

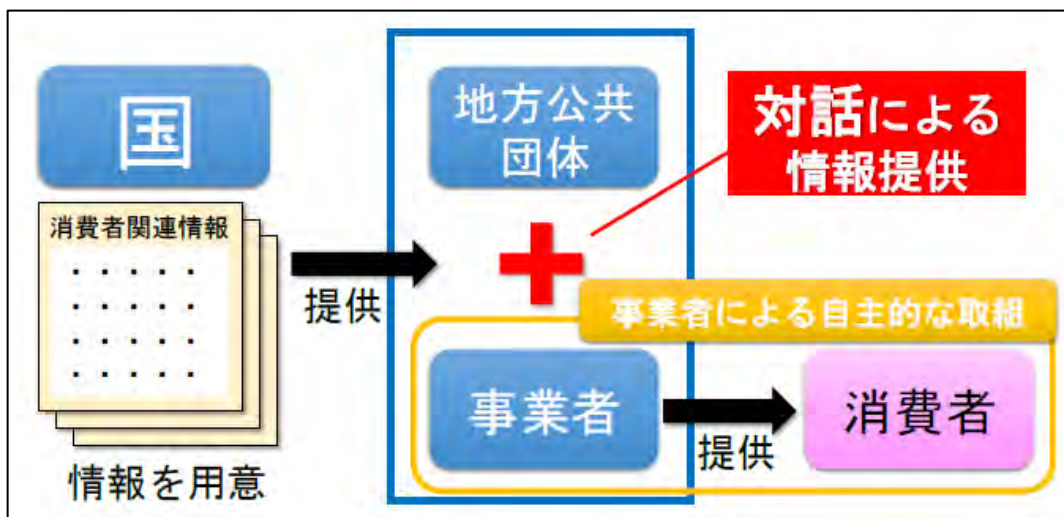
第5 目指すべき姿の実現に向けた対応策・環境整備

1 目指すべき姿の実現に向けた対応策

(1) 共創型情報提供の実施

【基本的な考え方】

- ・第4章では、地方公共団体と自主的な取組を行う事業者と目指すべき連携・協力体制を検討し、“対話”による「共創型情報提供モデル」を提案した。



- ・このモデルにおいて、地方公共団体は事業者と“対話”を行い事業者による自主的な取組に合った消費者関連情報を提供する役割を担っているが、消費者行政では情報提供において事業者と連携することはこれまであまり行われてこなかったため、消費者行政担当部署がいきなり事業者と“対話”を行うことは難しい場合もある。そこで、まずは消費者行政担当部署において、事業者に消費者関連情報等の活用を提案し、事業者から相談を受けられるように準備する必要がある。
- ・準備が整ったのち、事業者とのつながりを有する地方公共団体内の他部署や、公民連携窓口等も活用しながら、事業者に消費者関連情報を活用してもらえよう消費者業担当部署が取り組んでいることを、周知する必要がある。
- ・消費者庁においては、実効性のある共創型情報提供が各地で実施されるよう、地方公共団体の消費者行政担当部署を適切にサポートし、全国でこの取組を推進していくことが求められる。
- ・消費者庁による地方公共団体のサポート策として、地方公共団体が消費者関連情報を事業者へ提供しやすいように工夫することが必要である。地方公共団体が事業者の取組に合った情報が容易に検索できるよう消費者関連情報がライブラリ形式にまとめられ、事業者の取組に合うように加工しやすい形式で提供されることが望ましい。
- ・共創型情報提供は少ない予算でも取り組めることが一つの特長である。このため、地方公共団体も国も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。

【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に、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えよう消費者業担当部署が取り組んでいることを、事業者にアピールしていくということが望まれる。

○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に、地方公共団体の消費者行政担当部署を適切にサポートし、全国でこの取組を推進していく。地方公共団体も国も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

