

平成 26 年度消費者庁政策評価書について（要旨）

平成 27 年 8 月
消費者庁

1. 消費者庁における政策評価について

（1）政策評価基本計画

- ・ 政策評価の実施に関する方針、実施体制等について定める
- ・ 消費者庁では、計画期間を平成 25 年 4 月 1 日～平成 30 年 3 月 31 日とする消費者庁政策評価基本計画（平成 25 年 3 月 18 日消費者庁長官決定。平成 25 年 7 月 1 日一部改正。平成 27 年 2 月 26 日一部改正。）を策定

（2）政策評価実施計画

- ・ 毎年度、当該年度における事後評価の対象としようとする政策、評価方式等を定める
- ・ 消費者庁では、平成 26 年度消費者庁政策評価実施計画（平成 27 年 2 月 26 日消費者庁長官決定）を策定

（3）事前分析表

- ・ 毎年度、各施策の目標や手段、要するコスト等を分かりやすく一覧性のある形であらかじめ整理（平成 24 年度から導入）
- ・ 消費者庁では、平成 25 年度政策評価事前分析表を作成

（4）政策評価書（実績評価方式）

- ・ 上記（1）～（3）に基づき、各年度の施策の実績を評価
- ・ 平成 26 年度消費者庁政策評価書の対象期間は、平成 26 年 4 月 1 日～平成 27 年 3 月 31 日

※平成 26 年度の施策に関する政策評価の流れ

平成 26 年度	政策の実施 ↓	・ 実施計画の策定 ・ 事前分析表の作成
平成 27 年度	政策評価の実施 ↓	・ 政策評価書の作成
	評価結果の政策への反映 (予算要求、機構・定員要求、その他具体的取組の実施)	
平成 28 年度		・ 評価結果の政策への反映状況取りまとめ ⇒総務省において国会報告

2. 消費者庁政策評価体系（平成 26 年度）

<政策名>

消費者政策の推進

<施策名>

	(担当課)
(1) 消費者政策の企画・立案・推進及び調整	消費者政策課
(2) 消費生活に関する制度の企画・立案・推進	消費者制度課
(3) 個人情報保護に関する施策の推進	消費者制度課
(4) 消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進	消費者教育・地方協力課
(5) 地方消費者行政の推進	消費者教育・地方協力課
(6) 物価対策の推進	消費者調査課
(7) 消費者政策の推進に関する調査・分析	消費者調査課
(8) 消費者の安全確保のための施策の推進	消費者安全課
(9) 消費者取引対策の推進	取引対策課
(10) 消費者表示対策の推進	表示対策課
(11) 食品表示の企画・立案・推進	食品表示企画課

3. 政策評価の結果

○各施策とも、消費者基本計画に盛り込まれた施策に沿って基本目標を設定しており、平成 26 年度においても進捗があったものと評価できるが、消費者行政を取り巻く課題は依然山積している。

⇒各施策の評価結果の要旨については別紙参照

○引き続き、消費者基本計画の検証・評価・監視と連動しつつ、消費者基本計画に掲げられた各具体的施策について効果的・効率的な推進の観点から取り組んでいくこととする。また、新たな消費者基本計画の策定に当たっても、評価結果を適切に反映していくこととする。

(注) 各測定指標における平成 27 年度以降の目標設定は、平成 26 年度末時点の情報に基づいているため、目標設定において 8 月までの進捗は反映されていない。

各施策の評価結果(要旨)

(別紙)

