

「消費者基本計画一部改定素案」のパブリックコメントにおける意見

1. 意見募集の概要

- ◎ 募集期間
令和3年3月31日（水）から4月29日（木）まで
- ◎ 募集の周知
e-Govウェブサイト及び消費者庁ウェブサイトへの掲載により周知
- ◎ 受付方法
e-Govウェブサイトからの意見提出、電子メール又は郵送

2. 寄せられた御意見の概要

- ① 意見提出者・団体等の数（6団体・事業者、個人7名）
- | | | |
|----|-----------|----------|
| 内訳 | 消費者団体 | 2 団体 |
| | 事業者・事業者団体 | 3 事業者・団体 |
| | その他 | 1 団体 |
| | 個人 | 7 名 |

② 御意見の内訳（素案の項目ごとの意見数）

工程表の項目	件数
消費者被害の防止	0
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	6
「新しい生活様式」の実践その他多様な課題への機動的・集中的な対応	4
消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施	0
消費者行政を推進するための体制整備	22
全体	3
合計	35

「消費者基本計画一部改定素案」のパブリックコメントにおける意見

意見 No.	対象箇所				意見	回答
	ページ 番号	行 番号	章	項目		
1	6		II	1 (4)	6-7Pの「(4) 訪日外国人・在留外国人による消費の増加」の内容についても、最新の動向を反映させて修正すべきではないか？	御指摘を踏まえ、修正しました。
2	6		II	1 (4)	感染不安や入国者数制限等の影響もあり、訪日外国人の数は減少している。新型コロナウイルスの影響を追記することを検討する必要。	御指摘を踏まえ、コロナ禍の影響を含めた記述に修正しました。
3	7		II	2 (1)	「新型コロナウイルス感染症に便乗した悪質商法やトラブルが発生した」補足として、意見提出させていただきます。 「フリマアプリやインターネット取引など、デジタルプラットフォームを悪用し、品薄な商品が高額販売・転売されるなど、新たな消費者課題も見受けられた」と入れて頂けると、デジタル化とコロナ禍であぶり出された現状が伝わると感じます。	第2章2.(1)において、品薄な商品がインターネット上で転売される行為が見られたことを追記いたしました。
4	7		II	2 (1)	2. 社会情勢の変化 (1) コロナ禍における「新しい生活様式」の実践が項目として追記されているが、この見出しに疑問がある。コロナ禍によってまず着目し、取り上げるべきは、感染拡大防止措置が非常に長期化し日常行動の制限や経済的破綻による生活基盤のぜい弱化・孤立化・見通しが不明な不安増大など、これまでに消費者が経験したことのない急激で長期化する生活環境の変化であると考え、「新しい生活様式の実践」ではなく、「コロナ禍により長期化する行動制限と急激な生活環境の変化」の方が適切であると考え。前半の品薄や悪徳商法以外に、コロナ禍による消費者が感じる不安の増大も背景に、SNSでの誹謗中傷やいわゆるマスク警察などの消費者の行き過ぎた行動によるトラブルも発生していることも加えるべきであると考え。	感染拡大を防止する「新しい生活様式」の実践は、インターネット通販の利用やテレワークの実施等の消費行動の変化や、業種別ガイドラインを踏まえた事業者による感染予防措置等といった生活環境の変化へ対応するものであり、御指摘の観点を含むものと考えております。 御指摘も踏まえ、第2章2.(1)及び第3章2.(5)において不確かな情報の拡散や消費行動が不確かな情報に影響を受けている事例が見られること等を記載した上で、消費者の冷静な対応を促すことなどを記載しております。また、第5章3.(1)において正確な情報発信や消費者への普及啓発等を推進する旨を記載しました。なお、例えば、2020年の新型コロナウイルス感染症の感染拡大時には消費者の行き過ぎた行動が見られたこと等を踏まえ、消費者が従業員へ意見を伝える際のポイント等を整理・周知しており、工程表に関連の記載がございます。
