

3 消費者向け施策の現況

(把握した内容及び手法等)

消費者向け施策については、消費者安全法に基づく消費生活センター等での消費者からの相談への対応や、消費者教育推進法に基づく消費者に対する教育・啓発の推進、これらを含めた地方消費者行政の強化を目的とした地方消費者行政活性化交付金の交付等により、消費者と事業者との間の情報の質及び量、交渉力等の格差の是正を通じて消費者被害の未然防止及び拡大防止が図られ、消費者取引の適正化が期待されることから、地方消費者行政活性化交付金の効果に加え、消費生活相談や消費者に対する教育・啓発の実施状況等を次のとおり把握・分析した。

- ① 地方消費者行政活性化交付金等に関し、事業の実施主体である都道府県及び市区町村における費用等と政策効果との関係についての考え方を把握するとともに、効率性の観点から事業の実施状況を把握し、その効果を分析した。
- ② 消費者からの消費者被害についての相談への対応や、消費者に対する消費者被害の予防等に係る教育・啓発等の各種取組が、消費者被害の未然防止及び拡大防止に有効に機能しているかとの観点から、各府省、地方支部局及び都道府県等に対する実地調査並びに消費生活相談員に対する意識等調査により、これらの業務の実施状況を把握・分析した。

この際、消費者向け施策が有効に機能するためには、国及び都道府県等が行う消費生活相談に係る基本的な法律である消費者安全法を始めとした法令等により定められた制度が、当初意図されたとおりに適切に運用されていることが重要であるとの認識の下、関係する制度の運用状況を併せて把握している。

(1) 消費者からの相談への対応状況

ア 地方消費者行政活性化交付金に基づく事業の実施状況

(要旨)

地方消費者行政活性化交付金は、平成 20 年度補正予算で予算化され、以降 25 年度までに累計約 326 億円が都道府県に対し交付されている。本交付金により、都道府県では地方消費者行政活性化基金を造成し、都道府県及び市区町村が行う消費生活相談に係る事業に対して支出している。

消費者庁では、本交付金の効果を、消費生活センター数の増加、市区町村における相談窓口の増加、消費生活相談員の増加等の状況により説明しようとしている。また、消費者被害に遭った人のうち「どこに相談すればよいのか分からなかった」人等の割合を減少させることにより消費者が安心して消費できる環境整備と公正な市場形成により消費拡大が実現する等の効果を想定しているが、本効果は検証できていない。

本交付金による事業は、調査した 26 都道府県の全てで、また 63 市区のうち 62 市区で実施されており、これらの都道府県等では、事業の効果として、消費生活相談員等の増加や市区町村消費生活センターの設置による市区町村の相談受付割合の増加、相談窓口の周知の促進等を挙げているものの、相談の質の向上や消費者意識の向上等に関し、その効果を定量的に把握しているものはない。

また、調査した 26 都道府県及び 63 市区における実施された個々の事業の効果の把握状況等は次のとおりである。

① 最も交付額の多い消費者教育・啓発活性化事業は、都道府県の約 9 割、市区の 5 割以上でその効果を把握しているとしているものの、その多くは消費者教育の充実が図られた等の定性的な記述となっている。

一方、定量的な効果を把握しているものの内容をみると、i) 消費生活センターの周知・啓発のための資料の作成等を行っているものの、認知度は横ばいとなっている、ii) 本事業により実施したバス広告をきっかけとして消費生活センターに来所した者は僅かとなっているといった状況である。

② 消費生活センター機能強化事業又は消費生活相談スタートアップ事業で新たに消費生活センター等を設置した市区町村の各年度の平均相談件数の推移をみると、消費生活センターを設置した市区町村では、センター設置以前の消費生活相談窓口が開設されていたときよりも増加し、また、消費生活相談窓口を設置した市区町村でも設置年度と比較して翌年度以降に増加しているものの、この中には、相談件数及びあっせんにより解決した件数が極めて少ないところもみられる。

また、これら事業により消費生活センター等の機能強化を行った市区町村の各年度の平均相談件数はほぼ横ばいで、相談件数やあっせんにより解決した件数は消費生活センター等の設置に係る事業と同様に極めて少ないところもみられる。

(7) 制度の概要

a 地方消費者行政に係る予算措置の概要と予算額の推移

地方消費者行政に係る予算については、図表3-(1)-ア-①のとおり、平成20年度補正予算により「地方消費者行政活性化交付金」が予算化され、各都道府県に「地方消費者行政活性化基金」が造成された。同基金は当初、平成21年度から23年度までの「地方消費者行政の『集中育成・強化期間』」に取り崩すとされていたが、24年度及び25年度についても基金の上積み分が予算化され、累計約326億円が交付されている。

図表3-(1)-ア-① 地方消費者行政活性化交付金の予算額の推移

(単位：百万円)

| 年度 区分 | 平成 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 計 |
|----------|--------|-------|----|----|-------|-------|--------|
| 予算額計 | 15,000 | 8,000 | — | — | 6,884 | 2,729 | 32,613 |
| 一般会計 | 15,000 | 8,000 | — | — | 6,520 | 2,000 | 31,520 |
| 特別会計 | — | — | — | — | 364 | 729 | 1,093 |

(注) 1 消費者庁の資料に基づき、当省が作成した。

2 「特別会計」は、東日本大震災復興特別会計である。

また、上記交付金のほかに、平成22年度補正予算で「住民生活に光をそそぐ交付金」(1,000億円)が都道府県に対し交付されている。本交付金は、地方消費者行政のほか、自殺予防対策、DV対策、図書館の充実等住民生活にとって大事な分野について幅広く対象となるものであるが、このうち25億円が地方消費者行政に投入され、一部は地方消費者行政活性化基金への積み増しとして、一部は自主財源としてその目的に応じた活用が図られている。

加えて、地方交付税については、平成21年度に消費者行政に係る「基準財政需要額」が約90億円から約180億円に拡充され、この中で消費生活相談員の報酬については、約150万円から約300万円に引き上げられ、住民生活に光をそそぐ交付金に連動した事業に対応するため、23年度は約300億円(うち消費者行政には約45億円)が「基準財政需要額」として措置されている。

b 地方消費者行政活性化基金の積立て及び取り崩し状況

地方消費者行政活性化交付金及び住民生活に光を注ぐ交付金による地方消費者行政活性化基金への積立て及び取崩状況は、図表3-1-A-2のとおり、平成24年度に134億4,200万円が積み立てられ、62億8,900万円が取り崩されており、執行率は46.8%となっている。

図表3-1-A-2 地方消費者行政活性化基金の積立て及び取り崩し状況

(単位:百万円、%)

| 区分 年度 | 年度当初額 (a(前年度のc-d)) | 積立額 (b) | 積立額の内訳 | | 年度当初額 と積立額の 計 (c(a+b)) | 取崩額 (執行率) (d(d/c)) | 取崩額の内訳 | |
|----------|-----------------------|------------|---------------|---------------|---------------------------------|--------------------------|---------------|---------------|
| | | | 地方消費者行政活性化交付金 | 住民生活に光をそそぐ交付金 | | | 地方消費者行政活性化交付金 | 住民生活に光をそそぐ交付金 |
| 平成20 | 0 | 15,000 | 15,000 | 0 | 15,000 | 0(0.0) | 0 | 0 |
| 21 | 15,000 | 7,268 | 7,268 | 0 | 22,268 | 3,668(16.5) | 3,668 | 0 |
| 22 | 18,600 | 2,552 | 0 | 2,552 | 21,152 | 7,033(33.2) | 6,153 | 880 |
| 23 | 14,119 | 0 | 0 | 0 | 14,119 | 7,157(50.7) | 6,429 | 728 |
| 24 | 6,962 | 6,480 | 6,480 | 0 | 13,442 | 6,289(46.8) | 5,538 | 751 |

(注) 当省の調査結果による。

c 都道府県等における地方消費者行政に関する予算額の推移等

平成20年度まで減少していた地方消費者行政に係る予算は、地方消費者行政活性化交付金の交付等により、図表3-1-A-3のとおり、21年度には139億5,200万円と増加に転じ、23年度には181億2,100万円となったが、その後は再び減少傾向にある。

図表3-1-A-3 地方消費者行政に関する予算額(狭義)の推移

(単位:百万円)

| 年度 区分 | 平成15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |
|--------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 自主財源 | 13,101 | 13,034 | 12,212 | 11,034 | 11,197 | 10,081 | 9,853 | 10,278 | 11,567 | 10,789 | 10,224 |
| 地方消費者行政活性化基金 | - | - | - | - | - | - | 4,098 | 6,589 | 6,554 | 6,049 | 4,305 |
| 計 | 13,101 (100) | 13,034 (99.5) | 12,212 (93.2) | 11,034 (84.2) | 11,197 (85.5) | 10,081 (76.9) | 13,952 (106.5) | 16,868 (128.8) | 18,121 (138.3) | 16,839 (128.5) | 14,529 (110.9) |

(注) 1 消費者庁「地方消費者行政の現況」(平成22年度、24年度及び25年度消費者庁)による。

2 「狭義」とは、都道府県等の消費者行政本課及び消費者生活センターにおける予算を指す。

3 平成24年度までは最終予算額、25年度は当初予算額である。

4 ()内は、平成15年度を100とした場合の指数である。

また、上記地方消費者行政予算のうち、都道府県分について、予算の区分別にその推移をみると、図表3-1-A-4のとおり、平成20年度と24年度を比較して最も増加しているのは「消費者教育・啓

発」であり、6億9,443万円から24億4,240万円と17億4,797万円増加している。

図表3-(1)-ア-④ 地方消費者行政に関する分類別の予算額（都道府県分、狭義）の推移

(単位：千円、%)

| 区 分 | 年 度 | | | | | 20年度比 増減額 | 20年度 比割合 |
|-----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------------|-------------|
| | 平成 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | | |
| ①連絡調整 | 115,718 | 107,085 | 138,160 | 73,470 | 67,876 | -47,842 | 58.7 |
| ②消費生活相談 | 2,384,712 | 3,157,865 | 3,425,960 | 2,926,340 | 3,058,037 | 673,325 | 128.2 |
| ③消費者教育・啓発 | 694,427 | 1,268,319 | 1,936,753 | 3,467,797 | 2,442,401 | 1,747,974 | 351.7 |
| ④商品テスト | 175,734 | 370,450 | 319,816 | 214,330 | 218,337 | 42,603 | 124.2 |
| ⑤地方苦情処理委員会等 | 47,912 | 37,323 | 32,784 | 28,982 | 45,813 | -2,099 | 95.6 |
| ⑥事業者指導・法執行 | 369,758 | 247,340 | 253,785 | 311,646 | 399,007 | 29,249 | 107.9 |
| ⑦消費者団体支援 | 354,131 | 251,356 | 249,842 | 249,978 | 268,241 | -85,890 | 75.7 |
| ⑧消費者行政推進基本政策 | 18,941 | 86,502 | 143,481 | 170,270 | 167,778 | 148,837 | 885.8 |
| ⑨情報収集・調査 | 51,891 | 52,507 | 48,782 | 70,324 | 50,699 | -1,192 | 97.7 |
| ⑩個人情報保護 | 6,072 | 14,767 | 3,270 | 3,799 | 3,225 | -2,847 | 53.1 |
| ⑪公益通報者保護 | 0 | 0 | 400 | 20 | 0 | 0 | 0 |
| ⑫物価政策 | 6,207 | 8,216 | 7,448 | 7,136 | 16,670 | 10,463 | 268.6 |
| 計 | 4,225,503 | 5,601,730 | 6,560,481 | 7,524,092 | 6,738,084 | 2,512,581 | 159.5 |
| (再掲)消費生活センター設置・運営関係経費 | 2,763,671 | 3,213,367 | 3,530,533 | 3,369,580 | 3,264,463 | 500,792 | 118.1 |
| (再掲)消費生活相談員の人件費 | 1,400,402 | 1,405,525 | 1,510,968 | 1,575,251 | 1,564,133 | 163,731 | 111.7 |

(注) 1 消費者庁の資料に基づき、当省が作成した。

2 「狭義」とは、都道府県の消費者行政本課及び消費生活センターにおける予算を指す。

さらに、平成21年度から24年度における地方消費者行政活性化交付金のメニュー別の利用状況をみると、図表3-(1)-ア-⑤のとおり、消費者教育・啓発活性化事業が累計82億2,376万円と全体の37.3%で最も多く、次いで一元的相談窓口緊急整備事業が37億9,455万円と17.2%、消費生活センター機能強化事業が37億5,189万円と17.0%となっている。

また、各年度の総額に占める割合は、消費生活センター機能強化事業や消費生活相談スタートアップ事業が減少傾向であるのに対し、消費者教育・啓発活性化事業は平成22年度以降増加傾向となっている。

図表 3 - (1) - ア - ⑤ 地方消費者行政活性化交付金の利用状況

(単位:千円、%)

| 区分 年度 | 消費生活センター機能強化事業 | 消費生活相談スタートアップ事業 | 消費生活相談員養成事業 | 消費生活相談員等レベルアップ事業 | 消費生活相談窓口高度化事業 | 広域的消費生活相談機能強化事業 | 食品表示・安全機能強化事業 | 消費者教育・啓発活性化事業 | 商品テスト強化事業 | 地方苦情処理委員会活性化事業 | 一元的相談窓口緊急整備事業 | 消費者行政活性化オリジナル事業 | 計 |
|----------|---------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|---------------------|------------------|----------------|---------------------|--------------------|---------------------|
| 21 | 910,604 (25.0) | 241,279 (6.6) | 238,049 (6.5) | 177,835 (4.9) | 67,097 (1.8) | 3,701 (0.1) | 82,158 (2.3) | 1,336,138 (36.6) | 245,593 (6.7) | 473 (0.0) | 174,736 (4.8) | 170,926 (4.7) | 3,648,589 (100) |
| 22 | 1,271,793 (20.8) | 179,155 (2.9) | 341,341 (5.6) | 259,392 (4.3) | 106,489 (1.7) | 6,070 (0.1) | 138,893 (2.3) | 2,133,031 (35.0) | 247,230 (4.1) | 661 (0.0) | 969,659 (15.9) | 448,489 (7.3) | 6,102,203 (100) |
| 23 | 1,023,261 (15.9) | 118,756 (1.8) | 209,422 (3.3) | 287,038 (4.5) | 110,275 (1.7) | 13,101 (0.2) | 132,426 (2.1) | 2,430,794 (37.8) | 146,383 (2.3) | 242 (0.0) | 1,363,682 (21.2) | 593,934 (9.2) | 6,429,314 (100) |
| 24 | 546,226 (9.3) | 79,873 (1.4) | 36,949 (0.6) | 267,087 (4.5) | 93,413 (1.6) | 74,189 (1.3) | 207,542 (3.5) | 2,323,796 (39.5) | 201,002 (3.4) | 289 (0.0) | 1,286,472 (21.9) | 762,470 (13.0) | 5,879,308 (100) |
| 計 | 3,751,884 (17.0) | 619,063 (2.8) | 825,761 (3.7) | 991,352 (4.5) | 377,274 (1.7) | 97,061 (0.4) | 561,019 (2.5) | 8,223,759 (37.3) | 840,208 (3.8) | 1,665 (0.0) | 3,794,549 (17.2) | 1,975,819 (9.0) | 22,059,414 (100) |

(注) 1 消費者庁の資料に基づき、当省が作成した。

2 () 内は、各年度の計に対する割合であるが、小数第2位を四捨五入しているため、合計が100にならない場合がある。

なお、消費者庁は、平成 25 年 2 月に、地方消費者行政活性化基金等により整備された消費者行政体制の自主財源による安定的な維持・充実を図るため、地方消費者行政活性化交付金の個別事業ごとに基金等の活用期間に関する一般準則（「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について」（平成 25 年 2 月 27 日付け消地協第 25 号各都道府県知事宛て消費者庁長官通知））を定め、各都道府県等における長期的な視点に立った消費者行政の体制整備を促している。

d 「地方消費者行政の充実・強化プラン」の策定等

地方消費者行政活性化交付金が予算化された翌年の平成 22 年 2 月に、消費者庁は「地方消費者行政の充実・強化のためのプラン」を策定し、23 年度までの「集中・育成強化期間」における消費者庁、都道府県等における地方消費者行政の充実・強化のための課題やその解決の在り方を整理した上で、消費者庁としての取組として、i) 消費生活相談体制の充実、ii) 法執行の強化、iii) 相談員の処遇の改善等を挙げている。

また、平成 24 年 7 月には、「地方消費者行政の充実・強化のための指針」を策定し、中長期的な展望に立った地方消費者行政の目指す姿として、i) 消費生活相談窓口の整備等による消費生活相談を受けられる体制づくり、ii) 都道府県の執行担当職員に対する研修や情報のネットワーク化による法の厳正な執行と連携強化、iii) 消費者教育の

推進等による地域社会の消費者問題解決力の向上の3つを示している。

(イ) 把握結果

a 地方消費者行政活性化交付金の効果の把握状況

「地方消費者行政の充実・強化のためのプラン」では、市区町村の消費生活センター・相談窓口の充実を目指し、相談窓口を設置していない市区町村において、相談窓口の設置・常設化や、相談員の増員等を求めている。

このうち、相談窓口の設置について、消費生活センターの数の推移をみると、図表3-(1)-ア-⑥のとおり、市区町村設置のものが平成21年度の351か所から25年度には603か所に増加しており、消費生活センター等を設置する市区町村（政令指定都市を除く。）の数は、図表3-(1)-ア-⑦のとおり、21年度の1,358市区町村から25年度には1,627市区町村と約1.2倍に増加している。

図表3-(1)-ア-⑥ 消費生活センター数の推移

(単位：か所)

| 区分 \ 年度 | 平成 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |
|---------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 消費生活センター総数 | 501 (100) | 611 (122.0) | 684 (136.5) | 724 (144.5) | 745 (148.7) |
| 都道府県設置 | 123 | 116 | 113 | 110 | 106 |
| 政令指定都市設置 | 26 | 30 | 30 | 31 | 31 |
| 市区町村設置 | 351 | 462 | 538 | 579 | 603 |
| 広域連合・一部事務組合設置 | 1 | 3 | 3 | 4 | 5 |

- (注) 1 「地方消費者行政の現況」（平成22年度、24年度及び25年度 消費者庁）に基づき当省が作成した。
 2 各年度とも4月1日現在の数値である。
 3 () 内は、平成21年度を100とした場合の指数である。

図表3-(1)-ア-⑦ 消費生活センター等を設置する市区町村数（政令指定都市を除く。）の推移等

(単位：市区町村)

| 区分 \ 年度 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |
|--------------------|----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 消費生活センター等設置の市区町村数 | 1,358 (100) | 1,490 (109.7) | 1,580 (116.3) | 1,603 (118.0) | 1,627 (119.8) |
| 設置率 | 76.7 | 86.1 | 91.4 | 93.1 | 94.5 |
| 消費生活センター等未設置の市区町村数 | 413 | 241 | 148 | 119 | 95 |
| (参考) 市区町村数 | 1,771 | 1,731 | 1,728 | 1,722 | 1,722 |

- (注) 1 「地方消費者行政の現況」（平成22年度、24年度及び25年度 消費者庁）に基づき当省が作成した。
 2 () 内は、平成21年度を100とした場合の指数である。

