

消 費 者 取 引 に 関 す る

政 策 評 価 書

平成 26 年 4 月

総 務 省

前 書 き

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。

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）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することとされ、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及び消費生活相談窓口に寄せられた消費生活相談の総件数だけをみても、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%を占めている。取引に関するトラブルの相談については、新たな商品や販売形態に関するものや、高齢者によるものが増加しており、これらに対し行政としての的確に対応していくことが求められている。

こうした中、平成 22 年 3 月には、消費者基本法に基づき、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」（平成 22 年 3 月 30 日閣議決定）が改定され、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。

本政策評価は、以上のような状況を踏まえ、消費者取引の適正化に関する各種施策が効果を上げているかなどの総合的な観点から評価を行い、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ものである。

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	3
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	3
第2 政策の概要	4
1 政策の背景事情	4
2 政策の体系等	5
(1) 「消費者取引の適正化を図るための施策」と評価の対象	5
(2) 施策の目標等	8
第3 政策効果の把握の結果	10
1 消費者取引に係る政策の全体の動向	10
2 事業者向け施策の現況	22
(1) 特定商取引法に係る法改正の効果と法の執行状況等	24
ア 法改正の動向とその効果	24
(ア) 平成20年の特定商取引法改正	24
(イ) 平成24年の特定商取引法改正	36
イ 法の執行状況等	42
(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	51
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	51
イ 指導監督の実施状況等	57
(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	63
ア 平成20年の割賦販売法改正の動向とその効果	63
イ 指導監督の実施状況等	69
(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	76
ア 平成18年の貸金業法改正の動向とその効果	76
イ 指導監督の実施状況等	87
(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	94
ア 平成21年の商品先物取引法改正の動向とその効果	94
イ 指導監督の実施状況等	97

(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	99
ア 法令改正の動向とその効果	99
(7) 平成 21 年の金融商品取引業等に関する内閣府令改正	99
(イ) 平成 21 年の金融商品取引法改正	105
(ウ) 平成 22 年の金融商品取引法施行令改正	108
(エ) 平成 23 年の金融商品取引法改正	112
イ 指導監督の実施状況等	115
(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	122
ア 平成 23 年の老人福祉法の改正の動向とその効果	122
イ 指導監督の実施状況等	127
(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	130
3 消費者向け施策の現況	138
(1) 消費者からの相談への対応状況	139
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	139
イ 都道府県等における消費生活相談の実施状況	155
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	170
エ 消費者に対する注意喚起の実施状況	177
(2) 民事ルールの活用状況	183
(3) 消費者に対する教育・啓発の実施状況	187
第 4 評価の結果及び勧告	197
1 評価の結果	197
2 勧告	209
関係資料	213
参考資料	251

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、もっ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的方針として、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

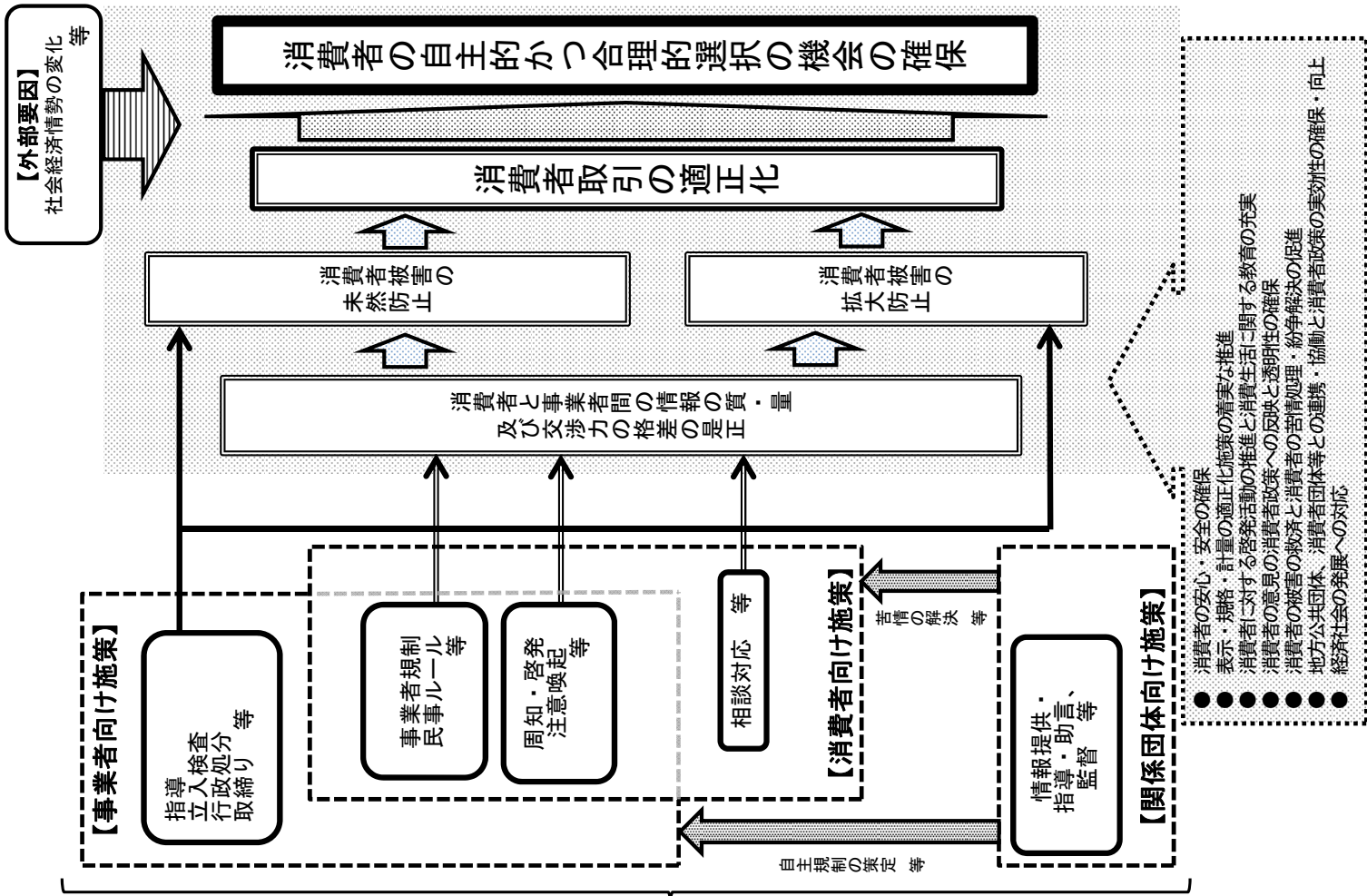
(1) 「消費者取引の適正化を図るための施策」と評価の対象

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



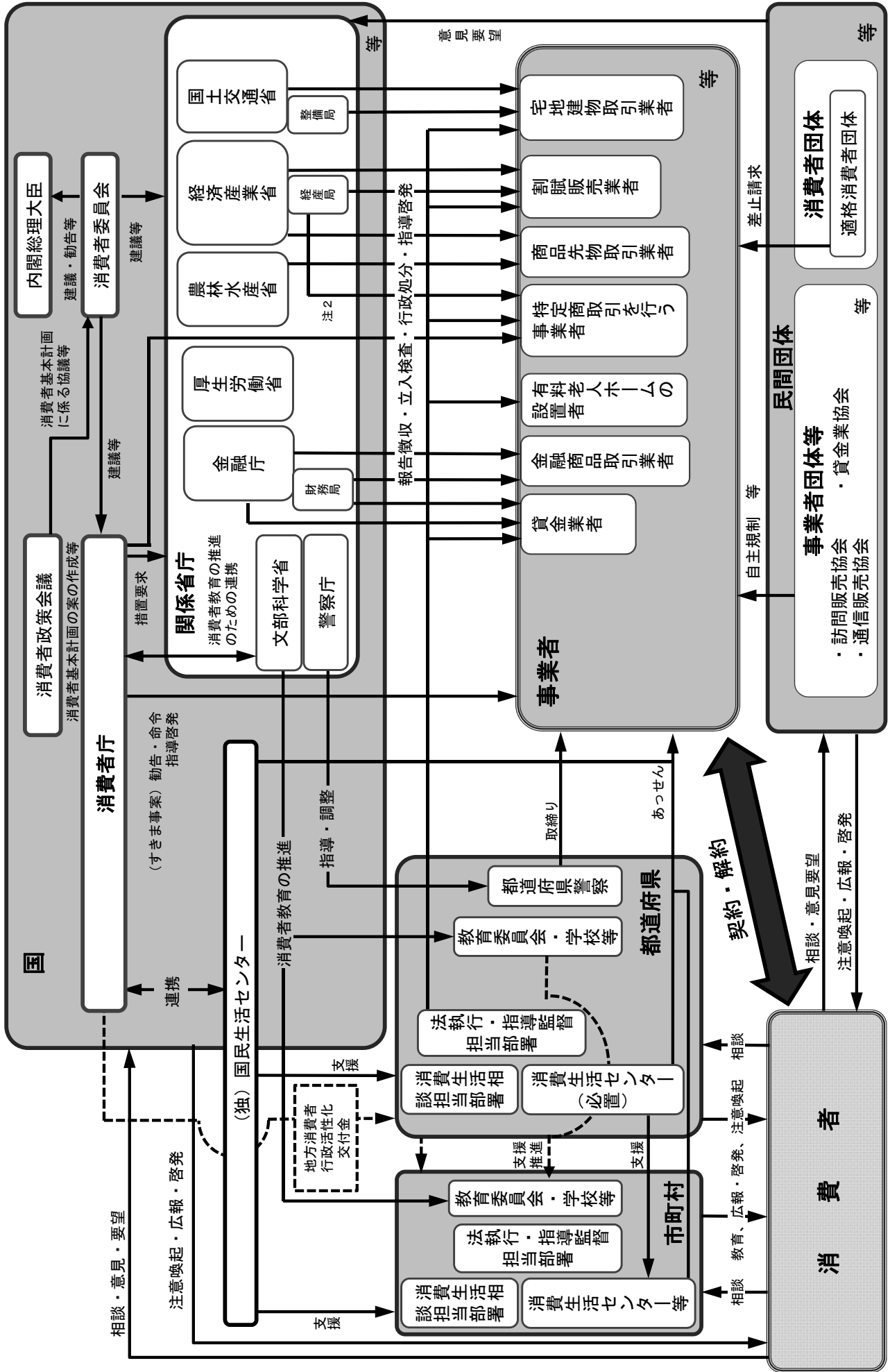
消費者基本計画 (平成22年3月30日閣議決定、24年7月20日一部改定)

- 【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

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

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

(1) 把握した内容、手法等

消費者取引に関する政策については、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。

しかし、同計画自体が、5年間で講ずべき個々の施策（個別の取組事項）により構成されており、政策体系として明確になっていない。また、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。

また、前述の第2の2(2)のとおり、個々の施策の中には、各府省の政策に組み込まれ、達成すべき目標や指標が設定された上で政策評価が行われているものも一部みられるが、消費者取引施策全体としての効果を把握するための測定指標は明らかにされていない上、測定指標の例として考えられる消費者トラブルに遭った人の総数や被害額の全体像等といったマクロデータはなく、その把握も困難な状況である（注1）。

このような中で、消費生活相談の動向を把握できる全国的なデータとしては、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。）のシステムと全国の消費生活センター等に設置された端末機をオンラインで結んだP I O - N E Tに登録された消費生活相談情報があり、P I O - N E Tでは、全国の消費生活センター等で受け付けた相談について、総件数のほか、「取引」に関する相談件数（注2）や、相談に係る契約当事者の年代、商品・役務別の相談件数等の動向が把握できる（注3）。

このようなことから、本政策評価においては、政策の効果を分析するための重要な手掛かりとして、消費生活相談における取引に係るものの動向全般を把握した。また、項目2以下では、消費生活相談における取引に係るものの動向を参考としつつ、法令改正の効果等を把握・分析するとともに、それぞれの施策の効果の発現に至る過程やその実施状況等を把握・分析した。

(注) 1 「消費生活に関する意識調査」（平成23年度消費者庁）では、これまでに購入した商品や利用したサービスについて被害を受けたことが「ある」と回答した者の割合が19.1%、また、「消費者意識基本調査」（平成24年度消費者庁）では、この1年間に購入した商品やサービスについて金銭的な被害を受けたことが「ある」と回答した者の割合が1.1%となっている。

なお、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ている。
- 2 「取引」に関する相談件数とは、P I O - N E Tに登録された全国の消費生活相談情報上、「販売方法」「契約・解約」のいずれかが問題になっているものの件数を指す。以下同じ。
 - 3 P I O - N E Tでは、消費生活相談対応によって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」）等は把握できない。

(2) 把握結果

(要旨)

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ほ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。

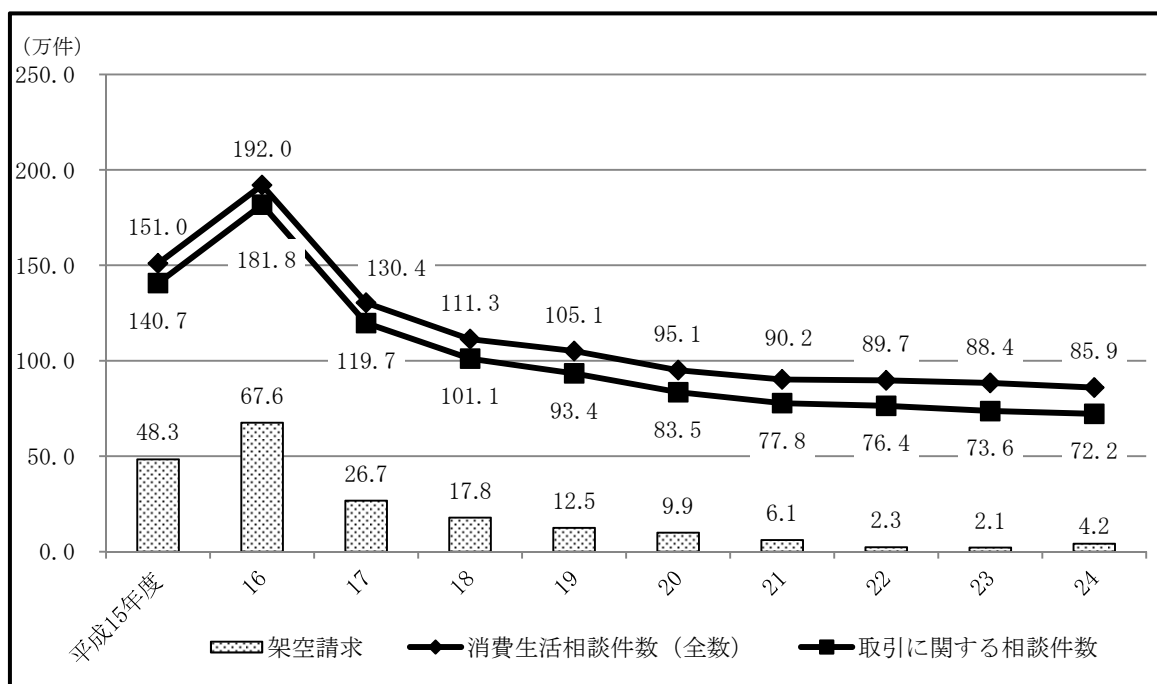
(注) 「ネガティブ・オプション」とは、注文されていない商品を一方的に送り付け、消費者が受け取った以上義務があると勘違いして代金を支払うことを狙った商法である。「送り付け商法」ともいう。

ア 消費者取引に係る消費生活相談件数の推移等

(7) 全国の消費生活相談件数の推移

全国の消費生活相談件数は、図表1-①のとおり、架空請求に関する相談が急増したことにより、平成16年度に約192万件（うち架空請求約67万6,000件）でピークとなったが、その後は減少傾向にあり、24年度は約85万9,000件（同約4万2,000件）となっている。また、このうち、取引に関する相談件数も平成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件と減少している。

図表1-① 全国の消費生活相談件数の推移

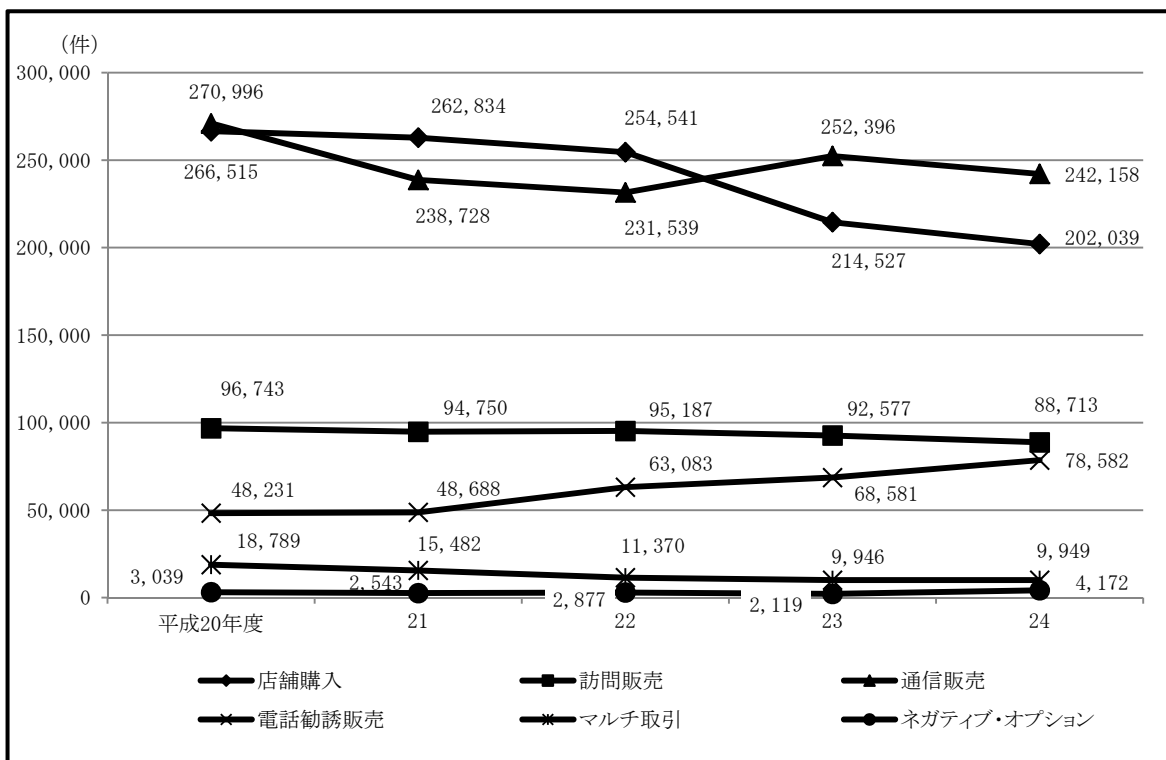


- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 相談件数は、P I O - N E Tに登録された全国の消費生活相談情報（平成25年9月30日までの登録分）によるものである。

(イ) 販売購入形態別の相談件数の推移

平成20年度から24年度までにおける取引に関する相談件数について、販売購入形態（店舗購入、訪問販売、通信販売、電話勧誘販売、マルチ取引及びネガティブ・オプション）別にみると、図表1-②のとおり、店舗購入に関するものは20年度が26万6,515件であるのに対し、24年度は20万2,039件と減少傾向にある。一方で、電話勧誘販売に関するものは、平成20年度の4万8,231件に対し、24年度は7万8,582件と増加しており、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が24年度（4,172件）には前年度（2,119件）と比べ約2倍に増加している。

図表 1 - ② 販売購入形態別の相談件数の推移

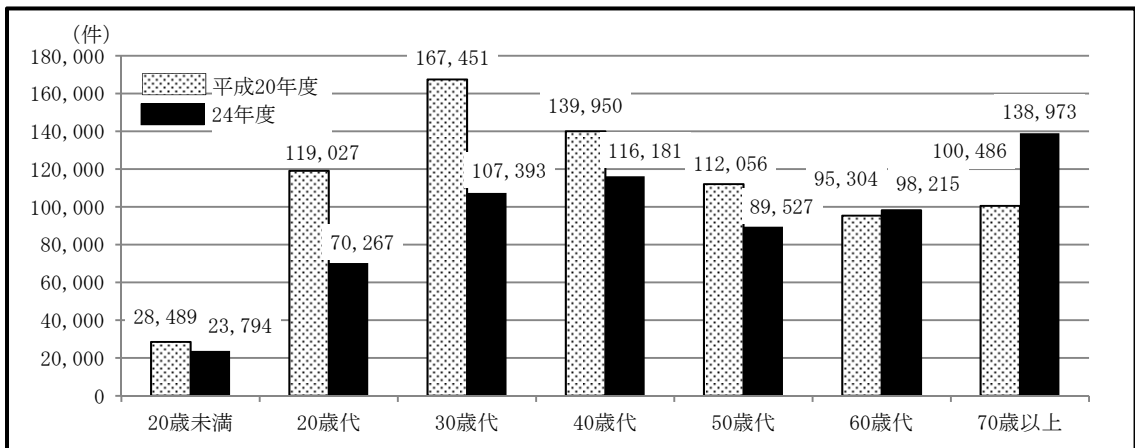


- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 相談件数は、P I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報（平成 25 年 9 月 30 日までの登録分）によるものである。
 3 平成 25 年 2 月 21 日以降、特定商取引法改正により新設された「訪問購入」は、「訪問販売」に計上している。

(ウ) 契約当事者の年代別の相談件数

平成 20 年度と 24 年度の取引に関する相談件数について、契約当事者の年代別に比較すると、図表 1 - ③のとおり、20 歳未満から 50 歳代までの各年代でそれぞれ減少しており、特に、20 歳代は 20 年度の 11 万 9,027 件から 24 年度は 7 万 267 件、30 歳代は同 16 万 7,451 件から 10 万 7,393 件と 4 割前後減少している。一方、60 歳代及び 70 歳以上は増加しており、特に 70 歳以上は、20 年度の 10 万 486 件から 24 年度は 13 万 8,973 件と約 1.4 倍の増加となっている。

図表 1-③ 契約当事者の年代別の相談件数

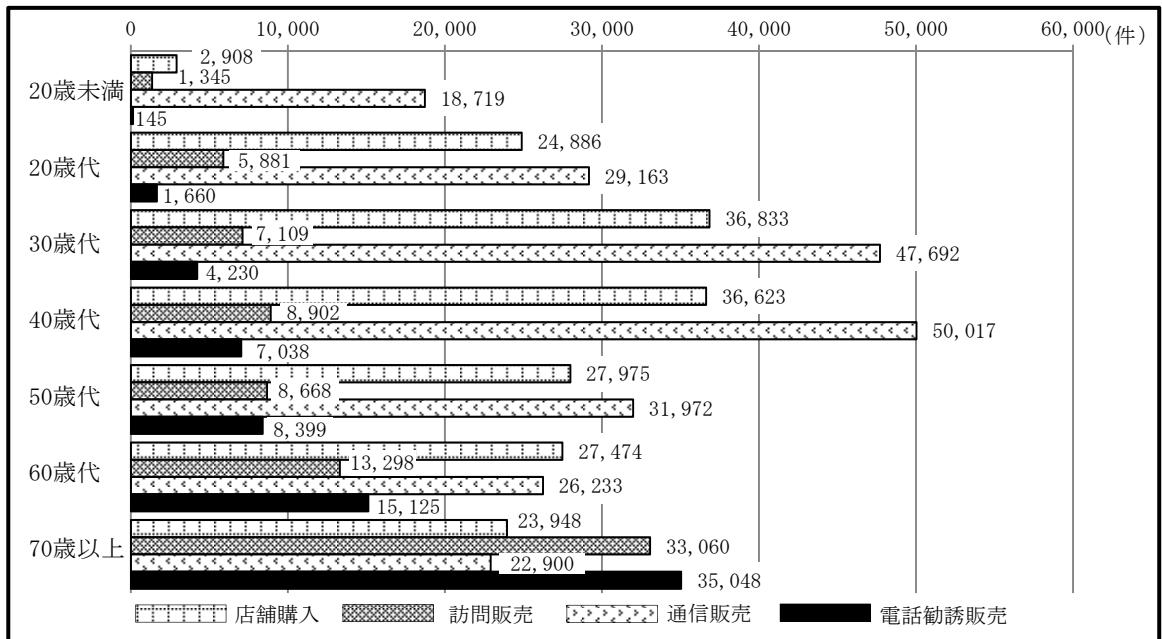


(注) 1 当省の調査結果による。
 2 相談件数は、P I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報（平成 25 年 5 月 31 日までの登録分）によるものである（不明・無回答を除く。）。

(I) 契約当事者の年代別及び販売購入形態別の相談件数

平成 24 年度の取引に関する相談件数について、契約当事者の年代別に、販売購入形態（店舗購入、訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売）別についてみると、図表 1-④のとおり、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くなっている。

図表 1-④ 契約当事者の年代別及び販売購入形態別の相談件数



(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（平成 25 年 9 月 30 日までの登録分）によるものである（年齢不明・無回答を除く。）。
 3 平成 25 年 2 月 21 日以降、特定商取引法改正により新設された「訪問購入」は、「訪問販売」に計上している。

(カ) 上位商品・役務別の相談件数

平成 21 年度と 24 年度の取引に関する相談について、上位の商品・役務を比較すると、図表 1－⑤のとおり、いずれも「デジタルコンテンツ」に関するものが 1 位、「フリーローン・サラ金」に関するものが 2 位となっているが、「デジタルコンテンツ」の相談件数が横ばい（21 年度 13 万 9,071 件、24 年度 14 万 3,498 件）であるのに対し、「フリーローン・サラ金」は大きく減少（21 年度 8 万 9,315 件、24 年度 4 万 2,690 件）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。

図表 1－⑤ 上位商品・役務別の相談件数

(単位：件、%)

平成 21 年度		24 年度	
デジタルコンテンツ	139,071 (17.9)	デジタルコンテンツ	143,498 (19.9)
フリーローン・サラ金	89,315 (11.5)	フリーローン・サラ金	42,690 (5.9)
商品一般	43,053 (5.5)	不動産貸借	33,811 (4.7)
不動産貸借	41,668 (5.4)	商品一般	24,709 (3.4)
工事・建築	19,221 (2.5)	工事・建築	21,420 (3.0)
四輪自動車	13,139 (1.7)	インターネット接続回線	16,149 (2.2)
新聞	12,163 (1.6)	ファンド型投資商品	15,287 (2.1)
携帯電話サービス	10,165 (1.3)	健康食品 (全般)	13,591 (1.9)
エステティックサービス	10,025 (1.3)	四輪自動車	11,872 (1.6)
インターネット接続回線	8,539 (1.1)	新聞	11,477 (1.6)
相談総件数	777,810 (100)	相談総件数	721,743 (100)

(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（平成 25 年 9 月 30 日までの登録分）によるものである。

3 相談総件数は、図表に記載している商品・役務以外のものも含む各年度の総件数である。

4 () 内は、相談総件数に対する割合である。

また、相談件数が増加傾向にある 60 歳代と 70 歳以上の取引に関する相談について、平成 21 年度と 24 年度の上位の商品・役務を比較すると、図表 1－⑥のとおり、60 歳代と 70 歳以上のいずれも「デジタルコンテンツ」に関するものが増加しており、24 年度には、「健康食品 (全般)」や「ファンド型投資商品」に関するものが上位となっている状況がみられる。

図表 1－⑥ 60 歳代及び 70 歳以上の上位商品・役務別の相談件数

(単位：件、%)

区分	平成 21 年度		24 年度	
	60 歳代	フリーローン・サラ金	12,552 (13.4)	デジタルコンテンツ
	商品一般	7,463 (7.9)	フリーローン・サラ金	6,400 (6.5)
	デジタルコンテンツ	6,923 (7.4)	工事・建築	4,346 (4.4)
	工事・建築	3,671 (3.9)	商品一般	4,170 (4.2)
	不動産貸借	3,247 (3.5)	ファンド型投資商品	3,710 (3.7)
	株	1,879 (2.0)	不動産貸借	3,119 (3.2)
	普通生命保険	1,694 (1.8)	インターネット接続回線	2,868 (2.9)
	新聞	1,677 (1.8)	健康食品 (全般)	2,077 (2.1)
	宝くじ	1,247 (1.3)	新聞	1,697 (1.7)
	修理サービス	1,235 (1.3)	公社債	1,680 (1.7)
	相談総件数	93,888 (100)	相談総件数	98,984 (100)
70 歳以上	商品一般	8,768 (8.4)	健康食品 (全般)	8,720 (6.2)
	フリーローン・サラ金	5,840 (5.6)	ファンド型投資商品	8,111 (5.8)
	工事・建築	5,217 (5.0)	商品一般	6,979 (5.0)
	株	3,638 (3.5)	他の健康食品	6,471 (4.6)
	ふとん類	3,636 (3.5)	工事・建築	6,321 (4.5)
	新聞	3,635 (3.5)	デジタルコンテンツ	5,349 (3.8)
	宝くじ	2,656 (2.5)	新聞	4,352 (3.1)
	デジタルコンテンツ	2,178 (2.1)	フリーローン・サラ金	4,107 (2.9)
	他の健康食品	2,153 (2.1)	株	3,714 (2.6)
	不動産貸借	2,105 (2.0)	公社債	3,520 (2.5)
	相談総件数	104,848 (100)	相談総件数	140,326 (100)

(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 (平成 25 年 9 月 30 日までの登録分) によるものである。

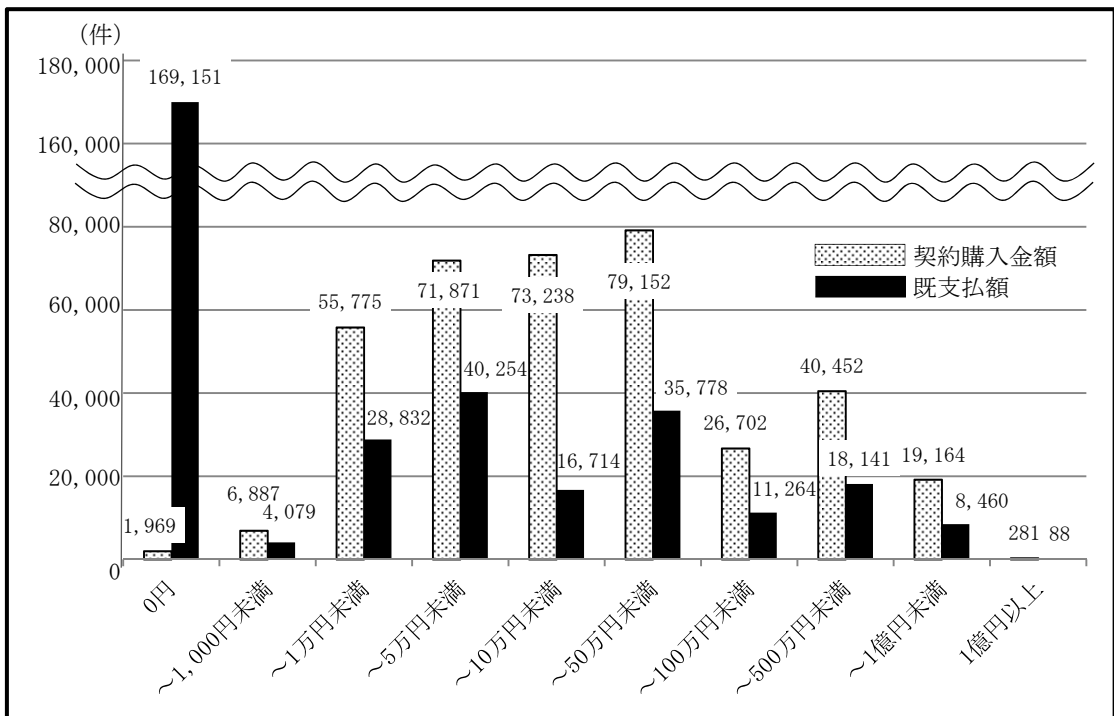
3 相談総件数は、図表に記載している商品・役務以外のものも含む各年度の総件数である。

4 () 内は、相談総件数に対する割合である。

(カ) 契約購入金額と既支払額の分布と推移

平成 24 年度の取引に関する相談について、個々の契約購入金額と既支払額の状態をみると、図表 1－⑦のとおり、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。

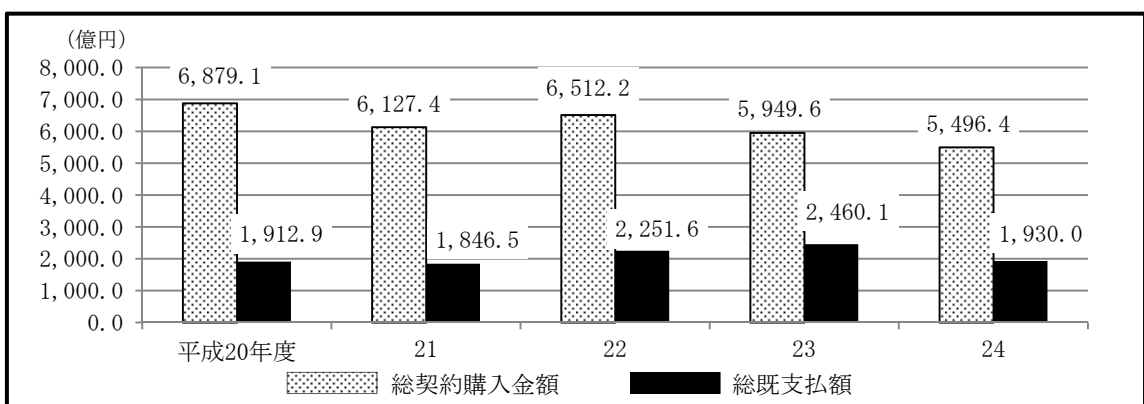
図表 1-⑦ 契約購入金額と既支払額の分布（平成 24 年度）



- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 契約購入金額及び既支払額は、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 5 月 31 日までの登録分）によるものである（不明・無回答を除く。）。

また、平成 20 年度から 24 年度までの取引に関する相談について、総契約購入金額と総既支払額の推移をみると、図表 1-⑧ のとおり、総契約購入金額は、20 年度の約 6,879 億円から 24 年度は約 5,496 億円に減少している一方で、総既支払額は同約 1,913 億円から約 1,930 億円と横ばいになっている。

図表 1-⑧ 総契約購入金額と総既支払額の推移



- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 総契約購入金額及び総既支払額は、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 5 月 31 日までの登録分）によるものである（不明・無回答を除く。）。

さらに、図表 1－⑨のとおり、平成 24 年度の 1 件当たりの平均契約購入金額は約 146.4 万円、同平均既支払額は約 58.0 万円で、前年度と比べると平均契約購入金額は横ばいであるが、平均既支払額は減少している。

図表 1－⑨ 1 件当たり平均契約購入金額と平均既支払額の推移

(単位：万円)

区 分	年 度				
	平成 20	21	22	23	24
平均契約購入金額（1 件当たり）	160.8	149.8	156.2	146.2	146.4
平均既支払額（1 件当たり）	55.3	54.5	66.3	70.3	58.0

(注) 1 当省の調査結果による。

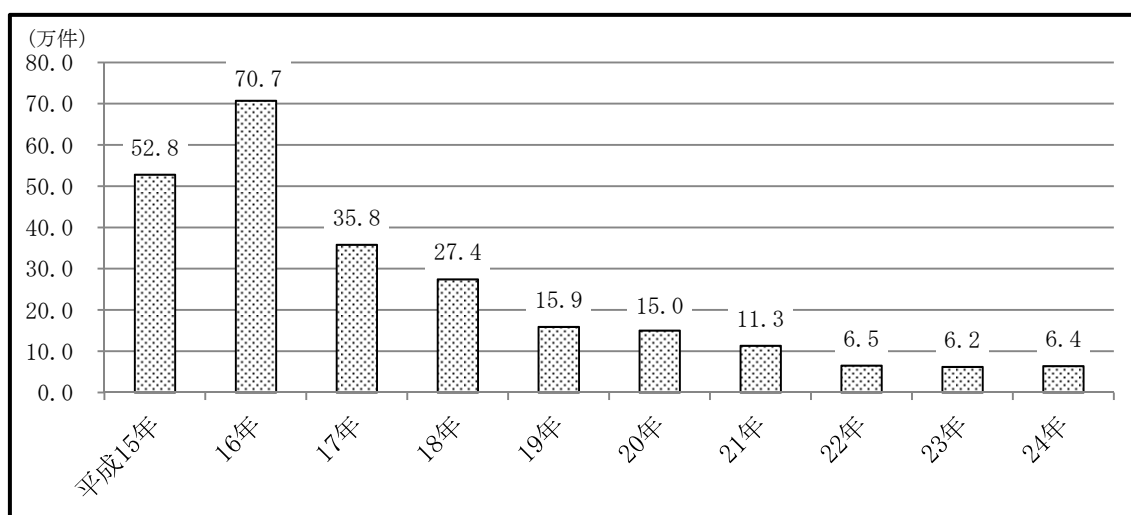
2 1 件当たりの平均契約購入金額及び平均既支払額は、P I O－N E T に登録された全国の消費生活相談情報（平成 25 年 5 月 31 日までの登録分）による（不明・無回答を除く。）ものである。

(キ) 都道府県警察における相談・検挙件数の推移

a 悪質商法に関する相談件数の推移

平成 15 年から 24 年までに都道府県警察の総合窓口で取り扱った相談のうち、悪質商法に関する相談件数の推移をみると、図表 1－⑩のとおり、16 年が最も多く約 70 万 7,000 件であったが、24 年には約 6 万 4,000 件に減少しており、上記図表 1－①「全国の消費生活相談件数の推移」と同様の傾向を示している。

図表 1－⑩ 悪質商法に関する相談件数の推移



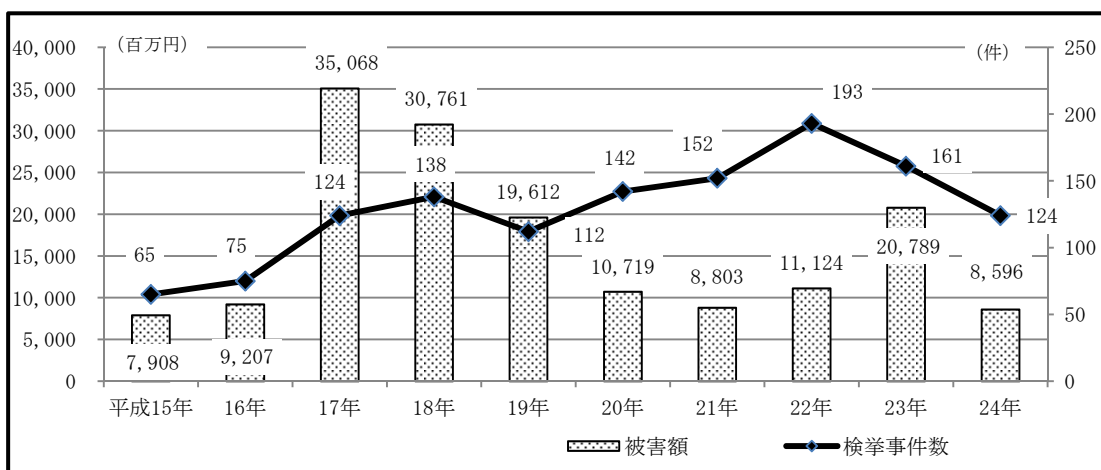
(注) 警察庁の資料に基づき、当省が作成した。

b 特定商取引等事犯の検挙事件数と被害額の推移

平成15年から24年までの特定商取引等事犯(注)の検挙事件数及び被害額の推移をみると、表1-⑪のとおり、検挙事件数は年によって変動があるものの、被害額は17年をピークに減少傾向にある。

(注) 「特定商取引等事犯」とは、訪問販売、電話勧誘販売等で不実を告知するなどして商品の販売や役務の提供を行う悪質商法。具体的には、特定商取引法違反及び特定商取引に関連する詐欺、恐喝等に係る事犯をいう。

