

国民生活審議会第3回消費者政策部会議事要旨

1. 日 時 平成18年3月28日(火) 14:00~16:05

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)

松本部会長、東委員、大河内委員、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、原委員、早川委員、三木委員、御船委員、山口委員、山本委員

(事務局)

田口国民生活局長、堀田審議官、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ほか

4. 概要

(1) 消費者契約法の施行状況(「消費者契約に関する苦情相談の実態調査」)

○ 資料1について事務局から説明の後、大要以下の議論が行われた。

・資料は非常に貴重なものだ。今後、着実に実体法分野の充実に向けて進むことを期待している。

P8の一番上の○については、消費者契約法第4条について、動機の部分をどうするか等の大きな課題があることを指摘したい。ここの記述は、現行消費者契約法の厳格な要件のままでよいという風に受け取られかねないのではないか。

P11については、情報提供義務に関連して消費者契約法第3条についても課題があると考えている。ここで書かれていることは、情報提供義務を明記しても形式的な文書の交付により形骸化する懸念を前提とするというのではなく、どう形骸化させないかという発想にして欲しい。

P12について。「適合性原則」について世の中で言われているものには2種類あると思う。一つは証券会社が投資家に勧誘する場合のように、それ自体ハイリスクの金融商品を販売する場合。もう一つは各地方自治体の消費生活条例や特定商取引法の省令で規定されているような、理解力が浅い人に対して次々と販売するようなことをやめようという「つけ込み型」である。

この「つけ込み型」という意味では、P11の②の二段落目と重複するのではないか。今後、適合性原則を議論する際には、どういう観点でどういう類型をイメージしてどのようにアプローチするか考える必要がある。

・訴訟で使う立場からは、消費者契約法第9条、第10条は使い勝手がよいが、第4条は主張を裏付ける証拠面から使いにくい実情がある。消費者契約法第4条関係では、新た

な類型の追加を考えて欲しい。情報提供義務、不招請勧誘、適合性原則については、今国会に提出されている金融商品取引法において不招請勧誘、適合性原則が条文化されている。また情報提供義務についても、重要事項の不告知を拡大化することで条文化が可能ではないか。

消費者契約法第9条第2号については、貸金業者との間で同号と利息制限法との適用関係の優先が問題となることが多い。判例の集積が必要だが、条文上の関係が明確になればよいのではないかと期待している。

・丁寧な報告書だと思う。具体的に消費者契約法見直しの検討をスタートして欲しい。

消費者契約法制定時に積み残しとなった課題と、法制定後の5年間に生じた課題があると思う。

積み残しの課題では、「広告の扱い」、「消費者の定義」、「取消権の行使期間」が論点であると考えており、その点の検討をお願いしたい。

この5年間の大きな変化として法律の変化とIT社会の進展がある。法律の変化については、金融商品取引法等、新たな法律も重ねあわせて検討する必要がある。IT社会の進展については、以前は広告と勧誘の区別がはっきりしていたが、新たにその中間点に、セグメント広告または人を介さない勧誘という類型が生じており、それについての検討も必要ではないか。信用販売についても、インターネットを利用した取引が登場しており複数の会社に関与するようになっている。それらも念頭に置いて欲しい。

・相談件数については不当勧誘が多く、判例について不当条項が多いということだが、そういうことを踏まえ、今後の検討では、立証責任を法文にどのように明らかにするかが重要ではないかと思う。また、この後の消費者契約法の検討スケジュールについてはどう考えているのか。

→第1回消費者政策部会でお話ししたとおり今次の消費者政策部会では、消費者契約法の施行状況の評価を課題としている。今日、消費者契約法の施行状況について判例も含めて御報告したが、団体訴権の法案の国会審議も踏まえながら、そういう状況を見て、そのあとのスケジュールについて具体的に考えたい。

・この説明資料の扱いはわからないが、P9の人証に関する記述には違和感を覚える。集中証拠調べをしたからといって、「言った」「言わない」に関する事実認定が容易になるわけではなく、こういう書き方をすることによって誤解を招くことを避けるべきだ。消費者契約法第4条の不当勧誘行為に関する事件での立証の困難性については、平成8年やその後の民事訴訟法改正で解決されているわけではない。証明責任と証拠調べに関しては、契約法実体規定の検討と並んで検討すべき課題だと思う。証明責任だけでなく証拠収集の改善や、ITの分野では証拠の保存や証拠保持義務も検討していく必要が

