

第5期消費者基本計画の策定に向けた有識者懇談会
第2回議事録

消費者庁消費者政策課

第5期消費者基本計画の策定に向けた有識者懇談会

第2回

議事次第

日時：令和6年3月13日（水）10:00～12:00

場所：オンライン開催

1. 開 会

2. 議 事

- ①委員からの話題提供
- ②「第5期消費者基本計画 骨子」について
- ③意見交換

3. 閉 会

○尾原消費者政策課長 それでは、定刻となりましたので「第2回第5期消費者基本計画の策定に向けた有識者懇談会」を開催します。本日はお忙しい中、お集まりいただきありがとうございます。本懇談会の事務局を務めています消費者庁消費者政策課長の尾原です。どうぞよろしくお願いいたします。

本日は会場とオンラインのハイブリッド形式で会議を執り行います。御参加いただく委員を御紹介します。会場で御参加いただくのが山本座長、柿野委員、中川委員、坪田委員、正木委員、村井委員となります。またオンラインで御参加いただくのが大藪委員、蟹江委員、西田委員、郷野委員、宮木委員、伊与委員、千吉良委員となります。なお、西田委員におかれては途中入室、宮木委員におかれては途中入退室の御連絡を受けています。それでは皆様本日もどうぞよろしくお願いいたします。

次にオンラインで御参加いただく委員の皆様には留意事項があります。カメラは常時オンにさせていただくとともに、御発言されない間はマイクをミュート設定にさせていただくようお願いします。御発言はミュートを解除してからお願いします。意見交換の際に御発言を希望される場合は、オンライン会議システムの上部にある「手を挙げる」ボタンを押してください。御発言順は山本座長の進行に従っていただきます。御自身のお名前を名乗っていただいた上で御発言をお願いします。

次に本日の配付資料の確認をします。既に委員の皆様には配付資料一覧をお届けしています。資料1が「全国消費者団体連絡会説明資料」、資料2が「全国消費生活相談員協会説明資料」、資料3が「日本経済団体連合会説明資料」、資料4が「第1回有識者懇談会における主なコメント」、資料5が「第5期消費者基本計画 骨子」、資料6は「第1回有識者懇談会でいただいた御意見の骨子への反映状況」です。

それでは、ここからは山本座長に会議の進行をお願いしたいと思います。よろしくお願いいたします。

○山本座長 皆様、おはようございます。座長の山本です。それでは早速ですが、議事次第に沿って議事を進行させていただきたいと思います。本日は、はじめに議事の2の①「委員からの話題提供」ということで、本日は郷野委員、坪田委員、正木委員からそれぞれ話題提供をしていただきます。その後、消費者庁から②の消費者基本計画の骨子について御説明いただき、その後まとめて意見交換をしたいと考えています。委員の御発表等について御質問等があるかもしれませんが、意見交換の際に御質問等もまとめていただければと思います。

それでは、まず郷野委員から発表をお願いしたいと思います。

○郷野委員 皆様、おはようございます。全国消費者団体連絡会の郷野です。本日はこのような機会を頂きありがとうございます。1枚目のシートが出ていますが、次の2枚目のシートの共有をお願いできますか。ありがとうございます。2枚目のほうに移らせていただきます。私ども全国消費者団体連絡会は、会員団体の緩やかなネットワーク組織です。暮らしに関わる様々なテーマについて、消費者の立場から意見を発信し続けています。また専門家や行政などと連携し、学習活動、政策提言、立法運動に取り組んでいます。

シート3枚目をお願いします。第5期消費者基本計画に向けた意見について、分野別に各省庁に対して挙げさせていただきました。本日はお時間の関係もありますので、特に重要だと考えていることを抜粋して申し上げたいと思います。

まず消費者政策についてです。1番、消費者の脆弱性について。事業者などへの消費者の脆弱性に関する周知と対応検討の推進が必要です。消費者の脆弱性を起点として消費者像を整理し、消費者被害に関する裁判の判決に反映できるよう、各種消費者保護関連法の解釈への変更を進めてください。

2番目として、孤独・孤立、貧困について。孤独・孤立、貧困状態と消費者被害の関連

性の整理、国・自治体・支援団体など関係者の連携による被害防止・回復のための具体的な対策強化が必要です。

続きまして消費者被害防止についてです。消費者契約法、特定商取引法、消費者関連法の抜本的改正を進めてください。特に若者に重大な被害を及ぼすだけではなく、若者自身が加害者になる危険性も高いマルチ取引の規制強化を進めてください。製品安全について、ネット取引による海外製品の事故が増えています。また、子供や高齢者の痛ましい事故が後を絶ちません。製品安全をめぐる行政規制の見直し強化を早急に進めるとともに、製造物責任法を改正し、法律の対象となる製造物の範囲や、直接責任を負うべき主体の拡大、技術の進化をカバーできるような証拠開示手続きの充実などを行い、消費者への賠償に漏れないようにしてください。

シート5枚目をお願いします。消費者教育についてです。自ら学び行動する自立した消費者の育成には、将来を見据えて早い段階での消費者教育が必要です。各段階に応じた消費者教育について、全省庁連携で計画してください。

シート6枚目をお願いします。地方消費者行政の充実強化については、次のことが必要だと考えています。一つ目、計画的な消費者施策の実施のため、未策定の県と政令市に「地方版消費者基本計画」の策定を働きかけること。二つ目、消費生活相談のDX化については、国は地方自治体と相談現場との間でコミュニケーションを強化し、速やかに情報提供・共有すること。併せてDX化による変更が消費者の利便性につながるよう、消費者に周知し、意見を聞き取ること。3番目、消費生活相談員の人材確保、処遇改善は喫緊の課題として、国は人件費に関する財政支援継続と働き方も含む抜本的な消費生活相談員の採用政策をとりまとめること。4番目、地方消費者行政強化交付金は、自治体のニーズを把握し、活用しやすい事業メニューとすること。

続きましてシート7枚目をお願いします。環境・エネルギー政策についてです。脱炭素社会の実現に向けた取組については、消費者の生活スタイルの転換が重要です。節約という観点だけではなく、エネルギーの効率的な利活用という観点からの省エネ強化に向けた情報提供を強化してください。それから生活に多大な影響がある公共料金の料金透明化、取引適正化に向けた監視体制を強化してください。災害への備えについても喫緊の課題ですので、計画の中でしっかり検討してください。

シート9枚目をお願いします。食関係についてです。食ロス削減はフードチェーン全体での取組が必要です。また学校教育の場において、給食の場を利用した食育や食品ロスの削減に向けた指導を強化してください。

食品表示は保健機能食品の整理が必要です。特に機能性表示食品の制度については消費者の健康被害につながるケースもあり、現状の課題整理と監視指導強化、広告、宣伝ルールなどの見直しが必要です。以上、御清聴ありがとうございました。

○山本座長 ありがとうございます。郷野委員からは包括的・全体的な計画の中身についての話を頂きました。先ほどお話ししましたように、御質問等がもしあれば、この後の意見交換の際にまとめてお願いしたいと思います。引き続きまして、坪田委員から御報告をお願いします。

○坪田委員 全国消費生活相談員協会の坪田と申します。プレゼンの機会を頂きましてありがとうございます。「消費生活相談の現場から見えてくる消費者行政の課題」と題して述べさせていただきます。次のスライドになります。

私どもの団体は、全国の自治体の消費生活相談窓口勤務する消費生活相談員を構成員としています。日頃の知見を生かし、消費生活センターの休業が多い週末に電話相談を実施し、この相談で得られた消費者問題をベースとして意見表明、適格消費者団体としての活動、消費者教育、相談員の養成等を行っており、それぞれの活動に相乗的な効果をもたらしています。で

は次のスライドをお願いします。

1として、「消費生活相談情報を踏まえた迅速な法制度の改正と法執行」。相談現場では特商法による解決ができない場面が多く発生しているのは周知のことです。後手の状態となっていると思われます。デジタル化によって消費者被害の発生・拡大のスピードが増しています。こういった事業者に絞った対策、悪質事業者の排除が必要と考えています。

次のスライドになります。2としまして「デジタル社会における消費者と事業者との関係を踏まえた法制度・ルール整備」ということで、ダークパターンなどデジタル広告特有の問題、時・所構わずスマホに飛び込んでくる情報は、密室性を有し攻撃的です。デジタル取引の進化に応じた横断的な消費者保護ルールの更なる充実、デジタル特有の問題に対する実効性・機動力のある相談窓口の充実や、デジタル関連問題専門の紛争解決の仕組みの整備も必要かと思えます。そしてデジタル取引に関連した個人情報の利活用と消費者保護についても環境整備が必須だと考えています。

次のスライドにいけます。3です。「複雑化、ボーダーレス化する決済方法に対する包括的な規制」です。立替払い型後払い決済サービスの問題、複数の決済サービスの組合せによる複雑化した決済方法の問題があります。問題取引に対する消費者保護規定、さらに今後のデジタル技術の進化に対応した迅速なルール作り、不正利用など犯罪に対する厳正な対処、強靱なシステムの構築など、キャッシュレス決済が日常になる時代に向けて消費者に分かりやすい仕組みとして構築されることが求められます。

次のスライドをお願いします。4です。「高齢社会における消費者問題に対する総合的な取組」です。消費者被害のほか、公共交通機関と高齢者の移動、それから買い物難民などの問題もあります。また認知症、孤独・孤立による問題などもあります。消費者安全確保地域協議会においては、設置数や人口カバー率のみならず、実質的な活動に対する検証と評価が必要です。

