

消費者庁新未来創造戦略本部 国際シンポジウム（令和3年3月16日）
議事概要

1. 井上内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全）開会挨拶（ビデオメッセージ）

新型コロナ感染症の世界的な拡大やそれに伴うデジタル化の一層の進展等、経済社会の情勢はここ1年で大きく変わり、消費者行政も新たな課題に直面。

今後、戦略本部を拠点に新たな時代にふさわしい未来志向の消費者行政を、国際的な連携を基に推進していく必要がある。

本シンポジウムのテーマとなる消費者教育や消費者生活相談は、世界共通で消費者政策の基盤となるもの。意見交換の成果が日本のみならず、東南アジアの消費者政策の一層の推進につながることを期待。

2. 飯泉徳島県知事来賓挨拶（ビデオメッセージ）

昨年7月30日、恒常的な本庁機能を備えた戦略本部が徳島に開設されたことは大きな意義がある。

昨年度は日本初開催となるG20消費者政策会合を、消費者庁・徳島県の共催で徳島県において開催した。

徳島県としても、新たな消費者課題への対応や、ウィズコロナからアフターコロナを俯瞰する新たな消費者政策の展開が、アジアを中心に世界に発信されることを期待。

3. 日下部戦略本部次長基調講演

全国の全ての高校で『社会への扉』を使った消費者教育の授業を行うことを見据え、徳島県内全高校の55校で『社会への扉』を使った授業を行い、毎年6,500人前後の生徒に対し、3年間にわたって調査を行った。

この調査のうち、2017年度の授業を受けた高校生に対し、1年生、2年生、3年生になった時に同じ質問（①消費生活に関する知識、②自立した消費者としての意識）を行った追跡調査の結果を紹介する。

①については、授業前よりも授業後になって正答率が高まり、1年後は少し下がって、2年後はほぼ変わっておらず、全体で見れば定着が見られていることが分かった。また、解約など日常生活における買物の実体験との乖離がある知識については、授業で学習した内容が定着しにくいと考えられ、成年年齢引下げを迎える中、契約についての知識の定着率が低いのは課題。

②については、授業後は少し高まるものの、全体で見ると大きく変わっておらず、消費者としての意識は、毎日の生活の出来事等に影響されるところもあり、変えることは難しい。消費者トラブルに遭ったら消費生活センターに相談することや、新しい手口のトラブルを警戒する意識を持つことが、今後、消費者教育を推進する上で重要な観点。

4. 第1部パネルディスカッション

コロナ禍における消費者教育の果たすべき役割について、モデレーターのカライスコス 京都大学大学院法学研究科准教授から総論的、入門的な説明ののち、各国の研究者から、自国での取組について説明。

カライスコス アントニオス 京都大学大学院法学研究科准教授

21世紀に入り、消費者が消極的に保護を受けるものから積極的に保護を受けるものという観点から、消費者政策は保護から自立支援へ大きな転換を果たした。

2012年に成立した消費者教育の推進に関する法律は、消費者教育を消費者市民社会の形成を促進するものとしても位置付ける世界的にも稀な取組であり、大きく評価できる。

コロナ禍及びその後における消費者教育の特徴は、デジタル能力の向上、批判的考察力の養成、複雑化する社会における様々な教育主体の協働が重要なものとして位置付けられているが、デジタルとは関係のない能力も引き続き重要である。

EUでは、無償で利用可能な消費者教育資料などの提供や、消費者教育に関するコンテスト、金銭的なインセンティブなどと結び付いた学校に対する賞や認証、地域との連携が見られる。

アジア諸国の消費者問題・消費者教育には共通性が見られる。EUのように、アジア・モデルを示すことが必要。

日本：坂本 有芳 消費者庁新未来創造戦略本部客員主任研究官

(鳴門教育大学准教授)

消費者教育には家庭科・社会科等が関わるが、実践的な学びが求められているため、家庭科が一番の中心。家庭科では、小学校から高等学校までの間で、金銭の使い方や売買契約、持続可能な消費生活等について、難易度を増しながら同じ内容繰り返し、体系立てて学ぶ。

学校では教科活動以外でも消費者教育を行う機会があり、総合学習の時間や、行事・部活動を通じた先進的取組が進んでいる。ほかにも、外部人材による様々な出前授業が学校で実施されている。

