

## 徳島県持続可能な社会を目指した「国際連携ネットワーク設立及び第1回会合」会議録

- I 日 時：令和2年2月21日(金)午後1時30分から午後3時30分まで
- II 場 所：徳島グランヴィリオホテル
- III 委 員：（16名中13名出席）  
中原秀樹会長、加渡いづみ副会長、西村隆男委員、坂本有芳委員、  
カライスコス アントニオス委員、井上直己委員、坂倉忠夫委員、柿野成美委員、  
佐野勝代委員、林田雅秀委員、三好圭委員、三好誠治委員、小林秀弥委員
- IV 次 第：  
1 挨拶  
2 趣旨説明  
3 会長・副会長の選任について  
4 消費者庁新未来創造戦略本部について  
5 G20消費者政策国際会合について  
6 意見交換  
① これからの消費者行政・消費者教育への期待について  
② 国際消費者フォーラム（仮称）のテーマについて
- V 配付資料等：  
1 次第  
2 座席表  
3 出席者一覧  
4 【資料1】徳島県持続可能な社会を目指した国際連携ネットワーク設置要綱  
5 【資料2】消費者庁新未来創造戦略本部について  
6 【資料3】「G20消費者政策国際会合」開催記録  
7 【資料4】中原委員総評  
8 【資料5】西村委員総評  
※各委員による【説明資料1～8】は委員にのみ配布

## VI 会議録

### 【事務局】

定刻が参りました。ただ今から徳島県持続可能な社会を目指した国際連携ネットワークの設立及び第1回会合を開催いたします。私、本日の司会を務めさせていただきます、徳島県消費生活創造室の犬伏でございます。よろしくお願いいたします。

本日の会議の内容につきましては、後日、県のホームページ等で公開をさせていただきますので、写真・動画の撮影につきまして、あらかじめご了承くださいませようよろしくお願いいたします。それでは開会に際しまして、後藤田副知事から皆様にご挨拶を申し上げます。

### 【後藤田副知事】

副知事の後藤田でございます。本来ですと飯泉知事がこちらに参りまして、ご挨拶を申し上げるところでございますが、あいにく急な東京出張が入りまして、私が代わりに参った次第でございます。それで私の方から一言ご挨拶を申し上げたいと思います。

本日、徳島県持続可能な社会を目指した国際連携ネットワーク会議の設立会を開催しましたところ、皆様方には大変お忙しい中にも関わらず、ご参加いただきまして本当にありがとうございます。

また、皆様方には平素より本県の消費者行政・消費者教育の取組に対しまして、格別のご理解とご協力を賜っておりますところ、この場をお借りして厚くお礼申し上げます。本当にありがとうございます。

さて、昨年は我が国の消費者行政の推進に対しまして、2つの大きな出来事があったと思っています。

1つ目でございますが、消費者庁の新未来創造戦略本部の徳島での開設が決定されたこと。

平成29年7月から本県を実証フィールドといたしまして、若年者向けの消費者教育でありますとか、エシカル消費の普及といった10を超える先進的なプロジェクトを、消費者庁と共に進めてきたわけですが、その成果が国に認められまして、消費者庁の本庁機能を担う恒常的な拠点として、消費者庁新未来創造戦略本部が開設されるわけでございます。この戦略本部と共に、県といたしましても、今後、一生懸命取り組んで参りたいと思っております。この度の戦略本部が徳島で設置されるということにつきましては、国の政策創造の場が霞が関から地方へという流れの始まりではないかというふうに思っております、大変意義深いことだと感じているところでございます。

2点目につきましては、G20 消費者政策国際会合の開催でございます。G20 のサイドイベントといたしまして、昨年の9月に消費者庁と本県の共同により開催しましたが、38の国と地域そして国際機関の方々に、ここ徳島に集まっていただきまして、デジタル化の急速な進展に伴う新たな消費者問題への対処でありますとか、SDGs の推進について、様々な議論を行っていただいたところでございます。

こうした中、県といたしましても皆様方の知見を得まして、今後、本県に開設されます戦略本部と共に、緊密な連携により、消費者政策の推進に努めて参りたいと思っております。

この秋には消費者庁と連携した国際会議を開催することとしておりますが、この本日の国際連携ネットワークの皆様方に議論をいただきまして、その議論を海外の専門家の方々を交えた中でさらに深めていきまして、国内外に大きく発信して行きたいと考えているところでございます。

どうか皆様方には、今回の会議設立の趣旨にご賛同賜りまして、持続可能な社会の実現に向けて消費者行政・消費者教育の分野からしっかりと実現できますように、本日そして今後の会議において様々なご意見やご提言を賜りますようお願いを申し上げます、私からの挨拶とさせていただきます。本日はどうもありがとうございます。

## 【事務局】

ありがとうございました。それでは、お手元の次第に従って進めさせていただきます。

まず次第2、趣旨説明でございます。事務局から本ネットワークの設置要綱について、ご説明をさせていただきます、皆様にお認めいただくことをもちまして、本ネットワークの設立日とさせていただきますと存じます。また、併せまして構成員の皆様におかれましても、ご承諾いただけた日とさせていただきますのでどうぞよろしくお願いいたします。

それでは、趣旨説明をさせていただきますと存じます。設置要綱（案）でございます。お手元の資料1をご覧ください。見開きを開いていただきますと、左側に設立理由を記載してございます。概要について説明をさせていただきますと存じます。

3段目をご覧ください。地球規模で発生をしている環境問題等を解決し、持続可能な社会を目指していくためには、消費者行政・消費者教育の推進が大きな役割を果たすことが求められております。

昨年9月のG20 消費者政策国際会合におきましても、世界全体で課題の解決に取り組むことの重要性が、参加者共通の思いとして認識をされました。来年度は、いよいよ消費者庁の新たな未来に向けた消費者行政の拠点であります新未来創造戦略本部が、ここ徳島県に開設されます。戦略本部で行われる業務が、大きな成果を生み出し、日本全体の消費者行政・消費者教育の向上につながるよう、更には、世界に先駆けた持続可能な社会の実現に貢献できるよう、この国際連携ネットワークを設立させていただくものです。

見開き右ページを御覧ください。当ネットワークの設置要綱（案）でございます。第1条は趣旨及び設置について記載してございます。

徳島県は、「消費者庁新未来創造戦略本部」での新たな消費者政策の展開を支援するとともに、「G20消費者政策国際会合」の開催で培った協力関係を継承し、本県の消費者政策を国際的で持続可能な視点を踏まえた先進的なものに進化させるため、このネットワークを設置いたします。

第2条は役割について定めてございます。

- (1) は、国際連携に向けた手法、実践事例等の紹介・協力に関する事。
- (2) は、新たな消費者問題の情報提供及びその対応に関する事。
- (3) は、SDGsの実現を目指した取組の推進に関する事。
- (4) は、徳島県が行う国際会議、各種情報発信への協力に関する事。
- (5) はその他であります。

また、第3条、第4条は、組織と役員に関する事項でございます。構成員の皆様は、別表1のとおりとなっております。恐縮でございますが時間の関係上、構成員の皆様のご紹介は省略をさせていただきたいと存じます。

後ほど、次第6の際に、自己紹介を兼ねてご発言をしていただきたいと思いますと思っておりますので、どうぞよろしくお願いをいたします。

第4条第2項に規定させていただいておりますが、会長につきましては、次第3の際に、皆様の互選によりご選任していただきたいと思いますと存じます。

副会長は、同条第3項により、会長にご指名いただきたいと思いますと考えております。

続きまして、第5条は会議の開催について定めております。以下、第6条が部会の設置について、第7条が事務局の場所、第8条がその他となっております。それぞれご覧のとおり、案を作成いたしております。

要綱(案)につきまして、ご不明な点等はございますでしょうか。ご不明な点がございませんでしたら、この要綱(案)を成案とさせていただきたいと考えております。よろしいでしょうか。

(異議なしの声)

ありがとうございます。それでは設置要綱につきましては、本日成立とさせていただきたいと存じます。

続きまして次第3の会長・副会長の選任についてです。先程ご説明させていただいたとおり、会長は、構成員の皆様のご互選となっております。皆様の中からどなたか自薦・他薦をいただきたいと思います存じますが、いかがでしょうか。

佐野会長お願いいたします。

#### 【佐野委員】

佐野でございます。

中原委員は、持続可能な消費をご専門に、これまで消費者市民と共に、歩んで来られました。また国際的にも、消費者教育に大変貢献されている方でございます。会長をお願いしたく存じますが、皆様方いかがでございますでしょうか。

(拍手)

#### 【事務局】

中原委員のご推薦でございました。中原委員、会長をお引き受けいただけますでしょうか。

#### 【中原委員】

はい、それではよろしくお願いたします。

#### 【事務局】

ありがとうございます。よろしくお願いたします。中原会長、会長席にご移動をお願いいたします。

早速ではございますが、それではまず中原会長よりご挨拶をいただきたいと存じます、どうぞよろしくお願いいたします。

#### 【中原会長】

はい、中原です。よろしくお願いいたします。

私の専門は先ほど佐野委員からありましたように、持続可能な消費と消費者教育という分野です。現在、地球環境戦略研究機関（IGES）という機関で、持続可能な消費と生産領域のシニアフェローとして、ボランティアで日本エシカル推進協議会の会長をしていますので、徳島県とのご縁もあるのだらうと思います。皆様よろしくお願いいたします。

#### 【事務局】

ありがとうございました。

続きまして、副会長の選任に移りたいと考えております。設置要綱第4条第3項に規定のとおり、会長の指名により選任をしていただきたいと存じます。副会長の指名を含め、以降の進行につきましては、中原会長にお願いしたいと存じます。どうぞよろしくお願いいたします。

#### 【中原会長】

はい、それでは私の方からですね、副会長の指名をさせていただきます。

徳島県の消費生活審議会会長、そして徳島県の消費生活の重要な事項を審議され、また全国でSDGsの普及活動に取り組みられています、四国大学短期大学部教授の加渡委員に副会長をお願いしたいと思います。加渡委員、よろしいでしょうか。

#### 【加渡委員】

よろしくお願いいたします。

#### 【中原会長】

ありがとうございます。それでは、副会長席に移っていただければと思います。

それでは、加渡副会長からご挨拶をお願いしたいと思いますので、よろしくお願いいたします。

#### 【加渡副会長】

ただ今ご紹介いただきました、四国大学短期大学部の加渡いづみでございます。中原会長をお助けし、持続可能な未来の地図をこの徳島から描いて参りたいと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

#### 【中原会長】

はい、それでは、次第にありますように会を進めていきたいと思っております。

まず、次第4をご覧ください。消費者庁新未来創造戦略本部についての説明を、消費者行政新未来創造オフィスの林田参事官から説明をいただきたいと思っております。来年度に徳島県に開設が決定している戦略本部についての説明ということで、よろしくお願いいたします。

### 『消費者庁新未来創造戦略本部について』

#### 【林田参事官】

消費者庁の参事官の林田でございます。本日はよろしくお願いいたします。

資料の2をご説明したいと思いますけれども、後の議題と関係がございますので、ここでは冒頭2枚、2ページまでを説明させていただきたいと思っております。

まず1ページをご覧くださいと思います。徳島に今のオフィスができたのが、先ほど副知事からご紹介がありましたけれども、3年前の7月24日でございます。きっかけはご承知のとおり、国のまち・ひと・しごと創生本部による地方創生の一環としての中央省庁の地方移転の取組ということでもあります。

この1ページの上の枠にあるのが、4年前の9月の決定文書の、オフィスの部分の記述でございます。最初のポツにもございますけれども、実証に基づく政策の分析・研究機能をベースとした拠点ということが記されてございます。ポイントはここの実証、それから分析・研究というワードであります。東京でこれまで消費者庁が取り組んできた業務の中に、こういった実証・分析・研究を徳島で力を入れてやっていこうということでもあります。

続きましては3ポツにあるように、3年後を目途にこのオフィス活動を検証・見直しをしてやっていこうというふうな決定であります。

そしてこの1ページの下の部分、これが現オフィスの取組状況を簡単にまとめたものでございます。※印の枠のところにもございますけれども、私を始めとして、50名ほどがこのオフィスに所属しているところでもあります。人員は多様でございまして、消費者庁以外にもですね、四国を始めとする各県、あるいはこのフロアにもお越しの徳島県内の市や町、そして企業、それから大学からもご参画いただいているということもございます。

