

## 取引デジタルプラットフォーム

## 1 論点として取り上げた背景・現状・課題

デジタル化の進展により、ネットショッピングが気軽に行えるようになったことで、私たちの暮らしの利便性は格段に上がっている。

他方で、プラットフォームを介した取引におけるトラブル等も増加していたことから、消費者委員会は、2018年から2019年にかけて、「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会」を設置し、同専門調査会報告書を踏まえ、2019年4月に「プラットフォームが介在する取引の在り方に関する提言」を発出した。同提言において、①プラットフォーム事業者の役割、②CtoC取引における消費者としてのプラットフォーム利用者の役割、③行政機関の役割、④国民生活センター、消費生活センター、消費者団体の役割、⑤プラットフォーム事業者が果たす役割の実効性の確保、⑥今後の課題について指摘をした。

現状我が国において、プラットフォーム上の取引に関する消費者保護の観点からの法律として、「消費者契約法」・「特定商取引に関する法律」・「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」があるが、残された課題も多い。

なお、プラットフォームにおける取引の透明性、公正性の向上を図る等の観点では「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律」がある。

**【論点1】取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律**

オンラインモールなどの「取引デジタルプラットフォーム」（以下「取引DPF」という。）において、危険な商品の流通や販売業者が特定できず紛争解決が困難になるなどの問題が発生したことから、これに対応し、通信販売取引の適正化及び紛争解決の促進に関し取引DPF提供者の協力を確保し、消費者の利益の保護を図ることを目的として、2021年に「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」（以下「取引DPF消費者保護法」という。）が制定された（2022年5月施行）<sup>1</sup>。なお、附則第3条において、施行後3年目途に施行状況及び経済社会情勢の変化を勘案し、法律の規定について検討を加え必要な措置をとることが定められている。

同法において、取引DPF提供者は、消費者が販売業者等と円滑に連絡することができるようにするための措置や、苦情の申出を受けた場合の販売条件等の表示の適正を確保するための措置、販売業者等の特定に資する情報の提供を求める措置について、その措置の実施及びその概要等の開示について努力義務を負っている（第3条）。消費者庁は、取引DPF提供者の努力義務に関し、法の規定の趣旨・目的・基本的な取組を明らかにするとともに、望ましい取組（ベストプラクティス）の例を示す指針を

<sup>1</sup> 対象となる事業者は、デジタルプラットフォームのうち、取引デジタルプラットフォームを提供する事業者であり、非取引型デジタルプラットフォーム（検索サービスやSNS）は含まれない。

策定している。

また、取引D P Fの利用の停止等に係る要請（第4条）、販売業者等に係る情報の開示請求権（第5条）、申出制度（第10条）が規定されている。

また、同法に基づき、国の行政機関、取引D P F提供者からなる団体、消費者団体等により構成される官民協議会が設置され、取組状況の共有等の情報交換が実施され、2023年6月9日に第3回会合、同年11月10日に第4回会合が開催されている。

なお、同法の国会附帯決議において、C to C取引への対応、オンラインによる手続が可能な裁判外紛争解決手続（ODR）の提供、SNSを利用して行われる取引における消費者被害の実態把握等の指摘がなされている。

## 【論点2】特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律

2020年に「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律」が制定された（2021年2月施行）。なお、附則第2条において、施行後3年目途に施行状況及び経済社会情勢の変化を勘案し、法律の規定について検討を加え必要な措置をとることが定められている。

同法律は、デジタルプラットフォームを利用する事業者（商品等提供利用者）を保護するため、デジタルプラットフォームのうち、特に取引の透明性・公正性を高める必要性の高いプラットフォームを提供する事業者を「特定デジタルプラットフォーム提供者」として指定し、商品等提供利用者と特定デジタルプラットフォームの取引関係を規律の対象とした<sup>2</sup>。同法律に基づき、特定デジタルプラットフォーム提供者は、取引条件等の情報の開示及び自主的な手続・体制の整備を行い、実施した措置や事業の概要について、毎年度、自己評価を付した報告書を経済産業省に提出することとなる。

提出された報告書等をもとに、経済産業省はプラットフォームの運営状況のレビューを行い、報告書の概要とともに評価の結果を公表する。その際、「デジタルプラットフォームの透明性・公正性に関するモニタリング会合」等の場で利用者、学識者等の意見も聴取し、関係者間での課題共有や相互理解を促すこととしている。2024年2月2日に2023年度の評価の結果が公表された。

## 2 次期消費者基本計画における重点事項とすべき論点、課題への対応策

### 【論点1】取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律（総論）

- ・ 官民協議会に参加していないプラットフォーム事業者に対しても、取引D P F消費者保護法の遵守を求めるための取組がより一層必要。

---

<sup>2</sup> 対象となる事業者は、デジタルプラットフォームのうち、政令で事業分野と規模を定め、経済産業大臣が指定する。現在、対象となる事業分野は、総合物販オンラインモール、アプリストア及びデジタル広告であり、それぞれ対象となる事業者が指定されている。

- ・ P I O-N E Tにおけるプラットフォーム関連の相談件数を見ると、取引D P F 消費者保護法が施行された 2022 年 5 月以降も相談件数は、減少しているとは言えない。まずは、幾つかのデータを掛け合わせるなり、あるいは相談内容を分析するなどをして、その要因を明らかにすることが必要。その上で法施行後の相談状況を踏まえて、改善ないし改正すべき点がないかということを検証すべき。

(各論)

- ・ 第 3 条第 1 項第 3 号は販売業者等の特定に資する情報の提供に関する規定であるが、官民協議会において販売業者等のアカウント登録時に、プラットフォーム事業者からその販売業者の特定に資する情報の提供依頼がなされていない場合や、販売業者等からその裏づけとなる公的書類の提出がなされていない場合等があるとの指摘がある。
- ・ 第 3 条第 1 項第 3 号については、努力義務ではなく、法的義務にすることも考えられる。
- ・ 第 3 条第 2 項の規定する取引D P F 提供者による開示について、法に基づく取組の状況が一覧できるような形で、明示的には開示されていないという場合があり、取組が必ずしも徹底されていないとの指摘がある。
- ・ 取引D P F 提供者の努力義務に関する指針において示されている、望ましい取組（ベストプラクティス）について、デジタルプラットフォームの分類等を行う他、表彰制度を作るといったことも考えられる。
- ・ 第 4 条に基づく取引D P F の利用の停止等に係る要請については、潜在的な問題があると推測されることから、より一層同条を活用することができるよう検証すべき。
- ・ 第 5 条に基づく開示請求について、官民協議会においてアンケートを実施する等、状況の把握に努められているという点は評価できるが、消費者の取引の相手方が販売業者等とは判断できなかった、消費者の債権額が 1 万円を超えないと判断された等の理由により、非開示とされている場合があり、より実効性のある規制にすることを検討する必要があるのではないか。
- ・ 第 10 条に基づく申出の件数が少ないことについて、消費生活相談員からの申出を促すなど、消費者庁の積極的な対応が求められる。
- ・ 申出件数や相談件数について、把握している以上にトラブルが発生しているのではないかと考えられ、自身のリテラシーの低さや自信がもてないために申出できないという課題があると考えられることから、運用上の対策が求められる。
- ・ 申出の情報を、プラットフォーム事業者とも共有し、改善につなげることも必要。

(国会附帯決議で指摘された事項)

- ・ 現在は特定商取引に関する法律の通信販売取引の規制を補完する形でのルールとなっているが、デジタル取引の健全性あるいはそこにおける消費者の保護ということ考えた場合には、C to C 取引におけるトラブルをどう整理したらいいのかと、

そこにおけるDPF提供事業者の役割はどうあるべきかということについても、併せて検討する必要がある。

- ・ 国会の附帯決議で指摘されていた、CtoC取引への対応、オンラインによる裁判外紛争解決手続（ODR）の提供、SNS等を利用した取引における消費者被害の問題などについては、この法律に限らず、他の法律による対応も含めて、特に検討を進めていくことが必要。

#### 【論点2】特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律

- ・ モニタリング会合での議論や大臣評価の結果が消費者の利益に関わる場合もあると考えられることから、消費者委員会としても、引き続き、同法とその運用について注目していく。

#### 【その他】

- ・ 諸外国のデジタル政策や立法の動向を注視し、諸外国との前提状況の差を踏まえながら、政府全体として取り組むことで、長期的な展望を持ったプラットフォーム取引の法規制が実現することが望ましい。
- ・ 偽広告、フェイク動画等への対応は、競争政策、デジタル空間における適切な情報流通の在り方の検討という観点もあるが、何らかに取り組む必要がある。
- ・ 取引DPF消費者保護法の対象となる通信販売取引では、有償取引が前提となるようだが、アテンションエコノミーでは、必ずしもお金を払うか、払わないかという観点ではなく、非常に希少価値の高い有限のアテンション、時間を払うものである。何を取引するのかということも、これは個人データの話も、そこに入ってくるのかもしれないが、今までのお金という指標だけでは捉えられない取引形態というものが出てきており、今後、議論を深める必要があると考えられる。
- ・ デジタル空間におけるダークパターンの問題や、プラットフォーム上で行われる決済の安全性や透明性の問題、広告の中でも、例えば、ターゲティング広告なども含め、プラットフォームに現れる広告の問題や、お金だけでは捉え切れないような支出を消費者がさせられているという、アテンションエコノミーと言われるビジネスモデルなど、消費者保護との関係での整理については、今後の重要な課題である。
- ・ プラットフォーム事業者の日本への対応の優先順位を上げるという発想が重要である。

