

消費者委員会本会議（第341回）
議事録

内閣府消費者委員会事務局

消費者委員会本会議（第341回）

議事次第

1. 日時 令和3年4月1日（木） 10時00分～11時43分

2. 場所 消費者委員会会議室及びテレビ会議

3. 出席者

（委員）

【テレビ会議】山本委員長、生駒委員、受田委員、大石委員、片山委員長代理、
柄澤委員、清水委員、新川委員、丸山委員

（説明者）

消費者庁笹路取引対策課課長

金融庁企画市場局総務課守屋決済・金融サービス仲介法制室長

消費者庁内藤消費者政策課長

（事務局）

加納事務局長、太田参事官

4. 議事

（1）開 会

（2）特定商取引法施行令の一部改正について

（3）消費者基本計画及び工程表の改定素案について

（4）その他

（5）閉 会

《 1. 開会 》

○山本委員長 皆様、本日は、お忙しいところ、テレビ会議システムでお集まりいただき、ありがとうございます。

本日の進行について、途中で私の回線が切れた場合は、復旧するまでの間、委員長代理に、委員長代理の回線も併せて切れた場合は事務局に進行をお願いいたします。

ただいまから、消費者委員会第341回本会議を開催いたします。

本日は、生駒委員、受田委員、大石委員、片山委員長代理、柄澤委員、清水委員、新川委員、丸山委員、私もテレビ会議システムで出席しております。

木村委員が御欠席です。

なお、本日は、新年度当初ということで、私が大学で所用がありますために途中で退席をさせていただきますが、その後の進行は片山委員長代理にお願いしたいと思います。

まず、会議に先立ちまして、本日は、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、3密を回避しながら消費者委員会会議室及びテレビ会議システムにより会議を進行いたします。

また、感染拡大防止の観点から、引き続き、一般傍聴者は入れず、報道関係者のみ傍聴していただいて開催いたします。

議事録につきましては、後日、消費者委員会のホームページに掲載いたしますが、議事録が掲載されるまでは、本日の会議の様子を4月2日金曜日15時頃よりホームページで動画配信いたします。

それでは、配付資料の確認につきまして、事務局よりお願いいたします。

○太田参事官 本日も、どうぞよろしくお願いいたします。

資料は、議事次第に記載のとおりでございます。お手元の資料に不足等がございましたら、事務局までお申し出くださいますようお願いいたします。

以上でございます。

《 2. 特定商取引法施行令の一部改正について 》

○山本委員長 最初の議題ですけれども、特定商取引法施行令の一部改正についてです。

昨年、金融サービス仲介業の創設等を内容とする金融サービスの利用者の利便の向上及び保護を図るための金融商品の販売等に関する法律等の一部を改正する法律が成立しております。この改正によって創設された金融サービス仲介業等を特定商取引法の適用除外の対象とすることについて諮問を受けておりますので、本日は本件について御審議いただきます。

御説明者といたしまして、消費者庁取引対策課の笹路課長、金融庁企画市場局総務課決

済・金融サービス仲介法制室の守屋室長にお越しいただいております。

お忙しいところ、御出席いただきまして、誠にありがとうございます。

まず、消費者庁から5分程度で御説明をお願いいたします。

○消費者庁笹路取引対策課長 山本委員長、ありがとうございます。

消費者庁取引対策課長の笹路でございます。どうぞよろしくお願い申し上げます。

資料1-1と1-2に関しまして、御説明させていただきたいと思っております。

今回、消費者委員会に諮問いたしまして御審議いただく内容は、金融商品販売法を改正しまして金融サービス提供法が成立しまして、それに伴いまして、特商法の施行令に係る規定、適用除外に係る規定の一部改正について諮問させていただいて、御審議いただくということでございます。

第201回国会におきまして金融商品販売法が改正されまして、金融サービス仲介業の創設などを内容とする、いわゆる金融サービス提供法が成立しております。これまでも特商法では金融商品販売法に関連するものにつきまして、それぞれ消費者保護の観点からその法律においてしっかりと規制がされている、必要な場合には法執行を行う規定もきちんと整備されているということで、特商法の施行令で適用除外規定を設けまして、消費者保護に係る部分もそちらの法律でカバーしていくことが規定されていたわけでございます。

今回、「金融サービス提供法」に題名が改められまして、新たに電子決済等代行業者とみなされる金融サービス仲介業者が行う特定信用事業電子決済等代行業務等、金融サービス仲介業者が行う金融サービス仲介業務及び指定紛争機関が行う紛争解決等業務につきましても、特商法の適用除外を対象とする政令で定められている役務の提供に関しまして施行令を改正いたしまして、制度を整備したいということでございます。

金融庁ともしっかりと連携を取りながら、これまでの法令の企画立案、法執行につきましても、連携して消費者保護の観点から対応を行っていくということでございますけれども、今回の政令の改正につきまして御審議いただければと思っております。

以上でございます。

○山本委員長 ありがとうございます。

続きまして、金融庁から5分程度で説明をお願いいたします。

○金融庁守屋決済・金融サービス仲介法制室長 金融庁の守屋でございます。本日は、よろしくをお願いいたします。

私からは、資料1-4に沿って御説明をさせていただきます。

表紙をおめくりいただきまして、右側のページ番号で2ページ目を御覧ください。ここでは、金融サービス仲介業の概略について御説明させていただきます。昨年6月の法改正で、金融商品販売法はこれまで金融商品の販売に当たっての一般的なルールを定めた法律でございましたが、これを金融サービスの提供に関する法律と改称いたしまして、その中で金融サービス仲介業という新たな業種を創設いたしております。現行制度におきましても、このページの左側、既存の仲介業のイメージ図にございますとおり、利用者と金融機

関の間に立って金融サービスを仲介する業者は存在しておりますのですけれども、銀行、証券、保険、それぞれの分野で縦割りの業法に基づいて規制がなされており、各分野でライセンスを取得する必要があるという制度でございました。こうした中で新しく創設する金融サービス仲介業につきましては、右側のイメージ図にございますけれども、1つの登録を受ければ、銀行、証券、保険、全ての分野のサービスの仲介をワンストップで提供できるようにするものとして創設されたものでございます。

