

消費者が安心・安全に利用できる 健全なEC市場の発展に向けて

～事業者・行政等との連携のご紹介～

(公社) 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 (NACS)



NACSとは

- 消費生活専門資格の保有者によって構成する消費者団体
- 1988年に「消費者の利益の増進」のために「消費者と事業者・行政との架け橋」となることを旗印に掲げて創設
- 約2000人の会員は、企業勤務者、行政の相談員、行政職員や教職員など多彩な人材
- 創設以来、消費者相談室がなんでも110番や週末電話相談を実施し、消費者の声を分析して行政や事業者等に提言
- 消費者の安全のための標準化リーダーや高齢者のデジタル・リテラシー向上をサポートするICTリーダーの育成に取り組んでいる。

最初に～ECモールの特徴

■消費者にとって

自宅にいながら多くの商品を比較検討でき、24時間いつでも買い物ができる
→ 便利で、生活に欠かせない

市場の成長は続く

その一方で、
実物に触れることができない（サイトの表示を信じるしかない）
モールの運営者や出店者の顔が見えないため、責任の所在が分かりにくい
（面倒で泣き寝入り？）

■出店者にとって

出店のコストが小さく、小資本でも出店できる → 起業支援

その一方で、
未熟な事業者や悪質な事業者が入り込みやすい
出店者数が多く、モール運営者の審査が追いつかない？

消費者トラブルが発生しやすい

消費者が安全・安心に利用できる 健全なEC市場の形成と発展に向けて

■それぞれの主体に期待される役割

出店者

- 安全な商品・サービスの提供
- 「知る」「選ぶ」権利に応える表示
- ガイドラインなども含めた法令遵守

DPF事業者

- 出店者への適切な表示の指導と消費者への啓発
- 危険な商品・サービスや悪質な出店者の排除
- トラブル解決支援

消費者

- 安全性の高い商品サービスの選択
- 正しい知識に基づく使用
- トラブル時の適切な対処

行政

- 安全基準の整備
- 表示のルール作り
- 悪質な事業者を市場から駆逐し、健全な市場形成を促すための政策推進
- 消費者啓発

消費者団体

- 消費者に対し、安全・安心な利用のための情報提供や啓発
- 事業者や行政の取組みを理解し、わかりやすく消費者に伝え、消費者の賢い選択をサポート
- 市場で起きていることを察知し、行政等と連携し適切なルールづくりを支援

1. 安全・安心に利用するための 消費者教育や啓発

事例 1

大学・高校教員やDFP事業者と連携して取り組んでいる若年成人への教材開発やフォーラム

- 2022年より、DFP事業者に支援いただき、Z世代と呼ばれる大学生を巻き込み、インターネット取引上の諸問題を自分事として考えてもらい、提言してもらう取り組みを進めている

■ 2022年 eBook教材「スマート通販学」を開発（2022年2月）

■ 2023年～ NACSフォーラム「大学生と考える消費者問題」開催

第1回（2023年2月）「美容医療」と「投資トラブル」
コーディネーター：坂東俊矢教授（京都産業大学）

第2回（2023年12月）「インターネット上の通販広告」
コーディネーター：坂東俊矢教授（京都産業大学）
池垣陽子教諭（埼玉県立蓮田松蔭高校）

第3回（2024年12月14日予定）「SNSをきっかけとした消費者問題を考える」

コーディネーター：カライスコス・アントニオス教授（龍谷大）



1. 安全・安心に利用するための 消費者教育や啓発

事例 2 高齢消費者向けの疑似体験サイトを開発

- 高齢者の中には「ネットショッピングは怖いもの」と思い利用を控える人も多くいる。そこで、ネットショッピングは、正しく利用すればたいへん便利なものであることを学ぶ疑似体験サイトをDFP事業者の助成により開発
- 行政の相談員でもあるNACS会員（ICTリーダー）が開発に携わった



