

2018年3月23日

消費者庁消費者政策課 御中

公益社団法人消費者関連専門家会議 (ACAP)



「消費者基本計画工程表」改定素案に対する意見

【総論】

1. 「消費者基本計画」は、工程表の構成にも示されているとおり、平成27年度からの5年間において、「1. 消費者の安全の確保」「2. 表示の充実と信頼の確保」および「3. 適正な取引の実現」をもって、「4. 消費者が主役となって選択、行動できる社会の形成」が実現され、それらの実現を補完するものとして「5. 消費者の被害救済、利益保護の枠組みの整備」「6. 国や地方の消費者行政の体制整備」に取り組むべきことが求められている。
2. 今回の改定から計画期間の後半に入ることを踏まえ、計画期間の後に取組みを継続することが見込まれる事項が（参考として）記載され、次期計画につながる事項に関する準備が必要な時期となっている。
3. 特に、「4. 消費者が主役となって選択、行動できる社会の形成」の中でも重要な取組みとして、当団体も推進組織のメンバーとして参加している「消費者志向経営の推進に向けた取組」については、その取組みの継続性の観点からも現行計画の先を見据えた施策が必要であると考えます。

【各論】

1. 施策番号：1-(4)-⑧（消費者基本計画工程表改定素案 42～43 ページ）
【1. 消費者の安全の確保-(4)食品の安全性の確保-⑧中小規模層の食品製造事業者の HACCP 導入の促進】
 - ・ HACCP 導入は積極的に推進していただきたい。大規模層の食品製造事業者においては対応準備が進められているが、中小規模層の HACCP 導入の促進が課題である。
 - ・ 方策として、HACCP 導入や前段階の衛生・品質管理の基盤となる施設や体制整備に関する長期低利融資による支援も実施されているが、HACCP の必要性和導入によりもたらされる食品製造事業者の衛生管理に取り組む利益について、さらに理解を求め、事業規模の大小を問わず、2020年東京オリンピック開催も見据えた HACCP の普及を推進する施策が重要と考える。
2. 施策番号：4-(2)（消費者基本計画工程表改定素案 137～148 ページ）
【4. 消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成-(2)消費者教育の推進】
 - ・ 消費者教育の推進主体による分類は理解するが、消費者教育の対象によりその内容や頻度は異なる。消費者教育に取り組む学校や地域、家庭、職域の枠組み以外にもメディア等を活用した消費者教育が重要であり、その対策の実施をお願いしたい。
 - ・ 消費者教育の目的は、消費者被害の防止だけでなく、消費生活に必要な情報収集や利活用等消費者市民を育む消費者教育に結びつく、具体的メニューが必要である。

- ・学校における消費者教育、若年層への消費者教育の強化はさらに進めていただきたい。
- ・高齢者に対しては、単に見守りだけではなく、悪質商法等の消費者被害の防止のほか、日々の生活に関する安全教育や情報リテラシー等も含めた取組みが必要である。
- ・事業者・事業者団体による消費者教育については、場の提供等、ぜひ連携をお願いしたい。
- ・職域は有効な消費者教育の場であり、これを推進するためにはツールや人材等の援助をぜひともお願いしたい。
- ・従業員教育では、働き方改革が言われる中、事業活動に直結しない時間の創出は難しい。については「持続可能な社会に向けた SDGs やエシカル消費についても教育することを推奨する」等の文言を盛り込んでいただきたい。これらを知ることが自らの事業活動にも、消費者としての消費行動にも関係すると理解されれば両者を推進することができると思う。

3. 施策番号：4-(2)-⑥⑨（消費者基本計画工程表改定素案 139～141、143 ページ）

【4. 消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成-(2)消費者教育の推進-⑥学校における消費者教育の推進、⑨事業者・事業者団体による消費者教育】

- ・成年年齢引下げに向けた動きがある中、若年層の消費者被害防止のため、学校における消費者教育の取組みは急務である。特に高等学校・大学における、契約や金融に関する消費者教育の推進策をぜひ検討願いたい。
- ・また、個々の事業者における相談窓口の充実と、事業者の枠を超えた消費者教育を推進するための事業者団体の役割も明示すべきと考える。
- ・消費者教育の必要性は認識するものの「どのように取り組んだらよいか分からない」または「事業活動に直結しない」という事業者も多数である。消費者教育への関与を推進するために改定が検討されている「消費者教育推進に関する基本的な方針」に、「消費者教育は、消費者志向経営の推進に向けての重要な活動の一つである」旨を盛り込んでいただきたい。「消費者志向自主宣言」を行う事業者が、消費者教育を消費者志向経営の一環として宣言に盛り込むか、または消費者庁が優良事例として公表する等の動きにつなげていただきたい。また、消費者教育に関する事業者団体の役割を明示することも必要と考える。

