

国民生活審議会消費者政策部会（第16回）

平成15年2月21日

内閣府国民生活局

国民生活審議会消費者政策部会（第16回）

平成15年 2月21日（金）9:30～12:00

中央合同庁舎第4号館第4特別会議室

議事次第

- 1 開 会
- 2 消費者団体の役割と消費者団体訴訟制度
- 3 その他
- 4 閉会

配布資料

- 資料1 消費者団体の役割と消費者団体訴訟制度（論点ペーパー）
- 資料2 消費者団体の役割ならびに消費者団体訴訟制度について（加藤委員御意見）
- 資料3 消費者組織に関する意見（田中委員御意見）

国民生活審議会消費者政策部会委員名簿

部会長	落合 誠一	東京大学大学院法学政治学研究科教授	
委員	有馬 真喜子	国民生活センタ - 会長	
	岩田 三代	日本経済新聞社編集局生活情報部長	
	浦川 道太郎	早稲田大学法学部教授	
	加藤 真代	主婦連合会参与	
	田中 尚四	日本生活協同組合連合会副会長	
	野村 豊弘	学習院大学法学部教授・常務理事	
	福川 伸次	株式会社電通 顧問	
	福原 義春	株式会社資生堂名誉会長	
	松本 恒雄	一橋大学大学院法学部研究科教授	
	茂木 友三郎	キッコ - マン株式会社代表取締役社長	
	山中 博子	全国地域婦人団体連絡協議会理事	
	臨時委員	浅岡 美恵	弁護士
		伊藤 穰一	ネオテ二 - 株式会社代表取締役社長
大羽 宏一		大分大学経済学部教授	
高 巖		麗澤大学国際経済学部教授	
高橋 宏志		東京大学大学院法学政治学研究科教授	
鍋嶋 詢三		社団法人消費者関連専門家会議顧問	
宮部 義一		経済団体連合会経済法規委員会消費者法部会長	
山本 豊		上智大学法学部教授	

国民生活審議会第16回消費者政策部会出席者

部会長	落合 誠一	東京大学大学院法学政治学研究科教授
委員	有馬 真喜子	国民生活センタ - 会長
	岩田 三代	日本経済新聞社編集局生活情報部長
	加藤 真代	主婦連合会参与
	田中 尚四	日本生活協同組合連合会副会長
	野村 豊弘	学習院大学法学部教授・常務理事
	福川 伸次	株式会社電通 顧問
	松本 恒雄	一橋大学大学院法学部研究科教授
	茂木 友三郎	キッコ - マン株式会社代表取締役社長
臨時委員	浅岡 美恵	弁護士
	大羽 宏一	大分大学経済学部教授
	鍋嶋 詢三	社団法人消費者関連専門家会議顧問
	宮部 義一	経済団体連合会経済法規委員会消費者法部会長
	山本 豊	上智大学法学部教授

以上 14 名

落合部会長 それでは、ただいまから第 16 回国民生活審議会消費者政策部会を開催したいと思います。

お忙しい中、お集まりいただきましてありがとうございます。

本日のテーマは、消費者団体の役割と消費者団体訴訟制度という非常に重要なテーマについて御議論いただきますが、本日の出席者は 14 名ということであります。まだ、お見えでない方もいらっしゃるかもしれませんが、追っ付け来られるということで始めたいと思います。

まず、最初に事務局より資料の説明をお願いいたします。

中村消費者企画課長 それでは、資料の説明をさせていただきます。

お手元の資料でございますけれども、資料の 1「消費者団体の役割と消費者団体訴訟制度（論点ペーパー）」というものを中心に御説明をさせていただきます。

なお、以下御参考に、資料の 2、資料の 3 ということで加藤委員、それから田中委員からいただきました御意見を併せて配布させていただいております。

なお、浅岡委員から、韓国の実情調査を行われた際の関連資料ということでいただいております。

それから、前回のときに環境問題についても御議論いたしましたけれども、そのときの参考の資料ということで『グリーンコンシューマー』というところが出しているパンフレットを参考までということで、加藤委員からいただいておりますのでお配りさせていただいております。

それでは、資料の 1 の論点ペーパーに基づきまして御説明をいたします。

全体としまして、2 つのパートに分かれておりまして、1 つ目が消費者団体の役割ということで、消費者団体そのものの現状、それからそれに関する論点をまとめております。それから後段でございますけれども、こちらの方で消費者団体訴訟制度そのものにつきまして、この制度を巡る議論の背景の整理、それを踏まえて論点という形で整理をいたしております、その順番で御説明をいたします。

では、1 ページ目でございますけれども「Ⅰ．消費者団体の役割」ということで、まず「1．消費者団体の現状」ということでございます。

「（1）我が国の消費者団体の現状」ということで、ポイントを①から⑧ぐらいまで整理をさせていただきます。

まず、日本の消費者団体でございますけれども、内閣府の調査によりますと、全国で約 4,700 団体ということになっておりまして、構成員としては 100 人未満という比較的小規模なものが多いということでございます。

なお、消費者団体もいろんなものが含まれておりまして、内閣府の調査で一応消費者団体という定義に当たるであろうものをピックアップしておりますので、100%かどうかという問題がございますけれども、大体 1 つの目安になろうかと思います。

なお、消費者団体全体としては約 4,700 ございますけれども、それ自身は設立年代といったものを見ますと、やはり昭和 40 年代、50 年代といったところに設立されたものが多いという状況になっております。

また、最近の昭和 60 年以降の動向を見ましても、昭和 60 年以降にできたものが、現在、全体の 4 分の 1 ぐらいになっているということで、トータルの中では動態と言うんでしょうか、新しいものもできてくるという動きがあるということが伺えるかと思えます。

団体のステータスでございますけれども、法人格を有しているというところは非常に少なく、任意団体として活動されているところが多いということでございます。それから財政基盤については、なかなか活動資金等が十分ではなくて、いろいろ御苦労されているということでございます。

また、人材のスタッフの面についても、スタッフ全体の数の問題、あるいは専門性、あるいは専門家との連携というところで、必ずしも満足な状況には至っていないというふうに向っております。

消費者問題に関して、団体がやっておられる活動内容でございますけれども、これはいろいろなものにまたがっておりまして、消費者啓発が約 3 割ぐらい、そのほかに後ほども触れますけれども、バザー等の経済活動、それからリサイクルといったことの活動をいろいろ幅広くされておりますけれども、その中で本日の議題にも関係いたします、苦情処理のような活動、これは約 3 %ということで、比率としてはあまり高くないということでございます。

先ほども少し申し上げましたけれども、消費者団体と申しまして、個別にはいろんなものがございまして、活動目的でありますとか、あるいは組織形態、法人格等、非常にバラエティーに富んでいるということで、なかなか一口で消費者団体と申しまして、非常に多様性があるということを確認する必要があると思っております。

なお、このような消費者団体に対する法的な位置づけと言うんでしょうか、そういうものでございますけれども、現在の消費者保護基本法におきましては「国は消費者の健全かつ自主的な組織活動が促進されるよう必要な施策を講ずる」という定め方になってございます。

以下、関連の資料を付けさせていただいておりますけれども、右側の 2 ページの参考の 1 は、今申し上げましたようなことで、消費者団体の団体数、それから会員数の状況をグラフで示しております。

また、参考の 2 の方では、大体どのぐらいの数の会員がということでございますけれども、やはり 100 人未満というところが半数近くになっているという状況でございます。

1 ページおめくりいただきまして、3 ページ目でございますけれども、参考の 3 で、先ほど申し上げました消費者団体を設立年代別に見てみますと、このようなことになっておりまして、昭和 40 年代、50 年代という辺りに非常に多いという形になっておりますけれども、最近においても、大体 716 団体、あるいは 328 団体というのが 60 年以降できてきております。

下の参考の 4 ですが、これは法人格を有する団体の関係でございますけれども、全体のところをごらんいただきますと、法人格なしというのが 99% ということで、任意団体的なものが実際には多いということでございます。

右側の参考の 5 でございますけれども、消費者団体の予算規模、あるいは職員数というものを先ほど申し上げました、内閣府の「消費者団体の概要」という調査の中で、わかる範囲でピックアップ

ップをいたしました。

これは、全国的に活動している中央団体 30 団体についてデータがございましたので、それにつきまして予算の状況、それから職員数の状況を書いてございます。

下の方の職員の状況を見ますと、やはり 1 人から 4 人という辺りが非常に多いということでございます。

なお、上の方に予算の分布が載っておりますが、これは任意に御回答いただいたところだけをピックアップしておりますので、無回答のところもかなり多いということと、ものによっては割合大きな額のところも載っておりますけれども、実は 30 団体と申しまして、非常にいろんなものがございまして、4 ページの一番下の方に備考の 2 として書いてございますけれども、ここで言う 30 団体というものの中には、少し小さな字で恐縮でございますが、下の方に書いておりますような団体が非常に入っております。

ごらんいただくとわかりますように、いわゆる普通にイメージをする消費者団体のみならず、非常に多様なものも含まれているということでございますので、その関係もあって、若干予算的に大きいようなものも入ってきているということに御留意をいただきたいと思えます。

1 ページおめくりいただきまして、5 ページ目でございますけれども、消費者団体の活動内容ということでございまして、先ほど申し上げましたように、消費者啓発、機関紙の発行、あるいはパンフレット、講習会といったところが 3 割ぐらいで非常に多いということでございまして、大きいところではバザー、共同購入といったような経済活動、あるいはリサイクル、ボランティアといったような多様な活動をされておると。

その中で商品テストとか、調査活動、あるいは苦情処理といったようなものは比率としては低いという現状になっております。

先ほど消費者団体も非常に多様なものがあるということをお申し上げしましたけれども、その 1 つの例といたしまして、6 ページ目の参考の 7 ということで、ここでは幾つか、先ほど申し上げました「消費者団体の概要」に載っておる個別のデータの中で、当部会でも御参加をいただいております主婦連さん、地婦連さん、生協連さんのデータを載せさせていただいております。

最近できてきた新しい団体の例ということで、NPO 法人の「消費者ネット関西」というものも資料に付けさせていただいておりますので、こうやってごらんいただきますと、それぞれいろんな各団体によって活動状況あるいは特徴というものが出てきているというふうに言えるかと思えます。

したがって、消費者団体といっても非常にいろんなタイプのものがあるという 1 つの参考でございます。

下は、消費者保護基本法の条文でございます。

以上が、日本の消費者団体の状況でございますけれども、諸外国の消費者団体というものはどういう状況なんだろうかというのが次の 7 ページでございます。

ここでは、①から⑤まで 5 項目書いてございますけれども、EU のアムステルダム条約という中で、消費者団体を組織する権利というものが規定されているということが 1 点ございます。

個別の諸外国で見ますと、憲法あるいは消費者保護関連の法令というものにおきまして、消費者団体の権利といったものが規定されている国も見られます。

先ほど日本の消費者団体のところで申し上げました財政基盤のところでございますけれども、これも団体によっていろいろでございますが、会費収入あるいは出版物収入といったもので、かなり多くの活動資金を確保している例がございます、イギリスの消費者協会、あるいはアメリカの消費者連盟といったところでは、かなりの会員からの会費収入というものを得ていると。

出版関係では、例えばフランスの消費者同盟でありますとか、ドイツの商品テスト財団、アメリカの消費者同盟といったところで、例えばイギリスの『“Which?”』でありますとか、いろいろ有名な出版物もございまして、そういうものからの出版物の収入といったものを基盤にしているところもございます。

人材面で見ますと、専門的なスタッフを内部で抱えていたり、あるいは外部との連携を図ると、弁護士さんも含みますけれども、そういった例が海外では見られております。

活動内容でございますけれども、政府の政策立案への関与でありますとか、商品テストの実施、あるいは情報提供等々の活動をされておりますし、後ほどまた出てきますけれども、団体訴権を活用して消費者被害の救済といったことに対する役割を果たしておられるということもあるということでございます。

右側の8ページの方の参考の10に、今、若干申し上げましたけれども、諸外国の消費者関連法において消費者団体関連の規定がどんなようなものがあるかということを幾つか例を挙げてございます。

次の9ページでございますけれども、参考の11で、今、若干御紹介を申し上げました幾つかの海外の主要な消費者団体をピックアップしまして活動状況を整理いたしております。これをござらんいただきますと、それぞれ会員数もそこそこの数に達しておったり、あるいは財政基盤というところでも、例えばイギリスの消費者協会は『“Which?”』という有名な出版物でかなり収入を得ているとか、フランスの『“Que Choisir”』とか、あるいはアメリカの消費者同盟の『“Consumer Reports”』といったようなものによる出版物収入といったものもあるということでございます。

