

第3回取引デジタルプラットフォーム官民協議会議事録

消費者庁取引デジタルプラットフォーム消費者保護室

第3回取引デジタルプラットフォーム官民協議会

1. 日時：令和5年6月9日（金）10時00分～11時42分

2. 場所：オンライン開催

3. 議題

- ・取引デジタルプラットフォーム消費者保護法の運用状況
- ・個別事案
- ・製品安全誓約の状況

4. 出席者

○事業者団体

アジアインターネット日本連盟
オンラインマーケットプレイス協議会
一般社団法人クリエイターエコノミー協会
一般社団法人シェアリングエコノミー協会
一般社団法人新経済連盟
一般社団法人セーフターインターネット協会
一般社団法人日本クラウドファンディング協会

○独立行政法人国民生活センター

○地方公共団体

全国知事会（農林商工常任委員会委員長県）
東京都

○消費者団体

一般社団法人全国消費者団体連絡会
公益社団法人全国消費生活相談員協会
公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

○学識経験者その他

依田 高典 京都大学大学院経済学研究科教授
中川 丈久 神戸大学大学院法学研究科教授
長田 三紀 情報通信消費者ネットワーク
日本弁護士連合会

○関係行政機関

公正取引委員会
警察庁
個人情報保護委員会
デジタル庁
経済産業省
消費者庁

○依田議長

それでは、定刻になりましたので、第3回「取引デジタルプラットフォーム官民協議会」を開催いたします。本日は御多忙のところを御参加いただき、ありがとうございます。

まずは、消費者庁の新井長官から御挨拶をいただきます。どうぞよろしく願いいたします。

○新井長官

おはようございます。本日も御多忙のところ、依田議長をはじめ構成員の皆様におかれましては、御参加くださりありがとうございます。第3回取引デジタルプラットフォーム官民協議会の開催に当たり一言御挨拶をさせていただきます。

取引デジタルプラットフォームは、デジタル化の進展、さらにコロナ禍による新たな生活様式の普及などに伴い、消費者の日常生活に不可欠な取引基盤としての地位を確立しつつあります。他方で、インターネット上の場である取引デジタルプラットフォームには取引に不慣れな事業者が紛れ込みやすい特性も相まって消費者問題が発生しやすい環境が生じています。実際に消費生活相談の件数についても、デジタルプラットフォームに関連するものが一定程度を占めています。

こういった点を踏まえると、取引デジタルプラットフォームの提供者におかれては、自ら提供する場を利用して行われる通信販売に係る取引の適正化と紛争の解決の促進に関し、単なる場の提供者としてではなく、積極的に役割を果たしていただくことが求められています。

本日の官民協議会では、昨年5月に施行された取引デジタルプラットフォーム消費者保護法の運用状況を議題とします。この法律には、努力義務のものもありますが、取引デジタルプラットフォームの提供者が行うことが期待されている規定に関し、取引デジタルプラットフォーム提供者が措置や開示を適切に行っていない場合には、消費者の信頼を失うことになりかねません。健全な市場発展のために役割を果たすことが求められている取引デジタルプラットフォーム提供者におかれては、消費者の利益の増進につながる取組の一層の充実強化を図っていただくこと、そして、その取組の内容を分かりやすく示していただくことを強く期待いたします。

また、今後、締結を予定している製品安全誓約の状況についても議題とします。多くの取引デジタルプラットフォーム提供者に参加いただき、製品安全の確保における役割をしっかりと果たしていただくことを期待いたします。

このほか、6月2日に開催された「我が国の物流革新に関する関係閣僚会議」において、物流革新に向けた政策パッケージが決定されました。皆様に関係する事項といたしましては、商品の配送も含めた物流負荷を軽減し、トラックドライバーの賃上げを運賃に転嫁しやすくするため、消費者庁としても最終的に荷物を受け取る消費者の意識改革や構造変容を促すことを重点的に取り組んでまいります。具体的には、消費者が再配達を招かない荷

物の受け取り方を実践するように働きかけるとともに、物流産業も含めた賃金が上昇すれば物価も上昇するという関係について、消費者の理解を促進いたします。また、運賃や料金が無料との誤解を招かないようにするために、送料無料表示が見直されるよう、消費者庁においては、運送事業者、荷主事業者をはじめとした関係者のヒアリングを行ってまいります。

本日も各構成員の皆様から積極的に御発言いただくことをお願いして、私の挨拶といたします。

○依田議長

次に、事務局から本日の資料の御確認をお願いいたします。

○事務局

本日の資料でございます。

議事次第の資料一覧に記載しているとおりとなりますが、構成員の皆様には事前にメールでお送りしております。それから、消費者庁のウェブサイトにも既に掲載しておりますが、もし、お手元に見当たらないなど支障がございましたら、挙手機能でお知らせください。また、傍聴されている皆様も、今申し上げましたとおり、消費者庁ウェブサイトの新着情報の欄に記載しておりますので、そこから御覧いただければと思います。

以上でございます。

○依田議長

ありがとうございます。それでは、本日の議事に入ります。

まずは議題1の「取引デジタルプラットフォーム消費者保護法の運用状況」についてです。では、事務局、消費者庁のほうから御説明をお願いいたします。

○事務局

資料1でございます。こちらもお事前にお配りしております。それから、事前にウェブサイトに掲載もしておりますので、ポイントを絞って簡潔に御説明させていただきます。

まず、4ページを御覧いただければと思います。

今回、まず法第3条に関するおさらいとなりますが、法第3条は、左側の第1項のところ、第1号で販売業者等と円滑に連絡することができるようにするための措置。それから、第2号で苦情の申出を受けた場合の販売条件等の表示の適正を確保するための措置。それから、第3号で販売業者等の特定に資する情報の提供を求める措置、この3つの措置を講じるように取引DPF提供者は努めなければならない。

それから、第2項については、これを受けて、その措置の実施の状況等について開示するということになっています。

この第1項、第2項は、下の★ですけれども、努力義務とされており、消費者庁において指針を策定しています。この指針については、次のページを御覧ください。5ページです。これは官民協議会の準備会の段階でもお示ししたかと思いますが、基本的な取組、それから、望ましい取組という形で2つに分けてお示ししているというものになります。

6ページです。

「第3条に関する取組の状況／第5条に関する運用の状況の調査」ということで、消費者庁において今年の2月に委託調査の形でアンケート調査を行っております。一番下の○になります。32社にアンケートをお願いして、そのうち25社から御回答をいただいております。今回の御説明では、取引DPF提供者、いろいろな業種業態がありますので、①から⑤までにあるとおり、あくまでもこの調査での便宜的な呼称になりますけれども「物販系DPF」「オークション・フリマDPF」「予約サービスDPF」「クラウドファンディングDPF」「役務提供系DPF」という形で分類して御説明をさせていただきたいと思っております。

7ページです。

3条1項1号の関係では、基本的な取組として、まず連絡先や連絡手段が容易に認識することができるように示されていること。それから、合理的な期間にわたって、消費者が相当な時間帯において、必要に応じ販売業者等と連絡を取れるようにすることということです。

先ほど申し上げた5つの分類で概要を説明しますと、物販系DPF、予約サービスDPFについては、おおむね表示されており、消費者が連絡を取ることが可能であろうということです。

オークション・フリマDPFも、様々な対応がありますが、1つはCtoC取引だとおっしゃる方もいらっしゃるのですが、他方で出品者と連絡が取れるようにできています。また、クラウドファンディングDPFも連絡が取れるし表示もされているところが多い。

あと、もう一つの役務提供系DPFは、少し業種業態が違うところがあるのですが、そもそも販売業者と消費者の間の直接やり取りや連絡先の交換を規約で禁止して、DPF上でやり取りをするというものがあろうかと思っております。

8ページは、この関係で「望ましい取組の例」をお示ししています。ここの中身は割愛させていただきます。

9ページをお願いします。

苦情の申出を行いやすい仕組みを設けることというのは、この基本的な取組のポイントです。

これは、今回調査させていただいたDPF、全てのところにおいて苦情の申出は受け付けておられますし、苦情の調査はなさっていると承知しています。他方で、案内の状況とか、あと、業種業態によりますが、調査の実施状況には少し差異が見られるというところではあります。

続きまして、10ページは割愛させていただいて、11ページをお願いします。

「販売業者の特定に資する情報の提供を求める措置（第3条第1項第3号）」に関連し

て、こちらのところは「基本的な取組」の◆のところのポイントです。

アカウント登録時に、販売業者等の特定に資する情報の提供を求めること、それから、日常的な監視活動を通じて、疑わしい事例に接した場合は、裏づけとなる資料の提供を求めることということです。その上で、物販系DPF、予約サービスDPFについては、基本的にこういった取組をなさっているということでもあります。

その上で、オークション・フリマDPFのところについては、先ほど申し上げたようにCtoC取引だと回答されているところがありますが、他方で、基本的には公的書類の提出を求めておられるということになります。

12ページをお願いします。

クラウドファンディングDPFも販売業者の特定に資する情報提供を求めて、裏づけとなる公的書類の提出を求めておられます。これに対して、役務提供系DPFは、4社が登録時に販売業者等の特定に資する情報の提供を求めるというものがありますが、実はされていないところもあるということです。

それから、この下の矢印で書きました。全てのDPFにおいて、登録情報と異なる情報に接したときは、個別に事実確認を行って情報の訂正を求めているということになります。

13ページをお願いします。

これは「望ましい取組の例」ということですが、これはオークション・フリマDPFのある取引DPFの例を挙げておりますが、丁寧に確認をされているものと思います。

14ページをお願いします。

こちらは開示のところでございます。これは物販系DPF、それから、オークション・フリマDPFは、事業者団体のウェブサイト上で、第3条第2項の規定を踏まえた形でDPFの取組の開示をされているということです。

