

## 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

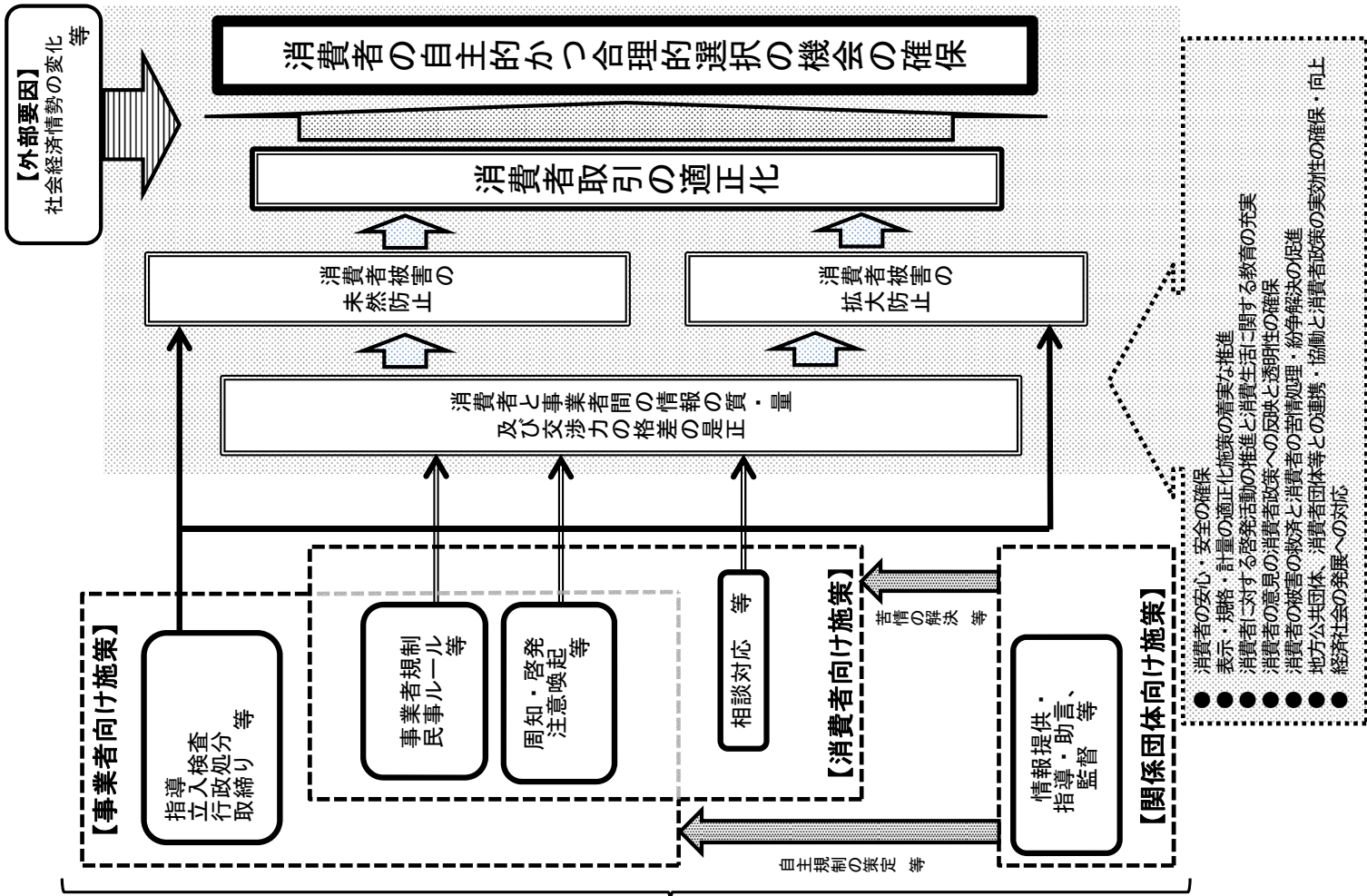
### (1) 「消費者取引の適正化を図るための施策」と評価の対象

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。

これらの政策の体系及びその展開を整理すると、図表 1 及び 2 のとおりである。

図表1 消費者取引に関する政策の体系図



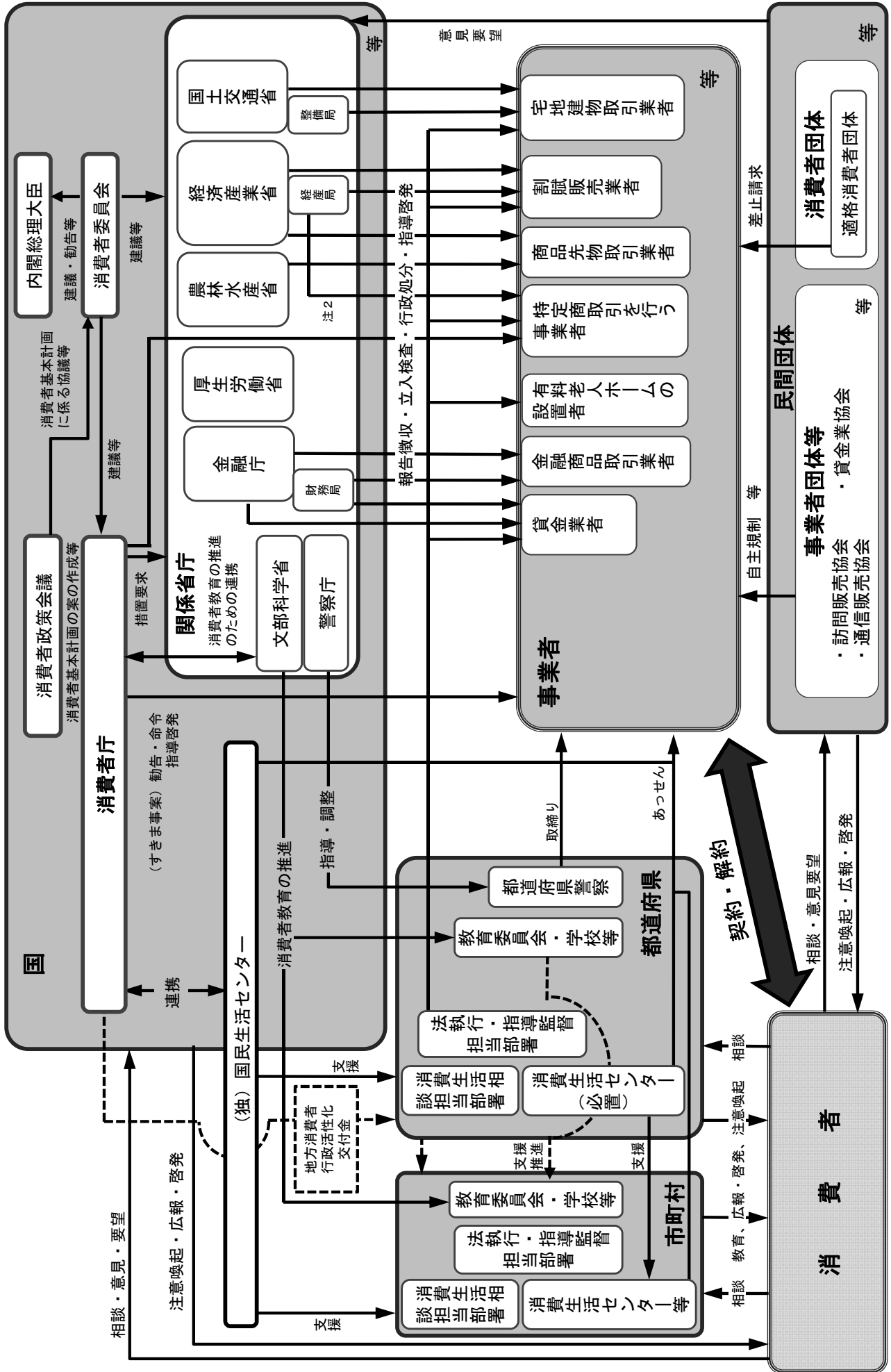
消費者基本計画 (平成22年3月30日閣議決定、24年7月20日一部改定)

- 【消費者政策の基本的方向】**
- 消費者の権利の尊重と消費者の自立の支援
    - 消費者の安全・安心の確保
    - 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保
    - 消費者取引の適正化を図るための施策を講ずることを推進します。
      - 表示・規格・計量の適正化を図るための施策を着実に推進します。
    - 消費者に対する啓発活動の推進と消費生活に関する教育の充実
    - 消費者の意見の消費者政策への反映と透明性の確保
    - 消費者の被害の救済と消費者の苦情処理・紛争解決の促進
  - 地方公共団体、消費者団体等との連携・協働と消費者政策の実効性の確保・向上
    - 地方公共団体への支援・連携
    - 消費者団体等との連携
    - 事業者や事業者団体による自主的な取組の促進
    - 行政組織体制の充実・強化
  - 経済社会の発展への対応
    - 環境に配慮した消費行動と事業活動の推進
    - 高度情報通信社会の進展への的確な対応
    - 国際化の進展への対応

実施番号	評価対象(主なもの)
41,41-2,44-2	関係法律等 特定商取引法
41-3	預託法
42	消費者契約法
44	宅地建物取引業法
45	割賦販売法
46,63	貸金業法
46	多重債務問題改善プログラム
47	出資法
47	商品先物取引法
48,60,62	金融商品取引法
48	金融機関等の更生手続の特例等に関する法律
53	家賃債務保証業等の適正化
54	民間賃貸住宅市場の整備
55,57	住宅瑕疵担保履行法
56	住宅品質確保法
58,58-2	老人福祉法
59	旅行業法
60,64,66	振り込み詐欺救済法
65	偽造・盗難カード預貯金者保護法
68	警備業法
49,50,51,52,60	取締りの強化等
43	執行規定を有する消費者庁管 法令及び特定商取引法第26条 第1項第8号の規定による適用 除外の法律(66本)
44-2,60,60-2,61	すき間事案への対応

(注) 1 当省が作成した。  
 2 本政策評価の対象は、「消費者取引の適正化を図るための施策」であるが、消費者、消費者の苦情処理など評価対象とする施策と密接不可分な施策についても把握等を行った。  
 3 図表中の「実施番号」とは、消費者基本計画の施策番号を表す。

図表2 消費者取引に関する施策のイメージ（概要）



(注) 1 当省が作成したものであり、本政策評価に関係す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3のとおりとなっている。

図表3 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 の整備・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4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4 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）	PIONEERに入力した相談件数
消費者被害の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）	PIONEER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）	PIONEER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）	PIONEER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）	PIONEER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PIONEER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。