

今後の調査審議の進め方

1. 調査審議の目的

現在、消費者には、消費者被害に関する情報や消費者トラブルの未然防止に役立つ情報等を様々な方法で届けている。しかし、消費生活相談件数は年間 90～100 万件程度で推移するなど依然消費者トラブルは発生しており、消費者が安全安心で豊かな消費生活を送る上では、これまでの情報提供に加えて新たな情報提供の在り方を検討することも必要であると考えられる。

近年、SDGs の意識の高まりもあり、地域への貢献活動の一環として、事業者が本業に関わる情報提供だけでなく本業以外の情報についても消費者に提供する動きが生じている。例えば、福祉や防犯等の分野では、事業者の店舗や配達網等のインフラを情報提供の「場」として活用し、事業者が自らの顧客である消費者に向けて、被害防止に役立つ情報を提供する取組を行っている。

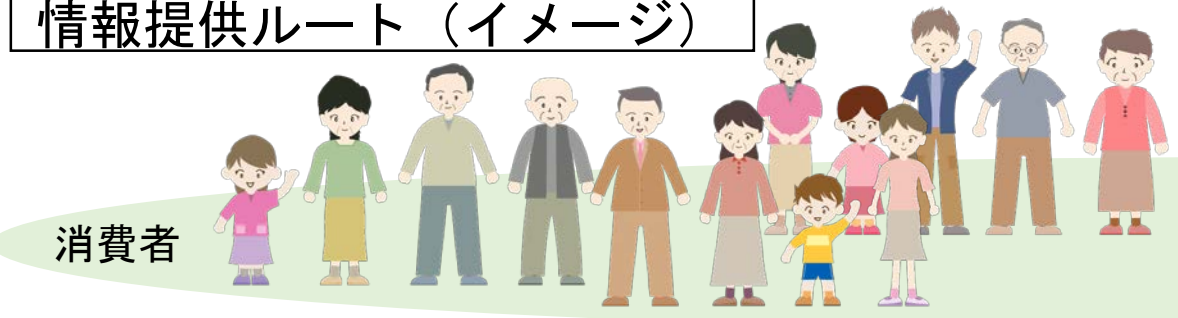
このような事業者の取組において、消費者行政においても事業者と連携し、消費者に情報を届ける新たなルートとして活用していくことが望まれる。

そこで、今回、事業者による情報提供の「場」の事例を収集し、消費者関連情報の提供において事業者との連携の在り方について検討を行い、消費者庁をはじめとした情報提供の取組推進に資する審議を行う。

2. スケジュール

日程	議題等
令和 3 年 2 月	○開会 ○現在の広報等について有識者ヒアリング ○今後の進め方
3 月～4 月頃	○事業者等からヒアリング
5 月～7 月頃	○関係行政機関等からヒアリング ○取りまとめに向けた検討

事業者の「場」を活用した 情報提供ルート（イメージ）



消費者



顧客

消費者庁等から消費者への情報提供

- ・報道発表（テレビ・新聞・ネットニュース等）
- ・ウェブサイト、SNS
- ・政府インターネットテレビ
- ・チラシ配布、ポスター掲示
- ・消費者向け啓発講座 など

自社インフラを情報提供の「場」として活用、自社事業と必ずしも関係ないが顧客のためになる情報を提供
※人と人が接する「場所」に限らず、ツール（デジタル・非デジタル）の形も想定。

自社事業と関連のある消費者関連情報の提供

- ・報道発表
- ・ウェブサイト、SNS
- ・チラシ配布
- ・顧客リストの活用 など

地方公共団体

消費者団体

消費生活センター

連携

事業者の
情報提供の「場」



今回検討する
新たな情報提供
ルート

分野ごとの
関係機関や民間団体等

事業者