

国民生活審議会
第5回消費者政策部会
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5回消費者政策部会 議 事 次 第

日 時 平成 18 年 11 月 22 日（水） 10：00～12：05

場 所 中央合同庁舎第4合館 共用第4特別会議室

1. 開 会
2. 消費者契約法評価検討委員会の設置について
3. 消費者基本計画の検証・評価・監視について
4. 消費者教育の推進について
5. 消費者団体訴訟制度関係の政令・府令・ガイドラインについて
6. その他
7. 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	椋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顧問
	田 村 次 朗	慶応義塾大学法学部教授
	津 武 欣 也	明治大学政治経済学部総合政策研究所研究員
	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
	宮 川 雄 司	東京都生活文化局消費生活部長
	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 5 回消費者政策部会 出席者

松 本 恒 雄	一橋大学大学院法学研究科教授
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顧問
津 武 欣 也	明治大学政治経済学部総合政策研究所研究員
長 田 三 紀	東京都地域婦人団体連盟事務局次長
野 村 修 也	中央大学法科大学院教授
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
宮 川 雄 司	東京都生活文化局消費生活部長
山 口 広	弁護士
山 本 豊	京都大学大学院法学研究科教授

以上 16 名

[事 務 局]

堀田審議官、井内消費者企画課長、西村消費者調整課長、鈴木消費者団体訴訟制度準備室長、藤崎国際室長、高根沢消費者情報室長、山崎消費者企画課長補佐

○松本部会長 それでは、ほとんどの委員の方が来られておりますので、ただいまから国民生活審議会第5回消費者政策部会を開催いたしたいと思っております。

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。

まず、議事に入ります前に、委員の交代がありましたので御紹介いたします。

本年8月30日付で岳野尚代委員に代わりまして、東京都生活文化局消費生活部長の宮川雄司さんが委員に就任されました。そこで、宮川委員、一言お願いいたします。

○宮川委員 宮川でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

私ども東京都におきましては、実は部会長でいらっしゃいます松本先生が私どもの審議会の会長でいらっしゃいまして、10月13日に「悪質事業者に対する規制強化の方向について」ということで、答申を取りまとめでいただきました。早速、12月の都議会に条例改正ということで今準備を進めておりまして、既に知事のご了解を得て改正案をまとめて、都議会の各会派に説明をしておる段階でございます。それなりのいい感触をいただいているんですが、ただ、実際に条例改正が可決されて施行ということになりますと、今度は私どもが大変なエネルギーを求められるというようなこととなります。その意味で、今回国の方では、いわゆる適格消費者団体という新しい制度を創設していただいたわけなんですけれども、私どもはできればこの団体と大いに連携をとって、悪質事業者を市場から排除したいと考えておるんですが、自治体は自治体でそれなりに枠組みと申しますか、限界がございまして、行政的にも更に政治的にも構造的にいろいろと問題がございまして、

そういった意味で、国の方では是非せつかくおつくりになった制度でございますから、この適格消費者団体を大いに大きく育てていただくといった積極的な姿勢を示していただきますと、私どもとしても非常にやりやすいと申しますか、お互いにしっかりとした連携がとれるんじゃないか、今日はそういうようなことで、その辺についての熱い期待を持って今日この場に臨んでおります。どうぞよろしくお願いいたします。

○松本部会長 どうもありがとうございました。

それでは、議事に入ります。ちょうど1か月ほど前になりますが、10月20日に総理官邸で国民生活審議会の総会が開催されました。本第20次の国民生活審議会の委員任期のほぼ中間の折り返し地点になることから、これまで1年間の審議状況と今後1年間で検討すべき事項について、各部会の部会長から報告がなされました。消費者政策部会につきましては、私の方から昨年11月の当部会の第1回の会合で合意いただきました消費者契約法の施行状況の評価、消費者基本計画の検証・評価・監視、消費者教育の推進という3つのテーマについて、これまでの検討状況及び今後の進め方について御報告をいたしました。

本日も、この3つのテーマに沿って御検討いただきたいと思います。とともに、本年5月に消費者契約法の一部改正が成立いたしまして、そこで導入が決まりました消費者団体訴訟制度につきまして、成立時の附帯決議で本法に基づく内閣府令、ガイドライン等の運用基準の策定に当たっては、国民生活審議会への報告及び同審議会からの意見聴取を適宜行うこととされております。そこで、本日4つ目の議題といたしまして、消費者団体訴訟

制度関係の政令・府令・ガイドラインについて御議論いただきたいと思います。どうぞ忌憚のない御意見をよろしくお願いいたします。

それでは、まず、議題1であります。「消費者契約法評価検討委員会の設置について」につきまして、まず御議論いただきたいと思います。資料1につきまして、事務局から説明をお願いいたします。

○井内消費者企画課長 それでは、資料1に沿って消費者政策部会のもとに消費者契約法評価検討委員会を設置する案について御説明いたします。

まず、1の背景についてですけれども、消費者契約法は施行後、消費者トラブルの解決に相応の効果を上げてきていると考えております。しかし、一方で、消費者取引の一層の多様化や複雑化を受けて、従来の消費者取引に関するルールのすき間をつく形で、さまざまな消費者トラブルが発生し、消費者のこうむる被害も深刻なものとなっています。

これらの被害を救済する方策を検討すべく、消費者契約にかかわる苦情相談や裁判例の動向と消費者契約法の施行後の状況について、評価・見直しを含めた検討を行う必要があると考えられます。

次に、2の経緯についてですが、まず、消費者契約法制定時の国会において、消費者契約法の施行後の状況につき分析・検討を行い、必要があれば5年をめぐり本法の見直しを含め所要の措置を講ずることと決議されています。

また、消費者基本計画において、消費者契約法の見直しについては、施行後の状況について分析・検討するとともに、消費者契約に関する情報提供、不招請勧誘の規制、適合性原則等について幅広く検討することとされ、来年までに一定の結論を得ることとされております。

更に、ITを利用した取引については、インターネット取引の普及に対応するため、消費者契約全般におけるルール・規制の在り方等について幅広く検討することとされ、この点についても、来年までに一定の結論を得ることとされております。

以上の背景及び経緯を踏まえて、消費者契約法について評価・検討を行うため、消費者政策部会のもとに消費者契約法評価検討委員会を設置して、検討をいただきたいと思っております。

検討事項としましては、2ページ目の4に掲げてあります消費者基本計画において示されている5つの項目を中心をお願いしたいと考えます。

委員の構成に関しましては、5にありますように、学識経験者の方々を中心に20名程度を予定し、スケジュールにつきましては、来年6月あるいは7月をめぐり委員会としての検討を得ていただいて、夏までに消費者政策部会にその結果を御報告していただくことを考えております。

説明は以上であります。

○松本部会長 ありがとうございます。

ただいまの消費者契約法評価検討委員会の設置の御説明につきまして、どうぞ何か御質

問・御意見がございましたら、お出してください。

○山口委員 大変時宜を得た検討で期待するところ大であります。検討事項の中に消費者契約法の施行状況の検討も含まれておるわけですが、要するに消費者契約法の4条の取り消しの要件が現状のままでもいいのかとか、その他消費者契約のときに取り消しの認められる範囲について、やはり非常に限定的な規定の仕方になっているものですから、実際の契約の現場においてなかなか該当性がわかりにくいというところもありますので、要するに、現状の法文のままでもいいのかどうかという全体的な見直しも是非お願いしたいと思うのですが、その辺はこの検討事項の中に入らないのでしょうか。

○井内消費者企画課長 今、山口委員から御指摘いただいたような問題点、課題についても、評価の中で御議論いただくということにさせていただければと思っております。

○松本部会長 よろしいでしょうか。従来から宿題になっていたということでございますから、この検討事項1の……。

○原委員 申し訳ありません、確認だけなんですけれども、半年という実質的な期間ですよ。評価は勿論なんです。見直しと書かれている場合、これは法律の改正まで踏み込むこともあり得るといふ文言で読み込んでいいのでしょうか。

○井内消費者企画課長 今回の検討委員会においては、先ほど御指摘いただいたような課題も含めて評価していただいて、勿論、法律の改正とか必要な課題が出てきましたら、それを指摘していただきたいと思っております。

○松本部会長 よろしいでしょうか。1の「施行後の状況について」というところで、現行の法規定についての運用状況に加えて問題点等を御検討いただいて、以下、現行法にはきちんと盛り込まれていないような問題等について、更に盛り込む必要があるかどうかについての御検討をいただくということで、比較的広いスパンで御検討いただきたいと思えます。

ほかに特段の御意見がございませんようでしたら、当部会のもとに消費者契約法評価検討委員会を設置して議論を進めていただき、適宜、部会に検討内容を御報告いただくという形で進めさせていただきたいと思えます。よろしいでしょうか。

(「異議なし」と声あり)

○松本部会長 ありがとうございます。

それでは、そのようにさせていただきます。なお、検討委員会の委員長につきましては、山本委員にお願いすることといたしまして、その他の委員の構成につきましては、山本委員長と私に御一任いただくということにさせていただきたいと思えます。よろしいでしょうか。

(「異議なし」と声あり)

○松本部会長 ありがとうございます。

では、議題2の「消費者基本計画の検証・評価・監視について」に移らせていただきます。資料2-1、資料2-2につきまして、事務局から御説明をお願いいたします。

○井内消費者企画課長 それでは、まず平成 18 年度検証・評価・監視についてということで、資料 2-1 で『消費者基本計画の検証・評価・監視について』という冊子をお配りしております。本年度は昨年 4 月に閣議決定されました消費者基本計画の検証・評価・監視の最初の作業でありましたが、本部会におきましては、4 月以降集中的に重点施策を中心に御審議いただき、その結果 7 月 12 日の第 4 回消費者政策部会において取りまとめを行っていただきました。政府においては、ほぼその結果どおり 7 月 26 日の消費者政策会議において、本冊子のおり取りまとめを無事に行うことができました。委員の皆様には事務局からお送りしました大量の作業シートを個々に精査していただくとともに、非常に貴重な御意見等をいただきました。また、2 つのワーキンググループでそれぞれ 3 回にわたり熱心に御審議いただきました。ここに厚く御礼申し上げます。