## 法や執行体制の及んでいない事業者への対応

## 1 論点として取り上げた背景・現状・課題

法や執行体制が及んでいない事業者については、規律すべき法令あるいは監督すべき所管官庁が判然としないため、悪質な事業者が活動しやすく、消費者トラブルも発生しやすいと言える。

まず、法令の規律は及んでいるが、許認可等を受けていない(取り消された)無登録事業者の存在が問題となる。無登録事業者に対しては所管官庁の監督権限が一義的には及ばず、罰則規定があれば警察が対応することになる。しかし当該法令や事業分野に知見を有する所管官庁が無登録事業者に法執行できないとすれば、問題がある。

次に、そもそも我が国の法令の規律が及んでいない事業者の存在が問題となる。近年ではデジタル社会が進展し、消費者も国境を越えた取引をすることが容易になった結果、海外事業者との消費者トラブルも生じている。しかし従来、我が国の法令の適用範囲がその主権の及ぶ範囲に限られるため、海外事業者に実効的な手段をもって適用することが困難という理由で、海外事業者については我が国の法令の適用対象外にすることが多かった。しかし、消費者トラブルを生じさせるような海外事業者に、我が国の所管官庁が法令に基づく監督権限を行使できないことになり、消費者保護の観点からも問題がある。

## 2 次期消費者基本計画における重点事項とすべき論点、課題への対応策

## ①法は及んでいるが執行体制が及んでいない事業者への対応策

- ・金融庁は、海外事業者であっても日本の居住者を相手に金融商品取引業を行う場合には、金融商品取引法の規律が及ぶとの理解を前提に、海外の無登録事業者に対しても警告書発出等の対応を実施している。引き続き、無登録事業者に対して厳正な法執行を行っていただきたい。
- ・無登録事業者への警告時に、SNSで情報発信することは、ある程度の抑止になる。X以外のSNSや、LINEなどの秘匿性があるメッセージアプリについても、同様の対応をしてはどうか。
- ・無登録事業者についての投稿に返信して注意喚起しているのは、大切な取組である。手作業で対応している部分につき、システムティックに対応して注意喚起していただきたい。

## ②法が及んでいない事業者（特に海外拠点の事業者）への対応策

- ・海外OTAについて、キャンセルに関するトラブルが多いとのことであり、その原因等について詳細に分析する必要がある。また、消費者からの相談、問合せについて責任をもって対応する体制が構築される必要がある。
- ・海外OTAに対する旅行者の苦情について、課題抽出のためにも情報収集は重要であり、その検討を体系的に実施するには全体像をつかむことが大変重要。越境消費者センターに相談者を送っていても全体像が把握できない。
- ・海外OTAに関するトラブルについては、観光庁で把握すべき。特に訪日外国人に生じ

るトラブルは、訪日外国人保護の観点からも情報収集すべき。

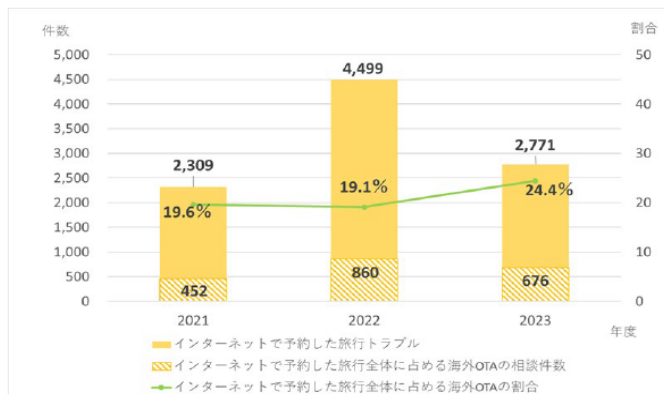
- ・本当に注意喚起だけで、海外O T Aに関する消費者被害が減っていくのか。各国の海外O T Aに対する対策事例等の研究をしてはどうか。
- ・海外O T Aと日本の消費者との旅行契約については、法の適用に関する通則法 11 条により日本法が適用されるのに、そのような消費者を守るべき業法が全て域外なので適用されないというのは、実体法と業法の間には齟齬がある。
- ・海外O T Aについて、旅行業協会の定款を変更して加入してもらい、自主規制に協力してもらおうことは考えられないか。
- ・海外O T Aに対して、ガイドラインだけでなく法的な規制について検討される余地はないのか。
- ・諸外国の法律と比べると、日本の旅行業法は規制が強いのではないか。海外O T Aに規制を広げやすくする観点からも、過剰な規制をやめて軽くなることは考えられないか。
- ・国内に営業所が無くてもオンラインだけで営業ができる今の状況では、リアル店舗の所在を基準に登録を求める制度には限界がある。営業所が海外にある場合でも、オンラインで日本の消費者に広く営業活動を行っているなど、別の基準を設けて登録制度を見直してはどうか。
- ・近時の立法実務ではいわゆる立法管轄権と執行管轄権を分けて考えることが多く、立法管轄権についてはサービスを受ける人が国内にいれば行使すべきとの発想に基づいた規定が置かれている。執行管轄権が行使できないから立法管轄権が行使できないというのは標準的な理解ではなく、海外O T Aについて域外適用を考えるような制度改正をお願いしたい。
- ・デジタル化に伴い海外拠点の事業者との越境取引が盛んになり、かつそれをめぐってトラブルが急増している現状を踏まえると、域外適用を含めて消費者保護の視点に基づく対応を前向きに検討すべき。
- ・外国法人等に対する法令の適用の検討に当たっては、電気通信事業法などの立法例が参考になる。同法では、国外事業者に国内代表者等の指定を義務付けることで、業務改善命令等に係る文書を送達することにより業務改善命令を行うことが可能となっており、かつ法令等違反行為を行った者の氏名等の公表制度を設けることで法執行の実効性を担保している。このように、法執行の一定の実効性を担保する仕組みを構築することは可能である。

### 3 参考となる図表

#### ①国民生活センター提出資料

### インターネットで予約した旅行トラブルと そのうち「海外OTA」に関する相談件数

図1 インターネットで予約した旅行に関するトラブル<sup>※1</sup>の年度別件数と、海外OTA<sup>※2</sup>の件数と割合



- ・PIO-NETにおける海外OTAに関する相談件数は、2021年度から2023年度11月末までで1,988件。
- ・インターネットで予約した旅行に関する相談件数全体に占める割合は2021年度から2023年度11月末までで20.8%。

※1

・「インターネットで予約した旅行に関するトラブル」とは、短期留学ツアーを含む海外・国内のバック旅行や、乗車券、宿泊施設等の斡旋等の旅行代理業に関する相談の他、航空サービスや鉄道サービス等の旅客運送サービス、宿泊施設に関する相談も含む。

消費生活センター等からの経由相談は含まれていない。2021～2023年度受付、2023年11月30日までのPIO-NET登録分。

2022年度同期件数(2022年11月30日までのPIO-NET登録分)は、インターネットで予約した旅行の相談件数が2,779件、海外OTAの相談が499件、割合は18.0%

※2

・PIO-NETでキーワードとして「海外OTA」を新設したのは2021年度。

・PIO-NETで「海外OTA」の付与ルールは次のとおり。

「海外に本拠地を置くオンライン旅行取扱事業者。その事業者自身が旅行を取り扱っている場合に付与し、場貸しサイトやメタサーチ(横断検索)だけの海外事業者には付与しない。」

#### ②金融庁提出資料

### 無登録業者に対する警告書の発出・公表 (警告書の発出②)

- 令和4年度は28件(国内8件、海外20件<sup>(※)</sup>)、令和5年度は11月末時点で22件(国内6件、海外16件)の警告を実施

(※) 海外業者であっても、日本の居住者を相手方として金融商品取引業を行う場合には登録が必要であるため、海外の無登録業者に対しても警告を実施している。

#### 【警告書の発出状況】

	R元年度	2年度	3年度	4年度	5年度 (11月末)	総件数
警告業者(国内)	7	9	5	8	6	35
警告業者(海外)	35	9	12	20	16	92
合計	42	18	17	28	22	127

## 決済制度の透明化

### 1 論点として取り上げた背景

社会のデジタル化の進展に伴い、支払いのキャッシュレス化が進んでいる。経済産業省によると 2022 年の日本のキャッシュレス比率は 2021 年の 32.5%から 36.0%に増加した。我が国ではキャッシュレス比率を 2025 年までに 4 割程度、将来的には 80%とすることを目指しており、キャッシュレス化の流れは継続していく。

キャッシュレス決済の普及と並行し、支払い手段は多様化し、全体の仕組みの把握が困難になっている。また、決済に係る規律は法律が分散するなど複雑であり、現行の法規制を受けない決済サービスが存在する。消費者保護のみならず公正な競争条件を確保する観点からも、規制の隙間をなくし、決済サービスの安全性を担保する必要がある。