3 ページ目を御覧ください。似たような図をお示ししておりますが、ここではより具体的な規制内容に着目をいたしまして金融サービス仲介業創設の背景と概要を御説明させていただきます。左側の既存の仲介業でございますけれども、金融機関と仲介業者の間に「所属」という記載がございます。基本的に所属制を採用いたしております、ということかと申し上げますと、仲介業者が金融機関に雇われるようなイメージでございまして、金融機関は仲介業者にサービスの勧誘や説明に関して指導監督を行う、利用者との間にトラブルがあった場合には金融機関が責任を負うといった仕組みになってございます。こういう仕組みにつきましては、商品を提供する金融機関側からしますと、自前の店舗や従業員を抱えることなく業務委託などによりまして販売チャネルを構築できるといったメリットが指摘をされております。ただ、利用者側からいたしますと、アクセスポイントが増える面はもちろんあるのですけれども、他の金融機関のサービスを受けようとする場合には別途そちらにアクセスしないといけない。そういったところは直接金融機関と取引する場合と変わらないということでございます。仲介業者の立場からしますと、利用者のニーズを踏まえて複数の金融機関のサービスを提供しようとする、複数の金融機関に所属をしてそれぞれから指導監督を受けることになりまして負担感が大きいといった指摘とか、先ほど申し上げましたけれども、銀行、証券、保険の分野をまたいでサービスを提供しようとする、別途ライセンスの取得が必要となるといったことが課題として指摘をされております。そこで、右側の金融サービス仲介業でございましてけれども、この所属制を外しまして、資料上は「パートナー」と表示をしておりますけれども、金融機関と対等な業務提携関係の下で、銀行、証券、保険、全てのサービスの仲介を行えることといたしております。ただ、消費者保護の観点から大きく3つほど規制を設けております。1つ目は、利用者のお金の費消・流用を未然に防止してトラブルを未然防止する観点から、利用者財産の受入れ禁止という規制を課しております。また、利用者とのトラブルにつながりやすい、例えば、元本割れの可能性のある仕組預金やデリバティブ取引といった複雑で高度な説明を要するサービスは取扱い不可とするといった規制を設けております。さらに、万一トラブルが起こってしまった場合に自前の賠償資力をきちんと確保しておいてもらわないといけませんので、そういった観点から保証金の供託義務を課しております。これらの対応を同時に講じますことで消費者保護を図っていくことといたしております。

最後に、4 ページ目を御覧ください。仲介業者が金融サービスの勧誘や販売に当たって行わなければならないこと、または行ってはならないこと、いわゆる行為規制につきまし

ては、既存の仲介業であれ、金融サービス仲介業であれ、変わるわけではございません。したがって、既存の仲介業者に対する規制を横串で見まして各仲介業者に共通しているような規制につきましては、金融サービス提供法の中でも同様の規制を設けることといたしております。また、銀行、証券、保険、それぞれの分野での勧誘や販売に特有の規制がございます。こういったものにつきましては、金融サービス提供法の中では各業法の規定を準用する形で規制のイコールフットィングを図るといったことも措置いたしております。さらに、監督規定につきましても、業務停止命令や登録取消しも含めて整備をしておるということでございます。本日の諮問事項でございます特商法の適用除外との関係で申し上げますと、金融庁といたしましても、既存の仲介業者につきましては全て適用除外とされているといったことも踏まえまして、消費者保護の観点から既存の仲介業者と同様の規制がイコールフットィングで課されている新しい金融サービス仲介業者につきましても適用除外とする方向でお認めいただきたいと考えておるところでございます。

私からは、以上でございます。

○山本委員長 ありがとうございます。

質疑応答の前に、事務局より補足がありますので、お願いいたします。

○太田参事官 事務局でございます。

資料1-3を御覧ください。特定商取引に関する法律施行令の新旧対照表がございます。

そちらの2ページ目を御覧いただければと思います。今回、この別表第2第42号が新設されたことに伴いまして、現行の第42号が第43号に繰り下がるといった形式的な改正がございます。これまで、条文の番号の変更などの形式的な改正事項につきましては、委員会の場で御確認いただいた上で、諮問・答申のプロセスを省略するという取扱いをしておりました。このため、今回のこちらの改正事項につきましても形式的なものとして諮問・答申のプロセスを省略することで差し支えないか、併せてお諮りいたします。

以上でございます。

○山本委員長 ありがとうございます。

それでは、御質問のある方は御発言をお願いいたします。なお、質疑応答の時間は約20分を予定しております。御発言、御回答はなるべく簡潔に行っていただきますようお願いいたします。御質問、御意見のある方は、チャットに入力をいただけますでしょうか。特にございませんか。

お願いします。

○清水委員 清水です。

御説明をありがとうございます。

確認ですが、相談の現場では仲介業と言いますとトラブルが多い形態になりますので特に心配です。今日の説明では消費者保護はされているということなので、特商法の適用除外でも問題はないかと思っています。

確認は、例えば、仲介業が代理店と違う点は扱う商品だと思うのですが、ハイリスク・

ハイリターンの仕組債や変額保険ですが、過去に銀行の窓販等で問題になったようなものは扱えないという認識でよろしいでしょうか。今後、細かくガイドライン等で決めていく、消費者保護ですが、トラブルがあったら必ず相談窓口できちんと対応する、連絡ができる、無責任体質にならない、また、仲介業者が破綻したときにはきちんと保証がされる、こういうものは全て網羅されているという説明だったと思うのですが、間違いないでしょうか。よろしくをお願いします。

○山本委員長 ありがとうございます。

それでは、お答えをいただけますでしょうか。

○金融庁守屋決済・金融サービス仲介法制室長 金融庁でございます。

今委員から御指摘いただきました商品の範囲につきましては、具体的には政令で決めていくこととなりますけれども、今御指摘いただきました複雑な仕組債や変額保険につきましては取扱い不可という方向で考えております。消費者保護のための規制についても適切に運用していくように努めてまいりたいと考えております。

以上でございます。

○山本委員長 ありがとうございます。

新川委員、お願いします。

○新川委員 新川でございます。

御説明をありがとうございます。

改正の内容等につきましては理解をしたつもりでおりますが、不案内なところがございますので、質問を1つ、意見を1つ、申し上げたいと思います。

質問につきましては、今回の改正で金融サービスの仲介業者が大きく範囲を広げることになります。その一方で、そこに共通の規制と従来の業法によります個別の規制のそれぞれがかかっていくこととなりますが、特商法に係りますような今回の金融仲介サービス等々につきまして、この各業法が個別にも適用されて実際に効果を発揮するという考え方が、その適用の体制あるいはそれが適正に実施されているかどうかといったところのチェックは金融庁の重要な役割かもしれませんけれども、この辺の体制整備について少しお示しいただけると、安心してこの改正を見ていくことができるかなと思ったものですから、これが質問でございます。

意見につきましては、今回の改正はデジタル化という大きな方向付けの中で生まれております。もう一方では、従来の取引に基づいた特商法の消費者保護ということで進めてまいりました。ある意味では、相入れない側面があるのではないかと感じております。デジタル化でeコマースがメインになったときの特定商取引についての在り方、そこでの消費者保護の在り方は、改めて体系的に考えていく必要があるのではないかと感じております。そうしたところの検討は、消費者庁サイドの仕事かもしれませんが、そうした観点での検討が望まれるということ意見を申し上げます。

以上です。

○山本委員長 ありがとうございます。

丸山委員からいただいてから、お答えをいただきたいと思います。

丸山委員、お願いします。

○丸山委員 ありがとうございます。

私としましては、諮問された内容については特に異論はないのですけれども、専門が民法でございますので、1点だけ確認させてください。従前からあった問題ではございますけれども、仲介の範囲が拡大されるということですので、確認なのですけれども、ここでの仲介の概念は、消費者契約法第5条でいうところの媒介の委託に該当するという理解で良かったかどうかという点だけ、1点、確認させていただければと思います。

以上です。

○山本委員長 ありがとうございます。

それでは、お答えをいただけますでしょうか。

○金融庁守屋決済・金融サービス仲介法制室長 ありがとうございます。

金融庁でございます。

1つ目の御質問でございますけれども、金融庁の監督体制についての御質問でございました。金融庁は、組織として、私が所属している企画立案をする部門と監督部門と分かれておるのですけれども、この法律の施行に向けまして監督部門でも機構・定員の措置も含めまして対応いたしておるところでございます。制度の円滑な施行に向けてしっかりとしたモニタリング体制を構築していきたいと考えてございます。

