

国民生活審議会
消費者政策部会
第1回議事録

内閣府 国民生活局 消費者企画課

国民生活審議会第1回消費者政策部会 議事次第

日 時：平成17年11月14日（月） 10:00～12:00

場 所：中央合同庁舎4号館共用第4特別会議室

1. 開 会

2. 消費者政策部会の今後の運営について

3. 消費者基本計画の検証・評価・監視について

4. そ の 他

5. 閉 会

第 20 次国民生活審議会消費者政策部会委員

(敬称略、50 音順)

部会長	松 本 恒 雄	一橋大学大学院法学研究科教授
委 員	東 珠 実	椙山女学園大学現代マネジメント学部教授
	大河内 美 保	主婦連合会副会長
	大 村 敦 志	東京大学法学部教授
	大 村 多 聞	三菱商事株式会社理事
	品 川 尚 志	日本生活協同組合連合会専務理事
	芝 原 純	社団法人消費者関連専門家会議理事長
	岳 野 尚 代	東京都生活文化局消費生活部長
	田 村 次 朗	慶応義塾大学法学部教授
	津 武 欣 也	毎日新聞社編集委員
	長 田 三 紀	東京都地域婦人団体連盟事務局次長
	糠 谷 真 平	独立行政法人国民生活センター理事長
	野 村 修 也	中央大学法科大学院教授
	早 川 祥 子	日本ハム株式会社社外取締役
	原 早 苗	埼玉大学経済学部非常勤講師、金融オンブズ ネットコーディネーター
	三 木 浩 一	慶応義塾大学大学院法務研究科・法学部教授
	御 船 美智子	お茶の水女子大学生生活科学部教授
	山 口 広	弁護士
	山 本 豊	京都大学大学院法学研究科教授
	渡 邊 和 夫	日本食品関連産業労働組合総連合会会長

以上 20 名

第 20 次国民生活審議会第 1 回消費者政策部会出席者

(敬称略、50 音順)

< 国民生活審議会 >

会 長 佐々木 毅 学習院大学法学部教授

< 消費者政策部会 >

部会長 松 本 恒 雄 一橋大学大学院法学研究科教授
委 員 東 珠 実 梶山女学園大学現代マネジメント学部教授
大河内 美 保 主婦連合会副会長
大 村 敦 志 東京大学法学部教授
大 村 多 聞 三菱商事株式会社理事
品 川 尚 志 日本生活協同組合連合会専務理事
芝 原 純 社団法人消費者関連専門家会議理事長
岳 野 尚 代 東京都生活文化局消費生活部長
津 武 欣 也 毎日新聞社編集委員
長 田 三 紀 東京都地域婦人団体連盟事務局次長
糠 谷 真 平 独立行政法人国民生活センター理事長
野 村 修 也 中央大学法科大学院教授
早 川 祥 子 日本ハム株式会社社外取締役
原 早 苗 埼玉大学経済学部非常勤講師、金融オンブズ
ネットコーディネーター
三 木 浩 一 慶応義塾大学大学院法務研究科・法学部教授
御 船 美智子 お茶の水女子大学生生活科学部教授
山 口 広 弁護士

以上 18 名

事務局 猪口内閣府特命担当大臣、田口国民生活局長、堀田審議官、
中村審議官、後藤総務課長、服部消費者企画課長、
勝見消費者調整課長、鈴木消費者団体訴訟制度検討室長、
藤崎国際室長

○松本部会長 ただいまから「国民生活審議会消費者政策部会」を開催いたします。

本日は、お忙しい中お集まりいただきまして、誠にありがとうございます。

去る10月7日に開催されました「国民生活審議会総会」におきまして、佐々木会長から消費者政策部会長として指名を受けました松本でございます。今後「消費者政策部会」の議事の進行に当たら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。

当部会所属の委員につきましては、お手元にお配りした資料1のとおりでございます。本日は、そのうち17名の御出席をいただいております。

まず議事に先立ちまして、内閣府の猪口特命担当大臣よりごあいさつをいただきたいと存じます。

○猪口内閣府特命担当大臣 皆様どうもおはようございます。お集まりいただきまして、ありがとうございます。内閣府特命担当大臣を拝命いたしました猪口でございます。このたびの内閣改造によりまして、少子化、男女共同参画、消費者政策などさまざまな分野、特に国民生活に直結するような分野を担当することとなりました。よろしくお願いいたします。

第3次小泉改造内閣の基本方針におきまして、その柱の1つに「暮らしの構造改革」と政治的には呼んでおりますけれども、「暮らしの安心と安全の確保」が掲げられています。消費者利益の擁護、市民活動の促進、個人情報保護などさまざまな課題があります。このような課題は、まさに国民生活に直結するものでありまして、これらの重要課題に応えられますよう、私としても最大の努力を払っていきたいと考えているところでございます。

私は、本日の「国民生活審議会消費者政策部会」に参加いたしますことを、内心実は大変楽しみにしておりました。と申しますのも、私が最初に政府の審議会で仕事をしたのは「国民生活審議会」だったということを思い起こしております。ちょうど昭和から平成に変わる前後なんですけれども、「国民生活審議会」の委員として、そのときの審議に関わりまして、今、思い起こしますと、そのときがまさに暮らしの構造改革につながるような、かなり先駆的な議論ができる審議会として、この審議会があったと思い起こしております。

そのころの議論は、当時の日本社会は男性中心、特に働く世代の壮年男子を中心とする、企業中心的社会経済システムでありまして、そういう中で女性や青少年、青年たち、そして高齢者の方たちも主人公とした生活中心社会に変革していくべきではないかというような問題指摘を私の方からも何度もしたと記憶しております。また、そのような考えの下で、「国民生活を変える新たな主役たち」という題を掲げます報告書を取りまとめました。ですから、私としても大変思い出深い審議会でございます。

今日の共生社会、あるいは男女共同参画社会づくりに向けて取り組む先駆けになったと感じておりますので、また先生方の御審議される内容がその後政府の中で、あるいは国民、社会全体の中で、やはりこの審議会に時代の最先端の問題を発見し、それに対応していく、そういう先駆けとしての役割があると評価されるお仕事をさせていただけますことを信じておりますし、また私も担当大臣として最大限先生方から御指導を受けて、推進してまいり

たいと思っております。

最近では消費者政策の分野におきまして、本当にありがたいことに、この検討委員会が6月に消費者団体訴訟制度の在り方についての報告書をまとめてくださいました。大変に充実した内容で、私も大臣として初期の勉強としてしっかりとこの内容を勉強させていただいております。

内閣府におきまして、これを踏まえて次期通常国会において法案を提出できますよう、現在法制化の作業を進めております。どうぞよろしくお願ひしたいと思ひます。

今度この部会におきましては、そのような運びと内閣府の方でもなっておりますので、消費者基本計画を検証して、評価して、監視する、そのような消費者政策の重要な課題について御審議いただけますればと思ひております。

松本部長にどうぞよろしくお願ひいたしまして、また委員の皆様におかれまして、「安全で安心な暮らしの実現」に向けて、自由闊達な御議論をいただけますようよろしくお願ひいたします。

第1回の「消費者政策部会」の開催に当たりまして、一言担当大臣としてあいさつさせていただきました。ありがとうございました。

佐々木先生、全体の会長として大変御苦勞多いかと思ひますが、どうぞよろしくお願ひいたします。また、部会の議論にもこのように出席いただきましてありがとうございました。

部会長、どうぞよろしくお願ひいたします。

それでは、申し訳ありませんが、たくさんのことを抱えておりますので、ここで失礼させていただきますけれども、先生方、部会長を通じて、会長を通じて、どうぞ私に、あるいは直接にでも御意見をお寄せいただけるよう、そういう自由なことを感じていただければと思ひます。

どうもありがとうございました。

○松本部長 大変温かいお言葉をありがとうございました。大臣には是非閣内で消費者政策について、積極的なサポートをお願ひしたいと思ひます。

○猪口内閣府特命担当大臣 勿論でございます。

ありがとうございました。どうも失礼します。

(猪口内閣府特命担当大臣退室)

○松本部長 本日は、当部会最初の会合ということもあり、佐々木会長に御出席いただいておりますので、会長からも一言ごあいさつをお願ひいたします。

○佐々木会長 先日の総会で会長に選任されました佐々木でございます。

私自身、この部会での審議につきまして、皆様方の意見をできるだけ收拾できるよう努力をしまりたいと思ひますし、また、松本部長とも協力をしながら全体の運営についても考えてまいりたいと思ひますが、何はともあれ、部会の方の審議につきましては、松本先生の下、迅速かつ適切な御審議をお願ひできればということを中心から切望しているところでございます。どうぞ、よろしくお願ひいたします。

○松本部部长 ありがとうございます。それでは、議事に入らせていただきます。

最初に、当部会の運営に関しましてでございますが、国民生活審議会令の規定では、部会長が部会長代理を指名するというようになっております。部会長代理につきましては、資料2-1の審議会令の第六条の5項であります。

そこで、部会長代理といたしましては、山本豊委員にお願いしたいと存じます。

なお、山本委員は、本日は所用で御欠席ですが、本件については事前に御了承をいただいております。

続きまして「消費者政策部会」の公開について御説明させていただきます。

資料2-2「国民生活審議会議事運営規則」をごらんください。部会の公開につきましては、この規則の第5条で「原則として会議を公開し、又は議事録を公表するものとする。ただし、特段の理由がある場合には、理由を明示して、会議を非公開とし、及び議事録を非公表とすることができる。」とされておりますので、そのように取り扱わせていただきたいと思います。

また、議事要旨につきましては、これまで会議資料と併せて、おおむね2日以内に公表するとともに、議事録につきましては、おおむね1か月以内に公表するという取扱いをしてまいりましたので、これらの点につきましても従来と同様、2日以内、及び1か月以内ということで公表いたしたいと存じます。

なお、委員から文書によって意見が提出された場合におきましては、これまでの取扱いと同様、部会の審議に当たって必要であると、私、部会長が認めたものにつきましては、直近の部会で配布することとし、会議資料の扱いとさせていただきたいと存じます。