業務内容につきましては、モデルプロジェクト、基礎研究プロジェクト、大きく分けると、この2つがあるということでもあります。モデルプロジェクトのところにも書いてありますけれども、全国展開を見据えているという用紙がついているように、まず徳島県内で実証を唱えつつ進めているということでもございまして、最初のポツにもございますけれども、若者に関しても、教材「社会への扉」を用いた県内すべての高校等における消費者教育の実施というものを検証しているところでございます。

あるいは2番目のポツ、高齢者の消費者被害を防ぐために、介護士さんであるとか病院・警察などの見守りネットワークを構築する、これは昨年度徳島県内の全市町村で協議会が設置されたということで、これは全国の都道府県の中でも初めてということでもあります。

それから3ポツ、倫理的消費の普及、これはエシカル消費の普及といった取組でございまして、昨年末には県と共催で徳島においてエシカル甲子園というものを開催しております。

4ポツ、食ロスの削減、これは県内のモニター家庭に協力を得てですね、実験・実証を行っているということでもあります。

この他に下の方にもございますけれども、消費者志向経営の推進であるとかですね、公益通報者保護制度の普及といったものに取り組んでいるところでございます。これがモデルプロジェクト。

2番目のポツが基礎研究プロジェクトでございまして、これはまず行動経済学等を活用した消費者行動等の分析・調査ということでもございまして、これは徳島県内をフィールドにグループ分けした各モニターに関しまして、詳細な情報提供であるとか働きかけを行うということで、それが結果として消費行動へどういう、あるいは健康にどういう影響が出たかといったような研究でございまして。

3ポツの若者の消費者被害の心理的要因からの分析、これはアンケート調査を用いてですね、消費者被害者等へのヒアリングを行って、どのような心理的傾向のある若者が消費者被害に遭いやすいのかといったようなものをまとめております。これが1ポツ2ポツでございまして、3ポツは一行しか書いてございませぬけれども、働き方改革の拠点ということで、ペーパーレス化であるとかあるいは座席も固定ではなくフリーアドレスにするとか、あるいは東京との情報交換はテレビ会議を使って、あるいはテレワークをやっていくということで。まさに東京でも進めようとしているけれども、なかなか進んでないとは言い過ぎですけど、徳島ではもう実際しているということでもあります。

またその右の方にあります、独立行政法人国民生活センターでございまして、徳島オフィスにおいては、関西・中国・四国地域の対象者を中心として研修とかですね、あるいは徳島県の協力の下での、先鋭的な商品テストを実施しているということでもあります。

これらの活動については、昨年度、右下の枠にもございますけれども、検証見直しのところにもございます。①にあるそれぞれの整備状況、あるいは周りの消費者行政の進化などの実績を踏まえて検証見直しを行うということになっています。

この方針に従って、次の2ページをご覧いただきたいと思っております。まず、上の方の枠囲みでございまして、オフィスの活動・検証・見直しの結果ですね、昨年の6月に閣議決定されたのが、まち・ひと・しごとの基本方針。現在の組織である当オフィスの機能の充実と規模

の拡大を見据え、消費者行政の発展と創造のためにふさわしい機能と規模を備えた新たな恒常的な拠点を2020年度、発足をさせるということでございます。

この方針に従って、2ページ目の下の方左側でございます。2020年度夏を目途に、新たな恒常的な拠点として消費者庁新未来創造戦略本部を設置することになりました。戦略本部の機能としては5つ挙げております。

最初のポツはモデルプロジェクト、これはこれまでオフィスでやってきたプロジェクトをさらに全国展開、それを進めていく。あるいは新たに徳島を実証フィールドとするプロジェクト、こういったものの開始。

2番目のポツは消費者政策につながる研究をやっていこうということでもあります。

3ポツは新たな国際交流や国際協議の研究の拠点としてやっていこうということです。あとは4ポツは恒常的な拠点ですので、非常時の東京の消費者庁のバックアップ機能を果たしていこうということでもあります。最後に働き方改革は引き続きやっていくということでもあります。

右側の枠、規模等のところにもございますけれども、機能の充実や現行50名の体制を、人員の多様性を保ちつつ80名に拡充するとともに、今、私参事官が統括をしておりますけれども、審議官、私より一つ上のランクのものが徳島に常駐をして、統括をしていくということでもあります。以上が戦略本部の機能等についてです。

次ページ以降はまた次で説明したいと思っております。以上です。

## 『G20 消費者政策国際会合報告』

### 【中原会長】

はい、どうもありがとうございました。それでは引き続き、次第5のG20消費者政策国際会合についてですけれども、お手元の資料3をご覧ください。

昨年9月に徳島にて、消費者庁と徳島県が共催したG20消費者政策国際会合では、38の国、地域、国際機関が参加し、デジタル時代における新たな消費者政策の課題やSDGsの推進をテーマに、白熱した議論が交わされました。会合の様子を動画でまとめておりますのでご覧ください。

<動画放映>

### 【中原会長】

はい、ありがとうございました。

続いて、G20では6つのパネルセッションが行われましたけれども、その報告をしたいと思います。資料4をご覧ください。

■まずパネル1は『急速な技術革新への政策適応』ということでOECDから自動運転システムの事故責任は運転者にあるのか、それともシステムを開発した者にあるのか、という不透明な部分がこれから社会に影響を与えてくるのではないかという報告がありました。消費者政策をデジタル時代に合わせて議論しなければならない理由は、オンライン活動量の増加。新しい情報技術は慎重に見て、モニターしなければならない。その新しい情報技術の代表にIoTやAIがある。政策の根源は消費者を守らなければならないということ。つまり情報新技術と消費者保護である。OECDはこのG20のバックグランドレポートを作成しているという発表でした。

続いて「デジタル時代の機会を捉え情報技術の主導権を獲得」ということでEU委員会から報告がありました。デジタル時代にふさわしいヨーロッパの新目標は、①ブロック・チェーン、スーパーコンピューティング、データといった新世代技術の高い水準を確保し、そのための投資を行う。②人工知能の倫理的影響に関する法律の策定③新デジタルサービス法の制定、④共同サイバーユニットの構築⑤デジタル教育プランの開発を行う。・主導権に関わる取り組みは、特にAIとその関連製品の安全性、取引業者の責任、多くの業界特有の規則であるという内容でした。また、危険な製品を特定し、市場から撤去するための、大きなマーケットプレイスによる自主的な取組である製品安全誓約書について、Alibaba Group(アリエクスプレス)、Amazon、eBay、楽天France、C-Discount に対し自主的な取り組みを要求している。・ま

た EU 市場における製品の安全性の確保と効果的な製品リコールのために、28 の EU 各国の消費者当局を結ぶ CPC 消費者保護協力ネットワークを設立。CPC は、ソーシャルメディアとオンライン旅行サービスに関する活動の監視を始めたという発表がありました。

次はデンマーク。デジタル時代の消費者保護政策のための 3 つの戦略についての発表がありました。1 つはデジタル市場で広く使われる心理的手法としては、例えば、意識の操作と情報の小出しがあり、ドリップ・プライシングはその例である。これらに対して、行動洞察を用いてよりセクターに特化して分析を行うとともに新しい規制を検討している。そして一例として、サブスクリプション市場では消費者は漫然と契約を続けがちだが、注意を受ければ契約を終了する事例が多く、この分野での規制を検討しているとのこと。2 つ目は消費者のエンパワーメントのための消費者教育プログラムで、デジタル市場で体をしておかないといけないか、心理的な影響についても教えるようにしている。最後に非常に重要なのは、適切な専門能力と適切な法的枠組みを持つことであると発表をまとめました。

次は「デジタル・イノベーションによって市民を守り、問題を解決できる」とするエストニアは、世界で初めてデジタル ID カードを導入した国で今年で 16 年目。インターネットは今日のエストニアでは社会的権利である。デジタル ID カードに付加価値が付いており、住宅の購入、離婚、結婚の 3 つを除いて次のことが可能になる。 ; ①オンライン ID カード②デジタル署名による契約③銀行送金④デジタル処方箋の発行⑤デジタル税務申告⑥デジタル投票⑦オンラインによる公共サービスの利用⑧国境を越えたデジタル・ビジネスへの参加によって EU 圏内でのビジネスができるとのことである。e-Estonia に代表されるようにエストニアは 16 年前からデジタル ID を導入し e-Residency という電子国民制度というを導入しているという報告がありました。

それに対して対照的なのが、ドイツの報告です。なんとドイツは情報技術のイノベーションの 1 番最後に法改正が全く追いついていないということですが、これをいうと日本の場合はどうなのでしょうかと疑問を抱かざるを得ません。政府が消費者をリスクから守るために必要な専門知識は何か。データ倫理委員会を作り、倫理、法律、消費者、データ保護の各分野から 16 名の専門家を集め、AI への対応などの問題を話し合っているとのこと。ドイツのデジタル技術に対する法的な取組について非常にすばらしい発表があったと思います。

■続いてパネル 2 『国際連携の強化』ということで議論が行われました。最初はアメリカの FTC 公正取引委員会にあたるどころですが、いわゆる E コマースについて、そして国境を越えた詐欺の増加、このために国際的な協力関係の強化が必要だと強調。アメリカでは海外不動産投資詐欺、オンラインと子どものプライバシー、ラトビア・台湾・米国にまたがるインターネット企業に対する多額の送金詐欺事件等が引き金に、US Safe Web Act の改正が 2012 年成立しました。また 3200 万人の登録者情報を流出させた出会い系サイトのアシュリー・マディソン事件、8700 万人のデータをフェイスブックから政治目的で勝手に使用し個人情報の倫理的問題を起こしたケンブリッジ・アナリティカ事件などを通して、2015 年に国連消費者保護ガイドラインの改正を提案。国境を越えた国際協力に関する第 88 項を加えるという形で消費者保護に対する国際連携の強調必要という報告が行われました。

次にイギリスでは業者が国境を越えて取引をしているだけでなく、消費者もまた購買活動を国境を越えてやっている。現在イギリスは EU からの離脱を決定したが、いくら離脱をしても、この EU 圏内におけるデジタル化の中では消費者保護ネットワークなどを通じて国際連携をしていかないと、デジタル化には対応できないということの報告でした。また国境を超えた国際協力として NGO 組織である国際消費者機構 CI を挙げており、国際協力においてマルチステークホルダーとの関係を重要視しているという発表が行われました。

次の報告を行ったノルウェーは EU に加盟していないが、その域内市場には参加しており、EU と同じ消費者保護法を持っている。ノルウェー消費者審議会、OECD、欧州消費者政策ネットワーク、国際消費者機構 (CI) と連携を取り、ノルウェー消費者庁 (NCA) は執行の面で、消費者保護及び執行のための国際ネットワーク (ICPEN) と EU 消費者保護協力ネットワーク (CPC) と共同で行っているとのことである。続いて民泊仲介サイト世界最大手の Airbnb と

NCA との戦いについて発表の多くの時間を割いた。7年がかりでノルウェー消費者庁が問題を解決をした。時代はどんどん動くけれども解決には大変な時間がかかったという、ある意味サクセスストーリー、成功例として発表されました。

■パネル3は、『デジタル時代における製品リコールの効果の向上』ということで、最初の発表はOECD。製品リコールの有効性の測定が必要という提案があった。OECD 製品安全作業部会では、新たなビジネスモデルの出現やリコールの増加に鑑み、行動洞察や新技術を活用した「リコールの効率性向上」プロジェクトを25年前に立ち上げ、製品安全に関する新たな理事会勧告、リコールの効率性に関するポリシーガイダンスの策定に取り組んでいる。製品リコールの効果を上げるために、製品のリコールに関する一般原則や国際協力そして教育と意識改革といった消費者製品の安全性に関するOECD理事会勧告を徹底する。そして製品回収のヒントとかりコール啓発キャンペーン、そして企業と消費者向けの教育の必要性という提案があった。