施策	達成すべき目標	目標達成度合いの測定結果	次期目標等への反映の方向性
(1)消費者政策の企画・立案・推進及び調整	<p>「消費者基本計画」の検証・評価及び見直しを行うことにより、刻々と変わる消費者を取り巻く環境に柔軟に対応するように施策を毎年度反映させつつ、消費者庁が司令塔としての機能を十分に発揮し、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図ることにより、国民の消費生活の安定及び向上を確保する。</p>	<p>○相当程度進展あり 平成26年度に目標を設定した測定指標のうち、5については目標を達成することができなかったが、他の指標については目標を達成することができた。5についても、各法律の所管府省庁による厳正な執行は行われており、取組を継続した場合、長期の期間は要せず当庁において結果を取りまとめ、公表可能な状態にあるため、施策は「相当程度進展あり」と判断した。</p>	<p>【施策】 国民の消費生活の安定及び向上を確保するため、現在の目標を維持し、引き続き、消費者政策の企画・立案・推進及び調整を推進していく。なお、平成26年度の目標は達成したものの、今後とも消費者被害の防止や消費者への情報提供を始めとする課題に取り組む必要があり、引き続き測定指標1～19に掲げるような各分野の施策を進めていく。 平成27年度より「消費者庁越境消費者センター(CGJ)」が国民生活センターへ事業を移管(名称も「国民生活センター越境消費者センター」に変更。)することを踏まえた見直しが必要。</p> <p>【測定指標】 測定指標5以外は目標を達成することができた。今後とも同様の目標を設定し、今回未達となった5も含め達成を目指していく。</p>
(2)消費生活に関する制度の企画・立案・推進	<p>1. 消費者団体訴訟制度の推進 ①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について、平成28年中の円滑な施行に向けて必要な準備を行うとともに、消費者団体訴訟制度の周知・広報に取り組む。 ②適格消費者団体について認定・監督を適切に行うとともに、適格消費者団体が業務を円滑に実施できるように必要な支援を実施する。</p> <p>2. 消費者契約法の見直し 消費者契約に関する裁判例等の収集・分析結果を活用して、契約締結過程及び契約条項の内容に係る規律等の在り方を検討する。</p> <p>3. 公益通報者保護制度の推進 説明会等の実施や広報資料の配布等によって、公益通報者保護法の周知・啓発、公益通報窓口の整備等の促進に努める。公益通報者保護専門調査会による消費者委員会報告(平成23年2月)や消費者委員会による「公益通報者保護制度の見直しに関する意見」(平成23年3月)、「公益通報者保護制度に関する消費者委員会意見～消費者庁の実態調査を踏まえた今後の取組について～」(平成25年7月)等を踏まえ、必要な措置を講じる。</p> <p>上記、1.～3. のとおり、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うち、消費生活に関する制度等を企画・立案・推進することにより、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。</p>	<p>○目標達成 全ての測定指標について目標を達成することができたため、施策としては目標達成と判断した。</p>	<p>【施策】 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うち、消費生活に関する制度等を企画・立案・推進する。</p> <p>【測定指標】 平成25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」の施行に向けた準備(政令・内閣府令・ガイドラインの策定)及び新制度についての周知・広報や、消費者契約法(実体法部分)についての見直しに向けた取組、適格消費者団体の適切な監督の実施及び支援策の検討、公益通報者保護制度の推進(制度の普及・啓発及び制度の在り方についての検討)などに更に取り組んでいく。</p>

施策	達成すべき目標	目標達成度合いの測定結果	次期目標等への反映の方向性
(3) 個人情報保護に関する施策の推進	<p>「個人情報の保護に関する基本方針」(平成16年4月2日閣議決定、平成20年4月25日及び平成21年9月1日一部変更)に基づき、法制度の周知徹底、苦情の円滑な処理の推進等を図るとともに、「パーソナルデータに関する検討会」における検討に協力するなど、個人情報保護に関する施策を推進することにより、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に資する。</p>	<p>○目標達成 測定指標1～4が個人情報保護制度の推進に必要な施策であると考えているところ、全ての測定指標で目標達成できた。したがって、本施策は「目標達成」と判断した。ただし、事業者からの漏えい事案が引き続き注目を集めるとともに、いわゆる「過剰反応」も依然として見られるなど、個人情報の取扱いに対する国民の不安が解消されたとは言えず、法制度の周知徹底や制度の検討については引き続き取り組むべき課題がある。</p>	<p>【施策】 個人情報保護法については、個人情報の取扱いに対する国民の不安には根強いものがあり、個人情報の取扱いに対する苦情・問合せは依然として多くある。また、国際的にも、個人情報の取扱いに係るルールの検討が急速に進展している。 これらの動きを踏まえながら、引き続き、法の趣旨及び解釈の正しい周知徹底、国際的な理解を深めるための取組を行っていく。</p> <p>【測定指標】 なお、平成27年3月に国会に提出した「個人情報の保護に関する法律及び行政手続における特定の個人を識別するための番号の利用等に関する法律の一部を改正する法律案」が成立した場合、個人情報保護に関する事務が消費者庁から新設される個人情報保護委員会へ移管されることになる。(改正法案が成立した場合、平成28年1月1日に移管予定)</p>
(4) 消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進	<p>○教育 消費者が生涯にわたって消費生活について学習する機会がままねく求められている状況に鑑み、学校、家庭、地域、職場その他様々な「場」において消費生活に関する教育が充実されるよう必要な施策を講じることにより、消費者の自立を支援する。</p> <p>○普及・啓発 消費者団体等との適切な連携の下、消費者問題に関する普及・啓発活動を総合的に推進し、消費者の自立を支援する。 高齢者及び障害者の消費者トラブルの防止や子供の不慮の事故防止等を図るための施策を推進し、高齢・障害消費者の消費者トラブルの防止及び子供の不慮の事故の減少への寄与を図る。</p>	<p>○相当程度進展あり 本施策の成果は、騙されない賢い消費者、社会の発展と改善に積極的に参加する自立した消費者を育てることである。しかしながら、消費者教育の推進や普及啓発を行うことと、例えば、消費者の被害が減少したことの直接的な因果関係を分析することは難しいことから、短期的な目標や定量的な目標を設定することには限界があるのが実情。こうした中、本施策の成果を断片的にでも極力定量的に把握しようという観点から、前記計測指標を設定していることもあって、どの指標が主要なものかといった色分けが難しく、本施策の成果については、前記指標やその他定性的な判断を総合して判断していくことが肝要。 目標未達であった3項目のうち、測定指標1については、目標値は中長期的な目標でやや高めな指標となっているが、実績としては増加傾向をたどっており、前向きに評価できる。 また、測定指標9については、実績は目標未達となったが、これは各消費者団体から個別的及び日常的に意見聴取する機会が増えたことから、一同に会する会合の回数が減少した結果である。形式的に目標未達であっても、取組の趣旨を鑑みれば、前向きに評価すべき内容。 さらに、測定指標10については、改正法の説明等に当庁から個別で出向く機会が増え、団体からのシンポジウムの出席依頼がやや落ち込んだことから、形式的には目標未達となった。ただし、シンポジウムの場ではなく、地方に出向いての説明会や意見交換の実施など、こうした動きを補完しており、施策の趣旨を鑑みれば、前向きに評価すべきもの。 また、目標を達成した項目については、施策の中間的な目標をクリアしているという見方が妥当というものが多いが、目標に向かって着実に前進していると、評価すべきである。 したがって、施策は「相当程度進展あり」と判断した。</p>	<p>【施策】 平成26年度は目標達成に向け着実に前進しているが、本施策の成果は騙されない賢い消費者、社会の発展と改善に積極的に参加する自立した消費者を育てることであり、「消費者基本計画」等に基づき、政策評価結果を踏まえて、引き続き測定指標に掲げるような各分野の施策を進めていく。 なお、消費者団体との相互連携や消費者問題の実情に関する現場の意見・政策提言の吸い上げに関して、消費者団体との意見交換会の実施や、消費者団体が主催するシンポジウムへの参加等についてより適切な取組を実施する。</p> <p>【測定指標】 前述の通り、本施策の成果に対し、定量的な目標を設定することは困難な状況の中、定性的な指標としては、消費者教育の推進に向けた基盤整備の観点から欠かせない、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」で掲げた今後の課題への対応状況を、定性的な指標としてフォローしていくことも、成果に対する総合的な評価の上で重要と考えられる。 また、消費者団体等との相互連携の強化については、意見交換会やシンポジウム以外の消費者団体との意見交換の状況が施策に反映され、その結果が検証できるような指標を検討する。</p>