次に、平成 19 年度の検証・評価・監視につきまして、資料 2-2 に沿って簡単に御説明いたします。

まず、1 でございますけれども、平成 19 年度作業に先立ちまして、来年 2 月をめどに開催予定の当部会において、平成 19 年度作業について事前の検討を行っていただきたいと思っております。主な検討内容につきましては、平成 19 年度作業において重点的に検討する事項の決定等ということを考えております。

2.部会での作業の進め方についてでございますけれども、(1)としまして、平成 18 年度と違いましてワーキンググループは設置せずに、部会全体で御審議をいただきたいと考えております。この趣旨は、各施策につき委員全員の知見によって御審議いただければと思っております。昨年、第 1 ワーキンググループ、第 2 ワーキンググループという形で部会の委員の方に分かれていただいて御審議いただいたわけですが、片一方のワーキンググループで作業を熱心にさせていただいたわけですが、もう一方につきましても、やはりいろいろと御意見があるという御意見がありましたので、それを踏まえたやり方の修正でございます。

これを踏まえまして、(2)として部会を来年 4 月から 7 月の間で月 1 回程度開催していただければと思っております。

(3)としまして、各省庁ヒアリングにつきましては、原則として 1 回の開催をお願いできればと思っております。これは有効な作業のやり方という考え方とともに、やはり効率的に進めていただきたいという趣旨でございます。

(4)としまして、各省庁ヒアリングとは別に、外部の有識者、専門家の方から話を聞く回を設けることとするということでございます。ある特定の分野については更に深くその分野での専門家から御意見を聞く回を設けていただけないかというような御意見もありましたので、それを踏まえたものでございます。

(5)としまして、各委員の方々へのお願いでございますけれども、ここでは特定の施策としておりますが、テーマということで結構だと思いますが、ある一定のテーマにつきまして御担当いただいて、部会においてプレゼンテーションを行っていただければと考えてお

ります。前回ワーキンググループにおいて一部の委員の方をお願いしたものでございますけれども、これを各委員の方々全員で担当いただければと思います。

ただ、どのような分野を御担当いただくかということにつきましては、事前に各委員の担当を希望される分野等を事務局でヒアリングさせていただいて、適宜調整させていただければと考えております。

あと、細かい点でございますが、3の作業シートについてということでございます。(1)で各施策の進捗状況や今後の取り組みを記入する作業シート、先ほどお配りしてある資料2-1の後半部分になりますけれども、シートが1つの施策について数枚にわたるものもでございます。これにつきましては、やはり第1回目だったのでしようがないと思うんですけれども、事務局の方でも整理をして、わかりやすい形で1施策1ページの見やすい形で整理をさせていただければと思っております。これも複数にわたると精粗まちまちで見にくいというような御意見もありましたので、それを踏まえて修正をさせていただければと思っております。

あと、実際の作業の進め方でございますが、各省庁の作業が時間的余裕を持って行えるよう、各省庁への発注時期を内閣府としても早めるような努力をしてまいろうと思っております。

以上でございます。

○松本部長 ありがとうございます。

それでは、ただいまの御説明につきまして、どうぞ御意見・御質問をお出してください。

○長田委員 前回はとても大変でしたので、少し効率的にというところはそうなのだろうと思いますが、ちょっと質問させていただきたいのですが、ヒアリングが1回ということで、その進め方の順番がどうなるのかちょっとよくわかりませんが、こちらがプレゼンテーションするとき、それから、専門家をお呼びしてお話を伺うときに、担当の省庁の方も一緒に聞いていただけるということでしょうか。

○井内消費者企画課長 基本的には、まず、関係省庁からワークシートを年度が終わった時点で速やかに回収して、各省庁は1回で済むような形でヒアリングを完了しまして、その後、有識者の方、これは来年2月にどのような重点分野で進めていくかということを念頭に置きながら選んで、その回を設け、その後にプレゼンテーションの会を設けてやっていきたいと思っております。

関係省庁について、1省庁に何回もというのはなかなか大変だと思いますので、その点につきましては、更に足りない分につきましては事務局も、前回もそうだとお聞きしておりますけれども、メール等で補う形で御質問事項とかありましたら、つなぐような形でやらせていただければと思っております。

○長田委員 そうしますと、プレゼンテーションのときにはこのメンバーだけでやるということですか。

○井内消費者企画課長 基本的にはそういうふうに考えております。

○長田委員 やりとりが公にオープンなところで議論があるというところが、この検証・評価の一つの非常に大きな利点だったと思うものですから、そのやりとりのところが完全に事務局任せになってしまうのはちょっといかなものかと。

○井内消費者企画課長 失礼いたしました。関係省庁さんは、ヒアリングという形ではなくて、この部会にオブザーバーとして参加しておりますので、その点については私の言い方に誤解があったと思いますが、そういうことはございません。

○大河内委員 私もちょうと質問なんですけれども、私たちが検証・評価・監視をした後で今後の課題などについては、この委員会の場で話し合ったと思うんですが、関係省庁の方々の今年やったああいった作業について、どういう感想が寄せられているのか、何かまとめたいと思いますか。

○井内消費者企画課長 この作業そのものについて中身云々ではないんですけれども、やはり各省庁も施策がそれぞれ担当課も分かれていますので、細部になりますとやはりその担当部署の者が来なくてはいけないので、それを複数回いろいろなところで重複するような形でお話するようなことは、やはり作業の負担があるということですので、そういうことはございましたけれども、それ以外に何か特段のコメントということは私の範囲では承知しておりません。

○品川委員 今の関係省庁のかかわり方なんですけれども、去年の検証・評価・監視で各省庁のお話を伺って、特に最初の段階での各省庁の御説明は、省庁によってかなり姿勢の違いがあって、あえて言えば木で鼻をくくったような回答を最初にいただいて、質問等があってその後丁寧な御説明をいただくというような違いがあったように記憶いたします。そんな意味で、各省庁自体が日ごろから消費者団体等と直接お話しする機会を持っておられる省庁と、そういう場をほとんど持っておられない省庁の違いなどもあるように私は受け取りました。そんな経過もありまして、原則として1回というのは各省庁の負担ということからわからなくはありませんが、オブザーバー参加をその後もされているということであれば、再度お答えをいただきたいというような場合は、お答えいただく機会を是非つくるといようなことをはっきりさせておいていただけないかということが一つ。

それから、もう一つは、委員がテーマを分担してプレゼンテーションということなわけなんですけれども、これもほかの点でもありますように、なるべく時間的余裕を持って分担してもらおうことと、それから、委員が直接関係省庁に、できれば内閣府事務局も御一緒に個別のヒアリングといいたしましょうか、状況を聞く機会というようものを挟みながらプレゼンテーションを行うという仕掛けを是非組み込んでいただいて、これは必要に応じて結構なわけなんですけれども、関係省庁がこの消費者政策部会にその意味ではきちんと対応するという仕掛けは、引き続きとっていただけたらいいんじゃないかと思っています。

○原委員 資料2-2の1の①なんですけれども、平成19年度作業において重点的に検討する事項の決定をするということになっているのですけれども、今回作業したのが平成18年度に結論を得るとか実施をするという項目についてやりましたので、私が担当している金融分

野であれば、ほとんど金融庁の中では決定済みとかやるということが書かれていたので、一応作業としては平成18年度が終わって残っているのは、金融分野で言うと経済産業省の分野が残っているということになるのですけれども、これらは平成19年度にもまたがっていたので、今年度の評価、新しい年度での評価ということになると思うんですが、では、金融庁が抱える金融分野に課題が残っていないかというのと、また新たな課題が生じてきているわけで、そういう新たな課題というのを①のところで盛り込んでいけるような手だても組んでいただけるといいなと思っております。事前に金融庁と相談することでも構いませんので、できれば項目を幾つか挙げて、平成19年度の検討につなげていきたいと思っておりますが、そういうことを可能にさせていただきたいと思っております。

○御船委員 平成18年度が1年目でしたので、非常に手探りの中で、よく各省庁が協力してくださったなと私自身は思っております。それに関しまして効率化するというのはよい方向だとは思いますが、ただ、各委員が御指摘のように、ああいう場があってこそできたことがあって、2年目だから多分、最初に出てくるシートが結構完成度が高いと思っております。なので、1回やるヒアリングということを非常に工夫すればよいと思うんですけれども、工夫しないと平板になっていくので、1回のヒアリングで勝負するというプランをもう少し詰めていく必要があるのかなと1点は考えます。

また、作業の進め方、スケジュール及びどういうシートをどういうタイミングでやるのか、そして、有識者の意見をどういう形で聞いて、そして、この評価書にどう織り込んでいくか。そして、私どもがプレゼンテーションをするという場合も、どう入れ込んでいくかというある程度のめどというものをしっかり立ててからやらなければいけないと考えています。

以上2点です。

○東委員 今のにも少し関連するんですけれども、ヒアリングとそのまとめに関することです。ヒアリングにつきましては、もう既に皆さんおっしゃっているように、やはり一度でということであれば足並みのそろった形でお願いしたいということをお思います。

その際ですが、作業シートという形で各省庁から出てくるのだと思いますが、この段階で1施策1ページという提案が今回出ているわけですが、最終的なまとめとして1施策1ページになるということは了解できるのですが、省庁からのヒアリングの段階では、やはりある程度元のデータなり詳細についても必要なのではないかとお思ひまして、その点お尋ねしたいと思ひます。

以上です。

○井内消費者企画課長 ただいまの点につきまして東委員からありましたけれども、作業シートについては1施策1ページということで、それを念頭に出してもらおうんですけれども、勿論ヒアリングの際に参考資料というものを提出していただくということは考えております。

○大河内委員 イメージだと、月1回で4、5、6、7月と全体として4回ということ

外部の方とのヒアリングをして、委員のプレゼンをしてまとめるというスケジュールの感じで進んでいくということなんでしょうか。どういう形になるかはよくわかりませんが、忙しくてやりとりをする時間がどこにあるのかなと思いますけれども、どうでしょうか。

