

### 事業概要

#### ●調査の目的

本事業では、消費者庁が取り組んでいる、事業者が消費者と共創・協働して社会的価値を向上させる「消費者志向経営」の推進を踏まえつつ、適格消費者団体と事業者が協働し、互いの活動に有益な効果をもたらす方法等について調査・検証する。

#### ●実施内容

##### ①実行委員会

###### ・参加団体

- 消費者関連専門家会議(ACAP)
- 消費者機構日本
- ひょうご消費者ネット
- 消費生活ネットワーク新潟
- 消費者支援機構関西

###### ・実行委員会開催日程(全てZoom開催)

- 第1回 2025年7月28日(月)
- 第2回 2025年10月14日(火)
- 第3回 2025年12月9日(火)
- 第4回 2026年2月16日(月)
- その他研究会講師との打合せを2回実施

##### ②双方向コミュニケーション研究会 いずれも会場・Zoom参加併用のハイブリッド運営 講師講演の後消費者・事業者が少人数のグループに分かれ討議を行う

###### ・第1回研究会 2025年10月3日(金) 13:30～16:45

「食育推進活動と食品ロス削減」日本ハムカスタマー・コミュニケーション株式会社

###### ・第2回研究会 2025年11月27日(木)13:30～16:45

「病院で過ごす日々の質も気持ちも高めよう～患者様目線の患者衣を通したお客様のための未来のための取り組み～」株式会社エラン

###### ・第3回研究会 2026年1月30日(金)13:30～17:00

「消費者の消費行動と双方向コミュニケーション～デジタル社会と人間の脆弱性～」  
東京大学名誉教授・東北大学名誉教授 河上 正二氏

### 実施結果

#### ●研究会参加者について

	消費者				適格消費者団体				事業者			行政・専門家			事務局・	参加合計				
	会場	WEB	人数計	団体数	会場	WEB	人数計	団体数	会場	WEB	人数計	事業者数	会場	WEB	人数計	実行委員	会場	WEB	人数計	団体数
2023年	18	10	28	12	2	5	7	4	30	9	39	15	1	0	1	21	72	24	96	31
2024年	18	21	39	11	6	8	14	5	27	10	37	13	0	3	3	21	72	42	114	29
2025年	23	36	59	20	6	9	15	9	31	26	57	28	14	8	22	32	106	79	185	57

今年度新たに参加した消費者団体(適格消費者団体含む)…8団体

今年度新たに参加した事業者…13社

#### ●双方向コミュニケーション研究会参加者アンケートより

- ✓ 企業の方が食育に熱心に取り組んでいることを素晴らしいと思いました。企業の取組をもっと適格消費者団体内でも共有できるといいかと思いました。
- ✓ 事業者同士で話し合う機会は多いものの、消費者(や団体)との接点は実は少なかったことに気づかされました。思い込みを含め、貴重な気付きの多い時間でした。
- ✓ 自社の広告がダークパターンに陥らないように、消費者コミュニケーションの場を設定するなどの工夫を通じ、消費者の生の声を社内に届けることで、社内に注意喚起をしていく必要があると感じました。

#### ●実行委員会に関するまとめ

適格消費者団体と志のある事業者団体が意見交換をすることは、事業者にとっては適格消費者団体及び消費者団体訴訟制度への理解・信頼が増すことにつながり、適格消費者団体にとっては、事業者(団体)と対話の意義を理解し対話の機会を増やす意欲が生まれるということが検証できた。

### 提言

- 消費者・事業者の行動変容を促す研究会とは別に、適格消費者団体と事業者団体とが協働して双方向でコミュニケーションできる場を作り、公正な市場実現のための社会システムとして確立させることが必要ではないか。そのためには、パラダイムシフトの議論も踏まえ、より多くの適格消費者団体にその趣旨を理解いただくことや、事業者団体との接点の増加、どのようなテーマ、運営であれば多くの事業者が参加するのかなどについて、さらに検討が必要である。
- 前項の具体化の一つとして、本事業の目的を踏まえ、適格消費者団体による差止請求に至る事例等をテーマにした、適格消費者団体と事業者団体・業界団体との意見交換の場を作ることが考えられる。そこでは、事業者の差止請求に対する率直な意見を受け止め、適格消費者団体の活動を知らせ、双方の共通の目的が公正な市場作りであることを共有する機会とすること等が望まれる。