また、消費生活相談員数については、図表3-(1)-ア-⑧のとおり、平成21年度の2,800人から25年度には3,371人と約1.2倍に増加しており、消費者行政担当事務職員は横ばいになっている。

図表3-(1)-ア-⑧ 消費者行政担当事務職員数及び消費生活相談員数の推移

(単位：人)

| 区分 | 年度 | 平成 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |
|-------------|--------|----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 消費者行政担当事務職員 | | 5,190 (100) | 5,226 (100.7) | 5,180 (99.8) | 5,182 (99.8) | 5,158 (99.4) |
| | 都道府県 | 1,062 | 1,087 | 1,093 | 1,070 | 1,053 |
| | 政令指定都市 | 237 | 271 | 244 | 254 | 261 |
| | 市区町村等 | 3,891 | 3,868 | 3,843 | 3,858 | 3,844 |
| 消費生活相談員 | | 2,800 (100) | 3,146 (112.4) | 3,321 (118.6) | 3,391 (121.1) | 3,371 (120.4) |
| | 都道府県 | 714 | 736 | 715 | 710 | 687 |
| | 政令指定都市 | 247 | 262 | 260 | 268 | 262 |
| | 市区町村等 | 1,839 | 2,148 | 2,346 | 2,413 | 2,422 |

- (注) 1 「地方消費者行政の現況」(平成22年度、24年度及び25年度 消費者庁)に基づき、当省が作成した。
 2 各年度とも4月1日現在の数値である。
 3 消費者行政担当職員事務職員数は、「消費者行政本課」及び「消費生活センター」に配属されている職員数(消費者行政部局以外との兼務職員を含む。)である。
 4 ()内は、平成21年度を100とした場合の指数である。

さらに、消費者庁では、地方消費者行政活性化交付金の効果として、消費者被害に遭った人のうち「どこに相談すればよいのか分からなかった」又は「相談する適切な相手がいなかった」人の割合(平成23年度の消費者庁の調査(消費生活に関する意識調査)では、18.8%)を減少させることにより消費者が安心して消費できる環境整備と公正な市場形成により消費拡大が実現する等の効果を説明しようとしている。このうち、消費者被害に遭った人のうち「どこに相談すればよいのか分からなかった」又は「相談する適切な相手がいなかった」人の割合については、平成24年度の消費者庁の調査(消費者意識基本調査)では25.8%とその割合が増加している状況となっているが、両調査は調査手法等が異なり(注1)、消費者庁では単純な比較はできないとしてその効果は検証できていない。

なお、類似の事項を把握している国民生活センターが実施している「国民生活動向調査」によれば、この1年間に商品やサービスに不満を持ったり、経済的被害又は健康被害を受けたことがある人のうち「どこにも相談したり、伝えたりしなかった」人がその理由として、「どこに相談して(申し出て)よいかわからない」を選択した割合が、平成19

年調査は 20.1%であったのに対し、24年調査では 17.3%となっている。両調査は対象者等が異なる（注2）ことから、24年調査から 19年調査と同様の対象者を抽出して比較するとその割合は 14.8%（注3）となり、19年より減少している。

- （注）1 消費者庁が行った調査は、平成23年度の調査が18歳以上の2,000人を対象としてインターネットにより調査したものであるのに対し、24年度の調査は15歳以上の1万人を対象として調査員が調査表を配布、回収する方法で調査したものである。
- 2 国民生活動向調査は、平成19年調査が「政令指定都市及び東京23区に居住する世帯人員2人以上世帯の20歳以上69歳以下の既婚女性3,000人」を対象としたものであるのに対し、24年調査は「政令指定都市及び東京23区に居住する20歳以上69歳以下の男女6,000人」を対象としたものである。
- 3 平成24年調査における「20歳以上69歳以下の世帯人員2人以上世帯の女性」による回答の割合である。

b 都道府県における地方消費者行政活性化交付金の効果の把握状況

地方消費者行政活性化交付金を利用した事業は、調査した 26 都道府県の全てで、また 63 市区のうち 62 市区で実施されており、これらの都道府県等では、交付金の効果として、消費生活相談員等の増員や市区町村消費生活センターの設置による市区町村の相談受付割合の増加、相談窓口の周知の促進等を挙げている。

しかし、交付金の効果として相談の質の向上や消費者意識の向上等に関し、その効果を定量的に把握しているものはなく、効果を把握していないとするところも 16 市区みられる。

c 地方消費者行政活性化交付金による各事業の実施状況

地方消費者行政活性化交付金により実施された各事業のうち、全体の執行額の大きい消費者教育・啓発活性化に関する事業、消費生活センター等の設置に関する事業及び消費生活センター等の機能強化等に関する事業の実施状況をみると、次のとおりとなっている。

(a) 消費者教育・啓発活性化に関する事業の実施状況

地方消費者行政活性化交付金の使途として執行額の最も多い消費者教育・活性化事業においては、自立した消費者の育成及び消費者被害の未然防止のための消費者教育の専門家の育成、出前講座・展示会・講演会等の実施、教材の作成・購入、広報資料等の作成・充実に関しての支出が可能となっている。

平成 21 年度から 23 年度までのいずれかの年度で消費者教育・啓発活性化事業を実施した市区町村は、調査した 26 都道府県内の 1,045 市区町村（21 年度から 24 年度までの間に合併した市区町村を除く。

以下同じ。)のうち903市区町村で86.4%となっている。

また、地方消費者行政活性化交付金を利用した消費者教育・啓発活性化事業の実施状況をみると、調査した26都道府県の全てで、また63市区のうち62市区で本事業が実施されている。これらの都道府県等が平成21年度から23年度までに実施した本事業の内容をみると、図表3-(1)-ア-⑨のとおり、学生や一般消費者を対象とした教材の作成・購入が25都道府県(96.2%)、58市区(93.5%)と都道府県、市区のいずれでも最も多く、次いで学校や公民館等で実施する出前講座や消費者教育推進のための展示会、講演会等の実施が24都道府県(92.3%)、32市区(51.6%)となっている。このほか、都道府県等の中には、消費者教育を推進するための担い手やサポーター等の消費者教育の専門家を育成するための事業を実施しているところがみられ、このような専門家の育成は10都道府県(38.5%)、5市区(8.1%)で行われている。

図表3-(1)-ア-⑨ 消費者教育・啓発活性化事業の実施内容

(単位：機関、%)

| 区分 | 都道府県数 | 市区数 |
|------------------|----------|----------|
| 教材の作成・購入 | 25(96.2) | 58(93.5) |
| 出前講座・展示会・講演会等の実施 | 24(92.3) | 32(51.6) |
| 広報資料等の作成・充実 | 17(65.4) | 26(41.9) |
| 消費者教育専門家の育成 | 10(38.5) | 5(8.1) |
| 調査実施都道府県・市区数 | 26 | 62 |

(注) 1 当省の調査結果による。

2 複数の区分で事業を実施している都道府県及び市区についてはそれぞれに計上しているため、調査実施都道府県・市区数とは一致しない。

3 ()内は、調査実施都道府県・市区数に対する割合である。

さらに、本事業の効果の把握状況をみると、平成23年度に本事業を実施した23都道府県及び53市区のうち、効果を把握しているとした都道府県等は、図表3-(1)-ア-⑩のとおり、16都道府県及び35市区となっている。

図表 3 - (1) - ア - ⑩ 消費者教育・啓発活性化事業の効果の把握状況

(単位：機関、%)

| 区分 | | 事業実施年度 | | |
|-------|-------|-----------|-----------|-----------|
| | | 平成 21 | 22 | 23 |
| 都道府県数 | 効果を把握 | 18(69.2) | 17(70.8) | 16(69.6) |
| | 効果未把握 | 8(30.8) | 7(29.2) | 7(30.4) |
| | 計 | 26(100) | 24(100) | 23(100) |
| 市区数 | 効果を把握 | 30(65.2) | 36(69.2) | 35(66.0) |
| | 効果未把握 | 16(34.8) | 16(30.8) | 18(34.0) |
| | 計 | 46(100) | 52(100) | 53(100) |

(注) 1 当省の調査結果による。

2 調査した 26 都道府県及び 63 市区のうち、各年度に消費者教育・啓発活性化事業を実施している都道府県及び市区の状況である。

3 () 内は、計に対する割合である。

一方、効果を把握していると説明している都道府県及び市区における把握内容をみると、その多くは消費者教育の充実が図られた等の定性的な記述となっており、定量的に効果を説明しているものは少ない。

また、定量的な効果として、消費者向け講座における参加者へのアンケート調査等によりその効果を把握しているものがみられるが、図表 3 - (1) - ア - ⑩のとおり、i) 消費生活センターの周知・啓発のための資料の作成等を行っているものの認知度が横ばいとなっているものや、ii) 本事業により実施した当該バス広告をきっかけとして消費生活センターに来所した者の割合は 5%程度となっているものがみられた。

図表 3 - (1) - ア - ⑪ 事業の効果が十分に発揮されていないと考えられる例

| 事例番号 | 事例 |
|------|--|
| 1 | <p>【消費生活センターの認知度が横ばいとなっている例】</p> <p>当該都道府県では、平成 22 年度及び 23 年度に啓発カレンダーや DVD の作成、バス広告の掲載、見守り情報の提供等を実施（2 年間の累計約 580 万円）している。これに関し、毎年度、アンケートにおいて消費生活センターの認知度を把握しており、平成 22 年度は 78.6%、23 年度は 74.5%、24 年度は 76.6%と横ばいになっている。また、当該都道府県等が作成する広報資料等の認知度について、「知っているものはない」と答えた者が平成 22 年度で 51.1%、23 年度で 55.8%、24 年度で 57.7%となっている。</p> |
| 2 | <p>【啓発が相談の掘り起こしに寄与したか疑わしい例】</p> <p>平成 21 年度から 23 年度までの間にバス車両のラッピング広告やラジオ CM、雑誌広告等に関する事業を実施（3 年間の累計約 2,200 万円）している。これに関し、平成 24 年度 10 月から 3 月に消費生活センターに相談に来た者 1,875 人を対象に、「消費生活センターを知ったきっかけ」を把握したところ、バス広告、ラジオ、新聞・雑誌で消費生活センターを知ったとした者は 4.8%（90 人）となっている。</p> |

(注) 当省の調査結果による。

(b) 消費生活センター等の設置及び機能強化に関する事業

消費生活センター機能強化事業及び消費生活相談スタートアップ事業（以下、本細目において「機能強化事業等」という。）は、消費生活相談センター又は消費生活相談窓口を新たに設置しようとする市区町村や消費生活センター等の機能強化を図ろうとする都道府県又は市区町村による事務所の設置、改修や消費生活センター等に関する住民への周知の実施が可能なものであり、地方消費者行政活性化交付金で消費者教育・活性化事業に次いで多く利用されている。

① 消費生活センター等の設置に関する事業の実施状況

平成 21 年度から 23 年度までの間に地方消費者行政活性化交付金により新たに消費生活センター等を設置しているものは、調査した 26 都道府県内の 1,045 市区町村のうち 217 市区町村ある。

このうち、平成 21 年度及び 22 年度に消費生活センター等を設置した 186 市区町村（注）について、消費生活センター設置と消費生活相談窓口設置の別に各年度の平均相談件数の推移をみると、図表 3-（1）-ア-⑫のとおり、平成 21 年度及び 22 年度のいずれかに新たに消費生活センターを設置した市区町村における平均相談件数は、消費生活センター設置以前の消費生活相談窓口が開設されていたときよりも増加し、また、消費生活相談窓口を新たに設置した市区町村における平均相談件数も設置年度と比較して翌年度以降に増加している。しかし、消費生活センター設置の市区町村における平均相談件数は 200 件程度、また、消費生活相談窓口設置の市区町村における平均相談件数は 20 件程度となっている。

（注） 消費生活センター等を設置した市区町村の数は、平成 21 年度又は 22 年度に消費生活センターを開設した 88 市区町村、消費生活相談窓口を開設した 100 市区町村のうち、平成 21 年度に消費生活窓口を開設し、22 年度に消費生活センターを開設した 2 市区町村の重複分を除いた数である。

図表 3 - (1) - ア - ⑫ 消費生活センター等を新設した市区町村の
各年度の平均相談件数の推移

(単位：市区町村、件)

| 区 分 | | 市区町 村数 | 平 均 相 談 件 数 | | | |
|--------------|------------|-----------|-------------|-------|-------|-------|
| | | | 平成 20 年度 | 21 | 22 | 23 |
| 消費生活 センター | 平成 21 年度設置 | 42 | 115.3 | 160.9 | 227.7 | 221.8 |
| | 22 年度設置 | 46 | 161.2 | 157.7 | 172.7 | 191.9 |
| 消費生活 相談窓口 | 21 年度設置 | 67 | — | 20.6 | 26.5 | 29.5 |
| | 22 年度設置 | 31 | — | — | 17.0 | 23.3 |

- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 平成 21 年度に消費生活相談窓口を開設し、22 年度に消費生活センターを開設した 2 市区町村の平均相談件数は、22 年度の消費生活センター設置に計上した。
 3 平均相談件数のうち、消費生活センター設置以前の件数は、消費生活相談窓口として受け付けているものを計上している。

また、平成 21 年度及び 22 年度に消費生活センターを設置した 88 市区町村の 23 年度における市区町村ごとの相談件数及びあっせんにより解決した件数をみると、図表 3 - (1) - ア - ⑬のとおり、相談件数が 50 件以下のところが 10 市区町村 (11.4%) あり、あっせんにより解決した件数が 0 件のところが 5 市区町村 (5.7%) みられる。

図表 3 - (1) - ア - ⑬ 消費生活センターを新設した市区町村にお
ける相談受付状況等 (平成 23 年度)

(単位：市区町村、%)

| 区 分 設置年度 | 市区 町村 数 | 相談件数 50 件以下 | | あっせんにより解決し た件数 0 件 | |
|-------------|---------------|-------------|------|-----------------------|-----|
| | | 市区町村数 | 割合 | 市区町村数 | 割合 |
| 平成 21 | 42 | 7 | 16.7 | 3 | 7.1 |
| 22 | 46 | 3 | 6.5 | 2 | 4.3 |
| 計 | 88 | 10 | 11.4 | 5 | 5.7 |

(注) 当省の調査結果による。

同様に、平成 21 年度及び 22 年度に消費生活相談窓口を設置した 100 市区町村の消費生活相談窓口の 23 年度における消費生活相談窓口ごとの相談件数及びあっせんにより解決した件数をみると、図表 3 - (1) - ア - ⑭のとおり、相談件数 10 件以下のところが 48 市区町村 (49.0%) あり、あっせんにより解決した件数が 0 件のところが 73 市区町村 (74.5%) みられる。

図表 3 - (1) - ア - ⑭ 消費生活相談窓口を新設した市区町村における相談受付状況等（平成 23 年度）

（単位：市区町村、％）

| 区分 設置年度 | 市区 町村 数 | 相談件数 10 件以下 | | 相談件数 0 件 | | あっせんにより解 決した件数 0 件 | |
|------------|---------------|-------------|------|----------|------|-----------------------|------|
| | | 窓口数 | 割合 | 窓口数 | 割合 | 窓口数 | 割合 |
| 平成 21 | 67 | 29 | 43.3 | 8 | 11.9 | 51 | 76.1 |
| 22 | 31 | 19 | 61.3 | 10 | 32.3 | 22 | 71.0 |
| 計 | 98 | 48 | 49.0 | 18 | 18.4 | 73 | 74.5 |

（注） 当省の調査結果による。

② 消費生活センター等の機能強化に関する事業の実施状況

平成 21 年度から 23 年度までの間に地方消費者行政活性化交付金により機能強化事業等を実施しているのは、調査した 26 都道府県及び同都道府県内の 1,045 市区町村のうち、全ての都道府県及び 627 市区町村である。

このうち、平成 21 年度又は 22 年度から本事業を開始した 26 都道府県及び 531 市区町村（注）について、各年度の平均相談件数をみると、図表 3 - (1) - ア - ⑮のとおり、いずれもほぼ横ばいであり、全国の消費生活相談件数の推移の傾向と大きな違いはない。

（注） 平成 21 年度又は 22 年度に消費生活センター等の設置事業を行い、22 年度又は 23 年度以降に機能強化事業等を実施した市区町村を含む。

図表 3 - (1) - ア - ⑮ 機能強化事業等を実施した都道府県等の各年度の平均相談件数の推移

（単位：機関、件）

| 区 分 | | 都道府 県等数 | 平 均 相 談 件 数 | | | |
|----------------------------|--------------------|------------|-------------|----------|---------|---------|
| | | | 平成 20 年度 | 21 | 22 | 23 |
| 都道府県 （消費生 活センタ ー） | 平成 21 年度か ら事業開始 | 25 | 10,465.3 | 10,057.3 | 9,076.6 | 8,397.5 |
| | 22 年度～ | 1 | 6,117.0 | 5,904.0 | 5,726.0 | 5,455.0 |
| 市区町村 （消費生 活センタ ー） | 21 年度～ | 124 | 2,062.7 | 1,948.9 | 1,918.9 | 1,907.1 |
| | 22 年度～ | 38 | 962.3 | 1,004.5 | 1,053.6 | 993.5 |
| 市区町村 （消費生 活相談窓 口） | 21 年度～ | 266 | 61.6 | 59.8 | 63.7 | 67.4 |
| | 22 年度～ | 103 | 34.8 | 37.4 | 42.4 | 45.9 |
| （参考）全国の消費生活相談件数の 推移 | | | 902,210 | 896,886 | 883,721 | 859,279 |

（注） 1 当省の調査結果による。

2 全国の消費生活相談件数は、P I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報（平成 25 年 9 月 30 日までの登録分）によるものである。

また、平成 21 年度又は 22 年度に地方消費者行政活性化交付金を利用して機能強化事業等を開始した 162 市区町村の 23 年度における市区町村ごとの相談件数及びあっせんにより解決した件数をみると、図表 3 - (1) - ア - ⑯のとおり、相談件数 50 件以下のところが 5 市区町村 (3.1%)、あっせんにより解決した件数 0 件のところが 1 市区町村 (0.6%) みられる。

図表 3 - (1) - ア - ⑯ 消費生活センターの機能強化事業等を行った市区町村における相談受付状況等 (平成 23 年度)

(単位：センター、%)

| 区分 設置年度 | 市区町村数 | 相談件数 50 件以下 | | あっせんにより解決した件数 0 件 | |
|------------|-------|-------------|-----|-------------------|-----|
| | | 市区町村数 | 割合 | 市区町村数 | 割合 |
| 平成 21 | 124 | 4 | 3.2 | 1 | 0.8 |
| 22 | 38 | 1 | 2.6 | 0 | 0.0 |
| 計 | 162 | 5 | 3.1 | 1 | 0.6 |

(注) 当省の調査結果による。

同様に、平成 21 年度又は 22 年度に消費生活相談窓口の機能強化事業等を開始した 369 市区町村の 23 年度における市区町村ごとの相談件数及びあっせんにより解決した件数をみると、図表 3 - (1) - ア - ⑰のとおり、相談件数 10 件以下のところが 140 市区町村 (37.9%) あり、あっせんにより解決した件数が 0 件のところが 185 市区町村 (50.1%) みられる。

