

国民生活審議会
第9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9回消費者政策部会

議 事 次 第

- 日 時 平成 19 年 5 月 31 日 (木) 9 : 45 ~ 12 : 05
- 場 所 中央合同庁舎第 4 合館 共用第 2 特別会議室
- 議 題 委員による意見表明及び討議

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9回消費者政策部会 出席者

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
	長田三紀	東京都地域婦人団体連盟事務局次長
	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
	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 12 名

[事務局]

西国民生活局長、堀田審議官、井内消費者企画課長、藤崎国際室長、
加納消費者団体訴訟室長、山崎消費者企画課長補佐

松本部長 定刻を若干過ぎております。まだ到着されていない委員の皆さんがいらっしゃいますが、電車に一部遅れがあるようで、その影響ではないかと思われます。ただ、本日何人かの委員の方にプレゼンテーションしていただくということでありますので、一応これから始めさせていただきたいと思っております。

本日は、一昨日に引き続きまして、消費者基本計画の検証・評価・監視につきまして、委員の皆様からのプレゼンテーションを中心に進めていくこととし、最後に、消費者教育の推進に関する提言の骨子についての検討も行いたいと思っております。

前回も御説明申し上げておりますが、委員の皆様の見解表明及び討議の結果を受けまして、私と事務局とで相談の上、施策を担当する各省庁に対しまして、検証・評価・監視シートの修正案及び新たに追加する施策案の提示を行っていくこととしたいと思っております。

では、早速委員の方からのプレゼンテーションを進めたいと思っております。まず最初は、リコール制度の強化・拡充につきまして、品川委員と芝原委員に意見表明をお願いいたします。お一人10分以内でお願いします。討議は、お二人の意見表明が終わりましてからまとめて行いたいと思っております。

まず、品川委員からお願いいたします。

品川委員 それでは、最初にコメントさせていただきます。資料1 - 2でとじたものをお届けしているかと思っております。リコール制度の強化・拡充に関する評価と課題ということと言いますと、この1年で生活用製品安全法の改正がかなり迅速に行われたということを始め、体制の強化等も図られて、そんな意味では安全にかかわるリコール制度の拡充策ということは前進をしてきていると基本的には思っております。ただ、新しい改正法のもとで、その運用の強化なり拡充を引き続き図っていくことが必要だろうと思っております。例えば、事故情報の収集ということと言いますと、警察、病院、消防などを含めて、他の省庁との連携の強化を更に強めていただくことですか、諸外国の情報収集、アメリカなり中国なりということについては触れられているかと思っておりますけれども、もう一つEUとの連携ということも明確にして進めていただく必要がある。

事故情報収集の点では、とりわけ消費者が書き込みのできるサイトをつくるということについて、いわゆるヒヤリハット情報というようなことを記入する。他のところでやっているのを見ましても、消費者の情報記入というのはかなり効果的だと思われまして、そんな点も拡充していただく必要がある。

それから、事故情報の公表ということについても、特につくられましたサイトについて更に検索しやすいものに工夫していただく必要があるだろうと思っております。先ほどレジュメを見せていただきましたら、芝原委員のところでもかなり詳しく検索のしやすさについて御指摘もなさるようですので、余り詳しく触れません。

それから、軽微な事項なり消費者の誤使用ということに関しても、それが重大な事故につながっていくということも多分にあるわけでありまして、消費者への注意喚起というようなことについても是非検討いただく必要がある。

事業者の監視・指導の強化ということで、一方では表彰制度なども含めて強めるという旨言われておりまして、それはそれで大切ですが、特に報告義務を怠っているとされる事業者につきましても、何らかの措置ということを進められるように検討いただく必要があるだろうと思います。

消費者啓発ということで、先ほど情報収集のところでは消費者の書き込みということを行いました。そういう仕組みをつくるのが消費者啓発という面からも意味は大きいということがあると思いますし、申し出制度等新しい仕組みについて消費者に活用できるように周知徹底を図るというような啓蒙策というものもあっていただく必要がある。

リコール制度ということについては、そんな点を思うわけですが、消費者の安全の確保ということに関して、特に最近起こっていることとの関係で2つほど最後に触れさせていただこうと思います。

1つは、昨年、緊要のトラブルへの対応ということで、シンドラ社のエレベーターについて取り上げられたかと思えます。エレベーターにつきましても、引き続きオーチスというようなことが出ていますし、遊具のジェットコースターの事故というのが大変ショッキングな事故であったわけです。そんな点では、ある意味で建築基準法に基づくそういう設備なり工作物の事故が近年頻発しているように思われるわけです。それに対してエレベーターだとシンドラエレベータ、あるいはジェットコースターだとコースターというふうに、ある意味で雨漏り対策のような形で都度の対策というのはとられるわけですが、翻って考えると、その前のいわゆる耐震偽装問題を含めて建築基準法に基づく各種の問題がいろいろな点で近年起こっているのではないかと思われまして、そんな意味では建築基準法に基づく工作物なり設備なりについて、安全基準、検査、保守・点検ルール等について、総点検を行うということが緊要のトラブルへの対応という意味で必要なことになっているのではないかと、建築基準法について思うということが1点でございます。

もう一つは、既に検討着手と伺っておりますけれども、製造物責任法の改正検討ということに関してです。とりわけ、この間の製品にかかわる事故というのが、最後のペーパーで列記をしておきましたけれども、10年以上前の製品についての事故発生も続発しているということがあって、そんな点ではPL法の損害賠償請求期間10年というものについて、早急な見直しが必要ということになっているかと思えます。その他、製造物責任法については、推定規定の問題、欠陥の定義を広げる問題等を含めて、早期の改正を図ることが消費者の安全確保ということからも重要性を増しているということがあるのではないかと思います。リコール制度ということと別にその2点を触れさせていただきます。

以上です。

松本部長 ありがとうございます。

引き続きまして、芝原委員からお願いいたします。

芝原委員 パワーポイントが、どうも機械の相性が悪いみたいで、うまくいなくて申し訳ございません。ペーパーで説明させていただきます。資料1-1をごらんいただきました

いと思います。

私からの報告は2点あります。まず、(1)リコール制度の強化・拡充で、社告等による製品の回収措置に関する情報を的確かつわかりやすく消費者に伝える仕組みの構築で、ポータルサイトの在り方について検討するという施策に関しまして、3ページに内閣府、関係省庁、国民生活センターから検証・評価・監視等による説明があったわけであり、これにつきまして、私の意見を申し上げます。

進捗度と有効性に関しましては、内閣府からの御報告のとおり大変評価できると思います。計画年度内に設置を完了いたしましたし、今までなかったものでありますから、こういうポータルサイトができたということで、入手性が格段に改善されました。

それから、リコール情報のポータルサイトではありますが、そのほかに相談先の一覧とか製品不具合情報の連絡先の掲載もやっていただいたということで、消費者のみならず関係者に有効と考えられます。

5ページ、監視ですが、「リコール情報ポータルサイトの内容については、平成19年度以降、その時々製品安全を巡る社会状況に合わせてより良いものに改定していく」とございしますが、具体的に幾つか更にお願ひしたいということでまとめております。

1つは、ポータルサイトの画面は、7ページに内閣府さんの「消費者の窓」にあるものでございますが、この内容だけででき上がりということにはしていただきたくなくて、リンク先のコンテンツの読みやすさであるとか、わかりやすさであるとか、検索操作の共通化というものにも取り組んでいただきたいと思ひます。

6ページ、具体的にはリンク先のコンテンツのレイアウト、文字の色・大きさなどの共通化、それから、一部のサイトには専門用語があります。できたばかりなのでやむを得ないと思ひますが、これらの点はいろいろな意見を聞いて改善し、また専門用語は排除していただきたい。それから、写真の活用、検索機能の充実などの標準化、サイトごとに検索方法が違ってしまふというのも困る問題でありまして、是非内閣府さんから関係のサイトを運営されているそれぞれの行政または機関に対して働き掛けをして、標準化を進めていただきたいと思ひます。

それから、前々回の部会でもお願ひしましたがけれども、検索エンジン Yahoo! とか Google で検索したときに、なるべく上の方に出てくるような工夫を是非お願ひしたいと思ひます。ここに書きましたURLは、上段が内閣府ですが、下がアメリカ政府のリコール情報ポータルサイトのURLです。「recalls.gov」, これだけで出てくる。上は「consumer.go.jp/recall/」になっております。具体的にどうすればこうなるのかというのは私は専門でないのかわかりませんが、是非研究していただきたいと思ひます。

8ページは、「recalls.gov」の画面です。Google でも Yahoo! でも「リコール」「米国」で検索しますとこれがすぐ出てきますが、これがアメリカ政府のリコールのポータルサイトでございます。何でもアメリカをまねすればいいというわけではないんですが、これは私も見ましてとてもよくできていると思ひます。お役所の名前なんかどこにもないんです

ね。

これは本当はカラーなんです、上の左から「Consumer Products」「Motor Vehicles」「Boats」「Food」「Medicine」「Cosmetics」「Environmental Products」とあるんですが、これはおわかりのとおり、一番左は消費生活用製品、家電製品なども含みます。2番目が自動車のみならず勿論タイヤであるとか、チャイルドシートも入る。それから、「Boats」というのはアメリカはやはりマリンスポーツが盛んということで、モーターボートとかヨットに関係するもののリコールがかなりあるようです。それから、食品、薬品、化粧品、環境。環境製品では今までのところリコールはなかったようではありますが、こういうふうになっています。この枠の一番下に、それぞれのサイトを運営している機関のマークが出ていて、例えば食品であるとFDAであるとかUSDAとなっているわけでありませう。

9ページは、8ページの一番左、「Consumer Products」をクリックすると、この画面が出てまいります。これはU.S.CPSCが運営しているところなんですけれども、アプリケーションであるとか、衣服であるとか、電気製品、電子製品、家具とか分類がありますし、このサイトに入りますとリコールとかプロダクトサーチだとかプロダクトディスクリプションサーチ、カンパニー・サーチ、これは製造時事業者名からの検索ですが、というような様々な探し方で検索ができます。

更に、リコールのところをクリックしますと10ページ目が出てまいりまして、ここではご覧のとおり、いつごろのリコール情報を知りたいのかとか、上から3分の2ぐらいのところ「Product Type」「Company」「Product Description」とありますけれども、ここから絞り込み検索することもできます。

その下には「Product Category」とありますけれども、チャイルドプロダクトであるとかトイ、アウトドアプロダクトという分類もあるので、急いで探すにも非常にわかりやすい。

更に、「Product Type」をクリックすると11ページになるんですが、プロダクトの名前がわからんというときにここを使うと、左側の欄を見ていただきますとABC順になっているんですが、最初が「Adapter / Power Supply / Charger / Battery」、これはパソコンとか要するに低電圧で動くものの日本語で言うとACアダプターという機器ですけども、これに関するリコール。

