

第5期消費者基本計画の策定に向けた有識者懇談会（第3回） 議事概要

日 時：令和6年10月29日（火）13:00～15:00

場 所：クロスコープ新橋内幸町（オンライン併用）

出席者：山本座長、大藪委員、柿野委員、蟹江委員、郷野委員、千吉良委員、坪田委員、中川委員、西田委員、野口委員、正木委員、村井委員

事務局：消費者庁 尾原審議官

消費者政策課 鮎澤課長、杉田政策企画専門官、羽田係員、宇津政策調査員

■議事次第

1. 開会
2. 議事
 - ①「第5期消費者基本計画」について
 - ②今後のスケジュール
3. 閉会

■議事概要

1. 開会

2. 議事

第1章 消費生活を取り巻く現状の課題 ～消費者政策のパラダイムシフトの背景～

・「消費者自身が売手となるなど売主像が多様化する中」に続けて「売主である消費者を買主から保護しなければいけない場面も考えられる」旨を追記いただきたい。例えば、売手の個人情報も保護しないとイケないのではないかな。

・SDGsの12番だけに言及するのではなく、エネルギーや食料の話も関係しているので、「SDGsは消費者政策の全てに関係し、特に12番に強く関係している」という記載が好ましい。

・循環型経済の要素について、「消費者が環境に対する負荷の低い商品の購入やサービスの利用」に加えて、「リデュース・リユース・リサイクル」も盛り込むべきではないかな。

・事業者と消費者の共創・協働に加えて、行政との共存も重要。広島県の安芸高田市と三次市が不用品として引き取った物品を、ヤクルト山陽の方々が、商品配達ルートで引き取った不用品と併せて、メルカリに出品・販売した利益を地域に還元する取組みをしている。地元の自治体と事業者が共創することは、サーキュ

ラーエコノミー（環境経済）を実現する上で有効。

第2章 消費者政策において目指すべき社会の姿 ～求められるパラダイムシフト～

- ・消費者が情報、時間、関心・アテンションを提供する場合も、消費者政策や消費者法制度において「消費者取引」として自覚的に捉えていくのか、（事業者の健全な製品促進など）様々な立場を考慮した議論が必要ではないかと考える。現時点で、次期消費者基本計画に記載する共通認識を持てる状況かどうかをお伺いしたい。

- ・ソフトな手法の活用について、民間でも様々なガイドラインの作成等に取り組んでおり、行政にはハード面での対応を期待したい。

- ・日本型ウェルビーイングの「日本型」とは何か明確にすべき。

- ・官民のADR・ODRについて、かなり広い概念であり、イメージを明確にすべき。民間の取組を是とする趣旨か、それとも労働紛争において公労使の代表による労働委員会や、紛争調整委員会のように法に基づくあっせんが行えるような、裁判外の紛争処理手続のようなことか。後者であれば、消費者庁において法整備の必要がある。

- ・カスハラ対策について、消費者の権利の一つとして正当な意見の主張がありながら、意見の言い方のトレーニングを日本人は十分できていないので、カスハラは従業員教育との連動が非常に大事。

- ・カスハラ対策の記載箇所について、エシカル消費というよりは、もう少し広い意味で「消費者市民社会の実現」につながる話ではないか。

- ・カスタマーハラスメントについては、線引きが難しい。例えば、体が不自由なお客様の要求が障害者差別解消法の合理的配慮の範囲なのか、カスハラなのかを受け取る側にとっても異なる。厚労省と連携の上、正しい要求の仕方を消費者に訴求いただきたい。

- ・カスハラについてはケースバイケースで定義付けが難しい。全ての人は消費者であるので従業員も一消費者である。一消費者の立場としては、事業者の対応をどう感じるか。従業員の方にも、お客様対応教育とは別に、一消費者の立場としての消費者教育もしていただきたい。

- ・「カスタマーハラスメントが起きない社会が実現する」という表現について、ハラスメントは受ける側の感じ方であるため違和感を覚える。カスハラをする消費者が悪いという印象を与えないよう、文章冒頭に「消費者と事業者、双方のコミュニケーションで」を加えるなどの工夫があるとよい。

第3章 消費者政策の推進

- ・消費者団体の役割について、海外消費者団体の活動実態や行政との連携状況などの調査研究は有用であり、消費者行政もグローバルに見ていく必要があると考えるので記載すべき。
- ・「検討にあたっては、消費者委員会および独立行政法人国民生活センター等と連携し、消費者の意見を反映していく。」の記載について充実すべき。
- ・消費生活相談員の魅力について、社会的な意義や重要性があることを明確にしたい。
- ・「優良な事業者」の表記について趣旨を踏まえて再考すべき。
- ・「事業者の問題行動等に対する申入れを適切な方法で行う」とあるが、「問題行動」という言葉が本計画の共通認識とできるか検討が必要ではないか。