金融経済教育については、決済に係る消費者被害の発生・拡大防止等を図る観点も踏まえる必要がある。

### 2 現状・課題

#### (1) 決済サービスに係る消費生活相談

##### ① キャッシュレス決済に関わる消費生活相談の現状（国民生活センター）

後払い決済<sup>3</sup>、キャリア決済、コード決済、プリペイド式電子マネーいずれも相談件数が増加傾向にある<sup>4</sup>。これら決済サービスのうち、後払い決済の相談件数が最も多い。

後払い決済は、割賦販売法の規制が及ばず、決済サービス提供事業者による加盟店の審査・管理が不十分なケースがあるのではないかと懸念されている。キャリア決済は、請求内容に納得できないまま通信料と一括で支払わざるを得ないケースがある。コード決済は何者かによる不正利用や意図しない送金をさせられる詐欺がみられる。プリペイド式電子マネーについては、当選金の受領、出会い系、副業に係る費用を送金させる詐欺目的で利用される事例がある。

##### ② クレジットカード決済に関する相談件数の推移

2 月内払いクレジットカード決済（マンスリークリア）について、相談件数の増加率が決済利用件数の増加率を上回り、法制度的な問題がある。

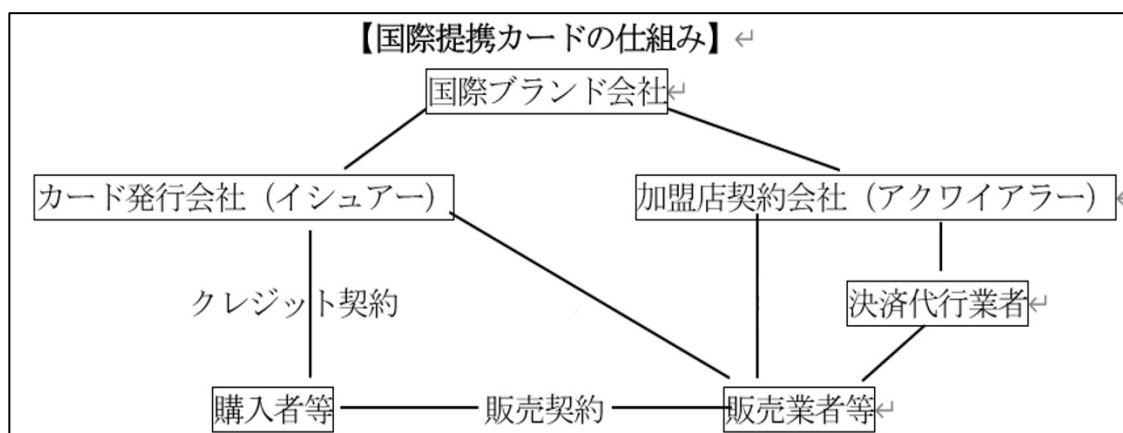
<sup>3</sup> 個々の商品・サービスの購入時に与信を受け、カード等を利用することなく、2 か月以内での後払いができるサービスで、BNPL=Buy Now Pay Later が含まれる。

<sup>4</sup> 後払い決済に関連する相談の登録件数は 2022 年 4 月～10 月の 15,517 件から 2023 年同期は 22,251 件に増加した。キャリア決済は同じく 2,778 件から 3,132 件、コード決済は同じく 1,117 件から 1,904 件、プリペイド式電子マネーは同じく 5,562 件から 5,760 件に、それぞれ増加した。



## (2) 決済法制について

出典：池本弁護士説明資料



### ① 2月内払い決済サービスに対する割賦販売法規制の不適用

2月内払いクレジットカード決済では、2月超決済と異なり、カード発行会社（イシューアー）に苦情の伝達・適切処理義務の適用がなく、自主規制にとどまるため、利用者の苦情がアクワイアラー等に伝達されていない実態があると思われる。

また、クレジットカード等を利用しない個別与信型のうち、2月内払い決済サービス（BNPL=Buy Now Pay Later）は、2月超決済サービスと異なり、割賦販売法の規制が適用されず、過剰与信の審査、販売方法の調査、苦情の適切処理が不十分と思われる。

### ② 法規制の隙間

上記①に加え、キャリア決済、収納代行、代引き、ポイント利用について対応する法律がない。

### ③ 縦割りがつ断片的な法規制<sup>5</sup>

上記①、②と関連し、前払い、即時払い、後払いとそれぞれの決済手法の違いにより、適用法が資金決済に関する法律、銀行法、割賦販売法と異なり、消費者保護を始めとする規制の内容も異なっている。

### ④ クレジットカード決済におけるカード番号等の漏えいや不正利用の被害増加

悪質な決済代行業者が悪質なカード加盟店と提携している実態がある。決済代行業者等の介在が広がり、アクワイアラー等（クレジットカード番号等取扱契約締結事業者）が加盟店を直接、調査・指導・措置を講ずることは困難。

<sup>5</sup> なお、金融庁の金融審議会・金融制度スタディ・グループの中間整理（2018年6月）において、次の記載がある。

「規制が緩い業態への移動や業態間の隙間の利用等を通じた規制の回避を防止し、利用者保護や公正な競争条件を確保する観点からも、機能・リスクに応じたルールとしていくことが重要と考えられる。

こうしたことから、現在基本的に業態別となっている金融規制体系をより機能別・横断的なものとし、同一の機能・同一のリスクには同一のルールを適用することを目指すことが重要な課題である。」

【クレジットカード決済システムの更なるセキュリティ対策強化に向けた主な取組】  
(経済産業省)

2022年のクレジットカード不正利用の被害額は過去最悪の約437億円で、94%にあたる約412億円がカード番号の窃取が原因。

番号漏えいと不正利用の防止が取組の大きな柱。犯罪防止・広報周知が三本目の柱。

番号漏えい防止の取組の一つとして、EC加盟店からの多くの漏えいを踏まえ「ECサイト構築・運用セキュリティ対策ガイドライン」によるセキュリティ向上の促進に取り組んでいる。

不正利用の防止の取り組み例として、加盟店に対し、決済時のワンタイムパスワード等本人を認証する仕組みの順次導入を義務付けている。

(3) 金融経済教育推進機構について(金融庁)

「資産所得倍増プラン」の一環として、官民一体で金融経済教育を広く中立的に提供するため、「金融経済教育推進機構」を本年春に設立し、夏の本格稼働に向けた準備を進めている<sup>6</sup>。

民間団体は、金融経済教育の事業を新機構に移管するとともに、資金・人員を拠出予定。また、日本銀行が事務局を担っている金融広報中央委員会は、機能を移管、承継しつつ、資金・人員を拠出予定。

新機構では ①顧客の立場に立ったアドバイザーの普及・支援 ②金融経済教育活動の重複排除・抜本的拡大 ③金融経済教育の質の向上 ④教材・コンテンツの充実 ⑤個人の悩みに寄り添ったアドバイスの提供 ⑥調査・統計を踏まえた戦略的な教育の展開 に取り組む予定。

3 次期消費者基本計画における重点事項とすべき論点、課題への対応策

(1) 規制の対象外となっている決済サービスに対する法整備

BNPLやキャリア決済など、規制の対象外となっている支払い手段が存在し、消費者トラブルが生じている。所管省庁を決め、消費者保護の措置等、法整備を検討すべきである。

(2) 横断的な決済法制

決済を規制する法律が分散し、消費者にとって非常に分かりにくいだけでなく、規制の隙間やアンバランスを悪質業者が利用しているとの指摘がある。決済サービスの違いにより消費者保護のレベルが、合理性なく異なっている部分があるのではないか。

決済制度の透明性、安全性の観点からも、横断的で統合的な決済法制の構築を検討すべきである<sup>7</sup>。

(3) クレジットカード決済代行業者に対する規制強化

<sup>6</sup> 根拠法として金融商品取引法等の一部を改正した。改正法案は委員会本会議後の2023年11月20日に国会成立。

<sup>7</sup> 大澤彩「消費者法(217頁)」(商事法務)に基づけば、資金決済手段が多様化している現在、クレジットカードや個別信用あっせんを前提として展開されてきた解釈論や、立法が多様な決済手段にどこまで妥当するのか検討の余地があると考えられる。

割賦販売法の改正や法執行が図られてきたが、加盟店の悪質な行為を原因とする消費者被害は増加している。近時の取引の仕組みに照らすと、加盟店管理を徹底する観点から、アクワイアラーと同様、決済代行業者について、その実態把握を早急に行い、登録制や加盟店調査義務の導入などを検討するべきである。

(4) 2月内払いクレジットカード決済に関するトラブルの実態調査

割賦販売法でイシューアに苦情の適切処理義務が規定されていないことから、適切なトラブル対応がなされていない可能性がある。法的措置の必要性有無を見極めるため、トラブルと自主規制の実効性等について実態調査を進めるべきである。