それでは次のスライドをお願いします。5、安全に対する基準の見直しと注意喚起です。デジタル社会における越境取引、そして多様な商品やサービス、シェアリングエコノミーなどに対応したルールの策定です。個人が持つスキルをネットを介して提供するなど、様々なサービスが生まれているのを受け、消費者が安心して利用できる環境整備が必要です。そして、乳幼児や高齢者の痛ましい事故が発生していますが、関係省庁との連携が重要です。また、法制度が追いつかない中で問題が発生することを防ぐためには、事業者の自主ルールと消費者への周知も必要だと考えます。

次の6です。「『食』に関する分かりやすいルール等整備と消費者啓発」。現在、分かりにくい原料原産地表示、機能性表示食品の誇大広告の問題などがあります。

では次のスライドをお願いします。7です。「消費者教育の推進」です。消費者教育に対する温度差があります。社会人層の消費者教育の遅れなど、まだ不十分な点があります。国における消費者教育の推進は、地方消費者行政への支援も鍵になると思います。消費者教育コーディネーターの役割、位置付けの明確化、消費者の特性に適合した金融経済教育の実施、国による各省庁横断的な消費者教育の推進が必要です。被害に遭わないための消費者教育、エシカル消費の推進など、消費者教育は大変幅広いですが、消費者としての意識を持った行動、見抜ける力、見抜く力の重要性は同じです。インフラ機能としての消費者保護の環境を整えた上での消費者力の養成が求められます。

それでは次のスライドをお願いします。8、「消費生活センターの充実・強化」です。誰もが質の高い相談を受けることができるような体制整備、地域住民の総合的な生活相談の窓口としての機能、国の支援と地域の特性に応じた施策の展開が必要です。消費生活センターは消費生活相談、消費者安全確保地域協議会、消費者教育、地産地消とエシカル消費の推進、地場産業企業などとの連携・協働など、地域に根差した消費者行政の拠点としての機能を有しています。それゆえ地域住民にとって開かれた消費生活センターとしての場の提供により、消費生活センターが一層活性化することも求められます。

次のスライドをお願いします。最後に地方消費者行政と関連して、「消費生活相談の在り方」

です。消費生活センターは、解約の方法や返金手段のノウハウを得るだけのための窓口ではなく、相談者の安全安心な暮らしの実現のために、住民サービスとしてトータルに対応する窓口とも言えます。DX化によるメリットを踏まえつつ、地域住民の「人」の安全安心の実現がゴールであることを考えた仕組みづくりが必要です。自己解決困難案件に対するインフラ機能として消費生活相談が求められます。システムにインプットされているデータの適正化と、消費者心理が及ぼす消費行動の変化に耐え得るシステムが必要であり、そのためには適時改修・更新可能なシステムでないと対応できません。

相談現場から見えてくる課題は、まだまだたくさんありますが、以上、足元の主な課題として述べさせていただきます。どうもありがとうございました。

○山本座長 坪田委員、ありがとうございました。それでは発表としては最後になりますが、正木委員から発表をお願いします。

○正木委員 経団連の正木です。本日は経団連と企業の取組を紹介します。

経団連は、主な活動として、経済界が直面する重要課題に関する意見のとりまとめや、政治、行政、労働組合、国際機関、市民を含む幅広いステークホルダーとの対話などを行っています。消費者政策については主に消費者政策委員会で検討しており、直近では2021年と2023年に検討結果をまとめた報告書を公表しています。

まず、委員の皆様が強調される消費者の安全・安心は、企業活動の前提条件であると考えています。消費者の安全・安心を確保するため、例えばコロナ禍では衛生用品の供給や情報発信の拡充などを行っていますし、特殊詐欺の防止についても様々な形で取組を進めています。また経団連は、ACAP、消費者庁と共催で、毎年企業の経営層を啓発するセミナーを開催しており、本年度は3月8日に開催しました。8日に開催したトップセミナーのテーマは「消費者との共創・協働による望ましい経営の推進」でした。岸田政権がテーマとして掲げる「成長と分配の好循環」を消費市場に置き換えると、成長の果実によってさらに取組を充実できる生産と、分配の果実によって活性化する消費の好循環、生産と消費の好循環であろうかと思えます。本日は春季労使交渉の集中回答日ですが、賃金が上がればそれを良い消費に使うということにつながります。

生産と消費の好循環を持続可能なものにするためには、企業は、安心・安全で価値の高いサステナブルな商品・サービスを提供することが重要です。大量生産した既成規格のものを販売するのではなく、必要量だけに絞ったリデュースや修理、リペア、さらには消費者から回収した商品を生まれ変わらせるアップサイクルといったものを含む商品・サービスの提供となります。

消費者のほうは、価値の高い商品・サービスに対する共感や、押し活のような応援の気持ちを消費行動で表していくことが重要だと考えています。この消費は、大量消費して使い捨てることではなく、リユース、リサイクルを含む消費です。

こうした消費者と企業の連携・協働が、生産と消費の好循環を持続可能なものとすると考えています。企業は、サステナブルな商品・サービスを消費者が進んで選択できるような環境整備をしなければいけないと考えています。

今回の第5期消費者基本計画においても、消費者と企業が連携・協働して生産と消費の好循環をつくることの重要性について記載いただきたいと思います。既に骨子に、製品開発やビジネスモデルの変革が必要、認証等のサステナビリティ価値の可視化が必要、企業と消費者双方のコンプライアンスという経団連報告書「サステナブルな商品・サービス選択の推進」の記述に近い内容を記載していただいています。価値の可視化については、一見割高に見えても価値を知れば実は安いことがあります。例えば長期的な使用を通じたトータルの価値を示せば、廃棄によるコストを節約できるといったアピールができると思えます。そうした価値のあるものを消費者にも是非評価していただきたいと思います。

これらの方向性に加え、サステナブルな消費を推進するためには、三つの考え方が重要になると思います。まず当事者を巻き込んだマーケティングへの進化です。例えば100%リサイクルペットボトルの「い・ろ・は・す」販売事例では、消費者が「い・ろ・は・す」を購入することが水源の森を守る活動につながる、それから消費者がボトルをきれいにしてリサイクル用の回収ボックスに入れることが次のペットボトルに生まれ変わることにつながるということを動画等で分かりやすく広報するなど、消費者を当事者として巻き込むマーケティングを行うことで、信頼と共感の獲得につながっています。

企業は、サステナブルな商品・サービスを応援してもらうため、社会課題解決の効果を実感できて「安心」に資するような情報提供、様々な人が「身近」に参加しやすい仕組み、ストーリーに「共感」してもらえるようなアピールに努めていく必要があると考えています。

そして、多様な主体との連携・協働の推進が必要だと考えています。それぞれ顔の見える地域や学校と事業者が協力して消費者教育や協働を推進していくことが、安心・身近・共感につながっていきます。地域のフードバンク、こども食堂との連携なども効果的です。

既に政府は「食品ロス削減目標達成に向けた施策パッケージ」を示しています。パッケージの中で2025年度以降の対応として記載されている内容ですが、一定の管理責任を果たした食品寄附者を民事免責する仕組みなどは、食品ロスを削減しながら寄附を促進して社会課題を解決する上で重要なインフラであって、消費者基本計画にきちんと位置付けるべきだと思います。

先ほどの坪田委員の説明の中にも、食品衛生法や食品ロス削減推進法などの「関連し合う多数の法律の機動的な活用と消費者への周知」という内容がありましたが、現行の食品ロス削減に向けた仕組みは、例えば安全管理上の様々な留意点を守れば食品を持ち帰っても構わないと公言している内容なのかどうか、少し分かりにくいところがあります。国として食品ロス削減をどう推進したいのかということ、消費者・事業者に対してよく伝えていく必要があるかと思えます。

官、民、消費者、一次流通から二次流通に至るまで、それぞれのステークホルダーが進んで取り組めるような後押しをする法整備も必要になると思います。例えば、メルカリがエコボックスを消費者に配付し、不用品を捨てずにリユースする消費者行動を促進するなど、企業は環境整備に務めています。

企業は、適正な価格でお値打ち品を提供できるように企業努力を重ねていきます。ただ、価値に見合ったお値打ち品を一見儲かる、得する詐欺的商品と見分けて選択するのは、消費者です。坪田委員の説明の中にあつたように、まさに見抜く力を持っていただかないと、良いものを選択できないわけです。企業は、例えば製品安全誓約に署名し、官民で協力して危険な商品を市場から排除するなど、優良事業者が増えるよう努めていきたいと思えます。ただ、結局その優良事業者から選択的に商品を購入することで、悪徳事業者が市場で淘汰される。それには、消費者の力が必要です。社会課題を解決する商品を応援して、カスタマーハラスメントのような事業者・従業員の頑張る気持ちを削ぐ行為を減らしていくことも、消費者の力が必要です。リサイクルを例にとっても、企業はリサイクルできる商品の開発・設計に様々な形で努めていきます。循環型社会の形成に向けた法整備も様々な形で進められていると思えます。ただリサイクルを持続的に推進するためには、消費者の力が必要になります。寄付先の方が困らないような寄付をする、清掃事業者やリサイクル事業者が危険な目に遭ったり、手間暇がかかったりしないような、ごみの出し方、リサイクル品の出し方を実際にできるのは、消費者自身です。

こうした消費者の理解と行動変容を、是非お願いしたいと思えますし、自立した消費者が尊厳ある選択をして、行政、事業者と一緒に消費市場をつくり上げていく消費市民社会づくりが第5期消費者基本計画の目玉になるのではないかと思います。郷野委員の説明の中でも、食育や消費者教育を充実すべきという内容がありましたが、御指摘のとおりだと思います。

