

国民生活審議会第1回消費者政策部会議事要旨

1. 日 時 平成17年11月14日(月) 10:00~12:00

2. 場 所 中央合同庁舎第4号館4F 共用第4特別会議室

3. 出席者

(審議会)

佐々木会長、松本部会長、東委員、大河内委員、大村(敦)委員、大村(多)委員、品川委員、芝原委員、岳野委員、津武委員、長田委員、糠谷委員、野村委員、早川委員、原委員、三木委員、御船委員、山口委員

(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 ほか

4. 概要

(1) 猪口内閣府特命担当大臣挨拶

(2) 佐々木会長挨拶

(3) 松本部会長より山本委員が部会長代理に指名された。

(4) 部会の審議及び会議資料は、原則として公開とすること、議事録は会議終了後おおむね1か月以内、議事要旨はおおむね2日以内にそれぞれ公表すること、委員から文書にて意見が提出された場合においては、部会の審議に当たって必要と部会長が認めたものは、直近の部会で配布し、会議資料の扱いとなること、それぞれが決定された。

(5) 消費者政策部会の今後の運営について

○ 事務局より、資料3「消費者政策部会の今後の運営について(案)」について説明が行われた後、委員から以下の発言があった。

・ 消費者契約法の改正の方向について、どのように考えているのか御教示願いたい。

→「3. 当面のスケジュール」にあるように、来年の2月から3月にかけて開催する部会において、消費者契約に関する苦情相談の実態調査の結果を報告させていただく。その後については、団体訴訟制度の法案の動向、その他審議事項等の諸状況を踏まえ、今後の検討時期について相談することとしたい。

・ 審議については、ある問題につき個々の委員がさまざまな意見を述べて、議論が拡散するよりも、宿題を出して、次回の部会でその内容を報告してもらうというような形にすれば議論が深まるのではないかと。議論が拡散すると、その結果、何を議論していたのか分からないということになる。

- ・ 日弁連の消費者問題対策委員会では、様々な問題を扱っており、基本計画についても取り扱いたいと考えている。ここに御出席の委員の方々も、この基本計画の検証・評価・監視についてそれぞれ様々な御意見をお持ちだと思うので、それをペーパーにして部会で報告し、それを元に議論するという方がいいのではないか。またそれは可能であるのか。

(部会長)議論が、次の議題3.「消費者基本計画の検証・評価・監視について」に入っているので、議題3について事務局より説明してもらいたい。

(6) 消費者基本計画の検証・評価・監視について

- 事務局より、資料4「消費者基本計画の検証・評価・監視についての考え方(案)」について説明が行われた後、委員から以下の発言があった。

- ・ 悪質住宅リフォーム問題への対策のように個別の問題に対応して行った施策と基本計画に盛り込まれている121の具体的施策との関係はどのようになっているのか。
→悪質住宅リフォーム問題への対策は、計画の実効性確保のための5つの事項の1つである「新たな消費者問題への機動的な対応」に基づいて実施されたものである。こちらについても検証・評価・監視の対象となっている。
- ・ 資料4の2(1)の検証の説明において、「進捗状況を明確にする。」とあるが、何らかの理由で遅れているという場合には、その理由は明示されるのか。また評価については、数量化するなどによって誰が見ても分かりやすい内容にして欲しい。監視については、「今後の取組みを明確にする。」とあるが、監視の意味は、継続的に見ていくという意味合いだと思うが、「今後の取組みを明確にする」には、この意味合いが含まれているのか。分科会では、担当省庁から委員に直接説明してもらいたい。その方が分かりやすいし、質問にもきちんと答えてもらえると思う。
→施策に遅れが出ている場合も含め、その進捗度について評価することとしている。評価を分かりやすくという指摘については、現在、試行錯誤しているところであるが、まずは、当課が分かりやすいものとなるよう、トライしていきたいと考えている。また今後の取組みを明確にするということには、いわゆる監視の意味合いがあると考え。部会又は分科会に提示する検証・評価・監視の案については、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・効果的に審議していただく上でも、担当省庁からのヒアリングは重要であると認識している。こうした認識のもと、本日の討議を踏まえ、関係省庁と相談していきたい。
- ・ 資料4の4.(2)の③イにおいて「新たな消費者問題への対応」を重点施策としているが、これについて、イメージが混乱している。例えば、過去1年間に大きな消費者問題になった

