



## 関東支部ニュース No.2 (2020年度)

関東支部事務局(変更になりました) 〒240-8501 横浜市保土ヶ谷区常盤台 79-2  
横浜国立大学教育学部  
松葉口 玲子 研究室内  
TEL 045-339-3463  
jace\_kantou\_shibu@yahoo.co.jp

### 2020年度関東支部研究発表会の発表募集案内

★注意★ここ数年ハガキでのご案内でしたが、今回からこちらをご覧ください。

2020年度関東支部研究発表会を下記の日時で開催致します。全国大会(2020年10月3日・4日、相山女学園大学で開催予定)で発表を希望される方は、原則として所属支部での事前発表が義務付けられています(他支部で発表することも可能です。その場合は、学会HPで他支部の開催案内をご覧になり申込みをお願いします)。

関東支部の研究発表会は、6月13日(土)15:15から、及び6月27日(土)13:00から開催致予定です。いずれかでご発表下さい。

#### <講演会・第1回研究発表会>

6月13日(土)城西国際大学 東京紀尾井町キャンパス(予定)

〒102-0094 東京都千代田区紀尾井町3-26 TEL.03-6238-1300(代)

(東京メトロ有楽町線 麴町駅1番出口より徒歩3分)

13:30~15:00 講演会(受付開始13:00) ※一般無料開放・事前申込不要

講演者:西原智昭氏(星槎大学共生科学部 特任教授)

ゴリラや先住民族ピグミーの家庭・社会からの示唆についてご講演予定

15:15~ 研究発表会

#### <第2回研究発表会>

6月27日(土)東京家政学院大学 千代田三番町キャンパス(予定)

〒102-8341 東京都千代田区三番町22 TEL:03-3262-2257(代) (JR市ヶ谷駅徒歩8分)

13:00~ 研究発表会

#### <申込先・方法>メールで関東支部事務局まで

jace\_kantou\_shibu@yahoo.co.jp

氏名・所属・発表希望日・発表タイトル・メールアドレスを記載して下さい

(受信後、一両日中に返信メールをお送りします。到着しない場合は再送をお願いします)。

**<申込締切> 4月20日(月)**

※発表日は調整をお願いする場合があります。

## G20 消費者政策国際会合に関するご寄稿

G20 大阪サミット 2019 のサイドイベントとして、2019 年 9 月 5 日・6 日徳島県と消費者庁の共催で「G20 消費者政策国際会合」が開催されました。その様子について、当日参加された中原会員と西村会員からご寄稿いただきました。

お忙しいなかご執筆いただきましたことに心より感謝申し上げます。

なお、各セッション含む全体の内容報告（中原会員執筆）につきましては、徳島県の下記サイトをご覧ください。

<https://www.pref.tokushima.lg.jp/5026541/5026717/5032395/>

## <G20 消費者政策国際会合各セッションの総評>

中原秀樹（東京都市大学（前武蔵工業大学）名誉教授）

デジタル変革によって新技術、ビジネスモデル、商取引、さらに様々な革新的商品やサービスがもたらされ、世界中の消費者を取り巻く環境は急速に変化している。「デジタル時代における消費者政策の新たな課題」をテーマに、世界 38 カ国・地域・国際機関を中心に約 300 名が一堂に会し 2 日間にわたる白熱した議論が 6 つのセッションで展開された。各セッションの中から特筆すべき事例や意見を紹介することで総評に代えたい。

セッション 1 「急速な技術革新への政策適応」では、OECD の「政策が登場する理由はリスクの存在」を強調した。この表現は全セッションで必ず出てきた表現であり、透明性と情報開示、差別の可能性と選択への影響、プライバシーとセキュリティ、説明責任、相互運用性、所有権の概念の変更とアフターマーケットのサポートの必要性、そして製品の安全性の確保といった各リスクがそれを物語っている。

また EU の「3 つの新ミッションは①European Green Deal②人間のための経済③欧州のデジタル化であり、これら 3 つのミッションの根底にあるのが、安全と倫理的な枠組みの中で実行するという点である。」は、非常に重要な視点を与えてくれた。デンマークの「デジタル時代の消費者保護は、認知科学、心理学を応用した行動科学である。」と心理的な影響について言及している点に感銘を受けた。

特筆すべきは組織的対応を行っているケースとして英国のデータユニットという専門部署の設置、また EU の中にエンフォースメント・アカデミーを設置し EU 加盟各国の消費者当局に対する支援を行っていることで、デジタル時代の消費者保護当局のキャパシティ・ビルディングに欠かせない好事例であると考えられる。

