

令和3年度 消費者庁委託調査

海外主要国における消費者政策体制等に係る
調査業務
報告書

令和4年3月

WIP ジャパン株式会社

目次

はじめに	1
第1部 調査概要	3
1. 調査目的	3
2. 調査内容	3
(1) 調査対象国	3
(2) 主要調査項目	3
ア. 消費者政策体制等に関する基本的事項	3
イ. 消費者行政の推進に必要な体制等に関する事項（相談受付体制等）	4
ウ. その他の事項	5
3. 調査実施期間	5
4. 調査実施機関	5
5. 調査方法	5
第2部 調査内容の要約	6
1. 消費者政策体制等	6
(1) 消費者問題へのアプローチと消費者政策体制	6
ア. 消費者保護組織体制の整備と合理化	6
(2) 新型コロナウイルス感染症蔓延の影響	7
(3) 新サービス分野、ハイテク商品など	7
(4) デジタル化の進展による多様な問題	8
ア. 市場状況と規制の動き	8
イ. 消費者行政の対象となる商品やサービスの拡大	9
ウ. セキュリティと個人情報の保護	9
エ. 詐欺対策、不良商品対策	10
(5) 環境保護と SDG's	10
2. 消費者行政の推進に必要な体制等（相談受付体制）	11
(1) 相談受付体制の統合、手続きの効率化	11
(2) 紛争解決手続きのオンライン化	12
(3) 各国間の協力	12
第3部 調査結果	15
I. 欧州	15
1. 英国	15
(1) 消費者政策体制等に関する基本的事項	15
ア. 全般	15

イ. 各組織の概要	21
ウ. 消費者政策に関連する法規等	26
エ. 消費者政策に関連する基本計画等の概要	34
オ. 地方と中央の関係	36
カ. 最近のトピックス	39
(2) 消費者行政の推進に必要な体制等に関する事項（相談受付体制等）	41
ア. 相談受付体制	41
イ. 商品検査機関	48
ウ. 外部関係機関との連携	49
2. フランス	51
(1) 消費者政策体制等に関する基本的事項	51
ア. 全般	51
イ. 各組織の概要	52
ウ. 消費者政策に関連する法規等	59
エ. 政策に関連する基本計画等の概要	61
オ. 地方と中央の関係	62
カ. 最近のトピックス	64
(2) 消費者行政の推進に必要な体制等に関する事項（相談受付体制等）	65
ア. 相談受付体制	65
イ. 商品検査機関	69
ウ. 外部関係機関との連携	70
3. ドイツ	72
(1) 消費者政策体制等に関する基本的事項	72
ア. 全般	72
イ. 各組織の概要	74
ウ. 消費者政策に関連する法規等	79
エ. 消費者政策に関連する基本計画等の概要	82
オ. 地方と中央の関係	83
カ. 最近のトピックス	83
(2) 消費者行政の推進に必要な体制等に関する事項（相談受付体制等）	84
ア. 相談受付体制	84
イ. 商品検査機関	94
ウ. 外部関係機関との連携	95
(3) その他	96
4. ベルギー	98
(1) 消費者政策体制等に関する基本的事項	98
ア. 全般	98
イ. 各組織の概要	103
ウ. 消費者政策に関連する法規等	111
エ. 消費者政策に関連する基本計画等の概要	117
オ. 地方と中央の関係	118
カ. 最近のトピックス	119
(2) 消費者行政の推進に必要な体制等に関する事項（相談受付体制等）	121
ア. 相談受付体制	121
イ. 商品検査機関	145
ウ. 外部関係機関との連携	146
5. オランダ	150

