

消費者関連情報の提供の在り方検討ワーキング・グループ報告書 ～事業者と行政との共創による消費者への情報提供の実現に向けて～ 《概要》

－ 目次 －

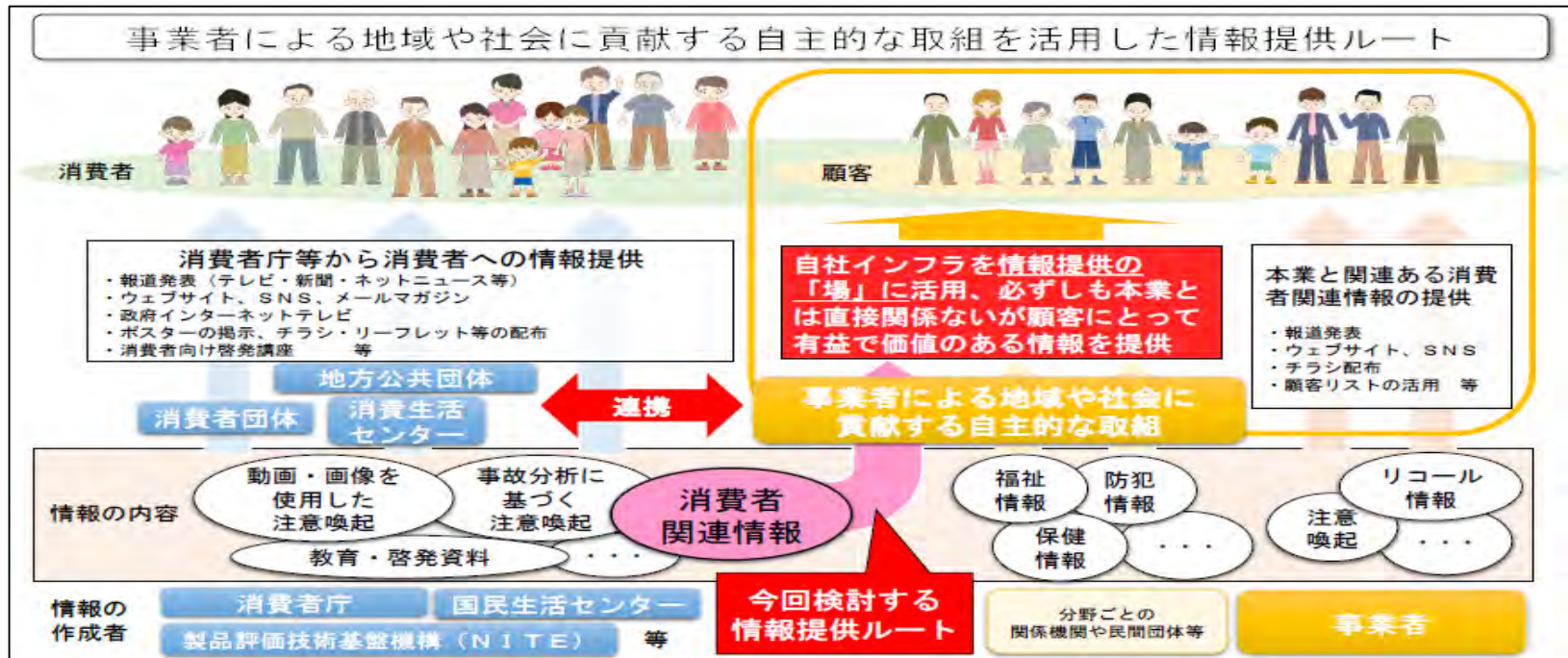
はじめに	1
第1 事業者による地域や社会に貢献する自主的な取組	1
第2 事業者による自主的な地域・社会貢献の取組	2
第3 共創・公民戦略連携の取組	3
第4 事業者に消費者関連情報を活用してもらうための方策の検討 ～共創型情報提供モデル～	4
第5 目指すべき姿の実現に向けた対応策・環境整備	7
委員名簿、開催実績	9