次のオーストラリアでは、リコールが2018年から2019年にかけて約15%増加する中で、約半数の世帯に、危険なリコール製品があると考えられ、1,170万人の国民が安全でない製品にさらされているという報告がありました。2019年には前年比15%のリコールが起きているが、リコールに関するデジタル技術として活用できるのは、トレーサビリティを活用するようなシステムの開発やリモート監視システムを開発して、リアルタイムでチェックし、さらにリアルタイムで消費者に警告するということが大事という報告でした。

次のEU委員会の発表では、「リコールのお知らせを見ても3分の1がまだ危険な製品を使い続けている」、「せっかく行政が警告を出しても、実は3分の2しか対応していない」というショッキングな発表がありました。EUでは、RAPEXシステム(Rapid Alert System for Non-Food Consumer Products)を構築し、製品リコールについて情報共有をしている。EUで初めてのリコール効果に関する消費者調査によると、リコール情報を知っても消費者の3分の2しか対応していない。危険な製品を使い続けている原因は、リスク伝達、行動可能性、価値観と消費者の行動を刺激する要因が絡み合っているという分析結果を報告。また社会的経済的に地位の低い消費者はリコールのプロセスにおいてより脆弱になるとの報告があった。

次のイギリスからはイギリスでは、PAS7100という製品リコールの実務指針を策定し、消費者や事業者へアドバイスを行い、デジタルツールも活用し、回収率の向上を図っているが、リコール回収率は15%程度にすぎない。また製品登録システムは、法律上義務化されていないため、特に中古製品の場合、製造業者がリコール対象製品の所有者にコンタクトするのは極めて困難である。政府として、産業戦略の観点も含め、デジタル時代における対応と課題について検討しているとのこと。AIを導入することで、SNSを分析することが可能になり、その結果実はイギリスの消費者というのはコストと性能を重視して、安全性については結構度外視しているということがわかったという調査報告が印象的でした。

次の日本の経済産業省からの発表では、重大製品事故がどんどん減る中でですね、輸入品の製品事故問題が約半数を占めているとの発表がありました。その解決が今後の大きな課題になってくるだろうとのこと。そのためには、電子商取引に関してのプラットフォームと、オンライン事業者との連携をきっちりしていかなければならないということです。プラットフォームのためには事業者との連携が重要だということです。これからこういう対応が必要だということになるとのことであった。

■パネル4は、『紛争解決と被害救済へのデジタル技術の活用』ということで、最初に韓国から報告があった。韓国ではオンライン・ショッピングが増加しており、取引の増加に伴い消費者問題も増加している。その結果、「電子商取引等における消費者の保護に関する法律」がつくられ、①商品の交換、返品、保証のための要件と手続き、②商品が破損した場合の対応および消費者と事業者との間の紛争の解決について消費者に情報開示することが義務。さらにインターネット通信販売業者は①商品名、住所、電話番号、②Eメールアドレス、インターネットドメイン名、ホスト・サーバー・コンピュータの場所を開示することになっているが、この法律を100%守っている会社はないという発表であった。

それに対して、うちの国は上手くいっているという報告がブラジルからあった。消費者に対する信頼と、企業の対話を重視する、2014年から consumidor というプラットフォームを立ち上げてですね、消費者紛争解決のプラットフォームが上手く機能していると。そしてその結果、企業の99.3%が苦情処理を行い、平均回答時間は6,7日で、消費者の評価は5段階の3.3という満足度評価を行っているという報告であった。

私が極めて共感したのは、次のポルトガルの発表。2017年 Electronic complaints book (電子苦情ブック) というデジタル・ツールが誕生しているが、このデジタル・ツールの元は25ページからなる苦情シートというもので、オフラインからオンラインへと、経済活動がオンラインになるにつれて移行したが、オフラインでの対応は継続している。このデジタルプロジェクトを完成させるために段階ごとに進め、フェーズ1は2017年7月から2018年7月で、電子苦情ブックをまず重要な公共サービスに対して行った。第2フェーズは2018年7月以降すべての経済セクターで実施。運輸、観光、建設、金融サービスなどすべてで、21の権限のある機関がプラットフォームにつながり20万の業者が登録されている。ポルトガルの場合殆どの企業が家族経営または中小企業である。だからデジタル・リテラシーがないという問題を克服しなければならなかった、発表を結んだ。

度肝を抜かれたのがその次のロシアの発表。2018年ロボット弁護士が立ち上がった。試験段階だが、85%の確率で正しい答えを挙げる事ができた。ロボット弁護士とデジタルポータルサイトを結び付けていく ODR のプラットフォームも含めて、そのほかの紛争解決のサービスについてもつなげていくことを検討している。こういうデジタル化に一步も二歩も進んだ報告があったが、社会的弱者が抱える問題にも対処できなければならない、高速で音声対応ができる視覚障害者への対応ができなければならない、そして消費者のニーズに応えていくには、2回クリックするだけで情報が得られるようにしたいという重要な課題もしっかりと抑えているという報告がありました。

■パネル5は『持続可能な開発目標いわゆるSDGsの達成における消費者行政担当部局の役割』ということで発表が行われた。最初の発表はUNCTADの発表で、まず消費者保護という観点では特に次の4つのゴールと関連性がある。①目標8：ディーセントジョブを創出し、持続可能な成長を促進する②目標10：すべての人々の繁栄を共有するには、不平等を減らし、国際経済ガバナンスを改善する必要がある。③目標12：持続可能な消費と生産パターンを確保する。④目標17：グローバル・パートナーシップの強化と活性化を挙げた。特に特に目標12はSDGsの持続可能な目標に密接に関係しているし、目標10は不平等をなくすという点で、この2つのゴールがデジタル時代の消費者保護と密接な関係があると強調した。そして消費者を保護するというのは、すべての人のために、公正で公平な、差別のない環境にすることであると発表を結んだ。

この後、消費者庁の発表でいわゆる消費者基本計画に基づく5か年計画、これがSDGsの関係の中でどうなっていたかという発表があった。また消費者志向経営の考え方を産業界に広めるため、sustainable management プラットフォームを作り、ACAP、HEIB 協議会、経団連などと密接に協力している。特に注力しているのは、最近の食品ロスの問題だという発表であった。

また私がすばらしい発表だと思ったのが、アルゼンチンの発表。SDGsの達成は横断的アプローチであり、各目標の達成は消費者保護機関にとって最優先事項でなければならない。目標12の持続可能な消費と生産の他に、貧困や気候変動の問題、教育そして女性の不平等を削減する問題に取り組んでいくことが必要。そしてSDGsを現実のものにするために、誰もがどのように手助けできるかということを広めるという情報発信が大切であり、消費者保護庁はSDGsを成功させるために地方自治体、他国との協力が必要。農業・環境・健康といった分野では特に協力が欠かせない、と強調。政府省庁間で協力することだけでは不十分で、消費者団体、企業、市民社会ともセクターを超えた協力が必要であるとした。発表のまとめとしてアルゼンチンは地球の価値を維持して廃棄物を最小限に減らす循環型経済を推進している。これまでフードロスや食品廃棄のことに注力してきたが、徹底したサーキュラーエコノミーを達成することによって全てのゴールが達成できる、発表を結んだ。

続いてスウェーデン消費者庁。政府からはSDGs達成のためのいくつかの任務を受けている。①教材を作成し、子供たちや教員に提供すること。②エコスマート消費というフォーラムの開催。③ハロー・コンシューマーという情報提供サイトから消費者ガイダンスを行う。④立法・規制の分野で大きな問題になっているのはグリーン・ウォッシュ。環境についての紛らわしい宣伝文句についてしっかり取り締まらなければならない、というものである。消費者はより持続可能な選択をする気はあるが、それが行動に反映されていないことがある。一番持続可能な選択をするうえで難しい分野が、①飛行機を移動手段に選ぶこと②パッケージ旅行③ホテルや別荘といったホリデーホームを持つこと④大量生産品でない職人が作ったものを買う⑤衣服や靴の選択といったことを挙げた。そして最後に持続可能な選択調査で分かったことは、スウェーデンの35歳から64歳の男性が最も非協力的で、65から75歳の女性が最も協力的だったと、発表をまとめた。

■最後のパネルセッションは『デジタル時代における脆弱な消費者の保護』。最初の報告はこれまで様々な報告で登場したコンシューマー・インターナショナル(CI)。「常に脆弱な消費者もいれば、時に脆弱になる消費者もいる」という言葉で発表を始めたCIは、インターネットで問題になっているのが、セキュリティ、プライバシー、透明度、脆弱性、環境負荷、という問題であるとした。特にSNSで直面する問題は①キャットフィッシュ(ネットスラングで「なりすまし」)②暗号通貨③クリックベイト詐欺(誘惑の不実表示で詐欺につながる)④現金獲得⑤会員制詐欺⑥クイズ詐欺⑦フェイクコンペ⑧サブスクリプショントラップ(不要になったサービスの代金の支払い)といった詐欺が横行すると指摘。またジェネレーションZ

(Gen z)とよばれる新世代の子供たちを狙ったおもちゃのネット販売を通して子供たちのプライバシーが脆弱になり、不健康な食品などを売り込む事態が起きている。地理的に離れた場所の消費者も同じ。さらに脆弱な消費者とジェンダーの問題をとりあげた。最後に、なぜ私が身長105cmのシネイド・バークさんの話を出したかということ、脆弱性とノーマライゼーションといった包括性がG20の中核的課題にした方がいいだろうという提案で発表を結んだ。健常者だけではなくて、非健常者との共同作業、これが必要だということである。

そういう中で違反をしてしまうととんでもないお金を支払うこととなりますよ、というサウジアラビア消費者庁の報告。Maroofイニシアティブを開始しており、登録された事業者にはMaroofのロゴを提供しており、消費者が登録事業者の格付けとコメントを書けるようになっていいる。また2019年10月から電子商取引に関する新しい法律が施行される。消費者の個人データを保護し、その秘匿性を維持する、利用規約を明確にする、配達料等の情報を含んだレシートを消費者に提供する、ソーシャルメディアを含む電子的な広告を規制する、返品は7日以内可能といったものが含まれる。この電子商取引法を違反すると罰金は100万リアル(2600万円)と大変な金額であるという報告があった。

そして「忙しくて頭の中がいっぱい」という言葉で始めたのがシンガポール消費者委員会。オンラインにおける脆弱性は、①高い教育を受けているが、オンラインでの購入を選択する機会の増加の割に時間的に貧しい、分かるんだけど忙しくて頭の中がいっぱいで、デジタルに対応できていない。②プライバシーに関する懸念の増大。③国境を越えたオンライン購入の増加に伴い、配送、返品、返金の問題について消費者が補償を求めることがより困難に。という報告があった。消費者委員会はアドボカシー活動を強化。特にオンライン旅行予約について、虚偽・誤解を招くクレームを用いた圧力販売、Drip Pricingおよび通貨換算手数料、取り消し線付きの価格設定など誤解を招くような価格設定などを取り挙げた。

次の発表のフィンランドのデジタル化はかなり進んでおり、子供は6~7歳でスマホを手に入れるという状況。ブロードバンドが超不可欠なサービスとしてますます普及し、社会福祉サービス、公共サービス、銀行およびクイックローン、予約、ショッピング、エンターテイメント、モバイル支払い、公共交通のチケット、駐車場などへのゲートウェイとして使用されている。このモバイルの権利やサービスが受けられない立場になると非常に脆弱な立場に追いやられてしまうことになるという。ノルウェーの法律や政策の設定は、消費者は弱い立場にあるという原則に則っている。未成年者、高齢者、虚弱者のような認識されたグループがあり、高いレベルの保護と特別な配慮が必要。そしてユニバーサル・サービスはITアクセスに対する唯一の解決策にはならない。デジタル化は大変便利なことだけ強調されているが、特に高齢者や

障がい者にとってみれば、あらゆる公共サービスが、いわゆるブロードバンドによって行われているが、権利もしくはサービスを受けられない立場になると、非常に脆弱な立場に高齢者や障がい者が追いやられてしまう。フィンランドの消費者庁は最も弱いものを保護するという視点を持った人たちが活動しているという、大変すばらしい表明をした。