2つ目の御質問で、この仲介とは媒介ということなのかということでございますけれども、御指摘のとおりでございます。この仲介とは金融サービスの提供についての媒介として規定しておるところでございます。

以上でございます。

○山本委員長 ありがとうございます。

その他にございますか。

よろしいでしょうか。

内容的には、従来の規制について適用除外が行われており、その規制の内容をそのまま新たなカテゴリーに入れるということですので、この諮問事項に関して問題はないのではないかと思います。今の委員の意見からも、この諮問事項については特段の異論はないという御意見であったかと思います。

そういうことですので、答申案を配付したいと思います。これから皆様のテレビ会議システムの画面のチャット欄に答申案を表示いたしますので、答申案を御覧ください。

ただいま、チャット欄に答申案が表示されております。令和3年3月31日付け、内閣総理大臣から当委員会に諮問のあった事項については、特定商取引に関する法律の趣旨に鑑み妥当であり、その旨答申するという案ですけれども、これを委員会としての答申としてよろしいでしょうか。

事務局から説明のありました号数の繰下げにつきましては、形式的な改正でありますので、諮問・答申を省略するという事によろしいでしょうか。

以上、2点につきまして、特に異議ありませんと入れていただいておりますね。
ありがとうございます。

それでは、この答申案につきましては、皆様の御了解をいただいたということで答申したいと思います。

号数の繰下げにつきましては、形式的な改正ですので、諮問・答申を省略することといたします。

消費者庁、金融庁におかれましては、お忙しいところ、審議に御協力いただきまして、どうもありがとうございました。

○消費者庁笹路取引対策課長 どうもありがとうございました。

○金融庁守屋決済・金融サービス仲介法制室長 ありがとうございます。

○山本委員長 ありがとうございます。

(消費者庁取引対策課、金融庁企画市場局総務課決済・金融サービス仲介法制室退室、
消費者庁消費者政策課入室)

《3. 消費者基本計画及び工程表の改定素案について》

○山本委員長 それでは、次の議題ですけれども、消費者基本計画及び工程表の改定素案についてです。

昨年、第4期消費者基本計画及び工程表が策定されました。これを踏まえまして、消費者委員会におきましては、秋以降、コロナ禍と緊急事態下の消費者問題をテーマとして、工程表に盛り込まれた施策等の進捗状況について関係省庁からヒアリングを重ねてきました。当委員会では、ヒアリングの結果等を踏まえまして、計画等の実施状況に関する検証・評価におきまして特に留意すべき事項や工程表の見直しに向けて具体的に検討すべき課題について、12月に意見表明を行いました。消費者庁をはじめとする関係省庁では、この意見も踏まえつつ、工程表の検証・評価及び見直し作業を行い、工程表の改定素案が取りまとめられました。一方、昨年度はコロナ禍で消費生活のデジタル化が加速するなど、消費者を取り巻く環境が著しく変化したことから、これに対応するため、計画本体につきましても新しい生活様式の実践に関する部分に限定をして改定することとされました。

本日は、計画及び工程表の改定素案について、消費者庁からヒアリングを行い、意見交換を行いたいと思います。

御説明者として、消費者庁消費者政策課、内藤課長にお越しいただいております。

お忙しいところ、御出席いただきまして、誠にありがとうございます。

それでは、内藤課長から、10分程度で御説明をお願いいたします。

○消費者庁内藤消費者政策課長 改めまして、消費者政策課長の内藤でございます。どうぞよろしくお願ひいたします。

今回の基本計画の本体の改定、年次計画に当たります工程表の改定につきまして御説明申し上げます。

資料2-1をお手元に御用意いただければと思います。1枚紙で概要をまとめたものでございます。

今更ではございますけれども、消費者基本計画と言いますのは、消費者基本法第9条に基づきまして政府が長期的に講ずるべき消費者政策の大綱でございます。いわゆる5か年計画に当たるものでございまして、第4期、現行の基本計画は昨年3月31日に閣議決定をされました。この計画の中で、いわゆる具体的な施策につきましては工程表を定めて毎年度改定することにしております。昨年の7月に第4期としては初めての工程表を策定したわけでございますけれども、工程表も含めまして昨今の状況の変化を踏まえ、適時適切に見直すことが必要だと考えております。令和3年度の対応といたしましては、マルの1つ目でございますが、コロナ禍における新たな生活様式の実践に伴いまして、消費生活のデジタル化の加速など、消費者を取り巻く環境がこの1年で大きく変化したと考えております。これに対応して消費者政策を推進する観点から、特に新しい生活様式の実践に関する部分を中心に基本計画本体を改定するとともに、工程表につきましても必要な見直しを実施することにしたいと考えております。

まず、計画本体でございますが、変更点を全体イメージにしてございます。資料2-2をお開きいただきまして、1枚目が変更前、その後ろが変更イメージとなっております。変更イメージを御覧いただければと思いますけれども、第2章の2. でございます。社会情勢の変化といたしまして「コロナ禍における新しい生活様式の実践」という部分を変更いたしまして、これを踏まえまして、第3章の政策の基本方針としまして「(5) 新しい生活様式の実践や災害時への対応」を追加しております。重点的な施策に当たります第5章も、(3) でございますが、様々な課題のうち「新しい生活様式の実践その他」という形で新しい生活様式の実践を特出しいたしまして、その中で進む新しい消費者問題あるいはデジタル化対応といった部分についての記述を改めております。委員の皆様におかれましては事前に御覧いただいていると思いますので、修正箇所の詳細につきましては時間の関係上省略をさせていただきます。

続きまして、工程表でございます。資料2-6の見え消しになっているものをお手元に御用意いただきたく存じます。

計画本体の各論になります工程表でございます。目次をざっと御覧いただきますと、数えていただく必要はございませんが、今、全部で施策が153ございます。153の施策を5つの柱に整理いたしまして、先ほど申し上げましたが、昨年7月に消費者政策会議で決定したところでございます。

第Ⅲ章まで飛んでいただければと思います。工程表の章立てにつきましては、計画本体

の第5章とリンクしております。先ほど申し上げましたように、計画本体の第5章の修正を行いました。それに伴いまして、工程表の第Ⅲ章のタイトルを変更しております。

第Ⅲ章の(1)で新しい生活様式の実践を特出しするとともに、(1)に施策を並べ、(2)以下、1つずつ番号をずらしている形になっております。新しい(1)及び(2)につきまして、今回、施策を3つ新たに追記しております。

簡単に御紹介いたしますと、(1)の④、緊急時における関係省庁等の連携という項目がございます。コロナ対応についての関係省庁の取組をこちらで追加してございます。

(2)の③、エがでございます。利用者向けデジタル活用支援という項目につきましましては、総務省が主として高齢者のITリテラシーを高めるための取組を新たに行うということで、その項目を追加しております。

同じ(2)の③、カでございます。2行ほど下がっていただきますと、「オンラインゲームに係る消費者問題への対応」というところがございます。こちらにつきましましては、コロナ禍での巣籠もり生活でゲームの利用時間が増えていることに関する消費生活トラブルへの対応の取組を追加いたしました。今回、3つ追加いたしましたので、工程表の施策数は合計で156になります。

