

《全国消団連の重点課題》

消費者が安全で安心できるくらしの確保について

(1) 消費者基本計画への対応

- 第5期消費者基本計画の進捗検証と学習

(2) 地方消費者行政の充実・強化

- 2026年度国家予算化を目指しての地方消費者行政の充実強化のための国の施策強化に向けた国会等への要請活動実施
- 地方消費者行政プロジェクトによる都道府県消費者行政調査の実施と結果の活用、社会への発信
- 地方団体の調査支援のため、市区町村向け調査項目見本作成
- 消費者庁による全国の消費者団体の実態調査再開を求める

(3) 特定商取引法改正など消費者関連法の強化

- 特商法の改正に向けて、「特商法の抜本的改正を求める全国連絡会」を中心とした全国的な改正運動を継続して、地方で活動する会員団体とともに地方議会請願活動を進め、繰り返しての国会議員要請行動の実施
- 消費者契約法の抜本見直しに係る学習と改正運動の検討
- PL オンブズ会議と連携しての製造物責任法改正の推進
- 取引 DPF 消費者保護法に基づく官民協議会への参加と取引の適正化進捗の把握
- 若者の消費者被害防止のため、SNSなどを活用しながら広く情報発信
- 景品表示法およびステルスマーケティング対策の施行について、問題の発生などに応じて必要な取り組みの推進
- 実効性を高めるための法改正を目指して、「市民のための公益通報者保護法の抜本的改正を求める全国連絡会」に結集しての活動

(4) 社会のデジタル化に関する対応

以下のテーマについて、学習をもとにしながら、意見表明や政策提言などの実施。

- 個人情報保護法改正
- デジタル化に関する各課題（DPF や SNS における消費者トラブル、製品安全の確保、偽・誤情報対応など）
- 消費者の権利擁護を大前提としたデジタル社会の在り方

(5) 食品安全・表示に関する対応

消費者の関心を把握しながら、基礎的な部分からの食の安全に関する学習と意見表明などの実施。

- 食品表示制度に関わる問題
- 改正食料・農業・農村基本法
- 食をめぐる最新技術と消費者への情報提供のあり方
- 食品ロス削減推進法改正
- 米の安定供給に向けた実態調査実施
- その他の食品価格と供給に関する状況把握

(6) 環境・エネルギー問題に関する対応

以下のテーマについて、学習をもとにしながら、意見表明などの実施。

- 第7次エネルギー基本計画確定内容の進捗確認
- GX 実行会議の基本政策（原発政策などエネルギーにかかわる部分）、電力システム改革の検証や再生可能エネルギー主力電源化の課題などの論点の動向注視
- LP ガス問題の取引適正化、料金透明化の改善に向けた改正省令について、業界や行政の取り組みを中心とした実効性の確認と、消費者への周知・啓発推進
- 気候変動対策の理解と消費者が取るべき行動の啓発
- COP に関係しての日本の 2035 年目標に向けた進捗の注視
- プラスチックごみや容器・包装などの諸課題について、消費者の行動につながる啓発

(7) その他課題

その他、情勢に応じて消費者を取り巻く諸課題に対応。

- 地方公共交通の空白解消政策
- 物価問題全般

※ 社会のデジタル化に関する対応について（2024 年度情勢の振り返りと課題認識）

通底する問題意識

消費者を取り巻く社会のデジタル化については、国の機関がそれぞれの守備範囲からの発想で対応策等をまとめているが、その内容が多岐にわたりすぎてほとんどの消費者にとって理解できる限度を超えている。国としての交通整理が必要。

- デジタルプラットフォームと「製品安全誓約」「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（取引 DPF 消費者保護法）」の施行以降、官民協議会が立ち上げられ、年 2 回の意見交換が行われてきた。取引 DPF を語る偽サイトによるフィッシング詐欺は増加し続け、引き続き対応が課題となっている。2023 年に開始したインターネットモール事業者の自主的取り組みである「製品安全誓約」により、2024 年の年間累計で安全でない製品として 561 件が削除された。その一方で、石綿付き製品がデジタルプラットフォーム上で販売され、厚生労働省が注意喚起を行いプラットフォーム側も対応したが、そもそも石綿付き製品は労働安全衛生法が取り締まりの根拠であり、「製品安全誓約」の対象ではないことが明らかになった。
- デジタル空間の安全な情報流通について、総務省は「生成 AI やメタバース等の新たな技術・サービスの出現により、デジタル空間が更に拡大・深化し、また、デジタル空間におけるステークホルダーが多様化しつつある中、実空間に影響を及ぼす新たな課題の発生に対して、当該課題と多様化するステークホルダーによる対応等の現状を分析し、デジタル空間における情報流通の健全性確保に向けた今後の対応方針と具体的な方策について検討する」ことを目的として、「デジタル空間における情報流通の健全性確保の在り方に関する検討会」を立ち上げ、偽・誤情報の流通に対する報告書を取りまとめた。そのうえで、制度整備を含むその対処の在り方等を検討するため、「デジタル空間における情報流通の諸課題への対処に関する検討会」を開催している。
- 消費者委員会では、消費者法制をめぐるパラダイムシフトの検討を行う中で、深掘りする課題として、「消費者をエンパワーするためのデジタル技術」について専門調査会を立ち上げ、報告

