

「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会」中間取りまとめに関する意見（意見募集の結果）

1. 意見募集の概要

- ◎ 募集期間
平成30年8月22日（水）から9月20日（木）まで
- ◎ 募集の周知
消費者庁ウェブサイトへの掲載により周知
- ◎ 受付方法
電子メール又は郵送

2. 寄せられた御意見の概要

① 意見提出団体・個人等の数(9)

- | | |
|----|--|
| 内訳 | 団体・事業者 |
| | : 神奈川県消費者団体連絡会、一般財団法人食品産業センター、一般社団法人全国消費者団体連絡会、公益社団法人全国消費生活相談員協会、日本生活協同組合連合会、一般社団法人日本ヒープ協議会(6団体) |
| | 個人 |
| | : 3名 |

② 御意見の内訳(中間取りまとめの項目ごとの意見数)

中間取りまとめの項目	件数
はじめに	3
消費者を取り巻く状況変化について	2
消費者政策の視点について	43
おわりに	1
全体	1
合計	50

「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会」中間取りまとめに関する意見一覧

平成30年10月3日

意見 No.	対象箇所					頂いた御意見
1	I	—	—	—	はじめに	<p>消費者基本計画は消費者政策をより充実させるための重要なツールであり、消費者庁は消費者行政の司令塔として、消費者基本計画に基づき政府全体の消費者政策を推進させていく役割を負っています。</p> <p>これまで3期にわたり消費者基本計画が策定され、毎年改定などの作業が行われてきました。しかし、書かれた施策の実効性確保や、基本計画本体部分と工程表部分の整合性については不十分であるとの指摘もあります(例えば、工程表に記載されている施策の大部分が「〇〇を推進する」「〇〇を検討する」と総論的な記述となっており効果的な検証・評価ができる形になっていない、施策の目標達成度で評価されるべきKPIの設定が不十分で工程表帯表に位置付けられたKPIが基本計画本体で例示されたKPIの視点と一貫していない、等)。</p> <p>第4期消費者基本計画の策定については、消費者政策の推進においてこれまでの消費者基本計画が果たした成果と課題を振り返り、実効性が担保される形で策定を進めることが重要と考えます。(一般社団法人全国消費者団体連絡会)</p>
2	I	—	—	—	はじめに	<p>消費者基本計画は消費者行政の政策的大黒柱であり、消費者庁は消費者行政の司令塔として消費者基本計画に基づき役割を果たすことが求められています。</p> <p>消費者基本計画はこれまで3期にわたり策定され、毎年改定などの作業が行われてきました。第4期消費者基本計画の策定にあたっては、これまでの消費者基本計画が果たした成果と課題を明確にするとともに、施策の達成度合いが評価できるような記述を求めます。従ってどうにでも評価できるように「〇〇を推進する」や「〇〇を検討する」等の記述は止めてください。(神奈川県消費者団体連絡会)</p>
3	I	—	—	—	はじめに	<p>消費者基本計画の策定にあたり、各課題に向けた施策については、消費者庁が責任を持って推進をしていくことを明確にすべきです。全体を通じて、その視点が弱くあいまいな表現となっています。消費者庁がリーダーシップを持って消費者行政を推進するという視点での加筆をしてください。(日本生活協同組合連合会)</p>
4	II	—	—	—	消費者を取り巻く状況変化について	<p>大量生産・大量消費・大量廃棄のライフスタイルを問い直す必要性を提示すべき。(個人)</p>