こうした意味では、消費者行動に見える化し、それを消費者基本計画の進捗状況を測るKPIにすることができれば、素晴らしいと思えます。事業者の行動と違い、消費者の行動をKPIにすることは容易ではありません。サステナブルな行動に近い例として、金融資本市場ではソー

シャルインパクトの指標や計測方法について、様々な工夫が提案されているところです。

私は昨年、日本女子大学で消費者政策に関する出張講義を行いました。行政がつくったものなかなか世の中に浸透していないmottECO（もってこ）マークを付けたドギーバッグを、学生に配って、使用を推進していました。こうしたものを活用して食品の持ち帰りを実践している人やエコバッグを使用している人、飲み終えた牛乳パックを綺麗に洗浄して展開してリサイクル回収に出す人、ごみの分別やリサイクル品の回収を丁寧に行う人の消費者行動を見える化し、サステナブルな行動を頑張った消費者が褒められるような社会になるとよいと思います。

どうぞよろしく申し上げます。

○山本座長 ありがとうございます。それでは引き続き、議事の2の②「第5期消費者基本計画 骨子」について、これは消費者庁より御説明をお願いします。

○植田審議官 消費者庁審議官の植田です。よろしく申し上げます。まず資料4を御覧いただければと思います。資料4は、前回第1回の会議でいただいた主なコメントについて事務局で整理したものです。今後の御意見、意見交換の御参考にしていただければと思います。時間の関係で説明は省略させていただきます。

次に資料5を御覧ください。「第5期消費者基本計画 骨子」ですが、第1回の懇談会で事務局からお示した「第5期消費者基本計画に向けた考え方の整理」に基づき、前回の懇談会での御意見を反映させながら消費者庁として作成したものです。4章立てにしていますが、簡単に概要を申し上げます。

第1章では「消費者・消費者政策のパラダイム・シフトの必要性」について、現状の課題を整理しています。内容については前回お示したものと同じです。

第2章は、「達成すべき消費者政策の基本的方針」です。三つの柱にしており、一つ目が、「消費者が信頼できる公正な環境の確保」で、「優良な事業者が選ばれる環境づくりと悪質事業者の市場からの排除」、「消費者被害の拡大防止、救済」、「消費者保護に向けた事業者の自主的なルール整備」、「事後的な検証や修正も踏まえた官民対話型のルールづくり」、「消費者と事業者の協働による取組」などを記載していきたいと考えています。

2「見抜ける消費者の増加・消費者力の成長」です。見抜けるという意味で、「気づく力、断る力、相談する力、周囲に働きかける力」といった実践的な消費者力の育成・強化と、消費者市民社会の構築、デジタルスキル・デジタルリテラシーの向上などを記載していきたいと考えています。

3の「持続可能で包摂的な社会の実現」には、「持続可能な消費と生産に資する経済・社会の仕組みづくり」、「多様な消費者の特性を踏まえた対応の充実」などを記載していきたいと考えています。

第3章では、消費者政策を推進するために、「行政の取組」と「事業者の取組」の二つに分けています。まず1の「行政の取組」ですが、「消費者法制度における規律のベストミックス」、「包括的かつ実効性の高い新たな規制手段の検討」、「消費者被害の多様化・複雑化に伴う諸課題に対する実態把握及び制度整備並びに関係省庁との連携」、「国際動向も視野に入れたデジタルデバイドの解消に向けた支援」、「消費者行政のDX」、「人口減少・高齢化やデジタル化の進展、地域の実情等を踏まえた地方公共団体における施策の推進」等を盛り込んでいきたいと考えています。

2の「事業者の取組」については、「デジタル化、高齢化、国際化、持続可能社会に対応した消費者とのコミュニケーションや情報伝達手段の多様化」、次のページにいきまして、デジタルデバイドを生まない分かりやすいインターフェース、ユニバーサルデザインに配慮した商品開発、プラットフォームの形成などを促すようなことを記載していきたいと考えています。

第4章は「消費者が直面する課題への取組」ですが、まず取組の推進に当たって心がけるべきこととして、記載をしたいと考えています。「消費者基本計画におけるEBPM・PDCAの実践」、それから「SDGsで設定された国際指標との整合性の確保、消費者が事業者と協働できる参加型パートナーシップ推進型の目標設定」ということを前提に、具体的な取組として消費者政策における施策を盛り込んでいきたいということです。ここに前回御議論いただいた御意見や、本日意見交換で頂く意見などを具体的に盛り込んでいければと考えています。

1「パラダイム・シフトを踏まえた消費者行政の方向性」、ここでは第1章で整理した五つの課題について、それに対応する施策を盛り込んでいきたいと考えています。現時点では盛り込む事項のイメージとしていくつか書いていますが、ここに具体化すること、さらに項目を加えていきたいという趣旨です。次のページの2が「消費者トラブルの解消、未然防止」、それから3「消費者政策における基本的施策の取組」ということで、ここをさらに肉付けしていきます。

骨子について、資料5は以上です。

続きまして資料6を御覧いただければと思います。資料6は、前回いただいたコメントについて骨子への反映状況について整理しましたので、適宜御参照いただければと思います。

消費者庁からは以上です。

○山本座長 ありがとうございます。それでは、これより議事③「意見交換」に移らせていただきたいと思います。先ほど申しましたように、これまでの御報告等についての質問もここで出していただければ結構ですし、それぞれの委員から基本計画の骨子についての御意見を頂戴できればと思います。最初にお話しされましたが、会場で御参加の委員の方は物理的に挙手していただければと思いますし、オンラインで御参加の方は「手を挙げる」のボタンを押してお知らせいただければ、私から指名させていただきますので、お名前を名乗った上で御発言いただければと思います。それでは、特段区切りませんので、どの点からでも結構です。御発言のある方は挙手をお願いしたいと思います。いかがですか。大藪委員、お願いします。

○大藪委員 西田先生のほうが先に手を挙げていらっしゃったので、どうぞ。

○山本座長 そうですか。

○大藪委員 はい。その次にします。

○山本座長 分かりました。それでは西田委員、お願いできますか。

○西田委員 ありがとうございます。東工大の西田と申します。聞こえていますか。

○山本座長 はい。聞こえています。

○西田委員 どうもありがとうございます。御説明をありがとうございました。私は前回欠席したこともあり、今御説明いただいたことに関して、3点ほど申し上げさせていただきたいと思います。最初に郷野委員から、製品安全や海外からの危険な製品に対する取組が必要だとの話があったかと思いますが、それから坪田委員からも、高齢者や子供の安全に対する取組が大事だとの話があったかと思いますが、これに関して1点目ですが、やはりこういう事故を把握するためにはデータが必要だと思っています。これまでも東京消防庁やいろいろなところから、だ

んだんデータが出るようになってきていますが、今大きな問題になっているのが警察のデータです。事件性がないものに関しては予防に活用していく方向が大事だと思っています。これはなかなか早急にはいかず、法整備などもいずれ必要だと思いますが、その前に、まずは検討を始める方向を打ち出せるといいかと思います。平成24年ごろに日本スポーツ振興センターのデータが閣議決定で予防に使えるようになりました。今回の基本計画はとても大事だと思っています。これが一つ目です。

手短にしたいと思いますが、2点目は海外からの製品の規制強化です。今、経産省などでもそういう強化が始まっているということで、新しい制度が今始まりつつあるので、是非これをよくウォッチといいますか、モニタリングしていくといいかと思います。それから悪貨が良貨を駆逐しないようにということで、いいものを見える化する動きも大事だと思っています。これに関しても機能性表示食品の問題がありますが、これをもう少ししっかりさせた、製品面でこういう表示制度をつくっていくということは今、経産省がされています。暫定的な名称が新表示制度になっていますが、こういうものも後押しできるといいのかなと思っています。

それから、海外でデジタルプロダクトパスポートというものが義務化になる方向が出されています。サーキュラーエコノミーなど、どういう原材料を使っているか、まずいものを使っていないかということの他に、どのような安全基準を取得しているのかということも、全部製品ごとに追える制度が始まっています。これもウォッチしていくといいのかと思っています。これが2点目です。

最後に3点目ですが、包摂性というのは、インクルージョンということなのでしょうが、抽象的で分かりにくい日本語だと思っています。包摂性という言葉自体が包摂性でないと感じているところがあります。何がターゲットなのか。子供なのか、高齢者なのか。海外では「アフリカンアメリカンですよ」などときちんと言うのですが、ターゲットの具体化、セグメント化をしていくことも大事だと思っています。これが3点目です。

以上、3点申し上げさせていただきました。ありがとうございました。

○山本座長 西田委員、ありがとうございました。それでは大藪委員、お願いできますか。

○大藪委員 ありがとうございます。私も今、西田委員がおっしゃったことに近い部分もあるのですが、まず消費者の見抜ける力というのは結構難しいと思います。実はこの間の消費者委員会でも話したのですが、変なところからクレジットが引かれていて、もしかしたらと思っていたのですが、確認したら横浜税関から簡易書留が来て、つまりフィッシング詐欺に遭ってしまったのです。私は教えているほうなのに見抜けませんでした。横浜税関から「このような偽物が来ていますけど」と。私は買っていないのですが「GUCCIのサングラスが届いています」と言われて「それは買っていません」と言ったら、そういうことが今ものすごく多いと言われました。結局カード会社に言ったら、破棄してくださいと言われ、カードを切って破棄することになりました。カード会社にも連絡がなかなかつかず、1日かかりましたし、1枚カードをなくすことによって、スマホも全部紐付いていたので全部やり直さなければいけません。ですから、この見抜ける力というのは、簡単に言うけれども、非常に難しいと思いました。