図表1-⑪ 特定商取引等事犯の検挙事件数と被害額の推移



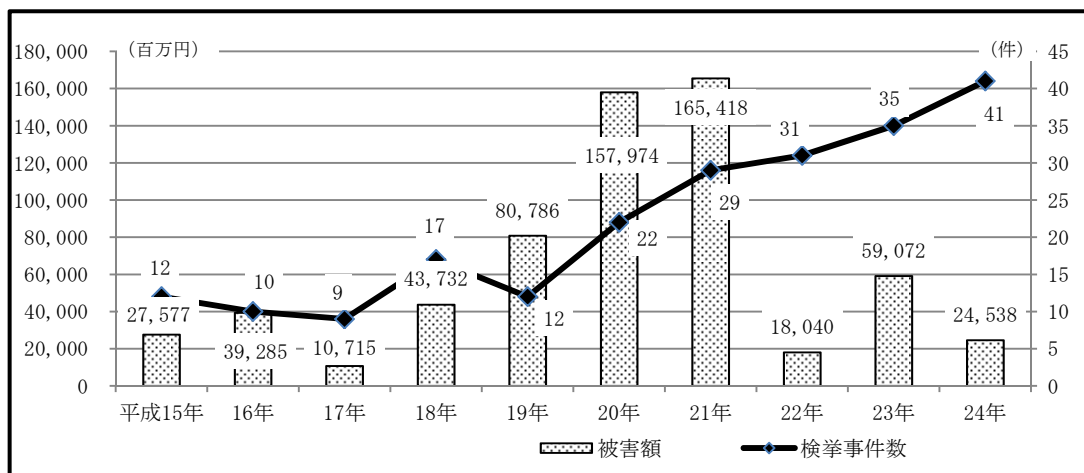
(注) 警察庁の資料に基づき、当省が作成した。

c 利殖勧誘事犯の検挙事件数と被害額の推移

平成15年から24年までの利殖勧誘事犯(注)の検挙事件数及び被害額の推移をみると、図表1-⑫のとおり、検挙事件数は24年まで増加傾向にあるものの、被害額は21年をピークに減少傾向にある。

(注) 「利殖勧誘事犯」とは、未公開株、社債等の取引や投資勧誘等を仮装し金を集める悪質商法であり、具体的には、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。以下「出資法」という。)、金融商品取引法(昭和23年法律第25号)、無限連鎖講の防止に関する法律(昭和53年法律第101号)等の違反に係る事犯をいう。

図表 1 - ⑫ 利殖勧誘事犯の検挙事件数と被害額の推移

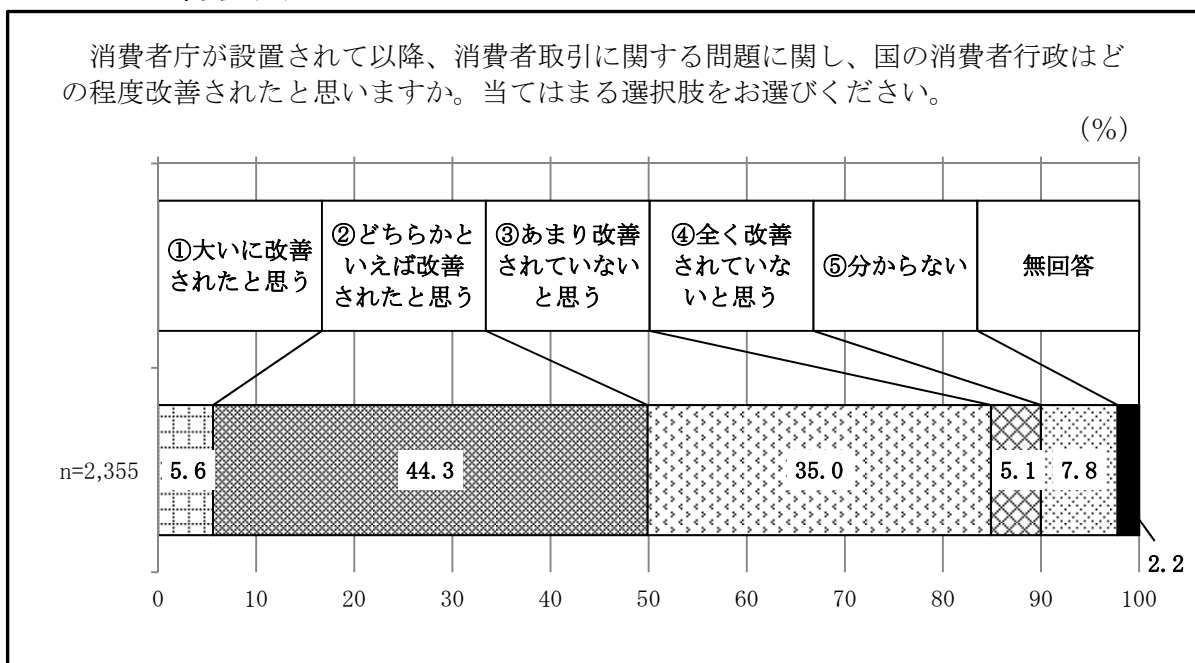


(注) 警察庁の資料に基づき、当省が作成した。

イ 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、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、図表 1 - ⑬のとおり、「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。

図表 1 - ⑬ 消費生活相談員に対する意識等調査結果 (国の消費者行政の改善状況)



(注) 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 事業者向け施策の現況

(把握した内容、手法等)

事業者向け施策については、各法律において、その主な目的の一つである消費者の利益の保護等を達成していくために、事業者に対し規制を課すとともに、関係行政機関が事業者に対し法執行・指導監督を行うことにより、それを担保していくことが予定されている。また、これらが適切に運用されることにより、消費者と事業者との間の情報の質及び量、交渉力等の格差が是正され、消費者被害の未然防止及び拡大防止が図られ、ひいては消費者取引の適正化という効果が期待される。このため、法令改正の効果に加え、この効果の発現に至る法執行・指導監督の過程や、それらの実施状況を以下のとおり把握・分析した。

① 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のうち、平成20年度以降に施行されたものについて、必要性及び有効性の観点から、その効果の発現状況を次の方法で把握し、その効果を分析した。

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していた効果及びその効果を測るための指標を把握した。

ii) i) で把握した指標及び関連すると考えられる指標について、原則、改正法令の施行前2年間及び施行後の推移を把握した。

なお、所期の目論見において想定していた効果が主に消費者トラブルの防止等にあることから、多くの法令改正において、これを測るための指標として、相談件数が想定されている。このため、効果の分析の際には外部要因を考慮しつつ、相談件数が減少していれば消費者トラブルの抑制が図られているものとした。

iii) 地方支分部局及び都道府県の各法令に係る法執行・指導監督担当部署(注)並びに都道府県及び市区の消費生活相談担当部署に対する実地調査、並びに消費生活相談員に対する意識等調査により、効果の発現状況の認識を把握した。

(注) 法執行・指導監督担当部署とは、i) 特定商取引法、ii) 宅地建物取引業法(昭和27年法律第176号)、iii) 割賦販売法(昭和36年法律第159号)、iv) 貸金業法(昭和58年法律第32号)、v) 商品先物取引法(昭和25年法律第239号)、vi) 金融商品取引法及びvii) 老人福祉法(昭和38年法律第133号)の各法律に基づく法執行・指導監督を担当している部署を指す。

② 事業者向け施策が有効に機能するためには、法執行・指導監督担当部署における的確な対応が重要になることから、各府省、地方支分部局及び都道府県への実地調査により、効果の発現に至る法執行・指導監督の過程や、

それらの実施状況を把握・分析した。

(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

(要旨)

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都道府県の特典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。

a 改正の概要

平成20年の特定商取引法改正の概要は、次のとおりである。

(a) 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（平成21年12月施行）

平成20年の改正前の特定商取引法では、訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売については、特定商取引に関する法律施行令（昭和51年政令第295号。以下「特定商取引法施行令」という。）で指定された商品、役務及び権利を規制対象とする限定列挙方式がとられていたが、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。

このため、原則全ての商品の販売又は役務の提供が規制対象とされ、必要に応じて適用除外が設けられた。

(b) 訪問販売の規制強化（平成21年12月施行）

訪問販売については、消費者が執拗な勧誘を断りきれないまま契約を締結させられたり、通常必要とされる分量を著しく超える商品の売買契約や役務の提供契約（過量販売）を締結させられ被害が高額となるなど消費者被害が多発していた。また、過量販売の類型として、一度でも不用意に取引をすると、断りづらい状況等から過剰な量の商品等を購入する消費者として狙い打ちの対象とされ、次々と商品等の契約（次々販売）を締結させられる消費者被害も発生していた。

このため、消費者が商品の売買契約や役務の提供契約を締結しない旨の意思を明確に表示した場合、その場において引き続き勧誘することや再度来訪して同じ契約に関する勧誘をすること（再勧誘）が禁止されるとともに、過量販売等が行われた場合に契約後1年間は契約の解除等ができることとされた。

(c) 通信販売の規制強化（平成20年12月、21年12月施行）

通信販売については、その広告において返品に関する特約が表示されていない場合や、表示されていたとしても特約の内容（条件やプロセス等）が明確でないために、返品や商品の交換に関する消費者トラブルが多発していた。

このため、広告に契約の解除に関する特約が明確に表示されている場合を除き、商品等を受け取った日から起算して8日以内であれば、消費者の送料負担で契約の解除等ができることとされた。

また、電子メール広告については、以前からオプトアウト規制（注）を行っていたが、迷惑広告メールは増加していた。

このため、オプトアウト規制が見直され、消費者が事業者からの電子メール広告の送信を事前に承諾しない限り、電子メール広告の

送信が原則的に禁止された（オプトイン規制）。

（注） オプトアウト規制とは、電子メール広告の受信を拒否する意思を伝えた消費者に対して一方的に電子メール広告を送りつけることを禁止する規制をいう。

b 効果を測るための指標の推移等

本改正に際し、経済産業省は、行政機関が行う政策の評価に関する法律（平成13年法律第86号。以下「政策評価法」という。）第9条の規定に基づき、規制の事前評価を実施しており、当該評価を参考として本改正の効果の分析を行った結果は、次のとおりである。

(a) 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

経済産業省の規制の事前評価書によると、図表2-(1)-①のとおり、P I O-N E Tに登録された訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に関する相談件数を、指定商品・指定役務制の廃止の効果を測るための指標としており、その基準となる時点を平成19年度としている。

図表 2 - (1) - ① 特定商取引法の適用を除外する対象を定める規制の影響の事前評価

◎ 特定商取引に関する法律の適用を除外する対象を定める規制の影響の事前評価書（評価実施時期：平成20年12月）（抜粋）

7. 規制の便益

現在、全国の消費生活センターが受付け、P I O - N E T に登録された消費生活相談情報の総件数は約104万件である。そのうち、訪問販売⁷、通信販売、電話勧誘販売に関する全相談件数は約50万件発生している⁸。今回の改正案の実施によって、今後、そのうちの特商法の規制対象となるか否かといった限定列举方式の体系下で発生していた問い合わせのうち、一定数の相談が減少すると考えられる。

<相談件数の減少予想>

- | | |
|--|--------------------------------|
| ○ 消費生活センターに寄せられた相談件数全体 … 約104万件のうち、一定数の相談件数の減少が見込まれる。特に、 | |
| ・ 訪問販売 … 約 12 万件 | } の合計約 50 万件のうち
一定数が減少する見込み |
| ・ 通信販売 … 約 33 万件 | |
| ・ 電話勧誘販売 … 約 5 万件 | |

また、訪問販売、通信販売、電話勧誘販売に係る相談について、現在は、国全体として50万件の相談が寄せられているが、相談一件あたりの販売契約の金額は平均して約133万円⁹である。仮にこの約50万件のうち、約1割¹⁰の5万件について事案の発生の減少や救済が図られると予測した場合、推計で最大約665億円の便益が生ずる試算となる。

⁷ 「訪問販売」には、「家庭訪販」「アポイントメントセールス」「SF商法」「キャッチセールス」などが含まれる。

⁸ 平成19年度、消費生活年報2008より

⁹ P I O - N E T データに寄せられた相談の平均契約購入金額より

¹⁰ 経済産業省の消費者相談室に寄せられた、平成19年度の訪問販売に係る相談件数1768件の内、純粋に指定商品・指定役務に該当するか否かを相談した事例が189件であることより（平成20年11月28日現在）

(注) 1 下線は当省が付した。

2 「相談件数」には、特定商取引法の適用除外の商品等に係る相談も含まれる。

P I O - N E T に登録された訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に関する相談件数は、図表 2 - (1) - ②のとおり、平成19年度は50万7,576件であったのに対し、24年度は42万3,795件と、8万3,781件（16.5%）減少している。

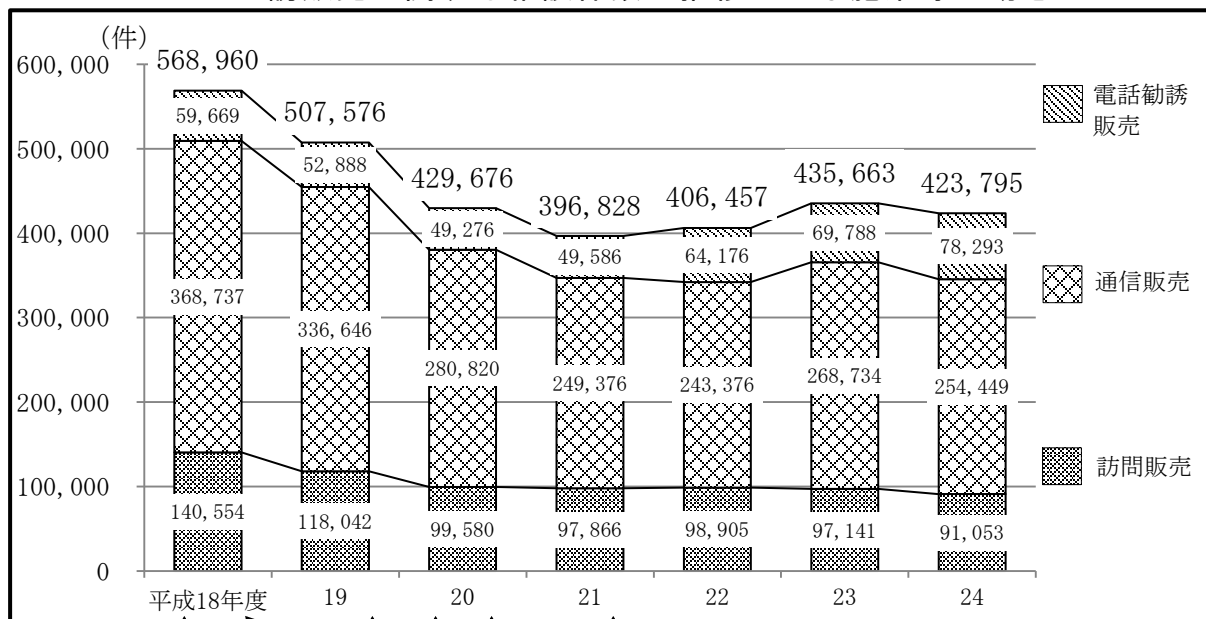
また、経済産業省の規制の事前評価の考え方に則して、平成19年度における訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に関する相談1件当たりの平均契約購入金額約63万円（注）に上記の相談件数の減少分である8万3,781件を乗じて試算すると、約528億円の便益が発生

したこととなる。

(注) 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5月31日までの登録分）によるものである。

なお、経済産業省の規制の事前評価では、相談全体の平均契約購入金額（約133万円）を用いているが、ここでは訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に関する相談の平均契約購入金額（約63万円）を用いている。

図表 2 - (1) - ② P I O - N E T に登録された訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に関する相談件数の推移と主な施策等の動き



18年7月	19年2月	20年3月	20年6月	20年12月	21年12月
「消費者基本計画の検証・評価・監視について」(消費者政策会議決定)	経済産業省産業構造審議会消費経済部会での審議開始	改正法案を国会に提出	改正法成立	改正法施行(電子メール広告規制)	改正法施行(指定制の廃止等)

(注) 1 当省の調査結果による。

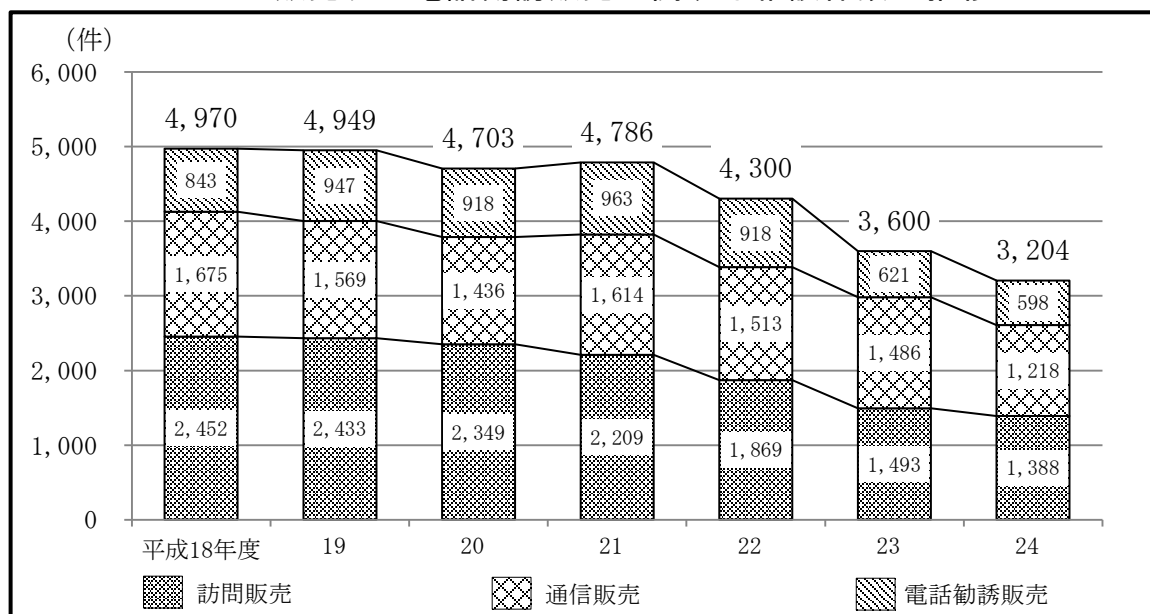
2 相談件数は、P I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報（平成25年5月31日までの登録分）によるものである。

しかし、本改正の効果を測るための指標の基準となる時点である平成19年度の訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に関する相談件数は、18年度と比較すると、6万1,384件（10.8%）減少しており、

本改正が19年度以降の相談件数の減少にどの程度影響を及ぼしたかまでは分からなかった。

なお、経済産業省の消費者相談室が受け付けた訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に関する相談件数は、図表2-(1)-③のとおり、平成19年度は4,949件であったのに対し、24年度は3,204件と、1,745件(35.3%)減少している。

図表2-(1)-③ 経済産業省の消費者相談室が受け付けた訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に関する相談件数の推移



(注) 経済産業省の資料に基づき、当省が作成した。

(b) 訪問販売の規制強化

経済産業省の規制の事前評価書によると、図表2-(1)-④のとおり、P I O-N E Tに登録された訪問販売における「強引・長時間勧誘」又は「過量販売・次々販売」に関する相談件数を、訪問販売の規制強化による効果を測るための指標としており、その基準となる時点を平成18年度としている。

図表 2 - (1) - ④ 悪質商法対策に関する訪問販売規制の強化に係る事前評価

◎ 悪質商法対策に関する訪問販売規制の強化に係る事前評価書（評価実施時期：平成20年2月）（抜粋）

7. 規制の便益

現在、我が国における訪問販売に関する全相談件数は以下のとおり約14万件発生している（P I O - N E Tデータ（平成18年度））。そのうち、直接今回規制の目的にかかる相談件数は、約5万3千件と想定されているが、今回改正案の実施によって、今後、そのうちの一定数の相談が減少すると考えられる。

○ 訪問販売に関する相談件数全体 …… 約14万件のうち、一定数の相談件数の減少が見込まれる。特に、

- | | | |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ・ 強引・長時間勧誘… 3万5千件 ・ 過量販売・次々販売… 1万1千件 | } | <p>の合計3万4千件のうち
一定数が減少する見込み
(重複分調整)</p> |
|---|---|--|

また、過量販売（次々販売含む）に係る相談については、現在は、国全体として1万1千件の相談が寄せられているが、一件あたりの契約金額は平均して約163万円⁷であることから、推計で最大約180億円の規模の消費者トラブルについて救済が図られる試算となる。

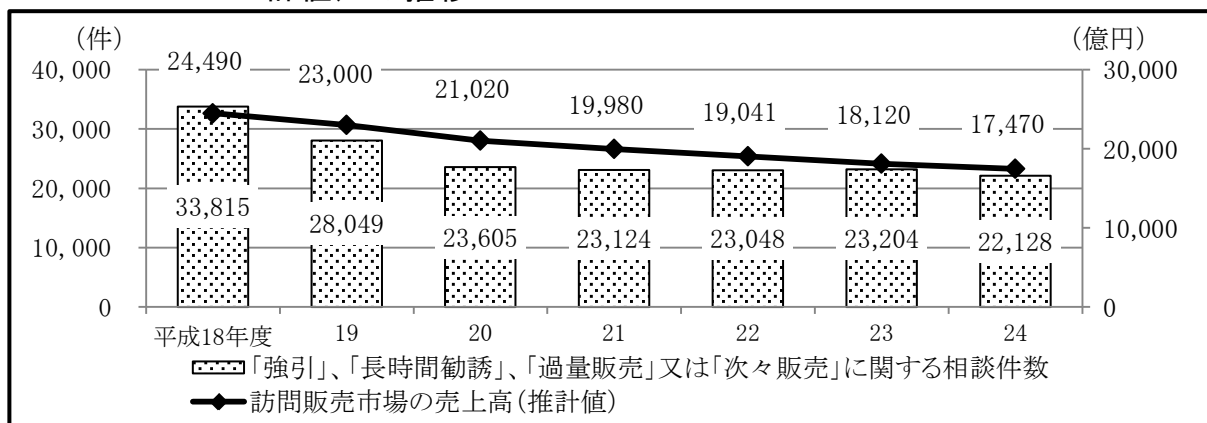
⁷ ただし、消費者からの申し出による。（P I O - N E Tデータより）

(注) 1 下線は当省が付した。

2 「相談件数」には、特定商取引法の適用除外の商品等に係る相談も含まれる。

P I O - N E Tに登録された訪問販売における「強引」、「長時間勧誘」、「過量販売」又は「次々販売」に関する相談件数は、図表 2 - (1) - ⑤のとおり、平成18年度は3万3,815件であったのに対し、24年度は2万2,128件と、1万1,687件（34.6%）減少している。また、訪問販売市場の売上高は、平成18年度は2兆4,490億円であったのに対し、24年度は1兆7,470億円と、7,020億円（28.7%）減少しており、「強引」、「長時間勧誘」、「過量販売」又は「次々販売」に関する相談件数の18年度から24年度までの減少率（34.6%）は、訪問販売市場の売上高の減少率（28.7%）を上回っている。

図表 2 - (1) - ⑤ 訪問販売における「強引」、「長時間勧誘」、「過量販売」又は「次々販売」に関する相談件数及び訪問販売市場の売上高（推計値）の推移

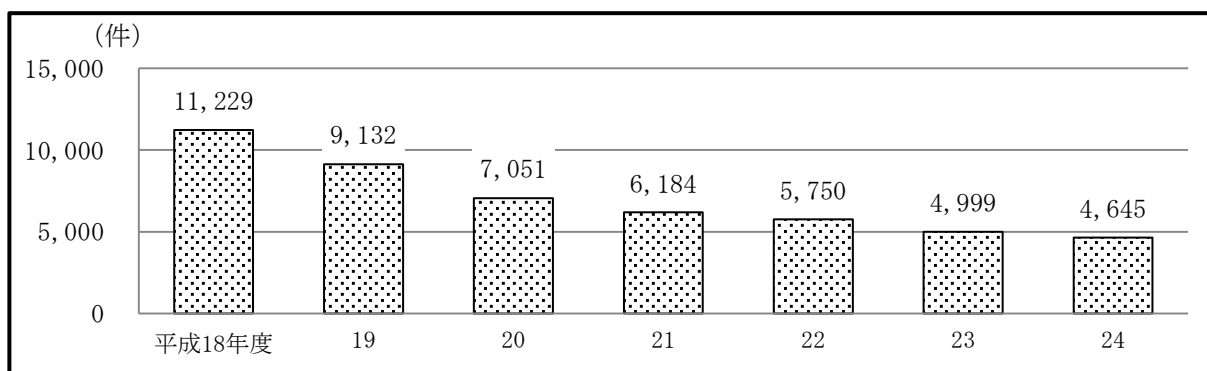


- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 相談件数は、P I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報（平成25年 5 月 31 日までの登録分）によるものである。
 3 訪問販売市場の売上高は、公益社団法人日本訪問販売協会の資料によるものである。同協会の正会員の訪問販売売上高を基にした推計値であり、自動車、新聞、医薬品、食料品の訪問販売売上高及び百貨店の外商の売上高は含まれていない。

また、訪問販売における「過量販売」又は「次々販売」に関する相談件数は、図表 2 - (1) - ⑥ のとおり、平成18年度は1万1,229件であったのに対し、24年度は4,645件と、6,584件（58.6%）減少しており、経済産業省の規制の事前評価の考え方に則して、その減少分に18年度における同相談1件当たりの平均契約購入金額約164万円（注）を乗じて試算すると約108億円の規模の消費者トラブルについて救済が図られたこととなる。

（注） 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 5 月 31 日までの登録分）によるものである。経済産業省の規制の事前評価と集計時点が異なるため、平均契約購入金額には差がある。

図表 2 - (1) - ⑥ 訪問販売における「過量販売」又は「次々販売」に関する相談件数の推移



(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（平成25年 5 月 31 日までの登録分）によるものである。

(c) 通信販売の規制強化

経済産業省の規制の事前評価書によると、図表 2 - (1) - ⑦ のとおり、P I O - N E T に登録された通信販売（架空請求を除く。）における「DM 広告」又は「返金」に関する相談件数を、通信販売の規制強化の効果を測るための指標としており、その基準となる時点を平成18年度としている。

図表 2 - (1) - ⑦ インターネット取引の進展に伴う通信販売規制の強化に係る事前評価

◎ インターネット取引の進展に伴う通信販売規制の強化に係る事前評価書（評価実施時期：平成20年3月）（抜粋）

7. 規制の便益

○ 通信販売に関する相談件数全体（不当請求を除く）・・・約11万件的のうち、一定数の相談減少が見込まれる。特に、

- | | | |
|--------------------|---|---|
| ・ DM 広告・・・1 万 7 千件 | } | 合計 2 万 7 千件のうち、
一定数が減少する見込み
(重複分除く) |
| ・ 返金・・・1 万 1 千件 | | |

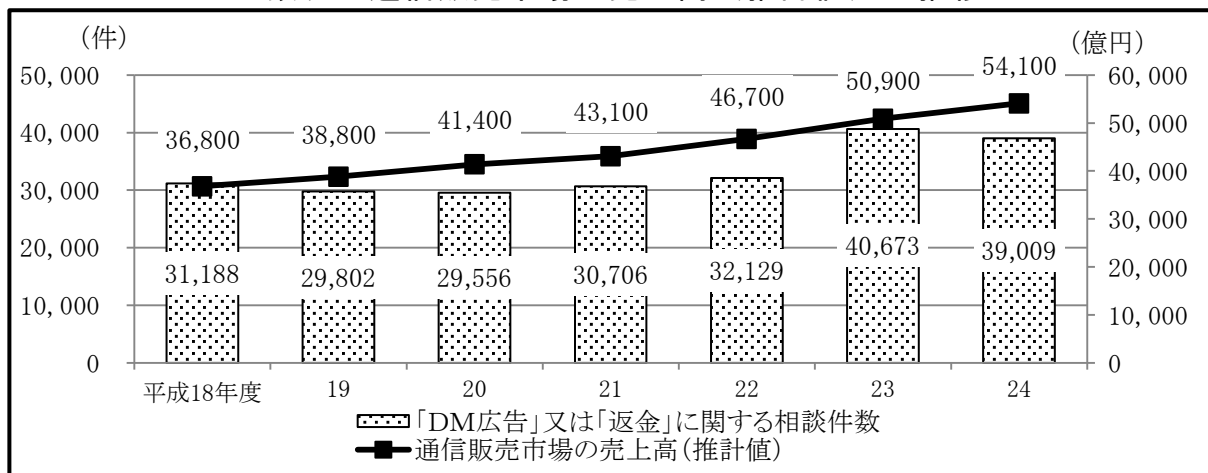
(注) 1 下線は当省が付した。
 2 「相談件数」には、特定商取引法の適用除外の商品等に係る相談も含まれる。

P I O - N E T に登録された通信販売（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、図表 2 - (1) - ⑧ のとおり、平成18年度は 3 万 1, 188 件であったのに対し、24年度は 3 万 9, 009 件と、7, 821 件（25.1%）増加している。

一方、通信販売市場の売上高は、平成18年度は 3 兆 6, 800 億円であったのに対し、24年度は 5 兆 4, 100 億円と、1 兆 7, 300 億円（47.0%）

増加しており、「DM広告」又は「返金」に関する相談件数の18年度から24年度までの増加率（25.1%）は、通信販売市場の売上高の増加率（47.0%）を下回っている。

図表 2 - (1) - ⑧ 通信販売における「DM広告」又は「返金」に関する相談件数及び通信販売市場の売上高（推計値）の推移



- (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（平成25年5月31日までの登録分）によるものである。
 3 通信販売市場の売上高は、公益社団法人日本通信販売協会の資料によるものである。同協会の会員の売上高等に各種調査から推計できる有力な非会員（約180事業者）の売上高を加えた推計値である。
 4 経済産業省の規制の事前評価では、平成20年2月までにP I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報を用いているのに対し、ここでは25年5月31日までに登録された情報を用いているため、相談件数には差がある。

c 地方支分部局及び都道府県に対する実地調査結果

本改正の効果の発現状況の認識について、9 経済産業局及び26都道府県の特定制商取引法執行担当部署を調査したところ、図表 2 - (1) - ⑨のとおり、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答しているものは、91.4%となっている。

図表 2 - (1) - ⑨ 特定商取引法執行担当部署における本改正効果の発現状況についての回答結果

(単位：機関、%)

回答区分	経済産業局数	都道府県数	計
大いに効果があった	1 (11.1)	8 (30.8)	32 (91.4)
ある程度効果があった	8 (88.9)	15 (57.7)	
あまり効果がなかった	0 (0.0)	2 (7.7)	2 (5.7)
効果はなかった	0 (0.0)	0 (0.0)	
分からない	0 (0.0)	1 (3.8)	1 (2.9)
計	9 (100)	26 (100)	35 (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。

また、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した理由は、図表2-(1)-⑩のとおり、「相談件数が減少しているため」(59.4%)が最も多く、次いで、「特定商取引法の執行の対象範囲が拡大したため」(28.1%)となっている。

図表2-(1)-⑩ 「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した理由

(単位：機関、%)

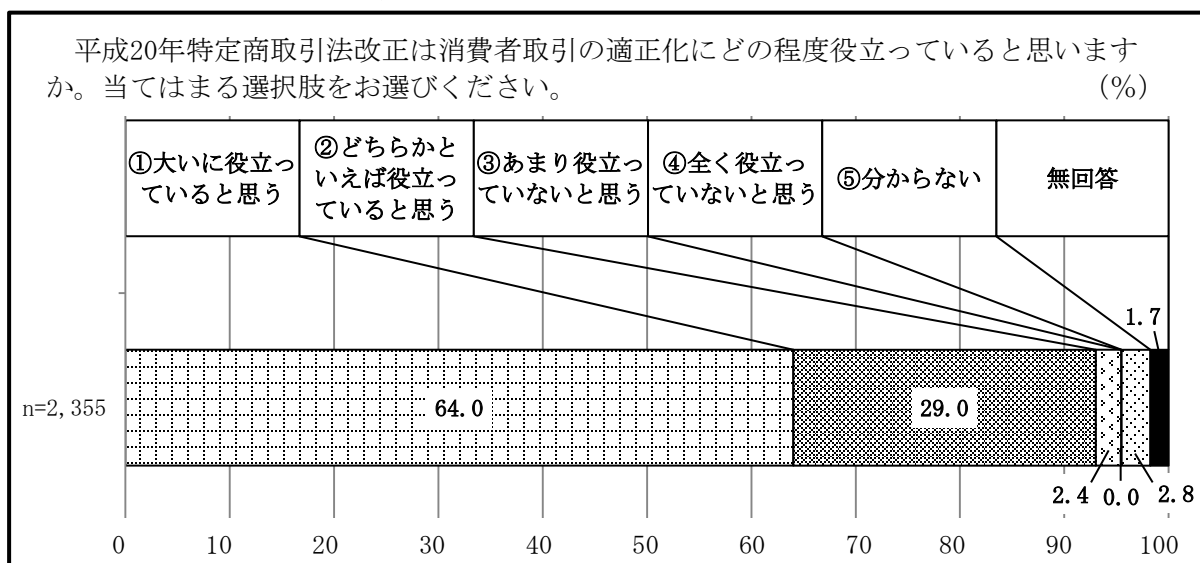
区 分	機関数
「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した機関数	32
相談件数が減少しているため	19 (59.4)
特定商取引法の執行の対象範囲が拡大したため	9 (28.1)
その他	5 (15.6)

- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 複数回答のため、理由ごとの機関数の合計は、回答した機関数と一致しない。
 3 () 内は、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した32機関に対する割合である。

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、本改正は消費者取引の適正化にどの程度役立っていると思うかと尋ねたところ、図表2-(1)-⑪のとおり、「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」と回答した者が、合わせて93.0%となっている。

図表2-(1)-⑪ 消費生活相談員に対する意識等調査結果（平成20年の特定商取引法改正の評価）



- (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。

また、「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、その理由欄に記載があったもののうち、59.5%が、指定商品・指定役務制の廃止により、クーリング・オフの対象範囲が拡大し被害救済を図りやすくなったなど消費者相談の対応面での効果を挙げている。

一方で、上記設問に関し、消費者被害が多いものの特定商取引法が適用されない商品、役務及び権利について、規制対象とすることを望むとの意見もみられた。

(イ) 平成24年の特定商取引法改正

(要旨)

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。

a 改正の概要

平成22年度から23年度にかけて、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。

このため、平成24年に特定商取引法が改正（25年2月施行）され、特定商取引の規制対象に訪問購入が追加された。また、原則全ての物品が規制対象とされ、特定商取引法施行令で規制対象外の物品（注1）が定められた。さらに、訪問購入を行う事業者に対し、氏名等の明示

義務、不招請勧誘の禁止（注2）等の規制が課されるとともに、訪問購入に係る売買契約の申込みや締結が行われた場合であっても、法定書面を受領した日から起算して8日以内であれば、当該売主である消費者は書面での申込みの撤回や契約の解除ができることとされた。

- （注） 1 規制対象外の物品とは、自動車（二輪のものを除く。）、家庭用電気機械器具（携行が容易なものを除く。）、家具、書籍、有価証券、レコードプレーヤー用レコード及び磁気的方法又は光学的方法により音、影像又はプログラムを記録した物である。
- 2 特定商取引法では、訪問購入に係る売買契約の締結についての勧誘の要請をしていない者に対し、営業所等以外の場所において、当該売買契約の締結について勧誘をし、又は勧誘を受ける意思の有無を確認してはならないとされている。

また、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。

b 効果を測るための指標の推移等

本改正に際し、消費者庁は、政策評価法第9条の規定に基づき、規制の事前評価を実施しており、当該評価を参考として本改正の効果の分析を行った結果は、次のとおりである。

消費者庁の規制の事前評価書では、図表2-(1)-⑫のとおり、消費者利益の保護を規制の便益としている。

図表2-(1)-⑫ 訪問購入の規制内容の整備に係る規制の事前評価

◎ 規制の事前評価書（訪問購入に係る規制内容の整備）（評価実施時期：平成24年12月）（抜粋）

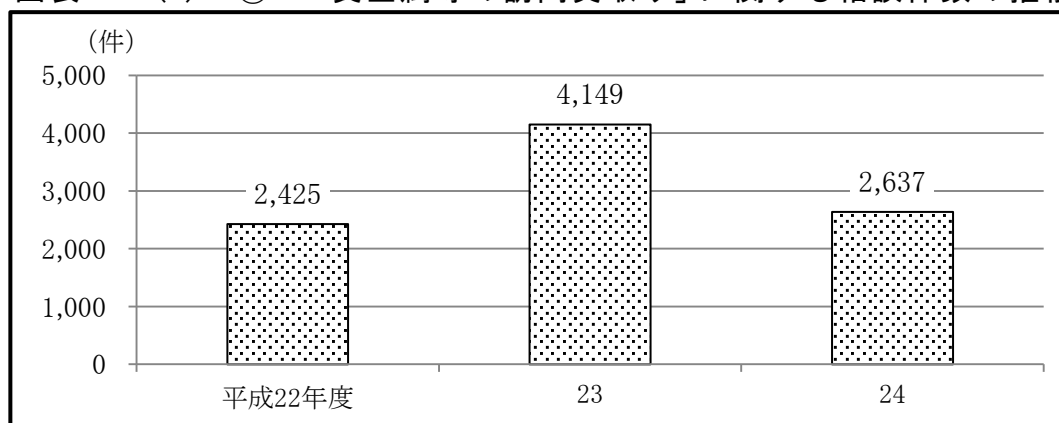
6. 規制の便益

訪問購入をめぐる消費者トラブルに対して、より実効的な法執行が可能となり、取引の適正化と消費者被害の未然防止により、消費者利益の保護が可能となる。

（注） 下線は当省が付した。

P I O - N E T に登録された「貴金属等の訪問買取り」に関する相談件数は、図表2-(1)-⑬のとおり、相談件数が最も多い平成23年度は4,149件であったのに対し、本改正法が施行された24年度は2,637件と、1,512件（36.4%）減少している。

図表 2 - (1) - ⑬ 「貴金属等の訪問買取り」に関する相談件数の推移

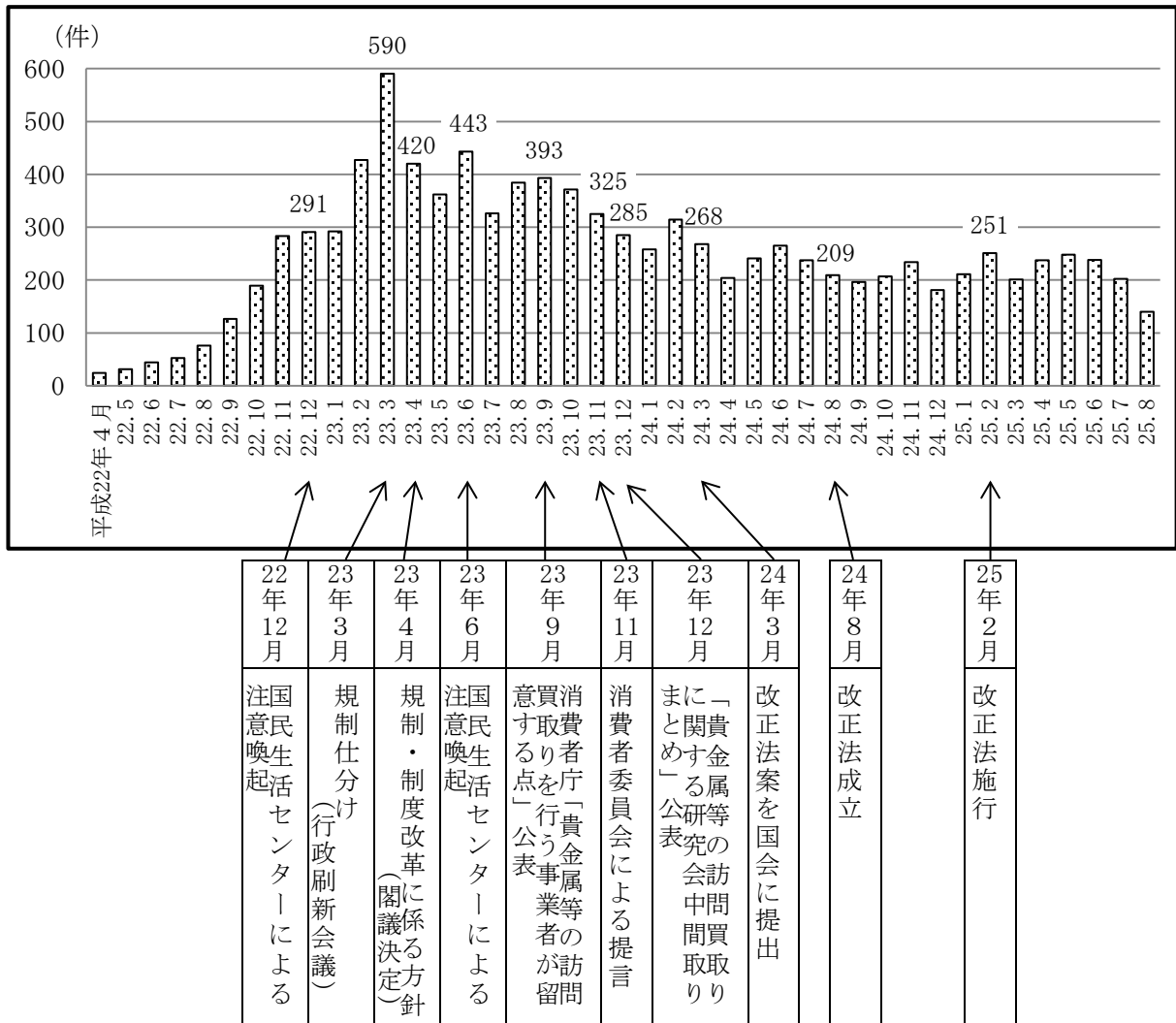


- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 相談件数は、P I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報（平成25年9月30日までの登録分）によるものである。
 3 平成24年度の相談件数は、特定商取引法の改正に伴い、25年2月21日から P I O - N E T に「訪問購入（販売購入形態）」が新設されたため、同年2月21日以降の相談件数(293件)と同年2月20日以前の相談件数(2,344件)とでは集計方法が異なる。

