

消費者取引に関する政策評価の結果に基づく勧告(概要)

～複雑化・多様化するトラブルの低減に向けて～

勧告日：平成26年4月18日

勧告先：消費者庁、金融庁、厚生労働省、経済産業省、国土交通省

評価の対象

消費者取引の適正化に関する施策

※ 施策の展開イメージ (P 4 参照)

政策目標

消費者の自主的・合理的選択の機会確保

消費者・事業者間の情報・交渉力の格差是正

消費者基本計画

法令改正 (事業者規制等)

事業者に対する法執行・指導監督

消費生活相談への対応、注意喚起

地方消費者行政活性化交付金

個別
施策

評価の結果

評価書
P197～208

※ 「消費生活相談員に対する意識等調査結果」も活用
(P 6 参照)

○ 総体として、一定の効果あり

〔取引に関する相談件数の減少
H16年度：181.8万件 → H24年度：72.2万件〕

✓ 政府全体の目標・施策体系が不明確

○ 一定の効果あり

〔消費者トラブルに関する相談件数の減少等〕
(P 5 参照)

○ 課題を解消し、効果発現への取組が必要

✓ 機能発揮や権限行使の基盤整備が不十分
✓ 消費生活相談情報の活用の余地あり

✓ 消費生活相談情報の迅速な共有が不十分

✓ 効果検証が不十分。指標も不明確
効果が疑わしい例もあり

主な勧告

評価書 P209

- 政府全体の政策目標の設定
- 個別施策の体系化・構造化

消費者基本計画の
次期改定 (H27.3) に反映

- 法執行・指導監督の機能強化
- 消費生活相談情報の共有の
仕組みの構築

- PIO-NET (注) への情報登録
の迅速化

- 交付金の効果検証の実施

(注) PIO-NETとは、相談情報の一元的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る。

個別施策に係る「評価の結果」と「勧告」（その1）

評価の結果

勧告

1 法令改正（事業者規制等）

評価書 効果の把握結果：P37～41・77～86
評価の結果：P198、199・201、202

評価書 P209、210

消費者被害の発生状況の注視が必要

- ・ 規制対象外物品の規制対象化を望む意見あり（特定商取引法）
- ・ 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被害が発生（貸金業法）

消費者被害の把握等

2 事業者に対する法執行・指導監督

評価書 P209、210

機能発揮や権限行使の基盤整備が不十分

評価書 P44～50・72～75
P199・201

- ・ 広域事案に対する関係機関の連携が不十分な例あり（特定商取引法）
- ・ 法改正により付与された処分権限を不承知・誤解している例あり（割賦販売法）

法執行・指導監督の機能強化

- ・ 広域事案の対応協議等の場の設置
- ・ 都道府県への支援強化

消費生活相談情報の活用の余地あり（情報入手・提供ルールなし）

評価書 P132～137
P204、205

- ・ 調査対象都道府県の法執行・指導監督担当部署の多くは、消費生活相談情報を未活用
- ・ 消費生活相談担当部署では、消費生活センターで法令違反を把握した場合、情報提供しないとする一方で、法執行・指導監督担当部署では当該センターから情報提供があると考えている例あり

消費生活相談情報の共有の仕組みの構築

消費生活相談情報の有効活用

3 消費生活相談への対応、注意喚起

評価書 P211

消費生活相談情報の迅速な共有が不十分

評価書 P166～168
P206、207

相談受付からPIO-NETへの登録（共有）までの平均日数（H24年。調査対象消費生活センター別（90））：
最長156.7日（最短3.8日）。全国平均でも33.1日

- ➔ 消費者庁による消費者トラブルの注意喚起に遅れ（半数が相談件数ピーク月から4か月以上経過後）

評価書 P177～182
P207、208

PIO-NETへの情報登録の迅速化

消費生活相談の活動状況を把握する指標が多義的で効果の把握困難

評価書 P159～166
P206

- ・ 「あっせん」行為の内容が様々
- ・ 「あっせん」を行った事業者にその対応状況を確認していないものを「斡旋解決」と分類している例が約3割（抽出調査）
- ・ 「あっせん率」にもバラつき（H24年度：26.9%～0.9%。調査対象消費生活センター（90））

基本的な用語・指標の定義や考え方の明確化と的確な運用

個別施策に係る「評価の結果」と「勧告」（その2）

評価の結果

勧告

4 地方消費者行政活性化交付金

評価書 P144～154
P205、206

評価書 P210、211

効果検証が不十分。指標も不明確

効果が疑わしい例もあり

- ・ 消費生活センターを周知したものの認知度が横ばいの例あり（カレンダー・バス広告による啓発事業）
- ・ 消費生活センターを設置したものの相談件数が低調な例あり（年間50件以下が1割）

交付金の効果検証の実施

（注）消費者庁が都道府県に累計約326億円交付（H20～25年度）。都道府県が基金を造成し、市区町村にも交付。このうち約37%が教育・啓発に、約20%が消費生活センター等の設置・機能強化に利用