「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会」中間取りまとめに関する意見一覧

平成30年10月3日

意見 No.	対象箇所				頂いた御意見
5	II	—	—	—	消費者を取り巻く状況変化について 消費者基本計画のあり方を考える上で押さえるべき状況変化として、高度情報通信社会の中でインターネットを通じた消費者被害や個人情報の取り扱いの過誤から生じるフィッシング詐欺や架空請求、グローバル化にともなう越境取引の増加に起因する消費者被害の増加等があります。消費者被害は依然として深刻で、特に高齢者が若年層などが関わるこれらの消費者被害は増加傾向にあることは周知のとおりです。新しい形の消費者被害や課題に対応するためにも現在課題となっている事項について現状認識をはっきりさせ、その上で、消費者基本計画の策定をおこなうべきです。 (日本生活協同組合連合会)
6	III	1	(1)	—	「持続可能な開発目標(SDGs)」への対応 経済大国である日本の消費者は、つかう責任が非常に重いという視点を入れるとよい。 (個人)
7	III	1	(1)	—	「持続可能な開発目標(SDGs)」への対応 SDGsの実施において全体的に消費者が「主体的に行動すること」が強調された記載となっています。しかしながら、SDGsの達成のためには、消費者、事業者を含めた様々なステークホルダーの行動が必要であり、それらの主体が行動していくために消費者庁が行うべき施策を明らかにすべきです。 (日本生活協同組合連合会)
8	III	1	(1)	—	「持続可能な開発目標(SDGs)」への対応 消費者のSDGsの認知度はまだまだ低く、消費者の主体的な行動を促すためには、まずは啓蒙活動が必要だと考えます。 (一般社団法人ヒーブ協議会)
9	III	1	(2)	—	国際化の進展への対応 経済のグローバル化による格差の増大も、消費大国として自覚する義務がある。 (個人)
10	III	2	—	—	消費者の権利の尊重 メディア環境激変の中、リテラシーが追い付かない状況にどう対応するか危機感を提示。 (個人)
11	III	2	(1)	—	高度情報通信社会の進展への対応 高度情報通信社会の進展やそれにとともなう新たな技術の利活用によって、消費生活の利便性が向上する一方で、新たな消費者問題の発生が予想されます。中間取りまとめに記載のあるスマートフォンの例のみならず、蓄積された個人データの適正な利活用等に関するルール策定などを迅速に進め、消費者保護が適切に行われるような施策の検討を行うべきです。 (日本生活協同組合連合会)

「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会」中間取りまとめに関する意見一覧

平成30年10月3日

意見 No.	対象箇所					頂いた御意見
12	Ⅲ	2	(1)	—	高度情報通信社会の進展への対応	自動運転やドローン等モビリティの進化に関する記載がありませんが、消費者庁としてどのように関わっていかれるのか、検討をお願いします。 (一般社団法人ヒーブ協議会)
13	Ⅲ	2	(1)	—	高度情報通信社会の進展への対応	今後進展していくキャッシュレス決済(QRコード決済等)への注意喚起について、先進している他国の例を参考に検討をお願いします。 (一般社団法人ヒーブ協議会)
14	Ⅲ	2	(1)	—	高度情報通信社会の進展への対応	高度情報通信社会において発生した新たな課題に対応した消費者保護だけでなく、(高度情報通信社会に参加せずに)現行の消費活動を続けていく人(多くは高齢者)に対する消費者保護についても検討をお願いします。 (一般社団法人ヒーブ協議会)
15	Ⅲ	2	(1)	—	高度情報通信社会の進展への対応	オンラインADRIについては、裁定者がオンライン上で簡易に実態を把握できる範囲のみで判断できる取扱いに限るべきだと考えます。また、その実効性(強制力)をどの程度もたせることができるのか、どの機関が管理するのか等の問題について、検討をお願いします。 (一般社団法人ヒーブ協議会)
16	Ⅲ	2	(2)	—	高度情報通信社会に対応した消費者保護	循環型社会を目指すうえで、CtoCビジネスは今後も発展していくと予想されます。いわゆるプラットフォームを利用しない形態を含めて、個人と個人の取引におけるルールづくり(標準約款や標準契約、重要事項説明のようなもの)や解決の仕組みを更に充実することを期待します。プラットフォーム事業者による規制やルールづくりとともに、売り手・買い手それぞれにも自覚を促すことも求めます。 (一般社団法人ヒーブ協議会)
17	Ⅲ	2	(2)	—	高度情報通信社会に対応した消費者保護	「現在は本人の同意により個人データの流通が行われている」とありますが、消費者に個人データの重要性、いかに転用されどのような危険性があるかをもっと周知させることが必要であると考えます。 (一般社団法人ヒーブ協議会)

