

消 費 者 取 引 に 関 す る
政 策 評 価 書
(要 旨)

平成26年 4 月

総 務 省

目 次

	(頁)
第1 評価の対象とした政策等	1
1 評価の対象とした政策	1
2 評価を担当した部局及びこれを実施した時期	1
3 評価の観点と政策効果の把握の手法	1
4 調査対象機関等	3
5 学識経験を有する者の知見の活用に関する事項	4
6 政策の評価を行う過程において使用した資料その他の情報に関する事項	4
第2 政策の概要	5
1 政策の背景事情	5
2 政策の体系等	6
(1) 「消費者取引の適正化を図るための施策」と評価の対象	6
(2) 施策の目標等	8
第3 政策効果の把握の結果	11
1 消費者取引に係る政策の全体の動向	11
2 事業者向け施策の現況	12
(1) 特定商取引法に係る法改正の効果と法の執行状況等	12
ア 法改正の動向とその効果	12
(ア) 平成20年の特定商取引法改正	12
(イ) 平成24年の特定商取引法改正	13
イ 法の執行状況等	14
(2) 宅地建物取引業法に係る省令改正の効果と指導監督の実施状況等	15
ア 平成23年の宅地建物取引業法施行規則改正の動向とその効果	15
イ 指導監督の実施状況等	16
(3) 割賦販売法に係る法改正の効果と指導監督の実施状況等	17
ア 平成20年の割賦販売法改正の動向とその効果	17
イ 指導監督の実施状況等	18

(4) 貸金業法に係る法改正の効果と指導監督の実施状況等	19
ア 平成18年の貸金業法改正の動向とその効果	19
イ 指導監督の実施状況等	20
(5) 商品先物取引法に係る法改正の効果と指導監督の実施状況等	21
ア 平成21年の商品先物取引法改正の動向とその効果	21
イ 指導監督の実施状況等	21
(6) 金融商品取引法に係る法令改正の効果と指導監督の実施状況等	22
ア 法令改正の動向とその効果	22
(ア) 平成21年の金融商品取引業等に関する内閣府令改正	22
(イ) 平成21年の金融商品取引法改正	22
(ウ) 平成22年の金融商品取引法施行令改正	23
(エ) 平成23年の金融商品取引法改正	23
イ 指導監督の実施状況等	24
(7) 老人福祉法に係る法改正の効果と指導監督の実施状況等	25
ア 平成23年の老人福祉法改正の動向とその効果	25
イ 指導監督の実施状況等	26
(8) 法執行・指導監督における消費生活相談情報の活用状況	26
3 消費者向け施策の現況	28
(1) 消費者からの相談への対応状況	28
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	28
イ 都道府県等における消費生活相談の実施状況	29
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	31
エ 消費者に対する注意喚起の実施状況	32
(2) 民事ルールの利用状況	33
(3) 消費者に対する教育・啓発の実施状況	34
第4 評価の結果及び勧告	36
1 評価の結果	36
2 勧告	52

第1 評価の対象とした政策等

1 評価の対象とした政策

消費者基本法（昭和43年法律第78号）は、「消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念を定め、国、都道府県等及び事業者の責務等を明らかにするとともに、その施策の基本となる事項を定めることにより、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図り、もつて国民の消費生活の安定及び向上を確保すること」を目的とし、基本理念の一つとして「消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保」を掲げている。本政策評価は、同法に基づき策定された「消費者基本計画」（平成22年3月30日閣議決定）において、この基本理念の実現に向けて取り組むこととされている「消費者取引の適正化を図るための施策」と、これを推進していく上で密接不可分な関係にある消費者からの相談への対応、消費者教育といった施策を評価の対象とした。

2 評価を担当した部局及びこれを実施した時期

総務省行政評価局 評価監視官（財務、経済産業等担当）

平成24年12月から26年4月まで

3 評価の観点と政策効果の把握の手法

消費者取引の適正化を図るための取組は、大きく、事業者に対する規制や法執行・指導監督を行うための施策と消費者に対する消費生活相談や教育・啓発等を行うための施策から成っている。また、これらの施策があいまって、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た消費者被害の未然防止及び拡大防止が図られ、消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保に向けた効果が発現することになると考えられる。

評価に当たっては、大きく、事業者向け施策と消費者向け施策とに分けた上で、必要性、有効性及び効率性の観点からそれぞれの施策の実施状況

や効果を検証しつつ、総体としてどのような効果を上げているかなどの総合的な観点から、全体として評価を行い、関係行政の今後の在り方の検討に資するために実施した。

(1) 事業者向け施策

事業者向け施策については、消費者取引に関するトラブルに対応するため、事業者に対する行為規制等を内容とする法令改正が逐次行われている。これらの法令改正については、必要性及び有効性の観点から、i) 各府省が法令改正前に作成した規制の事前評価書や各府省への調査を通じて、所期の目論見において想定されていた効果と、効果を測るための指標を把握し、ii) その指標や関連すると考えられる指標の推移を把握し、iii) 地方支分部局及び都道府県の事業者に対する法執行・指導監督を担当する部署や都道府県及び市区の消費生活相談を担当する部署に対する実地調査、並びに消費生活相談員（注）に対する意識等調査により効果の発現状況の認識を把握することにより、その効果の発現状況を分析した。

また、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、地方支分部局、都道府県等に対する実地調査により、事業者に対する法執行・指導監督について、効果の発現に至る過程や、それらの実施状況等を把握・分析した。

（注） 消費生活相談員とは、都道府県や市区町村の消費生活センターや消費生活相談窓口において、消費者からの消費生活相談への対応等を行う相談員である。

(2) 消費者向け施策

消費者向け施策については、国から都道府県に交付された地方消費者行政活性化交付金に関し、効率性の観点からその活用状況を把握・分析するとともに、関係機関における費用と政策効果との関係についての考え方を把握・分析した。

また、消費者からの相談への対応や消費者に対する教育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、地方支分部局、都道府県等に対する実地調査及び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と効果を把握・分析した。

(3) 消費生活相談員に対する意識等調査の実施

上記(1)及び(2)の施策の効果を把握・分析するために、全国の都道府県、市区町村等において消費生活相談員として消費生活相談業務に従事している者3,379人に対する意識等調査（以下「消費生活相談員に対する意識等調査」という。）を実施し、消費者取引の適正化に関して取り組まれている各種施策の課題等に関し、おおむね平成24年度1年間の状況を把握した。

回収数：2,355人（回収率：69.7%）

調査期間：平成25年7月16日～同年9月5日

（調査票の配布から回収までの期間）

なお、意識等調査の結果報告書については、総務省ホームページにおいて公表している。

(http://www.soumu.go.jp/main_content/000279541.pdf)

4 調査対象機関等

(1) 調査対象機関

内閣府、国家公安委員会（警察庁）、金融庁、消費者庁、総務省、法務省、財務省、文部科学省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、環境省

(2) 関連調査等対象機関

都道府県、市区、都道府県公安委員会（都道府県警察）、都道府県教育委員会、市区教育委員会、独立行政法人国民生活センター、事業者団体等、適格消費者団体

5 学識経験を有する者の知見の活用に関する事項

(1) 政策評価・独立行政法人評価委員会（政策評価分科会）

本政策評価の企画立案及び評価書の取りまとめに当たって、次のとおり、政策評価・独立行政法人評価委員会の下に置かれる政策評価分科会の審議に付し、本評価の全般に係る意見等を得た。

- ① 平成24年11月28日 政策評価計画
- ② 平成25年11月13日 調査の状況（政策評価の方向性）

なお、上記分科会の議事要旨及び議事録については、総務省ホームページで公表している。

(http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/hyouka/dokuritu_n/hyoukaiinkai.html)

(2) 有識者からの意見聴取

本政策評価の計画の検討、政策効果の発現状況の把握方法や把握結果の分析方法等に関して、政策評価分科会委員を含む学識経験者及び実務家（14人）から意見の聴取を行った。

6 政策の評価を行う過程において使用した資料その他の情報に関する事項

当省が実施した実地調査及び意識等調査の結果のほか、主として次の資料を使用した。

- ① 地方消費者行政の現況調査（消費者庁）
- ② 消費生活に関する意識調査（消費者庁）
- ③ 消費者意識基本調査（消費者庁）
- ④ 消費生活年報（独立行政法人国民生活センター）
- ⑤ 国民生活動向調査（独立行政法人国民生活センター）
- ⑥ 全国消費生活情報ネットワーク・システムに登録された消費生活相談情報（独立行政法人国民生活センター提供）
- ⑦ 規制の事前評価書（消費者庁、経済産業省、金融庁、厚生労働省）

第2 政策の概要

1 政策の背景事情

平成16年6月に、消費者保護基本法（昭和43年法律第78号）が改正され、消費者の権利の尊重と自立の支援等を基本理念とする消費者基本法が公布・施行された。

これを受けて、政府は、平成17年4月7日に消費者政策の基本的な枠組みと主な課題及びこれらを踏まえた重点的な取組を取りまとめた「消費者基本計画」（計画期間：平成17年度から21年度まで）を閣議決定し、これを消費者利益の擁護・増進に関する重要課題に政府全体として計画的かつ一体的に取り組む基本の方針として、関係府省は各種の施策を実施してきた。

また、平成21年9月に、消費者行政を統一的かつ一元的に推進するために消費者庁が設立され、同庁は、特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号。以下「特定商取引法」という。）を始めとする消費者利益の擁護及び増進に関わる主要な法律を所管し、消費者行政における司令塔としての役割を期待されているところである。

一方、消費者取引に関するトラブルは後を絶たず、例えば、全国の消費生活センター（注1）及び消費生活相談窓口（以下「消費生活センター等」という。）に寄せられた消費生活相談の件数（以下「全国の消費生活相談件数」という。）だけをみても、平成24年度で約85万9,000件となっており、このうち取引に関する相談は、約72万2,000件と総件数の約84%を占め、新たな商品や販売購入形態に関するものや、高齢者によるものが増加している。

このような中、平成22年3月30日の閣議決定により、消費者基本計画が全面改定され、22年度から26年度までを計画期間として、取引の適正化を始めとする各種施策が関係府省において展開されている。同計画では、複雑化・多様化する消費者トラブルに対応するために、国は、事業者に対する行為規制や法執行・指導監督の強化のための法令の改正、これらの法令に基づく厳正な法執行・指導監督、消費者に対する啓発活動の推進や教育の充実等を行うとともに、都道府県等が行う法執行・指導監督や消費生活相談等への支援を行い、地方消費者行政の充実・強化に取り組むこととされている。

このうち、都道府県等が行う法執行・指導監督や消費生活相談等への財政面での支援として、平成20年度以降、地方消費者行政活性化交付金等が

予算化され、各都道府県を通じて市区町村に対しても交付されている（注2）。

また、消費者の自立の支援の観点から、消費者教育の総合的かつ一体的な推進等を目的として、平成24年に消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号。以下「消費者教育推進法」という。）が成立し、同年12月に施行されたところである。