それでは、本日の議題2の「消費者政策部会の今後の運営について」を事務局から御説明お願いいたします。

○服部消費者企画課長 お手元の資料3に基づきまして、御説明させていただきます。

まず、背景でございますが、平成16年に制定されました消費者基本法に基づき、消費者利益の擁護・増進に関する重要課題に政府全体として計画的・一体的に取り組むに当たっての基本方針といたしまして、消費者基本計画が策定されております。

この計画の実効性を確保していくために、消費者政策会議は、計画の検証・評価・監視を毎年行うこと、その際「国民生活審議会」の意見を聴くこととされております。

なお、この計画は、当部会におきましても御審議を賜わりまして、答申をいただいたものでございます。

一方、消費者取引の多様化及び複雑化を受け、従来の消費者取引に関するルールの隙間をつく形で様々な消費者トラブルが発生しており、消費者契約法の施行状況を評価し、同法の見直しを含めた必要な検討を行うことが求められております。

また、消費者基本法において、消費者政策の基本理念の1つとしまして、消費者の自立支援が定められているところでございますが、このためには、消費者が学校、地域、家庭、職場等の様々な場所で、生涯を通じて消費者教育を受けられる機会を充実していくことが、

ますます重要となっております。

「2. 主な検討事項」でございます。

「(1) 消費者基本計画の検証・評価・監視」でございます。

検証・評価・監視の枠組みを検討するとともに、消費者政策会議が検証・評価・監視を行うに当たって、意見を述べるとしております。

次に「(2) 消費者契約法の施行状況の評価」でございます。

消費者契約に関する苦情相談や裁判例の動向の分析など、平成13年4月より施行された消費者契約法の施行状況について評価を行うとしております。

「(3) 消費者教育の推進」でございます。

消費者教育の体系化を図り、これに基づく消費者教育の推進方策について検討するとしております。

次のページに当面のスケジュールを記載させていただいております。

本日、消費者基本計画の検証・評価・監視の枠組みにつきまして御審議を賜わりまして、12月には、引き続きこの枠組みとともに、消費者団体訴訟制度導入のための法案骨子、2月から3月に消費者教育の体系化、消費者契約法の施行状況それぞれにつきまして、私どもの調査結果を御報告させていただき、御討議していただくことを考えております。また、4月から6月を目途に、平成17年度の進捗状況に関しまして、消費者基本計画の検証・評価・監視につきまして、また、夏以降は、消費者教育の体系化及び推進方策につきまして御審議していただくことを考えております。

また、平成19年4月から6月を目途に、平成18年度の進捗状況に関しまして、消費者基本計画の検証・評価・監視に当たっていただくことを予定しております。

以上でございます。

○松本部会長 ありがとうございます。ただいまお話にありました、当部会の今後の運営方針につきまして、何か御質問、御意見がございましたら、どうぞお出しください。

品川委員どうぞ。

○品川委員 消費者契約法の施行状況の評価を行うという御説明をいただきましたけれども、消費者契約法自体の改正の方向というのは、どんなふうにお考えなのかということをお教えいただければと思います。

○堀田審議官 スケジュール表にございますように、まず、現状の分析、そういったところを中心に来年の2月から3月ぐらいにかけて、できればこちらの調査を御報告させていただきたいと思っております。

その後につきましては、消費者団体訴訟制度の法案を国会に出すとか、いろんなその他の審議事項がございまして、ここには直接書いておりませんが、そういった動向を踏まえて、また御相談させていただきたいと思っております。

○松本部部长 津武委員どうぞ。

○津武委員 審議の方法というか、討議の方法に関してなんですけれども、ある問題で、例えば全般的にここに出席している私たちが、それぞれみんな思いを述べて、同じような形のもの、そういつてはいろいろ問題があるかもしれませんけれども、それぞれの人が、10人がさまざまな意見を述べるよりも、ある問題について、この問題について議論を深めるという形の審議の方法というのは取れないものなのかということを考えてもらいたいと思います。

つまり、今回いろいろ議論して、では次はこの問題を宿題にして、そして議論しようと、そういう形じゃないと全般的に議論が散らばってしまって、結果的に何を議論したのかわからないという状況が続くのではないかと思うんですけれども、そこら辺、部部长、これこそまさに審議会の運営の問題だと思うんですけれども、議論のやり方はいかがですか。

○松本部部长 先ほど、主な検討事項として3点挙げられております。

1つは、基本計画の検証・評価・監視。

2つ目が、消費者契約法の施行状況の評価。

3つ目が、消費者教育の推進ということですから、2つ目と3つ目については、かなり焦点ははっきりしていると思います。

1つ目につきましては、消費者基本計画は非常に多彩な項目が挙げられているということから、これを全般的に同じ濃度、密度で検証するのか、それともその中から幾つか重点的なものを取り上げて行うのかにつきましては、恐らく当面のスケジュールでは、11月、12月での枠組み、検証・評価・監視の枠組みという項目が挙がっておりますから、どういう形で本部会として検討するのかという話に還元されるのではないかと思いますので、その点で御意見をお出しいただければと思います。

どうぞ、山口委員。

○山口委員 私の方は、日本弁護士連合会の「消費者問題対策委員会」で消費者問題について、さまざまな観点から検討をしているわけなんですけれども、そういう観点からしまして、本当に多項目の実行方針がこの計画の中に出ているんですが、我々なりに、ここは大変よくやられているのではないかとか、ここら辺はこうじゃないかとか、それなりのものをこの際ですから検討してみたいと思っているんですが、そこら辺、この審議計画の中で、例えばそれぞれの皆さんの出身母体の中でも検討されていると思うんですが、例えば次回までに私どもの方で検討した結果は、こういうことなんだけれども、皆さんどうでしょうかというようなペーパーをお出しすることはできるかどうか、あるいはそういうことをすることが適切なかどうか、ちょっと伺いたいんですが。

○松本部部长 議論が、次の議題3の方に既に入っておりますので、まず、議題3につきまして、事務局の方から御説明をいただいた上で、今の御議論にもう一度戻るのが適切かと思っております。

それでは、事務局の方からお願いします。

○服部消費者企画課長 資料4に基づきまして、御説明をさせていただきます。

「消費者基本計画の検証・評価・監視についての考え方（案）」でございます。

消費者基本計画におきましては、計画の実効性確保のために、消費者政策会議は、毎年、計画の進捗状況につき、検証・評価・監視を行い、その結果を公表するとともに、この結果に基づき、計画の必要な見直しを行うとされております。

今年度の進捗状況に関する検証・評価・監視については、以下の方針の下で進めるとしてしております。

まず「1. 対象」でございます。

消費者基本計画は、平成17年度から平成21年度までの5年間を対象としており、その構成につきましては、おおむね次のとおりになっております。

計画が目指す消費者政策の3つの基本的方向、消費者政策の9つの重点、計画の実効性確保のための5つの事項、消費者政策の重点に対応するものも含めまして、重点的に講ずる121の具体的施策、これらにつきましては、担当省庁、実施時期を明示しております。

今回の検証・評価・監視の対象につきましては、消費者政策の重点、実効性確保のための事項、具体的施策を対象とするとしております。

次に「2. 内容」でございます。

既存の具体的施策、実効性確保のための事項につきましては、検証・評価・監視に関しましては、次のように整理されるとしております。

検証につきましては、進捗状況を明確にする。

評価につきましては、進捗度や有効性のほか、関係省庁間の連携など個々の具体的施策、事項に応じた評価を行う。

監視でございますが、今後の取組みを明確にする。なお、必要に応じ具体的施策の内容等を見直す。

次に新たな具体的施策の追加に関するものでございます。

上記(1)を踏まえつつ、必要に応じて、消費者政策の重点に対応するものを含めて、新たな具体的施策を盛り込む。

「3. 実施時期」でございます。

政府における予算要求等の施策決定プロセスを踏まえ、来年6～7月を目途に検証・評価・監視の結果をとりまとめるとしております。

次のページに「4. 当部会の関与」につきましては、記載させていただいております。

消費者基本計画の検証・評価・監視につきましては、計画において、消費者政策会議が検証・評価・監視を行うに当たっては「国民生活審議会」の意見を聴くこととされております。

また「国民生活審議会」の消費者基本計画の案についての答申におきまして、消費者基本計画の推進に当たっての要望として、消費者政策会議が毎年行う検証・評価・監視の実施に関して「国民生活審議会」が積極的な役割を果たしていく旨が盛り込まれております。

当部会は、検証・評価・監視の実施に積極的な役割を果たしていくため、以下のような方向で審議を進めてはどうかとしております。

① 検証・評価・監視の重点施策に関し、意見を述べる。

② 上記①を踏まえつつ、必要に応じて、新たな施策を盛り込むことについて意見を述べる。

③ 平成 17 年度における検証・評価・監視の重点施策としては、

「ア. 計画において消費者政策の重点として位置づけられている施策であって、平成 17 年度を期限として実施する、あるいは検討するとしているもの。」

「イ. 新たな消費者問題の対応」

が考えられる。

その下に、参考といたしまして、施策の分類をお示しさせていただいております。平成 17 年度を期限とする施策、44 程度でございまして、全体の 35% 程度でございます。

また、消費者政策の重点として位置づけられている施策、括弧で数値を示させていただいておりますが、半分程度が 17 年度を期限とする施策でございます。

次に（3）審議の体制及びスケジュールでございます。

① 消費者政策部会の下に 2 つの分科会を置き、分担して審議を行う。

② 各分科会は、その結果を取りまとめたものを消費者政策部会に 6 月を目途に報告する。

③ 消費者政策部会では全体の意見のとりまとめを行う。

としております。

次のページ以降、別添として参考資料を添付させていただいております。

まず、別添 1 でございます。「消費者基本計画の構成」でございます。

消費者政策の基本的方向、9 つの重点、5 つの事項、重点的に講ずる 121 の具体的施策に関しまして、関連部分を記述しております。

次に別添の 2 でございます。

「検証・評価・監視のイメージ（例）」ということで示させていただいております。

計画の具体的施策につきましては、概ね、実施するという「実施型」のものと、在り方について検討するという「検討型」の 2 つのタイプに分かれているわけでございますが、それぞれのイメージにつきまして示させていただいております。