図表 3 - (1) - ア - ⑰ 消費生活相談窓口の機能強化を行った市区町村における相談受付状況等 (平成 23 年度)

(単位：市区町村、件)

| 区分 設置年度 | 市区町村数 | 相談件数 10 件以下 | | あっせんにより解決した件数 0 件 | |
|------------|-------|-------------|------|-------------------|------|
| | | 窓口数 | 割合 | 窓口数 | 割合 |
| 平成 21 | 266 | 108 | 40.6 | 120 | 45.1 |
| 22 | 103 | 32 | 31.1 | 65 | 63.1 |
| 計 | 369 | 140 | 37.9 | 185 | 50.1 |

(注) 当省の調査結果による。

このように、地方消費者行政活性化交付金が交付され、窓口設置や機能強化に関する事業が実施されているにもかかわらず、実績が低調となっている消費生活センター等がある理由として、調査した都道府県では、i) 山間部の町村などそもそも相談事案の発生自体

が少ないこと、ii) 顔見知りの多い役場には相談しにくいとして居住地の相談窓口で相談を持ちかけるケースが少ないこと、iii) 消費生活相談窓口の開設日が月1回など少ないこと、iv) あっせん等を行うスキルを持った相談員が配置されていないため、クーリング・オフが可能な日数を教えて欲しいなどの簡単な問合せを除いて全て最寄りの県消費生活センターを紹介しており相談件数にカウントしていないこと等を挙げている。

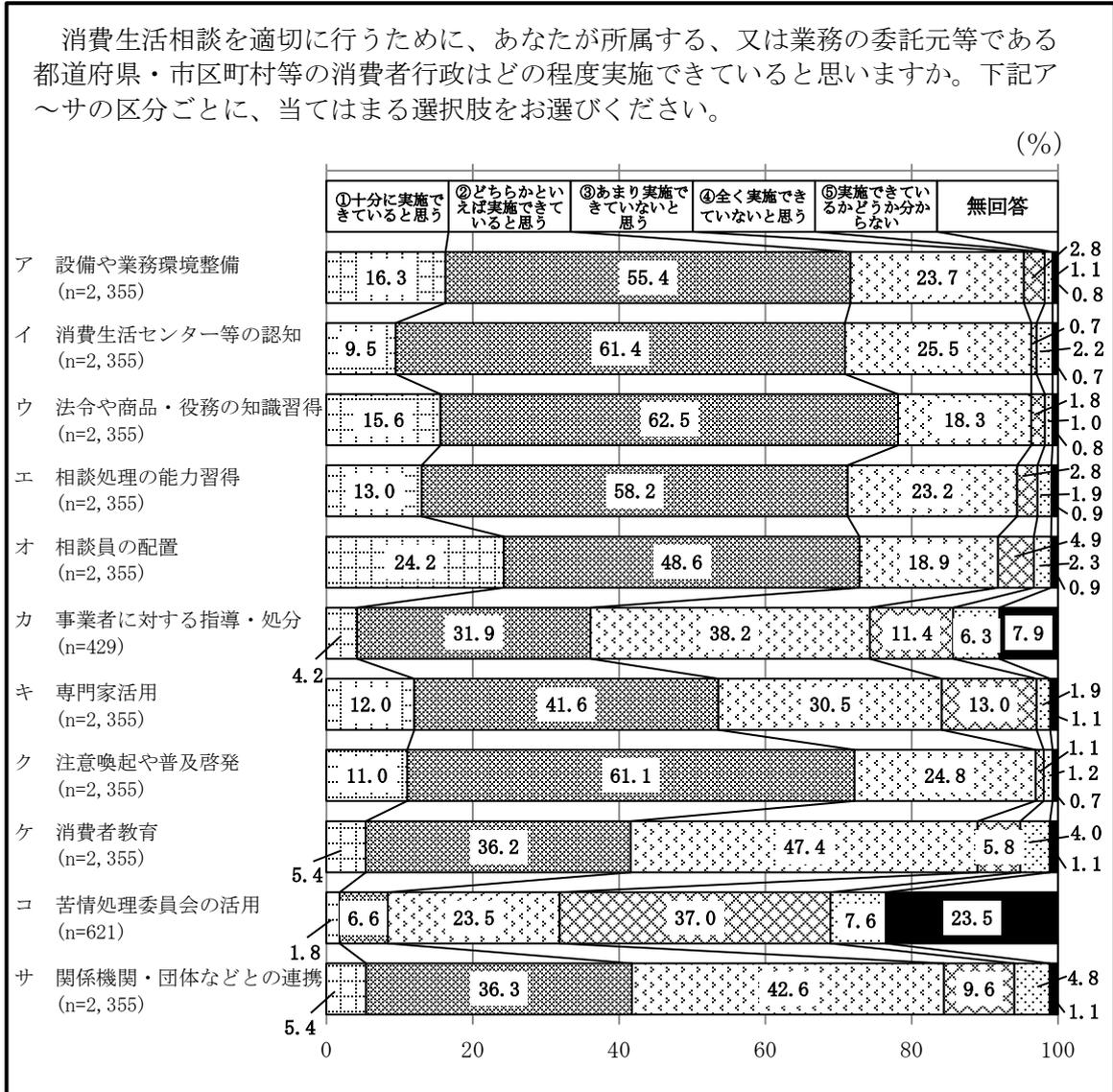
一方、相談件数が少ない町の中には、単独で相談員を置くことが困難であるとして近隣の市と協定を結び、市が設置している消費生活センターで相談が受けられる仕組みを構築しているところもみられる。

d 消費生活相談員に対する意識等調査結果

消費生活相談員に対する意識等調査において、地方消費者行政活性化交付金のメニューに基づき、消費生活相談員が所属する、又は業務の委託元等である都道府県、市区町村等が実施する消費者行政はどの程度実施できていると思うかと尋ねたところ、図表3-(1)-ア-⑱のとおり、「十分に実施できていると思う」又は「どちらかといえば実施できていると思う」が最も多かったのは、「法令や商品・役務の知識を相談員に習得させること」で78.1%、次いで「消費生活相談員の業務量に見合った相談員を配置すること」が72.9%となっている。

一方で、「あまり実施できていないと思う」又は「全く実施できていないと思う」が最も多かったのは、「苦情処理委員会を開催し、消費生活相談のあっせんや調停を行うこと」で59.8%、次いで「消費者に対し積極的に教育を行うこと」と回答した者が53.2%となっている。

図表3-(1)-ア-⑱ 消費生活相談員に対する意識等調査結果（所属都道府県等における消費者行政はどの程度実施できているか）



(注) 1 消費生活相談員に対する意識等調査結果に基づき、当省が作成した。
 2 割合については、小数第2位を四捨五入しているため、合計が100にならない場合がある。
 3 「カ 事業者に対する指導・処分」については都道府県の消費生活相談員のみ、「コ 苦情処理委員会の活用」については都道府県及び政令指定都市の消費生活相談員のみ回答である。

イ 都道府県等における消費生活相談の実施状況

(要旨)

消費者安全法により、都道府県及び市区町村が行うこととされている「あっせん」の実施状況、消費生活相談情報のP I O - N E Tへの登録状況等について、26 都道府県、64 市区及びそれらが設置している 90 か所の消費生活センター等を調査したところ、次のとおりである。

(ア) 「あっせん」の実施状況等

- ① 平成 24 年度の総相談件数に対する「斡旋解決」件数の割合（いわゆる「あっせん率」）を都道府県等別にみると、最も低いところで 0.9%、最も高いところで 26.9%となっている。
- ② 「あっせん」の対象となる案件等の考え方については、多くの消費生活センター等では、相談者が高齢者又は障害者である場合などに「あっせん」を行うとしているものの、それとは異なる考え方のところもみられた。
- ③ 「あっせん」という行為の内容については、相談事案の事業者への簡単な連絡や取次ぎを「あっせん」とみなすかどうか等の点で、消費生活センター等によってその考え方が異なっている状況がみられ、抽出した 1,022 の「斡旋解決」事例の 30.9%は相談を事業者に取り次ぎ、交渉まで至らずに解決したものであった。
- ④ 「あっせん」を行った事業者に対する対応状況の確認方針については、原則として確認するとしている消費生活センター等が多いが、事業者が返金することになった場合等に必要に応じ確認するとしているところもみられ、抽出した 1,022 の「斡旋解決」事例の 30.9%は事業者の対応状況を確認していなかった。
- ⑤ なお、調査した都道府県の中には、消費生活相談の実施状況の効果を把握するための指標の一つとして、P I O - N E Tの入力項目のうち、各消費生活センター等が独自に情報を入力することができる項目を活用し、被害救済金額等を把握し、それを各都道府県が策定する消費者基本計画等に係る消費者被害の救済の推進に係る指標として設定しているものもみられた。

(イ) P I O - N E Tへの相談の情報の登録状況

- ① 相談の情報のP I O - N E Tへの登録迅速化のため、「受付情報」と「処理結果情報」のうち、「受付情報」のみを先行して入力及び決裁・承認することが求められている。

全国の消費生活センター等において平成 24 年に受け付けた相談の「受付情報」の相談受付からP I O - N E Tに登録されるまでの日数（以下「登録所要日数」という。）は、平均 33.1 日であり、調

査した消費生活センター等別では、最も短いところで平均 3.8 日、長いところで平均 156.7 日となっている。

- ② 平均登録所要日数が最も短い消費生活センター等では、必要最小限のチェックをした上で決裁・承認することにより、登録の迅速化を図っている一方、平均登録所要日数が平均より長い消費生活センター等では、相談の処理が完了した後に決裁・承認を実施している等の例や、決裁・承認を行う前の「受付情報」を紙媒体で十数人の行政職員及び消費生活相談員に回覧している例がみられる。このような手順となっている理由について、消費生活センター等では、相談内容の調査及び入力内容の確認を十分に行い、相談の情報の正確性を確保するため等を挙げているが、「受付情報」は、決裁・承認後も修正が可能となっている。

なお、「受付情報」の登録の迅速化のため、平成 27 年度の P I O - N E T 刷新では、入力項目の軽減や仮登録データの閲覧等が予定されている。しかし、入力項目の軽減に関しては、消費者委員会において、登録される情報の有用性の低下を危惧する旨の指摘があり、また、仮登録データの閲覧に関しては、登録される情報の正確性の低下等を理由として、その運用に抵抗感を示す消費生活センター等もある。

(ウ) 都道府県等における消費者被害救済委員会等の活動状況

都道府県等では、消費生活に著しく影響を及ぼすおそれのある紛争等について、都道府県等の長の付託に基づき、公正かつ速やかな解決を図るためにあっせん、調停等を行う機関（以下「消費者被害救済委員会等」という。）を条例により設置している。

調査した 25 都道府県及び 13 政令指定都市のうち、消費者被害救済委員会等が設置されている全都道府県及び 12 政令指定都市における平成 22 年度から 24 年度までの紛争処理の付託件数は、都道府県が 25 件、政令指定都市は 0 件で、都道府県による付託のうち 17 件は東京都である。

東京都では、特に平成 24 年度にその件数が急増しているが、これは、24 年 3 月に条例を改正し、受付範囲の拡大や審議体制の強化等が図られたことによるものである。

(7) 制度の概要

a 都道府県等における「あっせん」

都道府県等は、事業者に対する消費者からの苦情に係る相談に応じ、当該苦情の処理のための「あっせん」を行うこととされている（消費者安全法第 8 条）。

「あっせん」について、「地方公共団体における苦情処理体制の整備について」（昭和 45 年 5 月 4 日付け経企消第 55 号経済企画庁国民生活局長通知）では、「窓口で受けつけた苦情については、単に相手方に苦情を取りつぐだけでなく、解決に必要な情報を提供し、当事者の希望があればあっせん案を提示するなど積極的に取り組み、その苦情が最終的に解決されるまで責任をもって見届けることが必要である。」とされており、国民生活センターでは、本通知を「あっせん」の基本的な考え方として、消費生活センター等に配置された消費生活相談員に対する研修等を行っている。

なお、消費者庁では、「消費生活相談対応マニュアル」（平成 25 年 12 月消費者庁地方協力課）において、「あっせん」とは、「①金銭的な被害があってその回復を求めるとき、②相談者が高齢あるいは若年であったり、障害を有する場合など、相談者の自主交渉では十分な解決に至らないと考えられるとき、③自主交渉では解決できなかったときなどに、消費生活相談員が事業者と直接に電話や面談等で説得や交渉を行って、問題を解決する方法」であるとし、平成 26 年 1 月に都道府県等に対して周知している。

b P I O - N E T への相談の情報の登録

(a) P I O - N E T の概要

P I O - N E T は、相談の情報を一元管理し、相談処理の参考に資すること並びに消費者被害の救済及び未然防止・拡大防止に活用することを目的として、昭和 59 年度に導入された国民生活センターが運用しているシステムであり、国民生活センター及び全国の消費生活センター等が受け付けた相談について、その内容や処理結果等が登録されている。

P I O - N E T の運用経費には運営費交付金が充てられており、図表 3 - (1) - イ - ①のとおり、平成 24 年度で約 6 億 1,000 万円となっている。

図表 3 - (1) - イ - ① P I O - N E T の運用経費

(単位：百万円)

| 区 分 \ 年 度 | 平成 21 | 22 | 23 | 24 |
|-----------|-------|-----|-----|-----|
| 一時経費 | 642 | 255 | 205 | 51 |
| 経常経費 | 130 | 574 | 542 | 560 |
| 計 | 773 | 829 | 746 | 611 |

(注) 1 消費者庁の資料に基づき、当省で作成した。

2 一時経費及び経常経費は、P I O - N E T 2010 及び消費生活相談早期警戒システム (P I O - A L E R T) 等関連システムに係る経費である。また、十万の位を四捨五入しているため、合計と一致しない場合がある。

なお、P I O－N E Tは、平成 22 年 4 月に、複雑化、多様化及び広域化する消費者被害に迅速に対処する等の観点から、システム刷新されており、さらに、27 年度にもシステム刷新されることになっている（注）。

（注） 平成 22 年 4 月に刷新された現行の「P I O－N E T 2010」は、26 年度末にリース契約が終了するため、新 P I O－N E T が 26 年度中の試験運用期間を経て、27 年度から本格稼働する予定である。

(b) P I O－N E T 端末への相談の情報の入力及び登録の流れ

消費生活センター等において受け付けた相談の情報は、相談を受け付けた消費生活相談員等によって P I O－N E T 端末に入力され、消費生活センター等や都道府県等による P I O－N E T 上の決裁・承認を経て、P I O－N E T に登録されて初めて全国での閲覧が可能となる。

P I O－N E T への相談の情報の入力方法や入力内容については、「消費生活相談カード記載要領（P I O－N E T 2010 対応版）」（平成 22 年 4 月国民生活センター）に記載されている。本要領によると、P I O－N E T に登録される相談の情報は大きく「受付情報」（相談者・契約当事者属性、商品・役務情報、事業者情報、相談概要等）と「処理結果情報」（処理結果概要等）に分かれており、「受付情報」のみを先行して入力及び決裁・承認することが可能である。

消費者庁及び国民生活センターは、都道府県等に対し、相談業務に関する研修や各種情報提供の機会を活用し、P I O－N E T への登録迅速化を要請している。また、「消費生活相談カード記載要領」において、「受付情報」のみ先行して入力及び決裁・承認することが求められている。

なお、「独立行政法人国民生活センター中期目標」（平成 25 年 2 月 28 日消費者庁）では、「P I O－N E T について、平成 27 年 3 月末までに業務改善及びシステム改修を行う。なお、…（中略）…刷新後における相談受付から P I O－N E T に登録されるまでの平均日数を 10 日以内に短縮することを目指す。」とされている。

c 都道府県等における被害救済委員会等の活動状況

都道府県等では、消費者被害救済委員会等を条例により設置している。消費者被害救済委員会等は、平成 24 年 4 月 1 日現在で 46 都道府県及び 17 政令指定都市に設置されている。

なお、国民生活センターは、紛争解決委員会を設置し、消費者紛争のうち解決が全国的に重要なものについて、消費者からの申請を受

け、解決のための和解の仲介及び仲裁の手続を行っており（独立行政法人国民生活センター法（平成14年12月4日法律第123号）第11条）、消費者被害救済委員会等の新設又は充実を検討している都道府県等に対し、同紛争解決委員会の規定や実務に関する情報を提供している。

(イ) 把握結果

a 都道府県等における「あっせん」の実施状況等

(a) 「あっせん」の実施状況

消費者庁が実施した「平成25年度地方消費者行政の現況調査」に基づく平成24年度の全国の都道府県等における総相談件数に対する「斡旋解決」件数の割合（以下「あっせん率」という。）は、図表3-1-イ-②のとおり、7.5%となっている。

図表3-1-イ-② 都道府県等における相談業務の実施状況

（単位：件、％）

| 区分 \ 年度 | 平成 22 | 23 | 24 |
|------------|-----------|---------|---------|
| 都道府県 | 361,013 | 330,690 | 305,641 |
| うち「斡旋解決」件数 | 19,148 | 17,669 | 17,432 |
| あっせん率 | 5.3 | 5.3 | 5.7 |
| 政令指定都市 | 187,135 | 189,889 | 181,143 |
| うち「斡旋解決」件数 | 13,907 | 13,258 | 12,255 |
| あっせん率 | 7.4 | 7.0 | 6.8 |
| 市区町村等 | 465,409 | 461,855 | 466,868 |
| うち「斡旋解決」件数 | 39,945 | 39,544 | 42,103 |
| あっせん率 | 8.6 | 8.6 | 9.0 |
| 計 | 1,013,557 | 982,434 | 953,652 |
| うち「斡旋解決」件数 | 73,000 | 70,471 | 71,790 |
| あっせん率 | 7.2 | 7.2 | 7.5 |

- (注) 1 消費者庁「地方消費者行政の現況」（平成22年度、24年度及び25年度消費者庁）による。
 2 市区町村等には、広域連合及び一部事務組合を含む。
 3 「斡旋解決」件数は、「地方消費者行政の現況」において、「あっせん件数」とされている件数を用いている。
 4 「地方消費者行政の現況」における「あっせん件数」は、P I O - N E Tにおいて処理結果が「斡旋解決」として登録された相談の件数を用いている。
 5 「斡旋解決」として登録された相談は、消費生活センター等が受け付け、「あっせん」によって解決したとする相談である。

上記の図表3-1-イ-②の全国の都道府県等における平成24年度の「あっせん率」を都道府県等別にみると、0%から100%まで大きな差がみられた。これは、総相談件数が極端に少ない都道府

県等において「あっせん率」が0%や100%などの特異な値となっていることによる。

一方、調査した26都道府県及び64市区の平成24年度の「あっせん率」をみたところ、図表3-(1)-イ-③のとおり、最も低いところで0.9%、最も高いところで26.9%となっている。