次が「Air Cleaner」「Air Compressor」「Air Conditioner」「Air Fresheners」、というのがあって、ここから自分のは大丈夫かときも見るし、たしかエアコンで何かあったなというときはエアーコンディショナーのところをクリックすればわかります。

更に、右側を見ていただきますと、それもわからないので文字だけ。例えば「Toy for Baby」などという文字検索で、情報があれば出てくるということになっているようです。

12ページは、一番最初のポータルサイトの左から2番目で、後ほど国土交通省のところで説明しますが、これは交通関係のサイトであります。NHTSAというところが運営しているようで、13ページを見ていただきますと、交通関係のサイトに入るわけですね。

ども、真ん中の四角に「Vehicle」「Equipment」「Child Safety Seat」「Tires」とありますけれども、これはどれにするか選んで、メーカー名でもできますし、タイプ名でもわかる、モデル名でもわかるというふうになっております。

ポータルサイトに関しましてはそこまでなんですが、14 ページ「監視(今後の取組み)」ですが、国民生活センターのサイトにはリコール情報だけではなくて、すべての社告情報が掲載されているように見えます。また、さまざまな業種が一まとめになっていて見にくい。先ほどの検索で絞り込みができるようにというのはここに繋がるのですが、具体的には家電製品とかガス石油機器、衣料品、食品など、製品分類ごとのリコール情報について、専門にそれぞれに一覧できるサイトが是非欲しいなど。要するに、国民生活センターさんをお願いというよりは、それぞれの行政または傘下の機関が自分の領域をきちんとデータ整理するということをお願いしたいと思います。

15 ページの2 がその関連ですが、国民生活センターさんのサイトの検索機能を改善というのも一つの方法ですが、そうではなくて、担当省庁または機関が責任を持ってやってほしいと思います。

それから、先ほど触れたんですが、リコールというのは基本的には業者が自主的にやると。ボランティアというのがキーワードであります。ところが、日本の新聞を見ますと、景表法等で排除命令で嫌々というか、何を言いたいかわからない、要するに出させられているものがありまして、例えば何とか温泉の「湯の花」などです。これなどはお金を返してくれるのかも分らないし、何を言いたいかわからない排除命令による広告というのがあるんですが、これはこれで大事なんでしょうけれども、リコールの告知とは別分類にしていきたいなと思います。

16 ページです。同一の事案が経産省、NITE、国生のサイトにそれぞれにあるというものがありました。中には日付が違っていたりするものもあって、読んでいて困るというものがありました。たまたまかもしれませんけれども。

経済産業省さんは新しいサイトをつくられたんですが、残念ながら、ここでの情報は5月14日以降のものを載せますと書かれているんですね。データというものは新しいサイトにしたから前のは別のところを見てくださいとか、消しますということではないんでしょうけれども、それはやはりだめで、重要なものは全部ちゃんと新しいサイトにも載せるということをしないと、ポータルサイトのデザインを変えると、そのたびに過去の重要情報が探し難くなるというのはとんでもないことではないかと思います。

それから、前々回の委員会で、NITE と経済産業省の振り分けについて聞いたんですけれども、重大な事案は経産省、それ以外は NITE というようなお話でしたけれども、重要な事案は過去分もきちんとやってほしいのと、同じ事案を両方ということとは全く要らないのではないかと。さっきの米国のような新しい検索ができるようなポータルサイトになれば要らないのではないかと思います。

次に、国土交通省のサイトはとて素晴らしいと思います。是非、検索等はほかのサイトは見

習っていただきたいと思います。

18 ページ、もう一つの担当する施策ですけれども、(1)リコール制度の強化・拡充の中の自動車のリコールに関する不正行為の再発防止対策を引き続き着実に実施するという件であります。御説明いただいた監視シートは 19 ページのとおりであります。

20 ページが国土交通省のサイトであります。非常によくできております。

検証のところなんですが、情報収集体制の強化は評価できます。1 点目、自動車不具合情報ホットラインのPR活動、広報活動はこれは新聞広告も出されましたし、評価できます。ただ、ほかの項目で、例えば、メーカーから四半期ごとに報告を受けた、運送事業者から運行支障事故の報告を受けた。22 ページ「集中的な監査の実施」のところで、集中的な監査を実施した、技術的検証を実施したとあるんですが、せっかくなので、行政としてどういうことをしているのかというのを国民にわからせるために、公表できないところもあるのでしょうかけれども、概要だけでもそれぞれの活動については検証・評価・監視のシートに書き込んでいただきたいと思います。

23 ページ、再発防止対策の実施以降、自動車メーカー等による不正行為は発生していないということから、対策は有効に機能していると国土交通省は評価されておりますが、是非今後もこれらの不正行為防止対策を着実に実施していただきたいと思います。

それから、不具合情報ホットラインへの情報提供なんですが、更に数量的に促進するための施策として、データの掲載の迅速化をお願いしたい。例えば、先ほどのアメリカのサイトは4月の事案ももう載っております。先週私が国土交通省のを見ましたら、昨年12月までしか載っていませんでした。是非、迅速化していただきたいと思います。

24 ページ、自動車のリコール・不具合情報のサイトは内容や構成面でトップランナーと言えますけれども、今お願いしましたように、情報の拡大、公表の迅速化、調査結果のより積極的な公開をお願いしたいと思います。

以上です。

松本部長 ありがとうございます。

それでは、ただいまのお二人の意見表明等を基にしまして、どうぞリコールの問題につきまして、委員の皆様から御意見を出していただきたいと思います。

山口委員 お二人の御意見には全面的に賛成なんですが、今のアメリカのサイトからも明らかのように、食の安全、生活用品の安全、住宅の安全、自動車交通部門の安全、こういうものが主務官庁によってばらばらな方針あるいは手法で図られておまして、それぞれの省庁において安全面の対策の担当がおられるわけですが、やはり1年、2年のルーチンで担当が交代されるために、せっかく安全の問題についてある程度理解が深まったところで別のセクションに行かれて、また全くわかっていない担当者の方が赴任されて、また一から勉強し直してまた新しく始まるというようなことで、一向に深まらないという問題があると思うんです。その意味で、私自身は消費者庁をつくって、消費者の生活の安全確保のための施策を総合的に検討し、かつ、情報を収集し、啓発するといひますか、情

報を開示していくというシステムが必要だと思いますが、そうなる前にも安全の問題について、アメリカのポータルサイトのような形で省庁横断的なシステムを早急に立ち上げていくべきではないかと。その際に、先ほど来話が出ているように、国土交通省の車の安全についてのシステムをお手本にして、食や生活用品や住宅などについても、住宅は前進がありますが、実行していくと、是非そういう観点での検討をお願いしたいと思えます。

東委員 今、お二人の委員から御報告をいただいた内容について、私も本当にそのとおりだと思うんですが、2点申し上げたいと思えます。

1点目は、先ほどの芝原委員の御報告の中で、資料の16ページ目になりますけれども、同一の事案と思われる情報が複数のサイトに掲載されている例があり、同じ事案を両方に掲載する必要はないのではないかと御指摘がございました。これについて、個人的な意見ということになりますけれども、勿論同じものをあちらこちらであったり、あるいは内容が多少違ってきたりすると混乱するという意味では、やはり整理は必要であると思えますので、基本的には芝原委員と同じ意見を持っておるんですけれども、しかしながら、消費者がまず自分で検索した場合の入り口としては幾つかのところにあった方が、リンクとかで整理していくという方法をうまく使って、単に重複がないようにということだけではなくて、そういう形で整理した場合に、どこから入っても最後、共通した情報に行きつけるような仕組みづくりというものを併せて御検討いただけるといいのかなと思えました。それが1点でございます。

もう一点は、今回ここで取り上げていただいた施策と若干ずれる発言になるわけですが、2人の委員の御発言の中で、やはり情報をインターネットのサイトからとることが、施策自体もそういうことに関するものでしたので、そういうことが中心になっていたんですけれども、こういうふうにインターネットから情報をとるポータルサイトが充実すればするほど、デジタルデバイドの問題というのがすごく大きくなってくると思うんですね。こういうところから情報を的確に取得できる人とそうでない人という格差がとも出てきますので、そちらについても何か関連で配慮していくような方向性というものも必要なのかなという意見を持ちました。

以上でございます。

山本委員 今回の施策の項目にピタリと当てはまるかどうか分からないんですが、お二人の委員のプレゼンテーションを伺って感じたことは、リコールと言ってもいろいろあると思うんです。法令によるリコール、芝原委員の御意見では自主的なリコールというのが基本であると。しかし、そのリコールの内容もいわゆる製品回収をするものから、点検・修理をする、あるいは点検の呼び掛けをするとかさまざまなものがあり、それぞれについて全く同じ扱いになるのならよいのですが、そうでないと消費者にとってわかりにくいということが生じるような感じがします。特に、コスト負担の問題で、そういった呼び掛けをした場合、消費者感覚からすると業者が当然コスト負担すべきではないかと思うかもしれませんが、実際には危険の重篤性であるとか、製造業者の責任へのかかわりの程度、危険

が他業者の加工によって惹起されているとか、あるいは他業者の製造した付属品に係る事故とか、あるいは中間の取り付け業者のミスに係るとかささまざまなケースがあり、コスト負担の問題というのが場合によっては非常に複雑な問題になる可能性がある。そういうふうに呼び掛けの在り方、社告の在り方が明確でないと、後々のトラブルを生じさせるという危険性があり、現にそういう事案が国民生活センターあるいは苦情処理委員会というところでも掛かったことがございます。ですから、わかりやすい社告の在り方というのは検討課題として、各省庁、内閣府、国センとも問題意識を持っていると思いますので、検討してもらいたいと考えております。

原委員 リコールについてはさまざまな意見が出ておりまして、私も賛成いたします。品川委員が提出しておられる製造物責任法の改正問題を是非、項目として取り上げていただきたいと思っております。ここに取り上げられている請求権の期間というものも、商品によっては10年を超えて使い続けるものもありますので、こういった請求権の期間、それから、推定規定は私も法律制定当時にかかわっていて、15年前に大議論をやりましたけれども、その段階から今の段階、もう少しうまく推定規定を入れるという形ができるのではないかと考えております。

それから、欠陥の定義も誤使用が度重なるものは欠陥ではないかということですね。ですから、欠陥の定義を広げるということもありますし、幾つかの論点が消費者側からも提案されておりますので、政府の方針としても法律は5年ごとの見直しというのが原則で、本年度からたしか入ってきていると思えます。消費者契約法などをつくるときは、やはり5年後見直しということで附帯決議をこのごろ活用してやっておりますけれども、政府全体としても新しく法律をつくるときは5年後見直し、それから、過去につくった法律についても順次その規定でやっていくということになっておりますので、その意味からも課題として取り上げていただきたいと思います。