セッション 2 「国際連携の強化」では、英国の「なぜ国際協力が必要か。業者が国境を超えて取引し、消費者の購買活動も国境を越えている。私たち自身も国境を超えて協力しなければならない」と国際協力について明確な意見を披露した。英国は EU との関係を見直そうとしているが、経済がグローバル化している中で EU のみならず世界各国との協力関係が必要であると考えている、との発言は国際連携の核心をついている。さらにノルウェー、EU も加わり、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 を挙げていることである。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ことがうかがえ、ガラパゴス化が進む日本にとって傾聴すべき言葉であると思料した。

セッション 3 「デジタル時代における製品リコールの効果の向上」では、「消費者の 3 分の 1 が

リコールのお知らせを見て危険な製品を使い続けており」という EU の調査結果に加え、「消費者は購入時に重視するのは、コストと性能を重視し、安全性については度外視していることが分かった」という英国調査は、リコールに対する消費者行動を理解するうえで参考になる。

セッション 4 「紛争解決と被害救済への新技術の活用」において印象的だったのがポルトガルの「この電子苦情ブックというデジタル・ツールを普及させるには大きな問題があった。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い。」という我が国にも共通する弱点を突かれた気がした。またロシアの「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。消費者のニーズに応じていくには、2 回クリックするだけで情報が得られるようにしたい。」と弱者に寄り添う消費者保護の在り方は「誰一人も置き去りにしない」という SDG s にもつながる姿勢である。

セッション 5 「持続可能な開発目標達成における消費者行政担当部局の役割」では、示唆に富む有益な発表が行われたので、是非報告書を参考されたい。ここでは特に印象に残った UNCTAD の「消費者保護当局は SDG s 達成に大きく貢献できる。更なる不平等を減らすということも消費者政策は非常に大きな役割を担っている。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。教育を通じて不平等をなくし、力のある公共政策で消費者に力を与え、それが市場における適切な選択が出来るようになることである」という示唆に富む言葉を紹介する。

最後のセッション 6 「デジタル時代における脆弱な消費者の保護」では、「シンガポールの消費者のオンラインにおける脆弱性は、高い教育を受けているが、時間的に貧しい。つまりオンラインでの購入を選択する機会の増加の割に、忙しくて頭の中がいっぱいの状態にある。」とはジョークで済まない現代人の特徴かもしれない。「小さな国だから楽なのかもしれないが、決して容易ではない」というフィンランドの「フィンランドの消費者保護は、国として子供たちを守るという条項を設けている。未成年相手のマーケティングは良い商業慣習とは言えない。若年層の未経験を悪用することが、未成年の適切な生育を犯していることになる。」という発表を聞いて、自分たちの消費者保護法をチェックしたくなった。

このセッションで不快な気持ちになったのは Vulnerability を「脆弱性」訳していたことだ。上から目線の言葉と感じたのは自分だけだろうかと思いつつ発表を聞いていたが、英国の「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。法的には EU の UCPD（不公正取引行為指令）には、年齢、信用度、身体的または精神的虚弱によって脆弱になると記載されている。」との発言を聞いて安心した。

G20 消費者政策国際会合は余りにも密度が濃く示唆に富む 2 日間であった。疲れはしたが、これから諍いを起こさず、世界の人と連携し、つながりあうことで、諦めかけていたデジタル時代の未来に希望を持たせてくれた時間でもあった。(了)

## <G20 消費者政策国際会合 徳島セッション（概要）>

西村隆男（横浜国立大学名誉教授）

徳島セッションは、2019年9月5日、徳島市にて開催されたG20消費者政策国際会合のセッション1からセッション6に引き続き、徳島県の独自セッションとして、翌6日に開催された。テーマを「若年者（未成年者）に対する消費者教育の推進」として、以下のメンバーで熱心な議論が行われた。

パネリスト	京都大学大学院准教授	カライスコス・アントニオス
	徳島県知事	飯泉嘉門
	鳴門教育大学准教授	坂本有芳
	韓国消費者院消費者情報経営課長	リ・ジンスク
コーディネーター	横浜国立大学名誉教授	西村隆男

はじめにコーディネーターより、論点として、①デジタル時代の若者世代の消費行動、②若年世代の消費者トラブル、③成年年齢引下げを契機として求められる消費者教育、④これからの持続可能社会構築に向けた課題、を掲げ討論を行った。（以下は発言順）

飯泉知事からは、徳島県におけるケーブルテレビ普及率は全国1位（90.7%）、IT企業のサテライトオフィスの進出が拡大していることや、高校生のスマホ使用率は98%との実態の紹介と、高校生の活動としてフェアトレに熱心に取り組む好事例の高校の様子や、県内ではエシカルクラブの取組が拡大している旨報告された。