また、平成22年4月から25年8月までの「貴金属等の訪問買取り」に関する相談件数の推移を月別で見ると、図表 2 - (1) - ⑭ のとおり、22年度後半から大きく増加し、23年3月の590件をピークとして減少し、24年3月の改正特定商取引法案の国会提出時には268件まで減少している。その後は200件前後で推移している。

- (注) 本改正の効果を分析するために、規制対象の物品及び規制対象外の物品に係る訪問買取りに関する相談件数について、本改正法の施行前後で比較しようとしたが、施行前の規制対象外の物品に係る相談件数の詳細な集計はできなかった。

図表 2 - (1) - ⑭ 「貴金属等の訪問買取り」に関する月別相談件数の推移及び
主な施策等の動き



- (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（平成25年9月30日までの登録分）によるものである。
 3 特定商取引法の改正に伴い、平成25年2月21日からP I O - N E T に「訪問購入（販売購入形態）」が新設されたため、同年2月21日以降の相談件数と同年2月20日以前の相談件数とは集計方法が異なる。

c 地方支分部局、都道府県等に対する実地調査結果

本改正の効果の発現状況の認識について、9 経済産業局及び26都道府県の特定期商取引法執行担当部署並びに26都道府県及び64市区の消費生活相談担当部署を調査したところ、図表 2 - (1) - ⑮及び⑯のとおり、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答しているものは、特定期商取引法執行担当部署では45.7%、消費生活相談担当部署では56.7%となっている。

一方、改正特定期商取引法の施行後間もないこと等から「分からない」と回答しているものは、特定期商取引法執行担当部署では51.4%、消費生活相談担当部署では43.3%となっている。

図表 2 - (1) - ⑮ 特定商取引法執行担当部署における本改正効果の
発現状況についての回答結果

(単位：機関、%)

回答区分	経済産業局数	都道府県数	計
大いに効果があった	0 (0.0)	4 (15.4)	16 (45.7)
ある程度効果があった	0 (0.0)	12 (46.2)	
あまり効果がなかった	0 (0.0)	1 (3.8)	1 (2.9)
効果はなかった	0 (0.0)	0 (0.0)	
分からない	9 (100.0)	9 (34.6)	18 (51.4)
計	9 (100)	26 (100)	35 (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。

図表 2 - (1) - ⑯ 消費生活相談担当部署における本改正効果の発現
状況についての回答結果

(単位：機関、%)

回答区分	都道府県数	市区数	計
大いに効果があった	6 (23.1)	9 (14.1)	51 (56.7)
ある程度効果があった	6 (23.1)	30 (46.9)	
あまり効果がなかった	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
効果はなかった	0 (0.0)	0 (0.0)	
分からない	14 (53.8)	25 (39.1)	39 (43.3)
計	26 (100)	64 (100)	90 (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。

また、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した理由は、特定商取引法執行担当部署では、図表 2 - (1) - ⑰のとおり、「相談件数が減少したため」(62.5%) が最も多く、次いで、「事業者の悪質行為の抑制につながったため」(18.8%) となっており、消費生活相談担当部署では、図表 2 - (1) - ⑱のとおり、「相談件数が減少したため」(84.3%) が最も多く、次いで、「相談者の被害救済が図りやすくなったため」(9.8%) となっている。

図表 2 - (1) - ⑰ 特定商取引法執行担当部署における「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した理由

(単位：機関、%)

区 分	機関数
「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した機関数	16
相談件数が減少したため	10 (62.5)
事業者の悪質行為の抑制につながったため	3 (18.8)
その他	3 (18.8)

(注) 1 当省の調査結果による。

2 () 内は、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した16機関に対する割合である。

図表 2 - (1) - ⑱ 消費生活相談担当部署における「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した理由

(単位：機関、%)

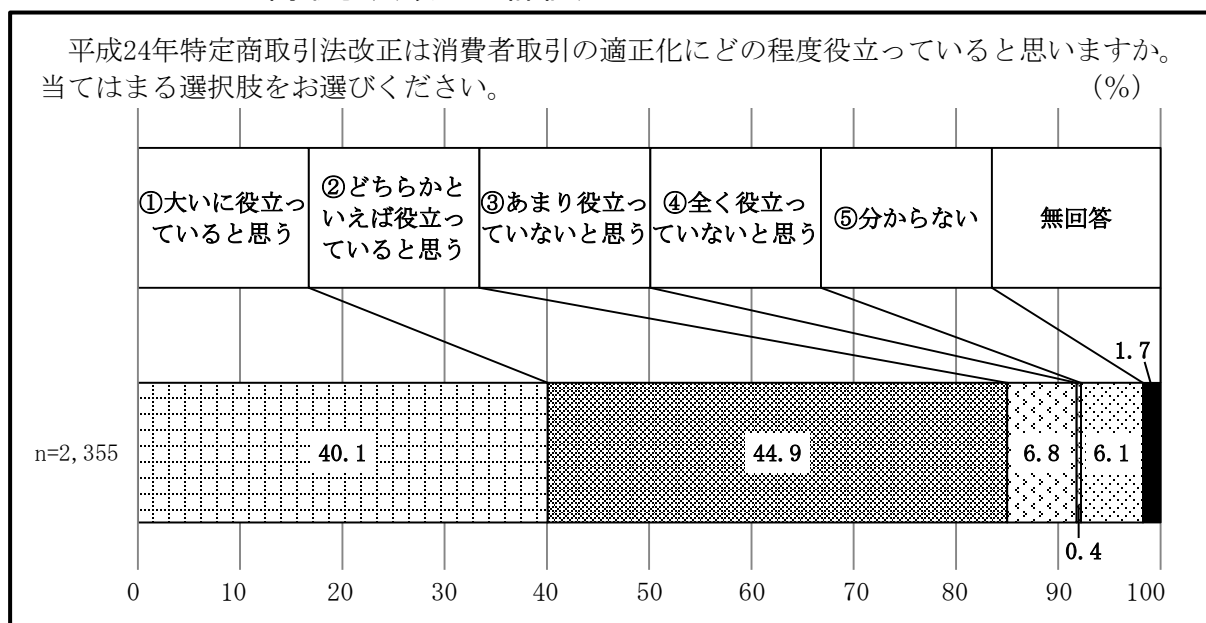
区 分	機関数
「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した機関数	51
相談件数が減少したため	43 (84.3)
相談者の被害救済が図りやすくなったため	5 (9.8)
その他	4 (7.8)

- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 複数回答のため、理由ごとの機関数の合計は、回答した機関数と一致しない。
 3 () 内は、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した51機関に対する割合である。

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、本改正は消費者取引の適正化にどの程度役立っていると思うか尋ねたところ、図表 2 - (1) - ⑲のとおり、「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」と回答した者が、合わせて85.0%となっている。

図表 2 - (1) - ⑲ 消費生活相談員に対する意識等調査結果（平成 24 年の特定商取引法改正の評価）



(注) 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。

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。

イ 法の執行状況等

(要旨)

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。

(7) 制度の概要

a 特定商取引法に基づく行政処分等

特定商取引法では、購入者等の利益を保護し、併せて商品等の流通及び役務の提供を適正かつ円滑にするため、訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に係る取引など特定商取引を行う事業者に対する規制等が定められている。

また、主務大臣による事業者に対する執行権限として、事業者が特定商取引法の規定に違反し、取引の公正及び購入者等の利益が害されるおそれがあると認めるとき等には指示や業務の停止を命ずることができ（第7条、第8条等）、特定商取引法を施行するために必要があると認めるとき等には、報告徴収、立入検査等ができることとされている（第66条）。

これら主務大臣の執行権限は、図表2-(1)-㉑のとおり、消費者庁長官に委任され、消費者庁長官から経済産業局長（沖縄総合事務局長を含む。以下同じ。）に対し委任されている（注）。

また、特定商取引法違反の疑いある行為が都道府県の区域内において存在する場合には、都道府県知事が行政処分等を実施することができることとされている。ただし、二以上の都道府県の区域にわたり取引の公正及び購入者等の利益を害するおそれがあり、主務大臣がその事態に適正かつ効率的に対処するため特に必要があると認めるとき、又は都道府県知事から要請があったときは、消費者庁長官又は委任を受けた経済産業局長が行政処分等を直接行うことを妨げないこととされている。

このため、二以上の都道府県の区域にわたり、特定商取引法違反の疑いのある行為が存在する場合には、消費者庁長官、経済産業局長及び都道府県知事のいずれもが行政処分を行うことが可能となっている。

なお、消費者庁長官及び経済産業局長の行政処分については、行政処分を受けた事業者の事業活動への制約は全国に及ぶことになるが、都道府県知事の行政処分による事業活動への制約は当該都道府県内に限定される。

（注） 経済産業局長は、執行事務について消費者庁長官の指揮監督を受けるものとされている（経済産業省設置法（平成11年法律第99号）第10条第3項）。

図表2-(1)-㉑ 特定商取引法における主務大臣の執行権限の委任状況等

執行権者 (委任根拠)	執行対象	執行の 効果
消費者庁長官 (特定商取引法第67条第3項) 経済産業局長 (特定商取引法第69条)	・二以上の都道府県の区域にわたり取引の公正及び購入者等の利益を害するおそれがあり、主務大臣がその事態に適正かつ効率的に対処するため特に必要があると認める場合 ・都道府県知事から要請があった場合	全国
都道府県知事 (特定商取引法第68条)	法違反の疑いある行為が都道府県の区域内において存在する場合	当該都道府県内

（注） 特定商取引法に基づき、当省が作成した。

b 特定商取引法執行担当部署間の連携、情報共有等

消費者庁が平成22年2月に策定した「地方消費者行政の充実・強化のためのプラン」では、「国とともに都道府県全体としても法執行の強化が必要」とされ、特定商取引法の執行の強化のためには、関係機関の連携が重要とされている。また、同庁が平成24年7月に策定した「地方消費者行政の充実・強化のための指針」では、特定商取引法の執行については、「国と地方、地域内・地域間での連携を強化し、情報共有などを進めることで、被害の拡大防止や軽減、予防につながります」とされ、情報共有を進める手段として、消費者庁が運用している執行ネットが挙げられている（注）。

（注） 「地方消費者行政の充実・強化のためのプラン」及び「地方消費者行政の充実・強化のための指針」の詳細は、後述の3(1)ア(7)d参照。

執行ネットは、「執行事例」、「掲示板」、「調査情報」及び「特商法解釈」の4つの機能がある。

このうち「調査情報」機能は、特定商取引法執行担当部署が特定商取引法に違反している疑いのある行為をしている事業者に対する調査に着手した段階で、その調査情報を登録することにより、他の特定商取引法執行担当部署と調査中の事業者に係る情報や調査の進捗を共有し、これにより調査の重複の防止や合同の調査等の促進が図られるものとなっている。

また、「執行事例」機能は、「調査情報」機能に登録された事案のうち特定商取引法に基づく行政処分や行政指導を実施したものについてデータベース化することにより、他の特定商取引法執行担当部署による行政処分歴や行政指導歴を確認できるものとなっている。

(イ) 把握結果

a 特定商取引法に基づく執行状況等

特定商取引法に基づく行政処分の実施状況は、図表2-(1)-㉑のとおり、国及び47都道府県全体で、平成24年度には121件となっている。

図表2-(1)-㉑ 行政処分の実施状況

(単位：件)

区分 \ 年度	平成22	23	24
国	53	43	40
47都道府県	135	82	81
計	188	125	121

（注） 消費者庁の資料に基づき、当省が作成した。

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都道府県の特定期取引法執行担当部署を調査したところ、図表2-1-②のとおり、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都道府県となっており、行政処分の実施件数が低調な都道府県がみられた。また、同様に行政指導の実施状況について調査したところ、50件以上実施しているものが6都道府県ある一方、0件が2都道府県、1件が2都道府県となっており、行政処分及び行政指導のいずれも未実施の都道府県もみられた。

図表2-1-② 都道府県における行政処分及び行政指導の実施状況（平成22年度から24年度まで）

（単位：都道府県）

行政処分の実施件数	都道府県数	行政指導の実施件数	都道府県数
10件以上	5	50件以上	6
5件以上10件未満	9	20件以上50件未満	7
2件以上5件未満	5	2件以上20件未満	9
1件	2	1件	2
0件	5	0件	2
計	26	計	26

（注）1 当省の調査結果による。

2 「行政処分の実施件数」及び「行政指導の実施件数」は、平成22年度から24年度までに実施した3年間の合計件数である。

また、行政処分及び行政指導の実施件数がいずれも0件又は1件である3都道府県では、特定期取引法の執行業務を実施する上での課題として、i) 執行担当職員が他の業務を兼務しており、執行業務に専任できない、ii) 人事異動等によりノウハウが蓄積されないことを挙げており、また、これらの都道府県からは、国や他の都道府県との連携等がなければ行政処分を実施することは困難であるとの意見も聴かれた。

さらに、調査した26都道府県の特定期取引法執行担当部署の中には、図表2-1-③のとおり、特定期取引法の執行業務を専任している職員がおらず、また、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。

図表 2 - (1) - ㉓ 行政処分を実施するまでに期間を要している例

事 例
<p>当該都道府県では、平成24年度に、特定商取引法に違反した訪問販売事業者に対し行政処分を実施した。</p> <p>しかし、当該事業者に係る消費者からの相談は、平成15年度以降、消費生活センター等に多く寄せられており、当該都道府県は、20年度及び22年度に当該事業者に対し口頭での指導を行っているものの、その後も依然として相談が寄せられていた。</p> <p>このように、消費生活センター等に多くの相談が寄せられ、口頭での指導後も相談が寄せられていたにもかかわらず、行政処分を実施するまでに時間を要した理由について、当該都道府県では、i) 相談者からの詳しい内容の聴取に時間を要したこと、ii) 特定商取引法の執行に専任できる体制ではないこと、iii) 執行に係るノウハウが不足していること等を挙げている。</p>

(注) 当省の調査結果による。

b 執行ネットによる情報共有等

執行ネットの「調査情報」機能への登録状況について、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、10都道府県で業務多忙等の理由から、事案を登録していない、又は行政処分等の実施後に登録している状況がみられた。また、調査した都道府県の特定商取引法執行担当部署からは、i) 被害地域が限定される事案について登録すべきか否か判断に迷うことがある、ii) 都道府県によっては行政指導を対象とした事案を登録していないところもあるので、登録すべき対象を明文化してほしい、iii) 全ての都道府県が全件登録しなければ有効活用することができない等の意見が聴かれた。

さらに、同様に「執行事例」機能の活用状況について、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、24都道府県が同機能を閲覧し、事業者が受けた行政指導歴の確認等に活用しているものの、調査した都道府県の特定商取引法執行担当部署からは、「調査情報」に行政指導及び行政処分に至った事案を適切に登録していない都道府県があるため、調査中の事業者について、他の都道府県での行政指導歴等が確認できないことがあるとの意見が聴かれた。

一方、調査した26都道府県の特定商取引法執行担当部署の中には、図表 2 - (1) - ㉔のとおり、執行ネットの「調査情報」機能の活用により、各経済産業局の管轄区域を越える都道府県と合同で立入検査等を実施している例がみられた。

図表 2 - (1) - ㉔ 執行ネットの活用により他の都道府県と合同で立入検査等を実施した例

事 例
当該都道府県が、特定商取引法に違反する疑いのある事業者を把握し、執行ネットに登録したところ、執行ネットを閲覧した他の都道府県から合同での行政処分の提案を受け、さらに当該都道府県と定期的に情報交換している都道府県が加わり 3 都道府県合同で立入検査等を実施した。

(注) 当省の調査結果による。

c 特定商取引法執行担当部署における関係機関との連携状況

(a) 消費生活相談担当部署との連携状況

国及び調査した26都道府県の特定商取引法執行担当部署では、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 (注)、P I O - N E T から得られた情報を基に、消費生活相談担当部署と連携し、相談者から直接詳細な内容を聴取するなど消費生活相談情報を特定商取引法の執行に活用している。

(注) 事業者に対する法執行・指導監督のために P I O - N E T の閲覧環境を整備するには、各府省及び地方支分部局は消費者庁に、都道府県等は国民生活センターに、閲覧しようとする職員等の利用者申請・登録を行う必要がある (後述(8)ア(7)参照。)

また、調査した26都道府県の特定商取引法執行担当部署の中には、図表 2 - (1) - ㉕ のとおり、市区町村の消費生活センター等との連携により、特定商取引法の執行のための情報収集を効果的に実施している例がみられた。

図表 2 - (1) - ㉕ 市区町村の消費生活センター等との連携により情報収集を効果的に実施している例

事例番号	取組例
1	当該都道府県では、事業者指導等に関する実施要領を定め、当該都道府県内の消費生活センター等で、特定商取引法等に違反する疑いのある内容の相談を受けた場合、通知書 (事業者名、相談内容等) による情報提供を受け、調査や指導等に必要な情報を収集している。
2	当該都道府県では、特定商取引法の執行業務に必要な情報は主に P I O - N E T から収集しているが、i) P I O - N E T への入力後、その情報が閲覧可能になるまでに日数を要すること、ii) P I O - N E T にある内容だけでは詳細な情報が分からないため、当該都道府県内の全ての消費生活センターに対して、警戒してほしい事業者の一覧表 (事業者名、販売手口等) を年数回送付し、その事業者に係る情報の提供依頼を行っている。

(注) 当省の調査結果による。

(b) 特定商取引法執行担当部署間の連携状況

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、各特定商取引法執行担当部署が個々の事案（被害の拡大状況、事業者の所在地や規模、被害を探知した機関等）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。

国又は他の都道府県と合同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、図表2－(1)－㉔のとおり、平成24年度は12都道府県で22件（行政処分の実施総件数の34.4%）の合同の行政処分を実施している。

図表2－(1)－㉔ 都道府県における国又は他の都道府県との合同の行政処分の実施状況

（単位：都道府県、件、%）

区分	年度	平成22	23	24
	国又は他の都道府県との合同の行政処分を実施した都道府県数		14	7
行政処分の実施件数		112	63	64
国又は他の都道府県と合同の行政処分の実施件数		42 (37.5)	12 (19.0)	22 (34.4)
国と合同の行政処分の実施件数		5 (4.5)	1 (1.6)	2 (3.1)
他の都道府県と合同の行政処分の実施件数		41 (36.6)	12 (19.0)	20 (31.3)

- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 国と複数の都道府県による合同の行政処分が実施されたものは重複計上されているため、「国又は他の都道府県と合同の行政処分の実施件数」欄の数値と、「国と合同の行政処分の実施件数」欄の数値及び「他の都道府県と合同の行政処分の実施件数」欄の数値の合計数は一致しない。
 3 () 内は、行政処分の実施件数に対する割合である。

また、国又は他の都道府県と合同で行政処分を実施するメリットについて、平成22年度から24年度までにその実績がある18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、図表2－(1)－㉕のとおり、14都道府県（77.8%）が人員の確保による特定商取引法の執行体制の強化を挙げている。

図表 2 - (1) - ㉗ 国又は他の都道府県と合同で行政処分を実施するメリット

(単位：都道府県、%)

区 分	都道府県数
国又は他の都道府県と合同で行政処分を実施した都道府県	18
人員の確保による特定商取引法の執行体制の強化	14 (77.8)
単独の行政処分よりその効果が大きい	10 (55.6)
その他	7 (38.9)

- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 複数回答のため、メリットの内容ごとの都道府県数の合計は、国又は他の都道府県と合同で行政処分を実施した都道府県数と一致しない。
 3 ()内は、国又は他の都道府県と合同で行政処分を実施した18都道府県に対する割合である。

さらに、同様に国と合同の立入検査等を実施するメリットについて、同期間にその実績がある8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、図表 2 - (1) - ㉘のとおり、7都道府県(87.5%)が特定商取引法の執行に係るノウハウの習得を挙げている。

図表 2 - (1) - ㉘ 国と合同で立入検査等を実施するメリット

(単位：都道府県、%)

区 分	都道府県数
国と合同で立入検査等を実施した都道府県	8
特定商取引法の執行に係るノウハウの習得	7 (87.5)
人員の確保による特定商取引法の執行体制の強化	4 (50.0)
その他	3 (37.5)

- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 複数回答のため、メリットの内容ごとの都道府県数の合計は、国と合同で立入検査等を実施した都道府県数と一致しない。
 3 ()内は、国と合同で立入検査等を実施した8都道府県に対する割合である。

調査した26都道府県の特定商取引法執行担当部署の中には、都道府県域を越えて悪質な取引行為等を行う事業者に対応するため、近隣の都道府県と合同の会議を設置し、その地域を管轄する経済産業局がオブザーバーとして参加し、苦情が多い等の理由から注視している事業者の情報等を定期的に共有している例がみられた。また、この中には、図表 2 - (1) - ㉙のとおり、同会議での情報共有により、複数の都道府県で合同の立入検査や行政処分を実施しているものもみられた。

図表 2 - (1) - ㉨ 近隣の都道府県で設置した会議により合同の立入検査や行政処分を実施している例

会議名	目的	連携例
五都県悪質事業者対策会議	広域的に悪質な取引行為等を行う事業者に対応するため、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、静岡県の上五都県による必要な連携体制の強化を図り、主に特定商取引法に基づく指導、処分等の円滑かつ効果的な発動により、消費者被害の未然・拡大防止等の消費者保護に資する。	2 都道府県でそれぞれ特定商取引法違反の疑いのある事業者の調査を着手した事案について、五都県悪質事業者対策会議での情報共有を契機に、合同で立入検査を実施し、行政処分を実施した。

(注) 当省の調査結果による。

一方、調査した26都道府県の特定商取引法執行担当部署の中には、図表 2 - (1) - ㉩のとおり、複数の都道府県の消費生活センター等に同一事業者に係る相談が寄せられている事案について、経済産業局や他の都道府県の特定商取引法執行担当部署と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被害に関する相談が寄せられている例がみられた。

図表 2 - (1) - ㉩ 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、他の都道府県では依然として被害に関する相談が寄せられている例

事例
<p>当該都道府県では、平成23年度に、特定商取引法に違反した訪問販売事業者に対し行政処分を実施した。</p> <p>当該事業者に係る消費者からの相談は、当該行政処分が実施されるまでに複数の都道府県内の消費生活センター等に寄せられており、当該行政処分を実施した都道府県ではその実施後に件数が大きく減少している一方、近隣の都道府県では増加している状況がみられた。この中には、当該行政処分の実施前後1年間で相談件数が倍増している都道府県もみられ、実施後に寄せられた相談の中には当該行政処分の事由と同種の相談と考えられるものもみられた。</p> <p>当該行政処分を実施した都道府県は、当該事業者に係る調査過程において、経済産業局や相談が寄せられている近隣の都道府県に合同での行政処分を打診したが、相談者からの詳細な内容を聴取することが困難と思われる等として同意を得られなかったとしている。</p>

(注) 当省の調査結果による。

(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

(要旨)

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。

(ア) 改正の概要

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件数は、平成18年度から22年度までの5年間で、2万2,000件を超え、契約の締結に当たって、相手を威迫したり、電話による長時間の勧誘等により相手を困惑させたりするなど強引で悪質な勧誘が社会問題となっていた。

このため、国土交通省は、平成23年に宅地建物取引業法施行規則を改正（23年10月施行）し、次の事項の明確化を行った。

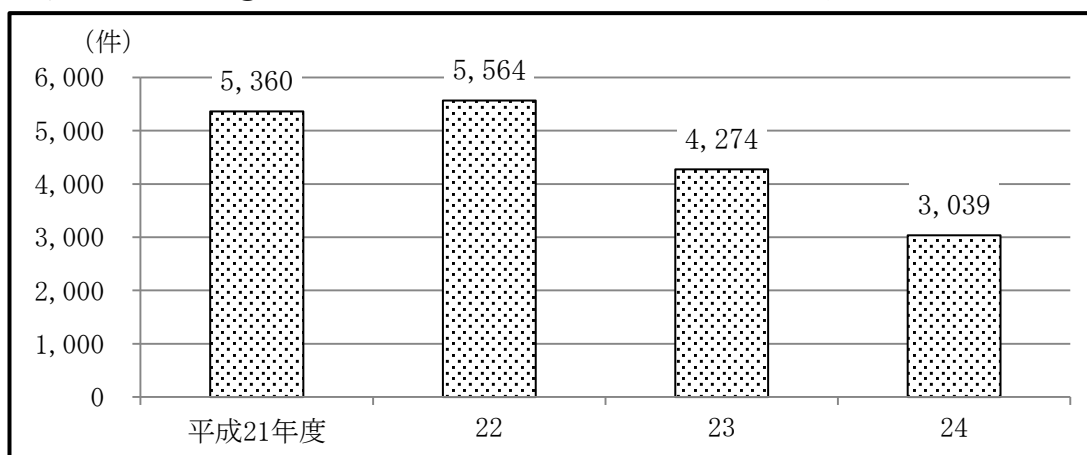
- i) 勧誘に先立って宅地建物取引業者の商号又は名称、勧誘を行う者の氏名及び勧誘をする目的である旨を告げずに勧誘を行うことの禁止
- ii) 相手方が契約を締結しない旨の意思（勧誘を引き続き受けることを希望しない旨の意思を含む。）を表示したにもかかわらず、勧誘を継続することの禁止
- iii) 迷惑を覚えさせるような時間の電話又は訪問による勧誘の禁止

(イ) 効果を測るための指標の推移等

行政機関が行う政策の評価に関する法律施行令（平成13年政令第323号）第3条第6号では、規制の事前評価の対象が「法律又は法律の委任に基づく政令」とされていることから、国土交通省は、本施行規則改正の際に規制の事前評価を実施していないが、本改正による効果を測るための指標としてはP I O－N E Tに登録された相談件数が考えられるとしている。これを参考として本改正の効果の分析を行った結果は、次のとおりである。

P I O－N E Tに登録されたマンションの勧誘に関する相談件数は、図表2－(2)－①のとおり、相談件数が最も多い平成22年度は5,564件であったのに対し、24年度は3,039件と、2,525件（45.4%）減少している。

図表2－(2)－① マンションの勧誘に関する相談件数の推移

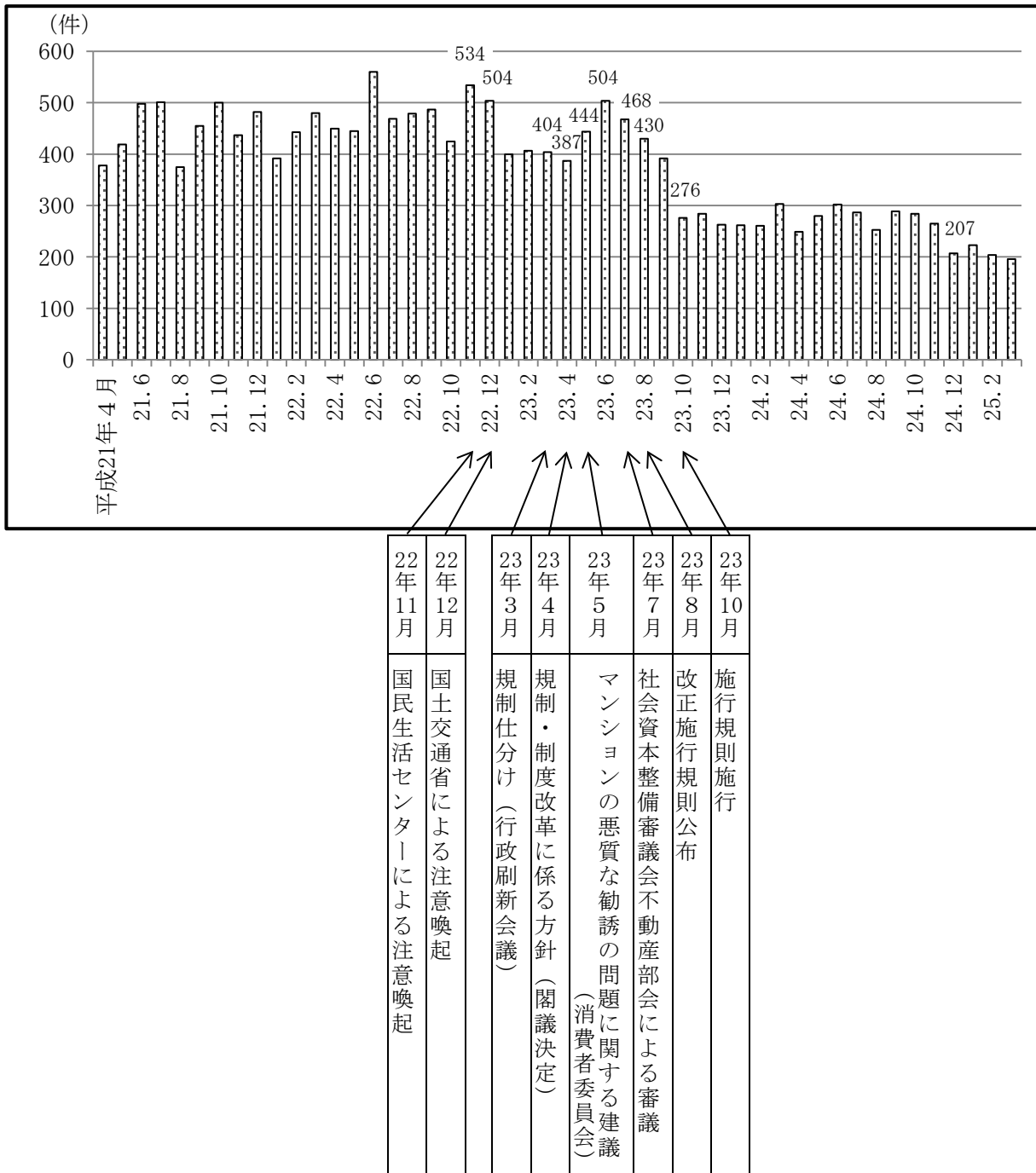


(注) 1 当省の調査結果による。

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（平成25年9月30日までの登録分）によるものである。

また、マンションの勧誘に関する相談件数の推移を月別で見ると、図表2－(2)－②のとおり、平成23年7月から減少し、改正施行規則が施行された23年10月に更に大きく減少しており、24年12月以降は200件前後で推移している。

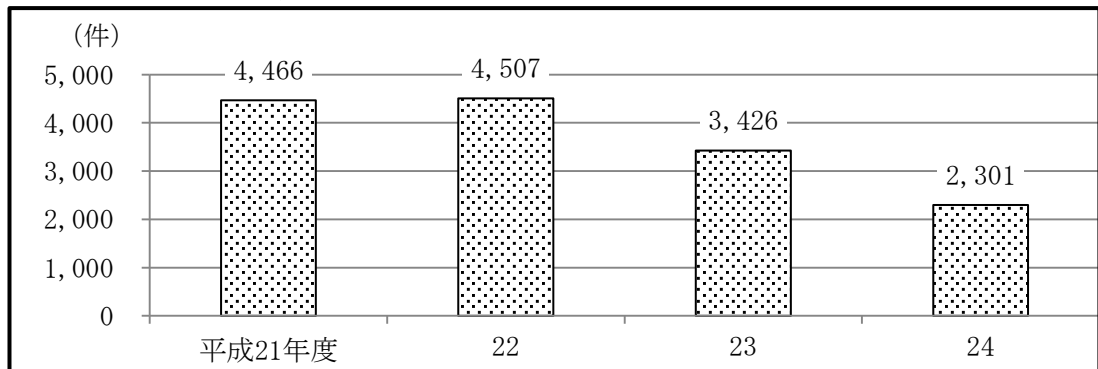
図表 2 - (2) - ② マンションの勧誘に関する月別相談件数の推移及び主な施策等の動き



(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（平成25年 9月 30日までの登録分）によるものである。

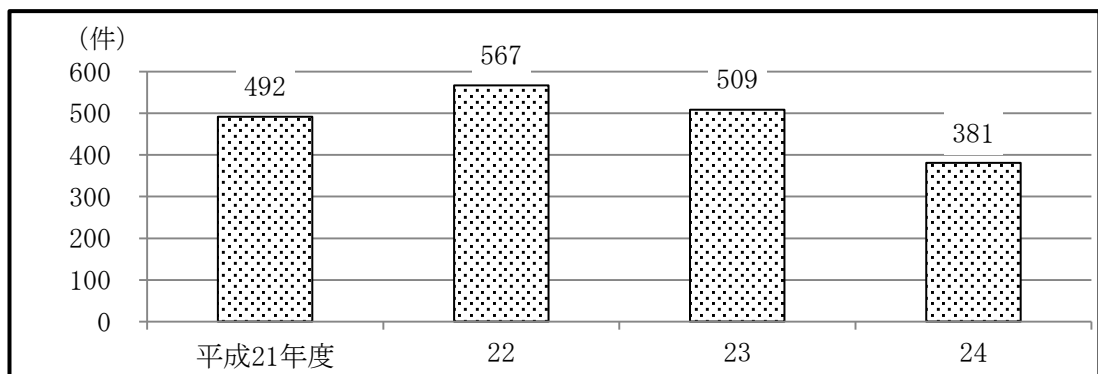
さらに、本改正前に問題となっていた i) 「強引・強迫」なマンションの勧誘、ii) マンションの「長時間勧誘」、及びiii) マンションの「夜間勧誘」に関する相談件数についても、図表 2 - (2) - ③～⑤のとおり、いずれも減少している。

図表 2 - (2) - ③ 「強引・強迫」なマンションの勧誘に関する相談件数の推移



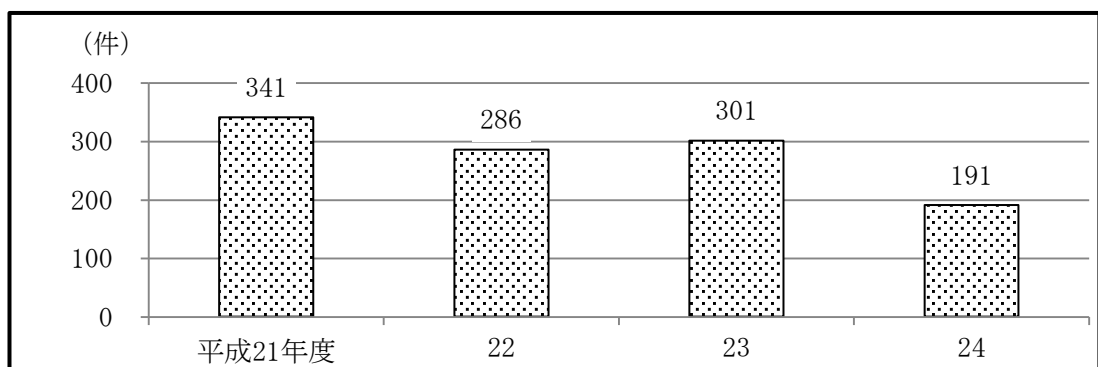
(注) 1 当省の調査結果による。
2 相談件数は、P I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報（平成25年9月30日までの登録分）によるものである。

図表 2 - (2) - ④ マンションの「長時間勧誘」に関する相談件数の推移



(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（平成25年9月30日までの登録分）によるものである。

図表 2 - (2) - ⑤ マンションの「夜間勧誘」に関する相談件数の推移



(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（平成25年9月30日までの登録分）によるものである。

(ウ) 地方支分部局、都道府県等に対する実地調査結果

本改正の効果の発現状況の認識について、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並びに26都道府県及び64市区

の消費生活相談担当部署を調査したところ、図表2-(2)-⑥及び⑦のとおり、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答しているものは、宅地建物取引業法指導監督担当部署では61.8%、消費生活相談担当部署では37.8%となっている。

一方、改正前からマンションの勧誘に関する相談が少ない等から「分からない」と回答しているものは、宅地建物取引業法指導監督担当部署では35.3%、消費生活相談担当部署では46.7%となっている。

図表2-(2)-⑥ 宅地建物取引業法指導監督担当部署における本改正効果の発現状況についての回答結果

(単位：機関、%)

回答区分	地方整備局数	都道府県数	計
大いに効果があった	1 (10.0)	0 (0.0)	21 (61.8)
ある程度効果があった	7 (70.0)	13 (54.2)	
あまり効果がなかった	0 (0.0)	1 (4.2)	1 (2.9)
効果はなかった	0 (0.0)	0 (0.0)	
分からない	2 (20.0)	10 (41.7)	12 (35.3)
計	10 (100)	24 (100)	34 (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。

図表2-(2)-⑦ 消費生活相談担当部署における本改正効果の発現状況についての回答結果

(単位：機関、%)

回答区分	都道府県数	市区数	計
大いに効果があった	4 (15.4)	1 (1.6)	34 (37.8)
ある程度効果があった	8 (30.8)	21 (32.8)	
あまり効果がなかった	0 (0.0)	13 (20.3)	14 (15.6)
効果はなかった	0 (0.0)	1 (1.6)	
分からない	14 (53.8)	28 (43.8)	42 (46.7)
計	26 (100)	64 (100)	90 (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。

また、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した理由は、宅地建物取引業法指導監督担当部署では、図表2-(2)-⑧のとおり、「明確な指導が可能となり悪質勧誘の抑制につながったため」(42.9%)が最も多く、次いで、「相談件数が減少したため」(38.1%)となっており、消費生活相談担当部署では、図表2-(2)-⑨のとおり、「相談件数が減少したため」(82.4%)が最も多く、次いで、「消費者からの相談に対応しやすくなったため」(11.8%)となっている。

図表 2 - (2) - ⑧ 宅地建物取引業法指導監督担当部署における「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した理由

(単位：機関、%)

区 分	機関数
「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した機関数	21
明確な指導が可能となり悪質勧誘の抑制につながったため	9 (42.9)
相談件数が減少したため	8 (38.1)
その他	4 (19.0)

(注) 1 当省の調査結果による。

2 () 内は、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した21機関に対する割合である。

図表 2 - (2) - ⑨ 消費生活相談担当部署における「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した理由

(単位：機関、%)

区 分	機関数
「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した機関数	34
相談件数が減少したため	28 (82.4)
消費者からの相談に対応しやすくなったため	4 (11.8)
その他	2 (5.9)

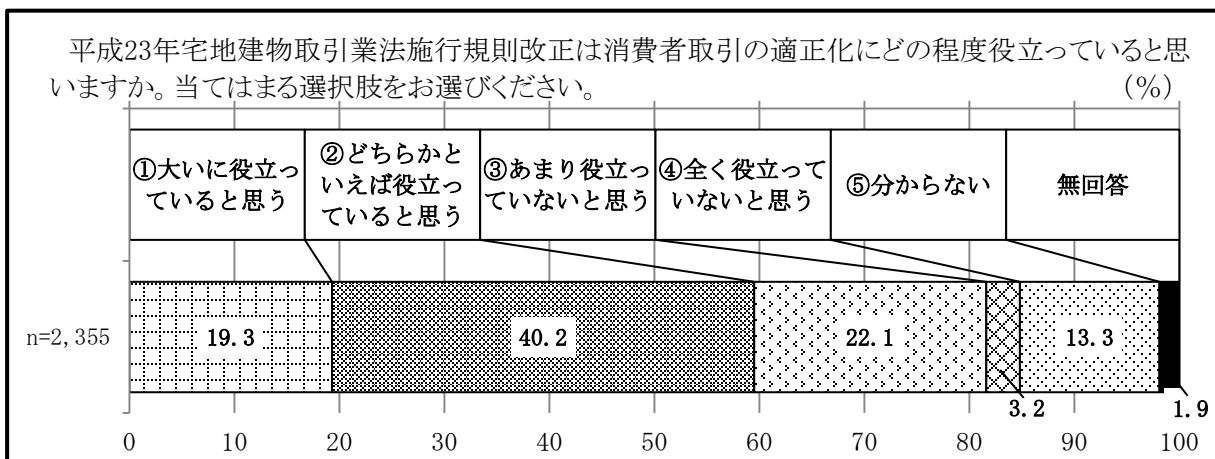
(注) 1 当省の調査結果による。

2 () 内は、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した34機関に対する割合である。

(I) 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、本改正は消費者取引の適正化にどの程度役立っていると思うか尋ねたところ、図表 2 - (2) - ⑩のとおり、「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」と回答した者が、合わせて59.5%となっている。

図表 2 - (2) - ⑩ 消費生活相談員に対する意識等調査結果（平成23年の宅地建物取引業法施行規則改正の評価）



(注) 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。

イ 指導監督の実施状況等

(要旨)

宅地建物取引業法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。

(7) 制度の概要

宅地建物取引業法では、購入者等の利益の保護と宅地及び建物の流通の円滑化とを図るため、宅地建物取引業を営む者について免許制度(注)を実施し、その事業に対する規制等が定められている。