図表3-(1)-イ-③ 都道府県等別の「あっせん率」

(単位：都道府県等、%)

| あつせん率 | 区分 | 都道府県等数 |
|------------|----|-------------|
| 5%未満 | | 31 (34.4) |
| 5%以上10%未満 | | 35 (38.9) |
| 10%以上15%未満 | | 14 (15.6) |
| 15%以上20%未満 | | 5 (5.6) |
| 20%以上25%未満 | | 3 (3.3) |
| 25%以上30%未満 | | 2 (2.2) |
| | 計 | 90 (100) |

| | |
|-----------|-------|
| あつせん率の最小値 | 0.9% |
| あつせん率の最大値 | 26.9% |

- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 ()内は、計に対する割合である。

(b) 「あっせん」の対象となる案件等

「あっせん」の対象となる案件等の考え方について、90か所の消費生活センター等を調査したところ、図表3-(1)-イ-④のとおり、多くの消費生活センター等が、相談者が高齢者又は障害者である場合などに「あっせん」を行うとの考え方(同表の「事例番号1」)によっており、それとは異なる考え方(同表の「事例番号2~4」)の消費生活センター等もみられた。

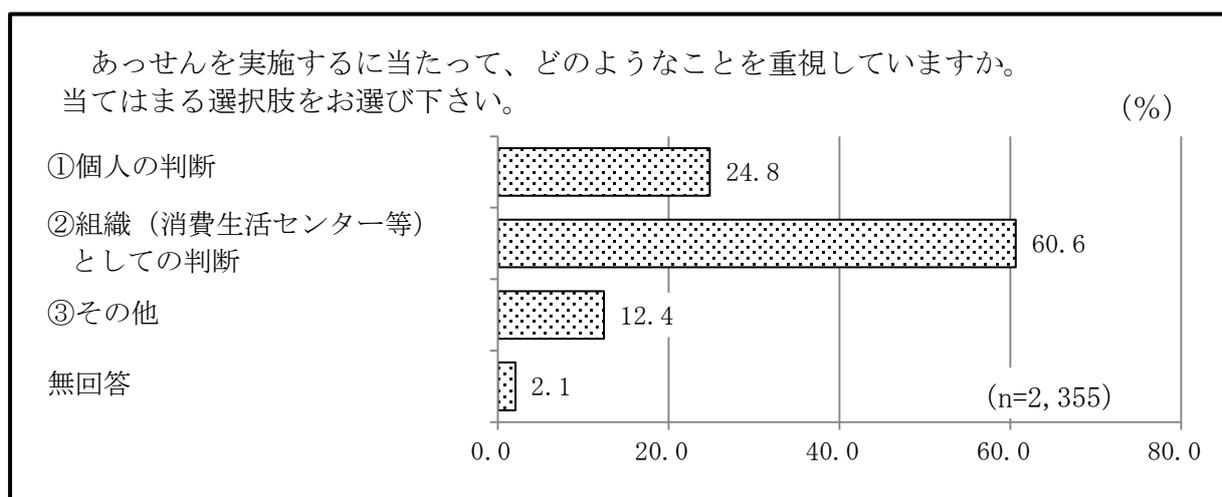
図表3- (1) -イ-④ 「あっせん」の対象となる案件の考え方の例

| 事例番号 | 「あっせん」の対象となる案件の考え方（例） |
|------|--|
| 1 | 相談者が高齢者又は障害者である場合、相談に関連する商品・役務等の専門性が高い場合又は相談者の自主交渉による解決がうまく進まない場合などに「あっせん」を行う。 （それ以外の場合は原則として相談者の自主交渉による解決を支援するための「助言」を行う。） |
| 2 | 相談者が高齢者又は障害者である場合等にかかわらず、原則として「あっせん」を行う。 |
| 3 | 消費生活センター等が「あっせん」を行うことに関する同意書を相談者に作成してもらった上で「あっせん」を行う。 |
| 4 | 事業者に対する要望書を相談者から事業者提出してもらった上で「あっせん」を行う。 |

(注) 当省の調査結果による。

また、「あっせん」の対象となる案件等の考え方については、消費生活相談員の経験上の判断に委ねているとする消費生活センター等もみられる。これに関し、消費生活相談員に対する意識等調査において、「あっせん」を実施するに当たって、どのようなことを重視しているか尋ねたところ、図表3- (1) -イ-⑤のとおり、「個人の判断」と回答した者が24.8%、「組織（消費生活センター等）としての判断」と回答した者が60.6%となっている。

図表3- (1) -イ-⑤ 消費生活相談員に対する意識等調査結果（あっせんを実施するに当たって重視すること）



(注) 1 消費生活相談員に対する意識等調査結果に基づき、当省が作成した。
2 割合については、小数第2位を四捨五入しているため、合計が100にならない。

なお、前述の(ア) a のとおり、「あっせん」の対象となる案件等についての基本的な考え方や標準となる基準は、平成 26 年 1 月の「消費生活相談対応マニュアル」において示され、都道府県等に対して周知されている（注）。

（注） 都道府県等に対する当省の実地調査は、平成 25 年 4 月から 7 月までに実施した。

(c) 「あっせん」行為の内容

「あっせん」という行為の内容について、90 か所の消費生活センター等を調査したところ、図表 3－(1)－イ－⑥のとおり、事業者への簡単な連絡や相談の取次ぎを「あっせん」とみなすかどうか等の点で、消費生活センター等によってその内容が異なっている状況がみられた。

図表 3－(1)－イ－⑥ 「あっせん」行為の内容の例

| 事例番号 | 「あっせん」行為の内容（例） |
|------|---|
| 1 | 事業者へ相談を取り次ぐことを「あっせん」とみなす。 |
| 2 | 相談の解決に向けた交渉を行うことを「あっせん」とみなす（単に、事業者に相談内容を確認したり、相談を取り次いだりすることは「あっせん」とみなさない）。 |
| 3 | 以下の対応を「あっせん」とみなす。 ① 事業者に相談を取り次ぐこと ② クーリング・オフ等、法令上解約等が認められている契約に関する相談について、何らかの交渉を行うこと（事業者に相談を取り次いだだけでは「あっせん」とみなさない。） |

（注） 当省の調査結果による。

また、「あっせん」行為の内容に関し、90 か所の消費生活センター等において平成 24 年 1 月から 12 月までに受け付けた相談を調査したところ、図表 3－(1)－イ－⑦のとおり、抽出した 1,022 の「斡旋解決」事例（注）のうち、事業者に相談を取り次ぎ、交渉まで至らずに解決したとする相談を「斡旋解決」と分類しているものが 316 事例（30.9%）含まれていた。

（注） 調査した 90 消費生活センター等ごとに、各月の初めに受け付けた、取引に関する「斡旋解決」事例を原則各 1 事例（1 消費生活センター等原則 12 事例）抽出した。

図表 3 - (1) - イ - ⑦ 「斡旋解決」事例における「あっせん」行為の内容

(単位：事例、%)

| 区 分 | 事例数 |
|-------------------------------|---------------|
| 事業者と何らかの交渉を行い、解決した | 672 (65.8) |
| 事業者に相談を取り次ぎ、交渉まで至らずに解決した | 316 (30.9) |
| 事業者への相談の取り次ぎも事業者との交渉も行わずに解決した | 22 (2.2) |
| 「あっせん」行為の内容が不明 | 12 (1.2) |
| 計 | 1,022 (100) |

- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 () 内は、計に対する割合である。
 3 割合については、小数第2位を四捨五入しているため、合計が 100 にならない。

さらに、抽出した 1,022 の「斡旋解決」事例に占める事業者と何らかの交渉を行い、解決したとしている事例の割合を消費生活センター等別にみると、図表 3 - (1) - イ - ⑧のとおり、抽出した全ての「斡旋解決」事例について事業者と交渉している消費生活センター等がある一方で、事業者との交渉が全く行われていない消費生活センター等もみられた。

図表 3 - (1) - イ - ⑧ 消費生活センター等別の事業者との交渉の実施等の状況

(単位：消費生活センター等、%)

| 事業者と交渉し、解決した割合 | 消費生活センター等数 |
|----------------|------------|
| 0% | 2 (2.3) |
| 25%未満 | 4 (4.6) |
| 25%以上 50%未満 | 15 (17.2) |
| 50%以上 75%未満 | 22 (25.3) |
| 75%以上 100%未満 | 24 (27.6) |
| 100% | 20 (23.0) |
| 計 | 87 (100) |

- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 「事業者と交渉し、解決した割合」は、「事業者と何らかの交渉を行い、解決したとしている事例数」を「「あっせん」行為の内容が把握できた事例数」で除したものである。
 3 () 内は、計に対する割合である。
 4 調査した 90 消費生活センター等のうち、抽出事例について事業者と交渉し、解決した状況が全て不明であったセンター等を除く。

なお、前述の(b)と同様に、「あっせん」行為の内容についての基本的な考え方や標準となる基準は「消費生活相談対応マニュアル」に示されている。

(d) 「あっせん」を行った事業者に対する対応状況の確認方針

「あっせん」を行った事業者に対する対応状況の確認方針について、90 か所の消費生活センター等を調査したところ、図表3-(1)-イ-⑨のとおり、原則として確認するとしているのは68 か所であった。一方で、事業者が返金することになった場合等に、必要に応じ相談者又は事業者に対して対応状況を確認するとしているのは22 か所であり、このうち5 か所は、事業者の対応状況を相談者から報告してもらうよう依頼するにとどまっている。

図表3-(1)-イ-⑨ 「あっせんを行った事業者に対する対応状況の確認方針

(単位：消費生活センター等、%)

| 区 分 | 消費生活センター等数 |
|-----------------------|------------|
| 調査対象消費生活センター等数 | 90 |
| 原則、事業者の対応状況を確認 | 68 (75.6) |
| 必要に応じ対応状況を確認 | 22 (24.4) |
| 事業者の対応状況について相談者に報告を依頼 | 5 (5.6) |

(注) 1 当省の調査結果による。

2 () 内は、調査対象消費生活センター等数に対する割合である。

また、「あっせん」を行った事業者に対する対応状況の確認方針に関し、90 か所の消費生活センター等において平成24年1月から12月までに受け付けた相談について調査したところ、図表3-(1)-イ-⑩のとおり、抽出した1,022の「斡旋解決」事例のうち、事業者の対応状況を確認していないとする相談を「斡旋解決」と分類しているものが316事例(30.9%)含まれていた。さらに、原則として「あっせん」を行った事業者に対する対応状況の確認を行うとしている消費生活センター等の760事例に限っても、事業者の対応状況を確認していないとする相談を「斡旋解決」と分類しているものが214事例(28.2%)含まれていた。

図表 3 - (1) - イ - ⑩ 「斡旋解決」事例における事業者の対応状況の確認の有無

(単位：事例、%)

| 区 分 | 事例数 | |
|-----------------------|---------------|---------------------------------------|
| | | うち、原則、事業者に対する対応状況を確認している消費生活センター等の事例数 |
| 事業者の対応状況の確認を行っている | 654 (64.0) | 513 (67.5) |
| 事業者の対応状況の確認を行っていない | 316 (30.9) | 214 (28.2) |
| 事業者の対応状況の確認を行ったかどうか不明 | 52 (5.1) | 33 (4.3) |
| 計 | 1,022 (100) | 760 (100) |

- (注) 1 当省の調査結果による。
2 () 内は、計に対する割合である。

なお、「斡旋解決」事例におけるあっせん後の事業者に対する対応状況の確認状況を消費生活センター等別にみると、図表 3 - (1) - イ - ⑩のとおり、抽出した全ての「斡旋解決」事例について事業者の対応状況の確認を行っている消費生活センター等がある一方で、事業者の対応状況の確認を全く行っていない消費生活センター等もみられた。

図表 3 - (1) - イ - ⑪ 消費生活センター等別の事業者の対応の確認状況

(単位：消費生活センター等、%)

| 事業者の対応の確認状況の割合 | 消費生活センター等数 |
|----------------|-------------|
| 0% | 5 (5.8) |
| 25%未満 | 6 (7.0) |
| 25%以上 50%未満 | 15 (17.4) |
| 50%以上 75%未満 | 11 (12.8) |
| 75%以上 100%未満 | 15 (17.4) |
| 100% | 34 (39.5) |
| 計 | 86 (100) |

- (注) 1 当省の調査結果による。
2 割合は、「事業者の対応状況を確認したとしている事例数」を「事業者の対応状況の確認の有無が把握できた事例数」で除したものである。
3 () 内は、計に対する割合であるが、小数第 2 位を四捨五入しているため、合計が 100 にならない。
4 調査した 90 消費生活センター等のうち、抽出事例について事業者の対応の確認状況が全て不明であったセンター等を除く。

b 都道府県等における消費生活相談の活動状況の把握

調査した都道府県の中には、前述の第 2 の 2 (2) のとおり、P I O - N E T の入力項目のうち、各消費生活センター等が独自に情報を入力することができる項目を活用し、

i) 既支払金額に占める被害回復額の割合

ii) 被害救済金額

等を把握し、それを各都道府県が策定する消費者基本計画等に係る消費者被害の救済の推進に係る指標として設定しているところもみられる。これらの指標は、都道府県が、消費生活相談の実施状況や効果を把握し、施策を推進していく上でも有効なものである。

また、前述の第2の2(2)のとおり、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等の制度化や消費者庁による消費者行政の効果把握の試み等が推進されており、消費生活相談においても、消費者被害の救済状況に係る指標を設定し、施策の推進に活用することが重要である。

c P I O - N E T への相談の情報の登録状況

全国の消費生活センター等における「受付情報」の登録所要日数は、平成19年度で47.9日、23年度で32.4日であり、22年4月のP I O - N E T刷新以降も依然として1か月以上を要している。

また、平成24年1月から12月までの「受付情報」の登録所要日数を調査したところ、図表3-(1)-イ-⑫のとおり、全国平均で33.1日となっており、このうち、調査した90か所の消費生活センター等における消費生活センター等別の平均登録所要日数は、最も短いところで3.8日、長いところで156.7日で、登録に10日以上要しているところが81か所(90.0%)みられる。

図表3-(1)-イ-⑫ 消費生活センター等別「受付情報」の平均登録所要日数

(単位：消費生活センター等、%)

| 「受付情報」の平均登録所要日数 | 消費生活センター等数(割合) |
|-----------------|----------------|
| 10日未満 | 9(10.0) |
| 10日以上20日未満 | 15(16.7) |
| 20日以上30日未満 | 26(28.9) |
| 30日以上60日未満 | 27(30.0) |
| 60日以上90日未満 | 8(8.9) |
| 90日以上 | 5(5.6) |
| 調査対象消費生活センター等数 | 90(100) |

| | |
|---------------------|--------|
| 平均日数(全国の消費生活センター等) | 33.1日 |
| 最短日数(調査対象消費生活センター等) | 3.8日 |
| 最長日数(調査対象消費生活センター等) | 156.7日 |

(注) 1 P I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報(平成25年8月14日までの登録分)によるものである。

2 () 内は、調査対象消費生活センター等数に対する割合であるが、小数第2位を四捨五入しているため、合計が100にならない。

「受付情報」の平均登録日数が最も短い消費生活センター等では、当該消費生活センター等を所管する都道府県の「P I O - N E T」に登録された相談の情報は特定商取引法の執行等にも利用されており、登録までに長期間を要すると事業者の所在が不明になる等の支障が生じることになる。必要なキーワード等の入力の不十分又は不適切な相談の情報が、後日修正するまでの期間、登録されることは望ましくないが、早期登録の利点を優先すべき」との考え方により、「受付情報」のみ先行して入力し、必要最小限のチェックをした上で決裁・承認することにより、登録の迅速化を図っている。

一方、平均登録所要日数が全国の消費生活センター等の平均より長い消費生活センター等では、

- i) 「受付情報」の入力及び決裁・承認を相談の処理が完了した後に入力及び決裁・承認する「処理結果情報」と同時に実施している、
- ii) 「受付情報」の入力及び決裁・承認を不定期にまとめて実施している、
- iii) 決裁・承認を行う前の「受付情報」を紙媒体で十数人の行政職員及び消費生活相談員に回覧している

といったことを要因として、登録が遅延している。このような手順となっている理由について、消費生活センター等では、相談内容の調査及び入力内容の確認を十分に行い、P I O - N E Tに登録する相談の情報の正確性を確保するため等としている（注）。

（注） P I O - N E Tに一旦登録された相談の情報は、消費生活センター等、都道府県等において、再度、入力及び決裁・承認を行うことにより、修正登録することが可能である。

「受付情報」の登録の迅速化に関し、平成 27 年度の P I O - N E T刷新では、入力項目の軽減や仮登録データの閲覧（注）等の実施が予定されている。

しかし、入力項目の軽減に関しては、消費者委員会において、「・・・入力する負担は軽くなるかもしれませんが、調べるときに非常にアバウトになってしまうのではないかと危惧しております。・・・」との指摘がある。

また、仮登録データの閲覧に関しては、平成 25 年 6 月に消費者庁及び国民生活センターが全国の消費生活センター等に対して実施した仮登録データの運用案に関するアンケート調査では、仮登録データの閲覧が実施されると問題があると答えた消費生活センター等は 729 か所中 106 か所（14.5%）であり、その主な理由として、「精度の低

い情報を閲覧可能にすることに抵抗がある」、「個人情報漏洩の危険性がある」等を挙げている。

(注) 仮登録データの閲覧とは、P I O - N E Tに既に入力され、一時保存されている消費生活相談情報のうち、相談受付から一定日数（原則7日間。保留の処理をした場合、さらに7日間延長できる。）を経過したものについては、消費生活センター等の決裁を経ていない情報に関しても、事業者名や件名といった一部の項目について、消費生活センター等との調整の上、仮登録データとして他機関の閲覧に供する仕組みである。

d 都道府県等における被害救済委員会等の活動状況

調査した25都道府県及び13政令指定都市のうち、消費者被害救済委員会等が設置されている全都道府県及び12政令指定都市における平成22年度から24年度までの消費者被害救済委員会等に対する紛争処理の付託件数をみると、図表3-(1)-イ-⑬のとおり、都道府県が25件、政令指定都市は0件で、都道府県による付託25件のうち17件は東京都によるものとなっている。

図表3-(1)-イ-⑬ 調査対象都道府県及び政令指定都市の消費者被害救済委員会等への付託状況

(単位：件)

| 区分 \ 年度 | 平成 22 | 23 | 24 | 計 |
|---------|-------|----|----|----|
| 都道府県 | 6 | 5 | 14 | 25 |
| うち東京都 | 3 | 3 | 11 | 17 |
| 政令指定都市 | 0 | 0 | 0 | 0 |

(注) 1 当省の調査結果による。
2 調査対象都道府県及び政令指定都市の消費者被害救済委員会等への付託は、全て取引に関するものである。

(参考) 国民生活センター紛争解決委員会への申請状況

(単位：件)

| 区分 \ 年度 | 平成 22 | 23 | 24 | 計 |
|------------|-------|-----|-----|-----|
| 申請 | 137 | 150 | 151 | 438 |
| うち取引に関する申請 | 121 | 119 | 132 | 372 |

(注) 1 当省の調査結果による。
2 「うち取引に関する申請」は、「国民生活センターADRの実施状況と結果概要について」(平成25年8月29日独立行政法人国民生活センター紛争解決委員会)において、「契約・解約」又は「販売方法」に関する内容とされているものである。

付託件数の多い東京都では、特に平成24年度にその件数が急増しているが、これは、図表3-(1)-イ-⑭のとおり、24年3月に東京都消費生活条例を改正し、受付範囲の拡大や審議体制の強化等が図ら