細かな修正箇所につきましましては説明を省略させていただきますけれども、修正の考え方といたしましては、恐縮でございますが、I-1、第I章の最初をお開きいただければと思います。(1)の①ア「身近な化学製品等に関する理解促進」でございます。今回の改定におきましては、まず、左上にございます「施策概要」に令和2年度実績を追記いたしました。このページで言いますと、「ガイドブックを作成」といったところが新しい事項でございまして、そのすぐ下のKPIについても修正を行っております。更に下にございます「今後の取組予定」については、令和2年度を削除して、参考として令和7年度以降を追加する、表の修正を行うといったこと、その他時点修正を行ってございます。

156個を全部説明できず恐縮ですが資料2-4を御用意いただければと思います。昨年の12月に委員会から消費者基本計画及び工程表に関して御意見をいただいているところでございます。資料2-4にありますように、基本的に御意見を踏まえて今回の工程表に反映をさせていると認識しておりますけれども、個別の内容についての説明は、時間の関係上、省略をさせていただきたく存じます。

私からは以上でございます。

○山本委員長 ありがとうございます。

それでは、御質問、御意見のある方はお願いしたいと思います。いかがでしょうか。質疑応答の時間は約50分を予定しておりますので、御発言、御回答はなるべく簡潔に行っていただくようによろしくお願いいたします。

○清水委員 御説明をありがとうございます。

現場の報告ですが、悪質な定期購入で消費生活センターがハイジャックをされたようなこの4年間は相談が多かったのですが、特に特商法の執行をしていただいたおかげで、徐々

に改善されてきています。法執行の必要性はすごく感じるところでございます。特に、私たちがあっせんするときに事業者に電話がつかないという状態だったのですが、国民生活センターが業者を指導して、その結果を「マル急」というのですけれども、私たち相談員に緊急連絡が回ってきまして、その情報を得て消費生活センターはあっせんをします。1年前は全く相手にならなかった悪質な業者の方たちに電話がつかぬようになり、市民の救済につながっています。ありがとうございます。

もう一点は、身元保証等高齢者サポート事業ということで、I-94ページの部分です。こちらは、特別に相談件数が多くなったということではありません。こちらに進捗状況が74件と書かれていますが、相談の現場では中身が気になっております。2016年に厚労省から施設や入院する際には必ず身元保証を強要するようないかなる趣旨で通達が出たかと思いますが、相談の中では、訳も分からず強要されたというものが若干入っていますので、気になっています。また、私の地元の東海、名古屋地裁の岡崎支部で、1月にこの事案で判決が出ております。相談の現場では、監督官庁がない、法整備がないことが気になっていまして、ここを強化していく必要があると思います。事例を注視して引き続き情報収集を行うと書いていただいていますので、是非お願いしたいということと、これから問題になってくる、また、通達ではなかなか難しいと思います。相談の現場では、まだ被害には遭っていないけれども、この業者は信用できるのかという被害の未然防止のための情報が欲しいという声があります。2018年に厚労省が相談の対応についてという情報発信もしていただいていますし、また、消費者庁も啓発資料を作っていただいているのですが、まだ啓発や情報提供が徹底されていないという事情がありますので、よろしくをお願いします。

以上です。

○山本委員長 ありがとうございます。

受田委員からいただいてからお答えいただきます。

受田委員、お願いします。

○受田委員 御説明をありがとうございます。

私は食品関係の部会を仰せつかっていることもあって、いろいろなところにももちろん興味はあるのですけれども、特に食品関係の食品表示に関する部分に目が行っております。その中で、I-120が「⑤ 食品表示による適正な情報提供及び関係法令の厳正な運用」の「ア 食品表示制度の適切な運用等」という項目になります。I-120の上にコロナ禍に関する記述がございます。特に今、食品の購買が、インターネット、電子商取引によって増加傾向にあることを踏まえて、インターネット販売における食品の表示の在り方を検討すると記述していただいております。特に今、コーデックスにおける検討が進んでいるという議論も踏まえつつということがポイントになることを承知しております。その点を踏まえて、I-122、工程表として各年度にどういう内容を進めていくかということが書いてあるページに目を移していただくと、とにかく、消費者からは、インターネット販売にお

ける食品表示について制度の充実を図っていく、要は、制度を作っていくことに対する要望が強いということをお聞きしております。その点、既にこのロードマップの中に書き込んでいただいているのですが、それを急がなければいけないという前提で、この工程表においてそのことをしっかり反映していただきたいという要望です。その点でいくと、I-122においては「インターネット販売における食品表示の検討」が一番下に書かれているので、優先順位が高いと見えないという点が1つコメントです。更に言うと、「検討」ということであまり具体化がなされていないように思うのですが、おそらく消費者庁ではかなりこの部分の検討が進んでいると思いますので、その点を反映していただきたいという要望です。

1点、この点について質問なのですが、この工程表は令和3年度から令和6年度まで書いてあって、ここだけが令和7年度以降と令和6年度が重なっているのですね。他のところは、私の見た範囲では、令和6年度と令和7年度以降は明らかに項目を分けているように見えるのですが、なぜここは令和7年度以降を溶け込ませているのか。この辺りはスピード感に欠けるように感じてしまうので、その点について、なぜこうなっているかという質問と、急がなければいけないという要望のコメントです。

以上です。

○山本委員長 ありがとうございます。

それでは、お答えをいただけますでしょうか。

○消費者庁内藤消費者政策課長 ありがとうございます。

清水委員の1点目のコメントにつきましては、法執行部門の取組について評価していただいているものだと考えております。どうもありがとうございます。引き続き、地方自治体とも協力しながら法と証拠に基づく法執行業務の取組強化を図ってまいります。

身元保証サービスの関係でございます。情報発信については、あまり徹底されていないのではないかという御指摘をいただいております。私どもとしては、広報をしっかりとやっているつもりではございますけれども、まだ不十分な点はあろうかと思っております。この辺りにつきましては、他の案件も含めて戦略的な広報の在り方を検討し、今後、情報発信について強化をしてまいりたいと思っております。

受田委員から食品表示の関係で何点かコメントをいただいております。ネットで販売されている食品に関する表示についての検討の関係でございますけれども、先ほど委員からも御指摘いただきましたとおり、現在、消費者庁で検討が進んでおるわけでございます。若干まだ時点修正が十分でないところがあるかと思っております。この辺りはしっかりと現行化を今後進めてまいります。

表の修正でございますが、これはもう一度確認いたしまして、修正を図っていきたく思います。

基本計画本体、工程表につきましては、昨日、3月31日からパブリックコメントに付してございます。その際の国民の皆様からの御意見あるいは関係団体からの御意見などを踏

まえまして修正をし、改めて消費者委員会の委員の皆様のご意見も伺った上で、夏までには、消費者政策会議での決定、閣議決定を目指していきたいと思っております。受田委員からいただいた表の様式の関係も含めまして、そこまでにはきちんと修正をし、改めて御確認いただきたいと思っております。

私からは、以上でございます。

○山本委員長 ありがとうございます。

柄澤委員、お願いします。

○柄澤委員 柄澤でございます。

御説明ありがとうございます。この間の変化に応じた消費者基本計画の機動的な見直し、あるいはこれに基づく工程表の丁寧な見直しについて御検討いただきまして、消費者庁の御尽力に心から敬意を表したいと思っております。