施策	達成すべき目標	目標達成度合いの測定結果	次期目標等への反映の方向性
(5) 地方消費者行政の推進	地方公共団体と連携しながら、地方消費者行政の充実・強化を支援することにより、消費者被害の防止や救済、消費生活の安定や向上を図る。	<p>○相当程度進展あり</p> <p>目標未達となった測定指標12についてはホットラインの接続地方公共団体数が昨年度に比べて27減少しているが、これは広域連携の開始に伴いホットライン回線の効率化を図った結果である。直接接続できる消費生活センターや相談窓口を平成22年度と比較して142件増加させており、引き続きどこに住んでいても消費者ホットラインにより消費者が消費生活センター等に接続できる状態は維持されており、前向きに評価すべきものである。</p> <p>したがって「相当程度進展あり」と評価した。</p>	<p>【施策】</p> <ul style="list-style-type: none"> 地方消費者行政に関する財政措置の在り方については、中長期的な検討を実施するため、「地方消費者行政強化作戦」を定め、計画的・安定的な取組の中で、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられる地域体制の全国的な整備に取り組むとともに、人員・予算の確保に向けた地方の自主的な取組を支援していく。 総務省の「消費者取引に関する政策評価」における地方消費者行政活性化交付事業の効果についての勧告を踏まえ、毎年度行っている「地方消費者行政の現況調査」の充実を通じて、「地方消費者行政強化作戦」の達成度も含め、交付事業の効果を検証し、適切な交付の仕組みの構築を検討する。 「消費者行政ブロック会議」、「地方消費者グループ・フォーラム」の開催に当たっては、参加者からの意見を踏まえながら、より効率的な運営を実施する。 「消費者ホットライン」の運営に当たっては、利用件数なども踏まえながら、より効率的な執行管理を行う。 <p>【測定指標】</p> <p>本施策の測定指標として、「地方消費者行政強化作戦」で掲げた政策目標の達成状況を、定量的な指標としてフォローしていくことも成果に対する総合的な評価の上で重要と考えられる。</p> <p>また、測定指標12については、本政策評価結果及び消費者ホットラインの3析化等平成27年度以降の状況を踏まえて、新たな目標及び指標を検討する。</p>
(6) 物価対策の推進	物価の安定に資する施策の推進により、国民生活の安定と国民経済の円滑な運営を目指す。	<p>○目標達成</p> <p>測定指標1、2及び3については、いずれも平成26年度に設定した目標を達成することができた。</p> <p>したがって、本施策は「目標達成」と判断した。</p>	<p>【施策】</p> <p>平成26年度については、設定した目標についていずれも達成することができた。本施策は継続的に取り組むべきものであり、平成27年度以降も引き続き物価対策を推進していく。</p> <p>【測定指標】</p> <p>測定指標はいずれも継続的に取り組むべきものであり、平成27年度以降も同様の指標を設定する予定である。なお、測定指標1については、平成27年3月に閣議決定された第三期消費者基本計画にも盛り込んだところである。</p>
(7) 消費者政策の推進に関する調査・分析	消費者の利益の擁護及び増進に関する政策を推進する上で有用な各種調査・分析を実施することで、国民の消費生活の安定及び向上を確保する。	<p>○目標達成</p> <p>いずれも平成26年度に設定した目標を達成することができた。</p> <p>したがって、本施策は「目標達成」と判断した。</p>	<p>【施策】</p> <p>平成26年度については、設定した目標についていずれも達成することができた。本施策は継続的に取り組むべきものであり、平成27年度以降も引き続き本施策を実施していく。</p> <p>【測定指標】</p> <p>継続的に取り組むべきものであり、平成27年度以降も同様の指標を設定する予定である。</p>