次に右側の10ページ目でございますけれども、今、見てきましたような我が国や、さまざまな海外の消費者団体の状況というものをみてきたわけでございますけれども、そういったものを踏まえて、消費者団体の役割というものに関する論点を幾つか掲げてございます。

まず、論点の1でございますけれども、が2つございますが、1つ目は、やはり消費者個人ではなかなか必要な情報入手をしたり、あるいは救済を求めるといったことに困難な面もございますので、消費者団体の果たすべき役割というものが非常に重要なのではないかということ。

それから、それは具体的にはどういう役割を果たすべきかというのが2つ目のでございます。

ここでは1つの例としまして、消費者の権利といったようなことと少し関連づけて整理をしてみましたけれども、1つは情報あるいは知識といったものを得るという面で消費者個人ではなかなか限界があるということで、消費者団体が情報の収集・発信、あるいは教育、啓発といったよ

うな役割を果たすということが考えられるのではないか。

それから、消費者の意見といったものを政策に反映させていくという面でも、個人ではなかなか難しい面がございますので、消費者団体の役割が考えられるのではないか。

それから被害の防止・救済といった面で考えましても、なかなか個人では難しい点がございますので、1つは市場の監視者ということで常にウォッチをするという役割、あるいは何か実際に被害に遭った場合に、救済の活動を支援していくと、こういった役割が例として考えられるのではないかということで、こういった役割を果たすべきかということについて御議論をいただければと思っております。

なお、その下に参考の12ということで、ドットを書いた絵がございますけれども、これは横軸と縦軸がございますけれども、横軸の方は、いろんな消費者団体がどんな活動を行っているかという%を示しております、例えば苦情処理というポツが左の方にございますが、これは全体のうちの十数%ぐらいの消費者団体がやっておられると、逆に一番右の方に、講習会・見学会等の開催というポツがございますけれども、これは全体のうち八割近いところが実際に活動をされているという見方でございます。

一方、縦軸の方でございますが、これは消費者団体にどういうことをやってもらいたいという別のアンケートがございます、言ってみれば、そのニーズということになりますけれども、その%を縦軸にしております。

したがいまして、例えば商品テストでありますとか、苦情処理といったものについては、力を入れてやってもらいたいという活動項目としてかなり高いニーズがあるわけですが、実際にやっている団体は十数%にすぎないということでございまして、なかなか因果関係は、どっちがどっちというのは難しいんですけれども、現状としては、そのニーズと実際の活動というものに若干のミスマッチが見られるということでございます。

次の11ページでございますけれども、消費者団体に関連する論点の2つ目ということでございまして、今申し上げましたようなことで、いろんな消費者団体の役割というものがあるわけですが、それを十分に果たすために解決すべき課題といったものとしてどういうものがあるのかということでございまして、ここでは人的基盤のスタッフの問題、それから財政的な問題、それから情報をいかに取るかという問題、それから法的なステータスの問題といったものを1つの例として書いてございます。

こういったことにつきまして、消費者団体の役割、それから役割を果たすための解決すべき課題といった点について御議論をいただければというふうに思っております。

以上が消費者団体の役割に関するパートでございます。

恐縮ですが、1枚おめくりいただきまして13ページからでございますが、ここからが「消費者団体訴訟制度」のパートでございます。

まず、消費者団体訴訟制度を巡る議論の背景ということでございまして「(1)消費者被害の状況」というところから見てみようということでございます。

ここでは、①から⑤まで書いてございまして、これまでも部会でいろいろと御紹介をしている

点もございますけれども、まず、被害そのものが①にありますように急増しているということでございます。

被害の中身もいろんな面から見てますと、②にありますように多数被害ということで非常に多くの被害が出る、つまりどんどん被害が拡大していくといったような悪質な事件というのが、豊田商事なんかも含めまして繰り返し生じていると、あるいは約款の使用ということに伴う被害、こういったものも引き続き起こっている状況があるということでございます。

③に少額被害ということが書いてありますけれども、なかなか訴訟に踏み切るまでにはどうかと、躊躇するぐらいの額の被害というものも多いということでございます。

それから手口そのものが悪質化、巧妙化しているということ。

それとも関連をいたしますけれども、高齢者をねらったような商法といったような、いわゆる弱者ねらいのような悪質な商法も増えているということでございます。

その関連の資料を若干付けさせていただいております、14ページの参考13、これはこれまでも何度かお示ししておりますけれども、消費生活センター等に行きます苦情相談の総件数の推移で、非常に増え続けているということでございます。

その逆の面から見たものが参考の14でございます、これはアンケートでございます、この1年間で購入した商品、あるいはサービスといったものに不満を持ったり、あるいは実際に被害を受けたといったことがありましたかということ聞いたアンケートでございますけれども、45%ぐらいがそういう経験があったということでありまして、やはり消費者問題に関する被害というのは、かなり潜在的にも大きいのではないかと伺えるわけでございます。

1枚おめくりいただきまして、15ページでございますけれども、こちらには先ほども申し上げました、大規模な消費者被害が生じた事件の例ということでございまして、時系列に幾つかピックアップをして並べておりまして、投資ジャーナル、豊田商事といったところから始まって、最近に至るまでこういう非常に大きな被害というものがなかなか後を絶たないという状況になっておりまして、こういった問題を早く、被害が拡大する前に何らかの措置を取らなければいけないのではないかとございまして。

なお、16ページの参考16ですが、これは更にいろいろ悪質なものがなくなるということで、御存知のものも多いと思っておりますけれども、幾つかのトラブルを起こしやすい主な問題商法というものを参考に幾つか整理をさせていただいております。

17ページでございますけれども、今申し上げましたような消費者被害の増大の背景といったものを少し考えてみる必要があるかと思っております。

被害が増大している背景の1つは、そもそも消費者が事業者との間の情報力・交渉力の格差があるということが1つでございます。

それに加えまして、②に書いてございますけれども、事業者の違法・不当な行為が仮にあった場合に、それが反復継続をしてしまうということを事前に止めるということが現実にはなかなか困難であるということでありまして、それができない間に同様の被害がどんどん拡大・発生していくということが、やはり大きな問題なのではないかとございまして。

次の 18 ページの方に参考の 17 が付いておりますが、今、非常に被害が拡大しているものをなかなか止められないということを申し上げましたけれども、現実にそういう差止めといったようなものがどういう状況になっているのかということをご参考に付けさせていただきます。

消費者個人が何かあったときに、違法・不当な行為を差し止めるということは、制度的にはあるわけですが、被害を実際に受けてしまった場合には、損害賠償といったもので請求ができる。

被害をまだ受けていない消費者が事業者の行為が不当だということを知った場合には、その段階で取引をしないということで被害を回避できるというようなことで、なかなか訴えの利益といったものが認定されにくいということで、現実にはなかなか差止めが困難な場合が多いということと、そもそもこういったものは、当事者間の問題でございますので、幅広くおおよそ消費者のために反復継続的なさまざまな違法行為を差し止めるということには、現行ではなかなか限界があるという状況にあるということでございます。

その関連の流れとしまして、独占禁止法の中でも消費者によって私人による提訴というものが認められておるわけですが、これも同様のこともありまして、実際には消費者が実際に独禁法に関して差止め請求をしたという例はまだないという状況になっております。

次の 19 ページでございますけれども、このようなことで消費者被害が増大をしておる中で、消費者被害の救済がどのぐらい難しいかということでございます。

消費者個人が訴訟等によりまして、被害を受けたときに救済を求めていくということについては、先ほども少し申し上げましたが、被害額が比較的少額であることが多いこと。それから、やはり訴訟に関して専門的知識、あるいは財政的基盤、時間的な負担といったこともあるということ。

それから、消費者にとって立証も非常に困難でありますし、また事業者自身が正体がないような事業者という悪質なものもございますので、実際に訴訟をやっても自分の損失を回収できないこともあるということもあり、なかなか救済に自ら立ち上がるということがしにくい状況にあるということでございます。

その関連で、実際にどのぐらいの被害なのかというのが、その下の参考の 18 でございますが、これは国民生活センターの年報からつくらせていただきましたが、いろいろと相談、苦情の多い上位 10 件につきまして、平均契約金額を付けております。

大体 50 万とか、70 万、80 万といった、若干高いのもございますが、そのぐらいのボーダーが比較的多いということで、これを少額と見るのかどうかという問題がございますけれども、実際に訴訟に行くという決断をするかどうかということを考えたときに、少し微妙なボーダーの被害額なのかなという感じがいたしております。

20 ページの参考の 19 でございますが、それではどのぐらいの人が実際にトラブルがあったときに、いろんなところに相談をする、苦情を申し入れるということをしておられるかというのが参考の 19 でございますが、その申出率というのが載っております。

2001 年でございまして、トータルでも 49.0% ということで、実際に申し出る人という

のは半分弱にすぎないと。

申出先も少し見てみますと、販売店等に行かれることが29%ぐらい、それからメーカーなどに直接行かれる方が17%ぐらい、それから消費生活センターが3.4%、それから消費者団体0.2%ということで、全体として苦情を申し出ている人自体も少ないということでもあります。

苦情を申し出なかった人に、ではなぜ申し出なかったんですかという理由を聞きましたのが、参考の20でございまして、その理由を見てみますと、やはり面倒であるとか、気まずい思いをするとか、苦情そのものに対する心理的な抵抗感というのもうかがえますし、現実問題として解決策がないとか、どこに申し出ていいかわからない、あるいは被害額も小さい、証明が難しいといったような実態面から見ても、何かあったときに苦情を申し出しにくい状況がここからもうかがえるわけでございます。

1枚おめくりいただきまして、21ページでございますけれども、今申し上げましたような背景もありまして、消費者団体訴訟制度という議論がなされておりますので、消費者団体訴訟制度というのは、どういう考え方のもなのかということでございます。

①で内容・枠組みということを書きましたけれども、一般的な定義というものはなかなか決まったものは申し上げにくいんですが、1つの考え方ということであえて申し上げますと、一定の要件を満たした消費者団体、以降、適格消費者団体などと申し上げますけれども、そういうところに消費者の利益を擁護するために、例えば不当約款の使用でありますとか、あるいは不当勧誘行為といったものを差し止めする請求、あるいは損害賠償の請求といったものを認めるという制度というふうに考えてよろしいかと思えます。

そのポイントでございますけれども、どういうところが従来のものと違うのかということですが、1つは当事者が個人ではなくて団体であるということ。

被害を受けた個人が、被害の救済ということにとどまらず、消費者全体の利益の擁護ということを目的とした訴訟を起こせるということ。

被害を受けた場合に、事後的にその救済を求めるということではなくて、そういった被害が拡大していくことを未然に防止するための訴訟ができるということが、現在の通例のものとは違うポイントであろうかというふうに思います。

なお、現行法で消費者被害を集団的に救済をしていくといった仕組みというものはどういうものがあるのかということでございますけれども、現行では共同訴訟、あるいは選定当事者制度といったようなものがございます。

例えば共同訴訟というのは、被害を受けた個人をある意味でまとめて複数人で訴訟を起こすという形態でございますし、選定当事者制度というものも複数の被害者の中から一人または数名を当事者、窓口のようなものとして選定をするという制度でございますので、基本的には個人による訴訟がなかなかやりにくいというものを解決するというものではありませんし、特に差止めなんかの場合に未然防止を図るといったような性格もないということでございますので、ある意味で少し似たところもございますが、いわゆる団体訴訟制度というものとは若干性格的に違うものがあるということでございます。

そのイメージを右側の 22 ページにポンチ絵のような形で付けてございますので、また後でごらんいただければというふうに思います。

23 ページでございますが、今申し上げましたような消費者団体訴訟制度についての議論といったものが、これまでどのようになされてきたかということ①から④で整理をしております。

1 つは、民事訴訟法の改正の議論の際に検討課題というふうにされましたけれども、具体的な検討には至っておりません。

その後、消費者契約法を制定をするというプロセスの中で、国生審の消費者政策部会の審議の中で、消費者契約法の実効性確保のための措置ということで、その検討の必要性が指摘をされております。

その後、消費者契約法案そのものに対する審議の中で、衆参両院の附帯決議というものが出ておまして、そこで差止め請求に係る団体訴権について検討するというにされております。

一番新しい話としましては、司法制度改革における議論でございまして、司法制度改革推進計画において、団体訴権の導入、導入する場合の適格団体の決め方等について、法分野ごとに個別の実体法において検討を行うということが決められていると、こういう状況にあるわけでございます。

参考の 22 以降は、今申し上げましたものの原本の関連部分を付けさせていただいておりますが、エッセンスは今、申し上げましたようなところでございます。

23、24 ページは、大体そういうことでございます。

25 ページでございますけれども、それでは海外における消費者団体訴訟制度というのは、どういう状況になっているのかということでございますけれども、まず、EU の状況でございますが、こちらでは 93 年に約款条項の差止め請求ということに関して、消費者団体訴訟制度を導入するという内容の指令が出ております。