私から、3点ほどコメントをさせていただければと思います。

1点目は、デジタル化への対応でございます。特にデジタル化による生産性向上は、日本の経済成長には欠かせない条件でありまして、消費者基本計画改定素案の18ページにございますように、「デジタル技術を活用した消費者の主体的かつ合理的選択の機会の拡大と消費者利益の擁護・増進を両立するための取組を進める」と追記している点は、重要な視点だと考えております。デジタル化は進んでいかなるを得ず、誰もがデジタル化の成果を享受できますように、高齢者を含めた消費者がそのリスクや利用方法を正しく理解した上で、むしろしっかりと活用できるよう、リテラシーの向上に取り組んでいくことがより重要になってきていると思っております。この工程表の改定素案でも、この点につきましては、Ⅲ-35からⅢ-41辺りに記載いただいております。関係省庁とよく連携して取り組んでいただきたい。

2点目は、大規模自然災害への対応でございますけれども、消費者基本計画改定素案の18ページにございますけれども、ここで「大規模災害の発生時には・・緊急時における消費者の心理傾向等を踏まえ・・被害の防止のために必要な施策を推進する」としております。この工程表の改定素案でも、この点につきましては、Ⅲ-7で、消費者庁の取組として「自然災害や人為的災害が新型コロナウイルス感染症の流行下で重複的に発生する緊急時の対応や、自然災害や人為的災害が複合する災害への対応を想定する」という記載がございます。日本では、地震に加えましていろいろな災害が多発しております。こういうことを想定しておかなければならず、これまで、消費者庁におかれましては、災害に便乗した悪質商法に注意を呼び掛けるため、注意喚起資料を作成し、代表的な悪質情報を迅速に紹介いただいていると認識しております。ここで質問なのですけれども、Ⅲ-9のKPIでございます。令和4年度以降には「緊急時対応を要するその他の状況下においても円滑な対応を図るために必要な取組の検討及び実施」という記載がございますけれども、令和3年度にはこの記載がございません。この理由につきまして、令和3年度に大規模自然災害に関する具体的な施策を別途予定されているのかどうか、もし予定されていればその内容に

ついて御提示いただければと思います。

3点目は、今回はこの記載で結構だと思いますけれども、脱炭素社会に向けたライフスタイルの変革について若干コメントをさせていただければと思います。政府の2050年カーボンニュートラル宣言を受けまして、消費者基本計画に記載されている「脱炭素社会の実現」という言葉の重みは非常に増しているのではないかと感じております。この消費者への施策の視点として今後、更に御検討いただく点として、2点ほど私から提示させていただければと思います。1点目は、消費者による事業者の活動の評価という部分でございまして、産業界でも、脱炭素に向けた商品開発、エネルギーの供給やサステナブル・ファイナンスの推進などの実現に向けた検討・取組が動き出しております。また、この温室効果ガス排出抑制の対象が、スコープ1の直接排出、スコープ2の電力使用等、それに加えまして、今、スコープ3のところ、購入または販売する商品・サービスや物流や出張やフランチャイズ等々、スコープを拡大した取組が進められているところでございます。企業のそのような活動や投資が消費者から評価され、他社に比べて優位になれば、企業の行動は自然にそちらに動いていくわけございまして、このようなインセンティブが働く仕掛けを作っていくことをどう考えていくか。2点目は、消費者自身の行動変容でして、一人一人の行動がカーボンニュートラル実現にどう影響するのかを自分事として意識していただき、日常の行動に結び付けるにはどうすれば良いかという視点が考えられると思います。今後の検討課題として御検討いただければと思います。

私からは、以上です。

ありがとうございました。

○山本委員長 ありがとうございます。

それでは、お答えをいただけますでしょうか。

私は、もう時間がありませんので、申し訳ございませんが、この辺りで退出をさせていただきます。

これ以降は、片山委員長代理に進行をお願いしたいと思います。

私から一言だけ申し上げますと、今、柄澤委員が言われた特に第1点のデジタル技術を消費者保護のために活用していくことは、本日の資料2-4にありますように消費者委員会の意見の中で言っておりますし、せんだって特商法・預託法の契約書面の電子化に関する建議事項2の中でも指摘をしております。これはデジタル化に直接結び付く話とは少し違うのかもしれませんが、情報の活用という点で、総務省から医業類似行為に関する消費者安全法上の通知が十分に行われていないといった指摘がされていることに対する対応も重要になってくるのではないかと感じました。

それでは、お願いします。

○消費者庁内藤消費者政策課長 ありがとうございます。

まず、柄澤委員から3点コメントをいただいております。

1点目のデジタル化対応、特に消費者がデジタル化の利益を享受できるようにデジタル

技術の活用を促進すべきという観点から御指摘をいただいていたかと思えます。先ほど御説明申し上げましたように、総務省の新しい取組として高齢者のITリテラシーを高めるための取組を御紹介させていただきましたが、消費者庁といたしましても、消費者行政のデジタル化は喫緊の課題になっております。3年前から、SNSを活用した消費生活相談を始めております。加えまして、AIチャットボットを利用して簡易に消費生活情報が取れるためのシステム構築にも現在は取り組んでおるところでございます。そうしたことも含めまして、今後、消費者行政のDX化にはしっかり取り組んでまいりたいと思っております。

関連で、山本委員長から、総務省の医業類似行為への対応も含めた事故情報の収集についてもう少し対応が検討できないのかという御趣旨でコメントをいただいたかと思えます。ここにつきましては、一度持ち帰らせていただいて、担当課と改めて調整をさせていただきたく存じます。

柄澤委員からの2点目でございます。自然災害への対応のところ、表の令和3年度で災害対応の部分が抜けている件でございます。大変申し訳ございません。記述漏れでございまして、こちらは修正をさせていただきたいと思えます。

柄澤委員からの3点目は、カーボンニュートラルに関しての御指摘で大きく2点あったかと思えます。1点目が、消費者による事業者への評価をしっかりとやることによって、企業の行動を変えていく、企業のインセンティブを上げていく必要があるのではないかという御指摘であったかと存じます。この表の中には入れておりませんが、この取組は消費者志向経営かと思っており、現在、消費者志向経営の取組を強化すべく体制整備も含めて準備をしておりますので、委員の御指摘を踏まえてこの辺りで何か記述を工夫できないか考えてまいりたいと思えます。柄澤委員のもう一つの指摘事項は、事業者だけではなくて消費者そのものの行動変容をカーボンニュートラルに関してしっかり考えるべきではないかという御指摘だったかと思えます。こちら、エシカル消費という項目がございまして、そちらに持続可能な社会の実現に向けた消費者の取組の項目がございまして、こうしたところでもカーボンニュートラルの考え方が反映できないのかということも、関係課と調整をさせていただきたいと思えます。

私からは、以上でございます。

○片山委員長代理 ありがとうございます。

それでは、委員長に代わって進行をさせていただきたいと思えます。

大石委員から質問と意見がありますということですので、大石委員、よろしく願います。

○大石委員 ありがとうございます。

私からは、1点、先ほどの柄澤委員の御意見に私も賛成でして、それに、少し付け加えさせていただきます。先ほど御指摘いただきました工程表Ⅱ-10、「① 脱炭素社会づくりに向けたライフスタイルの変革」のところですが、柄澤委員がおっしゃいましたように、2050年カーボンニュートラルに向けては、企業の動きだけでなく、消費者自身が、どのよ

