

## 第 11 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 11 月 12 日（月）10－12 時

場所：中央合同庁舎 4 号館 1214 会議室

議事：報告書骨子案について（自由討議）

### <全体的な構成について>

- 基本法との関係で、基本的施策と結びつけた形で表現すべきではないか。そのように整理すると、苦情処理や紛争解決を推進するための施策、適格消費者団体についての施策の記載はあるが、それらを表す柱を置くべきではないか。
- 消費者基本計画の各施策の大前提として、消費者の権利があり、それを実現するために各施策が並べてある。それぞれの項目の施策が消費者の権利のどれにかかわるのかということをもより明確にしてほしい。
- 10 本の柱の関係、記載のレベル感、順番を再検討・再整理すべき。
- 最終報告では、過去の基本計画、特に第 3 期における基本計画の検証・評価をして、明らかになった課題等や、消費者庁が発足して 10 年を迎えた中での今後の消費者行政の役割といったような視点を前文なりに記載すべき。
- 消費者基本法の体系の中で記載するだけではなく、その枠組みを超えて、今後対応すべきことについて、記載するというのもあり得るのではないか。
- 今までの消費者法制についての考え方に立ったとしても、シェアリングエコノミーの問題など、新たに消費者政策の推進を図るべき場面というのは拡張して捉えられるのではないか。

### <1. ①新しい技術の社会実装への対応>

- チャットボットを使用する前の段階で、回答を見つけられるよう、P I O-N E T で蓄積した相談の情報をもとに Q & A をつくるとというのが導入部分としてはよいのではないか。

### <1. ②プラットフォームがもたらす新たな課題への対応>

- 現状の消費生活に関連する環境は非常に高度化・複雑化していて、事前規制が非常に難しい。国会で法律をつくって、法執行を適切に行うというだけでは、現在の消費者政策、消費者が抱えている課題に対して適切に対処できないのではないか。その観点から、事前規制と自主規制という話になってくるが、G A F A など、社会的な役割が強固で、自分たちで何でもつくってしまうところになると、適用した自主規制が一つのルールになってしまう。それを規律するのは、本来は国会で民主的に決定された法律であるはずだが、自主規制だけということになってしまうと、消費者の権利が害される可能性がある。そのため、法令で消費者の権利とか利害というところが基本的に守られる枠組みをつくっておいて、その枠組みに対して自主規制という中で、どんな取組だったら消費者の権利を害さないで自分たちのビジネ

スができるかというように事業者団体に主張、立証、資料提出のようなことをやっていただく。もし被害が出れば、枠組みをつくった国が対処するという方向性ではないか。

#### < 1. ③データ活用社会への対応 >

- データの利活用によって企業と消費者の情報格差が進むことへの懸念について、通常の消費者契約であれば、事業者がその製品について情報をたくさん保有しており、当然のことではないかとも考えられる。
- 「個人データを提供しなくても対価さえ払えば必要最低限のサービス提供は受けられるようにする(※例えば情報を提供しないとサービス提供を拒否するのは問題のある取引として位置づけるなど)」については、ここまで言うべきことなのか、ひとつのビジネスモデルなのではないか。
- 企業と消費者の情報格差が広がることについて、今の企業の動きを見ているといろいろな情報を得て、特定の消費者に特定の情報だけを流す、より好ましい広告だけを流すような動きがあるが、それが果たして自主的かつ合理的な選択の機会を確保している状況になるのかどうか。検討の余地がある。
- トラブル情報などについては、ネット社会の進展でかなり事業者にも集まるようになっており、集まってきた情報をもとに消費者トラブルの予防や紛争解決に協力する責任が事業者には出てくる可能性がある。
- データの利活用で変わってきた部分をどう捉えるのか。今までの単純な情報の質・量、交渉力の格差によるトラブルのあり方と変わってきているかもしれない。消費者の権利という視点では、記載は必要ではないか。

#### < 2. 全ての取組をSDGsの実現につなげるという視点 >

- SDGsを今後消費者基本計画に取り込んでいくのであれば、SDGsというのは、17の目標のタグづけではないことを理解しておく必要がある。人間と地球と繁栄のための行動計画と言われているもので、かつ、「誰も置き去りにしない」というのはもちろん、我々の世界を変革するというタイトルがついている国連の決意のようなものである。SDGsは、2030年にどういった社会、生活をしていくべきなのかを問うている。そのため、何番の目標に取り組んでいるからいいという話ではない。そうすると、消費者基本計画ではどんな消費者像を国民に求めているのかという全体図がないと、非常にわかりにくい。日本政府はSDGsのローカライジングを地方創生の文脈の中で進めるという方針を出しているので、この消費者基本計画でもそういったローカライズするSDGsの文脈をうまく把握しながら記載していく必要がある。
- 5. ①「消費者のためのエコシステムの構築」というのは、SDGsが言わんとしていることだと理解している。エコシステムというのはいわゆる一つの生態系のことを言っているわけで、一つ一つが意志を持って動いているからこそ生態系のバランスがアンバランスだったり、バランスがとれたり、変化する。そのアンバランス

さを人間は規制とか教育とかで是正することができるということだと思う。そのため、そのエコシステムをどう管理するのが、SDGsが問うていることだと思うので、そういう理解で、今回の検討会で基本計画に向けての話がまとまっていくといい。

#### <4. 消費者行政のあり方を見直す視点>

○「自由な経済活動の環境を提供するために、人材確保及び専門性の向上を図るべきではないか」というところで、その目的で行政として予算手当てをするという趣旨だとすると、疑問が残る。