そして「脆弱性 Vulnerability とはラテン語由来で、傷つきやすい、攻撃を受けやすいという意味である」と始めたのがイギリスの CMA（競争・市場庁消費者政策部）。CMA は 2018 年に脆弱性に関する大がかりな調査を実施。その結果、長期契約している人はより多くのコストを払い、脆弱な消費者や高齢者に影響をあたえている。脆弱性があるのは誰かという項目では、個人的要因には障がいの有無・年齢・収入そしてレジリエントな性格かどうかを取り上げた。また社会的要因では市場の複雑さ、圧力をかける特定市場、そして健康やメンタルヘルスに間がある場合意思決定は難しくなる。さらに脆弱性を意図するケースでは、契約書の文字が小さく長ったらしい文章とか、山のような情報を不えて混乱に陥れ結果的に脆弱にする手口を紹介した。実態調査では、市場の脆弱性として、エネルギー市場調査（前払いメーターの特定の脆弱なグループに対する価格制限）、ケア・ホーム市場調査、葬祭市場調査を実施した。消費者の脆弱性については、ケア・ホームの強制（不当な料金の払い戻し）やオンラインデートの強制、子供たちへのマーケティング、オンライン賭博について取り上げた。

そして最後の発表がインド消費者保護局。消費者の訴訟が多く、2016 年開始の苦情処理ポータル(consumerhelpline.gov.in)は、消費者が 24 時間 365 日利用可能なインドのフリーダイヤル 2 つを通じて苦情を登録できる。この苦情処理ポータルサイトは自分の得意な 24 の言葉に対応できるものになっているという。そして CONFONET という国内消費者フォーラムのコンピュータ化とコンピュータネットワークを開始している。消費者フォーラムをデジタル化し、消費者のための効率性、透明性、システム化、e-ガバナンスのための ICT ソリューション、苦情の登録、訴訟手続の記録、通知の交付、原因者の発生、判決の記録、記録の保存及び統計報告の作成等、NIC によってサポート・リクエストの監視システムが開発、実装されている。また新消費者保護法は、E コマースやダイレクト・セリングに対する賠償金額は地区委員会で 1 カロール（1000 万ルピー：1500 万円）、州委員会：10 カロール、全国委員会：10 カロール以上と金額が引き上げられ様々な事案を取り扱えるようになる、と発表をまとめた。

パネル 6 のまとめでは、特に脆弱になりやすい人について、子どもや高齢者の指摘があったが、所得や状況によって作られた脆弱性に関する指摘もあったという貧困の問題もあったと、そしてさらにコンシューマーインターナショナルが提案したノーマライゼーションなども共通認識を持つべきだろうということで、G20 のセッションの報告を終わりたいと思います。

それでは引き続きですね、先ほどのビデオにも出ていましたけれども西村委員がコーディネーターをされたセッションがございます。その説明をお願いいたします。

## 【西村委員】

それでは替わりまして、西村の方から報告させていただきます。

私は消費者教育推進会議の会長あるいは消費者教育学会の会長を務めてまいりまして、現在は文科省の消費者教育推進委員会の委員長を務めております。9月6日に、消費者教育をテーマにした徳島セッションと出ておりますけれども、今日も委員でお越しのカライスコス委員、それから知事、坂本委員、それから韓国消費者院で20年以上のベテランであります李李眞淑消費者情報経営課長が参加いたしました。

このセッションは若年者に対する消費者教育の推進ということをテーマに行われました。論点としてここに示したように、デジタル時代というのが1つの共通テーマでございましたので、デジタル時代の若者世代の消費行動、あるいは若年世代のトラブル、そして日本の問題として成年年齢引き下げを契機として求められる消費者トラブル、さらにこれからの持続可能な社会の構築に向けた課題を掲げ討論を行いました。それぞれのパネリストから報告がございました。

例えば坂本委員は、大学生の調査を行ったという報告がなされました。言葉としてクーリングオフの対象であるということ、クーリングオフの理解はしていても、契約がその場で成立す

るということを理解できる者は2割程度であるというような話。それから都市部のキャッシュレスについても地域格差があるということでした。

あるいはカライスコス委員はEUの報告をしていただきました。この中で非常に興味を持ちましたのはギリシャのアテネでは14歳未満の子どもに携帯電話を使用させないように推奨していると。健康被害を理由にしているけれども、消費者被害も防ぐことができるという報告がございました。

またEU委員会の調査では、これは日本でも問題になっていることだと思うのですが、オンライン上の広告の問題、インフルエンサーという、隠れた広告によって消費者が操られると。こういった広告であると気づきにくいという問題点の指摘もありました。

あるいは韓国からはですね、やはり日本以上に、スマホが普及しているわけですからデジタル大国になってきているわけですが、そういう中でトラブル的にはですね、個人での取引が、非常に若年者でも多いということ、あるいは中古品の売買というところでトラブルというところの報告がありました。

また知事からはですね、参事官からのご報告もありましたけれども、全県下での「社会への扉」の活用・実施、あるいは坂本委員のご報告、あるいはカライスコス委員のコンシューマークラスルームというネット上の非常に優れた教材のご紹介、あるいはドイツの消費者センター連盟が行っている専門家による厳格な評価、これが教材に対して先生方にも安心感を与えているというご報告。

さらには李さんからはですね、ネットショッピングに対するトラブルが多いということと同時に、日本ではあまり見られないと思いますけれども、96年以降ですみずいぶん長きにわたってモデル校指定をして、そこに年間1,000万ウォンをその10校に配布して、ただお金を渡すだけじゃなくて、何度も消費者院の人は学校を訪問して、その進捗状況を見に行くといった観察もしているというご報告もいただきました。

持続可能な社会の構築に向けた消費者教育というところでは、すでに話題になっておりますエシカル消費。先ほど会長の方からエシカル甲子園のお話もあったと思いますけれども。加えてこれは私も存じ上げなかったんですが、ドイツの気候学校というものがあまして、学校単位で省エネに取り組むということで、教員生徒を加えて保護者も、家庭もひっくるめて生活改善をし、実践をする、このようなことが行われている。

あるいは、韓国では「K-SDGs ヴィジョン」という、Kは韓国ですが、こういったもので、国家的な調査を消費者院が実施しているというところが興味がありました。

また、消費者態度はどのように変化するか4年を通じて調査する。これも韓国の消費者院独特のものでありますけれども、若年者、20代は情報の利用・活用というのは得意ではあるけれども、一方で消費者市民としての行動力は極めて弱い。ほかの年代と比べて弱いということがございました。全体を通じまして、騙されないとか、商品選択における判断力。あるいはフェアトレードばかりだけでなく紛争鉱物などの問題に対しても関心を寄せる学びが必要である。さらには熟慮型思考、判断力ということに関して率先して取り組んでいく必要があると思われまます。もちろんデジタルから疎外された脆弱な消費者に対しての消費者教育というのもこれからの課題である、ということが議論されました。

簡単ですが、報告させていただきました。

## 『意見交換』

### 【中原会長】

それでは、本日の会議のメインになります。意見交換に移ります。

本日のテーマ「持続可能な社会を目指した国際連携ネットワーク」ということで、私たちは、前例がない社会情勢の中で、10年後、20年後どういった社会が待ち構えているのかといったことを前提にしながら、消費者政策もしくは消費者の対応のことを考えていく必要があるんだ。本当に安心できる社会になっているのか、そして、変化を生き抜くための消費者として、柔軟性、レジリエンスを持っているのか。

まず、確実に来ることは人口減少、高齢化が待ち構えている。そしてさらに、温暖化が待ち構えている、こういう中でデジタル化が確実に進んでいる訳ですが、じゃあ、SDGs 2030年

ういう世界になるか、置き去りにしない世界はどんな世界なのか。これを現実にはちゃんと落していくということ、それともアメリカのように格差社会を認めていくような社会を我々は望んでいるのか。もしくは今、国際社会でバッシングされている化石エネルギー、石炭火力これにいつまで依存しているのか、という問題が言われている。

そういう中で私たちがどうすべきなのかというのを考えたいということで、事前に各委員にメールでお願いしまして、2つの大きなポイントで意見を頂戴することになっている。

一つが、未来に起こりうる社会課題や社会変化、そして、社会変化に生き抜く消費者にどうすべきか、行政でどういう風に教育をやっていけばいいのか。そして、そのためには持続可能な社会、持続可能な開発を行っていくために、SDGsの達成に必要な取組というのは、どうやってそれを自治体や企業、学校、地域社会の中での連携。

そしてさらには、本日のテーマの国際連携をどうやっていったらいいんだろうか、ということについてご意見を頂戴したい。

まず、徳島県の三好局長から、県の説明を行っていただきたいと思います。そのあと、加渡副会長からご意見を頂戴して、時計回りで発言をいただきたい。

### 【三好委員（県）】

資料を基に説明をさせていただきます。

本県が取り組んでおります、消費者行政・消費者教育の今後の取組の方針、具体的な内容についてご説明申し上げます。

まず1の推進方針といたしましては、先ほど説明がありましたが、今年の夏に本県に開設されます消費者庁の新未来創造戦略本部のカウンターパートとして、戦略本部の取組を全力で支援する。

2つ目として、これまで消費者庁と連携して進めてきた、本県の消費者行政・消費者教育、これを県民の方に一層、実感していただけますようにさらに実効性を高めるとともに、全国、世界に発信をしてまいります。

次に、これらを進めるための体制ですが、まず①として戦略本部のプロジェクトが円滑に推進されるように、本県はまず実証フィールドとして貢献していく。そして、全国知事会、関西広域連合こうした自治体ネットワークを駆使して全国展開に協力していくということでございます。

②ですが、消費者庁のオフィスの横にあります、とくしま消費者行政プラットホーム。関係者や団体の方が意見交換をする場として作っておりますが、これをグローバル化に対応できるよう進化させていきます。それから、県庁の各部局、全庁で一体となって施策を推進してまいります。さらには、県内市町村や商工団体、教育機関等、挙県一致で応援をしてまいります。

⑤国際会合や色々なプロジェクトでつながりのできた関係者の皆様にご協力をいただきまして、国際連携、国際交流を進めるということでございます。

次に具体的な取組内容でございます。

中段に5つの枠と写真がございますが、①若者の消費者教育につきましては、2022年の成年年齢の引き下げを見据えまして、さきほどから申し上げておりますように、消費者庁作成の「社会への扉」を活用した消費者教育に加えて、今回、独自に開発した小中学校の教材を活用した教育。また、特別支援学校向けの教材の作成などに取り組めます。

②エシカル消費の推進につきましては、2018年に施行されました本県独自の「消費者市民社会の構築に関する条例」、通称「エシカル条例」のもとに全公立高校でのエシカルクラブ、県内のエシカル消費自主宣言事業者の交流促進などに取り組んでおります。

それから、昨年暮れに行いました「エシカル甲子園」、これについては、来年度も引き続き行っていくということになってございまして、後に動画でご覧になっていただきたいと思っております。

③高齢者や障がい者の被害防止「見守りネットワーク」、これについては、先ほどもご案内のありました、全市町村に設置をされておりますが、今後は活動の活性化、モデル協議会の選定、見守りコーディネーターの資質向上に取り組んでまいります。

④消費者志向経営、これにつきましても、全国の3割となる31社が本県で宣言しております。今年度の消費者志向経営優良事例内閣府特命担当大臣表彰を本県、広沢自動車学校が受賞

しておりますように、非常に一生懸命取り組んでおりますが、今後も事業者のフォローアップセミナーなどに取り組んでまいります。

その他、子どもの事故防止、食品のリスクコミュニケーションや栄養成分表示の消費者教育などに取り組んでまいります。そして、一番下を書いてありますとおり、これらの取組を全国どこでも取り組めるように、徳島モデルとして、先ほど申しましたように四国、関西の周辺地域をはじめ、全国に発信をしてまいりたいと思います。

それではここでエシカル甲子園の様子をご覧ください。

#### <動画放映>

ありがとうございました。

最後のテーマ、国際連携の推進体制の構築による、世界を見据えた消費者政策の展開でございます。

近年では、キャッシュレス決済の5G、IoTなどの先端技術の導入や持続可能な開発目標SDGs、気候危機による環境への配慮、こうした国際的な動きなど世界中の消費者を取り巻く環境の急速な変化への対応、これは先ほどご報告いただきました、G20消費者政策国際会合でも世界全体で取り組む重要性を認識したところでございます。国境を越えた消費者課題への対応について国際連携が必要ではないかと考えております。