P I O-N E Tでは、キーワードの追加等により、当該トラブル事例を適切に抽出できる仕組みを工夫するべきである。

(5) クレジットカード決済網におけるセキュリティ対策の更なる強化

経済産業省と業界の取組にも拘わらず、カード番号の不正利用被害は増加している。情報漏えい、フィッシング対策等を一層強化していくべきである。

(6) 過剰与信の実態把握と防止

利便性の高いキャッシュレス決済は、お金の遣い過ぎを助長させるおそれがあり、過剰与信の実態把握が必要である。

経済産業省の「キャッシュレスの将来像に関する検討会」(2023年3月)では、目指す社会として「支払を意識しない決済が広がり、データがシームレスに連携されるデジタル社会」とされており、「支払を意識しない決済」とは、支払の意思は自分でコントロールしつつ、特別な意識を払わずとも決済が行える状態を指すとされている。消費者が意思を持って判断できるよう、事業者に対し、決済時の分かりやすい注意事項の表示・説明を求めるなど過剰与信の防止に積極的に取り組むべきである。

(7) 消費者被害を防止する技術の検討

例えば上記(6)のお金の遣い過ぎにも関連し、決済に際し、預金情報等に基づき熟慮を促す技術の発展を促し、関連情報を提供することは重要である。

(8) 金融経済教育の推進

決済に係る消費者被害の未然防止・拡大防止等を図るため、学校に限らず金融経済教育を一層推進するべきである。

金融経済教育推進機構の取組に期待するが、教育の内容が、投資や資産形成偏重とならず、消費者被害の未然防止に十分な力点を置いた形で行われることを要望する。

## 食品ロス削減

## 1. 論点として取り上げた背景・現状・課題

- ・SDGsを踏まえ、2000年度比で2030年度までに食品ロス量を半減させる目標達成に向けて取組が進められているが、目標達成には更なる削減が必要となっている。
- ・これを踏まえ、政府は、2023年12月に「食品ロス削減目標達成に向けた施策パッケージ」（以下、「施策パッケージ」）を策定し、各種施策を進めている。また、施策パッケージにおける各種施策を2024年度に実行に移しつつ更に検討を深め、その結果を、次期「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」（2025～2029年度）に反映させることとしている。
- ・家庭系食品ロスは全体の半分弱を占めており、事業系に比べて削減の進捗も遅れている。また、事業系食品ロス発生の背景にも消費者の意識などが関与している面もある。食品ロス削減は、持続可能な社会の実現に向けて、消費者としても主体的に取り組むべき課題である。
- ・政府の取組においては、食品ロスの削減の推進に関する法律等に基づき<sup>8</sup>、食品寄附に伴って生ずる法的責任の在り方について調査及び検討が進められているが、法的責任を一定軽減することで寄附が促進されることが期待し得る一方、食品衛生上の消費者の安全の確保及び事故が生じた際の被害救済の点について十分な配慮が必要である。

## 2. 次期消費者基本計画における重点事項とすべき論点、課題への対応策

- ・（基本計画の期間である）2025年度以降の具体的な取組は、施策パッケージに掲げられた各種施策の実施状況次第ではあるとは承知するものの、以下の視点を踏まえて進めていただくよう望みたい。

## (1) 食品ロスの発生抑制について

- ・食品ロス削減に向けては、まずは食品ロスの発生抑制を中心に考えるべきである。
- ・事業系については、商慣習の見直しや事業者の工夫、また、それらを支援する施策（情報提供、インセンティブの付与等）の推進が重要である。施策の効果も検証しながら、必要に応じて見直ししながら進めていただきたい。
- ・消費者の意識変化や行動変容が重要であり、それらを促進する施策（消費者教育、広報・

---

<sup>8</sup> 「食品ロスの削減の推進に関する法律」（令和元年法律第19号）

（未利用食品等を提供するための活動の支援等）

第19条 国及び地方公共団体は、食品関連事業者その他の者から未利用食品等まだ食べることができる食品の提供を受けて貧困、災害等により必要な食べ物を十分に入手することができない者にこれを提供するための活動が円滑に行われるよう、当該活動に係る関係者相互の連携の強化等を図るために必要な施策を講ずるものとする。

2 前項に定めるもののほか、国及び地方公共団体は、民間の団体が行う同項の活動を支援するために必要な施策を講ずるものとする。

3 国は、第一項の活動のための食品の提供等に伴って生ずる責任の在り方に関する調査及び検討を行うよう努めるものとする。

啓発活動等)の推進が重要である。

(2) 食品寄附に係る民事上の責任の軽減について

- ・食品寄附に関わる民事上の責任の軽減については、将来的に検討していく課題ということではあるが、消費者の安全や万が一事故が起きた時の被害救済など、消費者の権利に十分配慮したうえで検討を進めていただきたい。
- ・フードバンクについて実態の把握を進め、安心して寄附ができる環境整備を進めることが重要である。食品寄附に関わる事業者への啓発や理解度の確認なども一つの指標となり得るのではないかと。

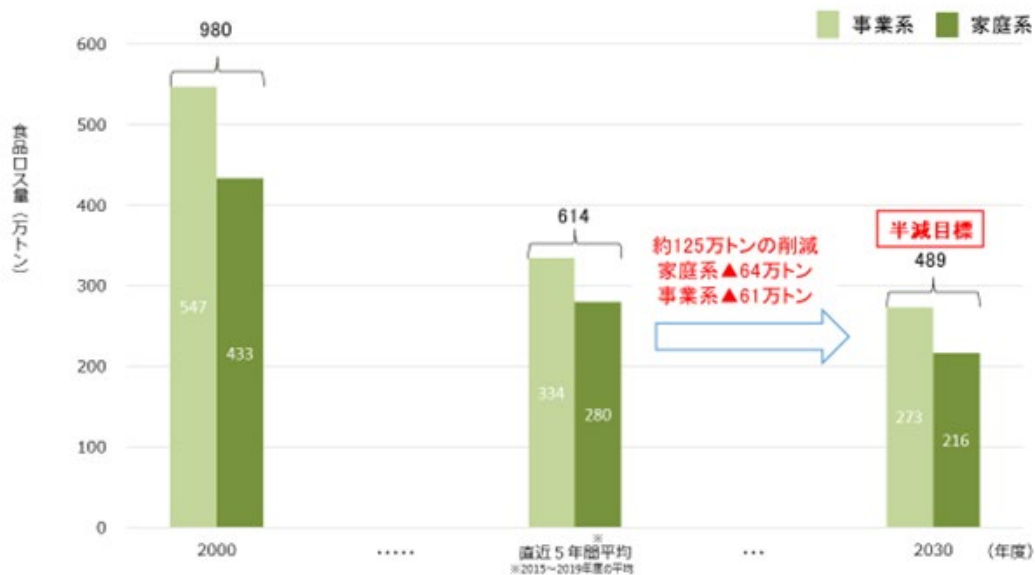
(3) 外食での食べ残し持ち帰りについて

- ・食べ残しの持ち帰りについては、自己責任を前提とされているが、食品衛生上取り扱いが難しいことから、大きな食品事故につながらないように、進めていただきたい。また、持ち帰りが促進されるためには、事業者の理解とともに、消費者にも留意点が伝わるということが重要である。

3. 関連図表

食品ロス量の削減目標と達成見込み

コロナ禍による影響を受けていないと考えられる2020年度・2021年度を除く直近5年間平均の食品ロス量は、家庭系280万トン、事業系334万トン、合わせて614万トンであり、2030年度までの半減目標である489万トンを実現するためには、なお100万トンを超える削減が必要となる。  
※2020年度・2021年度の食品ロス量は、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う消費者の外出機会の減少や飲食店の営業自粛などによる影響を受けている可能性がある。



出典：消費者庁提出資料

# 食品ロス削減目標達成に向けた施策パッケージ概要

令和5年4月22日 消費者庁、農林水産省、環境省、こども家庭庁、法務省、文部科学省、厚生労働省、経済産業省

1/2ページ

2030年度までに2000年度比で食品ロス量を半減させる政府目標達成に向け今回の施策パッケージに盛り込まれた施策を中心に関係府省庁が地方公共団体や関係民間団体とも連携しながら来年度中に着実に実行し来年度末に予定している「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（2020年3月31日閣議決定）」の見直しに反映させる。

●食品ロス量 ※コロナ禍影響を除く直近5か年（平成29年～令和元年度 平均140万トン（家庭系 280万トン 事業系334万トン）  
 2021年度：523万トン ※家庭系：244万トン 事業系：279万トン 目標値：489万トン ※家庭系：216万トン 事業系：273万トン

