

消費者委員会
委員長 鹿野 菜穂子 殿

(公社) 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

次期消費者基本計画における重点課題

～消費者委員会に期待すること～

1. 生命・身体の安全

(1) 製品安全4法の見直し

インターネットモール等を通じ、特に海外事業者が国内の輸入事業者を介さずに、直接国内の消費者に消費生活用製品を販売する機会が増大しています。こうした流通形態では、製品安全4法上の義務を果たす製造・輸入事業者が国内に存在しないため、国内の事業者であれば履行される義務が履行されず、また、事故が生じた製品の回収等が行われないことにより、国内の消費者の生命又は身体の安全の確保が困難となる事態になっています。製品安全4法の見直しを進めてください。

(2) 製造物責任法の改正

製造物責任法は施行（1995年）から30年経ちますが、民法改正に伴う一部改正を除き改正の動きがありません。欧州ではデジタル化・グリーン化に対応するため一般製品安全規則（GPSR）が2023年5月に公布されました。消費者庁国際消費者政策研究センターによる2023年7月の「製品事故救済に係る民事法制に関する国際研究」プログレッシブ・レポートに言及されたソフトウェアに関する問題も含め、社会情勢に合わせた改正が求められます。

(3) 子どもの事故防止

子ども家庭庁の創設により、一部同庁に業務が移管されましたが、子どもの事故情報の収集や、それに基づく注意喚起は引き続き消費者庁が担当しています。マグネットセットと吸水性玩具は規制されましたが、これから新たなリスクが顕在化する可能性があります。乳児・幼児の痛ましい事故を防止するための業務の強化が望まれます。

2. 食の安全

(1) 「健康食品」広告の適正化

消費者の健康に対する関心が高まり、「健康食品」の利用が増えています。様々な情報が氾濫し、偏った食生活を導く不適正な情報や非科学的な情報も多く、健康被害や経済的被害などの問題も発生しています。健全な食生活を実践するため、消費者が正しい知識を持ち、あふれる情報に惑わされず、商品を見分ける力を持つことが必要です。啓発の推進とともに、広告ガイドラインの見直しを望みます。

(2) 「新しい食品」の食品表示及び食品トレーサビリティの必要性

近年、SDGsの取組の一環として植物肉や昆虫食がクローズアップされています。昆虫食に関して、昆虫は甲殻類と似た性質を持ちアレルギーがある人には注意が必要ですが、現在は、昆虫は特定原材料ではないので義務表示ではありません。類似の食品として義務化することが必要ではないでしょうか。また、培養肉など「新しい食品」が

販売される可能性もあり、消費者が生産地や原材料・製造方法などを知ることができるよう、あらゆる食品についてトレーサビリティが推進されることを望みます。

3. ネット社会やデジタル化、キャッシュレス化への対応

(1) SNS による勧誘に対する法規制を

消費者委員会がすでに建議されていることですが、いまだに SNS による勧誘に対し、通信販売である規定の適用があるにとどまっています。相談現場では、従来からの電話勧誘や訪問販売の類型より、SNS を通じた勧誘による相談事例が後を絶たず、将来的に見てもこうした勧誘が主流になることは自明です。今後も粘り強く、SNS による勧誘に対する特商法での法規制を建議してください。

(2) 取引 DPF 消費者保護法の見直しを

同法の対象は B2C のオンラインショップに限られています。電子商取引は多様化しており、マッチング型、非マッチング型いずれの商取引でも DPF が介在する取引が増え、日本の消費者相手の取引はボーダーレス化が進んでいます。ボーダーレスは一度トラブルになると解決困難です。同法 2 条にある適用範囲を広げ、保護の充実の検討をお願いします。

(3) デジタル広告の安全性の確保に向けて

商品が届かない等のネット通販での詐欺的被害は、ターゲティング広告、リスティング広告から誘導されたものが多いと相談現場で感じています。国際的にみても日本はネット広告による詐欺被害が多いと聞いています。ネット広告の安全性を高める有用なツールの一つとしてアドベリフィケーションがありますが、経済的負担等の理由から日本では普及していません。欧米と日本では広告主と代理店との取引関係や体制面において異なる側面が指摘されています。行政の施策で、デジタル広告の安全性向上について本腰を入れて取り組んでいただくことを要望します。

(4) 多様化するキャッシュレス決済と横断的な消費者保護規制の必要性

キャッシュレス決済手段の多様化が進んでいますが、消費者保護のための法規制がないだけでなく、自主規制さえも行われていないものがあります。一般の消費者に法規制を理解して決済方法を選択することを求めることは現実的ではありません。横断的な消費者保護規制を検討してください。

キャッシュレス決済手段の中でも、若年者の利用が増えている BNPL は、分割払いではなく 2 月以内の後払いであるため、割賦販売法の適用がありません。トラブルへの対応や加盟店調査が不十分なものもあり、消費者のリスクは大きいと言えます。

4. 社会環境の変化に対応した消費者教育

(1) デジタルリテラシーやメディアリテラシーの必要性

キャッシュレスの進展やポイ活により、青少年の貨幣価値に対する意識が低下しているように見受けられます。実際、中学生でも、フリマアプリで商品を転売して差益で小遣いを生み出している子供も出てきています。キャッシュレスに対する金銭教育をデジタルリテラシーの教育と一体化して充実させることが必要であり、消費者教育の一環として対応することが期待されます。

また、生成 AI によるフェイクニュースの問題への対応が急務となっています。欧米では、小学生の段階から、情報を疑ってみるといったメディアリテラシー教育が行われて

いると聞いています。日本でも対策を急ぐべきであり、学校教育においてはもちろんですが、日本においては大人もメディアリテラシー教育の経験がないことから、消費者教育において実施していくことが急がれます。