うなものを選びどのように使用していくか、また、リサイクルするか、などが、カーボンニュートラルに向けて、とても重要になってきます。それにつきましては、環境省の取組の令和3年度のところに、内容として「脱炭素社会づくりに貢献する製品への買換え・サービスの利用・ライフスタイルの選択」と書いてくださってはいるのですが、そこが令和2年度のKPIが「COOL CHOICE」だけになっているのはちょっと内容的に不十分ではないかと思いました。そもそも、ここの担当省庁が環境省だけになっていることについて疑問に思っております。実際、電力自由化で電気を選べるようになっていくわけで、サービスを選ぶという意味では私たちが、どんな電気を選ぶのかということは、カーボンニュートラルには、大変重要になってくるわけです。そうしますと、ここには経済産業省が入る必要がありますでしょうし、また、住宅の断熱の話なども書いてくださっていますけれども、そうしますと国土交通省が担当省庁として入ってきます。先ほど柄澤委員もおっしゃいましたけれども、需要家としての消費者自身が、きちんと商品やサービスを選んでカーボンニュートラルに資する生活をし、また、その商品やサービスを提供してくれる事業者を応援するという意味では、エシカル消費のところとは別に、このカーボンニュートラルに向けてのライフスタイルのところに消費者庁も含め他省庁を加えていただきたいと思います。また、更に消費者の行動に資するようなKPIを是非設置していただければと思います。担当省庁のところに、なぜ環境省しか入っていないのかということが質問でして、意見としましては、是非他省庁も加えていただきたいと思いますということをお願いしたいと思います。

以上です。

○片山委員長代理 ありがとうございます。

丸山委員からも御発言があるということですので、先に丸山委員の御発言をお願いいたします。その後で、御回答をお願いいたします。

○丸山委員 ありがとうございます。

私からは、合計して4点なのですが、前半の2点はデジタル化に関わることでございます。

デジタル化の普及と消費者問題の捉え方が世界的にも進展しているので、その変化に応じて何をすべきかを迅速に見直していくことは必要であるという認識は消費者庁と一致しているのではないかと思います。そこを踏まえた上で、資料2-3の8ページ辺り、あるいは、全体でいうところの第1章の消費者の自主的・合理的選択の確保に関して少々確認をさせていただきます。第1に、新聞報道でも取り上げられていたところですが、余分な購入や不要なものに対して誘導するようなネット取引における「ダークパターン」と言われておりましたけれども、そういうことが世界的にも問題となっているということでした。そこで問題とされているのは、そもそもデフォルトとしてメルマガを受け取るようになっていたり、定期購入等の単発購入の場合については定期購入にデフォルトでチェックが入っていること自体が、消費者の選択をゆがめるのではないかという問題提起がされていたと思います。お試し購入等に関しましては一定の手当てがされて実績もあることが清

水委員からも言及されたところでございますけれども、そもそもそういったデジタル化に伴ってデフォルト設定がどうなっているのかが消費者行動にどう影響を与えているのかという点についてどこかで調査検討が予定されているのか、そういうことを検討していく余地はないのかという点が第1の質問です。薄いけれども広く消費者を害するようなデジタル化に伴う問題現象について、国際的にも日本が主導するような形で調査研究を進める予定はないのかという点です。

第2点としましては、デジタル関連になりますけれども、従前から指摘されていたターゲティング広告からなかなか抜け出せないとか、いつどこで情報を取られているか消費者にはなかなか分からないという不気味さに関しては、国際的にも議論が進展していると思うのですが、そういったターゲティング広告関連についての具体的な検討や対応は今回の計画ではどこかにあるのでしょうか、行われているのでしょうかというのが第2の質問になります。

第3点としましては、資料2-6のI-65辺りの特商法のKPIとかに関連することなのですが、執行数などが示されて、執行に関してこういった数値が示されているのは分かるのですが、こういった特商法などを改正するときには立法事実とされているものがあると思います。それは、相談件数であったり、何らかの利益や不利益にも言及されていると思うのですが、そういった立法事実を照らしての事後評価で相談件数の増減や相談に表れない部分についてのアンケート調査という形での立法の事後評価は予定されないのか、もちろんそれが適切な問題と適切ではない問題があるとは認識しているのですが、そういったことは現実に行われているのか、そういうことは書き込んではいけないのかという辺りは教えていただければと思いました。

最後に、第4点としましては、資料2-6を見ているのですが、I-66、新型コロナウイルスのキャンセル問題に関しては、消費者契約に関する検討会で意見交換や消費者契約法の周知を行っていくことが言及されているのですが、おそらく今後コロナ等に関するキャンセルの事態について、事業者が契約書の整備や対応の整備をするに当たって、消費者契約法第10条や第9条第1号に照らして問題のある対応が行われられないようなガイドライン的な解釈基準を消費者庁から示すことは考えられないのか。もちろん民民の問題だということは承知しているのですが、消費者契約法自体、消費者庁の所轄の法令でございますので、解釈を示すことは解説書などでも行っていることですので、例えば、事業者が給付をしないと、給付を拒絶するような事態について、消費者に前払金を返還しない対応はアウトではないかと思っておりますので、そういった基準を示唆していくことは考えられないのかという点が第4点です。

以上でございます。

○片山委員長代理 ありがとうございます。

内藤課長から、お答えをお願いいたします。

○消費者庁内藤消費者政策課長 ありがとうございます。

大石委員から、カーボンニュートラルの関係で御指摘をいただいております。まず、環境省の具体的な取組として「COOL CHOICE」しかないのではないかと、他の取組についてどうなっているのかという御質問であったかと思っております。併せまして、関係省庁として経産省あるいは国土交通省も関係してくるのではないかとということで、その辺りの関係省庁も追記するとともに、KPIを入れてはどうかという御指摘をいただいております。カーボンニュートラルの件につきましては、昨年秋以降、取組が加速をしているところでございまして、昨年末に経産省からカーボンニュートラルの取組などを示されておりますけれども、目標が2050年ということで、現状は消費者の意識の醸成のフェーズにあると思っております。経産省の取組についても、いわゆる各産業セクターにおける取組を加速させるための記載が盛り込まれていたと承知しております。そういう意味で、現在取組が始まったところでございますので、現状のこのタイミングで工程表にその取組内容を記載するのは、タイミング的にはまだ早いのではないかとと思っておりますが、いずれにしましても、御指摘いただいた関係省庁には確認をさせていただきたいと思っております。

続きまして、丸山委員から4点いただいております。

1点目、いわゆるネット上の適切ではない振る舞いですね。デフォルトが定期購入に指定されているような通称「ダークパターン」と言われているものについては、世界的に問題提起をされているということで、調査等を行わないのかということですが、結論から言いますと、こちらは日本主導で調査を行っております。消費者庁がOECDに拠出したファンドにより今年の2月からリサーチがスタートしております。ダークパターンやデジタル時代の消費者のぜい弱性について調査を2月より開始し、今月にはオンラインで会議を開いて、状況を関係各国で共有することになっているところでございまして、調査結果につきましては、今後、国内の関係法令にも必要に応じて反映されていくものと考えております。

続きまして、ターゲティング広告への対応についてでございます。デジタル広告につきましては、いわゆるBtoBの関係で、プラットフォーム透明化法の適用に関して現在検討されているところでございます。アフィリエイト広告の関係で私どもも実態調査をしているところでございます。その調査結果などを踏まえて、今後、必要な措置を取っていくことになろうかと思っております。