「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会」中間取りまとめに関する意見一覧

平成30年10月3日

意見 No.	対象箇所					頂いた御意見
18	Ⅲ	2	(2)	—	高度情報通信社会に対応した消費者保護	ICTの発展により、消費者を取り巻く商品・サービスにおいても、IoT、ビッグデータ、AIを活用したものが現実化してきている。利便性だけでなく、様々な問題があることを具体的に消費者に理解を促す必要がある。AIによる社会的排除、ネット等の商品購入に向けた意思形成過程の問題なども起きている。インターネットの利用者が急増しているとはいえ、十分なりテラシーを持たずトラブルに繋がっている実情を踏まえ、安全確保のためのルール策定には、消費者の意見も十分反映させることを記載する必要がある。 (公益社団法人全国消費生活相談員協会)
19	Ⅲ	3	(1)	—	消費者の自立とは	消費者として自立するには、生産者への共感や生産現場への想像力を育む必要がある。 (個人)
20	Ⅲ	3	(1)	—	消費者の自立とは	消費者の消費に着目した意見が記載されていますが、「自立」という観点から、売買の主体としての「消費者」についても触れるべきだと考えます。 消費者による相手方へのモラハラ・セクハラ・パワハラ等各種ハラスメントも生じており、健全な取引遂行のためには、これらを是正する取組みが求められます。(消費者への教育とともにICT・カメラ等を活用により取引現場の可視化を促し、消費者被害をなくすとともに、従業員被害をなくすことが求められます。) (一般社団法人ヒーブ協議会)
21	Ⅲ	3	(1)	—	消費者の自立とは	「消費者の主体的な行動を促す視点が重要」とあり、持続可能な社会と消費者との関係では、消費者が主体的に行動することで、環境や社会に影響するという側面に焦点を当てられがちである。しかし消費者は情報格差により不十分な情報しか持っていない実態があることを踏まえるべきである。その上で、SDGsの趣旨を取り入れ、分かりやすい消費者政策の取り組みをはかり、消費者の自立支援につなげていくことを記載する必要がある。 (公益社団法人全国消費生活相談員協会)
22	Ⅲ	3	(2)	—	脆弱な消費者への対応	国内でも格差拡大で貧困層が増加し、弱者としての消費者保護の視点は重要性を増す。 (個人)