## ● 施策パッケージの主な内容とその後の施策の展開方向

主な施策項目		2023年度	2024年度	2025～2029年度
食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（2020年3月31日閣議決定）		※基本的な方針見直し（閣議決定）		改定基本的な方針に基づく施策の展開
未利用食品等 の提供 の促進	食品の期限表示の在り方	期限表示の設定根拠や安全係数の設定等の実態調査 検討会を通じた「食品期限表示の設定のためのガイドライン」の見直し、その際「まだ食べることできる食品」の取扱いについて具体的に検討	新たな期限表示ガイドラインを踏まえた施策の展開	一連の施策実行後、一定の管理責任を課せざる食品等関係事業者による食品等活動の促進による食品等への社会的関心の向上、その上で、食品等関係事業者、社会福祉や食品アクセスの増進の観点からの食品等関係事業者の取組、社会全体のコンセンサス醸成等を踏まえ、食品等関係に付する民事責任の在り方について最終受託者の被害救済にも配慮して法的措置を講じる
	食品の提供に伴って生ずる法的責任の在り方を含めた食品提供も促進するための措置の具体化	一定の管理責任を果たすことができる食品等関係事業者（フードバンク等）も特定するためのガイドライン（食品等関係事業者）の官民による作成（関連モデル事業の実施） ・食品等関係事業者が加入しやすい保険の仕組みに関する官民協力の下の検討 ・食品等関係事業者に対する税制上の取扱いや優良事例の周知発信		
	フードバンク団体等も介した食品提供円滑化の強化支援（特別取組等）	先進的なフードバンクへの輸送等支援、地方自治体や食品事業者、フードバンク、福祉に関する関係者等が連携して、買物困難者や経済的に困難にしている者への食料提供も円滑にする地域の体制づくり支援、食品の無償提供に関わる多様な主体のデータ連携に関するモデル事業の実施、軍需の支援体制整備事業等を活用したフードバンク団体等・地方自治体等の連携促進、食事の提供等も行うことも食料の支援	寄附食品の管理・流通仲介の高度化、地域現場のニーズとの連携の取組の推進	
	食べ残しの持ち帰り促進	消費者の自己責任を前提としつつ協力する飲食店等が民事 食品衛生上留意すべき事項も規定するガイドライン（食べ残し持ち帰りガイドライン）の策定（関連モデル事業の実施）	食べ残し持ち帰りガイドラインを踏まえた食べ残し持ち回りの意識変化の推進	
事業系 食品廃棄物の排出削減の促進 その他	企業の排出抑制の具体的な取組の公表	食品業界・消費者・行政が構成員となる「食品廃棄物等の発生抑制に向けた取組の情報連絡会」の設置、商慣習（納品期限、賞味期限の安全係数・大括り表示等）の見直し等に係る取組の促進	事業系食品ロス削減対策の更なる強化	
	1/3ルール等商慣習見直し促進			
	食品のリユース促進			
	食品ロス状況把握と削減策促進	家庭系食品ロス発生要因の分析 家庭系食品ロスの効果的削減策に関する手引きの作成	家庭系食品ロス削減対策の更なる強化 ライフスタイルの変革促進	
	国民運動「デコ活」によるライフスタイル変革促進	デコ活の推進、新しい豊かな暮らし製品・サービス実装支援、デコ活アクション呼び掛け		
	期限表示の正しい理解の促進	賞味期限の愛称（「おいしいめやす」）の周知	期限表示の理解促進	
	経済損失と環境負荷試算	算出法確立 食品ロス量と併せて経済損失と温室効果ガス排出量の試算値も公表		
	地域主体モデル事業取組強化	サーキュラーエコノミー地域循環モデル構築、食品産業ゼロエミッション	サーキュラーエコノミー加進、食品産業ゼロエミッション	
	学校・保育所・認定こども園・幼稚園への栄養教諭・栄養士等の配置拡大	栄養教諭も中核とした指導の充実、栄養教諭に係る定数改善と計画的な採用等の働きかけ、保育所・認定こども園・幼稚園への栄養士・栄養教諭の配置支援		
	国主催イベント等での削減取組	2025大阪・関西万博啓発手法検討 資料開発	2025大阪・関西万博、国主催会場での啓発	
ICT等の活用	ICTを活用した売れ残り等の課題解決、サプライチェーン効率化のための調査・実証・啓発			

二〇三〇年度までの半減目標の達成

出典：消費者庁提出資料

## 1. 論点として取り上げた背景

我が国の65歳以上人口の総人口に占める割合は、1950年には5%に満たなかったものが、1994年には14%を超え、2022年10月時点で29%に達し、今後もその割合は高まることが見通されている<sup>9</sup>。同時に、単身世帯の増加、家族構成の変化、あるいは地域コミュニティの希薄化といった社会的状況がみられるほか、デジタル化の進展やAIの台頭といった社会情勢の変化もみられる。

超高齢社会の中、独り暮らしの高齢者や認知機能の低下した高齢者の増加が見込まれる現状を踏まえ、高齢者等の消費者被害の発生・拡大防止等を図る観点から、高齡化等への対応としての取組について確認することは重要と考えられる。

消費者委員会では、2017年1月に「身元保証等高齢者サポート事業に関する消費者問題についての建議」を発売したところ、高齡化等への対応に関する現状・課題について確認し、消費者の視点に立ち、行政が取り組むべき点などについて検討を行う必要がある。

## 2. 現状・課題

### (1) 総論

65歳以上の高齢者の消費生活相談は、相談全体の約3割を占めるなか、訪問による勧誘では高齢者の割合が高まっており、その脆弱性や生活スタイルに付け込まれている構図があると考えられる<sup>10</sup>。

高齢者一人ひとりの多様化、働くシニアの増加、高まる自律・自立志向といった社会状況の変化のほか、人口が減少する一方で、独り暮らし、認知機能の低下した高齢者の増加が見込まれることから生ずる危機的な将来像を踏まえる必要がある。

また、成年後見制度や地域ネットワーク等に係る担い手不足が顕著であり、地域の現場は危機的な状況にある。

### (2) 地域ネットワーク間の連携

各省庁の政策ごとに、同一自治体に複数の地域ネットワークが縦割りかつ重複して存在しており、担い手も重複しているという課題がある。資源が限られるなか自治体の負担が過大な現状を踏まえ、可能な限り自治体やネットワークの担い手の負担を軽減する必要がある。また、消費者安全確保地域協議会（及び重層的支援体制整備事業）の設置率は全自治体の3割にも満たず、地域ネットワークを通じた見守り等への対応には自治体間の格差が生じている懸念がある。

### (3) 成年後見制度

潜在的な利用対象者数と比べ、実際の利用者数は総数でも25万件程度にとどまってい

<sup>9</sup> 内閣府「令和5年版高齢社会白書」（第1章第1節 高齡化の状況）参照。

<sup>10</sup> 消費者庁「令和5年版 消費者白書」では、2022年の消費生活相談について、主な販売購入形態別に高齢者の占める割合をみると、消費者を訪問し勧誘する、「訪問購入」では6割以上、「訪問販売」では5割弱と、高齢者の割合が高くなっており、高齢者は自宅にすることが多いため、訪問による勧誘の対象になりやすいと考えられる、とされている。

る。任意後見制度の利用状況も、ドイツ及び英国と比べると極めて低い水準にとどまる。担い手に関しても、新規専任の約8割を占める専門職は既に人材不足となっているという現実がある。

また、現在、障害者権利条約との関係で同制度の見直しが求められており、仮に法定後見が縮小する方向で改正された場合、それを補う支援の受け皿づくりが重要となる。その際、任意後見の利用拡大策が喫緊の課題となるほか、地域の社会福祉の仕組みとの協働という視点が鍵となる。

#### (4) 成年後見制度、地域ネットワーク等と共存する消費者法制度の在り方

成年後見制度利用促進法<sup>11</sup>、民法及び地域ネットワーク等の仕組みのみでは高齢化等への対応は十分ではないと考えられ、これらを補完する、またはこうした制度と共存・相互作用する「消費者法制度」の重要性が一層高まると考えられる。

### 3. 次期消費者基本計画における重点事項とすべき論点、課題への対応策

#### (1) 総論

高齢者一人ひとりの多様化、働くシニアの増加、高まる自律・自立志向を踏まえ、画一的、あるいはこれまでと同様な高齢者の見方を改める必要があるとの認識の下、人口が減少し地域コミュニティが希薄化する一方で、独り暮らし、認知機能の低下した高齢者の増加が見込まれることから生ずる危機的な将来像を踏まえた上で、これまでの延長ではない抜本的な対応が早急に求められることを十分に理解する必要がある。

さらに重要な問題としては、成年後見制度にしても、地域ネットワークにしても、その制度や仕組みを維持するための担い手をどのように確保していくのかといった点がある。担い手不足についても危機的な状況にあることを、十分に踏まえる必要がある。

デジタル化の進展やA Iの台頭等の社会情勢の変化をも踏まえ、高齢者等支援に係る現行の制度・取組の限界を見極め、それらの相互補完を意識しつつ、柔軟かつ総合的な取組を進めるべきである。

成年後見制度や地域ネットワークが見守る対象は高齢者だけに限られず、障害のある方等の、日常生活に支援、例えば金銭管理サービス支援等の必要な様々な消費者についても目を配り、対応していくことも重要な事と認識する必要がある。

#### (2) 地域ネットワーク間の連携

運用の見直しは勿論、各ネットワークの根拠法の見直し等による簡素化、効率化に向けた措置の可能性について、関係者間で認識を共有し、検討を始める時期にきているのではないか。

また、自治体の人員・予算両面の資源制約を踏まえ、例えば、地域ネットワークの効率的な運用に向けたガイドラインの作成や自治体における効率的運用事例の周知等により、高齢者等の見守り活動の更なる効率化に向けた支援を検討するべきである。