まず、実施型でございます。

基本計画では「4. 計画の実効性確保（5）新たな消費者トラブルへの機動的な対応」という事項がございます。

具体的には、新たな消費者問題の発生に際しては、消費者政策会議、消費者政策会議関係委員会等機動的に開催するなど、迅速に有効な施策を検討・実施するとされております。

これに関しましては、担当省庁、それから悪質住宅リフォームの問題を取り上げており

ますので、悪質住宅リフォーム問題への対策の検討・決定。

また、右側、評価、監視でございますが、計画の内容を踏まえたと、例えば評価に關しましては、迅速性・機動性、関係省庁間の連携、有効性について評価するということが考えられます。また、監視の項目を入れております。

次のページでございますが、「検討型」ということで、安全の確保、リコール制度の強化・拡充に關連したものを記載させていただいております。

これに關しましては、2つ具体的施策がございまして、1点目が、消費者が容易に製品の回収措置に關する情報を入手できるよう、社告等を一覽できるポータルサイトの在り方について検討するというもの。

もう1つが、消費者にとってわかりやすい効果的な社告等の在り方について検討するというものでございます。

既に担当省庁につきましては、このようになっております。

検証（進捗状況）でございますが、現在、社告等を一覽できるポータルサイトの在り方や、消費者にとってわかりやすい効果的な社告等の在り方についての方向性を導出するための調査・研究を実施するべく作業を進めております。こうしたことを検証のところに記載させていただくことになるのではないかと考えております。

また、評価・監視でございますが、これらの進捗度、有益な方向性が導出されたかどうかといった観点からの有効性等が考えられるのではないかと考えております。

次に、別添3でございます。

先ほど、当部会は検証・評価・監視の重点施策に關し意見を述べると申し上げたものに關連するものでございます。

審議対象の施策名、担当省庁、検証、評価・監視、それぞれの項目につきまして記入の上、私どもの方から部会へ御提示させていただきまして、右側の「消費者政策部会の意見」の欄におきまして、とりまとめていただきました御意見を明示するということを考えております。

更に、別紙ということで「消費者基本計画に盛り込まれた施策のうち、平成17年度を期限として実施する、あるいは検討するとしているもの」につきまして、具体的施策、担当省庁、実施時期を明示したものを用意させていただいております。

まず「消費者政策の重点として位置づけられている24施策」でございますが、具体的には「（1）安全の確保」で3施策、また「（2）選択の機会の確保」。

次のページでございますが「（4）消費者教育の推進」。

3ページ目でございますが「①高度情報通信社会の進展への対応」。これは5つございます。

4ページ目でございますが「②国際的な連携の確保」「③環境の保全への配慮」、その他の施策が該当する次第でございます。

6ページ目以降は、その他施策を20施策明示させていただいております。

以上でございます。

○松本部部长 ありがとうございます。ただいまの事務局からの提案では、平成17年度を期限とされている、かつ重点施策について2つの分科会に分かれて検証・評価を行うという原案でありまして、かつその評価の評価項目等についてのイメージが出されているところでもあります。別添2が、いわゆるテンプレートということになりますが、このようなやり方でよいかどうかについて御議論いただきたいと思います。

山口委員どうぞ。

○山口委員 よくわからないのが、最後に資料として悪質リフォーム問題の対応が配られているんですが、こういう個別の問題についての対応と、それから総花的に別紙で並べられている24施策、あるいは121項目の具体的施策についての検討というのは、どういうふうに関わるんでしょうか。

○服部消費者企画課長 別添2の中でお示しさせていただいておりますが、今回対象としていただきますものは、大きく分けまして、具体的施策と実効性確保のための事項でございます。

実効性確保のための事項の1つといたしまして、新たな消費者問題の発生に際しての対応と別添2のところに書かせていただいているものでございますが、新たな消費者問題の発生に対する具体的な対応として、現在までやってきておりますのが、悪質住宅リフォーム問題の対策ということでございまして、そうした観点からここで取り上げさせていただいている次第でございます。

○松本部部长 よろしゅうございますか。

○山口委員 そうしますと、両方やるという意味ですか。121項目についての検討と、それから新たな問題の発生についての検討と、端的に両方やるということによろしいんですか。

○服部消費者企画課長 具体的施策と実効性確保のための施策両方やるということでございまして、その実効性確保のための中にございますのが、新たな消費者問題への対応ということでございます。

別添の1でございますが、先ほど私の方から対象として9つの重点、5つの事項、121の具体的施策ということを申し上げました。

御指摘の121の具体的施策は対象にするということ。それから、今、申し上げましたが、新たな消費者問題への機動的な対応、これは3の(5)でございます。これについても対象にしてはどうかということでございます。

○松本部部长 大河内委員どうぞ。

○大河内委員 それは、それによろしいんでしょうか。私は資料4の1ページの検証のところなんですけれども「進捗状況を明確にする」と書いてありますが、これは例えば何らかの理由で遅れている場合も、遅れている理由を明確にするというような意味にとってよろしいんでしょうか。是非そういうふうにしてほしいということ。

それから、評価なんですけれども、さっきの別添のところを見ても、この評価というところが、わかりやすく書いてあってほしいなど。なるべく数量化できるものは数量化してほしいし、何かランクが付けられるものとか、それから効果なんかが、だれが読んでもわかりやすく書いてほしいということ。

そして、監視なんですけれども、監視のところ「今後の取組み」と書いてあるんですけれども、監視というと何となく継続的にずっと見ているというようなイメージなんですけれども、今後の取組みという言葉の中に、そういう意味合いが全部込められているというようなことなのかどうか、ちょっとお聞きしたいというのが1つ。

それから、分科会でこの紙が出てきて検討するときに報告が分科会にあると思うんですけれども、その報告を是非担当した省庁の方からの説明としていただきたいと思うんです。その方が、やはりわかりやすく、質問なんかにもしっかりとその場で理解が深まるのではないかと思うので、是非その辺をよろしくお聞きしたいと思います。

○服部消費者企画課長 何点か御質問もいただきましたので、考え方を述べさせていただきます。

検証・評価に関しまして、遅れているかどうかというところでございますが、進捗度につきましては、きちんと評価するという事ではないかと考えております。こうした評価ができるように検証の部分で進捗状況を明らかにするという事ではないかと考えております。

それから、評価はわかりやすくというお話でございましたが、可能な限り、どういう評価をしていくのか、まだ試行錯誤、模索しているようなところもございまして、わかりやすいものとなるよう、トライしていくというふうにしていけばいいのではないかと考えております。また、今後の取組みのところでございますが、まさに意味合い的には、今後の取組みを明確にすることによって、それをウォッチしていくと、いわゆる監視の言葉の意味合いがあるのではないかと考えております。

それから、担当省庁からというお話でございまして、部会または分科会に御提示させていただきます。検証・評価・監視の案につきましては、基本的に担当省庁が作成するものであり、限られた時間の中で効率的・効果的に御審議していただく上でも担当省庁からのヒアリングというものは重要であると私は認識しております。

こうした認識の下、本日の御討議も踏まえまして、関係省庁と相談していきたいと考えております。

以上でございます。

○大河内委員 ありがとうございます。

○松本部長 津武委員どうぞ。

○津武委員 新たな消費者問題ということに関して、ちょっとイメージが混乱しているのをお聞きしたいんですけども、この新たな消費者問題というのは、要するに例えば過去1年間に社会的に大きな問題と呼んだというようなところとらえているんですか、それと

も今まさに動いているという問題も新たな消費者問題ととらえて、その検証・評価の対象としようということなんですか、それはどうなんでしょうか。

○松本部会長 事務局どうぞ。

○服部消費者企画課長 計画の中で、新しい消費者問題にどう対応するかということについては、2つ項目がございまして、1点目が実効性確保のところ、新しい消費者問題について対応するというので、これは社会的に問題となっているというものも含めて幅広くとらえる必要があるのかなと考えております。

他方で、消費者からの苦情相談といったものを活用させていただきまして、新しい問題に政府全体として取り組んでいきたいということで、1つ事項を設けております。

それは、国民生活センターと関係省庁間の連携という項目でございまして、各地の消費生活センターに寄せられます苦情相談に基づきまして、政策提言、情報提供。これを踏まえて、関係省庁の方で対応策といったものに取り組んでいく。計画では、本年12月までに、この仕組みについて構築するとなっておりますので、この2つの側面、2つの観点から進めていきたいと考えております。

○松本部会長 原委員どうぞ。

○原委員 幾つか質問をさせていただきたいと思います。

1つは、今、新しく出てきた問題にどう対応するのかということ、勿論それは考えているということになるわけなんです、一応今回の消費者基本計画は5年という期限ということで項目を今年立てているということになりますけれども、資料4の2ページ目に参考として出されている数字を見ると、平成17年度を期限とする施策と、それから21年度までと、それからずっと継続的という数字があるわけですが、17年度を期限とする施策の数がかなり多いのです。両方合わせて44あるということで、今年度で何らかの結論が出るものも多いと。

金融庁関係を見ると、かなりそれが多いという感じなんです、そうすると、平成21年度まで、あと4年の間に新しく組み込んでいく施策をどうするかということですね。

勿論、消費者センターに寄せられる苦情というものは、今の連携の仕組みの中で入ってくると思うんですが、やはりこれから先の4年とかを考える。4年で切るわけではなくて、またその次の5年というのがあるわけですから、そのときに新しい施策というのをどういう形で組み込んでいくのかというのが、もう少し明確になっている方がいいのではないかと、ということが1点です。