「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会」中間取りまとめに関する意見一覧

平成30年10月3日

意見 No.	対象箇所				頂いた御意見
23	Ⅲ	3	(2)	— 脆弱な消費者への対応	<p>「脆弱な消費者」という概念は、現状では社会的に認識が共有された概念とはいえず、これを「自立困難な消費者」とのみ捉えるのは狭い感があります。</p> <p>また、これに対する施策が「消費者トラブルに対する相談支援体制」というような記述になっていますが、このような受け身の視点だけでなく、脆弱な消費者にとって消費生活における様々な機会・選択肢が豊富に用意されるよう、産業界の積極的な取り組みを支援する施策も必要と考えます。</p> <p>製品・サービスとそれを活用する者によって脆弱性は大きく異なると考えられることから、製品・サービスごとに脆弱性を特定し、消費者庁と各省庁が連携しつつ分野別に必要な施策を講じる必要があります。</p> <p>(一般社団法人全国消費者団体連絡会)</p>
24	Ⅲ	3	(2)	— 脆弱な消費者への対応	<p>「脆弱な消費者」を「自立困難な消費者」とのみ理解することには無理があります。</p> <p>そもそも、どのような「脆弱」な消費者にとっても消費生活上の豊かな選択の機会があり、消費生活を楽しめる社会であるべきではないでしょうか。</p> <p>(神奈川県消費者団体連絡会)</p>
25	Ⅲ	3	(2)	— 脆弱な消費者への対応	<p>アウトリーチ型の支援体制の構築は喫緊の課題であり、消費者安全法に基づく消費者安全確保地域協議会(以下、協議会)の設置促進はそのひとつの手段です。現在、既存の見守りネットワークを活用した協議会の設置が認められていますが、その有効活用が進んでいない実態があります。他分野の既存の見守りネットワークの活用を含め協議会の設置が円滑に進められるよう国が地方公共団体を支援していくことを盛り込むべきです。</p> <p>(日本生活協同組合連合会)</p>
26	Ⅲ	3	(3)	— 消費者教育の充実(成年年齢引下げへの対応)	<p>消費者教育推進法に則り、成年年齢到達前の小学校、中学校、高等学校における消費者教育の内容及び体制の充実などの見直しを早急に行う必要がある。また、成年年齢到達後の高等学校、大学における消費者教育の体制など、制度整備、消費者被害対応の充実等に向けて取組み急ぐ必要がある。抜本的に見直しをして各省庁と連携を図る。</p> <p>幅広い消費者教育の中で、どの部分を重点的に教えるべきか、誰が講師となるか、講師を養成する機会など、実効性を確保するための人的パワーが不足している。早急に講師を養成すると共に、地域における消費者教育コーディネーターの育成、支援、地位の確保が必要である。消費者教育推進のための財政支援、人的支援が不可欠であることを記載する必要がある。</p> <p>また、若年者への消費者教育だけでなく、これまで消費者教育を受ける機会のなかった社会人への消費者教育の機会の確保も重要課題である。</p> <p>(公益社団法人全国消費生活相談員協会)</p>

「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会」中間取りまとめに関する意見一覧

平成30年10月3日

意見 No.	対象箇所					頂いた御意見
27	Ⅲ	3	(3)	—	消費者教育の充実(成年年齢引下げへの対応)	教育現場としては、高校1年の家庭科で消費者教育を実施するのが効果的である。 (個人)
28	Ⅲ	3	(3)	—	消費者教育の充実(成年年齢引下げへの対応)	「持続可能な開発のための教育(ESD)」の視点からも、教育現場の実施を推進すべき。 (個人)
29	Ⅲ	3	(3)	—	消費者教育の充実(成年年齢引下げへの対応)	国際化や高度情報通信社会の進展などによって、消費者を取り巻く環境は短期間で大きく変化しています。消費者が消費環境の変化に対応し新たな消費者被害を生み出さないためにも、今回の中間取りまとめにおいて新たに盛り込まれた各種のテーマについて、あらゆるライフステージに対応した教育・啓発体制の整備を進めるべきです。 (日本生活協同組合連合会)
30	Ⅲ	3	(3)	—	消費者教育の充実(成年年齢引下げへの対応)	民法改正にともなう成年年齢引き下げによって若年層の消費者被害の拡大が想定されます。若年者に対する消費者教育の強化を的確にかつ、迅速に行うことを課題とすべきです。 (日本生活協同組合連合会)
31	Ⅲ	4	—	—	消費者政策の推進のための体制等の在り方	消費者被害の増加と悪質化に対し、消費者センター等の活用法を教育現場で伝えたい。 (個人)
32	Ⅲ	4	(1)	—	消費者行政の推進力の向上	消費者問題について、「政府一体となって対処することにより、迅速な対応を行っていく」上では、消費者委員会の建議機能の発揮が重要であり、この点についても触れるべきです。 (一般社団法人全国消費者団体連絡会)