（注）1 「消費生活センター」は、消費者安全法（平成21年法律第50号）に基づき都道府県及び市区町村に設置されており、消費者安全法施行令（平成21年政令第220号）により、次の3つの基準に適合することが求められている。

i) 消費者からの相談について専門的な知識及び経験を有する者を従事させていること。

ii) P I O-N E T 端末等の適切な情報処理設備等を備えていること。

iii) 週に4日以上相談窓口を開設していること。

なお、上記基準を満たさない消費生活に係る相談窓口を、本政策評価では、「消費生活相談窓口」と称する。

また、P I O-N E T とは、相談情報の一元管理等を目的として、全国の消費生活センター等に設置されている端末機をオンラインで結んだシステムであり、正式名称は、「全国消費生活情報ネットワーク・システム」という。

2 平成20年度の第2次補正予算で、各都道府県に「地方消費者行政活性化交付金」が交付され、「地方消費者行政活性化基金」が造成されている。本基金については、当初、平成23年度までの「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年度においても基金の上積み分が予算化されている（後述の第3の3(1)ア参照）。

2 政策の体系等

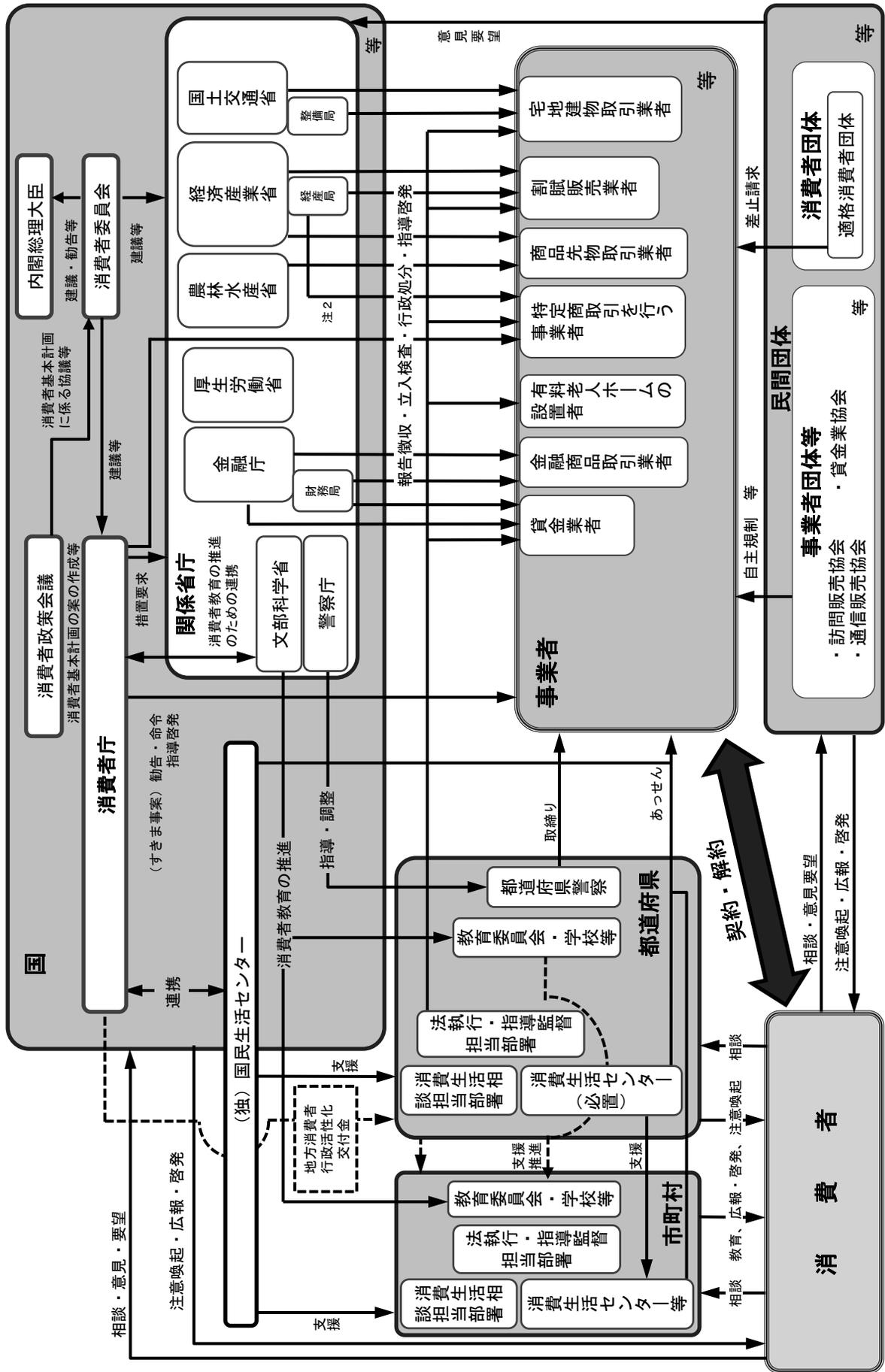
(1) 「消費者取引の適正化を図るための施策」と評価の対象

消費者取引の適正化を図るための施策については、消費者基本計画の中で、「消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保」を達成するための大きな柱の一つとして位置付けられている。消費者基本計画においては、計画期間を5年間としてこの間に講ずべき具体的施策（個別の取組事項）が定められ、これを基本としつつ、同施策が毎年度見直されており、弾力的なものとなっている。

このようなことから、本評価において評価の対象とした政策の範囲は、消費者基本計画における具体的施策のうち、「(2)消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保」の「ア 消費者取引の適正化を図るための施策を着実に推進します」として掲げられた施策を基本として、これらの施策を展開する上でのよりどころとなる法律に則して捉えることとし、平成20年以降法令改正が行われている施策を対象とした。また、あわせて、消費者取引の適正化を推進する上で密接不可分な施策である消費者からの相談への対応及び消費者教育といった施策も評価の対象としている。

これらの消費者取引に関する施策の展開を整理すると、図表1のとおりである。

図表1 消費者取引に関する施策の展開イメージ（概要）



(注) 1 当省が作成したものであり、本政策評価に係る主要なものを整理している。
 2 経済産業局長は、特定商取引法第69条第3項の規定に基づき、消費者庁長官から権限の一部を委任されている。

(2) 施策の目標等

消費者取引に関する政策については、その政策体系が必ずしも明らかではなく、政策目標及び目標を達成するための指標も明らかにされていない。

このような中、消費者基本計画で「消費者取引の適正化を図るための施策を着実に推進します」として位置付けられた個々の施策の中には、各府省で政策目標や目標達成のための指標の設定が行われているものもみられる。今回、評価の対象とした個々の施策に係る目標及び指標の設定状況は図表2のとおりとなっている。

図表2 各府省の政策体系における消費者取引関連施策に係る評価の実施状況(抜粋)

府省名	政策目標等	達成すべき目標等	主な指標等
金融庁	(基本政策) 公正・透明で活力ある市場の構築 (施策目標) 市場仲介機能が適切に発揮されるための制度・環境整備	(達成目標) 金融商品取引業者等の健全かつ適切な運営を確保すること。	(参考指標) ・ 金融商品取引業者等に対する行政処分の実施状況(内容、件数) ・ 証券検査実施状況(同) ・ 証券検査に係る勧告の実施状況(同) ・ 証券検査に係る通知の実施状況(同)
消費者庁	(施策名) 消費者取引対策の推進	(達成すべき目標) 訪問販売等のトラブルの多い特定の取引について、悪質事業者に対する行政処分を厳正に行うこと等により、消費者保護を十分に確保する。	(測定指標) ・ 特定商取引法の厳正な執行 ・ 改正特定商取引法の施行
	(施策名) 地方消費者行政の推進	(達成すべき目標) 地方自治体と連携しながら、地方消費者行政の充実・強化を支援することにより、消費者被害の防止や救済、消費生活の安定や向上を図る。	(測定指標) ・ 消費者ホットラインの運営(利用件数) ・ 消費者庁職員による「現場」との意見交換(回数) ・ 執行専門研修の開催 等
文部科学省	(政策目標) 生涯学習社会の実現 (施策目標) 生涯を通じた学習機会の拡大	(達成目標5) 大学等及び社会教育施設において、消費者の権利と責任について理解し、主体的に判断し責任を持って行動する消費者の育成に資する消費者教育の学習機会が充実する。	(成果指標) ・ 大学等において消費者問題に関する啓発・情報提供を行っている割合(年度ごとの目標値) ・ 大学等において消費生活センター等と連携している割合 ・ 都道府県・政令市教育委員会において社会教育における消費者教育の取組を行っている割合(活動指標) ・ 消費者教育実践者等の情報交換や連携を促進する機会
経済産業省	(政策軸) 取引・経営の安心 (政策軸の概要) 特定商取引法、割賦販売法のルールを整備・執行	(達成すべき目標) 商品・サービスを安心して取引できる市場環境を実現する。	(指標) ・ 消費者安全法に伴う事故情報の通知件数 ・ クレジット取引に関する相談件数 ・ 商品取引に関する相談件数 ・ 特定商取引に関する相談件数

(注) 各府省の実績評価書(平成24年度)に基づき、当省が作成した。

また、各都道府県における消費者基本計画等に定められた消費者取引の適正化に関する目標の達成度を測定するための指標の設定状況は、調査した26都道府県中18都道府県では何らかの数値指標や参考とする指標を設定している。その内容としては図表3のとおり、教育・啓発の推進に係る指標としては、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の減少等が、消費者被害の救済の推進に係る指標としては、あっせん解決件数の増加や既支払金額に占める被害回復額の割合の増加等が設定されている。

図表3 消費者基本計画等における目標の達成状況を測定するための指標の設定状況の例

区 分	指標の内容	把握方法
消費者に対する教育・啓発の推進に係る効果把握の指標	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の減少（2都道府県）	県民に対する意識調査
	消費者被害に遭った際何もしなかった人の減少（1都道府県）	県民に対する意識調査
	全相談件数に占める助言件数の増加（2都道府県）	P I O-N E Tに入力した相談件数
消費者被害救済の推進に係る効果把握の指標	全相談件数に占めるあっせん解決件数の増加（1都道府県）	P I O-N E Tに入力した相談件数
	あっせん件数に占めるあっせん解決件数の増加（4都道府県）	P I O-N E Tに入力した相談件数
	既支払金額に占める被害回復額の割合の増加（1都道府県）	P I O-N E Tに入力した返金額等（独自項目）
	被害救済金額（県消費生活センターがあっせんし、相談者がクーリング・オフ等を行った結果、事業者から返済された契約金額と事業者を支払わずに済んだ契約金額との合計額）（1都道府県）	P I O-N E Tに入力した返金額等（独自項目）

