商取引法の解釈事例の掲載を開始した。
  - ・平成22年10月に開催した「経済産業局消費経済課長会議」において、「特定商取引法の厳正な執行」及び「特定商取引法の執行における警察との連携強化」について認識を共有した。
- これらにより、都道府県において法執行強化の重要性について理解が進み、取組が進むことが期待される。

##### ③ 4業法により主務大臣が行う行政処分への対応

平成22年度に行われた主務大臣による行政処分（3件）について協議を行い、消費者保護の観点を反映した。

#### 2 各観点からの検討

##### （1）必要性

訪問販売など消費者トラブルの多い特定の取引については、「特定商取引に関する法律」（以下「特定商取引法」という。）において、事業者の行為に対する一定の規制やトラブルが生じた場合の民事ルール（クーリング・オフなど）が定められている。これらの特定の取引における消費者利益の保護を図るためには、消費者トラブルの実態を踏まえ、悪質事業者に対して特定商取引法に基づく行政処分などを厳正に行うことが必要。

##### （2）効率性

消費者庁と経済産業局の密な連携の下で限られた人的リソースなどを効率的に活用して法執行を実施。

##### （3）有効性

特定商取引法違反事案が巧妙化・複雑化している中、平成22年度は53件の行政処分を行い、悪質事業者による被害拡大の防止などが図られた。

#### 3 総合的な評価

消費者取引対策を着実に推進してきているところ、一層的確かつ厳正な特定商取引法の執行などを行っている。



#### 4 課題と今後の取組方針

引き続き、特定商取引法の厳正な執行を行う。  
都道府県における法執行が強化されるよう各種施策を充実するとともに、都道府県との連携に努める。  
4業法については、引き続き適切に対応していく。  
また、特定商取引法違反事案が巧妙化・複雑化している中、国が担うすべての案件（消費者庁及び各経済産業局が担う案件）を消費者庁が統括しており、消費者庁の一層の体制強化を行うことが必要である。



#### 政策への反映状況

##### 【引き続き推進】

##### <予算要求>

○平成 24 年度予算要求：282 百万円 [平成 23 年度：352 百万円]

・効率的な執行の観点から、特定商取引法の執行、電子商取引モニタリング等事業、特定商取引適正化事業等について経費縮減を図り、予算の減額要求を行った

##### <機構・定員要求>

○特定商取引法厳正な執行に係る体制の強化を図るため、平成 24 年度機構・定員要求において増員・時限解除を要求

（機構要求：統括消費者取引対策官（企画官クラス）の設置）

（定員要求：企画官クラス 1 名、課長補佐クラス 4 名、係長クラス 6 名）

## 物価対策の推進

### 政策の概要

各種公共料金の改定等について、物価問題に関する関係閣僚会議への付議や関係省庁との協議により調整を行う。また、内外価格差など公共料金に関する調査を行い消費者への情報提供などを行う。

### 評価結果の概要等

#### 1 目標の達成状況の分析

目標を達成できた。各省庁が行う公共料金の改定等について、平成 22 年度は J T 製造たばこの小売定価の変更に伴い閣僚会議を開催し、省庁間協議を 5 件行った。また、各省庁が所管する公共料金等について、消費者庁・内閣府消費者委員会の関与の在り方を含めた仕組みの見直しを行い、その結果、従来は値上げの場合に限って協議が行われることとなっていたところ、各省庁において消費者の立場に立った対応が図られているかどうかの確認を徹底する観点から、公共料金を新規設定する場合についても、消費者庁へ協議等を行うように「物価担当官会議申合せ」を改正した。また、「公共料金の内外価格差調査」を実施し、消費者への情報提供を行った。

このほか、国民生活安定緊急措置法の施行状況について国会へ報告した。なお、平成 23 年 3 月 11 日に発生した東日本大震災では、各省庁の物価担当官が集まる「物価担当官会議」（3 回開催）の場で便乗値上げを防止する観点からも価格動向の調査・監視、国民への情報提供を行っていくことの申合せを行い、また、各省庁と連絡・調整を行ったうえで、消費者庁のウェブページ等を通じて国民への情報提供を行った。