5 消費者に対する教育等

評価書 P188～196
P208

評価書 P212

関係府省の取組が一体的に推進されず。効果の把握も不十分

- ・ 「消費者教育の体系イメージマップ」における関係機関の役割分担が不明確
学習指導要領にも一致せず
- ・ 調査対象都道府県・市区(89)のうち約7割が教育・啓発の効果把握せず
把握している効果も出前講座の回数等にとどまる

消費者教育の的確な推進

- ・ 役割分担の明確化、実施内容の充実・重点化
- ・ 目標及び指標の設定及びこれに基づく評価・検証

6 財産被害の通知制度

評価書 P171～176
P207

評価書 P212

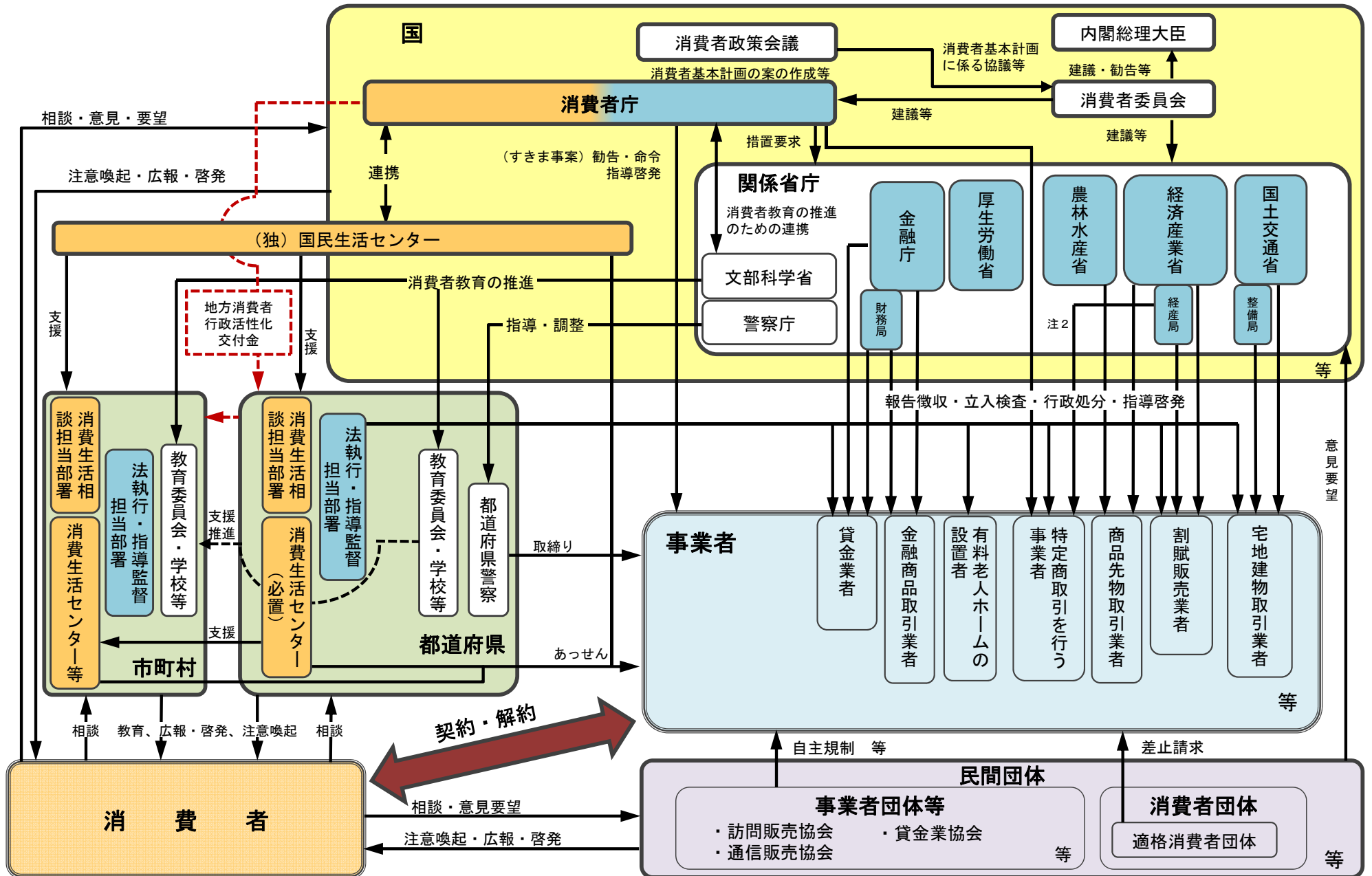
関係機関の運用にバラつき

- ・ 通知該当事案の考え方が府省によって区々。通知件数に大きなバラつきあり
- ・ 調査対象都道府県（24都道府県72部署）の4割以上が制度を不承知
- ・ 法違反のおそれがあり調査に着手した事案が通知されていない例あり