https://nacs.or.jp/shopping_simulate/



<https://nacs.or.jp/teaching-materials/book12/>

2. 事業者や行政の取組みを消費者に知らせる

事例3 広報誌等を使った消費者への情報提供

- EC市場における製品の安全性を確保するための行政の取り組みや、DFP事業者の製品安全パトロール等の取り組みをヒアリングして、消費者にわかりやすく情報提供

<広報誌「NACS news」の特集の一例>

2023年秋号「製品安全」を特集

巻頭ページ 製品安全に向けた消費者庁の取組み（消費者庁）

見開きインタビュー 日立の製品安全

（日立グローバルライフソリューションズ）

2024年秋号「製品安全～インターネット取引」を特集

巻頭ページ インターネット取引の拡大への対応（経済産業省）

見開きインタビュー 取引DFPにおける製品安全に向けた取組

（アマゾンジャパン合同会社）



2024年秋号

2. 事業者や行政の取組みを消費者に知らせる

事例4 他団体と連携してシンポジウムを開催

- 電気安全環境研究所や日本工シカル推進協議会等と連携して、年に2回（5月と11月）シンポジウムを開催
- 参加者は事業者の職員、消費者団体や環境団体のメンバー

2023年秋 日本版「製品安全誓約」について考える
消費者庁とDPF事業者が登壇

2024年11月27日 消費生活用製品安全法の改正を受けて
経済産業省、製品安全協会、DPF事業者団体の代表が登壇

『安全とSDGs分科会』2023年度・秋季シンポジウム

参加費 無料

日本版「製品安全誓約」について考える

～持続可能な社会の実現のために～

一般社団法人 日本経済団体連合会が発行されている「企業行動憲章 実行の手引き」の中で、「安全は、持続可能な経済成長の前提条件」であると記されています。グローバルな潮流の中で、日本における安全神話は維持できるのか、事業者側の安全に対する取組強化とともに、消費者側の意識向上も重要です。

本年6月には、日本版「製品安全誓約」が始まりました。今回のシンポジウムでは、消費者庁消費者安全課及びオンラインマーケットプレイス協議会（OAM）にも参加いたしました。日本版「製品安全誓約」の概要、各社における取組事例のご紹介と共に、パネルディスカッションでは、オンラインマーケットでの製品安全確保における課題や消費者・事業者（製造・輸入・流通・販売）への影響等について考えます。

～プログラム～

1. 講演①: 日本版「製品安全誓約」とは？ (消費者庁消費者安全課)	地方創生 SDGs 官 民 連 携 プラットフォーム
2. 講演②: オンラインマーケットプレイス各社の取組紹介 (アマゾンジャパン合同会社、eBay Japan 合同会社、auコマース&ライフ株式会社、LINEヤフー株式会社、楽天グループ株式会社)	
3. パネルディスカッション: インターネット取引における製品の安全確保について (auコマース&ライフ株式会社、楽天グループ株式会社、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 モデレーター: 電気安全環境研究所)	

日本版「製品安全誓約」は、「リコール製品や安全でない製品がもたらす『生命・身体に及ぼすリスクから消費者をこれまで以上に保護すること』を目的として、消費者庁、経済産業省、経済産業省及び国土交通省といたって消費者向け製品の関係者庁とオンラインマーケットプレイスの運営事業者との協働により決定されたものです。

現在、この誓約には、主要なオンラインマーケットプレイス運営事業者7社が署名し、各社において、「リコール製品や安全基準等を定める法令に違反した製品の出品を削除する取組、②消費者からリコール製品や安全基準等を定める法令に違反した製品の出品が確認された場合の取組、③さらに、こうした取組を実施するための内部管理体制の構築・維持などが行われています。

【日時】 2023年11月24日(金)
14:00～16:00 (13:50 入室開始)

【場所】 ZOOMオンラインウェビナー

【定員】 300名(定員に限り次第で閉鎖いたします。)

【申込】 右の二次元コードから参加登録をお願いします。



<https://jul2web.zoom.us/join?pwd=JWVlR0ZlTGZlbnRkA-SjVWLTQ>

●お問い合わせ●
TEL 03-3466-5162
JET(電気安全環境研究所)
担当: 桑原(くわはら)

主催: 地方創生SDGs推進機構プラットフォーム、「安全とSDGs分科会」
協力: 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(NACS)
一般社団法人 日本消費生活アドバイザー・協議会(JA)
一般社団法人 日本サステナブルな流通(SUS)
一般社団法人 民間事業者連合会(COF)
一般社団法人 電気安全環境研究所(JET)

2. 事業者や行政の取組みを消費者に知らせる

事例5 行政の取組を知り、周囲の消費者に知らせる

- 9月25日に消費者庁 落合室長による「取引DPF消費者保護法の学習会」を開催、全国のNACS会員約80人が参加、取引DPF消費者保護法の立法趣旨や消費者庁の取組について理解を深め、地域や職場での消費者啓発に活かしている。