「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会」中間取りまとめに関する意見一覧

平成30年10月3日

意見 No.	対象箇所				頂いた御意見
33	Ⅲ	4	(1)	—	消費者問題について、「政府一体となって対処することにより、迅速な対応を行っていく」というならば、まず消費者庁が消費者行政について「司令塔」機能が果たしているのか自問すべきです。そして消費者委員会の建議機能の発揮が重要であることに触れるべきです。 (神奈川県消費者団体連絡会)
34	Ⅲ	4	(1)	①	消費者庁が総合的な消費者行政の強化に向け、強いリーダーシップをもって、各施策を進める必要があることを明記すべきです。また、消費者庁の他に、消費者行政において独立した第三者機関である消費者委員会の建議機能の重要性及び独立行政法人国民生活センターの機能についても明記し、国全体のあるべき消費者行政の全体像を示すことが必要と考えます。 (日本生活協同組合連合会)
35	Ⅲ	4	(1)	②	地方公共団体における対応力の強化 現在、自治体の消費者行政の自主財源確保にあたって、消費者庁と自治体の取組みに齟齬が生じている。すなわち、消費者庁は地方交付税において270億円の交付税措置を講じたので、自治体は自主財源の増加を図ることができるはずとしているが、自治体の予算措置を意図通り進んでいない。消費者行政の財源措置をどうするのかをめぐって、国・自治体間のベクトルを合わせる必要がある。そのために、その施策と進捗管理を併せ持つ基本計画が必要である。財源問題は行政推進の根幹に関わる問題なので、基本計画に据えて取り組む必要がある。 (個人)
36	Ⅲ	4	(1)	②	地方公共団体における対応力の強化 取りまとめには、「消費者被害の未然防止・救済において、重要な役割を果たす消費生活センター等の消費生活相談員の処遇改善を図る」としている。国は、地方公務員法・地方自治法の一部改正により、会計年度任用職員制度(2020年4月施行)が設けるとしているが、相談員の専門性にふさわしい適切な処遇が行われ、消費生活相談体制が維持される必要のために、その実施内容、進捗を基本計画で管理し続ける必要がある。 (個人)
37	Ⅲ	4	(1)	②	地方公共団体における対応力の強化 地方における消費者行政の体制確保が重要ですが、手立てとしては、地方消費者行政強化交付金や地方公共団体の一般財源の確保だけでなく、「国による恒久的な財政支援策の検討」も加筆すべきと考えます。 (一般社団法人全国消費者団体連絡会)

「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会」中間取りまとめに関する意見一覧

平成30年10月3日

意見 No.	対象箇所				頂いた御意見
38	Ⅲ	4	(1)	② 地方公共団体 における対応 力の強化	地方消費者行政の体制確保が重要ですが、そのためには、地方消費者行政強化交付金は引き続き必要であるとともに、「国による恒久的な財政支援策の検討」を明記すべきです。地方公共団体における消費者行政予算の一般財源からの確保の困難さについては、消費者庁は知悉している筈です。 (神奈川県消費者団体連絡会)
39	Ⅲ	4	(1)	② 地方公共団体 における対応 力の強化	地方消費者行政の強化をさらに進める必要があります。そのためには、地方行政において消費者行政の体制確保を行うことが重要です。地方消費者行政強化交付金や地方公共団体の一般財源の確保だけでなく、「国による恒久的な財政支援策の検討」についても位置づけるべきです。 (日本生活協同組合連合会)
40	Ⅲ	4	(1)	② 地方公共団体 における対応 力の強化	消費者関連法の改正とともに、衣・食(医薬品)・住(電気)等の商品の構造や商品の関連法並びに試験方法(民間の検査機関のものも含む)及び品質基準等も日々進歩し改正されている。 消費者と事業者との間の情報の質及び量の格差を少なくするために、また相談品に対する企業の品質データ改ざん予防や商品事故の未然防止及び再発防止のために、衣食住それぞれに商品専門知識のある商品テスト職員を都道府県の消費生活センターに配置し、商品の品質に関する相談については、商品テスト職員と消費生活相談員とが連携を図りながら、事業者との交渉(調査依頼、品質改善要望等)や消費者への情報提供を行うことが、地方公共団体における対応力の強化や行動する消費者を支援及び育成するためにも必要である。 そのために、「商品に関する専門性の向上を図るために、都道府県の消費生活センターの商品テスト職員の増員」の記述を追加していただきたい。 (個人)