そこをどのようにして情報提供していくか。実は情報にもなかなかたどり着かないのです。弁護士と話をしていたら、先ほど言っていたように海外の商取引の場合は勉強代だと思ってくださいと。1万5,000円ぐらいだったのですが、次の講義の時に生かしてくださいと言われました。海外の取引で知らないうちにそういうことが起こってしまった時に、解決がすごく難しいのです。探すのが非常に難しいですし、解決のためにもものすごく時間がかかります。こういうことは、計画でやりましようと言っても、実際はできないと感じました。ですから、そこをどのように消費者に寄り添ってやっていくかは結構難しいと思いました。

またスマホやデジタル関係で、高齢者も若い人もそうですが、IDやパスワードの問題は前回も出ましたが、それも何か分からなくなってくる。確定申告もスマホでやってみたのですが、

何回もやり直して時間が非常にかかる。これは便利なのか不便なのかよく分からない、手で書いたほうがずっと早いのではないかと感じました。ですから、安全性と利便性をいかに担保していくかということは、よほど考えていかないといけないと思います。デジタルデバインドと言いますが、私は格差があるなど感じてしまいました。その辺のところも非常に重要かと思えます。

あとは小さなことですが、先ほどドギーバッグの話もありましたが、実は業者によっては衛生面があるから持って帰らないでほしいと言われることなど、いろいろです。食べられないと最初から言えばいいのかもしれませんが、事業者によってかなり差があり、消費者もどうすればいいかよく分からない部分があります。そこを国としてどうしていくのかということも、ある程度決めていかないといけないのかなと、経験を含めながら思いました。以上です。

○山本座長 ありがとうございます。それでは宮木委員、お願いします。

○宮木委員 ありがとうございます。私からは1点、先ほどの経団連の正木委員からの報告は大変共感しました。私も、事業者と共生するということで、消費者の行動変容を促していくことは、これから非常に重要な視点だと思っています。また消費者の行動をKPIにするということについても、これからさらに模索していく必要があると考えています。

その中で、前回は申し上げたのですが、DXを含む技術についての向き合い方についてです。やはりこれまでどうしても消費者に対しては、技術やテクノロジーは難しく対峙するものという感覚がありましたが、これから技術は社会課題の解決に向けて、人口減少社会の中で寄り添って育てるものというようなスタンスを醸成していく必要があると思っています。特に例えば自動運転のようなモビリティ社会だと、未熟な技術を社会全体で受容して育てていく視点がないと、特に地方の生活は本当に今持続性の点で危うく、技術が100%になるのを待っていると本当に地方は破綻すると私は思っています。そういう中で事業者と消費者が共生するという姿勢で、技術を育てながら社会もつくっていくという視点がこれからの5年で非常に重要になってくると思っていますし、それがあつ地域とない地域でやはり持続性に大きな違いが出てくると思いますので、是非消費者の関与や事業者との共生、社会との共生ということはどこかに入れてほしいと思っています。既に骨子の中でこの部分がそれに該当するという部分があるのであれば、教えていただきたいと思っています。以上です。

○山本座長 ありがとうございます。それでは、郷野委員、お願いできますか。

○郷野委員 はい。よろしいですか。

○山本座長 お願いします。

○郷野委員 私からは、第2章の「達成すべき消費者政策の基本的方針」の「見抜ける消費者の増加・消費者力の成長」のところで、「消費者力（気づく力、断る力、相談する力、周囲に働きかける力）」については、とても理解しやすい言葉で良いと思っています。消費者市民社会の定義は一般にはなかなか浸透していないように思いますので、計画の中で分かりやすく提示していただけたらと思っています。この定義は、SDGsとも合致している素晴らしい定義だと思いますので、広く周知していただきたいと思いました。

それから消費者教育のところですが、たとえ消費者教育をきちんと受けていたとしても、全ての消費者が、いついかなる時にも合理的な判断ができるかということ、そうではない。先ほど大藪委員の話もありましたように、いついかなる時に自分が脆弱性を持った消費者になるかは分かりません。正木委員からの報告で、事業者の意識の変化などに尽力いただいていることはよく分かったのですが、さらに事業者に対して、消費者の脆弱性に配慮し

た事業活動を求めていけるような計画にしてほしいと思っています。

もう一つ、前回の懇談会の中で、「見抜ける消費者」という言葉は、消費者に見抜くことを求めている、自己責任を強調するようなイメージがあるので慎重に検討してほしいとの意見があったかと思います。私も同じように感じました。この文言をここで残しているのは、あえて残したいということなのか、一つ質問させていただきたいと思います。見抜ける消費者になろうという、多分ポジティブなイメージで使われているとは思いますが、一方で自己責任が強調されているのかなというイメージもあるので、その辺について教えていただきたいと思います。

それから第4章「消費者が直面する課題への取組」で、取組の推進に当たって心がけるべきことについては、もう一つ項目を加えて、省庁横断で取組を進め、自らの必達課題として取り組む、各省庁で取り組みますということを明記していただきたいと思います。

それからもう一つ、「消費者トラブルの解消、未然防止」については、「学校教育における消費者教育の推進」とありますが、早い時期から段階に合った消費者教育がやはり重要だと思っています。消費者庁をはじめ各省庁でも、分かりやすい学習ツールを作成されているのに、なかなかそれが活用されていないと思います。活用しやすいように消費者教育ポータルサイトにとりまとめる、あるいはポータルサイトにアクセスしやすい工夫を関係省庁と連携で取り組み、学校現場などに周知していただきたいと思います。併せて教育を担う教員に対する支援も重要かと思しますので、そちらもよろしくをお願いします。

金融庁に対してですが、金融経済教育の推進では、信用についてどのようなリスクがあるのかなどにも触れてほしいと思いました。金融庁が作っている素晴らしいリーフレットを拝見しました。他の部分は分かりやすく、とてもいいものだと思いますが、信用については1行ほどで終わっているのです。信用に傷が付くことで生活設計が狂ってしまうこともあります。安易な滞納を防ぐことも重要なのではないかと思います。

たくさん言って申し訳ないのですが、子供の事故防止について、先ほど西田委員からも話がありましたが、子供の事故は家庭内で起こることが大半です。保護者の責任追及に関心が向けられがちですが、本当の事故原因を推察することは難しいので、家庭に対しての丁寧な聞き取りなどを行いながら、子供の事故を少しでもゼロに近づけるという観点から、事故情報の一元化や原因分析、対策を確立して社会に周知するということが必要ではないかと思います。これは、子供に限らず高齢者や障害者の事故も同様かと思しますので、よろしくをお願いします。

最後ですが、これはどこにも触れられていなかったかもしれませんが、今、消費者団体も後継者といいますが、今後の活動支援については全く見当たらないので、消費者団体についての受け止めとして、今後どうしていくのか、今現状はどうなっているのかも分析しながら、そこへの支援なども計画の中に入れていただけたらと思います。以上、長くなりましたが、よろしくをお願いします。

○山本座長 ありがとうございます。それでは、若干質問も頂いたかと思いますが、これは後でまとめて事務局にお答えいただきたいと思います。続きまして蟹江委員、お願いします。

○蟹江委員 ありがとうございます。名前を変えようと思っているのですが、なかなか漢字に変換できず、申し訳ありません。既に御意見がいろいろ出てきているので、重複を避けながら話したいと思います。

一つ目は、第1章のタイトルにもありますが、パラダイム・シフトということが度々出てきているように思います。SDGsや国際的な議論の観点では、トランスフォーメーションという言葉がよく使われています。パラダイム・シフトも同じようなことを言っていると思いますが、英訳することもあると思うので、トランスフォーメーションという言葉も同じ意味で使ってい

るということをごまかに入れていただくのがいいと思います。変革をしていくということです。SDGsは割とトランスフォーメーションということで進めているので、その関連でもそういう言葉を使っていただくのいいと思っています。

それから持続可能な社会の実現、転換ということで、脱炭素や循環経済などが出てきていますが、今の時点ではこういう話ですが、これから先のことを考えると、例えば気候変動への適応やネイチャーポジティブなど、そういう話もどんどん出てくると思います。そういうことを考えて次の5年間ということであると、まさにSDGsの達成目標は2030年ですので、国際的な対応ということを考えても、SDGsの特に12番で、持続可能な消費と生産が大事であるというストーリーをしっかりと出すのいいと思います。国際的な機運の高まりなど、その辺りももっと強調していくといいのではないかと思います。

それから「行政の取組」のところで、持続可能な消費というのは生産と非常に強く結び付いていますので、そういう観点から行政間の連携強化。消費者庁は、やはり消費者というところで他の省庁との関連領域もたくさんあると思いますので、強化していくニュアンス、書きぶりが必要であると思います。SDGsの12番で、消費に関しては所管官庁と言ってもいいと思うので、そういう認識のもとで、できればそういう文言も含めて入れていき、その観点から生産のほうにも言及していくことが非常に重要ではないかと思います。先ほどの正木委員の話も聞いていても、やはりそういう視点が大事ではないかと思います。

それからもう一つ、今まで触れていないところですが、特に次の5年は国際基準、国際標準をどうつくっていくかという話になっていくと思います。特に消費者目線の国際基準、国際標準を支援したり発信したりしていくことが非常に大事になっていくと思います。それが日本ではあまりできていないので、ヨーロッパで今進んでいる基準を輸入しなければならず、いろいろ対応に苦慮することになってしまいます。是非日本発の消費者目線の国際基準を支援したり発信したりというところ、これはおそらく施策の中で数値の指標など、そういうところに入ってくるのではないかと思います。そういうことを入れていただくのが大事になってくると思います。以上です。よろしくお願いします。