これに対して、あと、クラウドファンディングDPFのうち、①で書いておりますけれども、自らの会社で、この法律の規定を踏まえた形で開示されているDPFもありますけれども、実は、多くのDPFで、規約等で少し分かるようになっていないものの、この法律を踏まえた形というのはなかなかないです。逆に言うと、現状では、一部の事業者団体においてされている取組が先進的なものになっているというところでもあります。

それから、第5条に関する取組の状況です。

16ページですが、第5条は、消費者が通信販売に係る販売業者等の間で、1万円を超える金銭債権を行使するために、販売業者等の情報の確認を必要とする場合には、取引DPF提供者に対し、保有する販売業者等情報の開示の請求は可能ということでございます。

次のページをお願いします。

今回、25社お伺いしたうち、4社から開示請求を実際に受けたという御回答をいただいています。4社、具体的には9件になります。

18ページ、この9件の概要になります。

各社の状況の記載がありまして、開示をされている場合、されていない場合があります。

されていない場合の理由としては、アンケートで一番多かったのは、取引の相手方が販売業者等と判断できなかったというケース、要するに、BtoCの取引に係る開示請求かどうか分からなかったということになります。

20ページをお願いします。

この法律は申出の規定がございます。申出は毎月40件程度で推移をしているという状況であります。

御説明としては、以上です。

○依田議長

どうもありがとうございました。それでは、事業者団体から、それぞれの取組等の御説明を3分以内でお願いいたします。

一般社団法人クリエイターエコノミー協会、一般社団法人新経済連盟からは、発表されないとの御連絡を事前にいただいております。それ以外の事業者団体については、構成員名簿に記載された順番で御指名いたします。指名されましたら簡潔に御説明をお願いいたします。まずは、アジアインターネット日本連盟からお願いいたします。

○アジアインターネット日本連盟

2ページ目を映していただけますと幸いです。

会員企業における取引DPF消費者保護法に関する取組についてでございますけれども、大きな枠組み自体は、昨年の協議会で発表させていただいた内容と変わってはおりません。昨年の説明資料を3ページ以降につけておりますので、適宜御参照いただければと思いますけれども、法3条1項1号については、販売業者等の連絡先の表示の徹底や連絡ツールの提供を行うとともに、販売業者等との連絡がつかないというお話があった場合に、最善を尽くし対応しています。

また、3条1項2号につきましては、お客様からの苦情の申出の受け付け、行政機関も含めた関係者との連携を行うとともに、不適切な表示が行われていることが分かった場合には速やかに適切な対応を取るとともに、サービスの改善に生かすなどしているところであります。3条1項3号につきましても、割愛しますが、5ページ目にあるような様々な取組が行われてございます。

一口に取引DPFといっても、企業によって扱っているサービス、様々な面で違いがありますので、望ましい取組や現実的に運用可能な枠組みというものは、企業によって異なるわけですが、各社それぞれ努力をしてきているという状況です。

ただ、法施行以降、取組に全く変化がないというわけではなく、会員各社、それぞれこれまでも行ってきた取組のファインチューニングや深化に取り組んでいますので、そのことについて、少しか御紹介させていただきます。

アマゾンジャパン合同会社の例でございますけれども、この法律に関する指針において

は、消費者が苦情を申し立てるような状況に至らないような前段階の取組というものも重要であるということが示されており、例えばアマゾンでは、関係省庁やNITEなどの関係機関、お客様からの御連絡などを基に、出品前の事前審査対象製品をリスクベースで随時拡大したり、経済産業省様の御協力もいただきながら、販売事業者様や社内関係者に対するルールの周知を図り、不適切な出品の防止に努めているところでございます。

さらに、指針では、ブランドオーナー様や関係行政機関との連携の重要性についても触れられていたかと思いますが、アマゾンは模倣品対策の観点で、昨年6月に財務省関税局様と水際取締りに関する協力関係の強化についての覚書を締結し、模倣品の国内流入防止のための協力関係の強化方法について共同で検討するとともに、税関が差し止めた模倣品や、関連業者に関する情報交換を両者で進めるということにしております。今後も、お客様に御満足いただけるように、AICJメンバー間でも勉強しながら改善を続けていきたいと思っております。

簡単ではございますが、以上です。

○依田議長

ありがとうございました。続きまして、一般社団法人シェアリングエコノミー協会からお願いいたします。

○一般社団法人シェアリングエコノミー協会

まず、資料がなくて大変恐縮なのですが、口頭で簡単に御説明させていただきます。

既に我々のほうでも発表させていただいているものと何か変わりがあるわけではないのですが、再度、簡単に要点をお話ししたいと思います。

まず、連絡をできるようにするための措置というところですが、我々、シェアリングエコノミーは認証制度というものをつくってしまして、そこで認証しているサービスが非常に多いのですが、その認証制度の中で、我々、2017年頃から、こういった消費者被害みたいなところを防ぐために、事業者事前に問合せができることが非常に重要だと認識しておりましたので、そこで問合せができることの機能みたいなものを要求していたこともあって、ほぼ全ての事業者において、チャットシステムなどで確認ができるようになっておりまして、そういった意味では会員の中には御連絡ができる措置というのは、非常に広く一般化しているという状況です。

連絡ができたとしても、何か苦情に発展してしまうということの可能性が非常に高いというのがCtoC、いわゆるCtoCから広がったシェアリングエコノミーの特徴ですので、そういったところで、カスタマーサクセスという部門ができているぐらい、カスタマー部門の対応というのは非常に重要視、肝になってきているというところもありますので、各社、問合せ窓口というのは非常に目立つところに置いて、何かあったときは、プラットフォーム側がその間に入ってうまく処理するというのを対応しています。

事業者の特定に係る情報の取得ですけれども、最近多いのは、決済代行会社、ストライプさんとかペイディーさんとか、いろいろな会社が今出てきてけれども、そういった決済代行会社と連携しながら何重もの審査みたいなものを行っていて、言わば店子みたいな扱いで各事業者の審査を行っているのですけれども、そこで不審な点があったり、そういう場合に随時追加資料の提出等々を求めて、決済代行会社と連携して対応しているというのが現状です。

最後、開示請求のところですが、我々は会員に確認したのですが、請求実績というのは、我々会員の中では一件もなかったということですので、今後、もし請求があれば、随時、適切に対応していきたいと考えております。

短いですが以上で終わりにします。ありがとうございました。

○依田議長

どうもありがとうございました。続きまして、一般社団法人セーフターインターネット協会様からお願いいたします。

○一般社団法人セーフターインターネット協会

まず、団体概要について御説明させていただきますが、セーフターインターネット協会は、インターネット利用に関連した様々なトラブルの対策、防止を図るため、民間の自由な発想と分析力を持って各課題に対応すべく設立された団体でございます。セーフターインターネット協会の頭文字を取って「SIA」と呼称しております。

会員社のうち、eコマースの関連サービスを営んでいる社の例が画面のとおりでございます。

次のページをお願いいたします。

それでは、SIAの会員社において実施している取組の例を発表いたします。

こちらは、内容は第1回の官民協議会において発表させていただいたものを継続して取り組んでいる状況でございます。一部重複するところがあるかと思いますが、よろしくをお願いいたします。

まず、販売業者と消費者とが円滑に連絡を取ることができるような取組についてでございますけれども、販売業者の情報の表示であったり、その連絡ツールの提供あるいはカスタマーサポートというようなところを、各社、対応しているというところでございます。

次のページをお願いいたします。

消費者からの苦情の申出を受けた場合の販売条件等の表示の適正を確保するための措置についてでございますが、こちらについても画面に表示をしているとおり、各社カスタマーサービスの体制というものを構築しておりまして、状況に応じて適切な対応を実施しているというところでございます。

外部関係者との連携につきましては、各社における個々の取組のほか、SIAでは、会員間

での連携の取組として、関係省庁や関係団体の皆様をお招きしたEC事業者協議会という会合を定期的を開催しております。また、この後、その実例を御紹介させていただければと思います。

また、出品物の監視や予防的な措置として、各社がサービスガイドラインを設けておりました。また、検査専門チームによって、当該ガイドラインに違反する商品に関する監視対応、また、違反する商品の削除対応を実施するとともに、システム、AIを用いた監視対応を実施しているサービスもございます。

次のページをお願いいたします。

先ほど少し述べた外部関係者との連携例としてなのですが、EC事業者協議会に定常出席をしている会員者の発案で、SIAでは昨年、フィッシング、クレジットカード不正の現状と対策を考える会を開催いたしました。こちらは、クレジットカード不正による現状と対策を考える会で、その名のとおりなのですが、クレジットカード不正による被害額は、21年度で全国で330億、22年度で430億と拡大傾向にございます。こうした状況を受けまして、関係事業者と関係省庁、関係団体が一堂に会する会合を開催して、フィッシング詐欺やクレジットカードの不正利用事案に関する情報や対策を共有いたしました。

次のページをお願いいたします。

また、開催後、SIAにおいて、フィッシング、クレジットカード不正に関する消費者向けの注意喚起を実施しております。参加した会員各社からの、それぞれの利用者に対する注意喚起のほか、国民生活センター様における注意喚起でも引用をいただきました。

次のページをお願いいたします。

続きまして、販売業者等の特定に資する情報の提供を求める措置についてでございますが、こちらも第1回会合にて御説明した取組を継続して実施している状況でございます。

次のページをお願いいたします。

また、取組の開示状況についてなのですが、こちらも従前どおり、各社のサービスページにおいて、安心安全に関する取組の内容を公表しております。

次のページをお願いいたします。

最後に「販売業者等の情報の開示請求に関する取組体制」についてでございます。

各社、法5条に基づく開示請求に対応するため、社内フローの整備だったりマニュアルの整備というものを行っております。また、開示請求書式については、消費者庁様のサイトにおいてひな形が公開されているところでございますが、消費者が適切に開示請求をよりスムーズに行うことができるよう、手続概要に関するページを整理している会員社もございます。