れたことによるものである。本条例改正は、平成 23 年 12 月の東京都消費生活対策審議会による答申（「消費者被害救済のあり方について」答申（平成 23 年 12 月第 21 次東京都消費生活対策審議会））に基づくものであり、同答申では、「消費者被害救済委員会の強化を通じて、東京の被害救済システム全体の機能向上を目指す」として、受付範囲の拡大や審議体制の強化等が提言されている。

図表 3 - (1) - イ - ⑭ 消費者被害救済委員会等の活用を促進する取組の例（東京都）

東京都では、以下を内容とする条例改正を行い、消費者被害救済委員会の機能強化を図っている。

① 従来は、都消費者被害救済委員会に付託することができる案件は原則として都消費生活総合センターで受け付けた相談事案に限られていたが、都内の市区町村及び一定の基準を満たす消費者団体から直接、都消費者被害救済委員会へ付託依頼を受けられるよう条例を改正した。

② 従来は、委員数は 5 名、審議期間は約 6 か月から 8 か月を目安として運営するあっせん・調停部会を紛争案件ごとに設置し、紛争解決を行っていたが、条例を改正し、委員数は 2 名から 3 名、審議期間は約 3 か月から 4 か月を目安として運営する迅速解決型のあっせん・調停部会の制度を追加した。

迅速解決型のあっせん・調停部会は、上記のとおり部会運営がコンパクト化されているため、より迅速な紛争解決を目指すべき案件について設置され、一方で、従来のあっせん・調停部会は、指針提示型の部会と位置付けられ、解決指針の提示及び先例形成等を行うべき案件について設置される。

なお、これらの取組により、平成 24 年度は、都消費者被害救済委員会への付託案件 11 件のうち、都内の市区町村から付託依頼がされたものは 6 件であり、また、迅速解決型の部会に付託されたものは 9 件であった。

(注) 当省の調査結果による。

ウ 財産被害に係る消費者事故等の消費者庁への通知状況

(要旨)

消費者安全法により、行政機関の長、都道府県知事、市町村長等は、消費者事故等による被害の拡大や同種・類似の事案が発生するおそれがあると認めるときは、消費者庁長官に対し通知することとされている(同法第12条2項。以下、同規定に基づく通知を「安全法12条2項通知」という。)

安全法12条2項通知は、生命身体事案に係るものと財産事案に係るものに分けられ、財産事案に係る件数は、平成22年度が1万5,693件であるのに対し、24年度は9,916件と5,777件(36.8%)減少している。

消費者庁では、安全法12条2項通知を指導監督や注意喚起を行うための材料としてP I O - N E Tに登録された情報などとともに庁内での検討に活用しているとしており、通知の考え方を示したマニュアルを作成し、各府省、都道府県等に配布している。

安全法12条2項通知を行う場合の考え方について、調査した5府省では、全ての相談を消費者庁長官に通知するとしているところがあるのに対し、単なる相談は通知しないとしているところもあるなどその取扱いが区々となっており、各府省の通知件数には大きなばらつきがみられる。

一方、調査した24都道府県の宅地建物取引業法、貸金業法及び老人福祉法の指導監督担当部署では、平成24年度に安全法12条2項通知の実績はなく、これらの都道府県の各部署の中には、制度を承知していないとしているところが約40%みられる。

また、調査した24都道府県の中には、消費者から寄せられた相談や法違反のおそれがあることから調査を行った事案において安全法12条2項通知に該当するのではないかと考えられる例もみられ、都道府県の各部署からは、i) 消費者庁が作成したマニュアルの基準が曖昧で分かりにくい、ii) 通知の趣旨を十分理解できていない等とする意見も聴かれた。

(7) 制度の概要

行政機関の長、都道府県知事、市町村長及び国民生活センターの長は、消費者事故等(重大事故等を除く。以下同じ。)が発生した旨の情報を得た場合であって、当該消費者事故等の態様、当該消費者事故等に係る商品又は役務の特性その他の消費者事故等に関する状況に照らし、当該消費者事故等による被害が拡大し、又は当該消費者事故等と同種若しくは類似の消費者事故が発生するおそれがあると認めるときは、消費者事故等が発生した旨、当該消費者事故等の概要等を内閣総理大臣に対し通知することとされている(注)。

(注) 内閣総理大臣の権限は、消費者庁長官に委任されている（消費者安全法第46条第1項）ことから、安全法12条2項通知は、消費者庁長官に対して行われる。

この安全法12条2項通知が行われる「消費者事故等」は、生命身体事案に係るものと財産事案に係るものに分けられる（同法第2条第5項各号）。

また、安全法12条2項通知は、他の法律の規定により行政機関の長等に対して通知が義務付けられているものは該当せず（同法第12条第3項）、P I O－N E Tが設置されている消費生活センターでは、P I O－N E Tに相談事案を入力することにより当該通知をしたものとみなすこととされている（同法第12条第4項）。

消費者庁では、安全法12条2項通知等の考え方を示した「消費者事故等の通知の運用マニュアル」（平成21年10月28日付け事務連絡、25年4月1日改訂。以下「消費者事故等運用マニュアル」という。）を作成し、各府省、都道府県等に配布している。消費者事故等運用マニュアルでは、各府省や都道府県等の執行部局が通知主体となる場合の通知される事案の例として、「端緒情報のうち、ある程度の事件性・違法性を認め、指導・処分等のための調査（事前調査・立入検査など）の必要性を検討する必要があると判断した情報など」と記載されており、また、「調査の結果事件性・違法性が認められなかったことなどにより行政処分等の必要がないと判断された情報も含む。」とされている。

(イ) 把握結果

安全法12条2項通知の件数は、図表3-(1)-ウ-①のとおり減少傾向であり、このうち、財産事案に係るものは、平成22年度が1万5,693件であるのに対し、24年度は、9,916件と5,777件（36.8%）減少している。

また、図表3-(1)-ウ-②のとおり、平成24年度の財産事案に係る9,916件のうち、経済産業省本省が2,353件、経済産業局が6,741件で計9,094件と全体の91.7%を占め、金融庁（金融商品取引法所管部署）が205件、農林水産省（商品先物取引法所管部署）が19件となっている。

図表 3 - (1) - ウ - ① 安全法 12 条 2 項通知の件数の推移

(単位：件)

| 区 分 | 平成 21 年度 (9 月以降) | 22 年度 | 23 年度 | 24 年度 |
|----------|---------------------|-----------------|------------------|------------------|
| 消費者事故等 | 9,833 | 17,223 (100) | 13,727 (79.7) | 11,407 (66.2) |
| うち財産事案 | 8,821 | 15,693 (100) | 12,228 (77.9) | 9,916 (63.2) |
| うち生命身体事案 | 1,012 | 1,530 (100) | 1,499 (98.0) | 1,491 (97.5) |

(注) 1 消費者庁の資料による。

2 消費者庁の発足及び消費者安全法の施行が平成 21 年 9 月のため、21 年度は 9 月以降の数値である。

3 () 内は、平成 22 年度を 100 とした場合の指数である。

安全法 12 条 2 項通知を受けた消費者庁では、事業者に対する指導監督や消費者に対する注意喚起を行うための材料として P I O - N E T に登録された情報などとともに庁内での検討に活用しているとしている。

また、安全法 12 条 2 項通知を行う場合の考え方について、消費者庁では、上記(ア)のとおり、消費者事故等運用マニュアルを発出し、各府省に対して一定の考え方を示している。

財産事案に関し、安全法 12 条 2 項通知を行う場合の考え方について、調査した 5 府省では、図表 3 - (1) - ウ - ②のとおり、全ての消費者事故等の相談を通知するとしているところがあるのに対し、単なる相談は通知しないとしているところもあるなどその取扱いが区々となっており、各府省の通知件数には大きなばらつきがみられる。

図表 3 - (1) - ウ - ② 安全法 12 条 2 項通知（財産事案）を行う場合の考え方等

| 府省名 | 通知の考え方等 | 平成 24 年度の安全法 12 条 2 項通知（財産事案）件数 (総件数 9,916 件に占める割合) |
|---------------------|--|--|
| 金融庁（金融商品取引法所管部署） | <p>（証券取引等監視委員会）</p> <p>i）金融商品取引業者による誇大広告や断定的判断の提供等、ii）無登録業者による未公開株やファンド持分の勧誘による被害、iii）証券取引等監視委員会の職員を装った勧誘による被害等について情報提供を行っている。</p> <p>（財務局等）</p> <p>監督局内の通知体制の整備を目的として平成 21 年 9 月に「財産に関する消費者事故等に係る情報収集・通知体制について」（平成 21 年 9 月 28 日付け金融庁監督局総務課監督企画室事務連絡）を作成し、本通知の中で、「被害拡大等のおそれがあると認めるとき」の例として、<u>i）被害拡大等を防止するため行政処分を行う可能性のある場合</u> や、<u>ii）無免許、無登録業者等に関し被害拡大等を防止するために警告書の発出を行う可能性のある場合</u> が考えられるとしており、財務局等では無登録業者等に対し警告書を発出した場合に通知を行っている。</p> | 205 件（2.1%） （本省（証券取引等監視委員会）48 件、財務局等 157 件） |
| 金融庁（貸金業法所管部署） | <p>安全法 12 条 2 項通知に係る考え方は、上記監督局総務課監督企画室事務連絡と同様としているが、<u>無登録貸金業者の場合、警告を行えばすぐに連絡がつかなくなってしまうことから通知の要件である被害拡大のおそれに当たるようなものはない</u> として消費者庁への通知は行っていない。</p> | 0 件（0%） |
| 厚生労働省（老人福祉法所管部署） | <p>平成 21 年 9 月に「社会福祉施設の利用に係る消費者事故等の通知について」（平成 21 年 9 月 1 日付け消費者庁消費者安全課、同庁消費者情報課、厚生労働省雇用均等・児童家庭局総務課、同省社会・援護局福祉基盤課、同省社会援護局障害保健福祉部企画課、同省社会・援護局障害保健福祉部企画課及び同省老健局総務課事務連絡）により、都道府県等に対し消費者庁作成の消費者事故等運用マニュアルを周知しているが、具体的に <u>どのような事案を通知対象とするかについて考え方は示されておらず、実績もない。</u></p> | 0 件（0%） |
| 農林水産省（商品先物取引法所管部署） | <p><u>苦情等の対応の結果、無許可業者等の疑いがある場合</u> には消費者庁に対し通知を行うとしている。</p> | 19 件（0.2%） （本省） |
| 経済産業省（消費者相談室） | <p>週 1 回、<u>経済産業省及び経済産業局の消費者相談室で受け付けた全ての消費者事故等</u> の相談を通知している。</p> | 9,094 件（91.7%） （本省 2,353 件、経済産業局 6,741 件） |
| 国土交通省（宅地建物取引業法所管部署） | <p>「消費者安全法の運用に関する考え方」（平成 21 年 8 月 28 日付け国土交通省不動産課事務連絡）を作成し、地方整備局及び都道府県に対しメールで連絡している。本文書の中で、「消費者事故等について、断定的判断の提供行為やクーリング・オフに係る宅地建物取引業法第 37 条の 2 の規定に反する特約の付加など <u>宅建業者が本社主導により会社ぐるみで行っている場合など</u>、通知対象事案に該当する可能性のある事案も想定されとしており、「通知しなかったリスクを回避する観点からも、通知対象事案については、幅広に捉えておくことが適当」としているが、通知の実績はない。</p> | 0 件（0%） |

(注) 1 当省の調査結果による。
2 下線は当省が付した。

一方、財産事案に係る安全法 12 条 2 項通知の実績について、24 都道府県の宅地建物取引業法、貸金業法及び老人福祉法の指導監督担当部署を調査したところ、平成 24 年度における通知実績はない。また、これらの都道府県の各部署の中には、図表 3 - (1) - ウ - ③のとおり、制度を承知していないとしているところが宅地建物取引業法指導監督担当部署で 33.3%、貸金業法指導監督担当部署で 37.5%、老人福祉法指導監督担当部署で 58.3%みられる。

図表 3 - (1) - ウ - ③ 都道府県における安全法 12 条 2 項通知の周知状況

(単位：機関、%)

| 区 分 | 宅地建物取引業法指導監督担当部署 | | 貸金業法指導監督担当部署 | | 老人福祉法指導監督担当部署 | | 合計 | |
|---------------------------|------------------|------|--------------|------|---------------|------|----|------|
| | 数 | 割合 | 数 | 割合 | 数 | 割合 | 数 | 割合 |
| 調査対象機関数 | 24 | 100 | 24 | 100 | 24 | 100 | 72 | 100 |
| 安全法 12 条 2 項通知を知らないとする機関数 | 8 | 33.3 | 9 | 37.5 | 14 | 58.3 | 31 | 43.1 |

(注) 当省の調査結果による。

今回調査した各府省、都道府県等において、財産事案に係る安全法 12 条 2 項通知を行う必要がある事案がどの程度あり、そのうちどの程度通知されたのかについては、各府省において通知の考え方が異なることもあり、その把握ができなかったが、消費者から寄せられた相談や法違反のおそれがあることから調査を行った事案の中には、図表 3 - (1) - ウ - ④のとおり、本通知に該当するのではないかと考えられる例もみられた。

図表 3 - (1) - ウ - ④ 安全法 12 条 2 項通知が必要であったと考えられる例

| 事例 番号 | 事 例 |
|----------|--|
| 1 | <p>地方整備局が宅地建物取引業法違反で行政処分した事業者については、建物賃貸借契約において、都市ガスが使用できないのに使用できると重要事項説明書に誤った記載を行ったことや、物件の利用条件の一つとしてペット飼育不可にもかかわらず、借主に対し飼育可である旨の説明を行ったことで、消費者に被害を生じさせている。本事案については、端緒情報把握以降、行政処分が行われるまでの1年半の間に39件の消費者からの相談が寄せられている。</p> <p>なお、地方整備局では、当該事案は本省に連絡しており、消費者庁に対し通知を行うかどうかは本省が判断するものと認識しているとしている。</p> |
| 2 | <p>都道府県が宅地建物取引業法違反のおそれがあることから調査を行った事案（後に行政処分を実施）の中に、</p> <ul style="list-style-type: none"> i) 土地の売買代金のほかに根拠の不明な土地調査費を買主に要求し、この合計額に対して媒介手数料を買主から受領（宅地建物取引業法で定められた手数料の上限を超えた媒介手数料を受領していたもの）、 ii) 買主に対して不実の金額を告げて代金を受領したほか、売主への受取代金の支払いを不当に遅延したもの、 iii) 実際の売却価格より安い金額を売主に交付した売買契約書に記載したもの <p>がみられるが、これらの事案については消費者庁に通知されていない。</p> |
| 3 | <p>都道府県が消費者からの相談を端緒として、宅地建物取引業法違反として行政処分を行った事業者については、建物賃貸借契約において、都市ガスが使用できないのに使用できると重要事項説明書に誤った記載を行ったことで、消費者に、財産上の被害を生じさせている。</p> <p>当該都道府県では、今考えると通知すべきであったかもしれないと思うが、そのときは、通知のことまで考えなかったとしている。</p> |

(注) 当省の調査結果による。

一方で、都道府県の各法律に係る指導監督部署からは、図表 3 - (1) - ウ - ⑤のとおり、i) 消費者事故等運用マニュアルの基準があいまいで分かりにくい、ii) 安全法 12 条 2 項通知の趣旨を十分理解できていない等とする意見も聴かれた。

図表 3 - (1) - ウ - ⑤ 安全法 12 条 2 項通知に関する都道府県からの
主な意見

| 区 分 | 意 見 |
|------------------------------|---|
| 宅地建物 取引業法 指導監督 担当部署 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 安全法 12 条 2 項通知の具体的な活用方法が分からないため、今後、通知を行うことが求められるならば、宅地建物取引業法に特化したマニュアルのようなものが必要である。 ・ 安全法 12 条 2 項通知に関し、どのような事案を消費者庁へ通知するか、国土交通省から基準を示してもらいたい。 |
| 貸金業法 指導監督 担当部署 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者安全法が相談業務を行う上で身近な法律ではなく、消費者事故等に関する情報集約、通知義務等については、十分理解できていない。 ・ 貸金業法においてどのような事例を通知すればよいのか消費者事故等運用マニュアルでは分かりにくいと感じる。当課で扱う相談、問合せについてどこまで消費者に関わりがあるのか（通知になじむのか）が分かりにくい。 ・ 貸金業法に係る業務のどのような場面で活用することになるのかイメージがつかめていないので、貸金業法に特化した具体的な活用事例やマニュアル等を提供してほしい。 ・ 消費者事故等運用マニュアルでは、貸金業法が通知対象であることが判読できない。消費者庁への通知が必要なものであれば、具体的に例示するなどしてほしい。 |
| 老人福祉 法指導監 督担当部 署 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 有料老人ホームに係る安全法 12 条 2 項通知に該当する事案について、これまで他の都道府県等から寄せられた事案や具体的な例示を情報として持っていないため、通知すべき事案を判断することが難しい。 ・ 通知判断の客観的基準もなく、条文だけを見ても実際の業務においてどのように活用すればよいのか分からないため、こうした観点からも関係業務に対応した通知の活用指針を示してほしい。 |

(注) 当省の調査結果による。

エ 消費者に対する注意喚起の実施状況

(要旨)

消費者安全法に基づき、消費者庁長官は、消費者事故等の拡大等の防止を図るため消費者の注意を喚起する必要があると認めるときは、当該消費者事故等の態様の公表等を行うこととされている（同法第 38 条第 1 項。以下、本規定に基づく公表等を「注意喚起」という。）。

消費者庁は、同法が施行された平成 21 年 9 月から 25 年 3 月までの間に、財産事案に係る 13 事例について注意喚起を実施している。これら 13 事例に関し、消費生活センター等で受け付けた相談事案について、その契約購入年月日をみると、注意喚起が実施された月以降の契約購入は抑制されている。

一方で、各注意喚起事例における相談件数が最も多い月から注意喚起が実施された月までの期間をみると、4 か月以上となっているものが 6 事例みられた。

消費者庁では、注意喚起の端緒情報を把握してから注意喚起を実施するまでに時間が掛かる要因として、事業者の名称等の公表を伴う注意喚起では慎重な調査が必要になることや、調査対象が悪質事業者であり、所在がつかめない場合が多いこと等を挙げている。また、注意喚起の端緒情報としては、P I O - N E T に登録された相談の情報等が活用されているが、全国の消費生活センター等における「受付情報」の登録所要日数は平成 24 年 1 月から 12 月までで平均 33.1 日となっている。

(7) 制度の概要

内閣総理大臣は、安全法第 12 条第 2 項等の規定による通知を受けた場合その他消費者事故等の発生に関する情報を得た場合において、当該消費者事故等の拡大又は当該消費者事故等と同種若しくは類似の消費者事故等の発生の防止を図るため消費者の注意を喚起する必要があると認めるときは、当該消費者事故等の態様及び被害の状況等の情報を都道府県及び市町村に提供するとともに、これを公表するものとされている（注）。