書を取りまとめた。

- 安全と競争 アプリの配信や決済システムなどで指定事業者が他社の参入を妨害することを禁じるための法律として「スマートフォンにおいて利用される特定ソフトウェアに係る競争の促進に関する法律」が国会で可決成立。スマホ使用におけるユーザーの安全性確保と公正な競争環境を整備して消費者の利便性を向上させるという論点に係る法律でもあり、法執行について注視が必要。
- 名前を騙られた著名人が情報プラットフォームに削除を申し出ても放置され、実際に詐欺サイトに誘導されて害を被った方が多数出る、SNS 上での誹謗中傷が相次ぎ、その被害者が放置される状況が続く中、大規模な SNS 事業者を「大規模特定電気通信役務提供者」に指定し、中傷など「他人の権利を侵害する情報」の削除手続きの迅速化に加え、その実施状況や削除基準の公表など「手続きの透明化」を事業者に義務づけるために「プロバイダ責任制限法」が改正されて「情報流通プラットフォーム対処法」として 2024 年の通常国会で可決成立した。
- 決済手段の多様化 インターネット通販における決済手段の一つとして、商品を受け取った後に請求書などを使いコンビニなどで代金を支払える、立替払い型の「後払い決済サービス」の利用については、サービスの利用増加に伴い、トラブル相談も増加してきたことで、注意喚起が行われている。
- AI 新法について、国は、国民生活の向上や経済社会の発展の実現に AI によるイノベーション促進とリスク対応を両立させることが重要と考え、2025 年 2 月 28 日に「人工知能関連技術の研究開発及び活用の推進に関する法律案」（いわゆる「AI 法案」）を閣議決定し、2025 年通常国会に提出することとした。法案は、AI 政策の司令塔機能強化、内閣総理大臣を本部長とする「AI 戦略本部」設置、政府が推進すべき AI 政策の基本的な方針等を示す「AI 基本計画」策定、AI の適正性確保のための国際規範に即した「指針」整備、AI の動向に関する情報収集や国民の権利利益を侵害する事案の調査などを規定しているが、違反者への罰則などは定められていない。
- 個人情報保護法 2022 年 4 月から全面施行された改正法について、個人情報保護委員会は、「いわゆる 3 年後見直し検討会」を立ち上げ、初めて消費者団体をステークホルダーとして検討会のメンバーに位置付けた。検討会自体は経済団体の抵抗によりなかなか進展を見ず、最終報告書は違反事業者への課徴金、適格消費者団体による差止請求と被害回復制度などの必要性について焦点を当てるにとどまった。個人の権利擁護を前提とした法改正について更なる検討が必要となっている。

《第 9 次消費者委員会活動への要望について》

令和 7 年 8 月 27 日に出された「次期消費者委員会への移行に当たっての留意事項」について、異論はありません。ここに示された事項に留意して、着実に調査審議を行っていただくことを期待しています。その上で、以下要望を申し上げます。

1 消費者委員会の運営について

消費者委員会が独立して消費者行政全般について監視機能を十分に果たし、積極的に建議・意見等を発出することは重要であると考えます。消費者委員会における議論の透明性を向上させるという点で、委員会や専門調査会の審議を YouTube 配信やアーカイブ配信で傍聴することができるという取組は今

後もぜひ続けてください。

消費者委員会の活動やその成果等の認知度を向上させるための広報の取組について、オリジナルキャラクターの起用や親しみやすい文字のフォントなど、発信内容や表現方法等について工夫が感じられます。引き続き、若年層から高齢者まで幅広い世代に届く情報発信の工夫を続けてください。

併せて、地方の消費者団体が消費者委員会をより身近に感じられるよう、「地方消費者委員会」の再開を希望します。

2 下部組織の運営について

専門的な事項を調査審議するための下部組織の設置は必要と考えます。その上で、公共料金等専門調査会においては、各省庁が所管する公共料金等について、決定過程の透明性、及び料金の適正性を調査審議するだけでなく、消費者参画の機会として幅広い消費者の声を反映することが必要です。その後、消費者の暮らしにどのような影響があったか、利便性は向上したか、逆に不便を感じることはないかなど、真に消費者の利益に繋がっているのか、フォローアップや進捗の確認などが必要と考えます。

3. その他

消費者委員会事務局においては、消費者委員会の活動の周知、若者世代への注意喚起、消費者問題解決に係る人材育成などを目的として、大学生(消費者関連法学や社会学、家政学などを先行している)への活動説明や意見交換を行うことを要望します。次世代との意見交換は若者が直面する消費者問題を知る機会にもなり、貴重な場になりうると考えます。

以上