5	14		III	2 (2) ①	コロナ禍の「新しい生活様式」の実践においては、「学校、地域、家庭、職場等の様々な場所」で、感染拡大防止策を講じた消費者教育を行っていく必要。SNSを通じた発信やオンラインを活用した非接触の教育などを含め、リアル/オンラインの双方のツールを活用して、「新しい生活様式」においても消費者教育を進めていくことを追記することを検討すべき。	御指摘も踏まえ、第3章2.(5)及び第5章3.(1)において、デジタル技術を活用した情報発信等に重点を置いたデジタル化に対応した消費者教育の取組を進めていく旨を追記いたしました。
6	16	35	III	2 (4)	新しい生活様式では生活者(消費者)のデジタル化対応は不可欠で喫緊の課題と思います。消費行動におけるデジタル教育を課題に入れてはいかがでしょうか。	御指摘も踏まえ、第3章2.(5)及び第5章3.(1)において、デジタルサービスの仕組みやリスクの理解促進等に重点を置いたデジタル化に対応した消費者教育の取組を進めていく旨を追記いたしました。
7	18		III	2 (5)	「感染症の感染拡大時や大規模災害の発生時」には、消費者が感じる不安につけ込む悪質商法が増加するだけでなく、SNS等を活用した情報発信や報道等により、消費者が感じる不安が増幅される可能性があることの記載が削除されているが、維持してもよいのではないかと。消費者庁として、デマ等の払拭に向けて、消費者に正しい情報を広く提供していくために必要な政策を推進することを追記すべき。	御指摘も踏まえ、第2章2.(1)及び第3章2.(5)において不確かな情報の拡散や消費行動が不確かな情報に影響を受けている事例が見られること等、第5章3.(1)において正確な情報発信や消費者への普及啓発等を推進する旨を記載しました。
8	18		III	2 (5)	「感染症の感染拡大時や大規模災害の発生時には、消費者が感じる不安に付け込む悪質商法が増加する傾向にあることから、緊急時における消費者の心理傾向等を踏まえ、生活関連物資の需給状況を注視し、消費者の冷静な対応を促すなど被害の防止のために必要な施策を推進する。」とあるが、「悪質商法の増加」と「生活関連物資の需給状況」の関係性がわかりづらいように思われる。因果関係を明確に示していただけるとわかりやすいのではないかと。	御指摘も踏まえ、第3章2.(5)の記載と第5章3.(1)の記載がより整合するようにつつ、必要な対応の1つとして「生活関連物資の需給状況」の注視が挙げられるということが理解いただきやすいように修正いたしました。
9	18		III	2 (5)	「消費者の冷静な対応を促すなど被害の防止」には、適正な情報主体から適時・適切な情報提供が欠かせないと考える。消費者が主役となる社会を実現するためにも、消費者政策の推進に当たっては、災害時等も見据え、行政のみならず、事業者・事業者団体を含む多様な関係者が連携した消費者への情報提供の観点も欠かせないものとする。	第5章3.(1)にて正確な情報発信や消費者への普及啓発等を推進する旨を記載しました。また、第5章4.(2)において、地方公共団体や消費者団体だけでなく、事業者・事業者団体とも広く連携・協働して、重層的・戦略的な啓発の取組を進めるとしております。