(注) 内閣総理大臣の権限は、消費者庁長官に委任されている（同法第 46 条第 1 項）ことから、注意喚起は消費者庁長官が行っている。

(イ) 把握結果

消費者庁長官による注意喚起は、図表 3 - (1) - エ - ①のとおり、消費者安全法が施行された平成 21 年 9 月から 25 年 3 月までの間に、財産事案について 13 事例について実施されており、これらに伴い、33 事業者について名称、所在地、代表者等の情報を公表している。

図表 3 - (1) - エ - ① 財産事案に係る注意喚起の実施状況

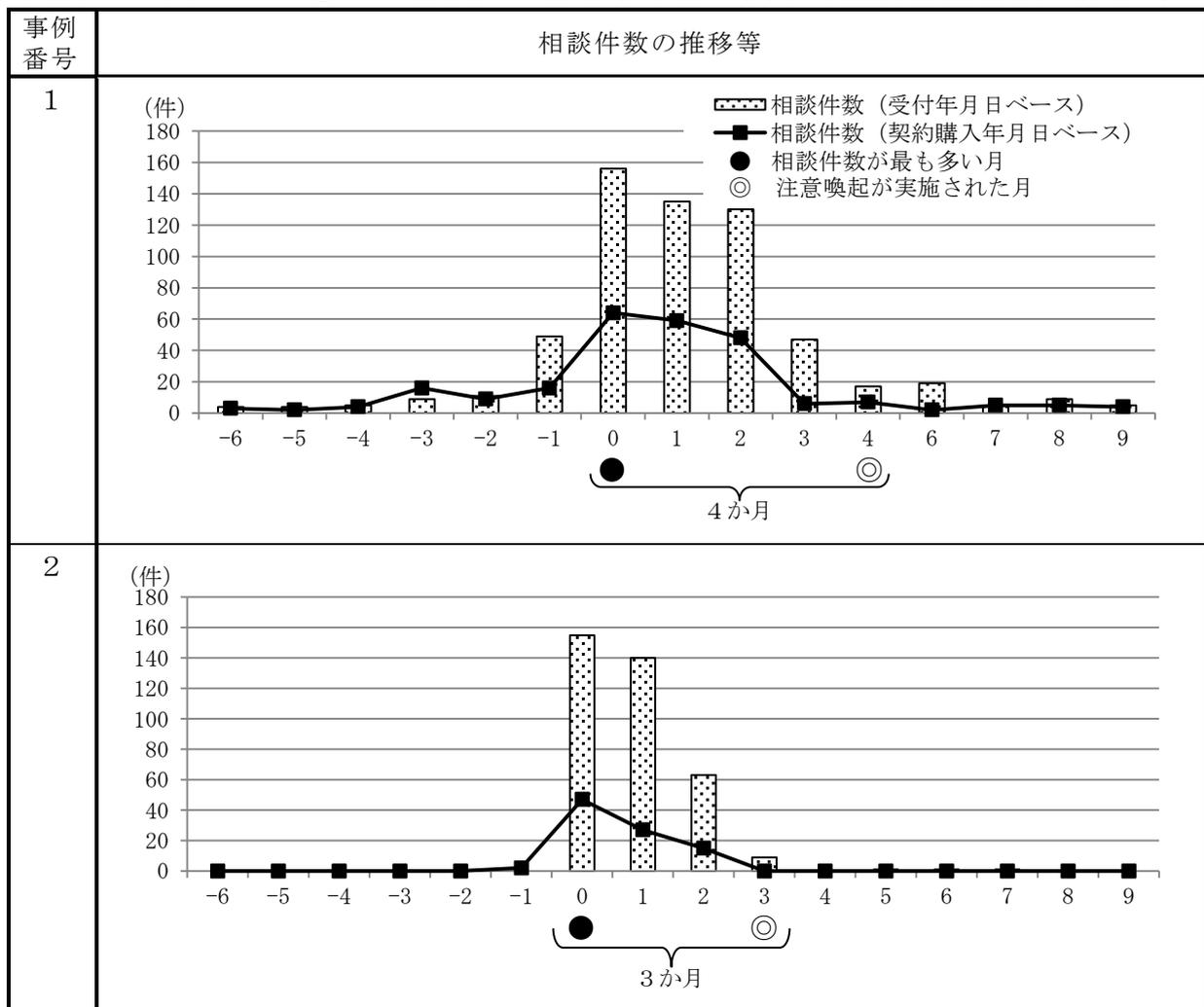
(単位：事例、事業者)

| 区分 | 年度 | | | | |
|-------------|-------|----|----|----|----|
| | 平成 21 | 22 | 23 | 24 | 計 |
| 注意喚起事例数 | 0 | 1 | 7 | 5 | 13 |
| 注意喚起に係る事業者数 | 0 | 3 | 24 | 6 | 33 |

(注) 当省の調査結果による。

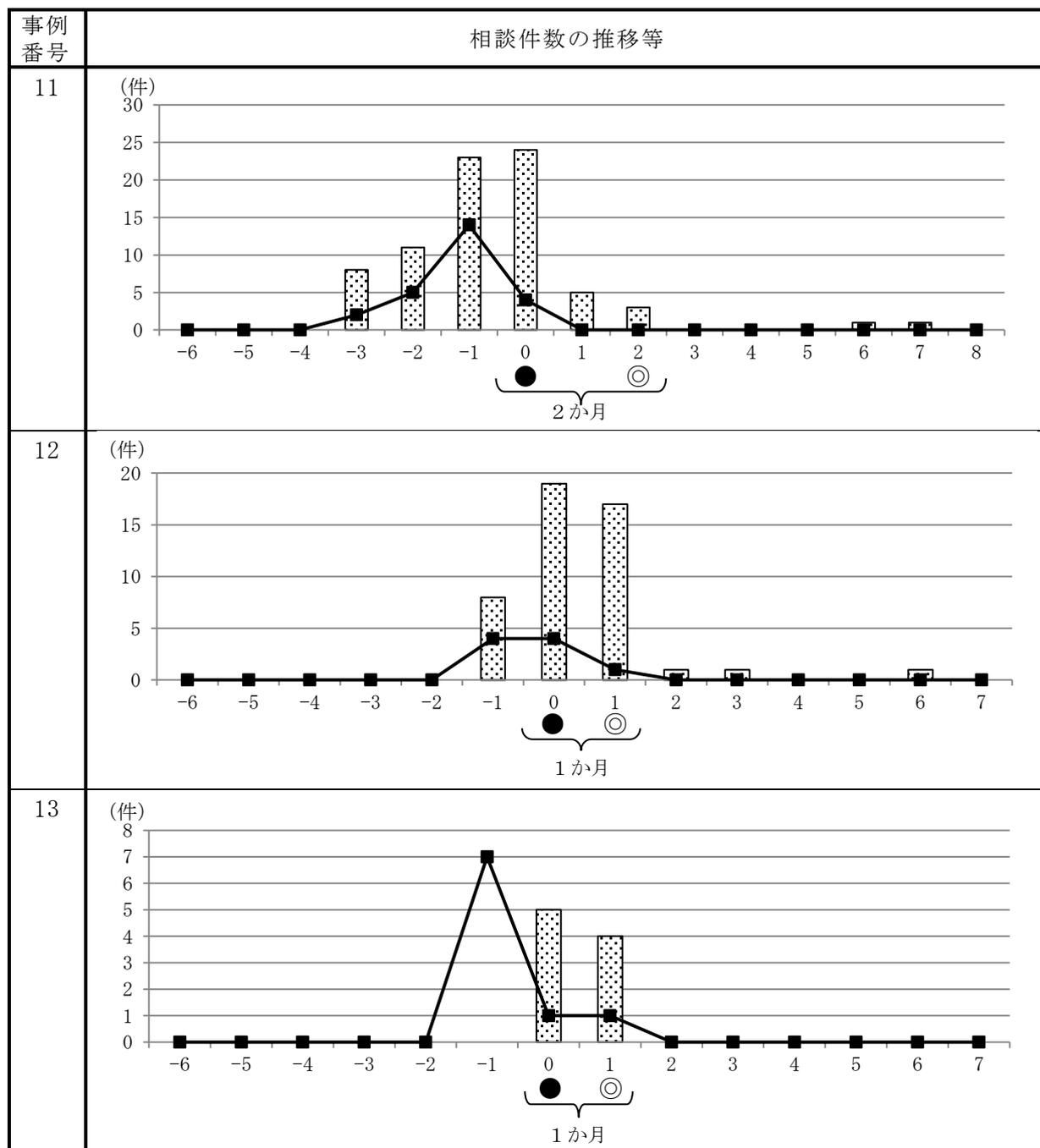
これらの注意喚起の事例ごとに、当該注意喚起に係る事業者に関する P I O - N E T に登録された相談事案における契約購入年月をみると、図表 3 - (1) - エ - ② のとおり、注意喚起が実施された月以降の契約購入は抑制されている。

図表 3 - (1) - エ - ② 注意喚起に係る事業者に関する月別相談件数の推移等



| 事例 番号 | 相談件数の推移等 |
|----------|-----------------------|
| 3 | <p>(件)</p> <p>1か月</p> |
| 4 | <p>(件)</p> <p>7か月</p> |
| 5 | <p>(件)</p> <p>2か月</p> |
| 6 | <p>(件)</p> <p>5か月</p> |

| 事例 番号 | 相談件数の推移等 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------|---|---|----------|----|---|----|---|----|---|----|----|----|----|----|----|---|----|---|----|---|----|---|----|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|
| 7 | <p>(件)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>月</th> <th>相談件数 (件)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>-6</td><td>0</td></tr> <tr><td>-5</td><td>0</td></tr> <tr><td>-4</td><td>0</td></tr> <tr><td>-3</td><td>0</td></tr> <tr><td>-2</td><td>5</td></tr> <tr><td>-1</td><td>35</td></tr> <tr><td>0</td><td>55</td></tr> <tr><td>1</td><td>22</td></tr> <tr><td>2</td><td>10</td></tr> <tr><td>3</td><td>2</td></tr> <tr><td>4</td><td>2</td></tr> <tr><td>5</td><td>0</td></tr> <tr><td>6</td><td>2</td></tr> <tr><td>7</td><td>0</td></tr> <tr><td>8</td><td>0</td></tr> <tr><td>9</td><td>0</td></tr> <tr><td>10</td><td>0</td></tr> </tbody> </table> <p>4か月</p> | 月 | 相談件数 (件) | -6 | 0 | -5 | 0 | -4 | 0 | -3 | 0 | -2 | 5 | -1 | 35 | 0 | 55 | 1 | 22 | 2 | 10 | 3 | 2 | 4 | 2 | 5 | 0 | 6 | 2 | 7 | 0 | 8 | 0 | 9 | 0 | 10 | 0 | | |
| 月 | 相談件数 (件) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| -6 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| -5 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| -4 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| -3 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| -2 | 5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| -1 | 35 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 0 | 55 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 22 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | 10 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | <p>(件)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>月</th> <th>相談件数 (件)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>-6</td><td>0</td></tr> <tr><td>-5</td><td>0</td></tr> <tr><td>-4</td><td>0</td></tr> <tr><td>-3</td><td>0</td></tr> <tr><td>-2</td><td>0</td></tr> <tr><td>-1</td><td>12</td></tr> <tr><td>0</td><td>55</td></tr> <tr><td>1</td><td>25</td></tr> <tr><td>2</td><td>5</td></tr> <tr><td>3</td><td>2</td></tr> <tr><td>4</td><td>2</td></tr> <tr><td>5</td><td>0</td></tr> <tr><td>6</td><td>2</td></tr> <tr><td>7</td><td>0</td></tr> </tbody> </table> <p>4か月</p> | 月 | 相談件数 (件) | -6 | 0 | -5 | 0 | -4 | 0 | -3 | 0 | -2 | 0 | -1 | 12 | 0 | 55 | 1 | 25 | 2 | 5 | 3 | 2 | 4 | 2 | 5 | 0 | 6 | 2 | 7 | 0 | | | | | | | | |
| 月 | 相談件数 (件) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| -6 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| -5 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| -4 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| -3 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| -2 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| -1 | 12 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 0 | 55 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 25 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | 5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | <p>(件)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>月</th> <th>相談件数 (件)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>-6</td><td>0</td></tr> <tr><td>-5</td><td>0</td></tr> <tr><td>-4</td><td>0</td></tr> <tr><td>-3</td><td>0</td></tr> <tr><td>-2</td><td>0</td></tr> <tr><td>-1</td><td>0</td></tr> <tr><td>0</td><td>55</td></tr> <tr><td>1</td><td>20</td></tr> <tr><td>2</td><td>2</td></tr> <tr><td>3</td><td>0</td></tr> <tr><td>4</td><td>0</td></tr> <tr><td>5</td><td>0</td></tr> <tr><td>6</td><td>0</td></tr> <tr><td>7</td><td>0</td></tr> <tr><td>8</td><td>0</td></tr> </tbody> </table> <p>2か月</p> | 月 | 相談件数 (件) | -6 | 0 | -5 | 0 | -4 | 0 | -3 | 0 | -2 | 0 | -1 | 0 | 0 | 55 | 1 | 20 | 2 | 2 | 3 | 0 | 4 | 0 | 5 | 0 | 6 | 0 | 7 | 0 | 8 | 0 | | | | | | |
| 月 | 相談件数 (件) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| -6 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| -5 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| -4 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| -3 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| -2 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| -1 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 0 | 55 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 20 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | <p>(件)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>月</th> <th>相談件数 (件)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>-6</td><td>0</td></tr> <tr><td>-5</td><td>0</td></tr> <tr><td>-4</td><td>5</td></tr> <tr><td>-3</td><td>18</td></tr> <tr><td>-2</td><td>16</td></tr> <tr><td>-1</td><td>42</td></tr> <tr><td>0</td><td>35</td></tr> <tr><td>1</td><td>28</td></tr> <tr><td>2</td><td>26</td></tr> <tr><td>3</td><td>10</td></tr> <tr><td>4</td><td>2</td></tr> <tr><td>5</td><td>4</td></tr> <tr><td>6</td><td>12</td></tr> <tr><td>7</td><td>7</td></tr> <tr><td>8</td><td>2</td></tr> <tr><td>9</td><td>2</td></tr> <tr><td>10</td><td>10</td></tr> <tr><td>11</td><td>20</td></tr> </tbody> </table> <p>5か月</p> | 月 | 相談件数 (件) | -6 | 0 | -5 | 0 | -4 | 5 | -3 | 18 | -2 | 16 | -1 | 42 | 0 | 35 | 1 | 28 | 2 | 26 | 3 | 10 | 4 | 2 | 5 | 4 | 6 | 12 | 7 | 7 | 8 | 2 | 9 | 2 | 10 | 10 | 11 | 20 |
| 月 | 相談件数 (件) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| -6 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| -5 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| -4 | 5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| -3 | 18 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| -2 | 16 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| -1 | 42 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 0 | 35 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 28 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | 26 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | 10 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | 12 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | 7 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | 10 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11 | 20 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |



- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 相談件数は、P I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報によるものであり、P I O - N E T への登録時点等は事例番号ごとにそれぞれ異なる。
 また、相談件数の推移は、原則として、相談件数が最も多い月の6か月前から注意喚起が実施された月の6か月後までを掲載している。
 3 個々の相談の内容等は、相談者の申出に基づくものであり、事実関係が必ずしも確認されたものではない。また、集計結果には、同名異業者に関する相談が含まれる可能性がある。
 4 契約購入年月ベースの相談件数は、契約購入年月が把握可能なものに限り集計しており、受付年月ベースの相談件数と一致しない。

一方で、各注意喚起事例における相談件数が最も多い月から注意喚起が実施された月までの期間をみると、図表3-(1)-エ-③のとおり、同期間が4か月以上となっているものが6事例みられた。

図表 3 - (1) - エ - ③ 相談件数が最も多い月から注意喚起が実施された月までの期間

(単位：事例)

| 区分 | 1 か月 | 2 か月 | 3 か月 | 4 か月 以上 | 計 |
|---------|------|------|------|------------|----|
| 注意喚起事例数 | 3 | 3 | 1 | 6 | 13 |

(注) 1 当省の調査結果による。

2 「相談件数が最も多い月から注意喚起が実施された月までの期間」は、当該注意喚起に係る事業者に関する相談件数が最も多い月と注意喚起実施月の差である。

消費者庁では、注意喚起の端緒情報を把握してから注意喚起を実施するまでに時間が掛かる要因として、事業者の名称等の公表を伴う注意喚起では慎重な調査が必要になることや、調査対象が悪質事業者であり、所在がつかめない場合が多いこと等を挙げている。

注意喚起の端緒情報としては P I O - N E T に登録された相談の情報等が活用されているが、前述のイ(イ)cのとおり、全国の消費生活センター等における「受付情報」の登録所要日数は平成 24 年 1 月から 12 月までで平均 33.1 日となっており、このことも注意喚起の実施までの期間が長期化する要因と考えられる。

(2) 民事ルールの活用状況

(要旨)

消費者と事業者との間の情報の質及び量、交渉力の格差を前提として、契約上のルール（民事ルール）について規定したものとして、民法の特例法である消費者契約法（平成12年法律第61号）があり、事業者が消費者と契約を結ぶ際に、重要事項について客観的事実と異なる説明をした場合（不実告知）等における契約の取消し等が可能となっている。

また、特定商取引法や割賦販売法などの消費者取引の適正化に係る各法律においては、クーリング・オフ等が取引の特性に合わせて規定されている。

これに関し、消費生活相談員に対する意識等調査では、消費者取引の適正化に役立っている取組として、60.8%が「民事ルールの策定」を挙げており、最も高くなっている。この中でも「クーリング・オフ」に関する規定は、相談員の95%以上が「よく利用している」と回答している。

ア 制度の概要

消費者と事業者との間の情報の質及び量、交渉力の格差を前提として、契約上のルール（民事ルール）について規定したものとして、民法の特例法である消費者契約法があり、事業者が消費者と契約を結ぶ際に、重要事項について客観的事実と異なる説明をした場合（不実告知）等における契約の取消し等が可能となっている。

また、特定商取引法や割賦販売法などの消費者取引の適正化に係る各法律においては、消費者が冷静に契約の維持をするかどうか考慮する期間を一定期間設け、期間内であれば消費者が事業者に対し、損害賠償を行わずに契約解除・解約ができるクーリング・オフ等が取引の特性に合わせて規定されている。