大河内委員 生活のすべてのいろいろなことがかかわり合うということで、リコールの情報がポータルサイトにばらばらになっている、それもそうなんですけれども、私たちが知るときにはそういうところを日常的に見ているということは余りないのではないかと。やはり新聞で事故を知るとか、そういうところでしか情報というのはなかなかわからないので、生活で気をつけるということに結びついていかないのではないかと思います。ですから、安心・安全ということであるならば、やはり情報というものを一つのところにまとめて、ここを見れば全部書いてあるというような一括して扱う機関というのが是非必要だと前から言っているんですけども、ここで重ねて申し上げておきたいと思えます。開示の中身も省庁によっていろいろだったりするので、ますますわかりにくくなっていると思っておりますから、是非一括機関をつくるというようなことをお考えいただきたいと思います。

松本部会長 今の御意見は、組織として一括機関、つまり消費者庁のようなものをつくるという御趣旨なのか、ポータルサイトとして1か所見れば全部わかるようなものという

趣旨か、どちらですか。

大河内委員 消費者庁は昔々から申し上げているので、夢としては勿論思い描いてきているんですけども、少なくともポータルサイトは一括にする、できれば国センかな、NITEかなということではなく、ここに行けばすべての情報が集まっているというようなポータルサイトではない現実の場所もあるといいなと。わかりやすくするというのは、そういうことなのではないかと思っているんですけども。

松本部会長 ポータルサイト以上にもっとデータも一元化するという御趣旨ですか。

大河内委員 ええ。そうすると、開示の基準も皆同じになって、わかりやすくなると思っています。

長田委員 皆さんおっしゃっていることですが、今の大河内委員と同じような意見になりますけれども、芝原さんの意見のアメリカでもありますように、食品から薬から化粧品から法律が違って、ポータルサイトと言うからにはそこにすべてが集中していて、そこを見ればわかるというものがあってこそポータルサイトになるのだらうと思います。

それから、東委員もおっしゃいましたけれども、ネットの世界だけにそれが集中してあればいいのかということ、まだそういう状態ではないと思います。特に、品川委員からの資料にも書いてありますが、緊急にリコールを知らせなければいけない場合等の知らせ方で、どうやってメディアを積極的に使っていくのかということでは、新聞なりテレビなりがどこまで協力をしてもらえるような仕組みをつくっていくのかということも課題ではないかと思っています。

ニュースで昨日からずっと松下の大量の情報が流れていますけれども、ああいうふうに取り扱いがあれば、かなり同時に知らせることができるかもしれないけれども、小さい事業などの場合はなかなかそうもいかないということもあると思いますので、それは食品から何から全部含めた上で、メディアとの協力関係というものを何とかそこが仕組みをつくっていただけるといいなと思います。

松本部会長 ありがとうございます。いろいろ御意見をいただきましたが、そろそろ次の課題に移りたいと思います。続きまして、分野横断的・包括的な視点に立った取引ルールづくりにつきまして、原委員、山口委員、長田委員、宮川委員の4人の委員から意見表明をお願いいたします。お一人10分以内でお願いいたします。その後でまとめて御討議いただきたいと思います。

まず、原委員からお願いいたします。

原委員 資料2-1を準備させていただきました。簡潔にまとめておりますので、私が担当いたしました3項目についてお話をさせていただきたいと思います。

まず最初に、分野横断的・包括的な視点に立った取引ルールづくりの金融分野ということで、金融商品取引法が去年、国会で成立しておりまして、施行されるのが今年9月を予定されております。一応目的としては、政令、内閣府令の整備と制度の周知、円滑な施行に向けて準備を進めるというのが項目で、金融庁側から提出してきたものはいずれもこのよ

うなことで進めていますということだけだったので、そのこの自体を何と評価するかというのは、そのとおりやっていたらいいので特に評価という項目を立てなかったんですが、3つの論点を考えております。

は、パブリックコメントが5月21日締め切りでとられております。これは政令と内閣府令についてとられております。今回の金融商品取引法は、集団投資スキームまで含めて幅広く商品の規制を掛け、それから、金融取引業者というものですべて登録制を掛けて、販売と勧誘のルールの強化をしているというところに特徴がありますけれども、そういう意味では消費者側から非常に前進したと思っておりますが、それでも以下のような項目について消費者団体としては意見を出しております。

広告規制が強化されましたけれども、まだ細かく検討するようなことがあるというお話と、勧誘ルールのところで不招請勧誘の禁止規定が、外国為替証拠金取引の店頭取引の部分についてだけ今回、金融商品取引法で入っておりますけれども、本来は店頭取引だけではなくて、市場を通じてやっているものも対象であったのが、今回の金融商品取引法で半歩後退してしまったという形での提案ということになっているので、改めてそこは巻き戻して外国為替証拠金取引を含む市場リスクの高い金融商品というものは全般を不招請勧誘禁止規定を置いてほしいということは、強く申し上げております。

それから、少しパラレルな関係になりますけれども、それでも不招請勧誘を残すということであれば、それにより締結された金融商品取引契約については、広くクーリングオフの対象とすべきだということで、どちらかをとるべきだということを強く申し上げております。

、今、本屋に行くと金融商品取引法について大変たくさんの方が並んでいるんですが、いずれも事業者向けということで、一般消費者向けには見えておりませんで、金融庁がつくった簡単なパンフレットがあるんですが、それも法律を簡単に紹介したということだけで、必ずしも消費者向けではありません。ですから、金融商品販売法の改正と併せ、一層の周知徹底を図るべきだと考えておまして、実は今、金融広報中央委員会のお手伝いをして、消費者向けのパンフをつくっておりますので、是非こういうものを使っていただきたいと考えております。

は、金融商品取引法という名前になっておりますけれども、一般の預金とか保険、所管省庁が異なる、商品先物取引などは投資性が強いものについては同様な販売勧誘ルールが定められましたけれども、全体を含むものにはなっていないので、今、法律制定は金融商品販売法がホップであれば、今回の金融商品取引法がステップで、最終的には一般の預金、保険も含めた金融商品取引法の制定に、期限を明示して取り組むことを明確にすべきだということを考えています。これは次年度に向けての意見ということで提案をしておきたいと思えます。

その次が、海外商品先物取引についてですが、これは経済産業省と農林水産省が所管になります。一応書かれていたことは法律を厳選に運用し、施行状況を注視するとともに、

委託者保護のための方策について検討するということになっていたのですが、ここの施行状況を注視するというところについては、平成18年12月に計22社に対してヒアリングを行っていらっしやいまして、確かに実態把握には努めていらっしやるんですが、その報告もやりましたというのは今回も提出していらっしやるんですけども、その次のどのような改善策を講じようとしているのかについては、全く明らかにしていらっしやらないので、改善策の内容を検討して明らかにするとともに、改善に取り組むべきだと考えております。

それから、経産省、農水省から出されたところで、海先取引、海先オプション取引及びロコ・ロンドン金取引について注意喚起を行ったということが書かれていて、ただ、その注意喚起をしたということだけで、それで被害が減少したのかどうかということと必ずしも結びついた回答にはなっておりません、検証が必要だと考えております。

実は、本当は今一步進めていらして、今の動きなんですけれども、海外商品先物取引、特にオプション、それから、ロコ・ロンドン金取引について、本来であれば法律がきちんと制定されるべきなんですけど、とりあえずの策として今、特定商取引法に入れてここで販売勧誘ルールを掛ける。ですから、ここに入ることによってクーリングオフはきくということになるんですが、そのことを一つ考えていらっしやって、今日締め切りでパブリックコメントをとられているところなんです。

もう一つは、金融商品販売法の改正のところに海先を入れて、こちらの方で金融庁に預けて重要事項の説明義務を果たすということで、重要事項の説明義務と販売勧誘については特商法に倣うということは今とりあえずの策としておやりになっていらっしやるんですが、やはりここも最終的には事業者との参入規制も今はない状況なので、法規規定全般としては未整備ですから、これについても期限を明示して法整備に着手すべきだと思います。

ただ、証券取引所とこういった商品取引所を統合する総合取引所計画という構想も経済財政諮問会議辺りで立ち上がっているのも、もしもそれが実現するとすると、ここはそういうことで一気に進むということにはなりませんけれども、今の策がベストということではないので、これ以上の改善策を期限を明示してやっていただきたいと思っております。

3つ目が、景品表示法です。これは厳正に運用するとともに、必要に応じ執行体制の拡充を図るということになっています。公正取引委員会から出された資料は排除命令を32件、警告を7件行っているんですけど、内容的にもかなりサービスとか金融とか取り上げていらして、以前は食品関係の表示みたいなのが多かったんですけども、かなり拡充をしていらっしやる。それから、人員もたしか7人増員なさっていたと思いますので、その意味では評価ができると考えております。この方向でやっていただきたいと。

ただ、金融は最近かなり取り上げて下さっているんですが、情報通信分野がYahoo!の昨年のゼロ円のことを取り上げていただいていますけれども、かなり混乱しているように思いますので、ここをサービス分野の中では集中してやっていただきたいと思っております。

3番目に書きましたけれども、一覧でどういうものについて排除命令とか警告を出した

のかをつけてくださっているんですが、相変わらず同じようなことが何度も何度も事業者が変わって繰り返されているというようなところがあって、やはり排除命令や警告を出すことが、出された事業者にとっては大変なことで取り組みをなさると思うんですけども、事業者団体全体の自主規制とか政策とか、一般の消費者への周知とか効果的につながっていくような方策をもう一つ前進して考えるべきではないかと思います。

それから、景表法に消費者団体による団体訴権の導入が実現する方向にありますけれども、それであれば消費者団体との協力体制と書きましたが、情報提供などの協力体制をどう図るかの検討を開始すべきだと考えております。

ちょうど10分なんですけど、追加でまた文書で出ささせていただきたいと思いますが、金融庁に是非保険について取り組みを進めていただきたいと思います。これは今の日本の消費者世帯の9割は保険に加入しております。不払いの問題もありますし、保険検討チームで販売勧誘ルールのところで重要事項の説明義務とか適合性の原則辺りを導入したのですが、監督指針の改定にとどまっていて、業法改正にまで至っていません。その辺りとか、金融商品取引法が制定されましたけれども、これもそろそろは監督指針で対応していらっしゃるんで、業法改正に結びつけるということ。

それから、大村さんが出ていらっしゃるんですけども、法制審議会で商法の中の保険契約の部分についての改正作業が進んでおりまして、今年8月にパブリックコメントがとられると思いますけれども、そういう大きな動きもありますので、是非保険について、国民生活発審議会も1970年代は集中して取り上げておりますので、お願いしたい。

それから、電子マネーについて、かなり広がってきていて、これは金融庁だけではなくて経済産業省、総務省と各省庁またがる話になりますので、この電子マネーについても項目として取り上げていただきたいと思いますと考えておりますので、各省庁に連絡をとっていただきたいと思います。

