

デジタル時代における個人が主役のデータ利活用 —消費者が主役の社会を目指して—

サステナビリティ消費者会議 代表 古谷由紀子

2018年5月25日 My Data Japan2018 (古谷)

組織の紹介、自己紹介

サステナビリティ消費者会議 (CCFS)

- 持続可能な社会の実現への取組み
 - CSR、消費者志向経営への提言
 - 消費者教育
 - 連携による持続可能な社会課題への取組み
 - 他の組織・ネットワークへの参画
 - 消費から持続可能な社会をつくる市民ネットワーク

• 自己紹介

- 消費生活アドバイザー、博士(総合政策)
 - 消費者教育推進会議委員(2013年～2017年)、企業の社会的責任に関する円卓会議運営委員(2014年～)、日本経営倫理学会、企業と社会フォーラム会員、経営倫理実践研究センターフェロー、のほか企業のコンプライアンス・業務品質等の社外委員などに参画
 - 主な論文：「企業の消費者教育の意義と責任—消費者とともに持続可能な社会の構築に向けて—」JABES (2017年)、「『持続可能な消費』を進めるために—市場における消費者の二つの側面からの考察—」JFBS(2017年)
 - 主な著書：「消費者志向の経営戦略」(2010年)、「現代の消費者主権～消費者は消費者市民社会の主役になれるか～」(2017年)

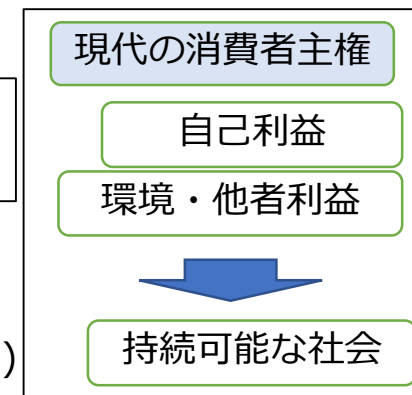
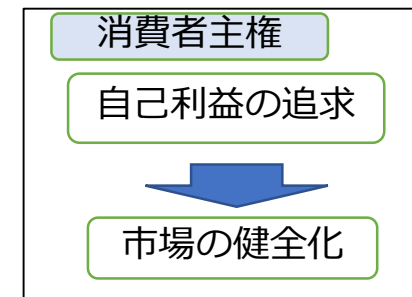
消費者が主役の社会へ

- 消費者政策
 - 消費者保護(1968年 消費者保護基本法)
 - 消費者の権利の尊重、自立の支援(2004年 消費者基本法)
- 消費者基本計画
 - 消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成へ
- 消費者は主役になっているか
 - 消費者主権
 - 消費者の選択 (自己利益の追求) によって
 - より良いモノ・企業が生き残る
 - 悪いモノ・企業は淘汰される

市場での実態は、“消費者の選択に制約”

消費者主権は必ずしも確保できないことから、消費者政策が必要

- さらに現代は、
 - 社会や経済が複雑化・高度化・グローバル化
 - 消費者への市場への積極的な関与が期待(権利行使など)
 - 持続可能な社会の要請
 - 自己利益の追求だけでなく、環境や他者への配慮のある行動への期待(役割の拡大)



個人が主役のデータ利活用にあたって

- 消費者の複雑な実態への理解
 - 市場で利便性を享受する一方で、さまざまな被害や不利益も受けている
 - 持続可能な社会に向けて、自己利益の追求のみならず、積極的な役割の行使(エシカル消費など) が期待されている
- 消費者への支援が必要(企業、行政、市民組織など)
 - 情報提供
 - 消費者教育
 - 紛争解決支援

消費者のエンパワメント

参考

平成29年版消費者白書から

- 2015年度の消費生活相談件数は、デジタルコンテンツやインターネット接続回線等の「運輸・通信サービス」が約28万件と突出し、相談全体の3割を超えている。またその9割以上が通信サービスに関する相談
- 最近のデジタルコンテンツ・インターネット関連消費者トラブルの内容
 - ワンクリック請求（画面をクリックすると突然「登録完了」となり、高額料金を請求される）
 - ネット通販の詐欺的サイト（代金の支払いをしたが、商品が届かない、連絡が取れない）
 - ネットオークションやフリマアプリのトラブル（商品が届かない、正規品ではなく偽物）
 - インターネット上の偽警告による詐欺（サポート契約などと称して金銭を請求される）
 - 格安スマホによるトラブル(電話によるサポートしかなく使いこなせないなど)、仮想通貨のトラブル（不正流出など）
 - お試し購入トラブル（定期購入が条件だったなど） など