意見 No.	対象箇所				意見	回答	
	ページ 番号	行 番号	章	項目			
10	18		Ⅲ	2	(5)	<p>昨年の緊急事態宣言下において、消費者による買占めや過度な購入による商品品切れ、従業員への行き過ぎた言動などの消費行動が見られた。冷静な消費行動の呼びかけ、平時からの備えなど、非常時や緊急時の消費行動に関する消費者啓発が必要であるとともに、一方で、行政や事業者も、消費者への正確でわかりやすい情報発信・提供が望まれる旨も追記してはどうか。</p>	<p>第5章3. (1)にて正確な情報発信や消費者への普及啓発等を推進する旨を記載しました。また、第5章4. (2)において、地方公共団体や消費者団体だけでなく、事業者・事業者団体とも広く連携・協働して、重層的・戦略的な啓発の取組を進めるとしております。</p>
11	26	24	V	1	(2) ①	<p>預託法は指定商品制が取られているため、同法が適用されない商品については指定商品の追加を行うまで時間を要するためにその間に被害が拡大する問題点があるので、指定商品制は廃止すべきである。</p>	<p>第204回通常国会にて成立した消費者被害の防止及びその回復の促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部を改正する法律において、預託法の規制の対象となる物品に関する政令指定制を廃止し、全ての物品を規制の対象とする改正を盛り込んでいます。</p>
12	26	24	V	1	(2) ①	<p>特定商取引法においては、改正法において指定権利制が特定権利制に改められ、規制対象の範囲が拡大したが、同法が適用されない権利については法改正が行われるまで被害が拡大する問題点は依然残っているため、特定権利制は廃止し、すべての権利を規制対象とするべきである。</p>	<p>今後の政策立案に係る御参考とさせていただきます、必要に応じて適切な対応を行ってまいります。</p>
13	26	25	V	1	(2) ①	<p>都道府県消費者団体連絡会が公表した2019年度の都道府県消費者行政調査では、悪質事業者の取締りを行う法執行担当の行政職員が設置されている都道府県は20にとどまることが明らかになったが、都道府県における法執行を強化するため、人員の確保及び職員向けの研修を充実させるために予算の拡充等の措置を求める。</p>	<p>運用に係る御意見として承ります。地方消費者行政の体制強化は消費者政策における最重要課題の一つであります。地方消費者行政強化作戦2020の下、地方消費者行政が自治事務であることを踏まえ、地方公共団体の自主性・自立性が十分に発揮されることに留意するとともに、地方消費者行政のための交付金や研修の実施等を通じて、引き続き、地方公共団体等による消費者行政推進のための計画的・安定的な取組の支援に努めてまいります。</p>
14	26	30	V	1	(2) ①	<p>経済のデジタル化に伴い、特商法に定める法定書面交付のデジタル化が進められているが、その導入に関しては、オンライン取引におけるトラブルの実情や電子化による被害拡大の可能性を十分検討し、重要事項説明義務やクーリングオフ通知の電子化など消費者保護措置の強化と合わせて慎重に検討すべきである。</p>	<p>運用に係る御意見として承ります。なお、第204回通常国会に提出し、成立した消費者被害の防止及びその回復の促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部を改正する法律につきましては、消費者からのクーリング・オフの通知について電磁的方法(電子メールの送付等)で行うことを可能にしております。また、特定商取引法等の改正により、契約書面等を電磁的方法により提供することができることについては、消費者の承諾を得た場合に限り、例外的に認められるものですが、消費者委員会の建議等も踏まえて、電磁的方法による提供の在り方について、消費者の承諾の実質化や電磁的方法による提供の具体的方法について、オープンな場で消費生活相談の関係者等を含めて広く丁寧に意見を聴取する検討の場を設けて検討を行ってまいります。</p>