第4章 消費者政策における基本的な施策

- ・3年目を目途に中間点検を行うことについて、具体的方法を検討すべき。
- ・「デジタル技術の飛躍に対する対応」について、B2Bであるスマホ新法と同様、経産省の取引透明化法に言及しないとバランスが悪いのではないか。
- ・「デジタルリテラシー、金融リテラシー等の確保」とあるが、本文の内容がやや金融リテラシーのほうに寄っているという印象を受けた。今消費生活センターで受け付けている相談の約3割が通販に関するトラブルであり、原因は違反もしくは違反すれすれの広告によるものとなっている。法に基づく指導や処分、景表法による措置など、検討できないかと痛感している。
- ・J-FLEC が設立され、消費者教育の中での金融教育の重要性というのを改めて認識をしている。「金融経済教育推進機構のもとでの金融経済教育」という表現があるが、役割分担での制約が懸念されるため、「連携等」という表現の方が地方としては受入れやすい。
- ・水産に限らず認証の活用をもう少し広く扱うべきではないか。
- ・この5年間でちょうど学習指導要領の改訂の時期であり、18歳成人に向けた自立した消費者になるための学校教育の重要性を訴えるべき。
- ・みどりの食料システム戦略の推進について、農水省の環境負荷低減の見える化が書かれており、見える化に少し舵を取っている印象を持っているが、エシカル消費がどれだけ進めてきたかということが全く見えないところが課題であり、環境・負荷低減という観点に加えて、経済的な価値の見える化、市場規模の見える化も少し検討を始めてもよいのではないか。
- ・「食品ロスの削減」と記載があるが、「ロス」は重要な課題であり、サステナブルファッションの話も含めて、もう少し盛り込んでもよいのではないか。
- ・食品寄附のガイドラインについて、会員企業のヒアリングによると、企業もフ

ードロス削減に向けて地道な努力をしている。まずはガイドラインでスタートするが、寄附の出し手と受け手の信頼関係を強化した上で、表示規制の緩和や、一定の場合の民事責任の免除などを組み合わせて食品寄附のしやすい仕組みを構築していけるといい。

- ・「自律的な選択」というのは、消費者取引のあるべき姿を表しているのか、確認すべき。

- ・改正消費生活用製品安全法について、海外のサイトだからといって法執行を諦めるのではなく、国内の管理人の専任や、日本の国内法に違反する事業者への厳正な処分などを適正に執行していただきたい。

- ・チャイルド・デス・レビューは原因究明ではないと言われるが、原因が分かった上での予防が必要であり、まずは今活用されていないデータの利活用に関して検討すべきではないか。

- ・窒息・誤嚥に関して、どういうものが窒息になるかなどの解明が進んでいないので、基礎研究を大きく育てていく必要がある。

- ・「子供の安全の確保」の中の教育保育施設等における事故の発生および再発防止について、遊具での転落事故や玩具による窒息・誤飲など、広い視野で見っていくべき。今活用されていないデータの利活用についても検討していくべきというご意見にとっても賛同する。

- ・事実と違う誤認をさせる表示をしている業者に関する相談を日々受けており、被害の相談が減るような厳罰化など、悪質な表示や営業方法を行う事業者の抑止となる活動に力を入れていただきたい。

- ・資料2の46ページ、何がEBPMの成功事例なのかを取組の調査をして、理解すると良いのではないか。海外では、保障制度や支援員を派遣する、条例作成などの包括的な取組をしている。

- ・KPIを示してEBPMに簡単につなげてしまうのはよろしくない。KPIはマネジメントの発想である。KPIに批判的な見方があるのは、自己目的化して、現場が疲弊している状況があるためではないか。KPIを作ることや達成することが目的ではない。他方、EBPMは政策評価のプログラム・エバリュエーションと言われ、施策が意図した効果をもつかを発見しようとする方法であるが、実際には調べることが困難な場合がある。

- ・地方消費者行政強化作戦2020が5年を迎えた後についての検証やその後の検討、地方消費者行政を総括した目標が必要ではないか。

- ・消費者政策の量が多様で、いろいろなところと協力していかないと、全てを消費者庁が対応するというのは非常に難しく、協力体制を検討することが大事である。

- ・章立てが分かりにくく、全体的な構成をもう少し考えてもいいのではないか。
- ・随所に消費者と消費者団体に対する期待というものが書いてあり、大変重要なことであるが、非常に脆弱な消費者の集まりで、事業者とパートナーとして組むにはあまりにも力の差がありすぎると感じている。消費者及び消費者団体の活動をどうやって発展していくかというのが大きな問題である。
- ・地方消費者行政について、財源が地方ではなかなか確保できないため、恒久的な財源確保という観点で力強く続けていただきたい。
- ・トイレの詰まりや害虫駆除などのレスキューサービス被害について、依頼主の自宅等に訪れてくる事業者と、ホームページを作成している事業者は異なるケースが多い。ホームページを作成している事業者に対する対応が必要。

3. 閉会