令和3年8月

消費者委員会

消費者関連情報の提供の在り方検討ワーキング・グループ

- SDGs等の影響により、地域・社会貢献を本業の一つの柱として据え、本業を通じた地域・社会貢献活動を行う事業者が増えている。そのような事業者の中で、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う事業者が現れており、福祉や防犯等の分野を中心に積極的に情報提供が行われている。
- 地方公共団体でも、本業を通じた地域・社会貢献活動を行おうとする事業者の力を活かす“共創”や“公民戦略連携”といった新たな公民連携の取組が増加している。
- 消費者関連情報は、このような事業者の取組においてあまり活用されていない。
- 消費者行政としても、消費者市民社会の担い手としての役割も期待されるこのような事業者と連携し、積極的に支援することが期待される。



事業者	取組の概要	報告書
(1) (株)イトーヨーカ堂	「買う」だけではなく、「集う」「食べる」「遊ぶ」「学ぶ」「相談する」などの新たな価値を提供し、社会の活力や課題解決につなげる。店舗等を活用した認知症啓発イベントや行政情報の発信を行っている。	P5
(2) ヤマトホールディングス(株)	自社の持つネットワークやノウハウ等の経営資源を活かし、地域・社会課題の解決に向けた、地域共創による新しいサービスの創造に取り組む。自社の拠点で、地域の事業者や住民と連携したイベントを開催している。	P8
(3) 日本生活協同組合連合会・エフコープ生活協同組合	宅配事業のインフラを活用した「地域見守り活動」など、本業を通じた地域貢献活動を積極的に行う。消費者被害防止チラシの配布や詐欺被害防止学習会等を行っている。	P11
(4) トヨタ自動車(株)＜トヨタ消費生活アドバイザーの会＞	消費生活アドバイザー資格者の知識・感性を活かし、お客様(消費者)志向の向上に貢献する。お客様目線でカタログを確認し、カタログ作成部署へフィードバックする等の取組を行っている。	P14
(5) トヨタ自動車(株)＜この町いちばん活動＞	全国の店舗のネットワークと、これまで築き上げたお客様との信頼関係等を活かし、地域の「困りごと」を「地域主導」で解決する。販売店の店舗を活用し、地域住民向けに防災セミナー等のイベントを開催している。	P17
(6) (株)ファミリーマート	地域と加盟店が様々な地域社会の課題解決に協力し、「親しみやすさ」を感じてもらうためのCSR活動を展開している。警察と連携し、店舗での特殊詐欺被害防止の情報提供や、イトインを利用した講習会を開催している。	P18
(7) 大和リース(株)	商業施設は「社会インフラ＝公器」という考えの下、単なる買い物場から地域コミュニティ創出の場に。交流スペースを運営するNPOを設立し、NPOが地域住民や団体等によるイベントのコーディネートを行っている。	P23
(8) 京都信用金庫	金融サービスを通じて地域社会における「社会的紐帯」や人々の絆を育むなど、顧客志向の経営を追求する。顧客の困りごとや解決策を職員で共有するイントラネットや、ビジネスマッチング拠点を運営し、地域課題を解決。	P26
(9) (株)高知銀行	地域の持続可能性の向上と経済の活性化に貢献するため、地域との協働を展開している。顧客ニーズや旬の話題等を踏まえ、店舗等で様々なイベントを開催しており、子ども向けにも金融教室を開催している。	P29

【事業者ヒアリング結果まとめ】

- 事業者は、「本業を通じ」自ら企画・立案して自主的に地域・社会貢献活動を行っている。本社が主導して全国的に取り組んでいるもの、経営トップの強いリーダーシップの下で実施しているもの、地域・社会貢献から一歩進めて事業化しているもの、地域の販売店等の地域・社会貢献活動の支援策として行っているもの等があった。
- 必要に応じて地方公共団体と連携協定を締結して取組を進めている。
- 行政と連携した情報提供等の取組を行う上で、事業者側の要望として「行政の窓口一元化」が求められている。
- 提供する「情報」は、高齢者向けの福祉や防犯の分野が多く、消費者関連情報の活用は少ない。