(注) 1 当省の調査結果による。

2 指標の内容には、効果把握のための直接の指標としているもののほか、参考指標としているものも含む。

なお、消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律（平成25年法律第96号）の成立により、集団的な被害の回復に係る裁判手続が制度化されるなど消費者被害の回復のための実効性のある取組が推進されている。こうした中、消費生活相談においても、現在、都道府県等の単位で行われている消費者被害の救済の推進に係る指標の把握を全国単位で行っていく必要性が高まっているものと考えられる。

さらに、消費者庁では、消費者行政の効果把握のための試みとして、

i) 平成25年11月から「消費者被害に関連する数値指標の整備に関する検討会」を開催し、消費者被害に伴う経済的損失額等の消費者被害に関連する数値指標の整備手法について検討を進めるとともに、ii) 26年度からP I O－N E Tへの被害回復額や被害の未然防止額の入力を試行的に開始することとしている。

第3 政策効果の把握の結果

1 消費者取引に係る政策の全体の動向

全国の消費生活相談件数のうち取引に関する相談件数は、平成16年度の約181万8,000件をピークとして24年度は約72万2,000件と減少しており、これを販売購入形態別や年代別等でみると、次のとおりとなっている。

- ① 販売購入形態別にみると、平成20年度から24年度にかけて店舗購入に関するものが減少傾向にあるのに対し、電話勧誘販売に関するものは増加しており、また、件数は少ないものの、ネガティブ・オプションに関するもの(注)が24年度には前年度と比べ約2倍に増加している。
- ② 契約当事者の年代別に平成20年度と24年度を比較すると、20歳未満から50歳代までの各年代ではそれぞれ減少しているものの、60歳代及び70歳以上では増加しており、特に70歳以上は、約1.4倍に増加している。
- ③ 契約当事者の年代別に、販売購入形態別についてみると、平成24年度は、20歳未満から50歳代までの各年代では通信販売に関するものが最も多いが、60歳代では店舗購入と通信販売に関するものが同程度であり、70歳以上は電話勧誘販売と訪問販売に関するものが多い。
- ④ 上位の商品・役務別に平成20年度と24年度を比較すると、「フリーローン・サラ金」に関するものが大きく減少しており、近年の相談件数の減少の最も大きな要因となっている。
- ⑤ 個々の契約購入金額と既支払額の状況をみると、平成24年度は、契約購入金額では「10万円以上50万円未満」が多いが、既支払額では0円が圧倒的に多く、多くが支払いの前に相談されたものであることがうかがわれる。

このほか、都道府県警察の総合窓口で平成15年から24年までに取り扱った悪質商法に関する相談件数は、16年が最も多かったがその後大きく減少しており、全国の消費生活相談件数と同様の傾向を示している。

また、消費生活相談員に対する意識等調査において、消費者庁が設置されて以降、消費者取引に関する問題に関し国の消費者行政はどの程度改善されたかと思うか尋ねたところ、「大いに改善されたと思う」又は「どちらかといえば改善されたと思う」と回答した者が、合わせて49.9%で

あり、「あまり改善されていないと思う」又は「全く改善されていないと思う」と回答した者が、合わせて40.1%となっている。

(注) 「ネガティブ・オプション」とは、注文されていない商品を一方的に送り付け、消費者が受け取った以上義務があると勘違いして代金を支払うことを狙った商法である。「送り付け商法」ともいう。

2 事業者向け施策の現況

(1) 特定商取引法に係る法改正の効果と法の執行状況等

ア 法改正の動向とその効果

(7) 平成20年の特定商取引法改正

特定商取引法の規制対象となっていない商品や役務の消費者被害が後を絶たなかったこと等を背景として、平成20年に特定商取引法が改正され、i) 訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売における指定商品・指定役務制の廃止、ii) 訪問販売の規制強化、iii) 通信販売の規制強化等が行われた。

本改正の効果の把握結果は、次のとおりである。

- ① 訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に関する相談件数は、規制の事前評価で基準としている平成19年度と24年度を比較すると、8万3,781件（16.5%）減少している。
- ② 訪問販売における「強引」、「長時間勧誘」、「過量販売（注1）」又は「次々販売（注2）」に関する相談件数は、規制の事前評価で基準としている平成18年度と24年度を比較すると、1万1,687件（34.6%）減少しており、当該相談件数の減少率は訪問販売市場の売上高の減少率（28.7%）を上回っている。
- ③ 通信販売（架空請求を除く。）における「DM広告」又は「返金」に関する相談件数は、規制の事前評価で基準としている平成18年度と24年度を比較すると、7,821件（25.1%）増加しているが、当該相談件数の増加率は通信販売市場の売上高の増加率（47.0%）を下回っている。
- ④ 9経済産業局（沖縄総合事務局を含む。以下同じ。）及び26都道府県の特定期商取引法執行担当部署に対する実地調査では、本改

正の効果の発現状況について、91.4%が「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答している。

- ⑤ 消費生活相談員に対する意識等調査では、93.0%が消費者取引の適正化に「大いに役立っていると思う」又は「どちらかといえば役立っていると思う」と回答している。

(注) 1 過量販売とは、通常必要とされる分量を著しく超える商品等の契約を締結させる商法をいう。

2 次々販売とは、一人の消費者に対し、事業者が次々と必要のない商品等を販売する商法をいう。複数の事業者が入れ替わり次々と販売するケースもある。

(イ) 平成24年の特定商取引法改正

全国の消費生活センター等に寄せられる「貴金属等の訪問買取り」に関する相談が急増したこと等を背景として、平成24年に特定商取引法が改正され、特定商取引の規制対象に訪問購入が追加された。

本改正の効果の把握結果は、次のとおりである。

- ① 「貴金属等の訪問買取り」に関する相談件数は、改正に向けた一連の措置に伴い、改正特定商取引法の施行前から減少し、相談件数が最も多い平成23年度と本改正法が施行された24年度を比較すると、1,512件（36.4%）減少している。

- ② 9経済産業局、26都道府県及び64市区に対する実地調査では、本改正の効果の発現状況について、経済産業局及び都道府県の特定商取引法執行担当部署の45.7%、都道府県及び市区の消費生活相談担当部署の56.7%が「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答している。

一方、改正特定商取引法の施行後間もないこと等から、経済産業局及び都道府県の特定商取引法執行担当部署の51.4%、都道府県及び市区の消費生活相談担当部署の43.3%が「分からない」と回答している。

- ③ 消費生活相談員に対する意識等調査では、85.0%が消費者取引の適正化に「大いに役立っていると思う」又は「どちらかといえ

ば役立っていると思う」と回答している。

一方で、上記設問に関し、自動車など規制対象外の物品について、規制対象とすることを望むとの意見もみられた。

なお、本改正に関しては、消費者委員会による内閣総理大臣への答申（平成25年1月23日）において、「規制対象外物品等において消費者被害が拡大すると認められる場合には、これを訪問購入規制の適用対象とすることも含め、必要な見直しを機動的に行うこと」との指摘がなされている。

イ 法の執行状況等

特定商取引法に基づく事業者に対する執行状況等についての把握結果は、次のとおりである。

- ① 事業者に対する行政処分の実施状況は、国（消費者庁及び9経済産業局をいう。以下、本細目において同じ。）及び47都道府県全体で、平成24年度には121件となっている。

一方、平成22年度から24年度までの行政処分の実施状況について、26都道府県の特定商取引法執行担当部署を調査したところ、3年間の合計で10件以上実施しているところが5都道府県ある一方、0件が5都道府県、1件が2都道府県となっている等執行実績が低調な都道府県がみられた。また、特定商取引法の執行に係るノウハウが不足している等の理由から行政処分を実施するまでに期間を要している例もみられた。

- ② 都道府県域を越えて特定商取引法に違反する取引行為等を行う事業者に対しては、国と都道府県との間で特定商取引法の執行に係る明確な役割分担はなく、個々の事案に応じて、国による行政処分、国と都道府県による合同の行政処分、複数の都道府県による合同の行政処分等を実施している。

今回の調査において、特定商取引法執行担当部署間における調査情報の共有等を目的とした「特定商取引法執行ネット」（以下「執行ネット」という。）の活用により、合同で立入検査等を実施した

例がみられたほか、悪質な事業者に関する情報共有等を目的として近隣の都道府県間で開催されている連絡会議での情報共有により、合同で立入検査等を実施している例もみられた。

しかし、i) 26都道府県中10都道府県で執行ネットに適時適切に事案を登録していない状況がみられ、ii) 複数の都道府県で同一事業者に係る相談があった事案について、経済産業局や関係する都道府県間で情報共有されていたにもかかわらず、都道府県単独で行政処分を実施し、その後も他の都道府県では依然として相談が寄せられている例もみられた。

(2) 宅地建物取引業法に係る省令改正の効果と指導監督の実施状況等

ア 平成23年の宅地建物取引業法施行規則改正の動向とその効果

国土交通省は、全国の消費生活センター等に寄せられるマンションの勧誘に関する相談が増加傾向にあり、強引で悪質な勧誘が社会問題となっていたこと等を背景として、平成23年に宅地建物取引業法施行規則（昭和32年建設省令第12号）を改正し、宅地建物取引業者の勧誘に係る禁止行為の明確化を行った。

本改正の効果の把握結果は、次のとおりである。

- ① マンションの勧誘に関する相談件数は、相談件数の最も多い平成22年度と24年度を比較すると、2,525件（45.4%）減少している。
- ② 10地方整備局（北海道開発局及び沖縄総合事務局を含む。以下同じ。）、26都道府県及び64市区に対する実地調査では、都道府県及び市区の消費生活相談担当部署においては、施行規則改正前から相談が少なく効果が分からないとの意見も少なくないが、地方整備局及び都道府県の宅地建物取引業法指導監督担当部署の61.8%が「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答している。
- ③ 消費生活相談員に対する意識等調査では、59.5%が消費者取引の適正化に「大いに役立っていると思う」又は「どちらかといえば役立っていると思う」と回答している。

イ 指導監督の実施状況等

宅地建物取引業法（昭和27年法律第176号）に基づく宅地建物取引業者に対する指導監督の実施状況等についての把握結果は、次のとおりである。

- ① 宅地建物取引業者に対する行政処分の実施状況は、10地方整備局及び47都道府県全体で、平成24年度には258件となっている。
- ② 宅地建物取引に関する相談は、全国の消費生活センター等でも受け付けており、これらの相談情報はP I O－N E Tに登録されている。調査した24都道府県の中には、宅地建物取引業法指導監督担当部署が行政処分を実施した宅地建物取引業者について、その端緒情報を入手する以前に、消費生活センター等に対して同一業者に係る処分事由と同種の相談が寄せられている例もみられること等から、適時適切な指導監督業務を行う上で、これらの相談情報を積極的に活用する余地がある。