(1) 消費者政策体制等に関する基本的事項.....	150
ア. 消費者政策体制等に関する基本的事項.....	150
イ. 各組織の概要.....	151
ウ. 消費者政策に関連する法規等.....	159
エ. 消費者政策に関連する基本計画等の概要.....	160
オ. 地方と中央の関係.....	160
カ. 最近のトピックス.....	162
(2) 消費者行政の推進に必要な体制等に関する事項（相談受付体制等）...163	
ア. 相談受付体制.....	163
イ. 商品検査機関.....	166
ウ. 外部関係機関との連携.....	166
6. スウェーデン.....	169
(1) 消費者政策体制等に関する基本的事項.....	169
ア. 全般.....	169
イ. 各組織の概要.....	174
ウ. 消費者政策に関連する法規等.....	182
エ. 消費者政策に関連する基本計画等の概要.....	186
オ. 地方と中央の関係.....	187
カ. 最近のトピックス.....	188
(2) 消費者行政の推進に必要な体制等に関する事項（相談受付体制等）.....188	
ア. 相談受付体制.....	188
イ. 商品検査機関.....	199
ウ. 外部関係機関との連携.....	201
7. デンマーク.....	205
(1) 消費者政策体制等に関する基本的事項.....	205
ア. 全般.....	205
イ. 各組織の概要.....	207
ウ. 消費者政策に関連する法規等.....	219
エ. 消費者政策に関連する基本計画等の概要.....	223
オ. 地方と中央の関係.....	225
カ. 最近のトピックス.....	226
(2) 消費者行政の推進に必要な体制等に関する事項（相談受付体制等）.....227	
ア. 相談受付体制.....	227
イ. 商品検査機関.....	236
ウ. 外部関係機関との連携.....	239
(3) その他.....	242
8. フィンランド.....	243
(1) 消費者政策体制等に関する基本的事項.....	243
ア. 全般.....	243
イ. 各組織の概要.....	246
ウ. 消費者政策に関連する法規等.....	248
エ. 消費者政策に関連する基本計画等の概要.....	253
オ. 地方と中央の関係.....	254
カ. 最近のトピックス.....	258
(2) 消費者行政の推進に必要な体制等に関する事項（相談受付体制等）.....258	
ア. 相談受付体制.....	258
イ. 商品検査機関.....	273

ウ．外部関係機関との連携	274
II．欧州連合（EU）	278
(1) 消費者政策体制等に関する基本的事項	278
ア．全般	278
イ．各組織の概要	281
ウ．消費者政策に関連する法規等	282
エ．消費者政策に関連する基本計画等の概要	288
オ．地方と中央の関係	289
カ．最近のトピックス	291
(2) 消費者行政の推進に必要な体制等に関する事項（相談受付体制等）	291
ア．相談受付体制	291
イ．商品検査機関	297
ウ．外部関係機関との連携	297
(3) その他	299
ア．欧州電子商取引紛争解決プラットフォーム	299
イ．欧州金融紛争解決ネットワーク	300
III．北米	301
1．米国	301
(1) 消費者政策体制等に関する基本的事項	301
ア．全般	301
イ．各組織の概要	302
ウ．消費者政策に関連する法規等	306
エ．消費者政策に関連する基本計画等の概要	313
オ．地方と中央の関係	316
カ．最近のトピックス	318
(2) 消費者行政の推進に必要な体制等に関する事項（相談受付体制等）	320
ア．相談受付体制	320
イ．商品検査機関	331
ウ．外部関係機関との連携	334
2．カナダ	340
(1) 消費者政策体制等に関する基本的事項	340
ア．全般	340
イ．各組織の概要	352
ウ．消費者政策に関連する法規等	354
エ．消費者政策に関連する基本計画等の概要	358
オ．地方と中央の関係	359
カ．最近のトピックス	361
(2) 消費者行政の推進に必要な体制等に関する事項（相談受付体制等）	361
ア．相談受付体制	361
イ．商品検査機関	367
ウ．外部関係機関との連携	370
IV．大洋州	373
1．オーストラリア	373
(1) 消費者政策体制等に関する基本的事項	373
ア．全般	373
イ．各組織の概要	375
ウ．消費者政策に関連する法規等	377

エ. 消費者政策に関連する基本計画等の概要	384
オ. 地方と中央の関係.....	385
カ. 最近のトピックス.....	386
(2) 消費者行政の推進に必要な体制等に関する事項（相談受付体制等）	387
ア. 相談受付体制	387
イ. 商品検査機関	393
ウ. 外部関係機関との連携	394
V. アジア	396
1. 中国	396
(1) 消費者政策体制等に関する基本的事項.....	396
ア. 全般.....	396
イ. 各組織の概要	402
ウ. 消費者政策に関連する法規等	403
エ. 消費者政策に関連する基本計画等の概要	404
オ. 地方と中央の関係.....	405
カ. 最近のトピックス.....	406
(2) 消費者行政の推進に必要な体制等に関する事項（相談受付体制等）	406
ア. 相談受付体制	406
イ. 商品検査機関	410
ウ. 外部関係機関との連携	410
(3) その他.....	410
2. 韓国	413
(1) 消費者政策体制等に関する基本的事項.....	413
ア. 全般.....	413
イ. 各組織の概要	415
ウ. 消費者政策に関連する法規等	421
エ. 消費者政策に関連する基本計画等の概要	423
オ. 地方と中央の関係.....	424
カ. 最近のトピックス.....	425
(2) 消費者行政の推進に必要な体制等に関する事項（相談受付体制等）	426
ア. 相談受付体制	426
イ. 商品検査機関	435
ウ. 外部関係機関との連携	436