以上、簡単な内容で恐れ入りますが、セーファーインターネット協会からの発表を終了いたします。

○依田議長

ありがとうございました。続きまして、一般社団法人日本クラウドファンディング協会からお願いいたします。

○一般社団法人日本クラウドファンディング協会

資料がなくて恐縮ですけれども、先ほど事務局様のほうから御説明いただいたアンケートの内容の範囲に基本的にはとどまっているため、簡単に状況だけ口頭報告させていただきたいと思います。

3条1項1号に関しましては、プラットフォーム内にメッセージ機能を設けて連絡手段を確保しているというところがメインの連絡手段確保になっております。加えて、特商法上の表記の義務づけによって取引先の開示機能を担保している側面はあるのですが、こちらに関してはクラウドファンディングは特にかもしれませんけれども、事業規模の非常に小さい法人や、個人のクリエイターさんなどもいらっしゃいますので、匿名性担保という要請もある中で、なかなか運用は悩ましい点もあるところでございます。

3条1項2号に関しましては、悪質な業者に対しては、DPF法5条以外の手続でも、プラットフォームの判断により、状況次第では事業者様の取引先の開示を自主的に行うといったことを規約上可能とするなどの対応をしております。

3条1項3号に関しましては、各社、公的書類による本人確認書類の提出ということを経済義務づけることによって、本人の特定に資する情報の提供を求めているという状況です。

3条2項に関しましては、各社自社のウェブサイトでも3条1項の規定を踏まえた取組を開示しているというところが多いのですけれども、この辺りの対応は引き続き強化していきたいと考えている部分でもあります。

5条に関しましては、クラウドファンディング協会のほうでは、まだ実例が発生していない状況ではあるのですけれども、窓口の周知とか社内の運用ルールの整備というものを随時進めている状況でございます。

以上です。

○依田議長

ありがとうございました。では、最後に、オンラインマーケットプレイス協議会からお願いいたします。

○オンラインマーケットプレイス協議会

時間が限られておりますので、主に最後のほうの説明を中心にしたいと思います。次のページをお願いします。

オンラインマーケットプレイス協議会、JOMCと略しておりますが、2020年8月に設立して、会員が、現在11社となっております。全てBtoCまたはCtoCのオンラインマーケットプレイスを運営する会社となっております。今のところ物販のところにお入りいただいて

います。

次、お願いします。

ここからは法令に基づく取組の例を載せていまして、昨年と変わるところはないのですが、昨年は口頭でさっと御説明しておりましたので、いろいろと事例を載せております。

次のページをお願いいたします。

説明する時間は割愛させていただきますが、それぞれの会社でそれぞれ対応を行い、JOMCでは、月に一度、会員同士の意見交換会を行っておりまして、それぞれについてテーマを設けて議論しております。

次のページをお願いいたします。

特に、意見交換会で話題になることが多いのが、法令に基づいて考えると、苦情申出を予防するための措置です。事前予防でいろいろ頑張っているのですが、その部分で、最近どういう課題があるかとか、こういう問題に皆さんどう対処していますかとか、そういうことを意見交換して、それぞれの取組をブラッシュアップしております。

次、お願いいたします。

これらの取組は、JOMCのウェブサイトで、各社の取組ということで、それぞれの会社がどういう取組をやっているのか、ページを設けて紹介しておりまして、ここに集約しております。各社さんでは、それぞれのマーケットプレイスで同じコンテンツを表示したり、あるいは、このJOMCのサイトにリンクを貼って、ここに書いてありますよということで開示している場合が多いです。

次、お願いします。

1年、この法律が施行されていろいろやってきた中で、事業者から行政に今後こういうことをお願いしたいなと思っている意見が出てきましたので、御説明したいと思います。

まず1つが「法施行後の各種状況についての情報提供」ということで、本日もアンケート調査などを取っていただいたり、状況を報告していただいていると思うのですが、やはり、この法律ができてどのように変わっていくのか、変わっているのかというようなことを皆さんで共有して、次のステップを話し合うということが重要と思っていますので、法の施行状況とか消費者被害の数の推移とか、DPFはどれぐらいあるのかとか減っているのか増えているのか。

あと、消費者の受け止め方というのも結構重要だと思っております、この法律についてとか、DPFの取組についてとか、あと、頑張っている我々としては望むところとしては、DPFを選ぶときに、ちゃんとやっているところを選ぼうと思ってもらうことが重要だったりしますので、DPFを選択する、買物をしようと思ったときに、この取組がどのぐらい寄与しているのかなとか、消費者側がどう思っているかというのも定点観測もぜひお願いしたいなと思っております。

あとは行政での対応の状況ということですが、以前から悪質事業者の対応が重要なんだと

いう話があったと思うのですけれども、悪質事業者の話はなかなか表に出てこない部分がありますので、非公開の場でも構いませんけれども、こういった対応を悪質事業者も含めてやっているのかという情報提供をしていただけるといいと思っております。

それから、次は「法第4条に基づく行政の対応と、他法令に基づく行政の対応の範囲が重複する場合の整理」とあるのですけれども、現在法4条で、安全に関して表示に問題があり、連絡が出品者と取れない場合に、削除要請が来るという仕組みになっているのですけれども、結構カバーされる範囲が広いのですので、他法令による行政の対応とか、日常的にDPFが行政機関とか外部と協力して行っている対応と、本法による対応が範囲が重複することがあり得ると思っております。その重複すること自体が問題というわけではないのですけれども、どういう役割分担とか優先順位とかの流れで、どのように我々の下に情報とか要請が来るのかということころはまだ少し分からないところがありますので、その辺りの役割分担とか権限関係の整理をお願いしたいと思っております。

次、お願いします。

そして、最後に「今後の官民協力についての提案」ということで、皆さんで協力して消費者向けの注意喚起とか周知啓発をできないかなと思っていまして、例えば、1年に1回ないし2回程度、テーマを決めて同じ内容を皆さんで注意喚起すると。このテーマを議論するというのがすごく重要だと思っていまして、それぞれ課題と持っているところを持ち合っ、こういったことについて消費者にみんなで注意喚起をしたら効果が上がるのではないかということ議論して、それぞれのプラットフォームとか団体のホームページとか、あるいは行政のホームページで周知をするという取組をやったらどうかということで提案をさせていただきます。

周知啓発の方法としては、それぞれで紹介するのですが、そのコンテンツはどこでつくるかというのは、また要検討かなと思っております。

以上です。

○依田議長

ありがとうございました。それでは、これまでの御説明に基づいて、御質問、御意見がある方は挙手をしていただいております。私のほうから順番に指名していきます。カメラとマイクをオンにして御発言ください。それでは、いかがでございますでしょうか。挙手をお願いいたします。

では、お手が挙がった順番に行きます。日本弁護士連合会お願いいたします。

○日本弁護士連合会

事務局、団体の皆さん、御説明をありがとうございます。お聞きしていて気になったのは、1つは、14ページの3条2項の取組の開示のところですが、矢印が4つあって、一番下のところで、対応できていない役務提供系デジタルプラットフォームについては3社非

開示、ほかも開示が確認されないということでしたので、こちらはやはり懸念があります。開示していただくというのが基本ですので、できていないと。わざとやらないということになると、それはきちんとさらに義務が厳しくなるということになりかねませんので、他の団体さんからもぜひ言っていただいて、ここは開示していただければと思います。

もう一つは、質問になるのですが、5条の開示請求が16ページ以下からありまして、18ページに事案が載っているのですが、これは全部本人請求、代理人弁護士はついていなかったということでしょうか。これは消費者庁に聞けば分かるのかな。そこは御質問です。

以上です。ありがとうございます。

○依田議長

ただいまの質問について、消費者庁のほうから御回答をお願いいたします。

○事務局

5条の開示請求の関係ですが、これは私どもが把握している限りでは、基本的には御本人が請求しているものが多いと理解しております。当然、5条の請求は弁護士が行うとか、そういうこともできるので、もちろん先生方も必要な場合には使っていただけたらと思っておりますが、今のところは本人がされているケースが多いのだろうと理解しております。

○依田議長

ありがとうございます。ほかの皆様、御意見、御質問がありましたら挙手ボタンをお願いいたします。全国消費生活相談員協会お願いいたします。

○公益社団法人全国消費生活相談員協会

様々な取組をしていただきまして、ありがとうございます。この法律が創設されて以降、こういう場が持てましたこと、それから、皆様の具体的な取組を非常によく理解することができるようになりましたので、少なくとも消費生活相談員の立場からは非常にハードルが下がったのではないかと感謝を申し上げたいと思います。それがそのまま消費者に伝わる、あるいは伝えるということがこれから必要になりますので、先ほどJOMCから御提案があったようなこともしていくということはとてもよいのではないかなと思っております。

それから、2点お伝えしたいことがございまして、まず1点は、新しい商品・サービスが次々出てきたり、海外からの輸入品もありますし、それから、便利な使い方というようなことで、勝手に便利な使い方を紹介するような状況の中で、違法とか違反だとか決めるのは非常にハードルが高いので、すぐさまそれはできないと思うのですけれども、そういう違法違反が明確ではなくても、リスクが高いというものについては削除していただいたり、事業者、販売店のほうに丁寧に説明していただいて、出品について表示をきちんとし

ていただくとか、そういうようなことをぜひやっていただければと思います。

同時に、そのリスクに関しては、プラットフォーム上で、消費者に対して情報発信をしていただくということをお願いしたいと思います。全ては安全安心な環境をつくるということが目的だと思いますので、ぜひお願いしたいと思います。