以上です。

松本部会長 ありがとうございます。

続きまして、山口委員からお願いいたします。

山口委員 私は資料2-2に基づいて、大きくは2つの分野、貸金業の問題とクレジット業界の問題について述べさせていただきたいと思います。

金利規制、過剰貸付防止、貸付取立行為規制、監督行政、教育やカウンセリングの在り方などにつきまして検討されているわけですが、昨年12月に貸金業法の改正法が成立いたしましたして現在施行令を作成中ですが、大変大きな前進があったと高く評価できるかと思えます。内閣官房に多重債務者対策本部が昨年12月に設置されまして、有識者会議での審議を踏まえて、平成19年4月20日付で多重債務問題改善プログラムが策定されました。ここで4つの項目が挙げられたことも適切なものだと思います。多重債務問題での連携の強化、セーフティネットの確立、ヤミ金対策の強化、多重債務発生予防のための教育の充実、いずれも緊急の課題だと思われまます。これらについて簡単に述べさせていただきたいと思

います。

まず、多重債務問題での連携の強化の関係であります。230万人と言われます多重債務者を相談窓口へ誘導して、その生活を立て直すサポートができる体制の確立が政府の取り組みとしても、あるいは自治体の取り組みとしても非常に重要な課題だと思います。私の方は、かねてより税金の滞納者からの徴税をする窓口、それから、社会保険料の滞納者から徴収することを仕事としている人たち、最近話題になっておりますが、給食費の滞納といった公的な支払いを滞納する人たちから取り立てることを専門としている人たちが、どこに多重債務者がいるかを一番早く察知することができる窓口だと思われるんですね。ところが、こういう窓口の方々は時間の制約がある、あるいは過度にプライバシーに立ち入ってはならないとかいろいろな制約があるのでしょうかけれども、なぜ公的な支払いがたまっているかということについて、余り突っ込んで聞かないあるいは聞かないようにしているということがあつた。このためサラ金への高利金利を支払っているがゆえに公的支払いが止まっているということ認識しないまま、ただ、払え、払えの一辺倒の攻撃的な取り立てに終始しているために、根本的な解決に至っていない例がたくさんあります。私ども弁護士の方が多重債務の相談を受けて、まず聞きますと、最後まで払っているのはサラ金であつて、一番最初にとめるのが税金だったり、社会保険料なんですね。本来は逆であるべきなんです。実際は現実にしつこい取立てがあるがゆえに、サラ金を最後まで払うわけです。これは違うんだよということを含めて、相談窓口への誘導を、つまり徴税担当者がなぜ税金を滞納しているのかをきちんと聞きとつて、多重債務者であるがゆえにとまっているということがわかつた場合には、それを自治体の多重債務の相談窓口あるいは地元の弁護士会なり司法書士会なり、そういうカウンセラーの窓口へ誘導していく、そういう体制をつくっていく必要があるということが極めて重要だと思います。

この点については、関係省庁も関心を持っていただいておりますし、弁護士会の相談も有料であると紹介しにくいということが言われているものですから、無料にして弁護士会も受入れ体制を整備するということをやっておりますので、自治体との関係でも充実を是非お願いしたいと思います。

次に、各都道府県にもようやく多重債務対策本部を置くという動きが始まっておりますが、やはり関係諸機関との連携も是非お願いしたいと思います。

それから、自治体、消費者センターと弁護士、司法書士会とが連携して相談体制を充実していくということも、弁護士会の責任でもありますが、やっていくということもこれからも進めていく必要があると思います。

次に、セーフティネットの問題ですが、生活の破壊を防ぐ仕組みづくりを急ぐ必要があるかと思つた。まずは、生活保護や高齢者、障害者、引きこもりなどの福祉サービスが必要な市民が使いやすく、合理的な支援が得られる仕組みに改善する。つまり、相談窓口の充実ですね。それから、NPOや中間法人あるいは公的な小口の緊急の融資制度の充実とそのための相談機能を拡充する必要があると思います。

それから、多重債務のかなりの原因が、仕事に就けないとか低収入にあえいでいるという方が多いものですから、やはり後始末をただけでは、サラ金の多重債務を片付けただけでは問題解決にならないので、職業訓練を含めた再チャレンジシステムの充実ということが必要ですし、中小企業の再生のための支援づくりも重要だと思います。

ヤミ金対策について一つ言えますのは、弁護士のところに、わけのわからないヤミ金勧誘の電話が 090 で掛かってくるという相談が増えています。しつこく職場にまで掛かってくる。金を貸しますという電話がしつこく掛かってくるわけです。これは撲滅のための携帯電話不正利用防止法の活用あるいは摘発体制の充実、特に警察官の研修を是非進めていただく必要があると思います。

それから、教育の問題につきましては、中学、高校、大学や職業訓練校における生活費の意識あるいは金利意識を高めさせる教育の充実が必要だと思います。

若干付言いたしますと、現行の利息制限法の金利や遅延損害金の利率は、再検討されるべきではないでしょうか。現行法では昭和 29 年のインフレで好況期に、つまり定期預金金利が 6% の時代につくられた法律です。現行法では 200 万円を借りまして金利が 15% ですと、毎月 2 万 5,000 円返して全く元本は減らないという金利です。これを利息制限法で認めているわけですが、果たしてこのままでいいのだろうか。しかも、現行法でも遅れると銀行でも年 14.6% あるいは信用金庫などですと 18.25 とか、25.5% の金利のところもございます。要するに遅延損害金というのは、他に貸せば回収できたはずの合理的な金利なわけですから、これを利息制限法以上の高金利で取っていいよという条文も再検討されるべきではないでしょうか。ちなみに、消費者契約法では 14.6% 以上の違約金の定めは無効としておりますが、これを参考にして利息制限法の見直しも図られるべきではないかと思えます。

それから、貸金業者の債務整理協力義務というものを法令上明記すべきではないかと思われまます。

時間の制約がありますので次に進ませていただきますけれども、「第 2 クレジット取引における過剰与信や悪質販売助長の防止について」につきましては、「1 検証(進捗状況)」のところでは産業構造審議会割賦販売分科会で割賦販売法の改正が検討中だという御回答だけなわけですが、やはり黙って審議会の様子を見守るというだけでは問題だと思います。そもそも私どもも不安なのは、経済産業省の担当者に金融庁が取り組んだ水準の消費者の生活のために悪質なクレジット業界の淘汰を図るほどの決意があるのかと心配でなりません。担当者とお話ししていると、抗弁権接続以上に既払金の返還までクレジット業者に義務を認めるようなことにしたら、中小のクレジット会社がつぶれるのでまずいのではないかというようなお役人さんの発言が繰り返されますが、これではよくないと思います。やはり過剰与信あるいは問題のある販売業者との提携をしてしまった場合には、クレジット会社がつぶれかねないというぐらいの緊張感を持って、クレジットの信用供与をするぐらいの状況でありませんと、やはりこの問題は解決しない。金融庁においては悪質金融業者に

については淘汰することをどんどんやっているわけですが、やはりそれぐらいの覚悟が必要だと思います。その点が非常に心配です。

ポイントは2点でありまして、過剰与信の防止とクレジット会社の共同責任のルールづくりだと思います。この2点を改善することによってクレジットの社会的信用が高まると思います。イギリスにおきましては、弁護士会で調査に行ったわけですが、共同責任ルールが確立しているおかげで、クレジットに対する信用が高まって、むしろ利用者が増えているという実情を私どもは見聞してまいりました。そういうクレジットの信頼性を高めるという観点から、是非この2つのルールの確立が必要だと思います。

クレジット契約につきましては、提携先の販売業者の売買契約が無効、取り消し、解除になる場合には、クレジット会社は既払金返還を含む無過失の共同責任を負うことにすべきでありまして、特に少なくとも契約書型(個品式)のクレジット契約につきましては、共同責任ルールの導入が必要不可欠であると思います。理由としては3つだけ述べさせていただきます。契約書型のクレジットは全体の2割程度しかないんですが、クレーム量としては8割を占めております。それだけ問題が多い。それから、現行法の30条の4の抗弁権の接続だけでは被害救済と被害抑止の面で極めて不十分です。3番目にクレジット会社の登録制あるいは行政規制の強化、契約書面交付の義務化、自主規制の強化などが言われているわけですが、それでも実効性が不十分だと思われるので、是非この点の検討をお願いしたいと思います。

それから、過剰与信防止義務とその具体的な判断基準の明示が必要だと思われます。貸金業では年収3分の1という基準が条文上明記されているわけですが、それに倣った基準が必要だと思います。

最後に1点だけ、既に総合的消費者施策の実現のところで、安全・安心の生活のための総合施策の問題と、インターネット社会における問題は先ほど来、あるいは前回審議で出ておりますので、1点だけ申し上げさせていただきます。公正取引委員会と国民生活センターとの役割を統合することを射程に入れるべきではないかということです。先ほども議論が出ましたけれども、例えば景品表示法の問題は、国民生活センターが集めた情報を有機的に使って摘発業務までしていくということになるかと思えます。この2つの役所あるいは公的機関の合理的・機動的な融合が必要だと思えますし、かねてより公正取引委員会の中に消費者保護部局をつくるべきだということは審議会の中でも出ているわけですが、それを実現するためにもそういうことを検討されるべきではないかと思えます。

以上です。

松本部長 ありがとうございます。

続きまして、長田委員からお願いいたします。

長田委員 私は施策13からまずお話しします。これは前回ヒアリングのときにもお話ししましたけれども、非常にシンプルなシートが出てきているものですから、現状で私が知っている範囲のことを加えた上でお話をさせていただきます。これは「通信販売及び電話勧

誘販売に関して都道府県知事が処理することができる事務の範囲等について検討する」ということで、現在も審議会で検討中で、かつ、パブリックコメントにも付されているのが現状です。

これは前回、昨年の基本計画の検証・評価の場で是非、都道府県知事の自治事務として生かしてほしいという希望が出ていたものが、実際に検討が進んでいるということは評価ができると思います。ただ、これは経済産業省の方でも重々おわかりのことですけれども、各自治体による処分件数を見て見ますと、平成 17 年度でも都道府県から出された業務停止命令は計 3 件、静岡 2 件、東京 1 件。指示でも 20 の府県。平成 18 年度も少し増えていますが、業務停止命令ではまだ 6 件、それから、指示が 16 というふうに伸びてはいるものの全自治体が取り組んでいる状況でないことは現実にあります。

結局、業務停止命令そのものはまだわずか 7 件しか実施できていないということも現実ですので、これが都道府県に移管されることになれば、都道府県で行えるということになれば、それはすべての自治体が積極的に取り組むことができなければ、非常に厳しい県、そうではない県ということで、事業者がそちらへ移っていくというようなことを呼び込んでしまうことも考えられます。

ただ、これはできていない自治体にはまたそれぞれの事情もあるということで、自治体がこれから積極的により取り組めるように、国がここはまず仕組みをつくっていくべきではないかと考えております。

自治体の消費者行政部門の拡充というのは、ずっと言われていることですが、相談部門での増員というのは傾向としては出てきているようですが、事業者規制の部分はかえって減員されてきているというのもまた現状のようです。自治体が十分に予算を割いてこの問題に取り組めるように、実際具体的な支援策を国として考えていくことが必要ではないかと思っています。自治体間での取り組みの差を大きくしない、それは早急に取り組むべきことではないかと思っています。