一方、国土交通省本省ではP I O－N E Tの閲覧環境が整備されているものの、調査した10地方整備局及び24都道府県の宅地建物取引業法指導監督担当部署ではいずれの機関も閲覧環境が整備されておらず、P I O－N E Tから得られる情報を活用するには、国土交通省本省からの情報提供（注）によるか、若しくは国土交通省本省又は都道府県の消費生活相談担当部署に対し提供を依頼する等の方法によることとなる。

しかし、i）国土交通省本省からの情報提供は年1回にとどまっております、ii）調査した地方整備局の宅地建物取引業法指導監督担当部署からは、手間がかかる等の理由から提供依頼の頻度は高くないとの意見が聴かれたほか、iii）調査した24都道府県の宅地建物取引業法指導監督担当部署で本情報を活用しているのは1都道府県のみとなっている。

（注） 国土交通省本省は、消費者委員会による「マンションの悪質な勧誘の問題に関する建議」（平成23年5月13日）を受け、悪質な勧誘行為を行う宅地建物取引業者に厳正な対処を行うため、P I O－N E Tに登録された情報から、相談件数が多く、悪質な勧誘を行っていると思われる宅地建物取引業者の名称、住所及び悪質な勧誘の態様に係る情報の一覧表を作成し、地方整備局及び都道府県の宅地建物取引業法指導監督担当部署に提供している。

(3) 割賦販売法に係る法改正の効果と指導監督の実施状況等

ア 平成20年の割賦販売法改正の動向とその効果

「個別クレジット（注）」を利用した訪問販売等において過量販売等の消費者被害が深刻化したこと等を背景として、平成20年に割賦販売法（昭和36年法律第159号）が改正され、i）個別クレジット業について登録制を創設し、登録事業者に対する訪問販売等を行う加盟店の勧誘行為の調査の義務付け、ii）訪問販売等を行う加盟店が不実告知・過量販売を行った場合、消費者に対し、個別クレジットの契約取消・解除を認めるなどの民事ルールの整備及びiii）クレジット契約の締結時に信用情報機関を利用した支払能力調査の義務付け等の規制が導入された。

本改正の効果の把握結果は、次のとおりである。

- ① 個別クレジットに関する相談件数は、規制の事前評価で基準としている平成17年度と24年度を比較すると8万1,286件（79.6%）減少している。また、規制の事前評価で減少が見込まれていた高齢者被害は、平成17年度と24年度を比較すると、60歳代では80.3%、70歳以上では91.7%減少しており、全体の減少率を上回っている。
- ② 9経済産業局、25都道府県及び64市区に対する実地調査では、本改正の効果の発現状況について、経済産業局及び都道府県の割賦販売法指導監督担当部署の58.8%、都道府県及び市区の消費生活相談担当部署の56.2%が「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答している。
- ③ 消費生活相談員に対する意識等調査では、78.8%が消費者取引の適正化に「大いに役立っていると思う」又は「どちらかといえば役立っていると思う」と回答している。

(注) 個別クレジットとは、購入者が、販売業者から商品等を購入する際、個別クレジット業者が購入者に代わって販売業者に代金を支払い、後日、購入者が代金を分割により個別クレジット業者に支払うことを約する契約形態である。平成20年の改正以前は「個品割賦購入あっせん」、改正後は「個別信用購入あっせん」と規定されている。

イ 指導監督の実施状況等

割賦販売法に基づく事業者（前払式割賦販売業者（注1）、包括信用購入あっせん業者（注2）、個別信用購入あっせん業者、前払式特定取引業者（注3））に対する指導監督の実施状況等についての把握結果は、次のとおりである。

- ① 事業者に対する行政処分の実施状況は、経済産業省本省、9 経済産業局及び47都道府県全体で平成24年度には前払特定取引業者に対する2件となっている。
- ② 前払式割賦販売業者及び前払式特定取引業者は、営業所等が一の都道府県内にある場合、経済産業大臣及び都道府県知事の双方が立入検査の権限を有している。これらの事業者に対する都道府県の立入検査の実施状況をみると、ノウハウの不足等を理由に、経済産業局が策定した立入検査計画を基に、同局が主体となって実施する実地の調査に立ち会うのみとなっているものもみられた。
- ③ 個別信用購入あっせん業者については、平成20年の割賦販売法の改正により、特定商取引法の対象取引（通信販売を除く。）を行う販売業者が契約の申込又は締結の勧誘等を行った場所等を管轄する都道府県知事に報告徴収、立入検査、改善命令及び業務停止命令の権限が一部付与された。

本改正法が施行された平成21年12月以降の都道府県における行政処分の実績は、全国的に相談事案のあった事業者に対し、23年度に静岡県が改善命令を発出した1件のみである。

一方、調査した25都道府県の割賦販売法指導監督担当部署のうち静岡県を除く24都道府県では、法改正に対応した指導監督の実施方針の策定等を行われておらず、また、法改正による権限付与を承知していない例や、営業所等が一の都道府県にある事業者のみに指導監督ができると誤解している例もみられた。

- ④ 経済産業省本省、9 経済産業局の割賦販売法指導監督担当部署ではP I O－N E Tの閲覧環境が整備されており、全国の消費生活センター等で受け付けた割賦販売等に関する相談を指導監督の端緒

情報として活用している。

一方、調査した25都道府県の割賦販売法指導監督担当部署のうち、18都道府県でP I O－N E Tの閲覧環境が整備されているものの、2都道府県では活用していない。また、閲覧環境が整備されていない7都道府県の割賦販売法指導監督担当部署のうち消費生活相談担当部署等からP I O－N E Tで得られた情報の提供を受け、指導監督業務に活用しているものは2都道府県にとどまっている。

- (注) 1 前払式割賦販売とは、購入者が、商品等の代金を分割により販売業者に支払う形態である。
- 2 包括信用購入あっせんとは、購入者が、あらかじめ信用購入あっせん業者から交付されたカード等を販売業者に提示することにより、商品等を購入した際、信用購入あっせん業者が消費者に代わって販売業者に代金の立替払いをし、後日、購入者が代金を分割等により信用購入あっせん業者に支払う形態である。
- 3 前払式特定取引とは、購入者が、商品の売買の取次ぎ又は指定役務の提供、若しくは指定役務の提供を受けることの取次ぎで、購入者に対する商品等の引渡しの前に、分割により前払式特定取引業者へ支払う形態である。

(4) 貸金業法に係る法改正の効果と指導監督の実施状況等

ア 平成18年の貸金業法改正の動向とその効果

多重債務問題の深刻化を背景として、平成18年に、貸金業法（昭和58年法律第32号）等が改正され、i）貸金業の適正化、ii）総量規制の導入、iii）上限金利の引下げ、iv）ヤミ金（注1）への対策の強化が行われた。

本改正の効果の把握結果は、次のとおりである。

- ① 貸金業者に関する相談件数は、相談件数が最も多い平成19年度と24年度を比較すると、8万1,279件（64.3%）減少しており、本改正の契機となった「多重債務」に関する相談件数も、相談件数が最も多い20年度と24年度を比較すると、5万7,066件（60.0%）減少している。
- ② 10財務局（福岡財務支局及び沖縄総合事務局を含む。以下同じ。）、26都道府県及び64市区に対する実地調査では、財務局及び都道府県の貸金業法指導監督担当部署の97.1%、都道府県及び市区の消費生活相談担当部署の84.4%が「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答している。
- ③ 消費生活相談員に対する意識等調査では、82.1%が消費者取引の

適正化に「大いに役立っていると思う」又は「どちらかといえば役立っていると思う」と回答している。

- ④ 一方、ヤミ金に関する相談件数は、相談件数が最も多い平成18年度と24年度を比較すると、2万525件（73.8%）減少しているものの、偽装質屋（注2）やクレジットカードショッピング枠の現金化（注3）業者等による消費者被害が発生している状況にある。

（注）1 ヤミ金とは、出資の受入れ、預り金及び金利等の取締りに関する法律（昭和29年法律第195号）違反（高金利等）及び貸金業法違反並びに貸金業に関連した詐欺、恐喝、暴行等に係る事犯を行う者をいう。

2 偽装質屋とは、ヤミ金業者が質屋営業を仮装し、担保価値のない物品を質入れさせた上で、実質的に年金等を担保にして金銭の貸付けを行い、高額な金利等の支払を求める事案をいう。

3 クレジットカードショッピング枠の現金化とは、クレジットカードのショッピング枠を利用して、消費者に安価な商品を高額で購入させた後、「商品買取り」等と称して売値の何割かに相当する現金を消費者に渡し、業者はカード会社から立替金を得る仕組みである。

イ 指導監督の実施状況等

貸金業法に基づく貸金業者に対する指導監督の実施状況等についての把握結果は、次のとおりである。

- ① 貸金業者に対する行政処分の実施状況は、11財務局及び47都道府県全体で、平成24年度には19件となっている。

- ② 貸金業者に関する相談は、全国の消費生活センター等でも受け付けており、これらの相談情報はP I O - N E Tに登録されている。調査した24都道府県の中には、貸金業法指導監督担当部署が行政処分を実施した事業者について、その端緒情報を入手する以前に、消費生活センター等に対して同一業者に係る処分事由と同種の相談が寄せられている例もみられること等から、適時適切な指導監督業務を行う上で、これらの相談情報を積極的に活用する余地がある。

一方、金融庁本庁及び調査した10財務局の貸金業法指導監督担当部署では、いずれの機関もP I O - N E Tの閲覧環境が整備されているが、その情報を活用しているのは金融庁本庁及び1財務局のみであり、これらの機関でも無登録業者の検索にとどまっている。

また、調査した24都道府県の貸金業法指導監督担当部署のうち3都道府県では閲覧環境が整備されているものの、このうち1都道府

県では活用していない。さらに、閲覧環境が整備されていない21都道府県の貸金業法指導監督担当部署で消費生活相談担当部署等からP I O－N E Tで得られた情報の提供を受け指導監督業務に活用しているところはない。

(5) 商品先物取引法に係る法改正の効果と指導監督の実施状況等

ア 平成21年の商品先物取引法改正の動向とその効果

店頭商品先物取引及び海外商品市場における先物取引に関するトラブルの増加を背景として、平成21年に商品取引所法（昭和25年法律第239号）が商品先物取引法へと改正され、i）国内の商品市場における取引、外国商品市場取引及び店頭商品デリバティブ取引の受託等の営業（以下「商品先物取引業」という。）への横断的な許可制の導入、ii）適合性の原則（注1）等を始めとする委託者保護規定の適用対象の拡大及びiii）不招請勧誘の禁止（注2）の導入等が図られた。

この結果、商品先物取引に関する相談件数は、相談件数が比較可能な平成21年度以降で相談件数の最も多い22年度と24年度を比較すると、2,697件（75.1%）減少しており、また、海外商品先物取引に関する相談件数も同様に2,072件（86.6%）減少している。