それから、もう一点は、先ほど日弁連の先生からお話がありましたけれども、開示についてなのですが、やはり1万円というところが少しネックになっているということもあります。法律上の問題がありますので解決はできませんが、なぜ開示できないのかということについては、消費者に丁寧に説明していただくことと、それから、できる範囲で積極的にやっていただきたいと思っています。

偽物の販売も最近多くありますけれども、非常に精巧な偽物になっていることが多いようですので、販売店も知らないうちに仕入れて販売してしまっているというようなこともあると聞いております。そうしたときの対応とか、それから、売れなくなったものとかリコールになりそうだというようなものについては、市場が緩いところに流れていく傾向があると思いますので、ぜひそういうことがないようにやっていただければと思っています。

以上です。

○依田議長

どうもありがとうございました。ただいまの御発言について、事務局のほうから何か御回答等はございますでしょうか。

○事務局

ありがとうございます。

御指摘は、主に2点があったかと理解しています。

1点目が、まずリスクが高いものをどうするかということで、もちろん、これは違法なものについては、当然、法律で認められないのですけれども、リスクが高いものは、各DPFにおいて、例えば規約等で、あらかじめこういうのは駄目だと明示されているものも多いと思います。ただ、3条2項の開示とも関連しますが、どういうものが自らのDPFでは取り扱えないかということに関するあらかじめの開示の状況というのは差異があらうかと思えます。これはもちろん業種業態が異なるので一概には言えないのですが、かなり明確にあらかじめ示されているところもあれば、そうではないところもあるので、そこは、おっしゃった規制の緩いところ、規律の緩いところに流れていくことのないように、できるだけよい取組を参照して、ほかのDPFも開示していただくことが期待されるだろうと思います。

それと、開示請求のお話がありました。1万円のところは、今回、開示請求の総数が9件だったので、今の時点で、この金額の状況について判断するのは早急だと思いますが、いずれにせよ、開示請求、それから、発表者様からも御指摘があったようなこの法律に基

づく取組を行っているDPFが選ばれるような、周知啓発も含めて法の認知度を上げていくことが必要だろうと思います。それは事務局の宿題でもあろうと認識しております。

○依田議長

ありがとうございました。NACSお願いいたします。

○公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

本日、いろいろな御説明をいただきました団体の皆様、それから、事務局の皆様、この1年で大きな進展があったように私としては捉えております。

3点、事前にいただいた資料の中から気づいていることを申し上げさせていただきたいと思っております。

まず、消費者苦情の対応のところですが、大きな進展があり、被害額の返金対応をされたりもしていて、非常に評価できると思うのですが、他方、消費者の問題解決が図ればよいわけではなくて、再発防止も大事であり、返金対応をDPF事業者が代わりに実施しているケースも相当あるのではないかと感じており、この辺りはどうなのだろうかというところが気になっております。特に、外国の事業者の場合、苦情の解決に時間と労力を要するケースがあるので、返品に係る手続について、事業者としてどのように対応されているのかということも教えていただきたいと思いますし、問題のある事業者への個別措置に加えて、ルールやチェック体制の見直しも併せて実施していただくのが望ましいのではないかとこの意見がNACSの中では意見・要望として出ておりました。

2点目として、ほかの皆様からも既に出ております意見ですが、何といたっても消費者への普及啓発というところがこれから大きな課題であると改めて認識をしたところでございます。事業者と消費者双方に、こうした取組への信頼度が高まること、これから重要だと思っておりますので、これは事業者団体の皆様からも意見として出ておりましたけれども、DPF事業者のベタープラクティスをどう紹介して、共有していくかと同時に、悪質な事業者の存在についてどう認識を深めていくのかという点が、今後、次のステップの課題なのではないかとNACSとしては考えております。

3点目として、個別事案への意見になりますけれども、自転車のお話が出ておりましたが、こういった危険な物が取引されているということですが、ここは他省庁と連携した注意喚起や啓発が望ましく、オレオレ詐欺対策で実施されたような省庁横断的なタスクフォースの立上げも必要なのではないでしょうか。

以上が事前にご説明いただいたことに対する意見ですが、本日の御説明を通じて、もう二、三、御意見を申し上げさせていただきたいと思っております。

全国消費生活相談員協会様からもお話がありまして、債権1万円というラインですが、官民協議会のスタート当初、このラインについて議論させていただきました。このラインが妥当なのかどうかということ、もう一度、法改正、法律に関わる場所でもご

ざいますので、時間がかかるとも思いますけれども、この1万円という金額が、妥当なのかどうかということも、消費者庁を中心に御検討いただきたいと思います。

それから、JOMC様とAICJ様から、今後の提言をお示しいただきました。次のステップに向かって御提言いただいた内容について、今後どのように検討し対応を進めていくのか、今年度中の課題として何ができるのかを具体的に確認しておいたほうがいいのではないかと思います。

頑張っていらっしゃるところと、消費者団体がどう連携できるのか、消費者がどう関われるのかということも、先ほどJOMC様から、どこで誰がというお話が出ておりましたけれども、私もここはクリアにすることが、一歩踏み出すためには必要なのではないかと思います。

最後に事務局に御質問でございます。DPF事業者のタイプによって、随分と取組状況に差が出てきているように見受けられますが、この官民協議会のメンバーになっていただいている団体等でカバーされている市場は、どのように計測されるのかどうか分からないのですが、それぞれのタイプの市場において、どの程度カバーできているのでしょうか。この官民協議会を通じた取組は、市場全体のどの程度をカバーできているのかなというところについて、難しい質問かもしれませんが、お尋ねさせていただいてもよろしいでしょうか。

以上、よろしくお願いたします。

○依田議長

では、事務局のほうから御回答がありましたらお願いいたします。

○事務局

ありがとうございました。

御指摘のうち、まず、苦情の対応とか、各DPFで返金対応されている、これはかなり努力されているところもあると承知しますが、ここはもしかしたら事業者団体から詳細を御紹介いただいたほうがいいのかもかもしれません。

それと、普及啓発、個別事案に関するもので、これはやはり各省庁の連携、周知の強化が必要だというのはおっしゃるとおりであります。

それから、債権額の1万円という御指摘もありました。これも先ほど御回答申し上げたとおりですが、今のところ、開示請求が9件なので、これをもってどうかというのは時期尚早な感じがしますが、いずれにせよ、運用を積み重ねていく中で必要に応じて検討すべきだろうと思います。

それから、最後に御質問をいただいたと思います。官民協議会に参加されている取引DPF提供者の方の市場の占有率をどう見るかということだったと思います。

これは非常に難しい御質問なのですが、ちょっと概括的な数字になるということをお許しいただければと思います。これはデータの引用元となる調査とか数値に推定がある部分

がありますので、それを前提でのお答えをお許しいただければと思います。

物販系分野のBtoCのEC市場の規模というのは、大体年間で約13兆円とされていると理解しています。これは電子商取引に関する市場調査などで示されています。これに対しまして、民間の調査を踏まえた、これも推計でございますが、例えば官民協議会に参加されていて、今回、物販系DPFという形で分類させていただいた取引DPF提供者の売上高というのは、9兆円から10兆円程度だろうとも見られます。これは、もちろん物品だけではないですし、あと、いわゆる、取引DPF上の通信販売に加え、直販で行っている通信販売、全て含んでおられるので、そう意味では、やや概括的な数字になってしまいますけれども、当然、過半を超えて、7割、8割に迫る勢いだろうと理解しております。

それから、ほかの分野でも、それぞれの分野をリードされている方に入っていているので、そういう意味でも、まずは官民協議会における取組の普及が大事ですし、あと、参加されていない方にどうするかというのは難しい課題ですけれども、例えば、周知啓発とか、あと、取組状況の把握の過程を通じて働きかけるといことで引き続き取り組んでまいりたいと思います。

以上でございます。

○公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

御説明、ありがとうございます。官民協議会を通じてカバーする範囲がどんどん広がっていくことが必要かと思っておりますので、この数字につきましては、何らかの1つのKPIということでフォローしていただきたいと思いますので、どうぞよろしく願いいたします。

○依田議長

続きまして、全国消費者団体連絡会お願いいたします。

○一般社団法人全国消費者団体連絡会

事務局の皆様、事業者の皆様、御説明いただき、ありがとうございます。皆様、かなり自主的に取り組まれているというのは、この間、本当に肌感覚で感じておりましたし、特に、安全に関わるような注意喚起というのは、すごく目にするようになりましたし、特に、子供の玩具とかああいったところはとりわけ注意を払っている、安全に関わるところに特に注意を払っているというのは感じているところなので、引き続きよろしく願いしますというところなんです。

それで、全国消団連から、今回御説明いただいたところでは2点ほどありまして、その他全般でということで1件あります。

まず、今回のところで言いますと、最初にJOMCから御提案のありました、一斉に注意喚起、啓発をするということには賛同いたします。1年に1回、2回程度でいいのか、もう

少しやったほうがいいのか、やり過ぎると薄まるのか、いろいろな頻度や何をやるかというはあると思うのですけれども、一斉にそれぞれが持っているSNSや発信先みたいなどころを活用するということは非常にいいと思いますので、協力させていただきたいと思います。

それから、こちらは事務局に対する質問にもなるかもしれないのですが、事務局の御説明資料の11ページ目のところの3条第1項3号、販売事業者等の特定に資する情報の提供を求める措置のところ、弊会は、もともと本当にこの法律ができる前からですけれども、消費者トラブル、特に事故とかを減らすには、特に登録する販売事業者の本人確認がかなり有効ではないかということは申し上げてきたところで、こちら、下の矢印にあるとおり、7社の物販系DPFなどが、公的書類の提出をきちんと求めていらっしゃるということで、ここは引き続き大事だと思うので、このように取り組むDPF事業者を増やす方向で呼びかけていただきたい。今やっているところはぜひ呼びかけていただきたいですし、消費者庁にもお願いしたいところです。

