

第5期消費者基本計画の策定に向けた有識者懇談会（第2回）における 主なコメント

1. 消費者法制度について

- ・ 消費者契約法、特定商取引法、消費者関連法の抜本的改正を進めてほしい。特にマルチ取引の規制強化を進めてほしい。
- ・ 消費者安全における3ステップメソッドのような方法を、消費者取引における法制度設計にも使えないか。
- ・ 「実効性の高い」という言葉もいろいろな意味がある。100%執行できなければ立法はしないというのではなく、実験的にやってみることが必要。

2. 悪質事業者への対応について

- ・ 相談現場では、特商法による解決ができない場面が多く発生しており、対応が後手に回っている。デジタル化によって消費者被害の発生・拡大のスピードが増していることから、悪質事業者に絞った対応が必要と考えている。
- ・ 近年では起業する人が増え、消費者関連法への知識がないために消費者トラブルを生んでしまう事業者が増えていると感じる。そのため、広告や表示、契約のルールなどに関する十分な知識を、事業者に対して教育できる仕組みづくりが必要。

3. 消費者と事業者の協働、消費者志向経営について

- ・ 消費者の安全安心は、企業活動の前提条件である。生産と消費の好循環を持続可能なものにするために、企業は安心安全で価値の高いサステナブルな商品・サービスを提供し、消費者がそれを共感や応援をしていくことが重要。こうした消費者と企業との連携・協働が、生産と消費の好循環を持続可能なものとする。
- ・ 企業や業界団体等を中心に、地方自治体を巻き込みながら、多様な主体による連携・協働の形が、理想的な形になるのではないか。特に、消費者の参加が鍵となる。
- ・ 消費者と事業者の協働に当たっては、互いにコミュニケーションを取っていくことが重要。そうしたコミュニケーションを妨げる一つの要素として、事業者の情報提供の不足やカスタマーハラスメントのような状況があるのではないか。
- ・ 消費者志向経営について、要素は各所にちりばめられているものの、直接的に書かれていない。色々な箇所で記載し、重要な概念であることを共有して行ってほしい。
- ・ 消費者志向経営は、とても重要な概念。悪質事業者への対応を強化するために包括的規制を入れたとしても、消費者経営志向にとってはむしろプラスになる形で、柔軟な法制強化をする必要がある。

4. 消費者教育、消費者力の向上について

- ・ 国における消費者教育の推進に向けて、地方消費者行政への支援も鍵になる。消費者教育コーディネーターの役割や位置付けの明確化、消費者の特性に適合した金融

経済教育の実施、国による各省庁横断的な消費者教育の推進が必要。被害に遭わないための消費者教育だけでなく、エシカル消費の推進含め、インフラ機能としての消費者力の養成が求められる。

- ・ 「学校における消費者教育」の推進というワードが、「消費者トラブルの解消、未然防止」に入っているが、位置付けが少し狭いのではないかと感じた。公正で持続可能な社会の実現に向けて、学校における消費者教育が幅広く推進されていくべきだという位置付けに持っていくと良いと思った。
- ・ 悪質事業者による詐欺的商品を見分けるのは消費者になる。まさに消費者に見抜く力を持ってもらう必要がある。事業者側も優良事業者が増えるよう努力をするが、最終的にその優良事業者が選択され、悪徳事業者が淘汰されていくには、消費者の力が必要である。消費者の理解と行動変容を、是非お願いしたい。自立した消費者が尊厳ある選択をして、行政、事業者と一緒に消費市場を作り上げていく消費市民社会づくりが消費者基本計画の目玉になるのではないかと思う。
- ・ 「消費者力（気付く力、断る力、相談する力、周囲に働きかける力）」については、とても理解しやすい言葉で良い。消費者市民社会の定義は一般にはなかなか浸透していないが、SDGsとも合致している素晴らしい概念のため、基本計画の中で分かりやすく提示していただきたい。
- ・ 「消費市民社会」は非常に抽象的な言葉のため、言葉が独り歩きしてしまうことを心配している。本来的にはこの言葉を知らなくても、消費者・事業者共に消費市民社会の一員として行動できることが求められていると思う。言葉だけが独り歩きしないよう、フォローしていただければと思う。
- ・ 消費者教育をきちんと受けている人であっても、常に合理的な判断ができるわけではない。事業者に対して、消費者の脆弱性に配慮した事業活動を求めていけるような計画にしてほしい。
- ・ あまりに脆弱性を強調すると、自助を促すことにならないか懸念している。脆弱性は当然のことで、別に消費者の側に問題があるわけではない。もちろん消費者教育によって予防することは重要だが、それはあくまで予防策の一つに過ぎず、脆弱だから悪いという話では全く無いことは強調されるべき。消費者が脆弱な状況を限定し、その時だけ規制する方向に行ってしまうよう留意する必要がある。
- ・ 見抜ける力と簡単に言うけれども、どのように消費者に寄り添ってやっていくのか、非常に難しい。
- ・ 「見抜ける消費者」という言葉は、見抜ける消費者になろうというポジティブなイメージで使われているとは思いますが、一方で自己責任が強調されているようも感じる。