2点目なんです、大河内委員からも意見が出ておりましたけれども、今回、ペーパーという形で、検証・評価・監視というのが、まず各省庁がお書きになって、ここに出てきて、そして文書で書かれるということになるわけですが、できれば数字があるものは数字が望ましいと思いますが、やはり定性的な表現によっては、検討中であるとか、平成19年度までに結論を得るとか、そういう形になりがちなので、ここも是非わかりやすさプラス明確な表現ということで、どういう表現が望ましいかの検討も尽くしておいていただき

たいと思っております。

3点目は、これも大河内委員から出ておりましたけれども、やはり各省庁と意見交換をさせていただきたいと思っております、こちらの消費者政策部会ではありませんけれども、以前、消費者団体と経済企画庁のときですね、定期的な懇談会を持たれていて、ちょうど製造物責任法の制定をしている時期だったと思いますが、消費者団体と経済企画庁との懇談会のときに、ほかの省庁の方を1年1回呼んで来ていただいて、ちょうど12月の大臣を囲んでの消費者保護会議がありましたけれども、あの前の段階だったと思うんですけれども、各省庁の消費者政策の担当者と消費者団体との情報交流会のようなものがあって、そこで一種の政策評価みたいなことをやっておりますので、私としては不可能ではないと思っておりますので、是非この場にそういう仕組みを設けていただきたいというのが3つ目です。

最後なんです、ここで消費者政策の各省庁の評価をいたしますけれども、現在、各省庁とも自分のところがやっている政策について政策評価をやっていて、総務省で政策評価のまとめをしておりますけれども、そちらとの連動というんでしょうか、連携というんでしょうか、ここは具体的には何か考えられているのかどうかということをお聞きしたいと思っております。

以上です。

○松本部会長 何かございましたら、どうぞ。

○服部消費者企画課長 まず、検証・評価・監視のこちらの方から御提出させていただく記入の明確化等についての御指摘でございますが、内閣府、具体的には私どもの課自身も今回の計画の中で実施主体になっているところでございますので、まずは私どもの方で自分たちの施策について、今、いただきました御指摘も踏まえて、どういう書きぶりができるのかということを試行錯誤させていただきたいと思っております。

現在、かなり動かし始めている施策、動いている施策等ございますので、そうしたものを私ども自身が素材にして、よりよいものができるように進めていきたいと考えております。それから、行政評価との関係でございますが、行政評価につきましては、有効性のほかに効率性でございますとか、いかに税金を効率的に使うか等々、非常に多彩な多項目の評価軸があると考えております。

他方で、消費者基本計画の大きな特徴といたしましては、進捗に関しまして、実施スケジュールをきちんと決めているということ。それから担当省庁も決まっていること。消費者政策に関しての全体像が見えるということでございまして、私は、各省庁、勿論私自身の課も実施するわけでございますけれども、こうした行政評価の部分で取り入れられている手法と、今回、私どもの方で進めようとしているアプローチというのは、相互に補完するような関係にあるのかなと考えてございまして、そうした既存のツールというものをうまく勘案しながら、双方の評価にとってプラスが出るような形になっていくのではないかと考えております。

それから、意見交換というところでございますが、消費者団体とは随時意見交換等を行っておりまして、そうした機会に適宜意見交換をさせていただくということも考えられるのではないかと考えております。

以上でございます。

○松本部会長 御船委員どうぞ。

○御船委員 枠組みは、よくわかったんですけども、別添の2で評価がありまして、迅速性・機動性、それから関係省庁間の連携、有効性と続きますが、その順序には違和感があります。迅速性・機動性の後に有効性が来て、その後に関係省庁間の連携ではないかと考えております。これは意見です。

それから、有効性のことなんですが、基本的には、それぞれの実施している施策担当部・課が有効性を評価していくと思っておりますが、その際、有効性の指標というものを短い言葉で細かく設定していただいて、そしてそれに対して評価を書き添えていただくというような方向を是非お願いしたいと思っております。

なぜならば、有効性に関して、その省庁が有効性の基準とするような内容というものについて、こちらにわかるようにお示しいただきたいからです。評価する場合には、有効性の軸が非常に重要だと思うんです。

ですから、評価軸とそれに基づいた評価に関しては、こちらが一定の理解をした上で、有効性の軸が足りないのではないかと等といった意見を述べられるような、そういう構造にさせていただくと、審議会の意味というのが出てくるのではないかと考えております。これが希望です。

以上です。

○松本部会長 長田委員どうぞ。

○長田委員 今、いろいろ出ている意見と少し重なるところもあると思っておりますけれども、別添2のところの評価の軸、今、御船先生がおっしゃったように、とにかくペーパーで見せていただいた段階でも、よりわかりやすいということは絶対的に必要なことだと思っております。

これは、たまたま4の(5)のものに関して、迅速性・機動性となっているわけで、それぞれにいろんな軸が出てくるんだと思っておりますが、それはそれぞれの各省庁が御自分たちで決めると考えていらっしゃるのか、それとも何かこの政策についてはこの軸で、このことに関して評価をしてほしいと、すべてこちらで要望を出していくものなのかと、どういうふうに考えていらっしゃるのかというのを教えていただきたいと思っております。

まず、それだけ質問させていただきます。

○服部消費者企画課長 資料4の1ページ目の評価のところでございますが「進捗度や有効性のほか」という書きぶりをさせていただいておりますが、私どもの方といたしましては、進捗度、有効性といったものは、今回の基本計画、いわゆるアクションプログラム型になっておりますので、こうしたことは、ある意味で共通的なものなのではないのかなと

考えております。

このほかに、具体的施策の内容に応じまして、どういう評価というものが出てくるのかなということではないかと思っております。

御指摘がございました別添の2でございますけれども、実施型のところで具体的内容として新たな消費者問題の発生に際して以下書いておりますが、こうした文章の中で書かれている、いわゆるキーワード的なものを少し取り出してみると、個々の評価のところで、今、お示しさせていただいているようなことが浮かび上がってきた次第でございます。

○長田委員 そうしますと、それぞれの施策についても、そういう形で書かれているところから浮かび上がってきた軸で自然と評価が出てくるということになるわけですね。

○服部消費者企画課長 そういう作業になるのではないかと考えております。

○長田委員 加えてもう一つ質問させていただきたいんですが、そういう形で、各省庁から全部ペーパーとしての評価が出てきて、部会下の分科会で検討させていただくわけですが、国民的意見を聞く機会というようなものをつくろうというのを考えていらっしゃるかどうかということ。

それから、新たにこういうものを加えるべきだとか、加えてほしいというのを御要望として出させていただくことになるとは思いますけれども、それは分科会ごとに検討したものを出示してくるというのでは、ちょっと狭い範囲になってしまうかなという気もしますが、部会として全体として検討する機会というか、時間をとっていただけるのかどうかの2点をお願いします。

○服部消費者企画課長 まず1点目の御質問でございますが、当部会の審議状況につきましては、資料も含め公開されているところでございまして、公開された審議の過程の中におきまして国民の皆様から寄せられる意見については、検証・評価・監視に際し参考になるのではないかと考えております。

それから、部会でのとりまとめ、資料4の2ページ目でございます。「(3) 審議の体制及びスケジュール」ということで、一番最後の項目でございますが、消費者政策部会では全体の意見のとりまとめを行うとさせていただいております、必要な審議の時間の確保というものは念頭に置いている次第でございます。

○松本部長 それでは、ちょっと部会長からも意見を若干述べさせていただきたいんですが、先ほど御船委員が御指摘された有効性の評価の基準をどうするのかというのは、評価の際に非常に重要な問題になると思いますから、この分科会において、評価をするに当たって評価基準をどうするのかということも含めて御議論いただければ、今後の次の時期において、それがまた成果として使えるのではないかと思います。これが1点です。

ただ、いろんな施策を見ていただきますと、いついつまでに検討するとか、法律をつくらとかいう書きぶりのものが多いわけで、この場合には実現したか、していなかったかということが比較的はつきり出てくる。そういう意味では進捗度ということでの評価になじむものだと思います。

ところが、たまたま基本計画の26ページで適合性原則を定めている法令等に基づき、先物取引、金融、特定商取引等の分野において勧誘の適正化を図ると、こういう書きぶりがないと、どういう評価をするのか、勧誘の適正化が図られたかどうか、適合性原則に違反した不適切な勧誘が実際に減ったのか、減っていないのかということが評価の基準だということになると、それをどういうふうにして数値化するのかというのが、非常に大きな問題になってくるかと思えます。

消費生活センターへの苦情の件数というのが一つの指標になるとしても、それだけで果たして十分なのかということがあり得ますから、その辺り具体的な効果といえますか、消費者にプラスになる、消費者被害が減る、あるいは消費者の選択の幅が広がるという、そういうことを目的とした施策の場合に、それが実現したかどうかをどう評価するのか、消費者教育も全く同じだろうと思えます。消費者教育の効果を、有効性をどういうふうで評価するのか非常に難しいところがあると思えますので、この辺りの評価の基準の立て方とか、手法については、是非分科会で御議論いただきたいと思えます。

それから、もう一点質問なんですが、分科会での評価の対象として、121の重点的施策の中の17年度を期限としているものというのは、具体的に何を対象とするかというのはよくわかるわけですが、もう一つの計画の実効性確保の中の「(5)新たな消費者トラブルへの機動的な対応」として取り上げるべき事柄につきましては、別添2では、たまたま悪質住宅リフォーム問題への対策の検討というのが挙がっておりますが、これは121の項目の中には入っていないもので、新たなものということで挙がっているんですが、何をここで対象として取り上げることになるのかと、つまり新たな消費者トラブルとして、何を我々が認知をして、それに対してどのような対応が行われたかという評価の対象にするのかというところが、必ずしも見えてこないんです。

住宅リフォームについては、たしか政府間の連絡会議がつくられたということで、比較的取り上げやすいかもしれないんですが、それ以外の課題については、どのような基準で、ここに上げると事務局としてはお考えなんでしょうか。

○服部消費者企画課長 今まで新たな消費者問題への機動的な対応ということで、消費者政策会議等の決定をいたしましたものが、住宅リフォーム以外にもう一つございまして、それは架空請求・不当請求の問題でございます。

