

国民生活審議会第5回消費者政策部会 議事要旨

1. 日 時：平成18年11月22日(水) 10:00～12:05

2. 場 所：中央合同庁舎4号館 共用第4特別会議室

3. 出席者：

(委員) 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、津武委員、長田委員、野村委員、原委員、三木委員、御船委員、宮川委員、山口委員、山本委員

(事務局) 堀田審議官、井内消費者企画課長、鈴木消費者団体訴訟制度検討室長、藤崎国際室長、高根沢消費者情報室長、山崎補佐

4. 概要：

(1) 消費者契約法評価検討委員会の設置について

資料1について事務局から説明の後、以下の議論が行われた。

・現行消費者契約法第4条の契約取消しの範囲が限定的なので、この点、検討委員会では現状の法文のままでよいのかの検討も含めて議論していただくようお願いしたい。

・半年程度の検討委員会で、契約法の改正を含めた実質的な議論をする予定なのか。

今回の検討委員会においては、ご指摘いただいたような課題を含めて評価をしていたとき、また、法改正等の必要な課題が出てきたら、それをご指摘いただきたい。

・今回の検討委員会では、現行法の施行後の状況について評価・検討を行うとともに、現行法に盛り込まれていない問題があれば、更にこれを盛り込むべき必要があるかどうかを含めご意見いただきたい。比較的広いスパンで取り組んでいただきたい。

それでは、当部会の下に「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くとともに、委員会の検討内容については適宜当部会に報告していただく形で進めていきたいと思うが、よろしいか。

全員了承。

なお、検討委員会の委員長は、山本委員をお願いすることとし、その他の委員の構成については、部会長と山本委員とで審議させていただきたいが、よろしいか。

全員了承。

(2) 消費者基本計画の検証・評価・監視について

資料2-1、2-2について事務局から説明の後、以下の議論が行われた。

・前回の検証・評価・監視の作業は大変だったので、次回は効率的に作業を行うようにしようという考えはよい。しかしながら、担当省庁へのヒアリングが1回というのは少ないので、外部の有識者から意見を聴く際や委員のプレゼンの際にも、担当省庁からヒ

アリングを行いたい。

同一の担当省庁に何度もヒアリングを行うとなると、担当省庁にとって大きな負担になる。よって、担当省庁からのヒアリングは原則 1 回とし、それ以外にも担当省庁に質問したい委員がいる場合には、委員から担当省庁宛の質問を内閣府に出してもらって、それを内閣府が担当省庁に伝えるという形にしたい。

- ・消費者政策部会というオープンの中で、委員と担当省庁がやり取りし、それを記録に残すということに意味がある。

担当省庁は、部会の幹事となっているので、幹事という立場で担当省庁に来てもらうのも一案と考える。

- ・前回の消費者政策部会で行った検証・評価・監視について、担当省庁はどのような感想だったのか内閣府は知っているか。

計画に盛り込まれた各施策の担当者が、何度もヒアリングのために部会に呼ばれたことが負担だったというのは聞いている。それ以外は特に聞いていない。

- ・当初、ヒアリングに前向きな省庁とそうではない省庁に分かれていて姿勢に違いが見られたが、ヒアリングの回数を重ねることによって、それが大分改善されたように感じる。ただ、各省庁の回答の中には木で鼻をくくったようなものもあった。よって、ヒアリング 1 回だけというのは果たして効果の面ではどうなのかと思う。もっとも、また、再度必要な時は、担当省庁にヒアリングへの負担感があるというのも分かるので、せめて委員がプレゼンを行うときだけでも、必要に応じて担当省庁に来てもらうという形にしてはどうか。また、必要に応じて委員と各省庁の個別の打ち合わせも間ではさんでいただいてもいいと思う。

- ・前回の部会の審議対象であった平成 17 年度に実施した施策については、次回の部会では審議されないこととなるが、こういったもう審議済の施策についても引き続き審議できるようにしてほしい。特に金融庁の施策については、まだ新たな課題が残っている。できればいくつか項目を挙げてやってもらいたい。