(注) 宅地建物取引業法において、宅地建物取引業を営もうとする者は、二以上の都道府県の区域内に事務所を設置してその事業を営もうとする場合にあつては国土交通大臣の、一の都道府県の区域内にのみ事務所を設置してその事業を営もうとする場合にあつては当該事務所の所在地を管轄する都道府県知事の免許を受けなければならないこととされている（同法第3条）。

また、国土交通大臣又は都道府県知事による宅地建物取引業者に対する指導監督権限は、図表2-(2)-⑪のとおり、宅地建物取引業者が宅地建物取引業法の規定に違反したとき等に、必要な指示や業務の停止を命ずることができ、違反の情状が特に重いとき等には、その免許を取り消さなければならないこととされているほか、宅地建物取引業の適正な運営を確保するため必要があると認めるときは、報告徴収及び立入検査（注）を行うことができることとされている。

(注) 国土交通省及び同省の要請を受けた都道府県では、宅地建物取引の公正を確保することを目的に、毎年11月を強化月間として、宅地建物取引業者への立入検査（以下「一斉立入検査」という。）を実施している。

図表2-(2)-⑪ 宅地建物取引業法に基づく宅地建物取引業者に対する指導監督権限

区分	対象	大臣免許事業者	知事免許事業者
国土交通大臣	指示及び業務停止（法第65条）	○	—
	免許の取消し（法第66条）	○	—
	報告徴収及び立入検査（法第72条）	○	○
都道府県知事	指示及び業務停止（法第65条）	○【注2】	○
	免許の取消し（法第66条）	—	○
	報告徴収及び立入検査（法第72条）	○【注2】	○

(注) 1 宅地建物取引業法に基づき、当省が作成した。
 2 宅地建物取引業法において、都道府県知事は、国土交通大臣の免許を受けた宅地建物取引業者で当該都道府県の区域内において業務を行うものが、当該都道府県の区域内における業務に関し、法の規定に違反した場合においては、当該宅地建物取引業者に対して、必要な指示、業務の停止及び報告徴収等を行うことができることとされている（同法第65条第3項、第4項及び第72条第1項）。

なお、上記の国土交通大臣の指導監督権限は、地方整備局長（北海道開発局長及び沖縄総合事務局長を含む。）に委任されるとともに、国土交通大臣が自ら行うことを妨げないこととされている（宅地建物取引業法施行規則第32条第1項）（注）。

(注) 当該規定は、同一業者により組織的に行われ、全国的に被害が頻発するような事案など相当な社会的混乱を招くおそれがあり、国土交通大臣自らが機敏に対応することを求められる事件の発生に際して、個別の状況に応じて国土交通大臣が行政処分を行うこともあり得るとして規定されたものであるが、その実績はない。

(イ) 把握結果

a 宅地建物取引業者数の推移

全国の宅地建物取引業者数は、図表2-(2)-⑫のとおり、平成22年度は全体で12万5,832事業者であったのに対し、24年度は12万2,510事業者と2.6%の減少となっている。

図表2-(2)-⑫ 宅地建物取引業者数の推移

(単位：事業者)

区分	年度	平成22	23	24
大臣免許事業者		2,124 (100)	2,132 (100.4)	2,137 (100.6)
知事免許事業者		123,708 (100)	121,790 (98.4)	120,373 (97.3)
計		125,832 (100)	123,922 (98.5)	122,510 (97.4)

(注) 1 国土交通省の資料に基づき、当省が作成した。

2 各年度とも3月31日現在の数値である。

3 ()内は、平成22年度を100とした場合の指数である。

b 指導監督の実施状況

宅地建物取引業法に基づく宅地建物取引業者に対する行政処分の実施状況は、図表2-(2)-⑬のとおり、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。

図表2-(2)-⑬ 行政処分の実施状況

(単位：件)

区分	年度	平成22	23	24
10地方整備局		10	6	0
47都道府県		364	352	258
計		374	358	258

(注) 国土交通省の資料に基づき、当省が作成した。

また、宅地建物取引業者に対する立入検査の実施状況について、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を調査したところ、図表2-(2)-⑭のとおり、平成24年度には地方整備局が188件、都道府県が1,397件となっている。

図表2-(2)-⑭ 立入検査の実施状況

(単位：件)

区分	年度	平成22	23	24
10地方整備局		200	173	188
うち一斉立入検査		174	150	177
24都道府県		1,415	1,393	1,397
うち一斉立入検査		925	810	797

(注) 当省の調査結果による。

ｃ 指導監督における情報収集

宅地建物取引業者に対する指導監督に活用している情報について、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を調査したところ、いずれの機関も自ら受け付けた消費者からの相談等を指導監督の端緒情報として活用している。

宅地建物取引業法指導監督担当部署が受け付けた相談件数は、図表2－(2)－⑮のとおり、10地方整備局及び47都道府県全体で、平成20年度は2,645件であったのに対し、24年度は1,598件と39.6%の減少となっている。

図表2－(2)－⑮ 宅地建物取引業法指導監督担当部署が受け付けた相談件数の推移

(単位：件)

区分 \ 年度	平成20	21	22	23	24
10地方整備局	256	136	164	202	127
47都道府県	2,389	1,829	1,884	1,621	1,471
計	2,645 (100)	1,965 (74.3)	2,048 (77.4)	1,823 (68.9)	1,598 (60.4)

- (注) 1 国土交通省の資料に基づき、当省が作成した。
 2 ()内は、平成20年度を100とした場合の指数である。
 3 相談件数は、相談者が宅地建物取引業法指導監督担当部署に来庁して申し出た件数であり、消費者以外からの相談を含む。

一方、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、図表2－(2)－⑯のとおり、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相談が寄せられている例がみられ、この中には、処分事由と同種の相談が寄せられているものもみられた。

図表 2 - (2) - ⑩ 宅地建物取引業法指導監督担当部署における端緒情報の入手以前に消費生活センター等に相談が寄せられている例

事例番号	事例
1	<p>宅地建物取引業者が行った契約に違反行為があったため、当該事業者に免許を交付している当該都道府県は、平成23年度に行政処分を実施した。</p> <p>当該都道府県の宅地建物取引業法指導監督担当部署は、平成23年3月にその端緒情報を入手したとしているが、消費生活センター等では、18年4月から23年3月までに同事業者に係る相談を10件受け付けている。そのうち5件の内容を確認したところ、当該行政処分の事由と同種と考えられる相談が3件みられた。</p>
2	<p>宅地建物取引業者が行った勧誘に違反行為があったため、当該事業者に免許を交付している当該都道府県は、平成24年度に行政処分を実施した。</p> <p>当該都道府県の宅地建物取引業法指導監督担当部署は、平成23年1月にその端緒情報を入手したとしているが、消費生活センター等では、20年4月から23年1月までに同事業者に係る相談を少なくとも10件程度(注)受け付けている。</p> <p>(注) 平成22年度に4件の相談が寄せられているが、このうち22年4月から23年1月までに受け付けた相談件数は不明である。</p>
3	<p>宅地建物取引業者が行った契約に違反行為があったため、当該事業者に免許を交付している当該都道府県は、平成23年度に行政処分を実施した。</p> <p>当該都道府県の宅地建物取引業法指導監督担当部署は、平成23年4月にその端緒情報を入手したとしているが、消費生活センター等では、18年4月から23年4月までに同事業者に係る相談を14件受け付けている。</p>

(注) 都道府県及び市区に対する当省の調査結果による。

また、調査した都道府県の宅地建物取引業法指導監督担当部署からは、消費生活センター等で受け付けた相談の提供を受けることができれば、より早く調査に着手できるとの意見も聴かれた。

これらを踏まえると、宅地建物取引業法指導監督担当部署が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、P I O - N E Tから得られた情報の活用状況について、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を調査したところ、図表2-(2)-⑰のとおり、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、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。

図表2-(2)-⑰ 宅地建物取引業法指導監督担当部署におけるP I O-N E Tから得られた情報の活用状況等

区分	10地方整備局	24都道府県
閲覧環境	いずれの機関も閲覧環境が整備されていない。	いずれの機関も閲覧環境が整備されていない。
活用状況	いずれの機関も活用している。	1都道府県のみ活用している。
国土交通省本省からの情報提供	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、一定期間の相談事案がまとめて提供されているため、適時適切に活用できるものとなっていない。	
意見等	(活用頻度に関する意見等) <ul style="list-style-type: none"> ・ 本省に特定の宅地建物取引業者に係る本情報の提供を依頼することはあるが、依頼に手間がかかる等の理由からその頻度は高くない。 ・ 頻度は低いですが、本省に本情報の提供を依頼し、行政処分を検討する段階で活用している。 ・ 年1回参考情報として活用しているが、P I O-N E Tの閲覧環境が整備されれば、端緒情報として活用したい。 	(活用していない理由等) <ul style="list-style-type: none"> ・ 消費生活相談担当部署から個別の相談事案の提供を受けているため必要性を感じない。 ・ 自ら受けた消費者からの相談など現時点での情報で足りているため必要性を感じない。 ・ P I O-N E Tにどのような情報があるか理解していないため活用できるか不明である。 ・ 現在は活用していないが、P I O-N E Tの閲覧環境が整備されれば指導監督に活用したい。

(注) 当省の調査結果による。

(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

(要旨)

「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。

(7) 改正の概要

クレジット取引については、個別クレジット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ていた。特に、高齢者に対する高額な契約が増加しており、平成17年には高齢の姉妹が、繰り返し個別クレジットを利用した住宅リフォーム契約をし、代金が払えず自宅が競売にかけられる事件が発生した。

このため、平成20年6月に割賦販売法が改正され、次の規制等が導入された。

- i) これまで、行政の監督権限が及ばなかった個別クレジット業について登録制を創設し、登録事業者に対して訪問販売等を行う加盟店の勧誘行為の調査を義務付ける等、悪質商法を助長する与信防止の規定の導入（平成21年12月施行）
- 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、消費者に対し契約の取消・解除を認めるなどの民事ルールの整備（平成21年12月施行）
- iii) 返済能力を超える与信を行うことを防止するため、クレジット業者に対し、信用情報機関を利用した支払能力調査を義務付け、支払能力を超える与信を禁止（平成22年12月施行）

(イ) 効果を測るための指標の推移等

本改正に際し、経済産業省は、政策評価法第9条の規定に基づき、規制の事前評価を実施しており、当該評価を参考として本改正の効果の分析を行った結果は、次のとおりである。

経済産業省の規制の事前評価書によると、図表2-(3)-①のとおり、高齢者のトラブルの低減及び事後救済効果の増減を規制の便益とし、基準となる時点を平成17年度としている。

図表2-(3)-① 悪質商法対策に関するクレジット規制の強化に係る事前評価

◎ 悪質商法対策に関するクレジット規制の強化に係る事前評価書（評価実施時期：平成20年3月）（抜粋）

7. 規制の便益

今回の規制強化は特に訪問販売による悪質商法に対して、弱い立場にある高齢者等の保護を図ることを目的としているが、実際、高齢者の個別クレジット契約に関する消費者トラブル（相談件数）は、平成17年度で27,000件と全体の約30%にも該当する。今回の改正案及び代替案の実施によって、この被害を減少させる便益が期待される。

【改正案】

本改正案に基づく規制の実施に伴い、被害件数が30%減少すると見込まれる。

① 高齢者におけるトラブルの低減（△30%）

平成17年の高齢者における個品割賦購入あっせんの相談約27,000件は改正案により、18,900件程度に減少するものと推計される。

※（社）全国信販協会の自主ルールである商品別ガイドライン（8業種）の結果、厳格な与信により、8業種全体の成約件数の対前年比率が、30%減少したことから推計。

② 事後救済効果の増大

改正案により、訪問販売等に係る与信契約のクーリングオフや既払金返還ルールが導入されることにより、改正後の高齢者の個別クレジット契約に関する消費者トラブルのうち訪問販売等に係るもの（全体の約9割と推計）であり、かつ、解約等に関するもの（約75%）が解決されると試算される。

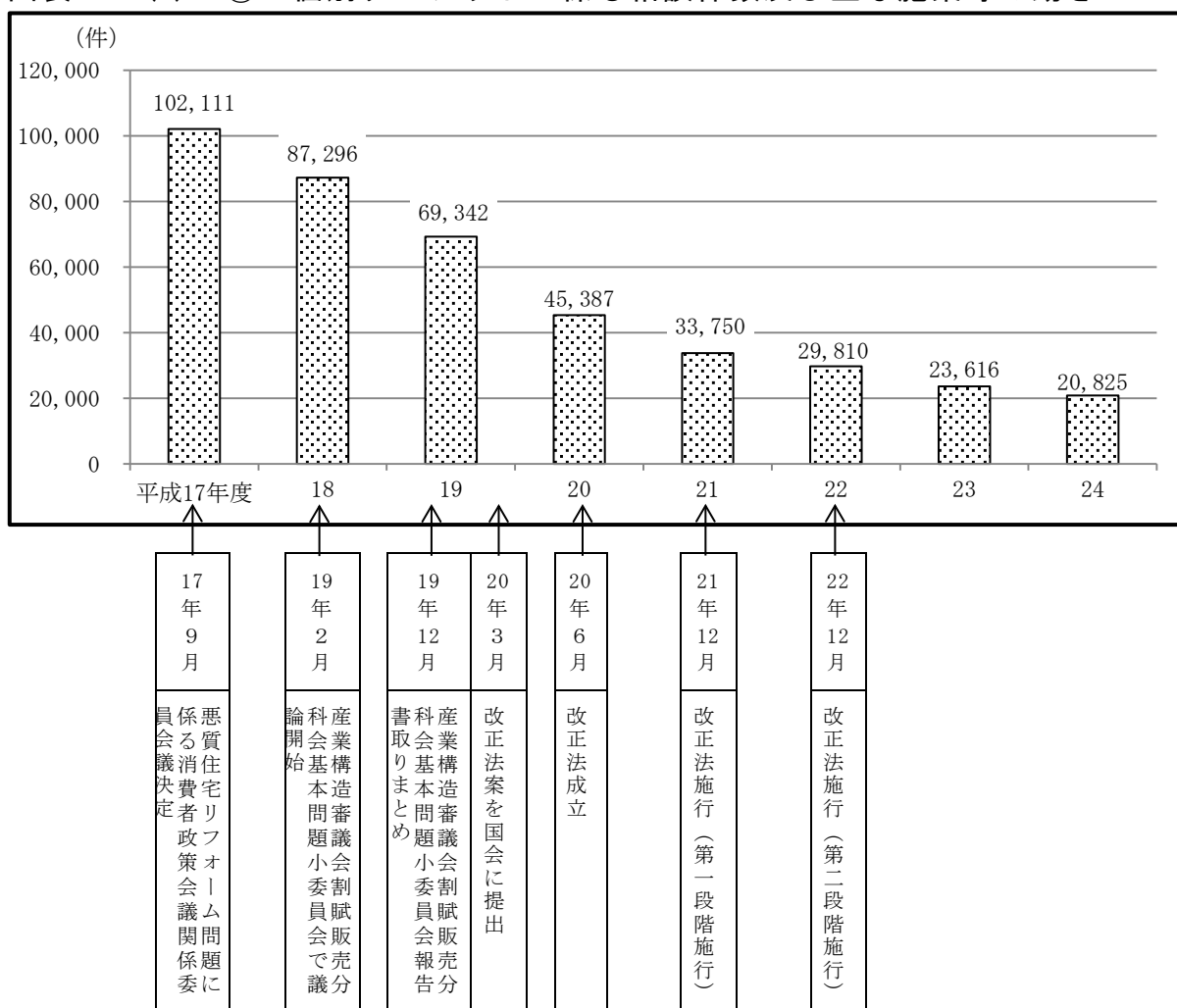
$$\frac{(\text{改正後の相談件数}) \times 0.9 \times 0.75 \times (\text{相談事例に係る平均契約額})}{=} 18,900 \text{件} \times 0.9 \times 0.75 \times 96 \text{万円} = \text{約}120 \text{億円}$$

③ 規制を逃れるような取引に対する後追いの規制がなくなることにより、消費者トラブルの減少

(注) 下線は当省が付した。

PIONETに登録された個別クレジットに係る相談件数は、図表2-(3)-②のとおり、平成17年度は10万2,111件であったのに対し、24年度は2万825件と8万1,286件（79.6%）減少している。

図表2-(3)-② 個別クレジットに係る相談件数及び主な施策等の動き

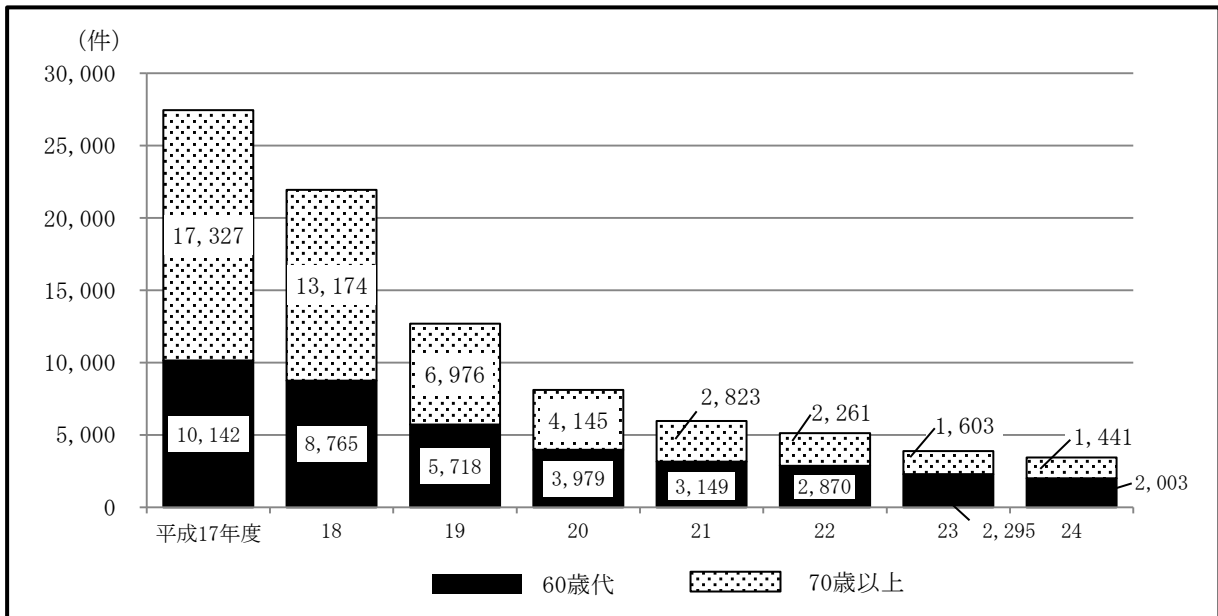


(注) 1 当省の調査結果による。
2 PIONETに登録された全国の消費生活相談情報（平成25年9月30日までの登録分）によるものである。

- 3 平成20年6月の割賦販売法の改正に伴い、平成21年度以前は「個品割賦」の件数、それ以降は「個別信用」の件数である。
 なお、P I O - N E Tでは、契約日に関係なく、受付日が平成22年度以降のものについては、「個別信用」として整理されている。
- 4 平成18年に社団法人全国信販協会及び社団法人日本クレジット産業協会において、平成20年の改正と同様の自主ルールを定め、個別クレジット業者に対する加盟店の管理の強化・徹底を行っている。

また、契約当事者が60歳代及び70歳以上の個別クレジットに係る相談件数は、図表2-(3)-③のとおり、平成17年度と24年度を比較すると、60歳代は1万142件から2,003件に、70歳以上は1万7,327件から1,441件となっており、減少率は60歳代では80.3%、70歳以上では91.7%となっており、全体の減少率(79.6%)を上回っている。

図表2-(3)-③ 個別クレジットに係るトラブルのうち契約当事者が60歳代及び70歳以上の相談件数の推移



- (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9月30日までの登録分)によるものである。
- 2 平成20年の割賦販売法の改正に伴い、21年度以前は「個品割賦」の件数、それ以降は「個別信用」の件数である。
 なお、P I O - N E Tでは、契約日に関係なく、受付日が平成22年度以降のものについては、「個別信用」として整理されている。

さらに、経済産業省の規制の事前評価の考え方に則して、平成24年度における60歳以上の1件当たりの平均契約購入金額約307万円(注)に契約当事者が60歳以上の個別クレジットに係る相談件数(3,444件)の9割を乗じ、これに解約に関する相談件数の割合(75%)を乗じて試算すると、約71億円の救済が図られたことになる。

- (注) 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。

(ウ) 地方支分部局、都道府県等に対する実地調査結果

本改正の効果の発現状況の認識について、9 経済産業局及び25都道府県の割賦販売法指導監督担当部署並びに25都道府県及び64市区の消費生活相談担当部署を調査したところ、図表 2 - (3) - ④及び⑤のとおり、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答しているものは、割賦販売法指導監督担当部署では58.8%、消費生活相談担当部署では56.2%となっている。

一方、効果を測る指標がない等の理由から「分からない」と回答しているものは、割賦販売法指導監督担当部署では26.5%、消費生活相談担当部署では41.6%となっている。

図表 2 - (3) - ④ 割賦販売法指導監督担当部署における本改正効果の発現状況についての回答結果

(単位：機関、%)

回答区分	経済産業局数	都道府県数	計
大いに効果があった	5 (55.6)	3 (12.0)	20 (58.8)
ある程度効果があった	4 (44.4)	8 (32.0)	
あまり効果がなかった	0 (0.0)	3 (12.0)	5 (14.7)
効果はなかった	0 (0.0)	2 (8.0)	
分からない	0 (0.0)	9 (36.0)	9 (26.5)
計	9 (100)	25 (100)	34 (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。

図表 2 - (3) - ⑤ 消費生活相談担当部署及における本改正効果の発現状況についての回答結果

(単位：機関、%)

回答区分	都道府県数	市区数	計
大いに効果があった	8 (32.0)	14 (21.9)	50 (56.2)
ある程度効果があった	8 (32.0)	20 (31.3)	
あまり効果がなかった	0 (0.0)	2 (3.1)	2 (2.2)
効果はなかった	0 (0.0)	0 (0.0)	
分からない	9 (36.0)	28 (43.8)	37 (41.6)
計	25 (100)	64 (100)	89 (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。

また、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した理由は、割賦販売法指導監督担当部署では、図表 2 - (3) - ⑥のとおり、「相談件数が減少したため」(70.0%) が最も多く、次いで、「個別クレジット業者が登録制となり、指導監督ができるようになったため」(20.0%) となっており、消費生活相談担当部署では、図表 2 - (3) - ⑦のとおり、「相談件数が減少したため」(64.0%) が最も多く、次いで、「あっせんを行う際に事業者との交渉が行いやすくなったため」(10.0%) となっている。

図表 2 - (3) - ⑥ 割賦販売法指導監督担当部署における「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した理由

(単位：機関、%)

区 分	機関数
「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した機関	20
相談件数が減少したため	14(70.0)
個別クレジット業者が登録制となり、指導監督ができるようになったため	4(20.0)
その他	2(10.0)

(注) 1 当省の調査結果による。

2 () 内は、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した20機関に対する割合である。

図表 2 - (3) - ⑦ 消費生活相談担当部署における「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した理由

(単位：機関、%)

区 分	機関数
「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した機関	50
相談件数が減少したため	32(64.0)
あっせんを行う際に事業者との交渉が行いやすくなったため	5(10.0)
その他	13(26.0)

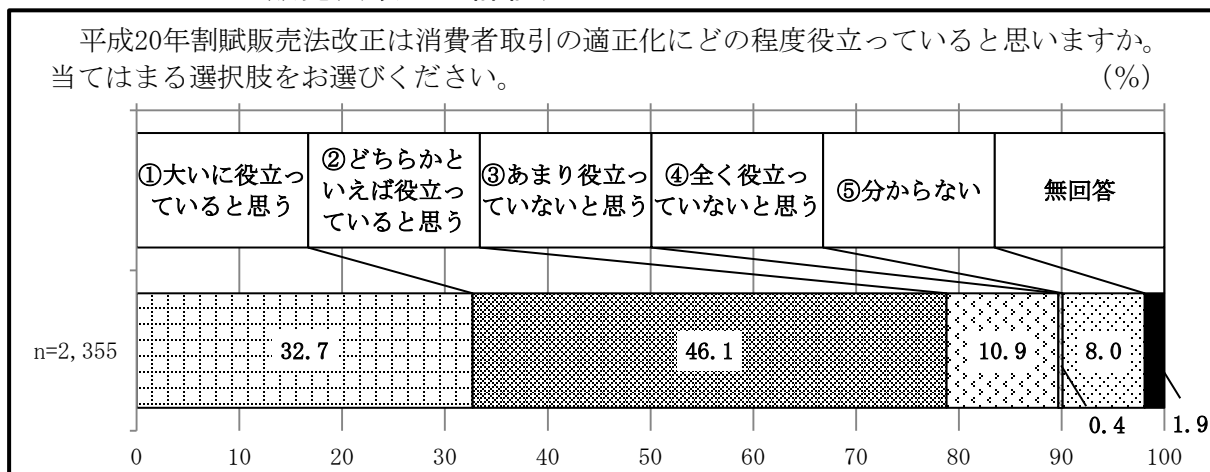
(注) 1 当省の調査結果による。

2 () 内は、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した50機関に対する割合である。

(I) 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、本改正が消費者取引の適正化にどの程度役立っていると思うか尋ねたところ、図表 2 - (3) - ⑧のとおり、「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」と回答した者が、合わせて78.8%となっている。

図表 2 - (3) - ⑧ 消費生活相談員に対する意識等調査結果（平成 20 年の割賦販売法改正の評価）



(注) 消費生活相談員に対する意識等調査結果に基づき、当省で作成した。

イ 指導監督の実施状況等

(要旨)

割賦販売法に基づく事業者（前払式割賦販売業者、包括信用購入あっせん業者、個別信用購入あっせん業者、前払式特定取引業者）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 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見ると、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も行われておらず、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。

(7) 制度の概要

割賦販売法では、図表 2 - (3) - ⑨のとおり、割賦販売、ローン提携販売、信用購入あっせん、前払式特定取引の取引形態が定められており、取引形態ごとに事業者に対する規制等が定められている。このうち、割賦販売については許可制の前払式割賦販売業と開業規制のない割賦販売に区分される。また、信用購入あっせんについては商品の購入のためのカード交付をする包括信用購入あっせん、商品等の購入ごとに信用購入あっせん契約を締結する個別信用購入あっせんに区分される。

図表 2 - (3) - ⑨ 割賦販売法に定められている取引形態

取引形態		取引内容
割賦販売	前払式割賦販売	購入者が指定商品の引渡しの前に分割により販売業者に支払う形態（許可制）
	割賦販売 （前払式を除く）	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（開業規制なし）
ローン提携販売		購入者が販売業者から交付されたカードを提示することにより、購入した商品等の代金の支払いのために、販売業者の保証の下に金融機関から借入れを受け、金融機関に分割により返済する形態（開業規制なし）
信用購入あっせん	包括信用購入あっせん	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（登録制）
	個別信用購入あっせん	購入者が、販売業者から商品等を購入する際、信用購入あっせん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信用購入あっせん業者に支払うことを約す契約形態（登録制）
前払式特定取引		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（許可制）

（注） 割賦販売法に基づき、当省が作成した。

割賦販売法に基づく指導監督権限は、図表 2 - (3) - ⑩のとおり、取引形態ごとに経済産業大臣、経済産業局長及び都道府県知事に付与されている。このうち、前払式割賦販売業者及び前払式特定取引業者（以下「前払業者」という。）については、i) 営業所及び代理店が一の都道府県内にある場合、経済産業大臣、経済産業局長及び都道府県知事が報告徴収及び立入検査を実施できることとされており（割賦販売法施行令（昭和36年政令第341号）第33条3項等）、ii) 営業所及び代理店が二以上の都道府県の区域にある場合、経済産業大臣及び委任を受けている経済産業局長が行政処分等を行うとされている（同施行令第34条）。

また、個別信用購入あっせん業者については、i) 加盟店としている

販売業者が特定商取引法の取引形態のうち、対面取引である訪問販売、連鎖販売、特定継続的役務、業務提供誘引販売を行う場合、販売業者等が契約の申込又は締結の勧誘を行う場所を含む都道府県の区域を管轄する都道府県知事が行政処分を実施できるとされ（同施行令第33条第1項）、また、ii）隔地型取引である電話勧誘販売を行う場合、勧誘の相手方が契約の申込又は締結の勧誘を受けた場所を含む都道府県の区域を管轄する都道府県知事が行政処分を実施できるとされている（同施行令第33条2項）。ただし、二以上の都道府県の区域にわたり個別信用購入あっせんに係る取引の公正及び購入者若しくは役務の提供を受ける者の利益が害されるおそれがあり、経済産業大臣がその事態に適正かつ効率的に対処するため特に必要があると認めるとき、又は都道府県知事から要請があったときは、経済産業大臣又は委任を受けている経済産業局長が直接行うことを妨げないこととされている（同施行令第33条第1項及び第2項）。

図表 2 - (3) - ⑩ 割賦販売法における権限の付与状況

区分	実施権者	経済産業大臣	経済産業局長	都道府県知事
前払式割賦販売	許可（法第11条）	○	×	×
	報告徴収（法第40条）	○	○	○
	立入検査（法第41条）	○	○	○
	改善命令（法第20条の2）	○	×	×
	契約締結禁止命令（法第23条第2項）	○	×	×
	許可取消（法第23条）	○	×	×
包括信用購入あっせん	登録（法第32条～第33条の3）	×	○	×
	報告徴収（法第40条）	○	○	×
	立入検査（法第41条）	○	○	×
	改善命令（法第30条の5の3、法第33条の5）	○	○	×
	登録取消（法第34条の2）	○	○	×
個別信用購入あっせん	登録（法第35条の3の24～第35条の3の28）	×	○	×
	報告徴収（法第40条）	○	○	○
	立入検査（法第41条）	○	○	○
	改善命令（法第35条の3の21、法第35条の3の31）	○	○	○
	業務停止命令（法第35条の3の32第2項）	○	○	○
	登録取消（法第35条の3の32）	○	○	×
前払式特定取引	許可（法第35条の3の61）	○	×	×
	報告徴収（法第40条）	○	○	○
	立入検査（法第41条）	○	○	○
	改善命令（法第35条の3の62）	○	×	×
	契約締結禁止命令（法第35条の3の62）	○	×	×
	許可取消（法第35条の3の62）	○	×	×

- (注) 1 割賦販売法に基づき、当省が作成した。
 2 開業規制のない割賦販売（前払式割賦販売を除く。）及びローン提携販売を除く。
 3 都道府県知事の個別信用購入あっせん業者に対する業務停止命令は、都道府県知事が発令した改善命令に個別信用購入あっせん業者が従わない場合のみ発令できる。

(イ) 把握結果

a 割賦販売業者数の推移

全国の前払式割賦販売業者、包括信用購入あっせん業者、個別信用購入あっせん業者及び前払式特定取引業者数は、図表2-(3)-⑪のとおり、平成22年度は全体で874事業者であったのに対し、24年度は841事業者と3.8%の減少となっている。

図表2-(3)-⑪ 前払式割賦販売業者、包括信用購入あっせん業者、個別信用購入あっせん業者及び前払式特定取引業者数の推移

(単位：事業者)

区分	年度	平成22	23	24
前払式割賦販売業者		4(100)	4(100.0)	3(75.0)
包括信用購入あっせん業者		280(100)	272(97.1)	268(95.7)
個別信用購入あっせん業者		150(100)	153(102.0)	151(100.7)
前払式特定取引業者		440(100)	429(97.5)	419(95.2)
うち単県事業者		298(100)	289(97.0)	282(94.6)
計		874(100)	858(98.2)	841(96.2)

- (注) 1 経済産業省の資料に基づき、当省が作成した。
 2 各年度末現在の数値である。
 3 ()内は、平成22年度の事業者数を100とした場合の指数である。
 4 「単県事業者」とは、前払業者のうち、営業所及び代理店が一の都道府県内にあるものを指す(以下同じ)。

b 割賦販売法に基づく指導監督の実施状況等

(a) 指導監督の実施状況

割賦販売法に基づく事業者に対する行政処分の実施状況は、図表2-(3)-⑫のとおり、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年度は前払式特定取引業者に対する2件となっている。

図表2-(3)-⑫ 行政処分の実施状況

(単位：件)

区分	年度	平成22	23	24
前払式割賦販売業者		0	0	0
包括信用購入あっせん業者		1	0	0
個別信用購入あっせん業者		1	3	0
うち経済産業省本省・9経済産業局		1	2	0
うち25都道府県		0	1	0
前払式特定取引業者		0	3	2
計		2	6	2

- (注) 当省の調査結果による。

また、事業者に対する立入検査の実施状況について、経済産業省本省、9経済産業局及び25都道府県の割賦販売法指導監督担当部署を調査したところ、図表2-(3)-⑬のとおり、平成24年度には経済産業省本省が74件、経済産業局が232件、都道府県が43件となっている。

図表2-(3)-⑬ 立入検査の実施状況

(単位：件)

区分		年度	平成22	23	24
経済産業省 本省	前払式割賦販売業者		3	1	0
	包括信用購入あっせん業者		13	19	20
	個別信用購入あっせん業者		17	21	21
	前払式特定取引業者		23	26	33
	経済産業省本省合計		56	67	74
9 経済産業 局	前払式割賦販売業者		3	1	0
	包括信用購入あっせん業者		33	35	46
	個別信用購入あっせん業者		33	47	74
	前払式特定取引業者		93	90	112
	経済産業局合計		162	173	232
25都道府県	前払式割賦販売業者		1	0	0
	個別信用購入あっせん業者		0	0	0
	前払式特定取引業者		44	45	43
	都道府県合計		45	45	43

(注) 1 当省の調査結果による。

2 実施件数は延べ数で経済産業省本省、経済産業局及び都道府県が合同で実施した事案についてはそれぞれ計上した。

(b) 都道府県による前払業者への立入検査の実施状況

前払業者については、単県事業者の場合、経済産業大臣、経済産業局長及び都道府県知事が立入検査の権限を有している。

前払業者に対する立入検査の実施について、経済産業省本省は、中期的な立入検査方針（「前払式特定取引業者（冠婚葬祭互助会）に対する中間的立入検査方針」（平成22年4月商務情報政策局取引信用課））を策定し、22年度から27年度までに、重点事項について事業者を選定し、計画的に立入検査を実施するとしている。また、本検査方針については、各経済産業局から都道府県に参考送付され、認識の共有が図られているところである。

単県事業者に対する立入検査の実施状況について25都道府県の割賦販売法指導監督担当部署を調査したところ、図表2-(3)-⑭のとおり、8都道府県（32.0%）が立入検査計画の策定及び実地の検査を主体的に実施している一方で、3都道府県（12.0%）では、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検査に立ち会うのみとなっている。

図表 2 - (3) - ⑭ 都道府県における立入検査計画の策定状況及び立入検査の実施状況

(単位：都道府県、%)

計画策定 立入検査	都道府県が策定	経済産業局及び都道府県が協議の上策定	経済産業局が策定	計
都道府県が主体で実施	8(32.0)	0(0.0)	0(0.0)	8(32.0)
経済産業局及び都道府県が合同で実施	3(12.0)	3(12.0)	7(28.0)	13(52.0)
経済産業局が主体で実施	1(4.0)	0(0.0)	3(12.0)	4(16.0)
計	12(48.0)	3(12.0)	10(40.0)	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。

i) 単県事業者に対する立入検査計画を経済産業局が策定している又は ii) 立入検査を経済産業局が主体となって実施している11都道府県(注)全てで自らが主体的にこれらを実施していない理由として、立入検査の実施ノウハウの不足を挙げている。この中には、単県事業者が少数しか存在しないため、担当者が他業務との兼務であり、加えて、2、3年で異動してしまうものの、定期的な立入検査の実施スパンは3年から5年程度であるため、ノウハウが蓄積されず、経済産業局に頼らざるを得ない状況であるとしたところもみられた。

(注) i) 単県事業者に対する立入検査計画を経済産業局が策定している10都道府県及び ii) 立入検査を経済産業局が主体となって実施している4都道府県から重複分の3件を除いたものである。

(c) 都道府県による個別信用購入あっせん業者への指導監督の実施状況

個別信用購入あっせん業者に対する都道府県知事の指導監督権限は、平成20年の割賦販売法の改正により一部付与され、同改正法は21年12月より施行されている。

改正法の施行以降に都道府県が実施した行政処分の実績は、全国的に相談事案のあった事業者に対し、平成23年度に静岡県が改善命令を発出した1件のみである。静岡県では、平成20年の割賦販売法改正以前から、悪質事業者を加盟店としている個別信用購入あっせん業者に対し、条例に基づく行政指導を実施している。また、法改正時には割賦販売法に基づく指導監督権限を活用するため、「割賦販売法(後払)及び静岡県消費生活条例に基づく事業者指導実施マニュアル」を作成し、複雑な法制度の理解とそれに沿った指導監督を

実施するための積極的な対応を行っている。

一方で、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、静岡県が策定した実施手順のような指導監督の実施方針の作成等の対応は行われていない。

また、このうち i) 3都道府県（12.0%）では、個別信用購入あっせん業者に対する指導監督の権限が都道府県に付与されていること自体を認識しておらず、ii) 1都道府県では、従前から指導監督権限のある前払業者と同様の権限の範囲（単県事業者に対してのみ権限行使できる。）であると誤解している状況となっている。

c 指導監督における情報収集

経済産業省本省及び経済産業局の割賦販売法指導監督担当部署では、いずれの機関でも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基に、立入検査の対象事業者の選定や個別信用購入あっせん業者の加盟店による消費者トラブルの探知等の指導監督に活用している（注）。

（注） 経済産業省の産業構造審議会割賦販売分科会基本問題小委員会（平成19年11月29日）では、指導監督の強化の方法の一つとして、これらの相談情報を収集するためのP I O-N E Tの活用が挙げられている。

一方、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が、2都道府県では、P I O-N E Tを閲覧していない。

また、P I O-N E Tを閲覧できない7都道府県の割賦販売法指導監督担当部署では、P I O-N E Tから得られる情報を活用するためには、経済産業省本省、経済産業局又は都道府県の消費生活相談担当部署に対し、情報提供を依頼する等の方法によることになる。しかし、このような方法によりP I O-N E Tから得られる情報を活用しているとしているのは2都道府県のみとなっている。当該2都道府県では、消費生活相談担当部署から定期的に本情報が提供されており、前払業者への立入検査計画の策定時に、事業者を選定する判断材料の一つとして活用しているほか、当該都道府県内における個別信用購入あっせんに係る相談の発生状況を探知するために活用している。

(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

(要旨)

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、出資法違反(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。

(7) 改正の概要

借り手の返済能力を上回る貸付けが行われ、多重債務者が多く発生し、平成19年2月末時点において、貸金業者から5件以上の無担保無保証の貸付けを受けている利用者が約180万人となっており、これらの者の1人当たりの平均借入総額は約240万円に上っていた。

このような多重債務問題の深刻化を受け、同問題の直接の背景とし

て考えられていた過剰な貸付け、高金利等を解消するため、次のとおり、平成18年12月に貸金業法等が改正され、19年からの段階的施行を経て、22年6月に完全施行された。

i) 貸金業の適正化

貸金業者の参入条件を厳格化するため、財産的基礎要件である純資産額の500万円以上から5,000万円以上への引上げ、貸金業務取扱主任者の資格試験の導入、取立規制の強化及び事前書面交付義務の導入が行われた(注)。

(注) 「財産的基礎要件の引上げ」は平成21年6月及び22年6月に段階的に施行された。また、「取立規制の強化」は19年12月、「貸金業務取扱主任者の資格試験の導入」は21年6月、「事前書面交付義務の導入」は22年6月に施行された。

ii) 総量規制の導入

貸金業者に対して、個人が借り手の場合の年収把握や返済能力調査が義務付けられ、総借入残高が年収の3分の1を超えることとなる新規の貸付けが原則禁止された(平成22年6月施行。いわゆる「総量規制」)。

iii) 上限金利の引下げ

出資法の上限金利が29.2%から20%に引き下げられた(平成22年6月施行)。

iv) ヤミ金対策の強化

貸金業法における無登録営業に対する罰則が懲役5年から10年に強化され、また出資法改正により超高金利での貸付行為に対する罰則が新設された(平成19年1月施行)。

また、改正法の成立を機に、多重債務者対策の効果的な推進を図るため、関係閣僚による多重債務者対策本部が内閣に設置された。同本部において、関係省庁が一体となって多重債務相談を行う相談窓口の整備・強化を始め、各般の「借り手」対策に取り組むため、平成19年4月に「多重債務問題改善プログラム」が決定された。

(イ) 効果を測るための指標の推移等

平成22年6月の改正法完全施行に際し、金融庁、消費者庁及び法務省に設置された「改正貸金業法フォローアップチーム」において、施行後の状況把握のための関係者ヒアリング等を実施した結果、特定の制度の見直しが必要となるような実態は把握されていないとの結論を得ている(注)。