坂本准教授は、大学生の消費行動に関する調査から、キャッチセールスがクーリングオフ対象であることを理解するものの、契約が原則解除できないことや契約成立が申込に対する承諾で成立すると理解する学生が2割程度で基礎知識に乏しいという報告があった。また、キャッシュレス決済については、都市部と地方の差が大きく、利用していない学生が多い現状から、消費者教育も地域の状況に合わせたものが必要であるとの認識を示された。

カライスコス准教授は、EU各国でもデジタル化が若年層にも浸透しているが、アテネ医師会は14歳未満の子どもの携帯電話を使用させないよう推奨している、健康被害が理由とされるが消費者被害も防ぐことができると報告。また、EU委員会の調査によると、オンラインの広告に影響されやすいし、ステルスマーケティングやインフルエンサーといった隠れた広告手段が多様で、広告と気づきにくいと問題点の指摘があった。

李課長は、韓国では携帯電話の保有率は国民全体で90%、中高生はスマホでゲーム・音楽・映画・TVを利用、モバイルが20代では生活の隅々まで浸透していると説明した。13～19歳の個人間取引の利用も多く、中古品売買では支払いに関するトラブルが多いこと、流行の期間が短く1年以内で終わるものが多いとの報告もあった。

これらの状況に対応すべく消費者教育ではどんな展開が行われているのかについてが、次の議論の中心となった。

飯泉知事からは「社会への扉」の活用と、県内全56校での実施したこと、および成年年齢引下げに伴うアクションプログラムが紹介された。坂本准教授は学生の行った契約では、スマホの購入契約で納得がいけないものが1/4あったこと、また大学では他人に教えることで主体的で多様な知

識の習得を図っているという学生の行動重視の教育の重点化について説明された。カライスコス准教授はEUの Consumer Classroom の充実ぶりを紹介、またドイツ・ハンブルグの消費者センター連盟が行う教員向け資料の専門家による厳格な評価が教師への安心感を与えているとの報告もあった。李課長は、19歳以下の若年者の消費者相談では、やはりインターネットによる教育サービスやネットショッピング関連（とくにファッション）が多いこと、また、消費者教育では、96年以降、主に小・中学校を対象にモデル校指定（2年間）を行い、年間1000万ウォン（10校）を支援、教科に合わせたアドバイスも行っているとの実績が報告された。

持続可能な社会構築に向けた消費者教育では、「エシカル消費」が共通テーマとなった。徳島県立徳島商業高校はフェアトレードの優れた実践でカンボジア政府から勲章、国内では消費者支援功労者表彰（内閣総理大臣表彰）を受賞。12月にはエシカル甲子園を開催との飯泉知事の報告があった。坂本准教授は、持続可能な消費を支えるためには選択、削減、連携の3本柱が重要であると指摘。とくに連携では、社会的活動の実践と支援がカギであると語った。カライスコス准教授はドイツの気候学校（Klimaschule）を紹介、学校単位で省エネに取組み、教員・生徒に加え保護者も家庭での生活改善を実践することで、学校と地域、家庭をリンクさせていると評価した。李課長は、K-SDGs ビジョンを説明。SDGs への国家的取り組みが持続可能な消費・生産、および健康で幸福な生活に資するとのこと。消費者態度の変化を測る調査を消費者院が4年ごとに実施、20代の若者は消費者市民としての力量が他の年代に比べ低いが、消費者力量（情報の理解と活用、問題解決能力）は相対的に高くなっており、消費者教育の効果と考えられると述べた。

議論全体を通じて、ドイツでの広告に騙されない力を養う教育など印象的な発言もあり、問題点を見抜く力や、商品選択において持続可能な社会に貢献できる商品かの判断ができる能力を子どもの頃から育てる必要があるとの意見では一致した。また、生産の背後にある問題、例えば紛争鉱物の問題などにも関心を寄せる学びが必要で、フェアトレードばかりでなく、広く世界の問題・課題に、教える側がまず認識を新たにすることが必要であること、熟慮型の思考力を養う消費者教育をもっと学校や地域で広げていくことが不可欠であることや、デジタルから疎外された人々へのサポートとなる消費者教育もこれからの大きな課題であることなどをとりまとめして議論を閉じた。

このあと、徳島商業高校生徒による発表があり、カンボジアの高校生との共同による商品開発とその販売収益によるカンボジア日本友好学園の財源支援の活動が紹介された。未来へ繋がる画期的な取組として注目される。（了）