はじめに

本報告書は、令和3年度に、消費者庁からの委託により、弊社が実施した「海外主要国における消費者政策体制等に係る調査業務」報告書である。

本調査においては、従来の資料（「平成24年度 海外主要国における消費者政策体制等に関する総合的調査」）を基に各項目を調査し、海外主要国における消費者政策が、どのような組織・体制で行われているか、消費者被害の発生に際してどのような対応・連携がとられているか等、各国の消費者政策体制の基本的事項を整理した。

海外主要国での消費者政策の体制は、新たな消費者被害の発生やその時々重点課題に対処するために常に必要な見直しが行われているが、諸外国の関係機関との迅速な情報交換・連携により消費者問題に迅速に対応していく上では、できるだけ最新時点での状況を把握することが重要となると考えられる。本報告書が、今後の施策の検討の一助となれば幸いである。

第1部 調査概要

1. 調査目的

電子商取引等の進展等により経済社会がグローバル化することに伴い、新たな消費者問題が発生する等、消費者問題は多様化している。このような状況の中、海外主要国の消費者政策体制等について、その現状把握に努めているものの、消費者問題の変遷に伴い、海外主要国の消費者政策体制も変化しているところ。そこで、我が国の今後の政策等への参考とするため、海外主要国の消費者政策体制等について調査を行った。

2. 調査内容

本報告書の構成は、下記に記載しているように、序文の他、(1)に記載している14の対象国/地域ごとに(2)主要調査項目を取りまとめる構成となっている。なお、本調査で収集した情報、URLの情報は令和4年3月時点のものである。

(1) 調査対象国

欧州（英国、フランス、ドイツ、ベルギー、オランダ、スウェーデン、デンマーク、フィンランド）、欧州連合(EU)、北米（米国、カナダ）、大洋州（オーストラリア）、アジア（中国、韓国）の計14か国。

(2) 主要調査項目

ア. 消費者政策体制等に関する基本的事項

a. 全般

(a) 消費者行政に関する閣僚級及び事務レベルの調整機関の有無（存在する場合は名称）

(b) 政府機構内における消費者当局の位置づけ

b. 各組織の概要

(a) 組織図、組織名、スタッフ数、予算、消費者行政機関の長の任命者・任期

c. 消費者政策に関連する法規等

(a) 消費者関連法規の所管状況（本数、法律名、専管・共管の区分）

(b) 審議・助言・監視をする機関の有無及び政策機関との関係

- (c) 関係行政機関との主な政策調整手段（法律あるいは公式文書で明記されているものがあれば記載）
- d. 消費者政策に関連する基本計画等の概要
 - (a) 基本計画（戦略と称するものも含む）の期間、策定形式（閣議決定あるいはガイドライン等）、評価方法（議会報告、評価機関等の有無等）
 - e. 地方と中央の関係
 - (a) 地方における消費者行政の仕組み及び中央の消費者政策機関との関係（相談受付、事業者への執行等の役割、中央の消費者政策機関との情報共有方法、消費者苦情の斡旋、予算措置等）
 - (b) 執行対応における関係機関との連携（判明している範囲で記載）
- f. 最近のトピックス
 - (a) 消費者行政の最近の動き

イ. 消費者行政の推進に必要な体制等に関する事項（相談受付体制等）

(ア) 相談受付体制

- a. 消費生活相談を受け付ける体制があるか（あるとすれば、どのような配置・体制か。国がまとめて窓口を設置しているのか、地方公共団体が設置しているのか等）
- b. 上記において体制がある場合には運営主体別の相談窓口数（又は消費生活センター数）
- c. 相談を受け付ける体制がある場合、相談に対応しているのはどういう者か（国・地方公共団体の正規職員、専門職員等）
- d. 相談受け体制がある場合、そのシステムを利用するのは有料か無料か
- e. 相談対応者について（1センターあたり何名が対応しているか。公的資格認定制度の有無、種類）
- f. 受付内容（一般の消費者相談を受け付けているか、あるいは特定の消費者契約の苦情等に限定して受け付けているか等）
- g. 受付情報の集約・分析の方法（何らかの手法により一元的に集約しているか、あるいはネットワークにより共有しているか等を記載）
- h. 個別相談に関する事業者との斡旋（斡旋の根拠法の有無。ある場合は法律名等。他に斡旋を行う機関があるか。ある場合はその機関名等）
- i. 相談受付担当者に対する支援（国あるいは地方公共団体からの支援があるか。ある場合にはどのような支援が行われているのか等。自治体・公的機関による相談担当者向けの研修の有無）
- j. 統計（年間の相談受付件数、処理件数、解決件数、件数の多い課題の類型など）