これらの取組により、実際に若者がどのような学習をしてきたのかについて、全国の大

学生を対象としてウェブ調査を行ったところ、「消費者教育を受けたことがない」と回答した学生が2割程度いた。学習内容として指定されていても、実際には十分な授業が行われていなかったり、生徒の頭に残る授業になっていないということが今後の課題。

また、コロナ禍によって急速に商取引のデジタル化も加速したが、デジタル取引には簡便さや迅速さといった利点がある一方、慎重な検討をする時間を奪う、心理的な誘導や扇動が行われやすいという特徴もある。デジタル取引の仕組みの概要を理解する、様々な情報を慎重に批判的に検討するといった学習活動を通じて、多面的に考えることや主体的な判断力を育むことが、デジタル化に対応した消費者教育の課題。

マレーシア：オング ジェ チン (Ong Tze Chin) マラヤ大学法学部講師

マレーシアでは、教科という正式な形での消費者教育は行われていないが、国内取引・消費者省を始めとして様々な関係省庁が協調して教育を行うほか、NGOによる様々な消費者教育の取組が行われている。

国内取引・消費者省 (KPDNHEP) では、3つのプログラムを担当している。まず、消費者教育・意識向上プログラムであり、このプログラムには学生消費者運動、学校消費者クラブ、学生割引カードの取組がある。学生消費者運動にはウェブサイトがあり、消費者に関する情報や知識を共有している。学校消費者クラブは、各学校には強制でなく設置されており、消費者に関する情報が話し合われている。高等教育では学割カードがあり、収入の面で学生に貢献している。

次に、消費者政策や法制に関わる消費者保護プログラムがある。事実上、このプログラムは消費者諮問委員会が、法律の検討を行っている。

さらに、消費者保護運動開発プログラムがある。

- ①マレー語で Rakan は「友人」を意味するが、Rakan KPDNHEP がボランティアで、価格や事業者の行動のあらゆる変化を監視し、国内取引・消費者省に報告する仕組みになっている。
- ②全国消費者運動評議会が、このプログラムの履行や学校での活動等、様々の消費者問題について議論している。
- ③マレーシアには13の州があり、それぞれの州ごとに公務員と州の消費者運動があり、教育・啓発活動を行っている。また、へき地の管区にもコーディネーターがおり、消費者運動が展開されている。州ごとに水やインフラ問題等と抱える問題が違い、管区レベルで苦情を受け付けて調査をしている。
- ④消費者団体及び組織の活動が、マレーシアでは一番活発である。(以下で詳述)
- ⑤消費者問題の地区アシスタントが2019年より始まり、地方、特にへき地の消費者運動を強化している。

④について、NGOの活動が活発であり、マレーシア消費者協会連盟 (FOMCA)、特定の分

野での研究を行う ERA 消費者マレーシア、国立消費者苦情センター、更には特定の宗教に対応してムスリム消費者団体、サイバー上のプライバシー侵害やコンテンツの利用を扱うサイバー消費者団体もある。

調査によると、消費者は行政ではなく、NGO に相談に行く傾向があることが分かった。理由は NGO の方がより消費者問題に身近であるからであり、マレーシアの行政の課題となっている。行政は多様な活動をしており、キャパシティの問題もあるが、NGO がなければ消費者情報は収集できない状況。

タイ：エームパガー・テーチャアパイクン (Aimpaga Techa-Apikun)

タマサート大学法学部講師

タイの消費者保護政策や法律は、40 年以上前から進んでおり、複数の公的機関が同様の方法で消費者教育を行っている。消費者保護委員会は消費者保護法の下、消費者教育や研究を行っており、教育省の支援を受け、学校のカリキュラムに消費者保護に関する知識を盛り込んでいる。国家放送通信委員会、食品医薬品承認局も同様の講座を展開している。加えて、保健省によって推進される、地域社会での消費者教育にも役立つ健康ボランティアチームの取組がある。健康ボランティアは、製品の安全性、食品の安全性、薬物の安全性などの健康問題に関心を持つように地域社会の人々に助言し、教育するために不可欠な役割を担っている。コロナ禍においては、健康ボランティアは地域のウイルスの状況を監視し、ウイルスについてや感染を防ぐ情報を提供している。

消費者団体はオンライン上の媒体を持ち、消費者の権利や事件にどう対処するかの記事や記事を情報発信している。SNS を通じた情報発信が行われることもあり、消費者教育において非常に効率的と考えられている。