「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会」中間取りまとめに関する意見一覧

平成30年10月3日

意見 No.	対象箇所				頂いた御意見
41	Ⅲ	4	(1)	②	<p>消費者行政の最前線は地域・現場であり、地方消費者行政の充実・強化が必要である。時限を設けた交付金ではなく、恒久的な財源措置の必要がある。</p> <p>消費生活相談の中でのPIO-NET情報の入力、国全体の消費者被害の未然防止・拡大防止のための基礎データ(情報源)であり、データの法執行への活用など、国・地方公共団体の消費者政策の企画・立案及び国民・住民への情報提供、自治体(消費生活センター)の消費生活相談業務に対する支援となっていることを踏まえると、地方公共団体が国の事務の一端を担っているのであり、その財政支援を行うべきである。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を全国的に整備することを目指しているが、道半ばである。</p> <p>自主財源確保には、地方公共団体の首長はじめ、職員の消費者行政への理解が不可欠であるが、これまでの状況から到底十分とは言えない。地方公共団体の首長、職員の理解を得るため、地方公共団体の対応力強化のために、消費者庁は強気に働きかけることを含め、実施すべき具体的な施策を記載する必要がある。</p> <p>(公益社団法人全国消費生活相談員協会)</p>
42	Ⅲ	4	(2)	-	<p>消費者団体の活性化に向けて、消費者団体と行政・事業者が連携し政策的に検討することとともに、消費者団体が担う公益的役割(消費者団体訴訟制度の行使等)に対して財政支援の検討を求めます。</p> <p>(一般社団法人全国消費者団体連絡会)</p>
43	Ⅲ	4	(2)	-	<p>この度の通常国会で改正された消費者契約法の附帯決議に明記された課題は、第4期消費者基本計画の対象期間に確実に実現されるべき施策であると考えます。</p> <p>(附帯決議に明記された課題)</p> <p>消費者契約法の次回改正、消費者団体訴訟制度の見直しと適格消費者団体への財政支援の充実、行政による財産保全制度等の検討、地方消費者行政の恒久的な財政支援策の検討、消費生活相談員の処遇改善等。</p> <p>(神奈川県消費者団体連絡会)</p>
44	Ⅲ	4	(2)	-	<p>適格消費者団体・特定適格消費者団体は、消費者を守る組織として、消費者トラブルの未然防止・拡大防止や被害回復を図る制度を支える基幹的な組織として、消費者行政を民間の立場から担う存在です。公共的な役割・機能である消費者保護を、民間の力と専門性を生かして有効に果たすためにこのような制度設計がなされたものであり、これらの団体の活動は公共的な立場から行われています。持続的に適正な業務遂行ができるよう、これらの団体に対する財政的支援を含めた支援の拡充についても追記してください。</p> <p>(日本生活協同組合連合会)</p>