15	29	14	V	1	(2) ⑤	<p>アルコール健康障害対策推進基本計画を閣議決定し、その中で容器にアルコール量の表示をするよう検討を促すこととされている。この閣議決定を踏まえて、事業者にアルコール量の表示を促す内容を盛り込んでいただきたい。</p>	<p>第2期アルコール健康障害対策推進基本計画においては、「酒類業界においても、国や地方公共団体によるこれらの普及啓発と連携し、不適切な飲酒の誘因防止の観点から、アルコール飲料の広告・表示等における自主的な取組を引き続き進める。」「酒類業界は、いわゆるストロング系アルコール飲料の普及が進んでいることや、1(4)①の「飲酒ガイドライン」の内容、活用・周知の状況も踏まえつつ、酒類の容器にアルコール量を表示することについて速やかに検討を行う。(国税庁)」と記載されたところであり、政府としては、計画に基づき飲酒ガイドラインの策定を検討するとともに、表示については、まずは酒類業界において自主的に取り組まれるものと考えているところです。</p>
16	29		V	1	(2) ⑤	<p>第5章の1の(1)の5の「食品表示等による適正な情報提供及び関係法令の厳正な運用」に、酒類(アルコール飲料)の商品容器に純アルコール量をグラム表示するよう関係事業者に積極的に働きかけることを盛り込むべきである。 またその際の表示方法は、消費者被害の防止の観点から、酒税法及び酒類行政関係法令等解釈通達により義務づけられているアルコール度数表示よりも大きな文字で行うよう関係事業者に積極的に働きかけることを盛り込むべきである。 意見の理由 消費者基本計画一部改定素案において「消費者被害の防止」の一環として、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のためにアルコール依存症、薬物依存症、ギャンブル等依存症及びゲーム依存症をその支援対象として盛り込んだことについては、これを高く評価する。 ところで政府は先頃、アルコール健康障害対策推進基本計画の第2期基本計画において酒類(アルコール飲料)の商品容器にアルコール量をグラム表示するよう酒類メーカーに促すことを閣議決定している。 また厚生労働省が示している節度ある適度な飲酒の定義においては、1日平均の純アルコール摂取の量をその指標として用いているところである。 これらの状況も踏まえて、消費者被害の防止を更に推し進めるべく消費者基本計画においても酒類(アルコール飲料)の商品容器に純アルコール量をグラム表示するよう関係事業者に積極的に働きかけることを盛り込むべきである。 またその際の表示方法は、厚生労働省がガイドラインで示している節度ある適度な飲酒に適うか否かを消費者が商品容器に記載された数値を見ることによって容易に計算できるよう、酒税法及び酒類行政関係法令等解釈通達により義務づけられているアルコール度数表示よりも大きな文字でこれを行うよう関係事業者積極的に働きかけることを盛り込むべきである。</p>	<p>第2期アルコール健康障害対策推進基本計画においては、「酒類業界においても、国や地方公共団体によるこれらの普及啓発と連携し、不適切な飲酒の誘因防止の観点から、アルコール飲料の広告・表示等における自主的な取組を引き続き進める。」「酒類業界は、いわゆるストロング系アルコール飲料の普及が進んでいることや、1(4)①の「飲酒ガイドライン」の内容、活用・周知の状況も踏まえつつ、酒類の容器にアルコール量を表示することについて速やかに検討を行う。(国税庁)」と記載されたところであり、政府としては、計画に基づき飲酒ガイドラインの策定を検討するとともに、表示については、まずは酒類業界において自主的に取り組まれるものと考えているところです。</p>