第1部 調査概要

1. 調査目的

電子商取引等の進展等により経済社会がグローバル化することに伴い、新たな消費者問題が発生する等、消費者問題は多様化している。このような状況の中、海外主要国の消費者政策体制等について、その現状把握に努めているものの、消費者問題の変遷に伴い、海外主要国の消費者政策体制も変化しているところ。そこで、我が国の今後の政策等への参考とするため、海外主要国の消費者政策体制等について調査を行った。

2. 調査内容

本報告書の構成は、下記に記載しているように、序文の他、(1)に記載している14の対象国/地域ごとに(2)主要調査項目を取りまとめる構成となっている。なお、本調査で収集した情報、URLの情報は令和4年3月時点のものである。

(1) 調査対象国

欧州（英国、フランス、ドイツ、ベルギー、オランダ、スウェーデン、デンマーク、フィンランド）、欧州連合(EU)、北米（米国、カナダ）、大洋州（オーストラリア）、アジア（中国、韓国）の計14か国。

(2) 主要調査項目

ア. 消費者政策体制等に関する基本的事項

a. 全般

(a) 消費者行政に関する閣僚級及び事務レベルの調整機関の有無（存在する場合は名称）

(b) 政府機構内における消費者当局の位置づけ

b. 各組織の概要

(a) 組織図、組織名、スタッフ数、予算、消費者行政機関の長の任命者・任期

c. 消費者政策に関連する法規等

(a) 消費者関連法規の所管状況（本数、法律名、専管・共管の区分）

(b) 審議・助言・監視をする機関の有無及び政策機関との関係

- (c) 関係行政機関との主な政策調整手段（法律あるいは公式文書で明記されているものがあれば記載）
- d. 消費者政策に関連する基本計画等の概要
 - (a) 基本計画（戦略と称するものも含む）の期間、策定形式（閣議決定あるいはガイドライン等）、評価方法（議会報告、評価機関等の有無等）
 - e. 地方と中央の関係
 - (a) 地方における消費者行政の仕組み及び中央の消費者政策機関との関係（相談受付、事業者への執行等の役割、中央の消費者政策機関との情報共有方法、消費者苦情の斡旋、予算措置等）
 - (b) 執行対応における関係機関との連携（判明している範囲で記載）
- f. 最近のトピックス
 - (a) 消費者行政の最近の動き

イ. 消費者行政の推進に必要な体制等に関する事項（相談受付体制等）

(ア) 相談受付体制

- a. 消費生活相談を受け付ける体制があるか（あるとすれば、どのような配置・体制か。国がまとめて窓口を設置しているのか、地方公共団体が設置しているのか等）
- b. 上記において体制がある場合には運営主体別の相談窓口数（又は消費生活センター数）
- c. 相談を受け付ける体制がある場合、相談に対応しているのはどういう者か（国・地方公共団体の正規職員、専門職員等）
- d. 相談受け体制がある場合、そのシステムを利用するのは有料か無料か
- e. 相談対応者について（1センターあたり何名が対応しているか。公的資格認定制度の有無、種類）
- f. 受付内容（一般の消費者相談を受け付けているか、あるいは特定の消費者契約の苦情等に限定して受け付けているか等）
- g. 受付情報の集約・分析の方法（何らかの手法により一元的に集約しているか、あるいはネットワークにより共有しているか等を記載）
- h. 個別相談に関する事業者との斡旋（斡旋の根拠法の有無。ある場合は法律名等。他に斡旋を行う機関があるか。ある場合はその機関名等）
- i. 相談受付担当者に対する支援（国あるいは地方公共団体からの支援があるか。ある場合にはどのような支援が行われているのか等。自治体・公的機関による相談担当者向けの研修の有無）
- j. 統計（年間の相談受付件数、処理件数、解決件数、件数の多い課題の類型など）

(イ) 商品検査機関

a. 実施機関数（公的機関、大学等の研究機関別に分けて記載）

b. 検査職員数

(ウ) 外部関係機関との連携

a. 消費者団体、NPO団体等外部関係者との関係（相談・斡旋業務の委託、支援の有無）

b. 海外の消費者行政機関との関係（連携状況、国際業務担当部署）

ウ. その他の事項

3. 調査実施期間

令和3年11月8日（月）から令和4年3月31日（木）まで

4. 調査実施機関

ワールドインテリジェンスパートナーズジャパン株式会社（略称：WIP ジャパン株式会社）

5. 調査方法

上記（1）の調査対象国等について、上記2（2）の調査項目に関し、文献や公的機関のインターネットサイト等において詳細に調査を実施し、必要な情報を収集した。出典については、文献であれば文献名（該当ページ）、公的機関のウェブサイトであればサイトのアドレスを明記し、法令であれば条項まで記載した。