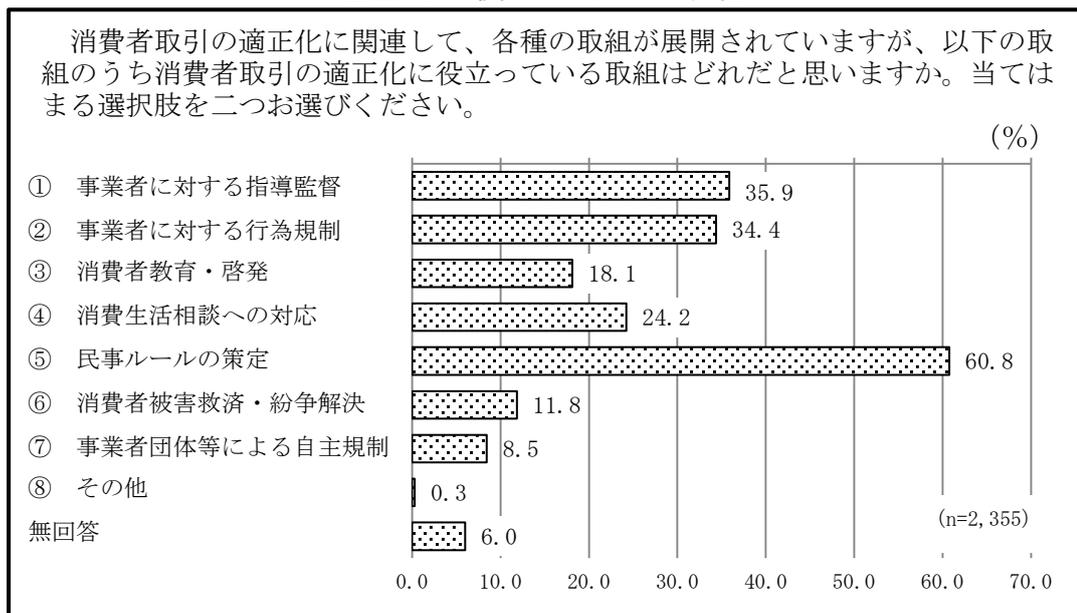
消費者の契約を解除・解約できる制度のほか、平成18年の消費者契約法の改正により、消費者団体訴訟制度が創設され、事業者が消費者契約の締結について勧誘するに際し、消費者契約法上の不当行為等を行った場合等に内閣総理大臣の認定を受けた適格消費者団体にその行為の停止等を求めることができる差止請求権が付与され、20年の改正により、適用範囲が不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号。以下「景品表示法」という。）及び特定商取引法にも拡大されている。適格消費者団体は、事業者に不当行為等に対する是正の指示や教唆の停止等の申入れ（以下「改善・是正の申入れ」という。）ができることとされ、平成25年4月1日現在、11団体ある。

イ 把握結果

(7) 消費生活相談員に対する意識等調査結果

消費生活相談員に対する意識等調査結果において、消費者取引の適正化に役立っている取組は何かと尋ねたところ、図表3-(2)-①のとおり、クーリング・オフ等の「民事ルールの策定」と回答した者が60.8%と最も多くなっている。

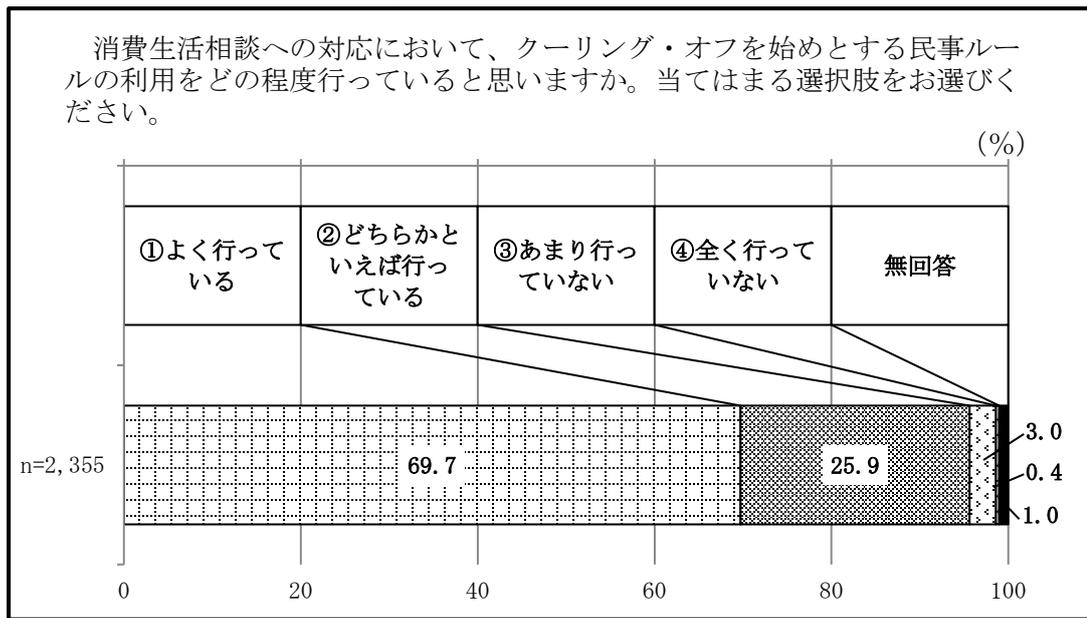
図表3-(2)-① 消費生活相談員に対する意識等調査結果（消費者取引の適正化に役立っている取組）



(注) 1 消費生活相談員に対する意識等調査結果に基づき、当省が作成した。
2 複数回答のため、合計が100にならない。

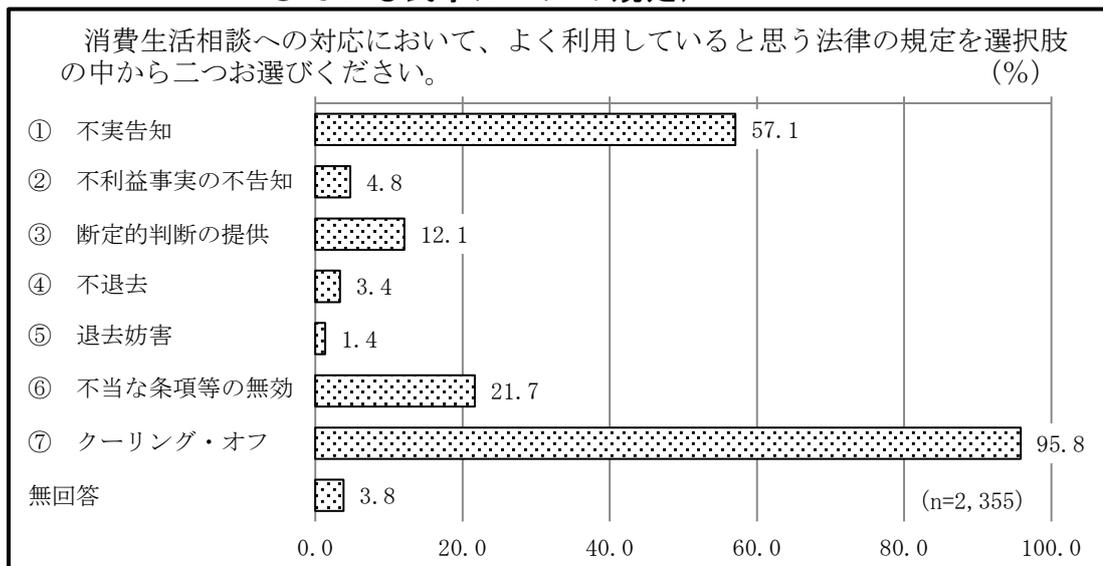
また、消費生活相談への対応における民事ルールをどの程度行っていると思うか尋ねたところ、図表3-(2)-②のとおり、「よく行っている」又は「どちらかといえば行っている」と回答した者の割合が、合わせて95.6%となっている。

図表 3 - (2) - ② 消費生活相談員に対する意識等調査結果（民事ルールの利用状況）



さらに、よく利用していると思われる民事ルールの種類について尋ねたところ、図表 3 - (2) - ③のとおり、「クーリング・オフ」と回答した者が95.8%で最も多く、次いで消費者契約法第4条第1項第1号等の規定に基づく「不実告知」と回答した者が57.1%となっている。

図表 3 - (2) - ③ 消費生活相談員に対する意識等調査結果（よく利用している民事ルールの規定）



(イ) 適格消費者団体による差止請求

全国の適格消費者団体による平成22年度から24年度における差止請求訴訟件数は、図表3-(2)-④のとおり、21件あり、その内容としては、消費者契約法第9条第1号又は第10条の規定に基づく不当な契約条項の使用の停止に関する訴えが多く、特に携帯電話利用サービスに係る契約条項のうち解約料に関する事案、賃貸借に関する事案、貸衣装のレンタルに関する事案等が多い。

図表3-(2)-④ 差止請求訴訟件数

(単位：件)

| 区分 | 年度 | 平成22 | 23 | 24 | 計 |
|-------------|----|------|----|----|----|
| 消費者団体訴訟 | | 9 | 7 | 5 | 21 |
| 消費者契約法に係る事案 | | 9 | 7 | 4 | 20 |
| 景品表示法に係る事案 | | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 特定商取引法に係る事案 | | 0 | 0 | 1 | 1 |

- (注) 1 消費者庁の資料に基づき、作成した。
2 差止請求に係る訴えが提起された月を基準とした。

また、平成22年度から24年度までにおける改善・是正の申入れ件数について、7適格消費者団体を調査したところ、図表3-(2)-⑤のとおり、年間60件から80件程度であり、その内容としては、消費者契約法第9条又は第10条の規定に基づく不当な契約条項の使用の停止に関するものが多い。

図表3-(2)-⑤ 改善・是正の申入れ件数

(単位：件)

| 区分 | 年度 | 平成22 | 23 | 24 | 計 |
|---------------|----|------|----|----|-----|
| 改善・是正申入れ件数 | | 84 | 66 | 84 | 234 |
| 消費者契約法4条関係件数 | | 0 | 1 | 0 | 1 |
| 消費者契約法8条関係件数 | | 10 | 11 | 14 | 35 |
| 消費者契約法9条関係件数 | | 39 | 31 | 20 | 90 |
| 消費者契約法10条関係件数 | | 45 | 27 | 25 | 97 |
| 景品表示法関係件数 | | 2 | 14 | 12 | 28 |
| 特商法関係件数 | | 2 | 3 | 2 | 7 |

- (注) 1 当省の調査結果による。
2 件数は延べ数であり、改善・申入れを行った日を基準として集計した。

(3) 消費者に対する教育・啓発の実施状況

(要旨)

消費者に対する教育・啓発については、学校等の場において、従前から取り組まれているところであり、また、都道府県等において地方消費者行政活性化交付金を活用した取組等が行われているところである。一方、消費者教育推進法が平成 24 年 12 月に施行され、これに基づき、消費者教育推進会議の設置や、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（平成 25 年 6 月 28 日閣議決定。以下「消費者教育推進基本方針」という。）の策定が行われ、都道府県等では消費者教育推進地域協議会の設置や消費者教育推進に関する施策についての計画（以下「消費者教育推進計画」という。）の策定が進められている。

国、都道府県等の消費者教育の取組は、次のとおりである。

- ① 消費者教育推進法の施行に際し、消費者及び消費者教育の担い手が取り組むべき消費者教育の意義や目標を示すために重点領域ごと、ライフステージごとに整理した「消費者教育の体系イメージマップ」が作成されている。しかし、どのような機関がどのような役割を果たしていくのかが明確ではなく、また、幼児期から高校生期にかけての学習目標は学習指導要領等と合致していない。
- ② 消費者教育推進基本方針では消費者教育推進のための指標化を今後検討すべき課題としている。調査した 26 都道府県及び 63 市区のうち、自ら実施する教育・啓発の効果を把握しているものは、10 都道府県（38.5%）及び 15 市区（23.8%）であり、その把握内容をみると、出前講座の実施回数や学校への消費者教育推進に関する指導助言を行ったこと自体を効果として挙げているものもみられる。
- ③ 消費生活相談員に対する意識等調査では、消費者トラブルの回避のために i) 未成年では「学校における消費生活に関する授業の支援・充実」が、ii) 高齢者・障がい者では、「消費者トラブルを発見、回避するための地域における見守り体制の充実」が重要とされている。

このうち、i) の学校における消費生活に関する授業の支援・充実に関し、調査した小学校、中学校及び高等学校 75 校のうち、消費者教育実施に当たり、平成 23 年度又は 24 年度に教員が消費生活に関する研修を受講している学校は 20 校（26.7%）となっている。一方、平成 23 年度に消費者庁が全国全ての公立の高等学校に配布した冊子は、調査した 25 校のうち、10 校（40.0%）で利用していないとしている。

また、ii) の地域における見守り体制に関し、平成 22 年度から 24 年度までの間に高齢者・障がい者等に支援する立場である民生委員、社会福祉主事等に研修等を行っているのは、調査した 26 都道府県及び 63 市区のうち、8 都道府県（30.8%）及び 4 市区（6.3%）となっている。

ア 制度の概要

消費者に対する教育については、学校等の場において従前から取り組まれていたところであり、また、前述の3(1)アの地方消費者行政活性化交付金を活用した消費者に対する教育、啓発等が行われているところである。

また、平成24年8月に消費者教育を総合的かつ一体的に推進することを目的として、消費者教育推進法が成立し、同年12月に施行された。消費者教育推進法に基づき、消費者、事業者、教育関係者等で構成された消費者教育推進会議が設置され、平成25年3月より開催された同会議での意見を踏まえ、消費者教育推進基本方針が策定された。

なお、消費者教育推進法において、各都道府県等では、消費者教育推進基本方針を踏まえて消費者教育推進計画を定めるよう努力しなければならない（同法第10条第1項）こと、消費者教育推進地域協議会を組織するよう努めなければならない（同法第20条第1項）こと等が定められている。平成25年12月末現在、消費者教育推進計画は、東京都及び神戸市で策定されており、消費者教育推進地域協議会は11都府県及び2政令指定都市に設置されている。

イ 把握結果

(7) 国における消費者教育の実施状況

国では従来から悪質事業者に関する注意喚起、教材等の情報を集約した消費者教育ポータルサイトの開設、教材情報や先進的な消費者教育の実施例の収集及び情報提供、学校教育における消費生活に関する内容の充実を図っているほか、消費者教育推進法施行後には都道府県等からの要請に応じて専門家を派遣し、消費者教育の方策に係る指導助言を行っているところである。

消費者教育推進法の施行に際し、消費者庁は、関係府省及び有識者から成る消費者教育推進のための体系的プログラム研究会（以下「研究会」という。）を開催し、消費者教育で重点的に実施すべき領域及びライフステージごとの目標について検討を行った。研究会では、図表3-（3）-①のとおり、消費者及び消費者教育の担い手が取り組むべき消費者教育の意義や目標を示すために、重点領域ごと、ライフステージごとに整理した「消費者教育の体系イメージマップ」（以下「イメージマップ」という。）が作成され、その活用方法等を記した小冊子とともに公表されている。

図表3-③-① 消費者教育の体系イメージマップ

| 各期の特徴 | Ver.1.0 | | |
|---|---|--|---|
| | 幼児期 | 小学生期 | 中学生期 |
| 重点領域 消費者市民社会の構築 | 様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期 | 主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての業地の形成が望まれる時期 | 生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期 |
| | おつかいや買い物に関心をもち、身の回りのものを大切にしよう | 消費をめる物と金銭の流れを考えよう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう |
| | 協力することの大切さを知らう | 自分の生活と身近な環境とのかわりに気づき、物の使い方を工夫しよう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう |
| 商品等の安全 | くらしの中の危険や、もの安全な使い方を知ろう | 身近な消費者問題に目を向けよう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう |
| | 困ったことがあったら身近な人に伝えよう | 困ったことがあったら身近な人に相談しよう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう |
| | 約束やきまりを守ろう | 物の選び方、買い方を考え、適切に購入しよう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう |
| 生活の管理と契約 | 欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう | 物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう |
| | 身の回りのさまざまな情報に気づこう | 消費に関する情報の集め方や活用の仕方を知ろう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう |
| | 自分や家族を大切にしよう | 自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを守ろう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう |
| 情報とメディア | 身の回りの情報から「なぜ」どうしてかを考えよう | 消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知らう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう |
| | 消費生活情報に対する批判的 思考力 | 消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会 意思決定の大切さを知らう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう |
| | 消費生活情報 | 消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会 意思決定の大切さを知らう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう |
| 成人一般 | 特に高齢者 | 特に若者 | 特に高齢者 |
| 精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期 | 生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期 | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう |
| 持続可能な社会について伝えよう | 持続可能な社会を目指したライフスタイルを採ろう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう |
| 支え合いながら協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくらう | 身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けて行動の場を広げよう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう |
| 安全で危険の少ないくらしの大切さを伝えよう | 安全で危険の少ないくらし方をすすめる習慣を付けよう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう |
| 支え合いながらトラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう | トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう |
| 契約のルールに遭遇しない暮らしの知恵を伝えよう | 契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう |
| 生活環境の変化に対応し、支え合いながら生活を管理しよう | 生涯を見通した計画的なくらしを目指し、生活設計・管理を実践しよう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう |
| 支え合いながら情報と情報技術を適切に利用しよう | 情報と情報技術を適切に利用する習慣を付けよう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう |
| 支え合いながら、トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくらう | 情報モラルのルールや情報モラルを守る習慣を付けよう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう |
| 支え合いながら、消費生活情報に積極的に活用しよう | 消費生活情報を主体的に活用する習慣を付けよう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう | 生涯・流通・消費・産業が環境、経済、社会に与える影響を考えよう |

※本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体系的に組み立て、理解を進め、実践するための対応関係を示すものではありません。

このイメージマップは、消費者教育に関係する者が消費者教育について認識を共有し、家庭、地域、学校、大学、職域等における学習で活用されることが期待されている。一方で、イメージマップでは学習目標別の消費者教育の実施主体及び具体的な消費者教育の実施内容が整理されておらず、学習目標を達成するための教材の作成や事業を実施すべき関係機関が明らかにされていない。さらに、学習目標の中には「トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しやすい社会をつくろう」や「契約トラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝え合おう」等、学習目標とはいえないものもみられる。

また、イメージマップでは、幼児期、小学生期、中学生期及び高校生期の学習目標が整理されているが、学習指導要領等の学習目標との対応関係が不明確であり、学習指導要領等の構成とも合致しないものとなっている。

なお、消費者教育推進基本方針では、イメージマップの改定を今後検討すべき課題の一つとして掲げており、平成25年12月から消費者教育推進会議の小委員会である消費者市民育成小委員会において検討が行われ、全体目標の標記の修正等が行われている。

(イ) 都道府県等における消費者教育の実施に係る効果の把握状況

消費者教育推進法では、消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を踏まえ、消費者教育推進基本方針の見直しを行うとされており、都道府県等が策定した消費者教育推進計画の改定についても実施状況の調査、分析及び評価を行うよう努めなければならないこととされている。また、消費者庁では、消費者教育の推進状況を測定するための指標がなく、消費者教育推進基本方針において消費者教育の推進状況を指標化することが今後、検討すべき課題であるとしている。

消費者教育の実施に係る効果の把握状況について、26 都道府県及び63 市区を調査したところ、図表3-③-②のとおり、10 都道府県(38.5%)及び15 市区(23.8%)が効果を把握しているとしている。その把握内容をみると、出前講座での受講者アンケート等、実施事業の一部のみの効果を把握しているものが6 都道府県及び10 市区で最も多かった。また、出前講座等の行事の実施回数や学校への消費者教育推進に関する指導助言を行ったこと自体を効果としている都道府県等もみられた。

なお、前述の第2の2(2)のように、全相談件数に占める助言件数の増加や消費者被害に遭った又は被害に遭いそうになった人の割合、消費者被害に遭った際何もしなかった人の割合の減少を教育・啓発の推進に