これに関し、その後の状況をみると、図表2-(4)-①~③のとおり、

i) 貸金業者から5件以上の無担保無保証の貸付けを受けている利用

者は平成19年3月末の171万人から25年12月末には18万人へ、ii) 多重債務が原因とみられる自殺者数は19年の1,973人から24年には839人へ、iii) 貸金業に係る1日当たりの苦情相談件数は22年4月の248件から24年6月には189件へ減少している。

(注) 本改正は規制の事前評価が義務付けられた平成19年10月以前(平成18年12月)の改正であり、金融庁では規制の事前評価を実施していない。

図表2-(4)-① 貸金業利用者の一人当たりの無担保無保証の借入残高金額及び5件以上無担保無保証借入の残高がある人数

(単位：万円、万人)

年度 区分	平成 18	19	20	21	22	23	24	25
1人当たり残高 金額	116.9	106.6	95.7	79.7	67.1	59.0	54.7	52.5
5件以上無担保 無保証借入の残 高がある人数	171	118	73	84	70	44	29	18

(注) 1 (株)日本信用情報機構の資料に基づき、当省が作成した。
2 平成18年度から24年までは3月末、25年は12月末現在の数値である。

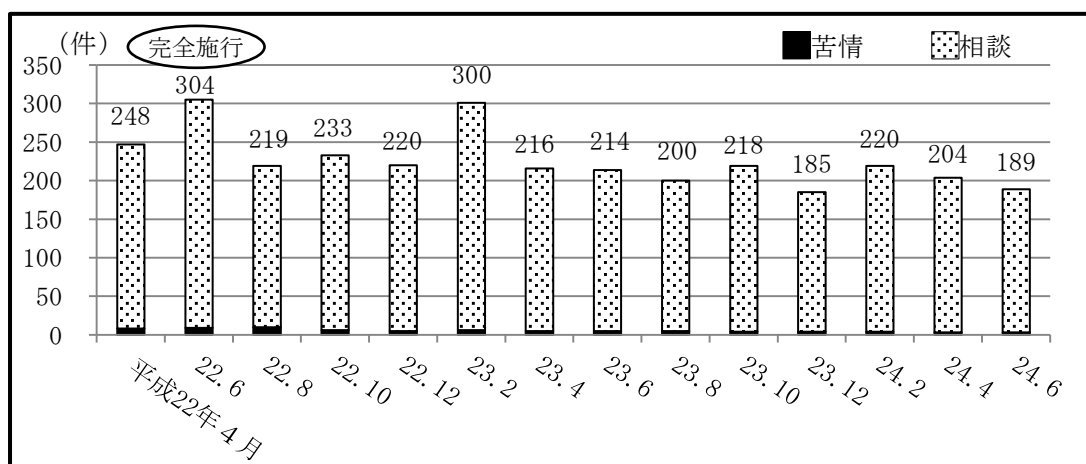
図表2-(4)-② 多重債務が原因とみられる自殺者数

(単位：人)

年度 区分	平成19	20	21	22	23	24
全自殺者数	33,093	32,249	32,845	31,690	30,651	27,858
多重債務が原 因とみられる 自殺者数	1,973	1,733	1,630	1,306	998	839

(注) 1 警察庁資料に基づき、当省が作成した。
2 多重債務が原因とみられる自殺者数は平成19年度から集計していることから、18年度の自殺者数は不明である。

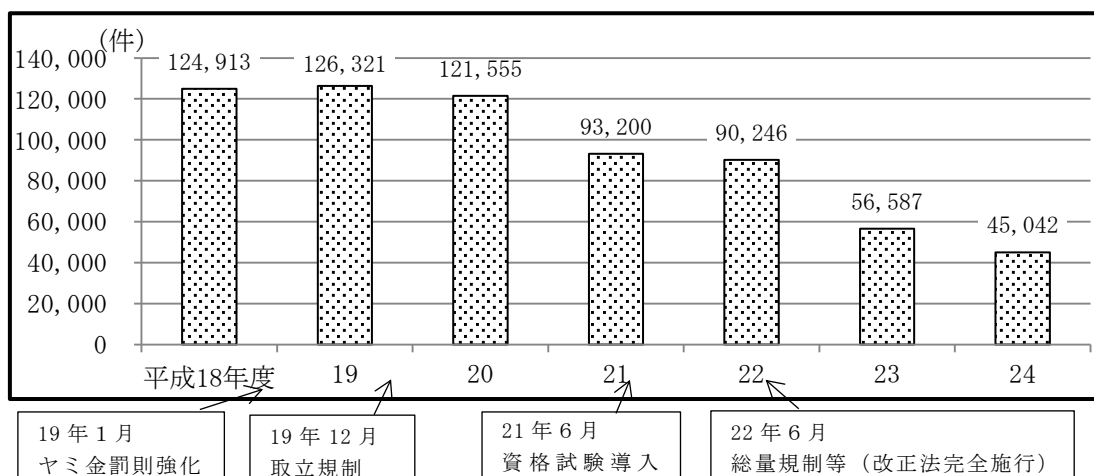
図表 2 - (4) - ③ 金融庁、財務局及び日本貸金業協会における 1 日当たりの相談・苦情件数（貸金業関係）



- (注) 1 金融庁の資料に基づき、当省が作成した。
 2 それぞれ2か月ごとの各月の1日当たりの件数をグラフ化したものである。
 3 完全施行とは、平成18年12月に改正された貸金業法等が22年6月に完全施行されたことを表す。

PIO-NETに登録された貸金業者に関する相談件数は、図表2-(4)-④のとおり、改正法が施行された平成18年度以降、減少傾向にあり、18年度以降で相談件数が最も多い19年度は12万6,321件であったのに対し、24年度は4万5,042件と、8万1,279件(64.3%)減少している。

図表 2 - (4) - ④ 貸金業者（「フリーローン・サラ金」）に関する相談件数の推移及び主な施策等の動き

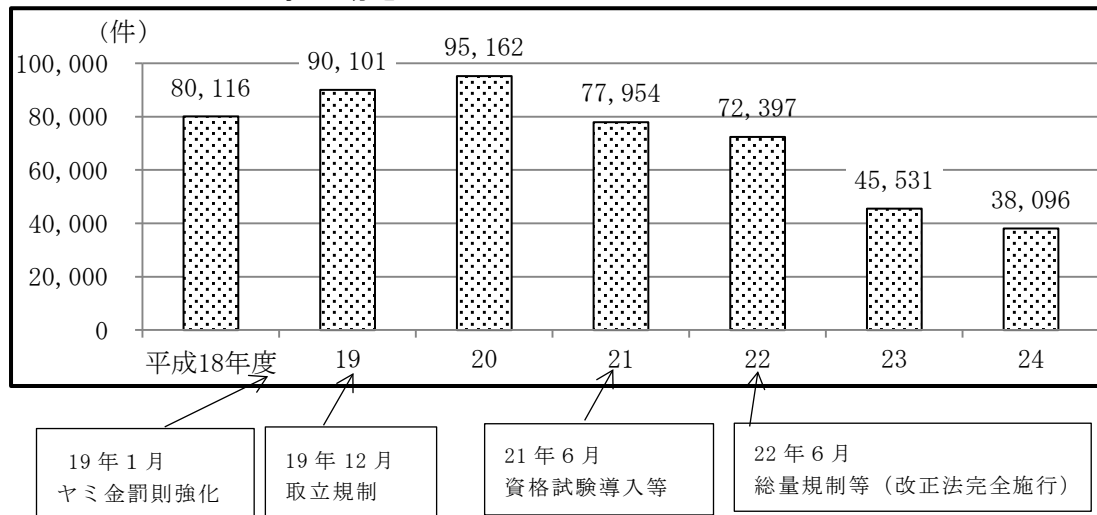


- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 相談件数は、PIO-NETに登録された全国の消費生活相談情報（平成25年5月31日までの登録分）によるものである。

また、本改正の契機となった「多重債務」に関する相談件数は、図

表 2 - (4) - ⑤のとおり、相談件数が最も多い平成20年度は9万5,162件であったのに対し、24年度は3万8,096件と、5万7,066件(60.0%)減少している。

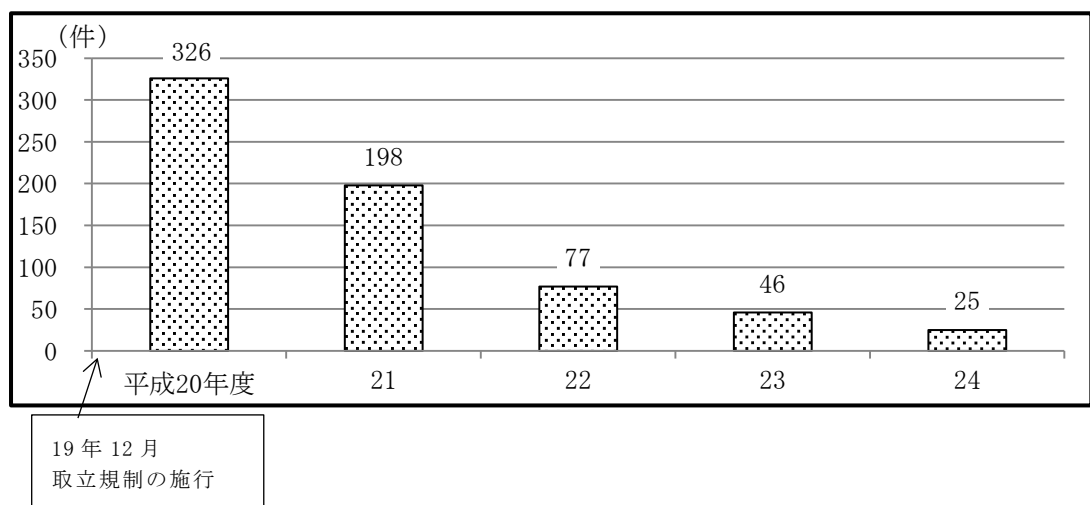
図表 2 - (4) - ⑤ 「多重債務」に関する相談件数の推移及び主な施策等の動き



(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(平成25年5月31日までの登録分)によるものである。

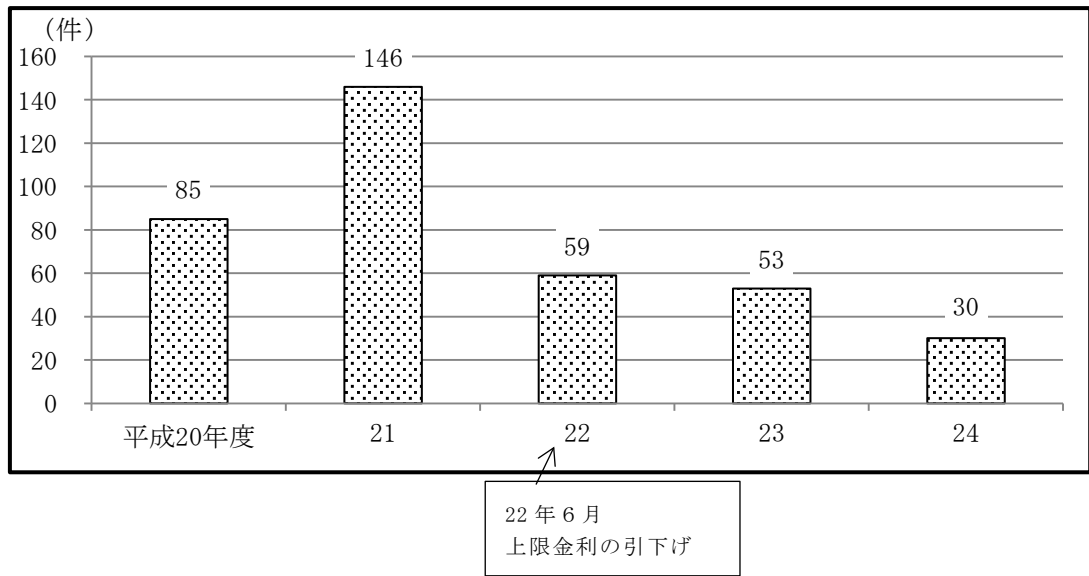
さらに、改正前に問題とされた、i)「取立行為」、ii)「契約内容」及びiii)「金利」に関し日本貸金業協会が受け付けた苦情件数は、図表 2 - (4) - ⑥~⑧のとおり、いずれも減少している。

図表 2 - (4) - ⑥ 取立行為に関する苦情件数の推移及び主な施策等の動き



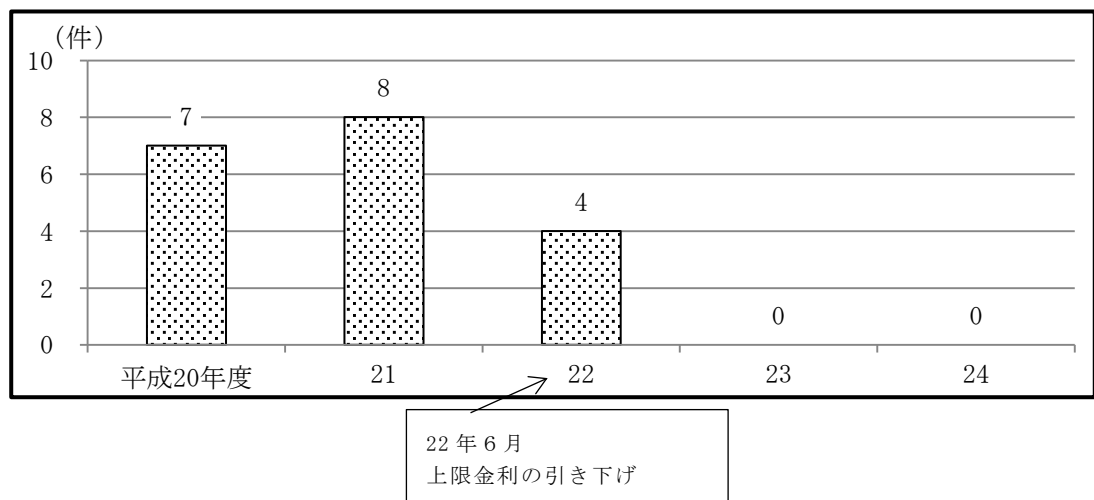
(注) 1 日本貸金業協会の資料等に基づき、当省が作成した。
2 苦情件数は同協会が受け付けたものである。なお、同協会は平成19年12月に設立されたことから、19年度以前の苦情件数は不明である。

図表 2 - (4) - ⑦ 契約内容に関する苦情件数の推移及び主な施策等の動き



- (注) 1 日本貸金業協会の資料等に基づき、当省が作成した。
2 苦情件数は同協会が受け付けたものである。

図表 2 - (4) - ⑧ 金利に関する苦情件数の推移及び主な施策等の動き

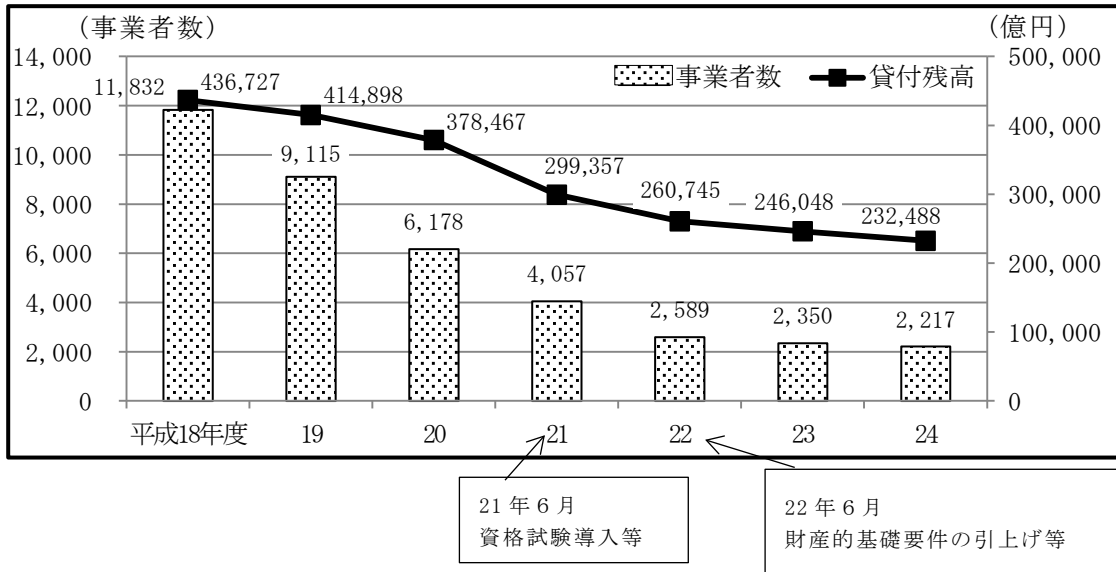


- (注) 1 日本貸金業協会の資料等に基づき、当省が作成した。
2 苦情件数は同協会が受け付けたものである。

なお、財務局又は都道府県に登録している貸金業者数は、図表 2 - (4) - ⑨のとおり、貸金業法改正における財産的基礎要件の引上げ等の導入により、平成18年度は1万1,832事業者であったのに対し、24年度は2,217事業者と、9,615事業者 (81.3%) 減少している。

また、貸金業者の貸付残高は、図表 2 - (4) - ⑨のとおり、平成18年度は43兆6,727億円であったのに対し24年度は23兆2,488億円と20兆4,239億円 (46.8%) 減少している。

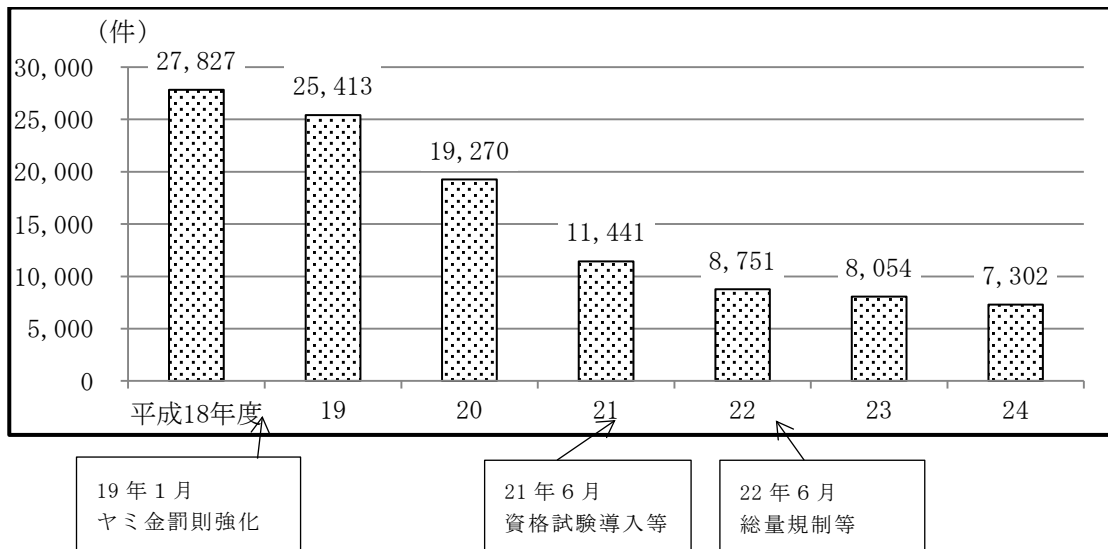
図表 2 - (4) - ⑨ 財務局又は都道府県に登録している貸金業者数・貸付残高の推移及び主な施策等の動き



(注) 貸金業者数及び貸付残高は、金融庁の資料に基づき、当省が作成した。

一方、P I O - N E T に登録されたヤミ金に関する相談件数を把握したところ、図表 2 - (4) - ⑩ のとおり、相談件数が平成18年度は2万7,827件であったのに対し、24年度は7,302件と、2万525件 (73.8%) 減少している。

図表 2 - (4) - ⑩ ヤミ金に関する相談件数の推移及び主な施策等の動き



(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 (平成25年5月31日までの登録分) のうち、当省において、相談情報に文字列“ヤミ金” “やみ金” “闇金” を含むものを計上した。

また、警察庁の統計によれば、ヤミ金の検挙事件数、検挙人数及び被害金額は、図表 2 - (4) - ⑪ のとおり、平成19年以降いずれも減少

傾向にある。

図表 2 - (4) - ⑪ ヤミ金検挙事件数・検挙人数・被害金額

(単位：件、人、億円)

区分 \ 年	平成18	19	20	21	22	23	24
検挙事件数	323	484	437	442	393	366	325
検挙人数	710	995	860	815	755	666	470
被害金額	199	303	293	198	115	117	109

(注) 警察庁の資料に基づき、当省が作成した。

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のヤミ金又はヤミ金に類似した新たな手口による消費者被害が発生している状況にあり、被害を未然に防止するため、引き続き金融庁、消費者庁、警察庁等による消費者に対する注意喚起が行われている。

ヤミ金等による消費者被害に関し、金融庁及び財務局では、ヤミ金に関する情報を入手した場合、i) ヤミ金業者に直接電話で警告する、ii) 関係機関（警察、各消費生活センター等）に情報提供する、iii) 財務局ホームページ等に注意喚起情報を掲載する等の対応を行っている。加えて、関東財務局では、ヤミ金への対応強化を目的として、平成25年10月に同局管内全ての消費生活センター（289か所）に対し、相談者から寄せられたヤミ金に係る情報を提供するように要請している。

なお、金融庁が委託により実施している「貸金業利用に関する委託調査」（インターネットによるアンケート調査）によれば、3年以内に貸金業者から借入経験があり、現在借入残高がある者に占めるヤミ金利用経験者の割合は、図表 2 - (4) - ⑫のとおり、平成24年と25年を比較した場合、わずかに増加している。

図表 2 - (4) - ⑫ ヤミ金の利用経験があると回答した者の割合

(単位：%)

区分 \ 年月	平成22 年 3月	22年 11月	23年 4月	24年 6月	25年 9月
ヤミ金利用者の割合	3.8	1.5	3.0	3.8	4.4

- (注) 1 金融庁の「貸金業利用に関する委託調査」に基づき、当省が作成した。
 2 年月は調査実施年月である。
 3 ヤミ金利用者の割合は、3年以内に貸金業者から借入経験があり現在借入残高がある者を母数としたヤミ金の利用経験があると回答した者の割合である。
 4 本調査はインターネットモニターを対象としたサンプル調査として実施したものである。また、金融庁は、「本調査において、統計理論上、調査結果には一定の誤差が生じることを踏まえてみる必要がある。」としている。

(ウ) 地方支分部局、都道府県等に対する実地調査結果

本改正の効果の発現状況の認識について、10財務局及び24都道府県の貸金業法指導監督担当部署並びに26都道府県及び64市区の消費生活相談担当部署を調査したところ、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答しているものは、図表2-(4)-⑬及び⑭のとおり、貸金業法指導監督担当部署では97.1%、消費生活相談担当部署では84.4%となっている。

一方、適切な指標がないことやヤミ金被害の発生等から「分からない」と回答しているものは、貸金業法指導監督担当部署では2.9%、消費生活相談担当部署では15.6%となっている。

図表2-(4)-⑬ 貸金業法指導監督担当部署における本改正効果の発現状況についての回答結果

(単位：機関、%)

回答区分	財務局数	都道府県数	合計
大いに効果があった	5 (50.0)	13 (54.2)	33 (97.1)
ある程度効果があった	5 (50.0)	10 (41.7)	
あまり効果がなかった	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
効果はなかった	0 (0.0)	0 (0.0)	
分からない	0 (0.0)	1 (4.2)	1 (2.9)
計	10 (100)	24 (100)	34 (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。

図表2-(4)-⑭ 消費生活相談担当部署における本改正効果の発現状況についての回答結果

(単位：機関、%)

回答区分	都道府県数	市区数	合計
大いに効果があった	14 (53.8)	30 (46.9)	76 (84.4)
ある程度効果があった	8 (30.8)	24 (37.5)	
あまり効果がなかった	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
効果はなかった	0 (0.0)	0 (0.0)	
分からない	4 (15.4)	10 (15.6)	14 (15.6)
計	26 (100)	64 (100)	90 (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。

また、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した主な理由は、貸金業法指導監督担当部署では、図表2-(4)-⑮のとおり、「貸金業者や多重債務に関する相談件数の減少」が最も多くなっており、消費生活相談担当部署でも、図表2-(4)-⑯のとおり、「貸金業者や多重債務に関する相談件数の減少や相談内容の変化」が最も

多くなっている。

図表 2 - (4) - ⑮ 貸金業法指導監督担当部署における「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した理由

(単位：機関、%)

区 分	機関数
「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した機関数	33
貸金業者や多重債務に関する相談件数が減少したため	28 (84.8)
登録要件の厳格化により登録事業者数が減少したため	5 (15.2)

(注) 1 当省の調査結果による。

2 () 内は、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した33機関に対する割合である。

図表 2 - (4) - ⑯ 消費生活相談担当部署における「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した理由

(単位：機関、%)

区 分	機関数
「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した機関数	76
貸金業者や多重債務に関する相談件数が減少又は相談内容が変化したため	66 (86.8)
その他	10 (13.2)

(注) 1 当省の調査結果による。

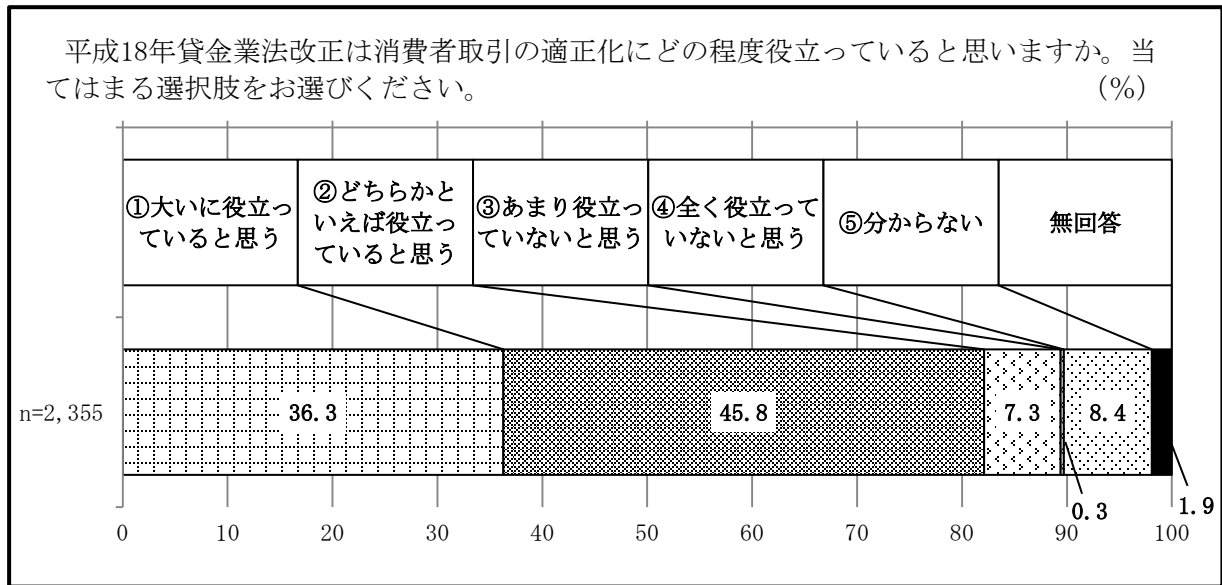
2 () 内は、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した76機関に対する割合である。

一方で、偽装質屋やクレジットカードショッピング枠の現金化を含めヤミ金による新たな手口の被害を懸念しているのは、10財務局及び24都道府県の貸金業法指導監督担当部署では、34機関中5機関(14.7%)、26都道府県及び64市区の消費生活相談担当部署では、90機関中21機関(23.3%)となっている。

(I) 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、本改正は消費者取引の適正化にどの程度役立っていると思うか尋ねたところ、図表 2 - (4) - ⑰のとおり、「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」と回答した者が、合わせて82.1%となっている。

図表 2 - (4) - ⑰ 消費生活相談員に対する意識等調査結果（平成18年の貸金業法改正の評価）



（注） 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。

イ 指導監督の実施状況等

(要旨)

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。

(7) 制度の概要

貸金業法では、貸金業を営む者の業務の適正な運営の確保及び資金需要者等の利益の保護を図るため、貸金業を営む者について登録制度(注)を実施し、登録を受けた貸金業者に対する規制等が定められている。

(注) 貸金業法において、貸金業を営もうとする者は、二以上の都道府県の区域内に営業所又は事務所を設置してその事業を営もうとする場合にあつては、内閣総理大臣の、一の都道府県の区域内にのみ営業所又は事務所を設置してその事業を営もうとする場合にあつては当該営業所又は事務所の所在地を管轄する都道府県知事の登録を受けなければならないこととされている(同法第3条)。

また、内閣総理大臣又は都道府県知事による貸金業者に対する指導監督権限は、図表2-(4)-⑱のとおり、i)その登録を受けた貸金業者の業務の運営に関し、資金需要者等の利益の保護を図るため必要が

あると認めるときに、業務の運営の改善に必要な措置を命ずることができる、ii) 誇大広告の禁止や取立行為の規制等の規定に違反したときは、その登録を取り消し、又はその業務の全部若しくは一部の停止を命ずることができる、iii) さらに、名義貸しの禁止等の規定に違反したときは、その登録を取り消さなければならないこととされている。

さらに、内閣総理大臣又は都道府県知事は、その登録を受けた貸金業者に対して、i) この法律を施行するため必要があると認めるときは報告徴収を、ii) 資金需要者等の利益の保護を図るため必要があると認めるときは、立入検査を行うことができることとされている。

図表 2 - (4) - ⑱ 貸金業法に基づく貸金業者に対する指導監督権限

区分	対象	大臣登録事業者	都道府県知事登録事業者
内閣総理大臣	業務改善命令（法第24条の6の3）	○	—
	登録取消及び業務停止命令（法第24条の6の4）	○	—
	登録取消（法第24条の6の5）	○	—
	報告徴収及び立入検査（法第24条の6の10第1項及び第3項）	○	—
都道府県知事	業務改善命令（法第24条の6の3）	—	○
	登録取消及び業務停止命令（法第24条の6の4）	—	○
	登録取消（法第24条の6の5）	—	○
	報告徴収及び立入検査（法第24条の6の10第1項及び第3項）	—	○

(注) 貸金業法に基づき、当省が作成した。

上記の内閣総理大臣の権限は金融庁長官に委任され、金融庁長官はその権限を財務局長（沖縄総合事務局長を含む。）又は財務支局長に委任することができることとされていることに加え、報告徴収及び立入検査については金融庁長官が自ら行うことを妨げないこととされている（同法第45条）。

(イ) 把握結果

a 貸金業者数の推移

全国の貸金業者数は、図表 2 - (4) - ⑱のとおり、平成22年度は2,589事業者であったのに対し、24年度は2,217事業者と14.4%の減少となっている。

図表 2 - (4) - ⑱ 貸金業者数の推移

(単位：事業者)

区分 \ 年度	平成22	23	24
財務局登録	349(100)	330(94.6)	315(90.3)
都道府県登録	2,240(100)	2,020(90.2)	1,902(84.9)
計	2,589(100)	2,350(90.8)	2,217(85.6)

(注) 1 金融庁の資料に基づき、当省が作成した。
 2 各年度3月31日現在の数値である。
 3 ()内は、平成22年度を100とした場合の指数である。

b 指導監督の実施状況

貸金業法に基づく貸金業者に対する行政処分の実施状況は、図表 2 - (4) - ⑳ のとおり、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。

図表 2 - (4) - ⑳ 行政処分の実施状況

(単位：件)

区分 \ 年度	平成22	23	24
11財務局	1	1	0
47都道府県	98	41	19
計	99	42	19

(注) 金融庁の資料に基づき、当省が作成した。

また、貸金業者に対する立入検査の実施状況は、図表 2 - (4) - ㉑ のとおり、平成24年度には財務局が77件、都道府県が1,616件となっている。

図表 2 - (4) - ㉑ 立入検査の実施状況

(単位：件)

区分 \ 年度	平成22	23	24
11財務局	66	80	77
47都道府県	2,050	1,841	1,616
計	2,116	1,921	1,693

(注) 金融庁の資料に基づき、当省が作成した。

これに関し、平成22年度から24年度までの登録事業者に対する立入検査の平均実施率について24都道府県の貸金業法指導監督担当部署を調査したところ、図表 2 - (4) - ㉑ のとおり、80%以上のものが7都道府県ある一方で、30%未満のものも5都道府県あり、都道府

県間でばらつきがあるが、調査した都道府県全体の平均実施率は、約96%となっている。

図表 2 - (4) - ㉔ 都道府県の貸金業法指導監督担当部署における立入検査平均実施率

(単位：都道府県、%)

立入検査平均実施率	都道府県数
80%以上	7 (29.2)
50%以上80%未満	4 (16.7)
30%以上50%未満	8 (33.3)
30%未満	5 (20.8)
計	24 (100)

- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 ()内は、24都道府県に占める割合である。
 3 立入検査平均実施率は、平成22年度から24年度までの延べ登録事業者数を分母、立入検査を実施した延べ件数を分子としている。

c 指導監督における情報収集

貸金業者に対する指導監督に活用している情報について、10財務局及び24都道府県の貸金業法指導監督担当部署を調査したところ、いずれの機関も自ら受け付けた消費者からの相談等を指導監督の端緒情報として活用している。

金融庁金融サービス利用者相談室並びに11財務局及び47都道府県の貸金業法指導監督担当部署が受け付けた苦情、相談等件数は、図表 2 - (4) - ㉓のとおり、これら全体で、平成20年度は4万4,928件であったのに対し24年度は1万7,675件と60.7%の減少となっている。

図表 2 - (4) - ㉓ 金融庁金融サービス利用者相談室並びに11財務局及び47都道府県の貸金業法指導監督担当部署で受け付けた苦情、相談等件数の推移

(単位：件)

区分		年度				
		平成20	21	22	23	24
苦情	金融庁	316	127	306	40	47
	11財務局	2,616	1,960	1,127	753	563
	47都道府県	5,779	2,972	1,555	1,227	987
	計	8,711	5,059	2,988	2,020	1,597
相談・照会	金融庁	3,133	3,577	4,159	1,597	1,111
	11財務局	12,384	12,332	9,421	6,637	5,370
	47都道府県	20,700	14,493	13,275	11,241	9,597
	計	36,217	30,402	26,855	19,475	16,078
計		44,928	35,461	29,843	21,495	17,675

- (注) 1 金融庁の資料に基づき、当省が作成した。
 2 苦情とは法令違反・不適切な行為等、相談・照会はその他の行為に関する申出を指す。

一方、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、図表 2 - (4) - ㉔のとおり、貸金業法指導監督担当部署が行政処分を行った事業者について、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相談が寄せられている例がみられ、この中には、処分事由と同種の相談が寄せられているものもみられた。

図表 2 - (4) - ⑭ 貸金業法指導監督担当部署における端緒情報の入手以前に消費生活センター等に相談が寄せられている例

事例 番号	事 例
1	<p>貸金業者に違反行為（過剰貸付等）があったため、当該事業者を登録している都道府県は、平成22年度に行政処分を実施した。</p> <p>当該都道府県の貸金業法指導監督担当部署は、平成22年8月にその端緒情報を入手したとしているが、消費生活センター等では、20年4月から22年8月までに当該事業者に係る相談を23件（注）受け付けている。そのうち17件の内容を確認したところ、当該行政処分の事由と同種と考えられる相談が5件寄せられている。</p> <p>（注） 平成22年度に1件の相談が寄せられているが、この相談が22年4月から8月までに受け付けたものか否かは不明である。</p>
2	<p>貸金業者に、登録取消に該当する詐欺行為があったため、当該事業者を登録している都道府県は、平成22年度に行政処分を実施した。</p> <p>当該都道府県の貸金業法指導監督担当部署は、平成22年9月にその端緒情報を入手したとしているが、消費生活センター等では、19年4月から22年9月までに同事業者に係る相談を5件受け付けている。</p>

（注） 都道府県に対する当省の調査結果による。

これらを踏まえると、貸金業法指導監督担当部署が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、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、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21都道府県では閲覧環境が整備されていない。これらの21都道府県の貸金業法指導監督担当部署がP I O - N E Tから得られる情報を活用するには、P I O - N E Tの閲覧環境を整備する、又は都道府県の消費生活相談担当部署に対し情報提供を依頼する等の方法によることが考えられる。

しかし、P I O - N E Tから得られた情報の活用状況は、金融庁本庁では無登録業者の検索のみとなっており、調査した10財務局及び24都道府県の貸金業法指導監督担当部署では、図表 2 - (4) - ⑮のとおり、i) 9財務局では活用しておらず、残りの1財務局でも無登録業者の検索にとどまっている、ii) 3都道府県の貸金業法指導監督担当部署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、iii) 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

しているところはない。

図表 2 - (4) - ㊸ 貸金業法指導監督担当部署における P I O - N E T から得られた情報の活用状況等

区分	10財務局	24都道府県
閲覧環境	いずれの機関も閲覧環境が整備されている。	3都道府県で閲覧環境が整備されている。
活用状況	9財務局では活用しておらず、残りの1財務局でも無登録業者の検索にとどまっている。	閲覧環境が整備されている3都道府県のうち2都道府県では活用しているが、残りの1都道府県及び閲覧環境が整備されていない21都道府県では活用していない。
意見等	<p>(活用していない理由等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 消費生活相談担当部署から個別の相談事案の提供を受けているため必要性を感じない。 ・ 自ら消費者からの相談を受けているなど現時点の情報で足りているため必要性を感じない。 ・ P I O - N E T にどのような情報があるか理解していないため活用できるか不明である。 ・ 指導監督を行う上で有益と考えられる場合には、検討したい。 	<p>(活用していない理由等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 消費生活相談担当部署から個別の相談事案の提供を受けているため必要性を感じない。 ・ 自ら消費者からの相談を受けているなど現時点の情報で足りているため必要性を感じない。 ・ P I O - N E T にどのような情報があるか理解していないため活用できるか不明である。 ・ 指導監督を行う上で有益と考えられる場合には、検討したい。 ・ 経費や維持管理に支障がなければ検討したい。

(注) 当省の調査結果による。

(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

(要旨)

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、経験及び財産の状況並びに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。

(7) 改正の概要

商品取引所法により規制されていた店頭商品先物取引、及び海外商品市場における先物取引の受託等に関する法律（昭和 57 年法律第 65 号）により規制されていた海外商品市場における先物取引については、商品取引所法により規制されていた国内の商品市場における先物取引と比較して、取引を受託等する事業者に対する規制が弱く、平成 17 年度以降、トラブルが増加していた。

このため、平成 21 年に商品取引所法が商品先物取引法へと改正され、次の規制等が導入された（注）。

i) 商品先物取引業への横断的な許可制の導入

国内の商品市場における取引の受託等の営業に加え、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についても許可制を導入（平成 23 年 1 月施行）

ii) 委託者保護規定の適用対象の拡大

適合性の原則等の委託者保護規定の適用対象について、従来は国内の商品市場における取引を受託等する事業者のみであったものを商品先物取引業を行う全ての者に拡大（平成 23 年 1 月施行）

iii) 不招請勧誘の禁止の導入

商品先物取引業者について、国内又は外国商品市場取引のうち発生し得る損失の額が初期の投資額を上回る可能性のある取引及び全ての店頭商品デリバティブ取引の受託等の不招請勧誘を禁止（平成 23 年 1 月施行）

(注) 商品先物取引法は平成 21 年 10 月、22 年 7 月、23 年 1 月の 3 段階で施行された。また、海外商品市場における先物取引の受託等に関する法律は商品先物取引法への改正に合わせ、平成 23 年 1 月に廃止された。

(イ) 効果を測るための指標の推移等

本改正に際し、経済産業省は、政策評価法第 9 条の規定に基づき、規制の事前評価を実施しており、当該評価を参考として本改正の効果の分析を行った結果は、次のとおりである。

経済産業省の規制の事前評価書によると、図表 2 - (5) - ①のとおり、P I O - N E T における苦情相談件数の減少を規制の便益としている。

図表 2 - (5) - ① 「使いやすい」「透明な」「トラブルのない」商品先物市場の実現に係る規制の事前評価

◎ 「使いやすい」「透明な」「トラブルのない」商品先物市場の実現に係る規制の事前評価書（評価実施時期：平成 21 年 3 月）（抜粋）

③ 「トラブルのない」商品先物市場の実現

改正案では、現行制度において、参入規制のない海外商品先物取引や、法律上の位置づけが不明確な店頭商品先物取引を行う者が、新たに商品先物取引業者として厳格に規律されることとなり、特に店頭商品先物取引については、不招請勧誘を禁止する措置を講じることを予定している。

これらの措置は、平成 17 年の金融先物取引法改正による措置と類似するものであるため、この時のデータを参考に、以下のとおり海外商品先物取引及び店頭商品先物取引の苦情件数の推移を算定することが可能である。