○井内消費者企画課長 実際には、各省からシートが出ましたら皆様にお配りします。それを踏まえて御質問とか、更にはコメント等を事務局で集約して関係省庁にもお伝えしながらやりますので、部会そのものは前回のワーキンググループの開催と部会プラスよりは回数は減るかもしれませんが、むしろ、やり方としては皆さんの御意見が反映する場合は実際に表の場でも増えると思いますので、そういう形で進めさせていただければとは思っております。実際の部会の検証・評価・監視の進め方については、私どもも今、大河内委員がお話しいただいたようなスケジュール感を持って進めていただければと思っております。

○松本部長 ほかにも御意見ございませんか。今年度のワーキンググループは各3回掛ける2で6回ということですが、実はその1回が午前・午後を通してやったりという非常に長いものもございまして、そうすると、それを部会でやる場合に、では、部会も午前から午後まで掛けてやれるのかというようなこともございますから、その辺りいかに時間を短縮し、効率的にきちんとやれるかというところ、先ほどの御提案にありましたような、部会以外で担当の委員が個別にヒアリングをやるとか、そういう工夫なども入れて、本年よりは時間は短縮できるけれども、密度は濃いものになるような工夫を事務局の方でお考えいただきたいと思っております。

ほかにも御意見ございませんか。この問題につきましては、来年2月ごろの消費者政策部会におきまして、再度、来年度の検証・評価・監視の作業の進め方を御議論いただくこととなっており、そこでもう少し細かい案を事務局の方からお出しただいて、御検討いただきたいと思っております。

それでは、議題3であります「消費者教育の推進について」に移らせていただきます。資料3につきまして、事務局から御説明をお願いいたします。

○井内消費者企画課長 それでは、議題3について御説明いたします。

消費者政策部会で御議論いただくテーマとして消費者教育の推進がございしますが、内閣府は現在このテーマに関連して、複数の研究会を設置して検討を行っております。研究会のおおよその検討結果は、来年2月ごろまでには出てくると思っております。その検討内容を次回2月ごろをめどに予定しております当部会に御報告させていただいて、それを参考としつつ部会において御議論いただくことを事務局としては考えております。本日は、内閣府が中心となって現在実施している消費者教育の推進状況について、資料3に沿って御説明させていただきます。

これまで行政は、消費者教育に関する事業をさまざまな形で取り組んできましたが、消費者教育とはどのようなものであるか、体系的な整理は十分なされておらず、また、その推進方策についても各省庁、各機関等において体系的に取り組んできたとは言えない状況

にあると考えています。

内閣府が中心となって、少なくとも国レベルでは体系的に消費者教育を推進していくことが重要と考えており、そのためまだ途上ではありますけれども、消費者教育の体系化を図るとともに、消費者教育の推進についても、現在バラバラな形で実施されている各種施策について、その位置付けを明確にして実施するよう努めているところです。

ポンチ絵に沿って御説明いたしますけれども、まず、①消費者教育の体系化、緑で示されているところですが、この体系化については現在行われている消費者教育の内容をライフステージごとに整理し、その現状と課題を明らかにして、その課題を解決するための推進方策にまで踏み込んで研究会を設置して検討を行っているところです。

実際には、明治大学の円谷先生に座長をお願いし、ライフステージに応じて4つの分科会を設けていただいて、鋭意御検討いただいております。研究会の取りまとめ状況にもよりましては、具体的には先ほども申したとおり、次回以降の部会において、その検討内容についてお示ししていきたいと考えております。

推進方策を考える上での基本的概念として、ポンチ絵の黄色のちょうど真ん中にございます人材、情報の集約・発信、教材という3点が重要ではないかと今考えております。

まず、人材の面ですけれども、既存のさまざまな分野の人材を活用するという視点とともに、新たな人材の育成も重要と考えております。現在は、左下に緑の②で示されているところですが、出前講座実施の専門家育成について検討を行っております。出前講座自身については、左下の⑧消費者問題出前講座というのを既に内閣府も行っておりますし、類似の事業につきましては自治体等においても実施されているところですが、やはり問題は講師を頼める人材を育成して、このような取り組みをより広がりを持ったものにしていくということが重要と考えておまして、こちらにつきましても、研究会をこれから立ち上げて、来年度以降、出前講座実施の専門家育成のためのプログラムを策定したいと考えておりますので、その基礎となる研究を行っていただくことにしております。

次に、情報の集約・発信の面についてでございますけれども、真ん中下に黄色でポータルサイトの構築とございますが、これについても更に下に緑の③がございまして、ポータルサイトの構築ということで、これにつきましても研究会を立ち上げております。山梨大学の近藤先生に座長をお務めいただき、検討に着手したところです。この研究会では、ポータルサイトに掲載するコンテンツの掲載基準、分類基準、検索方法、更新要領等を内容とする基本方針を策定していただくことにしております。

今申し上げました①から③については、施策とは呼んでおりますけれども、現段階では研究会で検討を行っている段階でございます。

一方、④から⑧、いろいろ飛んでおりますので、これにつきましてはページをおめくりいただいて2ページ以降、文章で簡単に御説明させていただきたいと思っております。

④から⑧は既に実施しているところでございますけれども、まず④内閣府、文部科学省

間の連携の強化ということがございます。本年8月に内閣府・文部科学省消費者教育連絡協議会の第2回会合を開催しております。その協議会におきましては、消費者教育の体系化についての意見交換等を実施しております。

次に、⑤消費生活センターと教育委員会との連携強化ということでございますけれども、本年3月31日付で内閣府及び文部科学省の連名で都道府県、政令指定都市あて「消費者教育の推進のための消費者担当部局と教育担当部局との連携強化について」というものを出してございまして、年内には消費生活センターと教育委員会との連携強化のフォローアップを目的とするアンケート調査を実施する予定です。年度内に結果をまとめることとしております。

⑥教材作成についてでございます。当部会の指摘を踏まえまして、消費者教育の全体にわたって教材等を計画的・効果的に整えていくという観点から、関係省庁消費者教育会議を10月25日に発足させ、第1回会合を開催いたしました。それで、関係省庁間における情報共有を実施いたしました。その中で、内閣府においては、各省庁等が作成しない領域等の教材を作成していくということを考えております。

⑦メールマガジン「見守り新鮮情報」の発行を開始しております。これにつきましては、高齢者を狙った悪質住宅リフォーム問題に対する政府の対応策である「悪質住宅リフォーム問題への対応」ということで、これに基づいて高齢者の周りの方々による見守りの強化の一環として、平成17年12月以降4回にわたり高齢消費者見守りネットワーク連絡協議会を17の団体・機関の総意により開催して、消費者の周りの方々に悪質情報についての情報提供等を行う仕組みについて検討いたしました。その結果に基づいて、本年8月よりメールマガジン「見守り新鮮情報」の発行を始めております。この内容につきましては、参考資料1という形でお手元にお配りしてございます。題名は『メールマガジン「見守り新鮮情報」及び「消費者問題出前講座」について』ということで、詳しい資料をおつけしております。後ほどお時間があればお目を通していただければ幸いです。

最後に、4ページ目でございます。消費者問題出前講座の実施についてでございます。この講座につきましては、平成13年度以降全国で実施しております。その内容につきましては、最後のところに本年度について掲げておりますけれども、全国2,100か所を予定してございまして、その内訳は高齢者向け講座で800回、高齢者の周りの方々向け講座で1,200、市民講師育成講座で100回という形で実施しておりますけれども、こういう形でやろうと考えております。

今申し上げましたように、⑦、⑧につきましては参考資料をおつけしておりますので、参考にしていただければ幸いです。

以上でございます。

○松本部長 ありがとうございます。

ただいまの御説明につきまして、どうぞ御意見・御質問がありましたら、お出しください。

○宮川委員 消費者教育というのは大変大事だろうと我々も考えているんですけども、特に高齢者、それから、高齢者の周囲にいる方々に対する消費者教育、それから、勿論子どもたちに対しても大変大事だと思うんです。いろいろと内閣府の方も御努力いただいていると思うんですが、文部科学省との間でとにかく連携を強化しようということで、協議会を設けられていろいろと意見交換もなさっていらっしゃるということなんですけれども、消費者教育について文部科学省はどういうふうに位置付けておられるのか、その辺内閣府としてどう感じておられるのか、その辺を御説明いただきたいと思います。

○井内消費者企画課長 先ほどの説明の中にありましたように、内閣府と文部科学省で各自治体に協力要請をするようなことで、その点については積極的に取り組んでいただいていると思っております。

あと、内閣府の行っている研究会等には、文部科学省の担当官の方にも熱心に御参加していただいております。

ただ、私ども内閣府としても、消費者教育といっても、ようやく平成17年度の事業で消費者教育の体系化というのをまずは整理いたしました。ですけれども、消費者教育といっても、一方では、例えば法教育とかほかにも金融経済教育とか、いろいろな側面を持っておりまして、消費者教育についてしっかりとこれをやっていただければ消費者教育になるというものが、やはりこれまで十分ではなかったと思っております。これはやはり文部科学省さんが幾ら熱心に御協力いただけるといっても、各省庁あるいは各機関からバラバラに限られた学校教育等の場でやっていただく中では、いろいろなところから要請があってもなかなか取り組めない状況があったと思います。その点を改善して、やはり内閣府が消費者教育については各省庁さんの消費者教育と言えるものを整理し、こういう形は取り込めるというものを体系化して、統一的に文部科学省さんとも連携して進めていくことが、消費者教育を進めていく上で重要な点だと思っておりますので、そういう観点から一緒にやっというところということでございます。

○宮川委員 確かに、そういうことだと思うんですけども、例えば、都道府県の教育委員会であるとか、あるいは市町村の教育委員会であるとか、確かに消費生活センターとの連携というのは必要だと思うんですけども、実際にそれをきちんと受け止めていないと、幾ら連携と言っても具体的に何をしたいのかわからない。それから、現実に今、教育の問題自体も非常に大きな国家的な課題を抱えて、教育委員会の廃止そのものについてはある程度見直しを、逆に、廃止そのものについてはちょっと待って考えなければいけないということになっていると思うんですけども、例えば、教育バウチャー制がどうのとか、あるいは教員免許がどうのとか、まさに学校教育、従来から我々が見ている学校教育の面をどうにかしようということで今必死な状況なわけです。そういう意味で内閣府も大変だと思うんですけども、だから、その辺がちょっと言葉は悪いんですが、通り一遍のこういう文章で協力をとって、なかなか難しいんじゃないかという感じがするんです。もうちょっと何かとりようがあるのかなという気がするんですけども。