施策	達成すべき目標	目標達成度合いの測定結果	次期目標等への反映の方向性
(8)消費者の安全確保のための施策の推進	<p>生命・身体被害に係る消費者事故等に関する情報を迅速、的確かつ効果的に発信することにより、消費者事故等による被害の発生又は拡大を防止する。</p> <p>食品を始めとした消費者安全に関するリスクコミュニケーションを一層促進することにより、消費者に正確な情報を提供し、理解を深め自らの判断により適切な消費活動を行うことができるような取組を推進する。</p> <p>消費者安全調査委員会は、生命身体被害が発生した場合において、被害の発生・拡大の防止を図るために原因を究明することが必要であると認めるときには、事故等原因調査等を行い、必要に応じて、その発生・拡大の防止のため必要な施策・措置について勧告・意見具申を行う。</p>	<p>○目標達成</p> <p>全ての測定指標で目標が達成されたため、「目標達成」とした。</p>	<p>【施策】</p> <p>政策評価が政策・予算の見直しに使いやすく、国民に分かりやすいものとして一層活用されるよう、現在の目標を維持し、引き続き、政策評価を推進していく。</p> <p>【測定指標】</p> <p>本施策は生命・身体に係る消費者事故の発生を防止し、またその拡大を防ぐことを目標にするなど、本施策の成果に対し、定量的な指標を設定することは困難な状況であるが、定性的な指標を設定する際も国民に分かりやすいものとして活用できるよう適切に設定することとする。</p>
(9)消費者取引対策の推進	<p>訪問販売等のトラブルの多い特定の取引について、悪質事業者に対する行政処分を厳正に行うこと等により、消費者保護を十分に確保する。</p> <p>また、特定電子メール法を厳正に運用すること等により、一般消費者の利益を確保する。</p>	<p>○目標達成</p> <p>全ての測定指標で目標が達成されたため、「目標達成」と判断した。</p>	<p>【施策】</p> <p>消費者の利益の保護及び特定商取引の適正化を図るため、特定商取引法の厳正な執行を行うとともに、消費者委員会の特定商取引法専門調査会の検討等を踏まえ、特定商取引法の見直しに関する検討を行い、引き続き消費者取引対策を推進していく。</p> <p>【測定指標】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 2. 4. 引き続き厳正な執行を行っていく。 3. 消費者被害、多様な事業者の実態及び法執行上の課題を踏まえ、特定商取引の適正化を図るための規律の在り方を検討していく。

施策	達成すべき目標	目標達成度合いの測定結果	次期目標等への反映の方向性
(10) 消費者表示 対策の推進	<p>①景品表示法違反行為を行う事業者に対し行政処分を行うなど法を適切に運用することや、同法を遵守するよう普及・啓発を行うこと、また、公正競争規約の活用が行われるよう運用団体を支援することなどにより、消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害する行為を排除し、消費者の利益を保護する。</p> <p>②住宅性能表示制度を普及・啓発することで、消費者における同制度の認知度を高めるとともに同制度の利用を促し、住宅の購入や建て替えを行う際の消費者の利益を保護する。</p> <p>③家庭用品の品質表示について、事業者に対し表示の改善を指示するなど法を適切に運用することや、規程等を社会のニーズに応じて改正することにより、消費者の身近にある家庭用品の品質表示を適正化し、家庭用品を購入・利用する消費者の利益を保護する。</p>	<p>○目標達成 全ての測定指標で目標が達成されたため、「目標達成」と判断した。</p>	<p>【施策】 引き続き景品表示法等の厳正な運用や普及啓発の取組を切れ目なく続けることが重要であるため、これら取組を継続して行うこととした。</p> <p>【測定指標】 厳正な運用に関しては、引き続き執行件数等を指標としたいが、普及啓発を進めていく観点から、パンフレットの配布状況や説明会における参加者数等について、目標として加えることを検討したい。</p>
(11) 食品表示の 企画・立案・推進	<p>食品表示に関し、食品の安全に関する情報や消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保に資する情報の提供を推進する。</p>	<p>○目標達成 全ての測定指標で目標が達成されたため、「目標達成」とした。</p>	<p>【施策】 食品表示法に関連する表示基準等を的確に企画・運用し、引き続き、消費者利益の擁護と増進を図り、表示の適正化を推進する。</p> <p>【測定指標】 測定指標1及び2：食品表示法の規定に基づく新たな食品表示制度について、消費者、事業者等に対し普及啓発を行い、理解促進を図るとともに、個別課題については、準備の整ったものから、順次実態を踏まえた検討を行う。 測定指標3及び6：引き続き、制度の定着のための普及啓発を行っていく。 測定指標4及び5：機能性表示食品制度を始めとする食品の機能性等を表示する制度を適切に運用する。機能性表示食品制度については必要に応じて制度の見直しを行うとともに、残された検討課題についても速やかに検討に着手する。 測定指標7：食品表示制度について、事業者・消費者だけでなく、行政側への普及活動も実施し、理解を促進させることで、事業者等への対応を齊一化させる。</p>