- ・スケジュール、担当省庁が作成するシートの内容、1 回のヒアリングで終わるような仕組み、有識者からのヒアリングや委員プレゼンのタイミング、それぞれ全体像が分かるしっかりしたプラン作りがまず必要である。

- ・作業シートが 1 施策 1 ページとの提案だが、最終的な形としてはこれでも結構だが、作業の途中段階で部会の委員に提示する際には、シート 1 枚だけではなく必要に応じて付属資料を添付するようにしてほしい。

- ・今度の部会は、有識者からの意見聴取、委員プレゼンなど盛り沢山で忙しい部会となりそうなので、担当省庁が作成するシート等の資料は早めに頂きたい。また、先程も別の委員からも意見が出たとおり、必要に応じて担当省庁からヒアリングできるようにして頂きたい。

各省庁からのシートが集まり次第、速やかに各委員に送付することとしたい。また、

各省庁からのシートに対し、各委員が色々と意見を述べていただき、事務局である内閣府が、その意見を取りまとめて担当省庁へ伝えるという方法など、ヒアリングに代わって実効性のある方法をとるようにしたい。

・審議の効率化は行う必要がある。審議時間は短くなるが内容は濃くなるような形に、事務局の方で色々と考えていただきたい。19年度の部会での進め方については、次回の部会で事務局から提示いただき、そこで詰めていくこととしたい。

(3) 消費者教育の推進の状況について

資料3について事務局から説明の後、以下の議論が行われた。

・高齢者の周りの方々向けに悪質商法の最新の手口などを届けることは大事である。また、消費者教育についての内閣府と文部科学省との連携状況如何。文部科学省は消費者教育についてどのように考えているのか。

平成18年3月31日付けで、内閣府及び文部科学省の連名で都道府県・政令指定都市宛「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」を発出したところであり、年内に、「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ある。また、内閣府が開催している消費者教育に関する各種研究会においても、文科省にはオブザーバーとして入ってもらっており、大変に熱心である。ただ、消費者教育の隣接する法教育や経済教育などの各種教育について、各省庁が個別に文科省に対して依頼するようであると、文科省にできることにも限界がある。消費者教育については、各省を統一的に束ねつつ、文科省と連携して参りたい。

・ただし、地方公共団体の教育委員会がきちんと消費者教育を受け止めてもらわないと進まない。通りいっぺんの文書を出しただけでは難しいのではないかと。

消費者教育は、学校教育の場だけに限定されるものではないと考えている。消費生活センターと教育委員会の連携における先進事例をアンケート調査で把握し、「こういう形でやってはどうか」ということをフィードバックするかたちで提案できればと考えている。

・消費者教育用教材を作成しても、なかなか現場に届かない。また、学校に配布したところで、現場の先生が使ってくれないと意味がない。現場の先生が使うようにインセンティブを持たせるような方策を是非文科省に働きかけて欲しい。

・資料3のポンチ絵の真ん中にある「現時点における消費者教育の方向性(案)」とは、今の時点のあくまで暫定的な整理で、今後の部会で検討していただきたい際の参考、という趣旨の資料である。

・関係省庁消費者教育会議の位置づけ如何。教材作成のみではなく人材についてもテーマになるのではないかと。

関係省庁消費者教育会議は、現在は各省作成の教材について情報共有が主であるが、

将来的には、教材だけではない意見交換をする場にすることも考えられる。

- ・メールマガジン「見守り新鮮情報」の登録者の状況如何。

約 12,400 件であり、そのうち民生委員が 500、介護ヘルパーが 1,000、行政職員が 2,000 となっている。

- ・消費者問題出前講座の申込者数の現況如何。

現在高齢者関係で 667 件の申込みがあり、うち 560 件はすでに講座を実施している。

1 会場平均すると約 20～30 名程度が受講する。

- ・約 40 年前の第 1 次国生審がまさにこの消費者教育についての議論だったが、定着した感がしない。各地で講演会を行っても、いつも同じメンバーであり、本当に聞いてほしい消費者被害に遭いそうな人が来ない、また、大学で教鞭をとっているが学生の消費者意識は希薄である。また、資料 3 のポンチ絵の真ん中にある「情報の集約・発信」とは、消費者教育の提供者の視点であり、消費者教育の受け手からするとどういった消費者教育のパッケージが用意されるのかについても図をつけてほしい。これが第 1 の要望である。