宮川委員もいらっしゃいますけれども、東京都などは事業者規制に非常に積極的な自治体でありますので、そういうところの協力も得ながら、各自治体にそれを広げていくためにも国による仕組みづくりを求めていきたいと思っています。

もう一つ施策ですが、19 は特定電子メールの送信の適正化等に関する法律を厳正に運用して、迷惑メールの動向を把握することにより、同法の効果について評価すると。また、国際的な整合性・協調体制の重要性も踏まえ、オプトイン方式の迷惑メール対策としての有効性について注視するとともに、送信ドメイン認証技術を初めとする技術的対策の普及・促進について検討するということです。これもやはり昨年の評価の場で実質に迷惑メールが減っているという、非常に難しいことと言われていて総数を把握されているわけではありませんけれども、ユーザーの実感としては迷惑メールの数が減ったということには、まだ現状としてはなっていないと思います。

評価のところにもありますけれども、違反者の摘発ということにそれぞれ警察などと協

力して、実際に逮捕者も出てきていますが、それも非常に少数なわけで、まだまだ送られている状況には変わりはないと思います。外国との交渉も進んでいるということになっていきますけれども、それでも外国のサーバから数多く外国語の迷惑メールがユーザーの元に多く届いています。我々がこの1年進んだとすれば、多分フィルタリングの利用というものはかなり進んできていて、プロバイダでのサービスも大分行われてきていますので、実際に迷惑メールを目にしないで済ませているというのは増えてきていると思いますけれども、ただ、ネットについてはそのものにスパムが減っているというわけではなく、非常に飛び交っているというのが現状です。

それから、スパムの内容もどんどん変わってきていて、最近はお友達に送ったメールが間違えてあなたに届いちゃったのよ形式みたいなメールが非常に増えてきている。だから、勘違いしやすいというような状況も増えていると思いますし、携帯電話の子どもたちというか中高生の間で、1年に1度か2度非常にブームになるチェーンメールにも、出会い系サイトのURLに誘引をする別サイトにまず飛んで、誰かのプロフィールに飛んでから出会い系サイトのURLに行くというような類の手の込んだチェーンメールがやはり飛び交っているという現状もあり、そういうものを受けて、中学生が消費者被害に遭うというようなこともまだまだ多いと思います。

迷惑メールの対策というのは、総務省も経済産業省もよくおわかりですが、国際協力、法の整備、法律を遵守させること、技術的な対策をとること、それから、ユーザーへの教育というのが言われておりまして、それは法律改正などで少し進んではきているかもしれませんが、現実にはやり得という状態がまだ大きく残っていると思います。何とかこれからまた特電法も改正の見直しが始まりますけれども、とにかくビジネスとして成り立たせないようにする、どうやってやっていくかというのは是非検討していただきたいと思っています。

ある先生の試算によると、スパムの返信率は0.001%でペイする、10万通に1通誰かがだまされて支払い行為を行えば割に合うと言われていています。本年1月に千葉で逮捕されたケースを見ましても、中国に設置した128台のパソコンを日本国内から遠隔操作して2か月で約54億通の、一日9,000万通のスパムを日本国内に送りつけて、広告費として1か月当たり1億2,000万円収益を得たと言われていています。つまり、非常に捕まる率は少ないし、非常に儲けてしまっている人が多いということで、こういう人たちが二度とこういうことができないような厳しい刑罰なり罰金なりが必要になってくるのではないかと。

ちなみにオーストラリアでは、さっき私は2か月で54億通と申し上げましたが、1年間に2億通のスパムを送った企業とその関係者が550万オーストラリアドル、日本円で5億円の罰金が科せられております。この差が、まだまだ日本と海外での差につながっているのではないかと思います。

昨年も申し上げましたけれども、今後、法律改正などのところでも当然議論されていくことにはなりますが、返信をすることは結局は被害に遭う第一歩のようなことになっている

現状のオプトアウトは、少なくともオプトインへと踏み出すのが第一歩で、それから厳罰化というふうに進んでいただければと思っています。

以上です。

松本部長 ありがとうございます。

では、最後に宮川委員からお願いいたします。

宮川委員 ちょっとふなれなために資料を用意していないので、シートの41ページをらんいただきながら御説明させていただきます。

インターネットの商取引、クレジットを使うということについては、その手軽さから日常の買い物感覚で使用されているわけです。したがって、安全・安心の確保、トラブルが発生した場合の対応をいかにルール化するかということは非常に重要であるわけです。ここにもありますように、事業者の適切な取り組みが重要になってまいります。その意味からもシートの検証の欄にもありますように、いわゆる個人情報の保護に関する法律についての経済産業分野を対象とするガイドラインに、クレジットカード情報の取扱いについての記載を追加したことについては評価をしたいと思っております。

ただ、情報の漏えいなどは消費者の信頼を大きく損なうわけでありまして、また実際に複雑なトラブルなども発生しております。このシートを見ますと、事業者の自主規制あるいは社内体制の強化を図るということで、その辺での事業者の取り組みを注視していくということになっているんですが、例えば、私どもの方にありました事例などを簡単に御紹介いたしますと、出会い系のサイトを利用した相談者がクレジット決済というようなことでやったわけなんですが、法外な額の請求書がカード会社から届きました。ただ、これも実はドル建てで請求されておりまして、外国のサイトなども絡んでいるような状況であります。このサイト運営会社は決済代行会社と契約をしていて、この決済代行会社が海外などのクレジット会社と加盟店契約を行っている。勿論当然のことながら、相談者が契約しているクレジット会社とは異なるというふうに、インターネット上でのクレジットのトラブルというのは何社もの会社が絡んでくるなど、なかなか契約の取消しや料金返還に至らない環境にあるのが実態でございます。

また、私どもの調査では、サイト内の通信記録は一定期間で自動的に消去されるという模様でありまして、消費者は早急に申し出ないと何の証拠も残らない、サイト事業者の不当性を証明できないような場合も起こっております。確かにいろいろ複雑でして、これに対して法でどう対応するかというのはいろいろと知恵を出さなければいけないところもあるかと思うんですが、やはり当然、社会の動きに法の整備もきちんとしていかなければいけないだろうと、時代に取り残されないようにしていく必要があると考えます。したがって、割賦販売法の見直し・改正というのは是非ともやっていただきたい。業界からは大変な反発が出てくることも予想されますけれども、それをはねのけて、今申し上げましたようなことも含め、消費者トラブルの実態などを踏まえた詳細な検討を基に、強い決意で法改正に当たっていただきたいと思っております。

これは 41 ページの 20 番でございまして、続きまして、42 ページの 21 番に移ります。インターネットの商取引は確かに身近で手軽でございまして、誰しもいろいろと活用できるわけです。したがって、市場規模も急激に拡大していると。これは皆さん方も御案内のとおりなんですが、ただ、実際には取引の相手方とは非対面であるというようなこともありまして、実際にトラブルが起きたときにこれをどう解決するか、その点においての話し合いというのはなかなか円滑にされにくいという状況にあります。

また、誰でも参加できるというようなことで、必ずしも販売者が事業者であるとは限らないわけで、消費者も当然そういう立場になりうるわけですから、いろいろな問題が起きている。そういう中でトラブルの解決に当たるのが行政だけというのはなかなか難しいわけで、現実には非効率である。限界があるわけでありまして。

この点については、シートにもありますように、平成 16 年に ADR 手続の利用の促進に関する法律がございまして、ADR は自分の役割を果たすものとして当然期待されるわけでありまして、オンラインの ADR 機関の役割も同様に重要であると考えます。経産省は PC ネットワークに対しまして、経産省がなされた実証実験の成果を提供していると。この点については大いに評価をしたいと思うんですが、ヒアリングの際に私がお尋ねした点については、あいまいなお答えだったと記憶しておるんですけども、それはどういうことかと申しますと、シートの中の評価の欄にあります有効性についてなんですが、EC ネットワークが民間のオンライン ADR 機関として有効に機能していると、その辺の根拠というのはどういうものなのかということをお尋ねしたんですが、実態としては把握されているのは助言程度にとどまっていて、私の記憶に違いがなければ 500 件以上ぐらいかなというお話でございました。

それから、EC ネットワークがいろいろなトラブル解決などにどれだけの力を発揮できるのか、将来どういったことまで期待しているのか、この辺についてもお尋ねしたんですが、はっきりとしたお答えがいただけなかったと思います。

実際、東京都内でいろいろなトラブルの相談が持ち掛けられておりまして、大体今把握しているだけでも毎年度 300 件を超えるような苦情相談が来ております。いずれにしても、やはりこういったオークションなども含めてですが、消費者も当然自己責任を問われるということで、これまでの訪問販売のようにそういったトラブルが起きた場合に、消費者センターが入ってトラブルを解決するのではなくて、当事者の自主交渉となることが現状では一般的となっておりますので、やはり経産省としてもこういった EC ネットワークのような民間の ADR 機関を是非とも育てていただくというようなことで、そういった意味からもオンライン ADR 機関の認知度を大いに高めていただきたい。制度の内容も含めて、それぞれの存在、役割なども積極的に PR をしていただきたいと思います。また更に、EC ネットワーク以外にも、実際に民間のオンラインの ADR 機関もあろうかと思うんですけども、そういったところも是非紛争解決のノウハウなどを提供する対象としてお考えいただきたいと思います。

私からは以上でございます。

松本部長 ありがとうございます。

それでは、4人の委員の方からの意見表明等を踏まえまして、ほかの委員の皆様からも御意見を出していただきたいと思います。

原委員 自分がかかわっているものもありましたので、少し意見を補足的にお願いしたいと思います。山口委員からおっしゃられた貸し金のところですが、山口先生は網羅的に必要な事項を書いてくださっているんですが、やはり消費者センターが果たす役割というのは多重債務解決のためには大変大きいと思っております、消費者センターで今トラブルの状況を見ると、一つ高齢者トラブルが山のようにあって、もう一つは、貸し金なんですね。相変わらずずっと貸し金が私の地元の都内でもそうですし、それから、先々週島根県に行きましたけれども、島根県でも同様です。ですから、消費者センターの相談員の方々への研修というのでしょうか、金融庁が相談マニュアルを策定して6月に発表いたしますので、それに基づいての研修、それから、いろいろ啓発のツールも持っていらっしゃるの、啓発のところにも多重債務関連のことを盛り込んでいただくということを具体的にはお願いしたいと思います。