また 98 年には、今度は EU 全体の中で国境を越えたいろいろな違反行為といったものが、加盟国ごとに制度違いますと、それをうまく差し止めることができないという問題がありますので、それを解消するために各加盟国が他国の集団的訴権といったものを相互に承認するといったことを決めた EC 指令というものが出ております。

ヨーロッパ諸国におきましては、比較的早くから団体訴訟といったものが進んでおりましたけれども、今申し上げましたような EU 全体での指令の動きというのも影響がありまして、更に全体として拡大、あるいは統一化といったものが進んでいる状況にございます。こういったところでは、訴権を与えられた消費者団体といったものが、実際に訴権の行使をしたり、あるいはそこまでは至らないまでも、それを背景として事前に事業者と交渉するということで、被害の未然防止といったものについての役割を果たしているという状況にございます。

関連の資料でございますが、26 ページは今申し上げました EC 指令の関連のポイントを書いてございます。

27 ページ、28 ページでございますけれども、こちらでは今幾つか申し上げましたけれども、欧州における主な国の消費者団体訴訟制度ということで、ドイツ、フランス、イギリス、オランダ、

イタリアというものについて、わかる範囲でとりまとめたものでございます。

ドイツでは、不作為訴訟法あるいは不正競争防止法といったような法令に基づいて、不当約款条項の差止めでありますとか、あるいは消費者保護関連法規違反の差止め請求といったものが認められております。

それに対する適格団体の話ですが、これはまた後ほど詳しく申し上げますけれども、連邦管理庁というところのリストに登録された団体が、こういった差止め権限を持っているという状況になっております。

フランスでございまして、こちらも同様でございまして、違法行為や違法条項の差止め請求でありますとか、不当条項の削除といったものが請求内容として掲げられております。

イギリスも同様でございまして、不公正条項の使用の差止め、あるいは消費者保護法規違反行為の差止めといったものが認められております。

オランダ、イタリアも同様でございまして、ここに書いてあるような中身の請求ができるということになっております。

実際にどのくらい使われているのかという1つの例でございまして、次の29ページでございまして、フランス、ドイツの例でございまして、例えばドイツの消費者センターというのがございまして、ここで実際にどんなことをやったかということでございまして、不作為訴訟法に基づく警告と、これは訴訟を提起する前の前段階の警告ということをやりますけれども、それが200件、訴訟に至ったものが45件、不正競争防止法に基づくものとして430件、訴訟に至ったものが65件といったような、年間の数でございまして、実績を上げている。

フランスにおいても、毎年25件ほどの訴訟を提供するというような活動をしているということでございます。

以上、少し長くなりましたが、このような消費者団体訴訟制度についての状況が、今申し上げましたようなことなんですけれども、そういったことに基づいて、この消費者団体訴訟制度に関する論点ということが30ページ以降でございまして、

1つは(1)として、そもそもこういった消費者団体訴訟制度の必要性そのものをどう考えるのかということでありまして、今申し上げましたようなさまざまな被害の実態でありますとか、あるいは諸外国の状況といったものを見たときに、日本において消費者団体訴訟制度の必要性についてどういうふう考えていくべきかという非常に大きな議論でございまして、こういった点について御議論をいただければというふうに思っております。

次の31ページでございまして、消費者団体訴訟制度の内容・範囲というふうに書いてございまして、消費者団体訴訟制度なるものをどう考えるかということを検討していく際に、ではその中身としてはどんなことが考えられるのかということございまして、制度の内容としましては、大きく分けて通例考えられますのは、1つは差止めの請求ということと、損害賠償の請求というものが論理的には考えられるかなと思っております。

差止めの中身としまして、約款中の不当条項使用の差止めといったものでありますとか、あ

るいは不当な表示、あるいは不当な勧誘行為というものの差止めといったものも考えられるわけでございます。

こういった中で、今、いろんな被害の状況を御説明いたしましたけれども、少額多数の消費者被害といったものが多数起こって、しかもそれがどんどん拡大する傾向があるということにかんがみますと、まずそういったものを止めるという意味での差止め請求の制度ということについての検討というのが必要なのではないかとということでございます。

損害賠償の方でございますけれども、こちらについても、これは差止めとはまた違った難しい論点がいろいろあるということございまして、例えば損害賠償をしたときの賠償金といったものが、それぞれの被害者に帰属するのか、あるいはフランスなどがそのようですけれども、消費者団体そのものに帰属するようにするのかとか、あるいは訴訟に参加する被害者の範囲というものをどうやって定めるのか、あるいは賠償金を被害者に分配するとしたときにはどんな手続を取るのかということ、差止めとはまた違った非常に複雑な検討課題があるということでございます。

参考 30 は、仮に差止めといったときに、差止めの対象の例として、例えば不当条項であれば、消費者契約法の 8、9、10 条にあるようなものに違反した場合に、それを差し止められるというような形で、不当勧誘行為、不当表示等々、どんなものが差止めの対象になり得るか、これはあくまで 1 つの例示でございますけれども、差止めといったときのイメージを持っていただくために参考として付けさせていただきました。

次に 33 ページでございますけれども、これも仮に消費者団体訴訟制度がどういうものかということを考える際に、範囲の問題と並んで、ではどこがどういった団体に訴権与えるのかという適格団体の要件という問題がございます。

まず、どのような消費者団体にこのような訴権を与えるべきかということがございまして、その 1 つの基準というのは非常に難しいわけですけれども、諸外国の状況などを見ますと、例えば活動目的であるとか、あるいは組織の構成規模、あるいは活動実績、存続期間とか、法人格とか、いろんな基準というものが考えられます。どのようにして判断をして、訴権を与えるべき消費者団体を考えるのかというのが①でございます。

②は、そのような基準がある程度あったとして、だれがどのように適格かどうかというものを判断するかという問題がございます。

1 つのやり方は、行政官庁が認可とか、あるいは認証といったような形で訴権を認定するというやり方。

もう一つは、ある団体の適格性そのものを司法の場で、適格性そのものから判断をしてもらうというやり方も考えられるわけでございます。

ちなみに、諸外国でそれがどういうふうになっているかというのが、右側の 34 ページの参考 31 でございまして、ヨーロッパの例でございますが、ドイツ、フランス、イギリス、オランダ、イタリアについて、どんな消費者団体に訴権が与えられているかという要件を幾つか書いてございます。

これを見ますと、ヨーロッパの場合には、実は先ほど申し上げました、EUの指令の中でお互いにどういう団体が訴権を持っているかわからないと困るということで、登録制度というものを導入したこともありまして、基本的には登録、あるいは認証というような形を取っております。実際にどのぐらいの団体数があるかといったものも参考までにここに付けてさせていただいております。

いずれにしても、こういったところが、どういう団体にどのように訴権を与えるのかということが1つの大きな問題になるかと思えます。

一番最後の35ページでございますが、その他の関連課題ということでありまして、以上申し上げましたような大きな論点もございますが、その他、実際に消費者団体訴訟制度というものを考えていく際には、このほか例えば団体訴訟において差止め訴訟をした場合に、差止めの判決というのが、どのぐらい、どういうところまでその効果が及ぶのかという問題でありますとか、あるいは判決というものを公表して知らせるということをどう考えるのか、あるいは判決違反に対する罰則をどう考えるのかとか、あるいは消費者団体訴訟制度そのものを使いやすくするような仕組みをどのようにするのかといったような問題点もあるということを、最後にその他の課題ということで付けさせていただきました。

若干長くなりましたが以上でございます。

落合部会長 どうもありがとうございました。それでは、資料に沿いまして御議論いただきたいと思えます。

まず最初に、消費者団体の果たすべき役割、それから消費者団体の課題という点について御議論いただきたいと思えますが、具体的には資料の10ページ、ここに論点1ということで消費者団体の果たすべき役割、一体消費者団体はどういう役割を果たすべきであるかという論点であります。

次のページの11ページには、そういう消費者団体が果たすべき役割というのが明確になると、その役割を十分果たすために一体どういう解決すべき課題があるかというのが論点2であります。

論点1と論点2は、相互に非常に密接に関係をいたしておりますので、論点1と論点2を併せて御議論をいただきたいと思えます。

どの点でも結構でございますので、よろしく願いいたします。

消費者団体の現状というものの分析を踏まえた上で、消費者団体が果たすべき役割、その他につきまして、茂木委員どうぞ。

茂木委員 私は、消費者団体という言葉を使うかどうかは別にいたしまして、広くNPOとでも考えていいのではないかと思います。やはり果たす役割として基本的なものは、情報仲介だろうと思えます。

これは、日本が、今、小泉さんの官から民へということで市場経済化をどんどん進めようということでございますが、市場経済の中で基本的なことというのは、やはり市場がものを判断すると、市場のメカニズムをとおして資源が配分されるということだと思えますが、その場合、市場

が判断する際に、市場と一口に言いますけれども、市場を構成する主な人たちというのは消費者であり、かつまた投資家であるということになるわけでありまして、一般の消費者、投資家というのが、情報が十分あって適格な判断ができるかどうかと言うと、これはできないわけです。ですから、そこを何か補強をする必要があるということですが、当然のことでございますが、情報仲介をする人たちの役割が非常に重要になるということで、投資家の場合は、証券アナリストがおるわけです。もっとも、最近、証券アナリストといってもいろいろと批判がありますけれども。

消費者について相当するものは何かと、これは消費者団体ということで言うのが正しいのか、もう少し広くNPOの役割というふうに考えてもいいかもわかりませんが、正しい情報を客観的に中立的な立場で企業が出しておる情報を分析して、それを消費者に与えるというのが基本的な仕事であって、やはり消費者が正しく情報を見てものを判断するというくせが付けば、いろいろとここに出ておりますような不祥事も起きにくくなるということも言えるわけでございます。

そういう意味の消費者に正しい情報を仲介しながら、消費者を啓蒙すると、これが一番大きな役割であって、勿論何か事が起これば、訴訟云々ということも出てくるとは思いますけれども、やはりそこをきちんと押えておくということが基本だというふうに思っております。

以上です。

落合部会長 どうもありがとうございました。ほかに御意見はございますでしょうか。

加藤委員どうぞ。

加藤委員 私は、消費者団体の一員として長いことお仲間と一緒に、できるだけ消費者の立場に立った情報提供をするという努力をしてくれているわけでございますけれども、なかなか一般のマスメディアの広告、それから事業者の皆様から出される情報、どちらかと言えばメリットの多い情報で、消費者にとっては必要なデメリットが配慮されていない、言わばバランスを欠いた情報が非常に多いわけです。

そこで、今、茂木委員がおっしゃいました情報の仲介をするということについて、客観的に企業の情報を分析するということ、非常にニュートラルな立場というのは、消費者団体が今やっているようなものではない別のものをイメージされているのか、茂木委員にお伺いしたいのは、そのことが1点。

それから、今、消費者団体がやっている情報提供のスタンスと申しますか、言わば私が今申し上げたように、非常に一方的な情報、消費者の立場から見るとメリットの多い、アピールのにおいの強いものがマスメディアとか、小さなチラシにいたしましても出てくるので、それに対して消費者としては反対情報、カウンター・アドみたいな感じのものが多くならざるを得ない状況については、これは公正を欠く情報というふうに御判断なさるのか、2点お伺いしとうございます。

落合部会長 茂木委員、どうぞよろしくお伺いいたします。

茂木委員 私のところに質問が来ましたので、最初の方の御質問でございますが、やはり今まで、勿論消費者団体も含めての話でございますが、それから新たに情報を仲介することを目的としたNPOなどが組織されるということもあり得るかと思っておりますが、これは今までの消費者団体

にもそういう役割を担っていただくということであってもよろしいではないかと思えます。

それから、確かに一口に情報が仲介すると言っても難しいことは事実でございます。それはおっしゃるとおりだと思いますが、結局どうしても情報を出す方は、自分にプラスになる情報の方を大きく出す傾向があるということは事実だと思います。つまりネガティブな情報がないかということも適格にチェックするということも必要になってくると思うわけでございます。

もう一つ言えることは、情報を出す側も、だんだん市場が判断力を付けてくれば、自分にとって不利と思われるようなネガティブな情報を出すような企業でないと信用されないということになってくるわけです。

そういうことで、市場が判断力を付けてくれば、企業の側ももっと自分たちにとってマイナスな情報であってもどんどん出すという傾向が強まってくると思います。そうなりますと、仲介をされる方々も仲介をしやすくなるということだと思います。その辺は鶏と卵みたいなもので、だんだんよくなっていくのではないかという感じはいたします。

