

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、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。