3点目、特商法のKPIについて、相談件数、アンケート調査等、何か書き込めないかということでございました。こちらは結果についてはある程度示せるのですが、いわゆる執行に直接関係しそうな部分については明記が難しいことを御理解いただきたく存じます。

4点目、コロナ禍におけるキャンセル問題の関係でございます。こちら、いわゆる事業者サイドの契約者あるいは利用規約の整備の際のガイドラインが示せないかということでございました。本件については個別具体的な状況によって変わってくるものでございます。委員に御指摘いただいたように、基本的には民民で対応すべきものでございますので、一律のガイドラインを示すのは法律の性格上も難しいのではないかと考えております。

私からは、以上でございます。

○片山委員長代理 ありがとうございます。

大石委員、丸山委員、よろしいでしょうか。

○大石委員 ありがとうございます。

大石です。

御検討いただけるということで、是非よろしく願いいたします。

私からは、以上です。

○片山委員長代理 丸山委員も、よろしいでしょうか。

○丸山委員 取りあえずは、はい。

○片山委員長代理 ありがとうございます。

新川委員から御質問と御意見があるということですので、新川委員、よろしく願いいたします。

○新川委員 新川です。ありがとうございます。

今回の計画の改定につきましては、コロナ感染症の流行下、また、デジタル化について対応していただいている、大きな方向付けとしては理解をしておりますし、また、社会経済情勢の変化、特に消費者行政のこのところの課題にも応える形になっていて、そこは一定の評価ができるのではないかと考えております。

ただ、その中で、既に御発言の中でもありましたけれども、特に巣籠もり消費や新しい生活様式に関わる場所はせっかく基本計画の中でも大きく改正をうたっていただいているところでありましたけれども、これについて工程表のレベルでもう少し具体的にアクションができないだろうかということで、少し質問と意見をさせていただきたいと思います。

1点目は、工程表で言いますと消費者教育に関わる場所、IV-8からIV-14辺りでしょうか。文科省を中心にした学校教育の中で、確かにデジタル化については触れられているのですが、この巣籠もり型の新しい消費の在り方で、ポストコロナを見据えたときに、こうしたeコマースを中心にした消費生活が大きく国民生活の中に入り込んでくることを考えますと、こういう側面についての学校教育レベルからの準備も重要ではないかと考えております。どうなっているのかなと思って見ていたのですが、そのところは必ずしも明確な御方針がまだ出ていないということなのかもしれませんが、気になった点があります。見落とししているとすれば御指摘いただければというものが1点目です。

同じく、IV-15からIV-18のところ、消費者教育全般につきましても、具体的にこういう巣籠もりをどういうふうこれから消費者教育の中に入れ込んでいくのか、全体の考え方はあるのですが、具体的な方策はなかなか出にくいということはあるのかもしれませんが、この辺りはむしろ検討を早急に始めるべきではないかということで、2点目、質問と意見という形で申し上げたいと思います。

3点目は、特に新未来創造戦略本部に関わることでございます。V-11以下でしょうか。先ほど丸山委員からも御指摘がありましたけれども、特に国際的な連携ということ

で、こうしたコロナ禍での消費行動についても既に様々な研究等が進んでいますけれども、むしろこういう感染症下での消費生活について世界と問題を共有していく、その中で新たな解決を目指していくというのは、この新戦略本部の大きな役割ではないか。そのところは若干具体性に欠けている気がしましたので、もしも私の読み方が足りないのであればそういうふうに御指摘いただければと思っております。

併せて、もう一点、新戦略本部に関わりましては、こうした巣籠もり消費に関わって、せっかくのこういう地域と密着をした新戦略本部を設けることができたことのメリット、言わば新しい日常の中での巣籠もり型消費についてその課題を発見していくという点でも、こうした新戦略本部の役割は大きいのではないかとと思っております。この辺りは、具体的に少し方向が見えたほうが良いのではないかと思ったものですから、この点についていかがかという質問、また、反面は意見を申し上げたいと思います。

大きな5点目になろうかとも思いますが、地方消費者行政について強化作戦をしっかりとやっただけでいることになろうかと思っておりますけれども、その中で少し気になりますのは、地方消費者行政に関わって、デジタル化までは書かれているのですが、巣籠もり消費に関わってはなかなか言及がしにくいのかもしれませんけれども、この辺りをどういうふうに位置付けられているのかが気に掛かりました。それは、V-20あるいはその後の消費者の見守りのところ、特に高齢者対策等々も含めて、消費生活の様相も大きく変わっております。この辺り、地域に根差してどう対策を考えていくのかということも今後の大きな課題ですし、同時に既に幾つか具体的な解決策も出てきているところもございます。意見として申し上げさせていただきたい点でございます。

多岐にわたって恐縮ですが、以上でございます。

○片山委員長代理 すみません。新川委員、最後のところの質問だけ少し切れてしまったのですが、もう一度だけお願いできますか。

○新川委員 最後のところは、地方消費者行政に関わって、特に見守りのところについては、V-24、V-25に関わって、巣籠もりについて、あるいは、そういう新しい消費生活の様式に対応した見守り体制やそこでの工夫が、今、現場では検討されていますけれども、むしろ、本計画、その工程表の中でも全国的にそうした視点から対策が進められるべきではないかということで、この辺りが含まれているということであればそうした観点があるということの御回答、まだこれからということであれば御意見として申し上げておきたいということでございます。

聞こえましたでしょうか。

○片山委員長代理 はい。ありがとうございました。

内藤課長、お願いいたします。

○消費者庁内藤消費者政策課長 ありがとうございます。

新川委員から、大きく5点いただいていたかと思えます。

まず、1点目でございます。デジタル化あるいはポストコロナを踏まえた学校教育につ

いて、その対応状況あるいは準備を加速すべきではないかというコメントをいただいております。文科省では、デジタル教科書の制度整備などもやっていたかと存じますけれども、ここでは消費者庁の取組を御紹介させていただきたいと思っております。昨年の秋から有識者会議を開催しております、ポストコロナやデジタル化を踏まえたデジタル教材の開発をスタートしているところでございます。こちらについては、学生さんに1人1台タブレット端末を配付し、遠隔で授業ができるようにする動きを先取りいたしまして消費者教育についてデジタルツールを使って実施するためのデジタル教材の開発について、できれば今年度中に実証実験を実施し、完成までこぎ着けたいと考えております。

関連で、新川委員から、消費者教育全般について巢籠もり需要等々をどう具体的な取組として入れ込んでいくのかということでもございました。こちら、デジタル教材の文脈で、先ほど申し上げたのは高校生向けのデジタル教材の取組でございますが、併せて、同じ有識者会議におきまして、大学生、社会人向けに、eラーニングで消費者教育を実施できないか、そのための教材開発及び実証実験の取組をスタートしてございます。特に社会人向けの消費者教育については、社員研修で取り上げていただくことが現在難しい状況にございます。各企業あるいは企業事務所の人事の方と相談をして、まず、消費者教育に対応したデジタル教材を社員研修で使っていただく、実際に実証実験をさせていただくというところから横展開を図るべく取組をスタートしたところでございます。