【共創・公民戦略連携】

社会課題が複雑化、多様化し、少子高齢化が進み、経済面・財政面で制約が課される中、行政のみで様々な社会課題を解決することが難しくなっている。



新しい公民連携、すなわち、民間が「主体的」に参画し、行政と民間が対等な関係で「対話」を行うことにより、新たな価値を生み出す取組が進められている。

地方公共団体	取組の概要	報告書
(1) 横浜市「共創」	「対話」の窓口とコーディネート機能として「共創フロント」を設置。企業、大学、NPO等民間の多様な主体と「対話」を通じて連携し、それぞれが持つアイデアとノウハウ、資源などを活用する「オープンイノベーション」を推進して社会課題を解決していく。	P34
(2) 大阪府「公民連携戦略」	公民戦略連携デスクが、①企業等からの提案を適切に受け止め、府庁内の各部局とマッチングする一元的な窓口・相談機能、②その連携が円滑に進むようコーディネートし、府庁内からの提案を企業等に伝えるバックアップ機能を担い、民間との新たなパートナーシップを実現。府民、企業等の民間、行政の3者が「三方良し」となる取組を目指す。	P39

【消費者行政における事業者を経由した情報提供】

消費者庁は、判断力が不十分な消費者の消費者被害を防止するため、地方公共団体及び地域の関係者が連携して見守り活動を行うべく、見守りネットワークの設置を推進。

地方公共団体	取組の概要	報告書
(3) 徳島県「見守りネットワーク」	消費者庁新未来創造戦略本部と連携しつつ、高齢者、障がい者をはじめ若者を含めた幅広い世代を対象として、見守り等必要な取組について情報交換、協議を行うことにより、市町村における見守りネットワーク構築の機運醸成を図る。県や市町村から「依頼」して、構成員である事業者経由で消費者に情報を提供している。	P45

■ヒアリング結果の分析

【事業者にとってのメリット】

①自主的な取組を行うメリット

- ・集客力の向上や顧客からの信頼獲得につながる。 ・自社イメージの向上につながる。
- ・地域の安全・安心の確保や活性化等により地域住民の生活が向上し、住民が自社をさらに利用してくれるようになる。
- ・従業員が自社の地域・社会貢献活動を誇りに思い、自社への帰属意識を強めたり、満足度を高めたりする。

②行政と連携するメリット

- ・自社の取組の場や業種・業態等にマッチした情報を、行政の知見を活用して入手できる。
- ・行政と連携することで事業者の取組に対する安心感・信頼感が増し、顧客に参加してもらいやすくなる。本業の集客効果も高まる。
- ・行政と連携することで、自社の地域・社会貢献をアピールできる。

【行政にとってのメリット】

- ・事業者の店舗や配達網等のネットワークを活用して消費者に情報を届けることができる。
- ・行政がポスター掲示やチラシ配布等のみを行う場合と比較して、消費者に情報が届きやすい。
- ・本社・本部等の協力が得られれば、全国各地の個々の店舗等に提案しなくても、効率的に全国各地に取組を展開できる。
- ・事業者側で一度取組が定着すれば、継続して消費者関連情報を活用してもらえらる。

【消費者にとってのメリット】

- ・身近な事業者から情報が届けられるため、安心して情報を受け取ることができる。
- ・行政によるポスター掲示やチラシ配布等のみと比較して、事業者が直接コンタクトして、よりわかりやすく情報を届けてくれる。
- ・消費者に合わせてカスタマイズされた情報が提供されるため、消費者自身にとって必要な商品やサービスの選択に役立つ。