#### 2 各観点からの検討

##### (1) 必要性

物価の安定は、国民の日常生活に深く関係し、消費者利益の擁護及び増進のために重要である。

##### (2) 効率性

ホームページを活用し、費用を抑えて効率的に物価に関する情報提供を実施。

##### (3) 有効性

各省庁が行う公共料金の改定等について消費者の立場に立った対応が図られているかどうかの確認の徹底。

#### 3 総合的な評価

1 に記載のとおり、公共料金の改定等に係る調整を適切に行い、また、各省庁が所管する公共料金等について、公共料金を新規設定する場合についても、消費者庁へ協議等を行うように「物価担当官会議申合せ」を改正するなど物価安定対策を的確に進めることができた。なお、平成 23 年 3 月 11 日に発生した東日本大震災においても、各省庁と連絡・調整を行ったうえで、適切に国民への情報提供を行うことができた。

#### 4 課題と今後の取組方針

改正した「物価担当官会議申合せ」を今後適切に運用する。

### 政策への反映状況

#### 【改善・見直し】

<予算要求>

○平成 24 年度予算要求額：21 百万円 [平成 23 年度予算額：12 百万円]

※関係する主な行政事業レビュー点検結果の概算要求への反映状況

・物価関連事業について、事業の実施方法を見直すとともに、効率的な事業実施に努める

## 消費者表示対策の推進

### 政策の概要

景品表示法、特定電子メール法及び住宅品質確保法に基づく表示等に関する規制・制度を運用することなどにより、一般消費者の利益を確保する。

### 評価結果の概要等

#### 1 目標の達成状況の分析

- ①景品表示法の運用について、平成 22 年度は、前年度よりも処理期間は長期化したものの、行政処分（措置命令）件数は増加しており、厳正な景品表示法の運用が行われた。また、前年度に引き続き、景品表示法説明会に講師派遣を行い、景品表示法の普及・啓発を実施するとともに、公正取引協議会の活動への講師派遣も行い、公正競争規約の積極的な活用、円滑な運用を促進する取組を実施した。
- ②特定電子メール法について、平成 22 年度も、前年度と同程度の件数の行政処分を行い、引き続き厳正な執行が行われた。また、「迷惑メールへの対応の在り方に関する検討WG」において、今後の迷惑メール対策として必要な措置について検討を行った。
- ③住宅性能表示制度について、ホームページにおける情報提供を行うとともに、平成 22 年度は、パンフレットを消費者団体等に配布することにより、広く同制度の普及活動を行った。

#### 2 各観点からの検討

##### （1）必要性

- ①景品表示法の運用について、消費者が適正な選択を行える意思決定環境を創出・確保する観点から、消費者の適正な選択を妨げる不当な表示に対して、同法に基づいて厳正に対処することは必要不可欠である。また、同法の普及・啓発を図り、事業者における法令遵守の取組を支援することは、同法違反行為の未然防止を図る観点から必要不可欠である。さらに、不当な表示や過大な景品類は、短期間のうちに、その内容がエスカレートし、際限なく広がっていくおそれがある。このような不当な表示等を効果的に規制するためには、業界自らが自主的かつ積極的に守るべきルールとして定めた公正競争規約が積極的に活用され、円滑な運用が行われるように関連団体等を支援することは同法違反行為の未然防止等の観点からも必要不可欠である。
- ②特定電子メール法について、いわゆる「迷惑メール」の送信等による電子メールの送受信上の支障を防止し、電子メールの利用についての良好な環境の整備を図ることは、消費者利益確保の観点から、必要不可欠である。
- ③住宅性能表示制度の普及を推進することは、住宅の品質を確保し、住宅を購入する消費者の利益を保護するために、必要不可欠である。

##### （2）効率性

- ①景品表示法の運用について、措置命令を行った案件の処理期間については、措置命令件数が前年度より増加している状況の下、平成 22 年度は平均 149 日間と前年度に比して長期化した。一方、事件調査を担当する職員一人当たりの措置命令（消費者庁創設前においては排除命令）を行った件数は、平成 21 年度は 0.4 件であったのに対し、平成 22 年度は 0.7 件となっており、平成 22 年度においては、前年度に比して効率的な景品表示法違反事件処理が行われた。