第2部 調査内容の要約

消費者行政は、地域の住民に対する行政サービスの一環であること、消費者問題の裾野が広く複数の行政分野に関わること等から、消費者政策体制、中央（連邦）政府と地方自治体との関係、相談窓口の形態、他の消費者関連行政機関との連携・調整、消費者団体等外部機関との連携といった課題は、多くの国に共通するテーマであり、各国の取組の中には我が国にとって参考になる事例があると考えられる。

諸外国の消費者行政に関する体制は異なる特徴を有しているが、その一方で、グローバルなレベルでのデジタル化の推進やオンライン取引の増加、脱炭素化や環境意識の高まり、シェアリングエコノミーやサブスクリプションなどの新たなビジネスモデルの出現など、消費者保護にも影響を及ぼす共通のテーマとして捉えられるトピックスも数多く存在する。

以下では、第3部以降の各国編の内容について、特徴的なポイントの要約を試みる。

1. 消費者政策体制等

(1) 消費者問題へのアプローチと消費者政策体制

ア. 消費者保護組織体制の整備と合理化

今回の調査対象国に関する特徴の一つとして、越境 EC や電子決済などの普及によるデジタル化の進展、サブスクリプションやシェアリングエコノミーなどの新たなビジネスモデルの出現により、消費者を巡るトラブルが多様化、複雑化している点がある。多様化、複雑化は直ちに体制整備、整理につながらないため、これらに対応するため、従来の組織や法体系を整備し、理解しやすく整理する動きもみられている。

例えば、英国の消費者政策体制は、2012年から2015年にかけて大きく様変わりした。

英国の消費者保護体制の問題点は、消費者法が過度に複雑であることと法執行の不平等さにあるという指摘はかねてよりあったが、2010年に当時の連立政権が消費者行政の見直しを発表。わかりづらく非効率的な消費者保護の仕組みを改める改革案を打ち出し、意見を公募する諮問文書が2011年に発行された。

その後、競争・市場庁（CMA）が、2013年に、公正取引庁（Office of Fair Trading：OFT という）と競争委員会（Competition Commission：CC）の機能をひとつにまとめる目的で設立された。

(2) 新型コロナウイルス感染症蔓延の影響

2019 年末から世界的に流行した新型コロナウイルス感染症により、旅行や宿泊などのサービスを中心に消費者を巡る問題も多く発生し、各国の消費者保護の担当機関や当局が様々な施策を実施することとなった。

具体的には、2020 年、EU の ECC-Net には、過去最大となる 16 万 7813 件の相談、うち苦情は 8 万 3820 件（うち 87%が電子取引）が寄せられたが、特に新型コロナウイルス関連で相談件数が急増、多くのセンターで相談件数が過去最大となった。2020 年 3 月～2021 年 3 月までの期間、ECC-Net には合計 17 万件（前年同期比 44%増）の相談が寄せられ、このうち 7 万件が新型コロナウイルス関連で、うち 93%が旅行関連だった。

また、ドイツでも新型コロナウイルス関連の苦情相談は 4 件に 1 件を占め、特に旅行関連の分野はその 61%である。特に不当な勧誘行為の契約の相談が増加した。

各国の意識や対策を見ると、オーストラリアでは、ACCC が 2021 年 2 月に公表している、同年の消費者保護法規の執行における重点分野として、コロナ感染症に関連する商習慣、とりわけ航空運輸や旅行業界における変更やキャンセルの扱い方を挙げている。

また、フランスの DGCCRF が運営する通報サイト「Signal Conso」でも、コロナ対策関連（不正・詐欺、規則違反、オンライン販売に関する問題、高価格の検査キットなど）が対象となっている。

米国では、新型コロナウイルスによって引き起こされた弊害や危険に対する消費者保護対策として、2021 年米国救済計画法 (American Rescue Plan Act (ARPA)) は、以下に挙げた使用目的で、2026 年 9 月 30 日までの間 5,000 万ドルが充当された。

- ・ COVID-19 関連の製品を中心に、国内の港での輸入品の監視、検査強化。
- ・ COVID-19 関連のオンライン製品を扱うウェブサイトの監視と違法製品の除去。
- ・ 消費者の COVID-19 関連製品の安全性に対する意識を高め、情報を拡散。
- ・ COVID-19 関連の製品による危険に関するデータの回収分析能力の改善。

