

第 10 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 10 月 3 日（水）10－12 時

場所：中央合同庁舎 4 号館 1214 会議室

議事：最終取りまとめに向けて（自由討議）

<資料 3 「4. 計画のフレームに関わるもの」>

○従来の基本計画はこれまで政府が取り組むべき施策が中心だったが、政府以外の取組を盛り込むことで、ほかの関係者がそれぞれの役割を認識し、何がネックかなども検証でき、うまく取り組めるのではないか。

<資料 3 「5. 地方に関わるもの」>

○「地方版消費者基本計画の策定」は、地方公共団体での消費者行政強化につながるのではないか。

○地方消費者行政強化作戦では消費者教育推進計画を都道府県・政令市で策定することとしており、愛知県の市町村だと、総合計画の中で消費者行政について記載しているところが多い。地方版の計画策定についても同様に地域の実情を踏まえた推奨としてほしい。

○新たなアプローチ、目標設定について、市町村において消費生活相談窓口の整備が進んだが、今後はこの体制の維持・充実が課題になるだろう。また、見守りネットワークの構築など、現行の政策目標の中でも達成率が低いところも見受けられ、現行の強化作戦の検証を行った上で、新たに目標とするものを検討すべき。なお、新たな目標を設定される場合、必要な財源の措置も検討いただきたい。

○地方における消費者行政を支える人材確保等のため、あるいは施策を強化するための財源について、一定期間は、国から地方への交付金等で確保することが必要ではないか。

○消費税が引き上がると地方消費税も引き上がり、消費税における地方への交付税を合わせると 2 兆円強の財源が地方に行くことになるだろう。その財源は地方の社会保障に充当することになっているが、一部を消費者行政の財源に回すといったことを消費者庁として、早目に発信したほうがいいのではないか。

○具体的に、地方公共団体の行う事務の中のどの部分がどのくらい国に貢献しているのかなど緻密な議論を行い、国に貢献している部分があれば、その部分については、国が恒久的に財政支援をすべきなのではないか。

○地方における相談業務、PIO-NET などの入力などは、本来、国がやるべき事務を地方がかわってやっており、国による恒久的な財政支援を検討すべきではないか。

○窓口整備はできたけれども、相談員は、まだ育っていない。そこで相談業務ができる体制になるまで国で支援していただき、徐々に地方の自主財源、独自財源に移行していくというところを、これから先のロードマップ（地方版消費者基本計画）で描くことができればよいと思う。

- 愛知県の消費生活センターが多く設立されたのは、消費者庁で定めた一般準則に基づいて、一定の期間、財政支援をしていただくことを前提に、愛知県が市町村に働きかけた結果である。したがって、そういった活用期間中の財源確保を図っていただきたい。徐々に一般財源を増やすという方向性はあるが、その期間が短いと、問題が出てくる。
- 10年間、同じ職員を消費者行政担当に配置させてエキスパート職員的に育てることにより、国の施策もビビッドに反映することができる。
- 新未来創造オフィスを、自治体の職員が出向して長期的に消費者行政の人材を育てていく拠点としてはどうか。
- 県などでまとめて相談員を雇い、一定期間ごとに、市町村に配置して回していくことはスキルの向上にもつながるため、よいのではないか。

<資料3「6. 消費者教育に関わるもの」>

- 学校教育と社会教育の双方の場において効果的な消費者教育の内容や方法とともに実効性ある体制づくりに取り組むべきである。その中の取組として、「学校現場において消費生活センターの相談員の知識等を活用するための取組」も重要ではないか。
- 消費者庁と文部科学省とが連携しているため、愛知県においても、高校での実践的な消費者教育に取り組もうという機運が高まっている。
- 消費者庁職員が愛知県内の教育現場で直接説明されたことも効果的で消費者教育の推進に実を結んでいると思う。
- 事業者と消費者との適切なコミュニケーションについて消費者教育を行うことが必要ではないか。
- ネット上の動画・音楽等のデータの利用について、違法なものを規制するとともに、消費者教育を行うことも必要ではないか。
- 高齢者を念頭に置いた記述も必要ではないか。

<資料3「7. 消費者団体・事業者団体等に関わるもの」>

- SDGsを軸に企業と消費者と一緒に消費社会をつくっていくということが、「全ての関係者が連携して長期的な視野で実現すべき共通の価値を確立」することにつながる。そのための自覚や意識が、事業者側だけでなく消費者側にも浸透してもらいたい。
- 事業者団体が行政や消費者団体と連携を強化していく必要がある。
- 公益通報者保護法の改正の議論を聞いていると、経済団体側と消費者団体側の議論がかみ合っていない。消費者側と企業側が抱えている悩み・懸念について、実情をお互いに共有した上で議論できるような体制を構築すべき。
- 「多角的な自由貿易体制」を維持・強化するための具体的なアクションも記載いただきたい。

<資料3「8. 消費者庁に関わるもの」>

- 今後の目標を分かりやすく国民にアピールするためのキャッチフレーズを考えるべき。
- 何のための計画か、どういう社会を目指すのか、そのためにすべきことは何かとすることを明示すべき。
- 今「消費者」と呼んでいる「生活者」は、自分たちが一方的に享受する者ではなく、大量生産・大量消費などの問題に対してどう対処するのかという責任がある。
- 「何とかを検討する」、「考慮する」という言葉を悪い言い方で捉えてしまっているが、予算のことは、明言できないため、強く感じるような言葉で記載できないものか。

<資料3「9. 技術革新に関わるもの」>

- 技術・ITを取り入れるという側面だけではなく、消費としてのモビリティの形態が変わる MaaS (Mobility-as-a-Service) の考え方も含めるべき。

<資料2 欧州委員会提案について>

- EUでは起きている現象について正面から対応しようとしている。日本でもそういう視点での施策の検討は必要なのではないか。
- 「オンライン広告への規制」、「データの取扱い」、「オンライン市場での情報開示義務」といったところは、EUの提案にはあるが、日本では、まだ制度化されていない。
- 「消費者代表訴訟」について「制度構築を各加盟国に義務づけ」と記載されており、日本でも差止めプラス損害賠償請求ができる制度はあるが、特定適格消費者団体は、損害賠償の裁判を起こせていない。EUの想定している仕組みと我が国のものを比較・分析し、改善点があるか検討をすべき。
- 現在、これまでタダだと思っていた情報を企業が相当有効に活用している。デジタルサービス市場では、消費者が個人情報を提供しないでそのサービスを得ることができないことが多く、その仕組みについて見直す必要があるのではないか。
- 「成功報酬型の広告」、「アフィリエイト」に加担しないような消費者教育も必要ではないか。

<その他>

- 第3期計画までの取組の検証・評価を行い、課題等を整理して、それらを盛り込むかどうか検討していただきたい。
- 消費者庁が十分に役割を果たせるように、もう少し消費者庁に権限を持たせられないか。

(以上)