落合部会長 野村委員どうぞ。

野村委員 市場の中で消費者がプレーヤーであって、消費者団体は言ってみれば黒子のような存在として情報を与えるというような役割も勿論あると思うんですけども、フランスなんかを見ていると、消費者法の世界はかなり刑事制裁が多くて、行政庁が公訴を提起するということが最も中心だというふうに理解している人もいまして、消費者団体は後で出てくる訴権が典型だと思うんですけども、言わば行政に代わって公益を守るという考え方があるのではないかと思っています。

やはり消費者団体は黒子的な部分もありますけれども、やはり消費者に代わって消費者のために何らかの行動をすとか、あるいは貢献的な役割というのも非常に重要ではないかというふうに個人的には思いますけれども。

落合部会長 今、御議論出ましたように、消費者団体の果たすべき役割として、情報格差、交渉力格差というものを前提にして、情報処理の部分が非常に大きく期待される役割であるという論点は、恐らくすべての委員の方が異論がないのではないかと思います。今、野村委員が提起されましたように、本日のテーマの消費者団体というものに団体訴権を認めるかどうかという関連では、この10ページの論点の例でいきますと、④、⑤辺りが消費者団体の役割として、こういうものが入ってくるのかどうかという辺りのところで、野村委員の御指摘はそういう役割を果たすべきだという御指摘であろうというふうに思いますが、日本の消費者団体が果たすべき役割という観点から見たときに、更に御議論ございますでしょうか。

それでは、田中委員どうぞ。

田中委員 消費者組織全体についてのコンセプトと、例えば団体訴権の当事者になり得る消費者団体のコンセプトはイコールなのか、前者の方が広くて、その中のある部分が団体訴権などの当事者になり得るといふように問題を立てるのか、実践的にはそういう問題があるというふうに思っています。

広い意味の消費者組織というのは、やはりできるだけ消費者の自主性、自発性に基づいてつく

られる必要があるのではなからうか。それが情報発信にしる、消費者教育にしる、あるいは消費者のための監視役にしる、資格制限のようなことはするべきではないというような気がいたしております。

しかし、公益を守るという立場で、一定の権限、あるいは役割を社会的に担う存在という意味で考えるということになると、イコールでいいのかどうかという議論、例えば法人格の有無だとか、一定の規模と社会的信頼性についての実績を持っているかというようなことが問われるところだと思えます。

ですから今日の議論の前半の消費者団体のコンセプトと、後半の団体訴権の当事者との関連というのは、消費者組織もそのことを意識した実践・論議が十分でない面もあるので、いろいろ加藤さんなども御相談しながら考えをかためていかなければならないと思います。

消費者組織のベースとしての役割は、情報提供だと思えます。広い意味の教育、あるいは不当行為の監視ということの底辺にもなるわけですから、情報を的確に消費者に与えるということが活動のベースであることは間違いのないところだというふうに思っております。

落合部会長 では、松本委員どうぞ。

松本委員 10 ページの論点 1 の①から⑤までのところで例として挙げられている役割は、いずれも非常に重要な役割だろうと思えます。

ただ、すべての消費者団体が、これをすべてやらなければならないかとか、これを全部やっていないと消費者団体というふうに認定されないのかという話ではなくて、この中からここを重点的にやるというところを特化した団体がいっぱい出てきておかしくはないだろうし、団体訴訟の方は後で詳しい議論をされるわけですが、団体訴訟だけに特化した消費者団体が出てきてもいいし、むしろ訴訟を起こすなんていうことは大変なことだから、そういう専門の団体が多数の消費者団体と共同の下で、1 つきちんとしたものがつくられるというのが、実質的には非常に意味があるのではないかと思います。

ただ、見ていますと、もう一つ重要な柱が抜けている気がいたします。それはどういうことかと言うと、自主行動基準の話なんかとも少し絡んでくるんですが、一人の消費者と一人の事業者というばらばらのものがマーケットをつくっているという側面は勿論あるわけで、中間的なものとしての事業者団体とか、あるいは消費者団体は個々の取引の当事者にならないという意味では、マーケットの構成員ではないんだけど、健全なマーケットを動かしていくという点で、非常に重要な役割をそういう中間団体が担っているのではないかと。

③のところ、消費者政策へ消費者の意見を反映されるという表現がございますが、これは何となく国とか自治体が行う政策に対しての反映というニュアンスです。私がここで指摘したい消費者団体の役割は国や自治体レベルではなくて、事業者と消費者との間で合意によって何かをしていくというような役割です。

例えば、約款について差止めの訴訟を起こすというのは最後の段階の話ですが、事前に適正な約款はどういうものだろうかとか、あるいは説明されるべきこと、この商品であれば適当な説明事項はどういうことだろうかとか、適正な広告とはどういうものかというのを事業者団体と消費

者団体との間で話し合っ、一定の妥当な水準をつくるというような法律ではないんだけど、社会的に合意を形成していく役割が消費者団体にはあるのではないかと。つまり、事業者団体とのパートナーとしてさまざまな自主的な基準をつくっていくという役割を重視すべきではないかなと思います。

以上です。

落合部会長 加藤委員どうぞ。

加藤委員 今、松本委員がおっしゃったことで、確かに事業者団体と消費者団体というのは、直接のマーケットプレーヤー以外の役割を果たされる立場かと思うんですが、私の経験不足でございますけれども、これは時代が変わってくると、今おっしゃったようなパートナーとしての対等、あるいはより消費者の意見が取り入れられるような結果をもたらすかもしれませんけれども、これまでの長い歴史の中では意見を聞いてもらっても、例えばいろいろな広告の問題もございまして、約款の問題もありますけれども、それは聞き置くという、あるいは少し味付けには使うという程度で長い歴史で来たわけですから、こここのところで、もしそのようなシステム、あるいはルールづくりを推進していくということであれば、それを保障するような何らかのルールと言うか、確認事項がないと、これまでの歴史の繰り返しになるのではないかと、そんなふうに心配いたします。

落合部会長 今の点、松本委員いかがですか。

松本委員 勿論、消費者側がそのような意気込みを持って、パートナーの事業者側がそういう気にならなければ話にならないわけですが、望ましい方向としては、そういうのがいいのではないかと。この審議会では事業者団体の役割については特に取り上げた議論はなされていないわけですが、事業者団体には個々の事業者と異なった役割が私はあると思います。自主的な基準をつくったり、あるいはADRを組織したりとか、あるいは消費者との間でパートナーとしてさまざまなニーズを組み上げたりとか、あるいは行政との間との関係とか、さまざまな役割があると思いますので、個々の消費者、個々の事業者が果たすべき役割とは別に社会的な団体が果たすべき、今後の消費者政策、あるいは消費者の利益における役割というのを重視すべきだろうということで、そういうふうに動いてほしいという趣旨であります。

落合部会長 田中委員どうぞ。

田中委員 この前の中間報告で、事業者と消費者の関係、それから行政と事業者団体、消費者団体のネットワークによって有効に消費者の権利を守り、保護を果たそうというようなまとめになっていると思うんです。

事業者にとって消費者の方を向いた経営姿勢をとるべきだということでコンプライアンスの問題も取り上げてきているわけですから、当然世の中の流れとしては、消費者の方に顔を向けない事業者はだめになるというベクトルでもありますから、事業者団体が消費者の方を向いて仕事をすることを事業者団体が促進すべきということを我々がこの委員会の考え方として提言してもいいんじゃないかと。

松本先生がおっしゃるように、消費者組織と事業者組織がパートナーシップをもって協力して

消費者の権利を守っていくということが問題の立て方のひとつとして提起することが望ましいような気がいたします。

今までの歴史を見ますと、必ずしもそうっていないので、21世紀型と言うからには、そこまで進むべきではないかというような提言もあっていいんではないかということです。

落合部会長 では、宮部委員どうぞ。

宮部委員 15、16ページの「大規模な消費者被害の主な事例」「消費者トラブルを起こしやすい主な問題商法」というのを見ておりましたが、このような悪徳事業者が事業者団体に参加することはあり得ない、事業者団体でどんなことをやってもこの人たちは抜け出てきて、こういう商法をされると思います。松本先生のおっしゃることもよくわかるのですが、悪徳業者は一匹オオカミですから事業者団体にこれを何とかするのは非常に難しいと思います。

それからこれをずっと見ていますと、被害発生から摘発まで7～8年、早いのも1～2年と相当時間がかかっています。この間、恐らく消費者団体の方へはいろいろな苦情や相談が来てデータが集まっているはずですが、また、行政の方にも事例の報告が集まっているはずだと思うのですが、どうしてこんなに被害が拡大するまで消費者団体などは声を挙げなかったのか、悪徳業者の摘発に時間がかかってしまったのか疑問です。そういうところから解きほぐさないと、実効ある悪徳商法対策にはなりません。悪いことをするヒトは、悪いことを一生懸命考えているわけですから、かなわないわけです。どうやって被害の拡大を防止するかということを考えないと、高等な議論をしても被害は全く減らないのではないかと思います、いかがでしょうか。

落合部会長 時間の関係もありまして、論点2の方に、今、消費者団体の果たすべき役割ということで、いろいろなお役割の指摘がございましたけれども、例えば今の宮部委員が提起されたような問題について仮に対応が遅れたというようなことがあるとすれば、これは何か解決すべき課題がそこに潜在しているのではないかという論点にもつながっていかと思いますので、論点2の方も含めまして御意見を是非いただきたいと思います。

では、福川委員どうぞ。

福川委員 私は、確かに消費者団体と言っても、これはいろいろな性格のものがあって、むしろ非常に多様であると。また、多様であるからこそ、多様な消費者ニーズに対応できる団体として機能しているのではないかというふうに思っているわけですが、その中で集積してみると、私は消費者団体の大事な機能というのは、最初に茂木委員が情報の伝達ということをおっしゃいましたけれども、私は情報の集積性と知的な合理性というのが非常に大事なことだろうと思うんです。

今、宮部さんがおっしゃったように、いろいろな事件も起こったりするわけですが、これは確かにそういう事件がありますが、これをやや共通化、抽象化するということになると、やはりいろいろな情報がある程度集積をしていく、そしてそれが社会の中で合理性を持つか、持たないかということ提言していくということになっていくんだらうと思うので、私はこれから消費者団体の中で大事なものは、ただ情報を収集する、発信する、啓蒙するだけではなくて、情報を集積して、分析をして、処理をして、そして知的な合理性によって整理をして問題提起をしていくとい

う機能が大事なのではないかというふうに思っております。

したがって、対応するときに確かに事業者団体と消費者団体というような両方の関係も勿論ありますが、今は勿論そういう形で処理される問題もありますし、それから個別の企業と消費者個人、あるいは消費者団体という形で処理されるべき問題も両方あるだろうと思います。

今、企業の中でも、勿論事業者団体の中でもそういう機能を持っていますが、今は企業でも、いわゆる情報公開とか、あるいは企業のコミュニケーションという機能で十分対応していく企業が非常に増えているわけですから、私は消費者団体というのは、いろいろな役割があると思います。事業者団体との対決もあれば、個別の企業との関係もある。

また企業にしてみると、消費者団体とするかもしれないし、あるいは問題によっては個別の消費者との対応というのものもあるかもしれない。私は、ネットワークというのが多様な形になっているのが、現代の社会だろうと思います。

官と民で解決できない問題が山ほどあるわけで、そのためにこそNPOというのが注目を集めているわけですが、私はそういう役割を消費者団体が担っていくことだろうと思います。

1、2、3、4、5は、全く私も異存はございませんが、やはり多様な機能を消費者団体も担っている。また、経済実態は非常に多様になっているということで、どういうふうに整理をしていくのか難しい問題ではありますが、私はそういった中で情報の集積、整理、知的合理性というのが非常に大事で、それが今のNPOでも期待されている役割ではないかというふうに思っております。

落合部会長 浅岡委員どうぞ。

浅岡委員 まず、宮部さんの御意見についてですが、長く発覚しなかったものもありますが、弁護士など、あるいは国民生活センターなどが把握し、警察当局に早くから摘発を申し入れていて、実際に摘発になったのがこの時期であるということであって、それまで何もなかったというわけではない。なかなか警察が動かなかったということがあります。豊田商事以降、やっとなんか動くなってきた。最近は少し動くのが早くなってきたということがあるかと思えます。

そういう点では、フランスなどで話を聞きますと、こういう欺瞞的な要素の多い、全く詐欺としか言いようのないようなものは刑事事件である。しかし、警察捜査のレベルで対応すべきものも日本では堂々と横行している。この現状をどうするかということも重要です。そこまでいかないうようなレベルでも、消費者が納得しない微妙な欺瞞的な取引が横行しています。それが消費者の不満となり、そうした背景が表示の偽装などが長年続いていくということにもなっているのではないかと思います。