ある。

- ・消費者契約法の運用状況について、この法律があるおかげで消費者トラブルについて事業者との訴訟前の解決が容易となったというのは確かであるということを発言しておきたい。交渉の面では早期の解決に結びつくものであり、民法の特別法として有用なものであると思う。それだけに、不招請勧誘、適合性原則、情報提供義務についてもぜひ検討してほしい。

また取消権の追認に関する条項（法第7条第1項）については、わかりにくい。この条項に関する実際の裁判例はないと思われるが、どういう風に使われるのかわかりにくい感がある。

(2)消費者教育の体系化（「消費者教育体系化のための調査研究」）

- 資料5について、消費者教育体系化のための調査研究会・円谷峻委員長による説明の後、大要以下の議論が行われた。

- ・全国消費者団体連絡会では、消費者基本計画に盛り込まれた消費者教育の取り組みに関して、今年度より各方面へのヒアリングを実施してきた。その際、消費者教育の体系化の検討状況を聞く機会があったが、この部会までその検討経過が公にされてこなかったのは残念である。今後、具体的中身の検討についてはより様々な立場の人に入ってもらい、議論していただきたい。

また、海外調査や教材の収集などの成果はどのようになり、また、どのように示される予定なのか。

→体系化の検討を更に進めていくに際しては、広く実務家等の知見を活かしていく必要があると考えている。

教材等の収集については、先進的な地方公共団体等にヒアリングを実施した。その内容は、本取りまとめには盛り込まれていないが、体系化の更なる検討において材料としていきたいと考えている。

- ・全体の理念について「自立した消費者」ということを打ち出すのはよいが、「自ら進んで必要な知識を修得し、必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動できる」、「環境の保全及び知的財産権等の適切な保護に配慮する」を目標とする以前に、「自らの生命や安全を守るために」ということを目標とすることが必要なのではないか。

また、消費者教育の体系を更に検討する際、今後は、ライフステージと領域という2つの軸の他に、「場（学校、地域、家庭、職域）」を軸として設定し、クロスすることを検討してほしい。また、今回の報告書では高齢者は記されているが、大学生も成人期の一部として特別に位置づける工夫が必要なのではないか。

シチズンシップの観点は、一部含まれているようではあるが、全体として十分なものとはなっていないのではないかと。意見を政策に反映させるようきちんと発言できる消費者を育てることや、自分達の権利を守るための仕組みを理解したり、参画したりできるようにする、といった視点を盛り込んでほしい。

→研究会では「場」についても意見が出たが、ライフステージと対象領域に加えて「場」まで考慮すると複雑になってしまうため、来年度の課題とした。

何をもちえて体系化とするかは悩んだところであるが、今回の消費者教育の体系化は消費者政策としての消費者教育を進める際のガイドライン作成という位置づけなのではないかと認識している。

・消費者教育の理念としては、「自立した消費者の育成」というものが一番ふさわしいというのが研究会の一致した意見であり、ここには「自らの生命・安全の確保」といったことも内包されていると考える。

能力を身につけることが必要であるという観点から、目標を「～できる」という文言に統一した。消費者がどのように能力を育成していくかを考える際にはライフステージ別で必要な能力というものを明確にしていく観点が必要。

シチズンシップの考え方については、今回の目標の中にも十分含まれていると考えている。また、シチズンシップの発現ということでは、具体的な消費者の能力や行動の中で現れるものと考えている。

・報告書の内容をどのように実現化に向けていくかという検討について、早急に着手してほしい。

法教育、情報教育、環境教育のヒアリングを実施したということは、学習指導要領の改訂を視野にいれてのことだと思う。文部科学省の学校教育や成人教育の部分と連携はとれているのか。

ライフステージに「大学生」が明記されていない。成人期の中でも高齢期を特出したように明示してほしい。「自立した消費者」ということを初めて意識するのは、大学生の頃からだと考える。一般の大学生には授業の中で、また教育学部の科目としても消費者教育に目配りをさせていただきたい。

食育、環境教育、金融教育…などの縦割りで各教育の重要性が指摘されているが、消費者教育を具体化する際にはこれらとの連携が必要。

・自立した消費者といってもまだまだ消費者は弱い、と考える。被害に遭ったときにどのように対処するかを教えることがまず重要。同様の被害拡大を防ぐには消費者と行政の相談 窓口の連携が必要。単に消費者に「勉強なさい」と言うだけではなく、消費者を支援する人や行政側への教育についてもどう考えているのか教えてほしい。