##### （3）有効性

- ①景品表示法の運用について、前年度より多い 20 件の措置命令を行う等、景品表示法違反行為に対し厳正に対処し、さらに、食品表示に係る不当表示等、国民生活に広く影響のある、また、一般消費者の関心の高い分野において措置命令を行い、消費者の適正な選択確保に資する有効な法執行が行われた。
- ②特定電子メール法について、平成 22 年度中、7 件の措置命令を行うなど厳正に対処しており、電子メールの利用に係る良好な環境の整備に資する有効な法執行が行われた。
- ③住宅性能表示制度について、平成 22 年度は、従来の消費者庁ホームページへの掲載に加えて、新たに消費者団体及び消費生活センターにパンフレットを配布することで、一般消費者に対するより有効な普及・促進が図られた。

#### 3 総合的な評価

- ①景品表示法の執行について、措置命令件数が増加している一方、事件調査を担当する職員一人当たりの措置命令件数も増加しており、厳正且つ効率的な執行が行われたといえる。また、景品表示法説明会への講師派遣や事業者等からの相談への対応により、景品表示法の普及・啓発が図られた。さらに、公正取引協議会の活動への講師派遣などにより、公正競争規約の積極的な活用、円滑な運用の促進が図られた。

(3) 有効性

- ①景品表示法の運用について、前年度より多い20件の措置命令を行う等、景品表示法違反行為に対し厳正に対処し、さらに、食品表示に係る不当表示等、国民生活に広く影響のある、また、一般消費者の関心の高い分野において措置命令を行い、消費者の適正な選択確保に資する有効な法執行が行われた。
- ②特定電子メール法について、平成22年度中、7件の措置命令を行うなど厳正に対処しており、電子メールの利用に係る良好な環境の整備に資する有効な法執行が行われた。
- ③住宅性能表示制度について、平成22年度は、従来の消費者庁ホームページへの掲載に加えて、新たに消費者団体及び消費生活センターにパンフレットを配布することで、一般消費者に対するより有効な普及・促進が図られた。

3 総合的な評価

- ①景品表示法の執行について、措置命令件数が増加している一方、事件調査を担当する職員一人当たりの措置命令件数も増加しており、厳正且つ効率的な執行が行われたといえる。また、景品表示法説明会への講師派遣や事業者等からの相談への対応により、景品表示法の普及・啓発が図られた。さらに、公正取引協議会の活動への講師派遣などにより、公正競争規約の積極的な活用、円滑な運用の促進が図られた。
- ②特定電子メール法について、措置命令件数は増加しており、厳正な執行が行われた。また、今後の迷惑メール対策として必要な措置について検討が行われた。
- ③住宅性能表示制度について、パンフレットの一般消費者向け（消費者団体・消費生活センター）の配布により、昨年度に比して、より広く一般消費者に向けた同制度の普及活動が行われた。啓発、及び公正競争規約の積極的な活用、円滑な運用の促進に係る取組を実施していく。
- ③住宅性能表示制度について、引き続き、一般消費者に対する普及・推進のための取組を行っていく。

4 課題と今後の取組方針

- ①景品表示法の執行について、引き続き、厳正な運用を行っていく。処理期間が長期化しているところ、違反事件を処理するための体制整備等を含めた取組を行っていく。また、引き続き、景品表示法の普及・啓発、及び公正競争規約の積極的な活用、円滑な運用の促進に係る取組を実施していく。
- ②特定電子メール法について、引き続き、厳正な運用を行っていく。また、今後の迷惑メール対策として必要な措置について、「迷惑メールへの対応の在り方に関する検討WG」提言を踏まえた措置を講じていく。
- ③住宅性能表示制度について、引き続き、一般消費者に対する普及・推進のための取組を行っていく。



政策への反映状況

【改善・見直し】

<予算要求>

○平成24年度予算要求額：110百万円 [23年度予算額：127百万円]

<機構・定員要求>

○景品表示法違反被疑情報の管理体制の拡充等のため、平成24年度機構・定員要求において増員・時限解除を要求

(機構要求：上席景品・表示調査官1名の設置)

(定員要求：上席景品・表示調査官1名、景品・表示調査官8名、企画係長1名)