各施策の評価結果(要旨)

(別紙)

施策	達成すべき目標	目標の達成状況	目標期間終了時点の総括
(1)消費者政策の調整	消費者庁が司令塔としての機能を十分に発揮し、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図ることにより、国民の消費生活の安定及び向上を確保する。	関係省庁・機関との情報共有や、消費者に対する情報提供等の機動的な対応をすることで、施策の目標をおおむね達成できた。 その結果、消費者の利益の擁護及び促進のための取組を行うことができた。	引き続き、消費者の利益の擁護及び増進のため、関係省庁・機関との連携を積極的に図りつつ、消費者に対する情報提供等の実効的な施策に取り組む。
(2)基本的な消費者政策の企画・立案・推進	「消費者基本計画」の検証・評価及び見直しを行うことにより、刻々と変わる消費者を取り巻く環境に柔軟に対応できるように施策を毎年度反映させていくことで、国民の消費生活の安定及び向上を確保する。	消費者基本計画の取りまとめ担当課として、具体的施策の実施状況に関する検証・評価により、計画に掲げられた施策の実施状況を的確に把握することで、平成25年度における同計画の見直しにつなげた。また、消費者等の意見や国際的な動向を的確に施策に反映させるために、情報提供や国際的な連携の強化をする等、施策の目標はおおむね達成できた。 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。	平成24年度の具体的施策の実施状況及び平成25年6月閣議決定予定の消費者基本計画の見直しを踏まえ、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、「消費者基本計画」を総括的に検証・評価し、見直しについて閣議決定を行うほか、関係省庁に対する情報提供、国際的な連携の推進などに更に取り組んでいく。
(3)消費者事故等の情報の集約・分析・対応	消費者被害の発生又は拡大の防止を図ることにより、消費者が安心して消費を行える市場を構築し、それによって良質な事業・雇用を創出し、ひいては日本経済の再生を目指す。	消費者事故等の発生に関する情報の集約・分析・対応として、関係省庁・機関と連携をしつつ、積極的な情報提供をすることで、施策の目標はおおむね達成できた。 これにより、消費者被害の発生又は拡大の防止を図り、消費者が安心して消費を行える市場を構築するための取組を行うことができた。	引き続き、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。 また限られた資源の中で施策の優先性を考慮しつつ、特に財産被害に係る事案への行政措置について、一層本格的に取り組む。
(4)消費生活に関する制度の企画・立案・推進	<p>1. 集団的消費者被害救済制度の検討 集団的消費者回復に係る訴訟制度について、できる限り早期に成案を得て、国会へ法案を提出することを目指す。財産の隠匿・散逸防止策及び行政による経済的不利益賦課制度について検討を行い、平成24年度中を目途に取りまとめを行う。</p> <p>2. 適格消費者団体の認定、監督、支援 適格消費者団体と意見交換を行い、その結果を踏まえ、具体的な支援策について検討するとともに適格消費者団体における認定NPO法人制度に関する理解を深め、同団体における認定申請を促す。また、PIO-NET端末の設置について、利用可能となるよう具体化を進めるとともに、消費者団体訴訟制度の周知・広報、適格消費者団体への情報面での支援、適格消費者団体の認定・監督を適正に行う。</p> <p>3. 消費者契約法の運用・見直し 平成23年度に行った消費者契約に関する裁判等の収集・分析結果を活用するとともに、民法改正議論と連携した消費者契約の不当勧誘・不当条項の在り方及び消費者団体訴訟制度における差止請求の拡大について検討する。</p> <p>4. 公益通報者保護法の推進 説明会等の実施や広報資料の配布等によって、公益通報者保護法の周知・啓発、公益通報窓口の整備等の促進に努める。 公益通報者保護専門調査会による消費者委員会報告(平成23年2月)や消費者委員会による「公益通報者保護制度の見直しに関する意見」(平成23年3月)等を踏まえ、必要な措置を講じる。</p> <p>上記1.～4.のとおりに、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うち、消費生活に関する制度等を企画・立案・推進することにより、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。</p>	<p>・法制度の検討に関する業務に関しては、消費者の財産被害に係るすき間事案への行政措置を導入すること等を内容とする消費者安全法の一部を改正する法律が成立したほか、集団的消費者被害回復に係る訴訟制度の法案化に向け、制度案の意見募集を行うなどの作業を行った。また、「消費者の財産被害に係る行政手法研究会」の開催(11回)等を通じ、財産の隠匿・散逸防止策及び行政による経済的不利益賦課制度について検討を進めるとともに、消費者委員会における「消費者契約法に関する調査作業チーム」への出席(8回)・資料提供(2回)等を通じて消費者契約法の在り方について検討を行った。</p> <p>・消費者団体訴訟制度に関する業務については、シンポジウム(全国5か所)の開催等を通じて制度の普及啓発活動を行ったほか、適格消費者団体の認定等にあたって申請を受けてから平均約65日で認定等手続を行うなど適切に業務を行った。このほか、消費者団体訴訟制度に関しては、2013年2月に特定商取引に関する法律の一部を改正する法律が施行されたことにより、差止請求の対象となる不当行為に係る類型として、訪問購入が追加されたほか、差止請求の対象の拡大(著しく事実に関連する食品表示等)の検討を行った。</p> <p>・公益通報者保護法については、説明会等を通じて普及・啓発を行ったほか、消費者委員会による「公益通報者保護制度の見直しに関する意見」(平成23年3月)等を踏まえ、「公益通報者保護制度に関する実態調査」を実施した。</p> <p>以上の消費生活に関する制度等の企画・立案・推進を行うことにより、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することができた。</p>	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、集団的消費者被害回復に係る訴訟制度の導入に向けた取組や、適格消費者団体への支援を進めるほか、公益通報者保護制度の推進(「公益通報者保護制度に関する実態調査」を踏まえた対応の検討等)などに更に取り組んでいく。