○山本座長 ありがとうございます。それでは、他にいかがですか。では村井委員、どうぞ。

○村井委員 ありがとうございます。御説明をありがとうございます。私からは、骨子の中で、いくつか意見と質問を申し上げたいと思います。

全体的に、今まで進めてきた消費者志向経営という表現自体が、直接的には入っていない形になりますが、今後文章の中に反映されていくのか、それとも分解されて骨子の中に入れられていくのかという点について確認させていただきたいと思います。内容的には、様々なところに散りばめられていると考えています。基本方針のところや第4章のところに書いてあると理解しました。

先ほど正木委員の話の中にもありましたが、企業としての情報や考え方をお伝えし、消費者の皆様としっかりとコミュニケーションを取って、共有していくことが第一段階で非常に重要だと考えています。優良な事業者といえますか、しっかりと取り組んでいる事業者とそうでない事業者があるとすれば、コミュニケーションチャンネルをきちんと開いているかどうか大きな観点だとも思います。その整理をして、消費者の皆様とコミュニケーションをきちんと取ることについて、より一層取組を進めていく必要があるのではないかと感じました。

その反面として、前回も少し申し上げたのですが、そういった情報や考え方の共有、コミュニケーションを妨げる一つの要素として、十分な情報提供ができていない事業者のこれからの努力と、あとは消費者の皆様いわゆるカスタマーハラスメントというような状況があるのではないかと考えています。

商品・サービスをしっかりと御利用いただくことはもちろんですが、それに対する思いを共有して、先ほど正木委員の資料にもあったような形で社会が進んでいくことを期待して、しっかりと取り組ませていただきたいと思います。以上です。

○山本座長 ありがとうございます。それでは、柿野委員、お願いします。

○柿野委員 御説明、ありがとうございます。私からはできるだけ重複を避ける形でお話しさせていただきたいと思います。先ほど日本経済団体連合会の正木委員より具体的にお話しいただきました。私も先日、日本経済団体連合会のシンポジウムに出させていただき、コカコーラ社のボトルtoボトルの事例をお聞きしました。ペットボトルをリサイクルして、新たなペットボトルを生み出す取組を企業が主導して、地方自治体も協力し、消費者がそこに参加する具体的な形を見せていただきました。

そのように企業や業界団体等を中心に、地方自治体を巻き込みながら、ムーブメントのようなものが起きていく連携・協働の形がこれからは理想的な形ではないかと感じました。この方向性は既に入っているかもしれませんが、その時に、特に「消費者の参加」が非常にキーになるかと思えます。

消費者教育や消費者啓発というと、どうしてもこれまでは出前講座に行き、講座を受けてくれた人が教育を受けているという考え方が中心でしたが、消費者が積極的にそこに参加することで非常に意味のある学びを得ていますし、お互いにそのような社会をつくっているのだと、まさに消費者市民社会の考え方もそこで実現できると思います。理論的なことではなく、体感的に分かる仕組みができていくといいと、強く感じました。

それから、特に海外の消費者と日本の消費者を比べた時に、やはり日本の消費者はおとなしいところもあるので、積極的な「消費者の参加」を基本計画に打ち出していくことは意味があるのではないかということが1点目です。

第二に、「学校教育における消費者教育の推進」というワードが、4ページ目の2番目の「消費者トラブルの解消、未然防止」に入っています。皆様も御承知のとおり、消費者教育は非常に幅広く、今日は坪田委員の御説明の中にもエシカルも含んでいるという話がありましたが、今の位置付けに学校における消費者教育の推進が入ってくることは、非常に限定的といいますか、位置付けが少し狭いのではないかと感じました。

やはり小さい頃からの消費者教育は、皆様もおっしゃるようなとても重要なものですから、それが消費者トラブルを防ぐという観点で狭く捉えられることなく、公正で持続可能な社会の実現に向けて、学校における消費者教育が幅広く推進されていくべきだという位置付けに持っていくといいかと思いました。

第三に、地方自治体が学校教育を進めていく上で、教育委員会と地方消費者行政が連携して進めているのですが、消費生活センターにとっては教育委員会との連携が非常に困難だという国民生活センターの調査結果が出ています。ですから、それをうまく乗り越えられるような仕組みとして、全国に消費者教育コーディネーターが配置されつつありますので、そのような活用を更に進めていくことが重要だと思います。また、今日の発表にも定義が明確ではないという指摘があったかと思いますが、消費者教育コーディネーターの位置付けを明確にし、連携・協働が進んでいく地方自治体での仕組みづくりを促していく必要があると思います。

そして最後になりますが、先ほど全国消費者団体連絡会の郷野委員より話がありましたが、やはり消費者行政を支えている消費者団体の役割を明確にしていくべきではないかと思っています。国でもそうですし、地方でもやはり消費者団体やNPOの皆様に支えられていることを明示しつつ、消費者行政を支える消費者団体などへの支援や育成を明確に示してほしいと思います。以上です。

○山本座長 ありがとうございます。それでは、坪田委員、お願いします。

○坪田委員 ありがとうございます。まず、「パラダイム・シフトを踏まえた消費者行政の方向性」に「デジタル技術の飛躍」の記載がありますが、デジタル技術の飛躍に対する考えと、デジタルデバインドに対する考え方の二つがあります。本来、デジタル化されると、非常に便利になる、例えばまだ自動運転まではいきませんが、サポカーなどは高齢者には利便性が高くなっています。本来、ユニバーサルなものだと思っていますが、実際にはデバインドになってしまっているところは大変残念だと思います。

本来は利便性があるべきはずのデジタル技術に障壁のある方たちに対して、どのような形でサポートできるかは大きな問題で、やはり生活者にとってのデジタルはどの部分で必要か、どのようなことに気を付ければ、デジタルの影の部分にならずに、光の部分になるかと。これを生活者目線で考えていくこと、消費者行政の中から出てくる問題ではないかと思しますので、そのあたりは少し充実させるべきかと思えます。

それから、国際的な取引はボーダーレスになってきていますので、日本国内だけの基準や法制度では追いつかないところがあります。解決窓口は今のところ、国民生活センターには越境消費者センター（CCJ）がありますが、地方のセンターでは難しいです。地方では一つ一つは難しいと思しますので、国はやはり国際的なトラブルに対してどのようにするかという大きな仕組みづくりが必要かと思えます。

それから、「社会構造の変化」に「消費者団体訴訟制度の実効性向上」の記載があります。これは全国各都道府県にほぼできつつある状況ですが、まだまだ、非常に小さいところで頑張っているところもあります。適格消費者団体に申入れをすることで、消費者にどのようなメリットがあるかはまだ周知されていない部分がありますので、消費生活センターへの相談、適格消費者団体への相談、それから、弁護士への相談、ADRなど、いろいろあります。そのような民事紛争に関する解決手段はもっと国民に周知され、それがうまい形で活用できればと考えています。

それから、激甚化や災害、コロナウイルス感染症など、今の調子だと、今後5年もたぶん予想できないことが起こるのではないかと思います。予想できないことに対して、起こった時にどのような機動的ことをするかは、たぶんシミュレーションと仕組みづくりだと思います。例えば阪神・淡路大震災や東日本大震災の教訓はかなり活かされており、消費生活相談でもいち早く110番のような形で災害の窓口をつくっていただいていますので、このようなことをより一層進めていただく必要があるかと思っています。

それから、「消費者トラブルの解消、未然防止」。特に独居高齢者の方や障害者の方の、消費生活に関連する場面が非常に増えています。措置から自分で契約することになり、自立支援ということで皆様ができるだけ社会参加をすると。社会参加をすれば、それだけで消費生活をしなければならなくなりますから、これをトータルで考えていくのは、やはり地域であると思えます。

これは消費者教育に対しても言えることで、やはり消費者団体の活動も含めて、国がもちろん支援といいますか、方向性を決めていただくことは非常に有効だと思いますが、実際の活動は地域の消費者団体であり、地域の教育機関であり、地域の福祉関係者が関わってくるところがあります。地域の方々が活動するにはどのようにすればいいかというと、様々な団体がある中、やはり消費者問題としては消費生活センターが一つの拠点になると思えます。

地方消費者行政はなかなか厳しい状況で、手が回らないことはよく分かりますが、例えば消費生活センターの少しのスペースに地域の方が集まったりする場所があること。今はデジタル化が進んでいますので、皆様が今までそこに集まって活動しなくてはいけなかったのですが、集まらなくても何人かそこにいて、オンラインでも消費者団体の活動ができる時代になりました。

消費者団体が地域に根差した形で発展するために必要な財政面の支援もありますし、今のような設備の支援もあります。そのようなことをしていただくと、地域での消費者団体の活性化、特にエシカル消費の場合ですと、地域の消費者団体と地場産業の企業、それから、地域の学校の生徒が一緒になってイベントなどをしていますので、今後その拠点としての消費生活センターを充実していただくといいのではないかと思います。以上です。

○山本座長 ありがとうございます。それでは、伊与委員、お願いします。

○伊与委員 東京都消費生活部の伊与です。東京都では東京都消費生活総合センターで日々消費生活相談を受けていますが、本日はその現場でのいろいろな所感の一つから提案といえますか、1点意見を申し上げたいと思います。

今回の骨子でいうと、第2章の1「消費者が信頼できる公正な環境の確保」に関連することかと思いますが、事業者に対する消費者教育で1点、近年ではやはり起業する方が増えている中で消費者関連法への知識がないために、消費者トラブルを多く生んだり、抱えたりしている事業者が増えていると、現場の感覚で感じています。