意見 No.	対象箇所					意見	回答	
	ページ 番号	行 番号	章	項目				
17	30	25	V	1	(2)	⑥	迷惑電話防止機能を有する機器の活用については、都道府県・市町村において、購入費用の補助を行う等制度の拡充を行うべきである。	運用に係る御意見として承ります。地方消費者行政の体制強化は消費者政策における最重要課題の一つであります。地方消費者行政強化作戦2020の下、地方消費者行政が自治事務であることを踏まえ、地方公共団体の自主性・自立性が十分に発揮されることに留意するとともに、地方消費者行政のための交付金等を通じて、引き続き、地方公共団体等による消費者行政推進のための計画的・安定的な取組の支援に努めてまいります。なお、地方消費者行政強化交付金では、通話録音装置に係る費用を交付対象経費としています。
18	31	32	V	1	(2)	⑨	マイナンバーカードの健康保険証としての利用の本格的な運用が2021年3月から開始されること等を踏まえ、「(p31)本格運用が延期になったので「運用が2021年3月から開始される」を、「運用が開始される」に修正ください。（「消費者基本計画工程表改定素案」1-168での修正と同様）	御指摘を踏まえ、修正しました。
19	33	19	V	2	(1)		学校給食を通じて食品ロス削減等の課題解決に資することを目的とする事業が行われているようであるが(Ⅱ-2)、給食時間が足りなくて食べ切れなかったとの声もきく。食品ロスに関する教育を行ったとしても、そもそも食品ロスを発生させる状況であるとすれば本末転倒である。そこで、そもそも現在の学校教育における給食の時間割が、生徒(児童)にとって、十分であるのかの検討も必要ではないか。	運用に係る御意見として承ります。なお、環境省において、平成27年度より学校給食の実施に伴い発生する廃棄物の3R促進モデル事業を市町村と連携して実施しており、食べ残しの削減や児童・保護者の意識変化について定量的な効果測定を行っております。
20	35	14	V	2	(4)		景品表示法26条等に基づく適切な指針を策定するために、例えば、事業者団体、適格消費者団体及び官庁(消費者庁)により構成される継続的な情報交換等ができる会議体の検討等も必要ではないか。	御意見として承ります。なお、景品表示法第26条第1項に規定する「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針」については、平成26年11月14日付けで策定しており、平成28年4月1日に改正を行ったところですが、引き続き、必要に応じて見直しの検討を行ってまいります。
21	35	32	V	3	(1)		持続可能な社会生活に配慮した適切な消費活動の浸透に向けた情報発信、消費者教育においては、単発的な実施では十分ではないと考える。消費者の属性に応じて継続的に実施し、特に若年者においては学校教育等の中で実施しマインドを醸成されたい。	運用に係る御意見として承ります。なお、幼児期から高齢期までの各ライフステージに応じ、体系的に消費者教育を実施することとしており、消費者教育に使用される教材等については、年齢・障害の有無、情報の入手方法、読み解く能力の差異等の消費者の特性に応じたものとなるよう引き続き取組を進めてまいります。あわせて、消費者市民社会の形成に参画することの重要性の理解と、社会において一消費者として主体的に判断し、責任を持って行動できるような能力を育むための取組を推進してまいります。
22	35	34	V	3	(1)		新型コロナウイルス感染症拡大の状況下、大規模災害発生下などにおいては、消費者は不正確な情報等に惑わされることもある。不正確な情報であってもSNSによって瞬時に拡大するため、早期かつ適時に正確な情報を発信していただきたい。	運用に係る御意見として承ります。なお、第5章3.(1)において、正確な情報発信について記載しており、引き続き、必要な対応を進めてまいります。
23	35	20	V	3	(1)		消費行動に対する情報の対応のみならず、昨年の台湾政府のマスク販売場の把握と情報提供のように、緊急時には政府が情報発信を担い対応するということも包含する文言にはいかがでしょうか。(新設のデジタル庁と連携になることは存じますが。)	御指摘も踏まえ、第5章3.(1)にて正確な情報発信や消費者への普及啓発等を推進する旨を記載しました。引き続き、必要な対応を見極め実施してまいります。
24	36	1	V	3	(1)		大規模災害発生下での消費行動の実態調査、分析等は、被害発生から短期間の行動の把握と、一定程度の長期間の消費生活についても調査を行い、時間の経過に伴う被災地特有のトラブル等を把握し、対応を進めていただきたい。	運用に係る御意見として承ります。なお、第3章2.(5)において、大規模災害の発生時には消費者の心理傾向等を踏まえて、被害の防止のために必要な施策を推進することとしております。
25	36		V	3	(2)	①	取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律案にはOtoC取引については規定されていないが、デジタルプラットフォームを利用した取引には、取引が不慣れた個人であっても売主としての参入は容易であることから、BtoC、CtoC取引のいずれにも適用できるルール作りを求めたい。また、売主・買主を問わずデジタルプラットフォームの悪質な参加者への対応の検討・ルール化を求める。	取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律が成立したことを踏まえて、第4期消費者基本計画を見直しており、デジタル・プラットフォーム企業が介在する消費者取引における環境整備等に関する検討会の報告書に記載されているような課題についても検討事項に含まれる形となっています。また、悪質な参加者への対応については、必要に応じて官民協議会にて検討を行い、適切な対応を行ってまいります。
26	36		V	3	(2)	①	デジタル社会の著しい進化に伴い、デジタルプラットフォーム企業も進化するにより、消費者を取り巻く環境も急激に変化することを踏まえ、政策・制度については硬直的なものにせず、状況の変化に対応すべく短期的な見直しを盛り込んだ制度設計にしていきたい。	御指摘の法改正の見直しの点については、取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律の運用開始後、これが適用される範囲においてどのような影響が生じるのか、さらには本法律の周辺における影響についても、幅広く見極める必要があると考えていますので、今後の施策の実施に当たって参考とさせていただきます。
27	36		V	3	(2)		デジタル・プラットフォーム企業が介在する消費者取引における環境整備等に関する検討会の報告書にあるように、真摯に取組を行うデジタルプラットフォームを消費者が適切に評価し、自主的かつ合理的にその利用を選択できるようにするための消費者教育について、国は今後積極的に実施すべき旨を追記されたい。	御指摘も踏まえ、第3章2.(5)及び第5章3.(1)において、デジタルサービスの仕組みやリスクの理解促進等に重点を置いたデジタル化に対応した消費者教育の取組を進めていく旨を追記いたしました。また、第5章3.(2)③においても、PFの利用に当たって消費者が留意すべき事項、デジタル化に対応した消費者教育、啓発に関する基礎的な整理等について検討を進めるとしてあります。