【基本的な考え方】

ア 国と事業者代表による新たな対話の場（プラットフォーム）の必要性

- ・対話が重要であることは、何も地域の行政機関である地方公共団体と事業者間に限られるものではない。大企業を中心に、事業者の本社機能（経営者層や担当部署等）の多くは首都圏等の大都市に集積しており、地方公共団体が事業者の本社機能のある大都市を訪問してアプローチするよりも、むしろ国が行った方が効率的である。ただし、国においても個々の事業者と個別に対話を行うのは現実的ではないことから、国と事業者の代表による新たな対話の場（プラットフォーム）を設けるという方法が考えられる。
- ・国が事業者の代表との新たな対話の場（プラットフォーム）を持つことは、地方公共団体と事業者の共創型情報提供の取組を、国が支援すること以上の意味がある。国と事業者代表との対話を通じて、消費者行政の重要性や今後の方向性等について多くの事業者に理解してもらうことや共創型情報提供の枠組みをより良いものに改善し、その取組を全国に展開していくことは、消費者行政分野における新たな公民連携を強化していく上で極めて重要な取組であるといえる。


イ 国と事業者代表による新たな対話の場（プラットフォーム）の目的

- ・国と事業者代表による新たな対話の場（プラットフォーム）において、国は事業者代表に対して、消費者問題への取組がSDGs等の実現とも深い関わりを持つ重要な社会的課題であること、消費者の安全・安心の確保を通じた

経済の好循環の実現等により、事業者の中長期的な利益にも資するものであること等を丁寧に説明し、課題解決に向けて一緒に取り組むことについて理解を求めることが必要である。また、国として、事業者が自主的な取組を行う上でどのようなニーズを有しているのかについて十分に把握した上で、消費生活相談関連のデータや消費者向け情報コンテンツ等の提供、事業者が開催するイベントへの講演者等の派遣など、消費者行政が有する各種の有益なリソースを提供して、事業者による自主的な取組を支援する用意があることを伝えることも重要である。

ウ 新たな対話の場（プラットフォーム）の枠組み

- ・ 国と事業者代表による新たな対話の場（プラットフォーム）には、全国的な経済団体、各業界別の事業者団体や中小企業団体、事業者における消費者関連部門の専門家団体等、幅広い事業者団体に参加を求めることが考えられる。それぞれの事業者団体との間で個別に設置することも考えられるが、消費者庁と関係団体が消費者志向経営の普及・促進を図るために設置している「消費者志向経営推進組織」を充実・強化した上で活用していくことも考えられる。また、地方公共団体と事業者間の対話を促進するためには、現在は徳島県など一部の県にのみ設置されている地方版の消費者志向経営推進組織について、他の都道府県においても設置を促していくことが有効である。


消費者庁
Consumer Affairs Agency, Government of Japan

(参考)消費者志向経営推進組織(プラットフォーム)の運営会議の構成員

【構成員】

- ・事業者団体 : 一般社団法人日本経済団体連合会
 公益社団法人経済同友会
 公益社団法人消費者関連専門家会議
 一般社団法人日本ヒープ協議会
- ・消費者団体 : 一般社団法人全国消費者団体連絡会
 公益社団法人全国消費生活相談員協会
 公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
- ・行政 : 消費者庁