- （注）1 適合性の原則とは、委託者保護の観点から顧客の知識、経験、財産の状況及び商品取引契約を締結する目的に照らして不相当と認められる勧誘を行ってはならないという原則のことをいう。
- 2 商品先物取引法では、契約の締結について勧誘の要請をしていない顧客に対し、訪問し、又は電話をかけて、契約の締結の勧誘をする行為を禁止している。

イ 指導監督の実施状況等

商品先物取引法に基づく商品先物取引業者に対する行政処分の実施件数は、平成24年度は農林水産省本省及び経済産業省本省が実施した3件となっている。

また、農林水産省及び経済産業省の本省は、P I O－N E Tの閲覧環境が整備されており、P I O－N E Tから得られた情報を、指導監督及び無許可で商品先物取引業に当たる行為を行う事業者の把握に活用している。

(6) 金融商品取引法に係る法令改正の効果と指導監督の実施状況等

ア 法令改正の動向とその効果

(ア) 平成21年の金融商品取引業等に関する内閣府令改正

金融庁は、顧客保護等を目的として、平成21年に、金融商品取引業等に関する内閣府令（平成19年内閣府令第52号）を改正し、i）外国為替証拠金取引（以下「FX取引」という。）を取り扱う業者（以下「FX業者」という。）に対するロスカット取引（注1）を適切に行うためのルールの整備及び遵守の義務付け、ii）FX業者等に対する証拠金規制（注2）を導入した。

本改正の効果の把握結果は、次のとおりである。

- ① 一般社団法人金融先物取引業協会の協会員が行うFX取引に係る苦情件数は、苦情件数が最も多い平成20年度と24年度を比較すると、204件（68.0%）減少している。
- ② FX業者等の未収金の推移は、平成22年8月の証拠金規制導入後に未収金の発生件数が0件となり、それ以降も発生件数が非常に抑制されている一方で、FX業者の出来高は、規制が導入された22年8月以降一時的に減少したが、その後22～24年を通じて安定した出来高を示しており、証拠金残高も安定的に増加している。

- (注) 1 ロスカット取引とは、取引が決済された時点で、顧客に生ずることとなる損失の額が、当該顧客との間であらかじめ約した計算方法により算出される額に達する場合に、業者等が強制的に行う決済取引である。
- 2 平成22年8月1日からレバレッジの上限は50倍、23年8月1日以降は上限が25倍とされた。なお、レバレッジとは、少ない自己資本で大きな取引を行うことをいう。

(イ) 平成21年の金融商品取引法改正

資本市場の機能の十全な発揮や投資者保護の観点から、信用格付業者(注)に対して国際的に整合的な公的規制の枠組みを導入することを目的として、平成21年に、金融商品取引法（昭和23年法律第25号）が改正され、信用格付業者に登録制度が導入されるとともに、金融商品取引業者等が、金融商品取引契約の締結の勧誘時に、i）無登録業者による格付であることや、ii）格付付与に用いられた方針・方法の概要や格付の前提・意義・限界等を説明することなく、無登録業者の格付を提供することを禁止する規制（説明義務）が課

された。

金融庁では、本改正の効果について「本規制の導入により、信用格付業者において格付方針等の公表や説明書類の縦覧が義務化された結果、格付の利用者による信用格付業者の比較・検証が可能となる」としているが、この事後分析は困難であるとしている。一方、登録を受けた事業者においては、格付方針等の公表や説明書類の縦覧が義務化されたことにより、平成25年4月1日現在、全ての登録事業者において格付方針等が公表されている。

(注) 信用格付業者とは、金融商品又は法人等の信用状態に関する評価を行い、評価の結果について記号等を用いて表示した等級（信用格付）を付与し、かつ、提供し又は閲覧に供する行為を業として行う者のうち、金融商品取引法第66条の27に基づく内閣総理大臣の登録を受けた者である。

(ウ) 平成22年の金融商品取引法施行令改正

顧客保護の充実を目的として、平成22年に、金融商品取引法施行令（昭和49年政令第321号）が改正され、従前から規制の対象であった店頭FX取引（注1）に加え、証券CFD取引（注2）を含む個人向け店頭デリバティブ取引全般について不招請勧誘の禁止（注3）及び再勧誘の禁止が導入された。

金融庁では、本改正の効果について「個人が高リスクの取引であることを理解しないままに取引を行うことを予防し得る効果がある」としており、PIONEERに登録された「不招請勧誘に関連する相談件数」を参考指標としているが、金融商品以外の商品等に関する相談がどの程度含まれているかは不明である。一方、証券CFD取引を行う金融商品取引業者に対し、日本証券業協会の自主規制により社内規則の整備が促進されている。

(注) 1 店頭FX取引とは、投資家が証券取引所を仲介せずに約定元本の一定率の証拠金（保証金）を業者に預託し、差金決済による外国為替の売買を行うことをいう。
2 証券CFD取引とは、少額の証拠金を業者に預託し、有価証券や有価証券指数を対象資産として、差金決済により行う取引をいう。
3 金融商品取引法では、契約の締結について勧誘の要請をしていない顧客に対し、訪問し又は電話をかけて、契約の締結の勧誘をする行為を禁止している。

(イ) 平成23年の金融商品取引法改正

金融商品取引法上の登録を受けていない業者が、未公開株等を高齢者等に不当な高値で売り付けるといった事例が多発していたことを背景として、平成23年に、金融商品取引法が改正され、無登録

業者による未公開株等の売付けが原則として無効とされるとともに、無登録業者による広告・勧誘行為が禁止された。

本改正の効果の把握結果は、次のとおりである。

- ① 「未公開株」に関する相談件数は、相談件数が最も多い平成23年3月と25年3月を比較すると、586件（63.8%）減少している。
- ② 10財務局に対する実地調査では、金融商品取引法指導監督担当部署の70.0%が「分からない」と回答している一方、同部署の30.0%が「ある程度効果があった」と回答している。
- ③ 消費生活相談員に対する意識等調査では、51.1%が消費者取引の適正化に「大いに役立っていると思う」又は「どちらかといえば役立っていると思う」と回答している。

イ 指導監督の実施状況等

金融商品取引法に基づく金融商品取引業者に対する指導監督の実施状況についての把握結果は、次のとおりである。

- ① 金融商品取引業者に対する行政処分の実施状況は、金融庁及び11財務局全体で、平成24年度には43件となっている。

また、金融商品取引業者に対する立入検査の実施状況は、証券取引等監視委員会及び11財務局全体で、平成24年度には249件となっている。

- ② 第二種金融商品取引業者については、平成25年4月に、「MR I N T E R N A T I O N A L, I N C.」が顧客の資金を消失させるという、投資家保護における重大な問題が発生し社会問題となった。

しかし、平成22年度から24年度までの第二種金融商品取引業者に対する立入検査実施率は、第二種金融商品取引業者が約1,300者と多数に及んでいる中、各年度で3～5%程度となっている。

また、第一種金融商品取引業者及び投資運用業者は、金融商品取引業協会に加入していない場合、会員と同等の社内規則を設けなければならないとされている（金融商品取引法第56条の4）が、第二種金融商品取引業者については、同規定は適用されていない（注1、2）。

他方、一般社団法人第二種金融商品取引業協会においても、会員への監査権限を有しているが、同協会に加盟する第二種金融商品取引業者は、平成25年3月31日時点で34社であり、同協会が設立された23年11月以降、実地監査が行われた実績はない。

- ③ 金融庁、証券取引等監視委員会及び調査した10財務局の金融商品取引法指導監督担当部署では、いずれの機関もP I O - N E Tの閲覧環境が整備されており、P I O - N E Tから得られた情報を指導監督業務に活用している。

(注) 1 金融庁は、金融商品取引法施行令等の改正により、金融商品取引業者による顧客に対する虚偽告知を犯則調査の対象とするなどの措置を講じている。

2 また、一般社団法人第二種金融商品取引業協会に加入していない第二種金融商品取引業者に対して、協会規則に準ずる社内規則の作成及び当該社内規則を遵守するための体制整備を義務付けること等を内容とする金融商品取引法の改正案が平成26年3月14日に国会に提出されている。

(7) 老人福祉法に係る法改正の効果と指導監督の実施状況等

ア 平成23年の老人福祉法改正の動向とその効果

有料老人ホームの入居契約に係るトラブルの増加を背景として、平成23年に老人福祉法（昭和38年法律第133号）が改正され、i）権利金等の受領禁止及びii）短期間での契約解除の場合の返還ルールの法制化等が行われた。

本改正の効果の把握結果は、次のとおりである。

- ① 有料老人ホームの契約・解約に関する相談件数は、相談件数が最も多い平成23年度と24年度を比較すると、横ばいとなっている。
- 一方、有料老人ホームの契約・解約に関する施設数及び入居定員当たりの相談件数は、平成22年度以降、いずれも減少傾向にある。
- ② 24都道府県の老人福祉法指導監督担当部署に対する実地調査では、本改正の効果の発現状況について、70.8%が「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答している。
- ③ 消費生活相談員に対する意識等調査では、49.6%が消費者取引の適正化に「大いに役立っていると思う」又は「どちらかといえば役立っていると思う」と回答している。

イ 指導監督の実施状況等

老人福祉法に基づく入居契約等に関する有料老人ホームへの指導監督の実施状況等についての把握結果は、次のとおりである。

- ① 有料老人ホームに対する前払金の保全措置に係る指導の実施状況（注）は、全国の都道府県等で、平成24年には101施設となっている。

なお、平成24年度における都道府県及び市町村による有料老人ホームの契約・解約等に係る行政処分の実績はない。

- ② 有料老人ホームに関する相談は、全国の消費生活センター等でも受け付けており、これらの相談情報はP I O－N E Tに登録されている。

調査した24都道府県の老人福祉法指導監督担当部署ではいずれもP I O－N E Tの閲覧環境が整備されておらず、消費生活相談担当部署からP I O－N E Tから得られた情報の提供を受け、指導監督業務に活用しているとしているのは1都道府県のみとなっている。

（注）平成18年4月1日以降に届出があった有料老人ホームに入居した者に係る前払金の保全措置に関するものに限る。

(8) 法執行・指導監督における消費生活相談情報の活用状況

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等を目的として、独立行政法人国民生活センター（以下「国民生活センター」という。）が運用しているシステムであり、国民生活センター、全国の消費生活センター等が受け付けた相談が登録されている。P I O－N E Tに入力された情報については、平成19年以降、消費生活相談への対応のみならず、消費者政策の企画・立案や法執行にも活用するとして、活用の拡大が図られており、国の法執行・指導監督担当部署でも閲覧が可能となっている。

法執行・指導監督担当部署におけるP I O－N E Tの閲覧環境の整備状況及びP I O－N E Tから得られた情報の活用状況、都道府県等の消費生活相談担当部署における同情報の提供の考え方等について、7法律（特定商取引法、宅地建物取引業法、割賦販売法、貸金業法、商品先物

取引法、金融商品取引法及び老人福祉法)の国及び26都道府県の法執行・指導監督担当部署、26都道府県の消費生活相談担当部署を調査したところ、次のとおりとなっている。