平成16年9月に、これも包括的な対応策ということを打ち出しまして、関係省庁と連携をして取り組んできた次第でございます。

過去のそういう実績等にかんがみますと、こうした2つの問題が、このカテゴリーの目安にもなるのかなと考えております。

○松本部長 山口委員どうぞ。

○山口委員 今のところに関係するんですが、例えば指標の出し方といえますか、ちょっと具体的な話になりますと、例えば住宅リフォームのレポートが出ています。大変優れた内容のあるレポートだと思うんですが、私どもの観点からすると、割賦販売法、要するに

クレジット業者の非常にチェックをしないままどんどんお年寄りにクレジットを提供すると、こういうことをするもんだから、こういう問題が発生するんだというのは相当あると思うんです。

その観点で言うと、私どもとしては、割賦販売法の改正によって、クレジット業者側の注意義務をきちんと明示して、かつそれを民事的な効果まで及ぼすと、そういう検討が必要だと思うんです。それが、例えばこの中に入っていない。そういう場合に、評価検討の中で、そういう項目を入れるなんてことがあり得るのかどうか。

それから、例えば別紙ということで配られている 24 施策の中の 1 枚目、2 枚目辺りには、金融先物取引業者の問題、それから投資サービスの問題などが列挙されております。

例えば、私どもから見ますと、2 枚目の金融先物の関係辺りは大変成果を上げて、業者の摘発等が進んでいると思うんですが、逆に商品先物取引についてはどうかといいますと、要するに不招請勧誘などについての規制がまだなされていないものですから、なおかつばっこしている。しかも、投資サービス法の中に商品先物取引が入るのか、入らないのか、今、非常に微妙な状況にありまして、そこら辺をどこまで評価の中に盛り込めるものなのか、あるいは盛り込んでいいのか、それともそんなものは各部会で決めるべきことだから、各省庁で決めるべきことなんだからということになるのか、そこら辺がわからないんですが、済みません、ちょっと中身まで入りましたけれども。

○松本部長 事務局お願いします。

○服部消費者企画課長 まず、1 点目の御質問でございますが、住宅リフォーム問題、悪質住宅リフォーム問題への対応につきましては、悪質事業者の排除、また高齢者の周りの方々に対する見守りの強化、成年後見制度の活用等、総合的な観点からとりまとめたものを今、推進しているところでございまして、こうした住宅リフォーム問題に対するさまざまな観点のアプローチを総合的に評価していくということが、一つ考えられるのかなと思っております。

2 点目の御質問に対するものでございますが、別添の 4 の中で、既存の具体的施策や実効性確保のための事項について検証・評価・監視を行いまして、この結果を踏まえて、消費者政策の基本的方向でございまして、重点の内容、こうしたものに基づきつつ、新たな具体的施策を盛り込むといったことが想定されるのではないかと考えておりまして、言わば基本計画の総合的な見地に立った監視と考えられるのではないかと考えております。

例えば、新たな消費者トラブルへの機動的な対応として講じた施策を具体的施策として新たに盛り込むということも考えられるのではないかと考えております。

○原委員 再度確認をさせていただきたいんですが、今の外国為替証拠金取引ですか、商品先物の話が出ましたので、ちょうど今の金融サービス市場法を金融審議会で検討しているところなので、少し補足的に質問をさせていただきたいんですが、監視のところ「今後の取組み」と書かれているわけです。

そうすると、今の金融審議会での状況では、商品先物は入らないということを経済産業

省の担当の方が来て、事業者団体もそうなんですけれども、かなり大きな声で主張なさっている。

ただ、実際には各地の消費者センターには、今、商品先物のトラブルが大変多く寄せられていて、大至急取組む必要があると思うんですが、そうすると、今後の取組みのところに、やはり商品先物も金融サービス市場法の中に入るべきだと書くということになるのでしょうか。

そうすると、経済産業省はこれを尊重して、政策を立ててくださるのかどうかと、強制といいでしょうか、それができるのかどうかということころは、それは向こうへ投げたら、向こうがどう判断するかにかかってしまうということになるんでしょうか。それは、勿論消費者側も動かなければいけないとは思っておりますが、こういったものですとか、それから統一消費者信用法制定の検討も非常に遅れている分野で、ここも何とかしたいと思っているんです。

こういう省庁横断的なものは、内閣府の消費者政策のここの部会が動く、私は一番効果的だと思っているので、特にこういう省庁横断的になる部分については、是非各省庁が今後の取組みのところに書かれた意見は尊重して、政策立案にかかってくださるような強いものにしていただきたいと思っておりますが、いかがでしょうか。

○服部消費者企画課長 今回、枠組みにつきまして御提示させていただいております、枠組みとして、検証・評価・監視につきまして具体的に私どもの方で記載させていただきまして、それにつきまして御意見をいただくと。

その御意見を踏まえまして、消費者政策会議でまとめていくという作業を考えておりました、こういった過程の中で当部会からいただきました意見につきましては、それを踏まえて始めに提示させていただいた案をどういうふうと考えていくのかという検討をするという御理解をいただければよろしいかと思っております。

○松本部会長 山口委員どうぞ。

○山口委員 今のお話で大変心強く思うんですが、もう少し具体的にいいますと、金融先物取引は金融庁の方でやろうと思えば、ばんばんやれるわけです。

ところが、商品先物取引になりますと、経産省だったり農水省だったりするものですから、どうもそこら辺のお互いのおもんばかりで統一の法律でばんとやっっていこうとなかなかならない。あるいは、クレジット問題も消費者金融問題も、基本的には病理現象という観点から見ると、ほとんど同じだと思うんだけど、やはり金融庁の関係と、それからクレジットの問題はい経産省の関係なものですから、お互いの遠慮なのか、顔見わせてなのか、なかなか統一的な対応ができないわけです。

その意味では、こういう部会で審議していただいて、先ほどの政策に反映されていくということが、私は非常に重要だと思うので、その観点から是非、私がお願いすることではないのかもしれませんが、この中で実りある討議をしていただければと思います。

○松本部会長 東委員どうぞ。

○東委員 監視（今後の取組み）という点について、先ほど大河内委員からも御質問があったかと思いますが、重ねてお伺いしたいと思っております。

ここで監視というものが意味するところと、今後の取組みというものが意味するものというのは、ちょっと趣旨が違うのではないかという感じがしております。

例えば、17年度を振り返ったときに、こういうふうに監視をしてきたとか、こういった形で監視ができたということについては、評価に入ると考えるべきなのか、それとも、やはり監視体制について、ここで何らかのこういう監視の仕方があるとか、こういう監視をしたといったことをここに盛り込んでいき、それプラス今後の取組みということと考えていくべきではないかということをおもいましたが、その辺りについてお考えをお聞かせいただければと思います。

以上です。

○服部消費者企画課長 検証・評価・監視に関しましては、検証・評価・監視、またそれを実際にどういうふうにしていくのか、それをまたチェックしていくと、こういうふうにサイクルで回っていくのかなど考えることができるのではないかと考えておまして、今後の取組みを明確化し、ここでは必要に応じ具体的施策の内容等を見直すとしておりますが、これはまた次の年度なりでそういったものについて進捗状況を明確にするなり、評価を行うという形で、具体的施策というものがより進展していくと、より適切なチェックの下で進行していくという姿というものが描けるのではないかと考えております。

○松本部長 この監視という表現がいいのかどうか、たしか前期の部会におきましても議論があったことだと思おまして、あまり監視という言葉が国語辞典どおりに取られると、当初のイメージとはちょっと違ったような感じになるかと思おますから、ここは恐らく見直しという程度に理解をしておく方が検証・評価というのと重ならないことになるのではないかと思おます。

いわゆるマネージメント・システムで言うところのPDCAサイクルのCに当たるのが検証・評価であって、最後のAに当たるのが、ここで言う監視、すなわち見直しということになるという辺りの理解が適切かなと思おます。

○東委員 ありがとうございます。

○松本部長 糠谷委員どうぞ。

○糠谷委員 今の各委員の御発言とも少し関係するんですが、分科会を2つつくるとなっていますね。それで、服部課長は、2つの分科会はどう違うのかというのは明示的にはおっしゃらなかったような気がするんですが、これは質問なんです、「実施型」と「検討型」と2つに中身を分けているのは、「実施型」で1つ分を抱え、「検討型」で1つ分抱えということではないんですね、どういうふうに2つに分けられるのでしょうか。

○服部消費者企画課長 例えばということですが、1つの分科会で取引関係の施策を審議していただき、もう一つの分科会では、安全、教育関連の施策等を審議していただくということが考えられるのではないかと考えております。

○松本部会長 どうぞ、ほかに御意見はございませんでしょうか。

もし、ございませんようでしたら、次の消費者教育の方の議題に進ませていただきたいと思います。

検証・評価等につきましては、本日いただきました御意見を踏まえて、事務局の方で更に検討を進めていただきたいと思います。

なお、先ほど部会の委員の方が出されました意見書、文書等についての扱いについてお諮りさせていただきましたが、本日は御欠席のようですけれども、早速、田村委員から「消費者教育と競争政策、そして企業の責任について」という文書が、今日、御欠席されたということもありまして、提出されておりますので、これを部会の資料として配付させていただきますと思います。

ここでは、今、御議論いただきました消費者基本計画につきましての意見と、それからこれから御議論いただきます消費者教育についての御意見が記載されているところであります。

それでは、消費者基本計画の方の評価等につきましては、本日の御意見を参考にいたしまして、事務局の方で更に詳細な案を御検討いただきたいと思います。

続きまして、消費者教育につきまして御説明をお願いいたします。

○服部消費者企画課長 まず、資料5につきまして御説明をさせていただきます、引き続き資料6を御説明させていただきますと思います。

まず、資料5でございますが、今回、当部会におきまして、消費者教育の推進を主な検討事項の一つとしていただいておりますこと、また、3月ごろに消費者教育の体系化につきまして、現在、私どもが取り組んでおります調査研究について御報告させていただくというふうにしていただいております。