(3) 新サービス分野、ハイテク商品など

ここ数年で新たに出現したサービスやビジネスモデルについても、消費者保護の対象となってきている。

新しいサービスやビジネスモデルについては、例えば、オーストラリアでは、Uber や AirBnb などのシェアエコノミーのサービス、キャッシュバックプログ

ラムによるインセンティブの正しい支払いなど、最新のトレンドを踏まえた特定テーマに焦点を絞ったプロジェクトに取り組んでいる。

また、サブスクリプションについては、英国では消費者が陥りやすい「罠」などについて議論され、スウェーデンではテレコムアドバイザーにトラブル予防のための適切等のアドバイスを契約する前に求めることができるようになってきている。

さらには、デンマークの金融庁（Finanstilsynet）はクラウドファンディングやオンライン融資など、新たなビジネスモデルやサービスへも規制が必要であり、新規業者の中には、銀行の規制や資本市場規制の対象となるものも出てくるとした。

一方、新たな技術を利用した製品については、米国での取組が進んでおり、インターネットに接続する消費者製品「The Internet of Things:IoT」の安全性の問題、E スクーター、E 自転車、ホバーボードに代表される新しいタイプの乗り物「マイクロモビリティ製品」に関する安全性、近年の「ナノテクノロジーを使った製品」の消費者に及ぼす潜在的危険性に関する研究などへの取組が行われている。これらに加えて、消費者製品に使用されている人工知能（AI）や機械学習技術（ML）による弊害などについても問題視されている。

（４）デジタル化の進展による多様な問題

ここ数年来のデジタル化の進展は著しく、生活の利便性は向上したものの、一方で、消費者が被る不利益やトラブルなども数多くみられるようになってきている。

ア．市場状況と規制の動き

GAF A などデジタル社会で大きな力を持つ巨大企業が出現し、その影響力を増す中で、欧州を中心に警戒や規制の動きが出てきている。

例えば、ドイツではデジタル領域の消費者政策に力を入れており、2014年11月に、設立された消費者政策審議・助言・監視機関（Sachverständigenrat für Verbraucherfragen: SVRV）が設立されている。多種の市場・生活分野の観点から「デジタル世界における消費者」に基づいて召集された諮問機関で、オンライン取引やデジタルサービスにおける消費者保護に関する鑑定書などを提出している。

また、英国では、2021年4月、デジタル市場における競争とイノベーションを促進するためにグーグルやフェイスブックなどの巨大IT企業を監視し、消費者と事業者を不公正な商行為から保護するための組織として、CMA内にデジタル市場ユニット（Digital Markets Unit : DMU）が発足した。デジタル市場におい

て支配的な力を持つ、戦略的市場地位（Strategic Market Status : SMS）にあると判断された企業には、法的拘束力を持つ親競争的な行動規範（code of conduct）の遵守が義務づけられ、DMUにはそれらの企業の決定を阻止したり、規範に反した行為には罰金を課したりできる権限などが付与される見込みとなっている。

その他、オランダでもデジタル市場での消費者保護の重要性が認識される中、2021年10月から、デジタル監督共同プラットフォーム（Samenwerkingsplatform Digitale Toezichthouders - SDT）を開始した。

イ. 消費者行政の対象となる商品やサービスの拡大

EUでは、デジタルコンテンツやサービスについては「物品の売買契約に関する指令」（Directive concerning contracts for the sale of goods 指令 2019/771 : 「物品売買指令」）ではなく、「デジタルコンテンツ指令」（Contracts for the supply of digital content and digital services 指令 2019/770）が適用される。

もともと物品とは異なる枠組みで規定していたデジタルサービスやコンテンツについて、最近では、消費者保護の対象となる範囲は、コンテンツやサービスそのものだけではなく、不具合や更新プログラムの遅れなどにまで拡大しつつある。

フィンランドでも、2022年1月1日に施行された消費者保護法の改正で、デジタル関連の製品、サービス、コンテンツの故障や不良に対応する条項が追加された。

ウ. セキュリティと個人情報の保護

デジタル化の進展により、個人情報の保護やサイバーセキュリティに対する意識が高まりつつある。特に、EUでは、2018年5月25日に施行された「一般データ保護規則」（General Data Protection Regulation 規則 2016/679 : GDPR）には、欧州経済領域（European Economic Area EU加盟28か国（当時）、アイスランド、リヒテンシュタイン、ノルウェー：以下「EEA」という。）の個人データ保護のため、個人データの移転と処理についての法的要件が定められている。

デンマークでは、消費者と企業は、オンラインバンキングやモバイルバンキング、オンラインショップでの買い物の手続き、公共オンラインサービス（borger.dk など）の利用などに使用するオンラインIDを、2021年から2022年に、段階的にNemIDからより安全性の高いシステムMitIDに移行することになった。