- ① 国の法執行・指導監督担当部署のうち、P I O－N E Tの閲覧環境が整備されていないのは、地方整備局の宅地建物取引業法指導監督担当部署のみである。地方整備局においてP I O－N E Tから得られた情報を活用するには、国土交通省本省からの情報提供等によることとなるが、当該情報提供は年1回にとどまっている等の状況がみられた。

また、閲覧環境が整備されている金融庁及び財務局の貸金業法指導監督担当部署では、無登録業者の検索にとどまっている。

- ② 都道府県が法執行・指導監督権限を有する5法律のうち特定商取引法を除く4法律(宅地建物取引業法、割賦販売法、貸金業法及び老人福祉法)の法執行・指導監督担当部署の一部又は全てで閲覧環境は整備されていない。また、これらの部署において、P I O－N E Tを閲覧したり、消費生活相談担当部署等からP I O－N E Tから得られた情報の提供を受けることによりP I O－N E Tを活用しているところは、割賦販売法を除きごく少数となっている。また、これらP I O－N E Tを活用していない都道府県の法執行・指導監督担当部署の中には、消費生活相談担当部署から個別に相談事案の情報提供を受けているため必要性は感じないとしているところもみられた。

- ③ 都道府県の消費生活相談担当部署に法執行・指導監督担当部署から個別に相談事案の情報提供の依頼があった場合の対応方針について、当該都道府県の消費生活センター等で受け付けた相談事案のみ情報提供できるとしているところが17都道府県(65.4%)、情報提供できないとしているところが6都道府県(23.1%)となっている。

また、調査した都道府県の中には、法執行・指導監督担当部署では、消費生活相談担当部署が法令に違反する疑いのある事案を把握した場合には同部署から情報提供があると認識している一方で、消費生活相談担当部署では、個人情報の管理の観点から情報提供しないとしており、双方の認識に相違が生じているものもみられた。

3 消費者向け施策の現況

(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

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。

イ 都道府県等における消費生活相談の実施状況

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つせん、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。

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

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。

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、都道府県の各指導監督担当部署からは、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。

エ 消費者に対する注意喚起の実施状況

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。

(2) 民事ルールの活用状況

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。

(3) 消費者に対する教育・啓発の実施状況

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。

第4 評価の結果及び勧告

1 評価の結果

複雑化かつ多様化する消費者取引に関するトラブルを低減するという課題に対し、国が講じてきた各種の取組により、これらの取組の効果の一面を表象していると考えられる、全国の消費生活相談件数は、平成16年度の約181万8,000件から24年度は約72万2,000件に減少しており、都道府県警察の総合窓口で取り扱っている悪質商法に関する相談の件数も16年の約70万7,000件から24年には約6万4,000件に減少している。

また、近年の事業者規制等に係る各法令の改正については、下記(1)ア～キのとおり、法令改正の契機となったトラブルに係る相談件数の減少や、地方支分部局や都道府県等に対する実地調査及び消費生活相談員に対する意識等調査からも、それぞれ一定の効果が発現していると認められる。

これらのことから、数年来、国が講じてきた各種の消費者取引に関する政策は、総体としてみると、一定の効果が発現していると認められる。

一方、下記(1)及び(2)のとおり、多岐にわたる関係機関相互の連携、共通的な基盤の整備といった個別施策の実施段階において生じている課題もみられ、これらの課題を解消し、更なる効果発現に向けた取組が必要である。

また、消費者基本計画における消費者取引の適正化に係る施策の体系をみると、関係府省において個別施策に係る目標が設定されているものが一部みられるものの、政府全体としては体系化されておらず、消費者基本法において「消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保」が基本理念として掲げられているのみである。加えて、いつまでにどのようなことを実現するのかといった政府全体としての目指すべき目標が明確でなく、関連する個々の施策の位置付けや相互の関連なども明らかにされていないほか、これらの施策の効果の把握のための指標の設定も不十分となっている。

さらに、消費生活相談員に対する意識等調査では、消費者庁設置により、国の消費者行政が改善されたと思う者が49.9%みられる一方で、改善されていないと思う者も40.1%みられる。

これらを踏まえ、消費者庁が司令塔機能を発揮して、どのような施策に

より、どのような目標の達成を目指すのかを示しつつ、政府全体として消費者取引の適正化に向けた政策展開を行っていくことが必要である。

今回、消費者取引の適正化に向けて展開されている

- i) 事業者向け施策に係る平成20年度以降施行された改正法令の効果と法執行・指導監督の実施状況、
 - ii) 消費者向け施策に係る地方消費者行政活性化交付金の効果と消費生活相談及び消費者教育の実施状況等
- を把握、分析した結果は次のとおりである。

(1) 事業者向け施策

ア 特定商取引法

- ① 平成20年の特定商取引法改正による訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売における指定商品・指定役務制の廃止、訪問販売の規制強化及び通信販売の規制強化については、
 - i) 訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に関する相談件数が、規制の事前評価で基準としている平成19年度と24年度を比較すると減少していること、
 - ii) 経済産業局及び都道府県の特定商取引法執行担当部署に対する実地調査では、本改正の効果の発現状況について、91.4%が「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答していること、
 - iii) 消費生活相談員に対する意識等調査では、93.0%が消費者取引の適正化に「大いに役立っていると思う」又は「どちらかといえは役立っていると思う」と回答していること等から、効果は一定程度発現していると認められる。
- ② また、平成24年の特定商取引法改正による訪問購入の規制対象への追加については、
 - i) 「貴金属等の訪問買取り」に関する相談件数が、改正に向けた

一連の措置に伴い、改正特定商取引法の施行前から減少していること、

ii) 経済産業局、都道府県等に対する実地調査では、本改正の効果の発現状況について、経済産業局及び都道府県の特定商取引法執行担当部署の45.7%、都道府県及び市区の消費生活相談担当部署の56.7%が「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答していること、

iii) 消費生活相談員に対する意識等調査では、85.0%が消費者取引の適正化に「大いに役立っていると思う」又は「どちらかといえれば役立っていると思う」と回答していること

から、効果は一定程度発現していると認められる。

ただし、上記 ii) の経済産業局、都道府県等に対する実地調査では、本改正の効果の発現状況について、改正特定商取引法の施行後間もないこと等から、経済産業局及び都道府県の特定商取引法執行担当部署の51.4%、都道府県及び市区の消費生活相談担当部署の43.3%が「分からない」と回答しており、今後の相談件数の推移及び消費者被害の発生状況を注視していく必要がある。その際、消費者委員会の答申の際の指摘や、当省の消費生活相談員に対する意識等調査において規制対象外の物品について規制対象とすることを望むとの意見がみられたことも踏まえ、規制対象外の物品に係る相談件数の推移及び消費者被害の発生状況にも留意する必要がある。

③ 特定商取引法における執行権限の機能を十分に発揮していくためには、消費者庁、経済産業局及び都道府県間の積極的な情報共有や連携が特に重要である。

今回の調査において、これらの機関の特定商取引法執行担当部署間における調査情報の共有等を目的とした執行ネットの活用により、合同で立入検査等を実施した例がみられたほか、悪質な事業者に関する情報共有等を目的として近隣の都道府県間で開催されている連絡会議での情報共有により、合同で立入検査等を実施してい

る例もみられた。

しかし、i) ノウハウ不足等の理由から行政処分等の実績が低調な都道府県、ii) 都道府県で執行ネットに適時適切に事案を登録していない状況、iii) 複数の都道府県で同一事業者に係る相談があった事案について、経済産業局や関係する都道府県間で情報共有されていたにもかかわらず、都道府県単独で行政処分を実施し、その後も他の都道府県では依然として相談が寄せられている例がみられるなど、特定商取引法における執行権限の機能が十分に発揮されていない。

イ 宅地建物取引業法

- ① 平成23年の宅地建物取引業法施行規則改正による宅地建物取引業者の勧誘に係る禁止行為の明確化については、
 - i) マンションの勧誘に関する相談件数が、改正規則の施行後に大きく減少していること、
 - ii) 地方整備局、都道府県等に対する実地調査では、都道府県及び市区の消費生活相談担当部署においては、規則改正前から相談が少なく効果が分からないとの意見も少なくないが、地方整備局及び都道府県の宅地建物取引業法指導監督担当部署の61.8%が「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答していること、
 - iii) 消費生活相談員に対する意識等調査では、59.5%が消費者取引の適正化に「大いに役立っていると思う」又は「どちらかといえれば役立っていると思う」と回答していることから、効果は一定程度発現していると認められる。

- ② 宅地建物取引に関する相談は、全国の消費生活センター等でも受け付けており、これらの相談情報はP I O - N E Tに登録されている。調査した都道府県の中には、宅地建物取引業法指導監督担当部署が行政処分を実施した宅地建物取引業者について、その端緒情報

を入手する以前に、消費生活センター等に対して同一業者に係る処分事由と同種の相談が寄せられている例もみられること等から、適時適切な指導監督業務を行う上で、P I O－N E Tから必要な情報を抽出しその情報を積極的に活用する余地がある。

一方、国土交通省本省ではP I O－N E Tの閲覧環境が整備されているものの、調査した地方整備局及び都道府県の宅地建物取引業法指導監督担当部署では、いずれの機関も閲覧環境が整備されておらず、P I O－N E Tから得られる情報を活用するには、国土交通省本省からの情報提供によるか、若しくは国土交通省本省又は都道府県の消費生活相談担当部署に対し提供を依頼する等の方法によることとなる。

しかし、i) 国土交通省本省からの情報提供は年1回にとどまっております、ii) 地方整備局の宅地建物取引業法指導監督担当部署からは、手間がかかる等の理由から提供依頼の頻度は高くないとの意見が聴かれたほか、iii) 都道府県の宅地建物取引業法指導監督担当部署で本情報を活用しているのはごく僅かであるなど本情報が十分に活用されていない。

ウ 割賦販売法

- ① 平成20年の法改正による個別クレジット事業者に対する登録制の創設や、同事業者による訪問販売等を行う加盟店の勧誘行為の調査義務の導入、クーリング・オフ等の民事ルールの整備、信用情報機関を利用した支払能力調査の義務付け等については、
 - i) 個別クレジットに関する相談件数が、法施行前の平成17年度と24年度を比較すると大幅に減少しており、規制の事前評価で見込まれていた高齢者被害の減少については、特に70歳以上についてその減少割合が全体の減少割合と比べても高いこと、
 - ii) 経済産業局、都道府県等に対する実地調査では、本改正の効果の発現状況について、経済産業局及び都道府県の割賦販売法指導監督担当部署の58.8%、都道府県及び市区の消費生活相談担当部

署の56.2%が「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答していること、

iii) 消費生活相談員に対する意識等調査では、78.8%が消費者取引の適正化に「大いに役立っていると思う」又は「どちらかといえば役立っていると思う」と回答していることから、効果は一定程度発現していると認められる。