5. 地域における消費者政策、消費生活相談について

- ・ 計画的な消費者施策の実施のため、計画未策定の県と政令市に「地方版消費者基本計画」の策定を働きかけてほしい。また、地方消費者行政強化交付金は、自治体のニーズを把握し、活用しやすい事業メニューとしてほしい。

- ・ 消費者教育や消費者団体の活動について、国が方向性を決めることは有効だが、実際の活動は地域の消費者団体や教育機関、福祉関係者が行うことになる。地域の方々が活動するに当たっては、消費生活センターが一つの拠点になるため、地域の生活相談の総合窓口としての機能整備や地域の特性に応じた施策の展開が必要になる。
- ・ 独居高齢者の方や障害者の方が消費者生活に関連する場面が増えている。高齢者や障害者が社会参加をすればするほど、それだけ消費生活もすることになるので、これを総合的に支えていくのはやはり地域である。
- ・ 高齢社会においては、消費者被害のほか、公共交通機関と高齢者の移動、それから買い物難民などの問題がある。また、認知症、孤独・孤立による問題などもある。消費者安全確保地域協議会においては、設置数や人口カバー率のみならず、自主的な活動に対する検証と評価が必要。
- ・ 消費者行政を支えている消費者団体の役割を明確にしていくべきではないかと思う。国及び地方公共団体が、消費者団体や NPO など、民間団体に支えられていることを明らかにしつつ、そのような団体への支援や育成を明確に示してほしい。
- ・ 消費者団体訴訟制度の整備は未だ途上にある。適格消費者団体に申入れをすることで、消費者にどのようなメリットがあるかが周知されていない。民事紛争に関する解決手段がもっと国民に周知され、有効活用されればと考えている。
- ・ 消費生活相談の DX にあたり、国は地方自治体や相談現場と丁寧なコミュニケーションをしてほしい。併せて、DX による変更が消費者の利便性につながるよう、消費者への意見の聞き取りや周知をしてほしい。
- ・ 消費生活相談員の人材確保、処遇改善は喫緊の課題。国は財政支援の継続と抜本的な消費生活相談員の採用政策をとりまとめてほしい。
- ・ 消費者行政の DX の一つの在り方として、経済界と消費者相談センターが共有できるアプリを開発し、よくある相談やトラブルのパターンは、そのアプリを通じて一定程度処理できるような、互いの協働のための仕組みがあっても良いのではないか。

6. 製品安全について

- ・ 製品安全や海外からの危険な製品、高齢者やこどもの安全に関する事故を把握するためにはデータが必要だと思っている。今大きな問題になっているのが警察のデータ。事件性がないものに関しては予防に活用していく方向が重要。これはなかなか早急にはいかず、法整備などもいずれ必要だと思うが、その前に、まずは計画で検討を始める方向性を打ち出せるといいかと思う。
- ・ 経済産業省などで海外からの製品の規制強化に向けた新しい制度が始まりつつあるので、是非これをよくモニタリングしていくといいかと思う。悪貨が良貨を駆逐しないよう、良いものが見える化する動きも大事。
- ・ デジタル取引による海外製品の事故が増加するほか、子どもや高齢者の痛ましい事故が後を絶たない。製品安全をめぐる行政規制の見直し強化を早急に進めるとともに、製造物責任法を改正すべき。

- ・ こどもの事故は家庭内で起こることが大半である。保護者の責任追及に関心が向けられがちだが、事故原因を検証に丁寧に検証しつつ、事故情報の一元化や原因分析、対策の周知が必要ではないかと思う。