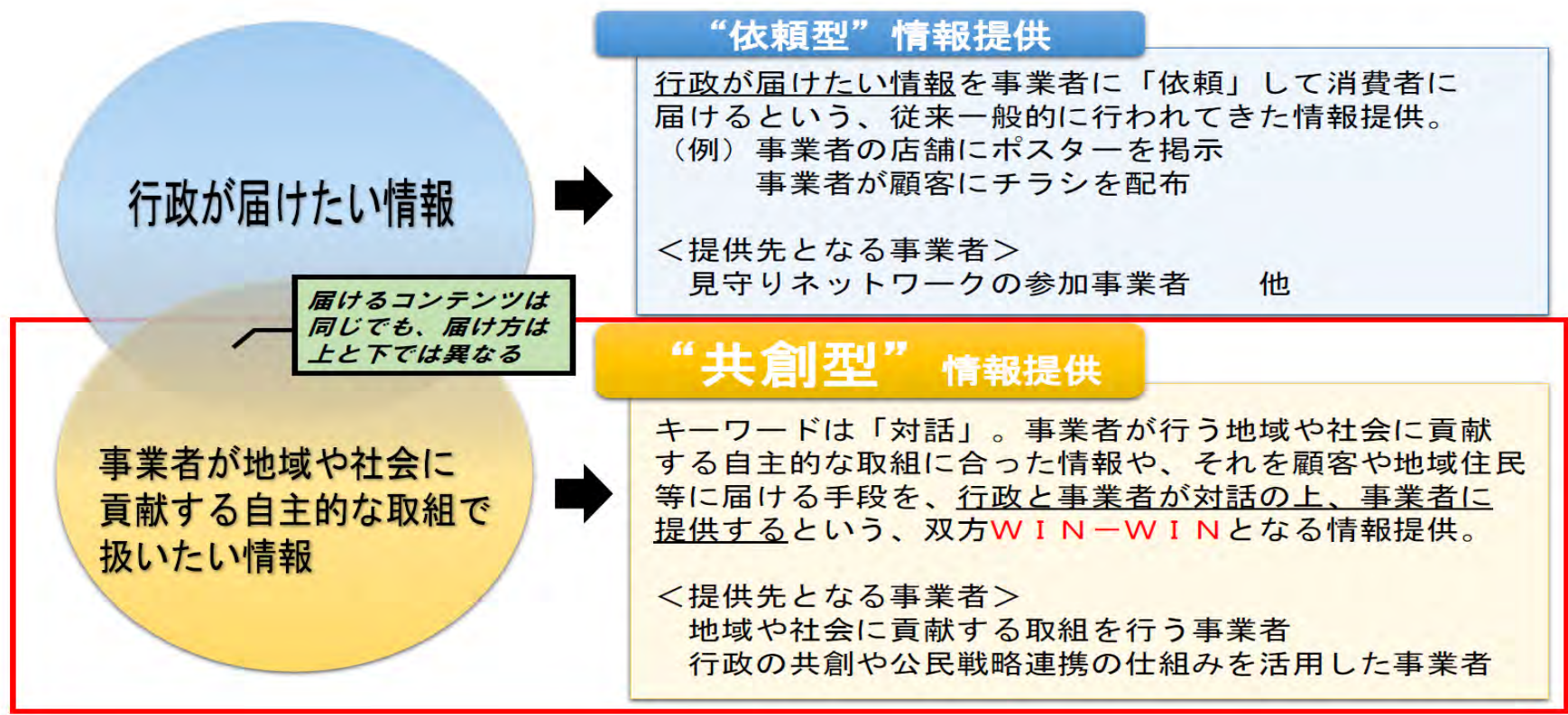
- 多くの事業者は顧客や地域住民等にとって有益で価値のある情報を届けたいとの意思を有している。事業者にとって、地域・社会貢献活動が促進される情報を幅広く扱えるようになることは望ましい。
- 消費者行政においても、顧客や地域住民等に有益で価値のある消費者関連情報をこのような事業者に提供すれば、十分活用してもらえる可能性がある。