施策	達成すべき目標	目標の達成状況	目標期間終了時点の総括
(5) 個人情報保護に関する施策の推進	<p>「個人情報の保護に関する基本方針」(平成16年4月2日閣議決定、平成20年4月25日及び平成21年9月1日一部変更)に基づき、法制度の周知徹底、苦情の円滑な処理の推進等を図るとともに、内閣府消費者委員会における個人情報保護法の問題点についての審議に協力し、その結果を踏まえ検討を行うなど、個人情報保護に関する施策を推進することにより、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に資する。</p>	<p>法制度の周知徹底のため、全国13か所で個人情報保護法の説明会を実施するなど法律及び制度の内容等に関する情報提供及び啓発を行った。平成24年度の説明会では、新たな取組として、地方公共団体等が地域において個人情報の適切な共有に取り組んでいる事例の報告を行い、内容の充実を図った。合計で約3,100人の参加があり、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」との回答割合が約9割に達するなど、一定の成果を上げている。</p> <p>また、消費者委員会における個人情報保護法の問題点についての審議が進められる際に資するよう「平成23年度個人情報の保護に関する法律施行状況の概要」を消費者委員会へ報告する(24年10月)など、協力を行った。</p>	<p>個人情報保護法は、全面施行後8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、個人情報の取扱いに対する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・問合せは依然として多くある。また、「消費者基本計画」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。</p> <p>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。</p>
(6) 消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進	<p>○教育 消費者が生涯にわたって消費生活について学習する機会があまねく求められている状況に鑑み、学校、家庭、地域、職場その他の様々な「場」において消費生活に関する教育が充実されるよう必要な施策を講じることにより、消費者の自立を支援する。</p> <p>○普及啓発 消費者団体等との適切な連携の下、消費者問題に関する普及啓発活動を総合的に推進し、消費者の自立を支援する。 高齢者及び障害者の消費者トラブルの防止や子どもの不慮の事故防止等を図るための施策を推進し、高齢・障害消費者の消費者トラブルの防止及び子どもの不慮の事故の減少への寄与を図る。</p>	<p>『「消費者基本計画」における具体的施策の実施状況に関する「検証・評価」』を踏まえ、おおむね達成できたと考えている。</p>	<p>引き続き、消費者基本計画を踏まえた施策等を実施するとともに、消費者が賢い消費者、自立した消費者となるため、より地域や消費者団体等と連携を図り、充実を図っていく。</p>
(7) 物価対策の推進	<p>物価の安定に資する施策の推進により、国民生活の安定と国民経済の円滑な運営を目指す。</p>	<p>・約30年ぶりに電気料金の値上げが申請されたことを契機に、昨年来、国民生活における公共料金等の重要性が改めて認識されている。24年度は、東京電力、関西電力及び九州電力の電気料金値上げ認可申請における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の過程において、消費者・消費者団体との意見交換会の開催や検証ポイントの策定・公表を行う等、適切に対応を行った。このほか、当庁のウェブページ等を活用し、電気料金認可申請に係る経済産業省との協議内容について、消費者への情報提供を行った。</p> <p>・公共料金等における情報公開等の現状を把握し、また、今後の取組の方向性を検討するため、消費者委員会に設置された公共料金等専門調査会において、一部所管省庁に対してヒアリングを実施した。</p> <p>・「公共料金の内外価格差調査」等の実施、国民生活安定緊急措置法の施行状況報告についての国会報告を行った。</p>	<p>物価対策を適切に進めることができた。今後も公共料金に関する現状と課題を整理し、継続的な取組を行い、消費者に与える影響を十分考慮すべく努めていく。</p>