自治体の連携努力に依存するだけでは自ずと自治体間の格差が生じることや、自治体

---

<sup>11</sup> 成年後見制度の利用の促進に関する法律（平成28年法律第29号）



の資源制約を踏まえ、見守り活動におけるデジタル技術の活用事例の周知や当該活動への支援の可能性についても検討するべき。

### (3) 成年後見制度

高齢者等の消費者被害防止、権利擁護の観点から、成年後見制度は重要な枠組みと考えられ、成年後見制度の更なる利用促進を図ることは重要である。単なる制度の不知や運用上の問題で制度利用が阻害されないよう、後見人側だけでなく、30代、40代の将来的に活用可能性のある年齢層や、利用する本人も対象とした更なる広報や、制度運用の改善を進めるべき。

また、例えば身元保証等高齢者サポート事業の対象範囲を任意後見人で対応する例等、現行制度の活用事例の周知も有用と考えられる。

制度の低調な利用状況を踏まえ、利用を阻害する要因を正しく認識し、高齢者等の消費者被害防止、権利擁護の観点も十分に踏まえつつ、制度の利用促進に資する見直しを期待したい。

### (4) 成年後見制度、地域ネットワーク等と共存する消費者法制度の在り方

成年後見制度の在り方の議論の状況（本人の自己決定権を尊重する方向）を踏まえつつ、消費者被害の未然防止、拡大防止の観点から消費者行政が果たすべき役割の検討を行うべきではないか。

### (5) 身元保証等高齢者サポート事業

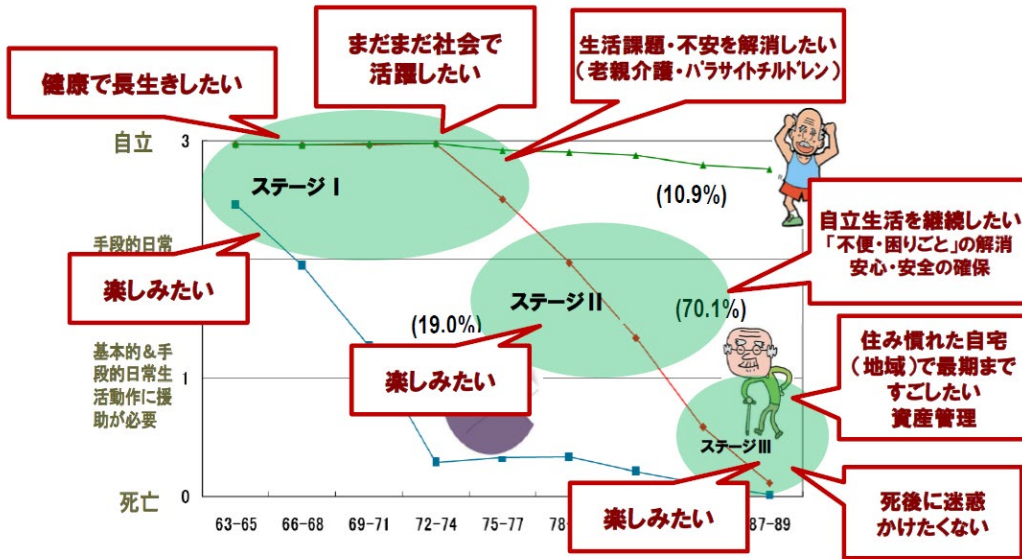
「身元保証等高齢者サポート事業に関する消費者問題についての建議」（2017年1月消費者委員会）<sup>12</sup>の発出後、消費者庁及び厚生労働省等において、必要に応じた対応が検討されたものの、抜本的な状況の改善にはつながっていない。2023年9月27日から開催された「認知症と向き合う「幸齢社会」実現会議」において検討が始まり、同年12月25日の「第4回実現会議」において決定された「認知症と向き合う「幸齢社会」実現会議とりまとめ」を踏まえ<sup>13</sup>、ガイドラインの策定等の対応に期待しつつ注視したい。

---

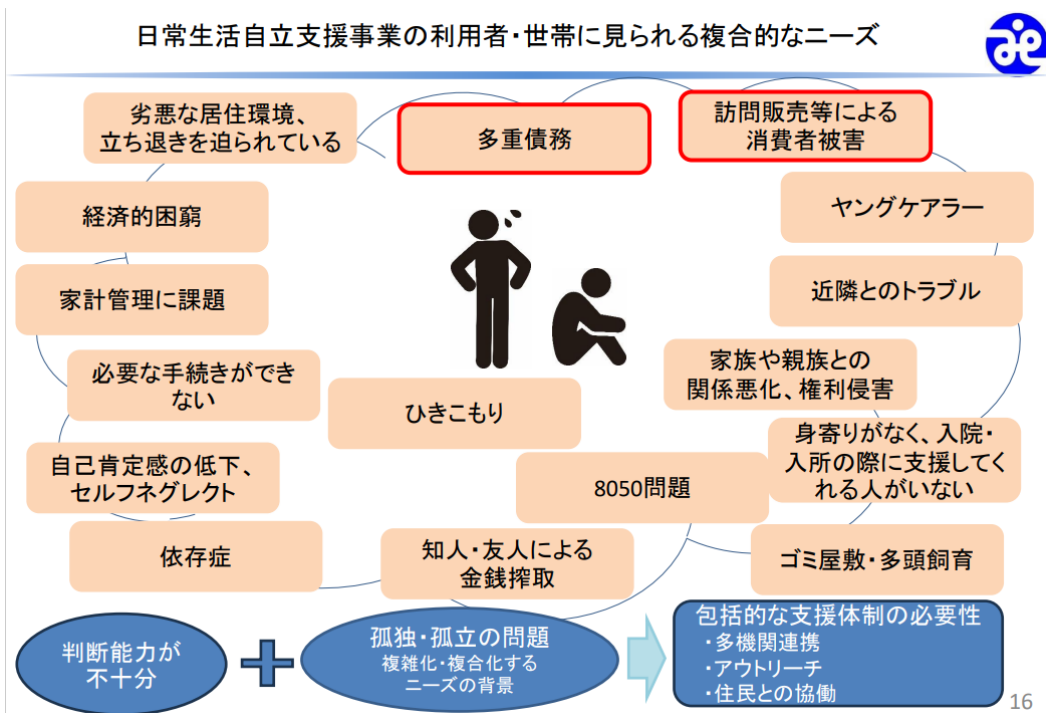
<sup>12</sup> 同建議では、一人暮らしの高齢者等を対象とした、身元保証や日常生活支援、死後事務等に関するサービスを提供する新しい事業形態である「身元保証等高齢者サポート事業」については、指導監督に当たる行政機関が必ずしも明確ではなく、利用者からの苦情相談についてもほとんど把握されていないのが実情である状況を踏まえ、消費者被害の未然防止、再発防止のため、①消費者庁、厚生労働省に対し身元保証等高齢者サポート事業における消費者保護の取組、②厚生労働省に対し病院・福祉施設等への入院・入所における身元保証人等の適切な取扱い、③消費者庁、厚生労働省及び国土交通省に対し消費者への情報提供の充実、を柱とする対応を求めた。

<sup>13</sup> 同とりまとめでは、「独居高齢者を含めた高齢者等の生活上の課題については、「意見のとりまとめ」及び内閣官房の身元保証等高齢者サポート調整チームを中心に整理している状況を踏まえ、年度内を目途に当面の対応（ガイドラインの策定等）を整理するとともに、法的対応が必要な論点の整理等を進めることを求める。」とされた。

# 高齢期の多様なニーズ



出典：秋山弘子東京大学名誉教授説明資料



出典：社会福祉法人全国社会福祉協議会説明資料

## 子どもの事故防止

## 1 論点として取り上げた背景・現状・課題

消費者の生命身体事故の未然防止のためには、事故情報を収集、分析し、これを活用することが必要である。人口動態統計によれば、1歳以上の子どもの死亡原因の上位は「不慮の事故」となっており、子どもの事故はいつも同じような場所で発生しており、その件数も大きくは減少しておらず、もはや予防活動は機能していないとの指摘もある。

## 【論点1】子どもの事故情報の収集、分析の在り方について

- (1) 2017年8月、消費者委員会は、「事故情報の更なる活用に向けた提言」を発出し、事故情報データの品質の向上、新たなデータ分析の活用、事故情報を伝達する新たな仕組みの構築、事故に対して講じた施策の効果の評価、事故情報の公開の促進等を指摘した。
- (2) 事故情報を一元的に集約するものとして、消費者庁と国民生活センターが連携して運用する「事故情報データバンク」があるが、家庭内で発生した子どもの事故などは、医療機関を受診しても地方公共団体や消費生活センター等に連絡せず、事故情報データバンクに情報が集まらない可能性がある。また、医療機関ネットワーク事業<sup>14</sup>が実施されているが、医療機関ネットワークは任意のネットワークであり、参画医療機関が限られている。
- (3) 予防のための子どもの死亡検証の制度である、チャイルド・デス・レビュー<sup>15</sup>について、厚生労働省において2020年度からモデル事業が実施され、こども家庭庁に移管した。この点、捜査機関から捜査情報が得にくい<sup>16</sup>、個人情報保護のため必要な情報が集まらない、遺族同意が原則とされているといった現状があり、こうした点を改善した上で、制度を整備することが必要との指摘もある。
- (4) 2023年9月28日、日本学術会議の分科会<sup>17</sup>から、見解「こどもの傷害を減らすためのデータ収集および利活用の促進」が公表された。同見解では、こども家庭庁に、子どもの事故のすべてに関与する部署の設置、傷害情報を継続的に収集するシステムの構築とオープンデータ化、傷害データを継続的に分析する部署及び研究機関の設置、子どもの年齢・場所（製品）別の行動データの収集とデータベース化、地域での傷害予防プロジェクトの推進と、安全な製品や環境の整備等が示された。