昨年度に引き続き、消費者教育の体系化作業を行いそういったところも整理しているところ。

- ・要望の 2 つめとして、消費生活センターと教育委員会の連携がなされているところを全国で 2、3 箇所「モデル地区」化し、広く PR していくべきである。

年内に、「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あり、連携の進んだ事例については、地方公共団体にフィードバックし、参考にしてもらう予定である。

- ・消費者教育の効果の測定を行って欲しい。すなわち、消費者教育と、その後の被害者発生の状況とをリンクさせることはできないか。効果を図ることにより、自治体間の競争が促され、消費者教育に積極的な地方公共団体がでてくるのではないか。

個人的には、非常に難しいと考えている。何が要因であるのかについて、ミクロレベルで計測することは難しいと考えている。

- ・アウトプットは出来るが、アウトカムは難しい。

一つの指標として、パイオネットの消費生活相談件数は考えられるかもしれない。また、各都道府県のベストプラクティス、先進的事例を広く周知する方法も考えられる。

- ・定量的な測定は難しいかもしれないが、北海道においては、行政や学校などが、高齢者や若者の消費者被害を防ぐことを目的とした「北海道消費者被害防止ネットワーク」を構築している。同ネットワークが、注意喚起を行うために、紙媒体で「ネットワークニュース」を発行しており、これで被害を撃退できた、という記事も載っていたと記憶している。

- ・平成 19 年度の消費者教育事業の目玉如何。

子育て世帯の消費者被害を防ぐべく、消費者問題出前講座を実施する予定である。

・消費者教育用教材については、地方公共団体だけではなく、企業も作成している。

承知している。消費者教育用ポータルサイトの構築に向け、基本方針を策定するために研究を行っているところである。将来、消費者教育用ポータルサイトが構築された後は、良い企業であれば企業が作成している教材などもそこに掲載していくことは可能であると考えている。

・内閣府と文部科学省との協議会と関係省庁消費者教育会議との区別如何。

前者は内閣府が消費者教育について各省の意見をとりまとめたうえで、各省の窓口として文科省と連携を図るものであり、後者は各省における教材の作成について連携を図り、足りないところはないか、今後どこを重点的にやっていくかについて調整をするという役割分担である。

(4) 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

資料4 - 1 ~ 4 - 4 について事務局から説明の後、以下の議論が行われた。

・1点目として、施行規則案31条(資料4 - 3 , 30頁)に定められている情報提供について伺いたい。原案では、地方公共団体の条例に特段の規定がないとパイオネット情報以外の情報は提供できないように読めてしまうが、見解を伺いたい。

2点目として、国民生活センターからパイオネット情報が出てくる際に、その元情報がどこの消費生活センターから提供されたのか教えて頂ければと思っているが、せめて都道府県単位くらいまでわからないと、情報の詳細についてその自治体に照会するのが困難ではないかと思う。

3点目として、ガイドライン案5 . 監督(4)不利益処分等(資料4 - 4 , 19頁)に記述されている「事件漁り」について、例えば広告等やメンバーが入手した約款など、たとえ一個の情報でもこれは明らかにおかしいというものがあれば、契約書面等の正式な証拠物件でなくても「自ら収集した情報の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」としてよいのか伺いたい。

1点目について。パイオネット情報以外の情報としては、オンラインで入力されていない情報や契約書等がある。これらはパイオネット情報に比べて個別性が高いので個人情報への配慮等の慎重な手続が必要である。こうした情報等は、差止請求権の行使と並んで被害情報の収集を本来業務としている適格消費者団体が、業務規程に収集方法を明記した上で、消費者や会員団体等から直接収集するのが本筋である。また、他の適格消費者団体との相互の連携協力も必要。こうした前提の上での話だが、パイオネット情報以外の情報については、条例に「適格消費者団体に...提供できる」というように適格消費者団体に特化した規定が無くとも、必要性が認められ、相談者の同意が得られた場合等の所定の要件を満たす場合には、当該地方公共団体の個別の判断で提供されることはあり得ると考えている。