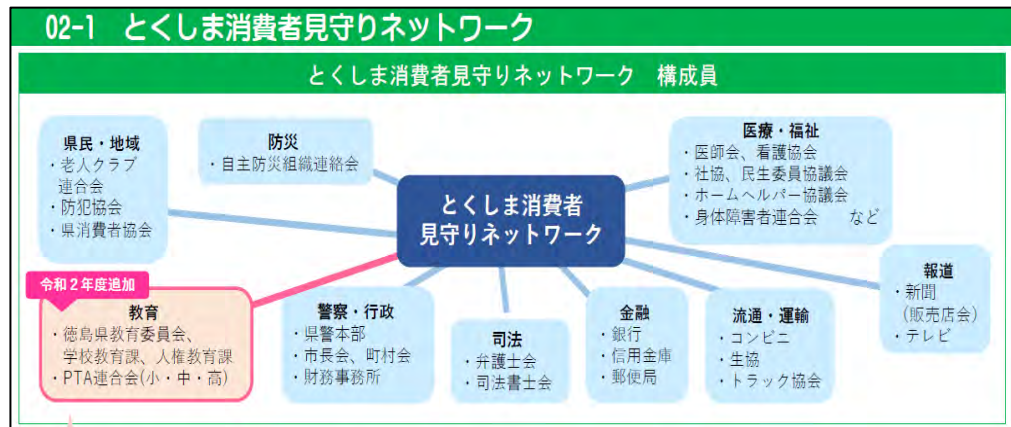
【オブザーバー】

独立行政法人国民生活センター

※推進組織が必要と認めるときは、構成員を追加等することができる。
 今後、業界団体等のオブザーバー参加としての追加も検討。

- ・ さらに、高齢者や障害者等の配慮を要する消費者への情報提供を強化するためには、消費者庁が各地方公共団体への設置を呼びかけている消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の枠組みを活用することも有効であると考えられる。協議会には、消費生活協力団体として、宅配業者、コンビニ、

生協、金融機関等の消費者の生活に身近な事業者が参加することが予定されており、国や都道府県レベルの協議会には、各業界の事業者団体の代表（地域代表）がメンバーとして参加しているものもある。国や都道府県の協議会において行政と事業者代表による対話を行い、その方針を踏まえて、実際の見守り活動を担う市町村の協議会への参加事業者が配慮を要する消費者に対するきめ細かな情報提供を行う、といった役割分担により取組を進めることが考えられる。



エ 新たな対話の場（プラットフォーム）への参加者の拡大

- ・国と事業者代表の対話の場（プラットフォーム）には、実際に地域で事業者と連携する地方公共団体の参加と意見の反映も必要である。さらに、消費者教育や啓発に関する知見やノウハウを有する消費者団体やNPO等も必要に応じて参加できるような枠組みとなっていくことが望ましい。ただし、参加者数が拡大することにより、国や地方公共団体から事業者代表に対して、一方的に依頼や要望等を伝えるような場とならないよう留意する必要がある。

オ 事業者との対話を行うための行政における一元的な窓口の設置

- ・今回の事業者ヒアリングにおいて、行政に対する要望としてあげられたものの一つが行政における一元的な窓口の設置であった。このため、横浜市や大阪府といった先進的な地方公共団体においては、事業者との対話を行う際における一元的な窓口として「共創フロント」や「公民戦略連携デスク」といった専門窓口を設置し、自主的な取組を行う事業者との連携・協力の円滑化を図っている。国においてもこのような先進事例を参考にした上で、事業者と対話を行うための一元的な窓口を設置するなど必要な体制整備を行うことが必要である。
- ・なお、消費者庁においては、2021年7月より消費者志向経営など消費者と事業者との協働の推進・強化等を担当する参事官が設置されたが、この協働担当の参事官室を事業者との対話や消費者庁内の関係部署間の調整を担う一元

的な窓口として位置付け、自主的な取組を行う事業者との連携・協力を強化していくことが考えられる。また、各地方公共団体の消費者行政担当部署においては、それぞれの団体が設置・運営している一元的な窓口がある場合には、それをより積極的に活用することが期待される。

【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

地域や社会に貢献する自主的な取組を行う事業者との連携・協力を実効的に行うためには、行政・事業者間の対話による連携・協力体制を構築する必要があるが、連携・協力体制を構築し、維持していくためには、一定の環境整備が必要である。そのための方策として、「事業者における消費者教育の推進」「事業者の取組を応援する仕組み」「事業者への消費者関連情報の提供方法の工夫」について検討した。

（1）事業者内における消費者教育の推進

【基本的な考え方】

- ・福祉や防犯等の本業とは直接関係のない情報を実際に地域において提供している事業者においては、自主的な取組に際して、地方公共団体等から専門家を招いて自らの顧客や地域の消費者向けに話をしてもらおうといったことだけでなく、自社の従業員に対しても関連知識の習得（例えば、認知症サポーター養成講座の受講等）を奨励しており、従業員が習得した知識を活用して様々な取組が行われていた。事業者が消費者関連情報を活用するためには、事業者自身が情報をどのように活用できるのかを十分に検討・判断する必要があり、そのためにも消費生活に関連する知識を習得する必要がある。これは、事業者による消費者関連情報の活用を促すという観点だけでなく、顧客や消費者に対して不正確ないし誤った情報を提供することを防ぐという観点からも重要である。
- ・事業者の従業員等に対する消費者教育を推進するためには、行政から事業者の経営者層に対してそのメリットや取組の意義を伝える必要がある。国と事業者代表との対話の場等様々な機会を捉えて、経営者層の理解を得るための取組が求められる。この取組は、消費者庁をはじめとする関係省庁等が連携した上で、地方公共団体、事業者団体、消費者団体等の協力を得ながら推進する必要がある。