ここでは、そうしたことも踏まえまして、消費者教育の推進につきまして、これまでの経緯、現状等につきまして御説明をさせていただきますと考えております。

まず、「1. 消費者基本法」での規定でございます。

消費者政策の基本理念におきまして、教育の機会が提供されることが消費者の権利であることを尊重する。また、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援するということが述べられております。

基本的施策におきましても、国は、学校、地域、家庭、職域、その他の様々な場を通じて消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を講ずる。地方公共団体につきましては、国の施策に準じて、地域の社会的、経済的状況に応じた施策を講ずるよう努めるとされております。

「2. 消費者基本計画」でございますが、ここでは、消費者教育に関連しまして、おおむね次のことが盛り込まれております。

まず、消費者政策の基本的方向に関連いたしまして、1点目、「消費者の自立のための基盤整備」において、学生や高齢者をはじめ、消費者全体がトラブルを防止するために必

要な知識を得ることができるようにするということでございます。

また、課題といたしまして、消費者教育の推進体制の強化、消費者教育の担い手の育成・支援、教材の開発・提供、消費者教育の体系化等により、消費者教育の充実を図るとされております。

次に、消費者政策の重点でございますが、9つの重点事項の一つといたしまして、学校や社会教育施設における消費者教育の推進を定め、以下の事項が具体的施策として盛り込まれております。

1点目が、内閣府・文部科学省間の連携の強化でございます。

2点目が、消費生活センターと教育委員会との連携の強化ということでございまして、消費生活センターと教育委員会との連絡協議会を設置するよう都道府県等に対し要請するとしております。

次に2ページ目でございますが、消費者教育の担い手の広がりをもたしていきたいということございまして、出前講座の実施の専門家育成、育成プログラムの策定を盛り込んでおります。

それから、こうした方々が活用できるような教材の作成、またポータルサイトの整備ということが4点目でございます。

また、消費者教育の体系化ということで、広く関係機関の協力を得て、この体系化に当たるとともに、これに基づく消費者教育の推進方策について検討するとしております。

内閣府の取組みの状況でございますが、推進体制の強化につきましては、現在、内閣府、文部科学省間の連携の強化、及び消費生活センターと教育委員会との連携強化の内容につきまして、実務的な検討をしているところでございます。

また、消費者教育の体系化につきましては、1ページおめくりいただきまして3ページに書いております調査研究に着手しているところでございます。

目的は、先ほど申し上げましたところと重複するところがございまして、様々な主体によって消費者教育が行われておりますが、消費者が生涯にわたってどのような内容を学ぶべきか、身に付けていくべきかにつきましては、必ずしも関係者、消費者の間で認識が共有されていないのではないかと問題意識でございます。

概要でございますが、まずは各種文献資料の収集、有識者へのヒアリング、実地調査等によって、各省庁、地方公共団体、学校等における消費者教育の取組みの特徴を把握し、これらの結果を踏まえ、ライフステージに応じて消費者はどういった消費者知識が必要かという観点から、基本的な系統立てを行った一覧表を作成していきたいということでございます。

作業内容といたしまして、研究会の開催及び運営ということでございます。各種文献資料の収集・整理・分析のほか、消費者教育に関する先進的な取組みをなされている団体等に対しまして、サンプル調査というものも行いまして、体系化の輪郭というものを浮かび上がらせていきたいと考えている次第でございます。

○藤崎国際室長 それでは、続けて、資料6、EUにおける消費者教育等の取組みについて、ざっと御説明いたします。これは、この資料の後ろに添付しておりますが、欧州委員会事務局の健康消費者保護総局から入手した英文資料などの概要をこちらで仮訳したものですこと、御了承下さい。

先ず1. は、EUレベルで消費者教育に取り組むことを根拠づける考え方です。すなわち、教育は、そもそも各国において個々行われるものですが、EU全体で域内単一市場が実現するに伴い、その中で、加盟国間の国境を越えて、消費者を保護し、消費者の権利と利益に対する自覚と理解の水準を向上させる必要がある、また、東欧など新規に加盟した国の関係者も、消費者教育を発展させることが必要であると主張しています。つまり、個々の消費者が情報を理解し、利用するために役立つような技能や態度などを扱う消費者教育は、EUレベルで極めて重要であるという考えが根っこにあります。

しかしながら、2. にありますように、EUレベルで消費者教育に関与するに際しては、加盟各国の対応を先ず第一として、それで足りない場合にのみEUが出動するという補完性の原則を踏まえないといけない微妙な立場にあります。したがって、各国の教育当局を関与させる方法も重要になってきます。また、EUの消費者保護当局の予算と人員は極めて限られているという制約があります。このため、同じEU事務局内の教育文化総局が持っているネットワークを活用することが当然必要になります。

このような制約条件の中で、EUレベルの取組みが役割を発揮できるのは、国境を越える取引とEUにおける消費者関係の立法やその権利に焦点を当てた教育手段の提供、ベストプラクティスの普及活動などになります。3. には、その具体的な取組みが時系列で挙げてありますが、これらのうち、消費者教育プロジェクトの概要について、3枚目の別添に整理しました。

第1のヨーロッパ消費者ダイアリーは、テーブルに見本を2冊置いておりますので、どうぞ皆様この場で回して御覧下さい。目次の訳だけ、次のページに添付してございます。これは、15歳から18歳の高校生を対象にしており、幅広い内容になっていることから、学校の様々な授業で使え、教師版も別途製作されています。EUのウェブサイトにも掲載されています。

第2の、ウェブ上の双方向教育ツールは、教育水準の高くない成人を対象にしており、現在、試験開発中と聞いております。

第3は、消費者問題に関する欧州修士プログラムですが、加盟国内の有力な各大学の得意とする専門コースを組合せて、欧州としてのプログラムを設定していく予定と聞いています。大学の学生はもとより、消費者団体や企業の職員も対象として想定されています。

以上、EUの取組みについて簡単に御説明しましたが、消費者教育については、EUに限らず、他の先進国も関心を持っていると考えられます。そこで、OECD消費者政策委員会で先月始まった、平成19年以降の活動テーマについての議論では、わが国からは、消費者教育を含むConsumer Empowermentをテーマの候補の一つとして提案し、多くの支持を得ました。

これにより、OECD 諸国での消費者教育等に関わる取り組み状況につき先々意見情報交換するための具体的な提案に繋げていければと考えております。

以上、説明でございます。

○松本部長 ありがとうございます。ただいまの2つの報告につきまして、どうぞ、御意見、御質問をお出しください。

山口委員どうぞ。

○山口委員 資料5について、ちょっと気づいたところなんですけど、2つありまして、1つは私ども個別の事件相談を受けて痛感するのは、60過ぎ、70過ぎのおばあちゃんや、おじいさんが田舎に一人で住んでいるわけです。

そうすると、そこに都会の業者が健康にいいというものということで、15万とか20万、ときどき40~50万になるんですが、これは万病に効くとか、いろんなサプリメントを売り歩くわけです。それで、年金で3,000円とか5,000円の、3年間ぐらい払えば、何とか払えるということで、何でも健康にいいからということで売り付ける。クレジットの知識なんか何もないおばあちゃんがどんどん契約させられるわけです。

それで、半年に1回ぐらい田舎に帰ってきた孫が、おばあちゃん随分生活が厳しそうだけれども、何をやっているのということで通帳を開いてみたら、わけのわからないクレジットのお金がどんどん落ちていて。これはリフォームも似たようなものですけども、クレジットとは何なのか、勿論、リースとレンタルの区別の付かないような、おじいちゃん、おばあちゃんがどんどん食べ物にされているわけです。

しかも、都会の業者が、ちょっと露骨に言うと茨城県とか、栃木県とか、山梨県とか、そこら辺を歩いてかもししているわけです。

そういうことを考えると、年輩者に対する教育といいますか、あるいは年輩者に対する教育が難しければ、ケースワーカーに対する教育あるいはおじいちゃん、おばあちゃんが被害に遭った場合にすっと吸い上げて気をつけようねと、あるいは業者にきちんと交渉してよけいな支払いはしなくて済むような、せっかくの年金がどんどんそういうところに吸い込まれているわけです。

そういうお年寄りに対する教育といいますか、ケアといいますか、そこら辺の観点が抜けているのでほしいなというのが1つあります。

もう一つは、弁護士会あるいは私どものいろんなパンフレットをつくって、例えばカルトに引っかけられないように気をつけましょうねというパンフレットをつくったりするわけですが、そうすると、やはり国公立大学あるいは公立の高校などは予算がないものだからパンフレットを書いたんだけど、なかなか難しいということがあって、あるいは講師を招いて勉強会をしようと思っても予算が付かないということがあって、どうしても教育の問題は予算との関係抜きに語れないんです。

そこら辺についていろいろ書いてあるのはいいんですけども、予算の裏打ちをどういうふうにお考えになっているのかということもコメントがほしいなと思います。その2点で

す。

○松本部部长 事務局の方から、特に高齢者教育について補足説明をしてください。

○服部消費者企画課長 お手元に参考資料2ということで「悪質住宅リフォーム問題への対応」というものをお配りしておりますが、その中の4ページ目をごらんいただければと思います。

高齢者の周りの方々、先ほどお話がございましたけれども、見守りの強化ということで、こうした高齢者に日常的に接する機会の多い方々にいろいろ協力を呼びかけていきたいということで、消費者問題についていろいろ知っていただきたいと、そういう趣旨から、①でございますが、介護ヘルパーや民生委員の方々に対しまして、消費者問題出前講座というものを実施してきております。

非常に皆様方から好評をいただいております、たくさん開催してほしいということで、こうしたニーズも踏まえまして、消費者問題出前講座、今年度はこうした方々に対して、当初300回の予定でございましたが、600回全国各地で実施させていただいているところでございます。

それから、こうしたトラブルに関連いたしまして、新しい情報提供といったものを継続的にできないかということで、③でございますが、連絡協議会といったものを今後立ち上げまして、情報提供等を行う仕組みについても考えていきたいと思っております。