② 個別信用購入あっせんについては、平成20年の割賦販売法の改正により、都道府県知事に報告徴収、立入検査、改善命令及び業務停止命令の権限が一部付与された。しかし、多くの都道府県の割賦販売法指導監督担当部署では、指導監督の実施方針の策定等の法改正への対応がなされておらず、また、法改正による権限付与を承知していない例や、どのような場合に権限を行使できるかについて誤解している例もみられ、付与された権限を行使するための基盤が十分に整備されていない。

③ 調査した経済産業省本省、全経済産業局の割賦販売法指導監督担当部署ではP I O－N E Tの閲覧環境が整備されており、全国の消費生活センター等で受け付けた割賦販売等に関する相談を指導監督の端緒情報として活用している。

一方、調査した都道府県の割賦販売法指導監督担当部署では、i) 7割以上でP I O－N E Tの閲覧環境が整備されているものの、この中にはこれを閲覧していないところや、ii) 閲覧環境が整備されていない都道府県の割賦販売法指導監督担当部署の中には、消費生活相談担当部署等からP I O－N E Tで得られた情報の提供を受けていないところが見られるなど本情報が十分に活用されていない。

エ 貸金業法

① 平成18年の法改正による貸金業の適正化のための行為規制の強化等の規制の見直し、過剰貸付抑制のための総量規制の導入、上限金利の引下げによる金利体系の適正化及びヤミ金に係る罰則の強化については、

i) 貸金業者や多重債務、あるいは法改正前に問題とされた取立行為や契約内容等に関する苦情・相談件数が、最も多い年度（貸金業者は19年度、多重債務及び取立行為は20年度、契約内容は21年度）と24年度を比較するといずれも減少していること、

ii) 財務局、都道府県等に対する実地調査では、本改正の効果の発現状況について、財務局及び都道府県の貸金業法指導監督担当部署の97.1%、都道府県及び市区の消費生活相談担当部署の84.4%が「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答していること、

iii) 消費生活相談員に対する意識等調査では、82.1%が消費者取引の適正化に「大いに役立っていると思う」又は「どちらかといえば役立っていると思う」と回答していること

等から、当初想定されていた効果は一定程度発現しているものと認められる。

ただし、偽装質屋やクレジットカードショッピング枠の現金化業者等による消費者被害がみられること等から、これらの事業者の動向や相談件数の推移及び消費者被害の発生状況を注視していく必要がある。

② 貸金業者に関する相談は、全国の消費生活センター等でも受け付けており、これらの相談情報はP I O－N E Tに登録されている。調査した都道府県の中には、貸金業法指導監督担当部署が行政処分を実施した貸金業者について、その端緒情報を入手する以前に、消費生活センター等に対して同一業者に係る処分事由と同種の相談が寄せられている例もみられること等から、適時適切な指導監督業務

を行う上で、P I O－N E Tから必要な情報を抽出しその情報を積極的に活用する余地がある。

一方、調査した金融庁本庁及び全財務局の貸金業法指導監督担当部署では、P I O－N E Tの閲覧環境が整備されているものの、その情報を活用しているところの一部にとどまっております、活用されているところでも無登録業者の検索のみとなっている。

また、調査した都道府県の貸金業法指導監督担当部署の一部ではP I O－N E Tの閲覧環境が整備されているものの、この中にはこれを閲覧していないところが見られ、閲覧環境が整備されていない都道府県の貸金業法指導監督担当部署の全てでは、消費生活相談担当部署からP I O－N E Tで得られた情報の提供も受けておらず本情報が十分に活用されていない。

オ 商品先物取引法

平成21年の法改正による i) 商品先物取引業への横断的な許可制の導入、ii) 適合性の原則等の委託者保護規定の適用対象の拡大、iii) 不招請勧誘の禁止の導入等については、商品先物取引及び海外商品先物取引に関する相談件数が、比較が可能な21年度以降で相談件数の最も多い22年度と24年度を比較すると大幅に減少していることから、効果は一定程度発現していると認められる。

カ 金融商品取引法

- ① 平成21年の金融商品取引法等に関する内閣府令改正によるF X業者に対するロスカット取引を適切に行うためのルールの整備及び想定元本の4%以上の証拠金の預託を受けない取引の禁止の導入については、
 - i) 金融先物取引業協会の協会員が行うF X取引に関する苦情件数が、最も多い平成20年度と24年度を比較すると減少していること、
 - ii) F X業者等の未収金が改善され、出来高及び証拠金残高が安定的に増加していること

から、効果が一定程度発現しているものと認められる。

- ② 平成21年の法改正による信用格付業者における登録制度の導入や市場参加者に対する透明性を確保するための規制等の導入については、登録を受けた事業者において、格付方針等の公表や説明書類の縦覧が義務化されたことにより、平成25年4月1日現在、全ての登録事業者において格付方針等が公表されていること等から、格付に関して投資者に対する透明化が推進されることとなったと考えられる。
- ③ 平成22年の金融商品取引法施行令改正による個人向け店頭デリバティブ取引全般への不招請勧誘等の禁止の導入については、証券CFD取引を取り扱う金融商品取引業者が加入する日本証券業協会の自主規制規則において社内規則の制定等が規定されていることもあり、顧客保護の充実に向けた取組は更に促進されているものと考えられる。
- ④ 平成23年の法改正による無登録業者が行った未公開株の売付けを原則無効とすること及び広告・勧誘行為の禁止の導入については、
 - i) 未公開株に関する相談件数が、最も多い平成22年度と24年度を比較すると減少していること、
 - ii) 財務局に対する実地調査では、効果を把握する適切な指標がないこと等から効果が分からないとの意見も少なくないが、消費生活相談員に対する意識等調査では、51.1%が消費者取引の適正化に「大いに役立っていると思う」又は「どちらかといえば役立っていると思う」と回答していることから、効果は一定程度発現していると認められる。
- ⑤ 金融庁及び財務局が監理している第二種金融商品取引業者に対する立入検査の実施率は、第二種金融商品取引業者数が約1,300者

と多数に及んでいる中、ここ数年3～5%程度となっている。一方、同事業者については、近年、投資家保護における重大な問題が発生し社会問題となっており、同事業者の適切な業務運営を確保するための対策を講ずることが課題となっているため、法令改正・監督上の措置が講じられてきている（注1、2）。

(注) 1 金融庁は、金融商品取引法施行令等の改正により、金融商品取引業者による顧客に対する虚偽告知を犯則調査の対象とするなどの措置を講じている。

2 また、一般社団法人第二種金融商品取引業協会に加入していない第二種金融商品取引業者に対して、協会規則に準ずる社内規則の作成及び当該社内規則を遵守するための体制整備を義務付けること等を内容とする金融商品取引法の改正案が平成26年3月14日に国会に提出されている。

キ 老人福祉法

① 平成23年の法改正による有料老人ホームへの入居に係る権利金等の受領の禁止及び入居後一定期間での契約解除の場合の前払金の返還に係る契約の締結の義務付けについては、

i) 有料老人ホームの契約・解約に関する相談件数は法施行後も横ばいであるものの、施設数や入居定員数当たりで見ると、法施行前に比べて減少していること、

ii) 都道府県等に対する実地調査では、「事業者指導がやりやすくなった」、「事業者が法改正に合わせて業務改善を行った」等の理由で、都道府県の老人福祉法指導監督担当部署の70.8%が「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答していること

から、効果は一定程度発現していると認められる。

② 調査した都道府県の老人福祉法指導監督担当部署全てで、P I O－N E Tの閲覧環境が整備されておらず、消費生活相談担当部署からP I O－N E Tで得られた情報の提供を受け、それを活用しているのは1都道府県のみとなっており、本情報が十分に活用されていない。

ク 法執行・指導監督における消費生活相談情報の活用

上記イ②、ウ③及びエ②のとおり、P I O-N E Tから得られた情報については、その活用を図っていく余地（注）があるものと考えられ、P I O-N E Tの閲覧環境の整備とその利用の拡大により一層効果的な法執行・指導監督業務の実施が期待される。

一方で、P I O-N E Tの閲覧環境が整備されていない都道府県の法執行・指導監督担当部署に対する、消費生活相談担当部署からの個別相談事案の情報提供についての対応は、都道府県によって区々となっており、中には一切情報提供できないとしているところもみられる。

これは、消費生活センター等が受け付けた相談情報の提供に関しての標準的なルールが示されていないことに起因していると考えられる。

（注） P I O-N E Tは、平成27年度に新システムの本格運用が開始される予定である。しかし、この刷新に当たり、登録の手間の短縮のためにキーワードを減らすことなどにより、分析などの情報活用場面でのマイナスが出るのが危惧される旨の指摘もある。このため、新システムへの移行に当たっては、法執行・指導監督の実施等の消費者行政を展開していく上でのP I O-N E Tに登録された情報の有用性にも留意する必要がある。

(2) 消費者向け施策

ア 地方消費者行政活性化交付金による効果の把握

① 地方消費者行政活性化交付金の効果について、消費者庁では、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ほか、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想定しているが、本効果は検証できていない。

また、同交付金は、調査した都道府県等のほぼ全てで利用されており、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、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、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を定量的に把握しているものはない。

② 最も交付額の多い消費者教育・啓発活性化に関する事業の効果については、多くの都道府県等で把握していないか把握していても定性的なものとなっている。また、定量的に効果を把握しているものでも、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バス広告等をきっかけとして相談に来た者は僅かであるなどその効果が疑わしい例もみられる。

③ 消費生活センターや消費生活相談窓口の設置及び機能強化に関する事業の効果については、相談件数の増加や事務の効率化等により説明しようとしている都道府県等もみられる。これに関し、i) 本事業で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時よりも増加し、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ものの、相談件数やあっせんにより解決した件数が極めて少ないところや、ii) 本事業で消費生活センター等の機能強化を行った都道府県等では、平均相談件数は横ばいであり、相談件数やあっせんにより解決した件数がi)と同様に極めて少ないところがみられ、その効果が不十分となっている。

イ 地方公共団体における消費生活相談の実施

① 消費生活相談の現場における基本的な用語である「あっせん」が表す行為や作用、「斡旋解決」が表す状態等が各々の消費生活センター等によって異なっている。また、それらの用語の使われ方の違

いが、P I O－N E Tに登録された「斡旋解決」件数の多寡に影響を与え、都道府県等別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」）に差が生じる要因の一つとなっている。

消費者庁が、各々の都道府県等が前面に立って取り組んでいる消費生活相談の活動状況を的確に把握し、その実施を推進していくためにも、i)「あっせん」という行為の内容やその対象とする案件の考え方、ii)「あっせん」を行った事業者に対するその対応状況の確認方針等についての考え方や基準を共通化する必要がある。

また、消費生活相談の実施状況や効果を把握するための指標の一つとして、「あっせん」等の結果、事業者から相談者に返済された金額（いわゆる「被害回復額」）等を設定し、施策の推進に活用することも重要である。