意見 No.	対象箇所					意見	回答
	ページ 番号	行 番号	章	項目			
28	39	5	V	4	(1)	「小学校、中学校、高等学校における学校教育については・・・引き続き、学習指導要領の周知・徹底を図る。」とあるところ、地域や学校の取組具合によって消費者教育の質や量に関し、大きな差異が生じることは避けられなければならないと考える。	運用に係る御意見として承ります。なお、引き続き、学校において教育活動の全体を通じて児童及び生徒の発達の段階に応じた消費者教育の推進が行われるよう、学習指導要領の周知・徹底を図ってまいります。
29	39	14	V	4	(1)	大学等における消費者教育については、実際に大学生等の若年者にマルチ商法等の消費者被害が発生している状況を踏まえ、被害に対応できる大学における体制の構築や、事例の蓄積と大学間での事例その他の情報の共有等も必要ではないかと考えられる。	運用に係る御意見として承ります。なお、今後の成年年齢引下げを見据えて、引き続き、大学等と消費生活センターとの連携、消費者被害防止に関する情報提供、取組の普及啓発等を行ってまいります。
30	39	30	V	4	(1)	高齢者、障がい者等を含めた消費者に対しては、情報の質及び量並びに交渉力において事業者よりも劣る消費者の中でもさらに脆弱な者であることを踏まえ、一定の情報提供や教育等で対応することには限度があるものとする。そこで、高齢者、障がい者に若年者を加えた、消費者の中でもより脆弱な者については、現状の消費者保護法の規定よりもさらに踏み込んだ内容での消費者保護規定を検討策定すべきであるとする。	今後の政策立案に係る御参考とさせていただきます、必要に応じて適切な対応を行ってまいります。
31	41	17	V	5	(3)	「消費生活相談員の配置促進など」だけではなく「商品技術専門員(仮)配置促進」を再度要望します。消費者行政担当職員数の推移では消費生活相談員は平成8年2,386人が令和2年3,324人と増加したのに対し、商品テスト職員は平成8年220人が令和2年62人まで減少し、また47都道府県中商品テスト職員は0人が23県、1人が11府県であることから、衣食(医薬品を含む)住(電気を含む)などにおける商品に関するそれぞれの専門的な知識を持った商品テスト職員がいる都道府県が少ないため、商品に関する相談対応は地域による差が出ているものと推測されます。相談者に寄り添う対応をするために都道府県の消費生活センターに衣食住それぞれの技術的知見を有する商品技術専門員(仮)を配置し、事業者と交渉し消費者に助言すれば、消費者から信頼され頼りにされる消費生活センターになると思います。SDGs「誰一人取り残さない」対応ができる地方消費者行政になるようお願いします。そして地方消費者行政の低下につながるおそれがあるため、再発防止のために奮闘する商品テスト職員に対し、相談件数が減ると人員を削減することのないようお願いいたします。(案件番号235020014;消費者基本計画工程表改定及び意見募集結果の公表 結果の公示日2018年7月23日回答No.221参照)	運用に係る御意見として承ります。地方消費者行政の体制強化は消費者政策における最重要課題の一つであります。地方消費者行政強化作戦2020の下、地方消費者行政が自治事務であることを踏まえ、地方公共団体の自主性・自立性が十分に発揮されることに留意するとともに、地方消費者行政のための交付金等を通じて、引き続き、地方公共団体等による消費者行政推進のための計画的・安定的な取組の支援に努めてまいります。