<sup>14</sup> 消費者庁と国民生活センターの共同事業。事業に参画する医療機関から、消費生活において生命又は身体に被害が生じた事故情報を、消費者の不注意や誤使用によると思われる場合も含めて幅広く収集。2023年3月31日時点で30の医療機関が参画している。

<sup>15</sup> 子どもの死亡時に、複数の機関や専門家（医療機関、警察、消防、行政関係者等）が、子どもの既往歴や家族背景、死に至る直接の経緯、解剖結果等に関する様々な情報を基に死因調査を行うことにより、効果的な予防対策を導き出し予防可能な子どもの死亡を減らすことを目的としたもの。

<sup>16</sup> 「都道府県 Child Death Review モデル事業の手引き（第2版）」（2021年3月厚生労働省子ども家庭局母子保健課）において、刑事訴訟法（昭和23年法律第131号）第47条及び第196条の規定の趣旨に鑑み、捜査に関する情報については当該モデル事業で取り扱うことが困難と整理されている。

<sup>17</sup> 臨床医学委員会・心理学・教育学委員会・健康・生活科学委員会・環境学委員会・土木工学・建築学委員会合同子どもの成育環境分科会

## 【論点2】 こども家庭庁により行われる取組について

子どもの事故防止に関する取組については、2023年4月のこども家庭庁設立により、消費者庁から移管され、こども家庭庁を中心として行われている。具体的には、消費者庁が中心となり取り組んできた「こどもを事故から守る！プロジェクト」について、保護者に対する情報のつなぎ（子どもにとって何が危険で、どのように注意すべきか等に関する情報の提供等）、地方公共団体、学校等の関係者に対する情報のつなぎ（他の関係者の取り組んでいる様々な事例の紹介等）、事故原因となる製品、施設の改良の促進の3つを柱とし、予防の観点に立って、子どもを事故から守ることに取り組んでいる。消費者庁から移管された業務として、「こどもの事故防止に関する関係府省庁連絡会議」、「こどもの事故防止週間」の実施、「事故防止ポータルサイト」の運営、「こどもの事故防止ハンドブック」の作成等がある。また、教育・保育施設等における事故防止対策についても取り組んでいる。関係省庁と連携した取組として、「こどもの事故防止に関する関係府省庁連絡会議」による情報共有や、関係省庁のSNSによる情報発信などが行われている。

## 【論点3】 海外からの直接販売等を通じた製品の安全確保及び子ども用製品による事故の未然防止のための制度整備について

製品安全については、経済産業省において、製品安全4法<sup>18</sup>による規制（事前規制・事後規制）や事業者の自主的取組の促進などの取組がなされている。子どもの製品事故防止の取組として、乳幼児が誤飲する事故が発生したことを踏まえ、経済産業省は、2023年5月に、マグネットセット及び水で膨らむ樹脂玩具の2製品を消費生活用製品安全法の特定製品へ指定した。これにより、技術基準に適合しない製品は販売できないこととなった。

また、インターネット販売の存在感が高まるなど、最近の製品安全を巡る環境変化を受けて、経済産業省では、2023年1月、「消費生活用製品の安全確保に向けた検討会」を設置し、同年6月に報告書を公表した。同報告書では、「海外事業者の直接販売などインターネット販売拡大への対応」と「玩具などの子ども用製品への対応」が示されており、後者について、諸外国では強制規格対象となっているにもかかわらず、日本では物理的安全性については規制がないこと等が指摘され、子どもの事故を未然に防止する観点から、消費生活用製品安全法の「こども向け製品」として規制できるようにする案が示された。上記内容を踏まえ、経済産業省では、産業構造審議会保安・消費生活用製品安全分科会製品安全小委員会において、制度化に当たっての具体的な課題や論点を整理するための審議が行われ、2023年12月に中間取りまとめ（案）の審議がなされた。

---

<sup>18</sup> 電気用品安全法（電安法）、ガス事業法（ガス事法）、液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律（液石法）及び消費生活用製品安全法（消安法）

## 2 次期消費者基本計画における重点事項とすべき論点、課題への対応策

### 【論点1】子どもの事故情報の収集、分析の在り方について

- ・ 消費者委員会「事故情報の更なる活用に向けた提言」（2017年8月）、日本学術会議臨床医学委員会・心理学・教育学委員会・健康・生活科学委員会・環境学委員会・土木工学・建築学委員会合同子どもの生育環境分科会見解「こどもの傷害を減らすためのデータ収集および利活用の促進」（2023年9月28日）による指摘等を踏まえ、事故情報の収集、分析の在り方について議論すべき。
- ・ 医療機関ネットワークの拡充やチャイルド・デス・レビューの仕組みの構築を早急に進め、導入された場合には活用するなどし、事故情報を充実させるべき。
- ・ チャイルド・デス・レビューのモデル事業については、そこで得られた情報や予防策を自治体共有会議で共有し、HPで紹介することに加え、モデル事業の結果を仕組みの構築に向けた検討に活用することが考えられるのではないかと。

### 【論点2】こども家庭庁により行われる取組について

- ・ 子どもに関する施策をこども家庭庁に集約することにより、漏れ落ちていく分野がないよう関係省庁において十分に連携してもらいたい。
- ・ 学校や教育保育施設の教職員に対して、注意喚起するだけではなくて、子どもの安全のための支援やサポートを充実させる必要があるのではないかと。
- ・ 子どもの生命を守る観点から、こども家庭庁を中心とした、子どもの事故防止に関する取組を推進すべき。消費者（保護者等）に対する注意喚起に当たっては、効果的なタイミングで必要な情報が伝わるようにすべき。また、事故防止のためには、消費者に対する注意喚起にとどまらず、制度や製品等の改善につなげることが重要であり、関係府省庁と連携し、制度や製品等の改善に向けた取組を一層推進すべき。消費者（保護者等）に対して、子どもの事故防止に資する製品を選択することや、事故情報、不具合情報を関係府省庁や関係事業者伝えることの重要性を伝えるべき。

### 【論点3】海外からの直接販売等を通じた製品の安全確保及び子ども用製品による事故の未然防止のための制度整備について

- ・ 経済産業省において、「消費生活用製品の安全確保に向けた検討会 報告書」（2023年6月）及び産業構造審議会保安・消費生活用製品安全分科会製品安全小委員会「中間取りまとめ（案）」を踏まえ、海外からの直接販売等を通じた製品の安全確保及び子ども用製品による事故の未然防止のための制度整備を行う方向性については評価するとともに、今後の動向に注視したい。
- ・ 関係事業者における子どもの事故防止に資する製品開発等の取組（事故情報や不具合情報を得て行う）を推進すべき。
- ・ 子どもの事故防止に向けたデータについて、例えば国民生活センターにあるデータが製品基準の見直しや製品改善につながることも考えられることから、さまざまなデータを総合的に分析する必要がある。

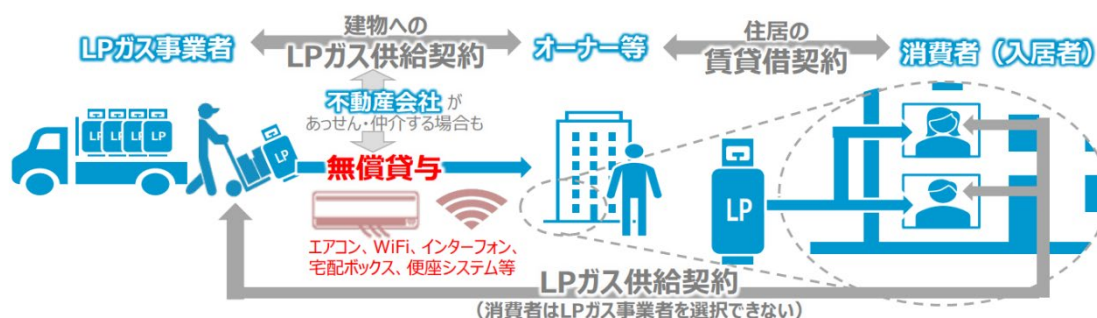
## 1 論点として取り上げた背景

L P ガス<sup>19</sup>は、現在全国で約4割にあたる2,200万世帯が使用する重要なライフラインである。料金については、いわゆる地域の燃料屋さんが、キロ単位のボンベを自由料金で販売している。

賃貸集合住宅においては、L P ガス事業者が、賃貸集合住宅のL P ガス販売契約を目的とし、又はオーナーや管理会社からの求めに応じ、給湯器やエアコン等の「無償貸与」を行い、その費用をL P ガス料金から回収するという商慣行が存在している。