そこで、本県では上段枠囲いのように、本日の「徳島版国際連携のネットワーク」の構築によりまして、本日お集まりの委員の皆様の見解や国際的な繋がり、幅広い活動を参考とさせていただきます、国際連携の推進について、まず中段の一番左の囲いでございますが、国際連携の推進として、国内外の有識者がエシカル消費やSDGsの世界の動向、国際的な視点での消費者教育などについて議論する「国際消費者フォーラム（仮称）」を本年11月4、5日に徳島市で開催したいと思っております。テーマについては後ほど皆様にご意見をいただきたいと思っております。

そして、その翌日11月6日、東京の国連大学本部において日本エシカル推進協議会との共催で「エシカルサミット2020」を開催し、海外の産学官との国際連携・国際交流を目指してまいります。

真ん中の戦略本部の支援でございますが、消費者庁の戦略本部が行う国際的な連携、あるいは国際協力あるいは共同研究、こういったものについて連携したり積極的に協力してまいりたいと思っております。

一番右でございますが、これも先ほど少し説明しました、情報プラットフォームとして世界の最新情報を収集しホームページ、SNS等によりまして世界に発信してまいりたいと思っております。

皆様にアドバイスをいただきながら、こうした活動を一層強めてまいりまして、世界の未来を変える消費者行政・消費者教育、これをこの徳島から発信し、消費者行政の進化とともに人口減少や東京一極集中の是正など地方創生の推進にも貢献したいと思っております。

私からは以上でございます。

#### 【中原会長】

ありがとうございました。それでは、加渡副会長。

#### 【加渡副会長】

四国大学の加渡でございます。

私の方からは、急速な社会変化とその変化に対応して生き抜くために、消費者は今何をしていかなければいけないのか、そして行政は地域の経済や地域活動の結束点として何をすべきなのか、ということに専門でありますライフプランニングの視点から知見を申し上げたいと思っております。

ご承知の通り、人口減少には歯止めがかかっておりません。そして、少子高齢化の進展の結果として、高齢者の単身世帯は増加の一途をたどっています。さらに、都道府県間の格差は広がり、一つの県の中でも地域間の格差というのは大きくなってまいります。

半面、Society5.0あるいはIoTの進展には目を見張るものがあります。加えて、私たち消費者というのは、現在人生100年時代を迎えましてマルチステージ型のライフプラン、あるいはキャリアプラン、そしてマネープランが求められています。

そういった中で、まず、私たち消費者は自らの消費生活の基盤を充実させ、これを大前提にそれぞれが生活をしております地域社会の機能を維持し、そして地域を核とする社会全体の持続可能性を保っていかなくてはなりません。まさに消費者市民社会の構築を具現化するために、何をしなければならないのか、レジリエンスな地域づくりのために今何ができるのか、ということ課題として突きつけられている思いがいたします。

そこで、キーワードとして本日、ご提案を申し上げたいのは「SLOC：スロック」という考え方です。「S：スモール」「L：ローカル」「O：オープン」「C：コネクト、あるいはコーポレート」、小さいけれども、地域に根ざし、そしてオープンソースで、それをつないでいくという意味で、最近よく耳にする言葉です。

縮小しながらも活力ある地域の発展を探るときに、まず1点目、県よりも市町村よりももっと小単位の地域を単位としたコミュニティーの持続・自立を強化する必要があるのではないかと考えます。つまり、その自立したコミュニティーの中で、消費者は個人としてとにかく出来ることは個人でやっていく。そのためにIoT技術とかデジタル技術を駆使した新しい消費スタイル、ライフスタイルというものをこれから自分たちの力で具現化していかなければならないのではないかと思います。

そして、それをサポートする行政機関といたしましては、まさにシェアリングエコノミーのシステム作りが大切です。今働いていない、使っていない、空いている人や物、お金、施設、空間、資源といったものを地域の中で活用しあい、そして循環させていく、まさにループ方式のシェアリングエコノミーが求められていると考えています。これからは生活拠点にしましても労働拠点にしましても一か所ではございません。2か所3か所の居住、2か所3か所の労働拠点を持つ人というのは決して珍しくなくなってきます。

そういうことを考えました時に、たとえば人口です。「うちの市は増えたけど、隣の市は減った」「うちは勝った、隣は負けた」こういう風に限られたパイの人や資源を取り合うということは、先進的、発展的ではありません。

つまり、限られたリソースを取り合うという考え方から、出し合う、提供し合って、まさに消費者は消費者としてのコンソーシアムを結成していかなければなりません。取り合うことから提供し合う、そういったライフスタイルの構築というのが求められると考えております。

私は現在「とくしまSDGs未来会議」の代表を務めておりますが、今日は国際的なネットワークを話し合う場です。国際的などというのは非常に大きな視点ですが、その本当に基礎になる一つ一つの単位というのは、おそらく各国共通で小さな自立したコミュニティーではないかと考えております。これから急速に変化する社会発展の中であって、まず、消費者はコミュニティーの中で自立をして新しいライフスタイルを探していく。まさに「SLOC：スロック」という言葉を今日は提案申し上げて、私の知見といたしたいと思っております。以上です。

#### 【中原会長】

どうもありがとうございました。次に右側へずっと行きます。

#### 【坂倉委員】

私は消費者関連専門家会議、通称ACAPと呼んでおりますが、その専務理事をしております坂倉と申します。どうぞよろしくお願いたします。

このACAPという団体は企業や団体の消費者関連部門の責任者、担当者が集う公益社団法人でございます。現在、会員企業が約600社、会員数が約900人、今年で創立40周年を迎える団体です。現在、消費者志向経営を推進し、消費者市民社会の実現を目指す消費者志向事業者団体をビジョンとして掲げて活動を続けております。

私からは今後の消費者問題、消費者教育の課題として3点申し上げたいと思っております。

まず、1点目はデジタルプラットフォームビジネスということです。中原会長のご報告にもありましたが、デジタルプラットフォームビジネスが日本に限らず世界中に拡大しています。

また、我々の生活にも不可欠なものになってきていますが、一方で消費者被害が起こっているというのも事実です。急速に拡大するビジネスですので、消費者被害への対応については、消費者・事業者両面での対応が必要になっていくかと思えます。消費者については、そもそも、このデジタルプラットフォームというビジネスがこういった構造になっていて、どういう役割か、出店者、あるいは販売者、購入者、場の提供者、それぞれがどのような責任・役割になっているのかしっかりと理解したうえで、消費者被害に遭わないためにどうするか、さらには消費者被害に遭ったらどうするか。こういったことをしっかりと啓発していくということが必要かと思えます。

一方、事業者の方では、プラットフォーム事業者は、しっかりと情報開示し、お問い合わせの対応窓口なりをしっかりと明記して「ここまではできますよ」「こういう役割、規定になっていますよ」ということをしっかりと開示していく、そういった情報開示によるリスクを取り除く努力が必要になってくる。このように消費者、事業者、両方とも課題がある分野だと思えます。

2点目は、高齢者への対応ということです。

現在、企業でも高齢者からのお問い合わせ対応で非常に苦労されているという企業が多いのですが、やはり高齢者の中にも脆弱な高齢者の方もいらっしゃるし、ITを使いこなす高齢者、元気なアクティブ高齢者の方、あるいは企業で沢山経験を積まれて知識豊富な高齢者、色々な高齢者がいらっしゃいますので、一口に高齢者と括ることはできない時代になってきていると思えます。従って高齢者に対して被害に遭わないように消費者教育をするという、保護する対象というだけではなく、高齢者の中でも逆に消費者教育を教える側として、消費者教育の担い手として育成なり活用をしていく、こういったことが必要になってくると思えます。

3点目は、事業者の消費者教育という観点です。事業者が本業をやりながら消費者教育というのはなかなか難しいのですが、今後、重要になってくるのは従業員の教育だと思えます。SDGs、エシカルという話が今日たくさんでございましたが、まだまだ認知度、理解度というもの不足しているのは事実だと思えます。やはり企業の従業員に対してしっかりと認識し、意識させることが、一消費者として消費行動にも反映していただきたいですし、あるいは、その意識を反映させて商品開発なり事業活動をやっていくことが、持続可能な社会につながっていくということかと思えます。

以上、私からはデジタルプラットフォームビジネス、高齢者、事業者の消費者教育の3点についてお話させていただきました。以上でございます。

#### 【中原会長】

ありがとうございました。それでは柿野委員、お願いします。

#### 【柿野委員】

消費者教育支援センターの専務理事、首席主任研究員をしております柿野と申します。今日は少し資料を用意させていただきましたので、それに基づきお話をさせていただきたいと思えます。私が所属しております公益財団法人消費者教育支援センターは、平成2年に当時の文部省と経済企画庁の共管法人として設立された団体です。お隣のACAPの坂倉委員から40周年というお話がありましたが、支援センターは今年で30周年という節目の年となっています。

今現在、こういった活動をしているのか簡単なご紹介をさせていただきたいのですが、主に青少年の消費者教育の推進ということで、数多くの教材開発をさせていただいております。また、教材表彰という意味では地方自治体や、企業、業界団体、消費者団体が作成した優れた消費者教育教材を表彰し、先ほど教員の評価が教材を選択する場合重要だと言うお話もありましたけれども、私共のほうでも優秀賞に選ばれた教材を教員が行った評価を基に、最も優れた教材を選び、内閣府特命担当大臣賞ということで選出する制度を持っております。また、毎年シンポジウムや研修会を開催したり、あるいは、全国各地に講師派遣もさせていただいております。

また、調査研究といたしましては、海外における消費者教育の調査研究を継続的に行っておりまして、2011年にはスペイン、2013年にはイギリスとフランス、2015年にはスウェーデンと

ノルウェー、2018年にはフィンランドを訪問し、各国の消費者施策・消費者教育がどのように行われているかの調査をしております。

また、国内での調査研究といたしましては、地方自治体が消費者教育の推進をどのように進めているかという調査や、あるいは4年に一度、(公財)生命保険文化センターと一緒に「高校生の消費生活と生活設計に関する調査」を行っておりまして、来年度それを実施する予定です。そういった様々な取組をしている中で、地方自治体から委託事業もかなりたくさん受けております。地方自治体が開発する教材や研修会の企画、それから消費者教育推進法に基づく推進計画の策定というようなどころもかなり深く関わらせていただいておりますが、ここ数年の私たちに期待されている地方自治体からの要望・思いといたしましては、消費者教育を具体的に学校で進めていくためにどうやって、どういう人とつながって、どんな取組をしていったらいいのかという、具体的な支援をしてほしいというニーズが高まっているように感じています。つまり、中間支援機能というところが、私たち支援センターの果たす役割として非常に大きなウエイトを占めてきているのではないかと感じております。

そして、教材をたくさん作っているというお話をしましたけれども、最近、非常に好評の教材がございまして、こちら徳島県でも力を入れて進めておりますエシカル消費につきまして、これは私共のキャラクターで、「つなぐちゃん」というキャラクターなんですけれども、この子が怒っています。先ほど、スウェーデンのグretaさんの写真もありましたけれども、このままだと地球は危ないというところで、「SDGs 達成のための未来を変えるエシカル消費」というようなリーフレットを作っております。今日は実物をこの場に持ってくる予定だったのですが、大変申し訳ございません。配布ができておりませんが、そういった教材などを作って全国に活用していただくというようなことをしています。

この会の意見交換のテーマとしては、これからの消費者行政・消費者教育への期待について、ということですが、これからを考える上でこれまでを少し振り返ってみると、やはり色々なところに、例えば教育行政と消費者行政、あるいは都市と地方色々なところで分断があったという風に思っております。それをどうやって繋いでいくのかという、私たちに今求められているところではあるのですが、例えば、現在、教材は非常にたくさんあり、それぞれの団体ごとに細分化して作成していますけれども、同じ思いを持って一緒に作っていくプロジェクトを作るとか、あるいは、国際的なネットワークの中で一緒に同じ目標に向かって調査研究や教材研究をしていく、というような協働プロジェクトがあったら良いと思います。