係る効果指標として設定している例もみられる。

図表 3 - (3) - ② 消費者教育実施に係る効果の把握状況

(単位：機関、%)

| 区分 | 都道府県数 | 市区数 | 計 |
|--------------|------------|------------|------------|
| 効果を把握 | 10 (38.5) | 15 (23.8) | 25 (28.1) |
| 効果未把握 | 16 (61.5) | 48 (76.2) | 64 (71.9) |
| 調査対象都道府県・市区数 | 26 | 63 | 89 |

(注) 1 当省の調査結果による。

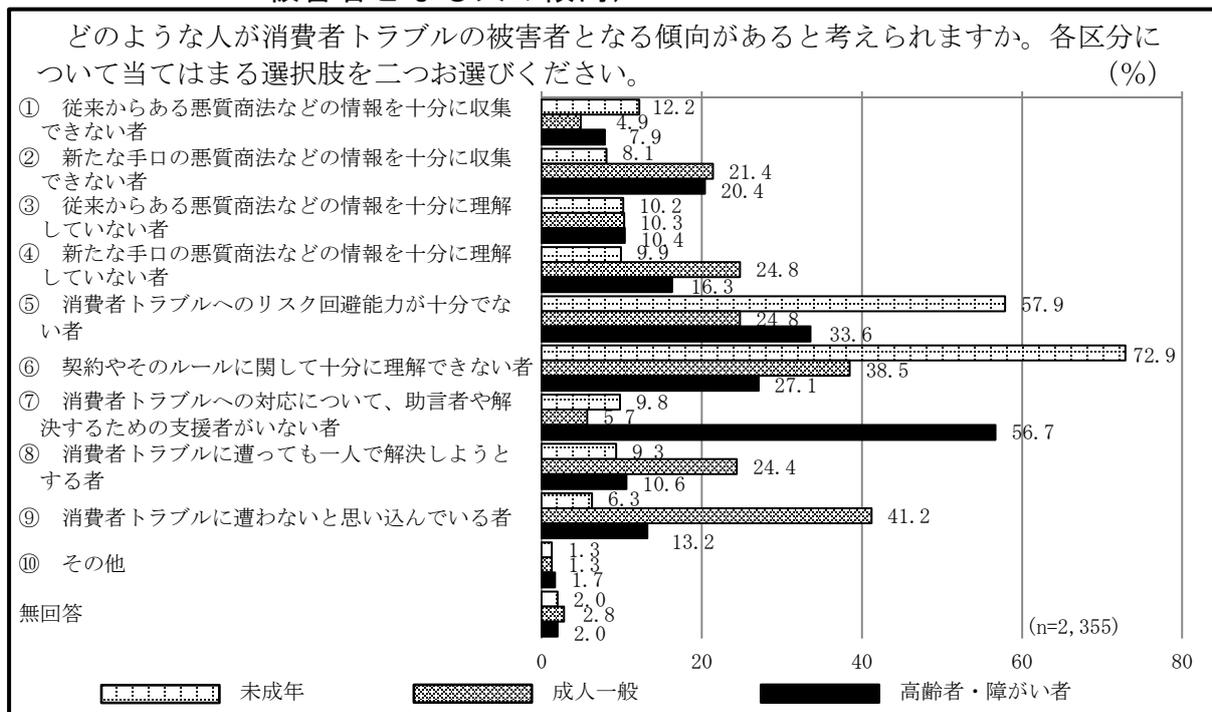
2 () 内は調査対象都道府県・市区数に対する割合である。

(ウ) 意識等調査結果と都道府県等における消費者教育への取組状況

a 意識等調査結果

消費生活相談員に対する意識等調査において、未成年、成人一般、高齢者・障がい者の各区分でどのような人が消費者トラブルの被害者になる傾向があると考えられるか尋ねたところ、図表 3 - (3) - ③のとおり、未成年については「契約やそのルールに関して十分に理解できない者」が 72.9%、成人一般は「消費者トラブルに遭わないと思いついでいる者」が 41.2%、高齢者・障がい者については「消費者トラブルへの対応についての助言者や解決するための支援者がいない者」が 56.7%で最も多く、各区分で傾向が異なっている。

図表 3 - (3) - ③ 消費生活相談員に対する意識等調査結果（消費者トラブルの被害者となる人の傾向）

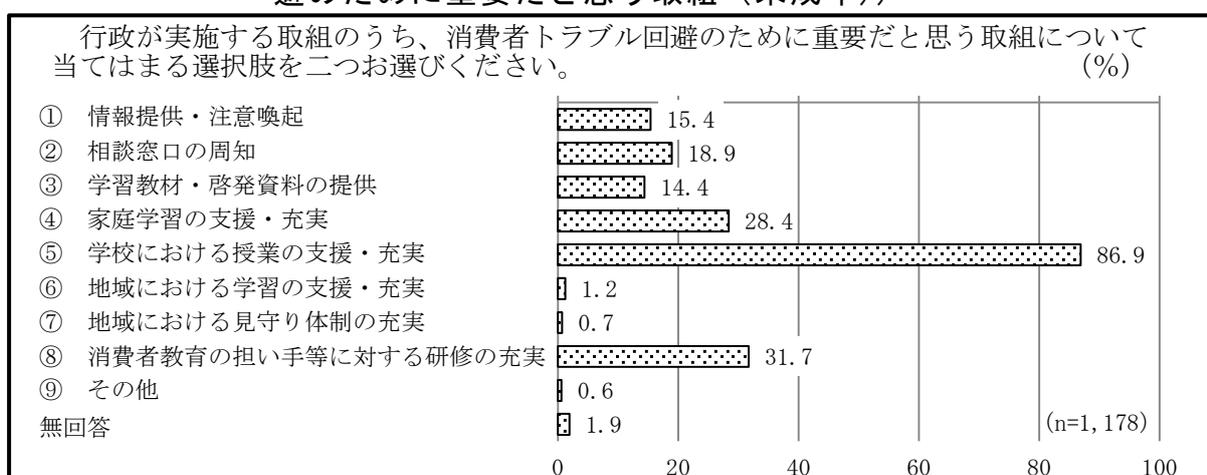


(注) 1 消費生活相談員に対する意識等調査結果に基づき、当省が作成した。

2 複数回答のため、合計が 100 にならない。

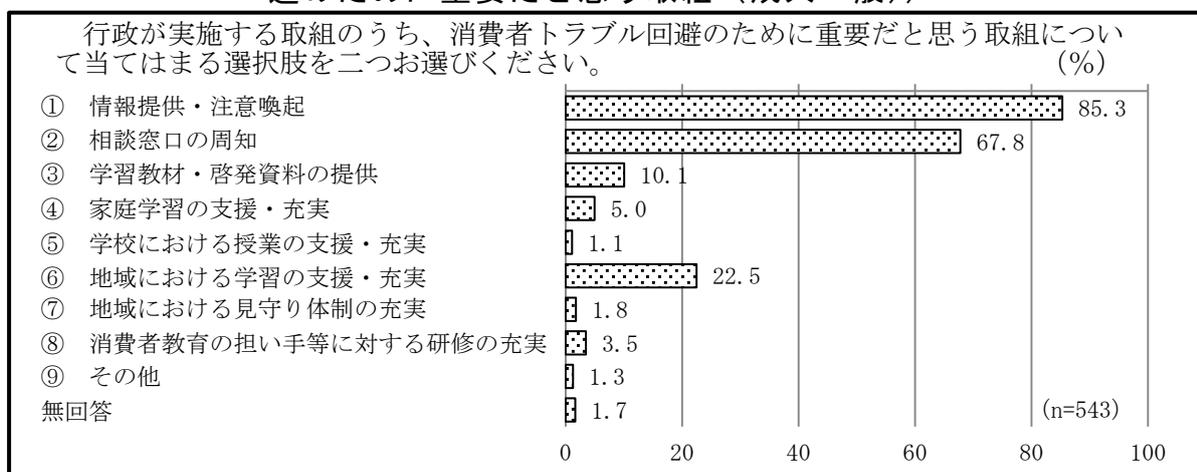
また、消費生活相談員に、上記設問で被害者になる傾向があると考えられる者について、行政が実施する取組のうち、消費者トラブルの回避のために重要だと思う取組について尋ねたところ、図表3-3-④～⑥のとおり、未成年では「学校における消費生活に関する授業の支援・充実」が86.9%、成人一般では「(消費者に対するトラブルに関する)情報提供・注意喚起」が85.3%、高齢者・障がい者では「(民生委員や消費者被害防止のためのネットワーク等の)消費者トラブルを発見、回避するための地域における見守り体制の充実」が92.9%で最も多かった。

図表3-3-④ 消費生活相談員に対する意識等調査結果(消費者トラブル回避のために重要だと思う取組(未成年))



- (注) 1 消費生活相談員に対する意識等調査結果に基づき、当省が作成した。
 2 nは、未成年で消費者トラブルの被害者となる人の傾向として最も多かった「契約やそのルールに関して十分に理解できない者契約やそのルールに関して十分に理解できない者」を1位に挙げた人数である。
 3 複数回答のため、合計が100にならない。

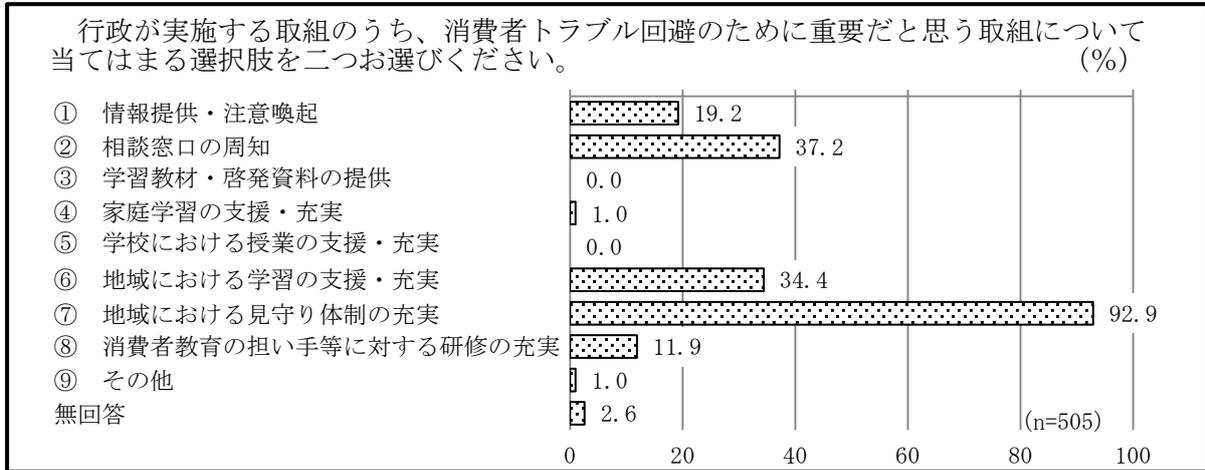
図表3-3-⑤ 消費生活相談員に対する意識等調査結果(消費者トラブル回避のために重要だと思う取組(成人一般))



- (注) 1 消費生活相談員に対する意識等調査結果に基づき当省が作成した。

- 2 nは、成人一般で消費者トラブルの被害者となる人の傾向として最も多かった「消費者トラブルに遭わないと思込んでいる者」を1位に挙げた人数である。
- 3 複数回答のため、合計が100にならない。

図表3-(3)-⑥ 消費生活相談員に対する意識等調査結果（消費者トラブル回避のために重要だと思う取組（高齢者・障がい者））



- (注) 1 消費生活相談員に対する意識等調査結果に基づき、当省が作成した。
 2 nは、高齢者・障がい者で消費者トラブルの被害者となる人の傾向として最も多かった「消費者トラブルに遭わないと思込んでいる者」を1位に挙げた人数である。
 3 複数回答のため、合計が100にならない。

b 未成年者に対する取組

(a) 教員に対する研修の実施状況

上記 a のとおり、消費生活相談員に対する意識等調査では、未成年者が消費者トラブルを回避するために重要な取組として、「学校における授業の支援・充実」を挙げる者が最も多く、また、「消費者教育の担い手等に対する研修の充実」についても約3割が重要であるとしており、学校における消費者教育の充実及び消費者教育を実施する教員への研修の充実が重要であると考えられる。

これに対し、教員に対する研修の実施状況について、26都道府県及び63市区の消費生活相談担当部署を調査したところ、平成22年度から24年度までの間において教員を対象とした研修を実施した都道府県等は7都道府県及び5市区であった。

また、教員に対する研修の実施状況について、26都道府県教育委員会及び25市区教育委員会を調査したところ、図表3-(3)-⑦のとおり、平成22年度から24年までの間に消費生活相談担当部署及び教育委員会のいずれでも実施しているものは5都道府県(19.2%)及び2市区(8.0%)であり、消費生活相談担当部署及び教育委員会のいずれも未実施のものが7都道府県(26.9%)及び13市区(52.0%)となっている。

図表 3 - (3) - ⑦ 教員に対する研修の実施状況

(単位：機関、%)

| 区分 | 都道府県教育委員会数 | 市区教育委員会数 | 計 |
|------------------------|------------|-----------|-----------|
| 研修を実施 | 19(73.1) | 12(48.0) | 31(60.8) |
| 消費生活相談担当部署で実施 | 2(7.7) | 3(12.0) | 5(9.8) |
| 教育委員会で実施 | 12(46.2) | 7(28.0) | 19(37.3) |
| 消費生活相談担当部署、教育委員会いずれも実施 | 5(19.2) | 2(8.0) | 7(13.7) |
| 研修未実施 | 7(26.9) | 13(52.0) | 20(39.2) |
| 計 | 26(100) | 25(100) | 51(100) |

(注) 1 当省の調査結果による。
2 () 内は計に対する割合である。

一方、教員の消費生活に係る内容が含まれる研修の受講状況について、小学校、中学校及び高等学校計 75 校を調査したところ、図表 3 - (3) - ⑧のとおり、平成 23 年度が 14 校 (18.7%)、24 年度が 15 校 (20.0%) で、23 年度又は 24 年度において研修を受講しているのは 20 校 (26.7%) となっている。

図表 3 - (3) - ⑧ 教員の研修受講状況

(単位：校、%)

| 区分 | 調査対象学校数 | 平成 23 年度 | 24 | 研修受講学校数 |
|------|-----------|----------|----------|----------|
| 小学校 | 25(100) | 4(16.0) | 4(16.0) | 4(16.0) |
| 中学校 | 25(100) | 4(16.0) | 3(12.0) | 5(20.0) |
| 高等学校 | 25(100) | 6(24.0) | 8(32.0) | 11(44.0) |
| 計 | 75(100) | 14(18.7) | 15(20.0) | 20(26.7) |

(注) 1 当省の調査結果による。
2 () 内は調査対象学校数に対する教員の研修受講学校数の割合である。
3 「研修受講学校数」は平成 23 年度又は 24 年度において教員が研修を受講した学校数である。

(b) 関係機関との連携状況

消費者教育の実施に当たっての関係機関との連携状況について、小学校、中学校及び高等学校計 75 校を調査したところ、図表 3 - (3) - ⑨のとおり、平成 22 年度から 24 年度までに連携の実績があるのは 36 校 (48.0%) であり、小学校、中学校及び高等学校別にみると、小学校及び中学校では 8 校 (32.0%)、高等学校では 20 校 (80.0%) となっている。

また、連携先としては都道府県又は市区の消費生活センターが 17 校 (47.2%) で最も多く、そのほかに都道府県金融広報委員会、日

本クレジット協会等の事業者団体、民間企業、警察署となっている。連携内容としては、出前講座の依頼のほか、授業等で利用する資料の提供・借用がみられた。

図表 3 - (3) - ⑨ 消費生活センター等との連携状況

(単位：校、%)

| 区分 | 小学校 | 中学校 | 高等学校 | 計 |
|---------|------------|------------|------------|------------|
| 連携あり | 8 (32.0) | 8 (32.0) | 20 (80.0) | 36 (48.0) |
| 連携なし | 17 (68.0) | 17 (68.0) | 5 (20.0) | 39 (52.0) |
| 調査対象学校数 | 25 | 25 | 25 | 75 |

(注) 1 当省の調査結果による。

2 () 内は調査対象学校数に対する割合である。

さらに、消費者教育を推進するために重要と考えられる連携先について、26 都道府県及び 63 市区の消費生活相談担当部署を調査したところ、21 都道府県 (80.8%) 及び 45 市区 (71.4%) で教育委員会との連携が重要であるとしている。一方で、教育現場では消費者教育の優先度は低く、消費者教育の推進の意識も低いとの理由から、都道府県等の消費生活相談担当部署に教育委員会に対する消費者教育推進の働きかけを任せきりにするのではなく、消費者庁が文部科学省と連携し、教育委員会に消費者教育の推進の更なる働きかけを行うことが必要であるとする意見も聴かれた。

(c) 教材の利用状況

消費生活に関する知識の普及を目的として、国、都道府県等では児童・生徒及び教職員を対象とした教材を作成し、配布しており、消費者庁では平成 22 年度に中学生を対象とした冊子、教師用解説書及び DVD (予算：13,779 千円) を、23 年度には高校生を対象とした冊子、教師用解説書及び DVD を作成 (予算：26,037 千円) している。

このうち、公立の高等学校全校に配布された教材の利用状況について、25 公立高等学校を調査したところ、図表 3 - (3) - ⑩のとおり、利用しているとした高等学校は、冊子が 3 校 (12.0%)、教師用解説書が 4 校 (16.0%)、DVD が 6 校 (24.0%) となっている。

教材を利用しなかった高等学校では、その理由として、i) 類似の内容の資料を利用している、ii) 教科書だけで十分、iii) 教材の内容が授業で扱いにくい等との理由を挙げている。

図表 3 - (3) - ⑩ 高等学校における教材の活用状況

(単位：校、%)

| 区分 \ 利用状況 | 授業で利用 | 生徒へ配布 | 利用も配布もしていない | 利用状況不明 | 計 |
|-----------|-------------|------------|--------------|--------------|-------------|
| 冊子 | 3 (12.0) | 1 (4.0) | 10 (40.0) | 11 (44.0) | 25 (100) |
| 教師用解説書 | 4 (16.0) | | 9 (36.0) | 12 (48.0) | 25 (100) |
| D V D | 6 (24.0) | | 8 (32.0) | 11 (44.0) | 25 (100) |

- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 ()内は計に対する割合である。
 3 「利用状況不明」とは、i) 教材を受領したかどうか分からない、
 ii) 教材を受領したが、利用状況が分からないとした学校数を計上している。

c 高齢者に対する取組

上記 a のとおり、消費生活相談員に対する意識等調査では、高齢者・障がい者がトラブルを回避するために重要な取組として、「地域における見守り体制（民生委員や消費者被害防止のためのネットワークなど）の充実」を挙げる者が最も多く、消費者教育推進基本方針では、民生委員、社会福祉主事、介護福祉士等の福祉関係者等の高齢者・障がい者を見守る者に対する消費者教育の実施が必要であるとされている。

教育・啓発を行う対象として設定している者について、26 都道府県及び 63 市区を調査したところ、12 都道府県(46.2%)及び 24 市区(38.1%)で見守りを行う者をその対象としており、平成 22 年度から 24 年度までの間に、見守りを行う者を対象とした研修等を実施したのは 8 都道府県 (30.8%) 及び 4 市区 (6.3%) となっている。