32			V		(3) ①	自治体の広域連携に係る、「改正消費者安全法の実施に関わる地方消費者行政ガイドライン」を全面的に改訂し、連携に参加する自治体が相互に責任ある消費者行政を進めることができるしくみを提示してください。単独で消費生活センターを設置することが今後も難しい自治体においては、広域連携により相談体制を整備することも選択肢の1つです。しかし、その際に気を付けなければならないことは、消費生活センターの設置を目的とする連携にとどまってはならないということです。現在の「改正消費者安全法の実施に関わる地方消費者行政ガイドライン」では、消費生活相談の広域連携の形式の説明のみで、連携した自治体同士が主体性を育みながらどのように消費者行政を推進するのかなどの具体的な記載がありません。広域連携による消費者行政では、業務を請け負う自治体と委託した自治体との格差により、委託した自治体側では消費者行政への関心や意欲が低下するおそれがあるとの声もあります。広域連携した自治体同士の協力体制により、情報共有や消費者教育・啓発など消費者行政の企画立案・実施、法執行や政策提言につなげる県行政との協力など消費者行政全般を視野に置いた執行体制を整える必要があります。そのためには、連携自治体間の人事交流も考えられます。連携に参加する全ての自治体が、主体性を持って対等、平等に力を合わせて消費者行政の充実・向上が図れるよう、その在り方を示すガイドラインなどの整備が必要です。	自治体間の連携については、地方消費者行政強化交付金において、交付対象としたところですが、今後の消費者行政の充実に向けて重要な点であり、今後の政策立案に係る御参考とさせていただきます、必要に応じて適切な対応を行ってまいります。
33	全体					各省庁の取り組みとして、紙媒体によるパンフレットの配布等がみられるが、配布されたパンフレットがどのように活用されているのかの検証は行われているのか。配布後の活用状況のフォローが出来ていないのであれば、結局は資源の無駄を発生させることにもつながることもありうるのではないかと。	運用に係る御意見として承ります。なお、資源の無駄を発生させないことは重要であると認識しており、例えば、新未来創造戦略本部が令和3年4月に公表したデジタルプラットフォームを利用する消費者向け啓発用ハンドブック「デジタルプラットフォームとの正しいつきあい方」につきましては、関係機関等の御希望を確認した上で配布しております。
34	全体					内容への意見は後ほど出しますが、(E-GOVと募集要領で)締切時刻についてまた食い違っています。r23502001901.pdfでは令和3年4月29日(木)17時まで https://public-comment.e-gov.go.jp/servelet/Public?CLASSNAME=PCMSTDETAIL&id=235020019&Mode=0&fbclid=IwAR1vFuh0s2GMLRx0kfxBZGhXGR1tMF6ft3evbUFnKq92QP1sfPsTsrMA9U では受付締切日時2021年4月29日23時59分で食い違っています。	御指摘を踏まえ、修正しました。

意見 No.	対象箇所				意見	回答
	ページ 番号	行 番号	章	項目		
35					<p>令和3年度の主な改定事項について概ね賛成いたします。 細かいところでは下記の項目</p> <ul style="list-style-type: none"> ■消費者の多様な選択を実現するための環境整備 ○食品表示のデジタルツールの活用等 <p>特に食品表示のデジタルツールの活用等についてももう少し詳細は知りたいです。 これは食品表示のことを告知・広報するためなのか、食品表示自体にデジタル化を求めるかです。例えば、食品包装を簡素化し、QRコードやバーコードなどをスマホでスキャンし、食品表示を確認できるようにするのも良い手段かと思えます。 食品包装は安全衛生上、必要ですが、情報過多の感じもしております。</p>	<p>主な改定事項について御賛成いただきありがとうございます。今後の課題とさせていただきます。</p>