タイの消費者団体は 200 を超える組織があり、多くの団体はリソースや経験不足の問題を抱えているが、消費者団体のネットワーク間で知識・スキル・経験が共有されている。中でも消費者財団 (FCC) はタイで最も強い団体の一つで、月刊誌を発行し、商品の選び方や、電化製品、化粧品サービス、食品、IT ツール等の商品テスト結果を情報発信している。

ソーシャルメディアの利用、パンデミックによる消費者の行動変容、高齢化社会と高齢者のなじみやすい消費者教育のモデル構築、消費者団体への参加が、タイでの課題である。

ベトナム：ツオン フエン ガー (Truong Huynh Nga) ダナン大学法学部講師

コロナ禍において、ベトナムのインターネットユーザーは 95%まで劇的に増加し、アジアで最も使用率の高い国の 1 つとなったが、生活がインターネットに大きく依存していると、フェイクニュース、及び偽の製品にさらされる危険がある。政府は多くのチャンネルを活用した情報発信等をしているが、特にコロナ禍のような危機にあっては、消費者教育

が重要。

課題として、学校や大学にさえ、ベトナムには正式な消費者教育はない。加えて、e コマースの法律による制御の仕組みと紛争解決や、消費者 NGO の数が極めて少ないということも課題。

5. 第2部パネルディスカッション

各国の消費生活相談体制やコロナ禍での消費生活相談の傾向について、各国の行政官から自国の状況について説明ののち、意見交換。

日本：室伏 陽貴 消費者庁新未来創造戦略本部総括室長

2015 年以降、広域連携も含め、全国の市町村に消費生活センターが設置されている。消費生活相談は、主に電話、もしくは対面で相談することが可能で、188 消費者ホットラインに電話すると、最寄りの消費生活センターにつながる。消費生活センターは相談者に対してアドバイスや、必要な場合は、相談者、事業者とのあっせんも行う。相談情報は PIO-NET と呼ばれる全国の消費生活センターに寄せられた消費生活相談情報を収集するシステムに入力され、消費者庁はその情報を基に、消費者に対する注意喚起や情報提供等を行っている。

また、日本には、内閣総理大臣が認定した消費者団体に特別な権限を付与する、適格消費者団体・特定適格消費者団体という制度がある。適格消費者団体は、事業者の不当な勧誘、契約条項について中止を求めることができる差止請求、特定適格消費者団体は事業者の不当な行為により生じた財産的被害を集団的に回復するための被害回復を行うことができる。

加えて、SNS を使った消費生活相談の実証実験を行っており、LINE 相談を入れた場合のマニュアルの作成を検討している。将来的には SNS も活用して、若者を含めより多くの相談が来るような体制の構築を目指している。

日本：川口 徳子 独立行政法人国民生活センター理事

2003 年、2004 年に訴訟最終告知のはがきが届いたが覚えがない、利用した覚えがない請求を受けたなどの架空請求に関する相談が増加して、2004 年度の相談総件数は 192 万件まで増加し、その後は減少。

PIO-NET によると、インターネット通販のトラブルの割合は増加傾向にあり、2020 年 4 月以降は、相談全体の 30%前後で推移。健康食品や化粧品で、通常よりも低価格で購入できると広告をする一方、複数回の購入が条件となっている定期購入トラブルに関するものが目立ち、未成年者のトラブルも見られる。

2020年2月以降、マスク、体温計、消毒用品などの感染対策商品に関して、高額な値段で販売されている、商品が届かない、粗悪品が届いたなどの相談が多数あり、6月以降は商品が手に入るようになり相談件数は減少。

スマートフォンやゲーム機を用いたオンラインゲームに関する相談も目立ち、未成年の子供がオンラインゲームで高額な課金をしてしまったといったケースが、特に小中学生の男子に多く見られた。休校により子供の在宅時間が増え、家でゲームをしていたなど、新型コロナウイルス感染拡大による休校の影響と思われる事例も見られた。

2020年1月から2021年2月に受け付けた新型コロナウイルス関連の消費生活相談は約87,000件。2020年4月には2万件以上の相談が寄せられたが、最近では月3,000件程度。マスク以外では、旅行や宿泊のキャンセルに関する相談が寄せられ、2020年4月に緊急事態宣言が発令されると、スポーツジムやヨガ教室、結婚式場の解約や解約料に関する相談が多く見られた。2020年3月にはトイレットペーパー、4月、5月には消毒液や体温計の品不足に関する相談も目立った。また、新型コロナウイルスに便乗して、行政機関などを語り、個人情報やキャッシュカード、銀行口座番号などをだまし取ろうとする悪質商法の相談も入っている。