## 食品表示対策の推進

### 政策の概要

食品表示の適正化を図るため、農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（以下「JAS法」という。）、食品衛生法、健康増進法等に基づく食品の表示基準を的確に企画及び運用するとともに、表示違反に対して関係省庁や地方公共団体と連携しつつ厳正に対処する。

### 評価結果の概要等

<事後評価／実績評価方式>

#### 1 目標の達成状況の分析

消費者基本計画に基づく各種施策については、年度内の目標を意識し工程管理に注意しながら業務を進めたため、平成 22 年度の目標をほぼ達成することができたと考えている。

#### 2 各観点からの検討

##### (1) 必要性

食品の表示は、消費者が食品を選択する際の重要な判断材料であり、適正な表示がなされることが消費者利益の確保のために不可欠である。

このため、消費者利益の擁護と増進を図るためには、JAS法、食品衛生法、健康増進法に関連する表示基準等を的確に企画・運用し、さらにはこれらの法令の違反行為に対して厳正に対処を行う必要がある。

##### (2) 効率性

外注できるものについてはできる限り外注を行うなどして、効率的な業務推進を図った。

##### (3) 有効性

加工食品における原料原産地の表示の拡大、健康食品の表示に関する検討、栄養成分の義務化に向けた検討など各種施策に対応することにより、食品表示制度の効果的な推進を行うことができたと考える。

##### (4) 公平性

表示基準の検討に当たっては、パブリック・コメントや意見交換会等を大いに活用し、消費者や事業者等からの幅広い意見聴取に努めた。

##### (5) 優先性

加工食品における原料原産地の表示の拡大、健康食品の表示に関する検討、栄養成分の義務化に向けた検討など、早急な対応を要する喫緊の課題の検討を優先的に進めた。

##### (6) 関係課室間の連携

執行業務に当たっては、関係省庁や庁内関係部署との連絡調整を積極的に行い、効果的・効率的な執行を図った。また、食品表示連絡会議を開催するなどして、関係省庁との情報交換を行った。

一方、複数の法令が適用される事案等もあることから、他機関・部署との連携を含め、これら執行業務を専門に指揮・監督する管理職クラスが必要である。

##### (7) 政策評価の政策への反映

一部の施策については、平成 22 年度中に措置予定としていたものが措置できなかったことから、平成 23 年度中の早い時期に措置できるよう、一層の工程管理に努めることとする。

#### 3 総合的な評価

平成 22 年度業務については、概ね基本計画のスケジュールどおりに進めることができたので、平成 23 年度以降においても、引き続き、適切な業務管理の上、食品表示の一元化などの課題について推進してまいりたい。

一方、執行業務においては、複数の法令が適用される事案がみられ、関係機関・部署が適切に連携しつつ、効果的に処理する必要がある。

#### 4 課題と今後の取組方針

施策番号 69（食品表示一元化に関する法律の制定など法体系の在り方については、JAS法、食品衛生法等の食品表示関係法令の統一的な解釈・運用を行い、現行制度の運用改善を行いつつ問題点を把握し、検討する）について、早い段階で食品表示一元化法の法案提出に向けた具体的なスケジュールを示すとともに、そのための検討体制の整備、関係省庁との適切な情報共有に努める。

本政策評価等を踏まえ、平成 24 年度において、食品表示一元化に関する調査に係る予算や執行体制の強化に向けた機構定員を要求する予定。



## 政策への反映状況

### <予算要求>

○平成24年度予算要求額：216百万円 [平成23年度予算額：269百万円]

※関係する主な行政事業レビュー点検結果の概算要求への反映状況

- ・消費者団体等との連絡会の経費について、他の事業との整理を行い、当該事業としての要求額を0とした

### <機構・定員要求>

○他機関・部署との連携について総括的な管理・調整のため、また、特定保健用食品の審査体制の強化のため、平成24年度機構・定員要求において増員を要求

(機構要求：上席食品表示調査官 (J A S 法及び食品衛生法) の設置)

(定員要求：企画官クラス1名、課長補佐クラス1名)

### <その他の具体的取組>

○学識経験者、消費者関連団体、事業者団体等で構成する「食品表示一元化検討会」の開催 (平成23年9月～)