《海外商品先物取引・店頭商品先物取引の苦情件数推移見込み》

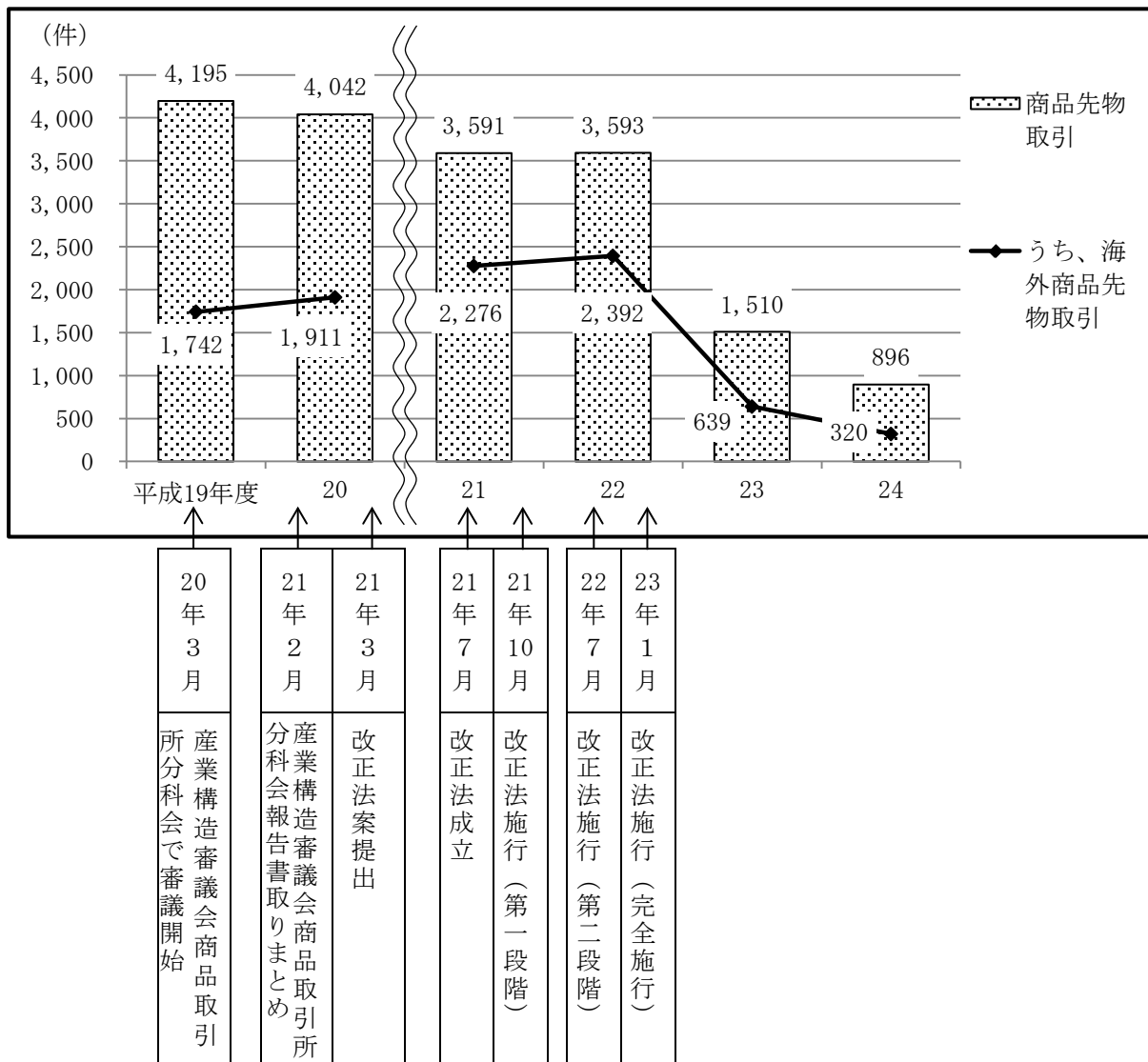
	法律施行前	法律施行後
苦情相談件数（年間）	1,738	195

また、同案によった場合、一般投資家向けに行う店頭商品先物取引が、業として認められることとなる。既述のとおり、このような取引については、近時、資産運用手段の一つとして社会的に認知されつつあり、適正な規制の下で行われることには、一定の意義があると考えられる。

(注) 苦情相談件数は、P I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報を元に経済産業省が集計したものである。

PIONEERに登録された商品先物取引及び海外商品先物取引に関する相談件数は、図表2-(5)-②のとおり、相談件数の比較が可能な平成21年度以降で相談件数が最も多い平成22年度は3,593件であったのに対し、24年度は896件と2,697件(75.1%)減少している。また、海外商品先物取引に関する相談件数は、件数が最も多い22年度は2,392件であったのに対し、24年度は320件と2,072件(86.6%)減少している。

図表2-(5)-② 商品先物取引及び海外商品先物取引に関する相談件数及び主な施策等の動き



- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 相談件数は、PIONEERに登録された全国の消費生活相談情報(平成25年5月31日までの登録分)によるものである。
 3 平成21年度のPIONEER分類・キーワード改定により19・20年度と21年度以降の相談件数は時系列比較できない。
 4 平成19年度の海外商品先物取引に関する相談件数は、PIONEERによる検索時期の違い等により、21年3月に実施された経済産業省による規制の事前評価に記載されている数値と異なる。

イ 指導監督の実施状況等

(要旨)

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。

(7) 制度の概要

商品先物取引法では、商品市場における取引等の受託等における委託者等の保護のため、商品先物取引業について許可制（注）としており、その事業に対する規制等を定めている。

（注） 商品先物取引法において、商品先物取引業を営もうとする者は、農林水産大臣及び経済産業大臣の許可を受けなければならないとされている（同法第 190 条）。

農林水産大臣及び経済産業大臣は、商品先物取引業者に対して、報告徴収や立入検査を行うことができ（同法第 231 条）、商品市場における秩序の維持又は委託者等の保護のため必要かつ相当であると認めるときは、商品先物取引業の運営の改善等に必要な措置をとることを命ずることができることとされている（同法第 232 条）。

また、農林水産大臣及び経済産業大臣は、商品先物取引業者に対し、許可を取り消し、又は商品市場における取引若しくは商品先物取引業の停止を命ずることができることとされている（同法第 236 条）。

さらに、報告徴収、立入検査及び業務改善命令については、農林水産大臣及び経済産業大臣の権限を当該商品先物取引業者の本店等の所在地を管轄する地方農政局長及び経済産業局長に委任するとともに、農林水産大臣及び経済産業大臣が自ら行うことを妨げないこととされている（商品先物取引法施行令（昭和 25 年政令第 280 号）第 57 条）。なお、商品先物取引業者には地方農政局又は経済産業局の管轄区域を越えて活動する業者が多いことから、指導監督を効率的に行うため、実際の行政処分は農林水産省及び経済産業省の本省が実施している。

(イ) 把握結果

a 商品先物取引業者数の推移

全国の商品先物取引業者数は、図表 2 - (5) - ③のとおり、平成 22 年度は 57 事業者であったのに対し、24 年度は 56 事業者と横ばいである。

図表 2 - (5) - ③ 商品先物取引業者数

(単位：事業者)

区分 \ 年度	平成 22	23	24
商品先物取引業者	57(100)	59(103.5)	56(98.2)

- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 各年度の3月末の数である。
 3 ()内は平成22年度を100とした場合の指数である。

b 指導監督の実施状況

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、図表 2 - (5) - ④のとおり、平成 24 年度は 3 件となっている。

図表 2 - (5) - ④ 行政処分の実施状況

(単位：件)

区分 \ 年度	平成 22	23	24
行政処分	17	0	3

- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 平成 22 年度は、商品取引所法及び海外市場における先物取引の受託等に関する法律に基づく行政処分を含む。
 3 行政処分は全て農林水産省及び経済産業省の本省が合同で実施した。

また、商品先物取引業者に対する立入検査の実施件数は、図表 2 - (5) - ⑤のとおり、平成 24 年度は 10 件となっている。

図表 2 - (5) - ⑤ 立入検査の実施状況

(単位：件)

区分 \ 年度	平成 22	23	24
立入検査	5	14	10

- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 平成22年度は、商品取引所法及び海外市場における先物取引の受託等に関する法律に基づく立入検査を含む。
 3 立入検査は全て農林水産省及び経済産業省が合同で実施している。

c 指導監督における情報収集

商品先物取引業者に対する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情報について、農林水産省及び経済産業省の本省では、自らの相談窓口で受け付けている消費者からの相談等を活用しているほか、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 から得られた情報も活用している。

(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

(7) 平成21年の金融商品取引業等に関する内閣府令改正

(要旨)

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。

a 改正の概要

金融庁は、平成21年に金融商品取引業等に関する内閣府令を改正しており、その概要は次のとおりである。

(a) 外国為替証拠金取引業者に対するロスカットルール整備・遵守の義務付け（平成21年8月施行）

FX取引において、ロスカット取引が適切な時期に行われず顧客の損失を拡大させた事例がみられる等、顧客に不測の損害が生じるおそれが生じ、またそのことにより業者が債権回収リスクを負うことになり、業者の財務の健全性に影響が出るおそれが生じていたことから、FX業者に対し、ロスカット取引を適切に行うためのルールの整備及び遵守が義務付けられた。

(b) F X 業者等に対する証拠金規制（平成22年 8 月施行）

内外の金利差が縮小してきていること等から、店頭取引及び取引所取引共に、高レバレッジ化が進展していたが、高レバレッジでの取引については、i) 顧客保護（ロスカットが十分に機能せず、顧客が不測の損害を被るおそれ）、ii) 業者のリスク管理（顧客の損失が証拠金を上回ることにより、業者の財務の健全性に影響が出るおそれ）、iii) 過当投機の観点からの問題があるとして、規制が必要とされてきた。

これらを踏まえ、F X 取引等について、F X 業者等に対し、上記(a)の規制に加え、店頭取引及び取引所取引共通の規制として、想定元本の4%以上（レバレッジ25倍以下）の証拠金の預託を受けずに取引を行うことを禁止した。

b 効果を測るための指標の推移等

本改正に際し、金融庁は、政策評価法第9条の規定に基づき、規制の事前評価を実施しており、当該評価を参考として本改正の効果の分析を行った結果は、次のとおりである。

金融庁の規制の事前評価書では、図表2-(6)-①及び②のとおり、顧客に不測の損害が生じるおそれ等の減少を規制の便益としている。

図表2-(6)-① F X 取引規制の見直しに係る規制の事前評価

◎ 外国為替証拠金取引規制の見直しに係る規制の事前評価書（評価実施時期：平成21年4月）（抜粋）

7. 規制の便益

適切にロスカット取引が行われるためのルールの整備・遵守が義務付けられることにより、顧客に不測の損害が生じるおそれ、業者の財務の健全性に影響が出るおそれが減少し、投資家保護、業者の財務基盤の健全性確保の充実が図られる。

(注) 下線は当省が付した。

図表 2 - (6) - ② F X取引規制の見直しに係る規制の事前評価

◎ 外国為替証拠金取引規制の見直しに係る規制の事前評価書（評価実施時期：平成 21 年 5 月）（抜粋）

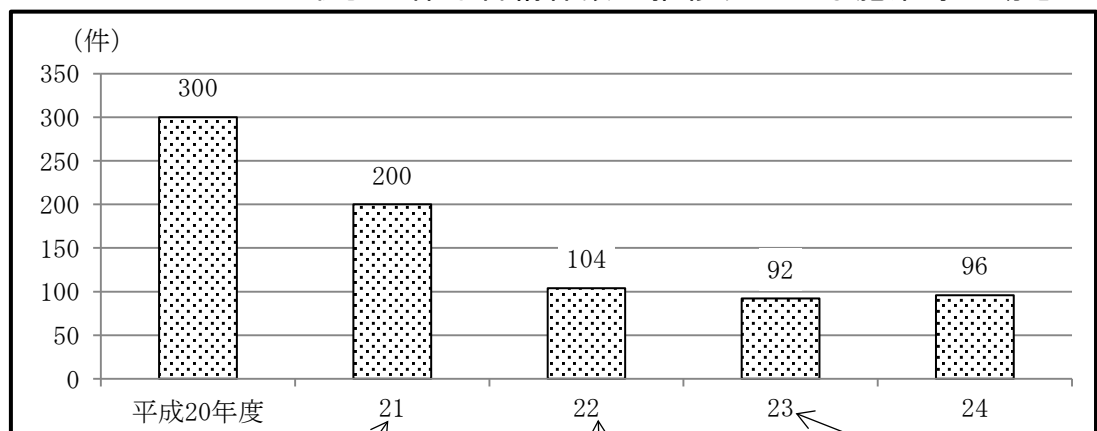
7. 規制の便益

証拠金規制を導入することにより、高レバレッジでの取引が禁止されることとなり、相場急変時等ロスカットが必ずしも適切に機能しないおそれがあるところ、こうした場合においても、証拠金のバッファが厚いことから、顧客が不測の損害を被るおそれが減少し、これに伴い、業者の財務の健全性への影響も減少する。さらに、過当投機が抑制されることになる。

（注） 下線は当省が付した。

規制の対象となる F X 取引について、一般社団法人金融先物取引業協会及び特定非営利活動法人証券・金融商品あっせん相談センターが受け付けた、同協会員が行う F X 取引に係る苦情件数は、図表 2 - (6) - ③のとおり、平成20年度は300件であったのに対し、24年度は96件と204件（68.0%）減少している。

図表 2 - (6) - ③ 一般社団法人金融先物取引業協会の協会員が行う F X 取引に係る苦情件数の推移及び主な施策等の動き



・ 21 年 7 月、8 月
内閣府令公布
・ 21 年 8 月
「ロスカットルールの整備・遵守」
施行

22 年 8 月
「証拠金規制」施行
(レバレッジ 50 倍)

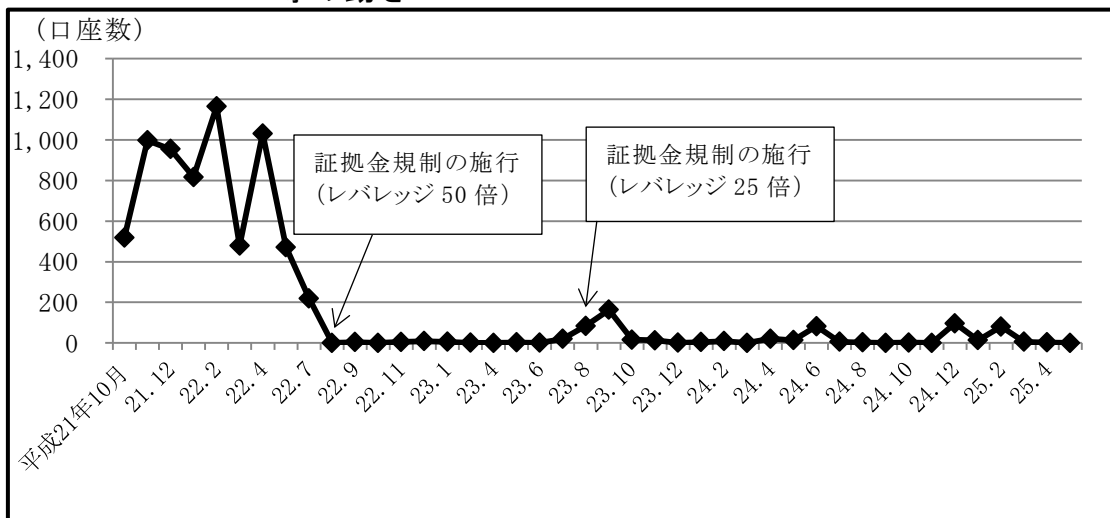
23 年 8 月
「証拠金規制」施行
(レバレッジ 25 倍)

(注) 1 一般社団法人金融先物取引業協会及び特定非営利活動法人証券・金融商品あっせん相談センターの資料等に基づき、当省が作成した
2 苦情件数は一般社団法人金融先物取引業協会及び特定非営利活動法人証券・金融商品あっせん相談センターが受け付けたものである。

本改正に関し、規制の対象となった F X 業者等の未収金の推移をみると、図表 2 - (6) - ④及び⑤のとおり、平成22年8月の証拠金規制導入後に投資家のロスカット損失が証拠金額を上回ることで発生

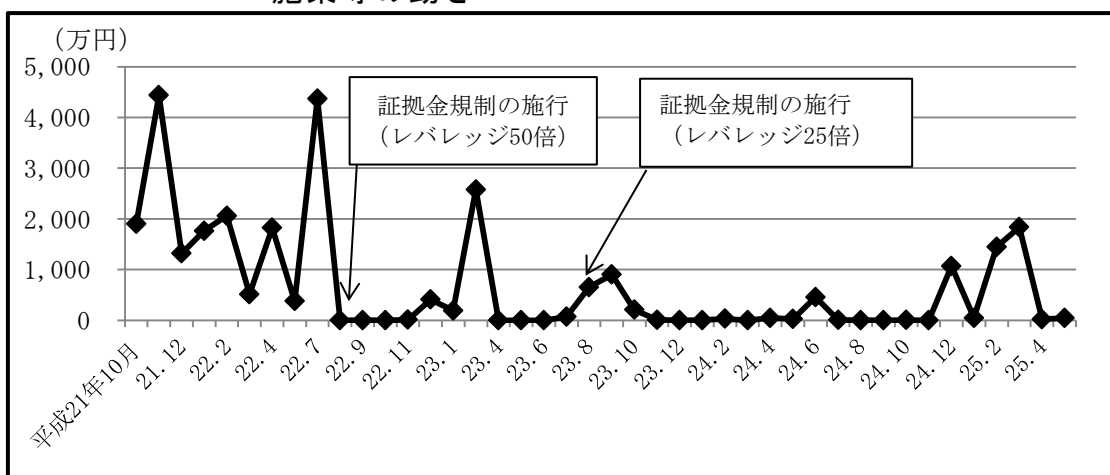
する未収金の発生件数が0件となり、それ以降も発生件数が非常に抑制されている。これはロスカット制度の義務化と証拠金規制の導入が未収金発生抑制に効果があったと考えられ、投資家が被る不測の損害の防止やFX業者等の財務リスクの低下に寄与したと考えられる。

図表 2 - (6) - ④ ロスカット未収金に係る口座数の推移及び主な施策等の動き



(注) 1 一般社団法人金融先物取引業協会の資料等に基づき、当省が作成した。
2 平成22年5月及び23年3月は異常値のため省略している。

図表 2 - (6) - ⑤ ロスカット未収金に係る未収金金額の推移及び主な施策等の動き

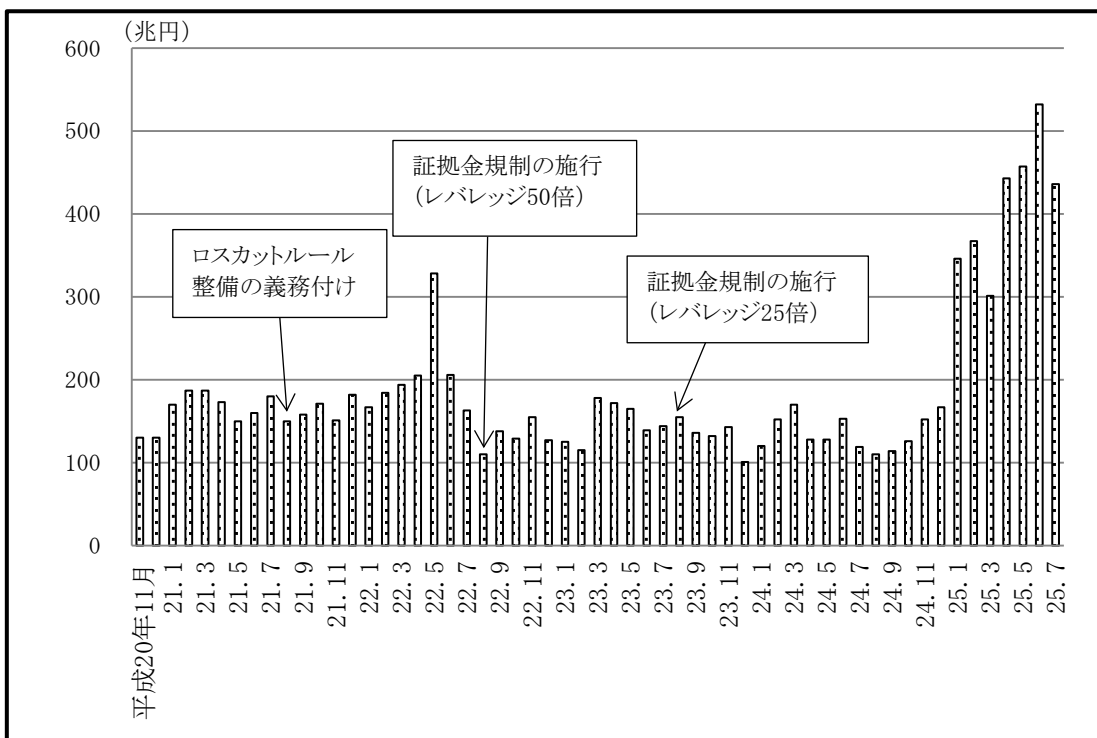


(注) 1 一般社団法人金融先物取引業協会の資料等に基づき、当省が作成した。
2 平成22年5月及び23年3月は異常値のため省略している。

また、出来高をみると、図表 2 - (6) - ⑥のとおり、規制が導入された平成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いることから影響は限定的だったとみられる。また、平成25年に入り外国為替相場的大幅な変動を受け出来

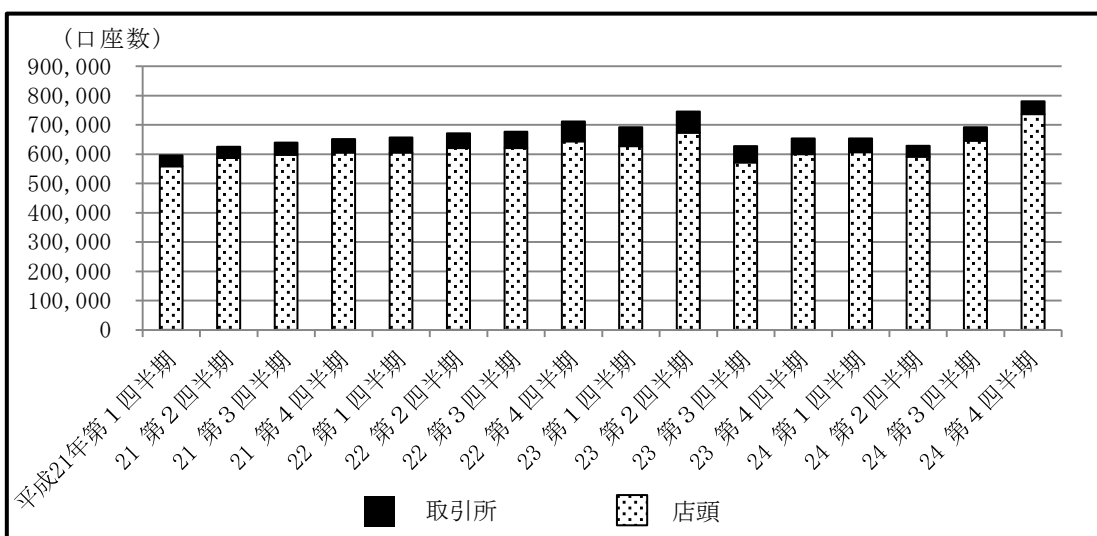
高は急拡大した。一方で、図表 2 - (6) - ⑦のとおり、投資家の稼働口座数は時期によって変動がみられるが、図表 2 - (6) - ⑧のとおり、証拠金は安定的に増加している。

図表 2 - (6) - ⑥ 店頭 F X 取引月次出来高の推移及び主な施策等の動き



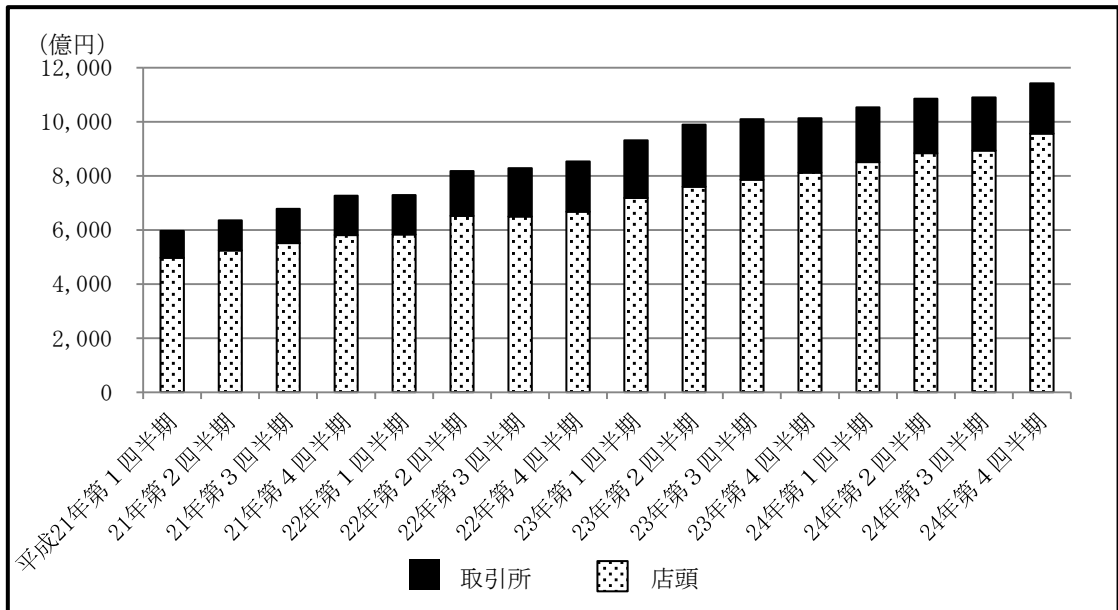
(注) 一般社団法人金融先物取引業協会の資料等に基づき、当省が作成した。

図表 2 - (6) - ⑦ 市場・店頭 F X 取引実績口座数の推移



(注) 一般社団法人金融先物取引業協会の資料に基づき、当省が作成した。

図表 2 - (6) - ⑧ 市場・店頭 F X 取引受入証拠金残高の推移



(注) 一般社団法人金融先物取引業協会の資料に基づき、当省が作成した。

F X 業者等が加入する一般社団法人金融先物取引業協会は、上記のとおり未収金の改善や出来高及び証拠金残高の安定的な増加がみられることについて、「経済情勢に加え、法令改正による公的規制の枠組みの整備や種々の自主規制措置により、市場が健全化されたことや、これに応じた F X 業者等の業務態勢の整備によるものではないか」としている。

(イ) 平成21年の金融商品取引法改正

(要旨)

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。

a 改正の概要

資本市場の機能の十全な発揮や投資者保護の観点から、信用格付業者に対する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が改正され、信用格付業者に対する登録制度が導入され、登録を受けた信用格付業者に対して、体制整備、格付提供行為、情報開示等に関する各種規制が設けられた。

また、これに併せて、金融商品取引業者等が、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し、金融商品取引契約の締結の勧誘を行うことを禁止する規制（説明義務）が課された。

b 効果を把握するための指標の推移等

本改正に際し、金融庁は、政策評価法第9条の規定に基づき、規制の事前評価を実施しており、当該評価を参考として本改正の効果の分析を行った結果は、次のとおりである。

金融庁では、規制の事前評価書において、図表 2 - (6) - ⑨のとおり、「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、投資者に対する情報提供機能が確保されるとともに、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。

一方で、金融庁では、「投資者による信用格付業者の比較・検証がどの程度可能となったかを分析する事は困難であるため、事後分析は行っていない。また、本規制の導入により、信用格付業者の自律的な取組が促進されたものと考えられるが、その度合いを分析することは困難であるため、事後分析は行っていない。」と補足している。

図表 2 - (6) - ⑨ 信用格付業者に対する公的規制の導入に係る規制の事前評価

◎ 信用格付業者に対する公的規制の導入に係る規制の事前評価書(評価実施時期：平成21年3月)(抜粋)

7. 規制の便益

信用格付業者の市場参加者に対する透明性を確保するための規制(格付方針等の公表、説明書類の縦覧等)を導入することにより、投資者に対する情報提供機能を高めることが可能となるとともに、格付の利用者による信用格付業者の比較・検証が可能となるため、市場の規律の下において信用格付業者の自律的な取組みを促進することも可能となると考えられる。

(注) 下線は当省が付した。

当省においても、「投資者による信用格付業者の比較・検証」や「信用格付業者の自律的な取組」について、適切な指標や分析方法を設定することができなかったが、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こと等から、格付に関して投資者に対する透明化が図られることとなったと考えられる。

c 地方支分部局に対する実地調査結果

本改正の効果の発現状況の認識について、10財務局の金融商品取引法指導監督担当部署を調査したところ、図表 2 - (6) - ⑩のとおり、全ての機関が「分からない」と回答している。

図表 2 - (6) - ⑩ 財務局の金融商品取引法指導監督担当部署における本改正効果の発現状況についての回答結果

(単位：財務局、%)

回答区分	財務局数
大いに効果があった	0 (0.0)
ある程度効果があった	0 (0.0)
あまり効果がなかった	0 (0.0)
効果はなかった	0 (0.0)
分からない	10 (100.0)
計	10 (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。

また、「分からない」と回答した主な理由は、図表 2 - (6) - ⑩のとおり、効果を把握する適切な指標がない (50.0%) のほか、本改正事項に係る事例がないこと (50.0%) となっている。

図表 2 - (6) - ⑪ 財務局の金融商品取引法指導監督担当部署における「分からない」と回答した理由

(単位：財務局、%)

区 分	財務局数
「分からない」と回答した機関数	10
効果を把握する適切な指標がないため	5 (50.0)
本改正事項に係る事例がないため	5 (50.0)

(注) 1 当省の調査結果による。

2 () 内は、「分からない」と回答した10機関に対する割合である。

(ウ) 平成22年の金融商品取引法施行令改正

(要旨)

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、PIO-NET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。

a 改正の概要

改正前の金融商品取引法施行令においては、個人向け店頭デリバティブ取引のうち、店頭FX取引のみが不招請勧誘の禁止等を含む規制の対象となっており、店頭FX取引と類似する証券CFD取引（差金決済デリバティブ取引）は規制の対象外であったが、これらの取引は個人に広がりを見せていた。個人顧客を相手方とする店頭デリバティブ取引については、業者が自由に商品内容を設計でき、価格の透明性も低く、投資者被害が発生しやすいため、継続的に取引を行っている場合等を除き、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及び再勧誘が禁止されるとともに、勧誘受諾意思確認義務（注）等の対象とされた。

- (注) 勧誘受諾意思確認義務とは、金融商品取引業者等が勧誘前に顧客に勧誘を受けるかどうかを確認する義務のことである。

b 効果を把握するための指標の推移等

本改正に際し、金融庁は、政策評価法第9条の規定に基づき、規制の事前評価を実施しており、当該評価を参考として本改正の効果の分

析を行った結果は、次のとおりである。

金融庁は、規制の事前評価書において、図表 2 - (6) - ⑫のとおり、「個人向けの店頭デリバティブ取引が不招請勧誘の禁止の対象となることにより、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」としている。

図表 2 - (6) - ⑫ デリバティブ取引に対する不招請勧誘規制等の見直しに係る規制の事前評価

◎ デリバティブ取引に対する不招請勧誘規制等の見直しに係る規制の事前評価書（評価実施時期：平成22年10月）（抜粋）

7. 規制の便益

個人向けの店頭デリバティブ取引が不招請勧誘の禁止の対象となることにより、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ほか、その結果として、不測の投資損失を回避させることにも繋がり得るという点で顧客保護の充実が図られる。

（注） 下線は当省が付した。

また、金融庁は、「規制の効果を定量的に検証することは困難であるが、P I O - N E T に登録された消費生活相談情報のうち、不招請勧誘に関連するトラブルの状況は注視しており、例えば、不招請勧誘に関連する相談件数は過年度に比して減少傾向にあることから、一定の効果があったものと考えている。」と補足している。

（参考） 不招請勧誘に関連する相談件数（注）

2010年度まで（過去5年平均）：166,100件

2011年度：165,800件

（注） 「PIO-NETにみる2011年度の消費生活相談」（平成24年9月6日国民生活センター公表）における「訪問販売」と「電話勧誘販売」の相談件数を合算したものである。

金融庁が参考指標としている、上記不招請勧誘に関連する相談件数は、販売購入形態別相談件数のうち訪問販売と電話勧誘販売の件数を集計したものであり、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。

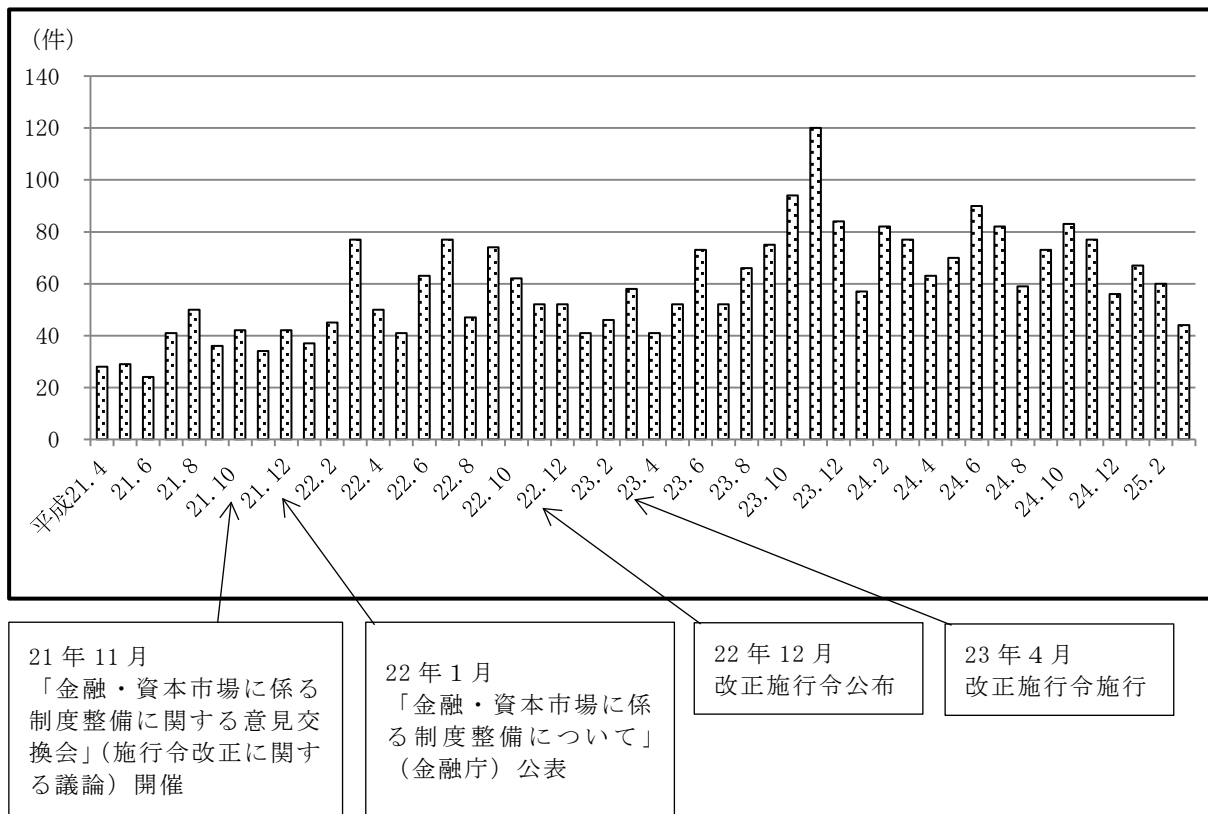
しかし、証券C F D取引については、同取引を取り扱う金融商品取引業者が加入する日本証券業協会の自主規制規則において社内規則の制定等が規定されていることもあり（注）、顧客保護の充実に向けた取組は更に促進されているものと考えられる。

(注) 日本証券業協会が策定した「CFD取引に関する規則」(平成22年3月)第9条において、協会員は、勧誘における禁止行為等に関する社内規則を制定し遵守することが義務付けられている。また、同協会において当該社内規則の整備等について監査を行っている。

なお、当省の調査において、P I O - N E Tに登録された相談件数から、金融商品のうち、本改正により不招請勧誘の禁止の対象となった証券CFD取引を含む「他のデリバティブ取引」の件数の推移を把握したところ、図表2-(6)-⑬のとおり、改正施行令施行後、平成23年11月に相談件数が増加しているが、その後、減少している。

ただし、当該相談件数には、本改正により規制の対象となった証券CFD取引以外のFX取引等のデリバティブ取引に関するものが多数含まれると考えられるが、P I O - N E Tの機能上、これ以上の詳細な集計は困難である。

図表2-(6)-⑬ 「他のデリバティブ取引」に関する相談件数のうち訪問販売・電話勧誘販売の件数及び主な政策の動き



(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(平成25年9月30日までの登録分)によるものである。
 3 平成22年3月に日本証券業協会は自主規制規則に不招請勧誘の禁止等に関する条項を設けている。

c 地方支分部局に対する実地調査結果

本改正の効果の発現状況の認識について、10財務局の金融商品取引法指導監督担当部署を調査したところ、図表2-(6)-⑭のとおり、全ての機関が「分からない」と回答している。

図表2-(6)-⑭ 財務局の金融商品取引法指導監督担当部署における本改正効果の発現状況についての回答結果

(単位：財務局、%)

回答区分	財務局数
大いに効果があった	0 (0.0)
ある程度効果があった	0 (0.0)
あまり効果がなかった	0 (0.0)
効果はなかった	0 (0.0)
分からない	10 (100.0)
計	10 (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。

また、「分からない」と回答した主な理由は、図表2-(6)-⑮のとおり、効果を把握する適切な指標がないこと(50.0%)のほか、本改正事項に係る事例がないこと(50.0%)となっている。

図表2-(6)-⑮ 財務局の金融商品取引法指導監督担当部署における「分からない」と回答した理由

(単位：財務局、%)

区 分	財務局数
「分からない」と回答した機関数	10
効果を把握する適切な指標がないため	5 (50.0)
本改正事項に係る事例がないため	5 (50.0)

(注) 1 当省の調査結果による。
2 ()内は、「分からない」と回答した10機関に対する割合である。

(イ) 平成23年の金融商品取引法改正

(要旨)

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。

a 改正の概要

金融商品取引法上の登録を受けていない業者が、未公開株等について「上場間近で必ず儲かる」などと勧誘を行い、高齢者等に対して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から、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。

b 効果を把握するための指標の推移等

i) 無登録業者による未公開株等の売付けを原則として無効とすることについては、私人間のルールを定めるものであり、「規制」には該当しないため、ii) 無登録業者による広告・勧誘行為の禁止については、既に「金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針」（平成19年9月30日施行）や刑事罰で対応していたものであるため、金融庁は、規制の事前評価を実施していない。

金融庁では、本改正による効果を把握するための参考指標として、無登録業者への警告書発出件数やP I O - N E Tに登録された「未公開株」に関する相談件数が考えられるとしている。これを参考として本改正の効果の分析を行った結果は、次のとおりである。