また、EUでは、現在でも刑事罰を伴う強力な規制措置となっている「一般製品安全指令」（General Product Safety Directive 指令 2001/95/EC）が存在するが、より効力の強い「規則」に変更する改訂案（2021/0170）が審議中で、リスクの

概念に「サイバーセキュリティ」を含めるなど、新技術の導入やオンライン市場の普及等を踏まえたより高度な消費者保護が実現されるものと期待されている。

エ. 詐欺対策、不良商品対策

越境 EC などオンラインでの取引増加により、詐欺被害なども増加してきており、各国の法整備や対策も進みつつある。

例えば、ベルギーではオンラインでの各種詐欺として、中古プラットフォームを利用した日常的な詐欺などの対策を実施している。

また、カナダ詐欺対策センター（Canadian Anti-Fraud Centre：「CAFC」。）は、インターネット詐欺を含めた詐欺に関する犯罪情報を集め法執行の支援を行っている。

一方、中国の消費者協会は、法に基づいて市場取引、ネット商品取引及び関連サービスの行為を監督管理する。定価の法律違反、不正競争、違法直販、マルチ販売、商標特許知的財産権の侵害、偽物の製造・販売行為の処分などが行われる。

他方、米国では急増するオンライン商法と外国製品に対応するため、2021 会計年度、CPSC は、オンライン商法（e-commerce）によって、海外より消費者製品が米国内に大量に流入している現状の危険性と、国内の港における検査要員の増加の必要性を緊急課題の一つとして、議会に報告書を提出した。また、オンラインショッピングサイトへの出品物をスクリーニングする検査要員である、CPSC の eSAFE (eCommerce, Surveillance, Analysis, Field and Enforcement) チームは、同会計年度において、640,000 件の出品物を検査し、不正や違法が見つかった約 17,100 の販売、製造者にコンタクトした結果、10,500 ものインターネットサイトの撤去に成功し、合計約 31,500 品の製品の除去に成功した。

(5) 環境保護と SDG's

世界的な脱炭素化の推進、持続可能な社会の実現などを推し進める流れの中、消費者保護に関してもこれらのトレンドは影響を与えている。

例えば、2019 年 12 月、欧州委員会は「欧州グリーンディール」（The European Green Deal）を発表した。2020 年 3 月には、グリーンディール実現に向けた「循環型経済行動計画」（Circular Economy Action Plan 指針 COM(2020) 98 final）が発表され、環境負荷が高い「包装」「プラスチック」「繊維」「食品」「自動車・バッテリー」「建設・建物」「電子・情報通信機器」の 7 つを重点産業として企業の行動変革を促すと共に、消費者エンパワーメント強化を定めており、EU では官民一体でサステナビリティを推進している。

また、欧州委員会は 2020 年 10 月、欧州の消費者がグリーン消費とデジタル化への移行に積極的な役割を果たすことを目的に、2020 年から 2025 年までの欧州

における消費者政策のビジョンを示す「持続可能な復興とレジリエンス強化のための新消費者アジェンダ」（New Consumer Agenda 指針 COM/2020/696：「新消費者アジェンダ」）を発表した。

また、スウェーデンでは、2021年2月25日付けで財務省から消費者庁へ示された政府決定（記録番号 Fi2020/00945）において、現在の消費者政策の目標は、「適切に機能する消費者マーケット及び環境的、社会的、経済的に持続可能な消費」を実現することであり、この実現に向け、政府は消費者庁に対して、環境的に持続可能な消費とサーキュラーエコノミー（循環経済）に関する情報の普及とさらなる発展を促進するよう指示している。その過程で、消費者向け情報サービスに関する政令（2014:110 Förordning om en upplysningstjänst för konsumenter）に基づき、消費者庁は、公平な消費者情報を提供する他の組織との協力を努めるものとされている。

2. 消費者行政の推進に必要な体制等（相談受付体制）

（1）相談受付体制の統合、手続きの効率化

相談受付体制の統合や、手続きの効率化が進んでいる。

例えば、英国では、消費者行政改変以前、公的資金による消費生活相談及び情報提供業務は、OFT、TSS、シチズンズ・アドバイスの三機関によって担われていたが、複数の組織が同じサービスを提供している状態は、非効率的且つ消費者の混乱を招くとして、2012年以降、これらの業務に対する BEIS からの資金配分先は、相談先として広く認知されているシチズンズ・アドバイスに一本化されることとなった。

また、フランスでは、視聴覚コミュニケーションの規制機関である、視聴覚高等評議会（CSA; Conseil supérieur de l'audiovisuel）が、2022年1月1日よりインターネットにおける著作物頒布および権利の保護のための高等機関（Hadopi）と合併し、新組織「視聴覚・デジタルコミュニケーション規制機関」（Arcom; Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique）として発足。放送と電気通信コミュニケーションにおいて規制を行うようになった。