○井内消費者企画課長 消費者教育のとらえ方だと思うんですけども、確かにカリキュラムとか実際の本当の学校の場であるということを厳密にとらえれば、なかなか大変な場面というのはあると思います。しかし、教育の場というのはいろいろありますので、それより少し広げた形で、いろいろな時間帯では課外の活動とか、場所も単に学校の場に限定されないと思いますので、そういうようなことについて広げた形で先進的な取り組みを、今うまくいっている事例等も各自治体さんではあると思いますので、そういったことをやはり内閣府の方でもしっかりと取りまとめて、それをむしろこういう内容でやったらどうか、あるいはこういうやり方があるよというのを提案して、また更にいい例が出てきましたらフィードバックするというような取り組みをしたいと思っています。

そのために、実は先ほどの⑤に関連するんですが、消費生活センターと教育委員会との連携強化ということで、こういうお願いをしたということなんですが、今年中に市区町村を対象に連携の在り方、こういう要請をして実際に進んでいるのかどうか。あるいは進んでいるとすれば、どういういい例があるのか。進まないとすればどういうことが問題になっているかをアンケート調査をすることにしております。その中でいい例が当然挙がってくると思いますので、それをまたフィードバックして活用していただければと考えております。

○宮川委員 これは、最後に要望ということで。我々もやはり消費者教育というものを自治体として県のレベルで真剣に進めていきたいと思っておりますが、実際にはいい教材をつくったり、いい仕組みをつくっても、それが実際に必要としているところに届かないと全く意味がないわけなんですね。その間に入る人たちがいかに自覚をするかということが非常に大事なので、是非今後ともそういった点で強力に要請並びに各省庁との連携をとっていただきたいと、これは要望でございますので、よろしく願いいたします。

○東委員 3点ほどお尋ねしたいんですが、1点目は、資料3のポンチ絵と申しますか、全体を見渡す図に関する御質問です。非常にわかりやすくまとめていただき、そして、それぞれ今までバラバラだった部分がどういうふうに関係し合うかということについて非常に整理されたと思っておりますが、真ん中に「現時点における消費者教育推進の方向性(案)」というのがございます。このイメージと申しますか、この現時点というのはその時々という意味なのか、あるいはある時点でこれを何かの形で集約するというところで考えるのか、方向性の案という部分が具体的にどういう形のイメージを持てばいいのかということ、まず一点目にお尋ねしたいと思います。

2点目は、その図で続けて言いますと、右下の教材作成のところに関係省庁消費者教育会議と括弧して書いてございまして、既にそういう会議が持たれて検討していただいているということでございました。この関係省庁消費者教育会議というものの自体の位置付けが教材作成というところに特化したものなのか、あるいはある程度ここを限定的に扱うのか、それとも人材育成の部分とかその他の部分も範囲に考えながら消費者教育会議というものを理解したらいいのか、この関係省庁消費者教育会議の位置付けについて確認させていた

だきたい、これが2点目でございます。

そして、3点目は少し細かいことになりますが、メールマガジン「見守り新鮮情報」の登録状況についてでございます。8月30日にたしか第1回がなされまして、少し時間が経ってまいりましたけれども、登録の段階で性別とか郵便番号などがありましたから、地域を割り出したりとか幾つか情報が入っていたように思うんですが、ああいったものを何か整理されているのか、あるいは具体的に今こういった登録状況であるといったようなものがあるのかないのか。あるとしたら、少し教えていただければと思います。

以上でございます。

○井内消費者企画課長 まず、第1点についてですけれども、現時点による消費者教育推進の方向性（案）というのは、内閣府が今事務局としてこういう形で暫定的に整理したというイメージでございます。ですから、今後集約ということについては、できましたら2月以降、この部会で何らかの御提言なりをまとめていただければと思いますので、その際に、こういう形で消費者政策部会では考えて進めていくというようなことを打ち出させていただく参考にしていただければという趣旨でございます。

あと、2点目でございますけれども、先ほどの関係省庁消費者教育会議の開催についてということなんですが、本年10月20日に消費者政策担当課長会議というのがございました。担当課長会議は非常に幅広く製品安全・契約の問題から消費者教育などあらゆる問題を扱うことができますが、ここで消費者教育会議を設置し、教材作成を中心テーマに各省庁バラバラのものを年に3回ぐらい開くことを決めまして、内容の調整あるいは予算要求というところで補って体系的なものをつくろうとしています。実際に検討していくときには教材から少し離れて意見交換ということも勿論できますし、そういうことでやっていこうと思っております。

3番目でございますけれども、昨日時点で1万2,400件の登録がございまして、そちらに発信しておりますが、民生委員の方が約500、ヘルパーの方が1,000、あと行政関係者が2,000、残りがその他の個人の方ということでございます。

以上でございます。

○大河内委員 私は1点だけです。消費者問題出前講座のことなんですけれども、平成18年度ですからもう各地で開かれているわけですね。高齢者向けの講座というのは、参加の状況というのはどんな具合でしょうか。

○井内消費者企画課長 現在、高齢者の方々向けということでは、申込みなんですけれども667となっております。それは申込みの件数ですが、全体の実施済み件数は560件強と現時点ではなっております。

○大河内委員 出前講座を開いて、そこに何人の方が参加されているのか、わかりますか。

○井内消費者企画課長 全体の集計はまだ途中段階なので、年度の終わったところで集計するようにしております。最低の実施人数は20人以上なので、大体20～30名前後になるのではないかと。平均で1件当たり20名は上回るということです。

○大河内委員 募集ではなくて、実際にいらっしゃる方でしょうか。

○井内消費者企画課長 はい、そうです。実際に1つの出前講座に出られるのは20~30名の間ということでございます。

○大河内委員 ありがとうございます。

○原委員 幾つかお話の中にも出ているようには思うんですが、ちょっと考えていただきたいと思います。国民生活審議会の第1回目は消費者教育がテーマだったんですね。消費者教育をテーマに掲げて40年やってきて、やはり定着をした感じがしないということです。私もいろいろなところに頼まれてお話に行きますけれども、お話を聞いていただきたい方が来ていない。本当は情報を届けたい方が会場にはいないということを非常に感じますし、それから、大学でも今教えておりますけれども、学生が改定意識はあっても消費者意識が非常に希薄なのが今の状況です。

そういうことから考えますと、2点なんですが、資料3の表紙の図は、一応教育をする側とか情報の出し手側から整理をされていますけれども、もう一つこの裏側に、情報とか教育の受け手側からするとどんな構図が見えるのかというのも図としてつけていただきたい。それで、情報とか教育の疎密というものが見えてくるような構図にしていきたいというのが1点です。

それから、先ほど教育委員会と消費者センターへのアンケート調査の話が出ておりましたけれども、今、各ワーキングで検討を重ねられているようですが、結果が出たら是非区か市をモデル地区にして、消費者センター、教育委員会、それから、行政とか町内会とか全部を含めてのモデル地区で少し実験的にやってみるということを全国で2~3か所でスタートしてみて、その結論を得て広げていくという具体化を是非念頭に置いて進めていただけたらと思います。

以上です。

○芝原委員 3点ほど意見を言わせていただきます。

1つは、前回もお願いしたと思うんですが、こういう消費者教育に一生懸命取り組んでいますし、学校だけではないよ、消費生活センターであるとか老人関係の団体であるとか消費者大学とか、もっと言いますと、幼稚園、保育園の辺りからいろいろなお話があって、こういうふう新しい肉付けがどんどんされて大変いいと思うんですが、前々回も申し上げたんですが、これはやはり最新の悪質商法の被害者というのがいるわけですし、そういう被害状況と教育実施の効果測定を何とかリンクできないか、サンプリングでもいいからやっていただいて、この地域はこれだけやった結果こうなっているよというところが見えてくると、教育委員会でも首長さんでも、ああそうかと、これが効果があるのかとつながるのではないかと、非常に素朴なんですけれども、そういう思いがあります。そうしないと、やはり優先課題は首長さんや教育委員会によっていろいろ別にあるわけですね、進学率であるとか何とか。だから、やはり問題・被害がどうなっているかというものと、そのデータも地方公共団体の方はちゃんと持っていらっしゃると思うので、何とかリンク

していただきたい。非常に細かくする必要はないと思うんですけども、サンプリングでもいいから。それで評価することによって、この地域はとてもよくできているねということが宣伝されると、それが自治体間の競争にもなるのではないかというのが1点です。

あと、質問なんですけど、先ほどのお話で資料3の表の中で、今は既に平成18年度として出前講座等々されているけれども、平成19年度について新しいプログラムを考えようということを伺ったんですが、目玉というか、この辺を変えていきたいんだというのがもしあれば教えていただきたい。

もう一点は、教材の話ですけども、これも前回か前々回か早川委員から「企業や事業者団体もかなりいい資料をつくっていますよ。そういうものも含めてですよ」というたしか念押しがあったと思うんですが、資料3の右下の⑥教材作成は、もしかすると行政でされているだけになっているのか、できればそうじゃなくて、経産省なら経産省傘下の事業者団体なり事業者がやっているものも吸い上げていただいて、それをライブラリーと言うとちょっと大きいですけれども、ここに順次掲載とポータルサイトにつながるようになっていますが、この辺もしお考えならありがたいです。それがいろいろな先生方や教師の方々にもわかるような仕組みが欲しいなと思います。

以上、よろしくをお願いします。

○井内消費者企画課長 御質問は2点だったと思います。まず、出前講座の新しいプログラムにつきましては、来年度要求として、保育期にあるお母さん方も対象に加えてこのプログラムはできるようにということを考えております。ですから、保育期の方はいろいろ集まる場所というのがあると思うんですね。その中の一つの重要な話題としていただければと思っております、新しい展開というのはそういうことでございます。