フィリピン：ルース カステロ (Atty. Ruth B. Castelo)

貿易産業省消費者保護グループ次官

フィリピンでは貿易産業省 (DTI) の Web サイトに相談サイトがあり、直接相談や郵便、電子メールや専用番号の SMS、DTI 消費者ホットライン 1384 で消費生活相談を受け付けている。コロナ禍で物理的な移動が制限されている中、デジタルのチャネルを通して取引を行うフィリピン国民が現在増加しており、E メールによる相談の必要性が高まっている。

DTI 消費者保護グループが受け取った相談件数は、2019年には11,000件未満、2020年には約60,000件となり、約6倍に増加した。2021年は、1～3月で既に8,000件の相談が寄せられている。コロナ禍において相談件数が一番多いのは、欺瞞的、不公正、又は良心的でない販売行為又は慣行といった、フィリピンの消費者法に違反するもの。二番目に多いのは製品・サービスの不備 (欠陥)、三番目はインターネット接続の不具合。

DTI の管轄外である場合、受け付けた苦情は適切な政府機関に付託される。DTI の管轄であり、相談が当事者間で直ちに解決できる場合は、事件に割り当てられた公務員による調停が行われる。調停によって解決されない場合、裁定となる。申立人又は被申立人のいずれかが決定に不満のある場合は、DTI 担当大臣に控訴の申立てができる。また、全国にも地方事務所があり、各管轄内の消費生活相談に対応している。

消費生活相談処理の改善のため、Facebook、Twitter、Instagram といった SNS を活用し、消費者から連絡する際にも非常に重要な手段となっている。また、コロナ禍で急増した相談に対応する人員の増員や、データベース管理システムの開発等を行っている。

タイ：ウィモンラット ウィム テーリヤーピロム (Wimonrat Wim Teriyapirom)

消費者保護委員会事務所国際協力室長

消費者保護委員会はあらゆる相談を受け付け、消費者保護法等の下、事案に対応し、製品基準や美容医療など、権限のない案件は他の機関に転送している。

昨年1月以来のコロナ禍においては、航空会社や旅行代理店からのキャンセルに関する相談が最も多く、航空券の払戻しに関する苦情の件数は1,302件で、昨年に比べて急増している。その他、ツアーパッケージのキャンセルに関する苦情、失業者からと思われるマンション契約のキャンセル、事前の通知なしにフライトを変更又はキャンセルされるといった相談が多い。

消費者が、タイで未登録の旅行代理店から航空券を購入している場合等は対応が困難だが、代理店のある国に連絡を取り、特に香港等の友好的な国と協力している。70件以上の事案が、政府機関間や国家間の協力により解決されている。

ベトナム：ファム ホアン ロン (Pham Hoang Long) 通商産業省消費者競争局担当官

ホアン ビック トウイ (Hoang Bich Thuy) 通商産業省消費者競争局担当官

2011年にベトナムで消費者保護法が制定され、消費者による苦情の申立てや、消費者保護に関連する規制を消費者に情報提供する消費者ホットラインが設置された。2015年に、消費者ホットラインはコールセンターと無料の全国フリーダイヤル1800-6838にアップグレードされた。2019年以降は、全国的な消費者ホットラインとなるよう更なるアップグレードも行われ、データベースが運用されている。

消費者保護に関して、ベトナムでは通商産業省が行っているが、57の消費者団体も消費生活相談への対応を行っている。データベースの目標は、消費生活相談の解決策を統一し、どこの州でも同じ援助を受けられるようにすることであり、相談を受け付ける媒体が多岐にわたるため、一つのポータルにまとめようと試みている。来年はSMSを実装し、消費者がテキストメッセージを送信したり、苦情を更新したりできるように、電話番号も提供する。さらに、消費生活相談への回答を向上させるため、AIシステムを導入する予定。データベースは今後、運輸省、保健省、警察などの他の機関にも接続し、他の省庁から事件を受け取った場合はシステムに公開し、製品が消費者に与える可能性のある危害を予測できるようにしたいと考えている。