有効性の検証・通知すべき事項の明確化

（注）行政機関の長等は、消費者被害の拡大のおそれ等がある場合に消費者庁長官に通知（消費者安全法第12条第2項）。消費者庁は注意喚起等に活用

消費者取引に関する施策の展開イメージ（概要）



(注) 1 当省が作成したものであり、本政策評価に関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。

法令改正による効果の発現状況

区 分		相談件数の増減等(注2)	実地調査結果(注3)	意識等調査結果(注5)
特定商取引法	20年法改正 (指定制の廃止) 評価書 P24～	16.5%減 35.3%減 <経済産業省受付分> 34.6%減	効果あり とする割合 ① 91.4%	役立っている とする割合 93.0%
	24年法改正 (訪問購入への規制導入) 評価書 P36～	25.1%増 ※ 通信販売市場の売上高の増加率(47.0%)を下回っている 36.4%減	① 45.7% ② 56.7%	85.0%
宅地建物取引業法	23年省令改正 (勧誘に係る禁止事項の明確化) 評価書 P51～	45.4%減	① 61.8% ② 37.8%	59.5%
割賦販売法	20年法改正 (個別クレジットの規制強化) 評価書 P63～	79.6%減	① 58.8% ② 56.2%	78.8%
貸金業法	18年法改正 (貸金業の適正化) (総量規制の導入) (ヤミ金対策の強化) 評価書 P76～	64.3%減	① 97.1% ② 84.4%	82.1%
		60.0%減 73.8%減		
商品先物取引法	21年法改正 (商品先物取引業の規制強化) 評価書 P94～	86.6%減	—	—
金融商品取引法	21年府令改正 (ロスカットルール整備、証拠金規制) 評価書 P99～	68.0%減 <金融先物取引業協会等受付分>	—	—
	21年法改正 (信用格付業者に対する規制強化) 評価書 P105～	全ての登録信用格付業者が格付方針を公表	① 効果不明(注4)	—
	22年政令改正 (デリバティブ取引の不招請勧誘禁止) 評価書 P108～	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	① 効果不明(注4)	—
	23年法改正 (無登録業者の勧誘行為等の禁止) 評価書 P112～	63.8%減	① 30.0%	51.1%
老人福祉法	23年法改正 (有料老人ホームの前払金に係る規定整備) 評価書 P122～	3.0%減 ※ 施設数当たり:31.3%減、入居定員当たり:27.8%減	① 70.8%	49.6%

(注)1 当省の調査結果による。

2 「相談件数の増減等」欄の< >の記載がないものについては、PIO-NETに登録された全国の消費生活相談情報による。

3 「実地調査結果」欄の①は国及び都道府県の法執行・指導監督担当部署に対する調査結果であり、②は都道府県及び市区の消費生活相談担当部署に対する調査結果である。

4 調査した全ての財務局(福岡財務支局及び沖縄総合事務局含む。)で、適切な指標がない等の理由から効果は不明としている。

5 「意識等調査結果」欄は、消費生活相談員に対する意識等調査において、法令改正が消費者取引の適正化にどの程度役立っているかとの問いに対し、「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」と答えた者の割合である。

消費生活相談員に対する意識等調査結果（概要）

評価書 P251～

【対象者・回答者数・調査期間等】

全国の都道府県・市区町村等(注)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

対象者数	3,379人	回答者数・回収率	2,355人(69.7%)
調査期間	平成25年7月16日～9月5日(郵送、自計申告方式)		

(注)広域連合・一部事務組合も含む。



回答者（消費生活相談員）の属性

- ・ 66.2%が50代以上
- ・ 38.5%が経験年数5年未満
- ・ 79.2%が消費生活相談に関する資格(注)を保有

(注) 消費生活相談に関する資格とは、消費生活専門相談員、消費生活アドバイザー、消費生活コンサルタントを指す。

質問(主なもの)

○ 消費者庁設置以降の消費者行政の改善状況

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、国の消費者行政は改善されたと思いますか。

- ✓ 改善された : 49.9%
- ✓ 改善されていない : 40.1%

○ 都道府県等が消費者行政を実施する上で重要だと思う事項

都道府県・市区町村等が消費者行政を適切に実施していく上で重要だと思う事項は何ですか。

- ✓ 相談処理の実践的な能力を相談員に習得させること : 46.9%
- ✓ 消費者に対し注意喚起や普及啓発などを行うこと : 42.9%

○ 消費者教育、消費者に対する普及啓発に関する認識

消費者トラブルが発生する原因と考えられるものは何ですか。

- ✓ 詐欺的商法の増加 : 57.8%
- ✓ 事業者の勧誘方法 : 55.3%
- ✓ 消費者の知識・情報の不足 : 38.0%

どのような者が消費者トラブルの被害者となる傾向があると考えられますか。

- ✓ 【未成年】契約やそのルールに関して十分に理解できない者 : 72.9%
- ✓ 【高齢者・障がい者】解決するための支援者等がない者 : 56.7%

調査結果(主なもの)