私の方からは以上です。

#### 【中原会長】

ありがとうございました。それでは、佐野委員。

#### 【佐野委員】

徳島県消費者協会の佐野でございます。先ほどから節目の年ということで、30周年、40周年というお話がありましたが、私共の協会は今年50周年でございまして、ちょっと古いということでございますけれども、県下で29の地区協会がございまして、これまでもさまざまな消費生活に関する活動に取り組んできたところでございまして、悪質商法による未然防止ですとか食品の偽装防止、またエシカル消費普及促進ですとか、あるいは消費者大学校、大学院を県から委託を受けているところでございまして、消費者大学校では、SDGsのカードゲームを取り入れまして、また、大学院ではエシカル消費や食の安全安心の促進など、幅広い視点で地域で消費者教育を推進するリーダーを養成するというようなことをしているところでございます。昨年の消費者大学院を卒業された方がエシカル消費についてのオリジナル紙芝居を作りまして、今ケーブルテレビを活用して啓発活動を行っておりまして、ムードの輪が広がっている事例もございます。

それから私たちの団体では5月の消費者月間に「消費者まつり」というのを行っております。これは大学生とかの若者とか事業者と連携いたしまして、地産地消でありますとか、地域伝承の展示販売、環境をテーマとした取組発表、講演などを行っております。

また、秋には地区ごとの「消費者のつどい」というのを行っております。今年の南部のつどいでは、「食品ロスと地産地消」をテーマといたしまして、料理家の浜内千波先生にご講演い

いただきました。また、東部では環境問題として、環境ジャーナリストの方ですけれども、COP25にも継続して参加されております、佐藤由美先生をお招きいたしまして、「エネルギーもエシカルでいこう」というようなテーマでお話をお聞きしまして、大変感動いたしましたところでもあります。

それから、県下一斉で、マイバッグ持参キャンペーン、特殊詐欺防止キャンペーンを市町村や警察などと連携して行っております。マイバッグ運動につきましては、今年、レジ袋有料化が7月から法制化されるということでございまして、一昨年までは徳島県下でも南部1町だけが有料化が実現できていたんですが、昨年9月には「レジ袋削減協定」で多くの事業者の方が賛同してくれまして、今県下のスーパーで8割ぐらいのマイバッグ持参率になっているところがございます。

また、消費者庁とか国民生活センターのプロジェクトにも参加させていただいております。消費者目線での意見、提案などを申し上げたり、これを消費者重視の施策に繋いでいただいているところがございます。最近では異常気象が続いており、気候変動・気候危機という言葉も出ているようでございまして、私たちの生活が世界に繋がっているということ意識するべきだと思っております。皆さん一人一人が毎日の身近な出来ることから考えて、実行しながらということで、私たちも啓発活動また情報提供を頑張りたいと思っております。どうかよろしく願いいたします。

### 【中原会長】

どうもありがとうございました。それではJICA小林委員お願いします。

### 【小林委員】

国際協力機構四国センターの小林でございます。この度は、このようなネットワークに加えていただきまして大変光栄に思います。ありがとうございます。

ご案内の通り私共JICAは、開発途上国の社会経済の開発課題の解決ということを目的とした開発援助機関でございます。従来は開発途上国におけるプロジェクトを案件形成し実施する、私共の主なフィールドは開発途上国ということでございましたが、近年、日本国内あるいは地域、地方の課題と開発途上国の課題を結び付けて、内と外の課題を結び付けて一元化して取り組むという、内外一元化という言葉キーワードとして使っております。

それに伴ってJICAの国内事業が大変、重視されてきております。ここ10年位のことだと思います。ということで、JICAの四国センターを含め10か所あります国内センターは開発途上国の開発課題と地域、地方の開発課題の結節点ということで機能することが求められております。今回、こういったネットワークに加えていただきまして、消費者行政あるいはエシカル消費推進といったところ、これも大変、開発途上国の課題と親和性が高い内容なのかなと思っております。私共の国内事業では、国民参加型のODA、具体的に言いますと青年海外協力隊で有名なボランティア事業でありますとか、それから、若い方々に対する国際理解協力あるいは開発教育、最近ではESDという言葉が使われるようになっておりますけれども、こういった持続可能な開発に向けた教育の推進といったところで、日本の自治体あるいは教育委員会等々と連携して国内でのイベントを開催しております。こういった場にエシカル消費に視点をあてた、あるいはフォーカスしたようなイベントを数多くやるというのも私共が出来る貢献なのかなと感じて聞いておりました。

それから、従来、私共の行っている事業のパートナーである開発途上国においてはですね、例えば、カカオであるとかコーヒーであるとか紅茶であるとかそういった農産物の生産地であることが多いと思います。ちょうど、バレンタインデーから1週間が過ぎておりますけれどもJICAは世界的なカカオの生産地であるガーナにおいて、フードバリューチェーンあるいは健全なカカオの生産をサポートするプロジェクトを、政府や民間企業と共同して立ち上げ支援していくということを始めています。ということで、今後このネットワークに加えていただいたということで、世界最先端の情報に触れながらこれをいかに私共の事業、海外でのプロジェクトであり、内外一元化の国内事業に具体的に結びつけていけたらなと思っております。

### 【中原会長】

どうもありがとうございました。それでは、文部科学省 三好委員。

### 【三好委員（文部科学省）】

文部科学省の三好と申します。消費者行政・消費者教育の聖地というべき徳島にお招きいただきまして、また、このようなネットワークのメンバーに加えていただき大変光栄に思っております。私共は文部科学省でございますので、子供たちを中心として消費者教育というものをいかに進めていくのかということをもミッションにして仕事を進めているところです。主な取組は今、スライドに出ております。

これにまとめておりますが、中心になってまいりますのは、小学校、中学校、高等学校。

特に民法の改正、施行というもので2022年に控えております、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられるということがございますので、高校在学中に、いってみれば自己責任で契約するということにもなりますので、そういった意味でも若年期から消費者教育の推進というのが急がれるところでございます。

そちらに書いておりますのは、学習指導要領の改訂でございます。学習指導要領というのは学校でどのように子供たちに教えていくのかということをもまとめたもので、10年に1回改訂をしております。今度、新しく改訂されるものの中に社会科の授業でありますとか、家庭科の授業を中心として消費者教育の取組をさらに重視させようということで、内容を強化しております。

特に、これは小学校、中学校、高校、段階的に導入されるようになっていくんですけども、高等学校については、まだ施行は先なんですけれども、このように消費者教育については前倒しで強化した取組を実施するというようになっておまして、消費者庁が作成をさせていただきました「社会への扉」というものを活用した推進というものをやっているところでございます。

課題としては、先ほどからITの推進とか新しい技術が非常に進んできているといわれていますけれども、そういった世の中の動向を現場の教員がキャッチアップできるかということがございますので、そういう意味でも外部人材の登用、活用ということで、様々な専門家といかに連携して学校で教えていくのかということが課題かと思っております。

それから右の方の、大学でありますとか社会にでた方も生涯学習、社会教育については基本的には国がこれを必ず教えなさいということは無いわけではありますが、例えば入学式のガイダンスなどにおいて、消費者庁の相談ダイヤル「188」というのがあるかと思っておりますが、そういったものの情報を提供するとか、あるいは消費者被害に遭わないような指導というものもしっかりやっていただくという取組を行っていただいておりますし、それから生涯学習、社会教育の分野でいきますと、全国各地で消費者教育フェスタというものも開いて地域の方に消費者教育の普及に努めているというようなことを行っております。

こちらにつきましては、それぞれの学生にしてもそうですし、あるいは社会に出られた方もそうですが、自分自身が賢い消費者になるということで、主体的にしっかり腹落ちをして学習を進めていかないと効果がないということもありますので、国が旗を振るだけでは仕方がない部分もございまして、そういった機運醸成にも努めております。

そして、国際連携というところで申し上げますと、まだそういった視点というのはあまりないのですが、これは消費者に関わらず環境教育の分野でありますとか国際理解教育等といった分野もありますので、そういった様々な分野も組み合わせた連携、といったことも少し考えてもいいのかな、と皆様のご意見を伺い、思っております。どうぞよろしくお願い申し上げます。

### 【中原会長】

はい、では次は上智大学の井上委員、どうぞ。

### 【井上委員】

上智大学の地球環境学研究科で環境政策を教えております、井上と申します。

スライドを用意させていただいております。突然のことを申し上げますが、私、小さい幼少の子供が2人おまして、昨日は他の省庁の方と一緒に同じ話をしていたのですが、正直、10

年後 20 年後、この子供が食べられるものはあるのか、ということについて大きな不安があります。それはなぜそう思うか、ということをお話していきたいと思ひます。

まずキーワードについて、ずっと気候変動とか気候危機と言われていて、感覚が麻痺していると思うのですが、ここ 1~2 年で出ているレポートを見ると、本当に危機だな、ということがよく分かる。

そこで、持続可能な開発のための目標を理解するために、私が一番大事だと思うのは、現在の社会経済システムの「持続不可能性」をしっかり理解することだと思ひます。私は最近のレポートを見るにつけて、あらゆるシステムが今のままでは持続しない、ということを実感を持って感じるわけですね。

例えば、一番良い例がまず気温ですね。今現在、どのくらい気温が上がっているか、皆さん、ご存じですか。1℃上がっているんですね、北方にいけばもっと上がっているんですけども。それで、一番分かりやすい影響がサンゴなんですけど、グレートバリアリーフを含めて既に 50%がなくなっていると。それが、早くて 10 年後には 1.5℃上がり、そうすると 70~90%のサンゴが死ぬと。早くて 20 年後には 2℃上がる、そうするとサンゴはどうなるか、事実上全滅するんですね。

そうすると、私が 62 歳になった時にはサンゴは絶滅する、私の子供が 20 代の時、サンゴが絶滅すると。それはとても悲しいこと、という情緒的な話なのではなくて、いろんな魚がいなくなり、その魚を食べる魚もいなくなり、海洋生態系への打撃は想像しやすいと思ひますね。そうすると、食料供給にも大きな影響があると。

持続不可能性というところを起点にしていけないと SDGs もおしゃれなファッションで終わってしまう、ということが私が危惧しているところですね。中原会長も国際会議でグリーンウォッシュの話があったとお話されましたが、私も強く思っております。グリーンウォッシュ、形だけ（環境配慮等を）やっています、ということですね。

グレタが言っていましたね、形だけやっているものに対して、それはダメでしょうと。だって今のシステムは持続できないのだから、本気でやらないとだめですよ、という共通認識がなければ、みんな形だけで終わってしまうんですね。

こういう話をした時に、アクションをとるべきは政府でしょ、事業者でしょ、というような声が多いと思うのですが、いやそれだけではない、というのを強く感じます。買い物を通じて、10 年後、20 年後の投資をしようよ、というのがエシカル消費の考え方。皆さん、取り組まれている方もおられると思ひます。この考え方をなんとか広げたい。それは、ただ好きなものを安く買うという今の風潮ですが、そうではなくて投資なのだと。それをするのが消費者なのだと。

また、レジリエンスの話ですが、加渡委員がおっしゃった SLOC は私が今日申し上げたいことそのものでして、非常に強く共感しました。消費者は、ただ消費者なのだという枠にはまっているけれど、それは生産するということも含めて、参画することでより力を持つと考えています。

そのプロシューマー、プロデューサーとコンシューマーが混ざった言葉なのですが、これがキーワードであると。さらに分散型社会とレジリエンスは、加渡委員や中原委員が仰ってましたが、これがキーワード。これは気候変動や生物絶滅を止めるためだけではなくて、今後、気候危機が起きていく中で、いかに生き残っていくかを考えていく中で大きなキーワードだと思ひています。一番大事なのは我々が消費している事で、見えないところで影響があるということがあると。