その続きのところで、ともなるとちょっと気になったのが、オークション・フリマDPFのところでは、CtoC取引でこの法律が適用されていないところを除きというところで、ほかのところはやっていらっしゃるというところが逆にちょっと気になるなというところあります。

そういいますのも、もちろんCtoCは消費者ですから難しいところはある。それから、プライバシー、個人情報、ダイレクトに直結するというところで、確かに弊会としてもどのように申し上げたらいいかというのは、いつも悩ましいところではあるのですけれども、その中に、前回、前々回のところで隠れBがCtoCの中にはあるということで、その事業者とみなす、隠れBであると推定できる考慮要素といったものを策定してきたことがあるかと思えます。これを実効性を持たせるには、この辺りのCtoCにおいても、一定の登録者の情報というのがある程度はつきりしていないと、隠れBを特定するに至らないのではないかという心配があります。

そういうところで、事務局には、前回、前々回ぐらいに策定した、いわゆる隠れBの考慮要素、そのこの部分の運用状況はどのようになっているのかというのを教えてほしいなというところと、CtoCについては、今後も宿題だということで、新法のほうでも検討会のほうでもなっていましたので、その辺りも引き続き検討していく必要があるのかなということをおっしゃりたいと思います。

それから、全体的なところで、この法律ではないのですけれども、やはり最近でもデフォルトで定期購入というところで、普通に大手のDPF事業者さんとかを使っている、うっかりすると定期購入にバーが入っていたりして、うちの高齢の母などだと気づかずにやっちゃったというようなこともありまして、あと、解約しにくい問題です。サブスクリプションサービスの解約しにくい問題というのが、いまだに聞こえてくる場所があります。いわゆる、こういったものは、最近ではヨーロッパをはじめ世界的にダークパターンとい

うことで、かなり認知も増えてきているし、皆さんも気づいているし困っていると。トラブルの発生源になっているというところもありますので、引き続きというか、もっと改善を自主的に解約しやすい場所にアイコンを置くとか、あるいは先ほど言ったような、デフォルトの定期購入をバーに入れているなら、その旨がきちんとぱっと分かるようにするか、何らかもう少し改善をお願いしたいと思うところです。

以上です。

○依田議長

ありがとうございました。事務局のほうから何かリプライがありましたらお願いいたします。

○事務局

ありがとうございます。

まずは、隠れBに関連して、これはおっしゃっていたのは、昨年4月に公表した、取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律における販売事業者等に関するガイドラインということだと思います。このガイドライン、運用状況はどうかということで、例えば、いつ誰かに適用したというお答え方はしませんけれども、これに沿った考え方にに基づいて、実際に取引DPF提供者にお伺いしているケースはあります。

それから、これはまさに、どういう場合がBであるかということを示す1つの指標になりますので、そういう意味では、例えば先ほど開示請求の話がありました。そのときの判断の要素にも使えるのではないかと思いますので、そういう意味でも、この普及啓発は引き続き課題であろうと理解しております。

あと、CtoC取引の問題もおっしゃるとおりで、重要な課題なのですが、今申し上げたように、Cの中でも、特にBに相当するところをうまくとらまえて対応していく必要があるのだろうということだと思います。

あと、もう一点、定期購入、サブスクリプションのお話もいただきました。これは令和3年に特定商取引法が改正されて規律も強化されています。それから、あと、事業者自身におかれても、分かりやすい表示を意図してやっておられると思うのですが、その後、そういった状況も踏まえて、いわゆる法律に基づく対策、それから、そうではない対策も含めて、誤認して定期購入契約という形で契約することは防ぐ必要があり、それも重要な課題であるということだと思います。

以上でございます。

○依田議長

ありがとうございました。では、お時間が大分迫ってまいりましたので、今、手が挙がっている中川先生を最後に第1議題を閉じたいと思います。中川先生、お願いいたします。

○神戸大学 中川教授

3点ほど簡単にコメントをさせていただきます。

1点目は、オンラインマーケットプレイス協議会さんから、最後に提案されました消費者庁、DPF団体、消費者団体で協力して注意喚起、周知啓発という点です。これは非常によい御提案ではないかと思えます。取引DPF消費者保護法に基づく請求の例がそれほどあったわけではないというのは、ほとんどまだ知られていないからではないかと思えますので、ここに書かれている周知啓発内容の例として、2番目の黒ポツですか、取引DPF消費者保護法の周知という、あるいはどういう取組をしているのかということ、定期的に一齐に、ある意味お祭りみたいな形でやるというのは非常によいアイデアではないかなと思えます。それを通じて、取引DPF消費者保護法に準拠してきちんとやっているDPFが消費者に選ばれていくという環境をつくっていけないかと思えます。

2点目は、取引DPF消費者保護法の4条に関するものなのですが、先ほど、事務局からの報告だったと思うのですが、不正行為のアルバイトを、あたかもそうではないかのように募集するというものが、自分のDPFのところでやられている可能性があるというお話がありました。これについても、本来であれば4条で停止要請ができてしかるべきですが、現在の4条は、製品の安全と優良誤認・有利誤認に限っていますので、これでいいのか。もう少し広げたほうがDPFのほうも助かるのではないかという気もいたします。そもそも、法律に書いていないから要請してはいけないというわけでもないと思えます。要請してもいいのではないかと思えますが、そうであれば、こういう官民協議会の場において、ここはもう少し広めに要請するということもありですよという確認をするのも1つのアイデアかなと思えます。

消費者庁で、今度、ステルスマーケティングを禁止することになりましたけれども、例えばステマをやっている事業者が分かっているような場面でも、この要請が使えるとしたほうがいいのではないかと。厳密に優良誤認でも有利誤認などに限定する趣旨ではないという了解が取れるといいのではないかなと思えました。

3点目は、これは単純な質問で、私が聞き漏らしたからなののですが、事務局の冒頭の説明で、の開示請求について、BなのかCなのか分からなかったので答えていないという調査結果が1つありました。あれは何の話だったかというのをもう一度教えていただければと思います。

以上です。

○依田議長

ありがとうございました。それでは、事務局のほうから御回答をお願いします。

○事務局

中川先生、重要な御指摘ありがとうございます。

御指摘いただいたもののうち、まずは、どこの箇所でBなのかCなのか判断できなかったというところだと思います。これは、資料1の18ページでございます。これは開示請求を受けた取引DPF提供者において、その開示請求の対象となっている販売業者がBと判断できなかったということで答えていないというものであろうかと思えます。ここもまさに先ほど、別途の御指摘がありましたが、まさに販売事業者等に係るガイドラインの考え方の普及が大事になってくるだろうと承知しております。

先ほど御説明を省略してしまって申し訳ございません。補足としては以上でございます。

○神戸大学 中川教授

今の点、よろしいでしょうか。

これはそんなに厳格に考えなくてはいけない話なのですか。5条の開示請求というのは基本的には答えなくてはいけない話ではないですか。BだろうがCだろうが。ただ、今回、少なくともCはやってくれと言っているだけなので、BかCか分からなかったから答えませんというのは、杓子定規な答えのような気もするのですけれども、事業者としては、答えないとサービスが悪いなという印象に逆になってしまうのではないかと思ったのですけれども、そういう問題ではないでしょうか。

○事務局

ありがとうございます。

法律の規定が、販売業者等情報ということで、あくまでも営利性のある事業者ということになっています。ただ、おっしゃるとおり、サービスとしてどうかという問題はありますけれども、法律に基づくものとしてのお答えはそうなります。

○神戸大学 中川教授

問題になるのは、事業者同士がライバル間で、相手の情報を探ろうとしている開示請求といった濫用的なものがあれば、もちろんこれは拒絶していいと思うのですけれども、単純にBかCか分かりません、だから答えませんというのは、法律の趣旨を履き違えているような気もするのですけれども、そこはまた検討していただければと思います。

ありがとうございました。

○依田議長

ありがとうございました。では、最後に、本日の議論を踏まえて、私のほうから簡単に運用状況に関する所感を述べます。

もともと取引デジプラ消費者保護法というものは、努力義務を定めたものではありませんが、仮に取引デジプラ法の提供者による取組が十分ではないときには、法改正も含めて所

要の措置を講じることを検討するというのも立法時の考えではありません。

今回の運用状況の報告を踏まえ、各取引デジプラにおいて、法に基づく取組が総じては進んでいることが確認できました。特に、物販系のデジプラを中心に、前向きなベストプラクティスというのは3者から発表されております。

取引デジプラの提供者の努力義務、法第3条に関しましては、第1に、販売事業者等の特定に資する情報の提供について、アカウント登録時に販売業者等の特定に資する情報の提供の依頼と、その裏づけとなる公的書類の提出がなされていない場合があることがあります。

第2に、取組状況の開示についても、一部の取引デジプラ事業者については、おおよそ行われているものの、ほかの取引デジプラ事業者においては、法に基づく取組の状況が一覧できるような形で明示的に開示されていない場合もございます。こういった課題については、今後の取組の強化が期待されるところであります。

第3に、消費者からの開示請求、法第5条に関しましてですが、件数を踏まえ、そもそもまだ法の認知度に課題があるとも考えられます。これらについては、法制度の周知啓発を、先ほどいろいろな方々から御提案いただいたような形で発展させていければと考えております。

対応の方向性につきましてですが、最後に、取引デジプラの提供者において自主的な取組の充実強化を今後一層図っていくとともに、その状況の把握を継続的に続けていく必要がございます。