2番の御質問ですけども、まさに右下の⑥教材作成は、基本的には役所、あと金融広報中央委員会さんなどにも入っていただいていますけれども、それ以外のところにつきましては、実は左の③ポータルサイトの構築というのがございまして、今検討段階にあります小学生とか中学生あるいはむしろ高齢者の方に役立つ教材というものを各自治体さんやほかの機関でもつくられておりますので、そういうものをうまく集約して、1つのポータルサイトでいいものを、そこに行けばさっとこの教材は使えるということで見られるような、取り出せるようなものをつくろうと思っています。

○芝原委員 一番最初の被害の実態と何か教育の仕組みのリンク、評価、再評価、PDCAというのはいかがでしょうか。

○井内消費者企画課長 実際に消費者教育については、総会の場で松本部会長からも、これだけ消費者教育と長年言われているけれども、その効果について十分な検証がなされない、それが推進されない一つの大きな問題ではないかということも御指摘いただいています。実際に個別に当たって分析しようとする、人口構成とかいろいろなものも違いますので、ミクロに当たってもある時点で消費者教育をやっていなかったけれども、これをやったからそれが被害の状況に直結しているかどうかというのを分析していくことは難しい

のではないか。何かモデルをつくって、どれだけきいているかというような、そういう経済学的なミクロのツールでやっても、なかなか難しいかなと。また事務局で考えがあれば、あるいは皆様方のお知恵があれば、何か分析の方法があれば御提案いただければと思うんですが、私が今お聞きした範囲内では、なかなか難しいかなと考えております。

○松本部会長 多分アウトプットは出せると思うんです。何回出前講座をやって、何人参加しましたとか、ポータルサイトをつくって幾つリンクしましたと。ただ、アウトカムをどういう形で評価するのかというのが消費者教育は非常に難しいので、アウトカムの評価方法を内閣府が中心になって開発していただけると、消費者教育の成果があるとか、ないとか言えるので、よいのではないかという気が個人的にはしています。大変難しいことだろうと思いますが、どなたか是非挑戦していただきたいと思います。

○堀田審議官 今の点に関してですけれども、主としてデータとして使えそうなのは、やはり PIO-NET の消費者の苦情ということになると思うんですけれども、データも通常は消費者が不満に思うことでせいぜいセンターに行って文句を言うというのが全体の統計では5%ぐらいというか、20分の1ぐらいの割合でしか消費者の不満というのがそういうところに表われてきていないと。消費者苦情の件数と消費者教育を一生懸命やっているかどうか因果関係になってくるんですが、その定量的な関係というのは、私自身も非常に難しいのではないかと考えております。ただ、各都道府県が今一生懸命消費者教育についてもやってくれていますので、どういうことを各都道府県がやっていて、それに対してどういう成果ということも問題なんですけど、うまくいっているかどうか、ベストプラクティスマみたいな形で施策を評価してみるというやり方だったら可能なのかなと、思っているところです。

○東委員 今のことに関連してなんですけれども、やはり定量的に評価できれば一番アピールできるわけですが、それは実際にどの指標をとっても難しいかなという気も正直なところしております。それで、1つ今思い出したことがあるんですけれども、消費者被害防止ネットワークというのが北海道では平成15年ぐらいからあるんですが、そこでネットワークニュースというのを流しているんですね。そこなどに記事としてこういうネットワークで情報が流れたので、こういう被害が防げましたというようなアピールがニュースに乗るわけですよ。何が言いたいかといいますと、例えば、消費者教育を評価するというのは、勿論数字でもある程度はやれないこともないのかもしれませんが、本当の意味でそういうことをやらなければという動機付けになるのは、やはりそういう地域を中心に確かに効果があるということを消費者が実感するようなツールといいますか、そういうものを利用していくというのが現実的なのかなと思います。先ほどのお答えにはならないんですけれども、そういった仕組みの中で各地域で何か有効な方法というものも考えられるのかなというのを思いましたので、補足させていただきました。

○御船委員 内閣府と文部科学省の連携というのは非常に重要だと思うんですけれども、関係省庁消費者教育会議と、内閣府・文部科学省間の消費者教育連絡協議会ということの

区別、差異化と、それから、今回の検証・評価・監視につきまして83ページ辺りに内閣府と文部科学省の消費者教育連絡協議会を開いて、子どもの消費者のトラブルの特徴などの共通理解を得たんだということですが、そのときに文部科学省がどういう学校教育に対する次の戦略というか、文部科学省自身がどういうふうにか考えるのかということと、内閣府が考えるという意見の突合せというのがどういう形で成果として出てくるのでしょうか。

○井内消費者企画課長 まず、内閣府と文部科学省の連絡協議会につきましては、基本的には内閣府が各省庁をできれば取りまとめて、こういうことが消費者教育なので、この何かを地域に応じてやっていただきたいと、文部科学省との関係では他の省庁の窓口が内閣府というような形で、内閣府が取りまとめた形で今後省庁間の連携をとりたいということでございます。

あと、先ほどの教育の方の会議につきましては、基本的にはまずは教材の作成について連携をとって足りないところがないとか、今後どういうところを重点的にやっていこうかという調整をするという役割分担に今はなっております。

○山口委員 日弁連でも消費者教育をどうするかということでいろいろ議論してまして、12月2日に午後1時から日弁連のホールで消費者教育のパネルディスカッションを企画しているんですが、そこでは中学生、高校生、大学生などの学校教育における消費者教育をどうするかということで、研究会、パネルディスカッションすることになっておりまして、その準備の過程を今見ておりますと、学校の先生方の非常にキツキツのスケジュールの中で、1年間に1コマでも2コマでも消費者教育の枠をつくること自体がなかなか厳しいと。心ある学校の先生の中には、厳しい中でも悪徳商法に引っ掛からないようにとか、あるいはサラ金に手を出さないようにということに注意を喚起するような工夫をする。あるいは無料で来てくれる弁護士や司法書士などに、講演会みたいなものを企画するというようなことでやってはいただいているようですが、なかなか難しい。

そこで実感しますのは、例えば、土曜日の午後にキツキツの先生方にディスカッションに来ていただくということ一つとっても、文科省の後援があると来やすいんだとおっしゃるわけです。その意味では、これから重要なのは、学校の先生方にそういう消費者教育の重要性とか、その辺の認識を持っていただくということが非常に重要だと思うんですけども、そのためには学校の先生方に教える、そういう講習の場を持つ。そのときには、やはり文科省がやるから行ってらっしゃいというお墨付きがあると、学校の先生は非常に行きやすい。それがないと、なかなか行きたくても行けないという実情があるようなので、その辺からしますと、どうしても実態としては文科省の関与といいますか、かかわりが重要だと思いますので、その辺を是非より強くプッシュをお願いしたいと思います。

○松本部会長 消費者教育を議論し始めるといろいろな御意見がおありだと思いますが…

○津武委員 済みません、高齢者被害というものを念頭に私の考えを述べたいと思いますけれども、原さんの意見とも重なるところがあるんですが、現在進めている消費者教育の

推進の状況を見てみますと、ポータルサイトの構築、メールマガジンの発行、これは極めて重要だと思いますし、速やかな被害情報の発信という形では大切だと思います。併せて、重要なのは、今度は被害予備軍である独り暮らしのお年寄りもしくは高齢者夫婦に、いかにその情報を届けるかというところなんですよね。いかに届けるかというところが少なくとも現在の状況においては、このパイプが細いというか、そこに余り関心が行っていないのではないかと思います。言い過ぎかもしれませんが、というのは、要するに、パソコンとか携帯というものでこうやったら受け取れます、それはそれで結構。でも、現実的には被害に遭っている人はそういうところにアプローチできないというか、見られないという人たちが被害者の大半ですから、そういう意味においては、情報をいかに届けるかという今のハイテクの社会の中で極めてローテク的な分野、「こんにちは」と言って戸を開けて訪問して知らせていくようなシステムのものをいかに発信するか、速やかに発信するかというものと併せて、そここのところを考えていかないと、要するに、高齢者の被害はなかなか防げないのではないかと。

つまり、送る側は、ほら送っているから見なさいよと言いたいのもかもしれないけれども、現実的には、それを見ていない人たちが被害に遭っているのが大半だということです。そういう意味において、原さんがおっしゃった、要するに本当に知ってほしい、聞いてほしい人が来ないという状況と同じですから、やはりそこにもう一つの大きな目というものを向けないと、教育やっているぜと言ったって、何のこっちゃということになる、現実的にはそうじゃないかと思えます。そここのところはいかがですか。

○井内消費者企画課長 まさに今、津武委員に御指摘いただいた観点で、高齢者見守りネットというのをパイロット事業的に進めております。というのは、メールマガジンで実際に高齢者の方が見るということではなくて、参考資料のポンチ絵にも入っているんですが、高齢者の家族の周りの方々、高齢者のいる家族、メールを使える方に送って、何かの機会に、メールで発信した内容を高齢者の方に伝えていただきたいということです。こういうような取り組みについては、今パイロット事業的に内閣府で取り組んでおりますけれども、各自治体などでどんどん普及させていただければ裾野が広がると思います。メールとかそういうことはコストもそれほどかかりませんので早くは伝わるのですが、実際の高齢者の方に必要な情報が伝わるためには、まさにそういう地域に根ざしたところでその情報が伝わる形も重要だと思っております。

○堀田審議官 この前、私は出張で和歌山県の方に行ってきたんですが、和歌山に行くと田舎にやたらマッサージ器が置かれていて、要するに、大阪辺りから訪問販売業者がどんどん和歌山の田舎の方に行って、そういうものを売りつけるということで、高齢者がいっぱいマッサージ器に乗っていると。結構高い 30 万円とかそれぐらいの。そういったことで業者はどんどん個別に訪問していくと。他方、我々自治体も含めて個別に訪問するというのは非常に難しく、一つのやり方としては、ヤクルトおばさんとか結構家に行かれる方、今は民生委員とか介護師といった、どちらかというやや公的な人なんですけれども、場

合によっては電力会社とか、そういう家に行く機会のある方などの協力も、将来的には求めていくことも必要なのかなという感じを持っております。

○東委員 お時間のないところ申し訳ありません。今既にお答えを事務局の方でいただいているんですけども、私は見守りガイドブックにかかわった経緯がありますので、少しだけ補足をさせていただきたいと思えます。