2020年には、「輸送サービス、車両」の相談が全体のほぼ50%と最も多く、ほとんどはコロナ禍における世界中のロックダウンによるもの。ロックダウンのため国内外に行けず、航空券の払戻しを受け取る日時が明確ではなかったため、約4,000件の相談があった。次に多かったのは「金融、保険、銀行」で関連するケースのほとんどは、ベトナムの消費者保護法に基づく苦情処理の過程での交渉によって処理される。

消費者ホットライン1800-6838の受付件数は、ベトナムの消費者保護法が制定された2011年に26件で、2012年には263件に増加。2017年には、システムをアップグレード

するための取組を行ったため、多くの通話が切断されてしまい正確な件数は算出できないが、件数は劇的に増加。アップグレード以降、全ての通話が音声からテキスト変換され記録されている。

(以下、意見交換)

室伏室長

ベトナムやフィリピンでは、コロナ禍において全体の相談件数が急増しているという説明があった。人員増の話もあったが、ベトナムとフィリピンでは、既存の相談員数で充分に対応できたのか、効率化したのであれば、どのように対応したか御紹介いただきたい。日本とタイからは、全体の相談件数について追加で補足があれば頂きたい。

川口理事

全体の件数は2019年度が93万件で、2020年度は2月末時点で80万件弱である。昨年度の同時期とほぼ同じ件数で推移しており、コロナ禍の2020年度も昨年と同等程度の件数と思われる。

ウィム室長（タイ）

2019年の苦情の総数は約13,000件だったが、昨年は19,000件に増加しており、消費生活相談の総数は約30%増加している。

カステロ次官（フィリピン）

先述のとおり、2019年から2020年にかけて、相談件数は約600%増加した。そのため、消費者の相談の増加に対処するため、すぐに追加の人員を雇用した。

ロン担当官（ベトナム）

ベトナムではコロナ禍の多数の相談に対処するため、ウェブサイトやYouTubeのFacebook等を活用し、消費者の身を守るための情報をできるだけ公開した。また、消費者の苦情処理のタスクフォースも設置した。

室伏室長

特に若年者や高齢者に対し、何か重点的に力を入れている施策があれば、各国から御説明いただきたい。

川口理事

日本では2022年の成人年齢引下げが目前に迫っており、若者に向けた新たな情報発信に取り組んでいる。2019年度にはインフルエンサー漫画家とのコラボで作成した漫画を

ツイッターで配信して、2020年度には10代女子をターゲットに絞り、それらに影響力のあるウェブメディアとタイアップして直接情報を届けた。引き続き、視覚的に訴求する情報発信や今後も若者が興味のある領域での啓発活動を行う。

また、高齢者、障害者、子供に関する悪質商法の製品による事故情報などを、メールマガジンで配信している。

カステロ次官（フィリピン）

フィリピンではコロナ禍において、若者や高齢者が外出しないため、消費者からの相談専用の電話回線を用意した。加えて、専用のSMS番号やテレビ番組もあり、消費者の苦情に対して容易にアクセスできるようになった。

また、行政から多くの事務連絡を発出し、コロナ禍における課題にどのように対処するか、事業者と消費者の両方を指導した。

ウィム室長（タイ）

若年者にはあまり問題は見られないが、タイの高齢者のほとんどがインターネットやスマートフォンを使用できず、彼らに情報をつなぐことが非常に難しいという問題がある。他の行政機関と連携して地方に行き、各種情報や有用な物品・書類を届けている。

トゥイ担当官（ベトナム）

若年者に対しては、学校での教育を行うほか、将来的には、消費者保護に関する教育意識を喚起するためのプログラム開発しようとしている。

高齢者向けには、ベトナムの全国消費者団体と協力している。

日下部本部次長

コロナ禍における相談は、例えば飛行機のキャンセルの話など、各国で同じような課題があるということが分かった。また、これからの時代にSNSが重要というのは日本も同じで、SNSから苦情処理につないでいくという試行錯誤を行っている。また、高齢者に対しては見守りネットワークの取組があるが、全国で適切な形で運用されるように努めている。

室伏室長

コロナ禍で人の移動が制限されるなか、デジタル化を進めることについても各国共通の課題である。データベース化の話もあったが、日本にはPIO-NETという全国のデータベースがある。また、東南アジアを含めてアジアで全体的に少子高齢化が進む中、特に地方における高齢者への相談対応といった課題もある。今後も各国と協力できればと思う。

文責：消費者庁