そのためには、消費者行政が提供できる消費者関連情報やデータ、人材等の資源を有効活用することが必要。

■共創型情報提供モデル

行政が事業者の取組に合わせて消費者関連情報を提供し、行政と事業者が相応に分担して情報提供を行うために、行政は事業者と「対話」を行うことが必要。

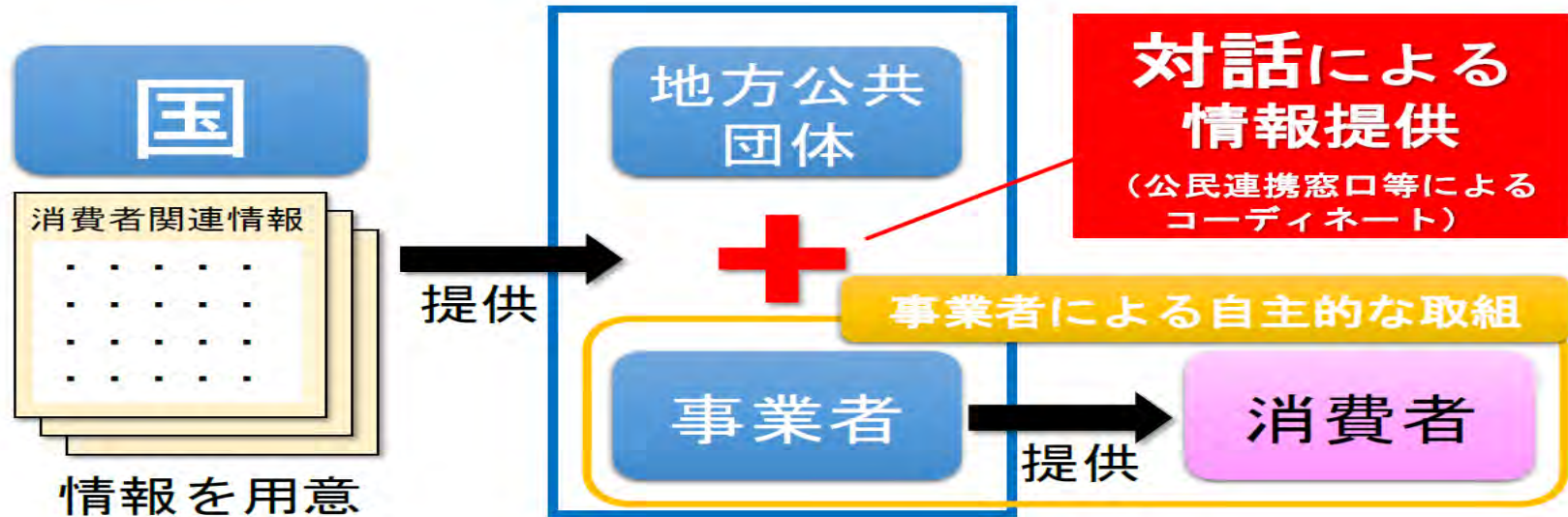


「対話」とは

事業者が情報を届けたい顧客層や取組の頻度、取組の場所、情報を伝える媒体等に合わせて、行政から提供できる消費者関連情報の内容や形式、顧客や地域住民等に届ける手段等を提案し、立場の違う行政と事業者がお互いを理解し合いながら、双方が「WIN-WIN」となるように話し合うこと。

対話 事業者の取組に合った消費者関連情報の提供

共創型情報提供のフロー



それぞれの役割

地方公共団体

- 消費者行政担当部署に次の機能を追加
 - ・事業者に対する消費者関連情報等の活用の提案
 - ・事業者からの相談の受付
 - ・事業者への消費者関連情報等の提供
 - ・事業者への周知

