

オフィスの成果と 新未来創造戦略本部の開設

高橋 真也（たかはし・しんや）
消費者行政新未来創造オフィス

消費者行政新未来創造オフィスは、実証に基づいた政策の分析・研究機能をベースとした新たな未来に向けた消費者行政の発展・創造の拠点として、2017年7月24日に開設されて以来14件のプロジェクトを実施してきた。^{※1}最終回となる今回は、同オフィスの約3年間の主な取組と成果について簡単にご紹介することとしたい。

1 全国展開を見据えたモデルプロジェクト

オフィスでは、徳島県等の協力のもと、県内自治体・企業・学術関係者、消費者庁（東京）、オフィスなど、多くの関係者が連携し、それぞれ知恵を出し合うことで、全国に先駆けた成果をいくつも出すことができた。

(1)「社会への扉」を活用した授業を県内全高等学校等で実施しその効果を検証
消費者庁では、「若年者への

消費者教育の推進に関するアクションプログラム」に基づき、2020年度までに、全ての都道府県の全高等学校等で、「社会への扉」を活用した授業を実施することを目指している。徳島県では、2017年度から、県内の公立・私立高校、高等専門学校、特別支援学校、合計56校全てで、「社会への扉」を活用した授業を実施している。こうした先進事例を全国に展開していくため、授業の実施効果に関する調査を実施したり、県内で実施された授業の事例集を作成して消費者庁ウェブサイトで公表したりといった取組を実施した。また、特別支援学校において実践的な消費者教育ができるよう、有識者や関係者による意見交換会を開催し、障がい種別の特性を把握するとともに、教育上の配慮すべき点を整理し、報告書にまとめている。

(見守りネットワーク)を県内全市町村で設置
徳島県では、県とオフィスが連携し、各市町村に働き掛けるとともに、県自身が見守りネットワークを設置し、その構成団体が各市町村支部にそれぞれの地域の見守りネットワークへの参加を働き掛けるといった仕組みを構築した。その結果、2018年度中に県内の全ての市町村で見守りネットワークを設置することができたことから、全国的な設置推進に資するため、各市町村がどのように構成員に説明を行ったか、どのような課題があったかなど、設置に至る経緯や苦労、工夫点をまとめた事例集を作成し公表している。

(3)消費者志向経営の地方企業への普及に貢献
消費者庁では、事業者が消費者の視点に立ち、消費者の権利や利益を守りながら事業活動を行っていく、消費者志向経営の自主宣言をする企業を増やすことを目指し、働き掛けを行っている。徳島県では、多くの事業者にその趣旨にご賛同いただき、令和2年5月末現在で33の自主宣言事業者が誕生し、昨年度の消費者志向経営優良事例表彰では徳島県内の企業である(株)広沢自動車学校が大臣表彰を受賞するなど、着実に消費者志向経営が根付いている。また、このような実績を踏まえ、近隣県への働き掛けを実施した結果、愛媛県においても「えひめ消費者志向おもいやり自主宣言」として、約20の県内企業が自主宣言を行うという成果を得ることができると、中小企業を始めとした地方の地元企業への消費者志向経営の普及に貢献している。

※1 同オフィスで実施してきたプロジェクトの詳細な取組及び成果については消費者庁ウェブサイトにおいて随時公表している。 <https://www.caa.go.jp/future/project/>

ている状況を踏まえて、消費者庁では、消費生活に関する相談手段の多様化について検討するため、有識者から成る研究会を立ち上げ、若者の主要なコミュニケーションツールであるSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を活用した消費生活相談の実現可能性を検討した。また、

2019年12月から翌年1月にかけて、徳島県在住者を対象として、無料通信アプリLINEを活用した相談窓口を試験的に開設し、実際に消費者から寄せられた相談に対応する中で検証を行った。

その他、倫理的消費（エシカル消費）の普及、食品ロスの削減、子どもの事故防止、栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育、公益通報者保護制度の推進、食品に関するリスクコミュニケーションといった多岐にわたる取組を実施してきたところである。

2 基礎研究プロジェクト

オフィスでは、行動経済学や心理学等を専門とする研究者の参画の下で、徳島県等を実証フィールドとした基礎研究プロジェクト

トを実施してきた。どのプロジェクトも、これまで十分なデータの裏付けが取れていなかった分野の基礎資料として、今後幅広く活用されていくことが期待されている。

(1) 行動経済学等を活用した消費行動等の分析・研究

約3年間にわたり、行動経済学等を活用し、消費者に対する情報提供の在り方について調査研究を実施した。具体的には、とくしま生協と連携し、モニターとなる生協組合員を対象とした「健康と生活に関する社会実験」（ランダム化比較実験）を実施し、情報の与え方による人々の行動の変化を科学的に測定した。近年、政府においても証拠に基づく政策立案（EBPM）が推進されており、同プロジェクトの実施において蓄積された知見等の活用が期待される。

(2) 障がい者の消費行動と消費者

トラブルの実態調査

障がい者の消費者トラブルが増加傾向にある一方、障がい者の消費行動の実態や、直面する消費者トラブルの内容に関する蓄積は、必ずしも十分ではなかつ

た。そこで、2017年度、徳島県と岡山県の障がい者及び支援者を対象に、障がい者の消費行動やトラブル経験の有無等を尋ねるアンケート調査を実施し、2018年度には、障がい者及び支援者へのヒアリング調査を行い、消費者トラブルに遭った方の生活環境、普段の消費行動、トラブル概要、今後被害に遭わないためのアドバイスなどをまとめた事例集を作成した。さらに、2019年度には、実際に作成した事例集を用いて障がい者や支援者を対象とした出前講座を実施し、事例集をまとめて公表している。

その他、若者の消費者被害の心理的要因からの分析や地方の消費者に関する調査・分析といった研究プロジェクトも実施し、報告書等を公表している。

3 新未来創造戦略本部の開設

これまで述べたようなオフィスの成果を踏まえ、消費者庁は本年7月30日にオフィスに代わる新たな拠点として「新未来創造戦略本部」を開設した。同本部は徳島における恒常的な拠点とし

て、オフィスにおいて行ってきたモデルプロジェクトや研究を発展させ、特に経済社会のデジタル化や、若者、高齢者、障がい者等の「脆弱な消費者」への対応等、消費者行政が直面する先進的課題への対応を強化していく予定である。

また、海外の消費者政策の動向や最新の研究成果を長期的な消費者政策に生かしていくことも重要であり、国際交流や国際共同研究といった国際業務も強化する予定である。この国際業務の実施にあたっては、昨年9月に徳島県で開催したG20消費者政策国際会合で得られた知見やネットワークをレガシーとして活用していきたいと考えている。

同本部はスタートを切ったばかりであるが、新型コロナウイルス感染症に対応して、デジタル化の更なる進展や「新しい生活様式」の定着などの経済社会の変化も見据えてしつかり成果を上げ、将来を先取りする消費者政策を作り上げていきたい。

※次回からは「消費者行政の新未来に向けて」というタイトルで、消費者庁新未来創造戦略本部の取組を紹介していきます。