そこで、どのように対応するかという点についてですが、私は環境団体にも関わっていますが、環境の分野では行政も事業者の方もNGOグループもパートナーシップの取り組みがなされ、政策議論もそういう形でやっていこうという雰囲気はここ数年出てきていると思うんですけども、消費者の分野では非常にそれが乏しいんです。これはなぜだろうと、いつも思って見えています。同じ事業者、同じメーカーでも、環境問題については非常に積極的にパートナーシップを言われるんですけども、消費者プロパーの問題には、そういう向きが少ないように思います。

そういう意味で、こういう場面でもっと協力できる部分、一緒につくっていける部分を行政との間も事業者との間も事業者団体との間もやっていくべきだというメッセージがあっていいと思います。消費者の分野で考えますと、前回に議論したようなグリーンコンシューマー部分は当然のことですけれども、約款とか表示とか、あるいは情報の開示の仕方のようなところは、もっと相談できる分野だろうし、そういう議論をしていくということが重要だろうと思います。その点では、松本先生がおっしゃることは非常に理解ができていると思います。

全体として、情報が重要だということは言うまでもなく、それがすべての基礎なんですけれども、ただ情報で持っているだけではなくて、政策化して提起をして議論もして反映させていくことや情報を基にして監視をしていくということであったり、救済活動被害を防止する活動をしようということになるので、まさに情報というのは基礎であり、それをいかに収集し、分析し、どう活用するかということが問われていると思います。日本の場合は、どれも不十分だと思うんです。なぜ不十分か、なぜできていないかというのは、何と言っても体制がないと、組織として、ヒトモノカネもないということだろうと思います。

環境の分野でも同じようにNGO、NPO団体は力がないんですけれども、ないなりにもう少し何かやろうというところがあるように思います。地球環境基金も10年前に作られています。消費者の分野は、同じように脆弱な組織なんだけれども、何もできないでいるのかなというところが少し疑問です。

特にヨーロッパ、アメリカや特に韓国と比較して最近それを感じますけれども、韓国ではとてもここに書かれている3とか、4とか、5という部分がアクティブだと思います。日本とは比較にならないです。

でも、韓国でもヨーロッパでも、数十人から百人というスタッフを抱えたNGOや消費者団体や市民団体があり、そういうものを担っているわけです。要はいかに市民団体の体力をつけるか、そのための政策措置を導入することが課題だと思います。

それとともに、やはり次の議論になりますけれども、特に団体訴権は消費者団体がこういうことができるということを見せられるわけです。消費者団体の自覚もできるし、社会的にも役割を認識されるということになって、こうした団体をどう育てるかという議論も起こしやすくなるという意味で、早く実現するべきだというふうに思います。

落合部会長 今の浅岡委員のお話は、論点1、論点2の両方に関係していると思うんですけれども、論点2の例として挙げられているような課題、この点は基本的にはこういう課題があるという認識の上に発言されておられるというふうに理解してよろしいんですか。

浅岡委員 はい。

落合部会長 では、有馬委員どうぞ。

有馬委員 お話を聞きながら、ここの論点1にございます5つのことに関しまして、私も消費者団体がこの役割を担っていただくべきだと思いますが、一方で各地の消費生活センター、あるいは国民生活センターもここにありますがような役割を担っているわけがございます。

その点で、これまで各委員の方から御指摘が挙がっておりますネットワークのつくり方、それ

からパートナーシップの形成の仕方ということがとても大切なのではないかというふうに思います。

例えば、9ページにあります各国の消費者団体の例を見ておられますときに、ドイツの消費者センター総連盟の財政基盤の政府資金が8割というような御指摘もございますし、ほかにも政府資金が入っているものもあるということになりますと、これは国民生活センターなり消費生活センターと同じような地位にあるものかという気がいたします。

そこで、今、浅岡委員も御指摘になりましたが、今後のネットワークの組み方、パートナーシップの組み方が大切だと思うんです。個別の消費者団体の御活動をこれまで私どもが拝見しております限りでは、論点2にあります人的基盤の強化、財政的基盤の強化というのは、言うは易く、本当に行うは難しいことだというふうに思っております。

情報基盤の強化に関しましては、先ほど福川委員も御指摘になりましたが、私ども国民生活センターでも情報の集積を行い、それをできるだけ公開するようという努力をしておりますので、この情報基盤の強化のここに関しては、御一緒にできることがあるのではないかというふうなことを思います。

以上でございます。

落合部会長 岩田委員どうぞ。

岩田委員 私も消費者団体の果たすべき役割のところ①から⑤まで書いていただいておりますので、おりだと思えます。

さっき情報収集、伝達、啓蒙といったところが大事だというお話があったんですが、消費者団体はそもそも我々に強く印象づけられたのは、消費者の利益を代表してデモをするようなイメージが思い浮かぶんですけども、やはり基本法で議論されているような消費者の権利を代替するというところの機能も大変大きいものであろうと。その中では、参考12を見ると、やはり③、④、⑤というのが今は大変手薄であるというふうに感じざるを得ないのではないかと。やはり消費者の意見ですとか、意思を代替する権利というところを今後もっと強化していかなければいけないのかなというのが1つ。

あと、いろいろ現在の消費者運動等を見させていただいたり、取材をさせていただいたりする中で、なかなか若い方がそういう運動に入っていこうという気運が薄いという印象を受けているんです。最近、NPOとかいろいろ出てきまして、環境とかそういうところの関心はだいぶ高まってきているんですけども、消費者運動、消費者団体の構成員として活動していこうというような気運は余り感じられないものですから、今後その辺をどうやって引き込む努力をしていくかと、それはもしかしたら消費者団体に余り魅力がないというか、権利がないというか、それだけの活動体になっていないということなのかもしれないので、こういう団体訴権等でそういったところも、もしかしたら変えられるのかもしれないと思っておりますけれども、現状では、若い人への魅力という部分が少ないのではないかという印象を持っております。

落合部会長 ほかにこの論点について、茂木委員どうぞ。

茂木委員 先ほど事業者団体の話が少し出ましたので、今の話とは少し離れますが、意見を申

し上げておきたいと思います。

先ほど私が申し上げたのは、これから市場経済が進む中で、事業者団体の役割というのは最小限に抑えるべきだということです。

これは、先ほど松本委員からガイドライン云々というお話がございましたが、確かにいろいろな意味のガイドラインをつくるのかという仕事はあると思います。しかし、やはり事業者団体の仕事というのは最小限にするべきだと、そして各企業が競争社会の中で自己責任を持って仕事をすることが最終的に消費者の最も大きな利益につながるということだと思っております。

ですから、事業者団体云々というのは、事業者団体はこうあるべきだ、あああるべきだということは、できるだけ最小限の範囲の役割の議論にとどめるべきだろうと思います。

落合部会長 論点1に関連して、加藤委員どうぞ。

加藤委員 先ほど私が申し上げたことが誤解されるといけないので、もう一度確認の意味で発言させていただきますが、確かに私は松本委員がおっしゃったこと、それから田中委員がおっしゃったことに対して否定的ということではないんです。決してパートナーシップを組んでいくことを拒否しているということではなく、やはり前向きに考えたいと思っております。

しかし、そのときにどういうふうに消費者に配慮するかという視点がないと、そういうことはうまくいかないのではないかとということです。

その意味でどうしても必要なのは、消費者の権利がこの次の基本法の中にはきちんと明記されること、これが最低必要な条件ではないかと思えます。

それから、今日は非常に身を刻まれるような思いをしてここに座っておりますけれども、お笑いになりますけれども、考えてみますと私だけが消費者ではないんです。皆さん一人ひとりが個人としては消費者でありまして、いつでも主婦連合会もお迎えいたしますし、消費生活協同組合員になることもできるわけです。それを別の棚の上に置いて、何か消費者はこうあるべきだというような論調というのは、大変私どもとしてはやるせない気持ちです。皆さん一人ひとりがどこか消費者グループに入って、自分の消費者の権利を守るための発言の場を持っていらっしゃるか。そういう人が増えれば、若い人も増えるし、何も日中にデモするだけが、最近は敗訴者負担の導入について、私どももデモいたしましたけれども、別にデモというのは1つの手段でありまして、いろいろな形で、今日も私は意見書を1枚ではありますけれども出させていただいております、そういういろんな形の運動が、構成員が変わってくれば夜にも活動することもできますし、オンラインでやることもできると思います。

今日の田中委員の意見書の頭の方にIT活用の話が出ております。私どもも細やかながらホームページを開いておりますが、このメンテが大変なことでもございまして、やりたくてもお金がない、やはり幾らボランティアといったって、御近所の坊っちゃんに、あなたボランティアで主婦連にいらっしゃいよと言って、その子がセブンイレブンに行けば何がしかの金になるものを、うちに来てただ働いて、仕方がないからおにぎりくらいおばさんが買ってきてあげるから食べなさいという形でボランティアされるということの継続性が、どんなに困難かということにも皆さん思いを致していただきたいんです。それで消費者団体はこうあるべきだということを考えると

きには、果たして御自分が消費者として何ほどの協力を消費者団体にしているかと、胸に手を当てて是非一緒にお考えいただきたい、そういう悩みを言わせていただきました。

落合部会長 ここでの議論は、言わば特定の消費者ないし消費者団体の問題点を指摘するということではなくて、我々の 21 世紀の社会にとって望ましい消費者団体というものの役割と、その役割を果たすべき基盤をいかにして強化して、よりすばらしい団体になってもらいたいという願いは各委員みんな共通であり、そういう視点から議論されているので、いろいろ御意見はあろうかと思いますが、ちょっと時間の関係もありまして。

浅岡委員 すみません、加藤さんの悩みも本当によく理解できます。一生懸命やろうと思ってもやれないのが実情だということも理解をしながらやらないといけないと思うんですが、私は先ほど言葉を止めましたけれども、環境政策と消費者政策とで実際に市民の活動の前向きさアクティブさの違いはどこにあるかというのは、1 つはやはり環境の方が国の方針として政策課題がより明確になっていると思います。

今回、こういう議論の中で消費者の権利を明確に位置づけ、もっと政策重視の政策をするという方向がビジネスにも必要ですということのメッセージ、これは今後非常に重要だと思います。ビジネスも同じビジネスで全然違う対応をしているということは、やはりそれを反映しているわけで、今回ビジネス側としても消費者の信頼を得るべきにはどうするかというのは、単に自分が努力するだけではなくて、やはり消費者との対話の中で、それをちゃんと受け入れていくという姿勢を示さなければ信頼は得られないということについてのメッセージで、これはここで出していくことはすごく重要だと思います。

もう一つ、なぜ欧米や韓国などと日本が違うのかという点で、欧米は古い歴史がありますし、いろいろ文化的に何百年の歴史の差があると見たらいいと思いますが、韓国となぜ違うのかという点では、やはり 90 年代の中ごろ、韓国では市民団体、消費者団体、環境団体を含めて、非常に組織強化の政策支援をいたしました。お金も随分出すことをいたしました。そのことから一挙に 50 人のスタッフを抱えるような団体があらゆる分野でできてきて、それは 90 年代の中ごろです。それがずっと蓄積されて、今、環境の分野でも消費者の分野でも市民の活動の分野でも非常に大きな活動母体になっているわけで、ただ市民団体、消費者団体が努力してくださいということではなかったということについて、きちんとフォローをしながら国の政策もそこは強化しなければいけないと、そういうパートナーを政府としてもビジネスとしても消費者団体や市民たちが自分たちのパートナーになっていかなければ社会がきちんと形成されないという位置づけの下に政策が動くようになることは、本当に緊急な課題だと、そういうメッセージもここで出していただければと思います。

落合部会長 それでは、いろいろ御意見をいただきましてありがとうございます。

それでは、今度は 30 ページの方に移りまして、消費者団体による団体訴訟制度の必要性の論点につきまして御議論をいただきたいと思います。

今まで御説明がありましたように、消費者被害の実態とか、諸外国の状況等を踏まえて、こういう制度が我が国にとって必要というふうに考えるかどうかという問題につきまして御意見をい

ただきたいと思いますが、いかがでしょうか。

岩田委員どうぞ。

岩田委員 さっき私は別に加藤さんを決して責めたわけではありませんので、やはりきちんと位置づけて、消費者団体の魅力をどうやってアップするかというのが必要だということで、そういう意味でも、やはりさっき申し上げたような消費者の個々人の利益を代表して何かアクションを起こすという役割というのは、消費者団体に必要な役割ではないかというふうに思います。