無償貸与でL P ガス事業者が負担した費用は、L P ガス料金の設備料金に上乗せされる場合があるが、居住者は賃貸集合住宅の構造上L P ガス事業者を選択できず、また、入居後にL P ガス料金を知るので、本来の契約者である居住者不在の商慣行となっており、消費者の不利益につながっている可能性が指摘されている。

出典：資源エネルギー庁提出資料



## 2 現状・課題

## (1) 【北大生協調査】事業者間の料金格差と同一事業者の料金格差（L P ガス問題を考える会）

北海道生活協同組合連合会では、北海道大学近辺の賃貸集合住宅に住む約3,000人にL P ガス料金に関する調査を行った。結果、2022年度におけるL P ガス料金格差は、月額最大4,819円、年額最大57,828円、4年間で約23.1万円になることが判明。また、5物件以上にL P ガスを供給する8つのL P ガス事業者の料金表を調査した結果、7つのL P ガス事業者で複数料金が発生し、料金格差のないL P ガス事業者においては、無償貸与を断っていることがわかった。

## (2) L P ガス事業者の賃貸集合住宅への無償貸与の状況（資源エネルギー庁）

L P ガス事業者の約6割が、賃貸集合住宅のオーナーや管理会社からの要求に応

<sup>19</sup> L P ガスは liquefied petroleum gas の略で、液化石油ガスと訳される。

じて機器の無償貸与をしている。無償貸与は、契約戸数が多いLPガス事業者ほど行ったことがあるとの回答割合が高い。賃貸集合住宅に無償貸与したことがある設備・機器の状況として、ガスに関連する給湯器（98.4%）やコンロ（40.6%）に限らず、エアコン（36.2%）やテレビ（1.5%）、便座システム（15.4%）、Wi-Fiルーター（4.5%）、宅配ボックス（3.6%）など様々な形で無償貸与されている実態がある。

（3）賃貸集合住宅における入居前のLPガス料金情報提示の取組（資源エネルギー庁・国土交通省）

入居してからLPガス料金を知ることになる消費者は、事実上選択の機会がなく、消費者保護の観点から問題がある実態になっている。このため、賃貸集合住宅の空き物件にかかるLPガス料金の情報を関係業界の連携により、入居前の消費者に提示することを要請。（2021年6月1日に経済産業省、国土交通省から関係業界に協力依頼）

（4）LPガスの商慣行改革に向けた取組～液化石油ガス流通ワーキンググループの開催（資源エネルギー庁）

無償貸与などの商慣行を背景に、LPガスの消費者が不利益を被っている現実を是正すべく、総合資源エネルギー調査会 資源・燃料分科会 石油・天然ガス小委員会（本年1月に資源開発・燃料供給小委員会に改称）の下部組織である液化石油WGにおいて議論が行われた。液石法施行規則の改正案のポイントは、①過大な営業行為の制限、②三部料金制の徹底、③LPガス料金等の情報提供。「過大な営業行為の制限」「三部料金制の徹底」にかかる規律については、罰則規定のある条文に位置付ける。

また、改正法令の実効性確保のための方策案として、①商慣行見直しに向けて、各LP事業者自ら改正制度を遵守することを宣言し、資源エネルギー庁HPで公表することで見える化、②2023年12月1日、資源エネルギー庁HPに通報フォームを開設し、監視・通報体制を強化、③通報フォームに寄せられた意見や「商慣行見直しに向けた取組宣言」の取組状況を公開モニタリング、などがあげられた。

（5）関係省庁との連携状況

改正法令の実効性の確保をしていく上では、不動産業界等関係者による対応も必要であるとして、国土交通省をはじめとした関係省庁との連携が必要との指摘が多数なされているところ。

【国土交通省】

- ・2023年11月ごろから、公益財団法人日本賃貸住宅管理協会の運営協議会をはじめとする関連する事業団体向けに説明会を開催し、LPガスを巡る課題やそれを踏まえた制度改正案の概要について説明を実施
- ・無償貸与等の商慣行は、不動産業界と消費者との信頼関係にも関わる問題になりえることも踏まえ、LPガス分野における制度改正の内容について、公布後、その施行を

待たずになるべく早く、不動産関係団体向けに文書を発出し、周知徹底を図り、適切な対応を促す

- ・転居等で新たなLPガス供給契約が増える3月より前の2024年2月29日、賃貸集合住宅の入居希望者へのLPガス料金の情報提供を徹底するため、所管団体向けに再周知を実施

#### 【消費者庁】

- ・2024年春頃、事業者に対して、消費者にわかりやすい説明を行うよう要請する文書を発出
- ・2024年春頃、消費者に対して、契約に当たっては契約内容を十分に理解した上で契約するよう周知啓発

#### 【公正取引委員会】

- ・1999年6月、「LPガス販売業における取引慣行等に関する実態調査報告書」を公表

### 3 次期消費者基本計画における重点事項とすべき論点、課題への対応策

#### (1) 液石法施行規則改正と実効性の確保

無償貸与などの商慣行是正に向けた対応策として、過大な営業行為の制限、三部料金制の徹底については省令改正を行い、違反については罰則措置を設けた。その実効性確保に向けて、商慣行見直しに向けた取組宣言や通報フォームの開設、公開モニタリングなどを挙げ、抜け駆け営業の発生も含めて監視・体制強化を行う。

#### (2) 監視通報体制の整備

LPガス事業者が全国に約1万6000事業者あるなかで、監視通報体制が適切に機能するよう、資源エネルギー庁において人員体制も含めた執行体制の整備に取り組むべきである。通報フォーム<sup>20</sup>の内容を無駄にせず、定期的な調査を実施して監視体制の強化をお願いしたい。

公正取引委員会のHPには、電力・ガスの小売全面自由化に伴い、情報提供窓口<sup>21</sup>が設置されたが、LPガスについても開設してはどうか。

#### (3) 関係省庁との連携

入居者と直接的に対応する不動産関係者を所管する国土交通省、さらに公正取引委員会及び消費者庁が資源エネルギー庁と連携し、取組を進めることが不可欠である。

#### (4) 不動産関係者への周知徹底

制度改正の内容やLPガス料金の情報提供について、省令改正を待たずして不動産関係者へ通知文を発出するなど、周知徹底を図ってほしい。

#### (5) 実態調査の実施

---

<sup>20</sup>経済産業省は、2023年12月1日、LPガスをめぐる商慣行改革に向けた取組の一環として、LPガスの消費者に不利益をもたらすと考えられる商取引に関する情報を受け付ける窓口（通報フォーム）を開設。

<sup>21</sup>「電力・ガス」の事業分野における取引について、独占禁止法（私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律、昭和22年法律第54号）上問題となる可能性がある行為に係る情報提供を受け付けている公正取引窓口（通報フォーム）のこと。



国土交通省の情報提供に関するアンケート結果と、北海道生協連の実態調査の内容にはギャップを感じる。さらに、公正取引委員会の調査は約 25 年前の調査である。各省庁が協力して市場モニタリングを行っていくことが重要。

(6) 消費者への情報提供

入居希望者への L P ガス料金の情報提供について、努力義務ではなく徹底するべき。

(7) 重要事項説明書の取り扱い

L P ガス料金の透明化を行うため、たとえば宅建業法の重要事項説明に L P ガス料金を加えることを検討してはどうか。

宅建業者が負っている説明義務<sup>22</sup>について、国土交通省作成の重要事項説明書の様式では、「直ちに利用可能な設備」、「設備の整備予定」、「設備整備に関する特別負担の有無」などの項目が既に用意されており、解釈運用には L P ガス配管等の所有権を説明することになっている。この特別負担に、L P ガス料金に設備費用が含まれていることを、今後液石法令が改正されれば宅建業者に調査義務をかけて説明するべき。

(8) 景表法に基づく公正競争規約

医療機器業での公正競争規約<sup>23</sup>を参考に、景表法第 31 条に基づき、L P ガス業界で自主団体をつくって過大な営業行為を規制していくのはどうか。景表法は、消費者と事業者間の法律であるが、L P ガス業界も医療業と同様、L P ガス事業者を選ぶのは不動産業界（オーナー等）であるが、L P ガスを使用し、代金を支払うのは消費者であるため、参考になるのではないか。

---

<sup>22</sup>岡本正治ほかの『三訂版 [逐条解説] 宅地建物取引業法』に基づけば、宅建業法上、宅建業者は重要事項の説明義務があり、民法上も規範として機能するということが、異論はないところであり、併せて、宅建業法は、事業者間の重要事項説明は一部緩和されているが、消費者との関係では緩和されていないという前提で考えれば、宅建業者はかなり高度な説明義務を少なくとも入居者との関係では負うと推察できる。

<sup>23</sup> 医療機器業公正取引協議会で定める「医療機器業における景品類の提供の制限に関する公正競争規約」のこと。第 3 条（景品類提供の制限の原則）では、「事業者は、医療機関等に対し、医療機器の取引を不当に誘引する手段として、景品類を提供してはならない。」とする。また、第 4 条（提供が制限される例）では、「2 医療機関等に対し、医療機器の選択又は購入を誘引する手段として無償で提供する医療機器、便益労務等」とし、無償提供が明確に禁止されている。