

## 第 8 回第 4 期消費者基本計画のあり方に関する検討会 概要

日時：平成 30 年 6 月 6 日（水）13－15 時

場所：中央合同庁舎 4 号館 1214 会議室

議事：現行の中間評価、第 4 期消費者基本計画のあり方に関する論点整理

<現行の中間評価について>

- 外国人旅行者について、どういう相談ニーズがあるのか、どう相談窓口を周知するのか、実際の対応方法はどのようにするのか等については、検討課題であり、そういった視点を基本計画では、記載いただきたい。

<第 4 期消費者基本計画のあり方に関する論点整理について>

- 「消費者の権利」の記載について、参考ではなく、本文に記載してほしい。
- 「消費者の権利」の記載について、消費者基本計画で目指しているのは、基本法 2 条「消費者の利益の擁護及び増進」なのではないかと考えており、権利とその並びで「消費者の利益」等を記載いただいてもいいのではないかと。
- データポータビリティの関係について、個人情報情報を企業に提供しないとサービスを受けられないことは、自由な商品選択の権利を奪われているのではないかと。
- SDGs について、「誰一人取り残さない」という理念をいかして貧困・格差という視点でも記載していただきたい。
- 「賢い消費者」ではなく、「多面的に考え主体的に判断する消費者」などの表現にすべきではないかと。
- 公益通報者保護制度についても、企業のグローバル化の問題だけではないため、横断的な取組として位置づけられ、「消費者の権利」に直結するような課題という捉えの方がよいのではないかと。
- 公益通報者保護制度の問題について、国際競争力が損なわれることを避けるためというより、不祥事そのものを未然に防ぐ、あるいは、不祥事が大きくなるないように内部通報をいかして、コンプライアンス経営を進めていくことが重要ではないかと。また、大半の内部通報は、パワハラ、セクハラ等の労務問題だと聞いており、正面から消費者保護につながるものではないのではないかと。
- 消費者基本法について記載していただいたが、条文ごとに基本計画策定に向けて枠組みを整理すべきではないかと。基本法 2 条 1 項の三つの大きな柱（(1)国民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中、(2)消費者の権利（①消費者の安全が確保され、②商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、③消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供され、④消費者の意見が消費者政策に反映され、⑤消費者に被

害が生じた場合には適切かつ迅速に救済される)を尊重するとともに、(3)消費者の自立の支援することを基本として行わなければならない。)の枠組みで整理していただきたい。

- 基本法2条3項以下にある(1)高度情報通信社会、(2)消費生活における国際化、国際連携、(3)環境の保全に配慮した消費者政策の展開として記載していただきたい。
- 基本法9条2項に消費者基本計画は、長期的な施策と計画的に推進を図るために必要な施策という二つの事項について、定めるものとされているためivで書き分けていただきたい。
- 新しい技術(IT技術等)を望ましい社会の実現に用いようとする方向に異論はないが、利点と欠点の両面から検討する必要がある。現在の書きぶりは、批判的視点が弱い印象である。
- 様々なサービスを通じて収集され、多数のサービス間での共有化が進展する消費に関わる様々な電子情報は、消費者行政の立案や効果検証のための公的データとして利活用することも可能である。ただし、個人情報保護との兼ね合いや説明と同意のあり方など課題は多く、記載を検討してほしい。
- キャッチフレーズについて、消費者の理解の促進のためには、やわらかい表現で目玉・ポイントを記載すべきではないか。
- キャッチフレーズについて、誤認される可能性があり、無理してつけなくても良いのではないか。
- 「隣接する分野との連携」について、新たにSDGsなどとの連携とあるが、労働組合や働く者の立場からすると、雇用労働政策分野との連携も必要ではないか。特に、SDGsとの関連づけで多様な関係者との連携・強力を得やすくなる可能性が指摘されているので、労働組合も一つのステークホルダーとして、これから消費社会に貢献していくことが必要と考えている。
- 「賢い消費者」については、記載を検討する必要があると思う。SDGsでは、主体性が大事だといわれている。主体的に自分たちから行動することで社会を変えよう、環境を良くしようとするその行動のことが「賢明な」、「賢い」ということにつながるのかもしれない。そうして、消費者行動を促すことによって、SDGsが本来目指す、「誰も置き去りにしない」という社会を目指すことにつながるのではないか。
- SDGsは、個別目標ではなく、連関する目標である。例えば貧困は、貧困対策をやらなさいといけなさいということだけではなくて、何らかの背景があるから貧困問題が引き起こされているのだということを考えて、それを対処療法ではなくて、根本原因の解決ということをするために目標は設定されている。この基本計画の中で、その連関性というのをどのように関係図、連関図を書くのか。「隣接する分野との連携」のためのベースとなる考え方として上手にSDGsを使っていくことでまとめられていることが分かりやすくなるよ。
- 地方消費者行政強化について、パッケージ化というより、もう少し具体的に示し

てほしい。また、コーディネーターを置いてどう動いていくのか記載してほしい。

- 情報発信について、若者世代は、電話で相談するのは、敷居が高いため、SNS等での相談体制を設けていただきたい。
- 現在の地方消費者行政強化作戦のうち、相談体制、消費生活相談員を各自治体において確保し、窓口のない市町村はなくなったと非常に成果が挙げられている。一方で、消費者教育推進地域協議会、高齢者見守り、消費者安全確保地域協議会については、まだ不十分である。まったく新しいパッケージというよりは、成果が挙げたところと、そうではないさらに取り組まなければならないところがあると思う。なぜ消費者安全確保地域協議会が当初の目標を達成できていないのか分析することが必要ではないか。
- また、地方消費者行政強化作戦で重要なのは、地方公共団体の常勤職員の体制ではないか。消費者行政について費用対効果が見えずらく、消費者行政の地方公共団体における政策の優先順位が上がってきていない。消費者被害額に対する救済額等費用対効果が見えるとよい。
- 消費者団体が消費者行政に資するよう支援・教育等を進めてほしい。
- 官民連携について、消費者団体だけではなく、事業者団体についても消費者の視、生活者の視点を意識しているところであり、事業者団体との連携も図っていただきたい。
- 既存の取組に何か起きたことによる変化対応型ではなく、将来を見据えて未来創造型で目指す方向を決めるべきではないか。

(以上)