それから、もう一つが、割賦販売法の改正の話は私もメンバーではあるんですが、委員長が山本先生なので山本先生からも何かあるかと思いますが、特に個品割賦、契約書型のところに集中してやっていて、意見として申し上げたいのが、インターネットとクレジットのかかわりのところなんですが、確かにこちらの検証・評価のシートの方にはこの辺りのことをどうするのかと書かれていて、割賦販売法の改正を検討しているところでやりますというふうに回答してきているのですが、実態としてはとても時間が足りなくて、指摘はしてあるんですけども、具体的に何を書き込むかというところでは、顔が見える人が責任を取りなさいみたいなことしかまだ提案が出ていなくて、具体的にどこまで盛り込めるかなという感じがあります。私としては、今回の改正の中に盛り込むということもあるんですが、昨日も地元の区で相談員をやっていらっしゃる方ともお話をしまして、これまでのトラブルというのは相手方が見えたと。訪問販売にしても、電話勧誘にしても、問題があるよと言うと、そのまま連絡をしてセンターに来てくださいとか何とかとやっていたんだけど、ネットの取引は相手が見えなくなって、物すごく解決が困難になると。だけれども、これから増えていくのは本当にその分野だということは明らかで、顔が見えない相手から被害に遭うというケースですね。ここがネット取引の特徴と考えて、どのようにしていけばいいのかということですね。その中でクレジットが絡むものをどうしていくかということをやすべきで、まず、実態把握ですね。これは松本先生はずっと長く前々からやっていらっしゃる、取り掛かっていらっしゃるところでありますけれども、まずそこをやってみて、ネット取引で何が足りないのかとか、その中でクレジット取引については何を補充していくべきなのかということをやっていくべきではないかと考えておりますので、前回は申し上げましたけれども、大きな項目にさせていただきたいと思います。

以上です。

長田委員 先ほど原委員がおっしゃいました電子マネーですが、お財布携帯のような形とかでお買い物をしたときの個人の買い物の履歴とか、例えば、Google のようなところで検索をしたときの個人の検索をした履歴とか、あとはフリーメールみたいなものでメール内容を機械的に読んで、個人的な履歴に沿って、特定の個人に向けてある種の広告を集中して流すというシステムが今構築されています。この問題は多分利用している本人は、数日前も新聞載っていましたがけれども、ネットのお買い物で契約をしなかった人、そこまで見ていた人だけでも、結局買わなかった人に対して、それに関連した情報を流してお買い物の意欲を向上させるというような、そういう対象にされているということを消費者が認識しないままに、みんなが見ている広告だと思っていたら自分のところにだけ届いている広告というものに、これから非常に注意をしていかなければいけない時代になっていると思いますので、そういう視点から是非一度ちゃんと、この場なのか、どういう場になるかわかりませんが、内閣府だけではなく、勿論総務省や警察庁、いろいろなところと力を合わせて、どういう問題があるのかというのは是非検証していただきたいと思いません。

松本部長 いわゆる個人情報保護法ですね。プロファイリングがどこまで許されるのかという感じの問題だと思いますが、ほかに御意見ございませんか。

山口委員 先ほど出た保険の問題ですが、今、法制審で保険法の改正の審議がされているわけですが、保険業法の改正も含めて是非課題に入れていただきたいと思います。私自身、東京高裁で保険契約時に保険会社に相応の説明義務があるんだという判例をいただきました。本当に驚くのは、例えば、毎年300万円を30年間払い続けるという9,000万円の金融商品とか、あるいは100万円を15年間1,500万円払い続けるという金融商品がオーダーメイドで売られているわけです。不動産であれば2,000万円、3,000万円の買い物をするときには重要事項取引説明書があって、宅建の免許を掛けてそれなりの説明をなさるわけですが、保険についてはそういうルールが確立されていない。ですからなぜ9,000万円とか1,500万円という高額金融商品を勧めるのか、ちゃんと説明しないことが多い。しかも、消費者は金利に関心があるわけですよ。ところが、裁判になると、そんな虫のいい商品はあるわけないでしょうと開き直る。ところが、インターネットで調べてみるとちゃんとあるんですよ。ところが自らデータを開示しようとしません。そういう本当にいいかげんといいますか、説明ルールが確立されていない、あるいはわかりにくいという商品が今も売られておまして、金融庁でも努力されていると思うんですが、その辺まで目が届かないことがあります。特にわかりやすい説明義務の確立の問題。それから、これは政令には盛り込まれているんですが、ベストアドバイスルールが条文化されていないわけですが、その問題。それから、保険のブローカーには自分が取引をすることによって幾らの取引手数料が入るかということを知れば開示しなければいけないということになっているんです。先ほど来言っているような300万円を30年間あるいは100万円を

15年間という場合には、物すごい手数料が従業員に入るんですよ。これは本当にそうかと思うぐらいにマージンが入るし、ボーナスにも上乘せされるし、恐らく9,000万円の商品売ると1割ぐらいがいろいろな形で本人に入るのではないのでしょうか。それだけのマージンが入るんだということで、ブローカーだけではなくて従業員にもどれだけ手数料が入るのかというのを開示する義務を明示すべきではないかと思うんです。その辺のことを含めて保険制度の、特に業法の改善については是非課題に入れていただきたいと思います。

大河内委員 山口委員のおっしゃった多重債務のことなんですけれども、過払いの問題があって、過払いしているのに知らずにずっと返している方が、それを知っている方の何倍もいる。つまり9割ぐらいの方が知らないで、もしかしたら返さないで取り戻せるかもしれないというような方たちがたくさんいらっしゃるって、しかも、その方たちは相談の窓口にも行かずに暮らしていらっしゃるということがあるようなので、こういう人たちをどうやって、山口委員もおっしゃっていたんですけれども、相談窓口に行ってもらって取り戻すとか、もしくは清算するということをしていくのか、情報をどう届けるのかということに皆の知恵を集めなければ問題がすっきりいかないのではないかと思います。第一、不当な利益を得ているのに返さない業者の方たちがたくさんいらっしゃるわけですから、国の方で何とかしなければいけないのではないかと思います。

それから、長田委員がおっしゃっていた都道府県に権限を委譲する問題なんですけれども、相談員さんの数的には確かにおっしゃっているように少し増えているんですが、相談数も増えていますよね。自治体の中で消費者のことに詳しい職員さんというのはとても減っていて、この問題に関する予算も減っている、そういう状態なので、先ほどの情報をどう届けるかにもかかわってくると思うんですけれども、この辺も全体としては国の方が考えるべき問題ではないかと思います。

山本委員 長田委員の最初の御報告に関する19番の施策の関係で、オプトインについても検討すべきであるということをもし提示するのであれば、今回の項目の選定等のいきさつを詳しく把握していませんが、同じように平仄を合わせて特商法についてもやはり同様の記述があった方がよいのではないかということが第1点。

それから、保険契約法のお話も出ていましたが、消費者サイドからすれば、保険契約法においてなるべく任意規定ルールも盛り込めるような在り方で検討していただけるとありがたいのだけれども、なかなかどうも保険契約法の喫緊の課題というのがたくさんあって、それぞれが極めて難問であるということで、そういう部分がどうも進んでいないようですが、そういう視点もちょっと検討してもらおうとありがたい。それはなぜかということ、消費者契約法10条があるからであります。

それから、クレジットの関係でもいろいろ御意見がありましたけれども、山口委員などがプレゼンテーションされたようなことにつきましては、当該の委員会においても日弁連の委員の方から2回にわたって、かなり長時間を提供しまして詳細な提案をいただいております。現在審議しております。

今日出されたような御意見が実現するためには、やはり消費者サイドから決定打を当該の委員会で出していただくということが大事で、有効打が出ているかどうか、今後出るかどうかと、その辺りが重要ということであります。それぞれの問題が非常に難しい課題をはらんでおりまして、何か中小の業者へ配慮するかという御発言もありましたけれども、これは当消費者政策部会でも私は欠席しましたけれども、第1回の各省庁からのヒアリングの際にも、恐らく担当の方が述べられたかと思えます。そういう観点から検討しているということではなく、やはり制度として何が合理的かという観点から検討していると私は認識しております。

クレジットの関係で不正利用という問題もありました。これについても、その基本問題小委員会の検討事項になっていますが、基本問題小委員会という名前でありまして、すべての事項が割賦法改正で措置する問題という、必ずしもそういう前提でやっているわけではなく、私の感覚といたしますか、学者的あるいは比較法的感覚からいたしますと、クレジットカード不正利用の場合の責任分担の問題は、会員規約の問題であり、約款規制の問題で、消費者契約法10条の問題だろうと、私なりにとはとらえています。というのは、消費者信用法という枠組みの中では、比較的に見てもマンスリーカードは入ってきません。アメリカのような例外はありますけれども、基本的には入ってきませんので、基本問題小委員会の方でやるというやり方も当然あります。しかし、割賦販売法の枠内ということだと、マンスリーは入りませんのでそういうのがいいのか、あるいは私は消費者契約法でやるべきだと思うんですけれども、その後も含めてこれは総合的に今後検討していくべき重要な課題だろうと、これは私個人の意見であります。

以上です。

原委員 補足的に。私は委員で、山本先生が委員長でほとんど発言できないですね。今まで5回会を開かれているんですけれども、ほとんど事務局の説明とかヒアリングで終わっていて、本当のところ審議をしていないというのが私の実感なんです。弁護士会からは無過失共同責任の話が提案されていて、ハードルが越えられないと経済産業省に言われていて、それで今、山本先生がともかく決定打が欲しいというお話があったんですが、是非、消費者法検討を専門にしていられる先生方を総動員して、どういうふうに決着を図っていったらいいかということ、松本先生も是非御尽力をいただきたいと思っております。夏にまたパブリックコメントをとられると思いますけれども、よろしく願いしたいと思えます。

もう一点なんです、特商法のことについて言おうとしたんですが、施策13で、資料2-3を使って長田さんが、通信販売と電話勧誘販売に関しては、主務大臣の権限に属する事務を都道府県知事が行うことにしたということの検討が進んでいて、これも今日が締め切りでパブリックコメントがとられているんですね。前よりは進んで、自分が住んでいる場所というところが入ってきているんですが、これは少し都道府県の行政職員の方から言われてきていることなんですけれども、住んでいる場所だけではなくて勤務地も含めてい

ただきたくて、そういうことを考えると、単純に都道府県知事に権限を委譲するというような規定にしてもらえないだろうかということを聞いておりますので、一層パブコメをとられた後、検討を尽くしていただきたいと思います。

山本委員 済みません、時間が押していることはわかっているんですが、一言だけ。基本問題小委員会において審議はしていないわけではなく、通常の国生審と同じように半分くらいは資料説明、半分くらいは委員の審議時間ということで十分審議をしております。したがって、消費者サイドに対する激励として審議の中でしっかり決定打を打っていただきたいと、あくまで中立的な立場からの発言でありますので、そのように御理解いただければと思います。

松本部長 時間の関係もございますので、これより後しばらくはテーマを限定しないで、取引の問題も含めて結構ですから、今回のプレゼンテーションでは取り上げられなかったようなことも含めまして、どうぞ御自由に御意見をお出しいただきたいと思います。