<参加者の声より>

第5条3号が重要との指摘に大きく同感、消費者意識調査の結果にもリンクしている。一方で、取引の「場」の提供に過ぎないとする一部の市場では、利用規約の変更が分かり難く、取引拒絶の理由が示されないなど、取引の透明性や公正性について懸念を感じる相談をうけることもある。消費者からの申出制度が果たして機能しているのか、例えばセンターからの情報提供はしっかり検討していただいているか、疑問が残る。ベストプラクティスを目指す共同規制である以上、そこに実効性をもたらすモニタリングレビューの声を挙げやすい仕組み作り構築をお願いしたい。そのためにも、NACS会員でいる価値があると思う。

3. 利用者保護拡充に向けた取組み（最近の一例）

事例6 金属アレルギー問題について、医療機関等と連携

- ネックレスやピアス、時計等身につける金属製品に含まれる成分によりアレルギーを発症。ピアスで耳がただれる等の皮膚トラブルが増加中。特に、ECモールで扱われている安価なアクセサリーに多い。
- 「金属アレルギー対応」「医療用ステンレス」「NOアレルギー」などと表示する商品は多いが**根拠は不明（日本の装飾品にはEUなどのニッケル規制の基準がない）**。

↓
徳島大学病院
×
鳴門教育大学
×
NACS

日本はアレルギー患者さんが多い!?
日本では約60%の人がアレルギー性鼻炎や湿疹、アトピー性皮膚炎など、何らかのアレルギーに罹っていると厚生労働省は報告しています。

最近では、ピアスを使用して耳が赤く腫れる、あるいはただれるといった、皮膚のトラブルをおこしてしまう人が増えています。

ピアスホールに膿が溜まり腫れたりして治っていない状態で、ピアスをつけると金属が溶け出して体内に入り、金属アレルギーをおこす場合があります。金属アレルギーを治すには、皮膚の表面がきれいに治った状態で、溶け出しにくい素材を使ったピアスを選ぶことが大切です。

症状がひどくなると、日常生活は非常に不便です。治療が必要になると、お金も時間もかかります。

金属アレルギーを引きおこさないこと、生涯にわたってアクセサリーや時計などの装飾品を問題なく使用できることが私たちの願いです。

金属アレルギーについて知っておくこと
アクセサリーをいつまでも楽しむために

徳島大学病院科用金属アレルギー部門
徳島大学病院皮膚科
鳴門教育大学消費者教育推進プロジェクト
公社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



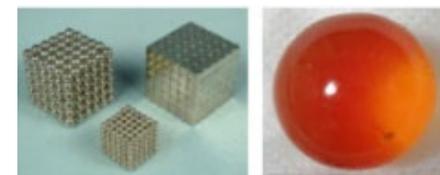
徳島大学病院 高次歯科診療部
歯科用金属アレルギー部門HP

日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会(NACS)はこの活動に協力しています

NACSからの提言の一例

(例) 消費生活用製品安全法改正における「子供用特定製品」に関する論議

- マグネットセットや水で膨らむボールのように事故が起こってから規制対象にするのではなく、諸外国同様に事前規制の対象とすることが、国内の製品安全の確保に向けた実効性を高める観点から重要ではないか。



- 対象製品等については、国内外の事故の実態や諸外国における規制の動向等を踏まえ策定し、その対象も含めて機動的に見直すことが必要ではないか。
- 海外事業者や取引DPF事業者への内容の周知はもちろんのこと、個人間や中古品の取引もあるので、消費者への十分な注意喚起が必要ではないか。
- PSマークが消費者に広く認知されているとは言い難い状況に鑑み、製品の安全性が十分に確保され、契約自由の原則の下で消費者が適切に判断できるよう、各制度の周知に努めることが必要ではないか。

最後に

私たち消費者団体は、消費者の安全・安心な取引の確保のために、消費者啓発・教育にとどまらず、行政や事業者の取り組みを一般消費者に分かりやすく伝える役割や、消費者の声を集めて届けるリエゾンの役割を、今後も担ってまいります。

しかし、消費者が安全・安心に利用できる健全な市場の形成と発展のためには、消費者が賢くなるだけでは足りません。デジタル化の中では誰もが合理的な判断ができるとは限らないということが大前提に、まっとうな事業者の皆さまには、ビジネスのあり方の見直しを絶えず行い、改善に努めていただくことや、事業者同士で連携して、消費者の信頼を得られるような自主的な取り組みとともにプリンシプルの形成・実践に努めていただくことを希望します。また、消費者庁をはじめとする行政には、悪質な事業者の市場からの締め出しにとどまらず、消費者トラブルの実態を踏まえ、特定商取引法等の法令の見直しに積極的に取りくんでいただくことを強く希望します。