施策	達成すべき目標	目標の達成状況	目標期間終了時点の総括
(8) 地方消費者行政の推進	<p>地方自治体と連携しながら、地方消費者行政の充実・強化を支援することにより、消費者被害の防止や救済、消費生活の安定や向上を図る。</p>	<p>・「集中育成・強化期間」後の地方消費者行政について、詳細な事例集とこれを基にした「地方自治体への期待」、「消費者庁の取組」をまとめた「地方消費者行政の充実・強化のための指針」を取りまとめ(24年7月)、これに基づく施策を推進した。</p> <p>・各都道府県に造成されている「地方消費者行政活性化基金」について、平成24年度補正予算において60.2億円の上積みと25年度末までの延長を行った。さらに、平成25年度予算において「国と地方とのコラボレーションによる先駆的プログラム」の実施のため5億円の上積みを行うとともに、被災4県に対しては平成24年度に引き続き、平成25年度予算において約7.29億円の上積みを行った。</p> <p>・「地方消費者行政に対する国の財政措置の活用期間に関する一般準則」を制定(25年2月)し、地方への継続的な支援が必要であるとの国の認識を示すとともに、地方自治体の自主財源化への取組を促した。</p> <p>・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24年度も全国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、自治体と意見交換を行うのみならず、消費者団体等が実施するシンポジウム等にも出席し、消費者団体等とも積極的に交流を図った。</p> <p>・東日本大震災への対応として、平成23年度に引き続き、地元のニーズを踏まえつつ被災地における各相談窓口に分分野の専門家を派遣し、被災者の方々の生活再建を図る上で必要となる総合的な相談体制の構築に対する支援を行うほか、消費者の安全・安心をよりいっそう確保するため、国民生活センターと共同で地方自治体に検査機器を貸与し、消費サイドで食品の放射性物質を検査する体制を整備する等、被害を受けた自治体のバックアップに取り組んだ。</p> <p>・PIO-NET刷新の検討について中間報告を取りまとめ(24年7月)、同報告を基に、業務・システムの現状分析など、刷新に向けた作業を実施した。</p> <p>以上のとおり、年度当初に掲げた目標は概ね達成した。</p>	<p>・地方消費者行政に関する財政措置の在り方については、「一般準則」により長期的な体制整備のロードマップを示したところではあるが、具体的な財政措置の在り方について検討を進めていくことが必要であることから、引き続き地方自治体と密接に連携を図り、地方の要望を踏まえながら検討を進める。また、地方自治体が円滑かつ計画的に自主財源に移行できるよう促す取組を続ける。</p> <p>・「地方消費者行政ブロック会議」、「地方消費者グループ・フォーラム」の開催に当たっては、参加者からの意見を踏まえながらより効率的な運営を実施する。</p> <p>・消費者ホットラインの運営に当たっては、利用件数なども踏まえながら、より効率的な執行管理を行う。</p>
(9) 消費者の安全確保のための施策の推進	<p>生命・身体被害に係る消費者事故等に関する情報を迅速、的確かつ効果的に発信することにより、消費者事故等による被害の発生又は拡大を防止する。</p> <p>食品の安全性に関するリスクコミュニケーションを一層促進することにより、消費者が正確に理解をし、自ら判断して消費活動を行うことができるような取組を推進する。</p> <p>消費者安全調査委員会は、生命身体被害が発生した場合において、被害の発生・拡大の防止を図るために原因を究明することが必要であると認めるときには、事故等原因調査等を行い、必要に応じて、その発生・拡大の防止のため必要な施策・措置について勧告・意見具申を行う。</p>	<p>今年度、事故情報データバンクへのアクセス件数は堅調に推移した。収集する事故情報の範囲等の拡大については、平成24年10月に消費者安全調査委員会が設置されたことに伴い、これまでの「入手情報点検チーム」における対応体制の見直しを図り、事故情報等の効率的な確認や注意喚起等を行う事案の効率的な抽出に努めることができた。</p> <p>リコール情報サイトについては、平成24年4月より運用を開始し、会員登録された方へのメール配信サービスを開始することができた。</p> <p>食品と放射能の問題については、計175回のリスクコミュニケーション等を実施し、情報共有・正確な理解の促進を図り、消費者が自ら判断して消費行動を行うことができるような取組を推進することができた。</p>	<p>前年度同様、生命・身体被害に係る消費者事故等に関する情報を迅速・的確かつ効果的に発信し、被害の発生又は拡大を防止する取組を確実に実施していく。</p> <p>食品と放射能に関するリスクコミュニケーションについては、地方自治体、消費者団体と連携した意見交換会の全国的展開に加え、子育て世代向けのミニ集会の開催の促進や、意見交換会の中心となる専門家(コミュニケーター)養成のための研修を実施し、地域におけるリスクコミュニケーションの強化等を図っていく。</p> <p>消費者安全調査委員会は、引き続き、生命身体被害が発生した場合において、被害の発生・拡大の防止を図るために原因を究明することが必要であると認めるときには、事故等原因調査等を行い、必要に応じて、その発生・拡大の防止のため必要な施策・措置について勧告・意見具申を行っていく。</p>

