

おわりに

本報告書では、第2章で、自社の店舗や配達網等の顧客とのインターフェースを活用して、顧客や地域住民等にとって有益で価値のある情報を提供する取組を行っている様々な業種の事業者の取組を紹介し、第3章では、地方公共団体の住民サービスの向上等を目的としてそのような事業者の取組を活かす、新たな公民連携の取組を紹介した。消費者行政においても、そのような事業者の力を活かして、消費者に対して効果的に消費者関連情報を提供できないかという観点から、第4章及び第5章で、具体的な方策や目指すべき姿の実現に向けた対応策を提示した。

事業者においては、自社で地域・社会貢献活動を行うに当たり、第2章及び巻末の取組事例集で紹介している先進的な取組を参考にさせていただきたい。また、行政との協働に当たっては、第4章で示した共創型情報提供モデルを参考に、地域・社会貢献活動として、行政と共に、消費者関連情報提供の取組を実現・推進することを期待する。

地方公共団体においては、第3章の新たな公民連携の取組及び第4章で示した共創型情報提供モデルを参考に、地域で活動する事業者と連携した消費者関連情報提供の取組の充実・拡大が望まれる。

そして、国においては、第4章で示した共創型情報提供モデルにおける地方公共団体の取組への支援を行うと共に、第5章で示した全国的な共創型情報提供モデルの推進や環境整備に取り組むことが求められる。

今回のヒアリングで明らかのように、事業者の地域・社会貢献に対する取組の水準は想像以上のものであり、その方法も様々でアイデアに富んだものであった。消費者行政が事業者との連携・協働を深め、消費者政策に事業者が積極的に関わり、事業者の人的・物的リソースが十分に活用されることにより、消費者行政の充実・推進が図られていくことを期待する。

消費者関連情報の提供の在り方を検討するに当たり、今回は事業者に焦点を当て検討を行ったが、事業者以外にも、地域住民等のために自主的に地域・社会貢献活動を行っている学生サークル、ボランティア、地域団体等も存在する。今後、更なる消費者関連情報の提供の在り方を検討するに当たっては、事業者に限らず自主的な地域・社会貢献活動を行う取組を広い視野で発掘し、例えば、大学等教育機関、地域団体、社会福祉法人、NPO団体等との連携によりこのような取組を行う学生サークルやグループ等を発掘し、消費者関連情報を活用してもらうための方策の検討・構築することにより、様々なルートで消費者に消費者関連情報が届くような社会を目指していくことを期待したい。

消費者が必要とする事故情報や注意喚起情報等が的確に消費者に提供されるためには、情報の発信、伝達、受容が適切にデザインされなければならない。国や地方公共団体等による消費者関連情報の的確な収集・整理の実現、国や地方公共団体のみならず民間部門を含めた効率的な伝達手段による情報提供システムの構築、民間部門による消

費者のリスクやニーズに対応した情報受容の促進が求められる。そのためには、DXの進展により今後期待されるICTやAIによる情報通信やデータ処理の抜本的な変革が求められており、消費者行政においてもその調査研究を率先して推進し、これらを先取りして施策化していくことも期待したい。

最後に繰り返しになるが強調しておきたいこととして、消費者市民社会においては、消費者を中心に、国、地方公共団体、消費者団体、事業者それぞれが重要な役割や責任を担っており、事業者と行政だけでなく、消費者市民社会の担い手間の相互連携を充実・強化していくことが必要である。本報告書を受けて、消費者行政に関わる国や地方公共団体、それらと連携・協働が期待される様々なステークホルダーにおいて、消費者関連情報提供の取組が充実・推進される方策を検討されたい。