#### <5. 消費者団体・事業者団体の関わりを見直す視点>

○8. のところで「消費者教育コーディネーター」という記載があるが、消費者団体でもコーディネーター制度というものを設けており、消費者団体をどう育成・強化していくのかというのは一つの柱だと思う。

○苦情処理というのは、行政の問題だということを明確にした上で、行政・消費生活相談員・消費者団体それぞれの関係でどのような取組ができるか考えるべき。その上で、消費者行政担当職員と苦情を処理している消費生活相談員との間で連携がとれていない現状をどうするか、また、苦情を処理するに当たって、専門性、高度性を要求されることに対してどう対処するのかを明確にした上で、人的な、あるいは財政的な措置を講ずるべき。その中で、苦情を処理する業務の担い手の一つが消費者団体であり、消費者団体の育成・強化につながってくる。

#### <5. ①消費者のエコシステムの構築>

○「消費者団体と経済団体の間で、問題点を情報提供するなどの取組」について、誰が進めるのか。必要なのか。

○「問題把握をどうするかが課題」である旨記載する中で、5. ①「消費者団体と経済団体の間で、お客様窓口の実情を情報共有する」という部分について、経済団体・消費者団体双方で積極的に情報提供を行い、問題認識を共有して、議論をするべきであることも付け加えていただきたい。

#### <6. 消費者問題のグローバル化に対応するという視点>

○グーグル、アップルなどは、取引がグローバル化し、一国のみでは対応できないという問題がある。各国協調していかないといけないが、国レベルで協調するのは困難で、なかなか進展しない。最近では、行政のガイドラインとか勧告のレベルで国際協調や国際連携が必要だと言われており、そのレベルの職員の体制を消費者庁において強化すべき。

#### <7. 地方消費者行政を抜本的に強化するという視点>

○エキスパート職員のところで、地方そのものが工夫をするということはもちろんだ

が、国がしっかり支援していくことが重要だと思っている。人材の手当については多少財政支援を多目に手当でするか、新未来創造オフィスへの受け入れを優先的にするか、国が支援する視点も入れていただきたい。

#### < 7. ①地方消費者行政機能の戦略的強化 >

- 高度化、グローバル化について、専門的な相談員の教育が必要であり、各自治体、国、消費者団体でも教育を熱心にやっているが、人材不足で、研修に行くと相談現場に人がいなくなるため研修に出られない。
- 「都道府県が一括採用して相談員を派遣する仕組みの導入」とあるが、相談員の確保について、広域連携でやるのも一案ではないか。

#### < 7. ②地方消費者行政の基盤の充実 >

- 法定外目的税の活用など、本筋の原則論も記載すべきではないか。
- 本筋の議論はそのとおりかもしれないが、国から呼び水としてかなりの費用を出してきても進んでいないという実態について配慮してほしい。

#### < 8. 消費者教育を戦略的に推進するという視点 >

- 現在の4省庁のプログラムでは、教材は作成したが、教育する先生がいない。教員養成課程で消費者教育については、家庭科ではある程度行われているが、社会（公民）ではほとんど行われておらず、誰が教えるのかということになっている。そこで現時点では教育委員会と消費者行政を対話させる場を協議会の中で作り、その中で、両者の関係性を強化して、現実には教育の場で消費者教育ができるように教員研修を行うという方向になっている。
- 社会については、公民の先生は少なく、学校で消費者教育を行うためには、消費者教育コーディネーターが必要。どういう人材が必要で、消費者団体との関係はどのようにすればよいのか、そういう見通しが立っていないことが問題だろう。
- 「成人に対する消費者教育のための事業者による社員研修の活用」について、社員研修で行うことには疑問がある。
- 社員研修の場で消費者教育を行うことはとても大切だと思う。事業者の中でもそこに働いている人は消費者でもあるわけで、そういう研修なりをすることで、消費者の視点に立つことが消費者志向経営にもつながるのではないか。
- 消費者教育コーディネーターの強化について、ぜひこの4期計画では取り組んでいただきたい。教育委員会との連携なども既に記載があるが、進んでいない。現在、成年年齢引下げの環境整備が4省庁等によって検討会はされているため、2020年からは実動的にもしっかり動いている形になってほしい。
- 消費生活センターが消費者教育及び消費者安全確保地域協議会の拠点になるという言葉を消費者団体や関連団体と結びつけていく形になるということで記載いただきたい。
- クレーマーにならないためには働く者の人権や労働の尊厳といったものに配慮す

る、あるいは社会や環境に配慮するような「エシカル消費」を普及・促進するための消費者教育の必要性といったような表現を工夫してほしい。

<9. 消費者の安全・安心を守る視点>

- 消費者安全確保地域協議会について、地方消費者行政の基盤の一部だと認識しており、位置づけ方は考えていただきたい。消費者教育の関係を含め、協議会の全体像が見えにくいのではないか。
- 「情報の表示のあり方について業界横断的な仕組みを検討すべき」について、業界によって差が出るのは当たり前ではないかとも考えられる。

<10. これまでの消費者行政を振り返ってみるという視点>

- 政策目標を立て、その結果を検証し、成果についても明確にすることなので、タイトルについて、「政策目標・成果の明確化」といったような表現にしたほうが、よいのではないか。
- Evidence-Based Policy Making については、問題把握の部分からきちんと取り組むことが重要なのではないか。

(以上)