施策	達成すべき目標	目標の達成状況	目標期間終了時点の総括
(10)消費者取引対策の推進	<p>訪問販売等のトラブルの多い特定の取引について、悪質事業者に対する行政処分を厳正に行うこと等により、消費者保護を十分に確保する。 また、特定電子メール法を厳正に運用すること等により、一般消費者の利益を確保する。</p>	<p>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24年度は、40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進んでいる。 特定電子メール法に基づき、総務省との連携の下、平成24年度は8件の行政処分を行い、消費者保護の確保が図られた。</p>	<p>引き続き、特定商取引法及び特定電子メール法の厳正な執行等により、一般消費者の利益を確保する。</p>
(11)消費者表示対策の推進	<p>①景品表示法違反行為を行う事業者に対し行政処分を行うなど法を適切に運用することや、同法を遵守するよう普及・啓発を行うこと、また、公正競争規約の活用が行われるよう運用団体を支援することなどにより、消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害する行為を排除し、消費者の利益を保護する。</p> <p>②住宅性能表示制度を普及・啓発することで、消費者における同制度の認知度を高めるとともに同制度の利用を促し、住宅の購入や建て替えを行う際の消費者の利益を保護する。</p> <p>③家庭用品の品質表示について、事業者に対し表示の改善を指示するなど法を適切に運用することや、規程等を社会のニーズに応じて改正することにより、消費者の身近にある家庭用品の品質表示を適正化し、家庭用品を購入・利用する消費者の利益を保護する。</p>	<p>①景品表示法の運用について、平成23年度は、前年度に比して行政処分(措置命令)件数が増加しているところ、平成24年度の件数はさらに増加しており、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、公正取引協議会への活動への講師派遣も行き、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が実施された。</p> <p>②住宅性能表示制度について、パンフレット等をHPに掲載するとともに、平成24年度は、全国約1千箇所の消費生活センター等にパンフレットを配布し、同制度の普及・啓発に向けた取組を実施した。</p> <p>③家庭用品品質表示法について、平成24年度は9件の指示を行うなど適切な運用がなされた。また、雑貨工業品品質表示規程の「洋傘」と、「いす、腰掛け及びびせいす」のうち「乳幼児用のいす」について、表示の標準として製品の取り扱い上の注意表示を新たに追加する改正を行うこととした。</p>	<p>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ただくほか、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。</p> <p>②住宅性能表示について、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。</p> <p>③家庭用品品質表示法について、引き続き、法を適切に運用するとともに、規程等を社会のニーズに応じて改正する取組を行っていく。</p>
(12)食品表示対策の推進	<p>食品表示に関し、食品の安全に関する情報や消費者が自主的かつ合理的な選択の機会の確保に資する情報の提供を推進するとともに、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ことにより、消費者利益の擁護と増進を図る。</p>	<p>制度の運用改善のための表示基準やガイドラインの改定など消費者基本計画に基づき必要な措置を講じるとともに、乳児用食品の表示基準を設ける措置を講じる等、早急な対応を要するものへの対応を実施した。 また、第183回通常国会への食品表示法案提出を目指し、食品表示一元化検討会及び新食品表示制度についての意見交換会の開催、新食品表示制度についての意見募集等、スケジュールを見据えた施策の実施に努めた。</p>	<p>食品の安全に関する情報や消費者が自主的かつ合理的な選択の機会の確保に資する情報の提供を推進することは、消費者利益の擁護と増進を図る上で重要である。 本施策の食品表示の一元的な法体系の在り方の検討については、検討会を実施し、パブリックコメント及び意見交換会を行うなど、着実に法案提出に向けた施策を進めている。また、これと併せて栄養表示の義務化について結論を得ることができた。さらに、原料原産地表示、外食・中食におけるアレルギー表示、遺伝子組換え表示、添加物表示についても検討を行うことができた。 また、乳児用食品の表示基準など、早急な対応を要する案件についても、必要な措置を講じており、一定の評価ができると思われる。 引き続き、消費者の立場に立った表示制度の充実を検討するとともに、食品事業者等に対する監視指導・啓発を充実・強化していくことが重要となる。</p>