こちらの資料でもあるように、余り高額な被害でなければいいかというふうに思ってしまうというのも消費者の1つとしてありますけれども、そういう現状の中で、どんどん広がっていくのをなかなか止めていないと、それを、では私がやりますというふうに訴訟を起こすというのはなかなかできない話ですので、そういったときにきちんとした消費者団体が差止め請求なりをしていくというのは、これだけ消費者被害が多種類になり、多様になって増えている中では非常に求められる役割ではないかと。

損害賠償のところについては、私も以前にこういう議論に参加させていただいたこともありますが、なかなか難しい問題もあるので、やや慎重にやらなければいけないかなと思っておりますけれども、差止め請求というところは消費者の団体訴権というところに非常になじんでくるのではないかという印象を持っております。

落合部会長 ほかに、では山本委員どうぞ。

山本委員 論点3と、今の岩田委員の御意見もそうでしたが、論点4とも関係しますので併せて述べさせていただきます。

論点3で挙げられております団体訴訟の対象として不当約款の使用差止めということがありますが、これは一番必要性が高いだろうと思います。

不当約款がある場合、大抵は契約者はあまり読まないでサインをしてしまって、後で問題になるというケースが多いんですが、たとえ消費者が非常に注意深い人で、これは消費者契約法に違反するなとわかっていても、場合によってはサインしてしまうということが往々にしてあると思うんです。

例えばほかの業者も同じ約款を使っている場合があります。例えばかつてプロバイダー契約においては、ほとんど責任は一切負わないという約款が契約をするときには用いられていました。そういう場合はわかっていてもサインしてしまう。

その場合、それは消費者契約法で無効なんだから、契約はしておいて後で被害が生じたときに、そのときに裁判で争って、そしてそれを無効と主張すればいいではないかというだけでは、消費者の保護にはならないわけですし、やはり契約をする段階で何らかの形で約款の使用をストップさせてもらう必要がある。

しかし、個々の消費者が、この約款の使用を差し止めないと私は契約しないと言っても、これは全然事業者に対するプレッシャーになりませんので、やはり何らかの機関、特にここで問題になっております、消費者団体などが一般的に消費者全体の利益擁護という観点から、そういう問題契約書の市場からの排除という目的で不当約款の使用差止め訴訟をするというようなことを認

める必要性が一番高いのではないかというふうに思います。

そして不当約款の差止めの場合には、一応契約書の文言でチェックができますので、そういう差止め訴訟で仮に結果が出た場合、後々同じ約款を事業者が使っていれば、書面上で証拠が明確ですので、それで更に事後的なチェックもできるというメリットもありますので、ここが導入するには一番スムーズなところではないかというふうに思います。

それから、先ほど宮部委員が一覧表でこういった不当勧誘がなぜ長い間やまないのかという御指摘がありましたけれども、まさにそのとおりでありまして、不当勧誘などにつきましても、これは注意深い消費者は一応約款とは違って免れられるわけです。しかし、こういう事件がたくさん出るのは、そういう消費者ばかりではないということで、やはりそういう勧誘がやむように、団体などがイニシアチブをとって、そうした不当勧誘の差止めを行うということも検討されてよいのではないかというふうに思います。

ただ不当勧誘の場合は、一つひとつの認定、言った言わないの認定が後々まで続きますので、不当約款の使用に比べると、差止め請求が認められても、その後に同じようなことが行われる場合に、どうやってそれをチェックしていくか、そういう点の制度上の工夫は必要だろうというふうに思います。

それから損害賠償請求ですけれども、これにつきましては次の論点4と関わるんですけれども、必要性という点では、やはりこれも必要だという意見も出てくるかもしれませんが、これを認めることに伴って解決すべき課題が論点4のところにありますように、賠償金をどうやって分配するかとか、あるいは訴訟に参加する被害者の範囲をどういうふうに画するか。

それから、賠償金の帰属というのは(c)と関わると思いますけれども、そういった解決されるべき問題が盛りだくさんでありまして、我が国で今まで歴史的な経験がない中でこれを導入するというときに、一挙にここまでウイングを広げてやるのが適切かどうか。まず、比較的制度設計がしやすいと思われる不当約款の差止め、更に不当勧誘の差止め辺りからスタートをして、そして実際にそれが我が国の社会の中でどういうふうに機能していくか、その実績がどういうふうに社会に評価されるかということをもまず検証した上で、それで非常にそれがよい評価を得られれば、更に将来的に損害賠償についても広げるということを検討課題とする。そんなステップで考えていったらどうかというふうに考えております。

落合部会長 加藤委員どうぞ。

加藤委員 私は、被害を防止するという意味で、差止め請求権を消費者団体に与えるということの意味は非常に大きいと思います。

かつて有名な俳優が、屋根の上で非常に華やかな広告をやっている一方で、地域ではどんどんその契約内容、あるいは勧誘の方法が不当で消費者被害が出てきたことがあります。

それから、偽ダイヤモンドの広告や何かもマスメディアをとおしてやっていて、それは消費者相談の窓口なんかはその被害が来ているわけですがけれども、そういうことについて私などは、広告業界、あるいはJAROなどに、ああいう広告を今すぐ止めてもらうわけにはいかないのかと言いましたら、JAROさんの方では当事者の方に伝えておくとか、あるいは業界誌の方にそう

いう事実の消費者からの苦情があったということを書くと、しかし、これは表現の自由だということでございます。

また、ごく最近では非常に情報通信が発達しておりまして、非常に早いといったようなブロードバンドの広告がされておりますけれども、非常に誇大だと思います。そのことについては、電気通信事業法で消費者の申出権があるわけですが、なかなかこれが活用されにくいし、言ったところではっきり言われたのは、業界の常識だと言うわけです。そんなに早くはないではないかというのは、消費者にとってはうそなわけです。だから、やはりサービスの購入をする消費者にとってうそだったということが、相変わらず広告されるということは非常におかしいので、広告についての差止め請求権などというものもあっていいのではないかと思います。

主婦連合会では、かつてジュースの表示について、皆さん御高承かと思っておりますけれども、長い最高裁までの争いをいたしましたし、それから灯油裁判もずっとやってまいりました。これも16年ぐらい最高裁までかかりました。団体訴権といったような明確な言葉が、法律上消費者団体にいただいていないときから、私どもは消費者の利益を代表して頑張ってきたつもりですが、なかなかこれが見えない、デモのように余り世間様の目に触れにくかったのではないかと感じて残念な気がしておりますので、是非団体訴権を一定の要件を与えることも必要かもしれませんが、訴権を消費者団体に与えるという前向きな方向は出していただきたいと思っております、本日意見書を用意いたしましたので、是非お読みください。

落合部会長 この必要性につきまして、ほかの委員の方々御意見ございますか。

大羽委員どうぞ。

大羽委員 この部会の中間報告が12月に出まして、私はたまたま大分の方に住んでいるものですから、県の行政の方から今の状況を説明してくれということで、市町村の職員の研修の機会があったわけですが、そのときに御質問が出たのが、まさにこの問題でして、つまり先ほどの16ページに書いてありました、問題ある商法が、特に市町村レベルでは結構あるということです。

それに対して、行政側としては非常にはがゆい思いをしているという趣旨の御発言がありました。具体的にその方は何件もそういうことを認識されておられるということにして、具体的には布団の問題ある商法だったように記憶しているんですけども。

市場はフリーの方がいいというのは当然のことですから、どうやって疑義ある商法を差し止めたらいいかということになってきますが、やはり行政としては慎重であらねばならないということで行政的にはなかなかできにくい面があるようです。

となると、ここの論点3に書いてありますような、不当な勧誘行為であるとか、不当約款であるとか、こういったことは差止め請求ができた方がいいのではないかとことです。先ほども野村委員がおっしゃったような行政に代わって守るといふような機能が消費者団体にはあるのではないかとことを私も思いました。

具体的な話としてそういう御質問がありまして、私とのかけ合いがありましたので、とりあえずこの場で御報告しておきます。

落合部会長 松本委員どうぞ。

松本委員 訴訟を起こして消費者の不利益が生ずるのを未然に防止するという点は、広告や約款の分野で大きいわけですが、訴訟を起こさなくても訴訟を起こせる権利があるんだということを背景にして、先ほど私が述べましたような個々の事業者なり、あるいは事業者団体に対して一定の是正とか改善を求めるというパートナーシップが、より実効性を持って組みやすくなるのではないかという点で、被害の予防とか救済にとって非常に重要であるということは明らかだろうと思います。

もう一点、岩田委員が何度も指摘されております消費者団体に魅力をつけさせるという点も非常に重要ではないかなと。やりがいがあると言いますか、消費者団体のメンバーになる、あるいは消費者団体に何か持っていくことによって、こういうふうに社会的に実際に働きかけて実現可能なんだということが明らかになるということは、団体活動を活性化させるのに大きな役割があるだろうと思います。

更に11ページの論点の2のところ、解決すべき課題としていろいろ挙げておりますが、法的基盤の強化としては、1つはNPO法人の認証が消費者利益の擁護というストレートな事柄で認められるようになったという点は1つ大きいと思いますが、更にそのような法的人格を認められた団体について、もう一つ何か別途要件が入ってくるだろうと思いますけれども、訴訟を起こす権限までであるという法的な基盤を強化していくというのは重要だろうと思います。

それと半分法的、半分財政的なんだろうが、寄付金控除等で市民が自発的に基金を出してやれるということとつないでいけば、人的基盤や財政基盤の強化にもつながっていくのではないだろうかというふうに考えております。

落合部会長 田中委員どうぞ。

田中委員 皆さんがおっしゃったことに私も賛成なんです、浅岡さんが先ほどおっしゃっていたことで、なぜ消費者問題について消費者組織が育たないんだろうかというようなこととの関係で、消費者の権利という問題を世の中全体にクローズアップしていく1つの契機にこの問題はなり得るんだろうという気がいたします。

そういう意味では、いろいろ難しい問題もあるでしょうけれども、従来から御報告にありましたように、必要性は指摘されているわけですから、何とか専門的な検討等もやって、具体的に詰めて仕上げるということが大事なのではないかというふうに思います。

余りこのことについて異論は少ないのではないかと、必要性は皆さん認めるけれども、実際にやる上でいろんな意味での解決すべき問題がたくさんあると。例えば訴訟を起こし得る適格団体をどう決めるのかとか、あるいは損害賠償まで含めるのかどうかとか、あるいは事業者側から見ると濫訴になるのではないかという恐れとか、いろいろとそういう問題があるだろうと思いますが、一つひとつ歯止めをかけるなり、現実的な処置をするなりして、何とか消費者の権利の一つの象徴的な存在として、具体的なスケジュールをもってまとめていただきたいという意見です。

現実に、これだけの被害が一方では起こっているわけですから、そのことに対する必要性というのも当然ありますし、抑止力としての側面もあるわけですから、一般的に何回も必要だとか、

今後検討を進めるということは、もう既に確認しているようなので、この部会ではそのレベルではなくて、もう少し具体的にどう詰めるのかというようなところまで最終報告を出すまでには整理していただければというふうに思っております。

落合部会長 宮部委員どうぞ。

宮部委員 現実を踏まえた具体的な検討が必要であるという点で、今の御意見に私も賛成します。これに関連して事務局には、先ほども発言しましたが、今までの悪徳商法の事例で、検察がどういう端緒で、いつ捜査・逮捕に踏み切って、どういうふうに解決したかというデータを調べていただきたいと思います。これに対応して、各消費者団体では、悪徳商法の事例について、いつこれに気付いて、どこへこう言ったけれども、これはどうなったということをはっきり出していきたいと思います。一つひとつ前へ詰めていかなければ絶対に結果は出ないと思うのです。

もう一つ、消費者団体の団体訴権について、私は個人的には濫訴でなければ大切なことではないかなと思っているのですが、その場合に今のあまり財政力もなく、人材もないようなたくさんの団体が全部そういう訴権を認められるようなことになる大変なことになると、それからそれが競い合うとまたまずいということになりますので、各消費者団体の方々には、「私のところが中心でなければ嫌」と言わずに、今後どういうふうにして財政的にも人材的にも力をつけていくのか、具体案を各消費者団体の方々に、つくっていただきたいと思います。一つひとつ具体案を示しながら、しかもこれまでの検証を行いながら議論を積み重ねていただかないと、空理空論に終わってしまうということを懸念します。

落合部会長 そういたしますと、この必要性という点につきましては御異論はなかったということで、そうしますと、むしろ制度の設計の中身が問題であるという方向になりますが、まずそのまとめはよろしいですね。