- ② 全国の消費生活センター等において平成24年1月から12月までの間に受け付けた相談の「受付情報」のP I O－N E Tへの登録所要日数は平均33.1日であり、このうち、調査した90消費生活センター等におけるセンター等別の登録所要日数をみると、最も短いところで平均3.8日、最も長いところで平均156.7日となっている。

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、同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等がみられる。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。

また、「受付情報」の登録の遅れは、下記エのとおり、消費者安全法に基づく消費者に対する注意喚起の遅れの要因の一つになっていると認められる。

このため、P I O－N E Tの情報を法執行・指導監督や消費者に対する注意喚起に有効活用していくためにも、登録される情報の有用性にも留意しつつ、相談の情報の迅速な共有の重要性等を都道府県等に十分に認識させた上で、「受付情報」の登録の迅速化を図る必要がある。

ウ 財産被害に係る消費者事故等の消費者庁への通知

安全法12条2項通知については、消費者庁では、通知の考え方についてマニュアルを作成し、各府省及び都道府県等に示しており、消費者に対する注意喚起等を行うための材料としてP I O－N E T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。安全法12条2項通知を行う場合の考え方について、各府省では、全ての消費者事故等の相談を通知するとしている府省がある一方で、単なる相談は通知しないとしている府省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。

また、調査した都道府県の中には、当該制度を承知していないとするところが4割以上みられた。

この結果、処分のための調査に着手した事案が通知されていないなど、統一的な運用がなされていない状況となっており、本制度を効果的に運用するために、安全法12条2項通知として消費者庁がどのような情報を必要とし、どのように活用するのかについて改めて整理する必要がある。

エ 消費者に対する注意喚起

消費者安全法第38条第1項の規定に基づく消費者に対する注意喚起は、消費者被害の拡大防止等を目的としていることから、より迅速に行われることによりその効果が一層発揮される。

消費者安全法が施行された平成21年9月から25年3月までの間に消費者庁が注意喚起を実施した財産事案に係る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、相談件数のピークが過ぎてから注意喚起が行われている事項が少なく、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が4か月以上となっているものが6事例みられる。消費者庁では、P I O－N E T情報等から端緒を把握して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ため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、所在が把握できない場合が多いこと等を挙げている。しかし、上記イ②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P I O－N E Tへの登録が平均で1か月以上を要していることも注意喚起の実施までの期間が長期化している要因と認められる。

したがって、これを解消することにより、更に効果を発現させる余地がある。

オ 民事ルールの活用

消費生活相談員に対する意識等調査結果では、消費者取引の適正化に役立っている取組として、「民事ルールの策定」を挙げた消費生活相談員が60.8%と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」と回答しており、クーリング・オフを始めとする民事ルールは、消費者自らが利用するのはもとより、消費生活相談員が消費生活相談の場において相談事案を解決するためのツールとしても有効なものとなっている。

カ 消費者に対する教育・啓発の実施

消費者教育推進法の施行に際し作成された「消費者教育の体系イメージマップ」においては、ライフステージ別、重点領域別の目標を達

成するために、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おらず、学校教育の現状に即したものとなっていないなど関係府省における消費者教育に係る取組が一体的に進められていない。

また、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が今後検討すべき課題であるとされている。調査した都道府県等において、自ら実施する教育・啓発の効果を把握しているものは約3割にとどまっており、その中には、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た都道府県等もみられるなど、その効果把握は不十分となっている。

2 勧告

(1) 消費者取引の適正化に関する政策全体の政策目標の設定と指標の明確化

消費者庁は、その司令塔機能を発揮して政府全体としての消費者取引の適正化を推進するため、次の措置を講ずること。

- ① 消費者取引の適正化に向けた政府全体としての具体的な政策目標を設定し、当該目標達成に向けて展開しようとする個々の施策の体系化・構造化を図り、これらを次期消費者基本計画の改定に反映すること。
- ② その際、効果把握のための指標の設定を進めること。

(2) 個々の施策について講ずべき措置

関係府省は、政府全体として消費者取引の適正化を一層推進する観点から、個々の施策の実施段階において生じている課題を解消し、更なる効果発現に向けた取組を進めるため、以下の措置を講ずる必要がある。

ア 事業者に対する法執行・指導監督の機能強化

(特定商取引法関係)

① 特定商取引法に関する消費者被害の発生状況の把握等

消費者庁は、特定商取引法の訪問購入に係る規制について、平成24年の改正特定商取引法附則の規定も踏まえつつ、規制対象の物品及び規制対象外の物品に係る相談件数の推移並びに消費者被害の発生状況を定期的に把握し、その結果を特定商取引法の規定の施行状況の検討の際に活用すること。

② 特定商取引法の執行の機能強化

消費者庁は、特定商取引法における執行権限の機能を十分に発揮していくため、次の措置を講ずること。

- i) 都道府県に対し、標準的な調査手法等を提示するなど積極的な支援・助言を行うこと。

- ii) 都道府県に対し、執行ネットへの調査情報の登録基準を周知し、適時適切な調査情報の登録の徹底による積極的な情報共有を要請すること。
- iii) 広域的な被害が疑われる事案について、都道府県等との情報共有及びその対応に係る協議を行う場を設けるなどにより、都道府県等と積極的な連携を図ること。

(割賦販売法関係)

③ 都道府県が担う指導監督業務の支援強化

経済産業省は、都道府県が割賦販売法に基づき適切な指導監督を実施できるよう、都道府県に対し、実施方針の策定を含めた立入検査等の指導監督のノウハウの習得などについての支援・助言を行うこと。

(貸金業法関係)

④ ヤミ金等による消費者被害の発生の態様等の把握等

金融庁は、貸金業法上の登録業者ではないヤミ金等について、消費生活相談情報を集計・分析することにより、消費者被害の発生の態様等を把握するとともに、消費者庁、警察庁等と連携し、消費者に対する積極的な注意喚起等を行うこと。

イ 消費生活相談情報の法執行・指導監督業務への活用促進

消費生活センター等が受け付けた相談情報の活用により、一層効果的な法執行・指導監督の実施を図るため、次の措置を講ずること。

- i) 国土交通省は、地方整備局のP I O-N E Tの閲覧環境の整備を進め、その活用を図ること。

また、金融庁は、本庁及び財務局のP I O-N E Tの活用の拡大を図ること。

- ii) 消費者庁は、都道府県の法執行・指導監督担当部署におけるP I O-N E Tの閲覧環境の整備方針を明らかにし、その推進を図ること。

と。

また、都道府県等の消費生活相談担当部署によって取扱いが異なる相談情報の提供の考え方の違いについて実態を把握すること。これを踏まえ、P I O－N E Tから得られる情報の提供に関し、標準的なルールを示すとともに、都道府県等に対し、当該ルールに沿った運営や消費生活相談担当部署から法執行・指導監督担当部署への相談情報の提供の仕組みの構築が行われるよう要請すること。

- iii) 金融庁、厚生労働省、経済産業省及び国土交通省は、都道府県に対し、すでにP I O－N E Tの閲覧環境が整備されている場合にはその活用を図ることを要請するとともに、同環境が整備されていない場合には、①P I O－N E Tの閲覧環境の整備又は②上記ii)の仕組みの構築により法執行・指導監督担当部署におけるこれらの情報の活用を要請すること。

ウ 地方消費者行政活性化交付金事業の効果検証

消費者庁は、地方消費者行政活性化交付金事業の効果的かつ効率的な実施を図るため、次の措置を講ずること。

- i) 全体としての事業実施のねらいや期待される効果を明らかにし、効果把握のための指標を設定した上で、その効果を検証すること。
- ii) 特に、同交付金投入の割合が高い消費者教育・啓発に関する事業及び消費生活センター等の設置・機能強化に関する事業については、これらの事業類型ごとの目標を設定し、目標の達成状況を把握するための指標を設定した上でその効果を検証すること。
- iii) 都道府県等がこれらの交付金により実施する個々の事業の効果を把握・検証し、それを踏まえ同交付金の交付に当たって活用する仕組みを構築すること。

エ 消費生活相談の的確な実施の推進

消費者庁は、都道府県等における消費生活相談の的確な実施を推進し、その実施状況や効果を把握するための指標の一つとして「あっせ

ん率」及び「被害回復額」を活用するため、国民生活センターと連携し、次の措置を講ずること。

- i) 消費生活相談における「あっせん」については、「消費生活相談対応マニュアル」に沿った取組が的確に捕捉できるように、P I O - N E T への相談情報の入力・分類基準を策定すること。
- ii) 消費生活相談における「斡旋解決」、「被害回復額」等については、定義を明らかにするとともに、その基本的考え方や標準となる基準を示し、加えて、その考え方や基準に沿った取組が的確に捕捉できるように、P I O - N E T への相談情報の入力・分類基準を策定すること。
- iii) 上記 i) 及び ii) に沿った消費生活相談業務の運用が行われるよう都道府県等に支援・助言・要請を行うこと。

オ P I O - N E T への情報登録の迅速化

消費者庁は、登録される情報の有用性にも留意しつつ、P I O - N E T を活用した相談情報の共有、消費者への注意喚起及び事業者指導等の迅速化を図るため、次の措置を講ずること。

- i) P I O - N E T が消費者への注意喚起及び事業者指導等の有効な情報源となっていることを踏まえ、P I O - N E T への登録に長期間を要している都道府県等に対し、登録の迅速化を要請すること。
- ii) 国民生活センターの中期目標の一つである「P I O - N E T 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」の達成に向け、消費生活相談カード記載要領の改訂等の同法人の業務運営の的確な管理を行うこと。

カ 財産被害の通知制度の運用の的確化

消費者庁は、財産被害に係る安全法12条2項通知の有効性及び効率性の確保を図るため、次の措置を講ずること。

- i) 安全法12条2項通知の活用状況と効果を検証すること。
- ii) その上でマニュアルの見直し、改訂を行うなど安全法12条2項に

基づき通知すべき事項の一層の明確化を図ること。

- iii) 関係府省及び都道府県等に対して、上記の明確化を図った事項の周知を徹底するとともに、当該事項を踏まえた的確な運用を要請すること。

キ 消費者教育の的確な推進

消費者庁は、消費者教育推進法の理念の下に、消費者教育を前面に立って実施する都道府県等が、消費者教育の対象者の属性や特性に応じ、効果的に消費者に対する教育・啓発を進めるために、次の措置を講ずること。

- i) 関係府省と連携し、学校や見守り体制等の既存のネットワークも含め、関係する機関等の役割分担を明確にし、実施内容の充実や重点化を図るための方策を示すこと。
- ii) 消費者教育推進基本方針の中間的な見直しに向けて、消費者教育施策の推進を図るための目標及び当該目標の達成状況を測るための指標を設定した上で、消費者教育推進法に基づく円滑な施策の推進が図られるよう評価・検証を行うこと。