検討状況につきましては、法施行後3年後をめどとされているところでもありますので、今回の運用状況の報告のみで直ちに結論を出すのは、まだ時期尚早ではございますが、今後の取引デジプラの提供者、事業者による取組の状況も踏まえて方向性を議論していくことになるかと思っております。

それでは、これで第1議題を終えまして、議題の2番「個別事案」、具体的には、道路交通法上の基準に適合しないアシスト自転車と、ステロイドが検出された健康茶について、事務局から御説明をお願いいたします。

○事務局

資料2です。2ページであります。

「『電動アシスト自転車』と称する製品」と書かせていただきました。「電動アシスト自転車」という形で称して販売されている製品というのは、本来、いわゆる一般的な意味で自転車に該当するためには、これは道路交通法で定める駆動補助機付自転車に該当する必要があります。ただし、これについて法律と規則で要件が決まっています、特に大事なところとしては、アシスト比率と言われるもの、要は、人がペダルを踏む力とモーターによる補助というところの比率ですけれども、これは24キロを超えたらアシストされない、補助力はゼロであるということです。それから、24キロ未満でも、速度に応じてそれぞ

れ比率が決まっていると。あと、もう一つ大事なのは、あくまでも人がこいで走ると。勝手にモーター等で動かないと。モーターはあくまで人の力を補うものということでありませう。

こうした基準に適合しない場合というのは、これは、道路交通法上は、自転車ではなくて原動機付自転車、原付とか原付バイクとか原チャとか言われていますけれども、それに該当するものになるということです。したがって免許も要ります。ヘルメットも要ります。それから、車両検査とかそういう必要な基準も満たす必要があります。

仮に、電動アシスト自転車と称されるものが原動機付自転車に該当する場合というのは、これは保安基準に適合しないので、公道を走行させることはできないということになります。下に書いておりますけれども、消費者庁、国民生活センター、それから、警察庁におかれても注意喚起や情報提供を行っているというところでもあります。

次のページをお願いします。

これは今年の4月に国民生活センター、消費者庁連名で公表したものであるということになります。この2つ挙げられている写真の自転車というのは、今申し上げたアシスト比率が、道路交通法の定める駆動補助機付自転車の基準の上限を超えています。

具体的にどういう場合に問題があるのだろうかというのが、1から4に挙げているケースです。先ほど御説明したとおり、24キロ以上では、本来、アシストされてはならないということなのに、逆に補助力がゼロとならないことがある。要するに、補助力があり、アシストされてしまうにもかかわらず電動アシスト自転車と書いているパターン。それから、今申し上げたアシスト機能に加えて、人が漕がなくても走る、そういった電動機能を有しているにもかかわらず電動アシスト自転車であると記載されている場合。

それから、申し上げた性質を有する、すなわち、これは原動機付自転車に該当するにもかかわらず、自転車として公道走行可能と記載している。

それから、4つ目ですけれども、今申し上げた性質があるにもかかわらず、自転車として防犯登録を求めると記載しているというものです。

次のページをお願いします。

今申し上げたものに関連して、警察庁、国民生活センターで挙げている製品、車種については、私どもで見た限りはウェブサイト上から消えていると思われませんが、それ以外の類似品についてはまだまだあろうかと思えます。そういった中で、これも既に消していただいているものも実はあるのですが、電動アシスト自転車と書いてあるけれども、道路交通法上は原動機付自転車に考えられるものの表示の例を、①、②、③、④に該当する形で挙げております。

ここまでが電動アシスト自転車関連の御説明です。

続きまして、8ページをお願いします。

「ステロイドが検出された健康茶」ということで御紹介しております。

これも、今年の4月と5月に国民生活センターから注意喚起した事案であります。

これは、インターネット通販で販売されていた健康茶に、医薬品成分のステロイドに該当するデキサメタゾンという成分が含まれていたということです。今年の4月に国民生活センターが注意喚起したのが左下の商品1、今年の5月に注意喚起をしたのが商品2と3になります。

商品1から3までにつきましては、これは健康茶、食品であるにもかかわらず医薬品成分が含有されているということなので、そういう意味では薬機法、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律の無承認、無許可医薬品に該当するおそれがあると考えられるということです。

それから、4月に注意喚起をした商品1については、販売サイト上に特定の疾患、具体的には花粉症なのですけれども、花粉症に効果あるかのような、医薬品的な効果効能を記載していると受け取れる表示があるということで、これもまた薬機法に反するという事です。

これらについても迅速な対応でウェブサイトから消えているのですが、やはり類似品も含めて注意する必要があるだろうという形で紹介をさせていただいたものでございます。

御説明としては以上でございます。

○依田議長

どうもありがとうございました。

ただいまの説明について、御意見や御質問がある方は、また同じように挙手によってお知らせください。私のほうから順番に指名してまいります。

では、JOMCお願いします。

○オンラインマーケットプレイス協議会

御説明、ありがとうございます。

電動アシスト自転車の件についてなのですけれども、4月に公表されたものは、ページ上も、あるいは取扱説明書上も、公道を走れるものの範囲内であるかのように見せかけていたという悪質な事案であったのですけれども、その次に御説明いただいたものについて、消費者庁の見解を伺えればと思います。

電動アシスト自転車は、結構ふわっとしているというか、いわゆる電動アシスト自転車という感じになっていて、おっしゃるとおり、電動アシスト自転車、あるいはフル電動アシスト自転車と書いているけれども、実際は、もし走ろうと思ったら原動機付自転車であって、駆動補助付自転車ではないというようなものが結構世の中にあふれていると思っていますので。プラットフォームとしても、今、公道を走れないものは、公道を走れませんということを書いた上で販売しているところがあるのですが、何かもう少し踏み込んだ対応ができるのであれば、それはそれで検討したいと前から思っているのです。

特定小型の話が出たときに、そこら辺も含めて、こういうものは売らないようにしまし

よう、買わないようにしましょうみたいなものを世の中の的に注意喚起して、そういう力を得た上でDPFも強い対応するみたいなことができないかというのを、特定小型の官民協議会のほうではお話をしたのですけれども、なかなか難しそうな感じがしたので、もしこちらの仕組みの中でできることがあればぜひやりたいなと思っていたりします。

例えば、今回御紹介いただいたような電動アシスト自転車、あるいはフル電動アシスト自転車と称しているけれども、公道走行不可と書いてあるみたいなものが、法令上これは駄目なのですよとはっきり見解を示していただけるなら、それはそれで早速踏み込んだ対応に移れるのかなという気もしております、その辺りの見解をお伺いしたいと思っております。

○依田議長

ありがとうございます。それでは、事務局のほうから御回答をお願いいたします。

○事務局

ありがとうございます。重要な御指摘だろうと思います。

この表示を見ている限り、確かに電動アシスト自転車と書きながら、多方で、公道走行不可と書いているというものも見受けられます。確かに公道を走らなければ問題はないのですが、おそらく、御指摘の趣旨としては、公道を走れないのにどうやって使うのかというところが多分あるかと思います。今の道路交通ルールの中では、法違反のものは、売ること自体は法律で禁止されていないのですが、実は走ったところで初めて問題になると理解していますので、これを具体的にどうするかというのは、そういう道路交通ルールを主管している役所ともお話をした上で、何かお示しできるものがあればお示ししたいと思います。

その上で、今、御要望を示していただいたので、可能な範囲でそこに資することができればと思います。今、お答えとしてはそうなりますけれども、問題意識としては共有させていただきたいと思います。

○依田議長

ありがとうございました。続きまして、情報通信消費者ネットワークの長田様、お願いいたします。

○情報通信消費者ネットワーク

今回のこれは、電動アシスト自転車と称する製品のところなのですが、2019年とか大分前になりますけれども、前からも国民生活センターのテストでは、幾つか問題があるテスト結果が出ていたと思います。また、電動アシストの部分、バッテリーのところ非常に危険なものもあるとか、いろいろな事例があったと思いますので、そういうことも

含めて、プラットフォームの皆さんには、消費者ときちんと情報が共有できるような形と
いうのをぜひつくっていただきたいなと思っています。この間、新宿で燃えてしま
ったものも含めて、本当に命に関わることにもなると思いますので、早急に取り組んでい
ただければと思っています。

○依田議長

ありがとうございました。事務局のほうから何かコメントはございますか。

○事務局

ありがとうございます。

今、お話があったように、自転車というのは非常に身近なものなので便利なのですが、
他方でリスクもあると言えます。国民生活センターの商品テストでも、何度か注意喚起し
ていますし、例えばバッテリー部分で発火のリスクがある、これはリチウムイオン電池な
どの電池の問題ですけれども、そういうものもありますので、そこは注意喚起をしていま
すけれども、関係省庁連携して取組をしていくことが必要です。

それと、あとDPF側におかれても、そういった情報を配信してくださっているところも多
くありますので、それは引き続き連携して、そういった消費者の方にも理解をしていただ
いた上で適切な使い方ができる、それから、適正な製品を流通するという仕組みが大事だ
ろうと考えております。

○依田議長

ありがとうございました。では、続きまして、日本弁護士連合会、お願いいたします。

○日本弁護士連合会

ありがとうございます。

この原付にチェンジするものについて、先ほどJOMCさんのほうから、公道不可だけだと
やはり弱いというようなことだと仰っていましたが、その通りだと思うのです。これは、
ナンバープレートをつけなくてはいけないのに原付としての安全基準は満たさないとい
うことがあるということですから、「公道を走行する場合はナンバープレートをつけなけれ
ばいけません」まで表示しないとイケないよというように、消費者庁、もしくは警察から
でもいいですけれども出していただくと、結局、ナンバープレートをつけられないわけ
ですから売らないだろうと思います。表示の仕方としては、公道不可だけだとやはり弱
くて、公道を走行する場合に、原付に相当する場合はナンバープレートも要りますよと、こ
こまで書いたらどうかと行政が言うと抑止になるかなと思いました。