今御意見をいただいたとおり、やはり高齢者自身がメールを見るとか、あるいは自分で消費者情報を収集するというのは非常に難しいので、今見守りという発想で今年つくったガイドブックが非常にたくさん出ていて、その発想もやはり周りの方に向けた内容なんです。民生委員さん、ヘルパーさんに見ていただいて、そして、民生委員さん、ヘルパーさんが独り暮らしあるいは高齢の方だけのところをお尋ねするときに、一声掛けていただくという発想のものでともにつくったんですが、今はそれが各市とか県で、その市とか県独自の見守りガイドブックをいろいろなところで作っているんですね。例えば去年の同じ時期に比べたら、御本人に収集していただくのではなくて、周りの方が届けるという発想については、少しずつですけども着実に進んでいると思えますので、今御意見をいただいたとおりなんですけども、現状で少しずつ進んでいるということだけ補足させていただきます。

以上です。

○松本部長 まだまだいろいろ御意見とか御提案があるかと思えますけれども、消費者教育につきましては、当部会におきましても継続的に議論していくことになると思えますし、今日の御意見等を踏まえて更に施策を事務局の方で進めていただいて、次回の部会でまた御報告いただきたいと思います。

最後は、4つ目の議題でございます消費者団体訴訟制度関係の政令・府令・ガイドラインにつきまして、資料4-1から資料4-4に基づいて、事務局から御説明をお願いいたします。

○鈴木消費者団体訴訟制度準備室長 それでは本日、政令・内閣府令・ガイドラインと大変細かい話なんですけれども、その関係で、まず最初に資料4-1で制度の概要、これは法律で定められている話でございますが、簡単におさらいしてから政令以下に入らせていただきたいと思います。

資料4-1でございますが、団体訴訟制度の概要ということで、この制度は端的に申しますと一定の消費者団体、内閣総理大臣が認定した適格消費者団体が、事業者に対し消費者契約法に規定する不当な行為に対して差止請求権を行使する、それを法律で創設するという制度でございます。

適格消費者団体と真ん中の図にございますが、法律で定義規定が置かれておりまして、不特定多数の消費者利益のために差止請求権を行使するのに必要な適格性を有する消費者団体として、内閣総理大臣から差止請求関係業務、これは3つございますが、差止請求権の行使自体とそのための被害情報の収集、そして、結果である判決や和解の消費者への提

供と、この3業務を行う者たる認定を受けた団体ということでございます。

適格要件としましては、NPO法人または公益法人であること、そして、不特定多数の消費者利益擁護を図るための活動を主目的とし、相当期間の継続的活動実績を有すること、組織体制や業務規程が適切に整備されていること、理事会の理事構成や決定方法が適正であること、そして、理事会の下に検討部門というのが置かれることになっておりまして、そこに消費生活の専門家、法律の専門家の確保など専門性を有すること、そして、経理的基礎を有すること、そして、欠格事由に非該当ということで、例えば暴力団に支配されていないですとか、消費者利益擁護関連の法律違反の経歴がない等々のことが定められております。

適格消費者団体の守るべき責務規定・行為規範というものも法定されておりまして、適切に請求権を行使すること、濫用をしてはならない、あるいは適格団体相互の連携・協力ですとか、差止請求に関する一定の行為については他の適格団体への通知、内閣総理大臣への報告をすること、そして、情報の管理、秘密の保持を図ること、また、相手方事業者に対して業務遂行をするに際しては所定事項を明示することと財産上の利益の受領禁止、政党・政治的目的のための利用の禁止などが規定されております。

こうした適格消費者団体につきまして、内閣総理大臣が認定して認められ、認定後も所要の監督を受けるということで、3年ごとの更新制ですとか、立入検査あるいは適合命令・改善命令、認定の取消しというのを受けることになっております。

下の方に国民、学識経験者と書いてございますが、情報公開を徹底するというので、財務諸表ですとか経理関係書類を国民は閲覧できることとされております。また、学識経験者が業務状況のチェックを行うというような規定も置かれております。

こうした適格団体が事業者に、消費者契約法違反行為について差止請求権を行使するというので、訴える際には、少なくとも1週間前に書面による事前請求をすることという規定も置かれております。そして、訴訟手続につきましては、原則民訴法の規定に従いつつ、制度の特色を踏まえた所要の特則規定も置かれております。

また、吹き出しで書いてございますが、確定判決等が存する場合、同一事件の後訴は請求権が制限される規定も置かれておりまして、その場合も一定の場合には、前の団体の認定を取り消すなどにより後訴の途を開くというような規定も置かれております。

こうしたこともありまして、左下にございますが、適格団体同士相互の連携を図るということで、適格団体AとかBとかは相互の連携協力を図るような努力義務規定も置かれております。それをある意味担保するものとして、一定行為は相互に通知するという規定が置かれておりまして、特に裁判上の和解などにつきまして、事前通知するべきという規定が置かれております。

そして、適格団体は差止請求権を行使するだけではございませんで、日ごろ消費者から被害情報を収集し、また、判決・和解の内容等の情報提供ということで、こうした業務も行うということでございます。

左上にございますが、内閣総理大臣は適格消費者団体から受けた報告をもとに、判決や和解の概要を公表します。これは確実にといえますか、常に一覧性を持ってという趣旨ですけれども、適格消費者団体はより詳しく内容等を情報提供するということとして、内閣総理大臣は概要を常に確実に公表するということとしております。

また、国民生活センター、地方公共団体は一定の消費生活相談情報の提供など、適格消費者団体への協力という規定も置かれているところでございます。

以上が法律の規定でございますが、今日御説明するのは3つあるんですが、1つは、まず政令に委ねられている事項が法律にございます。資料4-2ということなんですけれども、これはいわゆる欠格事由というものでして、適格団体自身、差止請求関係業務以外にいろいろな業務ができることになっておりますので、例えば、そうした業務の関係で消費者利益擁護法令に違反して罰金刑に処せられて所要の期間を経過していないもの、これは(1)ですが、団体自身がそうした刑罰違反がある。

また(2)にございますように、役員の中にそういう刑罰違反の経歴を有する者がいる。そういうものは欠格事由ということですので、およそ認定はされないという規定が法律に置かれています。該当法律は政令で列挙するというところに法律でされておまして、それを列挙するのがこの政令でございますが、2枚目をめくっていただきますとずらずらと並べてございます。

なお、これは今制定されている法律から選定したものでございまして、正式にはなお書きにございますように、来年の通常国会に提出される法案にやはり該当法律がないかを最終確認した上、制定いたしたいと。できればといえますか、3月末までに正式に制定することを考えております。

続きまして資料4-3、施行規則ということで、いわゆる内閣府令ということでございます。主なものだけにとどめたいと思いますが、まず第二条ということで、特定の事業者の関係者の範囲ということでございます。先ほどの資料4-1の図で適格要件の4番目の「・」に、理事会の理事構成は適正でなくてはならないと法律で既に定められておまして、特定の事業者の関係者、これはイメージとしては特定の企業グループの関係者みたいなものを想定していただければいいですが、それは3分の1以下でなければならない。そして、同一業界関係者ですね。何々業界、こういう関係者は2分の1以下でなければならないという規定が既に法律で定められております。その範囲を細かく規定するのがこの第二条で、こちらでは特定の事業者の関係者ということで、いわゆる株式会社とか出資の所有関係をもとに規定しているところでございます。

3ページをお願いしたいんですけども、次に、そういう資本関係で事業者をくくった上で、4というのがございますが、関係者というものを省令で定めることになっておまして、既に4の一号、当該事業者、その役員、つまり現にその企業に勤めている人というのは法律に既に例示されておまして、その他を内閣府令で定めることとしておまして、過去にそうした企業などに所属していた者も二号で関係者にくくることとしてございます。

次に4ページ、第三条ということで、ここは事業の区分ということでただいま申しましたが、同一業界関係者は2分の1を超えてはならないと既に法律で定められておりまして、ここでは同一業界のくくり方を定めております。細かいですが、日本標準産業分類の原則中分類によるという定めをしております。

なお、後半部分に書いているんですけども、専門サービス業、他に分類されないものというのが中分類の80というのに実はございまして、主に弁護士さんですか司法書士さんがほかのサービス業と並んで一緒に入っているんですけども、ここでは、法律事務所、司法書士事務所とその他を区分いたしまして、つまり、法律事務所、司法書士事務所関係者だけで半分までは占められると。その他の専門サービス業と区分してごっちゃにはしないで、半分までは役員を占められるというような規定を置いてございます。

続きまして第四条なんですけど、先ほどの適格要件の図でいきますと、真ん中の適格要件で理事会の下に検討部門における消費生活の専門家、法律の専門家の確保ということが既に法律に規定されております。これにつきましても、省令に一部委ねられてございまして、まず、消費生活の専門家とは何ぞやというものを定めておりまして、一号のイ、ロ、ハにございまして、主に消費生活相談のいわゆる有資格者を列挙しております。二号で、有資格者ではございませんでも、同等以上と認められる者は専門委員として選定できるという旨の規定を置いております。

次に、第五条で法律の専門家ということです。6ページをめくっていただきまして、検討部門には法律の専門家がいないといけないということなんですけど、弁護士、司法書士につきましても、既に法律に例示しております。その他三号で、大学の教授または准教授というのを挙げてございます。また、消費生活の専門家と同様に、四号で同等と認められる者も可能としております。

第六条では業務規程の記載事項ということで、業務規程というのは適格団体がどうやって業務を行うかという、要は一覧性のある憲法みたいなものですけども、そこに書くべき事項を書いてございます。

続きまして、13ページをお願いします。通知及び報告の方法ということで、先ほど申しましたように、適格団体は相互に連携を図り、一定の行為を通知、そして、内閣総理大臣に報告しなければいけないとなっております。特に、和解などの場合には事前通知をしなければならないと法律で定められておりまして、ここでは行為をしようとする日の2週間前までにすべきということを三項の柱書きで定めております。

続きまして17ページ、第十五条ということで、適格団体同士の通知や内閣総理大臣への報告が簡易に行えるように、電子掲示板などを内閣府の方で整備することにしておりまして、第十五条の1項では細かく書いてありますが、要は電子掲示板を整備すると、その活用ということを書いてございます。