徳島の新未来戦略創造本部の関係で御指摘をいただきました。まず、徳島の関係の1つ目でございます。連携も含めて国際的な取組をもう少し進める必要があるのではないかと御指摘をいただいております。コロナ禍ですのではなかなか進んでいないところではございますけれども、先月、ASEAN諸国の消費者行政の方とオンラインでつなぎまして、国際フォーラムを開催しております。その中で、消費生活相談の在り方等々、情報交換をしているところでございまして、まだその辺りは工程表には十分に反映はできておりませんが、こうしたことについても、できるだけ記載を充実するとともに、引き続き国際連携の強化について徳島を中心に進めてまいりたいと思っております。

4点目、これも徳島関係でございますけれども、巢籠もり消費の中で、いわゆる地域密着型の戦略本部の特性を踏まえ、ポストコロナの課題を発見する役割を戦略本部で果たすべきではないかという御指摘、激励であったかと思っております。実証フィールドを徳島にするということについては、これまでも、例えば、買物弱者の調査研究などについては徳島でやらせていただいているところでございます。ポストコロナに対応した実証というところまでまだいっておらず、現在は、コロナ禍における消費行動について調査をしている段階ではございますけれども、今後、もう少し落ち着いてきた段階で、そういうポストコロナにおける具体的な実際の消費行動についてのプロジェクトもできれば進めていきたいと思っております。

新川委員の5点目でございます。地方強化作戦の中で、デジタル対応、コロナ対応をもう少ししっかりやっていく必要があるのではないかと、特に見守りの関係の対策・工夫が必

要ではないかといった御質問、御意見をいただいていたかと思えます。御指摘のとおり、工程表上はその辺りが十分に反映されてございませんので、持ち帰って担当課と調整をさせていただきたいと思っております。いわゆる見守りネットワークの運用については、現状、コロナ禍において非常に悩ましい状況でございます。私どもとしては、例えば、タブレットを現場に配ってそれを活用していただくような取組も進めているわけですが、見守り自体はできるだけ身近に接して消費者の方に無用の被害等トラブルが生じていないかを確認することが目的であり、どうあるべきか明確な解が見いだせていない状況でございます。御意見も踏まえて、今後の対策をしっかりと検討してまいりたいと思えます。

私からは、以上でございます。

○片山委員長代理 ありがとうございます。

清水委員から御発言がありますということですので、よろしくをお願いします。

○清水委員 ありがとうございます。

先ほどの丸山委員のキャンセル問題に戻って、申し訳ありません。コロナ禍の相談で、本当に悩ましいのは、今、消費者の皆さんが孤立化していること、また、いらいらしている、我慢の限界と、やむを得ないことなのですが、今まで経験したことがないような状態になっています。また、事業者の皆様も、事業を継続するということが大変な御苦勞をされていることは分かるのですが、今、キャンセル料を当てにした営業が目立っています。例えば、投資マンションの不動産取引、投資マンションだけでなく、マンション、住宅、居住用もしかりです。美容外科、美容医療も、付け込み型の営業があります。このような事案では、全て契約書が民法レベルで作られています。先ほど丸山先生が言われたように、消契法第10条、第9条第1号とかの理解のない事業者は非常に多いです。もちろん業界団体に入っている事業者や消費者志向経営をしている事業者は問題がないのですが、事業者も今は格差が出ていますので、契約書に書いてあるから問題がないのだとあっせんに応じない、ひどい場合は売買価格を超える損害賠償という美容外科もあります。私たちはもちろん契約書に書かれていたとしても説明不足や適合性において何とか減額交渉をするという形を取っているのですが、非常に業態が幅広くて悩ましい。先ほど消費者庁の課長が言われたとおりなのですが、できれば事業者に対しガイドライン的なものができたら良いなど、私も現場から思うところです。よろしくをお願いします。

○片山委員長代理 ありがとうございます。

内藤課長から何か御意見はいただけますでしょうか。

○消費者庁内藤消費者政策課長 ありがとうございます。

清水委員がおっしゃったことはそのとおりでございます。最後の事業者のガイドラインの部分については、私どもから強制するのはなかなか難しいわけですが、何かの折にそういう事業者の方が来られたときには、事業者団体を組成して、その上で一定のルールを団体で決めていただきたいということをお願いしているところでございます。特に最近いろいろなトラブルが報道されるようなサービスについては、私どもと積極的に意見

交換をしてお見えになることも出てまいりましたので、好事例の取組をできるだけ発信することによって、それ以外の業界セクターにも同様の取組が進んでいくようにもう少し工夫をしてみたいと思います。

○清水委員 よろしく申し上げます。ありがとうございます。

○片山委員長代理 ありがとうございます。

他に、委員の皆さんには御意見や御質問等はございませんでしょうか。

ありがとうございました。

私からも、1点だけ、意見というか、皆さんの御意見を聞いていて、デジタル化に対応した消費者教育の推進は、ある意味、今までとは全く違った観点からの教育内容あるいは教育の進め方といろいろな問題が出てきているのではないかということを感じました。そういう言わば新しい消費者教育のスタートの段階にもなりますので、工程表の中にもできるだけ具体的に、1点、気になるのは、デジタル技術あるいはデジタルリテラシーの推進教育も大事ですけども、もともとの基本になる消費者教育と言いますか、消費者が取引について理解をしておくべき知識やトラブルの実態や背景もきちんと学ぶ必要がある。そういうことも含めて、今後の消費者教育の在り方をきちんとくまなく工程表の中に是非盛り込んでいただきたいと思います。よろしく願いいたします。

それでは、本日の皆様からの御意見を踏まえて、消費者委員会としては、今後、意見のたたき台をまとめていきたいと思えます。

消費者庁におかれましては、お忙しい中、長時間、審議に御協力いただきまして、御丁寧な御回答いただき、ありがとうございます。お世話になりました。

○消費者庁内藤消費者政策課長 どうもありがとうございます。

○片山委員長代理 この問題については、ここまでいたします。

(消費者庁消費者政策課退室)

《4. その他》

○片山委員長代理 次に、議題のその他といたしまして、新開発食品調査部会から報告事項がございます。

受田部会長から、御報告をお願いしたいと思います。

よろしく願いいたします。

○受田委員 ありがとうございます。

それでは、特定保健用食品の表示許可に係る答申について、私から御報告させていただきます。

令和2年12月8日に開催しました第55回新開発食品調査部会の議決について、新開発食品調査部会設置運営規程第7条に基づき、委員長の同意を得て委員会の議決とし、令和3

年3月12日付けで内閣総理大臣へ答申を行いました。

参考資料1の答申書を御覧ください。内閣総理大臣より諮問を受け、第55回新開発食品調査部会において、安全性及び効果について審議を行った結果、指摘事項を確認の上、了承することが部会長に一任され、申請者からの回答書を確認し、特定保健用食品として認めることといたしました。

私からの報告は、以上でございます。

○片山委員長代理 受田部会長、ありがとうございました。

《5. 閉会》

○片山委員長代理 本日の議題は、以上になります。

最後に、事務局より、今後の予定について御説明をお願いいたします。

○太田参事官 本日も、長時間にわたりまして、御熱心に御議論いただきまして、ありがとうございました。

次回の本会議につきましては、日程が決まり次第、委員会のホームページを通じてお知らせいたします。

以上でございます。

○片山委員長代理 どうもありがとうございました。

本日は、これにて閉会とさせていただきます。

お忙しいところ、お集まりいただきまして、ありがとうございました。