浅岡委員 必要性は皆さまが言われるところで、ここでそれを確認して具体的制度設計に入っただけを、私も歓迎しています。

一言だけ申し上げたいのは、約款とか広告については異論がないと、勧誘については今一つはっきりしなかったと思うんですけども、注意深い人だけが被害に遭っているのではなく、ここにも公益的な面があるということも踏まえて、本来注意深いと思われる大学の先生たちも被害に遭っているという現状を理解した上で考えていただくことが必要だと思えます。

宮部委員がおっしゃったようなものは論外の話であって、もっと高いレベルで勧誘行為の公正化ということを図っていきたいと思います。

それから、損害賠償については、今日の資料ではドイツなどはまだ入っておりませんでしたけれども、ドイツでもオランダでもヨーロッパはみんな導入しているわけです。今はまだ試行の段階ですが、敗訴者負担制度のために活用できず困っていることも明らかになってきているところです。被害救済について何らかの手当をし、不当な利益を事業者に残さない仕組みを実行あるものにしなければ、差止めだけでは解決しないという認識を持っていく必要がある。

韓国はクラス・アクションを入れていこうという流れがあります。実際に証券などでも入れるということになっています。何かの形で損害賠償、被害救済部分も近く具体化するという方向性

を確認しておいていただきたいと思います。

落合部会長 例えば、論点3、4はかなり出ましたけれども、論点4につきまして更に御意見がおありの委員は御意見を出していただきたいと思います。31ページの論点4です。かなり連動した問題であり、双方に触れた御発言が多かったと思いますが、特にここで何か御議論があればと思いますが、よろしいでしょうか。

加藤委員どうぞ。

加藤委員 やはり、私ども消費者団体当事者として、やはり団体訴権を担うということになれば、それなりの責務もあって、意見書にも書きましたけれども、皆さんと一緒に十分当事者としての責任をどう果たすべきかということは、いろいろと図り合っていきたいと思っております。

具体的な制度設計の話になりますが、こういったことは例えば具体的に差止め請求についての独禁法の事例が出ておりますけれども、消費者契約法などに盛り込んでいくというようなことも考えられるのではないかとと思うんですが、いろいろな契約とか約款、それから表示に関するいろいろな法律や何かも出てきて、それがまた縦割行政の中であればらばらに団体訴権があったりなかったりというのは、やはり一般消費者にとっても紛わしい。

今回は、私の意見書にも書きましたけれども、団体訴権を通じて一般の消費者の皆様と消費者団体を構成しているものとの間の距離を縮めて、信頼関係を強くして、そして消費者団体の活性化につながるといったような効果も考えますと、できるだけわかりやすい団体訴権の構成というものが必要ではないか。

その意味では、例えば消費者の保護という言葉を取るといたしましても、基本法のところにこの団体訴権については明確な位置づけをしておく必要があるのではないかというふうに思っております。

落合部会長 ほかに論点4に関連いたしまして、御意見ございますでしょうか。

どうぞ福川委員。

福川委員 私も制度設計を具体的な事例、あるいは具体的なケースに応じて整理をして、どういふふうにつくるかということが、アプローチとして具体的なことだと思います。

その際、損害賠償請求まで認めるかどうかということで、③に問題点が(a)(b)(c)と書いてありますが、やはり損害賠償請求までするとすると、これはいわゆる賠償制度そのものの性格とも非常に絡むことでもありますので、これは法律問題と申しましょうか、その問題についてのいろいろな分析、あるいはこれまでの事例等々を見て、そういった第三者が請求できるようなケースがどういうことか、一回具体的に整理をして教えていただきたいと思います。

落合部会長 確かにここの論点は、現行の実体法と手続法に分けたときに、実体法そのものの改正というか裏づけの部分と、手続上の団体訴権というものを与えるという手続レベルでの話と両方論点がありまして、差止め請求の関連は32ページにありますような感じで、消費者契約法とかで規定してあるものを前提にして訴権を与えるということで、何か実体法の部分は余り改正を考えないような形とも取れるような案というのも1つあり得るわけです。

ところが、損害賠償請求の方につきましては、これはかなり実体法の方の手当も恐らく必要に

なってきた、ただ単に訴権を与えるだけで成り立つようなことも難しい面もありそうだということ、そういう意味では論点がいろいろ錯綜する部分もあるということになるのかなと思いますけれども、松本委員何か。

松本委員 今の点の損害賠償の扱いなんです、確かにお金を払わせるという訴訟だと、いろんな細かい検討しなければいけない問題が出てまいります、既に生じてしまっている少額多数被害による不当な利得を放置しておいていいのかという問題は、最後まで残るわけで、言わばやり得を許してしまうことになる。それを現行制度だと、選定当事者訴訟辺りを使ってやるということになるんでしょうが、余り機能していないんじゃないかという気もいたします。

そこで、多分日本には全くない制度なんだろうけど、団体訴訟の枠組みの中で、ただしお金を原告に払えという形ではなくて、被告に対して何らかの行為をさせるという、例えばアメリカのたばこの訴訟では、たばこ会社は未成年者の喫煙防止教育のためにすごい額のお金を払うというような和解をしていたと思うんです。そういうような感じの被害者を代表するところの消費者団体がお金をもらうのではなくて、被害の今後の防止とか、被害者になった国民の共通の利益にプラスになるような、何らかの事柄をするように求めるような訴訟、これは日本法だと少し難しいと思うんですが、こういうようなものもアイデアとして検討すれば団体訴訟にこそふさわしいのではないかなという気がいたします。

落合部会長 今の松本委員のは、もし和解であれば合意すればいいわけなので、これは法律の手当が要らないと思いますけれども、そういうお金を出せということを要求するとなると、恐らく実体法上の請求権というものが必要だろうと、それを実体法上規定しないと難しいという問題提起で、それは新しい法律改正という問題になりそうな感じですね。

ほかに、よろしければ先に進んでよろしいでしょうか。

次に 33 ページの論点 5 というところで、適格団体の要件ということですが、この辺のところをどう考えていったらいいだろうかという点ですけども、御意見ございましたらお願いしたいと思います。

鍋嶋委員どうぞ。

鍋嶋委員 この適格団体の要件が、ここに事例で書いてありますけれども、外国のものが 27 ページ、28 ページにも書いてありますが、そちらの要件を見ても同じような感じなので、活動目的、組織構成、規模、活動実績、存続期間、法人格の有無というようなことは、やはり必要なのではないかと思います。

特にフランスなどでは、会員 1 万人ということが書いてありますけれども、フランスの人口というのは 7,000 万ぐらいしかないんです。そこで 1 万人の会員を持っているというのは大変なことで、これはかなり実力のあることだなと思っています。

また、イタリアなんかは、それでも人口の 0.05% ということ、あるいは 0.02 というようなことも書いてありますが、そういうことを踏まえた規模が必要なのではないかと思います。

要は、消費者の意見を代表しているというような団体でなければならぬのではないかなという感じをします。

そのほか、先ほどの宮部委員の15ページ、16ページの話もあるんですが、こういう悪徳商法に関しては、消費者団体の方もどんどんやっていると思うんですけども、この前に経済産業省の会議のときにも、警察で年間で約百件以上摘発していると。消費者センターだとやはり数件になると、この差は何だろうなというところで少しわからなかったんですが、そういうところをもっと、これはおかしいということはだれでもわかることですので、ただ潜ってしまってわからない、昨日NHKで内職商法がやっています、幾つかに会社を分散して、非常に巧妙に、それこそ悪質なのはどんどんつかまえばいいと思うし、このごろは早くなってきたんでしょうけれども、そういうところは有無を言わずというところで構わないと思うんです。悪いものは悪いと、悪いのか悪くないのかというところの中間のところを隠そうとしているのも悪いんだと、いい業者はいい業者なんだという、この辺の見分け方をもう少しうまく公表できないのか、情報提供できないのか、センターの公表、あるいは情報提供ということもあるんでしょうが、そういうところも含めて今後国民生活センターも含めて、地方のセンターも含めて、その辺の連携も含めてやっていただいたらどうかというふうに感じます。

落合部会長 論点5につきまして、山本委員どうぞ。

山本委員 適格団体をどう定めるかということは、ある意味で一番難しい論点になるかと思うんですけども、基本的な考え方として1つは、濫用と言いますか、悪用は絶対に防止しなければいけない、これは当然のことだろうと思います。

第2に、やはり団体訴訟というのは、消費者全体の利益を体して訴訟を行うわけですので、消費者個々に与える影響力というのは非常に大きいわけです。その訴訟の規範力は個々の消費者、あるいはほかの消費者団体には及ばないというふうにするべきだと思いますけれども、そうであってもやはり訴訟遂行の仕方が不十分であったとかいうことで、敗訴判決が出ますと、敗訴判決の判決効は及ばないとしても、やはり実際上負けたという影響は社会的に非常に大きいものがあるわけでございます。

したがって、本当に消費者の利益を体するだけの人的、物的な基盤を備えているところ、そうして消費者問題の実態というものを十分把握できる立場にある、そういう団体に是非やっていただきたいというふうに、私も一消費者としてそういうふうに思うわけです。その場合に、やはり法的専門性というものも備えていただきたいというふうに思うわけです。ただ、問題はそれを法律の要件としてどういうふうにかけるかということになりますと、なかなか弁護士さんを何人専任スタッフとしてそろえているとか、そういうようなことでは書けないので、この例に挙がっておりますような活動目的であるとか、組織構成、規模、活動実績、存続期間、それから法人格も、これも定見はないんですけども、法人制度が改革されて、どのような団体でも比較的簡単に準則主義で法人格を取れるというような方向に行くのであれば、やはり法人格ぐらい備えておいてもらいたいなという感じはします。以上実際に消費者の利益を守る立場として信頼性があるかどうかということ、やはり書面審査だけでどこかがチェックするということが可能かと言うと、私はある程度実態と言いますか、そういうものも審査して、そうして何らかの登録をすると、そういう行き方がかなり有力な方向として考えられるのではないかと思います。

そうでありませんと、訴訟をする方も裁判であなたはそういう資格はありませんと言って門前払いされるといふ可能性もありますし、訴訟を受けた事業者の方も相手にしていいところかどうかというのが事前にわからないということで、非常に機能しがたいことになりますので、ある程度あらかじめそれがわかるようなシステムをつくり上げていく必要がある。その際にいろいろと懸念されておりますように、不透明なチェックが働くとか、そういうことにならないような認定の仕方というものを工夫することが大切ではないかというふうに思います。

もう一つ、別の論点になるかもしれませんが、先ほど有馬委員から御発言がありましたけれども、国民生活センターというのは独立法人化されると思いますが、果たして団体訴権の主体にはなり得ないのかどうかということ、実は先ほどの発言をうかがって強く感じました。

つまり、諸外国でもこういった団体訴権を積極的に行使している団体に相当公的な援助が入っているということです。日本では、消費者センターは行政の一部ですので、これは団体訴権とは別の行政による執行という形になると思いますが、そうではなくて、国民生活センターであれば、そういうことが可能なかどうか、これは十分検討する価値があるのではないかとこのように思います。

ただし、先ほど言及されましたドイツなどでは、消費者センター総連盟など、あるいは消費者センターもいずれも、法形式上は民間の非営利法人なんです。その辺が独立行政法人の下でそこまで広げることが法制的に可能かどうか、法律で決めればそれは可能なかどうか、その辺は1つの検討課題として指摘させていただきたいというふうに思います。

落合部会長 福川委員どうぞ。

福川委員 この団体訴権の適格団体というのをどういうふうにつくるかというのは、私もこういう団体訴権の対象となる訴訟をどういうふうに認めるかということに密接に関わるんだらうと思います。

勿論、団体訴権を認めてくれというのは消費者団体だけではなく、例えば事業者団体でもどうかとか、いろんな意見もありますし、あるいはまた環境NPOもそういうのがほしいということもあるかもしれません。実態として消費者問題についての訴訟の必要性があるという合理的な根拠を持った形で訴訟の対象を決めていくということになるし、そして今度は訴訟の対象が決まったら、どういう団体を認めるのが適格かという論理になってくるんだらうと思います。

勿論、何となく行政にかからしめるというのは、今の流行りではありません。本当なら基準をきちんと決めておいて、それで入ったものが裁判所で訴えたときに適格性があるかないかという判断がいいんだらうと思いますけれども、では一体そういう基準がうまくできるかどうかということになる。どうしても曖昧なところが残ってしまうかもしれないということになると、諸外国にあるような登録とか認証ということになってくるということなんですが、それが果たしていいことか、悪いことか。

それから多分、ある程度行政が関与した形で適格性があつたりなかつたりするということになると、一体消費者団体の立場はどういうことになるかということで、非常に難しくなってしまうような気がいたします。どうしても適格性というのが、濫訴防止とか、いろいろな問題から言え