センターが相談を受けている中では、完全な確信犯の悪質事業者も一定数いるのですが、それよりも、消費者関連法への知識が後回しになっているので、トラブルにつながってしまっているという事業者が増えているように感じます。ですから、広告や表示、また、契約のルールなどに関するきちんとした知識を個別の事業者に対して教育していくことも重要ですし、そのような企業が事業を推進する上で、その辺が身に付けられることは、法整備などが必要かどうかはありますが、仕組み的にできることも必要かと思っています。以上です。

○山本座長 ありがとうございます。他にいかがでしょうか。中川委員、どうぞ。

○中川委員 中川です。4点ほど質問ないしは指摘をしたいと思います。まず、1点目は資料5の全体的なことで、第1章から第4章それぞれの関係がよく分からないので、なかなか質問しづらいと思っていました。計画ですから、この5年間で何についてここまでするということが恐らく最終的なアウトプットだと思います。

資料5を見ると、第1章は環境の変化の指摘、第2章が基本の方針で、第3章は推進手法、第4章は取組とあります。恐らく第4章で具体的にこれをするということかと思いました。そうすると、第2章と第3章は何を意味しているのでしょうか。各章の役割分担が分かりにくかったので、教えていただきたいというのが1点目です。

2点目は、具体的な項目についてアイデアの形でお話しします。資料5の2ページ目の第3章、1の3番目の黒ポツに「実態把握」とあります。これに関連して消費者安全の世界では、つまり製品やサービスによる生命・身体被害という意味での消費者安全ですが、事故情報の収集システムがいろいろなところで目詰まりしていることは度々議論になります。

ただ、誰がどのように調べればいいかはよく分からずに、私に関わっている消費者安全調査委員会でも、問題の指摘は度々起こります。ですから、目詰まりは何とかなければいけないという課題感はあるのですが、自分たちに何ができるかというところで止まってしまっている状況があります。そのあたりは、関係省庁の間で情報共有の仕組みについて見直すという課題感があるのではないかと、一つ提案をしたいと思います。

それから、二つ下の「消費者行政のDX」は、消費者生活相談のデジタル化の一つの在り方として、経済界と消費者相談センターが共有できるアプリといえますか、よくある相談、よくあるパターンについて、いちいちどこに言えばいいのかではなく、そのアプリを通じてある程度は処理できるなど、お互いに協働の仕組みづくりがあってもいいのではないかという気がしました。

それから、4ページ目に飛んで2の「消費者トラブルの解消、未然防止」の下から2番目の書きぶりです。「法や執行体制の及んでいない事業者への対応」という項目があり、そのタイトルが2の「解消、未然防止」とあります。そうすると、法執行は及ばないことを前提として、だから皆様何とか気を付けましょうという程度で終わるという意味か、そうではなく法執行を及ぼすのだという意味なのか。法執行はなかなかうまくいかないこともあります、まずは及ぼすのだということまで意味しているのか、このあたりは疑問に思いました。これが先ほどの計画全体として何章で何を言っているのかが、よく分からないこととの裏返しでもあります。これが3点目です。

4点目は、「消費者の脆弱性」という言葉が資料1と資料2に出てきました。資料1では、例えば3ページ目に「『消費者の脆弱性』を起点として『消費者像』を整理し」と書かれています、他方で資料2の4ページ目では「誰もが陥る可能性を持つ消費者の弱い弱性」と書いてあります。脆弱性は全員なのであれば、消費者像なども構築しようがなく、みんながそうだと言えればいいだけの話だと思います。

私の理解では、脆弱性は弱い消費者、強い消費者を区別するという意味ではなく、vulnerableはなかなか日本語になりにくい言葉ですが、要するに消費者は格好の攻撃対象になっているというだけの話です。消費者がネット上でぷらぷらと歩いていけば、いろいろな悪い人がたくさんいるというだけの話で、消費者が悪いわけではなく、それは悪質事業者が悪いだけの単純な話だと思います。

ですから、あまり脆弱性を強調すると、消費者団体の方が先ほど御指摘のように、消費者は自分で頑張れとなってしまいがちではないかと思えます。脆弱性を強調し過ぎるので、そのようなことになると思えますから、消費者が攻撃されているという意味での脆弱性は当たり前だと。それは別に消費者の側の問題ではないと言うべきではないか。もちろん消費者教育で少しでも自分で予防できるようにしたいという教育の重要性がありますが、それはあくまで一つの方法であり、脆弱だから悪いという話では全然ないのだというのが一つ強調されるべきことかと思えます。

消費者安全の世界ではもう当たり前のこと、少なくとも消費者安全調査委員会では当たり前ですが、製品を使って事故が起きた時に、消費者の誤用だとは基本的に考えないと。相当ひどい、明らかな誤使用でなければ、誤用とは言わない。消費者はいろいろな使い方をするものであるであって、消費者安全の世界では、それを脆弱性とは言いません。

ですから、脆弱性は、消費者に原因があるということではなく、消費者は事業者に攻撃されやすいという客観的状況を示しているだけの言葉です。それによって消費者が脆弱な状況を限定し、その時だけ規制する方向に話がいくのはおかしいのです。そのようにならないように、脆弱性という言葉が独り歩きしないように気を付けるべきだろうと思えます。今回、資料5には脆弱性という言葉がないので、恐らく独り歩きの心配はないだろうと思えますが、この点は強調しておくべきことかと思えます。

最後に、資料5の第1章は環境の変化が書かれていると思えます。パラダイムはわれわれの考え方の枠組みを意味しますから、これから議論するのだと思えますが、私たちの考え方をどのように変えていくべきなのかは現状でははっきりしていないと思えます。

前回議論した中では、例えば包括的規制をすべきかどうか否かという議論になりましたが、包括的規制を入れるのであれば、これは考え方の変化になります。その際に優良事業者と悪質事業者を明確に区別し、それぞれの対応を変えていく形を書くのであれば、それが新しいパラダイムになるかと思えます。

それから、その際に消費者安全の考え方で非常に参考になるかと思えますが、3ステップメソッドというものがあります。事故があると、まず本質安全、もう設計を変えていくこと、それから、安全防護と呼ぶようなのですが、後付けの方法でも事故を予防していく方法、最後は周知徹底するという注意喚起です。できるだけ1か、2でやりたいのです。このメソッドを消費者取引の規制の場面に持っていくと、本質設計は恐らく危険な取引の許可制だと思

ます。かなり厳しい規制です。そうすると、これはかなり大変です。経済的なイノベーションも支障がある。

2番目の安全防護という方法としては、先ほど申し上げた包括的規制しかないのではないかと。それも駄目であれば、注意喚起か、あるいは消費者教育しかない。3ステップメソッドは消費者安全の場面で、理工系の発想ですが、それを消費者取引における法制度設計にも使えないかという発想があれば、これもパラダイム・シフトになると思います。そのような明確なメッセージとしてこのようなパラダイムを打ち出すものがあると、その後の計画に落とし込むのもやりやすいかと思えます。以上です。

○山本座長 ありがとうございます。他にいかがでしょうか。正木委員、お願いします。

○正木委員 中川委員の発言に大いに刺激を受けるところです。宮木委員より製品を作る段階での消費者との協働はどうなのだという話がありました。どこに入れ込めるかと思うと、中川委員の御指摘とおおり、場所が難しい。今のところ商品開発については3ページ目の第3章の2「事業者の取組」の二つ目に「デジタルデバインドを生まない分かりやすいインターフェース、ユニバーサルデザインに配慮した商品開発」が入っています。

御指摘のあった自動運転システムもそうですし、実際に詐欺に遭いにくいソフトウェアもそうですが、これは最低限守るべき安全規制なのか、より快適に使いやすいものにするための規格なのか、少し分かりにくい部分があります。ただ、使いやすい、間違いにくいというのは、実際に使ってみて、トライアル&エラーでやっていくしかありません。

今、全体的に製品開発はウォーターフォール型ではなく、アジャイル型と言われています。3Dプリンターなどで試作品が割と簡単にできる時代ですから、いったん作って、使ってみて、「やはりこれは使いにくい、ここを直していこう」ということを繰り返す開発の仕方になっているのです。ですから、最初から全てのリスクを想定してがんじがらめにする規制の在り方は、先ほど中川委員がおっしゃるとおり、設計の自由度を低めてしまう。むしろ使ってもらってこのようなものは使いにくいので直そうと、柔軟に直しながら物を作っていくことが重要かと思えます。

そのニュアンスをどこにどのように入れるか。第3章なのか、第4章なのか。規制の在り方については第4章の3「消費者政策における基本的施策の取組」に法制度に関する項目が集中的に並んでいます。構造が分かりにくいとの中川委員のおっしゃることに同感です。いずれにせよ、アジャイル型の開発をして、消費者の人も納得がいく、まさに使いやすいと思ってもらえる製品を設計できるようにしていくことは、新しい消費市民社会づくりの設計部分まで含めての協働を支えるものとしていいと思いますので、どこかにそのニュアンスが入るといいと思います。

○山本座長 ありがとうございます。他にいかがでしょうか。坪田委員、お願いします。

○坪田委員 すいません。2ページ目に「全ての世代における『消費者力の実践』」とあり、消費者力は言葉として分かりやすいのですが、よく考えてみると、ここでいう「消費者力」とは何か、分からなくなります。ただ、ここに括弧付けで書いてある「気づく力、断る力、相談する力、周囲に働きかける力」を見ると、全くそのとおりでいいと思います。