宮川委員 先ほどもちょっとお話がありましたけれども、我々はいわゆる執行する側といますか、実際にいろいろな事務を行う側として、例えば、私どもの消費者センターの相談員なども拡充していかなければいけないだろうと私自身は思っているんですね。実際に多重債務者の問題もこれからどう東京都として取り組むのかということで、今内部でもいろいろと事務的な検討を進めているんですが、実際に相談一つとっても、勿論今までやってきているんですけれども、もっともっと踏み込んでお話を聞くような、それにふさわしい体制を整えなければいけない。ところが、人員要求をするにしてもいろいろ難しいんです。

先般も、あるところで非公式に井内課長にもお話ししたんですが、ソフト面というのはなかなか要求が難しいので、できれば費用対効果の面で相談員がもし仮にそこで相談を受けているいろいろな問題を解決した場合に、どれだけの経済的効果があるのかというようなものを測定して出していただけると、非常に我々ありがたいなと思っているんですね。説明も非常に難しく、「実際に被害も苦情相談も減らないじゃないか」というような、当然人員を抑える側からすればそれを言えば一番簡単なものですから、いや、そうではないと、これがなければどれだけ大きな影響があるかと言いたいわけですが。是非その辺をお考えいただいて、欲張りな言い方なんですけれども、我々人員要求とかいろいろな時期もありますものから、夏休みが終わるころぐらいに何か一つお出しただければありがたいなと思います。

松本部長 これは前からいろいろなところで出ていた消費者教育の効果がどう出ているのかを評価する基準が必要じゃないかということと全く同じですね。消費者政策がどれだけ有効なのかを評価するための指標づくりというものを是非取り上げていただきたいと思います。

原委員 本当にたびたびで申し訳ありません。環境問題についてなんですけれども、消費者団体の基本調査というものをやると、今最も関心があるものは何ですかと聞くと、食

の安全と環境問題が出てくるんですね。ただ、食の安全は少し食育の話辺りが入ってくるかと思うのですが、環境については環境ラベルの話だけで、すごく線が細いと思っていて来年度のサミットに向けて、それから、2010年京都議定書の約束の年次もやってくるということで、改めて、特に消費者生活の在り方がCO₂の抑制と資源を循環して利用していくということに非常に大きな役割を果たすと思いますので、前回フードマイレージの話をいたしました、表示とか機器の選択のところで情報提供の充実、暮らし方の提案、リサイクル、グリーンコンシューマーの育成、この辺りで少し課題を拾って、グリーンコンシューマーの団体もごさいますので、項目を拾ってここでも検討ができるようにしていただけたらと思っております。

以上です。

芝原委員 私のプレゼンの中でもちょっと触れたんですけども、検証・評価・監視シートの書き方なんですが、非常に狭い範囲で具体的な施策をやりました、完成しましたというのは、勿論各省庁さんは大威張りで書いていただいていたんですけども、ちょっと行が変わると「監査をしました」とか「検証しました」ということだけ書かれていて、何も具体的に見えてこないというのが、私のみならずほかの委員の方々からも御指摘が幾つかあったと思うんですけども、消費者基本計画なり検証・評価・監視シートの進め方、書き方は、誰にわかってもらいたくて担当のお役所は書かれているのかと。せっかく時間を使ってきちん書かれるんですから、何をしたんだということがもうちょっと国民にわかるように、個人情報とかだめな情報は勿論隠して構わないんですけども、もうちょっと書いていただくと、こういうふうになってくれているのかというのが、委員のみならずほかにも伝わると思うんですね。是非その辺は申し訳ないけれども、内閣府さんから叱咤激励して、トップランナー方式でも何でもいいですから、エンカレッジしていただきたいと思っております。よろしくをお願いします。

長田委員 2つあります。1つは、実は昨年も申し上げたと思うんですが、だんだん高齢社会が深刻になってきて、介護を受けている場合に介護用品の価格の問題とか契約の在り方とか、そこに一度きちんとした調査なりどういう問題があるのかという視点が必要ではないかと思っております。私ども方でごく少数ですけども、聞き取りの調査をしましたが、レンタルの際の価格が非常に高く、ただ、どれだけ長い期間レンタルすることになるのかというのは、どうとも予測できないことなので、一回一回結構高く長くレンタルしてしまうと、とっくの昔に変えてしまっているということがすごく多いんですね。その辺の問題もありますので、一度調査していただければありがたいし、契約しているケアマネージャーからの紹介でこの商品みたいなことになっているケースもあるのではないかと思いますので、一度調査していただきたいと思っております。

それから、今年2回目ですが、検証・評価のやり方、今、芝原委員もおっしゃいましたシートの在り方などを2年経ちましたので、内閣府として検証・評価をしていただいて次年度につながるように、やり方が去年と今年で少し変わりましたけれども、それから、シー

トの分量も1枚にということはかなり制限があったと思いますが、それがどうだったのかというのをきちんと検証・評価していただいたものを6月に是非出していただいて、来年どういう形でやるのがいいのかというのを我々が話し合いができるような材料を出していただければと思います。

松本部会長 ほかに御意見ございませんか。

山本委員 これは中・長期的な課題にかかわることですが、今の時間帯は比較的自由に発言してよろしいということですので、時間があるようですのでお許しいただきたいと思えます。このシートを拝見しまして、各分野においていろいろな施策も10年前と比較した場合格段に充実してきておりまして、特に、この分野横断的・包括的な視点に立った取引ルールづくりにおいても、行政ルール、民事ルール両方含めて非常に拡充してきているということを実感するわけです。しかし、まだそれぞれ不十分なところは多々ありますので、それをそれぞれの分野において充実していくという流れは今後も続くであろうと思えます。そのことを着実に実施すると同時に、長期的な展望として今後の消費者契約分野における民事法の在り方というものをどういうふうにするべきかということ政府全体で十分検討することが必要ではないかと考えております。

私などが仲間の民法学者と雑談するときに出てくる意見として2つの構想があります。1つは、2階建て理論というものでありまして、この民事ルールの拡充に非常に重要な役割を果たした立法として、製造責任法と並んで消費者契約法というものがあるわけです。この1条に規定されている理念というのは誠に画期的なものだと思いますし、従来の個別法ではない、まさに包括的な民事ルールとして勧誘取消しの問題と不等条項の問題に切り込んだということで、5年にわたる長期の期間を費やしましたが、非常に意味があったと思っているわけですが、その消費者契約法については過渡期の存在だという意見を聞くことがあります。つまり、2階建てということですから、民法が1階建て、2階は個別法という構想であります。民法についても債権法大改正というようなことが一方において進行しておりまして、それがどういうふうになっていくのか、そしてまた、個別法も個別法で今非常に進展しております。その中で、私は実は2階建て理論ではなくて3階建て理論と申しますか、3層構造説というものを立てているわけなんですけれども、2階は何を引き受け、今後長期にわたって何をやっていくのかということ展望しながら、そういうルールの充実努めることが必要ではないかと考えているわけです。

2階建て理論は、民法の方においても消費者保護的なマインドを入れ、あるいはそれが十分反映されるような柔軟なルール、消費者の情報の非対称性とか交渉力の不均衡を考慮できるような民法の在り方にしていく。他方、一般法で手当できない事項については、個別法でいくものだと。そうすると、2階の部分はだんだん自然消滅していくという考え方があります。

私は、そういう考え方よりも、民法は私法の一般法、消費者契約法は消費者契約の一般法で十分今後も拡充していくし、意義は消失しないであろう。しかし、一般法では解決で

きない課題が多々ありますので、それは個別法でやると。そういう考え方がよろしいのではないかと考えているわけです。

そして、消費者契約が制定されたときには民事ルールのさまざまな種類のうち、クーリングオフと抗弁権接続の問題については、それぞれ個別法分野で先占されておりまして、その当時、消費者運動サイドからは消費者契約法でクーリングオフなどもやるべきではないかという御意見もありましたが、そこは仕分けをして、こちらは取消し権、不等条項規制ルールという形で一応分担をして、一応の整理をして発足したわけでありまして、2004年に特定商取引法の改正が行われまして、そこで民事ルールの液化化現象が始まったように思うわけです。本来、取消しのルールは言わば契約をしたその契約の拘束力から離脱する要件をどう定めるかということで、経済社会の取引ルールの言わば背骨に当たるルールでありまして、それが1階建ての民法にも詐欺・脅迫、取消し、錯誤無効という形であり、2階部分に誤認・困惑取消しがあり、3階部分に誤認取消しがあるということで、非常に複雑な形になっているわけですが、実は2004年特商法改正で実現された内容は、消費者契約法の審議の中でもかなり主張されていた中身であるわけで、私は産構審の審議会でも述べておりますが、それは本来は一般法マターだと思うわけです。しかしながら、今の動きというのはある意味では2階建て理論の考え方を思わせるような動きが進行しておりまして、例えば、指定商品、指定取引、指定給付を見直すであるとか、あるいは今、特商法では手当をされていない団体訴権をそちらに導入するというような形で、消費者契約法が5年掛かった、団体訴権は2年ぐらい掛かった、そういう成果を3階部分にどんどん移植されていくという方向にあります。

消費者契約法は一般法ですから、どうしても動きが比較的鈍調にならざるを得ない。個別法は極めて軽やかなステップで毎年毎年改正されていくわけでありまして。そういうふうに軽やかなステップで拡充していくということ、この動きはまさに2段階理論が言っているようなテーゼを裏書きするようなテーゼであるわけです。しかし、私のとっている3層構造論からすると、やはり消費者契約法に場当たりのでなく、理論的評価に耐え得るルールをしっかりと構築するという役割を期待したいと考えております。そのための具体的な工夫は中・長期的に政府として、あるいは国民生活局として検討していただきたいと思いますが、やはり本来一般法的なルールで仮に個別法にあるようなことについては、消費者契約法で十分そのぐらいはやるべきことなんだということで、逆に消費者契約法に入れていくとか、いろいろなやり方があると思います。以上は政府並びに国民生活局に対する激励として聞いていただければと思います。

松本部部长 ありがとうございます。大変理論的なお話でした。ちなみに、私は1階と2階の天井を取っ払って、天井の高い1階建ての民法にすべきだという立場でございます。

ということで、これは将来の話でございますが、あと残りの時間につきまして、消費者

教育の推進に関する提言の骨子について御検討をいただきたいと思います。事務局から骨子案をお出しいただいておりますので、御説明をお願いいたします。本日は、骨子案について御議論をいただくとともに、盛り込むべき内容について御意見をいただきたいと思います。本日の御議論は時間が限られておりますので、必要があれば6月5日の火曜日までに事務局あてに御意見をお出しいただきまして、それらを踏まえて提言案をお示しし、次回の部会で提言を取りまとめるということにしたいと思います。

それでは、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、資料4「消費者教育の体系的推進について(骨子案)」ということで提示させていただいております。大きく3つの部分に分かれております。

まず、「1.消費者教育をめぐる状況」ということでございます。次に「2.消費者教育推進上の課題」ということでございます。「3.消費者教育の体系的な推進のための方策」という3つの柱で構成したらどうかという案でございます。