それから、予算のお話でございますが、こういう啓発教育等で必要となる予算というものにつきまして、今回、消費者基本計画で種々の検討等も含めて、またこうした消費者問題出前講座を始めとする啓発事業は非常に重要になっておりますので、来年度予算に関連しまして、要求しているところでございます。

○松本部部长 品川委員どうぞ。

○品川委員 資料5を見せていただいて、1つは消費者教育という中身が、内閣府における消費者行政との絡みでの消費者教育というところはかなり意識があるように読み取れたわけです。

ただ、実際には今日の消費者問題なり消費者の安全という問題のときに、いわゆる消費者行政という範囲というのと、例えば食品の安全を巡る問題もあるわけですし、あるいは新しくどんどん開発される金融商品みたいな問題もあつたりするわけです。前提としての生活知識なり何なりということが、広く消費者の中に普及していないと無用なトラブルが起こってくるということも多々あると思っております、その点では、食品安全行政との絡み、あるいは金融行政との絡みで、それぞれの分野における消費者教育の必要点といいましょうか、そういうことについても是非今後の検討の枠組みの中に、大きくきちんと位置づけて検討対象にさせていただく必要があると思うということでございます。

そんな点では、文部科学省だけでなく、それぞれ各省庁が抱える消費者教育ということがどうあるかということも併せて御検討いただいたらよろしいのではないかと考えております。それが1つです。

もう一つは、今、申しましたこととも絡むわけですが、消費者教育の実施の主体として企業という言葉が書かれていたりするわけですが、企業のいわゆる消費者相談窓口、お客様対応窓口みたいなところに、クレームということだけではなく、いろんなことが寄せられるわけですね。そういうところに表われてくる消費者教育の必要点をまとめることと、もう一つ、企業が消費者対応窓口なり、あるいは広告なりを通じて消費者教育ということにどういう影響を及ぼすか。一定の問題の提起なり、提案なりということもありそうに思います。

併せて、マスコミ・メディアのありようということも影響力としては非常に大きいと思っています。余り問題を広げると、また消費者教育というのが何なのかわからなくなるという面もないことはないんですが、検討の枠組みとしては、そのようなことも含めた検討を是非お願いしたいと思います。

以上です。

○松本部長 長田委員どうぞ。

○長田委員 今回、消費者教育の体系化というのが、この場で検討されるようになったことは、大変うれしいことだと思っています。

消費者基本計画に書かれているように、19年度を目途にこれから検討していくわけですが、最終的にどこを目指していくのかというのは、より高いところを目指して、本当にきちんとしたものが具体的に実施されるような形で検討されていくということを強く望んでいます。

今回、別添で出させていただいております調査研究というのは、もう始まっているものだと思いますけれども、消費者教育の実態の調査のところなんですが、どこまで具体的な現状が調査できるのかということところは、ちょっと今回の調査だけでは弱いのかなという気がします。教科書や資料などにどのように書かれていても、それが全く授業の中で、学校教育の中でもほとんど触れられない、もしくは触れられていても非常に短い時間、それからクーリングオフというのはどういうものかという言葉の知識だけの教育で終わっているということもまだまだ現状としてはあると思いますので、この3点、資料の分析を行って一覧にまとめて、それから先進的な取組みについて調査して、研究会で基本的に系統立てを行って一覧表を作成するというのに、もう一つ、今、現状は一体どのぐらい寂しいのかというのを認識するというのも絶対的に必要なことだと思いますので、特に学校教育においては、教科書に載っていれば安心、資料があれば安心というものでは全くないと思いますので、難しいかもしれませんが、そこも是非調査をしていただきたいと思います。

それらの調査の結果を踏まえて、具体的に体系化した消費者教育はどのようなものかというのには、きちんと時間をかけて議論して、そしてそれを実現していくというのが、この部会の役割ではないかと思います。

○松本部長 野村委員どうぞ。

○野村委員 今回の消費者教育の体系化というプロジェクトは、生涯にわたるさまざまな

ライフステージの中で、どういうことを消費者に教育していけばいいのかと、大きな意味では人生全体に対する一つの消費者教育のカリキュラムのようなものを構想していくということではないかと思うんです。

その際、どのようなことを教えていくべきなのかということについて、まだこれははっきりした中身が見えませんが、印象的なことだけしか申し上げられないんですが、ややビジネスの環境の変化に比べて、古典的な枠組みで議論が行われているのではないかという気がいたします。

といいますのは、言うまでもありませんが、現在、私たちの置かれている環境の中で、インターネットというのは非常に大きな影響を持っているわけですが、そういった中で、今、消費者がトラブルに巻き込まれている中には、いわゆるB to Cと言われている事業者と消費者という図式だけではなくて、C to Cと言ってもよいような状況というのが存在しております。

例えば、インターネット・オークションで物を売るといような状況になりますと、言わば物を出す手の側も従来の古典的な枠組みでいけば消費者という人たちだったわけですが、そういう人たちが、一種事業者と同じような立場で物を提供するということがあります。

あるいは、例えばメールマガジンのようなものを自分でつくって、それをたくさんの者たちに購読させるという形のことも行われていますが、それがどのようなビジネスモデルで、だれに課金されていて、どのような収益体系になっているのかということも実は不明確でありまして、かなりそういう意味では、ネットワークビジネスというのに近いような形のもので展開されていくという状況も見えるわけがあります。

そういったような点で考えてみますと、消費者教育という言葉というよりは、先ほどもちょっとお話がありましたが、私の暮らしの仕組みというんでしょうか、言わばインターネットをどのように利用していくのかといったようなところでも問題は表われてきているのかなという気がします。

私も、子どもを持っておりますので、私の子どもは中学生ですが、むしろインターネットに関する教育という点に関しますと、携帯電話の使い方とか、インターネットの使い方等についての教育というのは、やや危機感を持って学校側も対応しているというところもありますので、その辺りのところを別次元の教育と考えずに、少し総合的に視野を広げて取り入れて検討していただければいいなと思います。

以上でございます。

○松本部会長 早川委員どうぞ。

○早川委員 先ほど、品川委員から出た内容に少し近いと思うんですが、消費者教育の2ページのところの「③『出前講座』実施の専門家育成」というところがありますね。

専門家育成ということなんですが、これは何とか企業の活用ができないんだろうか。一企業というのは難しいかもしれないんですが、業界の団体という形でもいいと思うんです

が、海外、特にアメリカなどはそういう学校教育の中においても、勿論選ばれなければいけませんけれども、きちんとそれぞれの企業に情報提供させるような、そういう形が意外とラフに行われています。ですから、そういうものをうまく使っていけば、私はいいのではないかという気がします。

もう一つは、本当にお客様サービスセンターのようなところで、日々受けるお客様の問い合わせなどを見ていると、本当にここ10年、20年前とは全く生活の知恵とか、暮らしの知恵とか、そういうものがありません。

私も初めてびっくりしたんですが、こんなことを知らないでどうするんだろうかと思っていたんですが、もうそういうことを知らないことを前提にもの情報を出していかなければいけないんだということを、今、社内では言っております。

ですから、本当にいろんな教育をしていくとき、本当に現在の人たちがどれだけの知恵を持っているのか、知識を持っているのかということをも十分把握した上でやっていかないとギャップが出てくるのではないかという気がします。

いずれにしても、もう少し上手に企業を利用した方がいいのではないかという気がいたします。そういうことも是非お考えいただきたいと思います。

以上です。

○松本部長 原委員どうぞ。

○原委員 お話をお聞きしていて幾つかの意見なんです、1つは、消費者教育と啓発と情報提供と、少し分類をきちんとして取りかかることが大事ななと思っております。情報提供を受けるだけで判断ができて、行動もできるという高齢者とか、子どもでもいますので、ちょっとそこを分類した方がいいのかなというのが1つです。

それで、消費者教育について、これが非常に重要なことだというのは国民生活審議会でも何度も取り上げてきて、財団法人の消費者教育支援センターも設立をされたり、文部科学省との連携も随分前から言われていることであります。

ただ、私も振り返ってみますと十年ちょっとぐらい前ですか、例えば夏休みになると、神奈川県のある学校の先生方を100人ぐらい呼んで、やはり消費者教育の研修、そういうのをやるので話しに来ていただけないかという形で、もっと頻りに学校の先生方の集まりに呼ばれて、消費者教育をやりたいんだけどという声をお聞きしたりしていたのですが、やはり最近は熱心な先生方は取り組んでいらっしゃるけれども、教育界全体が取り組んでいるという状況にはないのではないかなという感じがしていて、今回の調査に入られて、熱心に取り組んでいらっしゃる場所、2個ほどサンプリング調査をいたしますと書かれておりましたけれども、私としては、さっき長田委員もおっしゃっていましたが、現場がどういう困難を抱えているのかという現場の困難性というものも、その中から抽出をしていただきたいと思います。それが2つ目です。

もう一つなのですが、野村先生もおっしゃられたとおりのようなことも考えておりまして、私も大学で非常勤で子どもたちに接していると思うのは、自分たち自身が、消費者とい

う意識がないんですね。それから、消費者教育を受けてきたという感じを全く持っていないというところがありまして、授業も、まず自分は消費者なんであるということを目覚めてもらふところから始まるということをやっているわけなんですけど、消費者基本法がいつ制定されたのかを知識として覚えておくだけが、私は消費者教育とは思っておりませんで、やはり実際の生活の現場の中で、消費者としてどう考え、判断をしていくのかということが培われていくような教育が、やはり市場の消費者としての大きな役割を果たすということになっていくのではないかと思っておりますので、是非、今、一体何をすることが消費者教育になるのかということも含めて検討を深めていくことができたかと。これは、私どもに課せられたところでもありますけれども、最後は意見として述べさせていただきます。