一方で、受付手続きの効率化も進んでいる。例えば、カナダでは消費者自身が問題を解決するための情報をウェブサイト内に幅広く用意し、企業に苦情の申し入れを行うよう奨励し、書面による苦情申立書の作成支援ツールも提供している。それらの苦情申立ての試みが成功しなかった場合に、初めて電話または専用フォームで消費者相談サービスに連絡を取るよう案内している。

また、オランダの消費者市場当局(Authoriteit van Consumenten en Markt - ACM)が運営する、ConsuWijzerのウェブサイトでは消費者生活に関する情報が提供されており、SNSなども活用している。

その他、韓国の1372消費者相談センターは、全国の相談機関をネットワーク化し、相談情報を収集・管理できるシステムを構築しており、24時間のインターネット相談サービスも提供している。

(2) 紛争解決手続きのオンライン化

紛争処理手続きについてもオンライン化が進んでいる。

例えば、EUの「消費者ODR規則」(Regulation on consumer 規則524/2013:「ODR規則」)では、消費者保護の高水準達成を目指すため、欧州レベルでのオンライン紛争解決プラットフォーム(ODRプラットフォーム)の創設を定めている。加盟各国は、裁判外紛争解決の支援にあたる「ODRファシリテータ(ODR Facilitator)」を指名し、ODRプラットフォームを通じて提出された申請書面の紛争解決をサポートする(ODR規則第6条2項)。

また、欧州電子商取引紛争解決プラットフォーム(The European Online dispute resolution (ODR) platform、「ODRプラットフォーム」)は、全EU加盟国に加え、アイスランド、リヒテンシュタイン、ノルウェーの全てのオンライン販売業者に対してODRプラットフォームへのリンクと連絡メールアドレスの表示を義務付け、消費者のプラットフォームを通じた紛争解決への道を拓く一方、業者の側からもプラットフォームを通じて独立仲裁機関(Dispute resolution bodies)に解決を託すことができるようにした。一部の国(ベルギー、ドイツ、ルクセンブルク、ポーランド)では、業者側から消費者に対しての苦情申し立てもできる。

(3) 各国間の協力

消費者保護のための国際的な協力関係も進展している。

例えば、EU-US共同技術競争政策対話(EU-US Joint Technology Competition Policy Dialogue:「TCPD」)を取り上げると、バイデン米大統領及びフォン・デア・ライエン欧州委員長の新体制の下、2021年6月に発足が発表されたTCPDの共同声明(2021年12月7日発表)には、「活発で効果的な競争が大西洋の両側の消費者及び企業、並びに労働者に利益をもたらす」という文言が盛り込まれ、公正な競争を確保・推進するため、特にテクノロジー分野での競争政策の立案と執行における協力の意図が強調された。

また、2021年12月8日、中国消費者協会とマレーシア消費者協会はテレビ会議を行い、国境越え消費者苦情解決に関して検討するなどの動きが見られた。

一方で、国際的な消費者保護の枠組みも整備されている。

国際消費者保護および強化ネットワーク（The International Consumer Protection and Enhancement Network: ICPEN）は、各国の消費者保護法の専門家で構成される会員制のネットワーク組織で、各国の消費者保護局間の協力を奨励し、問題解決のためのフォーラムを開催したり、econsumer.gov プロジェクトを支援したりする。2021年4月現在、65か国を代表する会員が在籍する。基本的に、消費者が関わる個々の問題に関わることはない。

また、アメリカとカナダにおいて、最も知られる消費者問題を取り扱う民間団体である、ベター・ビジネス・ビューロー（Better Business Bureau: 「BBB」）は、「買い手と売り手が互いに信じることができる道徳的な市場」をビジョンとして、企業側にも消費者側にも情報を提供し、消費者の相談受け窓口にもなっており、消費者問題の統計結果などを公表している。

アジアでは、消費者政策課は各国の消費者政策の推進経験を共有し、協力を強化するために「日中韓消費者政策協議会」を2004年から隔年ベースで開催している。2021年12月6日に「第9回日中韓消費者政策協議会」が開催された。

また、アジア各国における最新の消費者政策の問題を共有し、国家間協力方案を図るために「アジア消費者政策フォーラム」を2007年から隔年ベースで開催している。2021年9月28日に「第8回アジア消費者政策フォーラム」が開催され、12か国（ベトナム、マレーシア、フィリピン、モンゴル、シンガポール、香港、タイ、日本、台湾、米国、韓国）の消費者政策当局が参加した。