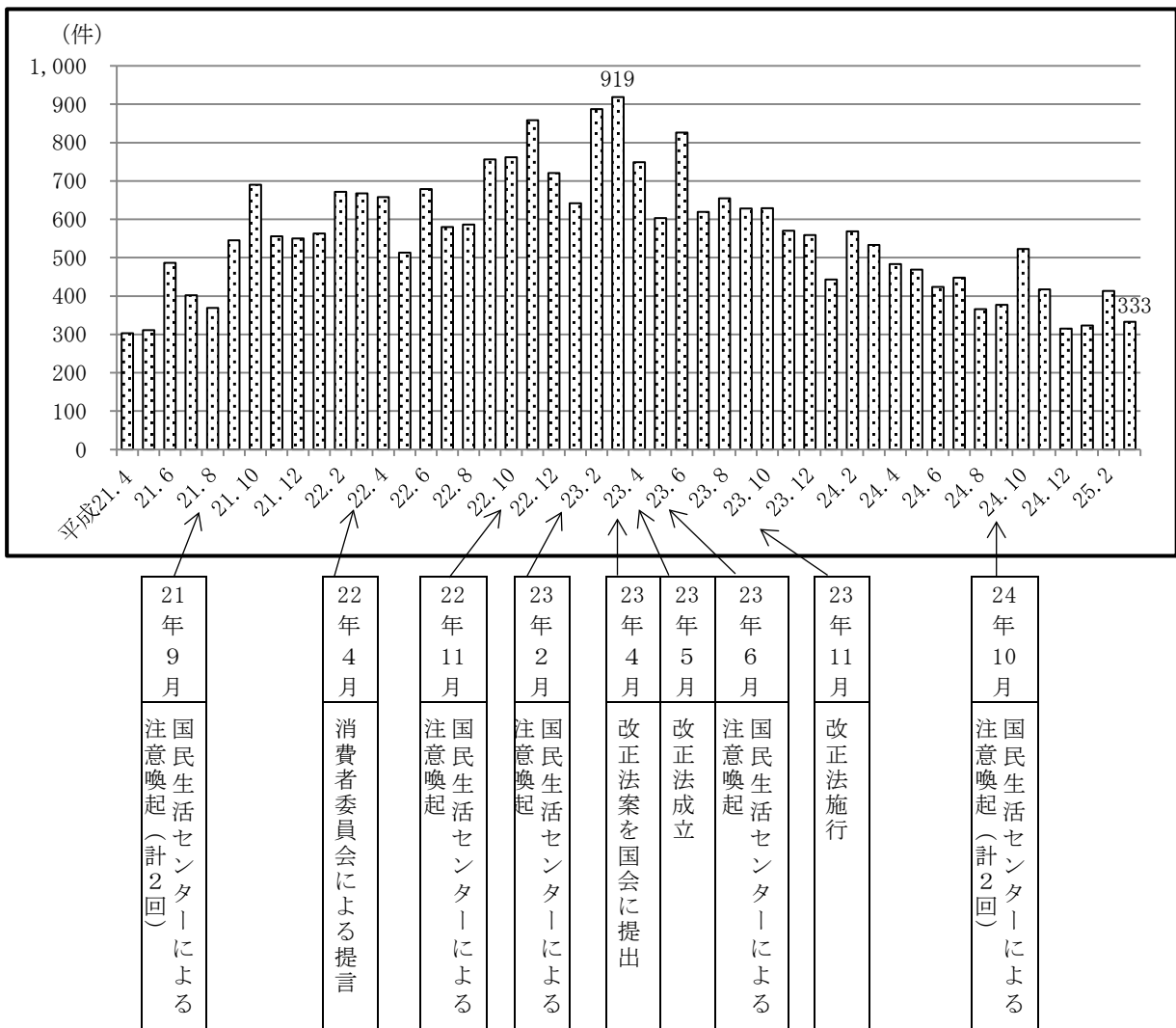
無登録業者への警告件数について、法改正前は、有価証券の売買等（売買の媒介、取次ぎ、代理を含む。）を無登録で業として行う場合

には罰則の対象となっていたが、広告・勧誘行為のみでは、その行為が金融商品取引業に該当する場合を除き、法違反には該当しないため、行政当局も警告書の発出ができない状況であった。

しかし、本改正で、無登録業者が未公開株等の売買等を行う前の広告、勧誘行為についても禁止されたことにより、無登録業者が、未公開株等の売買の広告・勧誘行為を行っていることをもって、警告書を発出することが可能になったため、財務局が行った無登録業者への警告件数は、平成23年度が38件であったのに対し、24年度は137件と約3.6倍に増加している。

また、P I O - N E T に登録された「未公開株」に関する相談件数は、図表2-(6)-⑯のとおり、相談件数が最も多い平成23年3月は919件であったのに対し25年3月は333件と586件(63.8%)減少している。

図表2-(6)-⑯ 「未公開株」に関する相談件数の推移及び主な政策の動き



(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(平成25年9月30日までの登録分)によるものである。

c 地方支分部局に対する実地調査結果

本改正の効果の発現状況の認識について、10財務局の金融商品取引法指導監督担当部署を調査したところ、図表2-(6)-⑰のとおり、効果を把握する適切な指標がないこと等から「分からない」と回答しているものは、70.0%となっている。

一方、無登録業者の広告・勧誘行為に警告書を発出することができるようになったこと等から「ある程度効果があった」と回答しているものは、30.0%となっている。

図表2-(6)-⑰ 財務局の金融商品取引法指導監督担当部署における本改正効果の発現状況についての回答結果

(単位：財務局、%)

回答区分	財務局数
大いに効果があった	0 (0.0)
ある程度効果があった	3 (30.0)
あまり効果がなかった	0 (0.0)
効果はなかった	0 (0.0)
分からない	7 (70.0)
計	10 (100)

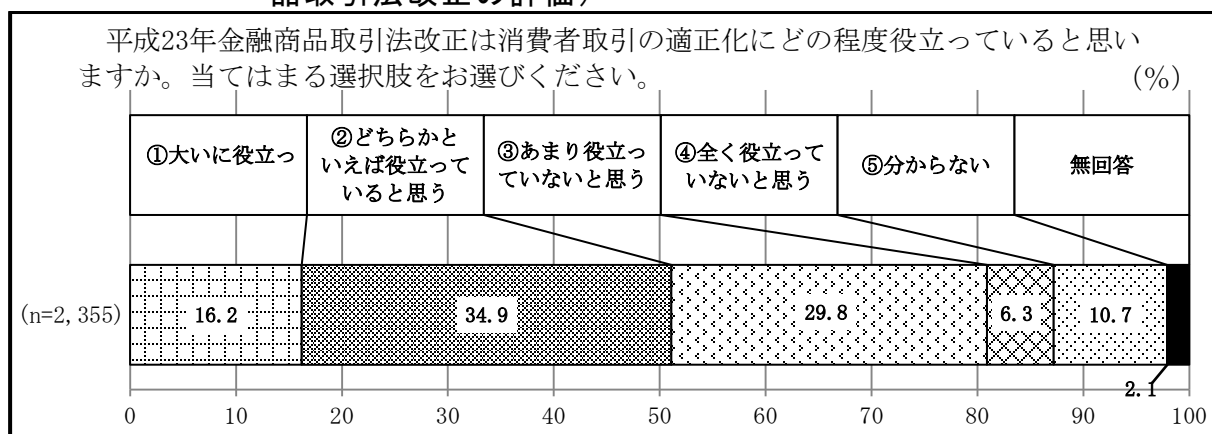
(注) 1 当省の調査結果による。

2 () 内は、計に対する割合である。

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、本改正は消費者取引の適正化にどの程度役立っているかと思うかと尋ねたところ、図表2-(6)-⑱のとおり、「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」と回答した者が、合わせて51.1%となっている。

図表2-(6)-⑱ 消費生活相談員に対する意識等調査結果（平成23年の金融商品取引法改正の評価）



(注) 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。

イ 指導監督の実施状況等 (要旨)

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) 制度の概要

金融商品取引法では、金融商品取引業を行う者に関し必要な事項を定め、金融商品取引所の適切な運営を確保することにより、有価証券の発行、金融商品等の取引等を公正にすること等を目的として、有価証券の

売買等を業として行う者について登録制度（注）を実施し、登録を受けた金融商品取引業者に対する規制等が定められている。

（注） 金融商品取引法において、有価証券の売買等を業として行う場合には、内閣総理大臣の登録を受けなければならないとされている（同法第29条）。

なお、金融商品取引業者は、図表 2 - (6) - ⑱のとおり、業務内容による分類ができる。

図表 2 - (6) - ⑱ 金融商品取引業者の種類及び主な業務内容

業務の種別	主な事業者	主な業務の内容
第一種金融商品取引業	証券会社、FX業者等	流動性の高い有価証券の販売・勧誘、顧客資産の管理など
第二種金融商品取引業	ファンド販売業者等	流動性の低い有価証券の販売・勧誘 など
投資運用業	投資信託委託業者等	投資運用
投資助言・代理業	投資顧問業者	投資助言 など

（注） 金融庁の資料に基づき、当省が作成した。

内閣総理大臣は、その登録を受けた金融商品取引業者に対し、i) 公益又は投資者保護のために必要と認めるときに、業務の方法の変更その他業務の運営又は財産の状況の改善に必要な措置をとるべきことを命ずることができ（金融商品取引法第51条）、ii) 金融商品取引業者が同法の規定に違反したとき等には、金融商品取引業者の登録を取り消し、又は6月以内の期間を定めて業務の全部若しくは一部の停止を命ずることができることとされている（同法第52条）。

また、内閣総理大臣は、公益又は投資者保護のため必要かつ相当であると認めるときは、報告徴取及び立入検査（証券検査）を実施することができることとされている（同法第56条の2第1項）。

上記の権限は、内閣総理大臣から金融庁長官に委任され（同法第194条の7第1項）、金融庁長官の報告徴取及び立入検査の権限等は証券取引等監視委員会に委任されている（同法第194条の7第2項第1号及び第3項）。

さらに、i) 金融庁長官の行政処分、報告徴取及び立入検査に関する権限並びにii) 証券取引等監視委員会の報告徴取及び立入検査に関する権限は、金融商品取引業者の本店等又は国内における代表者の所在地若しくは住所を管轄する財務局長（沖縄総合事務局長を含む。以下同じ。）又は財務支局長に委任されている（同法第194条の7第6項及び第7項）。

なお、報告徴取及び立入検査は、金融庁長官又は証券取引等監視委員会が自ら行うことを妨げないとされており、実際の運用は、金融庁長官、

証券取引等監視委員会、財務局長等が報告徴取を実施し、証券取引等監視委員会、財務局長等が立入検査を実施している。

(イ) 把握結果

a 金融商品取引業者数の推移

金融庁及び11財務局が監理する金融商品取引業者数をみると、図表2-(6)-㉔のとおり、平成22年度は3,080事業者であったのに対し、24年度は2,930事業者と4.9%の減少となっている。

図表2-(6)-㉔ 金融商品取引業者数の推移

(単位：事業者)

区分 \ 年度	平成22	23	24
第一種金融商品取引業者	333(100)	315(94.6)	285(85.6)
金融庁監理	66(100)	64(97.0)	59(89.4)
財務局監理	267(100)	251(94.0)	226(84.6)
第二種金融商品取引業者	1,303(100)	1,294(99.3)	1,279(98.2)
金融庁監理	140(100)	132(94.3)	133(95.0)
財務局監理	1,163(100)	1,162(99.9)	1,146(98.5)
投資運用業者	318(100)	321(100.9)	315(99.1)
金融庁監理	176(100)	170(96.6)	169(96.0)
財務局監理	142(100)	151(106.3)	146(102.8)
投資助言・代理業者	1,126(100)	1,108(98.4)	1,051(93.3)
金融庁監理	131(100)	126(96.2)	126(96.2)
財務局監理	995(100)	982(98.7)	925(93.0)
計	3,080(100)	3,038(98.6)	2,930(95.1)
金融庁監理	513(100)	492(95.9)	487(94.9)
財務局監理	2,567(100)	2,546(99.2)	2,443(95.2)

- (注) 1 金融庁の資料に基づき、当省が作成した。
 2 各年度3月31日現在の数値である。
 3 ()内は、平成22年度を100とした場合の指数である。
 4 金融商品取引業者の登録は専ら財務局が行っているが、財務局登録業者のうち規模等の観点から一定の事業者を金融庁監理としている。

b 指導監督の実施状況

(a) 行政処分及び立入検査の実施状況

金融商品取引法に基づく金融商品取引業者に対する行政処分の実施状況は、図表2-(6)-㉕のとおり、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。

図表 2 - (6) - ㉑ 行政処分の実施状況

(単位：件)

区分	年度	平成22	23	24
金融庁		1	13	6
第一種金融商品取引業者		1	7	3
第二種金融商品取引業者		0	0	0
投資運用業者		0	6	3
投資助言・代理業者		0	0	0
11財務局		47	45	37
第一種金融商品取引業者		15	22	15
第二種金融商品取引業者		12	10	5
投資運用業者		1	4	3
投資助言・代理業者		19	9	14
計		48	58	43
第一種金融商品取引業者		16	29	18
第二種金融商品取引業者		12	10	5
投資運用業者		1	10	6
投資助言・代理業者		19	9	14

(注) 1 証券取引等監視委員会の資料に基づき、当省が作成した。

2 行政処分件数の内訳には、各金融商品取引業者への処分件数を記載した。

また、金融商品取引業者に対する立入検査の実施状況は、図表 2 - (6) - ㉒のとおり、平成24年度には証券取引等監視委員会が延べ84件、11財務局が延べ165件となっている。

図表 2 - (6) - ㉒ 立入検査の実施状況

(単位：件)

区分	年度	平成22	23	24
証券取引等監視委員会		60	55	84
第一種金融商品取引業者		17	17	14
第二種金融商品取引業者		19	16	22
投資運用業者		13	11	21
投資助言・代理業者		11	11	27
11財務局		176	158	165
第一種金融商品取引業者		77	68	47
第二種金融商品取引業者		31	36	41
投資運用業者		14	5	17
投資助言・代理業者		54	49	60
計		236	213	249
第一種金融商品取引業者		94	85	61
第二種金融商品取引業者		50	52	63
投資運用業者		27	16	38
投資助言・代理業者		65	60	87

(注) 1 証券取引等監視委員会の資料に基づき、当省が作成した。

2 立入検査件数の内訳には、各金融商品取引業者への検査件数を記載した。

3 検査対象先が複数の種別の登録を受けている場合は、登録を受けている全ての種別に計上した。

(b) 第二種金融商品取引業者に対する指導監督の実施状況

第二種金融商品取引業者については、平成19年の金融商品取引法施行により新たに規制の対象となったこともあり、証券取引等監視委員会及び財務局では、21年6月から22年9月までの間に、いわゆる集団投資スキームの持分の販売・勧誘を行う35社の第二種金融商品取引業者等の法令遵守状況について、集中的な検査を実施し、その結果、同委員会は、重大な法令違反等が認められた15社に対し行政処分を求める勧告を金融庁に行っている。

一方で、平成25年4月に、第二種金融商品取引業者である「MR I INTERNATIONAL, INC.」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、図表2-(6)-㉓のとおり、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。

制度面についてみると、金融庁は、金融商品取引法施行令及び金融商品取引業等に関する内閣府令並びに金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針の改正により、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ことや契約締結前交付書面においてファンドに係る記載事項を充実させるなどの措置を講じているところである。

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。

これに関し、同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。また、同法案では、ファンドに出資された金銭が目的外に流用されていることを知りながらその募集の取扱いを行うことの禁止、国内拠点の設置等の義務付け等が盛り込まれている。

図表 2 - (6) - ㉓ 金融商品取引業者に対する立入検査実施率

(単位：%)

区分	年度	平成22	23	24
第二種金融商品取引業者		3.8	4.0	4.9
(参考)				
第一種金融商品取引業者		28.2	27.0	21.4
投資運用業者		8.5	5.0	12.1
投資助言・代理業者		5.8	5.4	8.3

(注) 1 当省の調査結果による。

2 「立入検査実施率」は各事業者数に対する立入検査件数の割合である。

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おり、証券取引等監視委員会及び財務局による検査を補完する役割を担うものと考えられるが、同協会に加入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がない(注)。

協会加入を促すため、第二種金融商品取引業協会では、事業者向けの講習会や事業者への個別訪問において協会加入を呼びかける等の取組を行っており、金融庁では、同協会のパンフレットを財務局に設置する、事業者向けの講演会で協会加入に係る呼びかけを行っているが、図表 2 - (6) - ㉔のとおり、会員数は34社にとどまっている。

(注) 一般社団法人第二種金融商品取引業協会では、実地監査は行われていないが、平成24年度から、自己点検報告書制度を導入し、正会員より第二種金融商品取引業に関する業務の取扱状況等について報告を受けている。

図表 2 - (6) - ㉔ 第二種金融商品取引業協会員及び登録第二種金融商品取引業者の推移

(単位：事業者)

区分	年度	平成22	23	24
協会員(正会員)数		24	35	34
第二種金融商品取引業者数		1,303	1,294	1,279

(注) 1 一般社団法人第二種金融商品取引業協会の資料に基づき、当省が作成した。

2 協会員数及び第二種金融商品取引業者数は各年度3月31日時点の数値である。

このように、協会の加入が促進されていない理由として、金融庁

や同協会では、第二種金融商品取引業者は不動産業、投資助言・代理業、投資運用業を兼業している事業者が多く、

i) 他業を主な業務とし、第二種金融商品取引業は従たる業務にとどまるケースが多いこと

ii) 既に他の事業者団体(不動産証券化協会、投資顧問業協会など)に加入しており、更に第二種金融商品取引業協会にまで加入することは費用面等の負担も大きいこと

を挙げている。

金融庁は、上記の協会規則に準ずる社内規則の作成等を義務付ける金融商品取引法の改正案の成立・施行により、第二種金融商品取引業協会への加入促進が図られるとしている。

なお、証券会社が加入する日本証券業協会においては、上記の金融商品取引法上必要とされている事業者の社内規則の作成を支援していることもあり、同協会の加入率が100%となっている。

c 指導監督における情報収集

金融商品取引業者等に対する指導監督に活用している情報について、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、いずれの機関も自ら受け付けた消費者からの相談等を活用している。

一方、金融商品取引業者等に関する相談は、全国の消費生活センター等でも受け付けている。

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。

(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

(要旨)

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。

(7) 改正の概要

有料老人ホームへの入居契約においては、利用者がまとまった前払金を支払う契約を交わして入居する形態が一般的に行われている。この前払金は高額になることが多く、入居後短期間で退去したのにもかかわらず前払金が少額しか返還されないなどのトラブルが生じ、そうしたトラブルに関する苦情の件数が増加していた。

このため、平成23年に老人福祉法が改正（平成24年4月施行）され、次の事項が規定された。

i) 権利金等の受領禁止

前払金について、事業者が受領できる費用を家賃、敷金、介護等その他の日常生活上必要な便宜の供与の対価に限定

ii) 短期間での契約解除の場合の返還ルール

入居契約において、入居後一定期間内に契約解除があった場合に受領した前払金を利用者に返還する旨の契約を義務化

(イ) 効果を測るための指標の推移等

本改正に際し、厚生労働省は、政策評価法第9条の規定に基づき、図表2-(7)-①のとおり、規制の事前評価を実施しており、当該評価を参考として本改正の効果の分析を行った結果は、次のとおりである。

厚生労働省の規制の事前評価書では、図表2-(7)-①のとおり、有料老人ホームの前払金の支払いに関するトラブルの減少を規制の便益としている。

図表2-(7)-① 有料老人ホーム等における前払金の返還に関する利用者保護に係る規制の事前評価

◎ 有料老人ホーム等における前払金の返還に関する利用者保護に係る規制影響分析書（評価実施時期：平成22年3月）（抜粋）

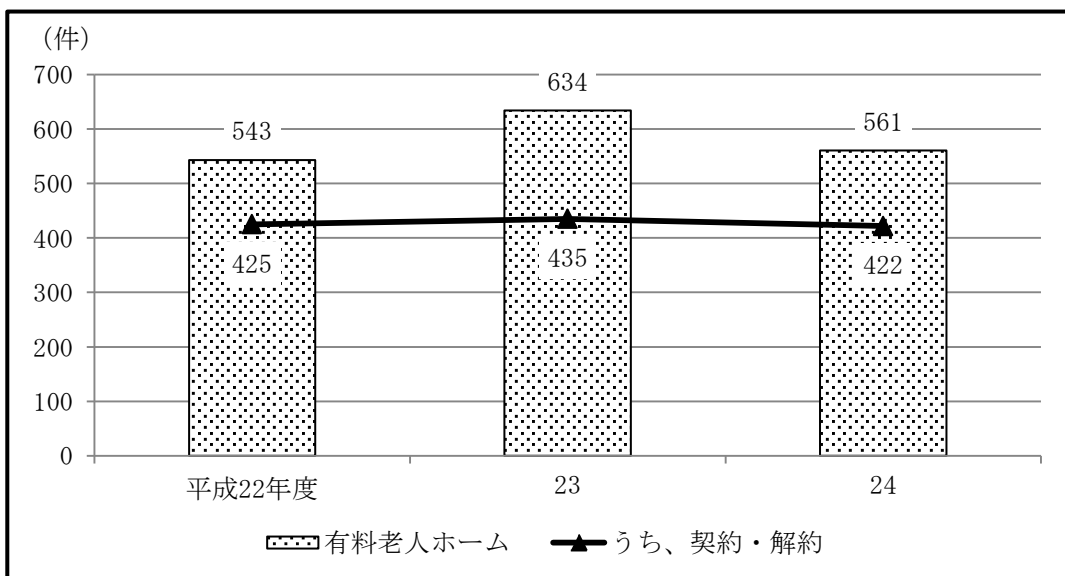
(1) 期待される便益

有料老人ホームの利用者について、入居後一定期間内に契約解除をした場合、事業者に対して支払った前払金が返還されることとなります。また、前払金の支払いがあっても、返還義務があるため安心して入居でき、これらに伴うトラブルが減少します。

(注) 下線は当省が付した。

PIONETに登録された有料老人ホームの契約・解約に関する相談件数をみると、図表2-(7)-②のとおり、相談件数が最も多い平成23年度が435件であるのに対し、改正法が施行された24年度は422件（3.0%減少）と横ばいとなっている。

図表2-(7)-② 有料老人ホームの契約・解約に関する相談件数の推移

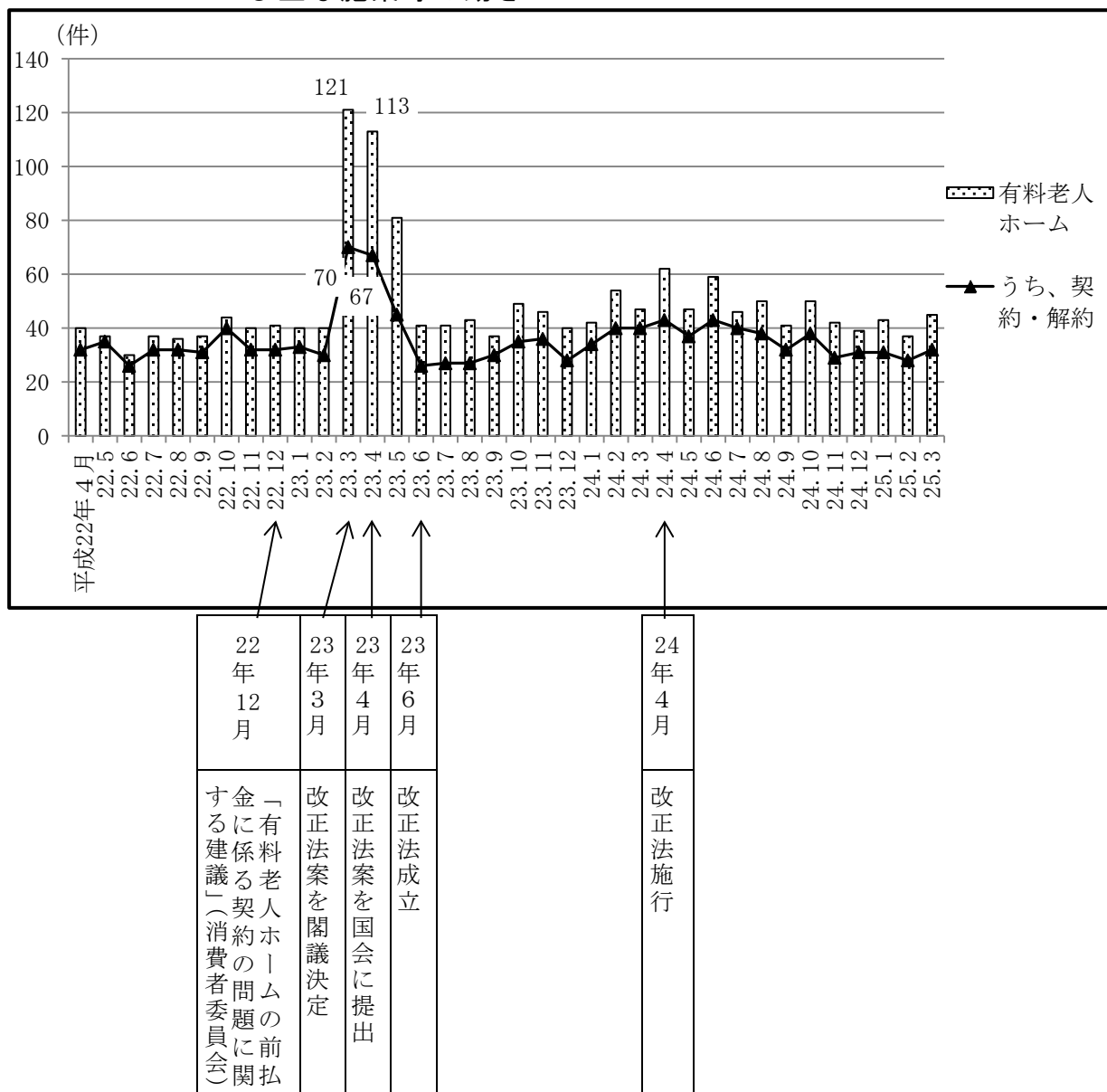


(注) 1 当省の調査結果による。
2 相談件数は、PIONETに登録された全国の消費生活相談情報（平成25年9月30日までの登録分）によるものである。

また、平成22年4月から25年3月までの有料老人ホームの契約・解約に関する相談件数の推移を月別で見ると、図表2-(7)-③のとおり

り、23年3月をピークとして改正法成立後は減少し、30から40件前後で推移している。

図表2-(7)-③ 有料老人ホームの契約・解約に関する月別相談件数の推移及び主な施策等の動き



(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(平成25年9月30日までの登録分)によるものである。

なお、本改正の効果の検証に当たっては、有料老人ホームの施設数及び入居定員数が毎年増加していることを考慮する必要があると考えられることから、施設数及び入居定員当たりの相談件数を算出したところ、図表2-(7)-④のとおり、平成22年度以降、いずれも減少傾向にある。

図表 2 - (7) - ④ 有料老人ホームの施設数及び入居定員数からみた
契約・解約に関する相談件数の推移

(単位：施設、人、件)

区分 \ 年度	平成22	23	24
施設数	5,232 (100)	6,244 (119.3)	7,563 (144.6)
千施設当たりの 相談件数	81.2 (100)	69.7 (85.8)	55.8 (68.7)
入居定員数	235,526 (100)	271,286 (115.2)	315,678 (134.0)
定員千人当たり の相談件数	1.8 (100)	1.6 (88.9)	1.3 (72.2)

- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 施設数及び入居定員数は、厚生労働省の資料によるものであり、各年度7月1日時点の数値である。
 3 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。
 4 () 内は、平成22年度を100とした場合の指数である。

(ウ) 都道府県等に対する実地調査結果

本改正の効果の発現状況の認識について、24都道府県の老人福祉法指導監督担当部署並びに26都道府県及び64市区の消費生活担当部署を調査したところ、図表 2 - (7) - ⑤のとおり、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答しているものは、都道府県の老人福祉法指導監督担当部署では70.8%となっており、その主な理由としては、「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、事業者に対する指導監督上の効果があったことを挙げている。

図表 2 - (7) - ⑤ 都道府県の老人福祉法指導監督担当部署における
本改正効果の発現状況についての回答結果

(単位：機関、%)

回答区分	都道府県数	
大いに効果があった	2 (8.3)	17 (70.8)
ある程度効果があった	15 (62.5)	
あまり効果が無かった	0 (0.0)	0 (0.0)
効果は無かった	0 (0.0)	
分からない	7 (29.2)	7 (29.2)
計	24 (100)	24 (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。

図表 2 - (7) - ⑥ 都道府県及び市区の消費生活担当部署における本改正効果の発現状況についての回答結果

(単位：機関、%)

回答区分	都道府県数	市区数	計
大いに効果があった	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (7.8)
ある程度効果があった	3 (11.5)	4 (6.3)	
あまり効果がなかった	1 (3.8)	0 (0.0)	2 (2.2)
効果が無かった	1 (3.8)	0 (0.0)	
分からない	21 (80.8)	60 (93.8)	81 (90.0)
計	26 (100)	64 (100)	90 (100)

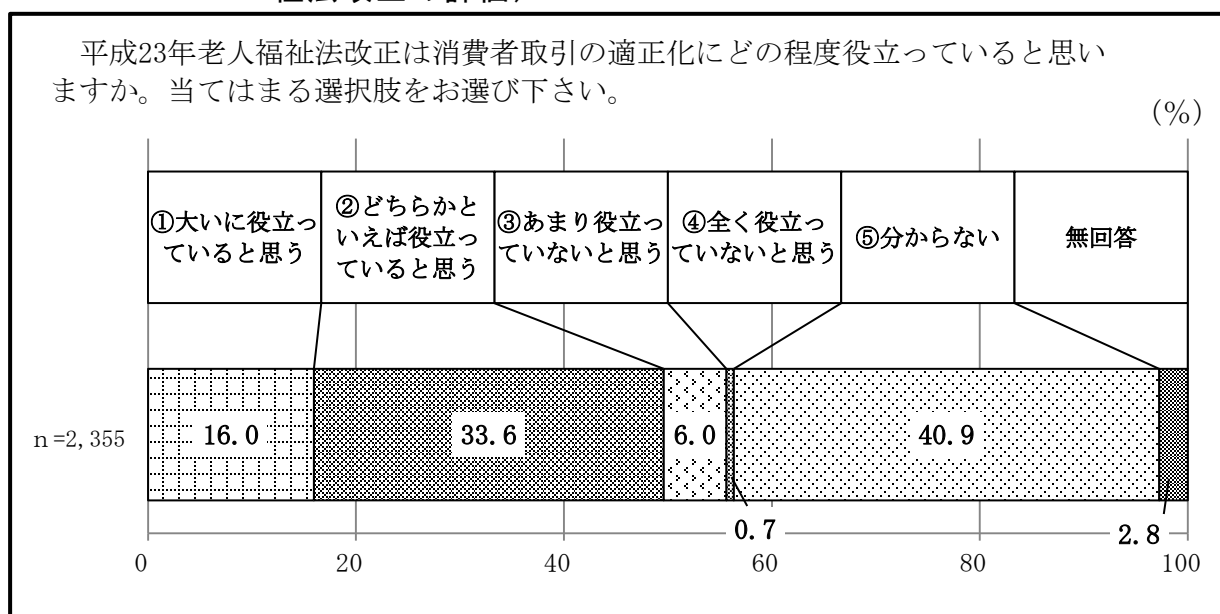
(注) 1 当省の調査結果による。

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。

(I) 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、本改正は消費者取引の適正化にどの程度役立っていると思うか尋ねたところ、図表 2 - (7) - ⑦のとおり、「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」と回答した者が、合わせて49.6%となっている。

図表 2 - (7) - ⑦ 消費生活相談員に対する意識等調査結果（平成23年の老人福祉法改正の評価）



(注) 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。

イ 指導監督の実施状況等

(要旨)

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。

(7) 制度の概要

老人福祉法では、老人の心身の健康の保持及び生活の安定のために必要な措置を講じ、もつて老人の福祉を図るため、有料老人ホームの設置について届出制度(注1)を実施し、その設置者に対する規制等(注2)が定められている。

(注) 1 老人福祉法において、有料老人ホームを設置しようとする者は、その施設を設置しようとする地の都道府県知事に施設の名称及び設置予定地等の事項を届け出なければならないとされている(同法第29条第1項)。

2 老人福祉法において、有料老人ホームの設置者は、事業に係る帳簿の作成・保存、重要事項説明書の交付及び前払金の保全措置等を行わなければならないとされている(同法第29条第4項～第8項)。

また、都道府県知事は、有料老人ホームの設置者、管理者及び介護等受託者に対して、報告徴収や立入検査等を行うことができ(老人福祉法第29条第9項)、違反が認められる場合には、その改善に必要な措置をとるべきことを命ずることができることとされている(同法第29条第11項)。

さらに、これらの都道府県が処理することとされている事務は、平成24年4月以降、政令指定都市又は中核市が処理するものとされているほか(同法第34条等)、都道府県によっては、地方自治法(昭和22年

法律第67号) 第252条の17の2の規定に基づく条例により市町村が処理することとされている。

なお、厚生労働省は、都道府県等の老人福祉法指導監督担当部署に対し、「有料老人ホーム設置運営標準指導指針」(平成14年7月18日付け老発第0718003号各都道府県知事宛て厚生労働省老健局長通知)を示し、有料老人ホームの利用料や契約内容のほか、構造設備、提供する食事及び介護サービス等を含む設置運営に係る指導上の留意点を示しており、都道府県等では、本指針を参考にして、有料老人ホームの設置者等に対する指導監督を行っている。

(イ) 把握結果

a 有料老人ホームの施設数の推移

全国の有料老人ホームの施設数及び入居定員数の推移をみると、図表2-(7)-⑧のとおり、施設数は、平成22年度は5,232施設であったのに対し、24年度は7,563施設と44.6%増加し、入居定員数は、22年度は23万5,526人であったのに対し、24年度は31万5,678人と34.0%増加している。

図表2-(7)-⑧ 有料老人ホームの施設数及び入居定員数の推移

(単位：施設、人、件)

区分 \ 年度	平成22	23	24
施設数	5,232 (100)	6,244 (119.3)	7,563 (144.6)
入居定員数	235,526 (100)	271,286 (115.2)	315,678 (134.0)

- (注) 1 厚生労働省の資料に基づき、当省が作成した。
 2 施設数及び入居定員数は、各年度7月1日時点の数値である。
 3 ()内は、平成22年度を100とした場合の指数である。

b 指導監督の実施状況

老人福祉法に基づく有料老人ホームにおける入居契約の締結状況等については、前述の(ア)のとおり、施設の安全面や入居者へのサービス面等と合わせて、立入検査等の際に指導が行われているところである。

平成23年度及び24年度の全国の有料老人ホームにおける前払金の保全措置に係る指導状況は、図表2-(7)-⑨のとおり、24年度は101施設となっている。

図表 2 - (7) - ⑨ 有料老人ホームにおける前払金の保全措置に係る指導状況等

(単位：施設、%)

区分	年度	平成23	24
有料老人ホーム数		4,775	6,315
うち前払金を徴収している施設数		1,165 (24.4)	1,237 (19.6)
うち前払金の保全措置を講じていない施設数		231 (4.8)	213 (3.7)
うち行政指導が行われた施設数		116 (2.4)	101 (1.6)

(注) 1 「有料老人ホーム指導状況等のフォローアップ調査結果」(厚生労働省)に基づき、当省が作成した。

2 各年度10月31日時点の数値である。ただし、前払金の保全措置義務に関する老人福祉法の規定は平成18年4月1日以降に届出があった有料老人ホームに18年4月1日以降に入居した者に係る前払金について適用されるため、17年度以前に設置された有料老人ホームの数及び指導件数は除かれている。

3 ()内は、有料老人ホーム数に対する割合である。

なお、平成22年度から24年度における都道府県及び市町村による契約・解約等に係る有料老人ホームへの行政処分の実績はない。

c 指導監督における情報収集

有料老人ホームに対する指導監督に活用している情報について、24都道府県の老人福祉法指導監督担当部署では、主に自ら受け付けた入居者等からの相談等を活用している。

一方、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、P I O - N E Tから得られる情報を活用するためには、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、このような方法により、P I O - N E Tから得られる情報を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。当該都道府県では、消費生活センター等からP I O - N E Tに登録された有料老人ホームに関する相談件数及び相談の内容についての情報の提供を受け、有料老人ホームの立入検査に活用しているとしている。

(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

(要旨)

PIO-NET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、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、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。PIO-NET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PIO-NETの閲覧環境の整備状況及びPIO-NET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、PIO-NET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PIO-NET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、PIO-NETを閲覧したり、消費生活相談担当部署等からPIO-NETから得られた情報の提供を受けることによりPIO-NET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PIO-NET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。

ア 制度の概要

(7) P I O－N E Tの閲覧に関するルール等

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及び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、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。

各府省及び地方支分部局が、事業者に対する法執行・指導監督のためにP I O－N E Tの閲覧環境を整備するには、「国の行政機関等におけるP I O－N E T情報の利用指針」（平成23年4月消費者庁地方協力課長決定）に基づき、消費者庁に、閲覧しようとする職員等の利用者申請・登録を行う必要がある。

また、都道府県等が同様にP I O－N E Tの閲覧環境を整備するには、国民生活センターに、閲覧しようとする職員等の利用者申請・登録を行う必要があるが、都道府県等の消費生活相談担当部署以外の指導監督担当部署は、対象とされていない。

さらに、都道府県等の消費生活相談担当部署、消費生活センター等におけるP I O－N E Tから得られた情報の取扱いについては、国民生活センターの「P I O－N E Tデータ取扱規則」（平成15年10月1日達第50号）に定められており、

- i) P I O－N E Tから得られた情報は、法律、条例、その他の規定に基づき、消費者被害の未然防止・拡大防止又はその救済に資するために利用する（同規則第10条）、
- ii) 消費生活センター等が自らの情報を提供する場合は、その内部規程等に従う（同規則第13条第1項）、
- iii) 消費生活相談情報を提供しようとする場合において、当該情報に他の消費生活センター等が入力した情報が含まれている場合は、該当する消費生活センター等の了解を得て情報提供することができる（同規則第13条第2項）

こととされており、同情報の提供に関しては各都道府県等の判断に委ねられている。

一方、各府省及び地方支部局が、P I O－N E Tから得られた情報に

関して消費生活センター等に照会する場合には、「国の行政機関へのP I O - N E T 端末設置に伴う利用指針」により、文書で都道府県等に依頼することとされているが、各都道府県等の法執行・指導監督担当部署が消費生活相談担当部署に情報提供を依頼する場合の統一的な決まりはない。

(イ) P I O - N E T の利用拡大に係る動き

消費生活センター等で受け付けた消費生活相談情報について、「苦情相談情報の効果的活用のための検討会議報告書」（平成19年3月7日）では、従前、消費生活相談への対応における相談情報の共有を目的としていたP I O - N E T を、消費者政策の企画・立案や、法執行にも活用し消費者被害の未然防止・拡大防止等を図るとして、国においても「P I O - N E T 端末を設置し、情報の閲覧を可能とするべきである。」とされた。これを踏まえ、各府省の消費者政策の担当課では平成19年12月より、内閣府国民生活局（平成21年9月から消費者庁）に対しID・パスワード取得の申請をし、承認を受けることによりP I O - N E T の閲覧が可能となっている。

また、平成22年度に消費者庁で開催された「P I O - N E T の活用に関する懇談会」の中で、国の地方支分部局にもP I O - N E T の利用拡大を進めていくとの方向性が確認されたことを踏まえ、22年12月以降、地方支分部局でも閲覧環境の整備が進んでいる。

イ 把握結果

P I O - N E T の閲覧及びP I O - N E T から得られた情報の活用状況は、前述の2(1)イ(イ)c(a)、同(2)イ(イ)c、同(3)イ(イ)c、同(4)イ(イ)c、同(5)イ(イ)c、同(6)イ(イ)c及び同(7)イ(イ)cにも整理しているが、全体概要及び都道府県等の消費生活相談担当部署におけるP I O - N E T から得られた情報の法執行・指導監督担当部署への提供の考え方等については、次のとおりである。

(7) 国（各府省本省及び地方支分部局）におけるP I O - N E T から得られた情報の活用状況

P I O - N E T の閲覧環境について6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、商品先物取引法及び金融商品取引法）の国の法執行・指導監督担当部署を調査したところ、5法律（特定商取引法、割賦販売法、貸金業法、商品先物取引法及び金融商品取引法）の法執行・指導監督担当部署では、全ての機関でP I O - N E T の閲覧環境が整備されているが、宅地建物取引業法指導監督担当部署のうち、地

方整備局ではP I O－N E Tの閲覧環境が整備されていない状況となっている。

また、P I O－N E Tから得られた情報の活用状況について、6法律の国の法執行・指導監督担当部署を調査したところ、図表2－(8)－①のとおり、

- i) 宅地建物取引業法指導監督担当部署のうち地方整備局では、国土交通省本省よりP I O－N E Tから得られた情報を提供されているが、その頻度が低い、
- ii) 貸金業法指導監督担当部署のうち9財務局では、P I O－N E Tの閲覧環境が整備されているものの活用しておらず、活用しているとしている金融庁本庁及び1財務局でも、無登録業者の検索のみにとどまっている

といった状況がみられ、P I O－N E Tから得られた情報が未活用又は十分に活用されていない。

図表2－(8)－① P I O－N E Tから得られた情報が未活用又は不十分となっている事例(国)

区分	調査対象機関	活用状況
宅地建物取引業法	10 地方整備局	全地方整備局で閲覧環境が整備されておらず、国土交通省本省からの情報提供は年1回のみ。本省への情報提供依頼の頻度も低い。
貸金業法	金融庁本庁	無登録事業者の検索のみに活用
	10 財務局	全財務局で閲覧環境が整備されているが、9財務局では未活用。1財務局では無登録事業者の検索のみに活用

(注) 当省の調査結果による。

(イ) 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から得られた情報の活用状況

P I O－N E Tの閲覧環境について、都道府県知事が法執行・指導監督権限を有する5法律(特定商取引法、宅地建物取引業法、割賦販売法、貸金業法及び老人福祉法)の法執行・指導監督担当部署を調査したところ、図表2－(8)－②のとおり、特定商取引法執行担当部署では、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一方で、割賦販売法指導監督担当部署の一部及び貸金業法指導監督担当部署のほとんどでは、P I O－N E Tの閲覧環境が整備されておらず、さらに宅地建物取引業法指導監督担当部署及び老人福祉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いない状況となっている。