一番分かりやすいのは、私は農業だと思っております。農業は環境に優しいと多くの方が皆思っている、それは確かに日本の農業は地球に優しい面があると思ひています、大事なことです。ですが、我々の消費の向こうで海外で作られている、大規模集約型の、化学薬品を大量に投入するような形で生産されているものが輸入されて、我々食べているかもしれない。かなりの確率で食べているかと思ひますが、そういうことを理解した上で食を選択する。それが大変大事ではないかと思っております。消費を通じて環境・社会・未来に投資する、その考え方がエシカル消費ですね。

しかし、難しいのがエシカル消費は価格が高いというのが、これまで色んなセミナーにいったぶつかる場所ですね。エシカル消費はお金を持っている人の嗜みですよ、と。でも確

かに低廉品よりも割高に見えるけれど、実態としては低廉品は本当は必要なコストを省いてしまっていて、だから、環境、社会、人権等といったところに影響が出てしまっている。だから、本当は必要なコストが乗せられているだけなんですけれども、やはり高いから買えないと。そこにいかに価値づけをするのか。例えば作られたストーリーに価値づけをする、といった話もよく出てきています。作られたストーリーを価値として認めて、そして買うといった方向性が必要であると思っております。

鍵は、消費者と生産者の距離の短縮と関係性の構築だと思っております。先ほど申し上げた、価値・ストーリー、といった言葉で説明できるかと思えます。物に対してではなく、あなたに支払いたいんですよ。つまり社会を大切に、雇用を大切に、環境を大切にしている、あなただから払うのですよ。そういう関係性があれば、価値にお金を払うというインセンティブになるんですね。

生産者が見えないから、だったら安いのがいいという話になるし、私もそう思ってしまいます。けれども、そういう関係性を繋ぐというところでこういった価値付けができると思えます。そして、表示の透明性も大事ですけども、やはり物理的・心理的な距離、つまり地産地消といったことによって関係性を築くことが大事だと思っております。

消費者であり生産者であるプロシューマーであることの価値、なぜこれを申し上げるかといいますと、消費者の枠に押し込まれることで、貨幣に依存し、労働市場への依存が高まって、忙しいので自分で生産する時間もない。だからもっと買うという貨幣依存が深まって、それが悪循環になるということが、ジュリエット・ショアという経済学者が述べています。

資料にありますように、技術革新によって消費者も生産者としての性格を持つになると、まさに加渡委員も仰っていたことですね。それがどんな意味があるかという、生産と消費を協働する中で関係性が生まれ、レジリエンスの高いコミュニティが生まれます。これが地域活性化とか災害対応、気候変動への緩和や適応といったことに繋がるわけです。今回もコロナウイルスの影響でマスクがなくなってしまったと。それも中国から輸入していたことから、一気になくなってしまったと。急いで国内でマスクを作るというのはグローバリゼーションに依存しすぎた結果、脆弱になった部分の現れと思えます。グローバリゼーションを否定するものではありませんし、自給自足を提唱しているわけではありませんけれども、既存システムと並行的に、こういう地域・コミュニティと生産を繋げることによって、こういう災害対応等にもプラスになると。集中型から分散型、これも気候変動対応には大事です。

最後に、地域支援型農業（CSA）を通じたコミュニティ形成の例として、「なないろ畑」というコミュニティの例を挙げさせていただきます。

## 【中原会長】

ありがとうございます。では、京都大学のカライスコス委員、お願いいたします。

## 【カライスコス委員】

ただいまご紹介に預かりました、京都大学のカライスコスと申します。私の方からは簡単なレジュメを作成しておりますので、それを用いてお話をしたいと思います。この部分については1、2を用いてお話させていただきます。3については後程お話したいと思います。

まず1としては、これからの社会においてどのような課題や変化がみられるのかについてお話したいと思います。一つ目は先ほどから度々出てきています、オンライン化やデジタル化が加速しているということです。

こちらについては、EUでの法規制の流れを見ていると、2019年にデジタル・コンテンツ及びデジタル・サービスについて規制をする指令等が出来上がっていて、法規制の観点からも非常に重要な課題となっています。その次の点ですが、オンライン化が加速する中で、オンライン・マーケティングの手法が多様化しているということです。先ほど西村委員からもご紹介がありましたように、ターゲット広告やインフルエンサー等を用いた広告やマーケティングがより多く使われるようになってきていて、これが脆弱な消費者、中でも特に子供に強い影響力を持っている、ということが示されています。

その次の点ですが、先ほども少し話があったように、オンライン・プラットフォームの役割が強化されているということです。今日においては、もはやオンライン・プラットフォームが

単なる場の提供者だけではなく、それを越えた役割を果たしていると認識されており、EUでも、昨年に指令および規則によって様々な側面が規制されるようになってきています。

オンライン化、デジタル化、あるいはオンライン・プラットフォームについてお話ししましたが、これらに伴って取引がよりグローバル化していることも、一つの特徴であると言えます。また、このようにオンラインとかデジタルでの取引に消費者行動が傾いていることによって、消費者の格差、いわゆる「デジタル・ディバイド」等がより悪化しているということも言えると思います。

また先ほど、井上委員からお話のあった異常気象等により、今日のキーワードとしてなくてはならないのが「持続可能性」ですが、私から加えたいのが、もはやSDGsで言われているような、持続可能な発展や開発というものについて語れるような余裕はないのではないかということです。もはや地球自体を持続させることが優先されなければならないところまで来ているのではないかということです。

2についてお話したいと思います。1でお話しした課題や変化を踏まえて、これからの社会においてどのような消費者行政あるいは消費者教育が必要なのかについて、簡単にお話ししたいと思います。

1つ目はオンライン、デジタル、あるいはオンライン・プラットフォーム等での取引がより重要になる中で、従来とは異なる消費者のスキルや知識がより必要になるということです。そのようなスキルや知識を身につけるためにも、特別な消費者教育が必要だということです。そのような消費者教育の中でも、特に新技術に注目するわけですが、脆弱な消費者に対してどのような手当てを行うかということが非常に重要です。

日本での議論を見ていると、消費者の具体例としては一般的に高齢者や子供が挙げられることが多いのですが、中原会長からもお話があったように、一時的な脆弱性ということ、特にオンラインやデジタルにおいての一時的な脆弱性というものにより注目する必要があると考えています。

ただし、オンラインやデジタルといった話をしていると、消費者教育がそちらに傾くような傾向が出てくる可能性がありますので、特に私が強調したいのは、オフラインや非デジタルの能力を軽視するような消費者教育になってはならないということです。法規制の場面でも、オフラインや非デジタルの法規制があった上で、オンラインやデジタルやの規制が成り立っている訳ですので、消費者教育でもそのような基盤が崩れることがないように配慮が求められる、ということです。

次の点について、加渡委員からもお話がありました。様々な主体が協働しなければならないということです。消費者教育を行わなければならないということは、おそらく一般的に認識されているのですが、行いたいと思わせるようなインセンティブの提供も必要なのではないかということも強調したいと思います。

また、消費者教育に全てを丸投げして、後は消費者の方で全て対応してくださいという姿勢はふさわしくないで、消費者教育と法規制を組み合わせるという視点も忘れてはならないと思っております。

最後は、キーワードとしてSDGsやエシカル消費や消費者市民社会といった概念が消費者教育の中で重要になるということは間違いないということを確認して、私の方からは以上したいと思います。

## 【中原会長】

林田委員、どうぞ。

## 【林田委員】

有難うございます。

先ほどの資料の残りなんですけれども、戦略本部が取り組む課題ということで、まず黄色いところ、これまで従来やってきた、あるいは今後やっていく内容なんです。具体的な消費者被害に対応するといった内容だったのですが、皆様からお話があったように、エシカルとか食ロスといった話になると、だんだん緑の部分になると。

つまり、この表だと消費者が縦軸、事業者が横軸ですけれども、要するに縦軸に配慮する消費者、一時的な脆弱性といったもの、先ほど委員からお話もありましたけれども、普通の消費者も対象になる。あるいはこれまで悪徳事業者と言われていた者だけではなく、例えば、普通の事業者も、普通の企業活動が消費者問題といったものに繋がっていくということで、幅広い消費者行政への課題が広がってきている。

それに対してどういう手段で対応するか、というのが表の下に3つありますけれども、「行動経済学、心理学等の新たな学問領域」あるいは「認知症研究・デジタル取引の研究」といったもの、あるいはここでも議論になっていますが、「国際交流」とか、要するに海外の有名な先生方との連携が必要になると。

次のページ、そういった形で戦略本部は大きく2つあって、モデルプロジェクトと政策研究なんですけれども、そういった意味では広いテーマを扱うということになります。右側が政策研究をする「国際消費者政策研究センター」で、学識経験者を中心に行っていくんですが、ここに挙げている3つは例でございます、例えば先ほど加渡委員がおっしゃったSLOCみたいな話とかですね、そういった将来消費者を取り巻く環境、経済・社会がどう変わっていくかといったことをセンターにおいて、腰を据えてじっくりやっつけていこう、ということを考えている次第です。以上です。

#### 【中原会長】

ありがとうございました。それでは、坂本委員、お願いします。

#### 【坂本委員】

はい、鳴門教育大学の坂本と申します。消費者庁の新未来創造オフィスの客員主任研究官を勤めさせていただいております。簡単なスライドを用意して参りましたので、そちらに沿ってご説明いたします。「社会変化に対応した消費者教育の課題」ということですが、まず取引のデジタル化への対応というテーマでお話しします。

9月のG20の会合でもご報告させていただいたのですが、こちらは新しいデータを使用させていただきました。徳島県内の大学生を対象としまして、加渡委員にもご協力いただいて徳島県内の全大学の大学生からとったデータです。500人以上集まっているんですけれども、標本の抽出方法が私の知人ということで、ちょっと偏りがあるデータという見解があります。

改めて、大学生のキャッシュレス決済の利用の状況を把握したところ、黒い文字のところはほぼ毎日使う、ということで、左側が東京の学生、右側が徳島の学生で、やはり東京と徳島ではかなり違うということが分かります。ただ、よく見ると東京の方がキャッシュレス決済をよく使っているのですが、交通系の電子マネーが大きく違うだけで、それ以外は実はそうでもないのかな、と確認できたところです。

次はネットを利用した取引や買い物ですけれども、若干東京の方が多いですけれども、大きな違いはなくて、合わせたデータになっています。ネット通販ですと利用しないという学生は10%くらいしかなくて、何らから利用していると。そして消費者間ネット取引になりますと、メルカリとか、利用していないのが52%、半数は使っているということになります。

次にデジタル取引でのトラブル経験ですが、「思っていたよりも品質や機能が悪かった」、という経験が多く、半数が経験しています。それ以外にも、「すぐ商品が届かなかった」とか、「支払いがたまりすぎる」という問題の事例も1割弱は経験しているということで、やはりリアルな取引よりもデジタル取引の方が被害が起こりやすい、経験しやすいということが言えると思います。

次に不正利用や被害の防止に学生が取り組んでいるかということで、このようなリスク管理をしていますか、と聞いたところ「あてはまらない」「あまりあてはまらない」が多数で、被害にあった時の対処法がわかるか、という問いにも「わからない」と答えた学生も4割くらいいて、リスク管理ができていない学生も少なくない、多数派は知っているのかもしれないけど、できていない学生も少なくないということが分かりました。

次にキャッシュレス金銭の管理方法をどうするかなんですけれども、金利の計算方法を知っているかということにも、知らないという学生が多い。「つい使いすぎる」については、「あてはまらない」、「あまりあてはまらない」という学生もいて、肯定と否定が入り交じっている

ので分かりにくいのですが、つい使いすぎる学生が多いとか、ちゃんと利用金額を見ているというのは、あまり当てはまらなかったり、金銭管理ができていない学生も一定程度思ったよりはいるな、というのが調査した結果です。

今回予備的に調査させていただいたデータなんですけれども、改めて項目を精査して、中国や韓国の学生にも同様の調査をしていこうと今考えているところです。

こういう状況でどんな消費者教育をしたらよいかという事なんですけれども、「こうしたらいいよ」と教えてあげるのでは全然聞かないんですね、学生さんって。なので、答えが1つではないよ、と一緒に考えさせるみたいな授業をしていかないとダメだと思っています。これからの教育は思考力ですとか判断力が求められていますので、良い方法を調べたり考えさせたりするというので。この問いの抽象度をどの程度に設定するか、どんな資料を準備するかとかで授業がうまくいくかどうか左右されるかと思うのですが、そういう色々な知見を皆さんと共有して、良い授業を作っていけたらいいなと思っています。

