

報告書骨子（案）

令和3年6月24日

はじめに

- ・消費者への情報提供は行われているものの、情報が消費者に届いていなかったり、消費者自身が自分事として受け止めていない等、被害を減らすには課題もある。
- ・国や地方公共団体は現状でも消費者関連情報の発信を様々なルートで行っている。そのルートの一つとして、事業者を経由した消費者関連情報の発信を行っているが、一層の取組が期待される。
- ・一方、事業者においては、SDGs等を背景に、行政から依頼される形式ではなく、地域や社会へ貢献するために自主的に二次情報を発信している事業者が現れている。
- ・また、地方公共団体においても、地域や社会へ貢献しようとするこのような事業者の力を活かそうとする“共創”“公民戦略連携”といった取組も増加している。
- ・しかし、事業者や地方公共団体のこのような新たな取組において、消費者関連情報はあまり活用されていない。
- ・本報告書では、今後さらなる推進が期待されている事業者経由での消費者関連情報発信について、事業者や地方公共団体の取組を紹介すると共に、そのような事業者において消費者関連情報を活用してもらうための方策について検討を行い、目指すべき姿とその対応策を示す。
- ・今後、消費者市民社会の担い手としての役割が一層期待される事業者を支援し、事業者と連携した消費者関連情報の提供体制が構築・整備され、消費者被害防止に向けた公民連携体制が、さらに充実・強化されたものとなることを期待する。

第1 消費者への情報発信の現状

1 行政の取組状況

- ・消費者庁等の情報発信の取組の現状。
- 2 行政による事業者経由の消費者関連情報発信の現状
 - ・事業者への働きかけの現状。
 - ・代表的な取組（見守りネットワーク等を活用した情報提供等）

3 取組事例

- ・ヒアリング事例。

徳島県

第2 事業者による地域や社会に貢献する自主的な情報発信の取組

1 事業者による地域や社会に貢献する自主的な取組の広がり

- ・行政からの依頼に応じた従来の情報発信方法とは異なる新しい取組の発現。

2 事業者の自主的な情報発信の取組における消費者関連情報の活用状況

- ・事業者の自主的な情報発信の取組において、福祉や防犯分野の情報に比べて消費者関連情報の利用は少ない。

3 取組事例

- ・ヒアリング事例。

イトーヨーカ堂、ヤマトHD、日本生活協同組合連合会・エフコープ、トヨタ自動車、ファミリーマート、大和リース、京都信用金庫、高知銀行

第3 地方公共団体における事業者との新たな連携の取組

1 共創や公民戦略連携

- ・地域や社会に貢献しようとする事業者の活力を活かすため、事業者を支援し事業者と連携しようとする地方公共団体の発現。これを背景とした、公共事業とは異なる新たな官民連携方法の取組。

2 共創や公民戦略連携における消費者関連情報の活用状況

- ・地方公共団体における共創や公民戦略連携の取組において、消費者関連情報の利用は少ない。

3 取組事例

- ・ヒアリング事例。

横浜市、大阪府

第4 事業者を経由した消費者関連情報提供策の検討

1 ヒアリング結果の分析

- ・事業者による地域や社会に貢献する自主的な情報発信は、様々なかたちで行われている。店舗や配送網等の自社資産をフル活用したもの、全国的に取組を行っているもの、経営トップの強いリーダーシップにより実施しているもの、単なる地域・社会貢献から一歩進めて事業化しているもの、地域の販売店等の地域・社会貢献活動の支援策として行っているもの、他。
- ・今回ヒアリングした事業者に共通しているのは、地域・社会貢献に繋がり顧客・住民・消費者等に有益な情報であれば、積極的に自らの取組で提供したいと考えているということ。
- ・しかし、生協等一部の事業者を除いて、このような事業者のほとんどが自らの取組の場において消費者関連情報を活用しておらず、それは事業者が自主的に有益な情報を選び、加工し、使用することは難しいため。実際、他の福祉や防犯等と比べて消費者関連情報が活用されている例は少ない。
- ・このような取組を行う事業者にとっては、地域・社会貢献に繋がり顧客・住民・消費者等に有益だと思われる情報が増え、自らの取組の場で使えることは望ましく、消費者関連情報も十分活用してもらえる可能性がある。消費者関連情報を活用してもらうためには、事業者の取組の場に合った情報を、事業者になるべく負担がかからない方法で提供することが必要。

- ・ 地方公共団体の共創や公民戦略連携の取組は、消費者行政においても活用が期待される。
 - 2 自主的な情報発信の取組を行う事業者と消費者行政が連携するメリット
 - ・ 消費者のメリット、行政のメリット、事業者のメリット
 - 3 検討の視点
 - ・ 行政が届けたい情報と事業者が地域や社会で貢献する自主的な取組で使いたい情報は異なる。
 - 4 事業者を経由した消費者関連情報提供モデルの検討
 - (1) 事業者と行政の「対話による」情報提供の必要性やメリット
 - (2) “共創型” 情報提供モデル
 - ・ モデルの説明
 - ・ モデルのバリエーション
 - 早期実現モデル、将来目指すモデル 他
 - (3) 共創や公民戦略連携の活用
 - (4) モデルの活用例
 - ① コンテンツの例
 - ② モデルの活用例
 - 小売業、生協や宅配業、金融機関
 - 5 目指すべき姿の実現に向けた対応策
 - ・ 各モデルにおける必要な役割や対応体制の提案。
 - 消費者庁、国民生活センター、地方公共団体、消費者団体等
- 第5 事業者による自主的かつ持続可能な消費者関連情報提供に向けた環境整備
- 1 環境整備の必要性
 - ・ どのような施策や体制作りが必要か（方向性）。
 - 2 事業者への消費者教育推進の必要性・メリット
 - (1) 取組事例（ヒアリング事例）
 - トヨタ自動車
 - (2) 事例まとめ
 - ・ 経営層のメリット、従業員のメリット。
 - (3) 事業者への消費者教育推進の必要性・メリット
 - 3 事業者の取組を応援する仕組みの必要性
 - ・ 消費者志向経営優良事例表彰
 - ・ その他
 - 4 目指すべき姿の実現に向けた対応策

おわりに