2項では、電子掲示板を1項でクリックしてもらえば済むとは思いますが、2項でより確実にということ、情報を書き込んだ際にはメーリングリストで新着情報があるという

ことを相手方というか、適格団体同士お知らせしなくてはいけないということを定めております。

23 ページ、調査を行う者の選任という規定がございます。第二十二条でございますが、これは先ほどのポンチ絵で言いますと、学識経験者が業務状況のチェックをするという規定が法律に置かれていまして、この選任方法等を定めております。

1 項でございますように、職業、経歴や資格ですとか利害関係など一切の事情を考慮して学識経験を有し、公正な判断をすることができると思われる者のうちから、当該適格消費者団体が選任するという事で、要は外部の者から選任するという事です。なお「一切の事情を考慮して」と書いてございまして、そこに資格等が書いてございますが、これは考慮事項ということで資格を持っていないといけないということではございませんで、例えば、大学の先生ですとかあるいは会社の監査の経験が豊富な方ですとか、ここは考慮事項ということでございます。

続きまして 25 ページ、第二十五条で経理に関する事項という規定がございます。先ほどのポンチ絵ですと、真ん中の下に国民というのがあると思っておりますが、国民は適格団体の財務諸表、特に経理関係書類の閲覧をできると法律に定められております。ここの発想としては、寄附についていちいち禁止規定は置かないわけですが、透明性を確保する中で、要は自己規律の中で、例えば、特定の事業者の言いなりとか操られているとかそういう関係ではないということをして自己規律のもとで国民監視のもとで確保するという事でして、経理関係書類を閲覧可能としているわけですけれども、第二十五条のイの(4)にございますように、会費や寄附等をしたものの年度中の合計額が5万円超の者につきましては、氏名や名称、金額などを閲覧可能としているところでございます。

28 ページ、先ほどのポンチ絵ですと、左肩辺りに国民生活センター、地方公共団体は一定の消費生活相談情報を適格消費者団体に提供することができると、協力の規定が法律に置かれているわけですけれども、第三十条では、その申請手続を書いてございます。

続きまして 30 ページ、どういう情報提供をするかということで一、二号で書いてございますが、ここは PIO-NET 情報ということで、一号と二号は国民生活センターと地方公共団体が出す役割分担でして、要は国民生活センターは全国あるいは複数都道府県にわたるようなものと、二号で、地方公共団体は当該地方公共団体が収集したものといいますか、国民生活センターにオンライン入力したものという整理にしております。

なお、31 ページの 2 項でして、要は法律の規定で提供できるものは PIO-NET 情報なんですけれども、このことは独立行政法人国民生活センターまたは地方公共団体が、ここでいう法というのは消費者契約法、この法律のことですが、以外の法令あるいは条例の規定により、PIO-NET 情報以外の情報を提供することを妨げるものではないと。要は、PIO-NET 情報と書くことで反対解釈がされて、ほかの情報の提供に消極的になるという可能性も考えられますので、ここで解釈規定を置いているということでございます。

以上が施行規則でして、次にガイドラインということで資料 4-4 をお願いしたいと思

います。駆け足で恐縮なんですけれども4ページ、先ほどのポンチ絵ですと、適格団体は適格要件のところ、相当期間の継続的な活動実績を持っていないと書いてございまして、(イ)にございますように、原則2年以上の活動実績が必要ということで書いてございます。ただし、ということいろいろほかに考慮できる要素、つまり2年に達しなくても認められるというケースもあるということを書いてございます。

続きまして5ページ、(3)ということ、体制及び業務規程ということで、体制につきましては具体的な組織がきちんと設置されて、その運営、事務分掌、権限、責任等が明確に規定されていることと定めています。

③にございますように、差止請求権関係業務の規模・内容、これらを業務計画書ということで出させていただくことにしていますけれども、それに応じて適正な人員、人数が置かれていることとすることを定めております。

また、一応の目安としまして、NPO法人、公益法人には社員という要は構成員がいるわけですけれども、これにつきましても少なくとも100人は存在していることを一つの目安、絶対100人いなくてはいけないというわけではないんですが、一つの目安として斟酌するということでございます。

続きまして、8ページをお願いしたいと思います。(5)で差止請求関係業務を適正に遂行できる専門的な知識経験ということで、法律に既に理事会の下に置かれる検討部門で消費生活の専門家、弁護士さん、法律の専門家がいて意見とか助言をしなくてはいけないということが書いてございまして、その他①ということで、検討部門以外の各組織にも、いろいろ情報収集ですとかあるいは情報提供の一定の期間以上の経験者ですとか、あるいはこの制度自体に精通した者が適切に配置されている必要があるということを書いてございます。

10ページ、(6)の経理的基礎ということでございます。これは、アの冒頭をごらんいただきたいんですが、適格消費者団体が業務を安定的・継続的に行うに足る財政基盤ということでして、要は、何億円とか何千万円という数値基準はここでは置いておりませんで、いろいろな事情を考慮して、業務の安定性・継続性を確保する限度における経理面での基礎が確立しているかを要は総合的に判断するという規定にしてございます。ただし、債務超過に既に陥っている場合などは、この要件を満たさないということでございます。

次に(7)ということで、業務以外の業務ということで11ページにまたがって記述しておりますけれども、適格団体は当然のことながら支障のない限りはほかの業務もできることになっておりまして、その支障があるとは何ぞやということで、11ページの冒頭に①から④まで書いてございますが、法令の抵触ですとか、投機的なですとか、あるいは反社会的とか、そういうものがこの支障に当たるということを書いてございます。

続きまして、18ページをお願いします。適格団体につきましては、内閣総理大臣が適切に監督するということになってございますが、(4)のアでその考え方ですけれども、基本的には手段としては適合命令ですとか取消しがあるわけですが、原則は直ちに取消すとい

うことではございませんで、適合命令、改善命令によって是正を促して、それでも直らない場合には認定の取消しをするという、不利益処分をする考え方を記述してございます。

19 ページ、ウということで認定の取消しというものがございます。これにつきましては、通常の業務などにみられる取消しのほかに、ここでは不特定多数の消費者利益に著しく反する訴訟等を行った場合には取り消すことができるという規定が法律に置かれておりまして、これは先ほど申しました同一事件について既に確定判決がある場合に後訴を可能とするような例外規定にもつながる不利益処分でございます。

(イ)でどのような場合かを規定しておりまして、(a)で国会でも議論がございましたが、真摯に訴訟追行していて通知などもきちんとやっている限りは、萎縮効果を与えないような基準を示すべきということで、るる書いてございますが、例えば、(a)の本来譲歩すべきでない重要な事項であることが関係証拠等により明らかであるにもかかわらず、あえて一方的に譲歩した和解などでして、通常真摯にやっている場合には取り消されることはないという方向性を踏まえて記述してございます。

最後に、21 ページ、6 ということで、政党・政治的目的のための利用でございます。これは国会でも議論になりましたが、政策提言みたいなものはだめなのかという議論がございました。一番最後の 22 ページをめくっていただきたいんですが、まず、禁止されるのはイに書いてございますが、特定の候補者の選挙における支持ですとか反対ですとか、特定の政治団体の支持とか反対ですとか、そういうことでございます。

ウで政策提言の扱いについて、これは国会でも議論になりましたが、消費者団体訴訟制度に関する制度の改善ですとか運用の改善、例えば、もっと差止請求の対象範囲を広げるですとか、ほかの法律に広げるですとか、あるいは同一事件の後訴制限などの改善ですとか、あるいは管轄ですとか、あるいはより適切な監督を厳重にすべきではないかとかかる制度の改善あるいは運用の改善の提言なり要望があると思いますが、これは制限されるものではないと。

2 段落目でございますが、その他のものでもあくまで特定の政党や候補者の支持と同視される場合に規制を受けるということをガイドラインで示しております。

以上につきまして、政令につきましては先ほど申しましたように、来年の通常国会に該当法律がないかを確認した上で、年度内に策定することを考えておりまして、この施行規則とガイドラインにつきましては、本日御意見を聞き、また、パブリックコメントにかけるといふ所要の手続を経た上で、今からですと恐らく年を越えてしまうと思いますけれども、なるべく早く、来年初頭、年内も可能だったら定めたいと思いますけれども、なるべく早く定めたいというスケジュールを考えてございます。

以上です。

○松本部長 ありがとうございます。

大変細かい規定がぎっしり詰まっておりますので、きちんと読むのも大変だと思いますけれども、とりあえず今の御説明を聞いた限りでの御意見・御質問をどうぞお出しください。

い。

○長田委員 おっしゃったとおり細かいのであれなんですけれども、幾つか質問させていただきたいところがあります。この後、専門家の先生方からも多分御指摘があると思うんですが、施行規則の第 31 条の情報提供で、反対解釈ということで御説明があったところなんですけれども、私などの読み方でしてしまうと、地方自治体の条例にそういう規定がないと PIO-NET 情報以外のものが出せないと、私の素人読みではそのように読めてしまったものですから、そこはそうではないかどうかということを知りたい。というのはつまり、きちんと適格消費者団体にこういうものを出しますという規定をしていなくても、条例の解釈というか、そこで出せると考えていらっしゃる自治体はあるのではないかと思いますので、それを確認したいと思います。

それから、国民生活センターさんから PIO-NET 情報が出てくるときに、元情報がせめて私どもの消費者団体としてはどこのセンターから出た情報かというまで教えていただけるといいなと思っていましたけれども、せめて都道府県単位ぐらいまで東京都の情報だとか、北海道の情報だということがわからないと、その自治体へ照会をすることが非常に困難になってしまうのではないかとということが心配されております。

それから、ガイドラインですが、19 ページに事件漁りというところがありますね。そのところでこれも解釈の問題かもしれないのですが、例えば広告にしる、メンバーがちょっとしたところで手にした約款や何かそういうもの、1 個の情報でもこれは明らかにおかしいのじゃないかと思うようなことというのは、多々経験としてはあるわけなんですけど、そういう程度のもので、数は少なくともそれ自体情報として十分な価値を有するものというのが契約書面とか何か正式な情報でなくても、そういう広告などでも OK なのかどうかという確認をさせていただきたいと思います。自ら情報を収集することというのが非常に強調されていると思いますけれども、そういう場合もあるのではないかとことです。