成年年齢引下げに当たって、私どもが中高校生に消費者教育をやっている時に、まずは気づく力、断る力、そして相談する力と。自分で抱え込んだり、「分かっている」ではなく、どれを相談すべきか、誰に相談すべきなのかも重要です。そして、自分が見つけた物事を周りに伝えることも必要だと言っているのも、まさにそうだと思います。ただ、ここに書いてあることをよく見ると、消費者力はここに書いてあるものでいいかをもう一回整理する必要があるかと思いました。

それから、「消費市民社会の構築」ですが、消費市民社会という言葉は消費者教育推進法ができて以来ずっと叫ばれています。少し話が出たと思いますが、これはまだ途上にあり、常に出てきています。

非常に抽象的な言葉で、全体を見ると、消費者は何を求められ、どのような活動をすべきなのかは、イメージとしては湧くのですが、これを人に伝える時に具体的に伝えるにくいですし、もしかしたら逆に具体的に個別にピックアップして伝えるものでもないかとも思っています。ですから、私は今答えが見つからない状況ですが、このようなところで消費者市民社会の構築、消費者市民社会の周知という、言葉が独り歩きしてしまう可能性があることを心配しています。

「消費者市民社会という言葉を知っていますか」というアンケートが時々あるようですが、この言葉の定義をそれなりに言えればいいのではなく、この言葉を知らなくても、消費者市民社会の一員として求める像の消費者の行動をとれる、また、これは消費者だけの問題ではなく、全ての人が消費者ですから、事業者の方も消費者市民社会の中で活動する事業者として行動できることが求められていると思います。このあたりの書きぶりは大変難しいと思いますが、推進法ができてからもう何年も経っていますので、言葉だけが歩いていくのではなく、この言葉に対して少しフォローしていただければと思います。以上です。

○山本座長 ありがとうございます。皆様に御発言していただいたかと思いますが、千吉良委員、もし何か御発言があれば、お願いしたいと思います。お願いします。

○千吉良委員 千吉良です。こちらでは実際に毎日、相談員が相談を受けていますが、やはり消費者の方から業者の関係の情報、商品に関する意識のまだ足りていない部分は相談を受ける中で感じるところなので、そのような部分では、教育や啓発事業の講座などを行いながら、なるべく広く消費生活センターの活動を知っていただくとともに、消費者の意識の面についても意識的に気付いてもらえるように日々活動を心がけています。

現場では消費者教育の面と併せて、悪質な業者の横行という、あれですが、やはり目立って意識的に分かりづらい表示をして誤認を誘う表示はよく見かけますから、そのような面の規制といいますか、先ほどどなたかがおっしゃった方面での法的な整備が現場としては非常に望まれるところかと思えます。

○山本座長 ありがとうございます。それでは、全ての委員より御発言いただいたかと思いますが、質問がかなり出ていると思いますので、事務局よりお答えいただきたいと思えます。

私から1点、3ページ目の第4章の冒頭にある総論的なところに「消費者基本計画におけるEBPM・PDCAの実践」が挙げられていますが、これは非常に重要なことかと思えます。当然、前期の基本計画でも同様のことが言われており、実際にそれが行われてきたかと思えますが、もし前期にEBPM・PDCAを実践していく中で感じられた課題が事務局にあれば、それを今回に生かしていくのがいいかと思えますので、御発言いただければと思います。それでは、事務局よりお願いできますか。

○植田審議官 消費者庁審議官の植田です。いろいろな御指摘、ありがとうございます。まず大きな話から、中川委員より頂いた計画の構造がどのようになっているのかについて、4章構成にしております。第1章は「消費者・消費者政策のパラダイム・シフトの必要性」と言っていますが、課題や現状ではこのようなことが起きているのではないかを整理し、その結果、必然的に消費者・消費者政策のパラダイム・シフトが必要になっていることを記載したいです。

第2章は、具体的に、やや抽象的になるかもしれませんが、パラダイム・シフトの考え方を整理します。消費者でいうと、中川委員が言われた脆弱性については、これまでの消費者法では情報力と交渉力の格差を埋めれば、消費者は自立できるという発想でし

たが、そうではないのではないかと、それから、包括的な考え方、事業者・消費者・行政を含めた協働・連携をどのように考えているのかという考え方、まさにパラダイム・シフトの内容を第2章に書くことを考えています。

第3章については、具体的にどのようにやっていくのかという手法です。一つは「行政の取組」では「規律のベストミックス」と言っていますが、今までのような法体系、ハードロー、ソフトローを含めてどのような考え方をすればいいのか、それから、各省庁との連携の仕組み、消費者庁の政策だけが消費者政策ではないので、関係省庁を含めた消費者政策をどのようにやっていくのかと。それから、国際化、DXに対する取組についてお伝えします。「事業者の取組」については、このようなことを考えていただきたいということを記載していくのかと思います。

第4章については具体的な取組内容です。座長から御指摘いただいたEBPM・PDCAを実践していく、それから、SDGsに設定された国際指標との整合性確保などを考えます。今回はパラダイム・シフトをうたっているのですが、これまでの計画でやってきた毎年の細かいKPIを設定するというよりも、計画の目標年度は2030年3月が終了時点ですが、それよりももっと長い2040年辺りを見据えた長期のKPIを設定し、それについて中間的に評価していく、そのような大きな目標を立ててやっていく方がいいのではないかと。第4期までの計画を踏まえると、今回のパラダイム・シフトの計画に対しては、そのほうが適切ではないかと考えています。

それから、第4章は各省も含めた政府の施策を中心に記載していくかと思いますが。消費者、事業者との連携・協働についての考え方は第3章までに記載することになると思います。行政からの働きかけのある部分については当然、第4章に関わってくる場所もあるかと思いますが、そのような書き方になるかと思いますが。

宮木委員や正木委員よりあったかと思いますが、事業者と消費者の連携・協働の取組について、第2章に書く部分と第3章に書く部分の書き分けについては、重複も出てくるかもしれませんが、いろいろ工夫したいと考えます。中川委員が言われた法や執行体制の及んでいない事業者への対応をどの程度書くかは、第2章には当然しっかり書いていくことかと思いますが。第4章に具体的にどの程度書けるかは、今後の調整になるかと思いますが。

それから、消費者教育の「見抜ける消費者」という言葉ですが、前回、柿野委員より御指摘いただいて、今回は郷野委員より御指摘いただきました。これはあえてということでもないのですが、検討した結果の整理を申し上げますと、消費者の権利と責任の両面があります。権利の内容の御説明は省略しますが、基本的に消費者の権利の保護、擁護は第2章の1にある「公正な環境」に消費者の取組も含めて書きます。

2の「見抜ける消費者の増加・消費者力の成長」については、消費者の責任、例えば、批判的な意識、自己主張と行動、社会的関心、環境への自覚、連帯の責任が国際消費者機構でうたわれていますが、そのような責任を果たす消費者が増えていただきたいという内容を記載したいと思います。自己責任を強調し過ぎではないかという御指摘がありましたので、気づく力、断る力、相談する力、周囲に働きかける力と、消費者教育推進会議で議論していただいた内容を記載したことで少し分かりやすくなったかと思いますが、もし自己責任をまだ強調し過ぎであれば、考え方を整理させていただきたいと思います。

それから、坪田委員より消費者市民社会の用語と申しますか、言葉遣いについてありました。また、消費者志向経営への御指摘もありました。消費者志向経営という言葉自体はどこかには当然入る言葉だと思いますし、消費者市民社会という言葉もどこかに入るとは思いますが、現時点でそれが意味するところだけに限定するわけではなく、坪田委員が言われたような意味で限定的には使っていません。さらにパラダイム・シフトにより考えが広がるのであれば、そのような考え方も含めて記載していくことを考えてい

ます。まだお答えし残したところがあれば、恐縮ですが、もう一度御質問をお願いします。

○山本座長 それでは、今の事務局の説明について、御質問いただいた方、あるいはそれ以外の方でも結構ですし、もっとこの点ということでも結構ですので、発言していただければ。中川委員、どうぞ。

○中川委員 審議官、ありがとうございます。そうすると、それが分かりやすいタイトルにしてもらいたいと思います。現状は言葉遣いあまりにもスムーズなので、逆によく分かりません。例えば資料5の第2章はそれこそ「求められるパラダイム」など、第1章と合わせた感じがよろしいと思います。

その上で、第2章の1は、あまりにスムーズな言葉で、頭の中を右から左に行ってしまいますので、言葉に反対はあるかもしれませんが、例えば「包括的、かつ柔軟な法制度の創出」など、何かいい言葉が出てきませんが、そのような表現はできないでしょうか。ここは恐らく法制をガンと変えていくと。ただし、そこには単純に権利義務だけではなく、様々な協働も含めるといったイメージがあると思いますので、そのようなタイトルに変えてはどうかと思いました。

それから、最後に第1章と第2章はどちらにどれを書くはなかなか悩ましいですが、2ページ目の第3章の1「行政の取組」の二つの黒ポツはむしろ第2章の1かと。その際に本当にパラダイム・シフトさせるのであれば、ベストミックスと言っていますが、問題はミックスのさせ方です。どれか一つのルートしか駄目、複数のルートを作る時にきちんと使い分けなければ立法しないというのでは従来どおりです。複数のルートは重複して消費者被害を守っているのだという発想の転換をしないと、本当のパラダイム・シフトではないと思います。