・知識教育だけで消費者被害の防止となるのか。消費者問題の根本は物質社会の歪みが原因で

あり、押しに弱い高齢者や、コミュニケーション能力不足の若者などの問題がある。また、情操教育の部分が入っていない。消費者教育だけではできないかもしれないが、この点をどのように考えているのか。

公務員、教師、警察官等を対象とした消費者教育が必要ではないか。これらの人々に消費者教育の重要性を認識してもらい、消費者教育の担い手としなければならないのではないだろうか。

→消費者教育の役割としては、個別の消費者紛争を解決するものではないと考えている。

「自立した消費者」という言葉には、社会参加の視点も含んでいると考える。

→消費者教育の体系化の研究会においては、オブザーバーとして文部科学省、総務省、法務省、経済産業省、環境省、金融庁、金融広報中央委員会に入っている。今後更に内容を検討していく際にも緊密に連携していきたいと考えている。

今後、「職域」の場での消費者教育の内容を検討することとしている。

・「自立した消費者」とは、幼児期、児童期などそれぞれのライフステージに自立があるという考え方か。

→その通りである。

・消費者教育は、つきつめれば市民教育といった視点につながると考えられる。消費者教育においては、まず最初に、「消費者は、どのような市民であるべきか」、「消費者にはどのような権利と義務があるのか」を学ぶべきなのではないか。また、全ての市民が「善い人」になるように頑張りましょうという方向で学んでいくのか、悪い事業者もいるのだから、ひっかからないように、逃げられるようにしましょうというようなことを学んでいくのか、或いは両者をどのようにバランスをとって学んでいくのかについて、今回の報告書にはあまり書き込まれていないのではないか。消費者として被害等が生じた場合には、自分の主張をきちんとできるようにするといった視点も必要と考える。

人間の生活では、ファーストフードやスポーツ、ギャンブルなどを全てやめるというわけにはいかない。全て潜在的な危険を排除することはできない。そこはどのように考えていくのか。

委員から「大学生」についての指摘があったが、幼児期、児童期、少年期等でしっかり消費者教育がなされていれば、新たな項目として設ける必要はないのではないか。

・消費者教育の中で、「消費者の社会に対する責任」を位置づけ、消費者が被害者であると同時に加害者になりうるという視点を持つことは重要である。

消費者の義務や責任を学ぶことは、例えば環境保全活動を行う消費者が、事業者の立場でもこれを意識して活動していくということであれば、まわりまわって悪質な事業者を排除する力につながるのではないか。これは国の数十年単位のインフラ事業と考える。

自分の責任で契約書をつくり、読み、交渉するということが教育に入ってほしいと考えていた。

こうしたことを自覚した上で初めて、自分を守り、交渉し、意見を言うことにつながるのではないか。

・育てなければいけないのは、人間としてのアイデンティティー、バイマンシップ、シチズンシップ、グローバルシチズンシップだと思う。グローバルシチズンシップについては環境領域で多くの要素が盛り込まれているが、今後の体系化の検討の際には、消費者は社会を変える力を持っているというシチズンシップの部分をもう少し盛り込めないか。アイデンティティーについても心情教育などのご意見が出ているところなので、考慮していただきたい。

→消費者教育はつきつめれば市民教育と言える。消費者は、社会の担い手としてどのような権利・義務があるのかを明確にするということが基本にある。今回の体系シートでは記載していないが、報告書の中ではこの趣旨を盛り込んでいる。この権利・義務ということが端的に表われているのが、「情報」や「環境」領域であるといえる。

シチズンシップについては、消費者基本法そのものが様々な「場」における消費者教育を求めているので、これからの課題として検討していく。

・消費者基本計画によれば、体系化は19年度までに一定の結論を得るということだが、今回の体系化報告書は、3年計画の1年目の成果という位置づけか。

→その通りである。

・高齢者と若者の消費者被害が非常に深刻なので、「成人期」の中でも「大学生」を別に設けてほしい。

・消費者教育の目指すものは、豊かな情操など「人間形成」的なものというよりは、いかに生きるかという「生きる知恵」のようなものではないのか。

→消費者教育は道徳教育であるとは考えていない。今回の消費者教育は消費者基本法の理念に拠って立ち、消費者政策としての消費者教育を検討している。

・消費者が「～できる」という表現をしていることが、今回の体系化のポイントだと理解した。単に知識を得ることと、「～できる」というのは大きく違う。この先19年度まで、消費者教育の人材、機会、ツールの検討をしていく中で、体系シートを充実させていくことが肝心である。

— 以 上 —