7. デジタル化の進展について

- ・ デジタル化の進展に伴う課題（ダークパターン、偽広告、CtoC、越境取引など）に対し、横断的な消費者保護ルールや実効性・機動力のある相談窓口の充実、紛争解決や個人情報保護のための体制整備が必須。
- ・ 海外でデジタルプロダクトパスポートの義務化の方向が示されている。循環経済の観点で、原材料や安全基準に関する情報が製品ごとに全て追えるようになる。これも動向をウォッチしていくと良いと思う。
- ・ 今まで消費者の中には、技術やテクノロジーは難しくて対峙するものという感覚があったが、これからは、技術は人口減少社会の中で寄り添って育てるものだというスタンスを醸成していく必要がある。未熟な技術を社会全体で受容して育てていく視点がないと、特に地方の生活は持続性の点で危うくなり、技術が100%になるのを待っているうちに地方は破綻すると思っている。そうした状況下で、事業者と消費者が協働して、技術を育てながら社会をつくっていくという視点がこれからの5年で非常に重要になってくる。是非、消費者と事業者との共生、社会との共生ということはどこかに入れてほしい。
- ・ 本来、デジタル技術は人々の利便性を高めるユニバーサルのものだと思っている。しかし、実際にはデバイドになってしまっていることは大変残念。デジタル技術に障壁のある方たちに対して、どのようなサポートができるのかについて、少し記載を充実させるべきかと思う。
- ・ 第4章に「デジタル技術の導入による悪質商法や不当表示に関する情報収集・分析の強化」とあるが、事故情報も一言加えると良いのではないか。

8. 環境問題、食品ロスについて

- ・ 脱炭素社会の実現に向けた取組については、消費者の生活スタイルの転換が重要。節約という観点だけではなく、エネルギーの効率的な利活用という観点からの省エネ強化に向けた情報提供を強化してほしい。
- ・ これから先のことを考えると、脱炭素や循環経済だけでなく、例えば気候変動への適応やネイチャーポジティブなども重要。
- ・ 食品ロスの削減のためには、フードチェーン全体での取組が必要。また、学校教育の場において、給食を活用した食育や食品ロスの削減に向けた指導を強化してほしい。
- ・ 一定の管理責任を果たした食品寄附者を民事免責する仕組みは、食品ロスを減らしながら寄附を促進して社会課題を解決する上で重要なインフラであり、消費者基本計画にきちんと位置付けるべき。現状は、事業者によって対応にかなり差がある。

9. その他の施策や課題について

- ・ 「金融経済教育の推進」では、信用についてどのようなリスクがあるのかなどにも触れてほしい。信用に傷が付くことで生活設計が狂ってしまうこともあるため、安易な滞納を防ぐことも重要なのではないかと。
- ・ 孤独・孤立、貧困と消費者被害の関連性の整理と、関係者の連携による被害防止・回復のための具体的な対策強化が必要。
- ・ 機能性表示食品の制度については、消費者の健康被害につながるケースもある。現状の課題整理と監視指導強化、広告、宣伝ルールなどの見直しが必要。
- ・ 生活に多大な影響がある公共料金の料金透明化、取引適正化に向けた監視体制を強化してほしい。
- ・ 越境取引については、日本国内だけの基準や法制度では追いつかないところがある。地方では対応が困難なため、国による大きな仕組みづくりが必要だと思う。
- ・ 災害や感染症など、いつ発生するか予測できないことに対して、起こった際に機動的な対応をできるかどうかは、日頃のシミュレーションと仕組みづくりにかかっている。例えば阪神・淡路大震災や東日本大震災の教訓はかなり生きており、消費生活相談ではいち早く 110 番のような形で災害の窓口を開設するようになっている。こうした取組を一層進めていく必要があると思っている。

10. EBPM、PDCA について

- ・ 消費者行動が見える化し、それを消費者基本計画の進捗状況を測る KPI にすることができれば、素晴らしいと思う。事業者の行動と違い、消費者の行動を KPI にすることは容易ではない。金融資本市場では、ソーシャルインパクトの指標や計測方法でさまざまな工夫が提案されているところ。
- ・ 消費者安全の世界では、事故情報の収集システムが目詰まりしており、今まで知らなかった情報が急に出てくることが度々起こる。そのため、情報共有の仕組みについて課題があることを提起したい。
- ・ 特に次の5年は消費者目線の国際基準、国際標準をどう作っていくかという話が非常に大事になっていく。それが日本ではあまりできていないので、欧州の基準を輸入しなければならず、適応に苦慮することになってしまう。各施策の KPI 設定において、日本発の消費者目線の基準を国際的に発信する要素を入れていただきたい。