2点目について。1点目と同様に、適格消費者団体が日頃の情報収集活動、ホームペ

ージを通じた情報収集あるいは110番活動などにより、被害がどこで発生しているかを把握するのが基本だが、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とも、一定の照会先を示すという事はあり得ると考えている。

3点目の「事件漁り」の規定の趣旨については、個別の判断となろうが、問題であってもいきなり認定を取り消すのではなく、まずは、指導をしたり、適合命令・改善命令を発することになる。

・1点目として、施行規則案31条2項(資料4-3, 31頁)で「国民生活センター又は地方公共団体が、法以外の法令の規定により同項各号に定める情報以外の情報を提供することを妨げるものではない」と規定されている。あまり意味は変わらないかもしれないが、「国民生活センター、地方公共団体が、本制度の実効的な実施のために必要と認められる場合は、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」というような条文にして頂けないかと思う。消費者団体が差止請求権を行使するか否かでは、自ら得た情報やパイオネット情報に限らず、どこでどの様な事案が発生しているかという情報を入手することが極めて重要であるが、パイオネット情報だと1件あたり3~4行の簡単なものに留まるので、どこまで実効性のある情報が収集できるのか、また、差止めの通知を出す、訴訟を提起するといった決断をどこまでできるか苦慮することになると思う。

実際、アメリカなどでは欠陥自動車等の欠陥商品の情報などは誰でも見ることでできる状況となっている。パイオネットの情報程度であれば誰でも見ることでできるようにすべきと考えているが、せめて適格消費者団体については、パイオネット情報に留まらないアクセスにも途を開くということを配慮頂ければと思う。

2点目として、施行規則案第3条にある事業区分について、弁護士と司法書士が同じ括りにされているが、一括りにせず別業種に分類すべきである。

3点目として、ガイドライン案2.適格消費者団体の認定(3)体制及び業務規程(資料4-4, 5頁)にて、団体の人数として100人を目途として指摘されているが、国生審の検討委員会等において、団体要件の中で人数は要件としないことで結論づけられていたはずであるので、削除すべきである。

・ガイドライン案2.適格消費者団体の認定(3)体制及び業務規程(資料4-4, 5頁)にて、社員数100人とされているが、団体会員については、どのように考えられるのか。

社員数については、認定の際一定の考慮をするという趣旨で、法14条2項7号において、申請書類の記載事項として法定されている。本規定の「100人」とは絶対的な要件ではなく、一定の考慮をするというものなので、100人に足りない部分を団体会員の構成員で埋め合わせるとか、そういう性格のものではないと考えている。

・施行規則案31条(資料4-3, 30頁)について、パイオネット情報は、情報開示をする際に特定するのが難しく、また、出された情報も1件あたり52字しかないので、31条ではパイオネット情報に重点をおかれて規定されているが、各地の地方公共団体が持っている情報を直接出して頂けるような規定にして頂きたい。特に「妨げるものではない」という規定ではなく「提供することができる」という条文に改めて頂きたい。

・今回の消費者団体訴訟制度は、団体に訴権を与えて、団体のためではなくその背後にいる一般消費者の利益擁護をはかるものであるので、消費者の意見やニーズが団体に常に適時に反映されることが保障されている必要がある。そのような体制は認定要件の問題のみならず認定後の活動においても必要であるので、認定後の活動について行動規範や責務の規定としてガイドラインに規定できるものがあれば反映頂ければと考えている。少なくとも認定要件との関係では、法13条3項2号、ガイドライン案2~3頁(2. 適格消費者団体の認定 (2) 団体の目的及び活動実績 ア団体の目的)に規定されている「消費生活に関する情報の収集のための活動」に関係するかもしれないが、例えば、適格団体が常時消費者からの情報や意見を受け付けられる体制をとっている必要があると考えている。3頁には ~ まで活動の例示が掲げられているが、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ことは全ての適格団体が備えておくべき活動の基本中の基本であるので、単純な例示よりも強い位置づけでガイドラインにいれてはどうかと考えている。

- 以 上 -