もともとは、道交法が、走っていないと刑事罰にならないからということなのかもしれ
ませんが、所持とか予備とかで刑罰とかで抑止するというのは難しいと思いますので、今

言ったようなことまで書いたらどうかと、デジタルプラットフォームに対して言っていただと、もうこれは売れないなとなっていていいのかなと思いました。

以上です。

○依田議長

ありがとうございました。事務局のほうから何かリプライはございますでしょうか。

○事務局

ありがとうございます。

いろいろなやり方があるかと思うのですが、1つの御提案と受け止めて検討させてください。いずれにしろ、公道走行不可だけの表示だったら、本当にそれは実効性があるのかという御指摘だと思いますので、そこは確認をしたいと思います。

○依田議長

ありがとうございます。全国消費者団体連絡会、お願いいたします。

○一般社団法人全国消費者団体連絡会

お茶の関係の部分なのですが、改めてDPFの皆さんのところで、出品される方々にこういった情報で、こういったものは出してはいけませんよなどということでの案内とか注意喚起というのはされているのでしょうかというのが伺いたかったところです。

特に命に関わる部分でありますし、何気なくいいと思ったから勧めてしまうという人もいる可能性はあるのですが、そういうわけにはいきませんので、その辺りどういう対応されているのかというのを教えていただければと思います。

以上です。

○依田議長

ありがとうございました。どうぞ、事務局のほうから何かリプライがありましたらお願いいたします。

○事務局

概括的なお答えになりますけれども、ほとんど全ての取引DPFにおいて、医薬品に該当するものというのは、当然、医薬品のそういう取扱い、資格がないと駄目だし、あと、無許可のものはチェックされていると思います。問題は、本来、医薬品含有成分が含まれているにもかかわらず、そうではないと称して売っているもので、これはやはり、今、商品テストの御紹介がありました。それから、薬務当局もチェックされていると思いますが、そういうチェックを踏まえて、できるだけ早くDPFへ情報提供して対応していただく、そうい

う2つの両方の仕組みが大事だと思いますので、そこを引き続きやっていく必要があるの
だろうと理解しております。

○依田議長

ありがとうございます。全国消費生活相談員協会、お願いいたします。

○公益社団法人全国消費生活相談員協会

ありがとうございます。電動アシストのような法律の隙間を縫って、かつ便利なもの
というものについては、消費者のほうも、非常にそういうものを使いたいという要望とい
うものがあるのだろうと思います。そうすると、一度入手してしまうと、それを続ける
ということになりますので、やはり情報発信の仕方というのは非常に重要ではないかと。
売ってしまった物についての対応ということも非常に重要だと思います。

それと、先ほどのお茶のほうですけれども、ステロイドが入っていましたので、それを
急にやめるとなるとさらに健康被害になるということになります。ですので、類似品とい
うものを売っていて、ステロイドが入っていないものもあるわけなのですけれども、それ
らに対しての確認をしていただくとか、そういうことが必要ではないかなと思ってお
ります。

以上です。

○依田議長

ありがとうございました。ほかの皆様、いかがでございますでしょうか。お時間が迫っ
てきましたので、NACS、今、手が拳がった警察庁を最後にしたいと思います。

○公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

ありがとうございます。

電動アシストの件については、発言する場を間違えていましてすみませんでした。こ
ちらですべきでした。

私は、電動アシスト自転車とお茶の件は、事案が異なるように思っております。お茶の
件に関しては、国民生活センターからの情報提供によると、よく効くからということで調
べてみたらステロイドが含まれていたということだったと思いますが、このようなものを
市場に流す悪質な事業者がいて、そういったものを消費者は危険性に気づかずに利用して
しまうところにつきまして、DPF事業者のほうで調査をして止めていただければと希望
いたします。

先ほどベタープラクティスのお話をさせていただきましたけれども、自分のところはそ
ういう取組をしていますよということをされていまして、PRしていただくというような
こともあってもいいのかなと思いました。

特にお茶の件につきましては、消費者は全く分からないので、これは場を提供される方の御協力なくして被害防止はできないのではないかと思います。

以上です。よろしくお願いいたします。

○依田議長

ありがとうございました。警察庁までお聞きして、最後、事務局、そして、消費者安全課長のほうからもリプライをもらえればと思っております。

では、警察庁どうぞお願いします。

○警察庁

電動アシスト自転車の関係で、皆様、コメントいただきまして、ありがとうございます。警察庁のほうから補足的に幾つか申し上げさせていただければと思います。

まず、今回、問題になっております、比率を満たしていない電動アシスト自転車というものは、我々としては、ペダル付原動機付自転車と呼んでいるものでございまして、近年、多く違反も見られているところであり、取締りについてもしっかりやっいていこうというところで強化をしているところです。

先ほど、電動アシスト自転車という形で表示がされているものについて、必ずしも駆動補助機付自転車と書いてあるわけではないことから、これ自体が不当な表示に該当するかどうかは疑念があるのではないかという御意見もいただいたところではございますが、基本的に電動アシスト自転車と表示があると、通称名として駆動補助機付自転車を指しているという形で誤認されかねないというところを懸念しているところでございます。

また、先ほど、特定小型原付、電動キックボードについてのお話もあったところでございますが、こちらも特定小型原付の官民協議会の場におきましては、公道走行不可かどうかにかかわらず、そもそも保安基準に適合しないもの、そのものを販売すること自体について、協議会の場において構成員の方から様々懸念の声が上がっていたところでもございますので、引き続きこのような保安基準に適合しないようなもの、適法に走行できないようなものをどのように取り扱っていくのかというところにつきましては、自転車の話も、この電動キックボードの話も含めまして、関係省庁と連携をして対策をしていくことが重要と考えているところでございます。

長くなってしまつて失礼いたしました。こちらからは以上でございます。

○依田議長

ありがとうございました。事務局のほうから、今までのでリプライ等はございませんでしょうか。

○事務局

警察庁、あと、NACSからも重要な御指摘をいただいておりますので、関係省庁で連携してやっていく必要があると認識しております。

あと、私に加えて消費者安全課長がおりますので、お許しをいただければ追加でコメントをさせていただきたいと思います。

○依田議長

安全課長、どうぞよろしく願いいたします。

○消費者安全課長

幾つかコメントをいただきまして、特にアシスト自転車、令和5年4月の公表物、それから、ステロイド茶、令和5年4月、それから、5月の公表物について御意見いただきました。この件につきまして、我々、国民生活センター、安全を司るところといたしましては、まず、電動アシスト自転車につきましては、警察庁さんのほうから、京都の案件について情報提供いただきまして、これについて8銘柄について調べるような形の協力依頼がございまして、これについても国民生活センターの資源を使いまして、商品テストを行いまして、2銘柄について基準に合わないということを公表させていただいたということでございます。

また、ステロイド茶につきましては、国民生活センターが持っております、お医者様からの情報提供窓口から、患者様の状況として、そのようなステロイド成分の混入が疑われるという端緒情報を基に商品テストを行いましてステロイドが出たということでございます。

何を申し上げたいかと言いますと、一般的に、我々、消費者安全課あるいは国民生活センターが端緒でつかむ情報というものが、国民生活センターへの情報提供なり、関係省庁が提供された情報から端緒をつかむということがあります。それにつきまして、我々いたしましては、国民生活センターのテスト部がファクトを持ってテストをして、その結果を、例えばステロイド茶であれば、法的に指導権限を有しておるのは厚生労働省・保健所でございますので、その情報を迅速にお渡しをした上で、迅速に処分していただくと。かつ、周知すべきものは、その情報をDPF事業者、皆様にもお伝えするというようなことで、我々としては製品、食品の安全を図っていきたいというような立場でございます。

このルーティンと申しますか、この基本動作を我々としてはしっかりやっていくということをもちまして、安全というものを担保していくということに関わっていきたいと思いますので、引き続き御支援のほうをよろしく願いしたいと思う次第であります。

○依田議長

ありがとうございました。

商品等の表示は、個別の法律の内容を遵守して行われる必要があり、問題のある表示等

があれば積極的に対応いただくことが重要になるかと思えます。また、消費者啓発も重要な課題であり、様々な手法で継続的に注意を喚起していく必要があろうかと思えます。

それでは、議題3番の「製品安全誓約の状況」に移らせていただきます。

では、また、消費者庁の消費者安全課から御説明をお願いいたします。

○消費者安全課長

引き続き、消費者安全課長でございます。

現在行っております日本版「製品安全誓約の状況」について御説明申し上げたいと思えます。

資料3、1ページでございます。

現在、行われております製品安全誓約、現在、最終調整中でございますけれども、概要について御説明したいということでございます。

大まかな中身といたしましては、我々のほうでオンラインマーケットプレイスと言っておるのですけれども、今日お集まりの事業者の中にも調整に御参加されている方もいらっしゃると思うのですけれども、そういう事業者の方が、リコール製品や安全ではない製品が出品されている場合に、自主的な出品削除とか、関係省庁、これは安全基準を所管している省庁からの要請を踏まえて出品削除を行うというようなことを自分で宣言していただくというような枠組みをつくろうと調整しているものでございます。KPIにつきましては、我々消費者庁が報告を受けるというような形を想定しているということでございます。

2ページでございます。

この枠組みの経緯でございますけれども、OECDがこのような事業者の誓約といった声明を出したということ踏まえまして、オーストラリアあるいはEUでも誓約が行われていまして、もしも我々の調整が済めば、本格的な誓約として世界で3例目ということになります。