「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会」中間取りまとめに関する意見一覧

平成30年10月3日

意見 No.	対象箇所				頂いた御意見
45	Ⅲ	4	(2)	—	<p>消費者団体の活性化</p> <p>今後の消費者団体のあり方を消費者団体、行政、事業者などあらゆる主体を交えて検討していくことは必要な視点ですが、それぞれの消費者団体の機能を維持・活性化させていくためには国や自治体による支援の充実が不可欠です。地域の消費者団体への支援について行うべき施策を明らかにしてください。 (日本生活協同組合連合会)</p>
46	Ⅲ	4	(2)	—	<p>消費者団体の活性化</p> <p>消費者が多様化しているだけでなく、消費者と事業者の境目がなくなりつつあり、「消費者」を定義することすら難しくなっています。伝統的な「消費者団体」だけでなく、消費者団体を広くとらえて意見を伺ってはいかがでしょうか。立体的な消費者の声を集約、具体的な意見をまとめるために、消費者団体と事業者団体のより一層の対話と連携が必要だと考えます。 (一般社団法人ヒーブ協議会)</p>
47	Ⅲ	4	(3)	—	<p>多様な情報の収集と活用</p> <p>「消費者の自主的かつ合理的な選択の機会を確保するには、商品及びサービスについて消費者への幅広い情報提供が必須であり」、「革新技術を消費者への情報提供において活用することも検討すべきであり、例えば、二次元コード(QRコード等)を利用した製品情報の提供等、新しい表示の仕組みを検討することが考えられる。」と述べています。 食品事業者は、消費者を重視した消費者志向経営を進めることにより、消費者と事業者による健全な市場の実現を目指しています。「消費者の利益の増進」と「企業の健全な発展」は車の両輪であり、消費者と事業者との建設的であり、かつ相互発展的関係を構築していくことが必要であると考えています。「消費者の高齢化」「商品の小型化の進展」等に直面している国内の食品製造事業者は、「消費者との良好な信頼関係の構築」「消費者の適正な商品選択」に資する等の観点から、容器包装上への食品表示はもとより、自主的であり主体的な取組として、大手企業を中心としてお客様相談窓口、ホームページ等を通じて、消費者への情報提供の強化に努めてきています。 一方で、国内食品製造業は、事業所数の99%が中小零細事業者によって担われており、ホームページを持たない事業者も多く存在します。また、大手・中小事業に関わらず、食品事業の業種によっては商品アイテム数が多く、また商品寿命が短いために、ホームページ上の維持管理が難しい実態があります。加えて、ホームページ掲載の維持管理コストが多大となり、このコスト増の影響は小売価格に反映され、ひいては消費者に悪影響を及ぼすこととなります。このことも十分に踏まえて検討対応していただくことが重要です。 革新技術(例えば、二次元コード(QRコード等)の消費者への情報提供の活用検討に当たっては、「消費者の高齢化」「商品の小型化の進展」「中小零細事業者への対応」「コストの増大」等の現実を踏まえ、食品表示の利活用の実態、食品の製造・流通の実態等を十分に調査・把握し、製品情報提供の実行可能性を前提として、消費者・事業者双方にとって有益となるバランスのとれた慎重な議論が必要であると考えます。 (一般財団法人食品産業センター)</p>

「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会」中間取りまとめに関する意見一覧

平成30年10月3日

意見 No.	対象箇所					頂いた御意見
48	Ⅲ	4	(3)	—	多様な情報の収集と活用	消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保には、商品及びサービスについて消費者への幅広い情報提供が必須であるが、事故や被害に遭った場合の対処等についての情報も必須である。どこに伝えてよいかわからなかったり、伝えた先で受け止められないなど、事故情報が埋もれてしまうこともあるため、受付窓口の周知をさらに行う必要がある。また、高齢者の場合、インターネットによる情報提供では届かない。テレビ、新聞などの協力、見守りネットワークによる活動など、正しい情報が届くような仕組みを一層強化すべきである。 (公益社団法人全国消費生活相談員協会)
49	Ⅳ	—	—	—	おわりに	行政、消費者、事業者等の関係者に加え教育現場で消費者教育を徹底する必要がある。 (個人)
50	—	—	—	—	全体	なお、今通常国会で改正された消費者契約法の附帯決議に明記された課題は、第4期消費者基本計画の対象期間に実現されるべき施策が多く(消費者契約法の次回改正、消費者団体訴訟制度の見直しと適格消費者団体への財政支援の充実、行政による財産保全制度等の検討、地方消費者行政の恒久的な財政支援策の検討、消費生活相談員の処遇改善等)、これらの事項については確実に第4期消費者基本計画に反映されるべきと考えます。 (一般社団法人全国消費者団体連絡会)