《事業者内における消費者教育推進のメリット》

- 現場で顧客等と接する従業員が消費者理解を深めることにより、より適切な接客対応が可能となり、消費者トラブルの減少や顧客満足度の向上に寄与する。
- 顧客等と直接の接点がない部署においても、消費者の視点から業務を見直すことにより、商品・サービスの品質向上や広告・表示の改善等にも寄与する。
- 従業員のコンプライアンス意識を高めるほか、従業員自身の消費者被害防止にも役立つ。
- 自社の従業員が資格を取得することにより、多くの資格取得者がいることを消費者等に対してアピールすることができる。
- 健全かつ消費者志向の事業者が増えることにより、より公正な市場の形成に寄与する。

- ・事業者内で消費者教育を行うに際しては、講習会の受講等の従来からの方法だけでなく、従業員に資格を付与するといった方法も活用した方が、従業員自身もメリットを感じることができるため効果的であると考えられる。また、学ぶ内容も、事業者の立場からの消費者理解に役立つものであることが望ましい。事業者内における消費者教育をより推進するには、消費生活相談員資格等のさらなる普及・促進を図るなど、各種の資格試験制度を有効に活用することも一つの方策であると考えられる。

【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

【基本的な考え方】

- ・今回ヒアリングを行った事業者からは、自主的な取組により防犯等に寄与した従業員等が警察に表彰されたことが励みとなり取組の一層の推進力となったこと、また、警察から表彰されたことが事業者の自主的な取組を地域にアピールする上で良い材料となったことが紹介された。
- ・このような事業者の取組を応援し、紹介することは、当該事業者のみならず、他の事業者にとっても励みとなる。同様に、先進的な地域・社会貢献を行う事業者が行う取組を表彰し、紹介することは、他の事業者による自主的な地域・

社会貢献活動を促進する上でも有効であると考えられる。

- ・消費者行政において事業者の取組を応援する仕組みとしては、消費者志向経営自主宣言に基づく取組について、自ら応募した事業者の中から優良な事例を表彰する消費者志向経営優良事例表彰制度等があるが、応募する事業者の数が限られているほか、業種・規模・地域に偏りが見られるなど、社会全体へのアピールにはまだ十分ではなく、さらなる認知度向上や内容の充実を図ることが望まれる。また、地域の事業者による優れた地域・社会貢献活動事例を収集・紹介することも検討されるべきと考えられる。
- ・このような視点に基づき、どのような取組が必要かを行政と事業者間の対話を通じて検討することが望まれる。

【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

【基本的な考え方】

- ・事業者が消費者関連情報を活用してもらうためには、消費者にとって有益で価値のある情報を提供する必要がある。そのような情報であるためには、例えば消費者の安全・安心の確保や被害の防止等に役立つ最新かつ正確な情報が、スピーディーかつタイムリーに提供されることが必要である。
- ・そのような情報提供を行うには、消費生活相談内容をスピーディーに分析し、被害発生頻度や被害の程度を正確に予測する必要があるが、これを行うためにはAI等のIT技術の活用が有効であることは論を俟たない。実際、すでに多くの事業者が、テキストマイニングツールの活用によるスピーディーな分析に基づき、事業活動の品質向上等の様々な取組に活かしている。
- ・消費者行政においてもこのような分析に基づく情報提供を行うためには、例えばAI等を活用したPIONEER情報の分析や、SNS等によるソーシャルリスニングの手法を通じた被害情報の早期把握等の方法が考えられる。また、分析に基づく情報を、スピーディーかつタイムリーに消費者に提供することが重要であり、そのためのルートの一つとして、地域において自主的な地域・社会貢献活動を行う事業者を位置付けていくことも考えられる。



（参考資料1 西田委員発表資料抜粋）

【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分析・活用を専門に行う部署の創設等を含め、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。