ものを重点施策として取り上げるという意味なのか、あるいは今まさに問題となっている消費者問題について取り上げるという意味なのか。

→基本計画の中では、新たな消費者問題に関連して2つのことが盛り込まれている。1つは、実効性確保の1つとして位置づけられている「新たな消費者問題への機動的な対応」。もう1つは、国民生活センターが各地の消費生活センターから寄せられた苦情相談情報をもとにして、政府に対して政策提言等を行い、政府はこれを踏まえて関係省庁担当課長会議を開催するなどして消費者トラブルに対応するものである。後者については、平成17年12月までに連携の仕組みを構築することとされている。

- ・ 資料4の4. (2)の(参考)にあるとおり、基本計画では平成17年度を期限とする施策が多い(44施策)。新しい施策をどのように追加していくべきかは今後の検討課題と考える。それと、これは要望だが、各省庁と意見交換の場を設けて欲しい。

検証・評価・監視の原案については、まず各省庁が作成することだが、そうすると、評価・監視の表現が「検討中である」とか「〇〇年度までに一定の結論を得る」のように曖昧な表現になってしまうと思う。評価・監視については、分かりやすく、かつ明確に実施するといった表現ぶりにすべきと考えるので、どういった表現ぶりが望ましいのかということを検討すべきと考える。また、総務省の政策評価との連携についても何か考えているか御教示願いたい。

→基本計画の検証・評価・監視では、期間内でどのようにしっかりと施策が実施されたかが中心となるのに対し、政策評価には、有効性、効率性など多方面の評価軸が盛り込まれている。両者は補完関係にあると考えている。

- ・ 資料4の別添2「検証・評価・監視のイメージ(例)」の評価の順番が、「迅速性・機動性」、「関係省庁間の連携」、「有効性」となっているが、この順番に違和感がある。「迅速性・機動性」の次は「有効性」が先に評価されるべきで、「関係省庁間の連携」の評価は最後にした方がいいのではないかと。次に、評価の1つの「有効性」について申し上げたい。まず有効性に関する更に詳細な評価軸というのを作っていただくことを希望する。というのも、評価については、まず、それぞれの担当省庁が自己評価することだが、有効性の詳細な評価軸があれば、各省庁が自己評価したものについて、部会の委員が、その軸から離れているかどうかで有効性が判断できるようになる。

- ・ 評価の軸は分かりやすいことが重要。また、評価の軸は、施策に応じて色々考えられると思うが、評価軸の中身はこちらで考えて、担当省庁にこうしてくれと言うものなのか、それとも評価軸を決めるのは担当省庁なのか。

→資料4の2. (1)にあるとおり、進捗度、有効性などを評価することは、基本計画に盛り込まれている施策にある程度共通するものと考えている。これ以外については、個々の具体

的施策の内容に応じたものになる。例えば、4ページの実施型の項目において示しているものは、「新たな消費者問題への機動的な対応」の具体的内容からキーワード的なものを取り出したものである。

- ・ 各省庁から検証・評価・監視の原案が出てきた後、それについて国民から意見を聴く機会はあるのか。新たな施策の追加について、分科会だけではなく、部会でも審議する時間はあるのか。

→当部会の審議状況については、資料も含め公開されているところであり、審議の過程において国民から寄せられた意見については、検証・評価・監視に際し参考になるものと考えている。また、分科会で審議した後、部会で全体の取りまとめをすることを考えており、そこで審議する時間は確保されている。

