

新未来ビジョン・フォーラム第5回情報交換会（要旨）

日 時：令和5年10月17日（火）10:00～11:00

場 所：ハイブリット開催（オンライン及び新未来創造戦略本部（徳島）会場）

議 事：

1. 開会
2. カライスコスフェローによる発表
3. 意見交換
4. 閉会

まずカライスコスフェローから、消費者保護に係る日本及び世界の法制度の潮流についての紹介とともに、消費の未来に関する以下のような論点の提起があった。

- ・消費者がコモディティ（商品）化していると思われ、その状況は今後より悪化する懸念があるため、消費者が単なる商品として扱われるのではなく「人」として扱われる権利及び自由を提唱していく必要があるのではないか。
- ・アテンションエコノミーというものが広がる中で、消費者の時間（全ての人が平等に持っている最も貴重なかつ限られた資産）をどのように評価し、保護対象としてどのように取り扱っていくのかが重要になってくるのではないか。
- ・未来においてはAI等のテクノロジーの活用がより一層進んでいくと思われるが、そのような環境において消費者の「感情」という要素が害されるおそれや、人としてのバランスというものが損なわれるおそれについて考える必要があるのではないか。
- ・日本の伝統・文化の中には時間、感情や人というものを大事にする要素が散りばめられていると感じている。このような要素を再定位することで、日本型の「新消費者ウェルフェア」というものを提唱することにもつながり、世界をリードできる可能性があるのではないか。

上記の点を踏まえたその後の意見交換の内容は、概ね以下のとおりであった。

- ・感情や時間の観点を論理的に制定法の中に組み込んでいくことは難しいと思われるため、プラットフォーム、業界、事業者等が自主的な取組として、消費者の時間や感情にも配慮した優しい未来づくりの方向性を打ち出すことができれば、日本型の新未来の消費者法や消費者像につながるのではないか等の意見があった。

- ・ デジタルエコノミーやグリーントランスフォーメーションといった様々な概念やプラットフォームが出現する中で、消費者教育がより一層重要となってくると思われるが、デジタルツールに偏り過ぎた教育ではなく、消費者被害を防ぐために「何かおかしい」と気付ける直感や五感を磨き直すような教育も必要ではないか。また、そうした消費者教育を考えるにあたっては、学校教育と家庭教育の役割分担や、人としての発展段階に応じた教育内容等を整理していくことが重要ではないか等の意見があった。
- ・ 従来の消費者法が対象とする主体は消費者と事業者の二者が中心であったが、プラットフォームやAIといった様々な主体が生じてきている。こうした新しい主体をどのように捉えるかという点について、国が全てを監視・把握するのは困難であることから、EUではプラットフォームの規制を行うにあたっての国のパートナーとして位置づけるという流れがある。AIについて、EUではAIの様々な個々の利用方法ごとのリスクに応じて制限する／しない等について整理・分類がなされつつあるが、その背景には、最後は人が関与しなければならないという人中心の考え方があるように思われる等の意見があった。
- ・ 膨大な量の約款や注意事項を消費者に読ませて承諾を得るといった情報提供モデルは現実的ではなくなっていると思われる中で、提供する情報量を減らす方向ではなく、今後は、消費者が重要な情報を確認しやすいようなフォント、サイズ、色、配置など、インターフェイスの設計を工夫するという方向へ進むのではないか等の意見があった。
- ・ 例えば、エシカル消費等を普及していくにあたり、消費者への啓発や教育だけでは限界があると思われるため、EUのように、より積極的な法規制を行うことも今後必要なのではないか等の意見があった。これに対し、法規制よりも業界団体やプラットフォーム等と連携していく方が実現可能性が高いのではないか等の意見があった。その際、業界団体やプラットフォーム等が消費者、人、感情や持続可能性等に関する日本型のサクセスモデルをソフトロー的に展開し、それをについて発信を行うことで、現場が動き、そこから法制度へ波及するという形も考えられるのではないか等の意見があった。

(以上)