4. 施策番号：4-(2)-⑩（消費者基本計画工程表改定素案 143～144 ページ）

【4. 消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成-(2)消費者教育の推進-⑩倫理的消費の普及啓発】

- ・倫理的消費への取組みは環境問題等に比して認知度、理解度が低く、事業者においても一定の距離を置いているのが実情である。事業者においては、売りに上げに直結しない部分について経営資源を投下しないというのも一つの理由であるとする。
- ・フェアトレード、被災地支援、CSV の展開など一部で進んでいるが、消費者全般の「エシカル（倫理的）消費」の認知、理解度はまだ低い。倫理的消費のネーミングの検討等推進に向けた取組みは理解するが、その意義の周知と普及活動をいっそう強化していただきたい。その盛り上がり事業者のモチベーションにも連動し、取組みの推進が加速すると思う。

5. 施策番号：4-(3)-②（消費者基本計画工程表改定素案 152～153 ページ）

【4. 消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成-(3)消費者団体・事業者・事業者団体等による自主的な取組の支援・促進-②消費者志向経営の推進に向けた方策の

検討・実施と情報提供、消費者団体と事業者団体との連携促進等】

①消費者志向自主宣言・フォローアップ活動について

- ・「消費者志向自主宣言・フォローアップ活動」は各種シンポジウムやセミナーを通じて一定の推進が図られている。しかしながら、開始から1年以上たつて自主宣言企業が77社に止まっており、宣言企業数の増加、地方や中小企業等への拡大が課題である。
- ・推進の梃子となるのは優良事例の表彰であり、表彰制度の早期確定と周知に努めていただきたい。
- ・消費者庁だけでなく、経済産業省、中小企業庁等と連携した推進が効果的である。また、事業者団体を通じた普及促進も効果的であると考えます。
- ・全国的な拡大を図るには、徳島県以外の各県への周知徹底、またはブロック別に地域の消費者志向推進組織を立ち上げて推進する方策を検討していただきたい。
- ・KPIとして、消費者志向自主宣言企業数の数値目標を策定してはどうか。
- ・「消費者志向自主宣言」を事業者だけではなく、消費者等に周知する方策を検討願いたい。認知度が高まり、消費者に「自主宣言企業は信頼できる」と認識されれば、宣言する企業もさらに増えると思われる。

②国際規格 ISO10002 について

- ・「消費者志向自主宣言・フォローアップ活動」を推進するとともに、次へのステップが必要である。「消費者志向経営」は、経営としてのPDCAを回し永久に継続する必要がある一過性のものにしてはならない。
- ・そのためにも確固たる仕組みづくりが必要であり、国際規格であるISO/JIS Q 10002（顧客満足一組織における苦情対応のための指針）を活用すべきと考えます。本規格は、お客様の声を聞き、その声を経営に活かし改善し、商品・サービスの品質向上と顧客満足の向上を図り、それを監査し経営のコミットメントを図るマネジメントシステムであるが、これを企業が導入することで「消費者志向経営」はぶれずに途切れることがない。特にお客様対応（関連）の部門が多岐にわたり、責任者の異動も頻繁な大企業においては、代替わりにより消費者志向経営の推進に停滞がおこる虞があることから、同規格によって継続性を担保していくことは有用である。
- ・国内では100社程度の導入にとどまっているため、消費者志向経営推進の施策の継続・定着のためにISO 10002導入の積極的な推奨をお願いしたい。ACAPにおいても最大限の協力をおしまない。

6. 施策番号：6-(2)-⑦（消費者基本計画工程表改定素案 213 ページ）

【6. 国や地方の消費者行政の体制整備-(2)地方における体制整備-⑦消費生活相談情報の活用】

- ・PIO-NET に集約された消費者相談の情報を一定の条件等のルールを設定したうえで、ぜひとも事業者に情報提供願いたい。消費者トラブルの早期解決や、商品・サービスの改善に活かすための有用な情報であり、結果的に消費者の意向が適切に反映できるという意義は大きいものと考えます。

以上

団体名	公益社団法人 消費者関連専門家会議（ACAP）
住所	〒160-0022 東京都新宿区新宿 1-14-12 玉屋ビル 5階