国

- 地方公共団体への消費者関連情報の提供

事業者

- 地方公共団体に対する消費者関連情報等の活用の相談
- 自主的な取組における消費者への消費者関連情報の提供

1 目指すべき姿の実現に向けた対応策

(1) 地方公共団体における共創型情報提供体制の構築・整備

【当ワーキング・グループの期待する取組の方向性】

- 地方公共団体は、共創型情報提供を通じて、事業者による自主的な取組と連携して消費者に消費者関連情報を効果的に提供するため、消費者行政担当部署で次の役割を担う体制を整えることが望ましい。
 - ・事業者に対する消費者関連情報等の活用の提案
 - ・事業者からの相談の受付
 - ・事業者への消費者関連情報等の提供
 - ・事業者への周知
- 地方公共団体は、事業者に消費者関連情報を活用してもらうため、消費者行政担当部署が公民連携に取り組んでいることを事業者にアピールしていくことが望まれる。
- 消費者庁は、地方公共団体が共創型情報提供を通じて効果的な情報提供ができるよう、地方公共団体の消費者行政担当部署をサポートする。地方公共団体・国のそれぞれがあまり形式面にとらわれずに、できるところから早期に着手することを期待する。

(2) 国と事業者による共創体制の構築・整備

【当ワーキング・グループの期待する取組の方向性】

- 消費者庁は、消費者志向経営推進組織や消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）等の既存の枠組みも活用しつつ、事業者との新たな対話の場（プラットフォーム）を設置し、事業者との対話を通じて、事業者による自主的な取組を促進する。
- 自主的な取組を行う事業者との連携・協力体制の構築に向け、国においても事業者との対話を行うための一元的な窓口を設置し、自主的な取組を行う事業者の支援や地方公共団体と事業者とのマッチング等の取組を推進する。

2 目指すべき姿の実現に向けた環境整備

(1) 事業者内における消費者教育の推進

【当ワーキング・グループの期待する取組の方向性】

○消費者庁は、関連省庁等や関係団体と連携して、事業者内における消費者教育を一層推進する。取組にあたっては、事業者の経営者層に対して、従業員に対して消費者教育を行うことは、事業活動においても大きなメリットがあることをアピールする。また、従業員が自主的・積極的に学ぶことを促すため、従業員にとってメリットのある促進策を検討する。

(2) 事業者の取組を応援する仕組み

【当ワーキング・グループの期待する取組の方向性】

○消費者庁は、消費者志向経営優良事例表彰制度等の事業者による取組を応援する仕組みについて、さらなる認知度向上と内容の充実に取り組む。地域の事業者による優れた地域・社会貢献活動事例の発掘・紹介に取り組む。

(3) 事業者への消費者関連情報の提供方法等の工夫

【当ワーキング・グループの期待する取組の方向性】

○消費者庁は、消費者にとって有益で価値のある情報を消費者や事業者にスピーディーかつタイムリーに提供する方法や体制を検討する。消費者行政の持つデータの高度な分析・活用を可能とする人材養成や組織の在り方の検討を含め、AIやSNS等を活用した消費者被害の早期把握のための手法の在り方を早急に検討することを期待する。

【消費者関連情報の提供の在り方検討ワーキング・グループ委員等】

- 委員
- | | | |
|--------|-------|------------|
| (座長) | 新川 達郎 | 同志社大学名誉教授 |
| (座長代理) | 受田 浩之 | 高知大学理事・副学長 |
| | 片山登志子 | 弁護士 |
- オブザーバー
- | | | |
|--|-------|------------------------------|
| | 生駒 芳子 | ファッション・ジャーナリスト、伝統工芸開発プロデューサー |
| | 高 巖 | 麗澤大学大学院経済研究科教授 |
| | 西田 佳史 | 東京工業大学工学院教授 |
| | 八木 洋介 | 株式会社people first代表取締役 |

【開催実績】 (2021年2月～2021年7月)

- 第1回 ヒアリング (有識者)
今後の調査審議の進め方
- 第2回 ヒアリング (事業者)
- 第3回 ヒアリング (事業者)
- 第4回 ヒアリング (事業者)
- 第5回 ヒアリング (地方公共団体)
- 第6回 ヒアリング (事業者、地方公共団体)
- 第7回 ヒアリング (地方公共団体、消費者庁、国民生活センター)
- 第8回 ワーキング・グループ報告書の取りまとめに向けた審議
- 第9回 消費者問題解決のDXについて (西田委員御発表)
ワーキング・グループ報告書 (案) に係る審議
- 第10回 ワーキング・グループ報告書 (案) に係る審議