次のテーマで、持続可能な消費の実践についてです。3本の柱、消費者が何を選ぶか、というところ、それから資源を削減するというところ、そして社会的に連携した活動を行うというところ。この3つの柱というのが持続可能な消費を支える3本の柱だと思っています。ですが、実際に削減しよう、例えばペットボトルを削減しようと思っても、話を聞いて、そうだねと思っても、実際に行動に繋げるのはかなりハードルが上がると。

例えばペットボトルをやめてマイボトルにしようと思っても、お茶沸かすの暑いし、面倒だといった感じなんですけど、実は少量のお湯で濃く抽出したお茶を、水道水で薄めれば簡単なんだよとか、水道水って嫌だよねとかいう話も、実は水道水の安全基準はすごく厳しいんだよとか、色んなところの心理的な障害とか実践の障害といったところを全部洗い出して、対処法を考え、実践の知を集約して、ということをどんどん家庭科教育で教えていって、持続可能な消費っていうのを実行可能な継続できるものに変えていきたいなど。消費者教育を教科としてしっかり学べるというのが日本の強みですので、それを活かした教育ができればなと思っています。

#### 【中原会長】

はい、ありがとうございました。では、最後に西村委員、お願いします。

#### 【西村委員】

はい、時間もありませんので簡単に。デジタルのところをまとめていますが、重なる部分もありますので、結局ここで何をするか、ということなんです。

1つは国際連携の中で消費者政策をどのように進展させていくか進歩させていくか、ということ、もう1つ、消費者教育をどういう風にやっていくのか。G20の時にも消費者庁主催でやっていたのは政策の話でセッション6までやった、徳島県主催でやったのは消費者教育だったんですが、教育と政策というのは非常に連関するけれども、全く別のものなわけです。

政策をある意味、補完するという意味合いも教育にはある。逆に教育を効果的に進めていく上では政策がなければどうにもならない、という部分があります。

簡単に私なりに国際連携にこだわった上でいうと、10年前にOECD、それからUNEP主催の消費者教育の国際合同会議というものがございました。その時に2つのポイントで行ったわけですが、1つは持続可能な消費というテーマで、もう1つはデジタルコンピテンシーの2つで、デジタルに関するもの。やはりこの2つは切っても切れない、おそらく課題になるだろうと。

それで今日出た話を参考にするとですね、国際比較の中でいうと、徳島は高校でエンカルクラブというのをやっていると。各学校にそれを委ねて、学校家庭クラブという形で非常に面白いことをやっていると。それに対してですね、例えば、カライスコス委員の報告にもあったのですけれども、例えばドイツでは気候学校という仕組みがあると。それから私の知っているところでは、ヨーロッパではフェアトレードスクールというのがあった。それはちょっと来月訪問しようと思っているわけなんですけれども。

そういった仕組みがあって、それぞれがどういう風な組み立てでできていて、子供達にとって、行動変容にどういうプラスを与えているかというのを比較してみたらいいんじゃないかと思っています。それから消費者教育を長いことやってくると、消費者教育が重要だってことは

分かっているし、皆合意しているんだけど、結局授業でいうと時間がないとか、なかなか扱えないとか、これだけ知識を教えても態度が変わらないとか、いやと言うほど聞いてきているんですね。そうすると、あとは方法論なんです。どう授業実践をやってきたかということ各国からは是非とも、デジタルの事ではこういう事を行ったらうまくいったとか、気候変動の問題ではこういう教育をやっているとかですね、情報を集めて、我々も実践しているものを集めて、情報交換していくようなことができれば、まさに国際連携の良さになるんじゃないかと思いません。以上です。

#### 【中原会長】

はい、どうもありがとうございました。皆さんたっぷりお話していただいたことで、皆さんがどういう風に考えていらっしゃるのかというのが、ほとんど出てきたんじゃないかなと思います。

私の方の手元に、前もってレポートを出していただいたのが井上委員、そしてカライスコス委員。二人から国際消費者フォーラムのテーマについてレポート頂いています。では、井上委員からお願いします。

#### 【井上委員】

ありがとうございます。私からテーマについて、2つ提案したいと思っております。1つは消費と生物多様性保全という点と、それとかなり関係しますけれども、食料の消費、そして生産と持続可能性。食料は生物多様性がないとできないことなので、この2つは連関していると思います。食と生物多様性、これをテーマにしてはどうかという提案です。

生物多様性の喪失は気候変動に相互に影響を与えているわけですね。今は気候危機と言われておりますけれども、実は生物の絶滅の速度は気候変動よりもずっとはるかにリスクが高いということなんですね。しかも相互に影響を与える、生物が絶滅してどんどん死んでいくので、どんどん気候変動が進む、そうすると更に生物が死んでいく、ということでこのテーマはかなり重要であると思っております。

もう1つ重要だと思うのが、中国の昆明において、今年の10月にCOP15(生物多様性条約締約国会合)が行われる予定で、世界目標が採択予定なんですが、更に何で注目が大きいかというと、これは中国で開かれるからなんですね。さあ、中国はどのように対応するのかというのが注目されています。そして、その草案の中に「適正かつ持続可能な消費水準の達成」というのが入ってるんですね、今のところ。なので、やはりこのテーマはホットトピックなんだと思われま。

環境負荷の大きい食糧供給システムが気候変動とか生物多様性の喪失を促して、それがさらに、また返ってきて、食糧供給に影響を与えている、相互に影響を与えているんですね。食糧によって気候変動を促し、気候変動が食糧に影響を与える。これは非常に重要だと思っております。そして、食の選択を通じた地球環境の保全という視点は注目されていると思っております。以上です。

#### 【中原会長】

ありがとうございます。それでは、カライスコス委員、どうぞ。

#### 【カライスコス委員】

はい、ありがとうございます。私からはテーマというよりは国際連携全体、そしてフォーラムにおける方法論的部分についてですが、1点目は、成功例だけではなく失敗例から学ぶことも大事なのではないかとことです。もし諸外国から色々な専門家の方々が来られるのであれば、例えば失敗した事例についてもどのような失敗だったのか、どのような理由で失敗したのかということも、私の経験ではかなり参考になると考えています。

もう1つは諸外国から示唆を得るのも大事なのですが、せっかくなので、徳島県、そして日本からも発信するということも積極的に意識していきたいと思っております。私のレジュメの下の方にも書いてありますが、日本風のエシカル、私はこれを「ジャパニーズエシカル」と呼

んでいます、日本の文化等にちりばめられているような SDGs の諸要素を発信する姿勢も重要かと考えています。

#### 【中原会長】

どうもありがとうございます。お二人からの提案がありました。それがトリガー、引き金となったのが、教育と政策ということで、西村委員からあった国際連携という話があったと。自由討論ですので、このお二人の提案、西村委員含めて3人の提案、何かご意見ありますか。

一つ共通話題として出てきているのは何なのかというと、国境を越える、地球規模での社会課題が非常に出てきていると。これも坂倉委員も活動報告の中で指摘されているわけですが、それに対してどう対応していったらいいのかという考え方と、気候変動への問題が言われている。よく考えたらデジタルと同じことなんですよ。

そういう同じ視点で考えた時に、1つは生産現場がいわゆるエコシステムに与える影響というのが、まあ環境影響評価みたいな形だと思う。しかし消費の問題で考えたら、今度は消費がもたらすいわゆる影響評価というのは、本当に出来ているんでしょうかと。これが出てこない、抽象論で終わってしまう。改善するために何をやらなければならないかというモデルがないと、教育目標がたてられませんよ、ということにも繋がっていくだろうという感じがいたします。いかがでしょう、井上委員。

#### 【井上委員】

今のご指摘いただいた点ではないですけれども、カライスコス委員からご指摘のあった「ジャパニーズエシカル」というのはとても良いなと思いました。というのも、私なりに考えて考えて、持続可能な生活は何だろうと考えた結果、行き着くのは、日本ではごく当たり前の「もったいない」という考え方とか、あとは食でいえば日本人が昔から大切にしてきた「まごわやさしい」と言われる豆（ま）、ゴマ（ご）、わかめ（わ）といった食材、いわゆるお袋の味ですよ。そういうものが実は持続可能で環境負荷が少ない、ということに気づくんですよ。

そういう我々日本人が長い間持ち続けていた生き方や価値観を改めて見つめ直すということがとても大事。そして各国が自国のエシカル文化を持ち寄り、認め合い、そして各国のローカルを盛り上げる。それは自国の文化の誇りをたたえ合うということにも繋がって、とても意義のある、前向きなメッセージになる。ですので、良い話だなと思います。

#### 【中原会長】

はい、ありがとうございます。いかがでしょう。まあ前半で皆さんから、思いの丈を語っていただきました。その辺の議論もたっぷりしたんだろうと思います。

そこで、その中から皆さん方からいただいた意見を少し、まとめてみました。先ほど井上委員が仰った、市場経済の問題点が出てきていると。すなわちエシカルな商品を買おうと思ったら高く買えないよと。理由は何なのか、というと社会コストを価格の中に入れると失敗しているよ、という市場経済の過ちを指摘したんだという風に私は解釈しました。ということは、将来世代が逆に言うと、負の遺産として、将来支払わなければならないんですね。それが何なのかということ。また気候変動によって、命の危険もそこにあてるのかどうなのか、そういうご指摘であったと思います。

そして、加渡委員からでてきた教育によってレジリエンスをどうやって進めていくか、これについては他お二人からも同じ意見だと思います。この辺については今後の消費者教育、市民教育の中で、どう活かされるのかをきちっとやっていかなければならないと思いました。

最後のまとめになりますけれども、皆さん方のご意見を聞いていて、ふと思った。将来どういう風にやっていくんですか、教育はどうするんですか、という中で長生きがリスクになってきているという問題点。これについては加渡委員、坂倉委員からもご指摘いただいた。長生きして良かったですね、じゃないんですね。リスクを抱えちゃう、生きづらい。こんな世の中を私たちは求めているんだろうか、ということをやっぱりきちんと考えて、将来、2030年、そしてもっと先の2050年、どうなっていくのかということも気候変動も含めてきちっと考えていかないと、誰のため何のために、社会進出をしているのかということだろうと思います。

これをもって、できれば私たち日本での考え方がガラパゴス化しないように、今日、G20の報告を行いましたけれども、やはり世界は動いているという感じがしたんですね。そのことで日本がとるべき役割があるし、視点の違いがすごく出ていたんだろうと思います。そういう意味では、11月にG20のフォローアップではないですけども、国際消費者フォーラムがあります。それがどうやって活かされていくのか、またしばらくこの委員会を通して、メール審議もしながら、より良いものを作りあげていきたいと思っています。

以上で、終わりにしたいと思います。それでは、事務局の方にお返ししたいと思います。

#### **【犬伏室長】**

中原会長、皆様、大変ありがとうございました。

では、最後に、後藤田副知事より、ご挨拶申し上げます。

#### **【後藤田副知事】**

本日は、第1回目の会合ということでありながら、大変貴重なご意見・ご提案を賜ったという風に思っております。県といたしましても、今後、消費者庁新未来創造戦略本部と連携をもって、全国の消費者行政・消費者教育に寄与できるように、しっかり頑張っていきたいという風に思っております。また2回目以降のご論議を期待したいと思います。本日はどうもありがとうございました。

#### **【事務局】**

最後に事務局よりご連絡をさせていただきます。

今回の議事録や資料は、ホームページ上で公開させていただきます。次回のこの会議の開催は、来年度に入りましてご連絡させていただきます。そして、コラム掲載を考えておりますので、広報へのご協力を随時、依頼させていただきたいと存じます。以上、よろしく願いいたします。

それでは、これもちまして、「徳島県持続可能な社会を目指した国際連携ネットワーク」設立および第1回目の会合を終了いたします。本日はどうもありがとうございました。参加の皆様、ありがとうございました。本日の議事および資料は、後ほど、ホームページで報告させていただきます。是非、皆様の活動や業務の参考にしていただければ幸いです。ありがとうございました。

以上