以上です。

○鈴木消費者団体訴訟制度準備室長 まず、考え方を御説明申し上げたいと思うんですけれども、30 条、31 条では、31 条で PIO-NET 情報を出せるということで、30 条ではその手続規定を書いております。その他の情報というのが、例えばオンライン入力されていない情報ですとか、あるいは地方自治体が独自に持っている書類なども考えられますけれども、要は、それにつきまして基本的考え方としましては、PIO-NET オンライン入力されている情報に比べて個別性が強いわけですから、これにつきましては、基本的にはここで書いてある手続よりも、勿論情報保有元の判断でございますが、恐らく慎重な手続が必要と。例えば、消費者の個別の同意を得るとか、あるいはいろいろな利益の比較考慮をするですとか、そういうことが恐らく大切とか必要になってくると思います。要は、それを基本的には誰がやるかということなんですけれども、基本的には適格消費者団体は 3 業務が本来業務なわけですし、被害情報の収集というのも本来業務なわけですから、先ほど申しました業務規程中の情報収集方法を書いていただくことにしていますけれども、そこ

にこういう方法で情報収集する、そして、その証拠になるようなものを求めたいというものを書きまして、ホームページに具体的に消費者に訴える形で書き込んだり、あるいは110番の際にも細かい情報を求めるというのが重要になってくると思いますし、あるいは会員団体から求めるですとか、他の適格消費者団体に相互の連携協力を求めるのが、この法律の規定ぶりからして基本になると思います。ただ、その上での話ですけれども、31条2項に書いてございます、これは法以外の法令の規定によりということ、適格団体に出せるというもの、ですから、PIO-NET 情報以外の情報ですけれども、別に条例に適格団体とか書いていなくても、法律なり条例の規定には消費者の同意を得る場合には出せるですとか、あるいは利益を比較考慮の上出せるという規定がございますので、そうした規定を活用して提供される場合はあると考えております。

それと、窓口ということですが、基本的には先ほどの話につながるんですが、適格消費者団体が日ごろの情報収集活動をホームページなりあるいは110番活動などをして、どこどこで発生しているというのをつかむのが基本だと思いますけれども、例えば、国民生活センターに照会した場合に、都道府県別の個別の情報を教えられなくても、一定の照会先を教えるということはあると聞いております。

先ほどの事件漁りということですが、これは個別判断なのでしょうが、要は余りにひどいところは指導を受けるというか、いいかげんにしたらどうかと言われると考えるもらえればいいと思ひまして、しかも、即取消しを受けるわけではなくて、要は、改善命令なりそういう指導を受けるという規定と考えるもらえればいいと思ひます。

○山口委員 3点指摘させていただきたいんですが、まず施行規則の関係で一番問題なのは、この31条、先ほども指摘がありましたけれども、31ページの2項の規定の定め方なんですが、提供することを妨げるものではないという書きぶりではなくて、国民生活センター、地方自治体が本制度の実効的な実施のために必要と認める場合は、1項以外の情報を適格消費者団体に提供することができるというような形で、「妨げない」ではなくて、せめて「提供できる」ぐらいの条文にしていだけないかと思ひます。言うまでもないんですが、消費者団体が差止請求権を行使するかどうかというところでは、自ら得た情報だけではなくて、PIO-NET 情報に限らず、どこの地区でどのような事犯かということが極めて重要になるわけですが、PIO-NET 情報ですと、1件3～4行の簡単なものにとどりますので、これでどこまで実効性ある情報が収集できるか、差止めの通知を出すあるいは訴訟を起こすというときに、どこまでできるかというのは非常に苦慮するところになると思ひます。その意味では、やはりどこの地区からどういう形での事案だったのかということも含めて、できれば具体的に情報をいただきたいというところがあると思ひますし、それについて出しても差し支えないところであれば出してもいいわけなので、趣旨としてはそれほど変わらないと思ひますが、書きぶりについては是非御検討いただきたいと思ひます。

実際これは何回も申し上げてきたところですが、アメリカなどでは要するに欠陥商品の

情報などは誰でも見られるという状況になっているわけですし、本来ならば私は PIO-NET の情報程度であれば、誰でも見られるようにしたらどうかとも思うんですが、せめて適格消費者団体については PIO-NET 情報にとどまらないアクセスも途を開くということをして是非御配慮いただきたいと思います。

2 番目に、4 ページの事業の区分なんですが、端的に言いますと弁護士と司法書士を一緒にしないでいただきたいということです。法律専門家ということでは一緒くたにされる表現がなされているわけですが、また、隣接業者であります、実際には業界の利益をめぐって対立関係にございまして、私どもとしては司法書士と同一視されることについては了解しかねるということです。しかも、訴権団体を担う団体の理事には、弁護士と司法書士が存する団体にございまして、実際の団体運営上も支障が出る可能性があります。したがって、弁護士と司法書士は別の業種に分類すべきであると申し述べさせていただきます。

3 番目にガイドラインなんですけれども、団体の人数について 100 人という数字が一応めどとして 5 ページで指摘されておりますが、これは団体要件の中で検討委員会でもさんざん議論して人数については要件としないと結論付けられているはずでありまして、ここでまた人数が出てくるのはおかしいと思いますので、実質基準となるのについては不当であって削除すべきであると。その他の要件で十分判断できるはずなので、この点については再考いただきたいと思います。

以上です。

○松本部部长 御意見ということでよろしいですか。

ほかに、特に御質問がありましたら優先的に。

○品川委員 質問ということで、今最後に山口委員から御指摘がありましたけれども、ガイドラインで構成員 100 人という場合に、団体会員という資格があると思うんですけれども、それについてどういうふうにご考慮されるか、これが質問です。

○鈴木消費者団体訴訟制度準備室長 構成員につきましては、構成員の数につきまして参考資料で配付させていただいております 23 ページ、申請書の中で法人の社員、ここでは社団法人なり NPO 法人ですけれども、その数について一定の考慮をするという趣旨のもとにこういう規定が置かれておまして、そういう意味で 100 人ということで、これは要はガイドラインで上に書いてある組織とか人員とかの絶対に満たさなくてはいけない要件とは異なるわけですけれども、一つの目安として 100 人というのを書いております。ですから、100 人というのが絶対的な意味を持たないわけなので、団体会員で埋めていくというのは余り意味がないわけですし、要は 100 人を一つの目安としているということでございます。ですから、100 人じゃなくてもいいわけですね。つまり、95 人とか 90 人とか、あくまで余りに少ないのは変ではないですかという規定でございます。

○松本部部长 ほかに御質問があれば優先しますが、なければ御意見ということで。

○原委員 重なった意見で恐縮ですが、やはり発言を強めておきたいと思います。長田委員と山口委員が御発言になった施行規則の第 31 条の国民生活センター等が提供する情報の

部分です。私自身も各省庁の情報公開法を使って情報開示を求めて、それから、国民生活センターの情報も情報開示を使って請求をしているいろいろなものを見せていただいていますけれども、PIO-NET の情報なんです、まず、いろいろなところで特定するのが大変難しいですね。この情報をいただきたいということでの特定が難しく、1件について52字の情報しか出せないということで、2行ぐらいしかないんですね。東京都はもっと多くの情報を出してござっております、私自身は第31条、勿論1項、2項でPIO-NET 情報に重点を置かれて書かれておりますが、各地の地方公共団体が持っている情報というものをもっと直接出していただけるような規定にしていきたいと。特に、山口委員もおっしゃられたように「妨げるものではない」という規定ではなくて、「提供することができる」という条文に改めていただきたいと思います。

以上です。

○松本部長 ほかにも御意見がありましたらどうぞ。

○三木委員 今回の消費者団体訴訟制度は団体に訴権を与えたわけですが、団体のための制度というわけではなくて、その背後にいる一般消費者のための制度ですから、その団体と消費者がつながっているというか、消費者の意見やニーズが団体に常に適時に反映されるということが保障されていることが必要だと思うんです。それは認定要件の問題でもありますし、認定を受けた後の活動においてもそういった体制がなければいけない。法律で認定を受けた後の活動の部分で、それに相当する規定、ガイドラインに起こす規定というのはさっと見ても見当たらないので、もし何か認定後の活動について行動規範とか責務についての規定でガイドラインに起こせるのであれば、そちらに反映していただきたいですけれども、少なくとも認定要件との関係で、法律で言いますと13条の3項2号になるんでしょうか、ガイドラインでいくと2～3ページにかけてですが、消費生活に関する情報の収集というところがあって、それと関係するのかもしれませんが、具体的には例えば、適格団体が常時消費者からの情報とか意見を受け付けられる体制をとっているというようなことが必要ではないかと思います。3ページには①から⑩まで活動の例示というのが挙がっていますが、ここで挙がっている例示というのは、例えばパンフレットをつくるだとか、シンポジウムやセミナーを実施するとか、まさに例示でして、そこで行う団体もあれば行わないあるいは行えない団体もあると思いますから、例示だと思いますけれども、消費者からの情報や意見を常時受け付けられる体制をとっておくということは、すべての適格団体が備えておくべき活動の基本中の基本ではないかと思いますので、書き方はよくわかりませんが、単純な例示よりもより強い位置付けでそういったことも入れておいたらどうかというのが意見であります。

○松本部長 ほかにも御意見ございませんか。

本日お出しいただきました御意見、更に、今後皆さん個人あるいは関係団体を通じて御意見をお出しいただくことができますし、更に、パブリックコメントで寄せられる国民の方々の御意見等を踏まえて、事務局の方で制度の細目を策定していただきたいと思いま

す。

それでは、ちょっと時間がオーバーしておりますが、この辺りで本日の議事は終了させていただきたいと思います。

最後に、事務局から御連絡をお願いいたします。

○井内消費者企画課長 次回の消費者政策部会の開催時期につきましては、2月をめどとありますが、実際の日時につきましては部会長と御相談の上、改めて御連絡させていただきますので、よろしくをお願いいたします。

○松本部会長 それでは、本日も非常に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。これにて終了させていただきます。