この性格なのですけれども、先ほど申し上げたような、生命・身体に及ぼすリスクから消費者を保護することを目的とした自主的な取組ということになって、特定の法律に基づくスキームではないのですけれども、オンラインマーケットプレイスの方が、安全な製品の流通ということを目的に協力していただくというような官民協働の仕組みであるということでございます。現在、お声がけしているところは、BtoCに加えてCtoCの両方と調整をしているというような状況でございます。

3ページは背景でございます。市場規模でございますので、これについては割愛させていただきます。では、どのような内容で調整しているのかというのが次の4ページでございます。

具体的に一番大きいところといたしましては、3ポツでございますけれども、規制当局、安全基準を所管しているところから出品削除要請を受けてから2営業日以内に、リコール製品あるいは安全ではない製品の出品を削除するというような取組でございます。

それから、内部管理体制の構築、あるいは消費者の通知できる手段の提供といったことが掲げられておまして、これは世界標準的に見ても、オーストラリア、それから、EUの例を見ても遜色ないものになっていると認識しております。

今後でございますけれども、調整が整いますれば、今月末にかけて、大体調整は済んでおりますので、そちらのほうでまとまったということをもって署名していただくような方向で、現在、調整しているというところでございます。

月末に向けた情報の事前提供ということになりますけれども、以上のように御報告申し上げます。

以上でございます。

○依田議長

どうもありがとうございました。

それでは、ただいまの御説明につきまして、質問や御意見のある方は、また挙手でお知らせください。

それでは、NACSお願いいたします。

○公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

ありがとうございます。この取組、大変応援したい取組です。私は、金融の分野では、顧客本位の業務運営の原則を、金融事業者が自ら採択をして宣言するというような形になっており、具体的な取組を自分たちで自主的に発表しておられ、かなり効果も出てきていると私は評価しておりますが、そこで重要なのは、各社の取組、各社が頑張るだけでなく、消費者庁のほうでホームページなどで公表して、こうした取組を広く皆様に消費者が認知できるようにすることが大事かと思っております。

採択をして宣言されたDPF事業者においては、自社のホームページで、採択して宣言をしているということが消費者に認知ができるような、そんな仕組みができると、なおさらよいのではないかといます。御検討いただけたらと思います。

以上です。

○依田議長

ありがとうございます。どうぞ、安全課のほうからリプライがありましたらお願いします。

○消費者安全課長

1ページでございますけれども、署名がなされた際には、可及的速やかに、詳細、参加する事業者名を公表するため、ホームページの構築をしたいと考えてございます。

そのほか、どのようなプロモーションが可能なのかについては、参加するオンラインマ

ーケットプレイスと相談しながらということになりますが、差し向きは、まずウェブサイトでの公表を想定しているということでございます。

○依田議長

ありがとうございました。それでは、日本弁護士連合会お願いします。

○日本弁護士連合会

ありがとうございます。こちらの取組は、特に2ページにあるように、CtoCもカバーできるという点で非常によいと思います。他方で、製品安全に限っているという意味では、この法律の範囲よりは若干狭いわけですが、これに基づいてお願いする際に、先ほどもJOMCのほうからありましたが、何に基づいてお願いされているのかというのが分からないと対応しづらいというのがあって、それは確かにそうだろうなと思いますので、消費者庁とか経産省のほうから、危ないものがあるからとか、不適切なものがあるからというようにお願いする際に、この法律に基づいてなのか、こちらの声明に基づいてなのか、そこまでいかなないけれども、任意で情報提供なのか、それは明確にして事業者のほうにお伝えいただいたほうが事業者のほうも対応しやすいと思います。そこはいろいろなのが出てくると余計混乱しかねないので、行政庁のほうも工夫していただければと思います。

以上です。

○依田議長

ありがとうございます。何人かから御意見を伺ってと思いますので、全国消費生活相談員協会お願いします。

○公益社団法人全国消費生活相談員協会

非常によい安全誓約の内容を取り組んでいただければと思います。消費者庁のウェブサイト公表ということですが、消費者が、そのウェブサイトを見た上で、自分がどのDPFを使うかということが選択ができるようにするのがよろしいのかなとは思いますが、さらにマークか何かをつくって、誓約をしたDPFに貼ってもらうとか、そういうことをすると分かりやすいのかなと思いました。

今、海外からの輸入品を非常に簡単に入手できる状況で、そうした場合に、何かトラブルがあったときに連絡がつかないとか、それから、子供のおもちゃの安全性が低い輸入品というものもあります。子供のおもちゃの場合、最近では雑貨というようなものをおもちゃとして使用させるということで、磁石の問題もありました。そのような安全性が非常に広い範囲で求められ、おもちゃとかだけではないものになってきますので、ぜひこのような形で安全を担保していただくということが大変重要だと思いますので、ぜひ進めていただければと思います。

以上です。

○依田議長

ありがとうございます。ほかの皆様、いかがでございましょうか。それでは、ここまで安全課のほうでまたリプライをお願いいたします。

○消費者安全課長

日弁連、それから、全相協から根拠というお話も伺いました。御指摘のとおり、担当省庁向けの手引を作成しまして、根拠なく削除要請をするということは避けたいと考えております。具体的には、何法の何に違反している、安全基準、あるいはリコールを出しているといったような明示的な根拠を持って削除要請するということを想定しているということでございます。

その関係で、全相協からの御質問があった、例えば、おもちゃの話になってくるのでございますけれども、分かりやすい例で言えば、依田先生も経産省のほうで御議論いただいているSTマークといったものがあるというものであれば、STマークを貼っていないというのであれば、将来的にも無条件でこれは削除できるというようなこととなります。ここは、この誓約の議論と、それから、そういった明確な基準を持っていくものを広げていくというものの議論と、やはり両輪で進めていかなければならないと思っております。我々としては、先ほど言った雑貨というものについて、どこまでいけるのか、雑貨なのか子供が使うことを想定しているものなのか、どこまでそれが、今、強制規格とするかどうか議論もしておりますけれども、その辺の議論を組み合わせていながら、実効性のあるような削除要請にしていきたいと考えてございます。

それで、あとは、この枠組みのプロモーションとしてマークといったものもございまして、そちらにつきまして、この認知も踏まえて、KPIとかも踏まえながら、御指摘も踏まえて考えさせていただきたいと思っております。今後の話として御指摘は受け止めさせていただきたいということです。ありがとうございました。

○依田議長

いかがでございましてでしょうか。時間的には、もう一方、二方向行けますが、どなたか御発言はございませんか。ただいま安全課長がおっしゃったように、経産省のほうの安全4法のほうの議論も進んでおりまして、業界が自発的にきっちりやってきた規格というのが、オンラインでなかなか収まらないところも出てきた中において、事前規制というのを見直していかないといけない部分もある中で、特に難しいのはCtoCの取引であります。CtoCの売り手のCを事業者とみなすことができず、会社法や特商法のほうで及ばないところもございまして。それが隠れBであるならば、隠れBの摘発に進めていくべきではございますが、その曖昧なグレーゾーンもございまして。今回の製品安全誓約が新しい1つの取

組になっていくところでもございますので、官民力を合わせて、一生懸命こういうところで対応していければと思っております。

一方、手が挙がりました。長田様、どうぞ。

○情報通信消費者ネットワーク

先ほどからの御提案がありますけれども、マークのような何か統一のものをきちんと決めて、それがそれぞれのホームページのところにマークがつくというのが、消費者は、それがトップページにあるということが1番目につくと思いますので、消費者庁のホームページをいつも欠かさずチェックをしている消費者はそんなにはないと思いますので、やはり自分が利用しようと思ったときに、このマークが目につく、このマークは何だろうというところから、ほかのサイトもチェックをしていくという動きにつながるかなと思いますので、ぜひ考えていただきたいと思ひますし、そういうマークをつけた段階で、いろいろなキャンペーンもやっていきやすくなるのではないかと思いますので、御検討いただければと思います。

○依田議長

ありがとうございました。最後に安全課のほうで何か御発言はございますか。

○消費者安全課長

月末ぐらいには、このような取組をしていただけるような事業者、それから、これに賛同していただける、まず最初の船に乗っていただけるような関係省庁も明らかにできると思います。このような方たちと我々と、今日の方々、今日の議論も踏まえて、いろいろ相談して、よい制度にしていくということでございますので、今日いただいたことも、その執行に向けての宿題とさせていただきます。ありがとうございます。

○依田議長

どうもありがとうございました。それでは、事務局あるいは御参加されている皆様、今日を通して、議題全てを含めて、あるいは関連することについて、何か御発言等はございませんでしょうか。

今日も第3回官民協議会になりますが、非常に活発に多様な御意見を伺いました。こういった官民協議会を進めて、いわゆる1つの共同規制的なやり方で進めていくのは、コミュニケーションの活発化において機能しているなど、私としてもうれしく思っております。どんどん技術のほうが進んでいって、今、話題のChatGPT、生成AIがよい方向に働くこともありますが、消費者問題については人間同等の言語能力を人工知能のほうで獲得することを通じて、不気味の谷を越えて、また新しい消費問題を起こすこともありえますので、また、我々としても、次から次に起こってくる、新しい技術によって起こってくる消

費者問題に対しては、柔軟に速やかに対応していきたいと思っております。

いかがでしょうか。皆様のほうの御発言。これでいいでしょうか。

それでは、最後に事務局のほうから連絡をお願いいたします。

○事務局

本日も御参加くださった皆様、それから、御発表くださった皆様、ありがとうございました。次回の官民協議会ですけれども、これは年に2回程度となっておりますので、今のところ本年秋頃の開催を想定しております。また具体的なところというのは、9月頃をめぐりに御連絡を差し上げたいと思います。本日も重ねてありがとうございました。

○依田議長

それでは、本日もお忙しいところを御参加いただき、また、活発な御議論をいただき誠にありがとうございました。頂戴した御意見は、今後の消費者政策に反映させていただきます。では、これで終了させていただきます。