図表 2 - (8) - ② 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 の閲覧環境の整備状況

区 分	調査対象機関	P I O - N E T の閲覧環境が整備されている機関
特定商取引法	26 都道府県	26 都道府県
宅地建物取引業法	24 都道府県	なし
割賦販売法	25 都道府県	18 都道府県
貸金業法	24 都道府県	3 都道府県
老人福祉法	24 都道府県	なし

(注) 当省の調査結果による。

また、P I O - N E T から得られた情報の活用状況について 5 法律の都道府県の法執行・指導監督担当部署を調査したところ、全ての都道府県で閲覧環境が整備されている特定商取引法執行担当部署では、本情報を活用している一方で、図表 2 - (8) - ③ のとおり、i) P I O - N E T の閲覧環境が整備されている割賦販売法及び貸金業法指導監督担当部署の中には本情報を活用していないところがみられ、ii) P I O - N E T の閲覧環境が整備されていない 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中には、消費生活相談担当部署等から情報を得て業務に活用しているところがみられる一方で、本情報を活用していないところも多くみられた。

図表 2 - (8) - ③ P I O - N E T から得られた情報の活用状況（都道府県）

区分	調査対象機関	活用状況
宅地建物取引業法	24 都道府県	23 都道府県では未活用。残りの 1 都道府県のみが消費生活相談担当部署等からの情報提供により活用
割賦販売法	25 都道府県	閲覧環境が整備されている 18 都道府県のうち 2 都道府県では未活用 閲覧環境が整備されていない 7 都道府県のうち、5 都道府県では未活用
貸金業法	24 都道府県	閲覧環境が整備されている 3 都道府県のうち 1 都道府県及び閲覧環境が整備されていない 21 都道府県では未活用
老人福祉法	24 都道府県	23 都道府県では未活用。残りの 1 都道府県のみが消費生活相談担当部署等からの情報提供により活用

(注) 当省の調査結果による。

上記のうち、P I O - N E T から得られた情報を活用していない延べ 75 の都道府県の法執行・指導監督担当部署に対し、本情報を活用することについての意見を聴いたところ、図表 2 - (8) - ④ のとおり、消費生

活相談担当部署から個別の相談事案の提供を受けているため必要性を感じないとしているところが 75 機関中 26 機関（34.7%）と最も多く、今後、活用を検討したいとするところも 15 機関（20.0%）みられた。

図表 2 - (8) - ④ P I O - N E T から得られた情報を活用することについての意見

（単位：機関、%）

区分	機関数
i) 消費生活相談担当部署から個別の相談事案の提供を受けているため必要性を感じない	26 (34.7)
ii) P I O - N E T にどのような情報があるか理解していないため活用できるか不明	9 (12.0)
iii) 自ら消費者からの相談を受けているなど現時点の情報で足りているため必要性を感じない	8 (10.7)
iv) 相談件数が少なく P I O - N E T から得られた情報を活用できるか不明	8 (10.7)
v) 今後、活用を検討したい	15 (20.0)
vi) 意見なし、その他	18 (24.0)
P I O - N E T から得られた情報が未活用である機関数	75

（注） 1 当省の調査結果による。

2 複数回答のため、意見ごとの機関数の合計は、回答した機関数と一致しない。

3 () 内は、P I O - N E T から得られた情報が未活用である 75 機関に対する割合である。

このように個別の相談事案の提供を受けているため、P I O - N E T から得られた情報の活用の必要性を感じないとしている機関が少なくないが、調査した都道府県の宅地建物取引業法及び貸金業法指導監督担当部署が行政処分を行った事業者について、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事業者に係る相談が寄せられている例がみられ、この中には、処分事由と同種の相談が寄せられているものもみられたこと（注）から、P I O - N E T から必要な情報を抽出し、その情報の取扱いに留意しつつ積極的に活用することは、法執行・指導監督担当部署が適時適切な法執行・指導監督業務を行う上で有効であると考えられる。

また、調査した都道府県の法執行・指導監督担当部署の中からは、このような情報の提供を受けることができれば、より早く調査に着手できるとの意見も聴かれた。

（注） 前述の 2 (2)イ (イ) c 及び 2 (4)イ (イ) c 参照

(ウ) 都道府県内における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消費生活相談情報の提供状況

都道府県の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消費生活相談情報の提供の仕組みについて、26 都道府県の消費生活相談担当部署を調査したところ、

- i) 25都道府県では、都道府県内の消費生活センター等において法律違反が疑われる相談事案を受けた場合、宅地建物取引業法や貸金業法等の法執行・指導監督担当部署に相談情報を提供する仕組みはない、
- ii) 残り 1 都道府県でもヤミ金が疑われる相談があった場合に貸金業法指導監督担当部署に連絡する仕組みを設けているが、他の事案に関して同様の仕組みはない

状況となっている。

また、都道府県の法執行・指導監督担当部署から個別の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、26 都道府県の消費生活相談担当部署を調査したところ、図表 2 - (8) - ⑤のとおり、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ているところが 17 都道府県 (65.4%) と最も多く、情報提供できないとしているところが 6 都道府県 (23.1%) みられた。

図表 2 - (8) - ⑤ 都道府県の法執行・指導監督担当部署から個別の相談事案の情報提供の依頼があった場合の対応方針

(単位：都道府県、%)

区分	都道府県数
i) 都道府県内の全ての消費生活センター等で受け付けた相談事案を提供できる	3 (11.5)
ii) 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	17 (65.4)
iii) 情報提供できない	6 (23.1)
調査対象都道府県数	26 (100)

(注) 1 当省の調査結果による。

2 () 内は、調査対象都道府県数に対する割合である。

情報提供できないとしている 6 都道府県の消費生活相談担当部署では、その主な理由として、情報提供規程による提供対象となっていないこと (3 都道府県) や個人情報管理上の問題 (3 都道府県) を挙げている。

都道府県内の全ての消費生活センター等で受け付けた相談事案を提供できているとしている 3 都道府県の消費生活相談担当部署の中には、図表 2 - (8) - ⑥のとおり、先進的な対応をしているところがみられた。

図表 2 - (8) - ⑥ 消費生活相談情報の提供における先進的な対応事例

事 例
<p>東京都の消費生活相談担当部署では、市区町村の承諾の下に、「東京都消費生活総合センター消費生活相談情報提供規程」及び「東京都消費生活総合センター消費生活相談情報提供規程実施細則」（平成 18 年 2 月 16 日 17 消総相第 208 号）に基づいて、都内全ての消費生活センター等で受け付けた相談事案について、法執行・指導監督担当部署等に情報提供している。また、法執行・指導監督担当部署等が更に詳細な内容を確認したい場合は、当該相談を受け付けた消費生活センター等に直接照会を行っている。</p>

(注) 当省の調査結果による。

このように都道府県ごとに対応方針が異なるのは、各都道府県の消費生活相談担当部署が法執行・指導監督担当部署に情報提供する場合の情報の取扱いに関する共通認識を持つための標準的なルールがなく、各都道府県における判断に任されている状況となっていることに起因していると考えられる。

一方で、国の各法律の法執行・指導監督担当部署や都道府県の特定商取引法執行担当部署では、P I O - N E T を法執行・指導監督のために閲覧できる環境が整備されていることから、P I O - N E T に入力されている情報の範囲内の情報の提供であれば、これらの機関と同様の情報を入手することに支障はないと考えられる。

なお、調査した都道府県の中には、図表 2 - (8) - ⑦ のとおり、法執行・指導監督担当部署と消費生活相談担当部署との認識に相違がある状況となっているものがみられた。

図表 2 - (8) - ⑦ 法執行・指導監督担当部署と消費生活相談担当部署との認識に相違がある事例

事 例
<p>当該都道府県の宅地建物取引業法、割賦販売法、貸金業法及び老人福祉法指導監督担当部署では、いずれの機関でも「消費生活センターが相談事案の処理において、法令の違反事例を把握した場合、当該部署に連絡があると考えている。」としている。</p> <p>一方で、当該都道府県の消費生活相談担当部署では、相談事案処理時に法執行・指導監督部署が所管する法令の違反事例を把握した場合の取扱いについて、「相談者からの一方的な申出であり事実関係が確認できていないこと、個人情報管理の観点からすると、事業者名を他部署に提供することは望ましくないため、受け付けた相談内容・事業者名等について、法執行・指導監督担当部署に情報提供することとはしていない。」としている。</p>

(注) 当省の調査結果による。

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、「どこにも相談して(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。

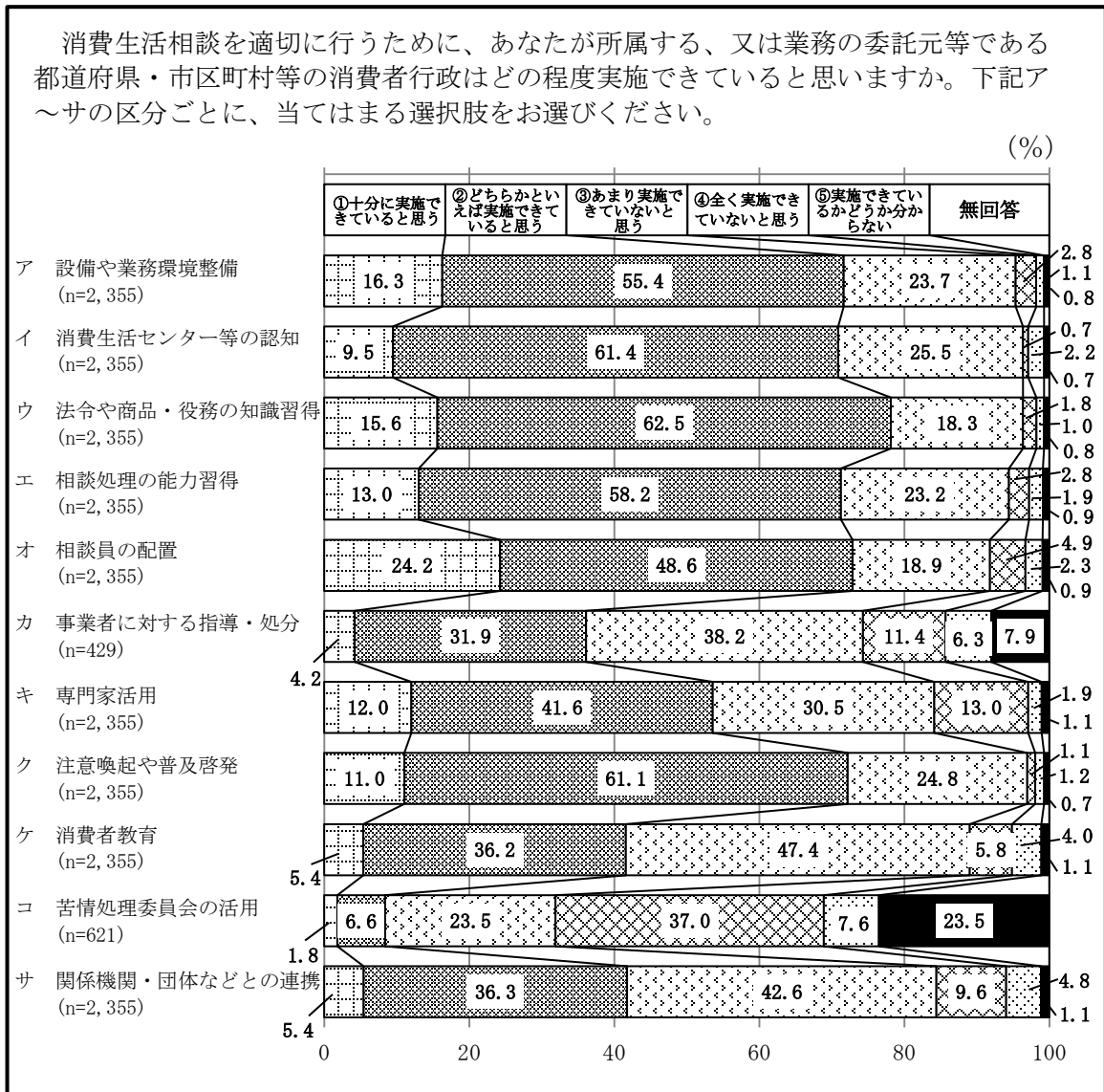
一方、相談件数が少ない町の中には、単独で相談員を置くことが困難であるとして近隣の市と協定を結び、市が設置している消費生活センターで相談が受けられる仕組みを構築しているところもみられる。

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ほ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からの回答である。

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。

(7) 「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。

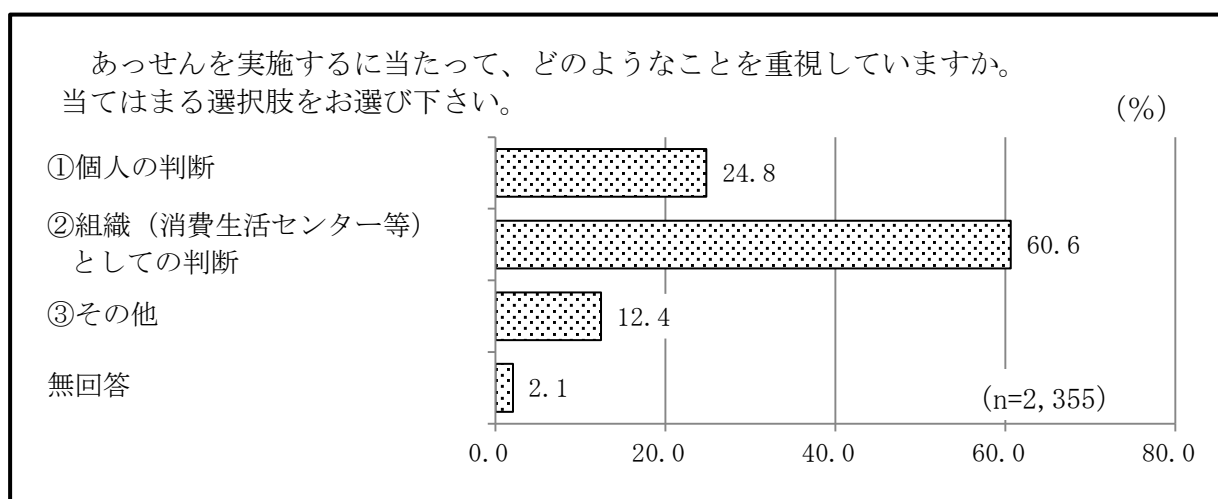
図表3- (1) -イ-④ 「あっせん」の対象となる案件の考え方の例

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ないのですが、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、<u>具体的に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、通知対象事案に該当する可能性のある事案も想定され</u> 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見ると、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

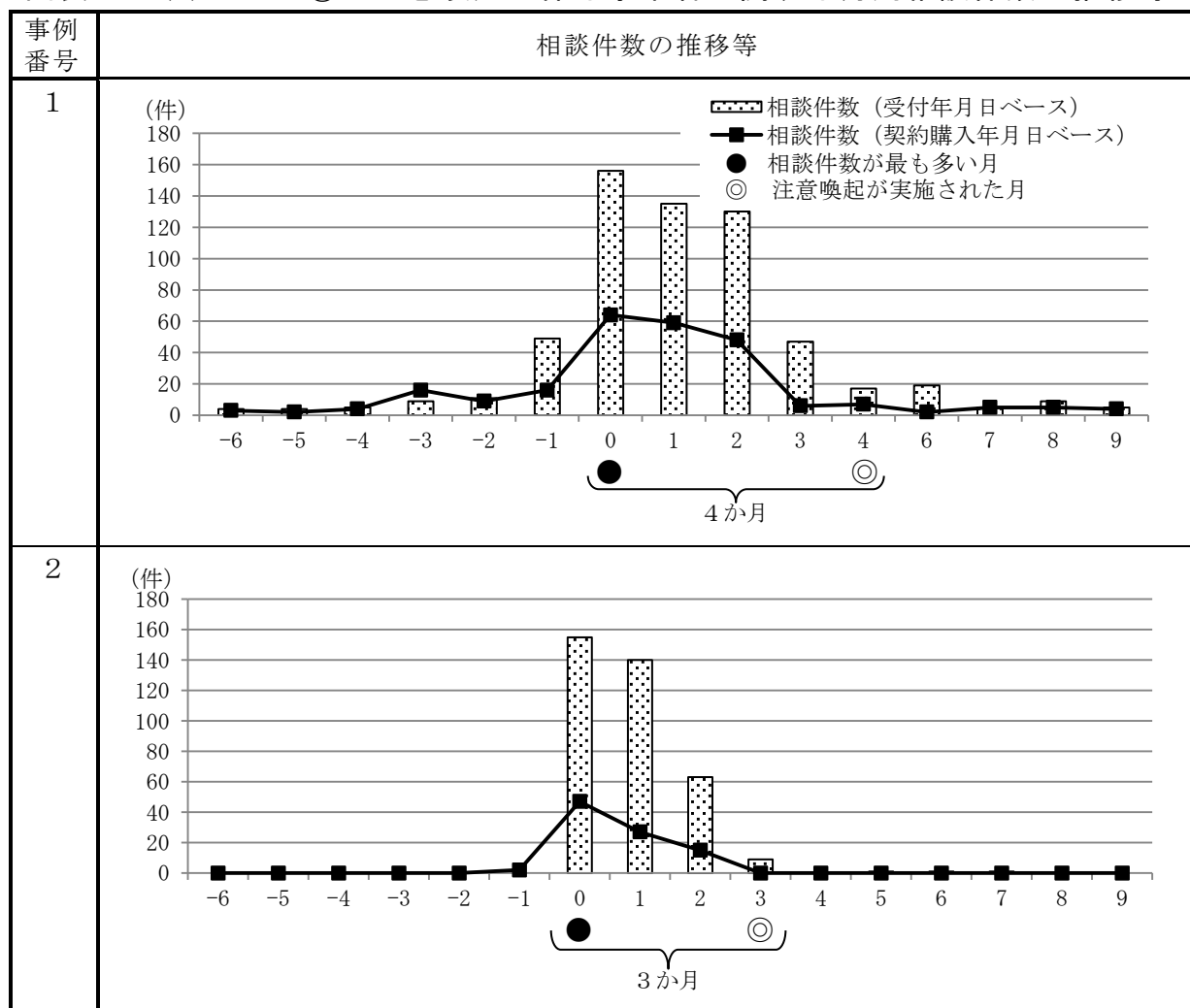
(単位：事例、事業者)

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。

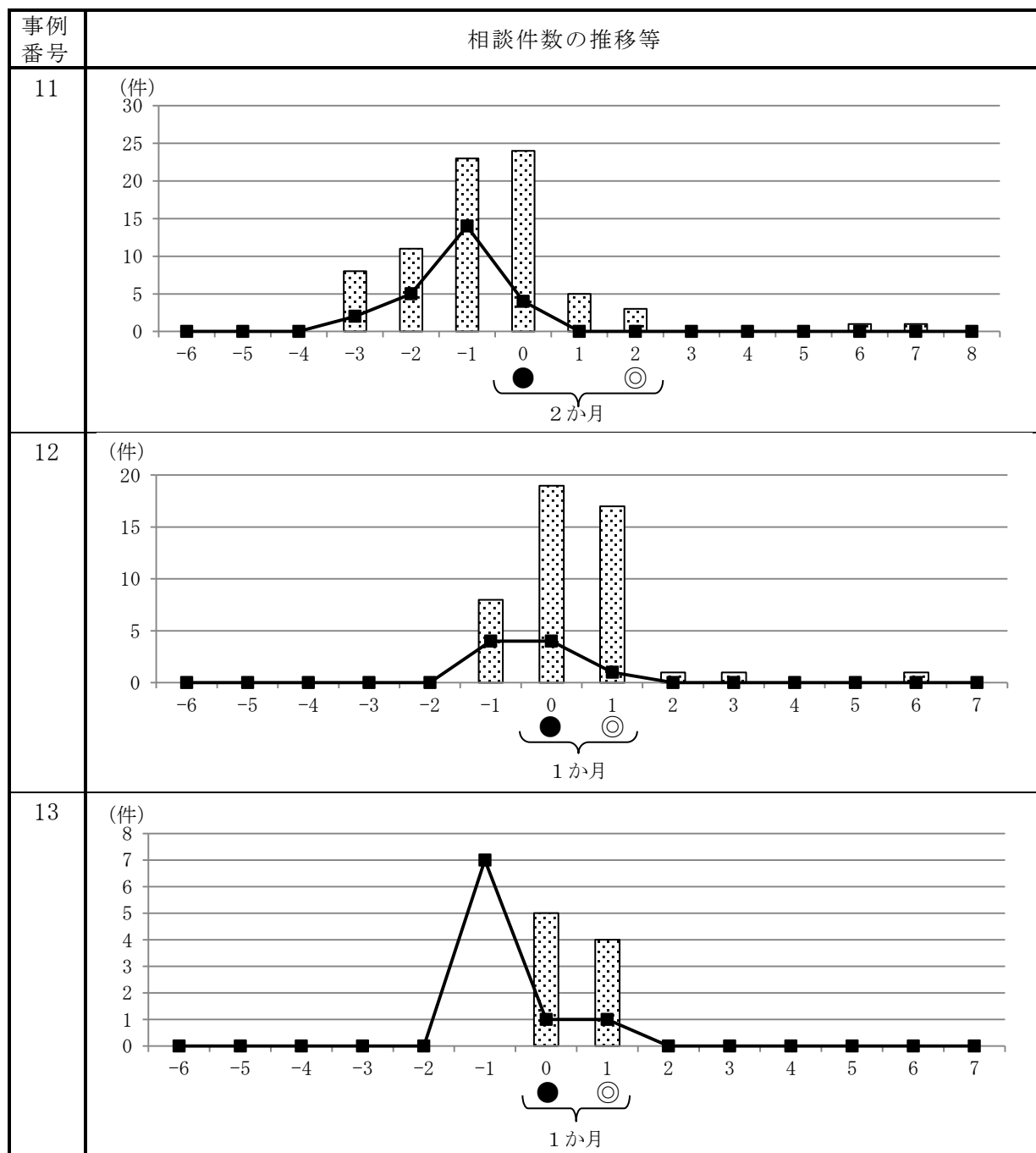
これらの注意喚起の事例ごとに、当該注意喚起に係る事業者に関する P I O - N E T に登録された相談事案における契約購入年月をみると、図表 3 - (1) - エ - ② のとおり、注意喚起が実施された月以降の契約購入は抑制されている。

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> <p>4か月</p>
8	<p>(件)</p> <p>4か月</p>
9	<p>(件)</p> <p>2か月</p>
10	<p>(件)</p> <p>5か月</p>



- (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。

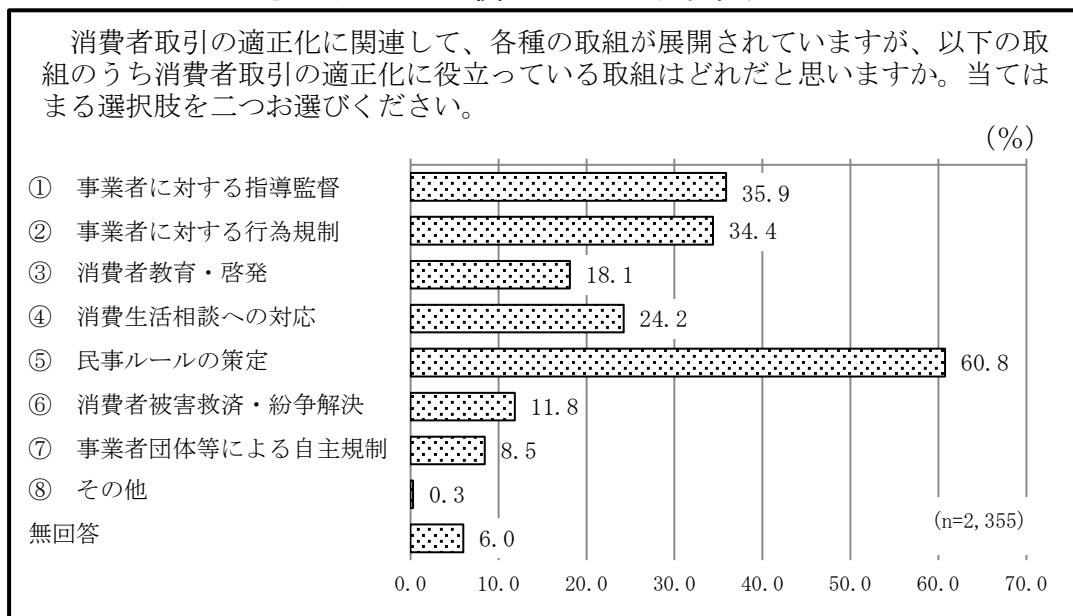
消費者の契約を解除・解約できる制度のほか、平成18年の消費者契約法の改正により、消費者団体訴訟制度が創設され、事業者が消費者契約の締結について勧誘するに際し、消費者契約法上の不当行為等を行った場合等に内閣総理大臣の認定を受けた適格消費者団体にその行為の停止等を求めることができる差止請求権が付与され、20年の改正により、適用範囲が不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号。以下「景品表示法」という。）及び特定商取引法にも拡大されている。適格消費者団体は、事業者に不当行為等に対する是正の指示や教唆の停止等の申入れ（以下「改善・是正の申入れ」という。）ができることとされ、平成25年4月1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

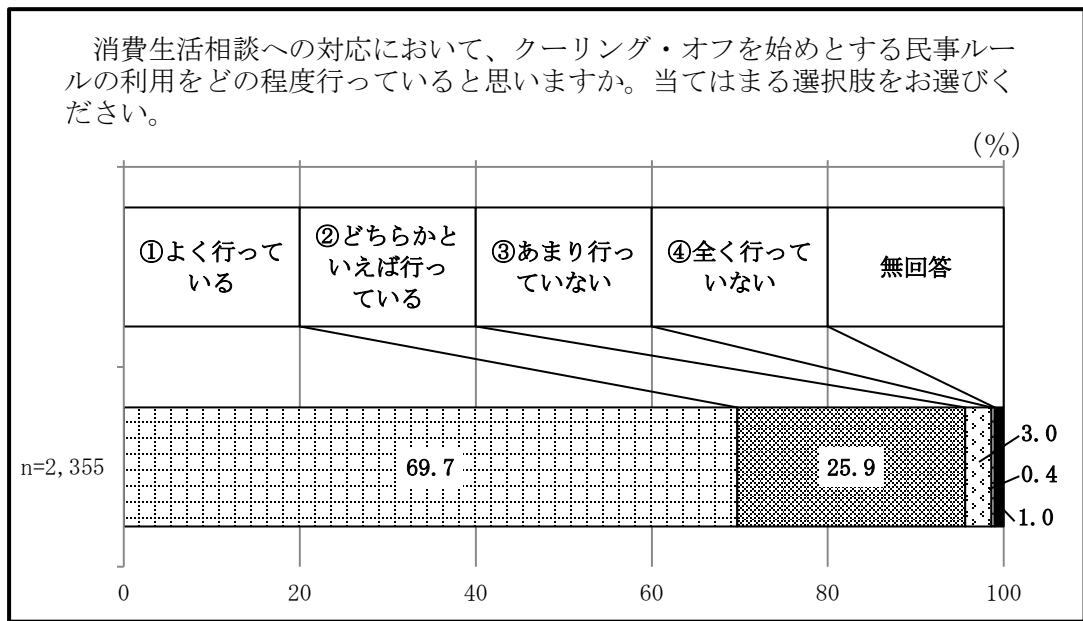
図表3-(2)-① 消費生活相談員に対する意識等調査結果（消費者取引の適正化に役立っている取組）



(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。

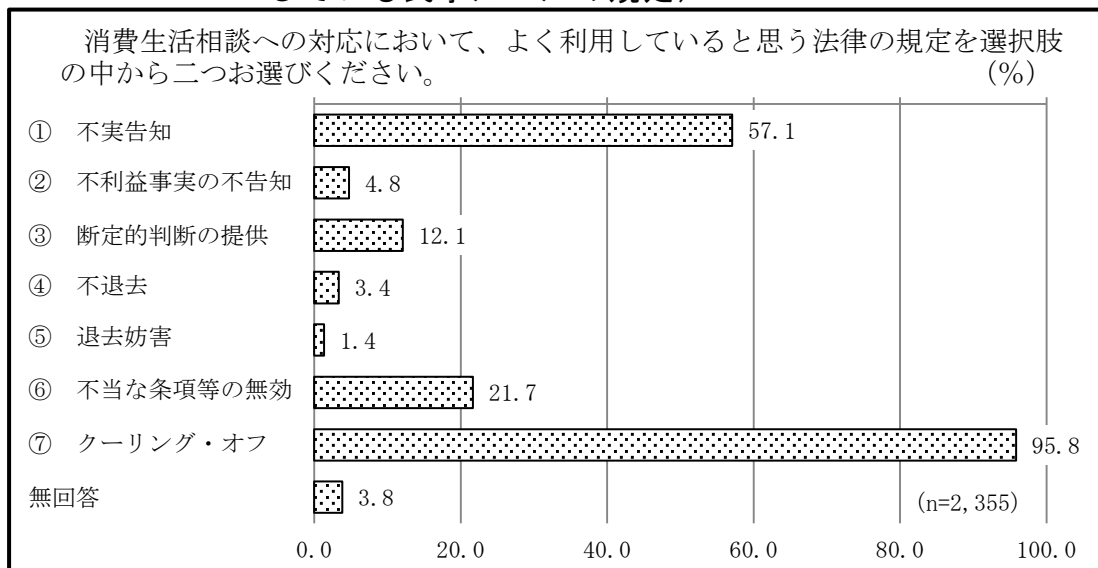
また、消費生活相談への対応における民事ルールをどの程度行っていると思うか尋ねたところ、図表3-(2)-②のとおり、「よく行っている」又は「どちらかといえば行っている」と回答した者の割合が、合わせて95.6%となっている。

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			
	成人期		特に高齢者	
	成人一般	特に若者	成人一般	特に高齢者
幼児期	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の周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	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期	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
小学生期	消費をめぐる物と金銭の流れを考えよう	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	消費者の行動が環境や経済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
中学生期	身の回りのものを大切にしよう	身近な消費者問題に目を向けよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう	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
高校生期	協力することの大切さを知ろう	身の安全を確保しよう	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取り組むことの重要性を理解しよう	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
成人期	くらしの中の危険や、もの安全な使い方を知ろう	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	危険を回避し、物を安全に使う手を知り、使おう	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	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	物の選び方、買い方を考え、適切に購入しよう	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	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
生活の管理と契約	約束やきまりを守ろう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	商品を通じて選択するとともに、契約とそのルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう	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
情報とメディア	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	消費に関する情報の集め方や活用方法を知らう	消費に関する生活管理の技術を活用しよう	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
消費がもつ影響力の理解	身の回りのさまざまな情報に気づこう	自分や家族を大切にしよう	消費生活に関する情報の収集と発信の技術を身に付けよう	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
持続可能な消費の実践	自分や家族を大切にしよう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会的責任を分かち合おう	著作権や発信した情報への責任を知らう	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
消費者の参画・協働	身の回りの情報から「なぜ」どうしてかを考えよう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会的責任を分かち合おう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会的責任を分かち合おう	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	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、社会的責任を分かち合おう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会的責任を分かち合おう	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	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会的責任を分かち合おう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会的責任を分かち合おう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会的責任を分かち合おう	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	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会的責任を分かち合おう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会的責任を分かち合おう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会的責任を分かち合おう	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、理解を進めやすいように整理したものであり、学習指導要領と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。

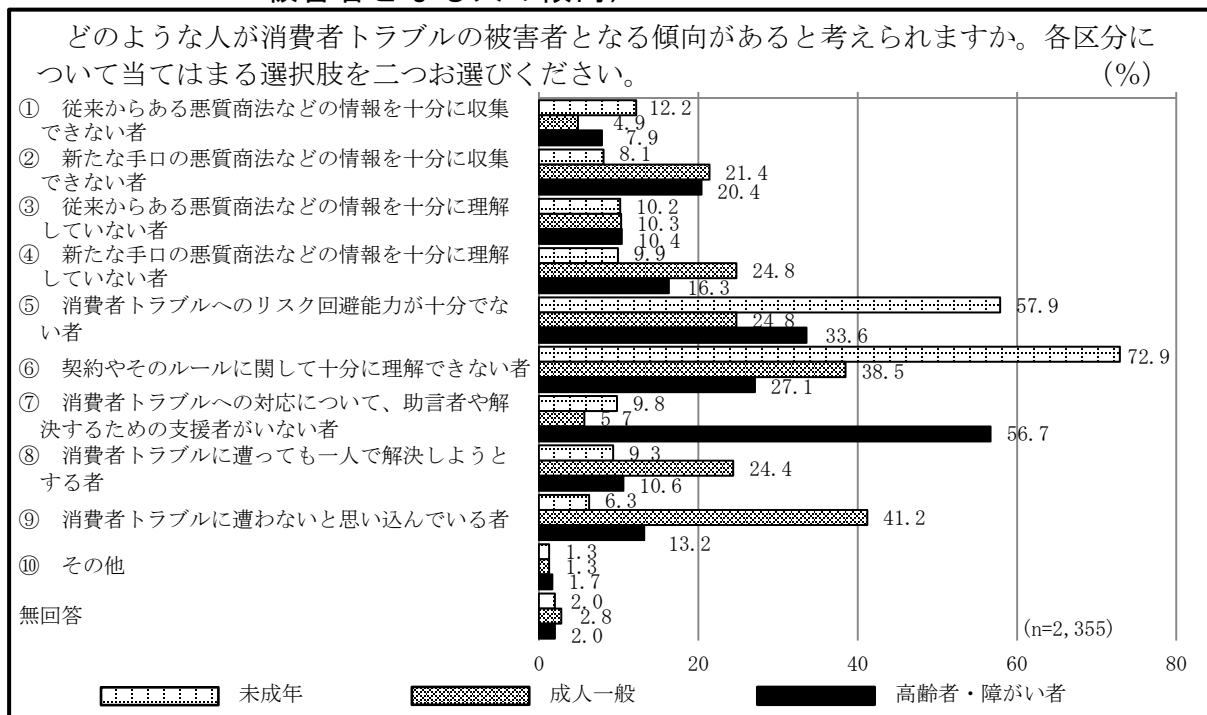
2 () 内は調査対象都道府県・市区数に対する割合である。

(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）

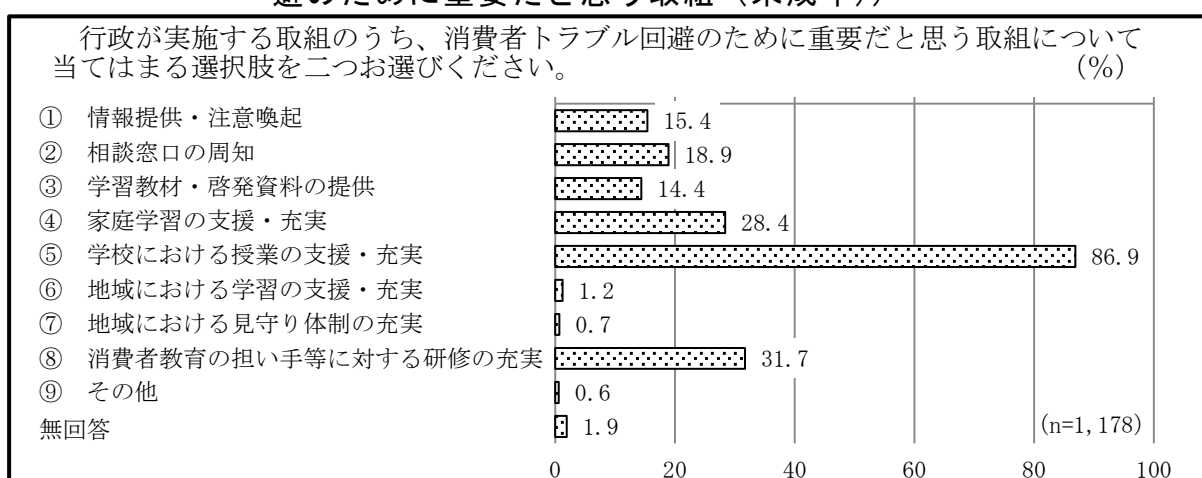


(注) 1 消費生活相談員に対する意識等調査結果に基づき、当省が作成した。

2 複数回答のため、合計が 100 にならない。

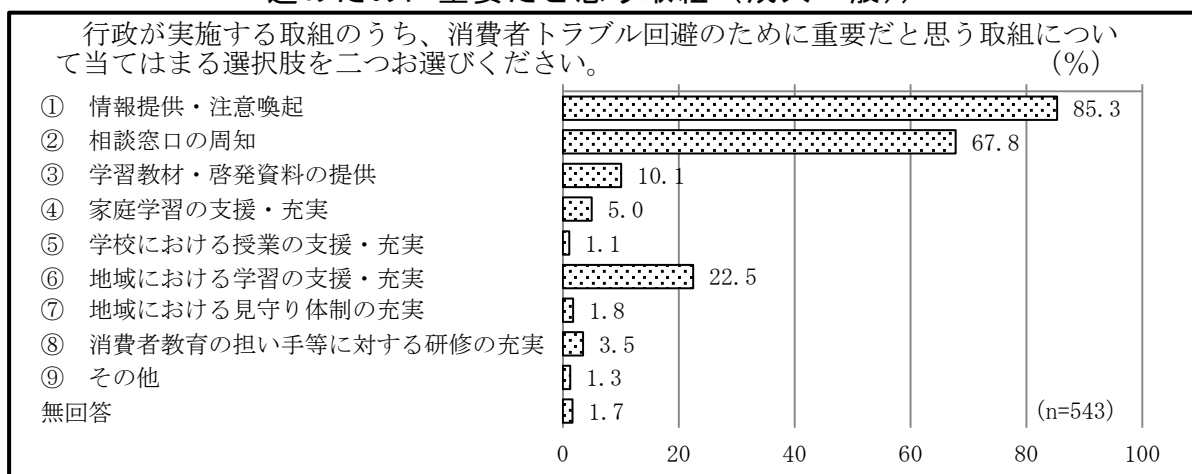
また、消費生活相談員に、上記設問で被害者になる傾向があると考えられる者について、行政が実施する取組のうち、消費者トラブルの回避のために重要だと思う取組について尋ねたところ、図表3-③-④～⑥のとおり、未成年では「学校における消費生活に関する授業の支援・充実」が86.9%、成人一般では「(消費者に対するトラブルに関する)情報提供・注意喚起」が85.3%、高齢者・障がい者では「(民生委員や消費者被害防止のためのネットワーク等の)消費者トラブルを発見、回避するための地域における見守り体制の充実」が92.9%で最も多かった。

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。

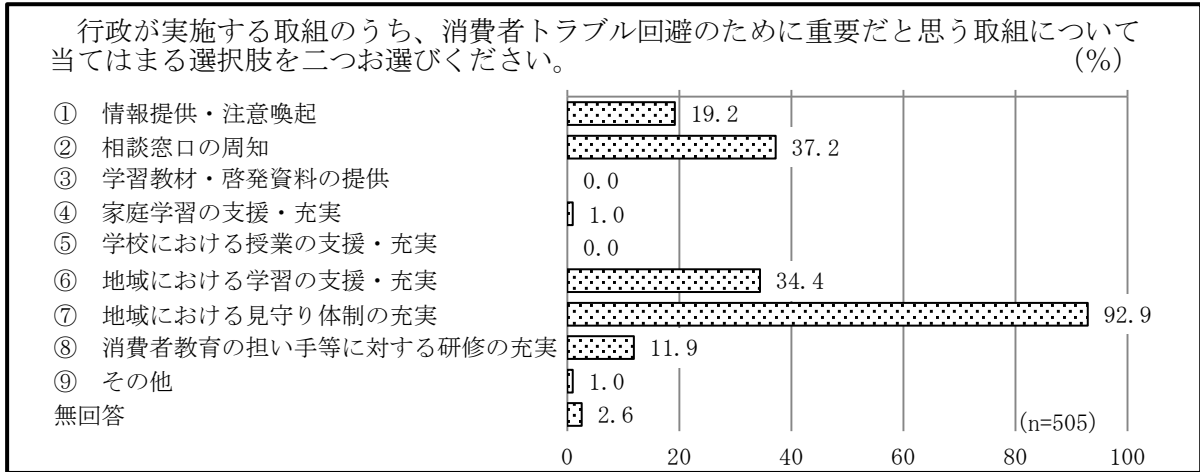
図表3-③-⑤ 消費生活相談員に対する意識等調査結果(消費者トラブル回避のために重要だと思う取組(成人一般))



- (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。

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「どちらかといえば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み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、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、この中にはこれを見逃しているところがあり、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年の金融商品取引業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FX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) FX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こと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各年度の平均相談件数は、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各年度の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、各年度の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見られ、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見られる。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ころがあるところがあるが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。

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。