以上です。

○松本部会長 東委員どうぞ。

○東委員 既に出た御意見は、どれも私も同じように考えるわけですがけれども、何点か改めてお願いの意味も込めて申し上げたいと思います。

第1点は、実際に、ここでいろんなことを考えても、現場で実際に消費者教育が実践されるというためには、例えばなんですかけれども、学校という場を考えた場合に、文部科学省との連携の強化ということがあるんですけれども、本当にやってもらえる場、例えば授業のこことここでやっていただくとか、授業以外のこういう機会でもやっていただくというところまで持ってこないで、幾らいい教材を開発したり、いろんなプランを考えても、今、若い方に焦点を当てて言うとする、学校でそれをやる機会がないと、結局、先ほども委員の方々がおっしゃいましたけれども、そこから先に伝わっていかないと、止まってしまふ。

そして、非常に熱心な指導をされる方がいるところだけで盛り上がって、地域でも同じだと思ふんです。熱心な指導者とか、あるいは意欲を持った方がいらっしゃる学校とか地域だけで、それは非常に盛り上がっていて、そうでないところともものすごく温度差が出てしまっているんで、例えば学校で言えば、文部科学省との連携の強化というところに含めてということなんですけど、実際に学校でそれをどうやったら、本当に子どもたちにそれを使ってやってもらえるかという辺りも含めて、少しこちらの立場から学校教育サイドに対して申し入れをできることがあれば、そういうところにも踏み込んでいただけないものかということも1つ思います。

それから、今の学校のことに関わって2点目ですけれども、3ページ目の「消費者教育体系化のための調査研究について」のところの調査対象について、小中高校があるんですけど、ここから大学が欠落しているということについての御質問とお願いです。

大学につきましては、支援センターの方で少し前に調査をやったものもありましたので、私も少し関わりましたが、しかし、もうそれから何年か経っておりますし、今、若い世代が非常に消費者被害のターゲットになっているということを考えますと、やはり大学に

ついて、何らかの形で新しい情報を得る必要があるのではないかと。

あるいは、大学で行う消費者教育というのは、かなり体系化ということにも意味を持つのではないかと思いますので、その点、御意見とお願いということで申し上げさせていただきます。

3つ目は、今回の資料としてEUの消費者教育の取組みということで御紹介をいただきました。

御計画を見ますと、諸外国ということで、ほかにもいろいろお考えのようですけれども、例えばですけれども、金融教育、ファイナンシャル・プランニング教育みたいなことはとても重要だと思いますので、アメリカのものが、かなりいいものがあるのではないかとということで、既にお調べいただいているかもしれませんが、その部分とか、それからここで北欧も3ページに入っていますので、既にこの辺りもお取組みかと思っておりますけれども、またヨーロッパとは違う形で、公共性、公と共に生きるの公共です。公共性の育む消費者教育といった独自のスタイルがあって、既に大原先生という先生などの翻訳の本なども出ておりますので、また、その辺を含めてトータルに御検討いただければと思います。

以上です。

○松本部会長 芝原委員どうぞ。

○芝原委員 企業側のメンバーとして1つ言わせていただきます。

企業が商品開発であるとか、マーケティングをするときに、当然のことですが、どういうセグメントに対して、どういう開発をして、それが地域的または階層的にどのような売上になるかとか、利益になるかと、当然研究して活動するわけです。

消費者教育をいかに効率的にやっていくかということを考えるときに、私が思うに、評価する物差しが非常にわかりにくいというのがあって、しかも消費者というのは、小さい子どもさんから高齢者までいると。しかも、属性もいろいろ男性・女性、収入、職業、こういう中で、そうはいつでも何かあるのではないかと私は常々思うんですけれども、例の大阪と静岡の県民性といいますか、違いで、振り込め詐欺に関してコマーシャルを静岡県がつくったという事例があったことが御記憶にあると思います。

是非、例えば人口当たりの被害の状況、金額の状況、地域性、それから中学生、高校生なんかの振り込め詐欺であるとか、いろいろな悪質商法の被害、こういうのを可能な限り調査して、評価の悪い自治体は嫌かもしれないけれども、それを公表することによって、それを学校教育等でもっとそこに力を入れなければいけないのではないかというような方向になれば、先生方もやるべきだという思いにつながる。

そうすると、それを出前講座とか資料とか、いろいろつくっている団体があるわけで、それがうまくつながるのではないかと。

今、はっきり言うと、先生方の熱意にばらつきがあるけれども、それがなかなか評価、フィードバックにつながっていないところも一つの問題ではないのかなと思う次第です。御検討いただけたらと思います。

○松本部部长 山口委員どうぞ。

○山口委員 最近の短大生は大変だなと思ったのは、二十歳になるところをねらって、悪質業者が勧誘の魔の手を及ぼすんです。この間の相談などは、エステティックサロンに、ある女子短大生が行って、そこでお友達を誘っていらっしゃいと。それで4人誘ってきたら、ここに就職させてあげると。短大の女の子でなかなか就職口が見つからなかった。ちょうどいいやということで、そろそろ仲間を引っ張ってきて、成人になった子たちが次々に引っかかったということがございました。

先ほどの東先生のお話で思い出したんだけど、二十歳前後になるか、ならないかというそこら辺の子たちをねらっていますから、その意味では、大学生に対する教育というのは、別の意味で重要だなということだけ申し上げます。

○松本部部长 御船委員どうぞ。

○御船委員 この調査研究は、非常に重要かと思しますので、是非これはということをお3点お願いしたいと思います。

まず、第1点目は調査対象についてです。各委員からも出ていると思うんですけども、文部科学省が果たす役割というのは非常に大きくて、しかも文部科学省は教育体系全部を扱っておられるので、きちんとした位置づけを得られるような調査にさせていただきたく存じます。消費者教育が何か周道的に位置づけられてしまうというのを非常に懸念しております。

ですから、各省庁と言わず、やはり文部科学省は特別にそれぞれの教育体系の中で消費者教育をどういうふう位置づけられておられるかということが抽出できるような内容を是非お願いしたいと思います。

第2点目ですが、私は、以前、芝原様の御協力で企業調査させていただいた経緯があるんですけども、企業は消費者の動向について最新の情報を持っておられます。

そのときに勉強させていただいたのは、消費者が二極化しているということです。本当に印象的でした。ですから、消費者を一つにしないで、やはりそれぞれの段階で、特に社会教育になるかと思いますが、二極化という視点を入れて、調査項目に明示的でないにしても設計や分析をするときにその視点を入れることをお願いしたいと思います。

○山口委員 二極化とはどういうことですか。

○御船委員 一方の極には非常に知識があって、企業からしてみると、その消費者に聞くと、いろいろ消費者の先進的な知識とか、今、一番先頭を走っている消費者がどういう状況にいるかというのがわかるような消費者がいます。企業は消費者から意見をほしがる、そういう消費者がいますし、そういうサイトを持っていたりするわけです。

また一方の極に、先ほど福祉関係の問題も指摘されたと思うんですが、先ほど山口先生がおっしゃられた、消費者情報に疎いような、あるいは情報が行き届かないような層がいます。画一的に標準型の消費者が指定できないというような状況を二極化と申し上げました。

第3点目は、品川委員もおっしゃったと思うんですが、マスコミが非常に大きな役割を果たしていることに関してです。

よく学校の先生がマスコミのいい情報を教材に使うということがあったわけですが、最近そのウェイトが非常に低くなっているということを伺っております。

ですから、マスコミがどういう消費者教育あるいは消費者情報というものを意図的にあるいは体系的に提供しようとしているかということが調査対象になればいいかなと思います。

それから、これは付加的ですが、消費者教育だけではなくて、地方公共団体でさまざまな連携ということをお考えかと思いますが、特に消費者教育についてその連携の在り方というものを抽出できるような内容にしていただければと、これは希望です。

以上です。

○松本部部长 原委員どうぞ。

○原委員 ちょっと全体的な感想と言うとあれなんですけれども、私自身、消費者教育の大事さというのは、もう随分以前から言われていて、取組みも行われていると言いましたけれども、今、御船先生が文部科学省のことをちょっと持ち出されましたけれども、消費者教育というのは何かということの明確化が再度必要ではないかという感じを持っています。

そうでないと、食の安全に行ったり、環境教育の方に行ってみたり、トラブル対応をすることのみが教育みたいに何かばらけてしまって、再度消費者教育とは何か、消費者教育が目指すものは何かということを確認にしていいただいて、そして文部科学省との調査とか、問題点の抽出に臨まれた方がいいのかなと思います。

法務教育とか、金融教育については、去年の年度ですか、文部科学省の中でも検討が進められていたんですが、やはり消費者教育はなかなか入らないですね。ということは、やはり消費者教育とは何かということが、もう一度明確にすることが求められているのではないかなと思っています。

その意味では、担い手の育成のところ、ちょっとこれは大変基本的な質問で恐縮なんですけれども、今の教員養成の課程の中で、消費者教育というのは、授業項目として設けられているのかどうかというのがどうであろうかという感じがして、小学校とか中学校とか高校に入られる先生方が、消費者教育そのものをどこまで講義として受けられているのかなという感じがして、実際に、今の消費者センターに入ってくるトラブルは高齢者と若者が圧倒的に多いという状況を見ると、やはり今の若い人たちが受けてきた10年とかの教育は大変気がかりということで、担い手育成の視点というのも是非入れていただきたいと思います。

以上です。

○松本部部长 ほかに消費者教育に関して御意見はございませんでしょうか。

もし、ございませんようでしたら、ちょうど予定の時間も参りましたので、消費者教育

についての議論はこれぐらいにいたしまして、ただいまの御意見を踏まえて、今後の消費者教育の推進及び現在行われております調査研究につきましても反映させていただきたいと思えます。

それでは、最後に事務局から連絡事項をお願いします。

○服部消費者企画課長 次回の消費者政策部会の日程でございますが、12月16日金曜日の14時からを予定させていただいております。場所等につきましては、また追って御連絡を差し上げたいと存じますので、よろしくお願ひいたします。

○松本部長 それでは、本日は、これにて閉会とさせていただきますと思えます。

本日は、お忙しい中をお集まりいただき、熱心に御討議いただきまして誠にありがとうございました。