(部会長)今議論にあった、有効性の評価軸を含め、評価の基準作りは重要である。この評価の問題については、分科会において審議する方がよいのではないか。しかしながら評価の基準を設定するのが難しい施策もある。例えば「何をいつまでに実施する」、「法律をいつまでに制定する」というような施策については、進捗度からみて評価すればいいのが、基本計画P26にある、不招請勧誘の「勧誘の適正化を図る」という施策のように評価の基準を設定するのが困難な施策もある。また、消費者教育のような施策についてもまったく同じで、具体的にその有効性を評価するのは困難と考える。このあたりの施策についての評価基準の立て方については、分科会で議論して頂きたい。

新たな消費者トラブルへの機動的な対応については、資料4の別添2に悪質住宅リフォームを例として取り上げているが、新たな消費者トラブルについては、どういった評価を行うかが不明確である。悪質住宅リフォームは、関係省庁で会議を行った上で対策を行ったため、例として取り上げやすいと思うが、それ以外の新たな消費者トラブルへの機動的な対応についてはどのような基準で取り上げようと考えているのか。

→悪質住宅リフォーム以外にも、架空請求問題について、関係省庁一体となって対策を打ち出した。こうした事例が1つの目安となる。

- ・ 我々委員がある問題に対処するため、新たな施策を追加すべきとの意見をまとめたら、それに関係する省庁はそれに従って新たな施策の制定に取り組んでくれるものなのか。
→当方より検証・評価・監視の案を提示させていただく。これについて当部会から御意見をいただき、これを踏まえ、検証・評価・監視の案について再度検討するということになる。
- ・ 金融先物取引は、金融庁のみで規制できるとしても、商品先物取引は、経済産業省や農林水産省の複数の省庁が関係する話なので、なかなか、統一の法律を作ろうという機運にならない。クレジット問題も消費者金融問題も、金融庁や経済産業省が関係する問題なの

で、こういった省庁横断的な問題こそ、この部会場で取り上げて、実りある議論をして欲しい。

- 資料4の2.(1)において、監視の意味が、「今後の取組みを明確にする。」とされているが、監視が持つ元々の意味は、「今後の取組み」とは異なるのではないかと。
→ 検証・評価・監視については、検証により進捗状況を明確にし、次に適切な評価を行い、足りない部分があれば今後の取組みを明確にする、そして、これについて検証していくというプロセスを考えている。

(部会長)「監視」の意味については、前の部会でも議論があったが、国語辞典的な意味に捉えるのではなく、見直しという程度の意味で理解していく方が、検証・評価と重ならないと考える。P(Plan)—D(Do)—C(Check)—A(Action)のサイクルの中のCが、検証・評価で、Aが監視に当たるものと考えていただけたらと思う。

- 分科会を2つ作るというが、資料4の別添2にある、実施型の施策、検討型の施策について、それぞれ審議するというイメージか。そうではない場合、どの様に分けるのか。
→ 分科会の役割分担については、例えば、一つの分科会は取引関連の施策を、もう一つの分科会は安全・教育関連の施策等を審議することが考えられる。

(7) 消費者教育の推進について

○ 事務局より、資料5「消費者教育の推進について」、資料6「EUにおける消費者教育等の取組みについて」の説明が行われた後、委員から以下の発言があった。

- 田舎で独居している高齢者は、クレジットの知識もないまま次々販売の被害に遭っている。年配者に対する教育、周囲の方々に対する教育が抜けている。ケース・ワーカーに対する教育を行って、ケース・ワーカーが提起する問題を吸い上げることができるような仕組みが必要ではないか。また、学校においては、パンフレットの購入や講座の実施に関する予算がないから、消費者教育が実施できない事情がある。
- 事務局の説明した消費者教育とは、消費者政策との絡みでの消費者教育であると理解される。しかし食品安全行政における消費者教育、金融商品との関連も非常に重要である。文部科学省との仕組みに加えて、各省における消費者教育も併せて議論して欲しい。また、消費者苦情対応窓口など、企業による消費者教育も必要であると思われるし、マスメディアの役割も重要である。あまりに枠を広げるのもよくないが、一定の問題提起が必要である。
- 消費者教育を取り上げるのは非常に良いことであり、実施につながるものにすることが重要である。ただし、消費者教育の実態調査は、今回の調査内容では弱いように思われる。教科