(3)消費者教育は省庁を超えた連携が必要

様々な省庁が国民（消費者）に向けて教育機会の提供を行っていますが、連携が不十分であるため、税金の使い方としても、教育の受け手である消費者の時間を使うという点でも効率的とは言えません。相互の会議にオブザーバー参加する程度の連携ではなく、具体的な連携を促し、その効果を検証する役割を消費者委員会に期待します。今春、金融経済教育推進機構（新機構）を発足しますが、金融教育と消費者教育の重なりは大きく、別々に動くことは非効率的です。また、新機構で行われる教育は、国民の安定的な資産形成の支援を主眼としていますが、国民の中には資産形成に至る前に躓いてしまっている国民もいます。こうした国民の存在にも目を配り、誰一人取り残さない金融教育・金融分野の消費者教育となるよう、消費者行政が関与していくことが期待されるとともに、こうした仕組みづくりが消費者委員会に期待されます。

5. 持続可能な社会の実現に向けた施策の強化

(1)グリーンウォッシュの防止

現行の景品表示法では環境表示の基準が不明確であり、企業は具体的な行動を取りにくく、結果として消費者に誤解を招く「グリーンウォッシュ」が増えています。欧米では、消費者保護や公正なビジネスのために、厳格なグリーンウォッシュ防止政策が採用され、違反には厳罰が科されています。日本の景品表示法は、環境広告に関する規制が不十分であり、改善が必要です。景品表示法を活用し、世界水準に合った具体的な政策を採用して、グリーンウォッシュ防止政策を打ち出すことを求めます。

(2)循環経済への移行に伴う新たな消費者問題への対応

循環経済（サーキュラー・エコノミー）への移行が求められています。そのためには、所有から利用へ、新品から中古品/修理品へといった消費者の選択の変化、行動変容が必要であるとともに、新たな消費者問題へのプロアクティブな対応を備えておくことが必要と考えます。例えば、サブスク、シェアリング、リユース、レンタル、リファービッシュ、リサイクル、修理等における消費者トラブルの増加は避けられないでしょう。製品安全法の改正等、こうした新たな消費者問題への対応が必要になってくると考えます。

(3)脱炭素社会に向けた家庭部門の取り組みの検証と推進策の検討

2050年カーボンニュートラルや2030年度半減などの目標実現に向け、家庭部門も2030年に2013年比66%削減と短期間での大幅な温室効果ガスの削減が求められています。環境省が中心となって「デコ活（脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動）」が進めていますが、家庭部門での進捗状況や推進策の妥当性について、消費者行政の側からもチェックしていく必要があります。

6. 成年年齢引き下げの検証と、特例措置の検討を

令和5年版消費者白書にも記載されている通り、18歳、19歳による「脱毛エステ」「副業紹介」などの相談が多くなっており、被害も高額化しています。そんな中、相談現場では、18歳、19歳の女性による「ホストクラブ」の事例が増えてきています。

成年でも飲酒・喫煙のできないこの年齢層が、「ホストクラブ」で高額な酒類の契約をさせられ、ホストから高額な売掛金を請求され、借金漬けになる事例もあります。さらには、借金を返金する目的での風俗店勤務の強要なども耳にします。こうした、18歳、19歳への酒類販売店での契約等に関し、未成年に準じた特例措置などを設けることの検討を提案いたします。

7. 地方消費者行政の充実に向けて

(1) 自治体間格差の是正

消費者行政の自治体間格差が広がっています。一因として、現行の消費者行政が、その基本を市区町村とするという建て付けになっていることがあるのではないのでしょうか。市区町村によっては、消費者行政に理解のある首長や議会もありますが、そもそも予算規模が小さく、消費者行政の重要性の理解にもばらつきがあるように思います。少子高齢化が進み、自治体の中には消滅が危惧されるところも出てきています。消費者行政を、その基本的在り方から見直す時期にきており、それができるのは消費者委員会以外にないと考えます。

(2) 消費者安全法の見直しで、消費生活相談の在り方のDX化を

消費生活相談員の不足が言われていますが、一因として、消費者安全法8条で都道府県と市町村の消費生活相談を分けている点があると考えます。少人数で効率よく回せるようにするため、各自治体の事務を分散させず、例えば、都道府県に相談員を集中し、テクノロジーを取り入れ、各市町村の窓口では来所者をWeb会議システムを利用して遠隔で相談を受けられるようにする等すれば、相談員が不足していても、全国どこでも同じレベルの相談を受けられる仕組みをつくるのが可能です。PIO-NETの更新等ではこの問題は解決できません。根本のところ、すなわち消費者安全法の改正を視野に入れて解決方法を検討していただくことを要望します。その際、消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）との連携方法も検討していただくことも要望します。

(3) 消費生活相談員資格試験制度の見直し

消費生活相談員の不足の要因として、消費生活相談員資格の保有者が増えないこともあげられます。相談員資格取得の方法として、国民生活センターの実施する消費生活相談員資格試験か、日本産業協会の実施する消費生活アドバイザー試験を受験することになりますが、試験会場が大都市にしか設置されないため、地方の住民は、受験地に赴くための経済的負担が大きすぎ、受験しない状況にあるようです。コロナ禍を経て、大学の試験や企業の採用ではオンライン試験が利用されるようになってきました。オンライン試験の実施を阻む理由は、地方の受験者に大きな経済的負担を強いる程に重大なものなのでしょうか。全国どこからでも受験できる方法を模索すべきです。また、試験の内容についても見直しが必要ではないのでしょうか。法律の知識はもちろん必要ですが、現場でOJTで学べることも多いのではないのでしょうか。時代が求める相談員像を見直し、試験の内容についても見直すことを、消費者委員会でリードしていただくことを要望します。

以上