ば、ある合理的な基準がどうしてもなければいけない。しかし、どうもそれだけで仕切れ得るかどうかということになると、なかなか難しい問題があって、何か少なくとも一般消費者団体とは別として、消費者の方から言うと、何か明確な仕分けがあった方がいいから、何か登録といったようなこととか、認証と言うと少し強いかもしれませんが、何かそういう行政行為というものが入ってこない、うまく仕切れきれないかなという気がしております。

個別具体的にどういうふうなものが適格かということで、その判断を試みたらどうかと思っております。

落合部会長 加藤委員どうぞ。

加藤委員 資料の3ページを見ていただいてもおわかりのように、今、消費者団体のうち法人格を有している団体というのは本当に少なく、99.1%が任意団体であるわけです。私ども主婦連合会なども、行政からの独立性とか、自由な発想で苦しいけれども自立自主でやってきている、そういう団体の場合に、むしろ法人格がないからという形で排除されていくのかなとか、いろいろなことを思うわけです。

そこで私は意見書に書きましたけれども、一番下の3行をごらんいただきたいんですが、今、福川委員もおっしゃいましたように、机上の空論にならないように、あるいは田中委員もおっしゃいましたように、いろいろな機会に消費者契約法のときもありましたし、司法制度改革の中にもありましたし、消費者契約法の附帯決議にも団体訴権のことがありましたね、前向きな方向が出ている。ここでは、この流れを差止めるのではなくて、検討を延ばすことの差止めをする場として、是非当事者になる消費者団体間、勿論行政のサポートも助言も必要だと思いますが、そういう当事者となる消費者団体間で十分議論をする、なるべく早くに充実した議論をする。

そして、もう一つ別に消費者組織に関する研究会が内閣府の方で設けられていますので、ここでも十分御議論いただいて、今回は前延ばしを差し止めるという団体訴権についての方向性を出していただきたいと思います。

落合部会長 今の御意見は非常によくわかりましたけれども、議論の順序としては、やはり必要性について議論をしないままにやりますと、必要性の議論がなかったではないかという問題が出てきますので、これは順序を追って積み重ねていかなければいけないと思いますので、本日、必要性からも含めて御議論いただいたわけであります。

ほかにこの論点に関連して、浅岡委員どうぞ。

浅岡委員 適格性について、例えば主婦連の皆様は法人格を取りたくないという意思を持っているようですので、それが一番大きな問題の元になっているんだと思うんです。

確かに今のNPO法制ではそういう意見もあり得ると思うんです。任意団体として活動することに、いろいろな観点から意義があるとの考えもあり、法人格がどうしても必要ではなく、別途判断できるものであればいいのではないかと思います。ただ、どんな団体かということが、社会的にわかることは必要だと思いますので、登録手続きぐらいが一番無難でいいのかなと思っています。認証というふうに言いますと、少し判断が入ってくるということになりますし、サラ金業者でも登録になっているんですけれども、法人格の表示に代わるものかもしれませんが、登録をす

ることによって、どういう団体かということがわかるということはあっていいかなと思います。

濫訴のことを皆様御心配になるんですが、好き好んでこういうことを濫訴するということは通常考えられないものであるということは、製造物責任法の裁判を見ていただいてもわかるのかと思うんです。

また、消費者団体の判断ではなくて、最終的には裁判所の判断で違法かどうか、無効かどうかということも決まるわけですので、怪しい団体は裁判所で何かしようということは好まないわけですね、そういう意味でも濫訴の御心配はなく、むしろ先ほど山本先生が言われたように、逆に自分たちの活動を妥当だと見せるために不十分な訴訟活動をして、違法だと不当だと認めさせないと、そこまでやるところがあるかということを経済側としては心配しないでもないと思いますが、それも既判力の問題等で、ある意味でそういうことまで懸念して団体を縛るということにしない方がいいと思います。

新しい活動であり、こうした活動を既存の団体が担うだけでなく、こういう活動に特化しながらやっていこうということが、今後出てくる可能性もあり得ると、むしろそういうところの方が担い手として期待がもてるかもしれないと思いますが、活動実績とか存続期間というところを最低これ以上という形にしますと、実現できなくなるということにもなるように思います。

会員が1万人以上とか言いますと、ほとんど不適格団体になってしまうというのも日本の実情ですし、イギリスでコンシューマー・アソシエーションにだけ付与しているというのは、あの国での特別な存在であるということも踏まえて考えないといけないでしょうし、今、フランスの話が言われましたが、どこに1万人以上と書いてあるのか、この資料34ページからでは見れませんが、地方レベルで824の団体がそういう団体になっているというようなことを考えますと、相当多くの団体に関心のある部分で活動してもらいたいということもあると思います。

総じて、ここに厳しい要件を入れるということではなく、司法の場でこれが行使されるということによって、おのずとそうした懸念は解消されるんだという考え方で制度設計をしてもらいたいと思います。

落合部会長 ただいまの点は、27ページのフランスのところの③のaというところを鍋嶋委員が言われたわけですね。

田中委員どうぞ。

田中委員 訴えを起こす側の能力と社会的信頼性ということについては、十分わかりますし、外国の例を見ても、そういう扱いがされているんだということも理解します。

ただ、日本でそういうふうな消費者組織がなかなか育ってこなかった歴史的経過については、消費者側の問題もあるでしょうけれども、先ほどからいろいろ出ているように、やはり国の政策そのものが産業第一主義で消費者重視ではなかったということが、非常に大きい。21世紀にあたっての歴史的転換ということでもありますから、ここでははじめをつける必要があるのではなからうかと思っております。

それから濫訴問題だとか、詐欺まがいの訴訟が起こるんじゃないかとか、心配すればいろいろあるんですが、そういうことも消費者組織側もわかりながらいろいろ考えておりますので、

加藤さんとも横で話しておりましたが、消費者組織側でこの問題をどうするかということについて真面目に考え、相談もしたいと思います。

例えばの話ですけれども、主婦連さんと生協で相談して、新しい組織をつくって団体訴権を担当するにあたって信頼に足るような組織をつくるというようなことも仮にあり得るかもしれない。もし、そういうことになると、存続期間が何年以上なんて言われると困るということもあるわけです。

要は能力と社会的信頼性が社会からどう認知されるかということだろうと思うので、それがどう担保できるかということを私どもも真面目に検討してみたいと思います。

加藤さんもおっしゃったように、内閣府主導のたたき台とすり合わせながら建設的な結論が出るように私どもも努力いたしますので、よろしくお願ひしたいということです。

落合部会長 松本委員どうぞ。

松本委員 今の田中委員の御発言に7～8割方賛成したいと思います。

消費者団体に訴権が与えられるということになって、そのために一定の要件が要るんだと、行政が認定するかどうかという話になってくると、消費者団体側、あるいは消費者団体だと思っている側で、差別が起こるのではないかと、何でうちはもらえないのかという、言わば格づけに使われるのではないかとという危惧が1つあると思うんです。実際にそれをやろうと思っているか、思っていないかは別にしてです。

ただ、10ページのところで消費者団体の役割として、ここでは5つ挙がっています。ほかにもいろいろあるとして、更に訴訟を通じて消費者被害の未然防止をする役割というのがここに加わってくるわけですが、消費者団体はすべてここに挙がっていることをやらないとだめだと、すべてやっていない消費者団体は消費者団体に値しないというふうなものではなくて、消費者団体の中には、こういうのを一生懸命やっているところもあれば、ほかのを一生懸命やっているところもあれば、いろいろ複数のことをやっているところもあればいいというもので。団体訴権というのは消費者団体であるかどうかの資格要件では全くないわけで、むしろ逆であって、消費者団体の中でまさに消費者全体の利益を代表して、しかも訴訟においてそれを実現していくにふさわしい団体がその仕事をやってくればいいということです。ある団体にそのような役割を与えられれば、それは権利であるとともに、全消費者に対する義務、責務でもあるわけなので、非常に重いものだと思います。そういう観点から一定の要件が必要だと思います。例えば主婦連さんのように行政による認証なんかまっぴらだということであれば、主婦連としては、そのような団体にはならないけれども、主婦連と生協とほかと一緒にあってより広範な消費者の利益を代表して訴訟で行使するための、それに特化された団体をつくってやるというのは、非常に透明性も高くなるし、より多様なニーズを吸い上げることができると思いますから、そういう方向で進めていただければ非常に適切だと思います。

落合部会長 加藤委員どうぞ。

加藤委員 私は、濫訴の懸念というのをときどき耳にするわけですが、私は消費者団体が差止め請求をするということは、やはり不適切な約款とか、不適切な広告が放置されることを

止めるわけですから、適正な事業活動をやっている事業者にとっては、非常にプラスになることではないかという、そういう市場での効果というものは是非判断していただく材料にしてほしいんです。

やはり、それを消費者団体が止めることができなければ、不適切な事業者が競争に勝ってしまうという事実もあるのではないかと考えて、事業者団体の皆さんにも、消費者団体が団体訴権を持つことについて肯定的な側面を配慮していただきたいと思います。

そして差止め請求というのは、費用の負担こそあれ、金銭的利益なんか何もないんですから、そうした中で訴訟を行うということは非常に消費者利益、公益を考えたところでなければできないので、そんなに公益でやると格好がいいからやろうかなという感じで濫訴なんてできないと思うので、そういう御懸念は差止め訴訟についてはないのではないかとこのように判断しております。

落合部会長 野村委員どうぞ。

野村委員 消費者の利益のために活動するというのは、1人でも5人でも10人でも自由にやれるわけですがけれども、訴権を与えるということになると、やはり外から見える形になっていた方がいいということで、恐らく登録とか、あるいは認証なのか、何らかの制度が必要ではないかと思えます。

問題は、さっきから出ているように、そのときに実態的な要件をどうつくるかということだと思うんですけれども、ここに例がずっと挙がっていますけれども、フランスの1万人というのが多いのか少ないのかという議論はあり得ると思うんですけれども、法人格についても、もう少し緩やかに設立できるような法人制度そのものの改革も必要ではないかというふうに思うんです。

それから、活動目的ですけれども、フランスでは1万人ということでありながら、かなりの数が認証されているというのは、例えば労働組合とか、あるいは環境保護の団体とか、借家人とか、それから婦人の団体とか、必ずしも消費者運動だけをやっているというところではなくても、かなり認証されています。それは要件の中で消費者保護のための活動をしているということが一部分でもあれば対象になり得るというところで、かなり緩やかになっているのではないかとこのように思います。

ですから、ここに例として挙がっているような要件について、どこまで要求するかということをも具体的に考える必要があるのではないかとこのように思います。

もう一つここに挙がっていないんですけれども、財政的な自立性の問題みたいなものを議論する必要があるのではないかとこのように思っています。要求するかどうかということも含めてです。公的なお金が入っているかどうかということよりは、むしろ会員の会費収入とか、あるいは自分たちの活動で得た収入とか、そういうのでやっているということが必要なのか、あるいは例えば企業からお金をもらっているようなことでもいいのか、その辺は一度議論した方がいいのではないかとこのように思っています。

以上です。

落合部会長 大羽委員どうぞ。

大羽委員 これから、法文上にどのように書いて、だれが認定するのかというようなことは慎重にいろいろ議論されるんではないかと思うんですが、1つ先ほど松本委員がおっしゃったように、慎重でなければいけないのは、地方においても一定の消費者をまとめ上げて、一定の成果を上げているような立派な団体があろうかと思うんです。先ほど4,700という団体の数が出てまいりましたけれども、ということは相当多くの団体があるわけですから、そういうふうなことを無視してはいけないのではないかと思います。

さっきの松本委員のお話によれば、消費者団体の格づけになるというような、そういうようなものに使ってはいけないということは思っております。

落合部会長 それでは、そろそろ時間が参りましたので、論点6は、それ以外に検討する論点があるかということで、本日の基本的な御議論をいただく観点からしますと、そういう意味ではややマイナーな論点でありますので、基本的な点については御議論をいただきましたので、本日は時間が参りましたので、この辺りで終了させていただきたいと存じます。

次回等の日程につきまして、事務局の方からお願いいたします。

中村課長 それでは、次回の予定でございますけれども、次回の第17回の部会でございますが、3月18日火曜日午後開催ということで御連絡を差し上げていると思っておりますが、今、午後2時を予定しております、中身としましてはIT化、あるいは国際化対応の消費者政策の在り方といったようなことについて予定をいたしております。詳細は後ほど御連絡させていただきます。

落合部会長 終わりの方は、5時ですか。

中村課長 2時から一応4時を予定しております。場所は、この庁舎の2階の会議室で行う予定でございます。また、詳細は御連絡させていただきます。

落合部会長 それでは、本日は活発な御議論をいただきましてありがとうございました。これにて閉会にさせていただきます。