書に記載されていたとしても、現場では触れられてない場合もあるし、知識だけの教育で終わってしまっている可能性もある。教科書に記載されているだけで安心というのではなく、現状がどれだけ寂しいものであるかを調査で浮かび上がらせることも必要である。

- ・ 人生全体における消費者教育のカリキュラムを作るという趣旨に理解したが、個人的印象としては、ビジネス環境の変化に比して、やや古典的な内容に偏っているように見受けられる。例えば、インターネット取引においては、B to C 取引のみならず、C to C 取引も存在する。インターネットについては、学校側も携帯電話の使い方等をかなり熱心に教えているようである。消費者教育をそういうものと別次元として考えないことが重要。
- ・ 出前講座の専門家育成とあるが、アメリカでは企業に情報提供させる仕組みがある。この仕組みを使っていくこと、すなわち企業や業界の活用についても、もっと考えていいのではと思う。また、企業の窓口から見ると、現在は生活の知恵、暮らしの知恵というものが欠如している。そういう前提で情報を提供していかなければならない。
- ・ 「消費者教育」「啓発」「情報提供」を分類しなければならない。情報提供のみで必要十分な人もいるし、そうではない人もいる。消費者教育の重要性については、国生審の場で何度も取り上げてきた問題である。個人的なことを言うと、10年くらい前までは、先生の集まりに消費者教育の講師として呼ばれていたが、今はそういうことは少ない。消費者教育に熱心な所もあるが、そうでない所もある。実態調査の中で、そういった現場の困難性も取り上げていくべき。また、大学で教えている経験から言っても、学生は自分達が消費者であるという意識は全くない。消費者教育を受けたという記憶のある学生もいない。消費者教育とは何か、目指すものは何か、という点についての明確化が必要であり、これをもって文科省との連携に臨むべきである。

消費者教育の担い手の育成も必要である。今の教員養成課程の中で、消費者教育に関することがあるのか。小中高の先生がどこまで消費者問題を認識しているのか。担い手育成の視点をぜひ入れるべき。
- ・ この場でいろいろなことを考えても、実際の現場で、例えば学校の授業のここでこれをやってもらおうというように具体的な機会まで作らないと、いくら素晴らしい教材を作っても、熱心な意欲のある地域だけで盛り上がり、そうでない所との温度差が出てしまう。文科省と連携して、そこまで踏み込んで申し入れる必要がある。また、調査・研究で小中高は対象となっているが、大学は入っていない。以前、消費者教育支援センターで調査したことがあるが、もう何年か経過している。大学も是非対象に入れるべき。

ファイナンシャル・プランニングについては、アメリカですでに良いものが存在している。北欧においても、公共性を育む消費者教育というものが存在している。そのような点も含めて、

トータルに議論していくべき。

- ・ 消費者教育の効果についての評価は難しい。また、地域別に人口一人あたりの被害状況を調査し、公表することによって、(被害の多い地域で)学校教育をもっと行わなければならないといった議論につながりうるのではないか。この点についても、ご検討頂きたい。
- ・ 最近、若者が20歳になったところを狙う悪質業者がいる。例えば、就職難の短大生に対しエステを勧誘して、友達何人かを勧誘すれば、正社員にする等と言う。したがって大学レベルでの教育も非常に重要である。
- ・ 文科省の果たすべき役割は、非常に大きい。従来の考え方では、教育全般を扱う中で、消費者教育はどうしても周辺となってしまう。消費者教育の教育全体における位置付けを確立する必要がある。
また、田舎にいて消費者情報に疎い人と、そうでない人というように、消費者の二極化が進んでいる。消費者を画一的に想定することはできない。
消費者への情報提供において、マスコミの果たす役割が非常に大きい。

—以上—