それから、「実効性の高い」という言葉もいろいろな意味があります。アジャイルガバナンスという言葉を使うのがいいかは分かりませんが、100%執行できなければ立法はしないなど、そのような感覚を少し後退させて実験的にやってみる、あるいはうまくいかないかもしれませんが、立法してみると。現実に全然執行されていない法律はたくさんあり、結構メジャーな法律でも執行されていません。例えば会社法の外国会社の現地代理人ですか。あんなに重大な条文ですが、全然執行されていません。

そのあたりも含めた立法過程でのメンタルの変更といいますか、そのようなことを含めるならば、本当にシフトになるかと思いますが、これはあくまでこのようにしたらどうかという提案です。そのようなところまで第2章に書き込んでいただくと、シフト感があるかと思いました。ありがとうございます。

○山本座長 ありがとうございます。他にいかがでしょうか。蟹江委員、お願いします。

○蟹江委員 ありがとうございます。私はたぶん明確にどこに入れたらいいのではないかとはいれていなかったもので、入れにくかったかもしれませんが、国際的な消費者志向の表示や認証、基準の標準化は、恐らく3ページ目の第4章の「国際的な取引の普遍化」に入るのではないかと思います。これはどちらかというところ、対応側だけですが、むしろ日本から発信していくことも含めてここに盛り込んでいただくのがいいのではないかと思います。今のフィードバックを踏まえて追加しておきます。

○山本座長 ありがとうございます。他にいかがでしょうか。よろしいですか。事務局は、この点についてさらに何か議論していただきたいというところはありますか。

○尾原消費者政策課長 ありがとうございます。本日は各委員の皆様から貴重な御意見を

頂いたので、私どもが今すぐというものはありませんが、先ほど蟹江委員がおっしゃったように、具体的にこのようなところに盛り込んだほうがいいのではないかという形で、残り時間は少ないですけれども、もう少し具体的なところで御意見をお願いできればと思います。

○山本座長 私の理解では、今日の会議で既に例えば消費者団体の活動支援の問題や国際的なトラブルに対する対応の話、あるいは事業者に対する消費者教育の話がありました。他に新しい視点といますか、具体的なところを挙げていただきましたので、もし他に第4章の具体的なところで盛り込むべき事項について、もう少しというところがあればということです。

○中川委員 いいですか。

○山本座長 どうぞ。

○中川委員 第4章の1「デジタル技術の飛躍」に「デジタル技術の導入による悪質商法や不当表示」とありますが、先ほど申したように、事故情報も一言加えていただくといいかと思いました。

それから、先ほども申し上げた4ページ目の2の下から2番目の黒ポツの「法や執行体制の及んでいない事業者への対応」という項目は、別に悪質事業者に限るとは思いませんが、むしろ3ページ目の一番下の悪質事業者の黒ポツあたりに入れてはどうかと。もしかすると、書かれたイメージと私のイメージが違っているかもしれませんが、そのような感想を抱きました。以上です。

○山本座長 ありがとうございます。他にいかがでしょうか。

それでは、前回も申し上げたように、今は見出しの形になっていますが、さらに消費者庁は基本計画の素案のようなものを次の会合に向けて作っていただくことになろうかと思えますので、今の段階では御発言がなくても、次回までの間に本日の議論を踏まえて、この点を盛り込んでほしいという点は御自由に事務局に御連絡いただいて、それを消費者庁に反映していただくことにしたいと思います。

○大藪委員 すいません。大藪です。

○山本座長 どうぞ。

○大藪委員 最後に、大したことではないですが、片仮名といますか、やはり英語か、英語でないのかよく分からないですけれども、すごく多いので、一般的な人が読んで1回1回調べなければいけません。例えば包摂という言葉は日本語にしても難しいので、インクルージョンのほうが分かりやすいなどいろいろあると思いますので、その辺は一般的な感覚でもう一度見直していただけると、ありがたいかと思えます。よろしくお願いします。

○山本座長 ありがとうございます。役所が作られるゆえのあれかもしれませんが、特に基本計画は当然のことながら消費者の皆様、一般の皆様宛てにしている部分もありますので、分かりやすい表現、分かりやすい日本語を心がけていただければと思います。他にいかがでしょうか。よろしいですか。

○坪田委員 はい。

○山本座長 坪田委員、どうぞ。

○坪田委員 事故情報の集約は非常に重要だと思います。最近のことですが、ニュースで子供のうつぶせ寝の事故が出ています。これはその昔、うつぶせ寝が推奨され、またそれが駄目になったという話もあり、長く生きてると、そのようなことも分かっていますが、今の方たちはそれが分かりません。今の事故情報もありますが、やはり今までの蓄積もしっかり集約し、皆様が分かるようなシステムができればいいと思いますので、是非そこもお願いしたいと思います。以上です。

○山本座長 ありがとうございます。柿野委員、どうぞ。

○柿野委員 「見抜ける消費者」の御説明、ありがとうございます。私はどの言葉がいかは今すぐにははっきりしないのですが、今日も大藪委員や郷野委員もおっしゃったように、やはり現段階でももう少し慎重に考えてもいいかと思っています。

それから、先ほど村井委員より消費者志向経営という言葉が出てこない、この計画の中でどのように考えているかというお考えをとのことでした。私もその点は気になっておりました。今後、消費者志向経営を進める上で、私は従業員教育が非常に重要だと考えておりましたので、本計画における消費者志向経営の取扱いについて教えていただけますか。

○山本座長 ありがとうございます。事務局よりその点についてお伺いできますか。

○尾原消費者政策課長 事務局です。消費者志向経営は、先ほど村井委員がおっしゃったように、もともと消費者の意見を聞いて、それを経営に反映していく考え自体は、まさに第2章の基本的方針に書かれている「消費者と事業者の協働による取組」に入るかと思っています。その中で第3章の「事業者の取組」に入るとしています。

その中でどのようにその力を付けていくかという価値共創の話になるかと思っていますので、従業員の方も当然、消費者ですし、それを消費者が選ぶ、また、従業員も消費者の皆様の意見を聞きながら経営に反映させていくという取組自体はとても大事なことです。考え方は入るとは思いますが、今後、具体的な手法は具体策の中でどのようなものを入れていくかを検討することになるかと思っています。以上です。

○山本座長 よろしいでしょうか。村井委員、よろしいですか。

○村井委員 今の話のように、第1章と第3章の入りどころは非常に分かりやすかったのですが、第4章の具体的な施策の中に直接その言葉はなく、恐らく要素が分かれていると思います。ただ、これまで取り組んできた中で消費者志向経営は蓄積もあると思いますので、いろいろなところでそれを出すことによって、さらに共有化を進めるといいですか、そのようなことが重要かと考えます。先ほどの事業者側からと消費者側の両面があると思います。

○山本座長 ありがとうございます。

○中川委員 よろしいですか。

○山本座長 中川委員、どうぞ。

○中川委員 今回の消費者志向経営は、とても重要な概念だと思います。例えば資料5の3ページ目の下から2段落目に「悪質事業者」とありますが、その前に消費者志向経営を促進する法制の在り方、つまり先ほどから繰り返し言って申し訳ないですけども、包括的規制をするにしても、それが消費者経営志向にとってはむしろプラスになる形で、柔軟性といえますか、そのようなことをうまくみ取れる法制。法制として強化ではありますが、消費者経営と矛盾しないといえますか、むしろ促進するような工夫のある法制という書き方をして、法制面でもそれを活かしていくような言葉にしたらどうかと思いました。

○山本座長 ありがとうございます。他にいかがでしょうか。

○大藪委員 すいません。大藪です。もう一度最後だけ。

○山本座長 大藪委員、どうぞ。

○大藪委員 先ほどの「見抜ける消費者」は、私も見抜けなかったことがあるので、反対に言えば、どちらかという、見抜けない消費者の増加ですよね。やはり見抜けないところをどのようにサポートしていくのかと。見抜けないことが多くなっていることをまずは自覚すること、知ってもらうことが結構重要かと思いましたので、この辺はもう少し言葉を考えていただければと思いました。以上です。

○山本座長 ありがとうございます。他はよろしいでしょうか。オンラインの方々もよろしいですか。ありがとうございます。

それでは、本日の意見交換についてはこの程度とさせていただきます。本日も総論的な話、消費者の脆弱性、あるいは見抜ける力、消費者市民社会、いわば総論的な概念についての議論、さらに各論的な話、消費生活相談の話も課題が出ました。それから、前回に続いて消費者教育についての話が出ましたし、消費者と企業との連携・協働の在り方について、何人かの委員から御発言いただけたかと思います。

その他、私自身がまとめきれないですが、多様な観点から御意見を出していただけたかと思しますので、消費者庁においては本日の意見を基に、先ほど触れたように消費者基本計画の素案の作成を進めていただき、次回第3回の懇談会の場で提示していただいで、再びその点がより具体的な形になったものについて議論していただければと思います。それでは、本日の議事は以上とさせていただきます。あとは事務局にお返しします。

○尾原消費者政策課長 山本座長並びに委員の皆様、本日は貴重な御意見を頂き、誠にありがとうございます。本日頂いた御意見を踏まえ、消費者基本計画を消費者庁として検討したいと思います。

最後に今後のスケジュールですが、今後は御意見を踏まえ、消費者庁基本計画の素案を消費者庁にて作成した上で、本年夏頃に第3回の懇談会を開催させていただければと思います。具体的な日程については、改めて連絡させていただきます。

本日は座長をはじめ、委員の皆様並びにオブザーバーで参加されている各省庁の関係者の皆様、お忙しい中、御参加、御対応いただき、ありがとうございます。それでは、以上をもって第2回消費者基本計画の策定に向けた有識者懇談会は閉会とさせていただきます。ありがとうございます。

○一同 ありがとうございます。