まず、消費者教育をめぐる状況でございますけれども、構成要素としては3つありまして、「 」の1つ目ですが、消費者基本法での記述が規定されているという状況。2つ目としましては、消費者教育のこれまでの簡単な評価でございますけれども、一定の成果はあるものの必ずしも十分な成果が上がっていないという指摘があるということで、一定の評価があるのではないかとということでございます。3つ目、現在の状況ということで、これも3つ。1つは、消費者トラブルの一層の複雑化・多様化という中で、学校教育の場など既存の機会だけでは十分な対応が困難になってきているのではないかと。2つ目としましては、国民の間でどのような内容を学ぶべきかについて、必ずしも認識が共有されていなかったことがあるのではないかと。更に、若干性質は異なりますけれども、悪質商法あるいは多重債務問題などへの重要な解決策として、消費者教育というものへの期待が一層高まっているということが、十分ではないと言われている理由の一つではないかと考えられるということでございます。

次に「2.消費者教育推進上の課題」ということでございますけれども、ここは平成17年度の研究でまとめたものの大きな目標の一つをとっておりますけれども、「基本的には」ということで消費生活に関して自ら進んで必要な情報や知識を収集・修得し、自主的かつ合理的行動できる消費者を育成することだということ、更に実際にどういう分野でどういう人生の段階で、年齢層、階層別でということに記述を書いております。

あと、課題としましては(1)年齢段階別の課題。

(2)消費者教育の手段や基盤の重要性があるので、ここが課題となっているのではないかと。

(3)としまして、各種対語との取り組みの強化とコーディネートしていくと。各主体同士の協力あるいはつながりをしっかりする機能が重要なだけけれども、そこをどうするか、しっかりと機能させていくかということが課題ではないかとということでございます。

その課題に沿って仮にということでございますけれども、今の3つの課題への対応ということで記述が必要ではないかとということでございます。構成でございますけれども、(1)

学習者の年齢段階に対応した推進方策。これは現在、委員の方々の一部には入っていただきましたけれども、平成 18 年度の研究成果を記述をするのが適切ではないかということで考えたらどうかということでございます。

(2)も同様でございますが、消費者教育の手段や基盤の整備ということを教育の担い手、教材、情報の収集・発信ということで整理してはいかがかということでございます。

(3)消費者教育における各主体の取り組みとコーディネート機能の強化ということで、それぞれ行政、消費者、事業者、NPO等という形で柱立てをしまして、特にこちらには書いておりませんが、行政のところでは現在コーディネート機能の強化ということは平成 18 年度の報告書で提言していただいております、それを具体的にどうするかということにつきましては、もっと掘り下げる必要があるのではないかと。幼児期とか児童期、少年期、成人期においても指摘がありましたが、特にコーディネート機能についてはどういう仕組みをつくったらいいかというものを具体的に提言して、それを推進するのが重要ではないかと、そういうことを盛り込んだらいかがかということでございます。

簡単ですが、以上でございます。

松本部会長 ありがとうございます。

ただいまの御説明につきまして、御質問・御意見をお出してください。

山口委員 今、日弁連でも検討中でして、ちょっと6月5日には間に合わないので個人的な意見として途中のものを出したいと思っております。正直言います、今のご説明では、抽象的過ぎまして、何をどうしてほしいのかがよくわからない。言葉としては学習指導要領、今文科省が作成検討中のものがございますね。これはたしか7月に改訂時期が迫っているので、弁護士会としては文科省に学習指導要領の中にこういうふうに具体的に盛り込んでほしいという要望を出すつもりではいるんですが、やはりこういう場の議論でも文科省に対して、あるいは文科省がつくる学習指導要領にどういうふうに盛り込まれるかというのは、現場の先生たちに対する関係では非常に重大なところなので、やはりそこを言っていたかかないと余り意味がないのではないかと。

それから、勿論学校教育においては、先生方にどう理解を求めるかというのが非常に重要なので、教職員への研修の充実の視点がないなと思われました。

以上です。

宮川委員 ただいまの山口委員のお話と同じようなことになるんですけども、この骨子案自体は非常によく整理されていて、中身的にはよくわかるんですが、実際のところではどうなのかな、本当に役立つのかなという点では、かなり疑問がある部分があります。実際に、例えば、現在の家庭科基礎の教科書などを開いてみますと、消費者関係の問題などはどちらかというと後ろの方に、教える手順からそうなるのだろうとは思いますが、かなり後ろの方なんです。確かに、指導要領にも現在でも若干記載もあるわけですが、標準的な年間の授業計画などを見ても、結果として教科書の後ろですから2月か3月なんです。我々の経験からしても、大体2月、3月というのはどんな授業が一般的に行

われているかと言えば、かなり駆け足で進んでいってしまうだろうというようなこともあります。

また、どちらかというところ、家計の収支とかそういった管理のところはかなり主眼が置かれていて、今現実には起きていることについての問題をはっきりとさせるという点では、力不足なのかなと思っています。特に、多重債務者の問題なども読んでみるとおもしろいんですが、やはり家計について放漫なことをやっているところなるよということで、多重債務者の本質の問題、例えば事業者が一生懸命になって何とか運転資金を確保しようと、しかし、うまく信用をつなぎ止めようということで次から次へと借りていくというような実態なども、実際には浮き彫りになっていないというような感じもしていますので、この辺が先ほどのお話のように文科省に真剣に考えていただかなければいけないのではないかと。指導要領に一応そう書いてあるから、それでいいんだということで果たしていいのかなと。

同じように、3の(3)にありますけれども、我々の方でもいろいろな教材ができていますね。ヒアリングでもちょっと申し上げたんですが、せっかくつくったものが実は実際に使っていただかなければいけない学校の現場に届かない。届かないのでは意味がないんじゃないかということで、ちょっと私もしゃべりながらかなり憤りを感じて、かなり頭に血が上ったんですけれども、その辺も本当にやっていただかなければいけないんじゃないかと。各自治体も本当に一生懸命考えてやってくださっているのに、この辺をいかに生かすかということ、できればこのところにも少し反映していただければなということでございます。

長田委員 この2枚を読んでいて、まず大きく感じますのは、消費者教育をやりたいと思っている人に対しては、ポータルサイトなりコーディネート機能なりということで、これがうまくいけば非常にいいのだと思いますが、本来は熱心にやっていただきたいんですけども、消費者教育に無関心である人々がまだまだ多いのも現状で、その人たちにどういうふうに必要な性を伝えて、喚起して、実際に取り組んでいただくかということをもう一つ入れないと、一生懸命やろうとしている人の便利さだけで終わってしまうのかなと思います。

山口委員も宮川委員もおっしゃいましたけれども、なかなか記載の仕方が難しいのだと思います。文部科学省への働き掛けについては、国政審のここでまとめるのであれば、やはり記述は必要だと思います。

東委員 時間がないところで申し訳ありません。今、各委員から出た御意見、抽象的過ぎるとかいろいろございますけれども、基本的には私は今年度検討した内容に基づいてまとめはなされるべきだと思います。ですので、今いただいた御意見というのは、どこかに入れ込めるところは入れ込むべきだろう、あるいはこれから出てくる意見もそうかと思えますけれども、最初に消費者教育の総合的な推進についてポンチ絵が何かで全体を示していただいて、そこをピンポイントでそれぞれやってまとめをしたわけですから、やはり内容はそこから余り逸脱したものでなくて、今お示しいただいたようなものがベースになっ

てしかるべきだろうと思います。

しかしながら、今いただいた御指摘は確かにそのとおりだと思いますので、そういうものを最初の消費者教育をめぐる状況をどうとらえるかとか、あるいはもうちょっと現場に届くような課題としてどういうふうにそこを表現できるかという形で工夫して、本当に切実な問題ということが伝わるような表記の仕方を工夫すればと思います。

以上でございます。

品川委員 1つだけですけれども、各委員の御指摘、学校教育についての御指摘が多かったように思いますが、成人期というのは実は大変重要性も高い部分でもあると思います。2ページ目の3の(1)の成人期の方策、職場におけるということだけ書かれているんですが、同時に成人期における地域なりあるいは家庭なりという場面でも、まだまだ大変不十分ということがあのような気がしておりますので、職場ということだけでなしに成人期の方策ということは少し広げて重視していただく必要があるのではないかと思います。

原委員 報告書を送っていただいて、関連する報告書も送っていただいたので、この年度は大変膨大な調査とか研究をなさったということは大変評価したいと思っております。今回これをまとめられたということも非常に重要だと思いますが、この次の年度、これをどう具体化していくかということこそ是非その次の課題として掲げていただきたいと。文部科学省とか各省庁に働き掛けることと、自治体へ働き掛けるということがあると思っておりますので、この具体化策を次年度の課題にしていきたいと思っております。

御船委員 責任上、発言させていただくとともに、1年目は個人の発達にとってどうかという、言わば消費者というところに正面切って頑張って、そして、4つの柱という言わばわかりやすくということ念頭にしながら整理した。

更に、2年目は個人を中心にしながらも、生涯とか消費者教育の内容に関して4つの柱を更に細かくして、言わば消費者行政としての消費者教育のインフラをやっとつくったということで、ここにいらっしゃる委員はその普及に努める責任とわかりやすくそれぞれの場で消費者教育をどういうふうに具体的に推進するかという、今非常に有益な、実際のところとか文科省に働き掛けとか、無関心な人にどういうふうに働き掛けるのかというのはそれぞれ現場を持っていらっしゃる委員もいらっしゃるし、そういう意味で法学的な視点からの先ほどの示唆なども消費者教育に入れるということで、インフラをどういうふう膨らませるかというそちらの議論を是非皆様からのお知恵で発展させていくということが平成19年度は非常に重要だと思いますし、是非お教えいただきたいと、これはお願いです。

以上です。

松本部長 ほかにも御意見ございませんか。

もしございませんようでしたら、ちょうど予定の時間でございますので、消費者基本計画の検証・評価・監視につきましては、一昨日、本日の部会における意見表明及び討議、また、欠席されておられます委員の御意見等も踏まえまして、昨年と同様、事務局において各省庁と調整を進めていただくとともに、その状況につきまして委員の皆様へ逐次報告

をしていただくということを通じて、報告書の取りまとめを行ってまいりたいと思います。委員の皆様には御多忙のところ誠に恐縮ですが、6月下旬の取りまとめに向けた御協力を引き続きよろしくお願いいたします。

最後に、事務局から連絡事項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につきましては、6月下旬を予定しております。日程・場所等につきましては、追って御連絡を差し上げたいと存じますが、事務局として大変委員の方はお忙しいところで、昨年と同様なのですが、メール等で御連絡をとるということになる場面が多いと思いますけれども、非常に御迷惑をお掛けしますが、何とぞよろしくお願いいたします。

松本部部长 ありがとうございました。中一日を置いて再びお集まりいただきまして、誠に御迷惑をお掛けしました。

本日はどうもありがとうございました。